อีสานแมส/อีสานใหม่: กระแสนิยมของภาพยนตร์อีสาน และการประกอบสร้างความเป็นอีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550

ไชนิล สมบูรณ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีการศึกษา 2564

MASS ISAN/NEW ISAN: THE POPULARITY OF ISAN FILMS AND THE CONSTRUCTION OF ISAN SINCE 2007

SAINIL SOMBOON

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Dhurakij Pundit University

Academic Year 2021

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ อีสานแมส/อีสานใหม่: กระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานและการประกอบสร้างความเป็นอีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550

เสนอโดย นายไชนิล สมบูรณ์

หลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาโนช ชุ่มเมืองปัก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาโนช ชุ่มเมืองปัก)

.....กรรมการ

(ดร.โสภัทร นาสวัสดิ์)

.....กรรมการ

(ดร.การดา ร่วมพุ่ม)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

คณะนิเทศศาสตร์รับรองแล้ว

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(อาจารย์กอบกิจ ประดิษฐผลพานิช)

วันที่ 30 เดือน พ.ค. พ.ศ. 65

หัวข้อวิทยานิพนธ์	อีสานแมส/อีสานใหม่: กระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานและการประกอบสร้างความเป็นอีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550
ชื่อผู้เขียน	ไชนิล สมบูรณ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดรมาโนช ชุ่มเมืองปัก
หลักสูตร	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยและบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550 และ 2) เพื่อศึกษาการประกอบสร้างภาพความเป็นอีสานในภาพยนตร์ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 โดยเก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์

ผลการศึกษาค้นพบว่า ภาพยนตร์อีสานนั้นมีการก่อร่างสร้างตัวมาเป็นระยะเวลานานแล้ว และเกิดแรงกระเพื่อมมาหลายระลอก ผ่านทั้งปัจจัยและบริบทด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ที่กระทบตั้งแต่กระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย ไปจนถึงการจัดฉายและการชมภาพยนตร์อีสาน จนทำให้เกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานขึ้นตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา ในส่วนรูปแบบการดำเนินงานและการผลิตภาพยนตร์อีสาน ข้อมูลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าสตูดิโอและผู้สร้างอิสระต่างก็มีบทบาทที่หนุนเสริมซึ่งกันและกัน โดยสตูดิโอเป็นส่วนสำคัญในการการผลิตภาพยนตร์อีสานเข้าสู่อุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ส่วนระบบอิสระมีความสำคัญในแง่ของการสร้างผู้กำกับอีสานหน้าใหม่เข้าสู่วงการ และระบบอิสระเองก็มิได้มีแต่เพียงกลุ่มผู้สร้างที่ไม่ต้องการผลกำไรอีกต่อไป แต่ยังมีกลุ่มที่มุ่งหวังผลกำไรและผลิตภาพยนตร์ออกมาในรูปแบบที่ไม่ต่างไปจากระบบสตูดิโออยู่ด้วยเช่นกัน

ในส่วนของการประกอบสร้างความเป็นอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้สร้างในระบบสตูดิโอและระบบอิสระฉายภาพความเป็นอีสานที่หลากหลายและเลื่อนไหลไม่ต่างกัน โดยการต่อรองในการนำเสนอภาพความเป็นอีสานนั้น มีทั้งแบบที่ปรับเปลี่ยนองค์ประกอบหรือวิธีการเล่าเรื่องภายใต้รูปแบบของภาพยนตร์อีสานที่เคยมีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นอีสานตลก และอีสานแฟนตาซี และมีทั้งที่นำเสนอภาพอีสานแบบใหม่ซึ่งมักไม่พบในภาพยนตร์อีสานยุคก่อน ได้แก่ อีสานในเมือง และไม่ว่าตัวภาพยนตร์จะมีการลดทอนสิ่งบ่งชี้ความเป็นอีสานออกไปเพียงใด แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้สร้างมักต่อรองให้ยังคงเหลือไว้ คือภาษาถิ่นอีสาน

คำสำคัญ: ภาพยนตร์อีสาน / อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย / การผลิตภาพยนตร์

Dissertation Title	Mass Isan/New Isan: The Popularity of Isan Films and the Construction of Isan Since 2007
Author	Sainil Somboon
Thesis Advisor	Asst. Prof. Manoch Chummuangpak, Ph.D.
Department	Doctor of Philosophy Program in Communication Arts
Academic Year	2021

Abstract

The objective of this qualitative research were 1) to study factors and social contexts informing the popularity of Isan films in the Thai film industry since 2007 and 2) to study the construction of Isan films since 2007. Data were collected by documentary analysis, in-depth interview, and textual analysis.

The study found that Isan films have been shaped for a long time throughout the development of the Thai film industry. They have interacted with technological, economic, political, and cultural factors that informed the existence of Isan films from their production, distribution to exhibition and reception. These have led to the popularity of Isan film since 2007. For the operation and production of the Isan films, the results showed that studio filmmaking and independent filmmaking producers have complemented each other. Films studios have played an important role in the continuous production of Isan films in the industry. The independent system was also important in creating new Isan directors for the industry. Although some independent filmmakers did not prioritize profit, there were profit-inclined independent filmmakers who produced the films in a format that was no different from the studio system.

Regarding the construction of Isan films, the study found that studio filmmaking and independent filmmaking both represented the Isan-ness in dynamic and diverse ways. The representation of Isan has been negotiated by adjusting narrative elements or techniques of familiar forms of Isan films including Isan comedy and Isan fantasy. There was also a new image of Isan which rarely presented in previous Isan films that was Isan in the city. Besides, no matter how much the indications of Isan were deducted from Isan films, most filmmakers negotiated to use Isan dialects in their films.

Keywords: Isan Film / Thai Film Industry / Film Production

กิตติกรรมประกาศ

กว่าที่งานชิ้นนี้จะผ่านขั้นตอนตามระบบการศึกษา จนสำเร็จลุล่วงออกมาเป็นเล่มอย่างที่ทุกท่านเห็น ผ่านอุปสรรคมากมายหลายประการทั้งภายในและภายนอก ท่ามกลางวิกฤตและข้อจำกัดชีวิตต่าง ๆ และในที่สุด วิทยานิพนธ์เล่มนี้ก็ได้คลอดออกมาโดยมีเลือดเนื้อและชีวิตบางส่วนของข้าพเจ้ารวมไว้

งานชิ้นนี้จะแล้วเสร็จไม่ได้เลย หากขาดอาจารย์ที่ปรึกษาคนสำคัญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาโนช ชุ่มเมืองปัก ผู้คอยผลักดัน ช่วยมองภาพรวม ชี้ให้เห็นจุดบกพร่องจนเติมเต็มให้งานสมบูรณ์ นอกจากนี้ รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ดร.การดา ร่วมพุ่ม และ ดร.โสภัทร นาสวัสดิ์ กรรมการทั้ง 4 ท่าน ยังได้ช่วยสนับสนุนเป็นอย่างดีผ่านคำแนะนำที่ช่วยยกระดับงานที่มีให้พัฒนาขึ้นไปได้อีก ขอขอบคุณในความกรุณาของทุกท่านจากใจ

ขอบคุณผู้สร้างภาพยนตร์อีสานและนายทุนทั้งในระบบอิสระและสตูดิโอที่สนับสนุนให้มีการผลิตหนังอีสานออกมาไม่ขาด พวกท่านเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมให้เกิดความต่อเนื่องและนำไปสู่อีสานใหม่ที่มีความหลากหลายและเลื่อนไหล รวมถึงผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ที่แนะนำช่องทางติดต่อผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน เหล่านี้คือชิ้นส่วนสำคัญที่นำพาข้าพเจ้าไปสู่ข้อค้นพบในตอนท้าย ขอบคุณที่แม้จะไม่มีค่าใช้จ่ายก็ยอมสละเวลามาให้สัมภาษณ์กันเป็นเวลานานเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

ขอบคุณผู้ที่ยอมทำงานหนักขึ้นในช่วงเวลาที่ข้าพเจ้ามุ่งมั่นกับงาน นั่นคือภรรยา เพื่อนร่วมงาน ทีมผู้บริหารคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา รวมถึงนักศึกษาที่เข้าใจอีกทั้งยังให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดี

และสุดท้าย ขอบคุณงานชิ้นนี้ ที่ทำให้พบว่า สุขภาพดี คือสิ่งที่ชีวิตต้องการมากที่สุด

ไชนิล สมบูรณ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ฆ

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... ง

กิตติกรรมประกาศ..... จ

สารบัญตาราง..... ซ

สารบัญภาพ..... ฌ

บทที่

1. บทนำ..... 1

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... 1

1.2 คำถามงานวิจัย..... 9

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย..... 9

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 9

1.5 ขอบเขตของงานวิจัย..... 10

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ..... 10

2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 12

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมวิทยาสื่อ..... 12

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์..... 20

2.3 แนวคิดเรื่องระบบการผลิตภาพยนตร์..... 32

2.4 แนวคิดเรื่องการสื่อสารในภาพยนตร์..... 42

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 75

2.6 กรอบแนวคิดงานวิจัย..... 79

3. ระเบียบวิธีวิจัย..... 80

3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 80

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	88
3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	90
3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	90
4. โลกทางภาพยนตร์ของท้องถิ่นอีสานกับการก้าวสู่กระแสหลักของภาพยนตร์อีสาน	92
4.1 การผลิตภาพยนตร์อีสาน	93
4.2 การจัดจำหน่าย การจัดฉายและการชมภาพยนตร์อีสาน	136
5. การดำเนินงานและรูปแบบการผลิตภาพยนตร์อีสาน	169
5.1 บทบาทของสตูดิโอในการผลิตภาพยนตร์อีสาน	169
5.2 รูปแบบการดำเนินงานของผู้สร้างภาพยนตร์อีสานอิสระ	189
6. ภาพอีสานใหม่ในภาพยนตร์	205
6.1 ภาพยนตร์อีสานและภาพอีสาน	206
6.2 อีสานตลก	222
6.3 อีสานแฟนตาซี	238
6.4 อีสานในเมือง	249
7. สรุปและอภิปรายผล	264
7.1 สรุปผลการวิจัย	264
7.2 อภิปรายผล	275
7.3 ข้อเสนอแนะ	285
บรรณานุกรม	287
ภาคผนวก	304
ประวัติผู้เขียน	323

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

1.1 แสดงปริมาณภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ทศวรรษที่ 2540 จนถึงปัจจุบัน…….. 3

2.1 เปรียบเทียบโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศต่าง ๆ..... 24

2.2 บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ของแต่ละประเทศ..... 25

2.3 เปรียบเทียบโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของภาณุ อารีย์ กับ อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และ โชคชัย ชยวัฑโฒ..... 30

2.4 เปรียบเทียบการเล่าเรื่องของภาพยนตร์กระแสหลักและภาพยนตร์ทางเลือก ผ่านงาน ฌอง ลุค โกดาร์ด..... 37

2.5 เปรียบเทียบจุดร่วม/จุดต่างระหว่างสินค้าสื่อสารมวลชนกับสินค้าอุปโภค บริโภคอื่น ๆ..... 41

2.6 แสดงไวยากรณ์ของภาพยนตร์เปรียบเทียบกับไวยากรณ์ภาษาเขียน..... 73

3.1 แสดงรายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์..... 84

3.2 แสดงรายละเอียดภาพยนตร์ที่ศึกษา..... 87

3.3 แบบบันทึกการวิเคราะห์ภาพยนตร์..... 89

4.1 แสดงปริมาณภาพยนตร์อีสานในทศวรรษที่ 2520 และ 2530..... 110

4.2 แสดงปริมาณภาพยนตร์อีสานระหว่างปีพ.ศ. 2560 ถึง 2564..... 131

4.3 สัดส่วนภาพยนตร์จากประเทศต่าง ๆ คิดจากรายได้ในช่วงทศวรรษ 2510..... 148

5.1 ข้อมูลผู้กำกับภาพยนตร์อีสานที่อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์มทศวรรษ 2540-2550..... 175

5.2 ข้อมูลผู้กำกับภาพยนตร์อีสานที่อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์มทศวรรษ 2560..... 178

6.1 แสดงปริมาณภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 แยกตามระบบการผลิตและแนวภาพยนตร์..... 222

6.2 แสดงรายชื่อภาพยนตร์อีสานตลก หลังปี 2550 แยกตามระบบการผลิต..... 223

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

6.3 เปรียบเทียบโครงสร้างการเล่าเรื่องระหว่าง ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ และ ส่ม ภัค เสี่ยน..... 232
6.4 แสดงรายชื่อภาพยนตร์อีสานแฟนตาซี หลังปี 2550 แยกตามระบบการผลิต..... 239
6.5 เปรียบเทียบโครงสร้างการเล่าเรื่องระหว่าง ปาฏิหาริย์แก้วนาคราชและร่างทรง 244
6.6 แสดงรายชื่อภาพยนตร์อีสานในเมือง หลังปี 2550 แยกตามระบบการผลิต..... 250
6.7 เปรียบเทียบโครงสร้างการเล่าเรื่องระหว่าง รักหนูมั้ย และ อ้าย..คนหล่อลวง.... 256
6.8 แสดงภาพอีสานที่หลากหลาย ในภาพยนตร์ที่ทำการวิเคราะห์ทั้ง 6 เรื่อง..... 261
7.1 แสดงพัฒนาการของการผลิตภาพยนตร์อีสาน ผ่านปัจจัยและบริบทต่าง ๆ..... 266
7.2 แสดงพัฒนาการของการจัดจำหน่าย จัดฉายและการชมภาพยนตร์อีสาน ผ่านปัจจัยและบริบทต่าง ๆ..... 268
7.3 บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมอีสานเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้..... 271

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

1.1 รายได้ภาพยนตร์อีสานที่โดดเด่นจากทั่วประเทศ ในปี 2553 - 2563……..... 4

2.1 โมเดล SMCR ของเบอร์โล.....……..... 13

2.2 แผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับโลกทางสังคม.....……..... 14

2.3 แสดงระดับการวิเคราะห์กิจกรรมทางเศรษฐกิจของสื่อสารมวลชน.....……... 16

2.4 แสดงลักษณะการต่อรองผลประโยชน์สองด้านในสถาบันสื่อสารมวลชน……... 40

2.5 แบบจำลอง “วงจรแห่งวัฒนธรรม”..... 44

2.6 ตัวอย่างการบิดเบือนโดยการใช้คนขาวแสดงแทนคนผิวสีและชาวเอเชีย..... 47

2.7 ทิลดา สวินตัน รับบทเป็นชาวเอเชียใน Doctor Strange.....……... 47

2.8 บทบาทของเชื้อชาติต่าง ๆ ในภาพยนตร์สหรัฐอเมริกา ปี 2563……..... 49

2.9 แบบจำลอง “การเข้ารหัส และ การถอดรหัส”..... 50

2.10 อันดับศิลปินที่มียอดผู้เข้าชมในเวบไซต์ยูทูบ (Youtube) สูงสุดในปี 2563..... 55

2.11 ภาพไกล..... 60

2.12 ภาพเต็ม..... 61

2.13 ภาพปานกลาง..... 61

2.14 ภาพใกล้..... 62

2.15 ภาพใกล้มาก..... 63

2.16 ภาพมุมสูง..... 64

2.17 ภาพมุมต่ำ..... 64

2.18 ภาพมุมเอียง..... 65

2.19 โทนแสงแบบโลว์คีย์..... 67

2.20 โทนแสงแบบไฮคีย์..... 67

2.22 โทนแสงแบบแนราทีฟ..... 68

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.1 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง แม่ศรีเมือง (2484)..... 95

4.2 ภาพจากสารคดีเรื่อง พัฒนากร (2506)..... 98

4.3 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง ทองปาน (2519)..... 100

4.4 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง มนต์รักแม่น้ำมูล (2520)..... 104

4.5 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง เกิดมาลุย (2529)..... 106

4.6 กราฟแสดงจำนวนภาพยนตร์ไทยที่ถูกสร้างระหว่างปีพ.ศ.2530-2540..... 109

4.7 ภาพโลโก้อธิบายการรวมตัวของจีเอ็มเอ็มฯ ไทเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ และหับโห้หิ้น เป็น GTH..... 113

4.8 ภาพจากภาพยนตร์สั้นเรื่อง ไหมฟ้า (2549)..... 119

4.9 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง สะบายดี หลวงพะบาง (2551)..... 124

4.10 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง ปัญญาเรณู (2554)..... 125

4.11 แสดงปีที่เปิดใช้งานรถไฟในแต่ละจังหวัดในอีสาน ก่อนปี พ.ศ. 2500..... 137

4.12 ภาพรถฉายหนังกลางแปลงของเสนอจิตรภาพยนตร์ในทศวรรษ 2520..... 143

4.13 ภาพบรรยากาศการฉายหนังกลางแปลงในยุคปัจจุบัน..... 145

4.14 โลโก้รายการบิ๊กซีนีม่า ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7..... 152

4.15 ภาพบรรยากาศการรอชม ผู้บ่าวไทบ้านฯ หน้าโรงเอ็มวีพี มหาสารคาม 5 มิถุนายน 2557..... 156

4.16 กิจกรรมแจกบัตรชมภาพยนตร์ฟรีจากแฟนคลับศิลปินในโรงภาพยนตร์ท้องถิ่น 159

4.17 ภาพประชาสัมพันธ์ซีรีส์พากย์อีสาน ของแอพพลิเคชันวิว (VIU)..... 166

5.1 ปริมาณภาพยนตร์ไทยโดยรวม ที่ผลิตโดยสหมงคลฟิล์มในแต่ละทศวรรษ (ถึงปี 2564)..... 171

5.2 ปกสารนิพนธ์ระดับชั้นปริญญาตรีของอุเทน ศรีริวิ..... 194

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

5.3 ภาพการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เรื่องผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ ของเครือเมเจอร์ 197
5.4 โปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องอ้อมกอดเขมราฐ..... 200
5.5 สัมภาษณ์รายการศิลป์สโมสร: อ้อมกอดเขมราฐ จากท้องถิ่นสู่แผ่นฟิล์ม (10 พ.ค. 59)..... 201
5.6 โปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องมนต์รักขุมคำ..... 202
6.1 ภาพอีสานจากภาพยนตร์เรื่องครูบ้านนอก..... 210
6.2 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง ขบวนการคนใช้ (2529) แรงบันดาลใจจากละครชื่อเรื่องเดียวกัน..... 213
6.3 ภาพสมบัติ เมทะนี กับรางวัลมรดกอีสาน สาขาศิลปะการแสดงปี 2555..... 218
6.4 บุญศรี ยินดี..... 226
6.5 มาร์ติน วิลเลอร์..... 226
6.6 ภาพจากผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้..... 228
6.7 ภาพจากส่ม ภัค เสี่ยน..... 230
6.8 ฉากลงบันไดในผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้..... 237
6.9 ภาพจากปาฏิหาริย์ แก้วนาคราช..... 241
6.10 ภาพจากร่างทรง..... 242
6.11 การแต่งกายของนักศึกษาในเรื่อง ฮักนะ'สารคาม..... 249
6.12 ภาพจากรักหนูมั้ย..... 252
6.13 ภาพจากอ้ายคนหล่อลวง..... 254
7.1 แผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานกับโลกทางสังคม... 276
7.2 แสดงลักษณะการพาดหัวข่าวเกี่ยวกับอีสานที่เปลี่ยนไป..... 277

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

งานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกทางสังคมกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี พ.ศ. 2550 โดยต้องการทำความเข้าใจปัจจัยและบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ รวมถึงศึกษาการประกอบสร้างความเป็นอีสานผ่านภาพยนตร์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในช่วงเวลาดังกล่าว โดยมีรายละเอียดที่มาและความสำคัญของปัญหาดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างโลกทางสังคมกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550

อีสานเป็นภูมิภาคหนึ่งของไทย แม้จะมีภาษาและวัฒนธรรมประจำถิ่นที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่น แต่ลักษณะเฉพาะของความเป็นอีสานก็ไม่ได้หยุดนิ่งตายตัว ส่วนหนึ่งเนื่องจากปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่อื่น ๆ ผ่านการติดต่อสื่อสารและการเคลื่อนย้ายของผู้คน โดยชาวอีสานเดินทางเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างภูมิภาคและข้ามประเทศมาเป็นเวลานาน ปรากฏการณ์นี้ เกิดขึ้นควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีภายในภูมิภาคอีสานในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลให้วัฒนธรรมอีสานและกระแสสำนึกความเป็นอีสานสามารถยึดครองพื้นที่ทางวัฒนธรรมและดูเหมือนจะมีอิทธิพลกว่าที่เคยเป็นในอดีต ‘อีสานฟีเวอร์’ เป็นคำที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน) (2564) ใช้เรียกปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับวัฒนธรรมอีสานที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในปริมาณมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ทศวรรษที่ 2550 เป็นต้นมา ความสนใจของงานชิ้นนี้ตั้งต้นจากสิ่งที่ผู้วิจัยเรียกว่า ‘อีสานฟีเวอร์ในวงการภาพยนตร์ไทย’ หรืออีสานแมส ซึ่งความสำคัญและความน่าสนใจของปรากฏการณ์ดังกล่าวต้องถูกพิจารณาภายใต้บริบทของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และการสร้างคอนเทนต์บันเทิง

จากสถิติและมูลค่าอุตสาหกรรมคอนเทนต์บันเทิง ประจำปี พ.ศ. 2560 โดยสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ (2561) อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในปี 2560 สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศราวสองหมื่นล้านบาท ซึ่งถือเป็นร้อยละ 10 ของรายได้อุตสาหกรรมบันเทิงไทยในปีนั้น เป็นรองเพียงการบริโภคเนื้อหาทางออนไลน์ และอุตสาหกรรมโทรทัศน์

แม้อุตสาหกรรมภาพยนตร์จะทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนแบ่งรายได้ของภาพยนตร์ไทยเมื่อเทียบกับภาพยนตร์ต่างประเทศกลับมีอัตราที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง มีภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้เกิน 10 ล้านบาทอยู่เพียงไม่กี่เรื่องต่อปี จากการศึกษาหลายชิ้น พบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่ได้ถูกให้ความสำคัญจากภาครัฐเท่าที่ควร แม้จะมียุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวิดีทัศน์ ออกมาถึง 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 (2552-2554) ระยะที่ 2 (2555-2559) ระยะที่ 3 (2560-2564) รวมทั้งสิ้น 15 ปี แต่กลับพบว่ายุทธศาสตร์ของรัฐไทยนั้นไม่ได้ตั้งอยู่บนวิสัยทัศน์ของการกระจายรายได้และเพิ่มโอกาสทำธุรกิจโดยเฉพาะแก่ผู้ผลิตหนังไทยอิสระ (มนฑิรา ธาดาอำนวยชัย, 2552; ประกายกาวิล ศรีจินดา, 2554; ระดม อร่ามวิทย์ และมนฤดี ธาดาอำนวยชัย, 2560; อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561; ฐณยศ โล่ห์พัฒนานนท์ และคณะ, 2563) สอดคล้องกับ ชาญชนะ หอมทรัพย์ (2563) ที่กล่าวว่า นับจากปีพ.ศ. 2552 เป็นต้นมา ไม่มีการดำเนินการสนับสนุนใดที่มีความชัดเจน

การระบาดของโคโรนาไวรัสหรือโควิด-19 ทำให้รายได้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลกลดลงไปถึงร้อยละ 71 แต่ข้อสังเกตที่น่าสนใจคือตัวเลขสัดส่วนรายได้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ภายในของหลายประเทศ ปี 2563 เป็นปีแรกที่รายได้ภาพยนตร์ในประเทศจีนแซงหน้าสหรัฐอเมริกาขึ้นมามีรายได้เป็นอันดับหนึ่งของโลก และสัดส่วนรายได้มาจากภาพยนตร์ภายในประเทศมากกว่าภาพยนตร์จากต่างประเทศ ต่างจากปีที่ผ่านมา (นพปฎล พลศิลป์, 2564) สอดคล้องกับรายได้ภาพยนตร์ในประเทศไทย (ในกรุงเทพ ปริมณฑล และเชียงใหม่) ในปีเดียวกันที่ภาพยนตร์ซึ่งทำรายได้อันดับ 1 มาจากเรื่อง *อีเรียมซิ่ง (2563)* โดย พฤกษ์ เอมะรุจิ ที่ทำรายได้ไป 76 ล้านบาท โดยครั้งสุดท้ายที่ภาพยนตร์ไทยสามารถทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งประจำปีแซงหน้าภาพยนตร์ต่างประเทศคือในปี 2557 จากเรื่อง *ไอฟาย..แต๊งกิ้ว..เลิฟยู้ (2557)* โดย เมษ ธราธร

นอกจากนี้ ในปี 2563 ภาพยนตร์ไทยยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดเติบโตขึ้นราว 50% ทำให้สามารถดึงส่วนแบ่งรายได้จากภาพยนตร์ฮอลลีวูดกลับเข้ามาได้ประมาณ 10-15% พรชัย ว่องศรี

อุดมพร จาก เอ็ม พิคเจอร์ส กรุ้ป กล่าวว่า *"เราไม่สามารถพึ่งพิงฮอลลีวูดได้อีกต่อไป ต้องมีหนังไทยมากขึ้นในตลาดมาทดแทนส่วนที่หายไปและกำลังเปลี่ยนแปลงไปจากผลกระทบของโควิด"* (สิรารมย์ เตชะศรีอมรรัตน์, 2563) ในการนี้ ประเด็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยหรือภาพยนตร์ท้องถิ่นที่จะสามารถเข้ามาช่วยเป็นส่วนหนึ่งในการชุบชูเศรษฐกิจบันเทิงให้กับประเทศได้ จึงเป็นที่น่าสนใจในการเข้าไปทำการศึกษา

เมื่อย้อนกลับมาดูสถานการณ์ภาพยนตร์ไทย พบว่าภาพยนตร์ที่ผลิตหลังปี 2550 เป็นต้นมา มีภาพยนตร์อีสานในปริมาณที่มากขึ้นจากทศวรรษก่อนหน้าควบคู่กันมากับปรากฏการอีสานแมส อย่างมีนัยสำคัญ นับจากปี 2552 พบว่ามีภาพยนตร์ในกลุ่มนี้เข้าฉายอย่างต่อเนื่องทุกปีอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง และตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมาพบว่ามีปริมาณที่เพิ่มขึ้นเป็นปีละไม่ต่ำกว่า 7 เรื่อง ยกเว้นในปี 2564 ที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการกักตัวในช่วงโควิดจึงทำให้ไม่สามารถออกกองถ่ายทำได้ จึงเหลือเพียง 2 เรื่องและเป็นภาพยนตร์ที่ถูกเลื่อนฉายมาจากปีที่ผ่านมา ซึ่งเมื่อรวม 2 ทศวรรษหลัง พบว่ามี 'ภาพยนตร์อีสาน' ออกสู่สายตาผู้ชมมากกว่า 54 เรื่อง การเข้าไปทำความเข้าใจถึงปัจจัยและบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา จึงเป็นประเด็นหลักประเด็นแรกที่ผู้วิจัยให้ความสนใจ

ตารางที่ 1.1 แสดงปริมาณภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ทศวรรษที่ 2540 จนถึงปัจจุบัน

ช่วงปีพ.ศ.	**ปริมาณ ภาพยนตร์อีสาน**
ทศวรรษที่ 2540 (2540 – 2549)	6 เรื่อง
ทศวรรษที่ 2550 (2550 – 2559)	19 เรื่อง
ทศวรรษที่ 2560 (2560 – 2564)	35 เรื่อง

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

หากต้องนิยามความหมายของภาพยนตร์อีสาน ผู้วิจัยให้ความหมายไว้ว่า เป็นภาพยนตร์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ร่วม (collective identity) ของความเป็นอีสานผ่านภาษาภาพยนตร์ ได้แก่ 1) ภาพ เช่น ตัวละคร การแต่งกาย สถานที่หลัก การจัดองค์ประกอบภาพ หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง 2) เสียง เช่น มีบทพูดอีสานเป็นภาษาหลักในเรื่อง หรือมีบทพูดอีสานในตัวละครหลักบางตัวที่มีส่วนสำคัญต่อเนื้อเรื่อง และ 3) การตัดต่อ ในที่นี้หมายถึงการจัดการกับพื้นที่และเวลาในภาพยนตร์ที่สัมพันธ์กับการเล่าเรื่อง เช่น มีการให้สัดส่วนการนำเสนอตัวละครชาวอีสานมากกว่าภูมิภาคอื่น หรือเนื้อหาเกี่ยวกับอีสานมีมากกว่าภูมิภาคอื่น

เมื่อพิจารณาภาพยนตร์อีสานในศตวรรษ 2550 เป็นต้นมา นอกจากในเชิงปริมาณแล้ว สิ่งที่ผู้วิจัยพบว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจคือ ความหลากหลายภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในแง่ของปัจจัยและทุนการผลิต รวมทั้งการเติบโตของผู้ผลิตภาพยนตร์อิสระ

ภาพที่ 1.1 รายได้ภาพยนตร์อีสานที่โดดเด่นจากทั่วประเทศ ในปี 2553 - 2563

ที่มา: Creative Economy Agency (2564)

ในปี 2560 ภาพยนตร์อีสานเรื่อง “ไทบ้านเดอะซีรีส์” โดยสุรศักดิ์ ป้องศร ทำรายได้ไป 37 ล้านบาท จากการลงทุนเพียง 2 ล้านบาท (*“จักรวาลไทบ้านฯ” ทำเงินรวมกันทั่วประเทศทะลุ 200 ล้านบาทแล้ว*, 2561) ในปีเดียวกัน ภาพยนตร์เรื่อง “ส่ม ภัค เสี่ยน” โดยบุษราคัม วงษ์คำเหลา ทำรายได้ทั่วประเทศกว่า 210 ล้านบาท ซึ่งมากกว่าภาพยนตร์เรื่อง “เพื่อน..ที่ระลึก” จากค่ายใหญ่ จีดีเอช ห้าห้าเก้า ที่ทำรายได้ไปเพียง 35 ล้านบาท และในปีต่อมา 2561 ภาพยนตร์เรื่อง “นาคี 2” ทำรายได้ประมาณการทั่วประเทศไปกว่า 417.55 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน), 2564) ขึ้นสู่ภาพยนตร์ทำรายได้สูงสุดอันดับ 9 ของไทย

ผู้วิจัยพบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า การถือกำเนิดขึ้นของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 เป็นต้นมา มิได้มาจากระบบการผลิตของบริษัทขนาดใหญ่เพียงฝ่ายเดียวอีกต่อไป เกิดบริษัทขนาดเล็กในท้องถิ่นที่สามารถหาสถานที่จัดฉายและทำเงินได้ทัดเทียมหรือบางครั้งมากกว่าภาพยนตร์อีสานจากค่ายใหญ่อีกด้วย การศึกษาเพื่อนำไปสู่การค้นพบความหลากหลายในเชิงรายละเอียด ให้เห็นความเข้มอ่อนของปฏิบัติการที่อยู่ภายใต้อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานจึงเป็นประเด็นต่อมาที่ผู้วิจัยให้ความสนใจ

ด้วยรายได้และกระแสตอบรับที่สวนทางกับ ‘ภาพยนตร์ไทยกลาง’ หลายเรื่อง การถือกำเนิดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานจึงเป็นประเด็นสำคัญที่น่าสนใจให้เข้าไปทำการศึกษา โดยผู้วิจัยมองถึงบริบทที่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมนี้ขึ้นมาจากฐานคิดที่ว่า เราไม่สามารถเข้าใจปรากฏการณ์ใด ๆ ได้ หากละเลยการทำความเข้าใจบริบททางสังคมที่อยู่รายรอบ ณ ขณะนั้นได้ เนื่องจากภาพยนตร์คือการสื่อสารที่ต้องมีทั้งผู้ผลิต สังคม และผู้ชม อุตสาหกรรมภาพยนตร์จึงไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างโดด ๆ โดยไม่มีความสัมพันธ์กับสิ่งใดเลย อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกตั้งแต่ถือกำเนิดจนถึงปัจจุบัน ล้วนแต่สัมพันธ์กับโลกทางสังคมในมิติต่าง ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม เทคโนโลยี ดังนั้น แนวคิดเรื่องสังคมวิทยาสื่อ (media sociology) จึงถูกนำมาใช้เป็นหลักของงานวิจัยชิ้นนี้เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ดังกล่าว เพื่อสำรวจว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานก่อนปี 2550 นั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างจากหลังปี 2550 อย่างไร และสัมพันธ์กับโลกทางสังคมระดับต่าง ๆ อย่างไรบ้าง

นอกจากนี้ ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์อีสานเอง เกิดความหลากหลายที่น่าสนใจ ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่องไทบ้านเดอะซีรีส์ มีผู้กำกับ นักแสดง ทีมงาน รวมไปถึงนายทุนเป็นชาว

อีสานทั้งหมด ผู้กำกับไม่มีทุนทางสังคมและไม่มีชื่อเสียงในธุรกิจภาพยนตร์กระแสหลัก ต่างจากภาพยนตร์เรื่องส่มภัคเสี่ยน ผู้กำกับเป็นบุตรสาวของเพชรทาย วงษ์คำเหลา นักแสดงตลกชื่อดังและเป็นเจ้าของค่ายสร้างภาพยนตร์ “บั้งไฟฟิล์ม” ที่ส่วนมากผลิตภาพยนตร์ให้กับสหมงคลฟิล์ม ส่วนภาพยนตร์เรื่องนาคี 2 ต่อยอดจากละครโทรทัศน์ชื่อเรื่องเดียวกัน โดยผู้กำกับ พงษ์พัฒน์ วชิรบรรจง เป็นชาวภาคกลาง และนักแสดงนำหลักล้วนแต่เป็นชาวภาคกลาง ผลิตโดยบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ มิใช่บริษัทผลิตภาพยนตร์ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตามคำอธิบายของอนงค์นาฏ รัศมีเวียงชัย (2558) และ ภาณุ อารี (2563) โดยแบ่งโครงสร้างออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ 1) การสร้างหรือการผลิตภาพยนตร์ (production) 2) การจัดจำหน่ายภาพยนตร์ (distribution) และ 3) การเผยแพร่ จัดฉาย และจัดแสดงภาพยนตร์ (exhibition) มาเป็นโครงสร้างหลักในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อแรกนี้ ว่าในแต่ละส่วน ระบบสตูดิโอ (studio filmmaking) และระบบอิสระ (independent filmmaking) เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร เหมือนหรือต่างกันหรือไม่ และสัมพันธ์กับปัจจัยและบริบทต่าง ๆ อย่างไร

เบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่า การศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์ในไทย เน้นหนักไปที่การศึกษาตัวบทและผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่ การศึกษากระบวนการผลิตและความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมกับบริบททางสังคมที่เป็นการมองในภาพใหญ่ เป็นช่องว่างทางการศึกษาที่ขาดหายไป ในขณะที่ภาครัฐมีการให้ความสนใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในฐานะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศ และยังเห็นความเป็นไปได้จากประเทศอื่น เช่น ประเทศเกาหลีใต้ ที่จะสามารถผลักดันให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเภทนี้ กลายมาเป็นปัจจัยที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมากยิ่งขึ้น การที่ยังมีผู้สนใจในเรื่องเหล่านี้ไม่มากจึงเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องมีงานศึกษามาเติมเต็ม อีกทั้งการศึกษาลงลึกไปถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับภูมิภาค เป็นองค์ความรู้ที่ยังขาด สวนทางกับปริมาณการเติบโตของภาพยนตร์ภูมิภาคในทศวรรษที่ผ่านมา การวิจัยนี้จึงสำคัญทั้งในแง่ของการเติมเต็มช่องว่างในภาพยนตร์ไทยศึกษา และช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานร่วมสมัยและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อนำไปสู่คำตอบที่จะสามารถเกิดประโยชน์ทั้งในเชิงนโยบาย และในเชิงการดำเนินธุรกิจ

การประกอบสร้างความเป็นอีสานผ่านภาพยนตร์

เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมตั้งแต่ระบบการผลิต ปัจจัยและบริบททางสังคมลงไปจนถึงการทำงานของนักสร้างสรรค์ภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ การทำความเข้าใจความเป็นอีสานที่สื่อสารผ่านภาพยนตร์ จึงมีความสำคัญ ในขณะที่ประเทศไทยใช้ภาษาภาคกลางเป็นภาษาราชการ เหตุใดภาพยนตร์พูดอีสานและเล่าเรื่องราวที่มีแกนกลางเกี่ยวกับผู้คนและสังคมอีสานจึงสามารถสื่อสารเชื่อมโยงกับผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ และเชื่อมโยงกับโลกได้ ตัวเนื้อหาสารในภาพยนตร์นั้นมีลักษณะอย่างไร ใช้ความเป็นอีสานมาสนทนากับโลกภายนอกอย่างไร

ในการศึกษาการประกอบสร้างความเป็นอีสานนั้น ผู้วิจัยมองเห็นความเป็นอีสานในฐานะอัตลักษณ์ที่มีความหลากหลายและลื่นไหล มีการต่อสู้ ต่อรอง และช่วงชิงความหมายอยู่ตลอดเวลา โดยจากงานศึกษาที่ผ่านมา เช่น ในเพลงอีสานร่วมสมัยในปัจจุบัน พบว่า มีทั้งเพลงที่ย้อนไปเคารพดนตรีอีสานแบบเดิม ๆ ที่กล่าวถึงเรื่องราวของการต่อสู้แข่งขัน การเดินทาง ธุรกิจ พื้นที่หรือสถานที่ ธรรมชาติ สัตว์ พืช การศึกษา มนุษย์ อาหาร การรักษาโรค เครื่องใช้และสิ่งปลูกสร้าง วัตถุสิ่งของ ภัยพิบัติ และการประหยัดอดออม (อัษฎาวุธ ไสยรส , 2558) และมีทั้งดนตรีที่ประยุกต์ผสมผสานเข้ากับดนตรีตะวันตกในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น วงกู่แคน มีการแต่งเพลงโดยการนำเนื้อร้องกลอนลำอีสานมาผสมกับเครื่องดนตรีตะวันตก และนำเสนอตัวตนผ่านการแต่งกายด้วยการสวมสูท เสื้อยืดกางเกงยีนส์ พาดผ้าขาวม้า เป็นต้น

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องภาพตัวแทน (representation) และแนวคิดเรื่องภาษาภาพยนตร์ (film grammar) มาใช้นำทางในการหาคำตอบนี้ เนื่องจากภาพยนตร์ คือ ภาพตัวแทนประเภทภาพเคลื่อนไหวที่มองเห็นได้ผ่านทางสายตา (visual representation) ที่สจ๊วต ฮอลล์ (Hall, 1997) เสนอไว้ว่า สิ่งต่าง ๆ นั้น เดิมไม่เคยมีความหมายตายตัว ไม่เคยมีคำอธิบายเพียงความหมายเดียว ภาพตัวแทน จึงเป็นการหยิบผู้คน เหตุการณ์ หรือสิ่งต่าง ๆ มาสร้างภาพแทนตัวหรือให้ความหมายสิ่งนั้นใหม่ เกิดเป็นความหมายขึ้น

"อีสานเป็นดินแดนที่แห้งแล้ง ผู้คนยากจนแร้นแค้น พื้นดินแตกระแหง ผู้คนเดินทางเข้ากรุงเทพเพื่อใช้แรงงาน ส่วนใหญ่มักเป็นกรรมกร หรือคนรับใช้ภายในบ้านคนมีฐานะ" ประโยคข้างต้น เป็นภาพตัวแทนของชาวอีสาน เป็นความหมายหลักที่ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางหลักอย่างละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือบทเพลงที่แต่งโดยครูเพลงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ มาเป็นเวลานาน

การถูกกดทับผ่านความหมายเหล่านี้ จึงนำไปสู่คำถามที่ว่า แล้วผู้กำกับภาพยนตร์อีสาน ที่ในอีกบทบาทหนึ่งก็เป็นผู้รับสารมาก่อน จะมีวิธีต่อสู้หรือต่อรองในเชิงความหมายระหว่างความจริงชุดเก่าและชุดใหม่และสื่อสารออกไปผ่านภาษาภาพยนตร์ของตนอย่างไร โดยเฉพาะเมื่อภาพยนตร์สามารถถูกผลิตโดยผู้คนที่หลากหลายขึ้น และไม่จำเป็นต้องอยู่ภายใต้ทุนขนาดใหญ่เพียงอย่างเดียว

การวิจัยนี้ ต้องการฉายให้เห็นการประกอบสร้างความหมายและการต่อรองของนักสร้างสรรค์ภายใต้บริบทของการผลิตสื่อบันเทิงที่ส่วนใหญ่มีผลกำไรเป็นเป้าหมายของการดำเนินงาน สมสุข หินวิมาน (2558) กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งผลิตคุณค่า ความหมาย สัจจะ/ความจริง ความคิด จิตสำนึก และอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ของผู้คนในสังคม เช่น ภาพยนตร์กำหนดว่าความหมายคืออะไร และอะไรควรเป็นเช่นไร แต่ภาพยนตร์ก็เป็นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ที่ล้วนแล้วแต่มองวัฒนธรรมเป็นสินค้า มีการผลิตขึ้นโดยนายทุน ที่จะขายป้อนให้สินค้านั้นกลับมาให้มวลชนได้เสพ ดังนั้นในที่สุด คุณค่า/ความหมาย/สุนทรียะของวัฒนธรรมเหล่านั้นก็จะถูกลิดรอนลง คำถามก็คือ เมื่อภาพยนตร์อีสานถูกพัฒนาให้กลายเป็นสินค้าในระบบอุตสาหกรรม ตัวตน/คุณค่า/ความหมายและสุนทรียะของวัฒนธรรมอีสานจะถูกลดทอนลงหรือไม่ รวมทั้งผู้ผลิตภาพยนตร์อีสานที่สร้างสรรค์ผลงานภายใต้โลกทางสังคมและปัจจัยทางการผลิตที่แตกต่างกันจะมีการต่อรองอย่างไรในกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมดังกล่าว

แม้ปัจจุบัน การถกเถียงเกี่ยวกับภาพลักษณ์อีสานเก่ากับการรับรู้ภาพลักษณ์อีสานใหม่จะเริ่มขยับไปสู่จุดที่ผู้คนเริ่มมองภาพความอีสานเท่ากับความเป็นเมืองไม่ต่างจากส่วนกลางบ้างแล้ว แต่เรายังพบความหมายเดิม ๆ ปลูกฝังอยู่ในละครท้องถิ่นหรือละครภูมิภาคผ่านกระบวนการบิดเบือน (misrepresentation) และการมองข้าม (under representation) อยู่บ้าง แม้แต่ในคนอีสานด้วยกันเอง ณัฏฐธิดา จันเทร์มะ (2559) และอุกฤษฏ์ เฉลิมแสน (2561) ต่างก็ค้นพบว่า ถึงบางส่วนจะต่อรองและนิยามความเป็นอีสานใหม่โดยผสมผสานความเป็นอีสานกับวัฒนธรรมโลก แต่ชาวอีสานอีกส่วนหนึ่งหรือแม้แต่เน็ตไอดอลอีสานบางคนก็ย้อนกลับไปหาอัตลักษณ์อีสานในอดีตที่สื่อถึงชีวิตที่เรียบง่าย ความเป็นชนบท ดังนั้น การประกอบสร้างความหมายทางสังคมจึงไม่ใช่กระบวนการที่เป็นเส้นตรง ทางเดียว หรือเป็นการต่อสู้ต่อรองที่มีการแบ่งพรรคหรือแบ่งฝ่ายได้ชัดเจน แต่มีความซับซ้อน ไม่ลงตัว และแม้กระทั่งอาจขัดแย้งกันเอง ขึ้นอยู่กับจุดยืนของแต่ละบุคคลในการตีความ งานวิจัยนี้จึงจะศึกษาการประกอบสร้างความเป็นอีสานในภาพยนตร์อีสาน

ผ่านการวิเคราะห์ตัวบทโดยผู้วิจัย ร่วมกับการสัมภาษณ์วิธีคิดและมุมมองในการสร้างสรรค์งานของผู้ผลิต เพื่อช่วยแกะให้เห็นมิติความซับซ้อนดังกล่าว ซึ่งการศึกษาในประเด็นนี้ถือเป็นการขยายองค์ความรู้ในเรื่องการต่อสู้ทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อยในอีกทางหนึ่ง

ในงานวิจัยนี้ นอกเหนือจากการทำความเข้าใจความเป็นอีสานในความหมายที่ภาพยนตร์สื่อสารออกมาดังที่กล่าว ผู้วิจัยยังมองถึงการนำพาประเด็นการถกเถียงเรื่องความเป็นอีสานใหม่ให้ไปไกลกว่าการต่อสู้ทางความหมาย เช่น การนำเอกลักษณ์เฉพาะทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ มาเป็นเชื้อพันธุ์ของความคิดสร้างสรรค์ เกิดการสร้างงานที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ ขณะเดียวกันก็ยังมีความเป็นสากลมากพอที่สื่อสารกับผู้รับสารได้ในวงกว้างในระดับชาติ หรืออาจถึงในระดับสากล เพื่อให้งานชิ้นนี้มีส่วนช่วยการผลักดันอุตสาหกรรมย่อยในภูมิภาคต่าง ๆ ในการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมของตนมาพัฒนาเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเองและช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศได้อย่างยั่งยืนและถาวร

1.2 คำถามงานวิจัย

1. กระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เกิดจากปัจจัยใด และภายใต้บริบททางสังคมอย่างไร
2. ความเป็นอีสานถูกประกอบสร้างอย่างไรในภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยและบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550
2. เพื่อศึกษาการประกอบสร้างภาพความเป็นอีสานในภาพยนตร์ตั้งแต่ทศวรรษ 2550

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจปัจจัยและบริบทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นข้อมูลในกระบวนการตัดสินใจในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภูมิภาคของตน

2. ทำให้เข้าใจโครงสร้างและลักษณะการดำเนินงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภูมิภาคของตน

3. ผู้สร้างภาพยนตร์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้มองเห็นการประกอบสร้างความหมายความเป็นอีสานผ่านภาพยนตร์ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 และสามารถนำความหมายที่ถูกประกอบสร้างเหล่านี้ไปพัฒนาต่อยอดในผลงานของตนได้ในทิศทางที่หลากหลาย

4. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางนโยบายและสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มองเห็นถึงปัจจัยในการช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับภูมิภาคให้มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับประเทศและในระดับนานาชาติในอนาคตได้

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานและภาพยนตร์อีสานที่ออกเผยแพร่ในเชิงพาณิชย์ ระหว่างปี พ.ศ. 2550-2564

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

อีสานแมส คือ ความเป็นอีสานที่ได้รับความนิยมในวัฒนธรรมกระแสหลัก มิใช่เพียงความนิยมเฉพาะกลุ่มหรือเพียงแต่ในภูมิภาคอีสานอีกต่อไป หากแต่ปรากฏพบเห็นได้ทั้งในละครรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง ทั้งประเพณี ภาษา ลายผ้า รวมไปถึงอาหารการกิน เช่น อาหารอีสานบนห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นกว่ายุคก่อนทศวรรษ 2550 อย่างมีนัยสำคัญ

อีสานใหม่ คือ พื้นที่ของการต่อสู้และต่อรองความเป็นอีสานที่ไหลเลื่อนและหลากหลาย ซึ่งมีทั้งภาพลักษณ์อีสานแบบเดิมและแบบใหม่ ๆ แตกต่างจากในอดีตที่มีเพียงภาพลักษณ์เดียวและหยุดนิ่งตายตัว

ภาพยนตร์อีสาน คือ ภาพยนตร์ที่สื่อถึงความเป็นอีสานผ่านภาษาภาพยนตร์ ได้แก่ 1) ภาพ เช่น ตัวละคร การแต่งกาย สถานที่หลัก การจัดองค์ประกอบภาพ หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง 2) เสียง เช่น มีบทพูดอีสานเป็นภาษาหลักในเรื่อง หรือมีบทพูดอีสานในตัวละครหลักบางตัวที่มีส่วนสำคัญต่อเนื้อเรื่อง และ 3) การตัดต่อ เช่น มีการให้สัดส่วนการนำเสนอตัวละครชาวอีสานมากกว่าภูมิภาคอื่น หรือเนื้อหาเกี่ยวกับอีสานมีมากกว่าภูมิภาคอื่น

อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน คือ กระบวนการผลิต การจัดจำหน่ายและการจัดฉายภาพยนตร์อีสานในช่วงปี 2550-2564 ที่มีความหลากหลายในแง่ปัจจัยและทุนการผลิต

บริบททางสังคม ได้แก่ บริบทและสภาพการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง โดยเฉพาะบทบาทของรัฐ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี วัฒนธรรมการดำเนินงานภายในวงวิชาชีพสื่อและในธุรกิจสื่อภาพยนตร์ รวมถึงวัฒนธรรมในแง่แบบแผนและบรรทัดฐานในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมหรือวัฒนธรรมเฉพาะในแต่ละท้องถิ่นที่สัมพันธ์กับการชมภาพยนตร์ โดยโลกทางสังคมสามารถแบ่งออกได้เป็นโลกทางสังคมในระดับท้องถิ่นอีสาน โลกทางสังคมในระดับชาติ และโลกทางสังคมในระดับนานาชาติ/โลก

ภาพตัวแทนความเป็นอีสาน คือ ภาพความเป็นอีสานในภาพยนตร์ของตัวละครและอื่น ๆ ผ่านภาษาภาพยนตร์ เช่น ลักษณะทางกายภาพของตัวละคร การแต่งกาย สถานที่ บทพูด น้ำเสียงและลักษณะนิสัยตัวละคร เป็นต้น โดยมองทั้งสิ่งที่ปรากฏบนจอ สิ่งที่ถูกบิดเบือน และสิ่งที่ถูกมองข้าม

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งจะช่วยในการศึกษาทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานกับโลกทางสังคม โครงสร้างและลักษณะการดำเนินการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน ตลอดจนการประกอบสร้างความหมายความเป็นอีสานในภาพยนตร์ ประกอบด้วย 5 หัวข้อดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเรื่องสังคมวิทยาสื่อ

2.2 แนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมภาพยนตร์

2.3 แนวคิดเรื่องระบบการผลิตภาพยนตร์

2.4 แนวคิดเรื่องการสื่อสารของภาพยนตร์

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

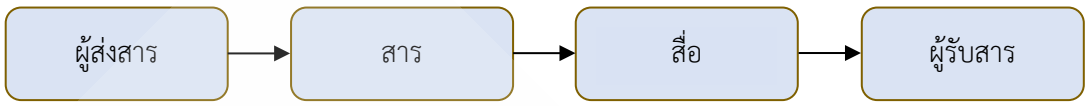
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมวิทยาสื่อ (Media Sociology)

เนื่องจากภาพยนตร์คือการสื่อสารที่ต้องมีทั้งผู้ผลิตและผู้ชม อุตสาหกรรมภาพยนตร์จึงไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างโดด ๆ โดยไม่มีความสัมพันธ์กับสิ่งใดเลย อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกตั้งแต่ถือกำเนิดจนถึงปัจจุบัน ล้วนแต่สัมพันธ์กับโลกทางสังคมในมิติต่าง ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม เทคโนโลยี ดังนั้น แนวคิดเรื่องสังคมวิทยาสื่อจึงถูกนำมาใช้เป็นหลักของงานวิจัยชิ้นนี้เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ดังกล่าว

2.1.1 แนวคิดเรื่องสังคมวิทยาสื่อ (Media Sociology)

แนวคิดเรื่องสังคมวิทยาสื่อ ถูกพัฒนาขึ้นมาโดยครูโทวและฮอยเนส (Croteau & Hoynes, 2019) พวกเขามองว่าเราไม่สามารถทำความเข้าใจในระบบของสื่อได้เลย หากไม่จับมันไปวางลงบนบริบทของโลกทางสังคมที่อยู่เบื้องหลัง เพราะถึงแม้มนุษย์จะมีอิสระในการเลือกกระทำ

การสิ่งต่าง ๆ (Human agency) แต่พวกเขาก็ยังมีโครงสร้างสังคม (Social structure) มาคอยแนะนำกำกับอยู่ดี และในยุคดิจิทัลที่ผู้คนกับสื่อนั้นมีปฏิสัมพันธ์กันทั้งในแบบผลักและดึง (push-pull relationships) โมเดลของสื่อในรูปแบบเดิมอย่างโมเดล SMCR ของเบอร์โลนั้นจึงไม่สามารถตอบโจทย์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสารได้อีกต่อไป



ภาพที่ 2.1 โมเดล SMCR ของเบอร์โล

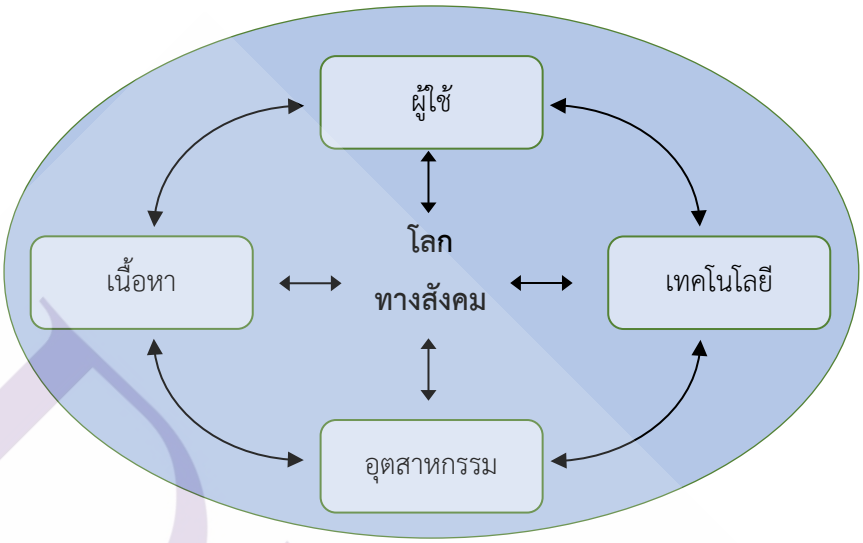
ที่มา: David Berlo (1960)

จากภาพที่ 2.1 โมเดลของเบอร์โลนั้น จำลองการสื่อสารออกมาแบบเป็นเส้นตรง ซึ่งเป็นโมเดลหลักที่การศึกษาเกี่ยวกับสื่อและการสื่อสารใช้เป็นรากฐานมาเป็นเวลานาน ครูโทวและฮอยเนส มองว่าผู้รับสารและผู้ส่งสารต่างมีอิทธิพลต่อกันมากขึ้น และผู้รับสารยังนั้นมีความกระตือรือร้นกว่าในอดีต ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเคลื่อนไหวอยู่ในโลกทางสังคมใดสังคมหนึ่งเสมอ เราจึงไม่สามารถเข้าใจระบบของสื่อได้เลยหากไม่นำบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองมาร่วมพิจารณา

ครูโทวและฮอยเนส พัฒนาโมเดลของเบอร์โลด้วยการขยายขอบเขตคำเดิม ถอยออกมามองในภาพที่กว้างมากขึ้น จากผู้ส่งสาร (Sender) กลายเป็นอุตสาหกรรม (Industry) สาร (Message) กลายเป็นเนื้อหา (Content) สื่อ (Channel) เป็นเทคโนโลยี (Technology) และจากผู้รับสาร (Receiver) เป็นผู้ใช้ (Users) ที่ทุกส่วนมีความสัมพันธ์ตามหัวลูกศรในภาพที่ 2.2 คือทั้งไปและกลับทั้งผลักและดึง และตัวแปรทั้ง 4 ล้วนมีปฏิสัมพันธ์กันภายใต้โลกทางสังคม ทั้งในฐานะที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น และยังเป็นสิ่งที่มนุษย์ได้รับอิทธิพลจากมัน

จากแผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับโลกทางสังคม **“อุตสาหกรรม”** คืออุตสาหกรรมสื่อทั้งหมดที่ผลิตสื่อขึ้นมา รวมถึงตัวสื่อเองด้วย เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ประกอบด้วยกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย ช่องทางการเผยแพร่และการจัดฉาย รวมถึงตัว

ภาพยนตร์เองด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมนั้น ส่วนใหญ่มักเกิดมาจากผลกระทบทาง **“เทคโนโลยี”**



ภาพที่ 2.2 แผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับโลกทางสังคม

ที่มา: David Croteau and William Hoynes (2019)

ตัวอย่างเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม เช่น การถือกำเนิดของโทรทัศน์ ที่ทำให้มีการปรับขนาดของจอในโรงภาพยนตร์มาเป็นแบบจอกว้าง มีการพัฒนาระบบภาพและเสียงเพื่อดึงดูดให้ผู้ชมออกจากบ้านมาชมภาพยนตร์ หรือการเปลี่ยนมาใช้ระบบดิจิทัลในการผลิตภาพยนตร์ ทำให้เกิดผู้ผลิตรายใหม่ขึ้นจำนวนมากเพราะอุปกรณ์มีราคาถูกลงและผู้คนเข้าถึงความรู้ทางการผลิตได้ง่ายขึ้นผ่านช่องทางอินเตอร์เน็ต โรงภาพยนตร์ระบบเก่าหลายแห่งต้องปิดตัวลงเพราะการเปลี่ยนระบบฉายนั้นมีค่าใช้จ่ายที่ไม่คุ้มค่า เป็นต้น

และตัวอุตสาหกรรมนี้เองจะเป็นผู้ผลิต **“เนื้อหา”** เช่น ภาพยนตร์เรื่องพี่มาก..พระโขนง มีเค้าโครงส่วนหนึ่งมาจากตำนานพื้นบ้านไทย ผลิตโดยจีทีเอช ผ่านกระบวนถ่ายทำ ตัดต่อ และจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งตระกูลภาพยนตร์ก็จะส่งอิทธิพลต่อผู้ผลิตภาพยนตร์อีกทางหนึ่งด้วย เช่น หากเป็นภาพยนตร์ตระกูลสยองขวัญ มักจะต้องมีฉากน่ากลัวปรากฏในภาพยนตร์เรื่องนั้น

“ผู้ใช้” อาจได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาสื่อที่พวกเขาได้รับชม แต่พวกเขาต้องตีความและประกอบสร้างความหมายขึ้นมาจากเนื้อหาเหล่านั้น นักสังคมวิทยาเรียกกระบวนการนี้ว่า เป็นกระบวนการประกอบสร้างความเป็นจริง (Croteau & Hoynes, 2019) ซึ่งหมายความว่า ถึงแม้ความจริงจะดำรงอยู่ แต่ผู้ใช้สามารถต่อรองความหมายของความจริงนั้นได้ เช่น หากในภาพยนตร์มีผู้หญิงคนหนึ่งสักลายไว้ที่กลางหลัง การที่หญิงสาวสักลายไว้ที่กลางหลังนั้นเป็นความจริง แต่ผู้ชมสามารถตีความหมายของศิลปะบนเรือนร่างแตกต่างกันไป บางคนอาจมองว่าสวยงาม บางคนอาจมองว่าเป็นพวกต่อต้านสังคม หรือบางคนอาจมองว่าเป็นคนหัวรุนแรง และความหมายของการสักลายนี้เอง เป็นสิ่งที่แต่ละคนประกอบสร้างขึ้นมาผ่านการสังเกตของพวกเขา ดังนั้น การตีความเนื้อหาสื่อจึงเป็นกระบวนการสำคัญหนึ่งของกระบวนการสื่อ

นอกจากนี้ ผู้ใช้ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เทคโนโลยีใหม่นั้นเกิดหรือดับด้วย เพราะในกระบวนการพัฒนาเทคโนโลยี งบประมาณที่จะนำมาใช้ในการสนับสนุนโครงการด้านเทคโนโลยีของบริษัทต่าง ๆ มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น หากผู้ใช้ไม่เลือกนำไปใช้หรือไม่เป็นที่นิยม นั่นเท่ากับว่าการพัฒนาเทคโนโลยีเหล่านั้นมาถึงทางตัน และทำให้โครงการเหล่านั้นถูกล้มเลิกไปในที่สุด

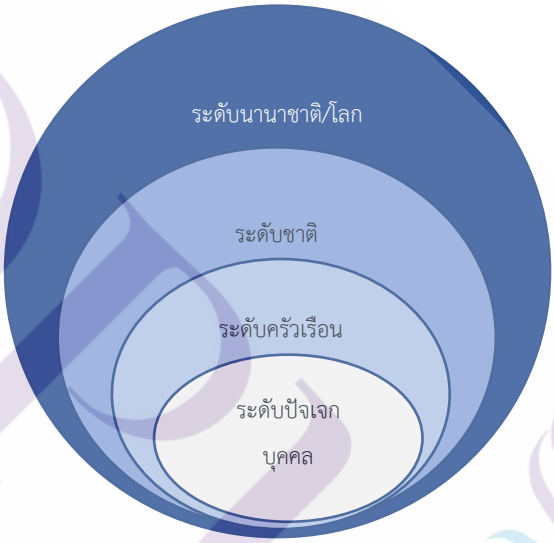
จะเห็นว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ในแผนภาพนั้น ทุกส่วนต่างก็สัมพันธ์กัน ส่งผลกระทบต่อกันและกัน และสัมพันธ์กับ **“โลกทางสังคม”** ที่ประกอบไปด้วย บริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง เช่น “ผู้ชม”ที่อยู่ตามภูมิภาคอาจไม่รู้สึกสอดคล้องกับ “เนื้อหา” ของภาพยนตร์จากภาคกลาง เมื่อวันหนึ่ง “ระบบเศรษฐกิจ” ทำให้ผู้คนเข้าถึง “เทคโนโลยี” และความรู้ได้ง่ายขึ้น “ผู้ใช้” จึงกลายมาเป็นผู้ผลิต กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของ “อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน” หรือความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองกับสื่อ อย่างที่รัฐไทยเข้ามามีบทบาทในการกำกับ ควบคุม ดูแลเนื้อหาภาพยนตร์ผ่านคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวิดีทัศน์ เพื่อไม่ให้มีประเด็นที่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของชาติ ความสงบเรียบร้อยและความมั่นคงของชาติ ตลอดจนการเมืองการปกครอง ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นต้น

ระดับของกิจกรรมทางธุรกิจสื่อมวลชน

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานกับโลกทางสังคม ภาพยนตร์อีสานเองมิได้มีความสัมพันธ์กับสังคมเพียงแค่ระดับภูมิภาค หากแต่ทั้งระดับชาติและ

ระดับโลก เช่น การทำรายได้ทั่วประเทศของภาพยนตร์เรื่องไทบ้าน เดอะซีรีส์ การได้รับรางวัลปาล์มทองคำ จากงานเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ครั้งที่ 63 ของภาพยนตร์เรื่องลุงบุญมีระลึกชาติ ดังนั้น การทำความเข้าใจเรื่องระดับของกิจกรรมทางธุรกิจสื่อมวลชนจะช่วยให้เข้าใจและการจัดระดับความสัมพันธ์ของศึกษามีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

อลัน บี. อัลบาร์แรน (Albarran, 2010 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน 2558) ได้กำหนดระดับที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์มิติเศรษฐกิจของสื่อมวลชนไว้เป็น 4 ระดับที่สัมพันธ์กัน ได้แก่ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับครัวเรือน ระดับชาติ และระดับนานาชาติ/โลก ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แสดงระดับการวิเคราะห์กิจกรรมทางเศรษฐกิจของสื่อสารมวลชน

ที่มา: Albarran, A. (2010 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2558)

จากภาพ ผู้วิจัยนำการศึกษาในระดับปัจเจกบุคคล มาใช้ในการศึกษาผู้ส่งสารกับตัวเนื้อหาสาร เพื่อใช้ตอบคำถามวิจัยในประเด็นเรื่องเนื้อหาความเป็นอีสานในภาพยนตร์เป็นหลัก ส่วนอีก 3 ระดับ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้กับการศึกษาบริบทโลกทางสังคมที่มาสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในหลายระดับ โดยผู้วิจัยเปลี่ยนระดับครัวเรือนเป็นระดับท้องถิ่นนิยม และอีก 2 ระดับยังคงเดิม ได้แก่ ระดับชาติ และระดับนานนาชาติ/โลก

2.1.2 แนวคิดเรื่องบริบททางสังคม (Social Context)

ในแผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับโลกทางสังคมนั้น ทุกความสัมพันธ์นั้นล้วนอยู่ใต้โลกทางสังคม โดยมีบริบททางสังคมเป็นองค์ประกอบสำคัญ ดังนั้น การทำความเข้าใจเรื่องดังกล่าวซึ่งเป็นหัวใจของการศึกษาในครั้งนี้จึงเข้ามาช่วยให้กรอบการศึกษามีความแข็งแรงและชัดเจนยิ่งขึ้น

ความหมายและองค์ประกอบของบริบททางสังคม

บริบท คือ วาทกรรมและสิ่งแวดล้อมวาทกรรมที่ช่วยให้เข้าใจความหมายของคำ ในการใช้ภาษา บางครั้งข้อความที่สื่อสารออกมาอาจไม่ชัดเจน จึงต้องอาศัยข้อความข้างเคียง บางครั้งต้องอาศัยสถานการณ์แวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับตัวผู้พูด ผู้ฟัง ซึ่งหมายรวมถึง ประวัติความเป็นมา สภาวะแวดล้อมของเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวนั้น ๆ ที่จะช่วยทำให้ผู้รับสาร เข้าใจความหมายของสิ่งที่ต้องการสื่อสารนั้นได้มากที่สุด คำหรือข้อความแวดล้อม รวมทั้งสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ ดังกล่าว เหล่านี้ เรียกรวมกันว่า context หรือ context of situation (สุรีพันธุ์ เสนานุช, 2557)

บริบทเป็นปัจจัยสำคัญในการทำความเข้าใจความหมาย เช่น คำว่า “ขอบใจ” อาจสื่อความหมายได้ทั้งทางบวกหรืออาจเป็นคำพูดเพื่อประชด ขึ้นอยู่กับบริบทว่ารูปประโยคของผู้พูดหรือน้ำเสียงของผู้พูดนั้นเป็นเช่นไร และรูปประโยค น้ำเสียง อากัปกิริยาท่าทางที่แสดงออกขณะพูดนั่นเอง เป็นบริบทที่จะช่วยให้เราเข้าใจความหมายของการสื่อสารนั้น หากเราตีความเพียงแค่ตัวประโยคที่ผู้สื่อสารพูดออกมา อาจไม่สามารถเข้าใจความหมายที่แท้จริงที่ผู้พูดต้องการสื่อสารได้

บริบททางสังคม (Social Context) คือ สภาพแวดล้อม และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่รายล้อมเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือ ประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ซึ่งบริบททางสังคมนั้นรวมไปถึงสภาพทางสังคม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ และการเมือง โดยในที่นี้จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

เดวิด ครูโทว และ วิลเลียม ฮอยเนส (Croteau & Hoynes, 2019) กล่าวว่า มนุษย์มักสร้างโลกทางสังคมขึ้นมา และก็ได้รับอิทธิพลจากมันไปพร้อม ๆ กัน **“สังคม”** กำหนด วัฒนธรรมประเพณี เช่น การแต่งกาย ภาษา ศาสนา คุณธรรม ขึ้นมาให้คนในสังคมปฏิบัติในฐานะแห่งความดีงามร่วมกันที่คนในสังคมยึดถือ หากต่างพื้นที่อาจมีวัฒนธรรมและประเพณีบางอย่างที่แตกต่างกัน

ส่วน **“เศรษฐกิจ”** นั้นเป็นเครือข่ายสังคมที่ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการตามอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับทั้งพัฒนาการด้านเทคโนโลยี ประวัติศาสตร์และสถาบันสังคม โดยสังคมส่งผลต่อเศรษฐกิจ และเศรษฐกิจก็ส่งผลต่อสังคมด้วยเช่นเดียวกัน ส่วน **“การเมือง”** เป็นกระบวนการและวิธีการที่นำไปสู่การตัดสินใจของกลุ่มคน โดยกิจกรรมทางการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้ทั่วไปในทุกกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์กัน รวมไปถึงใน อุตสาหกรรม องค์กร แวดวงวิชาการและวงการศาสนา จะเห็นว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ในบริบททางสังคมนั้น ล้วนส่งอิทธิพลต่อคนในสังคมทั้งในรูปแบบดึงและผลัก

บริบททางสังคมกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

สังคม เศรษฐกิจและการเมืองนั้น เชื่อมร้อยกันเป็นหนึ่งเดียวภายใต้โลกทางสังคม และบริบททางสังคมเหล่านี้เอง ล้วนมีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์มาตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน

1) สังคม เมื่อแรกมีภาพยนตร์เกิดขึ้นบนโลกนั้น ผู้คนให้การตอบรับเป็นอย่างดีจนแพร่กระจายออกไปทั่วโลก ในประเทศไทยเองก็เช่นกัน เมื่อได้รับความนิยม อุตสาหกรรมภาพยนตร์ก็เริ่มต้นขึ้นและมีผู้คนเข้ามาอยู่ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมจำนวนมาก จากที่ต้องนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศมาฉาย ก็เริ่มมีความต้องการชมภาพยนตร์ที่เป็นของประเทศตนเอง เกิดภาพยนตร์เรื่อง “นางสาวสุวรรณ” ซึ่งถือเป็นภาพยนตร์ข้ามวัฒนธรรม (transnational cinema) เรื่องแรกในไทยเพราะใช้นักแสดงชาวไทยแต่ทีมงานทั้งหมดเป็นชาวต่างชาติ และไม่กี่ปีต่อมาก็ถือกำเนิดภาพยนตร์ไทยเรื่องแรก “โชคสองชั้น” จากนั้น วัฒนธรรมการชมภาพยนตร์ วัฒนธรรมการพูดถึงภาพยนตร์ ไปจนถึงการวิจารณ์ภาพยนตร์ ก็กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย ที่ปรับเปลี่ยนเรื่อยมาตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 ประชาชนต้องกักตัวอยู่บ้าน ผู้ชมบางส่วนเริ่มหันไปนิยมการรับชมภาพยนตร์ผ่านช่องทางการสตรีมมิ่งออนไลน์มากขึ้น

2) เศรษฐกิจ อุตสาหกรรมหมุนเวียนเศรษฐกิจ และเศรษฐกิจนั้นก็กลับมาขับเคลื่อนอุตสาหกรรม การทำรายได้ของภาพยนตร์ที่นำเข้ามาฉายในไทยช่วงแรก ทำให้อุตสาหกรรมเกิดพัฒนาการ มีการแข่งขันทั้งระบบการจัดฉาย จากฉายในกระโจมมาเป็นการล้อมสังกะสี และพัฒนาต่อมาเป็นโรงภาพยนตร์ถาวร มีบริษัทผลิตภาพยนตร์เกิดขึ้น มีการแข่งขัน มีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ใบปลิว รถแห่ ซึ่งอุตสาหกรรมมีการปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีอยู่ตลอด เช่น เมื่อ

เกิดโทรทัศน์จนปริมาณผู้ชมภาพยนตร์ลดลง ก็มีการปรับขนาดจอ ปรับระบบเสียง และผลิตภาพยนตร์เพื่อให้ได้อรรถรสการชมเฉพาะในโรงที่การชมผ่านโทรทัศน์ให้ไม่ได้ เมื่อมีการเปลี่ยนระบบการผลิตและจัดฉายจากฟิล์มมาเป็นดิจิทัล ก็ส่งผลให้โรงภาพยนตร์แบบเดิมปิดกิจการเป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่มีงบประมาณลงทุนในอุปกรณ์จัดฉาย เป็นต้น อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบันเทิงหลักที่ทำรายได้ให้กับประเทศ รัฐจึงมีการเข้ามาสนับสนุนไปจนถึงเข้ามาดูแลเนื้อหา

3) การเมือง เมื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ส่งอิทธิพลต่อผู้ชมจำนวนมาก การเข้ามาควบคุมกำกับดูแลเนื้อหาจึงเป็นความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่รัฐเข้ามาเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น ในยุคแรก มีการออก พ.ร.บ.ภาพยนตร์ 2473 เพื่อควบคุมเนื้อหาให้อยู่ในความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดี หรือในปัจจุบัน มีคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ที่ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติ ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ พศ. 2551 ที่คอยควบคุมดูแลภาพยนตร์ทุกเรื่องก่อนนำออกฉาย เป็นต้น การปลูกฝังค่านิยมต่าง ๆ ผ่านภาพยนตร์ รวมถึงภาษา ที่ส่วนใหญ่เป็นภาษาไทยภาคกลางก็ถือเป็นการสนับสนุนแนวคิดชาตินิยมทางหนึ่งผ่านพลังอ่อน (soft power) เมื่อชาวอีสานชมภาพยนตร์ จึงไม่พบตนเองในนั้น พบแต่เพียงคนที่เขาต้องการจะเปลี่ยนไปเป็น

ภาพยนตร์ศึกษากับบริบททางสังคม

ในการศึกษาเรื่องสื่อโดยเฉพาะภาพยนตร์ จากการสำรวจในเบื้องต้น ภาพยนตร์ไทยศึกษาส่วนมากมักเน้นไปที่การศึกษาความสัมพันธ์เป็นคู่ ๆ โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่าง<u>ผู้ใช้กับอุตสาหกรรม</u> เช่น ความคิดเห็นของประชาชนที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตจตุจักร (วันทนา ตันติดำรงค์ และคณะ, 2546) ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ 4 มิติ (ดาววดี เพชรบรม, 2559) ปัจจัยที่มีผลต่อวัยรุ่นไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทย (ประมวล เก่งชน, 2551) เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาความสัมพันธ์คู่อื่น อย่าง<u>อุตสาหกรรมกับเนื้อหา</u> เช่น การศึกษาการสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน (จิรยุทธ์ สินธุพันธุ์, 2559) กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของภาพยนตร์โรแมนติกคอมเมดีของจีทีเอช (อิทธิฤทธิ์ อึ้งสกุล, 2556) <u>เนื้อหากับผู้ใช้และโลกทางสังคม</u> เช่น การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (ฐานิตา พันธุ์มณี, 2555) อุตสาหกรรมกับโลกทางสังคม เช่น สถานภาพความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (มนฑิรา ธาดาอำนวยชัย, 2552) ความสอดคล้องของโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์ไทยกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) (ฐณยศ โล่พัฒนานนท์ และคณะ, 2563) เทคโนโลยีกับอุตสาหกรรม เช่น การศึกษารูปแบบการจัดที่นั่งกับการออกจากอาคารโรงภาพยนตร์ขนาดกลางในสถานการณ์ปกติโดยใช้วิธีการจำลองสถานการณ์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (เธียรธาดา หิรัญญะชาติธาดา, 2556) เป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์ในไทยนอกจากเน้นไปที่ความสัมพันธ์แล้ว ยังมีการศึกษาองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งโดยเฉพาะอีกด้วย เช่น กระบวนการสร้างสรรค์งานของนักออกแบบเสียงภาพยนตร์ไทย (นวัช รัตนบรรณกิจ, 2558) ที่เน้นการศึกษาไปที่กระบวนการผลิตซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรม หรือพัฒนาการทางความคิดและการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ของบรรจง ปิสัญธนะกูล (ฉัตรระวี มหิธิธรรมธร, 2558) ก็เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในส่วนของอุตสาหกรรมเช่นเดียวกัน

เมื่อมองในภาพรวม จึงยังพบการศึกษาที่ทำการสำรวจภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีความสัมพันธ์กับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง พร้อม ๆ กันในปริมาณไม่มาก โดยเฉพาะเมื่อต้องสัมพันธ์กับองค์ประกอบอย่าง เทคโนโลยี ผู้ใช้ และเนื้อหา ในแง่นี้ การวิจัยนี้จึงเป็นการช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ในด้านภาพยนตร์ศึกษาในแง่ที่จะฉายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่โยงใยเป็นเครือข่ายกับบริบททางสังคม และแม้จะเป็นการศึกษาที่เจาะจงภาพยนตร์ภูมิภาค แต่ข้อค้นพบจากงานวิจัยย่อมจะช่วยให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในบางแง่มุม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ก่อนจะทำการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน เราจำเป็นต้องถอยออกมามองในภาพกว้าง เพื่อทำความเข้าใจอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกเสียก่อน เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้าง องค์ประกอบ ลักษณะเฉพาะของแต่ละประเทศ จนสามารถ

นำมาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานซึ่งเป็นหน่วยย่อยในนั้นได้

ภาพยนตร์มักถูกมองใน 2 ฐานะ คือ ฐานะศิลปะแขนงที่ 7 และฐานะธุรกิจหรืออุตสาหกรรม โดยอนงค์นาฏ รัศมีเวียงชัย (2558) ได้อธิบายสาเหตุที่ภาพยนตร์ถูกมองในฐานะอุตสาหกรรมเพราะภาพยนตร์ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญา ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง การลงทุนในอุตสาหกรรมมีความเสี่ยงสูงและอาจให้ผลตอบแทนสูง มีแหล่งรายได้ และใช้การผลิตอย่างเป็นระบบอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) (กระทรวงวัฒนธรรม, 2559) ได้ให้ความหมายของ “อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์” ไว้อย่างกว้าง ๆ ว่าหมายความถึง อุตสาหกรรมสารัตถะ (content industry) ได้แก่ งานสร้างสรรค์ที่เป็นภาพหรือเสียงหรือทั้งภาพและเสียงซึ่งสามารถนำมาฉายต่อกันได้ อันได้แก่ ภาพยนตร์ แอนิเมชั่น ละครชุด เกม เพลง คาราโอเกะ มิวสิควีดีโอ รวมทั้งการออกแบบ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ เกมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ (e-learning) คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (computer assisted instruction : CAI) เนื้อหาต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือ (mobile content) และการออกแบบเว็บไซต์ (web design)

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ครอบคลุมไปทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ดังที่ คริสโตเฟอร์ โนแลน เขียนไว้ใน The Washington Post (อ้างถึงใน Nuttyctophilia, 2563) ว่า

> *“เมื่อผู้คนคิดถึงภาพยนตร์ ก็จะนึกถึงดารา สตูดิโอภาพยนตร์ และความหรูหราไว้ก่อน แต่ธุรกิจภาพยนตร์นั้นเกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย กลุ่มคนที่มีสิทธิ์การฉาย จัดการเรื่องอุปกรณ์ จัดการตั๋ว ฝ่ายจองตั๋ว ขายโฆษณาและกระทั่งล้างห้องน้ำในโรงภาพยนตร์”*

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ จึงเป็นกิจกรรมที่ใช้ทุนและแรงงานในการผลิตภาพยนตร์ ก่อนถูกนำเผยแพร่สู่ผู้บริโภคผ่านการจัดจำหน่ายต่อไป (ภาณุ อารีย์, 2563) ดังนั้น การศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จึงเริ่มจากการทำความเข้าใจโครงสร้างของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นขั้นตอนแรก

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์

หากมองสื่อสารมวลชนในแง่มิติเศรษฐกิจแล้ว สมสุข หินวิมาน (2558) กล่าวว่า กระบวนการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ จะแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต (production) ขั้นตอนแพร่กระจาย (distribution) และขั้นตอนการบริโภค (consumption)

อนงค์นาฏ รัศมีเวียงชัย (2558) มองภาพรวมโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยว่า แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการสร้างภาพยนตร์ (production) ธุรกิจการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ (distribution) และธุรกิจจัดฉายภาพยนตร์และแสดงภาพยนตร์ (exibition) ซึ่งสอดคล้องกับ ภาณุ อารี (2563) ที่แบ่งโครงสร้างของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การผลิตภาพยนตร์ การจัดจำหน่ายภาพยนตร์ และช่องทางการเผยแพร่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 การผลิตภาพยนตร์ เป็นกระบวนการที่บุคคลหรือองค์กร ลงทุนผลิตภาพยนตร์ผ่านการจ้างบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้อำนวยการผลิต ผู้กำกับภาพยนตร์ คนเขียนบท นักแสดง ทีมงานผลิตอื่น ๆ เพื่อทำการผลิตภาพยนตร์จนเสร็จสมบูรณ์

ส่วนที่ 2 การจัดจำหน่ายภาพยนตร์ เป็นกระบวนการในการทำให้ภาพยนตร์เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผ่านการวางแผนการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงประสานงานกับช่องทางจัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่ดำเนินการโดยบริษัทจัดจำหน่าย และประสานงานกับช่องทางเผยแพร่ภาพยนตร์ที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงภาพยนตร์

ส่วนที่ 3 ช่องทางการเผยแพร่ เป็นจุดหมายปลายทางที่ภาพยนตร์จะถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ ซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วย 1) โรงภาพยนตร์ 2) ช่องทางวิดีทัศน์ 3) ช่องทางวิดีโออนดีมานด์ และ 4) ช่องทางโทรทัศน์

1) โรงภาพยนตร์ ถือเป็นช่องทางการเผยแพร่สู่สาธารณะช่องทางแรก โดยระยะเวลาที่ภาพยนตร์ถูกฉายในโรงภาพยนตร์ขึ้นอยู่กับความนิยมในภาพยนตร์เรื่องนั้น ภาพยนตร์บางเรื่องอาจถูกฉายไม่เกิน 4 วัน แต่โดยเฉลี่ยแล้วภาพยนตร์จะถูกฉายในโรงภาพยนตร์นานที่สุดไม่เกิน 3 เดือน

2) ช่องทางวิดีทัศน์ เป็นช่องทางของการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในรูปของแผ่นวิดีทัศน์ประเภทดีวีดีและบลูเรย์ ซึ่งจะเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้ซื้อและเช่าไปชมหลังจากภาพยนตร์ได้ฉายในโรงภาพยนตร์ไปแล้วระยะเวลาหนึ่ง

3) ช่องทางวิดีโอออนดีมานด์ เป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเลือกชมภาพยนตร์ผ่านเครื่องรับประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือ ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1.ประเภทชำระค่าบริการต่อการชมภาพยนตร์หนึ่งเรื่อง (Transactional video on demand) และ 2.ประเภทบอกรับสมาชิก (subscription video on demand) ซึ่งผู้ใช้ต้องสมัครสมาชิกก่อนถึงเข้าชมภาพยนตร์ได้ โดยอาจมีทั้งแบบรายเดือน รายปี หรือตลอดชีพ

4) ช่องทางโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งได้เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะ(Free Television) และสถานีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (pay tv) ผู้ประกอบการโทรทัศน์จะซื้อลิขสิทธิ์จากผู้ผลิตภาพยนตร์แล้วนำออกฉายในระยะเวลาที่ต่างกัน โดยส่วนใหญ่แล้วสถานีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกจะได้รับชมภาพยนตร์เรื่องใหม่เร็วกว่าสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

โครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศต่าง ๆ

แม้โครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไปตามบริบทแต่ละประเทศ แต่ภาณุมองว่า ทุกประเทศล้วนมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับส่วนใดส่วนหนึ่งใน 3 ส่วนของโครงสร้างนี้ทั้งสิ้น ภาณุคัดเลือกประเทศทั้ง 8 จากหลักเกณฑ์เรื่องรายได้และบทบาทในอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกมาทำการอธิบาย และเมื่อนำองค์ประกอบในโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของแต่ละประเทศมาวางเปรียบเทียบกัน จะเห็นความแตกต่างกันดังในตารางที่ 2.1

จากตาราง จะเห็นว่า ประเทศที่ประกอบไปด้วยโครงสร้างทั้ง 3 ส่วนครบ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และอินเดีย เนื่องจากประเทศดังกล่าวมีบริษัทรับจัดจำหน่ายภาพยนตร์เพียงอย่างเดียวรวมอยู่ด้วย ในขณะที่ ฝรั่งเศส เยอรมนี จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ส่วนมากเป็นรูปแบบบริษัทขนาดใหญ่ที่ทั้งผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ด้วยตนเอง ส่วนบริษัทขนาดเล็กนั้นใช้วิธีร่วมทุน เช่น ร่วมทุนกับรัฐบาล ร่วมทุนกับสถานีโทรทัศน์ หรือระดมทุน แล้วให้บริษัทใหญ่ช่วยจัดจำหน่าย จึงไม่มีบริษัทที่รับจัดจำหน่ายภาพยนตร์โดยเฉพาะ

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศต่าง ๆ

โครงสร้าง อุตสาหกรรมภาพยนตร์	อุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกาและยุโรป				อุตสาหกรรมภาพยนตร์เอเชีย			
	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	จีน	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	อินเดีย
1. การผลิตภาพยนตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. การจัดจำหน่ายภาพยนตร์	✓	✓	-	-	-	-	-	✓
3. ช่องทางการเผยแพร่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ที่มา: รวบรวมจาก ภาณุ อารี (2563)

นอกจากโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ การทำความเข้าใจบริบทที่อยู่รอบ ๆ โครงสร้างอุตสาหกรรมจะทำให้เข้าใจอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ภาณุนำ 2 บริบทมาอธิบายเพิ่มเติมได้แก่ บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ และ ผู้ชมภาพยนตร์

ตารางที่ 2.2 บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ของแต่ละประเทศ

บทบาทจากทางภาครัฐ	อุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกาและยุโรป				อุตสาหกรรมภาพยนตร์เอเชีย			
	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	จีน	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	อินเดีย
สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓
สนับสนุนการจัดจำหน่ายภาพยนตร์	-	✓	-	✓	-	-	-	✓
สนับสนุนช่องทางการเผยแพร่	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สนับสนุนทางด้านนโยบาย เช่น การลดภาษี กฎหมายลิขสิทธิ์	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	-
สนับสนุนการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับภาพยนตร์	-	✓	-	-	-	✓	-	-
สนับสนุนด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรภาพยนตร์	-	-	-	-	-	✓	-	✓
รัฐเข้ามากำกับควบคุมเนื้อหา	-	-	-	-	✓	-	-	-

ที่มา: รวบรวมจาก ภาณุ อารี (2563)

บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์

รัฐบาลแต่ละประเทศเข้ามามีบทบาทต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันไป ตั้งแต่สนับสนุนในโครงสร้างหลักอย่างกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย และช่องทางเผยแพร่ อีกทั้งยังมีบทบาทด้านอื่น ๆ ได้แก่ การสนับสนุนทางด้านนโยบาย เช่น การลดภาษีสนับสนุนการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับภาพยนตร์ สนับสนุนด้านการผลิตบุคลากร และเข้ามากำกับควบคุมดูแลเนื้อหา โดยสหรัฐอเมริกานั้นเป็นประเทศเดียวในกลุ่มนี้ ที่ไม่ได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมากนัก เพราะอุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกันเป็นอุตสาหกรรมที่แข็งแรงอันดับหนึ่งของโลก รัฐจึงปล่อยให้เป็นไปตามกลไกตลาดและเข้าไปช่วยเมื่อองค์กรกลางเคลื่อนไหวให้รัฐออกนโยบายเท่านั้น เช่น การดำเนินการกับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งในและนอกประเทศ เป็นต้น

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ เป็นอุตสาหกรรมที่รัฐให้การสนับสนุนในหลากหลายด้านมากที่สุดในกลุ่ม เพราะนอกจากจะให้การสนับสนุนทั้งการผลิตและช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์แล้ว ยังให้การสนับสนุนทางด้านนโยบาย เช่น การออกพระราชบัญญัติว่าด้วยการสนับสนุนอุตสาหกรรมทางด้านวัฒนธรรมปี 1999 ซึ่งมีภาพยนตร์รวมอยู่ด้วย นอกจากนั้นยังให้การสนับสนุนด้านการวิจัยภาพยนตร์ และสนับสนุนด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรทางด้านภาพยนตร์อีกด้วย (ภาณุ อารี, 2563)

ส่วนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศจีนนั้น แม้รัฐจะมีการสนับสนุนด้านนโยบายและช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์ให้เป็นที่แพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ แต่เป็นเพียงประเทศเดียวในกลุ่มที่รัฐเข้ามากำกับควบคุมดูแลเนื้อหา เพื่อไม่ให้ภาพยนตร์ที่ผลิตออกมามีเนื้อหาขัดต่ออุดมการณ์พรรคคอมมิวนิสต์

ผู้ชมภาพยนตร์

ในส่วนของผู้ชมภาพยนตร์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก ภาณุมองในมุมของปริมาณผู้ชมและปริมาณรายได้ โดยประเทศที่มีปริมาณผู้ชมสูงสุดในปี 2561 คือประเทศจีน (BFI Statistical Yearbook, 2019 อ้างถึงใน ภาณุ อารี, 2563) ส่วนปริมาณรายได้นั้นเป็นการขับเคี่ยวกันระหว่าง 2 ประเทศคือ สหรัฐอเมริกาและจีน โดยข้อมูลในปี 2562 (Motion Picture Association, 2020 อ้างถึงใน ภาณุ อารี, 2563) สหรัฐอเมริกามีรายได้เป็นอันดับหนึ่ง แต่ในปี 2563 การระบาดของ

โคโรนาไวรัสหรือโควิด-19 ทำให้รายได้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลกลดลงไปถึงร้อยละ 71 และประเทศจีนเป็นประเทศที่ฟื้นกลับมาจากสถานการณ์วิกฤตได้ก่อนเป็นประเทศแรก จึงแซงหน้าสหรัฐอเมริกามามีรายได้เป็นอันดับหนึ่ง และเป็นสัดส่วนรายได้ที่มาจากภาพยนตร์ภายในประเทศมากกว่าภาพยนตร์จากต่างประเทศเช่นเดียวกับในอีกหลายประเทศ ต่างจากปีที่ผ่านมา (นพปฎล พลศิลป์, 2564)

ดังนั้น ในการทำความเข้าใจอุตสาหกรรมภาพยนตร์ นอกจากโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้ง 3 ส่วน คือการผลิต การจัดจำหน่าย และช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์แล้ว บริบทที่เกี่ยวข้องอย่างบทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ และผู้ชมภาพยนตร์ ก็ล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะพิจารณาบทบาททั้ง 2 องค์ประกอบในฐานะส่วนหนึ่งของโลกทางสังคมที่มีผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานและการดำเนินงานของผู้ที่เกี่ยวข้อง

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย หากอธิบายด้วยโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตามที่กล่าวไปแล้วนั้น ประเทศไทยมีองค์ประกอบครบทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ บริษัทที่ทำการผลิตภาพยนตร์ บริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ และมีช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์ ทั้งในส่วนของบริษัทขนาดใหญ่และบริษัทอิสระขนาดเล็ก อีกทั้งในบริบทอื่น ๆ อย่าง บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมนั้น จากตารางที่ 2.2 **รัฐไทยได้ดำเนินการครบทุกข้อ** ได้แก่ การสนับสนุนทางด้านนโยบาย สนับสนุนการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับภาพยนตร์ สนับสนุนด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรภาพยนตร์ รวมไปถึงการเข้ามาควบคุมกำกับดูแลเนื้อหาภาพยนตร์

ทั้งนี้ หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบและบูรณาการความร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย ประกอบด้วย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกระทรวงการต่างประเทศ

ที่ผ่านมา รัฐบาลมีการออกยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ซึ่งจนถึงปัจจุบันมีทั้งหมด 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 พ.ศ. 2552-2554 ระยะที่ 2 พ.ศ. 2555-2559 และระยะที่ 3 พ.ศ. 2560-2564 เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์และผลักดัน

อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไทยให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของอาเซียนและเป็นอุตสาหกรรมหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ในช่วงเวลา 15 ปีของยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทั้ง 3 ระยะ แม้จะมีภาพยนตร์ไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับชาติและนานาชาติ มีภาพยนตร์ไทยทั้งในกระแสและนอกกระแสเดินทางทำรายได้และได้รับรางวัลในประเทศต่าง ๆ แต่การศึกษาของประกายกาวิล ศรีจินดา (2554) พบว่า ความสำเร็จจะมาเพียงบางช่วงและกับภาพยนตร์เพียงบางเรื่อง และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่ได้ถูกให้ความสำคัญจากภาครัฐเท่าที่ควร

ขณะที่ข้อมูลจากการศึกษาของ ระดม อร่ามวิทย์ และมนฤดี ธาดาอำนวยชัย (2560) ที่ศึกษาทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย พบว่า แม้จะมียุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวิดีทัศน์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2555-2559) ออกมาแล้ว แต่ในช่วง พ.ศ.2557-2558 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตกต่ำมาก สาเหตุหนึ่งมาจากการที่รัฐมองอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นเพียงสินค้า จึงไม่เข้ามาดูแลและกำหนดกฎเกณฑ์ในการช่วยเหลือและส่งเสริมอย่างจริงจังเหมือนประเทศอื่น อย่างเกาหลีใต้ ออสเตรเลีย สอดคล้องกับงานวิจัย 120 ปีธุรกิจภาพยนตร์ไทย ของอุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (2561) ที่มองว่าแม้รายได้ของอุตสาหกรรมและวิดีทัศน์จะเติบโตแบบก้าวกระโดดทุกปี แต่จำนวนและรายได้ของภาพยนตร์ไทยกลับตกต่ำลงโดยเฉพาะในช่วง พ.ศ.2557-2559 โดยสาเหตุของการที่ภาพยนตร์ไทยไม่เติบโตเท่าที่ควรและไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้นั้น พบว่าหลังทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ตลาดโรงฉายภาพยนตร์ถูกผูกขาดโดยสองกลุ่มทุนใหญ่ และแผนยุทธศาสตร์ภาพยนตร์ของรัฐไทยนั้นไม่ได้ตั้งอยู่บนวิสัยทัศน์ของการกระจายรายได้และเพิ่มโอกาสทำธุรกิจแก่ผู้ผลิตหนังไทยอิสระ

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

กระบวนการผลิตภาพยนตร์ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมานั้นมีการเปลี่ยนแปลงสำคัญหลายอย่าง ที่ทำให้ภาพยนตร์นอกกระแสมีแนวโน้มที่เติบโตมากขึ้น อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และ โชคชัย ชยวัฑโฒ (2563) กล่าวว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี จากระบบฟิล์มมาเป็นระบบดิจิทัล ทำให้กระบวนการผลิตในยุคใหม่นั้นใช้งบลงทุนการผลิตน้อยลง เกิดความต้องการคนที่มีทักษะด้านดิจิทัล เกิดความต้องการผู้เขียนบทที่สร้างสรรค์เนื้อหาให้ตอบสนองตลาดผู้ชม ระบบ

การจัดจำหน่ายเปลี่ยนแปลงไป สายหนังมีบทบาทน้อยลง และผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องพึ่งธุรกิจการฉายภาพยนตร์ของสองเครือใหญ่

จากการศึกษาของอุณาโลม มี 2 ประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายขยายผลต่อ นั่นคือการเปลี่ยนแปลงนี้มีทั้งโอกาสและอุปสรรค ประเด็กแรกเรื่องโอกาส การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบฟิล์มมาเป็นระบบดิจิทัลนั้นทำให้อุปกรณ์ราคาถูกลง ผู้คนเข้าถึงอุปกรณ์การถ่ายทำภาพยนตร์ได้ง่ายขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตที่มีการกระจายสัญญานไปทั่วประเทศ รวมถึงสถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับภาพยนตร์ในประเทศในได้ขยายตัวครอบคลุมไปทั่วทุกภูมิภาค ทำให้ผู้คนเข้าถึงความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ได้ ไม่ว่าจะอาศัยอยู่ในภูมิภาคใด เช่น สุรศักดิ์ ป้องศร ผู้กำกับไทบ้านเดอะซีรีส์ ที่ได้เรียนรู้การทำภาพยนตร์ขนาดสั้นตั้งแต่เรียนชั้นมัธยมจากโรงเรียนในจังหวัดศรีสะเกษ (นที มีประเสริฐ, 2561)

ประเด็นที่สองคืออุปสรรค การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำให้โรงฉายภาพยนตร์ระบบเก่าได้ล้มหายตายจาก เลิกกิจการไปจนเหลือเพียงเครือข่ายโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่อยู่ 2 เจ้า ซึ่งทำให้อำนาจการตัดสินใจในการเลือกภาพยนตร์เข้าฉายนั้นค่อนข้างผูกขาดและยึดโยงกับผลกำไรเป็นหลัก ภาพยนตร์อิสระบางเรื่อง ไม่มีแม้แต่โอกาสเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ เนื่องจากมีแนวโน้มที่จะไม่ทำกำไร หรือหากได้เข้าฉายก็มักมีการจำกัดโรงฉาย โดยภาพยนตร์อิสระบางเรื่องยืนโรงอยู่ได้เพียง 4 วันก็หายไปจากตาราง เหลือเพียงภาพยนตร์กระแสหลักจากค่ายใหญ่และภาพยนตร์ทำเงินจากต่างประเทศ

ปัจจัยสำคัญหลักที่ทำให้ภาพยนตร์อิสระ ภาพยนตร์ทางเลือกหรือภาพยนตร์นอกกระแสยังมีพื้นที่ยืนอยู่ในประเทศ ในด้านช่องทางการเผยแพร่นั้น มาจากโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กโรงภาพยนตร์เฉพาะกลุ่ม เช่น โรงภาพยนตร์เฮาส์ โรงภาพยนตร์บางกอกสกรีนนิงรูม โรงภาพยนตร์ในต่างจังหวัด เช่น โรงภาพยนตร์ปริ๊นซ์ซีนีเพล็กซ์ โรงภาพยนตร์เนวาด้า หรือกลุ่มองค์กรอิสระที่นำภาพยนตร์เข้ามาฉายโดยการจัดเป็นเทศกาล เช่น ดอกคูเมนทารีคลับ ที่ภายหลังมีการเปิดให้ซื้อตั๋วเข้าชมในระบบออนไลน์ด้วย เป็นต้น ส่วนอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กันนั่นคือกลุ่มผู้ชม

ผู้บริโภค คนดู และการวิจารณ์ภาพยนตร์

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และ โชคชัย ชยวัฑโฒ (2563) พัฒนาแนวคิดของ เคอร์ริแกน (Kerrigan, 2010) และ Mentzer et al. (2001) ออกมาเป็น “ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในยุคดิจิทัล” ที่ประกอบไปด้วย 3 ส่วนคล้ายคลึงกับ “โครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์” ของภาณุ อารี (2563) แต่มีองค์ประกอบที่แตกต่างออกไป ได้แก่ 1.กระบวนการผลิตภาพยนตร์ 2.การจัดจำหน่ายและการฉายภาพยนตร์ และ 3.ผู้บริโภค คนดู และการวิจารณ์ภาพยนตร์

ตารางที่ 2.3 เปรียบเทียบโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของภาณุ อารีย์ กับ อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และ โชคชัย ชยวัฑโฒ

โครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ของภาณุ อารีย์	**โครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ของอุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และ โชคชัย ชยวัฑโฒ**
ส่วนที่ 1 การผลิตภาพยนตร์	ส่วนที่ 1 กระบวนการผลิตภาพยนตร์
ส่วนที่ 2 การจัดจำหน่ายภาพยนตร์	ส่วนที่ 2 การจัดจำหน่ายและการฉายภาพยนตร์
ส่วนที่ 3 ช่องทางการเผยแพร่	ส่วนที่ 3 ผู้บริโภค คนดู และการวิจารณ์ภาพยนตร์

ที่มา: รวบรวมจาก ภาณุ อารีย์ (2563) และ อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และ โชคชัย ชยวัฑโฒ (2563)

ความแตกต่างที่สำคัญคือส่วนที่ 3 ผู้บริโภค คนดู และการวิจารณ์ภาพยนตร์ ซึ่งแม้ภาณุจะใส่ “ผู้ชม” ไว้ในบริบทรายรอบเพื่อช่วยอธิบายความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์แต่ละประเทศ แต่การวิจารณ์ภาพยนตร์เป็นปัจจัยที่ภาณุไม่ได้ใส่ไว้ในโครงสร้างอุตสาหกรรมในความหมายของเขา

ผู้บริโภค คนดู และการวิจารณ์ภาพยนตร์ มีบทบาทสำคัญมากในยุคปัจจุบัน เพราะผู้ชมสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก หรือบทวิเคราะห์จากการชมภาพยนตร์ของตนผ่านช่องทางออนไลน์และเกิดเป็นกระแสให้ผู้ชมตัดสินใจเลือกที่จะเข้าชมหรือไม่เข้าชมภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ได้เลย เชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องสังคมวิทยาสื่อ ที่ผู้ชมเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งจากทั้ง 4

องค์ประกอบที่ได้แก่ เทคโนโลยี (Technology) อุตสาหกรรม (Industry) เนื้อหา (Content) และคนดู (User) ที่คอยขับเคลื่อนในรูปแบบผลักและดัน (Push and Pull) ผ่านโลกทางสังคม (Social World)

ภาพยนตร์ไทยศึกษา กับช่องว่างที่ยังขาด

เมื่อองค์ประกอบสำคัญในการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย มีทั้งกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย ช่องทางการเผยแพร่และการจัดฉาย บทบาทของเทคโนโลยี บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ ไปจนถึงผู้บริโภค คนดู และการวิจารณ์ภาพยนตร์ ภาพยนตร์ไทยศึกษาจึงมีพื้นที่หลากหลายให้เข้าไปทำการสำรวจ

งานวิจัยด้านภาพยนตร์ในประเทศไทย จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า จากการศึกษาเกี่ยวภาพยนตร์ราว 1,600 เรื่อง มีงานเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือการวิเคราะห์เนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง การแปลภาษา วิเคราะห์ตัวตนผู้กำกับ และความหมายที่ซ่อนอยู่ในภาพยนตร์ ส่วนการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ในประเด็นอื่น ๆ นั้น พบอยู่เพียงเล็กน้อย และ 1 ใน 3 ของทั้งหมดเป็นการศึกษาในศาสตร์อื่น เช่น การพัฒนาสื่อการสอนด้วยภาพยนตร์ การวิเคราะห์กฎหมายหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ การพัฒนาโปรแกรมหรือระบบสารสนเทศสำหรับงานภาพยนตร์ เป็นต้น

เมื่อค้นงานวิจัยที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ พบเพียง 67 เรื่องจากทั้งหมด โดยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรม แนวทางการส่งเสริม ความสามารถในการแข่งขันและการส่งออกมากที่สุด รองลงมาเป็นการวิเคราะห์นโยบาย ยุทธศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับอุตสาหกรรม การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้ การสื่อสารการตลาดของโรงภาพยนตร์ การบริหารธุรกิจภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ และเทคโนโลยีภาพยนตร์

ข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ ภาพยนตร์ไทยศึกษามีงานที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญในการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเกือบครบทุกส่วน มีการวิเคราะห์เนื้อหา วิเคราะห์ผู้กำกับ กลยุทธ์การจัดจำหน่าย ช่องทางการเผยแพร่ การจัดฉาย การส่งออก เทคโนโลยีภาพยนตร์ บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ ไปจนถึงวิเคราะห์ผู้บริโภคที่มีจำนวนงานมากที่สุด แต่ส่วนที่พบน้อยที่สุด คือการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการผลิต ซึ่งอาจมาจากอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลหรือความลับทางธุรกิจ และการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เองนั้น มักจะเจาะลึกไปที่

ด้านใดด้านหนึ่ง เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์กับภาครัฐ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในมุมมองแบบเศรษฐศาสตร์ อุตสาหกรรมภาพยนตร์กับศักยภาพยนตร์ในการส่งออก จึงยังไม่พบงานที่ศึกษาอุตสาหกรรมในภาพกว้าง หรือมองความสัมพันธ์ระหว่างบริบทต่าง ๆ ในห่วงโซ่

นอกจากงานที่ศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพกว้างจะมีคนสนใจศึกษาในปริมาณไม่มากแล้ว งานที่ศึกษาในระดับภูมิภาคก็เป็นการศึกษาที่มักถูกละเลย แม้แต่ในกลุ่มการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ที่มีการศึกษามากที่สุด ศุภกิจ บุญเอนกพัฒน์ (2557) พบว่า ยังจำกัดการความเข้าใจไว้เพียงกลุ่มผู้บริโภคอายุ 18-35 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น และเมื่อลองค้นงานที่ศึกษาภาพยนตร์ท้องถิ่นหรือภาพยนตร์ภูมิภาคยิ่งพบการศึกษาในจำนวนที่น้อยลงมาก เช่น ในระบบ ThaiLIS พบงานที่เกี่ยวข้องกับ “ภาพยนตร์ท้องถิ่น” เพียง 1 ชิ้น “ภาพยนตร์อีสาน” 1 ชิ้น ส่วนในระบบ ThaiJO เมื่อค้นด้วยคำว่า “ภาพยนตร์ท้องถิ่น” พบงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 9 ชิ้น คำว่า “ภาพยนตร์อีสาน” ทั้งหมด 13 ชิ้น และคำว่า “ภาพยนตร์ทางเลือก” ทั้งหมด 5 ชิ้น เป็นต้น

ดังนั้น การศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภาพใหญ่เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมกับบริบทที่อยู่รายรอบ การศึกษาในแง่ของการผลิต และการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับภูมิภาค จึงเป็นองค์ความรู้ที่ยังขาด ซึ่งสวนทางกับปริมาณภาพยนตร์ภูมิภาคในทศวรรษที่ผ่านมาที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ การวิจัยนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมกำลังให้ภาพยนตร์ไทยศึกษามีความครอบคลุมมากขึ้น โดยบริบทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์นั้น ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับสังคมวิทยาสื่อมาเป็นหัวใจสำคัญของการศึกษาในครั้งนี้

2.3 แนวคิดเรื่องระบบการผลิตภาพยนตร์

ในการศึกษากระแสนิยมของภาพยนตร์อีสาน ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 และการประกอบสร้างความเป็นอีสานในภาพยนตร์ครั้งนี้ ตั้งอยู่บนฐานความเชื่อที่ว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานนั้นมีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์อื่นอย่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย อุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก ดังนั้น การทำความเข้าใจระบบการผลิตภาพยนตร์ เพื่อให้เห็นภาพรวมของอุตสาหกรรม จะช่วยให้การศึกษาในครั้งนี้สามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการได้ชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ การทำความเข้าใจเรื่องการเป็นภาพยนตร์ทางเลือกของภาพยนตร์อีสาน

และแนวคิดธุรกิจสื่อสารมวลชน จะช่วยเป็นแว่นส่องทางในการศึกษาพัฒนาการของภาพยนตร์อีสานทั้งก่อนและหลังทศวรรษ 2550

2.3.1 ระบบการผลิตภาพยนตร์

อนงค์นาฏ รัศมีเวียงชัย (2558) กล่าวว่าระบบการผลิตภาพยนตร์นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบหลัก ๆ ได้แก่ แบบสตูดิโอ (studio filmmaking) และการสร้างภาพยนตร์ระบบอิสระ (independence filmmaking) ดังนี้

การสร้างภาพยนตร์ระบบสตูดิโอ (studio filmmaking)

ภาพยนตร์ระบบสตูดิโอ หรือภาพยนตร์กระแสหลัก หมายถึงการสร้างภาพยนตร์โดยบริษัทภาพยนตร์ขนาดใหญ่ (movie studio) ใช้วิธีสร้างแบบครบวงจร กล่าวคือ จัดสรรงบประมาณการสร้างได้เอง มีทีมงานของตนเองครบทุกฝ่าย ตั้งแต่โปรดิวเซอร์ ผู้กำกับการแสดง ผู้เขียนบท นักแสดง ผู้กำกับภาพ เป็นต้น และมีการผลิตอย่างเป็นระบบอุตสาหกรรม ซึ่งถือเป็นรูปแบบการผลิตขนาดใหญ่ เน้นการสร้างภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเป็นไปตามกระแสของตลาดเพื่อมุ่งเน้นการทำกำไรให้บริษัท ทีมงานในการสร้างมักถูกว่าจ้างมาตามความชำนาญเฉพาะในแต่ละด้าน และมีการแบ่งหน้าที่ในการทำงานอย่างชัดเจน

การสร้างภาพยนตร์ระบบนี้ มีวิธีการทำงานในลักษณะที่ผู้บริหารกำหนดนโยบายภาพรวมในการสร้างภาพยนตร์ของบริษัท และมอบหมายให้โปรดิวเซอร์จัดหาโครงการภาพยนตร์ (ที่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท) มานำเสนอผู้บริหาร โปรดิวเซอร์จัดการหาบทภาพยนตร์โดยการซื้อบทภาพยนตร์ที่สนใจจากเจ้าของบทภาพยนตร์ หรือจ้างผู้เขียนบทภาพยนตร์ให้เขียนบทภาพยนตร์ในแนวทางที่ตนต้องการ โดยอาจทำงานร่วมกับผู้กำกับภาพยนตร์ในการพัฒนาบทภาพยนตร์ก็ได้ หากบทภาพยนตร์เป็นที่พอใจ ก็จะอนุมัติงบประมาณการผลิต จากนั้นผู้กำกับ และ/หรือ โปรดิวเซอร์ จะรวบรวมทีมงานสำหรับการถ่ายทำ

ยกตัวอย่างเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น เช่น บริษัทสหมงคลฟิล์มเป็นบริษัทหรือสตูดิโอภาพยนตร์ มีผู้บริหารคือสมบัติ เตชะรัตนประเสริฐ หรือ "เสี่ยเจียง" เป็นเจ้าของทุนสร้าง ซึ่งอาจทำหน้าที่อำนวยการสร้างภาพยนตร์เองหรือมอบหมายหน้าที่ให้กับบุคคลอื่น เช่น ผู้กำกับที่มี

ประสบการณ์สูงในแวดวง อาทิ ปรัชญา ปิ่นแก้ว ทำหน้าที่อำนวยการสร้าง หรือควบเป็นผู้กำกับด้วยก็ได้ ไม่เช่นนั้นก็จะสรรหาผู้กำกับและทีมงานที่เหมาะกับบทภาพยนตร์นั้นๆ รวมถึงการคัดเลือกนักแสดงที่ "เรียกคนดู" เช่น จา พนม มาริโอ้ เมาเร่อ หรือหม่ำ จ๊กมก เป็นต้น

การสร้างภาพยนตร์ระบบอิสระ (independent filmmaking)

ภาพยนตร์ระบบอิสระ หรือที่เรียกกันว่า หนังอินดี้ หนังนอกกระแส หนังทุนต่ำ ฯลฯ หมายถึงภาพยนตร์ที่สร้างโดยกลุ่มผู้สร้างอิสระ ไม่มีสังกัด ซึ่งมีทั้งผู้ที่ผลิตภาพยนตร์เพื่อการค้าและผู้ผลิตแบบไม่แสวงหาผลกำไร โดยมากจะมีขนาดการผลิตค่อนข้างเล็ก มีทีมงานน้อยคนและอาจไม่ได้แบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนมากนัก คนหนึ่งอาจควบทำงานหลายตำแหน่งก็ได้ จุดเด่นของภาพยนตร์แนวนี้อยู่ที่เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่แปลก แหวกแนว ซึ่งเป็นการสื่อสารความคิดและความต้องการของผู้สร้างมากกว่าจะอิงความต้องการของตลาด ทำให้ภาพยนตร์ อาจไม่เป็นที่นิยมของผู้ชมทั่วไป ภาพยนตร์เหล่านี้มักจัดฉายในโรงภาพยนตร์ที่ไม่ใช่เพื่อการค้า เช่น พิพิทธภัณฑ์ แกลลอรี่ศิลปะ มหาวิทยาลัย หรือสถาบันส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม อาทิ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

การสร้างภาพยนตร์ระบบนี้อาจไม่มีแหล่งเงินทุนในรูปแบบบริษัทอย่างตายตัว เพราะไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการคืนทุนและสร้างผลทำไร หรือมีบ้างแต่ไม่ได้คาดหวังการทำกำไรสูง ทำให้การขอทุนการสร้างภาพยนตร์มักมาจากแหล่งทุนที่มิใช่เพื่อการค้าและการธุรกิจ

รูปแบบการหาเงินทุนของการสร้างภาพยนตร์ระบบอิสระมีดังนี้

1) การเจรจาธุรกิจกับเจ้าของเงินทุน/ผู้อำนวยการสร้างฝ่ายบริหาร/ผู้บริหารบริษัทภาพยนตร์ (executive producer) ผ่านการนำเสนอบทภาพยนตร์ หากเจ้าของทุนพอใจก็ได้รับอนุมัติงบประมาณ แต่วิธีนี้อาจมีโอกาสประสบความสำเร็จน้อย เพราะหากบทไม่ดึงดูดใจผู้ชมกระแสหลัก โอกาสในการทำกำไรก็จะมีน้อย บริษัทภาพยนตร์ที่ดำเนินงานเชิงพาณิชย์ก็จะไม่สนใจที่จะทำธุรกิจด้วย

2) ผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์ (ที่มีบทภาพยนตร์อยู่แล้ว) ลงทุนเอง เนื่องจากเจรจาธุรกิจกับบริษัทภาพยนตร์ไม่สำเร็จ อาจด้วยเหตุผลว่าโอกาสในการคืนทุนและทำกำไรมีน้อยเพราะเนื้อเรื่องไม่เป็นที่นิยมของผู้ชมในวงกว้าง หรือได้รับเงื่อนไขให้ปรับปรุงหรือแก้ไขบทภาพยนตร์ไปใน

ทิศทางที่ตลาดนิยม ผู้ที่ต้องการความอิสระในการสร้างสรรค์ผลงานส่วนหนึ่งจึงตัดสินใจลงทุนเอง โดยอาจมาจากเงินส่วนตัว ขอยืมญาติมิตร หรือกู้ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น เพื่อไม่ต้องถูกควบคุมหรือดัดแปลงเนื้อหาภาพยนตร์

3) ผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์เขียนโครงการสร้างภาพยนตร์ (film proposal package) ซึ่งประกอบด้วยบทภาพยนตร์ แผนการทำงาน แผนการใช้จ่ายงบประมาณ แผนธุรกิจ รายชื่อทีมงานหลัก ฯลฯ เพื่อนำไปขอทุนจากรัฐบาลหรือองค์กรศิลปะที่ไม่แสวงหากำไร ทุนเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นทุนให้เปล่า ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ในปี 2553 ประเทศไทยก็เคยจัดสรรงบประมาณกว่า 200 ล้านบาทเป็นทุนสนับสนุนการทำภาพยนตร์ตาม *แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555* โดยสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังมีทุนจากเทศกาลภาพยนตร์ในต่างประเทศด้วย เช่น Hubert Bals Fund, World cinema Fund และ Asian Cinema Fund เป็นต้น

4) การขอทุนจากผู้ชมภาพยนตร์โดยตรงด้วยวิธี "crowdfunding" หรือการระดมทุนสาธารณะโดยผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์ที่มีบทภาพยนตร์แล้ว จะนำเสนอโปรเจ็กต์ภาพยนตร์ของตนทางเว็บไซต์อย่าง IndieGoGo และ KickStarter ผู้ชมที่สนใจก็จะร่วมลงทุนเรื่องนั้น ๆ การได้งบประมาณการสร้างภาพยนตร์จากแหล่งที่ไม่แสวงหาผลกำไร ทำให้ผู้ผลิตในระบบนี้มีข้อจำกัดในกรสร้างสรรค์น้อยมากหรือแทบไม่มีเลย จึงเป็นที่มาของคำว่า "ภาพยนตร์อิสระ" นั่นเอง

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์ทางเลือก (alternative film)

การทำความเข้าใจว่าภาพยนตร์อีสานนั้นเป็นภาพยนตร์นอกกระแส หรือเป็นภาพยนตร์ทางเลือกหรือไม่ ต้องทำความเข้าใจถึงนิยามและความหมายของภาพยนตร์ทางเลือกเสียก่อน อัญชลี ชัยวรพร (2560) ให้ความหมายของคำว่า ภาพยนตร์ทางเลือก (alternative film) ไว้ว่า คือภาพยนตร์ที่มีการทำงานนอกระบบอุตสาหกรรมใหญ่ของโลกอย่างฮอลลิวูด และนอกระบบอุตสาหกรรมหลักของประเทศนั้น ๆ ส่วนใหญ่ภาพยนตร์ทางเลือกจะใช้รูปแบบการดำเนินเรื่องที่ไม่เป็นไปตามขนบของการเล่าเรื่องที่คุ้นเคย ทำให้มีกลุ่มคนดูค่อนข้างจำกัด ดังนั้นภาพยนตร์ทางเลือกจึงมักจะประสบปัญหาในการหาทุนจากบริษัทในระบบจนต้องพึ่งพาทุนจากแหล่งอื่น

ภาพยนตร์ทางเลือก ถือว่าเป็นขั้วตรงข้ามกับภาพยนตร์กระแสหลัก (mainstream) ดังนั้น ในความหมายดังกล่าวจึงมีฮอลลิวูดรวมอยู่ด้วย เนื่องจากเป็นภาพยนตร์กลุ่มที่มีการนำเข้ามาฉายในจำนวนและรายได้รวมที่มากกว่าภาพยนตร์ที่ผลิตภายในประเทศเสียอีก อัญชลียังกล่าวอีกว่า ภาพยนตร์ไทยที่ผ่านการลงทุนและการจัดจำหน่ายจากบริษัทในไทยส่วนใหญ่ต่างก็ถือว่าเป็นภาพยนตร์กระแสหลักด้วย เพราะถือเป็นอุตสาหกรรมระดับประเทศ มุ่งเน้นการค้าเป็นหลัก จนทำให้ขาดความแปลกใหม่ในเนื้อหาของภาพยนตร์

อัญชลีพบว่า หากอ้างอิงตามความหมาย มีภาพยนตร์อีกหลายประเภทที่สามารถจัดให้อยู่ในกลุ่มของภาพยนตร์ทางเลือกได้ ได้แก่ ภาพยนตร์อินดี้หรือภาพยนตร์อิสระ (independent film) ภาพยนตร์ทดลอง (experimental film) ภาพยนตร์ศิลปะ (art film) ภาพยนตร์กลุ่มใต้ดิน (underground film) ภาพยนตร์กลุ่มต่อต้าน (counter cinema) ภาพยนตร์กลุ่มกองโจร (guerrilla film) และภาพยนตร์ส่วนตัว (personal film) แต่ในปัจจุบัน ภาพยนตร์หลายประเภทดังกล่าวได้เสื่อมความนิยมลงไปตามกาลเวลา และเกิดภาพยนตร์ประเภทใหม่ ๆ ที่ผู้วิจัยเห็นว่าสามารถเพิ่มเข้ามาในกลุ่มนี้ได้ เช่น ภาพยนตร์เรียงความ (essay film) ภาพยนตร์ชายขอบ (peripheral Cinema) ภาพยนตร์ระดมทุน (Crowdfunding film) ภาพยนตร์ฝีมือแฟน ๆ (Fan film) ภาพยนตร์สมัครเล่น (Amateur films) ซึ่งภาพยนตร์สั้นผลงานนักศึกษาของไทยก็ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มสุดท้ายนี้เอง เพราะส่วนใหญ่ผลิตและลงทุนกันเอง อีกทั้งเวทีการฉายก็จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มตามเทศกาลภาพยนตร์และการประกวดในที่ต่าง ๆ

ประเภทของภาพยนตร์ทางเลือก โดยทั่วไปมีเกณฑ์สำคัญ 2 ประการ (อัญชลี ชัยวรพร, 2560) คือ สุนทรียศาสตร์ของภาพยนตร์ และระบบการลงทุนและเทคโนโลยีการผลิต

1) ประเภทของภาพยนตร์ทางเลือกตามหลักสุนทรียศาสตร์ของภาพยนตร์

ภาพยนตร์ทางเลือกประเภทนี้ วัดสุนทรียภาพจากรูปแบบในการเล่าเรื่องภาพยนตร์เป็นหลัก ซึ่งต้องตรงข้ามกับภาพยนตร์กระแสหลัก หรือภาพยนตร์เล่าเรื่อง (narrative film) ที่มีการเรียงเรื่องอย่างเป็นลำดับ เป็นเหตุเป็นผลอย่างชัดเจน มีหลักจิตวิทยาที่โน้มน้าวทำให้คนดูรู้สึกว่าเหมือนจริง มีความต่อเนื่องของเวลาและสถานที่ โดย วอลเลน (Wollen อ้างถึงใน อัญชลี ชัยวรพร, 2560) ได้เปรียบเทียบความแตกต่างในวิธีการเล่าเรื่องของภาพยนตร์กระแสหลักและภาพยนตร์ทางเลือก

ผ่านงานของฌอง ลุค โกดาร์ด ไว้ดัง *ตารางที่ 2.4* ซึ่งลักษณะที่พบในภาพยนตร์ทางเลือกในตารางดังกล่าว คือลักษณะสำคัญที่พบได้ในภาพยนตร์ทดลอง ภาพยนตร์ศิลปะ ภาพยนตร์เรียงความ และภาพยนตร์ต่อต้าน เป็นต้น

2) ประเภทของภาพยนตร์ทางเลือกตามระบบการลงทุนและเทคโนโลยีการผลิต

ภาพยนตร์ทางเลือกประเภทนี้ หากแบ่งตามระบบการลงทุนและเทคโนโลยีการผลิตจะทำให้แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มภาพยนตร์กระแสหลัก และกลุ่มภาพยนตร์อิสระ โดยกลุ่มภาพยนตร์กระแสหลัก คือภาพยนตร์ที่ลงทุนโดยสตูดิโอหรือค่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ที่มุ่งหวังผลทางการค้า การทำกำไรเป็นหลัก เช่น สหมงคลฟิล์ม จีดีเอช ในไทย หรือ พาราเมาท์พิกเจอร์ส วอร์เนอร์ บราเธอรส์ ในฮอลลิวูด เป็นต้น

ส่วนกลุ่มภาพยนตร์อิสระนั้น มีทั้งค่ายอินดี้กระแสหลัก (independent mainstream) ที่ต้องการผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพเพื่อแข่งขันกับค่ายใหญ่ และผู้สร้างภาพยนตร์ในกลุ่มก้าวหน้าที่ทำงานอยู่นอกระบบกระแสหลักอย่างสิ้นเชิง โดยในปัจจุบัน เส้นแบ่งระหว่างภาพยนตร์กระแสหลักและภาพยนตร์อิสระดังกล่าวนั้นเริ่มมีความไม่ชัดเจน เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทำให้ ภาพยนตร์อิสระบางเรื่องมีคุณภาพมากกว่าภาพยนตร์กระแสหลักบางเรื่อง และกลับกัน ภาพยนตร์กระแสหลักบางเรื่อง ก็มีวิธีการเล่าเรื่องที่ซับซ้อน ปฏิเสธการเล่าเรื่องในขนบที่คุ้นเคยได้มากกว่าภาพยนตร์อิสระบางเรื่องเสียอีก

ตารางที่ 2.4 เปรียบเทียบการเล่าเรื่องของภาพยนตร์กระแสหลักและภาพยนตร์ทางเลือกผ่านงานฌอง ลุค โกดาร์ด

ภาพยนตร์กระแสหลัก	ภาพยนตร์ทางเลือก
มีโครงสร้างการลำดับเรื่องที่ชัดเจน เป็นลูกโซ่ของเหตุและผล	มีวิธีการเล่าเรื่องที่แตกประเด็นหรือถูกแทรกด้วยประเด็นอื่น หรือเทคนิคการเล่าเรื่องแบบอื่นอยู่ตลอดเวลา

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ภาพยนตร์กระแสหลัก	ภาพยนตร์ทางเลือก
ผู้ชมจะสร้างประสบการณ์และเผชิญหน้าสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นร่วมกับตัวละครโดยผ่านมุมมองของตัวละครเหล่านั้น	ผู้ชมถูกกีดกันไม่ให้มีความรู้สึกร่วมกับตัวละคร
ผู้สร้างจะซ่อนเทคนิคการถ่ายทำไว้เพื่อทำให้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่องดูเหมือนเป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน	ผู้สร้างจะเปิดเผยให้เห็นว่านี่คือสิ่งที่สร้างขึ้นโดยไม่ซ่อนเร้นหรือปิดบังเทคนิค เช่น หันมาพูดกับกล้องโดยตรง
กรรมวิธีต่าง ๆ ในการเล่าเรื่องจะมุ่งสร้างความเป็นเอกภาพ เป็นเส้นตรงเส้นเดียว โดยทำให้ผู้ชมไม่รู้สึกว่าถูกแทรกแซงในการชม	การเล่าเรื่องจะแตกประเด็นอยู่ตลอดเวลา บางครั้งถึงกับใช้วิธีการเล่าเรื่องที่สวนทางกัน เช่น การข่มขืนใน Rashomon (1950) ถูกถ่ายทอดผ่านมุมมองของคนถึง 4 คน
ผู้สร้างจะไม่เปิดโอกาสให้ผู้ชมคิดหาคำตอบด้านอื่น ต้องคิดตามสิ่งที่นำเสนอในเรื่องเท่านั้น	โลกที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ประเภทนี้ไม่มีคำตอบที่ชัดเจน และให้เสรีภาพผู้ชมในการค้นหาคำตอบ
มุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก เป็นโลกของการหลีกหนี	มุ่งให้ความจริงอันไม่รื่นรมย์

ที่มา: วอลเลน (Wollen อ้างถึงใน อัญชลี ชัยวรพร, 2560)

เมื่อนำประเภทของภาพยนตร์ทางเลือกมาลองจับคู่กับภาพยนตร์อีสานแล้วนั้น หากแบ่งตามประเภทของภาพยนตร์ทางเลือกตามหลักสุนทรียศาสตร์ของภาพยนตร์ ภาพยนตร์ภูมิภาคและภาพยนตร์อีสานหลายเรื่องยังไม่ถือว่าเป็นภาพยนตร์ทางเลือก เพราะมีวิธีการเล่าเรื่องแบบภาพยนตร์กระแสหลักเสียเป็นส่วนมาก ยกเว้นบางเรื่อง อย่างภาพยนตร์สารคดีเรื่อง *เพลงของข้าว*

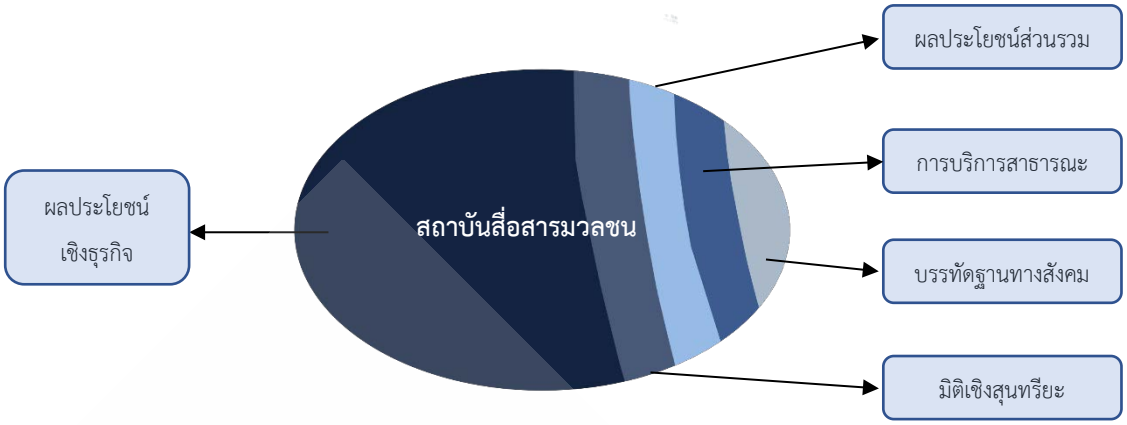
(2557) โดยอุรุพงศ์ รักษาสัตย์ ที่นำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นไทยในภาคเหนือที่เกี่ยวข้องกับข้าวตลอด 1 ปีโดยไม่มีบทพูด เป็นต้น และหากแบ่งตามหลักประเภทของภาพยนตร์ทางเลือกตามระบบการลงทุนและเทคโนโลยีการผลิต แม้จะมีส่วนหนึ่งที่สามารถเรียกได้ว่าเป็นภาพยนตร์นอกกระแส เนื่องจากเป็นการลงทุนจากนายทุนในท้องถิ่นหรือลงทุนด้วยตนเอง แต่ภาพยนตร์อีสานหลายเรื่องก็ยังคงไม่ใช่ภาพยนตร์ทางเลือกเนื่องจากบริษัทผู้ผลิตคือธุรกิจขนาดใหญ่ในระบบสตูดิโอ เช่น สหมงคลฟิล์ม

ดังนั้น การศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงมิได้มีเป้าหมายเพื่อการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายระหว่างภาพยนตร์ทางเลือกและภาพยนตร์กระแสหลักเพราะปรากฏว่าพบในภาพยนตร์อีสานทั้ง 2 ประเภท แต่หากสนใจในผลกระทบของความหลากหลายนี้ มีความสัมพันธ์หรือส่งผลในแง่ใดทั้งในมิติอุตสาหกรรมภาพยนตร์คือต่อเนื้อหาสาร และมิติของการดำเนินการธุรกิจ

แนวคิดธุรกิจสื่อสารมวลชน

ด้วยเทคโนโลยี ทำให้ผู้สร้างภาพยนตร์หน้าใหม่ที่ถือกำเนิดขึ้นมาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในปัจจุบัน มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น บางส่วนที่ประสบความสำเร็จในเรื่องของรายได้ก็ไม่ได้ผูกติดอยู่กับนายทุนในระบบขนาดใหญ่อีกต่อไป ความต่างในเรื่องของระบบทุนและปัจจัยการผลิตอาจมีความสัมพันธ์กับการต่อรองความหมายที่ผู้สร้างสื่อสารออกมาผ่านภาพยนตร์ ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดธุรกิจสื่อสารมวลชน มาช่วยในการทำความเข้าใจในประเด็นดังกล่าว

สมสุข หินวิมาน (2558) กล่าวว่า หากมองสื่อสารมวลชนเป็นสถาบันธุรกิจ สื่อสารมวลชนจะมีสถานะเป็น สินค้า (commodity) ชนิดหนึ่ง ที่ต้องอาศัยแหล่งรายได้ มีการซื้อการขาย มีกำไรขาดทุน เพราะฉะนั้น ไม่ว่า “เวลา” หรือ “พื้นที่” ของสื่อก็จะมีราคาหรือมิติเชิงธุรกิจเข้าไปกำหนด เพราะเป็นธุรกิจที่ต้องทำกำไรถึงจะอยู่รอด (profit-center business) ส่งผลให้เกิดกระบวนการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชนให้ตรงตามผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจมิได้เป็นปัจจัยเดียวที่มากำหนดเนื้อหาสารในธุรกิจสื่อสารมวลชน เพราะระบบการจัดการของสื่อมวลชนแทบทุกชนิดนั้น จะมีการกำหนดสัดส่วนระหว่างผลประโยชน์เชิงธุรกิจ/พาณิชย์ (business/commercial interest) กับ ผลประโยชน์เชิงสาธารณะ (public interest) เสมอ ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แสดงลักษณะการต่อรองผลประโยชน์สองด้านในสถาบันสื่อสารมวลชน

ที่มา: สมสุข หินวิมาน (2558)

จากภาพ อาจกล่าวได้ว่า แม้จะมีผลประโยชน์เชิงธุรกิจกำหนดอยู่ แต่ในอีกด้าน สถาบันนี้ก็ถูกเรียกร้องหรือกำหนดบทบาทให้รักษาผลประโยชน์เชิงสาธารณะด้านต่าง ๆ ได้แก่ ผลประโยชน์ส่วนรวม การบริการสาธารณะ บรรทัดฐานทางสังคม และการสร้างเสริมมิติเชิงสุนทรียะ

นอกจากนี้ แม้สื่อมวลชนจะเป็นสินค้า แต่ก็เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (cultural commodity) หรือเป็นสินค้าเชิงจิตวิญญาณ (spiritual commodity) จึงมีส่วนผสมทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจ/ธุรกิจ และมิติด้านวัฒนธรรม/คุณค่าความหมาย ทำให้สื่อมวลชนมีทั้งจุดร่วมและจุดต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ ดังในตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 เปรียบเทียบจุดร่วม/จุดต่างระหว่างสินค้าสื่อสารมวลชนกับสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ

จุดร่วม ระหว่างสินค้าสื่อมวลชน กับสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ	**จุดต่าง ระหว่างสินค้าสื่อมวลชน กับสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ**
- ต้องมีการซื้อขาย (ไม่ใช่สิ่งบริโภคที่ได้ฟรี) - ต้องมีการลงทุนในการผลิต - ต้องขายให้แก่ผู้มีอำนาจซื้อ (purchasing power) เท่านั้น	- เป็นสินค้าที่ขายแล้วไม่สูญหาย (เช่น สินค้าประเภทเพลงที่ฟังซ้ำได้หลาย ๆ ครั้ง) - เป็นสินค้าที่ใช้แล้วยังไม่หมด (เช่น รายการโทรทัศน์ที่สามารถนำมา rerun ออกอากาศใหม่ได้) - มีผลกระทบต่อจิตสำนึก/จิตวิญญาณ/ความรู้สึก (เช่น การเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมนักร้อง ดารา ที่นำไปสู่การเกิดขึ้นของวัฒนธรรมแฟนคลับ) - สินค้าที่ขายมีสองระดับ ได้แก่ สินค้าที่เป็นเนื้อหา (หรือตัวสารเชิงสัญลักษณ์) ที่ผู้ผลิตขายให้กับผู้รับสาร และสินค้าที่เป็นผู้รับสารเอง ที่ผู้ผลิตขายให้กับบรรดาภาคธุรกิจและเอเยนซี่โฆษณา ในรูปแบบของเรตติ้ง ยอดจำหน่าย ยอดวิว ออนไลน์ หรือ box office - เป็นสินค้าสาธารณะ (public goods) เพราะฉะนั้นจึงต้องมีกฎกติกามารยาทและจริยธรรมทางวิชาชีพในการควบคุมสูง

ที่มา: สมสุข หินวิมาน (2558)

2.4 แนวคิดเรื่องการสื่อสารในภาพยนตร์

'อีสานเป็นดินแดนที่แห้งแล้ง ผู้คนยากจนแร้นแค้น พื้นดินแตกระแหง ผู้คนเดินทางเข้ากรุงเทพเพื่อใช้แรงงาน ส่วนใหญ่มักเป็นกรรมกร หรือคนรับใช้ภายในบ้านคนมีฐานะ' ประโยคข้างต้น เป็นภาพลักษณ์ของชาวอีสาน เป็นความหมายหลักที่ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางหลักอย่างละครโทรทัศน์ หรือบทเพลงที่แต่งโดยครูเพลงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมาเป็นเวลานาน

วัตถุประสงค์หนึ่งในการศึกษาครั้งนี้ คือการลงลึกไปในเนื้อหาของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรม ว่าในการสื่อสารผ่านเนื้อหา มีสิ่งใดที่ซ่อนมาภายในนั้น มีการต่อสู้ต่อรองทางความหมายใดบ้างหรือไม่ ความหมายของภาพยนตร์อีสานใหม่นั้นเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนไป หรือเหมือนเดิมหรือไม่อย่างไร โดยผู้วิจัยนำแนวคิดที่สามารถนำมาช่วยเป็นแว่นขยายส่องทางในการศึกษาครั้งนี้ซึ่งได้แก่ แนวคิดเรื่องภาพตัวแทน และแนวคิดเกี่ยวกับวิเคราะห์ความหมายในภาพยนตร์

2.4.1 แนวคิดเรื่องภาพตัวแทน (representation)

สจ๊วต ฮอลล์ (Hall, 1997) เสนอว่า สิ่งต่าง ๆ นั้น เดิมไม่เคยมีความหมายตายตัว ไม่เคยมีคำอธิบายเพียงความหมายเดียว ภาพตัวแทน (representation) จึงเป็นการหยิบผู้คน เหตุการณ์ หรือสิ่งต่าง ๆ มาสร้างภาพแทนตัวหรือให้ความหมายสิ่งนั้นใหม่ เกิดเป็นความหมายขึ้น

ฮอลล์ กล่าวว่า หากอยากเข้าใจโลกของวัฒนธรรม ต้องทำความเข้าใจเรื่องภาพตัวแทนเสียก่อน เพราะวัฒนธรรมคือระบบของภาพตัวแทน (Culture is a system of representation) ที่มาจากการผลิตและแลกเปลี่ยนความหมาย (Shared meaning) ร่วมกันผ่านภาษา (Language) เช่น เก้าอี้ และโต๊ะที่เราเห็นทุกวันนี้ เมื่อเราเห็นและเรียกมันว่าโต๊ะ เราจะเข้าใจความหมายร่วมกันทันทีว่าหมายถึงสิ่งที่สามารถเอาของไปวางบนนั้นได้ ส่วนเก้าอี้นั้นใช้สำหรับนั่ง เป็นต้น และไม่ใช่เพียงภาษาพูดเท่านั้น ยังรวมไปถึง ภาษาดนตรี ภาษากาย เสื้อผ้าที่เราใส่ หมายรวมถึงอวัจนภาษาทุกอย่างที่เราใช้แทนแนวคิด (concepts) ความคิด (ideas) และความรู้สึก (feelings) เพื่อสื่อสารกับผู้อื่น หากไม่มีภาษา เราก็จะไม่สามารถแลกเปลี่ยนความหมายได้ (Without language meaning could not be exchange)

ภาพตัวแทนเกิดจากกระบวนการที่เชื่อมโยงระหว่าง 3 องค์ประกอบเข้าด้วยกัน ได้แก่

1. สิ่งต่าง ๆ (things) หมายถึง คน สัตว์ สิ่งของ เหตุการณ์ เรื่องเล่า ประสบการณ์ต่าง ๆ

2. แนวคิด (concept) หมายถึง ความคิด หรือแนวคิดที่อยู่ในหัว (mind) ซึ่งช่วยแยกแยะจัดประเภทสิ่งต่าง ๆ ให้เป็นระบบ เพื่อง่ายต่อการรับรู้จดจำและทำความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ รอบตัว รวมไปถึงสิ่งที่เป็นนามธรรมที่เราไม่สามารถมองเห็นได้ เช่น ความรัก ความตาย ความเป็นไทย หากเราเข้าใจแนวคิด (concept) เกี่ยวกับสิ่ง ๆ นั้น เราก็จะสามารถเข้าใจได้ว่ามีลักษณะอย่างไร และ

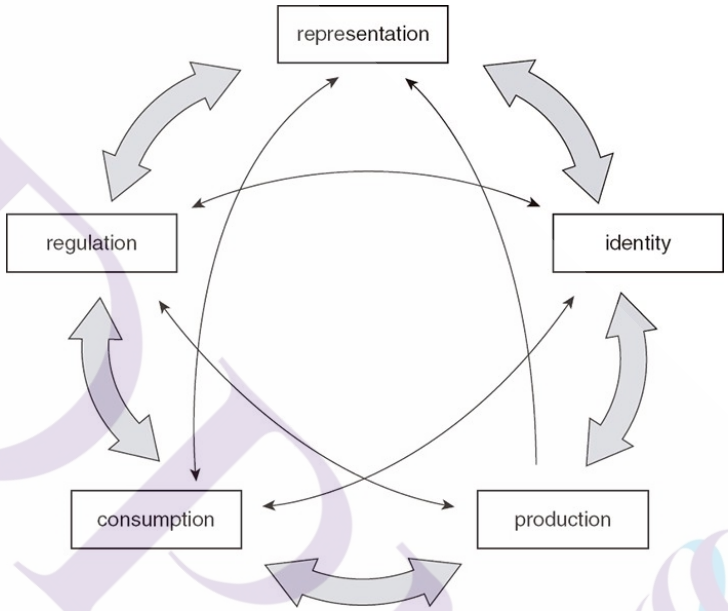
3. สัญญะ (sign) หมายถึง เครื่องหมาย รหัส หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ช่วยในการสื่อความคิดผ่านการทำงานของภาษา โดยสัญญะนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ (things) โดยตรง ดังนั้นสัญญะ (sign) จึงไม่ได้มีความหมายในตัวของมันเอง หากแต่ “ความหมาย” จะเกิดขึ้นได้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับแนวคิด (concept) ที่ถูกยึดโยงไว้ด้วยรหัส ดังนั้น ถ้าหากรหัสเปลี่ยนความหมายก็จะเปลี่ยนด้วย

ฮอลล์อธิบายว่า เมื่อเราเห็นลูกบอล เราจะยังไม่สามารถรู้ได้ว่านี่คือฟุตบอล วอลเล่ย์บอล บาสเก็ตบอล หรือแฮนด์บอล แต่เมื่อเราได้รู้กติกาการเล่น ว่าทำอะไรได้บ้างหรือห้ามทำอะไรบ้าง เช่น เราสามารถใช้เท้าสัมผัสลูกบอลได้ แต่ห้ามมือโดนลูกบอลยกเว้นผู้รักษาประตู ลูกบอลก็กลายเป็นลูกฟุตบอล ดังนั้น ลูกบอลก็คือสิ่งต่าง ๆ (things) กติกาคือแนวคิด (concept) และตัวหนังสือที่เราใช้สื่อสารกติกาออกไปก็คือสัญญะ (sign) นั่นเอง หมายความว่า ก่อนหน้านั้นลูกบอลเป็นเพียงลูกบอล แต่เมื่อมนุษย์เราไปให้ความหมายเอาไว้ผ่านองค์ประกอบทั้ง 3 ทำให้เกิดภาพตัวแทน ลูกบอลจึงกลายเป็นอย่างอื่น ทั้งนี้ สัญญะต้องทำหน้าที่ของมันด้วย เพราะหากกติกาถูกสื่อสารออกไปด้วยการเขียนเป็นภาษาไทย แต่ผู้รับสารเป็นคนที่อ่านหนังสือภาษาไทยไม่ออกก็จะไม่สามารถเข้าใจสัญญะนี้ได้ ลูกบอลก็จะเป็นเพียงลูกบอลต่อไปเพราะไม่เข้าใจความหมาย เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า สัญญะ นั้นต้องเกิดจากการตกลงความหมายร่วมกันของคนในแต่ละสังคมและแต่ละวัฒนธรรม หากแนวคิด (concept) และ สัญญะ (sign) ของแต่ละคนต่างกัน ก็จะทำให้ความหมายแตกต่างกันอีกด้วย เช่น คำว่าบ่อ ในความหมายของวัฒนธรรมภาคกลางหมายถึง บ่อน้ำ แต่ในภาคอีสาน บ่อ หมายความว่า ไม่ เป็นต้น

วงจรวัฒนธรรม กระบวนการในการเกิดความหมาย

เพื่อเพิ่มความเข้าใจโลกแห่งความหมาย (the world of meaning) ฮอลล์ (Hall, 1997) ได้ร่วมกับนักวัฒนธรรมศึกษาพัฒนาแบบจำลองที่ชื่อว่า วงจรวัฒนธรรม (the circuit of culture) ขึ้น เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ในวัฒนธรรมว่า ความหมายต่าง ๆ ถูกสร้างขึ้นอย่างไร



ภาพที่ 2.5 แบบจำลอง "วงจรแห่งวัฒนธรรม"

ที่มา: Stuart Hall. (1997).

ในแบบจำลอง วงจรแห่งวัฒนธรรม อธิบายให้เราเห็นภาพว่า ความหมายและการสร้างความหมายนั้นเกิดขึ้นในทุกกระบวนการ ตั้งแต่ การผลิต (production) ภาพตัวแทน (representation) อัตลักษณ์ (identity) การบริโภค (consumption) และ การกำกับควบคุม (regulation) ทุกกระบวนการนั้นเชื่อมโยงกัน แต่อาจไม่จำเป็นต้องเข้าไปกำหนดความหมายของกันและกัน และความสัมพันธ์สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในรูปแบบของการปะทะกันหรือสอดประสานกันในเรื่องของความหมาย

ยุกติ มุกดาวิจิตร (2556) ยกตัวอย่างกรณีศึกษาของอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีที่ส่งนักดนตรี K-pop เข้ามาตีตลาดเมืองไทยจนผู้คนเกิดความกลัวว่าวัฒนธรรมเกาหลีจะเข้ามาครอบงำ

และมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นไทยมากเกินไป แต่แล้วกลับพบว่าวัยรุ่นส่วนหนึ่งมีการตีความหมายศิลปินเหล่านี้ใหม่ โดยนำศิลปินชายมาจับคู่ในจินตนาการหรือที่เรียกว่า “คู่จิ้น” และกำหนดให้พวกเขาร่วมรักกันผ่านนิยายวาย (Y fiction) ที่แต่งกันขึ้นมาเอง จนกลายเป็นวัฒนธรรมย่อยที่คนเกาหลีที่เป็นฝั่งผู้ผลิตเองอาจจะประหลาดใจเพราะไม่ได้ตั้งใจให้เป็นเช่นนี้ เป็นต้น

ดังนั้น แม้ในการศึกษาครั้งนี้จะเน้นไปที่ผู้ส่งสารว่ามีการต่อรองหรือผลิตซ้ำความหมายความเป็นอีสานออกมาผ่านภาพยนตร์อีสานอย่างไร แต่การทำความเข้าใจว่าผู้ส่งสารอาจเป็นส่วนหนึ่งแต่ไม่ใช่ทั้งหมด เพราะผู้รับสารที่เป็นผู้ชมก็อาจมีการต่อรองและสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาได้ จึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้งานวิจัยมีความครอบคลุมมากขึ้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงเข้าไปทำการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมกับโลกทางสังคมเพื่อทำความเข้าใจในประเด็นดังกล่าวอีกด้วย

การครองความเป็นเจ้าทางอุดมการณ์

หากมองลึกไปถึงเบื้องหลังของการให้ความหมายในแต่ละกระบวนการนั้น ฮอลล์ (1997) ได้พัฒนาแนวคิดของอันโตนิโย กรัมชี (Antonio Gramsci 1891-1937) มาอธิบายถึงเบื้องหลังในการให้ความหมายว่าในทุกการให้ความหมายนั้น มีการต่อสู้กันเพื่อครองความเจ้าทางอุดมการณ์ (hegemony) ซ่อนอยู่ โดยเฉพาะ การครองความเป็นเจ้าทางวัฒนธรรม (cultural hegemony) ซึ่งเป็นกระบวนการสถาปนาวัฒนธรรมหลักหรือระบบความคิดหลักของสังคมขึ้นมาเพื่อนำไปสู่การสร้างความเห็นพ้องต้องกัน (consensus) โดยสื่อมวลชนเป็นกลไกสำคัญในการผลิตเผยแพร่ และผลักดันความคิด/จิตสำนึกของวัฒนธรรมหลักดังกล่าว

การครองความเป็นเจ้าทางอุดมการณ์ (hegemony) เกิดจากการที่กรัมชีมองว่า ในสังคมที่มีการแบ่งชนชั้นนั้น ผู้คนที่อยู่ในแต่ละกลุ่มสังคมต่างก็ผลิตวัฒนธรรม/อุดมการณ์ของชนชั้นตนเองออกมา และ เพราะอุดมการณ์ต่างกันจึงมักมีผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกันอยู่เป็นฉากหลัง ทำให้ทุกคนทุกชนชั้นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในสงครามแย่งชิงพื้นที่ทางอุดมการณ์ (war of position) โดยผ่านเวทีการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสถาปนาให้อุดมการณ์และวัฒนธรรมของตนกลายเป็นวัฒนธรรมหลัก (dominant ideology) ที่อยู่ในสามัญสำนึกของผู้คน เช่น อุดมการณ์หลักเรื่องความเป็นเมือง มักจะตีกรอบการรับรู้ของผู้คนในสังคมว่าเมืองคือความทันสมัย ความก้าวหน้า ความ

เจริญ และเป็นดินแดนที่พัฒนาแล้ว เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกัน อีกด้านหนึ่ง สังคมก็จะมี อุดมการณ์ต่อต้าน (counter ideology) มากมาย ที่พยายามจะท้าชิง/ต่อรอง/ต่อสู้กับอุดมการณ์หลักเหล่านี้เสมอ เช่น อุดมการณ์ที่ให้คำอธิบายว่า เมืองก็อาจมี “ด้านมืด” หรือเป็นดินแดนแห่งความโหดร้าย ความแปลกแยก และทำลายคุณค่าความเป็นมนุษย์ลง เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560)

ฮอลล์ กล่าวว่า ผู้ถอดรหัสควรพิจารณาถึงเบื้องหลังการให้ความหมายนั้นด้วย ว่าอยู่ภายใต้อำนาจของใคร หรือสื่อนั้นใครเป็นเจ้าของ หากต้องการทราบว่า เบื้องหลังอุดมการณ์ที่กำลังนำเสนออยู่นั้นมาจากอุดมการณ์ของกลุ่มใด ให้ดูที่ผู้มีอำนาจ (Power) สูงสุดในการกำหนดเนื้อหานั้น เช่น หากอุดมการณ์นั้นถูกถ่ายทอดผ่านโฆษณา อาจจะต้องไปดูว่าใครคือผู้ว่าจ้างหรือใครคือบริษัทผู้ผลิต ซึ่งอาจคาดเดาได้ว่าอุดมการณ์ชุดนี้ผู้ว่าจ้างมีบทบาทในการกำหนดความหมาย หรืออาจจะเป็นบริษัทผู้ผลิต หรืออาจจะทั้งคู่เป็นผู้กำหนดความหมาย เป็นต้น

สอดคล้องกับประเด็นที่งานวิจัยชิ้นนี้สนใจ ว่าภายใต้ความหลากหลายทั้งในด้านปัจจัยและระบบการผลิต จะส่งผลต่อเนื้อหาสารหรือไม่ เบื้องหลังอย่างระบบสตูดิโอภาพยนตร์กระแสหลัก หรือนายทุนของภาพยนตร์ทางเลือกจะเข้ามามีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้สร้างหรือผู้กำกับภาพยนตร์อีสานหรือไม่อย่างไร

การบิดเบือนและการมองข้าม

ภาษาภาพนั้นทรงพลัง และมีพื้นที่มากมายในการเข้าไปแย่งชิงการให้ความหมาย หนึ่งในวิธีการที่สื่อมวลชนมักใช้คือ **การบิดเบือน (misrepresentation)** ซึ่งสาเหตุอาจมาจากความไม่เข้าใจ หรืออคติทางเชื้อชาติ เมื่อพูดถึงก็มักจะพูดถึงแบบผิด ๆ นำไปสู่การเหมารวม (stereotype) ในภาพยนตร์ฮอลลิวูดยุคเริ่มต้น ตัวละครคนผิวสีและชาวเอเชียนั้นมักใช้นักแสดงคนขาวชาวตะวันตกแสดงแทนเสมอ เรียกว่า กระบวนการฟอกขาว (Whitewashing) เช่น ในภาพยนตร์เพลงเรื่อง *The Jazz Singer (1927)* อัล โจลสัน นักแสดงชาวยิวที่มารับบทเป็นชายผิวดำนั้น ต้องทาหน้าให้ดำ (Blackface) เพื่อปกปิดสีผิวที่แท้จริง ในภาพยนตร์เรื่อง *เดอะคิงแอนด์ไอ (1956)* ยูล บรินเนอร์ นักแสดงชาวรัสเซีย รับบทเป็นคิงมงกุฎ พระเจ้ากรุงสยาม เป็นต้น

ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างการบิดเบือนโดยการใช้คนขาวแสดงแทนคนผิวสีและชาวเอเชีย

ที่มา: Storia del Cinema, (2017). Rodgers & Hammerstein, (2014).

ในปัจจุบัน การให้นักแสดงชาวตะวันตกมาแสดงเป็นคนผิวสีนั้นได้หมดไปแล้ว เนื่องจากมีการต่อสู้และให้ความรู้เรื่องของการเหยียดสีผิวมาเป็นเวลานาน แต่อคติต่อคนผิวสีและชาวเอเชียนั้นยังคงมีอยู่และยังพบเห็นการใช้นักแสดงชาวตะวันตกมารับบทเป็นตัวละครชาวเอเชียอย่างต่อเนื่อง เช่น ทิลดา สวิลตัน นักแสดงสาวชาวอังกฤษรับบทเป็นชาวเอเชียที่อาศัยอยู่บนเทือกเขาหิมาลัย ใน ภาพยนตร์เรื่อง *จอมเวทย์มหากาฬ Doctor Strange (2016)* เป็นต้น

ภาพที่ 2.7 ทิลดา สวินตัน รับบทเป็นชาวเอเชียใน Doctor Strange

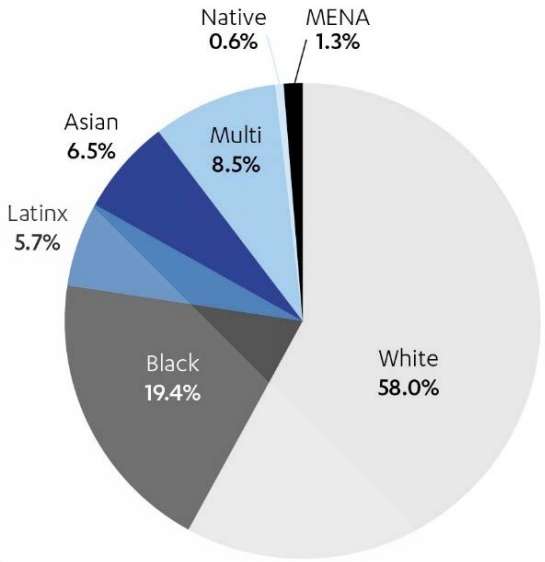
ที่มา: Kira Schacht. (2019).

การบิดเบือน เป็นวิธีการที่สื่อนิยมใช้เพื่ออ้างสิทธิ์ในอัตลักษณ์ (identity claim) ทำให้เกิดความหมายของอัตลักษณ์ผู้คนแบบเหมารวม เช่น ภาพลักษณ์ของคนอีสานในภาพยนตร์ เป็นคนบ้านนอก ลักษณะใบหน้ามักมีจมูกแบน กรามใหญ่ พูดภาษาไทยภาคกลางไม่ชัด มักประกอบอาชีพคนใช้ พี่เลี้ยงเด็ก คนสวน กรรมกร ที่เดินทางมาจากดินแดนแร้นแค้น ชนบท ยากจน และล้าหลัง อัตลักษณ์เหล่านี้ปลูกฝังต่อเนื่องยาวนานจนกลายเป็นความเชื่อว่าชาวอีสานต้องมีลักษณะแบบที่ตนรู้จักผ่านสื่อเท่านั้น และสะท้อนผ่านบทสนทนาที่ชาวกรุงเทพใช้สนทนากับชาวอีสานในชีวิตจริง เช่นประโยคที่ผู้วิจัยมักจะได้ยินเมื่อเข้ามาศึกษาต่อที่กรุงเทพคือ “หน้าตาไม่เหมือนคนอีสานเลยเนาะ พูดไทยชัดมาก ดูไม่ออกเลย” เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการถอดรหัส ผู้ชมสามารถเลือกที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อ หรือเลือกเชื่อบางส่วนได้ในส่วนของผู้กำกับเอง อาจเลือกที่จะส่งต่อความเชื่อเช่นนั้น ดังในภาพยนตร์เรื่องลูกอีสาน ครูบ้านนอก หรือต่อรองว่าอาจจะไม่ใช่อีสานทุกที่ที่ยากจนและล้าหลัง บางส่วนนั้นมีการพัฒนาผสมผสานเป็นเมืองแล้ว อย่างในภาพยนตร์เรื่อง ผู้บ่าวไทบ้านอีสานอินดี้ หรืออาจจะให้ความหมายไปในทางตรงกันข้ามว่าจริง ๆ แล้วภาคอีสานเจริญและมีความเป็นเมือง ไม่ได้แร้นแค้น ยากจนและล้าหลังอย่างเช่นในเรื่อง ฮักนะ ’สารคาม เป็นต้น

วิธีต่อมาคือ **การมองข้าม (Underrepresentation)** คือการไม่พูดถึงหรือให้พื้นที่ในการมีส่วนร่วมทั้งการทำงานในอุตสาหกรรมและพื้นที่ในสื่อน้อย เช่น ภาพที่ 2.9 แสดงบทบาทของเชื้อชาติต่าง ๆ ในภาพยนตร์สหรัฐอเมริกา ปี 2563 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,411 คน พบว่า ชาวเอเชียมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.5 จึงถือว่าเป็นกลุ่มหนึ่งที่ถูกมองข้ามในภาพยนตร์สหรัฐ

ภายใต้การมองข้ามนั้น มีการต่อสู้ต่อรองอยู่ตลอดเวลา จากภาพที่ 2.9 สัดส่วนของคนขาวในภาพยนตร์ฮอลลิวูด แม้จะมีมากสุดถึงร้อยละ 58 แต่ เจสสิกา วูล์ฟ (Wolf, 2021) ได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า ตัวเลขนี้มีปริมาณที่ลดลงมาจากปี 2562 ที่มีถึงร้อยละ 67.3 กลับกัน สัดส่วนของคนดำที่ถูกนำเสนอในภาพยนตร์ฮอลลิวูดกลับมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 3 ปี ในแง่นี้ คนขาวในภาพยนตร์ฮอลลิวูดส่วนที่หายไปไปจากปีก่อนหน้า จึงเป็นกลุ่มที่ถูกมองข้ามด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 2.8 บทบาทของเชื้อชาติต่าง ๆ ในภาพยนตร์สหรัฐอเมริกา ปี 2563

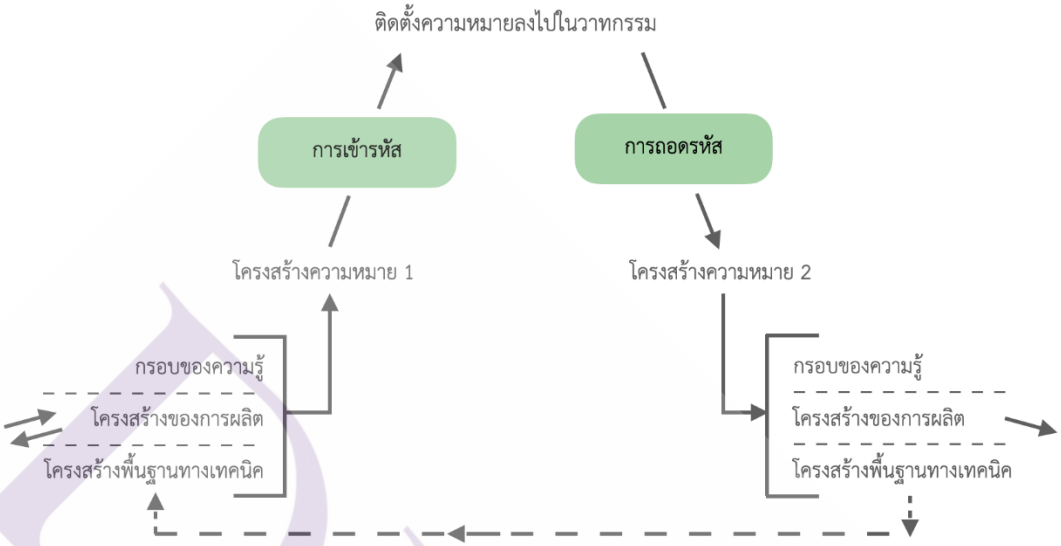
ที่มา: UCLA's Hollywood Diversity Report (Jessica Wolf, 2021)

ชาวอีสานนั้น ถือเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ถูกพูดถึงในพื้นที่สื่อน้อยมาตลอด อัตลักษณ์ที่ถูกมองข้ามและถูกบิดเบือนจึงสามารถเข้ายึดพื้นที่ความเชื่อของผู้คนบางส่วนในประเทศได้ ทำให้คนอีสานกลายเป็นอัตลักษณ์เช่นที่ในสื่อเสนอจริง ๆ ทั้งที่ชาวอีสานเองมองไม่เห็นตนเองในสื่อเหล่านั้นเลย จนกระทั่งในช่วงศตวรรษที่ผ่านมา เทคโนโลยีทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงอินเตอร์เน็ตและเชื่อมถึงกันได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด โอกาสในการต่อสู้ต่อรองในเชิงอัตลักษณ์จึงเกิดขึ้น ดังในอันดับศิลปินที่มียอดผู้เข้าชมในเวบไซต์ยูทูบสูงสุดในปี 2563 ที่เคยยกตัวอย่างไปแล้ว รวมถึงจำนวนภาพยนตร์เกี่ยวกับภูมิภาคอีสานที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

การยอมรับ การต่อต้าน และการต่อรองความหมาย

การผลิตซ้ำความหมายของภาพตัวแทนอย่างต่อเนื่องสะสมกันเป็นเวลานาน สามารถพัฒนาจนกลายเป็นความจริงร่วมของสังคมได้ในที่สุด เช่น ความหมายของภาคอีสานในยุคหนึ่งคือเป็นดินแดนที่แห้งแล้ง ผู้คนยากจนแร้นแค้น พื้นดินแตกระแหง เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ ทุกเวลาจึงเป็นการต่อสู้เชิงอุดมการณ์ (ideology) ในเรื่องของความหมาย ฮอลล์ (Hall, 1973) เสนอว่า อำนาจใน

การให้ความหมายไม่ได้อยู่แค่เพียงผู้ส่งสารเท่านั้น แต่ต้องประกอบกันทั้งสองฝั่ง ฝั่งหนึ่งเป็นผู้เข้ารหัสความหมาย (encoding) ส่วนอีกฝั่งถึงเป็นผู้ถอดรหัสความหมาย (decoding) ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.9 แบบจำลอง “การเข้ารหัส และ การถอดรหัส”

ที่มา: Stuart Hall. (1973).

จากแบบจำลอง การเข้ารหัส และ การถอดรหัส แม้จะมีการเข้ารหัสความหมายมาแล้ว แต่เมื่อต้องผ่านกระบวนการถอดรหัส ผู้รับสารมีอำนาจในการถอดรหัสไปได้ถึง 3 ทิศทาง ได้แก่

1. ยอมรับความหมายแบบเดิมกับที่เข้ารหัสไว้ (preferred reading)

2. ต่อรองความหมายใหม่ (negotiated reading) เกิดเป็นความหมายร่วมกัน หรือ

3. ถอดความหมายไปในทางตรงข้าม (oppositional reading) เพื่อต่อต้านหรือขัดแย้งกับสารที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา

ในแง่นี้ ภาพตัวแทนจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเหตุการณ์นั้น เป็นกระบวนการที่อยู่ตรงกลางที่ผ่านการต่อสู้ทางอุดมการณ์อยู่ตลอดเวลา ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นหลังเหตุการณ์นั้นสิ้นสุดไปแล้ว และที่ใดก็ตามที่มีมายาคติทำงานอยู่ มักจะมีการผลิต มายาคติต่อต้าน (counter myth) อยู่ด้วย บาร์ธส์กล่าวว่า มายาคติต่าง ๆ นั้น จะอยู่ในสนามต่อสู้ทางความหมายอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่มายาคติหลักเกี่ยวกับ ผู้หญิง นั้นคือเพศที่อ่อนแอ ต้องเลี้ยงลูกอยู่ที่บ้าน แต่ในภาพยนตร์เรื่องรถไฟฟ้ามาหานะ

เธอ ก็เผยให้เห็นว่า ผู้หญิงหรือผู้ชายต่างก็มีความเท่าเทียม ทุกคนสามารถดูแลตนเองได้และออกไปทำงานนอกบ้านได้ไม่ว่าจะเป็นเพศใด เป็นต้น

แดร์ริดา มองว่า นี่คือกระบวนการรื้อถอน (deconstruction) เนื่องจากเขามองว่า สัญญะต่าง ๆ ไม่เคยสมบูรณ์ในตัวเอง ความหมายต่างลื่นไหลไม่สิ้นสุดจากรูปสัญญะหนึ่งไปอีกรูปสัญญะหนึ่ง ดังนั้น มายาคติ จึงเป็นกระบวนการประกอบสร้าง (construction) ความหมายขึ้นมาในช่วงเวลาหนึ่ง แต่ในเวลาต่อมา ความหมายเหล่านั้นสามารถถูกรื้อถอน และประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ (reconstruction) ได้ด้วยเช่นกัน

บทความเรื่อง การต่อรองความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล : การเมืองเชิงอัตลักษณ์ของเน็ตไอดอลอีสาน ของอุกฤษฎ์ เฉลิมแสน (2561) ค้นพบว่าวัยรุ่นอีสานไม่ได้เป็นผู้รับวัฒนธรรมอย่างเฉื่อยเนือย แต่ยังมีบทบาทการเป็นผู้กระทำการทางวัฒนธรรมจากการต่อรองและนิยามวัฒนธรรมที่แตกต่าง อุกฤษฎ์พบว่า เน็ตไอดอลอีสานที่เขาทำการศึกษา ใช้การเมืองเชิงอัตลักษณ์ต่อรองและนิยามความเป็นอีสานให้เป็นขั้วตรงข้ามแนวราบกับความเป็นเมืองคล้ายกับคนอีสานในอดีต โดยพวกเธอเลือกนำเสนอความเป็นอีสานจากการล้อเลียน และสื่อถึงชีวิตที่เรียบง่าย แต่ก็มีเน็ตไอดอลอีสานบางกลุ่มต่อรองและนิยามความเป็นอีสานโดยผสมผสานความเป็นอีสานกับวัฒนธรรมต่างชาติ ไม่ได้อิงอยู่กับอิทธิพลของขั้วตรงกันข้ามระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง ซึ่งเป็นการประกอบสร้างความเป็นอีสานนอกบริบทของสังคมวัฒนธรรมไทย

แม้งานวิจัยชิ้นนี้จะมุ่งศึกษาในส่วนของการเข้ารหัส อย่างไรก็ดี ผู้ผลิตภาพยนตร์ในแง่หนึ่งก็คือผู้ถอดรหัสของความหมายความเป็นอีสานจากสื่อและการผลิตซ้ำในสังคมที่มีมาก่อนหน้า ดังนั้น แนวคิดการถอดรหัสนี้จึงเป็นส่วนสำคัญในการนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

2.4.2 ท้องถิ่นนิยมกับการยอมรับ ต่อรอง และต่อต้านความหมาย

นอกจาก บริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองแล้ว **บริบทด้านท้องถิ่นนิยม (localism)** เป็นองค์ประกอบสำคัญกับงานวิจัยชิ้นนี้ เนื่องจากเป็นการศึกษาเกี่ยวกับภูมิภาค โดยบริบทด้านท้องถิ่นนิยมนั้น เป็นส่วนหนึ่งของบริบททางวัฒนธรรมซึ่งอยู่ในบริบททางสังคม โดยมีความหมายตรงตัวว่าความนิยมในท้องถิ่น เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากแนวคิดเรื่องชาตินิยม (nationalism) เพื่อผนึกคนในชาติให้เป็นหนึ่งเดียวกัน ที่ถือกำเนิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 19 ซึ่ง

แนวคิดดังกล่าวเอง ก็มิได้สามารถผนึกคนในชาติได้ทันทีตามความมุ่งหมาย เพราะมีการต่อสู้ต่อรอง และต่อต้านความหมายอยู่ตลอดเวลา

ท้องถิ่นนิยมกับอีสานในอดีต

ท้องถิ่นนิยมเกิดขึ้นครั้งแรกในไทยที่ภาคอีสาน เริ่มแรกนั้นเกิดจากการต้องการสร้างจิตสำนึกความเป็นชาติ ความเป็นท้องถิ่น เพื่อให้เป็นหนึ่งเดียวกับประเทศไทยและเพื่อต่อสู้กับการคุกคามของพรรคคอมมิวนิสต์จากต่างชาติที่เข้ามาทางภาคอีสานในช่วงสงครามเย็น โดย คายส์ (2556) กล่าวว่า ความเป็นอีสานนั้น เป็นสำนึกที่เพิ่งถือกำเนิดขึ้นมาได้ไม่นาน เดิมชาวอีสานอยู่อย่างกระจัดกระจายและประกอบไปด้วยหลากหลายเผ่าพันธ์และภาษา ดังนั้นสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นอีสาน” แต่ดั้งเดิมนั้นจึงไม่เคยมีอยู่

กระบวนการสร้างความเป็นท้องถิ่นนิยมให้กับชาวอีสานเกิดขึ้นในหลายทิศทาง ตั้งแต่เนื้อหาในตำราเรียน การเข้าไปพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน การผลิตเพลงและภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิภาค ในบทความเรื่อง “เพลงลูกทุ่งในประวัติศาสตร์วัฒนธรรมไทย” ของนิธิ เอียวศรีวงศ์ (2557) กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้อย่างน่าสนใจว่า เพลงลูกทุ่งนั้นแท้จริงแล้วเป็นผลผลิตจากผู้แต่งเนื้อหาที่เป็นชาวกรุง ภาพของชนบทในเพลงลูกทุ่งนั้นจึงเป็นชนบทในจินตนาการของชาวเมืองหลวง และเป็นภาพฝันที่ชาวกรุงอยากให้ชนบทเป็น ในขณะเดียวกัน ภาพชนบทดั้งเดิมเริ่มถูกความเจริญเข้ามากลืนกินให้สูญหายไป

จะเห็นได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นเพลง หนัง หรือละคร ที่มาจาก “อุตสาหกรรม”บันเทิงนั้น มิใช่เพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่กลับมีการถ่ายทอดอุดมการณ์บางอย่างผ่าน “เนื้อหา” และเข้ามากำหนดรูปร่างของเมือง และทัศนคติของ “ผู้ฟัง” ซึ่งสิ่งเหล่านี้รุกคืบเข้าสู่ชนบทได้ผ่านทาง “เทคโนโลยี” ภายใต้บริบทของโลกทางสังคม ส่งผลกับประชาชนทั่วทุกภูมิภาค ภาพลักษณ์ของภูมิภาคจึงเป็นภาพลักษณ์ในแบบที่ส่วนกลางพยายามเข้ามากำหนด เช่น คนอีสานในละครส่วนใหญ่มักเป็นแรงงานและคนใช้ การพูดสำเนียงไทยกลางไม่ชัด เป็นเรื่องตลกและมักจะถูกล้อเลียน แต่ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวเองก็มิได้พุ่งมาเป็นเส้นตรงและผู้คนในภูมิภาคเองก็มิได้เกิดการยอมรับความหมายเหล่านั้นแต่โดยดี หากแต่มีทั้งการยอมรับ ต่อต้าน และต่อรองความหมายต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา

ตัวอย่างเช่น กรณีการพูดภาษาท้องถิ่นในภาคอีสาน จังหวัดอุดรธานี ในทศวรรษ 2530 โรงเรียนประจำจังหวัดที่ผู้วิจัยศึกษาอยู่ เป็นแห่งหนึ่งที่ยอมรับแนวคิดชาตินิยมผ่านหลักสูตรการศึกษาโดยมีการต่อต้านน้อยมาก ภาษาไทยภาคกลางถูกใช้เป็นหลักในการสื่อสาร และเพื่อนในโรงเรียนเกือบทั้งหมดล้วนพูดไทยกลางเป็นหลัก ทั้งชั้นที่ผู้วิจัยศึกษอยู่ มีนักเรียนเพียง 2 คนที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาไทยภาคกลางได้ กลับกัน ในโรงเรียนต่างอำเภอของเพื่อนผู้วิจัย ครูในโรงเรียนเองเป็นตัวตั้งตัวตีในการสื่อสารภาษาท้องถิ่น หรือต่อรองด้วยการพูดสำเนียงผสมผสานไทยคำ อีสานคำ ในแง่นี้ ผู้วิจัยจึงมองว่าอีสานนิยมหรือท้องถิ่นนิยมที่สั่งสมให้ความเป็นอีสานเป็นกระแสขึ้นมาหลัง 2550 นั้นเกิดจากการต่อต้านและต่อรองที่มาจากต่างอำเภอในสัดส่วนที่มากกว่าในตัวเมือง

ข้อสังเกตสำคัญ คือ ชาวอีสานมิได้หยุดนิ่งตายตัวอยู่กับที่ หากแต่เดินทางพลัดถิ่นไปทำงานยังเมืองใหญ่ มีการกระจายตัวออกไปทั้งในและนอกประเทศ มีทั้งไปแล้วกลับและไปตั้งถิ่นฐานที่อื่นเลย บทความของ พิมพ์ชนก พุกสุข (2565) สัมภาษณ์ สร้อยมาศ รุ่งมณี ประเด็นเกี่ยวกับ **แรงงานพลัดถิ่น** กล่าวว่า

> *“จากสถิติกระทรวงต่างประเทศ ประชากรอีสานถือพาสปอร์ตเยอะที่สุด แต่เขาไม่ได้ไปเที่ยว เขาไปทำงาน และตามสถิติของกระทรวงแรงงาน แรงงานอันดับหนึ่งของผู้ที่ไปทำงานต่างประเทศ คิดเป็นจำนวน 60 เปอร์เซ็นต์ ก็มาจากอีสาน”*
>
> *“ภาคเหนือกับอีสานมีลักษณะคล้าย ๆ กันทางภูมิศาสตร์ คือปลูกพืชอะไรไม่ค่อยได้ในรอบปี ฉะนั้น คนจึงเคลื่อนย้ายเยอะ และยังเป็นพื้นที่ห่างไกล อีสานเองก็เป็นภูมิภาคชั้นนำในการย้ายถิ่นตั้งแต่สมัยสงครามเวียดนามแล้ว เพราะอีสานเป็นฐานทัพให้กองทัพอเมริกัน ยุคนั้นก็เป็นยุคที่ผู้หญิงออกมาทำงานบริการที่พัทยา แล้วมีการแต่งงานกับทหารอเมริกัน บางส่วนก็ไปตั้งรกรากที่ต่างประเทศด้วย ทำให้เกิดคอนเน็คชั่นกับหมู่บ้านต้นทาง ซึ่งเราว่าสำคัญมาก การย้ายถิ่นของทั้งผู้หญิงที่แต่งงานไปอยู่ต่างประเทศ หรือการไปเป็นแรงงานในต่างประเทศของแรงงานชายจากภาคอีสานตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมาทำให้มีงานวิชาการบางชิ้น เช่น งานของอาจารย์ชาร์ลส์ คายส์ เรียกพวกเขาว่า cosmopolitan villagers (ชาวบ้าน/ชาวนาผู้รู้โลกกว้าง)”*

กลุ่มชาวอีสานพลัดถิ่นเหล่านี้เอง ได้นำพาวัฒนธรรมอีสานออกไปเชื่อมต่อกับโลก สร้างรากฐานบนพื้นที่อื่น ๆ นอกอีสาน **ขยายขอบเขตความเป็นอีสานนิยม**ให้ไม่ยึดโยงอยู่แต่เพียงพื้นที่ในทางกายภาพ และเชื่อมโลกเข้ากับภาคอีสานผ่านการยอมรับ ต่อสู้ ต่อรองและผสมผสานกลืนกลายมาเป็นอีสานยุคใหม่ในเวลาต่อมา

ท้องถิ่นนิยมกับอีสานในปัจจุบัน ทั้งในและนอกพื้นที่

หลังปี 2550 เศรษฐกิจอีสาน มีการขยายตัวในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ อีสานมีความเจริญเพิ่มขึ้นมากจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ และการคมนาคม สัดส่วนของคนจนในภาคอีสานลดลงอย่างรวดเร็ว การขยายตัวระดับสูงทางเศรษฐกิจของภาคอีสานเกิดจากปัจจัยที่สำคัญคือ การขยายตัวของการค้าชายแดน การขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชนของการท่องเที่ยวและภาคบริการต่าง ๆ โครงสร้างเศรษฐกิจในชนบทเริ่มเปลี่ยนแปลงจากภาคเศรษฐกิจทางการเกษตรแบบดั้งเดิม คือ การทำนา ทำไร่ สู่ “เศรษฐกิจร้านค้ารายย่อยในชนบท” เช่น ร้านขายของชำ ร้านรับซ่อมวิทยา เครื่องไฟฟ้า และร้านซ่อมรถยนต์ ฯลฯ ซึ่งเกิดจากเงินลงทุนที่มาจากรายได้นอกภาคเกษตรและรายได้ที่ส่งกลับหมู่บ้านจากผู้ย้ายถิ่น โครงสร้างเศรษฐกิจชนบทเริ่มเปลี่ยนแปลงเข้าสู่เศรษฐกิจเมืองเพิ่มขึ้น โดยพื้นที่ชนบทได้เปลี่ยนสภาพเป็นกึ่งเมืองกึ่งชนบท โดยเฉพาะพื้นที่หมู่บ้านอยู่ใกล้เมืองใหญ่ เช่น อุดรธานี ขอนแก่น และนครราชสีมา การขยายตัวของการค้าชายแดนส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการเจริญเติบโตของเมืองต่าง ๆ (พอพันธ์ อุยยานนท์, 2560)

จากพื้นฐานที่มีจำนวนประชากรมากถึง 1 ใน 3 ของประเทศ แต่ขาดโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างในอดีต เมื่อความเจริญแพร่ขยายทั้งในทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การศึกษา และชาวอีสานพลัดถิ่นได้เริ่มกลายเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในแวดวงต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาคทั้งในและนอกประเทศ การต่อสู้ ต่อรอง ของชาวอีสานในแนวคิดท้องถิ่นนิยมยุคหลังจึงมีพลังมากขึ้น วงการบันเทิงที่มีชาวอีสานพลัดถิ่นอยู่เป็นจำนวนมาก เริ่มให้พื้นที่สื่อแก่วงดนตรีและภาพยนตร์ภูมิภาคมากขึ้น มีการพูดภาษาท้องถิ่นออกสื่อและมีการกล่าวถึงอย่างภาคภูมิใจมากขึ้น เช่น รายการไมค์ทองคำ หมอลำฝังเพชร ที่ผู้ดำเนินรายการล้วนแต่เป็นชาวอีสาน เกิดกลุ่มไทบ้านที่เป็นผู้สร้างภาพยนตร์ในระบบอิสระ เกิดผู้ผลิตเพลงในระบบอิสระที่ไม่ได้สังกัดค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ในประเทศ

เข้าสู่ตลาดเพลงลูกทุ่ง มีการจัดหมวดหมู่ให้อัลบั้มแรกของศิลปินอีสานนอกกระแส “รัสมี” ได้รับ 3 รางวัลในประเภทเพลงไทยสากลแทนที่จะอยู่ในหมวดเพลงลูกทุ่งในงานคมชัดลึกอวอร์ด ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้น จึงเป็นการต่อสู้ ต่อรองทางความหมายที่น่าสนใจในอีกก้าวหนึ่ง

นอกจากนี้ อีกปัจจัยที่ทำให้การต่อสู้ต่อรองในความเป็นอีสานนิยมมีพลังมากขึ้นในยุคหลัง 2550 มาจากพลังของผู้รับสาร ที่เทคโนโลยีได้เข้ามาทำให้พวกเขามีพลังในการเปล่งเสียงสะท้อนถึงความนิยมในสื่อต่าง ๆ ได้มากขึ้น จากสถิติผู้เข้าชมคลิปมิวสิควิดีโอในเวปไซต์ยูทูบในปี 2563 ศิลปินที่มียอดผู้เข้าชมมากที่สุดในประเทศไทยคือ “มนต์แคน แก่นคูณ” โดยมียอดเข้าชมอยู่ที่ 976 ล้านวิว มากกว่าวงดังจากเกาหลีอย่าง Blackpink ที่ได้อันดับ 2 ไปด้วยยอดวิวไปที่ 749 ล้านวิว และใน 10 อันดับแรกนั้น ยังพบศิลปินลูกทุ่งถึง 4 อันดับ ได้แก่ มนต์แคน แก่นคูณ ไผ่ พงศธร จินตรา พูนลาภ และ ลำเพลิน วงศกร ซึ่งหากรวมศิลปินเพลงฮิปฮอปอิสระของไทยอย่าง ยังโอม (Youngohm) อิลสลิค (illslick) และรัชโย่ (RachYO) กับศิลปินเพลงเพื่อชีวิต อย่างพงสิทธิ์ คัมภีร์ นั่นเท่ากับว่า 10 อันดับนี้ ไม่มีศิลปินเพลงไทยในกระแสหลักจากค่ายใหญ่ติดอันดับใดเลย

ภาพที่ 2.10 อันดับศิลปินที่มียอดผู้เข้าชมในเวบไซต์ยูทูบ (Youtube) สูงสุดในปี 2563

ที่มา: Dude Lebowski (2564)

ในส่วนของภาพยนตร์ เกิดกระแสภาพยนตร์ภูมิภาคโดยการนำของเพ็ชรทาย วงษ์คำเหลาหรือหม่ำ จ๊กมก ที่เปิดตลาดเอาไว้ด้วยภาพยนตร์เรื่อง *แหยม ยโสธร (2548)* ในศตวรรษก่อนหน้า ทำให้ศตวรรษต่อมา เริ่มมีการผลิตภาพยนตร์ภูมิภาคออกสู่ตลาดภาพยนตร์ในประเทศอย่างคึกคัก โดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์(องค์กรมหาชน) (2564) ได้รวบรวมรายได้จากเวบไซต์ของภาพยนตร์เรื่องที่โดดเด่นไว้ซึ่งได้แก่ ปัญญา เรณู 1-3 ทำรายได้รวม 44.32 ล้านบาท ส่มภัคเสี่ยน ทำรายได้รวม 210 ล้านบาท ไทบ้านเดอะซีรีย์ 1-2 ทำรายได้รวม 200 ล้านบาท และนาคี 2 รายได้ประมาณการทั่วประเทศรวม 417.55 ล้านบาท ซึ่งหากมองไปยังเนื้อหา จะพบว่า ต่างฉายภาพความเป็นอีสานออกมาในมุมมองที่แตกต่างหลากหลาย และแม้แต่ในความเป็นอีสานเอง ก็ยังมีการต่อสู้ ต่อรอง ทางความหมาย เป็นอีสานที่หลากหลายและเลื่อนไหลอยู่ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน การนำบริบททท้องถิ่นนิยมมาเป็นองค์ประกอบในการศึกษาครั้งนี้จึงมีความสำคัญจำเป็นเพื่อช่วยให้การศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานสามารถทำความเข้าใจได้อย่างลงลึกมากยิ่งขึ้น

อีสานกับแนวคิดเรื่องการผสมผสานทางวัฒนธรรม (articulation)

แม้ภาพยนตร์อีสานมีทั้งภาพยนตร์นอกกระแสและในกระแสหลัก แต่ภูมิภาคนี้ก็มิได้ตั้งอยู่อย่างโดดเดี่ยว กลับกันนั้น ชาวอีสานมีการเชื่อมโยงกับโลก และภูมิภาคอื่น ๆ อยู่ตลอดเวลา เมื่อนำแนวคิดของโฮมี่ บาบา (HomiBhabha) มาอธิบายปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น อาจกล่าวได้ว่า สัมพันธภาพระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่มีการพบปะต่อรองนั้นไม่จำเป็นต้องแสดงออกในรูปของการครอบงำตามแนวทางทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมเท่านั้น การปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมโลกและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีการปรับตัวหรือผสมผสานเข้าหากันอย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา ตามทฤษฎีการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม

บาบา (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2560) เสนอความคิดว่า โดยธรรมชาติแล้วไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่เป็นหนึ่งเดียว แต่ทุกวัฒนธรรมจะมีลักษณะเป็นแบบ “พันธุ์ทางลูกผสม” (hybrid) หรืออีกนัยหนึ่งไม่มีวัฒนธรรมใด ๆ ที่จะสมบูรณ์ในตัวเอง แต่ทุกวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงแปลงอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นตลอดเวลากระบวนการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridisation) จึงเป็นพื้นที่ใหม่ของการต่อรองและสร้างสรรค์ความหมายใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นตลอดเวลาในโลกแห่งวัฒนธรรม

กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน (2560) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ของผู้คนบนโลกในปัจจุบันเกิดมาจากการที่โลกมีการเชื่อมร้อยระหว่างกัน (interconnection) หรือมีสายสัมพันธ์บางเส้นที่โยงใยระหว่างกันอยู่ และสายสัมพันธ์นี้ไม่ได้อยู่ในระดับของการเชื่อมโยงข้ามพื้นที่ทางกายภาพหรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงลักษณะของการข้ามพรมแดนทางบริบทเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ด้วย เช่น ในทางกายภาพเราอาจพบการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนทางภูมิศาสตร์ของผู้คน นักท่องเที่ยว แรงงาน-ข้ามชาติ ผู้ลี้ภัย บุคลากรทางวิชาชีพ แต่ในอีกด้านหนึ่ง โลกยังมีการเชื่อมร้อยชาติต่าง ๆ และคนแต่ละคนผ่านมิติการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อาทิ การบริโภคข่าวสารเศรษฐกิจการเมืองผ่านสำนักข่าวข้ามชาติ หรือการเสพวิถีชีวิตแบบอเมริกันชนผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์ ผ่านร้านอาหารอย่างแมคโดนัลด์พิซซ่าและเคเอฟซี หรือการเสพภาพยนตร์ฮอลลีวูดของอเมริกาที่จัดจำหน่ายไปทั่วโลกเป็นต้น ด้วยเหตุนี้ความสัมพันธ์ผ่านวัฒนธรรมกระแสหลักจึงทำให้เกิด “เป้าหลอม”ที่ทำให้เกิดการเสพวัฒนธรรมที่เหมือน/ร่วมกันทั่วโลก และทำให้คนทั้งโลกมีประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากการเสพคุณค่าความหมายแบบที่เคยสัมผัสได้จากวัฒนธรรมดั้งเดิมในท้องถิ่นของตน

และในวัฒนธรรมอีสานก็เช่นกัน ในช่วงที่ผ่านมา จึงเริ่มพบดนตรีอีสานนอกกระแส ที่พยายามเชื่อมโยงกับดนตรีโลกโดยการคงเนื้อร้องและทำนองเอาไว้ แต่ใช้ดนตรีสากลมาประยุกต์ร่วมกัน เกิดเป็นดนตรีแนวทดลองต่าง ๆ อย่าง อีสานเรกเก้ อีสานโซล เป็นต้น

ในส่วนของภาพยนตร์ แม้บางส่วนจะมีกระบวนการที่ถูกจัดให้เป็นภาพยนตร์นอกกระแส แต่ก็มีความพยายามจะยกมาตรฐานให้เป็นสากลโดยยึดโยงเอาวิธีการทำงานแบบมืออาชีพในระดับนานาชาติ หรือในฮอลลิวูดมาใช้ในกระบวนการผลิต การวางโครงเรื่องหรือเนื้อหาแบบสากล หรือการยกระดับการนำเสนอโดยการเรียกร้องผ่านเนื้อหาในภาพยนตร์โดยยึดโยงกับแนวคิดเรื่องของเฟมินิสต์(feminist) เช่น *หน่าฮ่าน (2562)* โดยฉันทนา ทิพย์ประชาติ ที่ ที่มีทั้งผู้กำกับที่เป็นเพศหญิง เป็นลูกชาวบ้านคนธรรมดา และนำเสนอเนื้อหาของตัวละครนำหญิงที่เป็นคนธรรมดาไม่ได้มีความไฝ่ฝันในชีวิตเหมือนตัวละครในภาพยนตร์กระแสหลัก อีกทั้งภาพยนตร์อีสานอีกส่วนหนึ่งก็เป็นการเข้ามามีส่วนร่วมของภาพยนตร์กระแสหลักหรือสตูดิโอขนาดใหญ่ งานวิจัยชิ้นนี้จึงสนใจ การผสมผสานวัฒนธรรมในแง่มุมดังกล่าว ว่าปัจจัยจากการเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาด

เล็ก ธุรกิจกระแสหลัก ธุรกิจนอกกระแสนั้น ส่งผลต่อการเนื้อหาสารและการดำเนินการธุรกิจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานไปอย่างไร

2.4.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความหมายในภาพยนตร์

ในภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ประกอบไปด้วยทั้งความหมายโดยตรงเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของการเล่าเรื่อง และความหมายที่ซ่อนอยู่ผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่แฝงไปด้วยการต่อสู้ต่อรองในการนำเสนอความเป็นอีสานผ่านภาพและเสียง แนวคิดนี้ผู้วิจัยจึงนำมาใช้อ่านความหมายเพื่อเผยให้เห็นการประกอบสร้างความเป็นอีสานในภาพยนตร์

สัญญะและการวิเคราะห์ความหมาย

การวิเคราะห์ความหมายในภาพยนตร์นั้น เชื่อมโยงกับแนวคิดทางสัญวิทยา (Semiology) ที่มองว่าภาพยนตร์เป็นเสมือนพื้นที่ประกอบสร้างความหมาย (constructionism) และสร้างภาพตัวแทน (representation) บางประการให้กับผู้ชม มิใช่เป็นพื้นที่ทางศิลปะที่สะท้อนความจริง (reflexsionism) ของสังคม (กำจร หลุยยะพงศ์, 2556)

การตีความหมายของสัญญะ (sign) ใด ๆ ในทางสัญวิทยานั้น เดอ โซซูร์ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560) กล่าวว่าต้องมี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ รูปสัญญะ(signifier) และความหมายสัญญะ (signified) เช่น เมื่อเรามองเห็นกระบอกทรงกลมชิ้นหนึ่ง การตั้งชื่อให้กระบอกทรงกลมชิ้นนั้นว่าแก้ว glass หรือ cup ทั้งคำอ่านและตัวเขียน คือการกำหนด“รูปสัญญะ”หรือการตั้งชื่อให้ ส่วนเมื่อเราได้ยินคำว่าแก้ว glass หรือ cup แล้วเราแปลความหมายโดยอัตโนมัติในใจ ว่าเป็นภาชนะที่ใช้ใส่น้ำสำหรับดื่มนั้น จึงเป็น “ความหมายสัญญะ” ที่ตกลงร่วมกันนั่นเอง

แม้ เดอ โซซูร์ จะมองว่าความหมายของสัญญะนั้นจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ความหมายของเดอ โซซูร์นั้น ถูกกำหนดไว้แล้วด้วยโครงสร้าง (structure) เพราะเขามองว่าโครงสร้างทางภาษานั้นมีไวยากรณ์ที่กำหนดไว้ตายตัว เช่น ภาพยนตร์จะต้องประกอบไปด้วยโครงเรื่อง ฉาก ตัวละคร ความสัมพันธ์ แก่นเรื่อง เป็นต้น ซึ่งตรงกันข้ามกับบัคทิน (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560) ที่มองว่าภาษานั้นเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เพราะการสื่อสารมีลักษณะเป็นระบบที่เปิด (open-ended) ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าภาษานั้นเป็นของใคร (whose language) และสำหรับใคร (for whom) เช่น ถ้าเป็นภาษาที่สื่อความหมายถึง “คนภาคใต้”

ในภาพยนตร์อย่าง เพื่อนสนิท ตะลุมพุก โอเคเบตง มหาลัยเหมืองแร่ ครูแก ซาไกยูไนเต็ด ต้องตั้งคำถามด้วยว่า ภาษาของภาพยนตร์เหล่านี้เป็นของใครที่ผลิตขึ้น และสร้างขึ้นสำหรับให้ใครชม

บัคทิม มองว่า ภาษานั้นสามารถถูกใช้เพื่อต่อต้าน (resistance) ต่อกฎและการควบคุมทางสังคมและการเมืองได้ด้วย เช่น งานสงกรานต์ที่เปิดโอกาสให้คนสาดน้ำใส่กัน ซึ่งเป็นการกระทำต้องห้ามในช่วงเวลาปกติของชีวิตประจำวัน หรือ สื่อพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ ที่สามารถท้าทายและตั้งคำถามเพื่อต่อต้านระเบียบศีลธรรมในสังคมได้

พื้นที่แห่งสัญญะนั้น เป็นพื้นที่ที่ซุกซ่อนไปด้วยอุดมการณ์ บาร์ธส์ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560) เรียกมันว่า มายาคติ (myth) ที่เกิดจากการเสกสรรปั้นแต่งวัฒนธรรมจนดูราวกับเป็นธรรมชาติ (naturalised) จนผู้รับสารลืมที่จะตั้งคำถาม ซึ่งส่วนใหญ่มักมาจากอำนาจของชนชั้นกลางและกระฎุมพี ในการเข้ามากำกับควบคุมกลไกทางเศรษฐกิจและสังคม

บาร์ธส์ มองว่า ความหมายนั้นมี 2 ระดับ คือ ความหมายโดยตรง (denotation) และความหมายโดยนัย (connotation) ซึ่งเป็นความหมายเชิงสังคม วัฒนธรรมที่สามารถตีความไปได้หลากหลาย เช่น ความหมายโดยตรงของ “ผู้หญิง” คือมนุษย์ที่มีเพศหญิง แต่ความหมายโดยนัยนั้นสามารถเป็นได้ทั้ง ผู้หญิงคือแม่บ้าน ผู้หญิงคือเพศผู้ให้กำเนิด ผู้หญิงเป็นเพศที่ต้องรักนวลสงวนตัว ผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ แต่หากเป็นมายาคติแล้วนั้น สังคมจะเลือกความหมายใดความหมายหนึ่งขึ้นมาเป็นชุดความหมายหลักและชอบธรรม เช่น ผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ เป็นต้น.

องค์ประกอบของภาษาภาพยนตร์

วรรณี สำราญเวทย์ และกำจร หลุยยะพงศ์ (2563) กล่าวว่า ภาพยนตร์เองก็มีไวยากรณ์ (grammar) เช่นเดียวกับภาษาเขียน โดยพื้นฐานแล้ว ภาพยนตร์สื่อสารความคิดของผู้สร้างไปยังผู้ชมได้ด้วยวิธีการ 3 ทาง คือ **ทางภาพ (visual image) ทางเสียง (sound) และการตัดต่อ (editing)** วิธีการทั้ง 3 นี้มิได้แยกเสนอด้วยเทคนิคโดยเฉพาะของตัวมันเอง หากแต่นำเสนอไปพร้อมกัน

1) ภาพ หมายรวมตั้งแต่การเลือกใช้ขนาดภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนไหว ตลอดจนทิศทางของแสง โทนแสง และสี

1.1 ขนาดภาพ ภาพขนาดต่าง ๆ จะช่วยบอกเล่าเรื่องราว โดยการเลือกขนาดภาพจะเกิดขึ้น 2 ครั้งใหญ่ ๆ ในการผลิตภาพยนตร์คือกระบวนการถ่ายทำ และกระบวนการตัดต่อ การ

เลือกใช้ภาพขนาดต่าง ๆ ของผู้กำกับ ตากล้อง และนักตัดต่อนั้น จะสื่อถึงทัศนคติ ความรู้สึก และความหมาย โดยขนาดภาพนั้นถูกกำหนดด้วยระยะห่างจากกล้องถึงซับเจค โดยที่นิยมใช้มีดังต่อไปนี้

ภาพไกลมาก (extreme long shot) บางครั้งเรียกว่า เอ็สแทบบลิชชิ่ง ช็อต (establishing shot) มักใช้ตอนเริ่มเรื่อง หรือเมื่อเริ่มซีเควนส์ (sequence) ใหม่ เพื่อแนะนำสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ในเรื่อง บางครั้งบอกถึงอารมณ์ของตัวแสดงในเรื่องด้วย

ภาพไกล (long shot) หรือภาพกว้าง (wide shot) เป็นขนาดภาพที่ทำให้เห็นบรรยากาศที่อยู่รายรอบตัวละคร อาจใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครกับสถานที่ หรือบ่งบอกถึงอารมณ์ตัวแสดงในเรื่อง

ภาพที่ 2.11 ภาพไกล

ที่มา: *Phantom thread (2017)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 2020

ภาพเต็ม (full shot) ภาพขนาดเต็มตัว นิยมใช้แนะนำตัวแสดงตัวใหม่หรือสิ่งใหม่แก่ผู้ชม ตามปกติแล้วมักจะตามด้วยภาพใกล้ เพื่อให้เห็นรายละเอียดมากกว่าเดิมในช็อตถัดมา นอกจากนี้ยังนิยมใช้ภาพเต็มในการเทียบให้เห็นความต่างระหว่างตัวละครที่อยู่ร่วมเหตุการณ์เดียวกัน

ภาพที่ 2.12 ภาพเต็ม

ที่มา: *The grand Budapest hotel (2014)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 202

ภาพปานกลาง (medium shot) ภาพครึ่งตัว หากเป็นภาพบุคคลจะเห็นตั้งแต่ต้นขาหรือบั้นเอวขึ้นไป เป็นขนาดภาพที่คุ้นเคยมากที่สุดเพราะใกล้เคียงกับมุมมองสายตาเมื่อมนุษย์มีการสนทนากับผู้อื่น ภาพปานกลางมักใช้แสดงกิริยา สีหน้า อารมณ์ การเคลื่อนไหว เนื่องจากมีขนาดภาพที่สามารถมองเห็นไปพร้อมกับฉากหลังได้ จึงเป็นขนาดที่ให้รายละเอียดของฉากทั้งหมดได้ดี

ภาพที่ 2.13 ภาพปานกลาง

ที่มา: *No country for old men (2007)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 2020

ภาพใกล้ (close up shot) เป็นขนาดที่ต้องการเน้นผู้แสดงหรือซับเจคมากกว่าส่วนประกอบอื่น ๆ ของฉาก มักใช้สื่อความหมายในกรณีที่ผู้กำกับต้องการให้ผู้ชมสนใจ รับรู้หรือมองเห็นซับเจค อารมณ์ สีหน้า สายตาในช็อตนั้นอย่างเด่นชัดหรือใกล้ชิด เช่น ใบหน้าอันตกตะลึงเมื่อตัวละครรู้ได้รู้ความจริงว่าคนร้ายที่แท้จริงอยู่ข้าง ๆ เธอนี่เอง เป็นต้น แต่ทั้งนี้ หากเป็นภาพยนตร์เพื่อการศึกษา ภาพใกล้อาจใช้เพียงเพื่ออธิบายประกอบการบรรยายเพื่อให้เห็นภาพมากขึ้น

ภาพที่ 2.14 ภาพใกล้

ที่มา: *Star Wars: The Force Awakens (2015)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 2020

ภาพใกล้มาก (extreme close up shot) ภาพลักษณะนี้จะให้ความสนใจไปยังจุดใดจุดหนึ่งของซับเจคเท่านั้น เช่น ดวงตา ปาก ใบหู หรือสิ่งของบางอย่าง เพื่อเป็นการสื่อสารว่าจุดนี้สำคัญมากต่อเรื่องราวในภาพยนตร์ ซึ่งมีผลกับผู้ชมเป็นอย่างมาก

ภาพที่ 2.15 ภาพใกล้มาก

ที่มา: *Kill Bill Vol 1 (2003)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 2020

1.2 มุมกล้อง มุมในการถ่ายทำหรือความสูงต่ำของกล้องที่จับจ้องไปที่ซับเจคหรือนักแสดงนั้นมีผลต่อการสื่อความหมายไปยังผู้ชม อีกทั้งยังสามารถแทน “มุมมอง” ของทั้งตัวละครและผู้ชมว่าจะการมองเหตุการณ์นั้นอย่างไรด้วย โดยแบ่งได้เป็น 5 รูปแบบหลัก ๆ คือ

มุมระดับสายตานก (bird’s eye view) เป็นมุมมองจากที่สูงในระยะไกลเปรียบได้กับการมองจากสายตาของนกที่กำลังบินอยู่ จึงทำให้รู้สึกแปลกแยกออกจากเหตุการณ์ที่กำลังดำเนินในเรื่อง บางครั้งอาจใช้แทนความหมายว่าเป็นการมองลงมาของพระเจ้า เป็นต้น และบางครั้ง หากเป็นสารคดี อาจใช้มุมกล้องแบบนี้ในการช่วยถ่ายซับเจค เช่น ทำอาหาร ให้เห็นชัดขึ้น

มุมสูง (high angle) กล้องจะถูกติดตั้งอยู่สูงกว่าตัวละคร จึงเป็นมุมมองกดลงมาจากผู้ที่อยู่สูงกว่า สื่อถึงตัวละครนั้นเล็กน้อยด้อยค่า กล้องแทนมุมมองสายตาของผู้มีอำนาจมองลงมายังผู้ที่อ่อนแอกว่า อาจแฝงถึงความดูถูก เหยียดหยาม หรือบางครั้ง อาจเป็นการสื่อความหมายถึงการแอบมองหรือจับตาจากบนตึก

ภาพที่ 2.16 ภาพมุมสูง

ที่มา: *Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2 (2011)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 2020

มุมระดับสายตา (eye level shot) เป็นระดับปกติที่กล้องจะถูกติดตั้งอยู่ระดับเดียวกับสายตา สื่อถึงความเท่าเทียมกันของตัวละคร มุมมองนี้ ผู้ชมจะเป็นคนตัดสินเองว่าตัวละครจะมีลักษณะเป็นเช่นไร

มุมต่ำ (low angle) กล้องถูกติดตั้งอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าปกติ แทนสายตาของผู้ที่ต่ำต้อยกว่ากำลังมองไปยังผู้ที่อยู่เหนือกว่า มีอำนาจมากกว่า ยิ่งใหญ่กว่า หรือน่าเกรงกลัว

ภาพที่ 2.17 ภาพมุมต่ำ

ที่มา: *The Matrix (1999)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 2020

มุมเอียง (oblique angle หรือ dutch angle หรือ canted angle) คือการตั้งกล้องที่ไม่ขนานกับพื้นหรือเส้นขอบฟ้า ทำให้ภาพมีลักษณะเอียงไปทางใดทางหนึ่ง ดูไม่มั่นคง โอนเอียง เพื่อสื่อถึงความรู้สึกของจิตใจตัวละครที่ไม่ปกติ

ภาพที่ 2.18 ภาพมุมเอียง

ที่มา: *Inception (2010)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 2020

1.3 การเคลื่อนไหว เป็นสิ่งที่ทำให้ภาพยนตร์มีลักษณะแตกต่างไปจากภาพนิ่งและภาพเขียน โดยแบ่งออกได้ดังนี้

การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการเคลื่อนกล้องภาพยนตร์ ซึ่งได้แก่ **การแพน (pan)** เป็นการกวาดภาพในแนวราบ เช่น จากซ้ายไปขวา จากขวาไปซ้าย **การทิลท์ (tilt)** เป็นการเคลื่อนกล้องในแนวดิ่ง เช่น จากล่างขึ้นบน จากบนลงล่าง และ**เครน ช็อต (crane shot)** เป็นการเคลื่อนกล้องในทิศทางที่ต้องการ เช่น เปลี่ยนความสูง เปลี่ยนทิศทางการตั้งกล้อง หรือเปลี่ยนการเคลื่อนไหวอย่างมีความต่อเนื่องในช็อตเดียวกัน

การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการเคลื่อนกล้องและซับเจค ไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่ **ทรัคกิ้ง ช็อต (trucking shot)** ใช้ติดตามซับเจคที่เคลื่อนที่ค่อนข้างเร็วและอยู่ไกลจากกล้องพอสมควร **ดอลลี่ ช็อต (dolly shot)** เป็นการตั้งกล้องบนพาหนะที่มีล้อเลื่อน เพื่อเคลื่อนกล้องติดตามตัวละครได้ใกล้ชิด และต่อเนื่องในกรณีที่ไม่สามารถนำเครนมาใช้ได้ **แฮน เฮลด์ ช็อต (hand held shot)** เป็น

การแบกกล้องถ่ายโดยไม่ใช้ขาตั้งกล้อง สื่อถึงความไม่มั่นคง หรืออารมณ์ที่ไม่คงที่ของตัวละคร และ**ฟอลโลวอิง ช็อต (following shot)** ตามตัวละครไปโดยไม่สนใจฉากหลังที่เปลี่ยน

การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการทำงานของเลนส์ ได้แก่ **การซูมเข้า (zoom in)** คือการใช้เลนส์ในการขยับภาพเข้าไปหาซับเจคโดยที่กล้องยังตั้งอยู่ที่เดิม ใช้ดึงดูดความสนใจผู้ชมให้มุ่งสู่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งเป็นพิเศษ ซึ่งจังหวะการซูมมีผลต่ออารมณ์ของผู้ชม เช่น ซูมเข้าอย่างรวดเร็ว อาจสร้างความตกใจให้กับผู้ชมได้ **การซูมออก (Zoom out)** จะมีลักษณะตรงกันข้ามกับการซูมเข้า ใช้เพื่อแสดงให้ผู้ชมเห็นความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเล็ก ๆ กับสิ่งที่ใหญ่กว่าเมื่อซูมภาพออกมา และ**การเปลี่ยนความคมชัดของภาพ (shift focus)** ใช้เพื่อสลับความสนใจระหว่างของสองอย่างหรือตัวละครอย่างน้อยสองตัว เช่น เมื่อตัวละครตัวแรกพูด หน้าตัวละครชัด แต่อีกตัวที่อยู่ด้านหลังจะเบลอ และเมื่อตัวละครที่อยู่ด้านหลังพูดตอบ ความคมชัดก็จะกลับไปอยู่ด้านหลัง เป็นต้น

1.4 ทิศทางของแสง ก่อให้เกิดผลกับอารมณ์ของผู้ชม ซึ่งเกิดจากทั้งแสงธรรมชาติและการจัดแสงโดยผ่านเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการจัดแสง ได้แก่

แสงจากด้านล่าง เป็นแสงที่ส่องขึ้นมาจากด้านล่างของซับเจค จะให้ความรู้สึกน่ากลัว แม่ซับเจคจะอยู่นิ่ง ๆ ไม่ได้แสดงความรู้สึกใด ๆ ก็ตาม แสงดังกล่าวมักใช้ในภาพยนตร์ประเภทผี

แสงจากด้านบน เป็นแสงที่มีทิศทางจากด้านบนของซับเจค จะสื่อความรู้สึกเหมือนกับความศักดิ์สิทธิ์ ยิ่งใหญ่ของซับเจค

แสงจากด้านหลัง เป็นแสงที่มีทิศทางจากด้านหลัง ทำให้รู้สึกประหนึ่งภาพย้อนแสง มีทั้งความรู้สึกกึ่งฝัน กึ่นุ่มนวล โรแมนติก และยังให้ความรู้สึกเหงาในเวลาเดียวกัน

1.5 โทนแสง เกิดจากการจัดแสง ซึ่งครอบคลุมสัดส่วนของแสงที่สว่างที่สุดไล่ไปถึงส่วนเงาดำที่มีอยู่ในฉากเหตุการณ์นั้น อารมณ์ต่าง ๆ ในภาพยนตร์สร้างขึ้นได้ด้วยการจัดแสงแบบต่าง ๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 แบบใหญ่ ๆ คือ

แบบโลว์คีย์ (low key tonality) มีเนื้อที่มากกว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในเงาดำมืด นิยมใช้แสดงถึงภัยอันตรายต่าง ๆ ความหวาดกลัวของมนุษย์โดยเฉพาะสิ่งที่จะเกิดขึ้นในเวลากลางคืน แสงแบบโลว์คีย์สามารถเป็นโทนแสงที่อยู่ในทั้งภาพยนตร์สีและขาวดำ

ภาพที่ 2.19 โทนแสงแบบโลว์คีย์

ที่มา: *No country for old men. (2007)* อ้างถึงใน Kyle DeGuzman, 2020

แบบไฮคีย์ (high key tonality) เนื้อที่มากกว่าครึ่งหนึ่งในฉากเหตุการณ์อยู่ในส่วนสว่าง นิยมใช้สื่อถึงความสนุกสนานและร่าเริง พบได้ในภาพยนตร์ตลกและภาพยนตร์เพลง ในอีกความหมายหนึ่ง หากมีการจัดแสงสว่างมากเกินไปอาจสื่อถึงความแห้งแล้งได้

ภาพที่ 2.20 โทนแสงแบบไฮคีย์

ที่มา: *500 Days of Summer (2009)* อ้างถึงใน Kyle DeGuzman, 2020

แบบแนราทีฟ (narrative tonality) เป็นแบบกึ่งกลางระหว่างสองแบบแรก นิยมใช้เล่าเหตุการณ์หรือเรื่องราวอย่างตรงไปตรงมา ไม่เน้นเรื่องอารมณ์ของตัวแสดงหรือเหตุการณ์

ภาพที่ 2.20 โทนแสงแบบแนราทีฟ

ที่มา: *The life aquatic with steve Zissou (2004)* อ้างถึงใน Sc Lannom, 2020

1.6 สี เป็นหนึ่งในภาษาภาพยนตร์ที่สื่อความหมายได้อย่างดี ไม่เพียงแต่เครื่องแต่งกาย ฉาก ยังหมายรวมถึงบรรยากาศโดยรวมของภาพยนตร์เรื่องนั้นด้วย ดังนั้น การใช้สีในภาพยนตร์จะโยงกับหลักเบื้องต้นของสี โดยเฉพาะเรื่องวรรณะ (tone)

วรรณะของสี อาจจำแนกได้เป็นสีร้อนและสีเย็น สีร้อนได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีส้ม จะทำให้ผู้ชมรู้สึกร้อนรุ่ม อันตราย มีชีวิตชีวา เรียกร้องความสนใจต่อผู้ชม ในทางกลับกัน สีเย็นได้แก่ สีเขียว สีขาว สีน้ำเงิน สีม่วง จะให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบสุข ราบเรียบ ปลอดภัย

2) เสียง เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง เมื่อจับคู่กับภาพแล้วจะช่วยให้ผู้ชมเข้าใจในภาพที่เห็นบนจอได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ประกอบไปด้วย เสียงพูด (voice) เสียงประกอบ (sound effect) เสียงดนตรี (music) และเสียงเงียบ

2.1 เสียงพูด (voice) แบ่งออกได้เป็น **เสียงสนทนา (dialogue)** เป็นเสียงที่เปล่งออกจากปากตัวนักแสดง เพื่อให้ข้อมูลและขับเคลื่อนเนื้อหาและอารมณ์ในภาพยนตร์ให้ดำเนินไปจนจบเรื่อง แต่ในบางครั้ง ในภาพยนตร์ก็จะมีเสียงที่สาม เรียกว่า **เสียงบรรยาย (narration)** ซึ่งเป็นเสียงที่ผู้พูดไม่ได้ปรากฏบนจอภาพยนตร์ อาจเป็นเสียงเพื่ออธิบายความในใจจากนักแสดงคนใดคนหนึ่งในเรื่อง หรืออาจเป็นเสียงอธิบายเนื้อเรื่องของผู้ที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งในนักแสดงเลยก็ได้ ในยุค

แรกนิยมใช้ในภาพยนตร์สารคดีและภาพยนตร์เพื่อการศึกษา แต่ในปัจจุบันพบได้ในภาพยนตร์ทั่วไปด้วย **เสียงพากย์ (dubbed)** ใช้ในกรณีที่เป็นภาพยนตร์ต่างประเทศและต้องมีการแปลภาษาเพื่อให้คนดูแต่ละประเทศเข้าใจความหมายที่ตัวละครพูดออกมา จึงมีการพากย์ทับลงไปบนตัวละครแต่ละตัวด้วยภาษาท้องถิ่น แต่หากเป็นการพากย์ทับลงไปในภาพยนตร์ภาษาเดิม เรียกว่า **เสียงพากย์ทับ (automatic dialogue replacement)** โดยเรียกนักแสดงมาพากย์ทับเสียงตนเองที่เคยแสดงไปแล้ว เพื่อทดแทนเสียงเดิมในกรณีเสียงที่อัดมาในกระบวนการถ่ายทำมีปัญหา

2.2 เสียงประกอบ (sound effect) ใช้ประกอบบรรยากาศในภาพยนตร์ให้การกระทำของตัวละครในเหตุการณ์ต่าง ๆ มีความสมบูรณ์ขึ้น เนื่องจากในกระบวนการถ่ายทำมักให้ความสำคัญกับเสียงพูดเป็นหลัก เสียงประกอบจึงมักมีการอัดขึ้นมาใหม่ภายหลัง โดยการทำ**โฟลี (foley)** มีทั้งเสียงที่มีอยู่จริงและเสียงที่สร้างขึ้นมาใหม่ เช่น เสียงเดิน เสียงเปิดประตู เสียงการขยับตัวของหุ่นยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้จำกัดการรับรู้ของผู้ชมคล้ายการใช้ภาพขนาดใกล้ เช่น ฉากตัวละครฟันดาบท่ามกลางสายฝน นักออกแบบเสียงต้องการให้ผู้ชมสนใจการฟันดาบมากกว่าฝนที่กำลังตกจึงตัดเสียงฝนออกไปเหลือเพียงเสียงฟันดาบ ซึ่งผู้ชมที่กำลังติดตามเนื้อหาก็จะเข้าใจได้ทันทีว่าต้องให้ความสำคัญกับการปะทะกันของสองตัวละครเป็นหลัก **เสียงบรรยากาศ (ambient)** ที่อยู่รายรอบ ใช้อธิบายถึงสถานที่ที่เหตุการณ์นั้นดำรงอยู่โดยอาจไม่มีการถ่ายทำจริง ใช้เพียงเสียงที่อัดมาจากสถานที่จริงหรือออกแบบเพิ่มขึ้นมาภายหลัง เช่น เสียงไซเรนและรถราขวักไขว่ดังมาจากนอกเฟรมเพื่อบ่งบอกสถานที่ว่าเหตุการณ์เกิดขึ้นในตัวเมืองนิวยอร์ค เป็นต้น

2.3 เสียงดนตรี (music) ทำหน้าที่กำหนดอารมณ์ผู้ชม ให้ภาพยนตร์สามารถดำเนินเรื่องไปได้อย่างราบรื่น หากเป็นภาพยนตร์เพลงจะมีหน้าที่ช่วยในการเล่าเรื่องเพิ่มเข้ามาด้วย บางครั้ง เสียงดนตรีอาจใช้เป็นสิ่งแทนตัวละครหรือสถานที่หลักในเรื่อง ใช้เชื่อมโยงระหว่างซีเควนส์หนึ่งไปยังอีกซีเควนส์หนึ่ง ใช้เปลี่ยนอารมณ์ในซีนเดิม แนวดนตรีที่จับคู่กับภาพบนจอสามารถบ่งบอกถึงอารมณ์ภายในตัวละครหรือแนวทางของภาพยนตร์ได้ เช่น การใช้แนวดนตรีแจ๊สบรรเลงประกอบขณะตัวละครร้ายกำลังทำการฆาตรกรรมแทนที่จะเป็นดนตรีระทึกขวัญ สื่อถึงความเลือดเย็น เป็นต้น

2.4 เสียงเงียบ ในบางครั้งเสียงเงียบเข้ามาช่วยเติมเต็มให้เนื้อเรื่องสมบูรณ์ เช่น บรรยากาศที่เงียบก่อนที่ดนตรีจะโหมประโคมในจังหวะที่ผีโผล่มาในภาพยนตร์เขย่าขวัญ เสียง

เงียบเมื่อตัวละครในสมรภูมิรบที่เต็มไปด้วยเสียงปืนดังจนเมื่อตัวละครหลักโดนระเบิด เสียงทุกอย่างจึงเงียบลง เปรียบได้กับอาการหูอื้อหรือหูดับ หรือการที่ตัวละครนิ่งคิด ก็บ่งบอกถึงอารมณ์หรือการใช้ความคิดของตัวละคร เป็นต้น

3) การตัดต่อ คือการสร้างความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้งหมดของเรื่องราวในภาพยนตร์ โดยคำนึงถึงการเคลื่อนไหวภายในช็อต (internal movement) ทิศทางในการแสดงและของซับเจค องค์ประกอบภาพตลอดจนความยาวของฉากเหตุการณ์แต่ละอัน เพื่อใช้ในการสร้างจังหวะ (tempo) ในเรื่องนั่นเอง โดยสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับการตัดตัดต่อลำดับภาพมีอยู่ 5 ประการ ดังนี้

3.1 การเชื่อมต่อภาพ (transition) คือการนำภาพแต่ละช็อตมาร้อยเรียงเพื่อสื่อความหมาย ผู้ชมจะเข้าใจความหมายจากลักษณะของการเปลี่ยนแปลงจากช็อตหนึ่งไปยังอีกช็อตหนึ่ง

- การตัดตรง (cut) คือการเปลี่ยนจากช็อตหนึ่งไปยังอีกช็อตหนึ่งอย่างรวดเร็วชั่วพริบตา เป็นวิธีการตัดที่ใช้บ่อยที่สุดเพราะไม่มีเทคนิคใดมารบกวนเนื้อเรื่อง ทำให้ผู้ชมติดตามเนื้อเรื่องได้อย่างไม่มีสะดุดในเรื่องของเวลา

- ภาพจาง (fade) แสดงถึงการเริ่มหรือจบเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งในเรื่อง นิยมใช้เริ่มและจบเรื่อง หรืออาจใช้เริ่มหรือจบซีเควนส์ภายในเรื่อง

- ภาพจางซ้อน (dissolve) มักใช้กับฉากเดิมที่มีการเปลี่ยนแปลงของตัวละครเพียงเล็กน้อย เช่น การหายไป การลาจาก การเติบโต การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เป็นต้น

- ภาพกวาด (wipe) เป็นวิธีการเชื่อมช็อตแบบที่เรียกร้องความสนใจจากผู้ชม เพราะผู้ชมจะเห็นการเคลื่อนผ่านระหว่างช็อตแรกไปช็อตสองอย่างชัดเจน อาจหมายความถึงการจบองค์หรือผ่านเวลา แต่เนื่องจากบางครั้งทำให้เนื้อเรื่องสะดุดจึงไม่นิยมในปัจจุบัน

- ภาพซ้อน (superimposition) การใช้ภาพมากกว่าหนึ่งภาพมาซ้อนทับกันให้เห็นหลายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกัน ใช้ในเหตุการณ์ที่ตัวละครกำลังนึกคิดถึงเหตุการณ์อื่น ๆ หรืออยู่ในห้วงความทรงจำ

- การตัดสลับภาพ (crosscutting หรือ parallel cutting) ใช้เล่าเหตุการณ์อย่างน้อยสองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะเดียวกัน เพื่อเปรียบเทียบเหตุการณ์ สร้างความสัมพันธ์ให้กับสองเหตุการณ์มีความใกล้ชิดกัน หรือเพิ่มความตื่นเต้นให้กับภาพยนตร์

3.2 ความหมายที่สาม (the third meaning) การเลือกภาพมากกว่าหนึ่งภาพที่เกี่ยวข้องมาต่อกัน มักทำให้เกิดความหมายที่สามขึ้น โดยอาจเป็นความหมายที่มีลักษณะเป็นการเล่าเรื่อง ซึ่งมองเห็นได้จากบนจอ และความหมายโดยนัย ที่เกิดขึ้นในใจของผู้ชมหลังชมเสร็จแล้ว

- การตัดต่อแบบเล่าเรื่อง (narrative) หากช็อตนั้นอยู่โดด ๆ อาจไม่มีความหมายใด แต่เมื่อนำมาเรียงกัน จึงเกิดความหมายใหม่ขึ้น เช่น ช็อตแรกเป็นชายคนหนึ่งยืนมองมาที่กล้อง ช็อตที่สองเป็นภาพใกล้ของอาหารที่ตกแต่งไว้อย่างน่ารับประทาน เมื่อผู้ชมปะติดปะต่อสองช็อตนี้เข้าด้วยกัน อาจเกิดความหมายว่าผู้ชายคนนี้กำลังหิว เป็นต้น วิธีการแบบนี้จะช่วยในการเล่าเรื่องขึ้นอยู่กับผู้ตัดต่อและผู้กำกับจะเลือกช็อตใดมาต่อกัน

- การตัดต่อแบบแสดงโดยนัย (implicit) การตัดต่อแบบนี้ เป็นนามธรรมที่ไม่อาจมองเห็นได้โดยชัดเจน ช็อตที่นำมาต่อกันจึงอาจเป็นภาพเปรียบเทียบ เช่น ช็อตแรกเป็นชายคนเดิมมองมาที่กล้อง และต่อมาเป็นช็อตภาพใกล้ของเปลวไฟที่กำลังลุกอย่างโชติช่วง อาจสื่อถึงความรู้สึกภายในใจของชายคนนั้นที่กำลังคุกกรุ่นราวกับเปลวไฟ ที่ความหมายนี้เกิดขึ้นได้จากการเลือกช็อตสองช็อตนี้มาต่อกัน เป็นต้น

3.3 เวลาและระยะในภาพยนตร์ (cinematic time and cinematic distance) เวลาและระยะในภาพยนตร์ มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามระยะและเวลาจริง เนื่องมาจากภาพยนตร์คือการเล่าเรื่องที่ตัดช่วงเวลาที่น่าเบื่อออก ผู้ผลิตจึงมีการเลือกให้ความสนใจทั้งระยะและช่วงเวลาที่ผู้ชมจะสนุกและขับเคลื่อนเรื่อง

- เวลาในภาพยนตร์ มักจะเลือกใช้นำมาเล่าเฉพาะช่วงเวลาที่มีผลกับเนื้อหาของเรื่อง บางช่วงในภาพยนตร์จึงถูกจับมาขยายโดยอาจช้ากว่าเวลาจริงเพื่อให้เห็นความสำคัญของเหตุการณ์ในช่วงเวลานั้นอย่างละเอียด และบางช่วงก็ถูกข้ามผ่านไปเนื่องจากไม่มีผลอะไรกับเนื้อเรื่อง นอกจากนั้น เวลายังสัมพันธ์กับความรู้สึก ทำให้ภาพยนตร์ที่มีความยาว 2 ชั่วโมงสามารถขยายเวลาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเพียง 15 นาที หรือเล่าเรื่องที่มีความยาว 3 ชั่วอายุคนได้อย่างราบรื่น เป็นต้น

- ระยะในภาพยนตร์ เหมือนกับเวลาในภาพยนตร์ที่แตกต่างจากโลกจริง เมื่อภาพยนตร์ให้ความสนใจกับการเล่าเรื่องของตัวละคร บางช่วงที่ไม่สำคัญจึงสามารถเล่าข้าม หรือไม่นำมาเล่าในเนื้อเรื่องได้ เช่น ตัวละครหญิงนั่งอยู่ที่บ้าน ได้รับโทรศัพท์ว่าแม่ของตนป่วยอยู่ที่โรงพยาบาล และช็อตต่อมาคือตัวละครหญิงนั้นมาปรากฏตัวที่โรงพยาบาลเลย จะเห็นว่าการออกเดินทางไปโรงพยาบาลของตัวละครหญิงมิได้มีส่วนในการขับเคลื่อนเนื้อเรื่องจึงเป็นระยะที่แม้จะเกิดขึ้นในโลกจริงแต่ถูกตัดออกไปในโลกภาพยนตร์ เป็นต้น

3.4 จังหวะ (tempo) จังหวะในภาพยนตร์นั้นสัมพันธ์กับความยาวหรือระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละช็อต ยิ่งแต่ละช็อตมีความยาวที่สั้นมากขึ้นเท่าไหร่ ยิ่งสื่อถึงจังหวะที่เร็วและตื่นเต้นมากขึ้นเท่านั้น โดยจังหวะในการตัดภาพยนตร์กระแสหลักในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยการเปลี่ยนช็อตที่เร็วกว่าในยุคแรก เนื่องมาจากการมาถึงของช่องโทรทัศน์มิวสิควิดีโออย่าง MTV ที่มีการตัดต่อที่กระชับฉับไวจนคนยุคใหม่ที่เติบโตมากับสิ่งนี้เกิดเป็นความเคยชิน และจังหวะที่เนิบช้าจึงกลายเป็นจังหวะที่น่าเบื่อ

ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นจังหวะที่ช้าหรือเร็ว มีความสำคัญทั้งคู่และมักมีอยู่เพื่อกันและกัน การจับคู่ตรงข้ามของจังหวะการตัด อาจทำให้ผู้ชมรับรู้ว่าช่วงเวลานี้สำคัญหรือสามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้ชมได้ เช่น ภาพยนตร์แอคชันที่มีจังหวะการเดินเรื่องอย่างรวดเร็วจนมาถึงฉากที่ถูกตัวเอกถูกรถชนกระเด็นลอยข้ามกำแพงแบบสโลวโมชัน ด้วยจังหวะที่เปลี่ยนไปแบบฉับพลันจะกระตุกให้ผู้ชมสนใจและเอาใจช่วยตัวเอกให้ปลอดภัย เป็นต้น

3.5 การตัดต่อรูปแบบอื่น แนวคิดเกี่ยวระยะและเวลาในการตัดต่อยังมีอีกหลายรูปแบบ เช่น

- แฟลชแบ็ค (flash back) คือการตัดต่อเพื่อย้อนเวลากลับไปในอดีต อาจใช้การเชื่อมช็อตแบบภาพจาง หรือภาพจางซ้อน หรือภาพกวาด และใช้สีภาพ การแต่งกาย และการจัดองค์ประกอบภาพเพื่อแยกช่วงเวลาปัจจุบันกับช่วงเวลาอื่น

- แฟลชฟอร์เวิร์ด (flash forward) คล้ายกับแฟลชแบ็ค แต่เป็นการเล่าเหตุการณ์ในอนาคต จึงอาจเป็นการคาดการณ์ ความนึกคิด หรือความเพ้อฝันของตัวละคร เป็นต้น นิยมใช้ในภาพยนตร์วิทยาศาสตร์

- มอนทาจ (montage) เป็นชุดของซีนสั้น ๆ เพื่อเล่าเรื่องราวโดยสรุป อาจใช้แสดงถึงการผ่านเวลาไปอย่างยาวนาน เช่น ช่วงเวลาสงคราม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังนิยมใช้มอนทาจกับเหตุการณ์ที่อยู่ในความนึกคิดหรือในความฝันอีกด้วย

ไวยากรณ์ของภาพยนตร์

ภาพยนตร์มีการใช้ไวยากรณ์ไม่ต่างจากภาษาเขียน เฟรมเปรียบได้ดังตัวอักษร ช็อตคือคำ ซีนคือประโยค ซีเควนส์คือย่อหน้า การเชื่อมช็อตเท่ากับการใช้คำเชื่อม ดังนั้นการเลือกช็อตเพื่อเชื่อมเรื่องราวออกมาเป็นซีนจนเกิดเป็นเนื้อหา จึงไม่ต่างจากการเลือกคำสร้างประโยคจนเกิดเป็นเนื้อหาขึ้นมาบนกระดาษ ต่างเพียงภาษาที่เป็นลักษณะพิเศษเฉพาะของภาพยนตร์ โดยเล่าผ่านองค์ประกอบของภาพยนตร์ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

ตารางที่ 2.6 แสดงไวยากรณ์ของภาพยนตร์เปรียบเทียบกับไวยากรณ์ภาษาเขียน

ภาษาภาพยนตร์	ภาษาเขียน
เฟรม (frame)	ตัวอักษร (letter)
ช็อต (shot)	คำ (word)
การเชื่อมช็อต (transition)	คำเชื่อม (punctuation)
ซีน (scene)	ประโยค (sentence)
ซีเควนส์ หรือ ตอน (sequence)	ย่อหน้า (paragraph)

ที่มา: วรรณี สำราญเวทย์ และกำจร หลุยยะพงศ์ (2563) Film grammar (2564)

การเข้าใจไวยากรณ์ของภาพยนตร์ว่า การเลือกช็อตที่มีขนาดภาพต่างกันมาต่อกันมีลักษณะคล้ายกับการเลือกคำแต่ละคำมาต่อกันของนักเขียน จะช่วยทำให้เรามองเห็นว่า ภาพยนตร์ทุกเรื่องนั้นแม้จะมีโครงเรื่องคล้ายกัน แต่สุดท้าย การจะสื่อสารหรือซ่อนสารไว้อย่างไรนั้น ขึ้นอยู่

กับนักตัดต่อและผู้กำกับที่จะทำการเลือกสรรภาษาเหล่านั้นมาใช้ให้ตอบเป้าหมายที่ตนต้องการนำเสนอ

โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์

โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 องค์ประกอบสำคัญ (ภัทริยา วิริยะศิริวัฒนะ และ อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2559) คือ โครงเรื่อง (plot) แก่นความคิด (theme) ตัวละคร (character) ความขัดแย้ง (conflict) มุมมองหรือจุดยืนในการเล่าเรื่อง (point of view) ฉาก (set) และสัญลักษณ์พิเศษ (symbol)

1) โครงเรื่อง โดยปกติในภาพยนตร์จะลำดับเหตุการณ์การเล่าเรื่องไว้ 5 ขั้นตอน คือ การเริ่มเรื่อง (Exposition) การพัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action) เกิดปมปัญหาหรือข้อขัดแย้ง เป็น ภาวะวิกฤติ (Climax) ในที่สุดเมื่อผ่านจุดวิกฤติไปได้แล้วนั้นจะเป็น ภาวะคลี่คลาย (Falling Action) นำไปสู่ การยุติเรื่องราว (Ending) ซึ่งเป็นการสิ้นสุดของเรื่องราวทั้งหมด

2) แก่นความคิด โดยทั่วไป ก็มักเกี่ยวกับ ความดี-ความชั่ว หรือไม่ก็เกี่ยวข้องกับ ความรัก-ความเกลียด เป็นต้น

3) ตัวละคร ตัวละครในแต่ละตัว จะต้องมีองค์ประกอบ 2 ส่วนเสมอ คือ ส่วนที่เป็นความคิด (Conception) เป็นสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของตัวละคร และส่วนที่เป็นพฤติกรรม (Presentation) จะเป็นผลที่เกิดขึ้นโดยตรงสืบเนื่องมาจากความคิดของตัวละครนั่นเอง โดยการเลือกตัวร้ายในละคร

4) ความขัดแย้ง สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ ความขัดแย้งระหว่างคนกับคน ความขัดแย้งภายในจิตใจ และความขัดแย้งกับพลังภายนอก

5) มุมมองหรือจุดยืนในการเล่าเรื่อง การเล่าเรื่องจากจุดยืนบุรุษที่หนึ่ง (The First-Person Narrator) การเล่าเรื่องจากจุดยืนบุรุษที่สาม (The Third-Person Narrator) การเล่าเรื่องจากจุดยืนที่เป็นกลาง (The Objective Narrator) การเล่าเรื่องแบบผู้รอบรู้ไปหมดทุกเรื่อง (The Omniscient Narrator)

6) ฉาก สถานที่รองรับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเรื่อง ฉากจึงมีความสำคัญในด้านของการที่สามารถบ่งบอกความหมายบางประการของภาพยนตร์ด้วย

7) สัญลักษณ์พิเศษ ในการเล่าเรื่องในภาพยนตร์มักจะมีการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) เพื่อสื่อความหมาย ซึ่งโดยทั่วไปสัญลักษณ์ในภาพยนตร์มักพบอยู่ 2 ชนิด คือ สัญลักษณ์ทางภาพ และสัญลักษณ์ทางเสียง

โดยองค์ประกอบทั้ง 7 นั้นสามารถซุกซ่อนความหมายและอุดมการณ์บางอย่างส่งต่อไปสู่ผู้ชมได้ผ่านกระบวนการผลิต เช่น ในยุคหนึ่งนั้น ตัวละครที่เป็นผู้ร้ายในภาพยนตร์สายลับฮอลลิวูดมักจะเป็นชาวโซเวียตเพราะในสถานการณ์จริง ทั้ง 2 ประเทศนี้ยังอยู่ในช่วงสงครามเย็น หรือในภาพยนตร์ไทยยุคหนึ่ง คนรับใช้ คนสวน คนขับรถในภาพยนตร์มักจะเป็นชาวอีสาน และลักษณะของคนที่มาจากต่างจังหวัดจะต้องเปิ่น เฉิ่ม เชย การแต่งกายดูสกปรก ดูเป็นบ้านนอก ลักษณะท่าทางไม่มีกิริยาของผู้ดี เป็นต้น

ดังนั้น คำถามสำคัญทั้ง 2 ข้อของงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดสังคมวิทยาสื่อ แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และแนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสมาช่วยส่องทางในการหาคำตอบให้กับคำถามแรกว่า 1) กระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เกิดจากปัจจัยใด และภายใต้บริบททางสังคมอย่างไร และใช้แนวคิดเรื่องการสื่อสารในภาพยนตร์มาช่วยในการหาคำตอบสุดท้ายว่า 2) ความเป็นอีสานถูกประกอบสร้างอย่างไรในภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยจัดหมวดหมู่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และ 2. กลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับการประกอบสร้างภาพตัวแทนผ่านสื่อ

2.5.1 กลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ประกายกาวิล ศรีจินดา (2554) มองภาพยนตร์ไทยยุคหลังหนึ่งร้อยปีกับความเปลี่ยนแปลงในสังคมไทยหลังปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมาว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และนานาชาติเริ่มให้การยอมรับภาพยนตร์ไทย มีภาพยนตร์ไทยทั้งในกระแสและนอกกระแสเดินทางทำรายได้ในประเทศต่าง ๆ รวมถึงได้รางวัลสำคัญ ๆ แม้ความสำเร็จจะมาเพียงบางช่วงและกับภาพยนตร์เพียงบางเรื่อง และไม่ได้ถูกให้ความสำคัญจากภาครัฐเท่าที่ควร แต่ประกายกาวิลมีความหวังเมื่อเห็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวิดีทัศน์ (พ.ศ. 2555-2559)

ขณะที่ข้อมูลจากการศึกษาของ ระดม อร่ามวิทย์ และมนฤดี ธาดาอำนวยชัย (2560) ที่ศึกษาทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย กลับพบว่า แม้จะมียุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวิดีทัศน์ (พ.ศ. 2555-2559) ออกมาแล้ว แต่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตกต่ำมากในช่วง พ.ศ.2557-2558 สาเหตุหนึ่งมาจากการที่รัฐมองอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นเพียงสินค้า จึงไม่เข้ามาดูแลและกำหนดกฎเกณฑ์ในการช่วยเหลือและส่งเสริมอย่างจริงจังเหมือนประเทศอื่น อย่างเกาหลีใต้ ออสเตรเลีย สอดคล้องกับงานวิจัย 120 ปีธุรกิจภาพยนตร์ไทย ของอุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (2561) ที่มองว่าแม้รายได้ของอุตสาหกรรมและวิดีทัศน์จะเติบโตแบบก้าวกระโดดทุกปี แต่จำนวนและรายได้ของภาพยนตร์ไทยกลับตกต่ำลงโดยเฉพาะในช่วง พ.ศ.2557-2559 โดยสาเหตุของการที่ภาพยนตร์ไทยไม่เติบโตเท่าที่ควรและไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้นั้น พบว่าหลังทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ตลาดโรงฉายภาพยนตร์ถูกผูกขาดโดยสองกลุ่มทุนใหญ่ และแผนยุทธศาสตร์ภาพยนตร์ของรัฐไทยนั้นไม่ได้ตั้งอยู่บนวิสัยทัศน์ของการกระจายรายได้และเพิ่มโอกาสทำธุรกิจแก่ผู้ผลิตหนังไทยอิสระ

นอกจากนี้ ฐณยศ โล่ห์พัฒนานนท์ และคณะ (2563) ศึกษาความสอดคล้องของโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์ไทยกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) พบว่า เนื้อหายุทธศาสตร์ไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่แท้จริงมากนัก เพราะภาคอุตสาหกรรมการผลิตเผชิญกับแรงบีบจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ จนทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถสรรค์สร้างงานตามความคาดหวังของตลาดได้ แต่ยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) กลับให้น้ำหนักแก่การแก้ปัญหาดังกล่าวน้อยกว่าที่ควร อีกทั้งยังพุ่งความสนใจไปที่การสร้างบุคลากรด้วยมุมมองที่ว่าบุคลากรไทยขาดทักษะทำงาน ซึ่งตรงข้ามกับข้อมูลที่ได้จากการวิจัยที่พบว่าจุดแข็งของการผลิตไทยคือบุคลากร

งานวิจัยดังกล่าว ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของโลกทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่เปลี่ยนแปลงมาโดยตลอดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ช่วยให้เห็นภาพกว้างของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังพูดถึงบทบาทของทางภาครัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งในแง่การสนับสนุนและมาตรการการควบคุมต่าง ๆ นำมาสู่การศึกษาถึงปัจจัยและบริบททางสังคมที่สำคัญและจำเป็นต่อการเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมาในครั้งนี้

2.5.2 กลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับการประกอบสร้างภาพตัวแทนผ่านสื่อ

ในด้านของความเป็นอีสาน สิริชญา คอนกรีต (2556) ที่ศึกษาเพลงลูกทุ่งอีสานที่เกี่ยวกับคนอีสานพลัดถิ่น พบว่า ใช้เครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ (identity marker) ได้แก่ อาหาร ดนตรี ประเพณี เทศกาล และอาชีพ งานของ อัษฎาวุธ ไสยรส (2558) ศึกษาความเป็นอีสานในบทเพลงลูกทุ่งอีสานร่วมสมัย พบว่า มีจำนวน 15 มโนอุปลักษณ์ ได้แก่ ความเป็นอีสานคือ การต่อสู้แข่งขัน การเดินทาง ธุรกิจ พื้นที่หรือสถานที่ ธรรมชาติ สัตว์ พืช การศึกษา มนุษย์ อาหาร การรักษาโรค เครื่องใช้และสิ่งปลูกสร้าง วัตถุสิ่งของ ภัยพิบัติ และการประหยัดอดออม ส่วนงานของ พันธกานต์ ทานนท์ (2564) พบว่า อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 ประกอบไปด้วย อีสานกับความเฉพาะตัว อีสานกับความเรียบง่าย อีสานกับการพัฒนา และอีสานกับความยิ่งใหญ่สวยงาม

มีการศึกษา 2 ชิ้นที่ค้นพบว่าภาพความเป็นอีสานในปัจจุบันถูกสร้างออกมาใน 2 รูปแบบคือ 1) อีสานเก่า อีสานแบบดั้งเดิม ชนบท บ้านนอก และ 2) อีสานใหม่ ที่มีส่วนผสมกับโลกและมีความทันสมัยต่างจากภาพเดิม ๆ ที่เคยมีมา โดย ณัฏฐธิดา จันเทร์มะ (2559) พบว่า ภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสานส่วนใหญ่ ส่วนหนึ่งจะพยายามนำเสนออีสานในภาพลักษณ์ใหม่เพื่อที่จะลบล้างมายาคติเดิม จากที่ภาพของอีสานเป็นภาพของพื้นดินที่แห้งแล้งแตกระแหง ก็ถูกทดแทนด้วยภาพของทุ่งนากว้างสีเขียวชุ่มชื่นและอุดมสมบูรณ์ แต่อีกส่วนหนึ่งก็มีการสร้างภาพของอีสานให้มีความเป็นชนบท ย้อนกลับไปสู่ความเป็นอีสานดั้งเดิมที่มีความน่าหวนคิดถึง (romanticize) มากขึ้น ซึ่งณัฏฐธิดามองว่าสิ่งเหล่านี้ไม่ได้มีส่วนในการช่วยทำลายมายาคติเดิม แต่เป็นเพียงการสร้างความหมายใหม่ให้แก่อัตลักษณ์อีสานภายใต้กรอบมายาคติเดิมเท่านั้น สอดคล้องกับ อุกฤษฏ์ เฉลิมแสน (2561) ที่ค้นพบว่า เน็ตไอดอลอีสานส่วนหนึ่ง เลือกนำเสนอความเป็นอีสานของตนคล้ายกับคนอีสานในอดีตและสื่อถึงชีวิตที่เรียบง่าย แต่เน็ตไอดอลอีสานอีกส่วนหนึ่ง ต่อรองและนิยามความเป็นอีสานโดยผสมผสานความเป็นอีสานกับวัฒนธรรมต่างชาติ ไม่ได้อิงอยู่กับอิทธิพลของขั้วตรงกันข้ามระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง ซึ่งเป็นการประกอบสร้างความเป็นอีสานนอกบริบทของสังคมวัฒนธรรมไทย

ส่วนงานของ ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย (2561) และ พันธกานต์ ทานนท์ (2564) มองว่า อีสานใหม่นั้นคือความผสมผสาน เป็นอัตลักษณ์ลูกผสม (hybrid) ซึ่งเกิดจากภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป

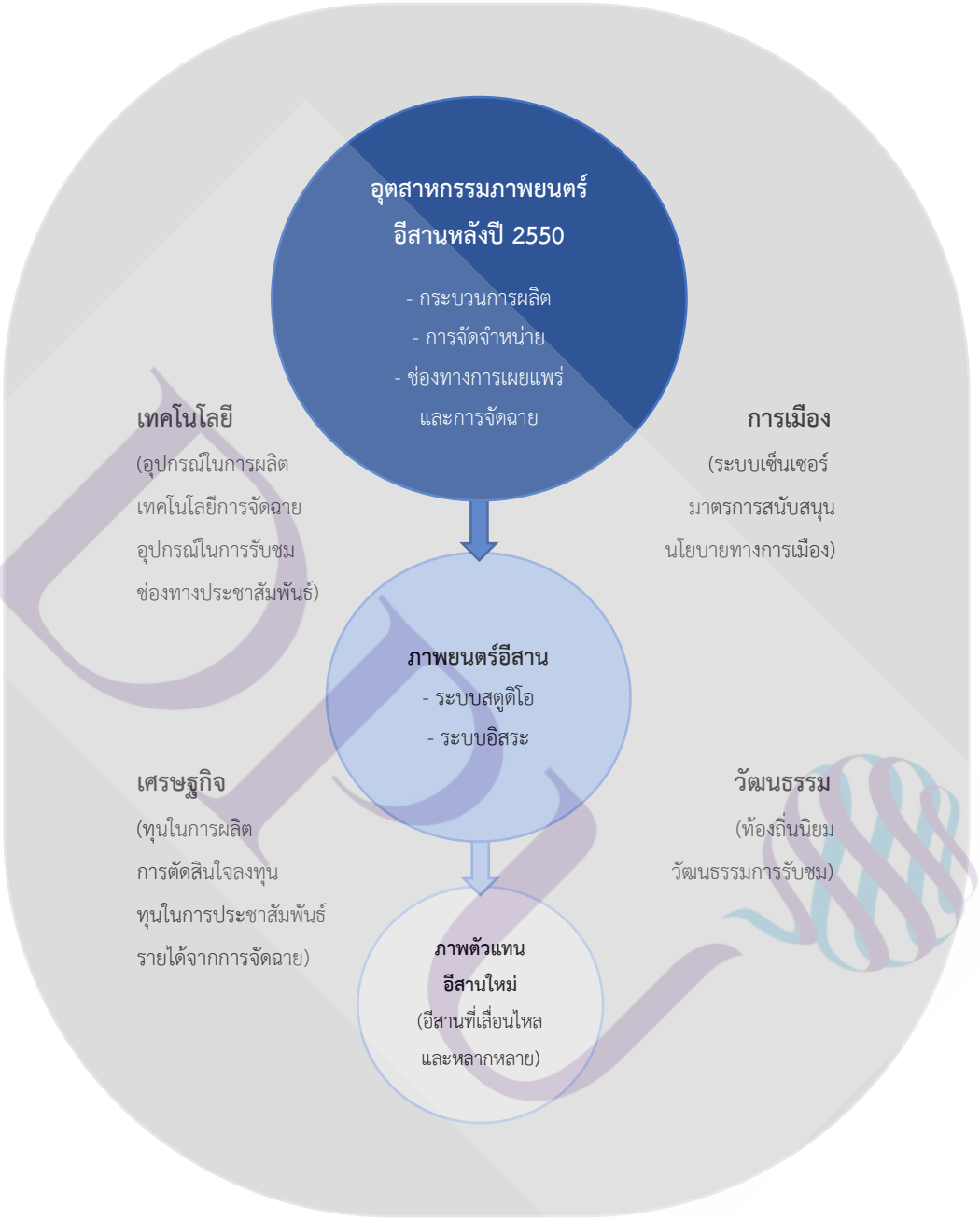
และพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มคนอีสานรุ่นใหม่ ที่ไม่ได้เป็นผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวแล้ว แต่มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ผลิต สร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ที่ผสมผสานทั้งความเป็นอีสานดั้งเดิมและเสริมเติมความหมายแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสังคมโลก จึงเกิดเป็นความหมายและอัตลักษณ์ชุดใหม่ขึ้น

ในด้านของความเป็นอีสานในระบบการผลิตที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยของ พงศวีร์ สุภานนท์ และ มาโนช ชุ่มเมืองปักษ์ (2561) ยังพบว่า ภาพอีสานในระบบการผลิตทั้งระบบสตูดิโอและอิสระมีความไม่แตกต่างกันมากอย่างในอดีต เนื่องจากผู้กำกับภาพยนตร์ในระบบอิสระ เมื่อต้องเข้ามาทำงานในระบบสตูดิโอจะยังสามารถรักษาความเป็นตัวเองในการเล่าเรื่องไว้ได้ นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มความหลากหลายในด้านเนื้อหา เพราะผู้กำกับที่อยู่ในทั้งสองระบบจะรู้วิธีในการต่อรองให้ภาพยนตร์ยังคงมีทั้งความเป็นตัวเองและตอบความต้องการของนายทุน

นอกจากนี้ ในด้านของความสัมพันธ์ระหว่างภาพตัวแทน กับ ปัจจัยและบริบททางสังคม บัญยง พูลทรัพย์ (2560) ศึกษาการสร้างภาพตัวแทนวีรบุรุษสามัญชนในภาพยนตร์ไทย และพบว่า บริบททางสังคม ที่ได้แก่ สังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และศาสนา ส่งผลต่อการสร้างความเป็นวีรบุรุษในโลกของภาพยนตร์ และภาพตัวแทนวีรบุรุษที่อยู่ในภาพยนตร์นั้นก็กลับมาจุดประกายสังคมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นั่นคือภาพตัวแทนในภาพยนตร์และบริบททางสังคมต่างส่งผลต่อกันและกัน

จากงานวิจัยที่กล่าวมา พบว่า ต่างก็สนับสนุนแนวคิดการถอดรหัส 3 แบบ คือยอมรับต่อรอง และถอดรหัสไปในตรงกันข้าม จนก่อให้เกิดภาพตัวแทนที่มีรายละเอียดที่แตกต่างหลากหลายอยู่ภายใน มิได้สอดคล้องกลมกลืนกันไปเสียทั้งหมด อีกทั้งภาพตัวแทนเหล่านี้ยังส่งผลต่อกันและกันกับบริบททางสังคมอีกด้วย การศึกษาครั้งนี้จึงต้องการเข้าไปศึกษาการประกอบสร้างภาพความเป็นอีสานในภาพยนตร์ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและบริบททางสังคมกับภาพตัวแทนความเป็นอีสานใหม่

2.6. กรอบแนวคิดงานวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “อีสานแมส/อีสานใหม่: กระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550 และการประกอบสร้างความเป็นอีสานในภาพยนตร์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษา 3 วิธี ประกอบด้วย

3.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (Secondary Source) ได้แก่ หนังสือ บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ รวมถึงแหล่งข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งที่เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อศึกษาบริบททางสังคมของการก่อเกิดอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 และโครงสร้างและลักษณะการดำเนินงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550

โดยผู้วิจัยใช้เอกสารในการศึกษา ดังต่อไปนี้

หนังสือวิชาการ ได้แก่ มูลนิธิหนังไทย ห้องสมุดและโสตทัศนสถาน เชิด ทรงศรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โครงการเครือข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS : Thailand Library Integrated System) ระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (ThaiJO : Thai Journals Online) และ ศูนย์ข้อมูลการวิจัย Digital "วช." (Digital Research Information Center) ของสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

หนังสือเกี่ยวกับภาพยนตร์และอีสาน ได้แก่ นิตยสาร Bioscope นิตยสารคิด (Creative Thailand) โดยติดต่อสำนักพิมพ์ที่เป็นผู้ผลิตหนังสือดังกล่าว

เวบไซต์ที่รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน ได้แก่ ฟิล์ม คลับ (https://filmclubthailand.com/) ดิ อีสานเด้อ (https://www.theisaander.com/) คนมองหนัง (https://konmongnangetc.com/) เดอะ 101 เวิลด์ (https://www.the101.world/) ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ (TCDC) (https://www.tcdc.or.th/) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (https://www.cea.or.th/) คอนเทนท์ ไทยแลนด์ กระทรวงวัฒนธรรม (https://contentthailand.com/) และบทความวิเคราะห์จากเว็บข่าวออนไลน์ ได้แก่ มติชน ไทยรัฐ กรุงเทพธุรกิจ เดอะ แสตนดาร์ด เดอะ แมทเทอร์ ช่องทางออนไลน์ที่ผู้ผลิตใช้ประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ เช่น ยูทูบ เฟสบุ๊ค รวมถึงการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ในช่องที่มีการฉายภาพยนตร์แบบออนไลน์ เช่น ยูทูป

3.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้กำกับ เนื่องจากเป็นหน้าที่สำคัญที่สุดในกระบวนการผลิตว่าจะให้ภาพยนตร์ออกมามีรูปแบบและเนื้อหาอย่างไร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตภาพยนตร์อีสาน เพื่อศึกษาการประกอบสร้างความหมายความเป็นอีสานผ่านภาพยนตร์ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550

ผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในส่วนของการผลิต และ ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในส่วนอื่น ๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในส่วนของการผลิต ประกอบด้วยผู้กำกับภาพยนตร์อีสานจำนวน 5 คน ได้แก่

1) อุเทน ศรีริวิ ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) ผู้บ่าวไทบ้าน 2 แจกข้าวหาแม่ใหญ่แดง (2559) ผู้บ่าวไทบ้าน 3 หมาน แอนด์ เดอะ คำผาน (2561)* และ *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานจ้วด...(2564)* เป็นผู้กำกับภาพยนตร์อีสานอิสระคนแรกที่สร้างปรากฏการณ์ป่าล้อมเมืองและเปิดยุคสมัยของอีสานใหม่ตั้งแต่ทศวรรษ 2550

2) สุรศักดิ์ ป้องศร ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *ไทบ้าน เดอะซีรีย์ (2560) ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2 Part 1 (2561) ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2.2 (2561) ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563)* และ *ไทบ้านเดอะซีรีส์: หมอปลาวาฬ (2022)* เป็นผู้กำกับที่ยกระดับสตูดิโออิสระ ให้มีความสามารถในการแข่งขันทัดเทียมกับสตูดิโอใหญ่ และยังสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ โดยพึ่งพาส่วนกลางให้น้อยที่สุด

3) นันทวุธ ภูผาสุข ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562)* และ *ซอมบี้ไทบ้าน (E-SAN OF THE DEAD) (2565)* ผู้กำกับภาพยนตร์อีสานคนแรกที่ขยายผลงานจากภาพยนตร์สั้นของการศึกษาระดับปริญญาโท ได้รับทุนจากสตูดิโอขนาดใหญ่ให้ผลิตเป็นภาพยนตร์ขนาดยาว

4) วิชชานนท์ สมอุ่มจารย์ ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *สิ้นเมษาฝนตกมาปรอยปรอย (2555)* เป็นผู้กำกับภาพยนตร์อิสระหนึ่งใน 2 คนของภาคอีสานนอกจาก อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ที่ผลิตภาพยนตร์ทดลอง ได้รับทุนจากต่างชาติ และได้รับการฉายในโรงภาพยนตร์เครือใหญ่

5) ฉันทนา ทิพย์ประชาติ ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *หน่าฮ่าน (2562)* ผู้กำกับหญิงชาวอีสานเพียงคนเดียวที่มีผลงานภาพยนตร์ออกฉายในโรงฯ ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา

กลุ่มที่ 2 ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในส่วนอื่น ๆ จำนวน 3 คน ได้แก่

1) คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท มูฟวี่ พาร์ทเนอร์ จำกัด ที่เป็นทั้งผู้จัดจำหน่าย เป็นสายหนังภาคอีสาน เป็นผู้จัดฉายผ่านโรงฉายภาพยนตร์ท้องถิ่นในเครือเอ็มวีพี (MVP) และเป็นผู้ร่วมลงทุนในการผลิตภาพยนตร์อีสาน

2) รศ.ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ รองอธิการบดีฝ่ายศิลปวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ก่อตั้งหอภาพยนตร์อีสาน และผู้จัดเทศกาลหนังเมืองแคน (Kaen International Film Festival)

3) ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย บรรณาธิการใน The101.world นักเขียนใน เดอะอีสานเรคคอร์ด และวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ (2562) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การติดต่อผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการติดต่อโดยตรงไปยัง 4 ช่องทาง คือ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ขอนแก่น) โรงภาพยนตร์เครือเอ็มวีพี กล่องข้อความเฟซบุ๊คของฉันทนา ทิพย์ประชาติ และไลน์ของนันทวุธ ภูผาสุก ที่ได้มาจากรุ่นน้องของผู้วิจัย

ช่องทางแรก ผู้วิจัยได้ทำหนังสือจากทางมหาวิทยาลัยเพื่อติดต่อขอข้อมูลจากผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ขอนแก่น) ในวันที่ 14 มกราคม 2565 และได้รับการติดต่อกลับมาในวันที่ 27 มกราคม 2565 และส่งรายชื่อและหมายเลขโทรศัพท์ของ *รศ.ดร. นิยม วงศ์พงษ์คำ ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย* และ*วิชชานนท์ สมอุ่มจารย์* มาให้ทางอีเมลในวันต่อมา ผู้วิจัยติดต่อหาผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 ท่านและทำการนัดหมายวันเวลาที่ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวกในการให้สัมภาษณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านแอพพลิเคชัน Zoom โดยนัดหมายวิชชานนท์ สมอุ่มจารย์ วันที่ 28 มกราคม 2565 รศ.ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2565 และ ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2565

ช่องทางที่สอง ผู้วิจัยได้ติดต่อโรงภาพยนตร์เอ็มวีพี ในวันที่ 20 มกราคม 2565 ผ่านช่องทางหมายเลขโทรศัพท์ที่ให้ไว้ในเวบไซต์ของทางโรงฯ เพื่อติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร ทางปลายสายได้ส่งเรื่องต่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นผู้ประสานงาน เลขาคุณ*คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล* ติดต่อกลับให้ส่งรายละเอียดพร้อมคำถามให้ทางอีเมล และได้กำหนดนัดหมายในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2565

ช่องทางที่สาม ผู้วิจัยติดต่อ *ฉันทนา ทิพย์ประชาติ* แนะนำตัวและส่งคำถามให้ผ่านกล่องข้อความในเฟซบุ๊ค และผู้ให้สัมภาษณ์กำหนดนัดหมายเป็นวันที่ 23 มกราคม 2565

ช่องทางที่สี่ ผู้วิจัยติดต่อ *นันทวุธ ภูผาสุข* ผ่านแอพพลิเคชันไลน์ ที่ได้ช่องทางติดต่อมาจากรุ่นน้อง ทำการแนะนำตัวและนัดหมายวันสัมภาษณ์เป็นวันที่ 29 มกราคม 2565

จากนั้น ผู้วิจัยใช้เทคนิค snow ball โดยขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์ดังกล่าว แนะนำผู้ที่น่าจะมีข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน ดังต่อไปนี้

นันทวุธ ภูผาสุข ได้ส่งเฟซบุ๊คของ <u>อุเทน ศรีริวิ</u> ให้ ผู้วิจัยติดต่อขอสัมภาษณ์ทางกล่องข้อความและนัดหมายในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 จากนั้น อุเทน ศรีริวิ ส่งหมายเลขโทรศัพท์ของ <u>สุรศักดิ์ ป้องศร</u> ให้ ผู้วิจัยติดต่อและขอนัดสัมภาษณ์โดยนัดหมายในวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2565

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย และการนำข้อมูลไปใช้ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบ และได้รับการอนุญาตจากผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อย

ตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์

บทบาทที่เกี่ยวข้อง	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์และวันสัมภาษณ์	ความโดดเด่น
กลุ่มที่ 1 ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในส่วนของการผลิต	ฉันทนา ทิพย์ประชาติ (23 มกราคม 65)	ผู้กำกับหญิงชาวอีสานในระบบอิสระเพียงคนเดียวที่มีผลงานภาพยนตร์ออกฉายในโรงฯ ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา
	วิชชานนท์ สมอุ่มจารย์ (28 มกราคม 2565)	เป็นผู้กำกับภาพยนตร์อิสระหนึ่งใน 2 คนของภาคอีสานนอกจาก อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ที่ผลิตภาพยนตร์ทดลอง ได้รับทุนจากต่างชาติ และได้รับการฉายในโรงภาพยนตร์เครือใหญ่
	นันทวุธ ภูผาสุข (29 มกราคม 2565)	ผู้กำกับภาพยนตร์อีสานคนแรกที่ขยายผลงานจากภาพยนตร์สั้นของการศึกษาระดับปริญญาโท ได้รับทุนจากสตูดิโอขนาดใหญ่ให้ผลิตเป็นภาพยนตร์ขนาดยาว
	อุเทน ศรีริวิ (1 กุมภาพันธ์ 2565)	เป็นผู้กำกับภาพยนตร์อีสานอิสระคนแรกที่สร้างปรากฏการณ์ป่าล้อมเมือง และเปิดยุคสมัยของอีสานใหม่ตั้งแต่ทศวรรษ 2550
	สุรศักดิ์ ป้องศร (4 กุมภาพันธ์ 2565)	เป็นผู้กำกับที่ยกระดับสตูดิโออิสระ ให้มีความสามารถในการแข่งขันทัดเทียมกับสตูดิโอใหญ่ และยังสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ โดยพึ่งพาส่วนกลางให้น้อยที่สุด

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

บทบาทที่เกี่ยวข้อง	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์และวันสัมภาษณ์	ความโดดเด่น
กลุ่มที่ 2 ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในส่วนอื่น ๆ	รศ.ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ (10 กุมภาพันธ์ 2565)	รองอธิการบดีฝ่ายศิลปวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ก่อตั้งหอภาพยนตร์อีสาน และผู้จัดเทศกาลหนังเมืองแคน (Kaen International Film Festival)
	คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล (15 กุมภาพันธ์ 2565)	กรรมการผู้จัดการ บริษัท มูฟวี่ พาร์ทเนอร์ จำกัด ที่เป็นทั้งผู้จัดจำหน่าย เป็นสายหนังภาคอีสาน เป็นผู้จัดฉายผ่านโรงฉายภาพยนตร์ท้องถิ่นในเครือเอ็มวีพี (MVP) และเป็นผู้ร่วมลงทุนในการผลิตภาพยนตร์อีสาน
	ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย (11 กุมภาพันธ์ 2565)	บรรณาธิการใน The101.world นักเขียนใน เดอะอีสานเรคคอร์ด และวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ (2562) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.1.3 การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์

ข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษา คือ ภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 เพื่อศึกษาการประกอบสร้างความเป็นอีสานในภาพยนตร์ ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา โดยผู้วิจัยใช้เอกสารในการศึกษาดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการคัดเลือกภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ 2550 เป็นต้นมา โดยใช้เกณฑ์ภาษาภาพยนตร์ ได้แก่ 1) ภาพ เช่น ตัวละคร การแต่งกาย สถานที่หลัก การจัดองค์ประกอบภาพ หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง 2) เสียง เช่น มีบทพูดอีสานเป็นภาษาหลักในเรื่อง หรือมีบทพูดอีสานในตัวละครหลักบางตัวที่มีส่วนสำคัญต่อเนื้อเรื่อง และ 3) การตัดต่อ เช่น มีการให้สัดส่วนการนำเสนอตัวละคร

ชาวอีสานมากกว่าภูมิภาคอื่น หรือเนื้อหาเกี่ยวกับอีสานมีมากกว่าภูมิภาคอื่น ได้ออกมาทั้งสิ้น 55 เรื่อง แต่เนื่องจากเรื่อง *รักที่ขอนแก่น (2560)* ผู้กำกับตัดสินใจไม่ฉายในประเทศไทย จึงตัดออกเหลือเพียง 54 เรื่อง

ขั้นตอนที่ 2 ทำการคัดเลือกภาพยนตร์โดยใช้ฐานคิดที่ว่า ภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมานั้นเต็มไปด้วยความไหลเลื่อนและหลากหลาย เพื่อให้เห็นแนวทางภาพยนตร์ที่เปลี่ยนไปในภาพกว้าง ผู้วิจัยจัดกลุ่มภาพยนตร์ออกมาได้ 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ อีสานตลก อีสานแฟนตาซี และอีสานในเมือง ซึ่งภาพยนตร์บางเรื่องอาจอยู่ในบางกลุ่ม และภาพยนตร์บางเรื่องอาจสามารถจัดไว้ได้ในหลายกลุ่ม โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์แบบเฉพาะเจาะจงคัดเลือกภาพยนตร์มาทั้งหมด 6 เรื่อง ได้แก่ *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561) ร่างทรง (2564) รักหนูมั้ย (2563)* และ *อ้าย..คนหล่อลวง (2563)* โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) ภาพยนตร์วัยรุ่นอีสานเรื่องแรกในระบบอิสระ ที่ใช้กลยุทธการฉายภาพยนตร์แบบ "ป่าล้อมเมือง" เพื่อสื่อสารว่าภาพยนตร์ที่จะเป็นที่นิยมได้นั้น ไม่ต้องเริ่มจากส่วนกลางก็สามารถทำได้

ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) เป็นภาพยนตร์อีสานระบบสตูดิโอ ที่ผลิตโดยบริษัทบั้งไฟ ฟิล์ม ของชาวอีสาน อย่างเพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา และกำกับโดยบุษราคัม วงษ์คำเหลา ซึ่งเป็นผู้กำกับภาพยนตร์อีสานที่เป็นเพศหญิงเพียงคนเดียวในระบบสตูดิโอ ภาพยนตร์ทำรายได้ทั่วประเทศกว่า 210 ล้านบาท

ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561) เป็นภาพยนตร์ในระบบอิสระที่สร้างโดยได้รับแรงบันดาลใจจากความสำเร็จของละครเรื่อง *นาคี (2559)* และออกฉายในปีเดียวกับภาพยนตร์เรื่อง *นาคี 2 (2561)*

ร่างทรง (2564) เป็นภาพยนตร์ร่วมทุนระหว่างไทยและเกาหลีใต้ และกำกับโดยผู้กำกับจากสตูดิโอใหญ่และเป็นคนต่างพื้นที่ จึงน่าสนใจในภาพอีสานที่ถูกนำเสนอแบบแฟนตาซีผ่านมุมมองคนนอก ทั้งนอกภูมิภาคและนอกประเทศ

รักหนูมั้ย (2563) เป็นภาพยนตร์อีสานที่มีความพยายามทดลองนำเสนออีสานในมุมอื่น ๆ นอกจากวัยรุ่นชนบทอีสานอย่างที่ทีมผู้ผลิตเคยสร้าง จึงเกิดเป็นการนำเสนอผ่านอีสานสังคมเมืองที่ไม่ได้พบเห็นบ่อยในภาพยนตร์อีสานยุคใหม่เช่นกัน

อ้าย..คนหล่อลวง (2563) เป็นภาพยนตร์อีสานระบบสตูดิโอที่นำเสนอความเป็นอีสานในเขตอำเภอเมือง พูดไทยกลาง เป็นพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีภาพยนตร์อีสานร่วมสมัยเข้าไปสำรวจ

ตารางที่ 3.2 แสดงรายละเอียดภาพยนตร์ที่ศึกษา

กลุ่มของภาพยนตร์	ชื่อภาพยนตร์	ระบบการผลิต	ความโดดเด่น
กลุ่มที่ 1 อีสานตลก	ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)	ระบบอิสระ	ระบบอิสระ กลยุทธ์ป่าล้อมเมือง
	ส่ม ภัค เสี่ยน (2560)	ระบบสตูดิโอ	รายได้ ผู้กำกับหญิง มุมมองของอีสานที่กลายเป็นเมือง
กลุ่มที่ 2 อีสานแฟนตาซี	ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561)	ระบบอิสระ	การสร้างหนังตามแนวทางหนังที่สำเร็จมาก่อน มุมมองอีสานแบบแฟนตาซี
	ร่างทรง (2564)	ระบบสตูดิโอ	รายได้ การร่วมทุนต่างชาติ มุมมองอีสานจากคนข้างนอก มุมมองอีสานแบบแฟนตาซี

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

กลุ่มของภาพยนตร์	ชื่อภาพยนตร์	ระบบการผลิต	ความโดดเด่น
กลุ่มที่ 3 อีสานในเมือง	รักหนูมั้ย (2563)	ระบบอิสระ	ระบบอิสระ ความพยายามหลุดออกจากการนำเสนอภาพวัยรุ่นอีสานชนบท เล่าโดยใช้บริบทสังคมเมือง
	อ้าย..คนหล่อลวง (2563)	ระบบสตูดิโอ	ระบบสตูดิโอ การนำเสนอภาพความเจริญในภาคอีสาน อีสานในเมือง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ จำแนกได้ดังนี้

3.2.1 แบบบันทึกจากการวิเคราะห์เอกสาร โดยให้ความสำคัญกับประเด็นดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยใช้โปรแกรม Microsoft Word โดยแบ่งหัวข้อออกเป็น

1. ปัจจัยและบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550 โดยแบ่งโครงสร้างออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ กระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย ช่องทางการเผยแพร่และการจัดฉาย ที่ประกอบไปด้วยธุรกิจขนาดต่าง ๆ ทั้งระบบสตูดิโอและระบบอิสระ และมองบริบททางสังคมผ่านโลกทางสังคม 3 ระดับ ได้แก่ โลกทางสังคมท้องถิ่นอีสาน (สังคม เศรษฐกิจ การเมือง) โลกทางสังคมระดับชาติ (สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วิชาชีพสื่อ) และโลกทางสังคมระดับนานาชาติ/โลก (สังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี)

2. การประกอบสร้างภาพความเป็นอีสานในภาพยนตร์ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 โดยศึกษาจากบทสัมภาษณ์และบทวิเคราะห์ภาพยนตร์ ในประเด็นการต่อรองของผู้ผลิตกับอุตสาหกรรมสื่อ การบิดเบือนและการมองข้าม การสร้างความจริงชุดใหม่ และการผสมผสานทางวัฒนธรรม

3.2.2 โครงคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ มี 2 ส่วน ดังนี้

1. อุตสาหกรรมหนังอีสาน ประเด็นสำคัญได้แก่ ปัจจัยการผลิต และการต่อรองของผู้ผลิตกับอุตสาหกรรมสื่อ

2. วิธีคิดในการนำเสนอความเป็นอีสานในกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ ประเด็นสำคัญได้แก่ การบิดเบือนและการมองข้าม การสร้างความจริงชุดใหม่ อีสานเก่า อีสานใหม่ และการผสมผสานทางวัฒนธรรม

3.2.3 แบบบันทึกการวิเคราะห์ภาพยนตร์

ผู้วิจัยใช้หลักภาษาภาพยนตร์ ซึ่งได้แก่ ภาพ เสียง และการตัดต่อ และโครงสร้างการเล่าเรื่อง ที่ประกอบไปด้วย โครงเรื่อง แก่นความคิด ตัวละคร ความขัดแย้ง มุมมองหรือจุดยืนในการเล่าเรื่อง ฉาก และสัญญะ มาเป็นเครื่องมือหลักในการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์ดังในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แบบบันทึกการวิเคราะห์ภาพยนตร์

ภาพยนตร์เรื่อง			
หัวข้อ	รายละเอียด	ข้อสังเกต	หมายเหตุ
ภาษาภาพยนตร์	**ภาพ** (ขนาดภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนไหว ทิศทางแสง โทนแสง สี)		
	เสียง (เสียงพูด เสียงประกอบ เสียงดนตรี เสียงเงียบ)		
	การตัดต่อ (การเชื่อม ความหมายที่สาม เวลาและระยะ จังหวะ)		

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

ภาพยนตร์เรื่อง			
หัวข้อ	รายละเอียด	ข้อสังเกต	หมายเหตุ
โครงสร้างการเล่าเรื่อง	**โครงเรื่อง**		
	แก่นความคิด		
	ตัวละคร		
	ความขัดแย้ง		
	มุมมองหรือจุดยืนในการเล่าเรื่อง		
	ฉาก		
	สัญญะ		

3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Graneheim, 2004) ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน โดยคำถามนำวิจัยแรก ใช้การตรวจสอบแบบสามเส้าด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสาร ส่วนคำถามนำวิจัยข้อ 2 ตรวจสอบแบบสามเส้าด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์

3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการและแนวคิดที่มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์คำถามนำวิจัยแต่ละข้อ ดังนี้

3.4.1 ปัจจัยและบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน โดยใช้แนวคิดหลักคือโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ที่ประกอบไปด้วย การผลิต

ภาพยนตร์ การจัดจำหน่ายภาพยนตร์ และช่องทางการเผยแพร่เป็นหลักในการแบ่งโรงสร้าง การศึกษา และใช้แนวคิดสังคมวิทยาสื่อ เพื่อศึกษาบริบททางสังคม ที่ประกอบไปด้วย สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วิชาชีพสื่อ และเทคโนโลยี โดยการวิเคราะห์ผ่านระดับของโลกทางสังคมทั้ง 3 ระดับได้แก่ ระดับท้องถิ่นนิยม ระดับชาติ และระดับนานาชาติ/โลก

3.4.2 การประกอบสร้างภาพความเป็นอีสานในภาพยนตร์ตั้งแต่ทศวรรษ 2550

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์ ผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่องและภาษาภาพยนตร์ เพื่อทำความเข้าใจการประกอบสร้างความหมายความเป็นอีสานผ่านภาพยนตร์ โดยสนใจประเด็นเรื่อง อีสานเก่า อีสานใหม่ การต่อรองของผู้ผลิตกับอุตสาหกรรมสื่อ การบิดเบือนและการมองข้าม การสร้างความจริงชุดใหม่ และการผสมผสานทางวัฒนธรรม

บทที่ 4
โลกทางภาพยนตร์ของท้องถิ่นอีสาน
กับการก้าวสู่กระแสหลักของภาพยนตร์อีสาน

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยหลังปี 2550 มีการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ โลกเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ตและระบบดิจิทัล เกิดการปรับตัวทั้งในด้านการผลิต จัดฉาย และการจัดจำหน่าย ภาพยนตร์อีสานกลายมาเป็นหนึ่งในภาพยนตร์กระแสหลัก มีปริมาณภาพยนตร์อีสานออกฉายมากขึ้นอย่างชัดเจนและหลายเรื่องยังประสบความสำเร็จในแง่ของรายได้ โดยทำรายได้มากกว่าภาพยนตร์กระแสหลักบางเรื่องที่ออกมาในช่วงเวลาเดียวกัน ทั้งยังได้พื้นที่ในสื่อมากขึ้นเมื่อเทียบกับทศวรรษก่อนหน้า

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานมิได้เพิ่งถือกำเนิดและมิใช่สิ่งใหม่ในวงการ หากแต่ค่อย ๆ มีพัฒนาการสั่งสมมาเป็นระยะเวลานาน การทำความเข้าใจรากฐานและการพัฒนาการของภาพยนตร์อีสานตั้งแต่เกิดจนกลายมาเป็นที่นิยมแพร่หลายอย่างในปัจจุบัน จึงเป็นวิธีการสำคัญที่จะช่วยให้เราเข้าใจ “อีสานฟีเวอร์” ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น บทนี้จึงมุ่งทำการศึกษาและหาคำอธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้ภาพยนตร์อีสาน พัฒนามาจนสามารถพลิกบทบาทจากภาพยนตร์ทางเลือก ภาพยนตร์ของคนชายขอบ ภาพยนตร์ของคนเพียงบางกลุ่ม กลายเป็นส่วนหนึ่งของภาพยนตร์กระแสหลักที่เข้าถึงผู้ชมได้ทุกกลุ่มและได้รับความสนใจจากนายทุนมากขึ้นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังทำศึกษาโครงสร้างและลักษณะการดำเนินงานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี พ.ศ. 2550 และความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานกับโลกทางสังคมไปในขณะเดียวกัน

ในบทนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การรวบรวมเอกสารและข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อทำการศึกษาพัฒนาการของภาพยนตร์อีสานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ความสัมพันธ์กับโลกทางสังคมและโครงสร้างของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 โดยมองพัฒนาการผ่าน 3 มุมมอง

ใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) การผลิตภาพยนตร์อีสาน 2) การจัดจำหน่าย การจัดฉายและการชมภาพยนตร์อีสาน และ 3) ภาพยนตร์อีสานและภาพอีสาน

ผลการศึกษาในบทนี้จะแสดงให้เห็นว่า “โลกทางภาพยนตร์” ของท้องถิ่นอีสานถูกก่อร่างสร้างขึ้นจากหลายองค์ประกอบ ได้แก่ นายทุน ผู้สร้าง ผู้กำกับ ทีมงาน สายหนัง โรงหนัง ผู้ชม และเทคโนโลยี ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้กลายเป็นรากฐานสำคัญในการเติบโตของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนับจากปี 2550 เป็นต้นมา

4.1 การผลิตภาพยนตร์อีสาน

ภาพยนตร์อีสานนั้น ถือกำเนิดขึ้นโดยปัจจัยทางการเมือง ที่หนุนเสริมทั้งในแง่ของผู้ถือครองและผู้ที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการผลิต เกิดเป็นภาพยนตร์อีสานเรื่องแรกในช่วงก่อนปี 2500 ปัจจัยทางสังคมและการเมืองทำให้ภาคอีสานถูกมองในฐานะพื้นที่ที่มีปัญหา เนื่องจากการรุกคืบเข้ามาของขบวนการคอมมิวนิสต์ในภาคอีสาน เกิดการผลิตภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องทั้งในทางส่งเสริมและต่อต้าน อีกทั้งบริบททางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์รายใหญ่ ส่งผลต่อเงื่อนไขในการแข่งขันทางการตลาด เกิดภาพยนตร์แนวทางที่เป็น “สูตรสำเร็จทางการตลาด” โดยก่อนปี 2550 นั้น ภาพยนตร์อีสานแบ่งออกได้เป็น 3 แนวทางหลัก ได้แก่ อีสานเพื่อชีวิต ภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสาน และแอคชันอีสาน

ปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้ผู้กำกับหน้าใหม่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และร่วมหมุนฟันเฟืองอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานให้ขยับขับเคลื่อนมาจนถึงจุดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน คือปัจจัยด้านเทคโนโลยี ตั้งแต่ยุคต้นศตวรรษ 2500 ที่มีการนำฟิล์มขนาด 16 มิลลิเมตรที่ใช้ในการถ่ายภาพยนตร์ของมือสมัครเล่นมาผลิตเพื่อฉายในโรงภาพยนตร์ จนมาถึงยุคหลังปี 2550 ที่เทคโนโลยีการถ่ายทำเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากระบบฟิล์มกลายมาเป็นระบบดิจิทัล อุปกรณ์มีราคาถูกลง ทั้งอุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์ในการตัดต่อภาพยนตร์ ทำให้ผู้กำกับหน้าใหม่เข้าถึงเทคโนโลยีการผลิตได้ง่ายขึ้น อีกทั้งอุปกรณ์มือถือสมาร์ทโฟนที่ราคาถูกลงในยุคนี้ ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ตนสนใจในโลกออนไลน์ได้สะดวกขึ้น ผู้กำกับรุ่นใหม่จึงมีอายุที่น้อยลงกว่ายุคที่ผ่านมา

นอกจากนี้ นักการเมืองท้องถิ่นและการปรับแผนการทำธุรกิจของสายหนังท้องถิ่นก็เป็นปัจจัยที่ทำให้ภาพยนตร์อีสานจากผู้กำกับรุ่นใหม่ได้มีโอกาสเข้าถึงทุน เป็นอีกทางเลือกที่แสดงให้เห็นว่าผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์หรือนายทุนไม่จำเป็นต้องอยู่แต่ในกรุงเทพฯ อีกต่อไป

ภาพยนตร์อีสานเรื่องแรก

ในช่วงแรกของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย มีเพียงกลุ่มชนชั้นนำที่สามารถเข้าถึงปัจจัยทางการผลิตได้ ในปี พ.ศ. 2443 หลังจากภาพยนตร์เข้ามาฉายในสยามครั้งแรกได้เพียง 3 ปี เริ่มพบหลักฐานว่าพระเจ้าน้องยาเธอ พระองค์เจ้าทองแถมถวัลยวงศ์ กรมหลวงสรรพศาตรศุภกิจ ทรงเริ่มถ่ายภาพยนตร์และจัดฉายภาพยนตร์ที่วังของพระองค์ในกรุงเทพฯ ต่อมาในปี พ.ศ.2465 พระเจ้าน้องยาเธอ พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพ็ชรอัครโยธิน ผู้บัญชาการกรมรถไฟหลวงได้ทรงจัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่เป็นศูนย์ผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์แห่งชาติขึ้นในกรมรถไฟหลวง ใช้ชื่อว่า “กองภาพยนตร์เผยแพร่ข่าว” และเมื่อมีการมาขอพระบรมราชานุญาตถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง “นางสาวสุวรรณ” ของนายเฮนรี แม็กเร ชาวอเมริกัน ในปลายปีเดียวกันนั้น กองภาพยนตร์เผยแพร่ข่าว กรมรถไฟหลวงจึงได้รับมอบหมายให้อำนวยความสะดวก และให้ความร่วมมือจนกระทั่งออกฉายในปี พ.ศ. 2466 (โดม สุขวงศ์, 2556)

กลุ่มต่อมาที่สามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตได้ คือกลุ่มพ่อค้าหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงภาพยนตร์ อย่างพี่น้องวสุวัต ที่กลายมาเป็นผู้สร้างภาพยนตร์เงียบเรื่องแรกของไทย **“โชคสองชั้น”** ในปี พ.ศ. 2470 โดยพี่น้องสกุล วสุวัตร เคยเป็นทั้งเจ้าของกิจการโรงพิมพ์ และผู้บริหาร บริษัทสยามนิรามัยภาพยนตร์ ที่ได้รับการสนับสนุนจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เพื่อแข่งขันกับพ่อค้าชาวจีน แต่ภายหลังเลิกกิจการไป และเมื่อมาผลิตภาพยนตร์ ก็ได้กลุ่มทุนใหญ่ของสยามภาพยนตร์บริษัทซึ่งเป็นคู่แข่งในคราวนั้นเอง ทำการสนับสนุน ทั้งในของแง่โรงฉายและการกระจายข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในเครือ (โดม สุขวงศ์, 2556)

เหตุที่ในช่วงแรก การผลิตภาพยนตร์ยังกระจุกตัวอยู่เพียงคนบางกลุ่ม และภาพยนตร์อีสานยังไม่เกิดขึ้นเสียที นอกจากปัจจัยด้านการผลิตที่ขณะนั้น ภาพยนตร์ยังคงเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่ ยังต้องการเวลาในการสั่งสมองค์ความรู้ ยังมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั่นคือเรื่องทุน จากรายงานคณะกรรมการศึกษาเรื่องการสร้างภาพยนตร์ไทยและการนำภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาฉายใน

ประเทศไทย (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515) กล่าวว่า การสร้างภาพยนตร์ในประเทศไทยเหมือนกับการเล่นพนัน เพราะไม่รู้ว่าจะได้กำไรหรือขาดทุน บางเรื่องก็ได้กำไรบางเรื่องก็ขาดทุน แต่ส่วนมากมักจะขาดทุน ผู้สร้างส่วนใหญ่มีเงินทุนจำกัด ต้องกู้ยืมเงินมาสร้างในอัตราดอกเบี้ยสูง ภาพยนตร์ระบบ 35 มม. จะต้องลงทุนโดยเฉลี่ยประมาณเรื่องละ 1-2 ล้านบาท ส่วนภาพยนตร์ระบบ 16 มม. สามารถสร้างได้ในราคาเรื่องละ 3 แสนบาท และอย่างสูงไม่เกิน 7 แสนบาท ในขณะที่ทองบาทละไม่ถึง 500 บาท

การเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี 2475 ทำให้ประชาชนคนธรรมดาได้เข้ามามีบทบาทต่าง ๆ ในประเทศมากขึ้น ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศขาดแคลนฟิล์มขนาด 35 มม. มีการนำฟิล์ม 16 มม. ที่มีขนาดเล็กกว่าและปกติใช้ในมือสมัครเล่นมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ภาพยนตร์อีสานเรื่องแรก ***แม่ศรีเมือง (2484)*** จึงได้ถือกำเนิด

ภาพที่ 4.1 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง แม่ศรีเมือง (2484)

ที่มา: นิตยสารชุมนุมภาพยนตร์ พ.ศ. 2484 อ้างถึงใน ทิพย์วัลย์ ประยูรสุข (2557)

แม่ศรีเมือง เป็นภาพยนตร์เงียบที่ถ่ายทำในระบบภาพยนตร์ขาวดำ 16 มม. ว่าด้วยชะตาชีวิตของศรีเมืองและการขายชาติของประดิษฐ์ผู้เป็นบุตร อำนวยการสร้าง ประพันธ์ ถ่าย และเป็นนายทุน โดยนายเลียง ไชยกาล สร้างในนาม บริษัท อุบลภาพยนตร์ มีทีมงานสำคัญ ได้แก่ นายเลื่อน พงษ์โสภณ นักบินพลเรือนคนแรกของสยาม ผู้แทนจังหวัดลพบุรี และผู้คิดค้นการนำฟิล์ม 16 มม. มาใช้ในการหาเสียงคนแรก เป็นฝ่ายเทคนิค และทิดเขียว หรือ สิน สีบุญเรือง ผู้ริเริ่มการพากย์เสียงสดขณะฉายภาพยนตร์เงียบ ที่โด่งดังอยู่ในขณะนั้นมาเป็นผู้ให้เสียงพากย์ (โดม สุขวงศ์, 2556)

การเกิดขึ้นของแม่ศรีเมืองนั้น ค่อนข้างจะเป็นเงื่อนไขพิเศษในการผลิตภาพยนตร์ในยุคนั้น แม้เทคโนโลยีจะเอื้ออำนวยในการช่วยลดต้นทุนในการผลิตด้วยการใช้ฟิล์ม 16 มม. แต่ทุนสร้างยังคงสูง อีกทั้งอุปกรณ์ และองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย การได้บุคคลสำคัญในวงการมาช่วยในการผลิตและจัดฉาย ทั้งนายเลื่อน และทิดเขียว รวมถึงการที่นายเลียง มีตำแหน่งเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดอุบลราชธานีที่มีความกว้างขวาง จึงทำให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ และทำให้ไม่มีผู้กำกับชาวอีสานหรือภาพยนตร์อีสานเกิดขึ้นหลังจากนั้นเป็นเวลานาน

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยคาดการณ์ว่าในยุคแรกของการผลิตภาพยนตร์ไทย จะมีภาพยนตร์ภูมิภาคในปริมาณที่ไม่มากนัก แต่เมื่อทำการสำรวจภาพยนตร์ที่ออกฉายในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน (ภาพยนตร์ตรานุกรมฉบับที่ 1 ทิพย์วัลย์ ประยูรสุข, 2557) กลับพบผลลัพธ์ในทางตรงกันข้าม มีภาพยนตร์ภูมิภาค พูดถึงท้องถิ่น หรือเดินเรื่องอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ อยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะ**ภาคกลาง** เช่น *กุหลาบนครวสวรรค์ (2479) เลือดสุพรรณ (2479) ฝนสั่งฟ้า (2494) เลือดชนบท (2480) ค่ายบางระจัน (2482) แผลเก่า (2483)* รองลงมาเป็น **ภาคเหนือ** เช่น *สาวเครือฟ้า (2477) กุหลาบเชียงใหม่ (2478) กะเหรี่ยงไทรโยค (2479) สามปอยหลวง (2483) แม่จ้าวฟ้า (2484) ดอยรักดอยร้าง (2491)* และ**ภาคใต้** เช่น *สัตหีบ (2478) โตนงาช้าง (2485) เกาะภูเก็ต (2492) ตะรุเตา (2493) ฉมวกหัก (2494) สีชัง (2494)* เป็นต้น

ข้อสังเกตที่ผู้วิจัยพบคือ ภาพยนตร์ส่วนใหญ่เป็นผลงานสร้างของบริษัทผลิตภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ ซึ่งอาจเป็นความต้องการสร้างความแปลกใหม่ในเรื่องสถานที่การถ่ายทำให้แก่ผู้ชมภาพยนตร์ หรืออีกประการหนึ่ง อาจมาจากการขยายสาขาโรงภาพยนตร์ไปทั่วประเทศ ทำให้โรงภาพยนตร์ต่างจังหวัด ทำรายได้มากกว่าในกรุงเทพฯ ผลประกอบการโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศในช่วงทศวรรษ 2510 (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515) พบว่า ในเขตพระนครทำรายได้รวม 193 ล้านบาท ส่วนในเขตภูมิภาคทำรายได้รวม 305 ล้านบาท จึงเป็นไปได้ว่า นอกจากเหตุผลทางการเมืองแล้ว การผลิตภาพยนตร์ภูมิภาคออกมาในยุคแรกนี้ เป็นไปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทางการตลาดเป็นหลัก

ในกลุ่มนี้ ผู้วิจัยพบว่ามีภาพยนตร์ที่กล่าวถึงภูมิภาคอีสานอยู่อีกเพียง 2 เรื่อง ที่ออกฉายในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน ได้แก่ **1) *ตื่นเขย (2481)*** สร้างโดย บริษัทภาพยนตร์เสียงศรีกรุง ประพันธ์และ

กำกับโดย หลวงอนุรักษ์รัถการ และ **2) *เจ้าหญิงกุณฑลทิพย์ (2484)*** อำนวยการสร้างโดย ปัณยา ม.ณ อยุธยา สร้างโดย คณะโบแดงภาพยนตร์ ประพันธ์โดย พระยาเทวาธิราช กำกับโดย ป.ม. ณ อยุธยา (ภาพยนตร์ตรานุกรมฉบับที่ 1 ทิพย์วัลย์ ประยูรสุข, 2557) โดยทั้งสองเรื่อง กล่าวถึงภูมิภาคอีสานเพียงเล็กน้อยในเนื้อเรื่อง ตื่นเขยใช้ฉากภาคอีสานในช่วงต้นเรื่อง ส่วนเจ้าหญิงกุณฑลทิพย์นั้นกล่าวเพียงว่าเป็นธิดาของเจ้าผู้ครองนครเวียงจันทร์แต่มาพบรักที่กรุงเทพฯ เดินเรื่องในกรุงเทพฯ อีกทั้งนายทุนและทีมผู้สร้างล้วนอยู่กรุงเทพฯ ดังนั้น แม่ศรีเมือง ของเลียง ไชยกาล ที่อำนวยการสร้าง ประพันธ์ ถ่าย และเป็นนายทุนด้วยตนเองที่ จ.อุบลราชธานี จึงถือเป็น ภาพยนตร์อีสานที่สร้างโดยคนอีสานเรื่องแรก

อนึ่ง แม้จะมีภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ยุคเปลี่ยนแปลงการปกครองใหม่ ๆ แต่ด้วยข้อจำกัดในการเข้าถึงปัจจัยทางการผลิต ทั้งในแง่ของอุปกรณ์และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมถึงสถานะทางสังคมที่จะสามารถดึงบุคคลสำคัญในวงการภาพยนตร์มาร่วมงานได้ จึงทำให้ไม่มีผู้สร้างภาพยนตร์อีสานรายใหม่เกิดขึ้นอีกในยุคนี้ และแม้รายได้ภาพยนตร์ต่างจังหวัดจะมีมากกว่าในกรุงเทพฯ แต่เมื่อนับจากปริมาณภาพยนตร์อีสานที่ผลิตออกฉายแล้ว คาดว่าภาพยนตร์อีสานยังไม่เป็นที่นิยมในช่วงนี้

ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ในเมืองไทย ตั้งแต่ปี 2485-2488 แทบไม่มีการผลิตภาพยนตร์ไทยเกิดขึ้นเลย คนในอุตสาหกรรมหลายคนต้องเปลี่ยนไปทำอาชีพอื่น ภาพยนตร์อีสานจึงขาดความต่อเนื่อง ต้องรอให้ผ่านเวลาอีกหลายสิบปี กว่าหนังอีสานจะได้กลับมา (The Isaander, 2562)

กระแสสงครามคอมมิวนิสต์ และอีสานเพื่อชีวิตในภาพยนตร์

เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง การรุกคืบของต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยเปลี่ยนจากการใช้กำลังทางการทหารมาเป็นการส่งผ่านทางวัฒนธรรมหรือที่เรียกกันว่า อำนาจอ่อน (Soft Power) การกลับมาอีกครั้งของภาพยนตร์อีสานในยุคหลังสงคราม จึงถูกขับเคลื่อนด้วยบริบททางการเมืองภายใต้กระแสสงครามคอมมิวนิสต์ โดยมุ่งเน้นไปที่การปะทะกันระหว่างอุดมการณ์คอมมิวนิสต์และอุดมการณ์โลกเสรี

ในทศวรรษ 2490 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคอีสานคือ การสร้างถนนทางหลวงหลายสายในภาคอีสาน ภายในภาคอีสาน และเชื่อมกับจังหวัดอื่น

ๆ ถนนมีผลต่อการผนวกรวมกับเศรษฐกิจกรุงเทพฯ และแห่งชาติ มีผลต่อการขยายตัวการผลิตเพื่อการค้าเชิงพาณิชย์เข้ามาแทนที่เศรษฐกิจแบบยังชีพ และมีผลต่อการขยายตัวของตลาด การผลิตข้าวและพืชไร่เพื่อส่งออก การย้ายถิ่นจากชนบทสู่เมือง (พอพันธ์ อุยยานนท์, 2558)

คายส์ (2556) กล่าวว่า หลังสงคราม รายได้ครัวเรือนเกษตรกรภาคอีสานน้อยกว่าภูมิภาคอื่น ขณะที่ความต้องการแรงงานของกรุงเทพฯกำลังขยาย บวกกับรัฐบาลจำกัดโควตาแรงงานผู้อพยพจากต่างประเทศ ทำให้มีแรงงานจากท้องถิ่นต่าง ๆ ของไทยเคลื่อนย้ายเข้าสู่กรุงเทพฯ เฉลี่ยประมาณ 37,800 คนในช่วงปี พ.ศ. 2490-2497 ชาวอีสานคือหนึ่งในนั้น ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นคนถีบสามล้อรับจ้าง กรรมกรก่อสร้าง กรรมกรโรงสีข้าวหรือโรงงานที่มีคนจีนเป็นเจ้าของ

ช่วงภาวะสงครามเย็นหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ระบบการปกครองคอมมิวนิสต์ได้แพร่ขยายในหลายประเทศ ซึ่งสหรัฐอเมริกาผู้ต่อต้านระบบดังกล่าว ได้พยายามเผยแพร่อุดมการณ์ทุนนิยมเสรีโดยการให้ทุนผ่านองค์กรต่าง ๆ สำหรับประเทศไทย สำนักข่าวสารอเมริกัน (ยูสิส) ถือเป็นแหล่งทุนสำคัญในการสร้างภาพยนตร์ไทยหลายเรื่อง ทั้งในลักษณะการเป็นแหล่งทุนสร้างภาพยนตร์เองโดยตรง และให้เงินทุนผ่านค่ายภาพยนตร์ต่าง ๆ เช่น บริษัทเอราวัณภาพยนตร์ เทพพนมภาพยนตร์ เป็นต้น (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ภาพที่ 4.2 ภาพจากสารคดีเรื่อง พัฒนากร (2506).

ที่มา: หอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน) (2564)

ตัวอย่างภาพยนตร์เกี่ยวกับภาคอีสาน ที่สำนักข่าวสารอเมริกันอำนวยการสร้างให้เอราวัณภาพยนตร์ผลิตขึ้นมา คือเรื่อง *พัฒนากร (2506)* สารคดีเพื่อเผยแพร่ภารกิจของข้าราชการ

ไทยที่เรียกว่า พัฒนากร ซึ่งเกิดขึ้นในยุคเร่งรัดพัฒนาชนบท ดำเนินเรื่องด้วยเพลงหมอลำแทนการบรรยายด้วยเสียงพูดธรรมดา เพื่อให้เข้าถึงชาวบ้านได้ง่ายมากขึ้น

แผนสงครามจิตวิทยาต่อต้านคอมมิวนิสต์ของสหรัฐฯ ดำเนินไปภายใต้คณะกรรมการยุทธศาสตร์ด้านจิตวิทยา (The Psychological Strategy Board) ที่ตั้งขึ้นในพ.ศ. 2494 ซีไอเอจัดอบรมนักจิตวิทยา 200 คนและส่งออกไปประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเพื่อสร้างภาวะความหวาดกลัวภัยคอมมิวนิสต์ วิธีหลักคือ สื่อสารผ่านหนังสือ ภาพยนตร์ แผ่นพับ ใบปลิว (ณัฐพล ใจจริง, 2556)

สิงหาคม 2496 สภาความมั่นคงแห่งชาติสหรัฐ (NSC: National Security Council) ได้อนุมัติแผนยุทธศาสตร์สงครามจิตวิทยาสำหรับประเทศไทย (U.S. Psychological Strategy Based on Thailand) เรียกว่าแผน PSB D - 23 คิดขึ้นโดยวิลเลียม เจ โดโนแวน (William J. Donovan) ซึ่งต่อมาคือเอกอัครราชทูตสหรัฐประจำประเทศไทย ช่วงระหว่างสิงหาคม 2496 ถึงสิงหาคม 2497 แผน PSB D - 23 สนับสนุนสงครามจิตวิทยาในไทย เพื่อทำให้ประชาชนไทยร่วมต้านคอมมิวนิสต์ ด้วยการทำให้อารมณ์รู้สึกความรู้สึกผูกพันคนไทยเป็นหนึ่งเดียว โดยให้ใช้ผู้นำที่มีฐานะเป็นศูนย์กลางของความเชื่อทางสังคมหรือศาสนาในประเทศ มาสร้างเป็น"สัญลักษณ์" ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือและภาพยนตร์ และส่งผู้เชี่ยวชาญในการสร้างภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อเข้ามาช่วยเหลือในการผลิตภาพยนตร์ ถูกฉายในการอบรมต่อต้านคอมมิวนิสต์ในเวลากลางคืน (ณัฐพล ใจจริง, 2556) ยุคนี้เองเป็นรากฐานสำคัญของความเป็นท้องถิ่นนิยมของชาวอีสานที่ได้เริ่มหยั่งรากจากสื่อต่าง ๆ

ในอีกด้านหนึ่ง อิทธิพลจากกระแสสงครามคอมมิวนิสต์ ทำให้แนวความคิดที่เห็นความสำคัญของชนชั้นแรงงาน เริ่มมีการส่งผ่านจากนักคิดนักเขียนสู่ผู้อ่าน เช่น หนังสือรวมเรื่องสั้น *ฟ้าบ่กั้น (2501)* ของลาว คำหอม หรือ คำสิงห์ ศรีนอก ที่สะท้อนทั้งปัญหาความยากไร้ รวมถึงการกดขี่ของนายทุนและระบบราชการไทย เป็นโครงสร้างความรู้สึกคับแค้นใจที่พัฒนาไปเป็นอัตลักษณ์อีสานนิยมในเวลาต่อมา ยุคนี้เริ่มมีภาพยนตร์ที่พูดถึงปัญหาของประชาชนคนธรรมดาและชนชั้นแรงงาน ภาพยนตร์อีสานเริ่มกลับเข้าสู่ตลาดอีกครั้ง เช่น *ภูพานอย่าร้องไห้ (2510) ลาวแพน (2511) 4 สิงห์อีสาน (2512) เสือภูพาน (2012) ชาติลำชี (2013) สองฝั่งโขง (2515) บัวลำภู (2516) ตะวันรอนที่หนองหาร (2517) ทุ่งใหญ่อินทนนท์ (2517) อีสาน (2517) ทองปาน (2519) ลาวคำหอม (2519)*

ภาพที่ 4.3 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง ทองปาน (2519).

ที่มา: หอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน) (2563)

หลังจากเกิดเหตุการณ์ 14 ตุลา พ.ศ. 2516 ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองถูกพิจารณาอย่างเข้มงวดมากขึ้นผ่านพ.ร.บ. ภาพยนตร์ 2473 ทำให้ภาพยนตร์ที่เล่าถึงปัญหาอื่นในภาคอีสานก็ถูกรัฐบาลเซ็นเซอร์ด้วย เช่น *ทองปาน (2519)* ภาพยนตร์กึ่งสารคดีโดย อีสานฟิล์ม ที่พูดถึงชาวนาอีสานที่ได้รับผลกระทบจากโครงการก่อสร้างเขื่อนผามอง

หนังเพลงลูกทุ่ง อีสานบูมระลอกแรก

ในทศวรรษ 2500 และ 2510 การเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างบ้านและเมืองเริ่มมีให้เห็นผ่านเนื้อหาของเพลงลูกทุ่งที่นิยมกัน ดนตรีมีต้นแบบมาจากเพลงพื้นบ้านภาคกลางที่เป็นแหล่งแรงงานอพยพส่วนใหญ่นั่นเอง เพลงลูกทุ่งพุ่งขึ้นสู่ความนิยมสูงเพราะการขยายตัวของเครือข่ายวิทยุระดับชาติ พัฒนาการของเทปเพลง และการสร้างถนนที่ทำให้คณะดนตรีเพลงลูกทุ่งเดินสายไปแสดงตามหมู่บ้านต่าง ๆ ทั่วประเทศ นักร้องที่มีชื่อมักจะมาจากบ้านนอก อาทิ “พุ่มพวง ดวงจันทร์” ราชินีเพลงลูกทุ่งเป็นแรงงานเด็กช่วยพ่อแม่ตัดอ้อยที่สุพรรณบุรีมาก่อน และ “สายันต์ สัญญา” นักร้องลูกทุ่งอีกคนก็เคยเป็นชาวนา (เบเคอร์ และผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2559)

ในช่วงต้นทศวรรษ 2510 เกิดปรากฏการณ์ที่น่าสนใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย คือ บริษัทที่ทำธุรกิจบริการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้จัดสร้างภาพยนตร์ด้วยตนเอง โดยในระยะแรก มี 3 บริษัท ได้แก่ บริษัทนิวไฟว์สตาร์ บริษัทสหมงคลฟิล์ม และบริษัทเอเพ็กซ์โปรดักชัน โดยเฉพาะบริษัทหลังนี้นอกจากทำธุรกิจจัดจำหน่ายแล้ว ยังมีกิจการโรงภาพยนตร์ด้วย จึงกล่าวได้ว่าเป็นการประกอบกิจการภาพยนตร์ที่ผูกขาดครบวงจร บริษัทเหล่านี้ต่างพยายามดึงผู้สร้าง

ผู้กำกับ ตลอดจนนักแสดงที่มีชื่อเสียงให้เข้าไปอยู่ในสังกัดของตน ผู้สร้าง ผู้กำกับซึ่งแต่เดิมเคยทำงานในลักษณะเป็นอาชีพอิสระ เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ได้ทยอยเข้ามาอยู่ในสังกัดบริษัทเหล่านี้ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเริ่มเปลี่ยนผ่านจากยุคของผู้สร้างอิสระ เข้ามาสู่ระบบสตูดิโอ (ดุสิต เอื้อสามาลย์, 2536)

พ.ศ.2513 เริ่มมีภาพยนตร์ไทยทิศทางใหม่ที่ยกระดับศิลปะภาพยนตร์ของไทยหรือขยายขอบเขตเนื้อหาให้หลากหลาย ในกรุงเทพฯ เริ่มมีการพูดถึงชนชั้นแรงงานหรือเจาะกลุ่มคนดูที่เป็นชาวบ้าน โดยมีภาพยนตร์สำคัญ 2 เรื่อง ได้แก่ *โทน (2513)* กำกับโดย เปี๊ยก โปสเตอร์ ผลิตโดย สุวรรณฟิล์ม ที่ประสบความสำเร็จในแง่การยกระดับคุณภาพและคุณค่าทางศิลปะภาพยนตร์ และสร้างความคิดใหม่ให้ผู้ที่เคยตั้งข้อรังเกียจภาพยนตร์ไทยให้หันมาสนใจได้ (ดุสิต เอื้อสามาลย์, 2536) ส่วนอีกเรื่องคือ *มนต์รักลูกทุ่ง (2513)* ผลิตโดย สุริยาภาพยนตร์ กำกับโดยรังสี ทัศนพยัคฆ์ นำแสดงโดย มิตร-เพชรา เป็นภาพยนตร์เพลงเรื่องสำคัญที่ยืนโรงฉายนานถึง 6 เดือน (วรรษชล ศิริจันทนันท์, 2564) เป็นต้นธารที่ก่อให้เกิดกระแสสูตรสำเร็จผ่านภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งตามมาอีกเป็นจำนวนมาก

เบื้องหลังความสำเร็จของมนต์รักลูกทุ่งนั้น เริ่มจากคำว่า ‘มนต์รัก’ ที่ผู้กำกับได้มีความชื่นชอบตั้งแต่คราวกำกับภาพยนตร์เรื่อง *แมวไทย (2511)* ที่มีเพลงประกอบในเรื่องชื่อเพลง มนต์รักดอกคำใต้ จนต้องการนำมาเป็นชื่อภาพยนตร์แต่ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้สร้าง เมื่อมีโอกาสเขาจึงนำคำนี้มาใช้กับภาพยนตร์ของตน (Thai Movie Poster, 2559) ส่วนในเรื่องของเพลงประกอบ สุรินทร์ ภาคศิริ (2562) ครูเพลงชาวอีสาน ผู้แต่งเพลงดังในภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวเล่าว่า ก่อนหน้านั้น ใน พ.ศ. 2511 รังสี ทัศนพยัคฆ์ ได้สร้างภาพยนตร์เรื่อง “ชาติลำชี” เป็นภาพยนตร์บู๊ขึ้นมาก่อน ช่วงนั้นเพลง “วอนลมฝากรัก” ที่ตนแต่งให้ บุปผา สายชล ขับร้องกำลังดัง รังสีอยากได้ไปประกอบในภาพยนตร์จึงได้ติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์จากตน สุดท้ายเลยสร้างเป็นหนังเพลง ติดต่อครูไพบูลย์ บุตรขัน ครูพงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา มาแต่งเพลงเพิ่มจนครบ 8 เพลง มีเพลง “วอนลมฝากรัก” เป็นเพลงนำทำรายได้ให้กับภาพยนตร์เรื่อง “ชาติลำชี” มากจนเกินคาด ทำให้รังสีตัดสินใจสร้างภาพยนตร์เพลงจริง ๆ คือเรื่อง “มนต์รักลูกทุ่ง” ที่บรรจุเพลงถึง 14 เพลง จนกลายเป็นตำนานอมตะของวงการภาพยนตร์ไทย ปักหลักฉายอยู่ในโรงภาพยนตร์โคลีเซี่ยมโรงเดียวนานถึง 6 เดือน ทำรายได้สูงสุดในยุคนั้นคือ 6 ล้านบาท

หลังจากมนต์รักลูกทุ่ง ช่วงแรกยังไม่มีภาพยนตร์เพลงที่โดดเด่นมากนักและยังไม่มีภาพยนตร์อีสานแนวนี้ตามออกมา หลังเหตุการณ์ 14 ตุลา พ.ศ. 2516 ภาพยนตร์เกี่ยวกับการเมืองถูกพิจารณาอย่างเข้มงวดมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตเริ่มมองหาแนวทางอื่น ๆ มาผลิตภาพยนตร์ป้อนสู่ตลาด ซึ่งถึงแม้ว่า มนต์รักลูกทุ่ง มิใช่ภาพยนตร์อีสาน แต่ความสำเร็จที่ภาพยนตร์เพลงอย่างมนต์รักลูกทุ่งได้สร้างขึ้น ได้ก่อให้เกิดแรงกระเพื่อมเล็ก ๆ ทางการตลาด การมองเห็นโอกาสของบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ ผู้อำนวยการสร้าง รวมไปถึงสายหนังต่างจังหวัดที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อเพื่อไปฉายยังเขตของตน

นับจากปี 2516 เป็นต้นมา คนหนุ่มสาวที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยได้เริ่มเข้ามาสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยทำหน้าที่ต่าง ๆ แทบทุกตำแหน่งรวมทั้งผู้กำกับ ขณะเดียวกันคนหนุ่มสาวจากวงการหนังสือพิมพ์และวงการโฆษณาได้เข้ามาสู่วงการภาพยนตร์ไทยด้วย คนรุ่นใหม่เหล่านี้ได้เข้าอยู่ในสังกัดบริษัทสร้างภาพยนตร์ในระบบใหม่ที่เกิดขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ยังมีผู้สร้างภาพยนตร์ไทยมืออาชีพดั้งเดิมอีกบางรายที่ปรารถนาจะดำเนินกิจการเป็นผู้สร้างอิสระของตัวเองต่อไป เช่น ดอกดิน กัญญามาลย์ แห่งกัญญามาลย์ภาพยนตร์ เชิด ทรงศรี แห่งเชิดไชยภาพยนตร์ พร้อมสิน สีบุญเรือง แห่งสีบุญเรืองฟิล์ม ฉลอง ภักดีวิจิตร แห่งบางกอกการภาพยนตร์ (ดุสิต เอื้อสามาลย์, 2536)

เหตุการณ์สำคัญหนึ่ง ที่กลายมาเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ภาพยนตร์ไทยรวมถึงภาพยนตร์อีสานกลับมามีที่ทางของตนเองมากขึ้น มาจากการขึ้นภาษีนำเข้าภาพยนตร์ในปี พ.ศ. 2519 ของรัฐบาลในสมัยนายกรัฐมนตรี นายธานินทร์ กรัยวิเชียร ผลจากนโยบายครั้งนั้น ทำให้บริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ฮอลลิวู้ดของสหรัฐอเมริกาประท้วงโดยการงดส่งภาพยนตร์เข้ามาฉายในเมืองไทยและย้ายสาขาไปอยู่สิงคโปร์ ภาพยนตร์จากฮอลลิวู้ดลดลงจากปีละเกือบ 200 เรื่อง เหลือ 60 เรื่อง แต่ความต้องการภาพยนตร์เพื่อเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศยังมีอยู่มาก จึงถือเป็นโอกาสในการแจ้งเกิดของมือสมัครเล่นและนักสร้างภาพยนตร์รายใหม่ในประเทศ (ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, 2540)

จากมาตรการขึ้นภาษีภาพยนตร์ต่างประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเฟื่องฟูขึ้นอีกครั้ง ดุสิต เอื้อสามาลย์ (2536) กล่าวว่า บริษัทสร้างภาพยนตร์รายใหญ่ในขณะนั้นมีอยู่ 3 ราย คือ บริษัทไฟว์สตาร์ ซึ่งเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทไฟว์สตาร์โปรดักชั่น บริษัทสหมงคลฟิล์ม และบริษัท

เอเพกซ์โปรดักชั่น ยังคงเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์สำคัญของประเทศ ขณะเดียวกัน ระยะนี้ได้เกิดบริษัทสร้างภาพยนตร์เช่นนี้เพิ่มขึ้นอีก 3 ราย ได้แก่ บริษัทพูนทรัพย์โปรดักชั่น บริษัทพรีดีโปรโมชั่น บริษัทโอเรียนเต็ลอาร์ต ผลงานภาพยนตร์เรื่องสำคัญในระยะนี้ เช่น *ทองพูนโคกโพรายฎรเต็มขั้น (สหมงคลฟิล์ม, 2520)* โดย หม่อมเจ้าชาตรี เฉลิมยุคล *ซุปเปอร์ลูกทุ่ง (เอเพกซ์, 2521)* โดย วีระประวัติ วงศ์พัวพันธ์ และคิด สุวรรณศร *คนภูเขา (ไฟว์สตาร์, 2523)* โดย วิจิตร คุณาวุฒิ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีภาพยนตร์โดยผู้สร้างอิสระ ที่ปรากฏว่ามีบทบาทสำคัญยิ่งต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยรวมในระยะนั้น ได้แก่ *แผลเก่า (2520)* ของบริษัทเชิดไชยภาพยนตร์ โดยเชิด ทรงศรี และ *ครูบ้านนอก (2521)* ของบริษัทดวงกมลมหรสพ โดยสุรสีห์ ผาธรรม ภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่องนี้ประสบความสำเร็จอย่างสูงทั้งในแง่คำชมจากนักวิจารณ์ และรายได้ที่สูงเป็นประวัติการณ์ ก่อให้เกิดการเลียนแบบสร้างภาพยนตร์ในแนวคิดนี้ตามมาอีกหลายเรื่อง และต่างได้รับเชิญให้เข้าร่วมประกวดและฉายในมหกรรมภาพยนตร์นานาชาติหลายแห่ง มีส่วนทำให้ภาพยนตร์ไทยเป็นที่รู้จักและสนใจของวงการภาพยนตร์สากลมากขึ้น (ดุสิต เอื้อสามาลย์, 2536)

ในทศวรรษ 2520 ด้วยปัจจัยทางเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคมการเมืองที่สั่งสมมาจากทศวรรษก่อนหน้า ทั้งกระแสเพลงลูกทุ่งที่เป็นนิยมจากรายการวิทยุ ความสำเร็จของภาพยนตร์เพลงลูกทุ่ง มนต์รักลูกทุ่ง โอกาสที่เกิดจากการประท้วงการขึ้นภาษีภาพยนตร์นำเข้า และความต้องการผ่อนคลายจากความตึงเครียดของการเมืองภายในประเทศ ทำให้ ***มนต์รักแม่น้ำมูล (2520)*** ที่กำกับโดย พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา และสร้างโดย ดวงกมลมหรสพ กลายมาเป็น**ภาพยนตร์เพลงอีสานเรื่องแรกที่โด่งดัง** จนพงษ์ศักดิ์ (The Isaander, 2562) บันทึกไว้ในหนังสือของเขาว่า

> *"เข้าฉายตรงกับวันแม่แห่งชาติ 12 สิงหาคม 2520 หนังเพลงแนวอีสานเรื่องแรกที่ได้เงินล้าน ถึงแม้จะอยู่ในช่วงรัฐประหาร บัตรเข้าชมรอบกลางวัน บ่าย ค่ำ หมดเกลี้ยง แฟนชาวอีสานไม่มีทางเลือก ต้องเสี่ยงกับการติดเคอร์ฟิวไปชมรอบดึก ทำให้แฟนหนังต้องพักค้างจนล้นหน้าโรงหนัง ขณะที่สถานการณ์ทางการเมืองกำลังตึงเครียด ซุมแซงหมู่เฮาชาวอีสานกลับร้องรำทำเพลง ม่วนซื่นโฮแซวกันแบบโต้รุ่งที่หน้าโรงหนัง"*

ภาพที่ 4.4 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง มนต์รักแม่น้ำมูล (2520).

ที่มา: พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา (2558)

ถึงมนต์รักแม่น้ำมูลจะประสบความสำเร็จมากเพียงใด แต่กว่าจะมีกระแสภาพยนตร์เพลงอีสานตามมาใช้เวลาหลังจากนั้นหลายปี เนื่องมาจากปัจจัยในเรื่องของกระบวนการหาทุนและกระบวนการผลิตที่ใช้เวลา ภาพยนตร์ที่ถูกผลิตออกมาในช่วงต้นทศวรรษ 2520 จึงยังคงเป็นภาพยนตร์ในแนวทางที่ได้รับอิทธิพลมาจากกระแสของยุคก่อนหน้า นั่นคือ ภาพยนตร์เพื่อชีวิตที่พูดถึงเรื่องปัญหาสังคมในภาคอีสาน เช่น *ครูบ้านนอก (2521) ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ (2522) ทุ่งกุลาร้องไห้ (2524)*

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเฟื่องฟูอยู่ได้ไม่กี่ปี ในปี 2524 ตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ของฮอลลิวู้ดเลิกประท้วงมาตรการภาษีและเริ่มกลับเข้ามาจัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในไทยอีกครั้ง จำนวนผลผลิตภาพยนตร์ไทยช่วงปี 2525-2526 จึงตกต่ำลงเหลือเพียงปีละไม่เกิน 100 เรื่อง โรงภาพยนตร์หลายโรงโดยเฉพาะในต่างจังหวัดต้องหยุดพักหรือเลิกกิจการไปตาม ๆ กัน คนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยบางรายหันไปทำงานในวงการโทรทัศน์ และสถานการณ์ได้ค่อย ๆ กระเตื้องขึ้นและทรงตัว จนเหลือผู้สร้างรายใหญ่อยู่เพียง 4 ราย ได้แก่ ไฟว์สตาร์โปรดักชัน สหมงคลฟิล์ม พูนทรัพย์ฟิล์ม และเอเพ็กซ์โปรดักชัน นอกจากนี้ยังมีผู้สร้างอิสระซึ่งเป็นผู้สร้างรายเก่ามาตั้งแต่ยุคฟิล์ม 16 มิลลิเมตรอีกเล็กน้อย แต่ยังเป็นกำลังหลักในการผลิตภาพยนตร์ออกสู่ท้องตลาด ผลงานภาพยนตร์ที่โดดเด่นในช่วงนี้ เช่น *ลูกอีสาน (ไฟว์สตาร์, 2525)* โดยวิจิตร คุณาวุฒิ *ผีเสื้อกับดอกไม้ (ไฟว์สตาร์, 2528)* โดย ยุทธนา มุกดาสนิท

ช่วงนี้เอง ภาพยนตร์เพื่อชีวิตอีสานเริ่มมีปริมาณลดน้อยลงไปมาก สวนทางกับภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสาน ที่มีการผลิตออกมาอย่างต่อเนื่องจนสิ้นทศวรรษ 2530 เช่น *มนต์รักลำน้ำพอง (2525) ราชินีดอกหญ้า (2529) ฟ้าสางที่ฝั่งโขง (2532) สองฝั่งโขง (2535) มนต์รักลำน้ำชี*

(2535) มนต์รักลำน้ำพอง (2536) เสียงแคน ดอกคูณ (2536) *เพลงรักโขง ชี มูล (2537) แว่วเสียงแคน (2537) คนลูกทุ่ง (2539) เพลงรักโขงชีมูล 2 (2539)*

จำนวนของภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสานในทศวรรษ 2520 และ 2530 สะท้อนถึงความนิยมในการผลิตภาพยนตร์ผ่านสูตรสำเร็จที่คาดว่าน่าจะสามารถทำกำไรให้ผู้ผลิตได้ อีกทั้งในต่างจังหวัด ภาพยนตร์มีช่วงชีวิตยืนยาวกว่า เนื่องจากภาพยนตร์หนึ่งเรื่อง เมื่อถูกจัดฉายในโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งในกรุงเทพฯ แล้ว จะถูกขายต่อให้สายหนังเพื่อนำไปจัดฉายต่อยังโรงภาพยนตร์ชั้น 2 ชั้น 3 และจากนั้นจะถูกขายต่อให้กับหนังกลางแปลง หนังเร่ และหนังขายยานำไปฉายตามต่างอำเภอและชนบทต่อ แรงกระเพื่อมของความนิยมในภาพยนตร์แต่ละเรื่องจึงใช้เวลาเดินทางอยู่ในภูมิภาคเป็นเวลานานกว่าจะสิ้นสุดการฉาย ทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ยังสามารถรักษากระแสความนิยมในภาพยนตร์เพลงและผลิตภาพยนตร์เรื่องใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดเรื่อยมา จนลดน้อยและทยอยหายไปในทศวรรษ 2540 จากปัจจัยทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี

บุคคลที่เคยเป็นนักแสดงนำในทศวรรษดังกล่าว และกลายมาเป็นผู้กำกับภาพยนตร์อีสานคนสำคัญในเวลาต่อมา คือ พันนา ฤทธิไกร ผู้บุกเบิกภาพยนตร์แอคชันอีสาน เพชรทาย วงศ์คำเหลา และ บิณฑ์ บันลือฤทธิ์ หนึ่งในผู้ร่วมบุกเบิกภาพยนตร์อีสานแนวทางใหม่ในช่วงปลายทศวรรษ 2540 จนกลายมาเป็นกระแสภาพยนตร์อีสานในปัจจุบัน

แอคชันอีสาน และพันนา

การผลิตภาพยนตร์แนวแอคชันนั้น มีมาตั้งแต่ยุคแรกของอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกแล้ว เช่น การปล้นรถไฟครั้งยิ่งใหญ่ *The Great Train Robbery, (1903)* ที่ว่าด้วยการจับโจรปล้นรถไฟผ่านฉากขี่ม้าและดวลปืน แต่ปัจจัยที่ส่งผลให้ภาพยนตร์แอคชันอีสานถือกำเนิดในช่วงปลายทศวรรษ 2520 นั้น คาดว่ามาจากกระแสภาพยนตร์แอคชันจากเกาะฮ่องกง ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในทศวรรษก่อนหน้าเป็นเวลาไม่นาน เช่น *Fists Of Fury (1971)* หรือชื่อไทยว่า *ไอ้หนุ่มซินตึ๊ง (2514)* ภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่เรื่องแรกของบรูซ ลี ซึ่งถ่ายทำอยู่ในประเทศไทยตลอดทั้งเรื่อง เป็นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ส่งผลให้บรูซลีมีชื่อเสียง และโด่งดังที่สุดในยุคนั้น

บรู๊ซ ลี ส่งต่อแรงบันดาลใจของความเป็นนักสู้ให้กับผู้คนมากมายผ่านภาพยนตร์ รวมไปถึง พันนา ฤทธิ์ไกร ชายหนุ่มชาวขอนแก่น ที่ตัดสินใจศึกษาต่อที่วิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อทำ

ความเข้าใจพื้นฐานในการใช้ส่วนต่าง ๆ ของร่างกายที่ถูกต้อง และเดินทางเข้ากรุงเทพฯ เพื่อสมัครเป็นทีมสตันท์ของ คมน์ อรรฆเดช ผู้กำกับภาพยนตร์บู๊ชื่อดังในเวลานั้น ต่อมาเขากลับขอนแก่นและตั้งทีมงานของตัวเองในนามว่า "กลุ่มสตั้นท์แมน พี พี เอ็น" ฝึกสมาชิกในทีมอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 โดยใช้เวลาว่างจากการถ่ายทำภาพยนตร์ที่กรุงเทพฯ

ภาพที่ 4.5 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง เกิดมาลุย (2529)

ที่มา: พงษกร จันทร์เทพ (2561)

พันนา เริ่มเป็นที่รู้จักจากภาพยนตร์เรื่องแรก *เกิดมาลุย (2529)* สร้างโดย เพชรพันนาโปรดักชัน บริษัทที่เขาขายที่นาและนำเงินมารวมกับรายได้ที่สะสมมาจากการทำอาชีพสตั๊นแมนมาก่อตั้งร่วมกับเพื่อนสนิท ประพนธ์ เพชรอิน ที่กลายมาเป็นผู้กำกับเรื่องนี้ให้กับเขาด้วย เมื่อออกฉายในโรงภาพยนตร์เครือเอเพ็กซ์ เกิดมาลุยได้สร้างปรากฏการณ์หลายด้าน ทั้งในแง่ของการผลิต **พุทธพงษ์ เจียมรัตตัญญู** จากหอภาพยนตร์ฯ (The Isaander, 2562) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า

> *“เอาญาติ พี่น้อง รวม ๆ กันมาเป็นนักแสดง แม้ในเรื่องจะไม่ได้พูดภาษาอีสาน แต่การเอาคนรู้จักมาแสดงในหนังที่เนื้อเรื่องเกิดในอีสาน และถ่ายทำที่อีสานเกือบทั้งหมด เป็นมิติใหม่ เป็นการเล่าอีสานโดยไม่ต้องนำเสนอความเป็นอีสาน ไม่ต้องเพื่อชีวิตด้วยซ้ำ และเรียกว่า เกิดมาลุย กลายเป็นต้นแบบ จนเกิดหนังบู๊ต่างจังหวัด หรือหนังเกรดบี ตามมาอีกหลายเรื่องด้วย”*

นอกจากนี้ ยังได้รับเสียงวิจารณ์ในแง่บวกว่า เป็นหนังบู๊แนวใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน ดังที่ "กันต์ ขันตี" เขียนไว้ในนิตยสารดาราไทย ฉบับวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2529 (พันนา ฤทธิไกร, 2564) ว่า

> *"ใหม่หมดทุกอย่าง ตั้งแต่ดารายันผู้กำกับ เกิดมาลุย เป็นคลื่นลูกใหม่ที่หวังกันว่าจะกลับมาปลุกหนังไทยให้ฮือฮาอีกครั้ง...ทุกคนในวงการที่ได้รับชมหนังเรื่องนี้ ต่างกล่าวขานเป็นเสียงเดียวกันถึงความมันส์ ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนบนจอหนังไทย ต่างเก็งกันว่าหนังเรื่องนี้จะเป็นหนังแนวใหม่ที่จะกลับมาปลุกหนังไทยให้คึกคักเรื่องหนึ่ง ซึ่งมาแปลกแหวกแนวกว่าหนังทุกเรื่อง"*

พันนาอยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมาหลายยุคหลายสมัย ผ่านการร่วมงานกับนักแสดงชายแอ็คชั่นไทยมานับไม่ถ้วน ตั้งแต่พระเอกตลอดกาลอย่าง สรพงศ์ ชาตรี ฉัตรชัย เปล่งพานิช และเป็นอาจารย์สอนศิลปะการต่อสู้ของนักแสดงแอ๊คชั่นหลายคน เช่น จา พนม เดี่ยว ชูพงษ์ เขามีผลงานการแสดงภาพยนตร์ร่วมร้อยเรื่อง และมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพยนตร์บู๊เรื่องสำคัญของไทยหลายต่อหลายเรื่อง ตั้งแต่ยุคที่เขาทำหนังเพื่อขายสายหนังในต่างจังหวัด จนมาถึงยุคที่ทำร่วมกับสตูดิโอ ถือเป็นผู้กำกับอีสานคนสำคัญทั้งในแง่การผลิตภาพยนตร์ และเป็นผู้อยู่เบื้องหลังการออกแบบคิวบู๊ในภาพยนตร์แอคชันอีสานและไทยในยุคหนึ่ง (The Isaander, 2562)

อีสานเฟื่องฟู เศรษฐกิจสดใส ขณะที่ภาพยนตร์ไทยซบเซา

ในทศวรรษ 2530 เกิดการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ส่งผลต่อการผลิตภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์อีสานหลายประการ อุตสาหกรรมบันเทิงในกรุงเทพฯ เริ่มหันไปจับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเป็นหลัก โรงภาพยนตร์แสตนด์อโลนเริ่มล้มตาย ภาพยนตร์ไทยเสื่อมความนิยมโดยมีปริมาณการผลิตลดลงอย่างมากในช่วงปลายทศวรรษ แต่ภาพยนตร์ภูมิภาคโดยเฉพาะภาคอีสานนั้นกลับรุ่งเรืองมากกว่าทุกทศวรรษที่ผ่านมา

นโยบายเปลี่ยนสนามรบเป็นการค้า โดยพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ พ.ศ.2531 ส่งผลให้เศรษฐกิจภายในประเทศเติบโตขึ้น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในภาคอีสานเป็นกิจการที่รุ่งเรืองมากใน

ทศวรรษนี้ ในกรุงเทพฯ ค่ายเพลงอย่างแกรมมีและอาร์เอส ขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดเพลงไทย มีการตั้งบริษัทลูกเพื่อผลิตภาพยนตร์ไทยวัยรุ่น โดยมีนักร้องในสังกัดตนเป็นดารานำ พร้อมกับประชาสัมพันธ์เพลงไปด้วย อาร์เอส.โปรโมชั่นเริ่มผลิตภาพยนตร์เรื่องแรกโดยยังไม่ได้ตั้ง อาร์.เอส.ฟิล์ม คือ *รองต๊ะแล่บแปลับ (2535)* กำกับโดย ปรัชญา ปิ่นแก้ว จากนั้นบริษัทอาร์.เอส.ฟิล์มได้กำเนิดขึ้น ผลิตภาพยนตร์เรื่องแรกและทำรายได้สูงมากเป็นประวัติการณ์ คือ *โลกทั้งใบให้นายคนเดียว (2538)* กำกับโดย ราเชนทร์ ลิ้มตระกูล (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ช่วงนี้ เป็นยุครุ่งโรจน์ของภาพยนตร์วัยรุ่น ที่มี "หน้าหนัง" แปลกแหวกแนว จากค่ายไทเอ็นเตอร์เทนเมนต์ ที่ก่อตั้งโดย จรัล พูลวรลักษณ์ และวิสูตร พูลวรลักษณ์ ซึ่งทำธุรกิจโรงภาพยนตร์มาก่อน ภาพยนตร์หลายเรื่องประสบความสำเร็จอย่างมากทั้งรายได้และคำวิจารณ์ เช่น *ซึมน้อยหน่อย กะล่อนมากหน่อย (2528) ปลื้ม (2529)* กำกับโดย ธนิตย์ จิตนุกูล และอดิเรก วัฏลีลา นอกจากนี้ยังมีผู้กำกับภาพยนตร์ที่สร้างชื่อเสียง ทำรายได้สูง และสร้างปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ทางวัฒนธรรมการสร้างและการเสพภาพยนตร์ไทย เช่น สมจริง ศรีสุภาพ ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *รักแรกอุ้ม (2531) พริกขี้หนูกับหมูแฮม (2532) 303 กลัว/กล้า/อาฆาต (2541)* สมจริงสร้างภาพยนตร์ด้วยความใหม่ เช่น ใช้ดาราหน้าใหม่ที่ไม่ได้สวยหล่อแต่มีบุคลิกของคนรุ่นใหม่ที่รักอิสระ มีความเท่ และพูดถึงปัญหาของหนุ่มสาวยุคใหม่ผ่านงานภาพที่สวยงาม *ปุกปุย (2533)* โดย อุดม อริยอุดม โรจน์ ภาพยนตร์เด็กที่ได้รับคำชมจากไทยและต่างประเทศ (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

แม้ภาพรวมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงทศวรรษ 2530 จะดูสดใสจากการทำการตลาดวัยรุ่นของกลุ่มค่ายเพลง แต่ปริมาณการผลิตภาพยนตร์ไทยกลับค่อย ๆ ลดลงอย่างเห็นได้ชัด ช่วงปลายทศวรรษ 2530 ปริมาณการผลิตภาพยนตร์ไทยลดลงไปอย่างมาก จนโรงภาพยนตร์แบบอาคารตั้งเดี่ยวหรือโรงภาพยนตร์แสตนด์อโลนที่มีขนาดเกิน 1,000 ที่นั่งหลายแห่งในประเทศเริ่มถูกทุบทำลายเพื่อสร้างห้างสรรพสินค้า

ภาพที่ 4.6 กราฟแสดงจำนวนภาพยนตร์ไทยที่ถูกสร้างระหว่างปีพ.ศ.2530-2540

ที่มา : ประวิทย์ แต่งอักษร อ้างถึงใน ปริชาติ หาญตนศิริสกุล, (2564)

ในการเสวนา “ปรากฏการณ์ THAI WAVE CINEMA ในทศวรรษ 2540” (ปริชาติ หาญตนศิริสกุล, 2564) ชาญชนะ หอมทรัพย์ เล่าว่า สมัยก่อนเจ้าของค่ายภาพยนตร์จำนวนหนึ่งเป็นเจ้าของโรงสแตนด์อโลน ควบคู่กันไป เมื่อสร้างภาพยนตร์ของตนเสร็จก็จะนำมากระจายฉายตามโรงที่ตนเป็นเจ้าของ ในช่วงพ.ศ. 2530 เราจึงจะพบแต่หนังแนวรักวัยรุ่นหรือหนังตลกที่มีหลายภาค เช่นเรื่อง บุญชู บ้านฝีปอบ ประวิทย์ แต่งอักษร เสริมว่า ในช่วงต้นทศวรรษ 2530 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉายปีหนึ่งเป็นร้อย ๆ เรื่อง แต่เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาจากร้านเช่าวิดีโอ และคุณภาพของตัวภาพยนตร์ที่แตกต่างจากภาพยนตร์ฮอลลิวูดที่เริ่มกลับเข้ามาในประเทศอีกครั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 ทำให้จำนวนภาพยนตร์ไทยในช่วงปลายทศวรรษที่ 2530 เริ่มลดลง พฤติกรรมและความนิยมของคนดูภายในประเทศก็เริ่มเปลี่ยนไป ประวิทย์เล่าว่า

> *“ในช่วงปี 2530 คนกรุงเทพฯ ไม่ดูหนังไทย คนดูในประเทศแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือคนดูหนังฝรั่งที่ยังอยู่ในกรุงเทพฯ กับคนดูหนังไทยที่อยู่ในต่างจังหวัด แล้วโรงหนังในตอนปี 2530 โรงหนังในกรุงเทพฯ ก็ไม่ฉายหนังไทย มันชัดเจนมากว่ามีการแบ่งชนชั้นอย่างรุนแรง”*

ผู้วิจัยไม่พบข้อมูลอ้างอิงเรื่องความนิยมภาพยนตร์ไทยของคนต่างจังหวัดในทศวรรษนี้ แต่จากการรวบรวมรายชื่อภาพยนตร์อีสานพบว่ามีการผลิตเพิ่มมากขึ้นจาก 20 เรื่องในทศวรรษ 2520 เป็น 27 เรื่อง ในทศวรรษ 2530 การที่โรงภาพยนตร์ยังคงมีภาพยนตร์อีสานออกฉาย ปัจจัยหนึ่งนั้นมาจากสายหนัง เนื่องจากรูปแบบธุรกิจของสายหนัง หนึ่งคือตัวสายหนังมีการผลิตภาพยนตร์ออกฉายในโรงหนังของตนเองและโรงหนังชั้น 2 อื่น ๆ ทั่วภูมิภาค และสอง ทั้งภาพยนตร์ที่ซื้อมาจากกรุงเทพฯ และภาพยนตร์ที่ผลิตเอง เมื่อลาโรงแล้ว ภาพยนตร์เหล่านั้นจะถูกส่งต่อให้กับหนังกลางแปลง หนังล้อมผ้า หนังขายยา หนังเร่ เพื่อออกฉายตามหมู่บ้านที่เข้าไม่ถึงโรงหนังในตัวเมือง ภาพยนตร์จึงมีชีวิตยืนยาวอยู่ในภูมิภาคมากกว่าในกรุงเทพฯ อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่มักมีการจ้างหนังกลางแปลงมาฉายในงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานบุญแจกข้าว งานงิ้ว ทำให้เมื่อเศรษฐกิจอีสานเฟื่องฟู ปริมาณความต้องการภาพยนตร์อีสานจึงมีเพิ่มขึ้นมากจากทศวรรษก่อนหน้า

ตารางที่ 4.1 แสดงปริมาณภาพยนตร์อีสานในทศวรรษที่ 2520 และ 2530

ช่วงปีพ.ศ.	ปริมาณภาพยนตร์อีสาน
ทศวรรษที่ 2520 (2520 – 2529)	20 เรื่อง
ทศวรรษที่ 2530 (2530 – 2539)	27 เรื่อง

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

> *“เมื่อก่อน เวลามีงานบวช บุญร้อยวัน บุญแจกข้าว ถ้าเจ้าภาพรวย เขาก็จะจ้างหมอลำ แต่ถ้าไม่รวยเท่าไหร่ก็จะจ้างหนัง หนังออกจากโรง 1 วันก็จะมาเร่ มาล้อมผ้าละ ขึ้นอยู่กับคนจ้างว่ามีเงินแค่ไหน เพราะหนังใหม่หน่อยก็จะแพง หนังเก่าที่ออกจากโรงมาแล้วซัก 3-4 เดือนก็จะถูกกว่าหน่อย” (อุเทน ศรีริวิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2565)*

ในทศวรรษนี้ แนวภาพยนตร์อีสานยังคงเป็น 3 กลุ่มหลักคือ ภาพยนตร์เพื่อชีวิตอีสาน ภาพยนตร์แอคชันอีสาน และภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสาน แต่เริ่มมีความพยายามผสมผสานแนวทางดังกล่าวเข้าด้วยกันเพื่อให้หนังดู “ครบรส” และภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสานที่มีฉากแอคชันและเล่าเรื่องวิถีชีวิตชนบทคือแนวทางที่มีการผลิตออกมามากที่สุด

> *“หนังที่มีเสียงเพลงเสียงหมอลำแบบนี้ ชาวบ้านชอบมาก เพราะเป็นการจ้างหนังแล้วยังได้หมอลำ แถมมาด้วย เห็นภาพตาแก่ลุกขึ้นมารำหน้าจอหนัง แล้วมีความสุขประทับใจครับ”*
> *(pruek Jo, 2564)*

ทั้งนี้ เมื่อสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับทีมงานทั้งผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับ และหน้าที่อื่น ๆ ส่วนใหญ่มักจะเป็นบริษัทขนาดเล็กและไม่สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ เช่น นันทฤทธิ์โปรดักชั่น จากเรื่อง *ฟ้าสางที่ฝั่งโขง (2532)* KS กรุ๊ป จากเรื่อง *พยัคฆ์ร้ายเซียงขุน (2534)* ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าเป็นผู้ผลิตระดับภูมิภาคหรือผู้ผลิตของสายหนังอีสานเอง อีกทั้งภาพยนตร์หลายเรื่องไม่มีข้อมูลในส่วนนี้เลย เนื่องจากตัวภาพยนตร์ได้สูญหายไปแล้ว

และเมื่อสำรวจรายชื่อทีมงานจากภาพยนตร์ทุกเรื่อง จะพบจุดร่วมที่ถือเป็น “จุดขาย” ของภาพยนตร์อีสานในยุคนี้ นั่นคือ รายชื่อนักแสดงหรือนักร้องยอดนิยม เนื่องจาก หากมีนักร้องหรือนักแสดงคนใดได้รับความนิยมแล้ว ทางผู้ผลิตก็จะลดความเสี่ยงในการขาดทุนได้ สูตรสำเร็จดังกล่าวจึงถูกใช้กันมากในยุคนี้เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ โดยนักแสดงและนักร้องที่พบบ่อย ได้แก่ เฉลิมพล มาลาคำ อยู่ในภาพยนตร์อีสานเกือบทุกเรื่องตั้งแต่ พ.ศ.2534 จนถึงปี พ.ศ. 2539 บิณฑ์ บันลือฤทธิ์ ที่มักจะแสดงคู่กันกับ พันนา ฤทธิ์ไกร ในภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งแอคชันอีสาน นอกจากนี้ภาพยนตร์อีสานในยุคนี้มักใช้นักแสดงตลกมาแสดงเป็นตัวประกอบอื่น ๆ นอกจากตัวละครหลัก เช่น หม่ำ จ๊กมก ใน *มนต์รักลำน้ำพอง (2536)* เป็นต้น

จากการเกิดขึ้นของบริษัทผู้ผลิตขนาดเล็กจำนวนมาก เป็นไปได้ว่า ในยุคนี้เริ่มมีบุคลากรการผลิตที่เคยมีประสบการณ์หรือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ ได้กลับมาเป็นผู้ผลิตระดับภูมิภาคให้กับนายทุนท้องถิ่นหรือสายหนัง

ยุคเปลี่ยนผ่าน หนังอีสานหดหาย

ทศวรรษ 2540 มีการเปลี่ยนแปลงสำคัญหลายประการทั้งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน เหตุผลใหญ่นั้นมาจากการเกิด “วิกฤติต้มยำกุ้ง” หรือวิกฤตการณ์การเงินในเอเชีย ที่เริ่มต้นจากประเทศไทยและส่งผลกระทบกระจายไปสู่อีกหลายประเทศในทวีปเอเชียเริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2540 ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยซบเซาอยู่พักใหญ่ วิกฤติครั้งนี้ส่งผลกระทบอย่างมากต่อนายทุนในภาคอีสาน โรงภาพยนตร์แสตนอโลนด์เริ่มทยอยปิดตัวไปเป็นจำนวนมาก ส่วนอีกจำนวนหนึ่งใช้เงินลงทุนไปกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นโรงมัลติเพล็กซ์ ทำให้ในทศวรรษนี้ ไม่มีการผลิตภาพยนตร์จากโปรดักชันอิสระในระดับภูมิภาคหรือจากสายหนังเลย มีแต่เพียงภาพยนตร์ที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสตูดิโอขนาดใหญ่และกว่าจะมีภาพยนตร์อีสานปรากฏออกมาเรื่องแรก ก็ล่วงเลยไปถึงช่วงกลางทศวรรษ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 พ.ศ.2540-2544 มีการปรับแนวคิดการพัฒนาจากเดิมที่เน้นเศรษฐกิจ มาเป็นการเน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา เป็นการวางแผนจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ถูกขนานนามว่าเป็นรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน เนื่องมาจากเป็นรัฐธรรมนูญที่มีส่วนร่วมจากประชาชนมากที่สุด นับว่าประชาชนมีความตื่นตัวเกี่ยวกับบ้านเมืองอย่างมาก

ยุคนี้ เด็กที่เกิดช่วงหลังสงครามเย็น และเติบโตควบคู่มากับการพัฒนาภูมิภาคและเศรษฐกิจที่เฟื่องฟูในยุคเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า เริ่มเข้าสู่วัยที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ส่วนหนึ่งกลับมาจากการไปเรียนต่อต่างประเทศ ทั้งในสาขาภาพยนตร์และสาขาที่เกี่ยวข้อง เกิดคลื่นลูกใหม่ที่ผันตัวมาจากวงการโฆษณา ทั้งในภาพยนตร์กระแสหลัก เช่น *2499 อันธพาลครองเมือง (2540)* กำกับโดย นนทรีย์ นิมิบุตร ผลิตโดย ไท เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ทำรายได้ในกรุงเทพและปริมณฑลถึง 75 ล้านบาทในปีที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในไทยและเอเชีย ขณะที่ภาพยนตร์เรื่องอื่นไม่ประสบความสำเร็จ *นางนาค (2542)* โดยผู้กำกับและผู้ผลิตรายเดียวกันที่ทำรายได้มากถึง 150 ล้านบาท *สตรีเหล็ก (2543)* กำกับโดยยงยุทธ ทองกองทุน ผลิตโดย หับโห้หิ้น บางกอก ที่ทำรายได้ถึง 98.7 ล้านบาท และภาพยนตร์นอกกระแส เช่น *ฝันบ้าคาราโอเกะ (2540)* กำกับโดยเป็นเอก รัตนเรือง ผลิตโดย ไฟว์สตาร์โปรดักชั่น ภาพยนตร์เหล่านี้ประสบความสำเร็จทั้งในแง่รายได้และรางวัลในระดับนานาชาติ (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

จุดเปลี่ยนสำคัญในยุคนี้ คือการรวมตัวกันของ ไท เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ผู้ประกอบธุรกิจโรงภาพยนตร์รายใหญ่มีไอเดียแปลกแหวกแนวเจาะกลุ่มคนดูหนังไทยวัยรุ่นได้สำเร็จ จีเอ็มเอ็ม พิคเจอร์ส ที่เชี่ยวชาญแผนการตลาดและโฆษณา และบริษัทหับ โห้ หิ้น ฟิล์ม ที่มีนักโฆษณา และฝ่ายการผลิตภาพยนตร์ฝีมือดี โดย จิระ มะลิกุล ผู้กำกับภาพและเขียนบทในภาพยนตร์เรื่อง *สตรีเหล็ก (2543)* ได้ชักชวนลูกศิษย์ของตนสมัยที่เคยไปสอนที่ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาสร้างภาพยนตร์เรื่อง *แฟนฉัน (2546)* กำกับโดย นิธิวัฒน์ ธราธร ทรงยศ สุขมากอนันต์ คมกฤษ ตรีวิมล วิทยา ทองอยู่ยง วิชชา โกจิ๋ว และอดิสรณ์ ตรีสิริเกษม สร้างปรากฏการณ์หนังไทยรายได้สูงสุดเรื่องหนึ่ง โดยทำยอดรายได้ 137 ล้านบาท เป็นจุดเริ่มต้นทำให้ทั้งสามบริษัทร่วมหุ้นกัน เกิดเป็นบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ หรือ จีทีเอช (GTH) ซึ่งอยู่ภายใต้บริษัทแม่คือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จีทีเอช กลายเป็นค่ายภาพยนตร์ที่ส่งอิทธิพลต่อสังคมไทยอย่างมากในทศวรรษ 2540 – 2550 ด้วยสโลแกน หนังฟีลกู๊ด ดูแล้วมีความสุข แม้แต่หนังผี หนังดราม่าก็แฝงไปด้วยความบันเทิงสนุกสนาน และประสบความสำเร็จด้านรายได้เกือบทุกเรื่อง สร้างวัฒนธรรมใหม่ ๆ ในสังคมไทยอย่างแนบเนียน (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ภาพที่ 4.7 ภาพโลโก้อธิบายการรวมตัวของจีเอ็มเอ็มฯ ไทเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ และหับโห้หิ้น เป็น GTH

ที่มา: Go After GTH, 2565

ในทศวรรษนี้ มีผู้กำกับชาวอีสานได้เริ่มปรากฏผลงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยบ้างแล้ว เช่น เฉลิม วงศ์พิมพ์ จากเรื่อง *ล่าระเบิดเมือง (2542)* ของค่ายไฟว์สตาร์โปรดักชัน *7 ประจัญบาน (2545)* และ *ตะเคียน (2546)* ของ บาแรมยู อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์ม เพชรทาย วงศ์คำเหลา จากเรื่อง *บอดี้การ์ดหน้าเหลี่ยม (2547)* อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์ม แต่ในขณะเดียวกันวงการภาพยนตร์ต่างจังหวัดและค่ายภาพยนตร์อิสระก็เริ่มล้มหายตายจาก จากที่ทศวรรษก่อนหน้ามีการผลิตภาพยนตร์ออกมาราว 27 เรื่อง และส่วนมากเป็นทุนต่างจังหวัด ก็เปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจ หรือปิดกิจการ ทศวรรษนี้จึงเหลือแต่เพียงภาพยนตร์ที่ได้ทุนจากสตูดิโอขนาดใหญ่ เช่น สหมงคลฟิล์ม ไฟว์สตาร์ และ จีทีเอช (GTH) และมีการผลิตออกมาเพียง 6 เรื่อง ซึ่งถึงแม้จะมีปริมาณการผลิตออกมาไม่มากนัก แต่ถือว่าเป็นหมุดหมายสำคัญในยุคเปลี่ยนผ่าน ที่กลายมาเป็นรากฐานไปสู่อีสานใหม่ในช่วงหลังปี 2550 จึงขออธิบายบทบาทที่สำคัญของทั้ง 6 เรื่อง ดังนี้

15 ค่ำเดือน 11 (2545) ผลงานกำกับเรื่องแรกของ จิระ มะลิกุล ทำรายได้ไปถึง 55 ล้านบาท เป็นภาพยนตร์อีสานเรื่องแรกในทศวรรษนี้ เกิดจากการร่วมทุนสร้างระหว่าง 2 สตูดิโอใหญ่ คือ จีเอ็มเอ็ม พิคเจอร์ และหับโห้หิ้น ฟิล์ม ก่อนที่จะไปรวมตัวกับ ไทเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ กลายเป็นจีทีเอชในภายหลัง ซึ่งการที่ผู้ผลิตกลุ่มนี้เป็นผู้ที่ผันตัวมาจากวงการโฆษณา อีกทั้งจีเอ็มเอ็ม พิคเจอร์ก็อยู่ในเครือแกรมมีที่มีสื่อในมือค่อนข้างหลากหลาย ทำให้ยุคนี้เป็นยุคที่เริ่มมีการทุ่มงบโฆษณาและมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่แปลกใหม่ เข้าถึงผู้คนได้มากกว่าทุกยุคที่ผ่านมา เช่น มีการปล่อยประโยคจำ คล้ายสโลแกนสินค้าในโฆษณา อย่าง “เชื่อในสิ่งที่เห็น เห็นในสิ่งที่เชื่อ” เพื่อเรียกความสนใจก่อนหนังเข้าฉาย เป็นต้น ทำให้เรื่องราวของวัฒนธรรมอีสานถูกพูดถึงในพื้นที่ที่หลากหลายมากกว่าทศวรรษก่อนหน้าที่มักจะฉายกันอยู่แต่ภายในภูมิภาค

องค์บาก (2546) ผลงานกำกับโดย ปรัชญา ปิ่นแก้ว คิวแอคชั่นโดย พันนา ฤทธิไกร อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์ม ทำรายได้ในประเทศไทยกว่า 200 ล้านบาท และเป็นภาพยนตร์ที่แจ้งเกิดให้กับพนม ยีรัมย์ หรือ จา พนม และยกระดับทีมสตั๊นเมืองไทย นอกจากนี้ยังได้รับความนิยมในหลายประเทศ เช่น ติดอันดับที่ 17 ใน Box Office ที่อเมริกา และเกิดภาพยนตร์แนวเดียวกันตามมาอีกหลายเรื่อง เช่น *ต้มยำกุ้ง (2548)* *ศนไฟบิน (2549)*

เสือร้องไห้ (2548) กำกับโดยสันติ แต้พานิช อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์ม ว่าด้วยชีวิตความเป็นอยู่ของคนอีสานจำนวน 5 คน ที่จากบ้านเกิดเข้ามาเป็นผู้ใช้แรงงานในกรุงเทพฯ เป็นภาพยนตร์สารคดีอีสานเรื่องเดียวในทศวรรษนี้ ในยุคที่ประเทศไทยยังไม่ค่อยมีใครทำภาพยนตร์สารคดีเพราะยังไม่เป็นที่นิยม ได้รับคำชมจากนักวิจารณ์แต่ไม่ประสบความสำเร็จเรื่องรายได้

แหยม ยโสธร (2548) ผลงานเรื่องที่สองแต่เป็นภาพยนตร์อีสานเรื่องแรกของผู้กำกับเพชรทาย วงษ์คำเหลา หรือหม่ำ จ๊กมก อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์ม ดำเนินงานสร้างโดยบาแรมยู และ บั้งไฟฟิล์ม ซึ่งนอกจากจะสร้างปรากฏการณ์ให้กับชาวอีสานแล้ว ยังมีความพิเศษ 2 ประการ หนึ่ง บั้งไฟฟิล์มคือบริษัทผลิตภาพยนตร์ที่เพชรทายก่อตั้งขึ้นมา แม้จะอยู่ภายใต้การอำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์ม แต่ถือเป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์ที่เน้นการผลิตภาพยนตร์อีสานในกรุงเทพฯ ค่ายแรก ที่ต่อมาผลิตภาพยนตร์อีสานป้อนสู่อุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ประการที่สอง **แหยม เป็นเรื่องแรก ๆ ใช้ภาษาอีสานเป็นหลักในการดำเนินเรื่อง** ซึ่งที่ผ่านมาหลายทศวรรษภาพยนตร์อีสานส่วนใหญ่มักให้เสียงภาษาไทยกลางมาโดยตลอด แม้กระทั่งในภาพยนตร์ของพันนา ภาพยนตร์เรื่องนี้จึงแสดงให้เห็นว่าภาพยนตร์ภาษาถิ่นนั้นมีที่ทาง มีกลุ่มผู้ชม สามารถทำรายได้ไม่ต่างจากภาพยนตร์ภาษาไทยกลาง เปิดให้เห็นช่องทางแก่ผู้สร้างรายใหม่ ๆ ในเวลาต่อมา

> *“สมัยนั้น หนังอีสานพูดกลางหมด เพราะนักพากย์ดัง ๆ ส่วนใหญ่เป็นคนไทย ตลาดหนังก็อยู่บางกอก แล้วผมพึ่งมารู้ทีหลังว่า ถ้าจะมีพูดอีสานบ้าง เขาก็เลือกที่จะพูดอีสานไม่ชัด ติดกลางซักหน่อย เพื่อให้คนกรุงเทพฯ ยังพอฟังออกได้ จะได้ไม่ต้องไปทำซับให้วุ่นวาย”*
> ผู้ก่อตั้งหอภาพยนตร์อีสานกล่าว (นิยม วงศ์พงษ์คำ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2565)

หนูหิ่น เดอะมูฟวี่ (2549) กำกับโดย คมกฤษ ตรีวิมล จากค่ายจีทีเอช อำนวยการสร้างโดย นนทรีย์ นิมิบุตร และยอดสุข วิวัฒน์ จัดจำหน่ายโดยสหมงคลฟิล์ม หนูหิ่นถูกพัฒนามาจากการ์ตูนเรื่องสั้นยอดนิยมชุด "หนูหิ่น อินเตอร์" ซึ่งเป็นเรื่องราวของหญิงสาวชาวอีสานที่เข้ามาทำงานเป็นแม่บ้านในบ้านเศรษฐีในกรุงเทพฯ ภาพยนตร์เรื่องนี้ทำรายได้ 80 ล้านบาท สะท้อนถึงความนิยมในการมองภาพลักษณ์ของชาวอีสานในการเป็นคนใช้ผู้ให้ความบันเทิง

คนไฟบิน (2549) กำกับโดย เฉลิม วงศ์พิมพ์ อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์ม ภาพยนตร์แอคชันคอมมาดี้แฟนตาซีอีสานที่พูดอีสานทั้งเรื่อง เป็นส่วนผสมของหนังคาวบอยและหนังกำลังภายใน ว่าด้วยโจรบั้งไฟ วีรบุรุษที่คอยช่วยเหลือชาวบ้านผู้ทุกข์ยากด้วยการจัดการกับนายฮ้อย หรือเหล่าพ่อค้าที่คอยเอาเปรียบผู้คน ติดอยู่ในลิสต์หนึ่งใน100 หนังที่ทำรายได้สูงที่สุดในประเทศไทย และออกเดินทางไปฉายทั่วโลก ทั้งญี่ปุ่น อินเดีย เนเธอแลนด์ สวีเดน และฮังการี

ทศวรรษ 2540 เป็นทศวรรษแห่งการเปลี่ยนผ่าน ทั้งรูปแบบธุรกิจที่กลายมาเป็นของสตูดิโอขนาดใหญ่ ผู้สร้างกลุ่มเดิมเริ่มเลิกราไปจากวงการ เกิดกลุ่มผู้สร้างหน้าใหม่ ๆ เข้าสู่วงการเป็นจำนวนมาก และแนวทางในการผลิตภาพยนตร์ที่พูดภาษาอีสานเป็นหลักก็เริ่มก่อร่างขึ้นในยุคนี้

พลังหนุนจากองค์กรอิสระและสถานศึกษาในภาคอีสาน

ในศตวรรษ 2540 เป็นศตวรรษแห่งความคึกคักในด้านศิลปะภายในประเทศ ต้นศตวรรษ 2540 เริ่มมีแผ่นเพลงผิดลิขสิทธิ์ที่มีชื่อเสียงอย่าง ประเทือง และ แวมไพร์ เกิดขึ้น ร้านอินเตอร์เน็ตเริ่มเปิดให้บริการตามเมืองใหญ่ เครื่องคอมพิวเตอร์มีราคาที่ชนชั้นกลางที่เกิดขึ้นมาใหม่สามารถซื้อหามาให้ลูกหลานใช้ในการศึกษาได้ กลางทศวรรษ 2540 นักศึกษาในต่างจังหวัดเริ่มเข้าถึงอินเตอร์เน็ตได้สะดวกมากขึ้นผ่านสถานศึกษา เช่น ห้องคอมพิวเตอร์ ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ห้องสมุดมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สามารถยืมแผ่นภาพยนตร์ไปรับชม ร้านหนังสือดอกหญ้าที่ขยายสาขาไปทั่วประเทศ รวมถึงร้านหนังสือท้องถิ่นใต้โรงภาพยนตร์แสตนอโลนด์ เป็นแหล่งเสริมความรู้ผ่านหนังสือพอกเก็ตบุ๊ค หนังสือนิยาย นิตยสารภาพยนตร์ของคนรุ่นใหม่ เช่น ไบโอสโคป ฟิ้วส์ และในโลกอินเตอร์เน็ต เกิดชุมชนออนไลน์สำหรับคนที่สนใจเฉพาะด้าน เช่น เว็บบอร์ดห้องถ่ายหนัง ThaiDfilm

พัฒนาการของบรรยากาศการเรียนการสอนเกี่ยวกับภาพยนตร์และการสนับสนุนด้านภาพยนตร์แก่คนรุ่นใหม่นั้น เริ่มขึ้นหลังทศวรรษ 2500 เริ่มมีการเรียนการสอนวิชาภาพยนตร์ในระดับอุดมศึกษาที่ วิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพฯ ในฝ่ายวิชาช่างถ่ายรูป ตั้งแต่ 5 มิถุนายน 2496 โดยมี รัตน์ เปสตันยี เป็นผู้สอนวิชาภาพยนตร์ (ซูศักดิ์ ดิษยนันทน์, 2539) ต่อมาเข้าทศวรรษ 2510 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เปิดแผนกภาพนิ่งและภาพยนตร์เป็นที่แรก ใน พ.ศ. 2514 (อัญชลี ชัยวรพร, 2541) ปัจจุบันเป็นกลุ่มวิชาภาพยนตร์และภาพถ่าย

ตั้งแต่ทศวรรษ 2520 เริ่มมีการฉายภาพยนตร์ต่างประเทศ ภาพยนตร์ศิลปะ และภาพยนตร์สารคดีที่หาดูได้ยากตามสถานทูตประเทศต่าง ๆ มีคนรุ่นใหม่และผู้ที่มีใจรักภาพยนตร์ติดตามเฝ้าชมอย่างเหนียวแน่น เช่น ที่สถาบันเกอเธของเยอรมัน สมาคมฝรั่งเศส British Council และมูลนิธิญี่ปุ่น แม้แต่ยูซิสเอง ใน พ.ศ. 2515 ก็จัดอบรมหนังทดลอง และมีวิทยากรของอเมริกันมาอบรมนักศึกษา ฉายหนังทดลองอเมริกันกว่าร้อยเรื่อง (อัญชลี ชัยวรพร, 2541) ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของแผนสงครามจิตวิทยาในยุคสงครามเย็นหรือไม่ แต่การบ่มเพาะงานศิลปะภาพยนตร์ได้เกิดขึ้นผ่านการเรียนรู้โลกภาพยนตร์ที่แตกต่าง และกว้างออกไปจากโลกของภาพยนตร์ไทยและสังคมไทย ทำให้การสร้างสรรค์สั่งสมในคนรุ่นนั้นอย่างไม่มีใครคาดคิด

ระหว่างทศวรรษ 2530-2540 มีสถาบันอีกหลายแห่งเปิดสอนหลักสูตรการผลิตภาพยนตร์ เช่น ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิชาภาพยนตร์และภาพนิ่งถูกยกขึ้นเป็น "ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง" เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2531 รวมทั้งสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่เปิด กลุ่มวิชา/สาขา/ภาควิชา/วิทยาลัย ที่เกี่ยวข้องกับวิชาผลิตภาพยนตร์ เป็นสถาบันที่สอน อบรม และให้ความรู้แก่หนุ่มสาวจำนวนมากที่ใฝ่ฝัน และจินตนาการถึงโลกภาพยนตร์ (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ภาคอีสานเอง แม้จะไม่มีสถาบันใดที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับภาพยนตร์เกิดขึ้นโดยตรง แต่ก็เริ่มเกิดสาขาที่ใกล้เคียงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการผลิตสื่อหรือภาพยนตร์เป็นส่วนหนึ่งในนั้น เช่น สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นต้น ซึ่งกลายมาเป็นแหล่งบ่มเพาะ รวมไปถึงแหล่งสนับสนุนให้เกิดนักสร้างภาพยนตร์อีสานรุ่นใหม่ในยุคต่อมา

> *“ทุกวันนี้ในภาคอีสานก็ยังไม่มีที่ไหนสอนภาพยนตร์ตรง ๆ เพราะสมมุติเราเปิดออกแบบนิเทศศิลป์ แล้วมีภาพยนตร์เป็นติ่งนึง ถ้ามีนักศึกษา 40 คน แล้วมีคนสนใจภาพยนตร์ซัก 2 คน เราก็ยังอยู่ได้ แต่ถ้าเราเปิดสาขาภาพยนตร์เลยแล้วมีเด็กแค่ 2 คน ยังไงก็อยู่ไม่ได้”*
> อดีตคณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นกล่าว (นิยม วงศ์พงษ์คำ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2565)

“ช่วง ม.6 มันจะมีหนังสือแนะแนวของแต่ละมหา’ลัย ส่งมาที่ห้องแนะแนวของแต่ละโรงเรียน เราก็อยากเรียนใกล้ ๆ ก็ไปเปิดดูของมข. เราก็ไล่ไปเลย ไปดูของคณะศิลปกรรมก่อนอันดับแรกเลย เพราะเป็นคนชอบวาดรูปด้วย ก็นั่งไล่อ่านเลยว่าแต่ละสาขามันสอนอะไร มีจิตรกรรม ประติมากรรม แล้วก็มีอันนึงที่เราไม่เคยได้ยินมาก่อน คือคำว่า ออกแบบนิเทศศิลป์ เราก็ อื๊ย น่าสนใจ ก็เลยอ่านรายละเอียดวิชามันดู การเขียนการ์ตูน การวาดเส้นพื้นฐาน การถ่ายโฆษณา ออกแบบโปสเตอร์ การถ่ายทำภาพยนตร์ แอนิเมชัน ก็เลย ว้าย มันเกิดมาเพื่อเราชัด ๆ อารมณ์ประมาณนี้แหละ ก็เลยว่าจะเอาอันนี้” ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอรอให้เธอมารัก (2562)* กล่าว (นันทวุธ ภูผาสุก, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 29 มกราคม 2565)

นันทวุธ ภูผาสุก เล่าว่า แม้การได้เข้าไปเรียนจริง ๆ จะไม่เป็นไปดังหวัง เพราะเขาไม่ได้รับอะไรจากการเรียนในคาบสักเท่าไหร่ แต่สิ่งที่เขาได้จริง ๆ นั้นคือโอกาสในการได้พบปะกับผู้คน การเข้าถึงทรัพยากร และการได้รับประสบการณ์นอกห้องเรียน เช่น ยืมแผ่นหนังจากเพื่อนมาดู ได้เรียนรู้การใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ จากรุ่นพี่ ได้ยืมอุปกรณ์ในการถ่ายทำจากเพื่อนและอาจารย์ ได้ใช้นักแสดงฟรีจากเพื่อนและรุ่นน้อง เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เขาผลิตผลงานภาพยนตร์ขนาดสั้นออกมาเป็นจำนวนมากราว 30-50 เรื่องก่อนเขาเรียนจบ และทำรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ จากการไรท์ลงแผ่นขายให้คนรอบตัวที่สนใจ เขากล่าวแบบติดตลกว่า *“แถวนั้นมีงานอะไรก็ถือหนังไปขอเขาฉายแล้วก็ถือแผ่นไปขายด้วย แผ่นละ 50 บาท ขายซักประมาณ 15 แผ่นกำลังดี”* (สัมภาษณ์ 29 มกราคม 2565)

สถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัย มักได้รับโอกาสหรือข้อเสนอจากองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้เข้าไปมีส่วนร่วมกับการทำงานจริง มอบประสบการณ์ให้กับนักศึกษาอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อผ่านทางมหาวิทยาลัยโดยตรง หรือการเข้าไปติดประกาศในมหาวิทยาลัยหรือบอกต่อผ่านคนรู้จัก เช่น *คอนเสิร์ต "ฟ. แฟน โดย เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ (2545)* มีการติดต่อขอความร่วมมือมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ขอนักศึกษาจำนวนมากเข้าไปเป็นทีมแห่กลองยาวในคอนเสิร์ต เป็นต้น และเหตุการณ์สำคัญหนึ่งในทศวรรษ 2540 ของภาคอีสาน คือ การดึงนักศึกษาเข้าไปส่วนร่วมใน

กระบวนการผลิตภาพยนตร์เรื่อง ***คนไฟบิน (2549)*** ที่มีการถ่ายทำในจังหวัดขอนแก่นและเปิดรับสมัครตัวประกอบจำนวนมากจากกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

> *"ช่วงเรียนนี่ โปรเจคใหญ่สุดคือตอนที่พี่เหลิม มาประกาศหาทีมงาน คือในหนังหนิ ตัวประกอบประมาณ 70-80% พวกเอ็กตร้า ก็มาจากศิลปกรรม มข. นี่ล่ะครับ แต่ตอนนั้นเค้าไม่ได้ใช้คำว่าคนไฟบินนะครับ ใช้ชื่อว่า ตะบันไฟ ตะไลเพลิง อะไรซักอย่างนี่แหละ"*
> *(นันทวุธ ภูผาสุก, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 29 มกราคม 2565)*

คนไฟบิน เป็นแรงบันดาลใจให้แก่นักศึกษาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นในยุคนั้นอย่างน้อย 2 คนที่กลายมาเป็นผู้กำกับในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในเวลาต่อมา คือ เอกสิทธิ์ สมเพชร หรือ ฌอง สตอนจอน ผู้กำกับร่วมเรื่อง *Art Idol อยากให้เธอรู้ว่ากูติสท์ (2555)* ของค่ายโมโนพิคเจอร์ และ นันทวุธ ภูผาสุก หรือ หิน ฟินวิ่ว ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอรอให้เธอมารัก (2562)* ของสหมงคลฟิล์ม ซึ่งในขณะที่กำลังศึกษา ทั้งคู่เคยร่วมงานกันเขียนบทในภาพยนตร์สั้นขนาดยาว 44 นาที เรื่อง *ไหมฟ้า (2549)* ที่ได้รับอิทธิพลมาจากคนไฟบินโดยตรงอีกด้วย

ภาพที่ 4.8 ภาพจากภาพยนตร์สั้นเรื่อง *ไหมฟ้า (2549)*

ที่มา: STONJON, 2558

รูปแบบของการยืมพลังจากกลุ่มนักคึกษามหาวิทยาลัยเช่นนี้ ถูกนำมาใช้ต่อในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานอีกหลายเรื่อง เช่น *ฮักนนะ สารคาม (2554)* ที่ร่วมมือโดยตรงกับ

จังหวัดและมหาวิทยาลัยมหาสารคาม *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* ที่ไปตั้งฐานการผลิตและปักหลักหานักศึกษามาร่วมงานที่มหาวิทยาลัยมหาสารคาม รวมถึง *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562)* ที่พัฒนามาจากหนังสั้นวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นต้น

มิใช่เพียงระดับอุดมศึกษา การเสริมแรงให้กับคนรุ่นใหม่ในระดับมัธยมศึกษา ยังเป็นอีกแรงหนุนหนึ่งที่ช่วยสร้างบุคลากร เข้ามาในวงการภาพยนตร์อีสาน ประการแรก โรงเรียนของรัฐทุกโรงเรียน จะมีฝ่ายโสตทัศนศึกษา และชมรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ นักเรียนกลุ่มที่สนใจและได้เข้าไปช่วยงานก็มักจะได้รับโอกาสทั้งในการเข้าถึงอุปกรณ์ โอกาสในการได้รับการสนับสนุนจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชมรมจัดขึ้น

> *"จริง ๆ ผมเริ่มทำสื่อตั้งแต่ ม.1 คือ เรียนโรงเรียนประจำเนาะ ราชประชานุเคราะห์ 29 แล้วก็จะมีศูนย์ข่าวเยาวชนไทย เราก็เข้าไปตั้งแต่ ม.1 แต่อยู่ฝ่ายโสตอะไรประมาณนี้ ก็ติดตั้งอุปกรณ์ สัญญานดาวเทียม หรือโทรโข่งอะไรแบบนี้นะครับ จน ม.2 ก็เข้าศูนย์ข่าวเยาวชนไทยไปแบบเต็มตัว แล้วก็ได้เริ่มทำจริง ๆ จัง ๆ เริ่มตั้งแต่ทำสารคดี เอ็มวี หนังสั้น สกู๊ปข่าวอะไรประมาณนี้ เกี่ยวกับสื่อ ก็ทำค่อนข้างจะครบทุกรูปแบบ ในนั้นก็มีกล้อง เป็นหลักแสนเลย มินิดีวี คืออุปกรณ์มันยังราคาสูง คนยังไม่ค่อยสนใจ ผมเลยได้จับเป็นส่วนใหญ่ ช่วงมัธยมนี่ ผมถ่ายหนังสั้นเยอะมากเลยนะ รวม ๆ ก็ 50-60 เรื่อง ทำเอ็มวีไปเกือบร้อยเพลง ส่วนสารคดีก็ทำบ้างนิด ๆ หน่อย ๆ"* ผู้กำกับ *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* กล่าว (สุรศักดิ์ ป้องศร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กุมภาพันธ์ 2565)

ประการต่อมา คือ เกิดสภาเด็กและเยาวชนขึ้น ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2550 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 13 เมษายน 2551 ตามต่างจังหวัดจึงเกิดการรวมตัวของเยาวชนทั้งในรูปแบบที่ได้รับการหนุนเสริมจากภาครัฐอย่างสภาเด็กและเยาวชน หรือเกิดการรวมตัวโดยภาคเอกชนที่ได้รับทุนหนุนเสริมจากกลุ่มผู้ปกครองของตัวเด็กเอง

“ตอนนั้นมันจะมี 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือสภาเด็กฯ ของทางภาครัฐ กับอีกกลุ่มคือกลุ่มท้องถิ่นที่แต่ละจังหวัดก็จะมีการรวมตัวกันขึ้นมาเอง ของที่ศรีษะเกษชื่อกลุ่ม ‘ก้านลำดวน’ เป็นการเอาหัวหลักของแต่ละโรงเรียนในจังหวัดมารวมกันเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ พวกเยาวชนต่อต้านยาเสพติดอะไรพวกนี้ ก็ได้ที่ปรึกษาเป็นโรงพยาบาล สาธารณสุข สจ. ที่ก็เป็นพ่อของพี่ในกลุ่มนี่แหละ ก็พากันเขียนโครงการขอทุนจากสส. สว. อนามัย ผมเข้าไปเป็นรุ่นที่ 2 จำได้ว่า ทำค่ายอบรม ทำสื่อ เขียนบท ตัดต่อ ถ่ายทำ กันไปประมาณ 40-50 ค่าย” (สุรศักดิ์ ป้องศร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กุมภาพันธ์ 2565)

นอกจากนี้ กิจกรรมการประกวดได้เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในทศวรรษนี้ เทศกาลหนังสั้นและวีดีโอ (Thai Short Film & Video Festival) ที่หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ร่วมกับมูลนิธิหนังไทยจัดต่อเนื่องมาตั้งแต่ทศวรรษ 2540 ถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2564) ทุกปี กลายเป็นเวทีให้คนรุ่นใหม่ได้ "ปล่อยของ" ได้เรียนรู้และรับแรงบันดาลใจใหม่ ๆ มีผู้กำกับภาพยนตร์อีสานที่เติบโตจากเทศกาลนี้จนกลายเป็นคนทำหนังที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย เช่น ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ อุเทน ศรีริวิ ฉันทนา ทิพย์ประชาติ นอกจากนี้ยังมีงานประกวดอื่น ๆ ที่ร่วมสร้างโอกาสให้กับคนรุ่นใหม่ ได้เติบโตกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในเวลาต่อมา

“ผมอัพหนังทิ้งไว้ในเน็ต ตอนนั้นมันมียูทูปแล้ว แล้วก็เริ่มมีหนังประกวด จนทำให้เราได้ไปทำโครงการ Mango Reality Filmmaker เรื่อง คนไล่รถ เค้าให้เงินมาห้าหมื่น มาทำหนังเรื่องนึง ผมทำหน้าที่เขียนบทแล้วก็กำกับ เป็นหนังเรื่องแรกที่ผมหัดถ่ายด้วยกล้อง DSLR หลังจากนั้นล่ะ ผมเลยจริงจังกับเรื่องการถ่ายภาพ เรื่องมุมกล้องมากขึ้น คือพอเป็น DSLR แล้วรู้สึกว่าอุปกรณ์มันซัพพอร์ทและเข้าถึงง่ายมากขึ้นกว่าเดิม” (นันทวุธ ภูผาสุก, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 29 มกราคม 2565)

“ผมเดินสายประกวดเยอะมากทั้ง ม.ต้น ม.ปลาย คือผมก็เสิร์ชกูเกิลหาเลย หรือบางงานเค้าก็มีทำหนังสือมาที่โรงเรียน มันจะมีประกวดของม.สารคามผมก็เข้าไปร่วม มีโครงการของสพฐ. ศิลปะหัตกรรมมันจะมีประกวดหนังสั้น ผมก็เข้าไปร่วม จนม.4 มีได้ไปถ่ายสารคดีที่

อินเดีย และจุดพีคสุด คือช่วง ม.5 - ม.6 ไปประกวดหนังสั้นที่ญี่ปุ่น โครงการ Genesis ครั้งที่ 2 มั้ง เป็นงานประกวดระดับเอเชีย แล้วผมได้ที่ 1 จาก 600 เรื่อง เมื่อได้รางวัลตรงนั้นมาก็เลยเอารางวัลไปยื่นทุน ม.กรุงเทพ ก็เลยเข้าง่าย ได้ทุนเรียนที่สาขาภาพยนตร์ฯ ม.กรุงเทพ" (สุรศักดิ์ ป้องศร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กุมภาพันธ์ 2565)

"ตอนเดินสายประกวด เราจะได้เจอคนจากโรงเรียนอื่นที่ชอบเหมือนกัน ก็เกิดคอนเน็คชันพอมาทำหนังใหญ่ก็เจอคนที่คุ้นหน้าคุ้นตาจากตอนเดินสายประกวดหลายคนเหมือนกัน เช่น ณิชชี่ ณิชภูมิ ชัยอนันต์ ที่ทำวายุฟิล์มที่เชียงใหม่ คนกำกับเรื่อง พี่ชาย My Bromance (2557) หรือวีรยุทธ กระจ่างศรี จากบุปเฟท์โปรดักชัน นี่ก็เพื่อนกัน เค้าก็เป็น เรียกได้ว่าเบอร์ต้น ๆ ของผู้กำกับภาพ" (สุรศักดิ์ ป้องศร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กุมภาพันธ์ 2565)

ตั้งแต่ทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา เทคโนโลยีที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไปในยุคนี้ แม้จะยังไม่แพร่หลายมากนัก แต่ก็ส่งผลต่อคนรุ่นใหม่เป็นอย่างมากแล้ว ชุมชนในโลกอินเตอร์เน็ตเปิดโอกาสให้ได้เข้าถึงความรู้และเข้าถึงโอกาสผ่านงานประกวดต่าง ๆ ที่เกิดจากองค์กรต่าง ๆ ภายในประเทศ สถานศึกษาช่วยเชื่อมต่อผู้คนที่หลากหลายให้ได้มาเจอกัน ระบบดิจิทัลเริ่มเข้ามาเป็นทางเลือกในการผลิตภาพยนตร์ของมือสมัครเล่นเพราะมีราคาถูกกว่าการถ่ายด้วยฟิล์มมาก แม้ทั้งอินเตอร์เน็ตและเทคโนโลยีการถ่ายทำที่เริ่มเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะยังไม่สเถียร เช่น กล้อง DSLR ยังถ่ายวิดีโอได้เพียงไม่กี่นาที เนื่องจากจะทำให้เซ็นเซอร์ร้อนจนส่งผลให้แผงวงจรเสียหาย จึงต้องค่อย ๆ ถ่าย ๆ หยุด ๆ ไปทีละนิด แต่ยุคนี้ถือเป็นรากฐานสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550

เทคโนโลยีปรับ โลกเปลี่ยน เปิดทางให้ผู้สร้างอิสระ

หลังปี 2550 เศรษฐกิจของภาคอีสาน มีการขยายตัวในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ มีผลให้สัดส่วนของคนจนในภาคอีสานลดลงอย่างรวดเร็ว การขยายตัวระดับสูงทางเศรษฐกิจของภาคอีสานเกิดจากปัจจัยที่สำคัญคือ การขยายตัวของการค้าชายแดนที่เกิดจากสะพานมิตรภาพ

ไทยลาว การขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชนของการท่องเที่ยวและภาคบริการต่าง ๆ โครงสร้างเศรษฐกิจในชนบทเริ่มเปลี่ยนแปลงจากภาคเศรษฐกิจทางการเกษตรแบบดั้งเดิม คือ การทำนา ทำไร่ ไปสู่ “เศรษฐกิจร้านค้ารายย่อยในชนบท” เช่น ร้านขายของชำ ร้านรับซ่อมวิทยุ เครื่องไฟฟ้า และร้านซ่อมรถยนต์ ฯลฯ ซึ่งเกิดจากเงินลงทุนที่มาจากรายได้นอกภาคเกษตรและรายได้ที่ส่งกลับหมู่บ้านจากชาวอีสานพลัดถิ่น โครงสร้างเศรษฐกิจชนบทเริ่มเปลี่ยนแปลงเข้าสู่เศรษฐกิจเมืองเพิ่มขึ้น โดยพื้นที่ชนบทได้เปลี่ยนสภาพเป็นกึ่งเมืองกึ่งชนบท โดยเฉพาะพื้นที่หมู่บ้านอยู่ใกล้เมืองใหญ่ เช่น อุดรธานี ขอนแก่น นครราชสีมา และอุบลราชธานี การขยายตัวของการค้าชายแดนส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการเจริญเติบโตของเมืองต่าง ๆ (พอพันธ์ อุยยานนท์, 2560)

ในช่วงนี้ สะพานมิตรภาพไทยลาวและปรากฏการณ์ “เขยฝรั่ง” ส่งผลต่อความเจริญของเศรษฐกิจอีสานในยุคนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการแต่งงานกับชาวต่างชาติกว่า 500 คู่ และมีการก่อสร้างบ้านเรือนเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากจนเกิดหมู่บ้านเขยฝรั่งขึ้นใน จ. อุดรธานี และอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานเริ่มเล็งเห็นความเป็นไปได้ในการขยายฐานคนดูไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน แม้อุตสาหกรรมภาพยนตร์จะยังคงรวมศูนย์อยู่ที่กรุงเทพฯ ตามสถานที่ตั้งของค่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ แต่การพัฒนาโครงข่ายพื้นฐานและสัญญานอินเตอร์เน็ตก็เริ่มเปิดโอกาสให้คนต่างจังหวัดเข้าถึงสื่อหรือความรู้ในโลกออนไลน์มากขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีการถ่ายทำภาพยนตร์ในระบบดิจิทัลเริ่มมีราคาที่สามารถเข้าถึงได้ ในด้านการผลิต ทศวรรษนี้เริ่มมีนักศึกษาที่สามารถผลิตภาพยนตร์สั้นส่งเข้าประกวดมากขึ้นและเกิดผู้สร้างหน้าใหม่เข้าสู่วงการจนเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของภาพยนตร์อีสานในแนวทางใหม่

ยุคนี้ เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในหลาย ๆ ด้าน การเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ตและระบบดิจิทัลทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลกปรับตัวทั้งในด้านการผลิต การฉาย และการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ส่งผลมาถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2563)

ในช่วงต้นทศวรรษนั้น ภาพยนตร์อีสานยังเป็นผลงานการผลิตจากคนยุค 2540 ที่ได้สร้างรากฐานไว้และยังคงถ่ายทำด้วยระบบฟิล์มเป็นหลัก เช่น เพชรทาย วงศ์คำเหลา ใน *แหยมยโสธร 2 (2552)* โดยบั้งไฟฟิล์ม สุรสีห์ ผาธรรม ใน *ครูบ้านนอก บ้านหนองฮีใหญ่ (2553)* โดยบริษัทครกไม้ไทลาวม่วนซื่นโฮแซว และทั้งสองเรื่องอำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์ม ยุคนี้สห

มงคลฟิล์มเริ่มพยายามขยายฐานคนดูมาสู่ภาคอีสานมากขึ้นหลังเห็นความเป็นไปได้ทั้งจาก แหยมยโสธร และภาพยนตร์อีสานเรื่องอื่น ๆ ในทศวรรษก่อนหน้า เริ่มมีภาพยนตร์อีสานที่มาจากการให้โอกาสคนรุ่นใหม่ เช่น *อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง (2554)* ที่สร้างจากบทภาพยนตร์ชนะเลิศภายใต้โครงการไทยแลนด์สคริปต์โปรเจ็คต์ จากจำนวนทั้งหมด 900 เรื่อง สร้างโดยสหมงคลฟิล์ม *ฮักนะ 'สารคาม (2554)* เป็นความร่วมมือระหว่างสหมงคลฟิล์มกับทางจังหวัดมหาสารคามและมหาวิทยาลัยมหาสารคามทั้งในเรื่องของสถานที่และนักแสดง แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก

และแม้จะมีผู้สร้างภาพยนตร์อิสระชาวอีสานที่ได้รับทุนจากต่างประเทศ เช่น อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ไปได้รับรางวัลปาล์มทองคำ จากงานเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ครั้งที่ 63 จากเรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553)* ซึ่งเป็นภาพยนตร์เรื่องแรกของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้รางวัลนี้ แต่ภาพยนตร์อีสานยังคงมีสถานะเป็นภาพยนตร์ทางเลือกของคนเฉพาะกลุ่มอยู่ในช่วงต้นทศวรรษ หมุดหมายสำคัญช่วงนี้ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้สร้างภาพยนตร์รุ่นต่อมาในช่วงปลายทศวรรษ มาจากภาพยนตร์ 2 เรื่อง ได้แก่ *สะบายดี หลวงพะบาง (2551)* และ *ปัญญาเรณู (2554)* โดยมีจุดร่วมคือการที่ไม่ได้อยู่ภายใต้สตูดิโอขนาดใหญ่อีกต่อไป

ภาพที่ 4.9 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *สะบายดี หลวงพะบาง (2551)*

ที่มา: พระนครฟิลม์, 2561

สะบายดี หลวงพะบาง (2551) ภาพยนตร์ร่วมทุนระหว่างไทย-ลาว เป็นภาพยนตร์ลาวเอกชนเรื่องแรกในรอบ 35 ปี กำกับโดยศักดิ์ชาย ดีนาน หนุ่มสุรินทร์ที่เคยเป็นนักเขียนบทให้กับอาร์เอสฟิล์มและฟิล์มบางกอกในช่วงต้นทศวรรษ 2540 และกลายมาเป็นผู้กำกับภาพยนตร์อิสระในเวลาต่อมา ศักดิ์ชายเคยนำโปรเจคนี้ไปเสนอนายทุนสตูดิโอใหญ่ ๆ หลายค่าย แต่ถูกปฏิเสธ จึงออกหาทุนนอกวงการ จนได้นายทุนหลักเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างจาก จ.อุบลราชธานี ที่เคยทำสารคดีให้

ช่อง 11 และเคเบิลท้องถิ่นมาบ้าง ศักดิ์ชายขอแรงคนรู้จักมาช่วยเป็นทีมงาน ส่วนอนันดา เอเวอร์ริ่ง แฮม พระเอกของเรื่อง เขาเสนอให้ถือหุ้นในหนังและมาเป็นผู้อำนวยการสร้างร่วม เพื่อลดค่าตัวและรับเปอร์เซ็นต์จากกำไรที่หนัง “อาจจะ” ได้ในอนาคต ซึ่งจากการฉายในโรงรูปเงาลาวที่มีอยู่ไม่กี่แห่ง สามารถโกยรายได้กว่า 300 ล้านกีบในสัปดาห์แรกของการฉาย (โรงน้ำชา, 2551 และ พีระ ส่องคืนอธรรม, 2560)

ปัญญาเรญู (2554) กำกับภาพยนตร์ เขียนบท และบริหารงานสร้างโดย บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ เป็นภาพยนตร์เรื่องที่ 2 ที่ใช้ภาษาอีสานเป็นหลักนับจากแหยม ยโสธร เรื่องนี้แม้ได้สหมงคลฟิล์มจัดจำหน่ายให้ แต่เจ้าตัวเป็นนายทุนเอง โดยตัวหนังไม่ได้ประสบความสำเร็จมากนักแต่ไม่ขาดทุนและได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากผู้ชมโดยเฉพาะในภาคอีสานและในประเทศลาว จนเกิดเป็นภาคต่อมาอีกหลายภาค

ภาพที่ 4.10 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *ปัญญาเรญู (2554)*

ที่มา: mdb2u, 2555

แรงบันดาลใจของการเป็นคนตัวเล็กตัวน้อยที่สามารถผลักดันจนหนังออกฉายได้ถูกส่งต่อให้กับผู้กำกับอีกหลายคน อุเทน ศรีริวิ ผู้กลายมาเป็นผู้กำกับภาพยนตร์ *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* กล่าวว่า

> *“ผมมีความเชื่อมั่นมาจากพี่โป้ย สบายดีหลวงพระบาง กับพี่บิณฑ์ ปัญญาเรญู ที่จะตัดสินใจทำหนังฉายในโรง คือช่วงนั้นโรงหนังกำลังจะโต พวกบิ๊กซี พวกโลตัส โรงหนังเข้าไปเสียบหมดเลย แล้วผมเป็นคนชอบดูสถิติ คือรายได้หนังส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพฯ อันดับ*

หนึ่ง แล้วรองลงมาคืออีสาน ผมเลยคิดว่าโรงหนังก็เยอะ คนอีสานก็เยอะ แล้วอย่างพี่หม่ำแกก็ทำหนังทุกปี มีหนังอีสานทุกปี แกก็อยู่ได้ พี่โป๊ยกับพี่บิณฑ์ขนาดเป็นอินดี้ ก็ยังขายได้ เลยตัดสินใจทำ" (สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2565)

"มีความรู้สึกว่า เราน่าจะทำสู้กับ GTH หรือสหมงคลหรืออะไรแบบนี้ไม่ได้ หรือทำตลาดในเมืองสู้เค้าไม่ได้อยู่แล้ว มันก็เลยต้องมาหาตลาดที่เราพอจะมีจุดแข็งสู้เค้าได้บ้าง ก็เลยต้องมาหาตลาดอีสาน เพราะเราอยู่กับมันมาตั้งแต่เกิด ตอนนั้นมีแหยม หนังของพี่บิณฑ์ พี่บอยอุเทน มันเริ่มมีตัวอย่างออกมาให้เราได้เห็นขึ้นเรื่อย ๆ เริ่มมองเห็นเค้าโครงของความเป็นไปได้" (สุรศักดิ์ ป้องศร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กุมภาพันธ์ 2565)

นอกจากการมองเห็นโอกาส อุปกรณ์ในยุคนี้ได้เอื้ออำนวยให้การสร้างภาพยนตร์เป็นไปได้มากขึ้นกว่าเดิมด้วยกล้องดิจิทัล อย่าง *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* ถ่ายทำด้วยกล้อง DSLR *ไทบ้าน เดอะซีรีย์ (2560)* ถ่ายทำด้วยกล้อง Sony A7 SII เป็นต้น ภาพยนตร์โลกเริ่มทยอยเปลี่ยนระบบการถ่ายทำและการฉาย จากระบบฟิล์มมาเป็นดิจิทัลเกือบทั้งหมดในช่วงปลายทศวรรษ แต่ช่วงก่อนจะมีการเปลี่ยนแปลง ระบบดิจิทัลยังคงไม่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมากนัก

"ยุคของผมเป็นยุคเปลี่ยนผ่านจากฟิล์มเป็นดิจิทัล ตอนเรียนมหา'ลัยคือเรียนฟิล์ม รุ่นผมถ่ายฟิล์มรุ่นสุดท้าย ช่วงนั้นหนังที่ถ่ายด้วยระบบดิจิทัลยังมีน้อย น่าจะมีแค่ ไม่ได้ขอให้มารัก (2555) ของพี่กอล์ฟ ธัญญ์วาริน กับ นมัสเตอินเดีย (2555) มั้ง ที่ถ่ายด้วยกล้อง DSLR ซึ่งพอตัวอย่างผู้บ่าวไทบ้านมันเป็นกระแส เมเจอร์เขาขอดู แล้วเห็นว่าหนังเราถ่ายมาแบบเป็นดิจิทัล เขาก็ไม่แฮปปี้" (อุเทน ศรีริวิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2565)

ในยุคนี้ ผู้สร้างอิสระชาวอีสานหน้าใหม่ได้เข้าสู่อุตสาหกรรมเนื่องมาจากโอกาสทางเทคโนโลยี พวกเขาเริ่มต้นด้วยใจรักแต่ก็ไม่ลืมที่จะมองสถานการณ์ผ่านสายตาของนักการตลาด เพราะการลงทุนยังคงมีความเสี่ยงเสมอโดยเฉพาะการลงทุนสร้างภาพยนตร์สักเรื่อง ตัวระบบการ

ถ่ายทำที่ยังไม่เป็นที่ยอมรับของนายทุนในช่วงนั้นก็คือหนึ่งในอุปสรรค และแม้ภาพยนตร์พูดอีสานจะมีรุ่นพี่ปูทางไว้ แต่ก็ยังไม่ใช่แนวทางหลักที่มีผู้สนใจมากนัก พวกเขาจึงต้องลงมือทำงานอย่างหนัก เพื่อสร้างให้เกิดกระแสขึ้นมาด้วยตนเอง

ทุนรอนในตอนแรก ก้าวแรกของการเป็นหนังท้องถิ่นอีสาน

ทศวรรษ 2550 อินเทอร์เน็ตได้แพร่หลายในระดับที่ผู้คนตามบ้านทั่วไปเข้าถึงได้โดยสะดวก เฟซบุ๊คเริ่มแพร่หลาและเกิดเวบไซต์ยูทูป ระยะนี้เอง คนรุ่นใหม่ที่มีใจรักภาพยนตร์ เริ่มฝึกฝนทำภาพยนตร์สั้น ภาพยนตร์ขนาดยาว และภาพยนตร์สารคดีด้วยทุนส่วนตัว และขอสปอนเซอร์จากแหล่งต่าง ๆ เช่น บริษัทห้างร้าน หน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน และหน่วยงานรณรงค์ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เยาวชนหลายมหาวิทยาลัย จัดเทศกาลภาพยนตร์ เพื่อฉายภาพยนตร์ของนิสิตนักศึกษาเป็นประจำทุกปี ด้วยทุนส่วนตัวของอาจารย์ นักศึกษา รวมทั้งขอสปอนเซอร์จากบริษัทห้างร้าน และขายบัตรเข้าชมในราคาถูก (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ยุคนี้ มีกลุ่มทุนต่างชาติที่มาในรูปเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเกิดขึ้นในหลายประเทศ เช่น เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองปูซาน เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองรอตเตอร์ดาม เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองแบร์ลิน หน่วยงานศิลปะต่าง ๆ เช่น Fonds Sud Cinema ของฝรั่งเศส (กัลปพฤกษ์, 2553) อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล พิมพกา โตวิระ อุรุพงศ์ รักษาสัตย์ อาทิตย์ อัสสรัตน์ ล้วนแต่สมัครเข้าขอทุนเหล่านี้ และประสบความสำเร็จสร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยด้วยการคว้ารางวัลจากเทศกาลภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่คนไทยไม่เคยทำได้มาก่อน (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ปัจจัยทางเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้มีผู้เล่นหน้าใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมฯ เป็นจำนวนมาก และผู้ผลิตภาพยนตร์อีสานในยุคนี้ค่อนข้างมีความหลากหลาย นอกจากภาพยนตร์ภาคต่อของแหยม ยโสธร และปัญญาเรณู ทั้ง 3 ภาคแล้ว ยังมีภาพยนตร์ที่พยายามตามสูตรสำเร็จของแหยม ยโสธร อย่าง *แสงสุดท้ายของอีเหี่ยน (2558)* โดย นรินทร์ แก้วสีเงิน ภาพยนตร์ทางเลือก อย่าง *ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553)* ของอภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล และ *สิ้นเมษาฝนตกมาปรอยปรอย (2555)* ของวิชชานนท์ สมอุ่มจารย์ ภาพยนตร์เพื่อชีวิตอีสาน อย่าง *สถานี 4 ภาค (2555)* ของบุญส่ง นาคภู่

ภาพยนตร์สารคดี อย่าง *เพลงของข้าว (2558)* ของอุรุพงศ์ รักษาสัตย์ ภาพยนตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อย่าง *อ้อมกอดเขมราฐ (2559)* ของนายแพทย์ฤทธ ปกกฤตยหริบุญ *มนต์รักขุมคำ (2559)* โดยสุรสีห์ ผาธรรม ภาพยนตร์ผีอีสานในมุมมองเขยฝรั่ง อย่าง *ป่า (2559)* ของพอล สเปอร์เรียร์ ทั้งหมดต่างก็เป็นการขับเคลื่อนของภาพยนตร์อีสานที่แสดงให้เห็นถึงความเลื่อนไหลและหลากหลายทั้งในวิธีการ รูปแบบและนิยาม แต่หมุดหมายสำคัญที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานกลายมาเป็นกระแสหลักในทศวรรษต่อมา สาเหตุหลักมาจากภาพยนตร์แนววัยรุ่นชนบทอีสาน อย่าง *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* ของอุเทน ศรีริวิ

นอกจาก แหยม ยโสธร และ ปัญญาเรณูภาคต่อ ที่อำนวยการสร้างโดยระบบสตูดิโอใหญ่อย่างสหมงคลฟิล์ม *ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553)* และ *สิ้นเมษาฝนตกมาปรอยปรอย (2555)* ที่ได้ทุนและร่วมทุนจากต่างประเทศ การผลิตภาพยนตร์อีสานส่วนใหญ่ในทศวรรษนี้มักเริ่มจากทุนส่วนตัวของผู้ผลิตเอง จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนของการหาทุนร่วมในภายหลัง

กลุ่มที่มีนายทุนชัดเจนตั้งแต่แรก คือกลุ่มภาพยนตร์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อย่าง *มนต์รักขุมคำ (2559)* นั้น ผลิตขึ้นเพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่เพิ่งถูกค้นพบ “ภูม้องคำ 109 เสาเฉลียง” อ.กุดข้าวปุ้น จ.อุบลราชธานี ทุนจึงเกิดจากการลงขันร่วมมือร่วมใจของคนในท้องถิ่น นักแสดงส่วนใหญ่คือครูและนักเรียนจากโรงเรียนขุมคำ และผู้อำนวยการสร้างคือผู้อำนวยการโรงเรียนขุมคำวิทยาคาร ส่วน *อ้อมกอดเขมราฐ (2559)* ผลิตขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ อ.เขมราฐ จ.อุบลราชธานี เพื่อยกระดับและดึงนักท่องเที่ยวเข้าพื้นที่ เพิ่มรายได้ให้กับร้านอาหารและที่พักที่เป็นธุรกิจในครอบครัวของผู้กำกับเอง อีกทั้งยังเป็นผู้เขียนบท และอำนวยการสร้างด้วยตนเอง

แม้จะเป็นหมุดหมายสำคัญ แต่ *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* เป็นภาพยนตร์ที่ไม่ได้มีคุณสมบัติตามที่กล่าวมาใน 3 กลุ่มข้างต้นเลย คือไม่ได้อยู่ใต้ระบบสตูดิโอใหญ่ ไม่ได้รับทุนจากต่างประเทศ และใช้ทุนตนเองที่มีอยู่ไม่มากนัก เมื่อเทียบกับอ้อมกอดเขมราฐที่ผู้กำกับลงทุนไปกว่า 30 ล้านบาท อุเทนกล่าวว่า เขาเอาที่นาไปจำนองรวมกับการขายทรัพย์สมบัติที่เขามี รวบรวมมาได้เพียงแปดแสนบาท ข้อจำกัดเหล่านี้ ทำให้อุเทน ศรีริวิ พัฒนารูปแบบสำคัญ 2 ประการ ผ่านปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่กลายมาเป็นวิธีการที่ภาพยนตร์อิสระอีสานเรื่องต่อ ๆ มานำไปใช้และหลายเรื่องประสบความสำเร็จ

1. เริ่มด้วยตัวอย่าง: อุเทนเล่าว่า วิธีนี้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ เริ่มจากเขาร่วมมือกับนักศึกษากลุ่มอีสานชอร์ทฟิล์ม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลิตหนังสั้นเกี่ยวกับผู้บ่าวไทบ้านขึ้นมา ในยุคที่เฟสบุ๊คและยูทูปกำลังเริ่มเป็นที่นิยม เขาจึงทำตัวอย่างหนังสั้นนั้นเพื่อปล่อยลงไปในเพจก่อน และได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก จนมีผู้ชมอยากให้สร้างเป็นภาพยนตร์ขนาดยาวขึ้นมาจริง ๆ

2. หล่อเลี้ยงฐานแฟนคลับ: เขาพยายามหล่อเลี้ยงแฟนคลับในเฟสบุ๊คแฟนเพจไว้อย่างสม่ำเสมอ มีเนื้อหาไปลง มีกิจกรรมไปทำ เพื่อสร้างฐานแฟนคลับให้แข็งแรง เขาเล่าว่าสามารถขายเสื้อผบ.ทบ.ได้เป็นพันตัว ฐานแฟนคลับนี้เองนำมาสู่ความเชื่อมั่นจนได้เข้าฉายในโรงภาพยนตร์เครือ MVP ในภาคอีสาน ก่อนจะส่งต่อให้สหมงคลฟิล์มจัดฉายทั่วประเทศ

การทำการตลาดเพื่อสร้างฐานคนดูตั้งแต่ภาพยนตร์ยังไม่ได้ฉาย ทำให้ ผู้บ่าวไทบ้านอีสานอินดี้ เกิดกระแสป่าล้อมเมืองที่ได้รับความสนใจจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งยิ่งช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับภาพยนตร์มากขึ้น การผลิตตัวอย่างภาพยนตร์เพื่อนำไปหาทุน และกลยุทธ์แบบป่าล้อมเมืองนั้นเป็นต้นแบบที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้กับภาพยนตร์อีกหลายเรื่องถัดมา เช่น *ไทบ้าน เดอะซีรีย์ (2560)* ของสุรศักดิ์ ป้องศร โดยผู้ร่วมทุนที่เป็นสายหนังอย่าง บริษัท มูฟวี่พาร์ทเนอร์ (MVP) กล่าวว่า

> *“จริง ๆ การร่วมทุนเป็นรูปแบบธุรกิจที่เราทำมานานแล้ว ยังไงเราก็อยู่ในธุรกิจนี้ การสนับสนุนหนังท้องถิ่นก็ยิ่งจะเป็นประโยชน์ต่อเรา แต่คนที่จะเข้ามาคุยก็อาจจะต้องมีความพร้อม การมีตัวอย่างหนังมา มันเหมือนมีคล้าย ๆ กับการทำ proof of concept ว่าสิ่งที่เราคิดเนี่ย รูปร่างหน้าตาจริงมันใช่มั้ย แล้วก็ มันมีตลาดจริงมั้ย การมีคนติดตามก็จะทำให้คาดหวังได้ว่าน่าจะมีคนดู” (คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2565)*

ทศวรรษ 2550 เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของทุนการผลิตภาพยนตร์อีสาน โดยเริ่มมีทุนท้องถิ่น ทุนอิสระและผู้ผลิตภาพยนตร์อิสระเข้ามาในอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น โดยมีปัจจัยด้านเทคโนโลยีคอยหนุนเสริมทั้งในแง่ของการผลิตและการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ ซึ่งฐานผู้ชมที่สามารถคาดการณ์ได้ง่ายขึ้นจากยอดผู้ติดตามในเฟซบุ๊คแฟนเพจ ยังส่งผลต่อการตัดสินใจร่วมทุนของทุนท้องถิ่นอีกด้วย

อีสานฟีเวอร์

ตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา อีสานก็ได้กลายมาเป็นจุดสนใจของคนในประเทศอย่างเต็มตัวจากกระแสที่เกิดขึ้นในหลากหลายช่องทาง ในด้านสื่อบันเทิง โลกของดนตรีแม้จะเริ่มมีการเชิญนักร้องลูกทุ่งอีสานมาเป็นนักร้องรับเชิญในเพลงสตริงในทศวรรษก่อนหน้าบ้างแล้ว เช่น เบิร์ด ธงไชย กับ จินตรา พูนลาภ ในเพลง *มาทำไม (2546)* แต่ห่างหายไปนานและกลับมาบูมอีกครั้งด้วยแรงผลักดันจากปัจจัยทางเทคโนโลยีและราคาเริ่มต้นของสมาร์ทโฟนที่มีราคาถูกลงในยุคนี้ เช่น Bodyslam และ ศิริพร อำไพพงษ์ ในเพลง *คิดฮอด (2555)* มียอดวิวในยูทูปกว่า 60 ล้านวิว นครินทร์ กิ่งศักดิ์ กับ ตั๊กแตน ชลดา ในเพลง *ภูมิแพ้กรุงเทพ (2556)* ยอดวิวเกือบ 200 ล้านวิว เป็นต้น และตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมารายชื่อเพลงอีสาน มักติดอยู่ใน 10 อันดับคำค้นยอดนิยมประจำปีของเวบไซต์กูเกิลและยูทูปในทุกปี

ในโลกของละคร ปรากฏการณ์ความสนใจเรื่องพญานาคจากละครโทรทัศน์เรื่อง *นาคี (2559)* ก็ประสบความสำเร็จอย่างสูงจนต้องสร้างเป็นภาพยนตร์ภาคต่อเรื่อง *นาคี 2 (2561)* ในเวลาต่อมา ซึ่งสามารถทำรายได้เปิดตัวสูงที่สุดในปีนั้นและทำรายได้รวมทั่วประเทศกว่า 417.55 ล้านบาท อีกทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับศาสนสถานและสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับพญานาคในภูมิภาคอีสานมาจนถึงปัจจุบัน

ส่วนด้านการขยายตัวของวัฒนธรรมอาหาร เริ่มมีร้านอาหารอีสานขึ้นห้าง ที่ขยายสาขาไปทั้งในและต่างประเทศ เช่น ตำมั่ว ส้มตำนัว นิตยาไก่ย่าง คำพูน แซบอีลี่ แสนแซบ ที่เมื่อนับรวมรายได้ของทุกแบรนด์ที่กล่าวมา ในปี 2561 ร้านค้าดังกล่าวทำรายได้รวมกว่าพันล้านบาท จากราว 150 สาขา (eukeik .ee, 2564)

ปรากฏการณ์อีสานฟีเวอร์ได้ถูกสะสมมาจนเริ่มเบ่งบานในช่วงทศวรรษ 2560 เฉพาะปี 2560 – 2564 มีการผลิตภาพยนตร์อีสานออกมามากถึง 35 เรื่อง มากกว่าทศวรรษก่อนหน้าทั้งทศวรรษที่มีทั้งหมดราว 19 เรื่อง ภาพยนตร์ในทศวรรษนี้ ได้แก่ *ไทบ้าน เดอะซีรีย์ (2560) ฮักมั่น (2560) อีปึก อัศจรรย์แห่งวันศรัทธา (2560) แมงกุ๊ดจี่ เกา((((E)))) หลีเด้อ (2560) ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) มหาลัยคิดฮอด (2560) ยองบ่าง (2560) กลางแปลง (2561) ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2 Part 1 (2561) ผู้บ่าวไทบ้าน 3 หมาน แอนด์ เดอะ คำผาน (2561) ผู้สาวขาเลาะ เดอะมูฟวี่อินดี้ (2561) ฮักแพง (2561) นาคี 2 (2561) ปาฏิหาริย์ แก้วนาคราช (2561) ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2.2 (2561) หมอลำมาเนีย*

เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562) กาลครั้งหนึ่งกับสัญญาหน้าฝน (2562) อินดี้ลูกอีสาน (2562) 00Y สายลับซิ่นเหี่ยน (2562) สิ้น 3 ต่อน (2562) ออนซอนเด (2562) หน่าฮ่าน (2562) ห่อหมกฮวก ไปฝากป้า (2562) ฮักบี้ บ้านบาก (2562) บอดี้การ์ดหน้าหัก THE PROTECTOR (2562) ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563) ฮักเถิดเทิง (2563) เลิฟยู โคกอีเกิ้ง (2563) หลวงพี่กะอีปอบ (2563) รักหนูมั้ย(2563) อีหล่าเอ๋ย (2563) อ้าย..คนหล่อลวง (2563) ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานจ้วด...(2564) ส้มปลา น้อย (2564) ร่างทรง (2564)

ตารางที่ 4.2 แสดงปริมาณภาพยนตร์อีสานระหว่างปีพ.ศ. 2560 ถึง 2564

ปีพ.ศ.	ปริมาณภาพยนตร์อีสาน
2560	7 เรื่อง
2561	8 เรื่อง
2652	9 เรื่อง
2563	7 เรื่อง
2564	3 เรื่อง

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

เมื่อสำรวจภาพยนตร์อีสานรายปี จากปี 2560 – 2563 มีแนวโน้มการผลิตที่มากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ยังอยู่ในปริมาณที่ไม่ห่างกันมากนัก คือ 7 - 9 เรื่องต่อปี แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์โควิด 19 ขึ้น ในปี 2563 กองถ่ายทำภาพยนตร์ไม่สามารถออกดำเนินการผลิตได้เนื่องมาจากยโยบายกักตัว และแม้จะเริ่มมีมาตรการเกี่ยวกับการถ่ายทำเกิดขึ้นมาในภายหลัง เช่น ออกกองได้ไม่เกิน 5 คน และเริ่มขยายเป็น 50 คนพร้อมมาตรการความปลอดภัยต่าง ๆ ในเวลาต่อมา (สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย, 2564) จึงส่งผลกระทบต่อภาพยนตร์หลายเรื่องที่กำลังอยู่ในขั้นตอนการผลิต อีกทั้งความไม่แน่นอนในสถานการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ปริมาณผู้ชมได้เนื่องมาจากความหวาดกลัวของผู้ชมต่อการแพร่กระจายของโรคในการเข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ หลายเรื่องจึงตัดสินใจพักโครงการ

ส่งผลให้ แม้ในปี 2563 ยังมีภาพยนตร์ออกฉายเพราะเป็นภาพยนตร์ที่ถ่ายทำเสร็จเรียบร้อยไปก่อนหน้านั้นแล้ว แต่ในปี 2564 มีภาพยนตร์อีสานและภาพยนตร์ไทยออกฉายในปริมาณที่ลดลงเป็นอย่างมาก และเรื่องที่ออกฉายในปีนี้ ก็เป็นภาพยนตร์ที่ตกค้างมาจากปี 2563 ที่วางแผนจะฉายแต่เลื่อนออกมาเพราะโรงภาพยนตร์ปิดให้บริการในช่วงกักตัว

ในทศวรรษนี้ ยังสามารถแบ่งภาพยนตร์เป็น 2 กลุ่มตามปัจจัยการผลิต คือแหล่งที่มาของทุน ที่ประกอบไปด้วยสตูดิโอใหญ่และทุนท้องถิ่น ช่วงนี้ยังคงมีภาพยนตร์จากค่ายสตูดิโอใหญ่ผลิตออกมาอย่างต่อเนื่อง เช่น เอ็ม พิคเจอร์ กับเรื่อง *ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) สิ้น 3 ต่อน (2562) ออนซอนเด (2562) ฮักบี้ บ้านบาก (2562) ฮักเถิดเทิง (2563)* บั้งไฟฟิล์ม กับ *บอดี้การ์ดหน้าหัก THE PROTECTOR (2562)* พระนครฟิลม์กับเรื่อง *ฮักแพง (2561) หลวงพี่กะอีปอบ (2563)* แต่ภาพยนตร์ส่วนใหญ่ของทศวรรษนี้นั้นมาจากทุนท้องถิ่น

ทุนท้องถิ่นในช่วงนี้ มีความน่าสนใจและแตกต่างออกไปจากทศวรรษก่อนหน้าในเชิงรายละเอียด คือ สายหนังอีสาน บริษัท มูฟวีพาร์ทเนอร์ (MVP) ที่เคยร่วมทุนในภาพยนตร์ เรื่อง *ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2 Part 1 (2561)* ได้ลงทุนสร้างภาพยนตร์ของตนเองเรื่อง *หน่าฮ่าน (2562)* กำกับโดย ฉันทนา ทิพย์ประชาติ อีกทั้งยังกล่าวว่าจากนี้มีแนวโน้มจะให้การสนับสนุนเพิ่มมากขึ้น (คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2565)

เกิดภาพยนตร์กลุ่มที่เป็นการสานต่อความสำเร็จของศิลปินหรือผลงานเพลงที่โด่งดังมาจากโลกออนไลน์ เช่น *ผู้สาวขาเลาะ เดอะมูฟวี่อินดี้ (2561)* เป็นการลงทุนของลำไย ไหทองคำ นักร้องที่โด่งดังจากยูทูปในเพลง ผู้สาวขาเลาะ ในปี 2559 *อีปึก อัศจรรย์แห่งวันศรัทธา (2560)* เล่าเรื่องของสาวมาด เมกะแดนซ์และสามีของเธอ *ห่อหมกฮวก ไปฝากป้า (2562)* สานต่อความสำเร็จของเพลงที่มีชื่อเดียวกับหนัง จากค่ายเพลง สิงห์มิวสิค จ.ขอนแก่น

เริ่มมีการร่วมทุนในส่วนผสมที่แปลกใหม่ เช่น *นาคี 2 (2561)* เป็นการร่วมทุนระหว่าง 3 บริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อสานต่อความสำเร็จจากละครเรื่องนาคี *ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563)* เป็นการร่วมทุนระหว่างวงเกิร์ลกรุ๊ป (Girl Group) วง BNK48 กับกลุ่มไทบ้านฯ *ร่างทรง (2564)* เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้ และเริ่มพบทุนท้องถิ่นขนาดเล็กเข้ามามีส่วรร่วมในอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น เช่น *ฮักมั่น (2560)* ได้รับการสนับสนุนจากนักธุรกิจท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี ที่บริจาคในลักษณะทุนการศึกษา เนื่องจากผู้

กำกับประกอบอาชีพครูเป็นอาชีพหลัก *ยองบ่าง (2560)* เป็นความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มดิจิตอล 15 หนังกลางแปลงอีสาน กับบริษัทฟิล์มชนบท และผู้ประกอบการภาพยนตร์หนังกลางแปลงในภาคอีสาน *มหาลัยคิดฮอด (2560)* ของวีระศักดิ์ สุยะลา นายตำรวจจาก จ.อุบลราชธานี ฉายเฉพาะโรงในเครือเนวาด้า อุบลราชธานี *00Y สายลับซิ่นเหี่ยน (2562)* ใช้นักแสดงในชุมชนและถ่ายทำที่ บ้านเสือเฒ่า อ.เชียงยืน จ.มหาสารคาม จัดงานเปิดตัวที่แฟรี พลาซ่า จ.ขอนแก่น

มีความพยายามหาส่วนผสมในเนื้อหาใหม่ ๆ เช่น *คุกจียอง แมงกุ๊ดจี่ เกา(E)หลีเด้อ (2560)* เป็นส่วนผสมระหว่างนักแสดงไทยและนักแสดงเกาหลีใต้ *มนต์รักดอกผักบุ้ง เลิกคุยทั้งอำเภอ (2563)* เป็นส่วนผสมระหว่างภาพยนตร์ท้องถิ่นภาคใต้กับภาคอีสาน เป็นต้น

และสตูดิโอใหญ่เอง นอกจากผลิตภาพยนตร์อีสานขึ้นมาแล้ว ก็เริ่มให้โอกาสทั้งผู้สร้างหน้าใหม่และหน้าเก่าให้เข้ามาในตลาดนี้ด้วยการร่วมทุนอีกด้วย เช่น สหมงคลฟิล์ม ให้ทุน ฟินวิ่วสตูดิโอ เพื่อสร้าง *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562)* เอ็ม เทอร์ตี้ ไนน์ ร่วมกับผู้สร้างภาพยนตร์ท้องถิ่นภาคใต้ อย่างเอกชัย ศรีวิชัย ผลิตเรื่อง *อีหล่าเอ๋ย (2563) และ มนต์รักดอกผักบุ้งเลิกคุยทั้งอำเภอ (2563)* ทำให้เรื่องหลัง แม้จะมีส่วนผสมหลักเป็นภาคใต้ แต่ก็ไม่ลืมที่จะเกาะกระแสภาพยนตร์อีสานไว้อย่างเหนียวแน่นผ่านเนื้อหาและนักแสดงภายในเรื่องอีกด้วย

นอกจากนี้ ยุคนี้ยังเป็นยุคที่ภาพยนตร์เริ่มมีการเดินทางไปยังสื่ออื่น ๆ ต่อ อย่างการนำภาพยนตร์มาขยายเนื้อเรื่องเป็นซีรีย์ออกฉายโทรทัศน์ ในไทยพบมากในทศวรรษ 2550 จากภาพยนตร์ของค่าย GTH เช่น *สายลับเดอะซีรีส์ กับ 24 คดีสุดห้ามใจ (2552)* มาจากภาพยนตร์เรื่อง *สายลับจับบ้านเล็ก (2550)* หรือ *ATM 2 คู่เวอร์ เออเร่อ เออรัก (2556)* มาจากภาพยนตร์เรื่อง *ATM เออรัก เออเร่อ (2555)* เป็นต้น ภาพยนตร์อีสานเอง *หน่าฮ่าน (2562)* ถือเป็นเรื่องแรกที่ถูกซื้อลิขสิทธิ์ไปผลิตเป็นละครโทรทัศน์ในชื่อ *หน่าฮ่าน เดอะซีรีส์ (2565)* โดยใช้ผู้กำกับคนเดิม และออกฉายทางช่อง 3 HD โดยจารุพร กำธรนพคุณ (ธีพิสิฐ มหานีรานนท์, 2565) รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานการผลิต บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

> *“ทีวี ธันเดอร์ ทำคอนเทนต์มา 30 ปี แล้ว เราก็ทำทั้งละครและรายการมาทุกตลาด ซึ่งส่วนใหญ่เราก็เน้นว่าจะทำคอนเทนต์ยังไงให้คนดูจำนวนมากสามารถเข้าถึงได้ง่าย เราทำแบบนี้มาตั้งแต่ยุคก่อนทีวีดิจิทัลแล้ว พูดง่ายๆ ก็คือทำแล้วต้องแมส ต้องมีคนพูดถึง อีกอย่าง เรา*

รู้สึกว่า พอซีรีส์ไทยกว่า 90% มักจะถ่ายทำกันที่กรุงเทพฯ เรื่องมันก็เลยดิ้นได้ไม่มาก พอเรามาเจอไอเดียของซีรีส์ที่พูดเรื่องอีสานและวัยรุ่น เลยคิดว่ามันน่าสนุกดี ซึ่งคนดูหลายคนก็น่าจะเข้าใจชีวิตของคนอีสานนะ เพราะประชากรอีสานก็คือคนดูส่วนใหญ่ของประเทศนี้ แต่มันแทบไม่มีซีรีส์ที่ทำขึ้นมาให้เขาดูเลย แต่กลับต้องนั่งดูซีรีส์ที่ไม่ใช่ชีวิตเขาซะเยอะ แล้วมันก็อาจจะเยอะเกินไปแล้วด้วยซ้ำ เราเลยคิดอยากเอาเรื่องนี้มาทำต่อ"

อีกทั้ง ประเด็นเรื่องการกระจายโอกาสการทำงานในอุตสาหกรรมบันเทิงของแรงงานสายการผลิตที่อยู่ในภูมิภาค ก็เริ่มถูกหยิบยกขึ้นมาพูดถึงมากขึ้น จารุพร กำธรนพคุณ (ธีพิสิฐ มหานีรานนท์, 2565) กล่าวว่า

"ตอนทำ 'พฤติการณ์ที่ตาย' แล้วเราได้ไปถ่ายที่เชียงใหม่ทั้งเรื่อง งานที่ออกมาน่าสนใจมาก ๆ เราเลยหันไปมองซีรีส์ส่วนใหญ่ว่า ทำไมมันถ่ายกันอยู่แต่ในกรุงเทพฯ หรือบางทีก็ไปถ่ายแค่นครนายกแล้วหลอกว่าเป็นอีสาน ทำไมไม่ไปถ่ายในที่ที่ควรจะเป็น โลเกชันจริงของเรื่อง แล้วสิ่งที่ได้จากการมาถ่ายทำที่ต่างจังหวัดจริง ๆ ก็คือ คนทำงานหรือเด็กนิเทศที่ใช้ชีวิตอยู่ตรงนั้น เขาจะได้มีงานทำ ไม่ใช่เอะอะก็ต้องเข้ากรุงเทพฯ จะเรียนมหาวิทยาลัย หรือจะทำงานในวงการนี้ ก็ต้องมาอยู่กรุงเทพฯ เท่านั้นเหรอ อย่างตอนไปถ่ายที่เชียงใหม่ เราก็หาทีมงานจากที่นั่นเลย แต่กับที่อีสานเราก็อาจจะหาทีมค่อนข้างยากหน่อย เราเลยอยากให้มันมีการกระจายงานไปตามต่างจังหวัด เด็กที่เรียนจบที่นั่นเขาจะได้ทำมาหากินได้"

ทศวรรษนี้แม้จะมีภาพยนตร์อีสานเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่ทุนท้องถิ่นยังคงต้องการการยกระดับให้มีมาตรฐานมากขึ้น เนื่องจากส่วนหนึ่งไม่ได้มีปัจจัยการผลิตทั้งในเรื่องของทุนที่เพียงพอและอุปกรณ์ที่เป็นมืออาชีพมากนัก จึงยังเป็นยุคที่ผู้ผลิตภาพยนตร์ยังต้องสู้ด้วยทุกสิ่งที่มี เช่นในภาพยนตร์เรื่อง *คุกจียอง แมงกุ๊ดจี่ เกา(E)หลีเค้อ (2560)* สหรัฐ ฉิมพินิจ ที่เป็นทั้งผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“อย่างที่บอกหนังเรื่องนี้ไม่มีตังค์ แต่เราจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ในการถ่าย กล้อง เครน ไฟ ก่อนหน้าเปิดกล้องผมก็ไปหาซื้อเศษอุปกรณ์ตามร้านขายของเก่า มาทำเป็นไฟถ่ายหนัง พอไปถ่ายหนัง ทุกคนที่เป็นมืออาชีพมาเห็นเขาตกใจ และคิดว่าไม่โอเค ขณะที่กำลังถ่ายอยู่ซึ่งไม่ได้ภาพที่ต้องการเราจึงอยากทำอุปกรณ์เสริม คือดอลลี่ ซึ่งตอนนั้นไม่มี เลยให้เงินเพื่อนมาทำดอลลี่ตอนแรกมี 3 ล้อ ผมเลยงงทำไมมีแค่นี้ พอรู้ว่าที่ขาดอีกล้อเพราะเงินหมดพอดี แต่ในที่สุดมันก็ผ่านไปได้ จนออกมาเป็นภาพยนตร์พร้อมฉาย ส่วนเครนเราก็หาอุปกรณ์มาทำ ไม่มีขาตั้งไฟก็ใช้เหล็กมาทำ คือมันDIY” (MGR Online, 2560)

การเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานทั้งทางตรงและทางอ้อมของทุนในรูปแบบต่าง ๆ ราวกับว่ากลัวจะตกขบวนรถไฟสายนี้ ชี้ชวนให้เราเห็นว่า อีสานมาแล้ว และไม่ได้เป็นเพียงปรากฏการณ์ชั่วครู่ชั่วคราวอีกต่อไป แต่ภาพยนตร์อีสานนั้นอยู่กับสังคมไทยมาตลอด มีการสั่งสม มีการพัฒนา มีรากฐานทั้งในสายการผลิตและผู้บริโภคที่แข็งแรง และพร้อมจะพัฒนาต่อไปไม่สิ้นสุด แม้ในยุคนี้ภาพยนตร์อีสานที่ผลิตออกมาจะไม่ได้ประสบความสำเร็จทุกเรื่อง แต่ก็เป็นปกติของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่จะมีทั้งภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จผ่านองค์ประกอบอันหลากหลายเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อื่น ๆ ส่วนประเด็นที่ว่าหลังผ่านพ้นวิกฤติโควิดไปแล้ว อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานจะเป็นเช่นไร นันทวุธ ภูผาสุก ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอรอให้เธอมารัก (2562)* ให้ความเห็นไว้ว่า

“ไม่หายแน่ ๆ ครับ หนังอีสานเปิดกล้องอย่างน้อยปีละประมาณ 10-20 เรื่อง ที่เรายังไม่รู้ ที่ไม่อยู่ในระบบ คือพวกนายทุนก็เงินเยอะ คนขายโปรเจคก็ขายเก่ง ไม่รู้ขายเก่งมาจากไหน ก็ไปเอาเงินเค้ามาทำจนได้ เยอะครับ สิ่งที่โควิดทำให้เกิดผลกระทบก็คือ ความประเจิดประเจ้อในการถ่ายหนังมันจะน้อยลงกว่าเดิม เพราะว่ามันโดนกฎของโควิดควบคุมไว้อยู่ แต่โลกมันก็ต้องหมุนไป คนก็ต้องทำมาหากินอยู่แล้วครับ” (สัมภาษณ์ 29 มกราคม 2565)

4.2 การจัดจำหน่าย การจัดฉายและการชมภาพยนตร์อีสาน

ปัจจัยที่สำคัญอย่างมากต่อการหล่อเลี้ยงและฟูมฟักให้ภาพยนตร์อีสานเติบโตขึ้นดังที่กล่าวถึงในหัวข้อที่ผ่านมา ก็คือกิจกรรมทางภาพยนตร์ในท้องถิ่น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นระบบนิเวศหรือโลกทางภาพยนตร์ที่ส่งผลทั้งทางตรงหรือทางอ้อมต่อการก้าวมาเป็นกระแสหลักของภาพยนตร์อีสานในทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา

ในยุคแรก อีสานยังไม่สามารถผลิตภาพยนตร์ได้เองเนื่องมาจากปัจจัยทางการผลิต ทั้งเงินทุน อุปกรณ์ และองค์ความรู้ ภาพยนตร์จึงกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มชนชั้นนำสยามและพ่อค้าชาวจีน แต่เมื่อความเจริญได้แพร่กระจายออกมาพร้อมกับรถไฟ ก็เริ่มก่อเกิดการสร้างรากฐานวัฒนธรรมภาพยนตร์ การเกิดโรงภาพยนตร์ เกิดคนดู การเกิดระบบนิเวศของภาพยนตร์ในยุคแรกนี้เอง เป็นอิฐก้อนแรกที่สำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในการหล่อหลอมทั้งผู้ชมและผู้สร้างขึ้นมาในภายหลัง

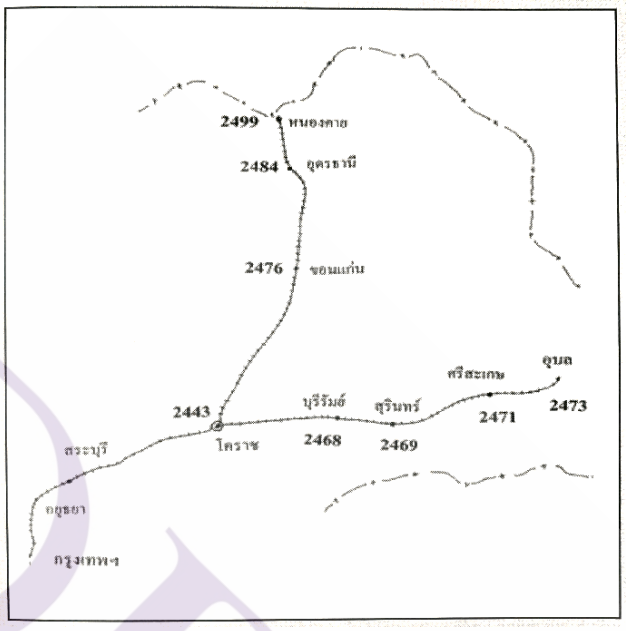
ปัจจัยด้านเทคโนโลยีนั้น ให้ผลในทางบวกต่อภาพยนตร์อีสานมากกว่าทางลบ ไม่ว่าจะเป็นการมาถึงของโทรทัศน์ วิดีโอ วีซีดี ที่แม้ดูเหมือนว่าอาจจะส่งผลให้ผู้ชมในโรงภาพยนตร์ลดลง แต่รายการภาพยนตร์ในโทรทัศน์กลับทำให้ผู้ชมที่เข้าไม่ถึงโรงภาพยนตร์ได้รับชมแบบไม่มีค่าใช้จ่าย และหลายคนก็กลายมาเป็นผู้กำกับที่เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในเวลาต่อมา

สายหนังในภาคอีสานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก มีเพียงรูปแบบธุรกิจและการจัดฉายที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี แม้พฤติกรรมผู้บริโภคจะปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี แต่โรงภาพยนตร์ก็ยังสามารถทำรายได้จากผู้ชมภาพยนตร์ไม่ต่างจากในอดีต

โรงภาพยนตร์แผ่ขยาย การกระจายความเจริญ

ภาคอีสาน เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจครั้งแรกจากการกระจายความเจริญผ่านการสร้างทางรถไฟในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2500 ชาวอีสานก่อนมีทางรถไฟนั้นใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย พึ่งพาดิน น้ำ ป่า และพึ่งพาตนเอง การคมนาคมขนส่งที่ไม่สะดวกยิ่งทำให้ภาคอีสานดำรงชีวิตเช่นนี้มาได้อย่างช้านาน จนเมื่อรถไฟมาถึง พร้อมกับระบบเงินตรา และพ่อค้าชาวจีน ความเจริญและวิถี

ชีวิตแบบใหม่ ๆ ในแบบทุนนิยม ก็เข้ามาเปลี่ยนให้ชาวอีสานกลายเป็นคนยากจน (สุวิทย์ ธีรศาศวัต, 2558)



ภาพที่ 4.11 แสดงปีที่เปิดใช้งานรถไฟในแต่ละจังหวัดในอีสาน ก่อนปี พ.ศ. 2500

ที่มา: สุวิทย์ ธีรศาศวัต, 2558

พอพันธ์ อุยยานนท์ (2558) กล่าวว่า ช่วงพ.ศ. 2472 - 2476 รัฐบาลไทยลงทุนในโครงการพัฒนาเศรษฐกิจสำคัญ เช่น การสร้างทางรถไฟสายอรัญประเทศ สายอุบลราชธานี สายขอนแก่น สายขอนแก่น-หนองคาย สายกุมภวาปี-นครพนม การสร้างทางหลวงแผ่นดิน การสร้างท่าเรือคลองเตย การสร้างสนามบิน การพัฒนาระบบชลประธานในภูมิภาค รวมทั้งมีการสำรวจเศรษฐกิจชนบทสยาม การสร้างทางรถไฟทำให้เกิดการสร้างโรงภาพยนตร์สาขาของสยามภาพยนตร์ขึ้นในเมืองที่มีเส้นทางคมนาคมด้วย การสร้างทางรถไฟทำให้เกิดการสร้างโรงภาพยนตร์ขึ้นในเมืองที่มีเส้นทางคมนาคมด้วย ดังปรากฏในรายงานของกงสุลฝรั่งเศสประจำอุบลราชธานี ระบุถึงเส้นทางรถไฟจากกรุงเทพฯ มาภาคอีสาน พ.ศ. 2473 ว่า

“ได้ช่วยย่นระยะเวลาการเดินทาง...ตามแนวเส้นทางรถไฟเจริญขึ้นมาก ยกตัวอย่างอำเภอวารินชำราบ ราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้น มีพ่อค้าชาวจีนเข้าไปติดต่อซื้อผลผลิตข้าว และนำสินค้าไปขาย พอเปิดสถานีรถไฟที่ศรีสะเกษ เมืองนี้ก็กลายเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและการค้าที่สำคัญ มีโรงสีข้าว โรงเลื่อย โรงไฟฟ้า โรงงานทำกระจก โรงภาพยนตร์ อู่ซ่อมรถบรรทุก”

เมื่อความเจริญมาถึง การเปลี่ยนแปลงก็เกิดขึ้น เริ่มจากในรัศมี 60 กม.รอบ ๆ สถานีรถไฟ จากเดิมที่ชาวอีสานยังชีพด้วยการพึ่งตนเองโดยการทำเกษตรเป็นหลัก ผลิตเพื่ออยู่ ผลิตเพื่อกิน เกิดการผลิตเพื่อขาย ปริมาณคนเดินทางเพิ่มมากขึ้น เกิดการขยายตัวของชุมชนการค้า เข้าสู่ระบบทุนนิยม และเกิดอาชีพใหม่ ๆ ขึ้น เช่น นายหน้า ธุรกิจโรงแรมและบ้านเช่า ธุรกิจโรงสี โรงฟอกหนัง โรงน้ำแข็ง โรงพิมพ์ โรงไฟฟ้า ร้านซ่อมรถ และโสเภณี เป็นต้น (สุวิทย์ ธีรศาศวัต, 2558)

การสร้างรถไฟสายอีสาน จึงถือว่าเป็นการปฏิวัติโลจิสติกครั้งแรกของไทย เพราะรวดเร็วกว่าเกวียนถึง 18 เท่า จากกรุงเทพฯ ไปอุบลราชธานีใช้เวลาเพียง 2 วัน ปลอดภัยจากไข้ป่าและโจร ทั้งยังบรรทุกได้มากกว่าเกวียน 900-1800 เท่า ปัจจัยสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคอีสานคือ การสร้างถนนทางหลวงหลายสายในภาคอีสาน ทั้งภายในภาคอีสาน และเชื่อมกับจังหวัดอื่น ๆ ในทศวรรษ 2490 ถนนมีผลต่อการผนวกรวมกับเศรษฐกิจกรุงเทพฯ และแห่งชาติ มีผลต่อการขยายตัว การผลิตเพื่อการค้าเชิงพาณิชย์เข้ามาแทนที่เศรษฐกิจแบบยังชีพ การพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจพื้นฐานในรัชสมัยนี้เองที่ส่งผลต่อการขยายตัวของธุรกิจด้านภาพยนตร์ให้แตกแขนงออกไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น (สุวิทย์ ธีรศาศวัต, 2558; พอพันธ์ อุยยานนท์, 2558 และ อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ในรายงานคณะกรรมการศึกษาเรื่องการสร้างภาพยนตร์ไทยและการนำภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาฉายในประเทศไทย (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515) ระบุว่าในทศวรรษ 2510 มีจำนวนโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งและชั้นสองเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2470 จาก 10 โรง เป็น 250 โรง แบ่งเป็นจังหวัดพระนครและธนบุรีประมาณ 60 โรง ส่วนหัวเมืองต่างจังหวัดที่สำคัญมีโรงภาพยนตร์ชั้นสองที่ค่อนข้างทันสมัย ประมาณ 200 โรง ซึ่งมีขนาด มาตรฐาน ทัดเทียมหรือใกล้เคียงกับโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งในจังหวัดพระนคร

ภาคอีสานยุคนี้มีโรงภาพยนตร์ทั้งหมด 44 โรง ใน 15 จังหวัด โดยจังหวัดที่มีโรงภาพยนตร์ชั้นสองมากที่สุดนั้นมีจำนวน 5 โรง ได้แก่ นครราชสีมา ขอนแก่น และสุรินทร์ รองลงมามีจำนวน 4 โรง ได้แก่ อุบลราชธานี และนครพนม โรงภาพยนตร์ที่สามารถจุได้เกิน 1,000 ที่นั่ง อยู่ในจังหวัด นครราชสีมา ขอนแก่น อุบลราชธานี อุดรธานี และหนองคาย ส่วนโรงภาพยนตร์ที่รองรับผู้ชมได้มากที่สุดในภาคอีสาน ได้แก่ โรงภาพยนตร์ ศิริสิน จ.อุบลราชธานี ที่จุผู้ชมได้ถึง 1,650 ที่นั่ง และทั้งภาคอีสาน หากนับรวมที่นั่งของโรงภาพยนตร์ทั้งหมด สามารถรองรับผู้คนได้รวมกันราวสามหมื่นที่นั่ง

ยุคนี้ นอกจากภาพยนตร์จะเดินทางไปพบผู้ชมผ่านโรงภาพยนตร์ที่กระจายไปทั่วทุกภูมิภาคแล้ว ยุคนี้ ผู้ชมชาวอีสานเองยังพลัดถิ่นเข้าไปหาภาพยนตร์อีกด้วย แม้รัฐบาลจะเร่งรัดให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมาโดยตลอดนับแต่ทศวรรษ 2500 การเจริญรุดหน้าทางเศรษฐกิจกลับกระจุกตัวอยู่บางพื้นที่เท่านั้น ในหลายพื้นที่ของภาคอีสานยังคงมีปัญหาหลายประการดำรงอยู่ที่สำคัญคือปัญหารายได้เกษตรกร และผลิตภาพการเกษตรตกต่ำ ขาดชลประทาน ระดับการศึกษาต่ำ ขาดแคลนแรงงานมีฝีมือ (พอพันธ์ อุยยานนท์, 2558)

คายส์ (2556) กล่าวว่า หลังสงคราม รายได้ครัวเรือนเกษตรกรภาคอีสานน้อยกว่าภูมิภาคอื่น ขณะที่ความต้องการแรงงานของกรุงเทพฯกำลังขยาย บวกกับรัฐบาลจำกัดโควตาแรงงานผู้อพยพจากต่างประเทศ ทำให้มีแรงงานจากท้องถิ่นต่าง ๆ ของไทยเคลื่อนย้ายเข้าสู่กรุงเทพฯเฉลี่ยประมาณ 37,800 คนในช่วงปี พ.ศ. 2490-2497 ชาวอีสานคือหนึ่งในนั้น ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นคนถีบสามล้อรับจ้าง กรรมกรก่อสร้าง กรรมกรโรงสีข้าวหรือโรงงานที่มีคนจีนเป็นเจ้าของ มีการทำงานในช่วงระยะเวลาที่ไม่นาน และจะมีการหยุดงานเพื่อเดินทางกลับบ้านในฤดูกาลเก็บเกี่ยว

นอกจากการพลัดถิ่นด้วยเหตุผลเชิงเศรษฐกิจแล้ว ด้านการศึกษาก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งด้วยปัจจัยการมาถึงของรถไฟ น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี ในขณะที่การขยายการศึกษาแบบส่วนกลางซึ่งใช้ภาษาไทยกลางในการเรียนการสอน จำกัดอยู่เพียงประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้นเท่านั้น ผู้ที่มีสติปัญญาดีจะเรียนโรงเรียนมัธยมปลายไม่มีโรงเรียนให้เรียน ทางออกก็คือต้องนั่งรถไฟมาเรียนมัธยมปลาย (ม.7-8) และมหาวิทยาลัยในกรุงเทพฯ (ซึ่งตอนนั้นมีเพียง 2 มหาวิทยาลัย คือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) คนอีสานที่จบการศึกษาระดับสูงได้รับ

ราชการเป็นเจ้าคนนายคน ได้เป็นตัวอย่างให้คนอิสานรุ่นหลังที่เรียนดีเห็นคุณค่าของการศึกษานั่งรถไฟมาเรียนต่อที่กรุงเทพฯ (สุวิทย์ ธีรศาศวัต, 2558)

กลุ่มคนเหล่านี้เอง ส่วนหนึ่งได้เข้าไปอยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และอีกส่วนได้เข้าไปสู่ธุรกิจการจัดจำหน่าย จัดฉายภาพยนตร์ รวมถึงการกลายมาเป็นผู้ชมภาพยนตร์ที่ได้กระจายตัวออกไปตามเมืองใหญ่ในภูมิภาคต่าง ๆ การเกิดผู้ชมทั้งในเมืองหลวงและต่างจังหวัด และการเกิดโรงภาพยนตร์ในระดับภูมิภาคเหล่านี้เอง เป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยสร้างระบบนิเวศให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน

สายหนังอีสานยุคแรก

ธุรกิจสายหนัง เป็นธุรกิจหลักในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทย ธุรกิจนี้ได้เริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ยุคก่อนปี 2500 ในยุคสยามภาพยนตร์บริษัทที่กลุ่มทุนยักษ์ใหญ่รุ่งเรือง เมื่อมาถึงทศวรรษ 2510 ธุรกิจการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยเริ่มขยายตัวไปถึงขั้นสายหนังมีอิทธิพลอย่างสูงต่อผู้สร้างภาพยนตร์ไทย หรืออาจเรียกว่ากิจการจัดจำหน่ายฉายหนัง ในยุคนั้น สายหนังเป็นฝ่ายกำหนดธุรกิจเกือบทั้งหมดของกิจการภาพยนตร์ไทย เช่นสามารถกำหนดตัวดาราได้ สามารถขอให้มีฉากและเนื้อเรื่องที่ต้องการได้ เพื่อให้เป็นที่แน่ใจว่าถูกรสนิยมคนดูต่างจังหวัด ยิ่งในยุคคู่ขวัญ มิตร-เพชรา ไม่ว่าทั้งคู่จะแสดงเรื่องใดภาพยนตร์เรื่องนั้นก็ไม่ขาดทุน ยิ่งทำให้สายหนังถึงกับกำหนดว่า ขอให้ดารานำเป็น มิตร-เพชรา (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2545)

ผู้ที่ทำหน้าที่จัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยในยุคแรกนี้มี 3 ลักษณะ 1) ผู้สร้างหรือเจ้าของภาพยนตร์จัดจำหน่ายด้วยตัวเอง 2) เจ้าของโรงภาพยนตร์เป็นผู้จัดจำหน่าย และ 3) ผู้จัดจำหน่ายโดยตรง ซึ่งแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มผู้จัดจำหน่ายส่วนกลาง และกลุ่มผู้จัดจำหน่ายในภูมิภาค (sub - distributor) หรือสายหนังต่างจังหวัด (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515) โดยอธิบายได้ดังนี้

1. ผู้สร้างหรือเจ้าของภาพยนตร์จัดจำหน่ายด้วยตัวเอง

ลักษณะการดำเนินกิจการคือ เจ้าของภาพยนตร์ติดต่อกับโรงภาพยนตร์โดยตรง แต่ถือว่าเป็นลักษณะที่พบไม่มากนัก ยกเว้นบริษัทที่ผลิตภาพยนตร์ไทยปีละหลายเรื่องจะติดต่อโรงภาพยนตร์เองส่วนใหญ่แล้วผู้สร้างภาพยนตร์จะติดต่อกับบริษัทจัดจำหน่ายอีกที ในยุคนี้มีบริษัทจัด

จำหน่าย เช่น ไทยฟิล์ม วัชระภาพยนตร์ และสหการภาพยนตร์ อย่างไรก็ตามบริษัทเหล่านี้ได้หันไปจัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศแทน

การแบ่งรายได้ระหว่างเจ้าของภาพยนตร์และเจ้าของโรงภาพยนตร์ อยู่ในอัตรา 50:50 ส่วนจะฉายได้นานกี่วันขึ้นกับการเจรจาตกลงกัน ประเด็นใหญ่ที่เป็นปัญหาหนักสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์ไทยก็คือ เจ้าของโรงภาพยนตร์มักกำหนดรายได้ขั้นต่ำต่อวันไว้ หากภาพยนตร์ทำรายได้ไม่ถึงรายได้ขั้นต่ำ จะถูกถอดออกจากโปรแกรมการฉาย (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515) ลักษณะการทำธุรกิจเช่นนี้ได้สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน และกลายเป็นปัญหาใหญ่ของธุรกิจภาพยนตร์ไทยซึ่งไม่สามารถทำตลาดแข่งกับภาพยนตร์ต่างประเทศได้

2. เจ้าของโรงภาพยนตร์เป็นผู้จัดจำหน่าย

ลักษณะธุรกิจเช่นนี้ เหมือนเป็นทั้งผู้ชายและจัดจำหน่าย (exhibitor and distributor) คือเป็นทั้งเจ้าของพื้นที่ผู้ฉายภาพยนตร์และเป็นสายหนังผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ ซึ่งเป็นลักษณะของการสร้างฐานธุรกิจที่แผ่ขยายอำนาจต่อรองกับฝ่ายผู้สร้างภาพยนตร์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้มาก

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ เริ่มจากเจ้าของโรงภาพยนตร์ลงทุนสร้างภาพยนตร์เองหรือซื้อภาพยนตร์จากผู้สร้าง แล้วนำเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ที่ตัวเองเป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง หลังจากฉายในพระนครแล้ว ก็ส่งไปฉายที่โรงภาพยนตร์ในเครือของตนตามต่างจังหวัด หรือให้สายหนังต่างจังหวัดเช่าหรือซื้อต่อไป โรงภาพยนตร์ที่ดำเนินการธุรกิจเช่นนี้ คือ โรงหนังเฉลิมเขตร์ส่วนโรงภาพยนตร์ชั้นสองที่ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายภาพยนตร์ตามต่างจังหวัดมีหลายราย (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515)

3. ผู้จัดจำหน่ายโดยตรง

แบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มผู้จัดจำหน่ายส่วนกลาง และกลุ่มผู้จัดจำหน่ายในภูมิภาคหรือสายหนังต่างจังหวัด ซึ่งในยุคนี้แบ่งออกเป็น 5 สาย (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515) ได้แก่ สายเหนือ ตั้งแต่ชัยนาทถึงเชียงราย **สายอีสาน ตั้งแต่นครราชสีมา ถึงหนองคาย และอุบลราชธานี** สายใต้ ตั้งแต่ชุมพรลงไป สายตะวันออก ตั้งแต่คลองด่านถึงฉะเชิงเทราไปถึงตราด สาย 8 จังหวัดปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนครปฐม ราชบุรี สุพรรณบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ส่วนภาคกลางนั้นไม่มีสายแน่นอน บางครั้งจัดจำหน่ายโดยผู้จัดจำหน่ายส่วนกลางบางครั้งเจ้าของโรงภาพยนตร์ติดต่อขอเช่าฟิล์มไป

สายหนังต่างจังหวัดเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อผู้สร้างอย่างมาก ส่วนใหญ่แล้วจะมีโรงภาพยนตร์ของตนเองตามภูมิภาค ส่งผลให้มีอำนาจต่อรองเหนือผู้สร้างภาพยนตร์และผู้จัดจำหน่ายส่วนกลางเพราะผู้สร้างภาพยนตร์ต้องการนำภาพยนตร์เข้าฉายในต่างจังหวัดให้เร็วและฉายอยู่ได้นานเพื่อต้องการเงินไปชำระหนี้เงินกู้ที่กู้มาเพื่อสร้างภาพยนตร์ และผู้สร้างบางรายก็กู้เงินกับสายหนังหรือสายหนังนั่นเองที่เป็นแหล่งเงินกู้ให้กับผู้สร้างภาพยนตร์หลายคน (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515)

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (2561) ทำการสัมภาษณ์สายหนังภาคเหนือ ภาคตะวันออกและภาคอีสาน พบว่าธุรกิจด้านจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยมีความซับซ้อนมาก มีวัฒนธรรมการทำธุรกิจเฉพาะตัว เช่น การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ขณะเดียวกันก็แข่งขันกันอย่างรุนแรง การไม่เหยียบเส้นกัน คือ ไม่ข้ามเขตข้ามสายกัน มีระบบอุปถัมภ์ และการบังคับซื้อหนังพ่วง การให้กู้ยืมเงิน นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับบุคคลหลายกลุ่ม รวมทั้งมีธุรกิจต่อเนื่องที่เป็นลักษณะห่วงโซ่กันไป ได้แก่ ธุรกิจหนังเร่หรือหนังล้อมผ้า หนังขายยา และหนังกลางแปลง

หนังเร่ หนังขายยา หนังกลางแปลง

นอกจากสายหนังแล้ว วิธีการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์ไทยในยุคนี้ที่นิยมกันมากคือการฉายหนังกลางแปลง หนังขายยา และหนังเร่ นักวิชาการภาพยนตร์ (โดม สุขวงศ์, 2556) กล่าวว่าหนังกลางแปลงมีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 แต่ในขณะนั้นยังไม่มีภาพยนตร์ไทยผลิตขึ้นมา ในขณะที่นักประวัติศาสตร์ เชื่อว่า หนังกลางแปลงเกิดขึ้นหลังสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ที่ต่อมาแปรเปลี่ยนมาเป็นสงครามเย็น รัฐบาลสหรัฐได้มอบหมายให้สำนักข่าวสารอเมริกันจัดฉายภาพยนตร์ตามชุมชนต่าง ๆ มีทั้งภาพยนตร์การ์ตูน และภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อ (ณัฐพล ใจจริง, 2556 และ ทิพยรัตน์ วานิชชา, 2521)

หนังกลางแปลง คือ การเช่าสิทธิ์ฟิล์มภาพยนตร์ต่อจากสายหนัง หรือไข้หนังซึ่งเสร็จสิ้นการฉายในโรงภาพยนตร์แล้ว เพื่อมาฉายตามชุมชนห่างไกลในต่างจังหวัด หรือแม้แต่ในเมืองใหญ่ที่มีพิธีไหว้ศาลเจ้า หรืองานบุญงานรื่นเริงทั่วไป หนังกลางแปลงเฟื่องฟูมากในยุคที่เกิดดาราคู่ขวัญ มิตร-เพชรา และในช่วงที่ประเทศไทยมีการเติบโตของโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนและไฟฟ้า อันเนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงทศวรรษที่ 2500 ซึ่งการขยายตัวทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

และบริโภคนิยม ทำให้การแข่งขันทางการค้ามีสูงมาก ผู้ผลิตสินค้าหากลยุทธ์ที่จะขายครั้งละมาก ๆ ไปได้ทั่วประเทศ จึงเกิดกิจการของบริษัทขายยา ที่นำรถบรรทุกเครื่องฉายหนัง พร้อมด้วยสินค้าที่ต้องการขายไปยังชุมชนต่าง ๆ เปิดให้ชาวบ้านทั่วไปเข้าชมได้โดยไม่เสียเงิน ในระหว่างฉายหนังก็ขายยาไปด้วย จึงเป็นกิจการหนังขายยา (โดม สุขวงศ์, 2556)

ภาพที่ 4.12 ภาพรถฉายหนังกลางแปลงของเสนอจิตรภาพยนตร์ในทศวรรษ 2520

ที่มา: เด็กโคราช เสนอจิตรภาพยนตร์, 2560

ส่วนหนังเร่ หนังล้อมผ้า คือการนำภาพยนตร์เร่ฉายในชุมชนหรือสถานที่ทำงานวัดตามเทศกาลต่าง ๆ โดยตั้งจอฉายกลางแจ้ง มีผ้าล้อม เก็บเงินค่าดูราคาถูก (โดม สุขวงศ์, 2556) ผู้ทำธุรกิจหนังกลางแปลงและหนังล้อมผ้า จะซื้อ “กากฟิล์ม” มาจากสายหนัง ซึ่งเป็นฟิล์มที่ผ่านการฉายในโรงภาพยนตร์ตามภูมิภาคแล้ว และนำมาฉายในชนบทห่างไกล ตามหมู่บ้านต่าง ๆ หนังล้อมผ้าในยุคราวทศวรรษ 2510 - 2530 จะเก็บเงินค่าดูราว 5-10 บาท ส่วนราคาซื้อกากฟิล์มจากสายหนังขึ้นกับโอกาสในการทำเงินของหนังเรื่องนั้น มีตั้งแต่หลักหมื่นลงไปถึงหลักพัน (เพชรน้ำหนึ่ง ศรีพัฒนาสกุล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 13 มีนา 2560 ใน อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

สำหรับหนังขายยา มีบริษัทต่าง ๆ หลายแห่ง เช่น โอสถสภา (ผลิตภัณฑ์ยาและแป้งต่าง ๆ)อารยะโอสถตรามือ และห้างขายยาอังกฤษตราบู (ผลิตภัณฑ์แป้งต่าง ๆ) ยาสตรีเพ็ญภาค ยาตราไก่ ยาหม่องตราถ้วยทอง ที่ขอซื้อจากฟิล์มที่เก่ากว่าหนังเร่ หรือหนังล้อมผ้า หรืออาจกล่าวได้ว่า เมื่อ

หนังเร่ฉายเก็บเงินไปแล้ว บริษัทขายสินค้าต่าง ๆ ที่สนใจจะซื้อกากฟิล์มจากสายหนังก็มาซื้อได้ในราคาไม่แพง อาจจะไม่กี่พันบาทแล้วเร่ฉายหนังไปพร้อมกับขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไปด้วย บริษัทห้างร้านต่าง ๆที่ใช้วิธีนี้ไม่ใช่แค่บริษัทขายยาและเวชภัณฑ์ แต่เป็นผู้ประกอบการทั่วไป เช่น เครื่องดื่มแป๊บซี่ โค้ก แรงเยอร์ กระทิงแดง เครื่องยนต์คูโบต้า ธนาคารออมสิน เครือลีเวอร์เบราเทอร์ (น. หนามเตย, 2 มิถุนายน 2550 อ้างถึงใน อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561) อย่างไรก็ตาม กิจการหนังขายยาลดน้อยไปมาก หลังจากสื่อประเภทอื่นเข้ามามีบทบาท ปัจจุบันที่ยังเหลืออยู่คือ เครื่องดื่มเอ็ม 150 (สุรชัย เจียมรัตตัญญู, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 16 มกราคม 2560 ใน อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ธุรกิจหนังกลางแปลง หนังเร่ และหนังขายยา มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของกลุ่มนักธุรกิจรายย่อยในต่างจังหวัดรวมถึงในภาคอีสาน และมีความสำคัญต่อมิติทางวัฒนธรรมของสังคมไทยอยู่ในช่วงหนึ่ง อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมให้เกิดผู้กำกับภาพยนตร์อีสานยุคใหม่ เช่น อุเทน ศรีริวิ สุรศักดิ์ ป้องศร นันทวุธ ภูผาสุก เป็นต้น บางส่วนจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้จะช่วยขยายภาพหนังเร่ หนังกลางแปลง และหนังขายยา กับชนบทอีสานให้แจ่มชัดมากขึ้น

> *“ช่วงแม่เด็ก ๆ ก่อน 2510 จะชอบแอบไปดูหนังกลางแปลง ตอนนั้นมันมีแค่วิทยุเนาะ จริง ๆ ที่อุดรก็เริ่มมีโทรทัศน์ขายแล้วแหละแต่มันยังแพงมากอยู่ อะไรพวกนี้ก็เลยจะเป็นที่สนใจมาก คือส่วนใหญ่ที่มาก็จะมีหมอลำ ตอนนั้นมีหมอลำกลอนกับหมอลำหมู่ ยังไม่มีหมอลำซิ่ง ลำกลอนลำเรื่องหนิคนแก่ชอบดู หมอลำหมู่จะคล้าย ๆ ลิเก คนทั่วไปชอบดู แต่ตอนนั้น วัยรุ่นจะชอบดูหนัง นักพากย์ที่ดัง ๆ ในอีสานช่วงนั้นก็มีโกญจนาทแหละ จำได้คนเดียว ก็เวลามีงาน ถ้ารวยมาก ๆ เขาจะจ้างมาหมดเลย ทั้งหมอลำกลอน หมอลำหมู่ แล้วก็หนังกลางแปลง” (วิไล สมบูรณ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล 22 กุมภาพันธ์ 2565)*

> *“โตมากับการดูหนังกลางแปลงครับ ตอนเป็นเด็กก็เด็กบ้านนอกเลย ไม่ได้เข้าโรงหนัง เข้าโรงหนังครั้งแรกน่าจะเป็น 2499 อันธพลครองเมือง คือพอดีพ่อกับแม่ทำงานอยู่กรุงเทพฯ ช่วงปิดเทอมเราก็ได้เข้าไปในเมือง ประมาณปีละครั้ง แต่ถ้าได้ดูบ่อย ๆ จะเป็นหนังกลางแปลง” (นันทวุธ ภูผาสุก, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 29 มกราคม 2565)*

“สมัยเด็ก ๆ ไม่ค่อยได้มีโอกาสเข้าไปดูหนังในเมืองมากเท่าไหร่ หลัก ๆ เราก็จะดูหนังกลางแปลง คือมันมีมาทั้งหนังกลางแปลง หนังเร่ หนังขายยาแหละ แต่หลัก ๆ จะเป็นหนังกลางแปลงงานบุญ คือที่ไหนเค้าไม่อยากจ้างหมอลำเค้าก็จ้างหนัง คือที่ไม่อยากจ้างหมอลำก็อาจจะเป็นเพราะว่า มีคนทะเลาะวิวาท ตีกันนั่นนี่ เจ้าภาพชอบดูหนังอยู่แล้ว เค้าก็จะจ้างหนัง นะครับ เราก็จะไปดูตามหมู่บ้านต่าง ๆ ที่เค้าจ้างหนังมาฉาย” (สุรศักดิ์ ป้องศร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กุมภาพันธ์ 2565)

ภาพที่ 4.13 ภาพบรรยากาศการฉายหนังกลางแปลงในยุคปัจจุบัน

ที่มา: เด็กโคราช เสนอจิตรภาพยนตร์, 2565

“ประมาณ ป.3 ป.4 ก็เริ่มรู้จักหนังกลางแปลงละ จำได้ว่า เวลาหนังมันออกจากโรงได้ประมาณหนึ่งวัน เค้าก็จะมาเร่ มันจะเป็นหนังล้อมผ้า ก็ต้องตามติดทุกอาทิตย์ เพราะว่าอยู่หมู่บ้านหนิมันจะมีสถานที่อยู่สถานที่นึงเอาไว้ฉายหนังโดยเฉพาะ เวลาเค้ามา ก่อนเค้าติดตั้งจอ เค้าจะขับรถประกาศไปทั่วหมู่บ้าน ก็จะพากันวิ่งตามรถ แล้วพอเค้าไปติดตั้งก็จะพากันไปเล่นอยู่ตรงนั้นแหละ ตอนที่เค้าลองเครื่องเสียงอะไรประมาณนี้ เย็น ๆ คนแก่หรือคนในครอบครัวเค้าจะหอบเสื่อพาลูกพาเต้าไปดูหนัง คือเดือนนึงมันจะมีซัก 2 งาน แล้วบรรยากาศมันอบอุ่นนะ มีจูงมือลูก พ่อแม่ผมก็พาไปดูหนังตอนเด็ก ๆ แบบนี้เหมือนกัน แล้วก็ซื้อพวกปลาหมึก ลูกชิ้น อะไรพวกนี้” (อุเทน ศรีริวิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล 1 กุมภาพันธ์ 2565)

“มหรสพช่วงนั้น มันไม่มีสื่อมีอะไรเลย อีสานน่าจะเป็นแบบนี้หมด เวลางานบวช งานบุญแจกข้าว ถ้าเจ้าภาพรวยก็จะจ้างหมอลำ หลักแสน แต่ถ้าไม่รวยก็จะจ้างหนัง หลักห้าพันถึงหลักหมื่น ผมก็จะตามไปดู งานนึงก็จะ 3 เรื่องขึ้นไป ถ้าเจ้าภาพรวยก็จะฉาย 5 เรื่อง 6 เรื่อง แต่เรื่องสุดท้ายก็ฉายไม่จบหรอก มันเช้าก่อน จะเป็นพวกหนังอาร์ เค้าเรียกหนังผู้ใหญ่ ตอนเด็ก ๆ ก็รอดู หลับคาจอหนังไปเลย ผมก็เลยติดการดูหนังมาตั้งแต่เด็ก ๆ” (อุเทน ศรีริวิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2565)

“ส่วนในมุมของการเร่ ช่วงประถมยังพอเห็นนะครับ แต่ขึ้นมัธยมไม่มีแล้ว ประถมนี่ก็จะยังเห็นมีแบบเร่ขายยา หรือว่าเร่แบบ ล้อมผ้า เก็บบัตรขาย อะไรประมาณนี้ก็พอเห็นมีบ้าง อาจจะไปตามวัด ตามอะไร แต่พอตอนโตก็จะไม่เห็นละ” (สุรศักดิ์ ป้องศร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กุมภาพันธ์ 2565)

หนังกลางแปลงนอกจากเป็นเครื่องมือหารายได้ให้แก่สายหนังหรือผู้ที่ทำกิจการหนังกลางแปลงแล้ว ในทศวรรษ 2530-2540 ยังเป็นเครื่องมือในการหารายได้ของนักเรียนนักศึกษาเพื่อทำกิจกรรมด้วย เช่น การจัดฉายหนังกลางแปลงของนักเรียนใน จ.ขอนแก่น เพื่อนำรายได้ไปจัดกีฬาสี การฉายหนังกลางแปลงของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อนำเงินไปออกค่าย หรือแม้กระทั่งการเหมารอบโรงภาพยนตร์เพื่อฉายหารายได้ไปทำกิจกรรม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น เป็นต้น

“มันจะมีช่วงม.1-ม.3 ราชมงคล รุ่นพี่ที่เรียนอยู่ราชมงคลน่ะครับ เขาจะเอาตั๋วหนังมาขายตั๋วละ 20 บาท คือเขาไปเหมาโรง เขาไปเหมารอบของหนังเรื่องหนึ่ง แล้วเขาก็เอาตั๋วมาขายเหมารอบราคาถูก ๆ มันเป็นโรงหนังปริ๊นซ์ โรงหนังใหญ่ ๆ แล้วเค้าขายหมดด้วย มันมีผู้สาวมีอะไรไปดูเยอะ ขายให้พวกโรงเรียนในเมืองพวกกัลยา แก่นนคร อะไรพวกนี้ แต่ว่าเขาก็เอามาขายให้ผม เค้าบอกว่าผมดูหนังดี ผมก็ไปดู ไปดูกับเพื่อน ผู้สาวก็เยอะมาก เรื่องอะไรน๊า เรื่องปิ๊ดปี้ปิ๊ด Sex and Zero นี่แหละ นั่นล่ะทำให้ผมติดหนัง ติดการดูหนังเลยทีนี้” (อุเทน ศรีริวิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2565)

และนอกจากการหารายได้จากการล้อมผ้าและหนังกลางแปลงแล้ว ผู้ฉายหนังบางกลุ่มยังมีวัตถุประสงค์ที่ต่างออกไป เช่นกลุ่มที่ทำหน้าที่เผยแพร่ศาสนา ที่ประยุกต์วิธีการในยุคสงครามเย็นมาใช้เผยแพร่ศาสนาตามอำเภอต่าง ๆ ในภาคอีสาน อุเทน ศรีริวิ เล่าประสบการณ์ดังกล่าวของเขาในทศวรรษ 2530 ให้ฟังว่า

"มันจะมีหนังอีกประเภทนึง คือ หนังพระเยซู คือศาสนาคริสต์เขาจะมาเผยแพร่ศาสนาเขา แล้วชาวบ้านก็ไปลงชื่อ เอาหนังฝรั่งเกี่ยวกับพระเยซูมาฉาย มีนรก มีสวรรค์ เป็นที่น่าตื่นตาตื่นใจมาก จอมันจะเล็กหน่อย ประมาณ 4 เมตรนี่แหละ แต่ระบบการฉายมันเป็นโปรเจคเตอร์ มันใหม่ คนไม่เคยเห็น แล้ววิธีการฉายมันจะมีโฟล์คซอง พวกคริสต์เวลาเค้าสวดเค้าจะมีร้องเพลงอะไรไปด้วย มันน่าตื่นตาตื่นใจ มีขนมแจกเยอะ ขนมเหมือนวันเด็กอะ คนก็คล้อยตาม พวกนี้ 2- 3 เดือนมาที หมู่บ้านผมตอนนั้นเปลี่ยนไปเป็นคริสต์เพราะหนังตั้งหลายคน" (สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2565)

นักพากย์ และการให้เสียงภาษาไทย

ในยุคแรก ผลประกอบการภาพยนตร์ต่างชาติมากกว่าภาพยนตร์ไทย หากดูจากรายได้แล้ว ภาพยนตร์จากฝั่งฮอลลิวูดหรือที่เรียกว่าภาพยนตร์ฝรั่งนั้นได้รับความนิยมสูงที่สุด ร้อยละ 43 รองลงมาคือภาพยนตร์จีน อินเดีย ญี่ปุ่น ร้อยละ 39 ส่วนภาพยนตร์ไทยนั้นมีรายได้น้อยที่สุดเพียงร้อยละ 18 เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์จึงเชื่อว่าตลาดหรือผู้บริโภคนิยมภาพยนตร์ฝรั่งมากกว่า จึงเปิดทางให้ฉายภาพยนตร์ฝรั่งมากกว่าภาพยนตร์ไทย ประกอบกับในด้านเทคโนโลยีการถ่ายทำแล้วภาพยนตร์ต่างประเทศทั้งฝรั่ง จีน อินเดีย ต่างเป็นภาพยนตร์ 35 มิลลิเมตร แต่ภาพยนตร์ไทย ผลิตด้วยระบบ 16 มิลลิเมตร ซึ่งผู้บริโภคอาจจะเห็นว่าด้อยกว่ามาตรฐานการผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศ (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

นอกจากนี้ตั้งแต่ปลายพ.ศ. 2510 ภาพยนตร์จีนได้เข้ามาอย่างแพร่หลายมากในประเทศไทย และเป็นที่นิยมของคนไทยในขณะนั้นอย่างสูง ทำให้โรงภาพยนตร์บางแห่งเปิดให้ฉายภาพยนตร์จีนแทนที่ภาพยนตร์ไทย ตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์จีนในภูมิภาค หลายจังหวัดได้เช่า

หรือซื้อโรงภาพยนตร์ ทำให้พื้นที่การฉายภาพยนตร์ไทยน้อยลงอีกด้วย (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515)

ตารางที่ 4.3 สัดส่วนภาพยนตร์จากประเทศต่าง ๆ คิดจากรายได้ในช่วงทศวรรษ 2510

ประเภทภาพยนตร์ที่ฉาย / รายได้ / โรงภาพยนตร์	เฉพาะเขตภูมิภาค (ล้านบาท)	ร้อยละ
ฝรั่ง	130	43
จีน อินเดีย ญี่ปุ่น	120	39
ไทย	55	18
รวม	305	100

ที่มา: กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515

เมื่อภาพยนตร์จากต่างประเทศได้รับความนิยม โรงภาพยนตร์ต่างจังหวัดจึงแข่งขันกันด้วยการเลือกภาพยนตร์และตัวนักพากย์ นักพากย์ที่ดัง ๆ ในยุคนี้ ส่วนใหญ่มาจากสายใต้แล้วย้ายมาทำมาหากินจนโด่งดังในภาคอีสาน เช่น โกญจนาท มหาราช พงษ์พิทักษ์ เทพปราณี เทวาพร สมมเอก ชัยฉลอง ศุภชัย วัฒนชัย พงษ์พิศิษฐ์ เดวานันท์ ฉัตรแก้ว เป็นต้น ยุคนี้ส่วนใหญ่เป็นการพากย์ภาษาไทยกลางทั้งหมดจึงไม่เป็นปัญหา (ชัยเจริญ ดวงพัตรา, 2549)

จังหวัดที่เป็นรายได้หลักของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในภาคอีสาน ได้แก่ นครราชสีมา อุดรธานี ขอนแก่น และอุบลราชธานี รองลงมาคือ บุรีรัมย์ สุรินทร์ นครพนม สกลนคร ศรีสะเกษ หนองคาย เลย ร้อยเอ็ด และกาฬสินธุ์ ที่มีทั้งโรงหนังชั้นสองในระดับจังหวัดและระดับอำเภอ โดยมีสายหนังใหญ่ ผูกขาดอยู่ 2 สาย (ชัยเจริญ ดวงพัตรา, 2549) ได้แก่ สายเฉลิมวัฒนา และสายอีสานภาพยนตร์

สายเฉลิมวัฒนา หรือสายเฉลิม มีนักพากย์คนสำคัญคือ ดาราพร เป็นแม่ทัพใหญ่ ส่วน **สายอีสานภาพยนตร์** หรือสายซำเจี่ย มีนักพากย์ที่เป็นแม่เหล็กและแม่ทัพใหญ่ คือ โกญจนาท ภายหลังอเมริกันมาตั้งฐานทัพที่อีสาน ทำให้กิจการโรงภาพยนตร์ได้รับความนิยมมากขึ้นจึงมีการตั้งสายหนังอีสานสายที่ 3 คือ **สายโคราชฟิล์ม** มีนักพากย์แม่เหล็ก คือ มหาราช และ เทพปราณี ที่ย้ายมาจากสายเฉลิม ภายหลังสายโคราชฟิล์ม เปลี่ยนชื่อเป็น **เจ้าพระยาฟิล์ม** สร้างโรงภาพยนตร์เป็นของตัวเองขึ้นมาชื่อ “เจ้าพระยา” มีสาขาที่ อุดร นครราชสีมา และขอนแก่น โดยไปเช่าหนังของคุณพิศิษฐ์ ตันสัจจา เครือสยามมาฉาย สายที่ 4 มีชื่อว่า **สายเฉลิมไทย** มีนักพากย์ชื่อดัง เช่น พงษ์พิทักษ์ ศรอนงค์-พิมพา สายที่ 5 มีชื่อว่า **ไกรลาสฟิล์ม** เจ้าของโรงหนังศรีอุดร และบันเทิงจิต ขอนแก่น เน้นหนังจีนและหนังอินเดียเป็นหลัก มีนักพากย์ที่เป็นแม่เหล็ก เช่น เทพปราณี สกุลชัย ดวงกมล สกุลรัตน์ (สุรสีห์ ผาธรรม) สายที่ 6 มีชื่อว่า **รัชตะฟิล์ม** เน้นหนังจีนของชอว์บราเดอร์ ของกรุงเกษม หนังอินเดียจากโรงหนังควีนเป็นหลัก

ในยุครุ่งเรืองท่ามกลางฐานทัพอเมริกัน สายหนังมีการแข่งขันกันสูงเพื่อแย่งตัวหนังกันถึงขั้นมีการประมูล แต่เมื่อทหารอเมริกันถอนทัพกลับประเทศ ทำให้รายได้ลดลง สายหนังเหล่านี้ได้ยุติกิจการเหลือเพียง 2-3 สาย ส่วนนักพากย์เอง แม้ในยุคหนึ่งจะเป็นตัวชูโรงเพื่อเพิ่มอรรถรสในการดูหนัง บางครั้งถึงกับมีการบันทึกเทปเพื่อนำไปประกอบการฉายในโรงหนังชั้นสองระดับอำเภอ แต่ก็ต้องเลิกราไปในยุคหนังเสียงในฟิล์มครองโรงหนัง นักพากย์บางส่วนเดินทางกลับภูมิลำเนา บางส่วนปักหลักอยู่ที่อีสาน ส่วนหนึ่งหันไปยึดอาชีพฉายหนังเร่ อัดสปอตโฆษณาตามแนวถนัด บางท่านก็ใช้ชีวิตอยู่กับครอบครัว เลี้ยงลูกเลี้ยงหลานอย่างมีความสุขในบั้นปลายของชีวิต (ชัยเจริญ ดวงพัตรา, 2549)

การมาถึงของโทรทัศน์

ภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม เป็นเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพนักพากย์ แต่มิได้ส่งผลกระทบต่อสายหนัง การฉาย และการชมมากนัก เพราะภาพยนตร์ยังถูกพากย์อยู่ เพียงแต่มิใช่การพากย์สดอีกต่อไป ทำให้ผู้คนยังคงเข้าโรงเพื่อรับชมภาพยนตร์เป็นปกติ แต่หมุดหมายสำคัญหนึ่งที่สะเทือนวงการภาพยนตร์จนเกิดการปรับตัวครั้งใหญ่ นั่นคือ การมาถึงของโทรทัศน์

โทรทัศน์ไทยได้ถือกำเนิดขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2498 ส่วนหนึ่งเป็นเหตุผลทางการเมืองเพื่อเป็นเครื่องมือการต่อสู้ระหว่างกลุ่มอำนาจฝ่ายต่าง ๆ ในระยะแรก รวมทั้งใช้ต่อต้านคอมมิวนิสต์ในเวลาต่อมา แต่กว่าที่เทคโนโลยีนี้จะกระจายไปทั่วประเทศโดยเฉพาะต่างอำเภอ ต้องอาศัยสองปัจจัยหลักคือ ราคา และสถานีถ่ายทอดสัญญานในระดับภูมิภาคที่กระจายไปอย่างทั่วถึง ในภาคอีสานเอง เช่น จ.อุดรธานี นั้น มีโทรทัศน์จำหน่ายตั้งแต่ทศวรรษ 2500 แล้ว แต่เริ่มมีใช้ทั่วไปในทศวรรษ 2520

> *"จริง ๆ ในเมืองก็มีกันตั้งแต่แม่อยู่ ม.ต้นแล้ว (พ.ศ. 2512) แต่ต่างอำเภอก็จะยังมีน้อย อย่างที่บ้านแดง สมมุติมีซัก 50 หลังคาเรือน ก็จะมีทีวีอยู่ซัก 1 หลัง แล้ว 10-20 หลังแถวนั้นก็มาดูด้วย บางทีก็เก็บเงินเหมือนหนังกลางแปลงนี่แหละ พอมาตอนหลังที่เริ่มมีกันทั่วไป ก็คือมีเพิ่มมาประมาณ 10 หลังได้" (วิไล สมบูรณ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 กุมภาพันธ์ 2565)*

ในช่วงแรก โทรทัศน์ ถูกมองว่าจะกลายมาเป็นตัวร้ายที่มาทำลายภาพยนตร์ให้หายไปจากโลก แต่ภายหลังพบว่าโทรทัศน์มิใช่เหตุผลหลัก หากแต่เป็นปัจจัยอื่น ๆ ตั้งแต่การเมือง กาลเวลาและการมาถึงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ประกอบกันเข้ามาเปลี่ยนถ่ายผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์แบบเดิมให้หายไปทีละน้อย ในขณะเดียวกัน ยุคสมัยก็ค่อย ๆ เปลี่ยนผ่านไปสู่โรงภาพยนตร์ระบบใหม่ที่เริ่มขยายตัว

เมื่อเกิดโทรทัศน์ขึ้น โลกภาพยนตร์ได้มีการพัฒนาครั้งใหญ่ทั้งระบบการฉาย เช่น ระบบจอกว้างแบบซีนีมาสโคป สัดส่วนจอแบบ 16 ต่อ 9 และระบบเสียงดอลบีสเตอริโอ การลงทุนในการพัฒนามาตรฐานเหล่านี้นั้นมีค่าใช้จ่าย เมื่อทศวรรษ 2520 รัฐบาลขึ้นภาษีนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ ภาพยนตร์ไทยเฟื่องฟูแต่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของโรงภาพยนตร์ที่รายได้หลักมาจากภาพยนตร์ต่างประเทศเหล่านี้ แม้จะเป็นช่วงเวลาไม่กี่ปี แต่ทำให้เจ้าของโรงภาพยนตร์แสตนอโลนด์บางส่วนเริ่มหยุดกิจการไป

> *"ยุคนั้นมันมีหนังขายยาม้วนวิดีโอด้วยนะ คือเค้าเอาตลก 'เพชรพิณทอง' มาเปิดให้ดู ที่บ้านผู้ใหญ่บ้าน ขนทีวีขนเครื่องอะไรมา แล้วพอครึ่งนึง เค้าก็จะหยุด แล้วขายยา แล้วค่อยฉายต่อ" (นันทวุธ ภูผาสุก, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 29 มกราคม 2565)*

ทศวรรษ 2530 กิจการวิดีโอถูกมองว่าเป็นตัวร้ายใหม่ที่มาดึงผู้ชมออกจากโรงภาพยนตร์ แต่วิดีโอกลับเปลี่ยนแปลงธุรกิจการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ เกิดเป็นช่องทางรายได้ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ผลิตและผู้นำเข้าภาพยนตร์ อีกทั้งนักศึกษาหรือผู้ที่สนใจภาพยนตร์ กลับเริ่มมีโอกาสเข้าถึงภาพยนตร์ที่ไม่ได้มีการซื้อลิขสิทธิ์เข้ามาฉายในประเทศ ผ่านร้านหนังเถื่อนเจ้าดังอย่างแว่นวิดีโอที่อยู่ในตลาดนัดสวนจตุจักร มีการนำภาพยนตร์ต่างประเทศชั้นครูหรือภาพยนตร์หายากที่ไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยมาแปล ใส่คำบรรยายและนำออกขาย เช่น ภาพยนตร์เกาหลีที่ช่วงนั้นยังไม่ได้รับความนิยมในไทย ภาพยนตร์อิหร่าน และนักศึกษาบางกลุ่มมีการนำภาพยนตร์เหล่านี้มาฉายเป็นเทศกาลภาพยนตร์เล็ก ๆ ในสถาบันตนเอง เช่น งานฉายภาพยนตร์ของสโมสรนักศึกษา คณะสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปี 2545 เป็นต้น

ทศวรรษนี้ ภัยคุกคามที่แท้จริงกลายเป็นความเจริญและความบันเทิงที่มีให้เลือกมากขึ้น นอกจากโทรทัศน์จะเริ่มอุดมไปด้วยรายการที่น่าสนใจ นอกบ้านยังเริ่มมีห้างสรรพสินค้า และความบันเทิงรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้น โรงภาพยนตร์บางส่วนเริ่มย้ายไปเปิดเป็นมัลติเพล็กซ์ คือโรงขนาดเล็กหลาย ๆ โรงในห้างสรรพสินค้า โรงแบบเดิมที่มีขนาดใหญ่ รอบฉายได้น้อยกว่าโรงแบบเล็ก เพราะมีจำนวนโรงน้อยกว่า มีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาที่สูงกว่า บวกกับการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ราคาที่ดินพุ่งสูงขึ้น เลยเป็นเหตุให้โรงภาพยนตร์แบบสแตนอโลนด์เริ่มหายไปอีกจำนวนหนึ่ง

แม้โรงภาพยนตร์สแตนอโลนจะเริ่มหายไป แต่โทรทัศน์นั้นกลับให้ประโยชน์มากกว่าโทษต่อชาวอีสาน โดยเฉพาะในแง่การกระจายโอกาสในการเข้าถึงภาพยนตร์ เพราะคนต่างจังหวัดไม่ได้มีร้านเช่าวิดีโอมากเหมือนกรุงเทพฯ และแม้กระทั่งวิดีโอเองก็มิใช่สิ่งที่เข้าถึงได้ถ้วนทั่ว อีกทั้งจากการจัดตั้งโรงภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่ลงทุนสูง ทำให้มีตั้งอยู่เพียงในตัวเมืองใหญ่ ชาวบ้านที่อยู่ต่างอำเภอจึงมีโอกาสชมภาพยนตร์แค่จากหนังกลางแปลงเฉพาะเมื่อมีงานบุญ การเกิดขึ้นของรายการบิ๊กซีนีม่า โปรแกรมเพชรหนังพันล้าน ซึ่งเป็นรายการฉายภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ทุกสัปดาห์ จึงกลายมาเป็นแหล่งบ่มเพาะสำคัญช่องทางหนึ่งทั้งต่อวัฒนธรรมการชมและต่อผู้กำกับภาพยนตร์อีสานในยุคต่อมา

“ช่วงนั้นช่อง 7 มันจะมีรายการบิ๊กซีนีม่าประมาณหลังสี่ทุ่ม ผมต้องรอดู มันจะจบประมาณเที่ยงคืนตีหนึ่งมั้งรวมโฆษณารวมอะไรแล้ว ก็เลยได้ดูหนังเยอะขึ้น คือมันเปลี่ยนเพราะมีทีวีสีเข้ามานี่แหละ ก็ได้ดูหนังจากทีวี ยุคต่อมาก็เป็นวิดีโอ คือถ้าเช่า 5 เรื่องเค้าจะแถม 2 เรื่อง ผมก็เลยต้องดูทีละ 7 เรื่อง ไรท์บียอนอะไรพวกนี้ ผมจำได้เลย” (อุเทน ศรีริวิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2565)

“ตอนนั้นเป็นเด็กบ้านนอกคนนึง ในเมือง (กาฬสินธ์) รู้สึกจะมีโรงหนังของปริ๊นซ์ แต่ก็ไม่เคยไปดูเลย ไม่รู้ด้วยซ้ำว่ามันตั้งอยู่ตรงไหน ช่วงนั้นได้ดูหนังจากรายการบิ๊กซีนีม่าอย่างเดียว จะมีช่วงปิดเทอมกับช่วงสงกรานต์ ไปหาน้าที่ทำงานเซเว่นอยู่ในเมือง ถึงได้ไปร้านเช่าหนัง เช่าวิดีโอมาดูกับน้า” (ฉันทนา ทิพย์ประชาติ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 23 มกราคม 2565)

ภาพที่ 4.14 โลโก้รายการบิ๊กซีนีม่า ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7

ที่มา: เก้ากระบี่เดียวดาย, 2565

“โตมาก็ดูบิ๊กซีนีม่านี่แหละครับ คือหนังตอนกลางวันก็มีนะ พวกหนังดังเสาร์-อาทิตย์ แต่มันจะถูกแย่งด้วยการ์ตูนช่อง 9 แล้วเราก็จะเลือกไม่ถูกว่าจะดูหนังหรือดูการ์ตูนดี เพราะมีทีวีเครื่องเดียว ทีวีบ้านเพื่อนด้วยนะ ต้องไปดูบ้านเพื่อนเอา” (นันทวุธ ภูผาสุก, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 29 มกราคม 2565)

แม้โทรทัศน์ในยุคแรกจะเป็นแหล่งผลิตเนื้อหาที่เหมารวมความเป็นอีสานไว้อยู่เพียงไม่กี่แบบ แต่ในภายหลังกลับกลายเป็นสื่อหนึ่งที่ช่วยเพิ่มความหลากหลายให้กับภาพลักษณ์ของชาวอีสานมากขึ้นเพราะโทรทัศน์เองก็เป็นพื้นที่แห่งการต่อสู้ต่อรองภาพลักษณ์ความเป็นอีสานไม่ต่างจากในสื่ออื่น ๆ นอกจากนี้ โทรทัศน์ยังเป็นโอกาสให้ชาวอีสานในวงการบันเทิงได้แจ้งเกิดและกลายมาเป็นบุคคลสำคัญต่อวงการภาพยนตร์อีสานยุคใหม่ อาทิ เพชรทาย วงษ์คำเหลา หรือ หม่ำ จ๊กมก ที่เริ่มย้ายจากการเป็นตลกคาเฟ่มาเฉิดฉายในโทรทัศน์ผ่านการเป็นตลกในรายการเกมโชว์

แม้ว่าหม่ำจะเริ่มมีฐานะมาจากการเป็นตลกคาเฟ่ที่มีชื่อเสียงตั้งแต่ก่อนเปิดตัวในรายการโทรทัศน์แล้ว ดังที่พิธีกรรายการสี่ทุ่มสแควร์ ได้กล่าวแนะนำเขาในช่วงเปิดรายการ ปี 2535 ว่า เขาเคยมีรายได้วันละ 22 บาท แต่ทุกวันนี้เขาซื้อรถยนตร์ BMW และซื้อโทรศัพท์แล้ว (2020 ENTERTAINMENT, 2564) แต่การก้าวเข้าสู่โลกโทรทัศน์โดยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของรายการชิงร้อยชิงล้านและเกิดแกงค์ 3 ช่าขึ้นมาในทศวรรษ 2540 นั้น ทำให้ชื่อเสียงของเขาขจรกระจายไปทั่วประเทศอย่างแท้จริง จนในภายหลังหม่ำได้กลายมาเป็นผู้กำกับภาพยนตร์อย่างแหยม ยโสธร ที่เป็นต้นธารของหนังอีสานในเวลาต่อมา จึงถือว่าโทรทัศน์นั้น ให้กำเนิดหม่ำ และเป็นส่วนสำคัญในการเกื้อหนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดมา

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสายหนังหลังปี 2550

ในทศวรรษ 2550 โรงภาพยนตร์ท้องถิ่นเริ่มหดหายไปเป็นจำนวนมาก ปัจจัยสำคัญที่ทำให้โรงภาพยนตร์สแตนอโลนหดหายไปจนเกือบหมด มาจากการเปลี่ยนเทคโนโลยีการฉายครั้งใหญ่ โดยเปลี่ยนจากฟิล์มมาเป็นดิจิทัล แต่ในช่วงนี้เอง กลับพบว่ามีโรงภาพยนตร์แบบมัลติเพล็กซ์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะของ 2 เครือใหญ่ ได้แก่ เมเจอร์ และ เอสเอฟ ประเด็นนี้ คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท มูฟวี่ พาร์ทเนอร์ จำกัด (MVP) กล่าวว่า

> *“ภาพรวมที่โรงหนังท้องถิ่นค่อย ๆ ปิดตัวลงหรือลดจำนวนลงเรื่อย ๆ จริง ๆ มันเกิดจากตอนที่มันมีการเทคโนโลยี Shift จากอนาล็อคมาเป็นดิจิทัล จากฟิล์มมาเป็นดิจิทัล ซึ่งการเปลี่ยนเทคโนโลยีตอนนั้นเนี่ย มันต้องมีการ Reinvest คือโรงหนังเก่า ๆ จะต้องลงทุนในเครื่องไม้เครื่องมือใหม่ หลัก ๆ ก็คือ เครื่องฉายใหม่ ซึ่งมันเป็นการลงทุนก้อนใหญ่*

โรงหนังในจังหวัดเล็ก ๆ หรือในอำเภอที่รายได้ยังไม่อยู่ในจุดที่จะคุ้มค่ากับการลงทุนใหม่เลยค่อย ๆ เฟดหายออกไป เพราะฉะนั้น พูดได้ไม่ชัดว่า การหายไปของโรงหนังท้องถิ่นเนี่ย เกิดจากการมาของค่ายใหญ่ ๆ เพราะอย่างเราเองก็ไม่ได้หายไป เรากลับเพิ่มจำนวนขึ้นด้วยซ้ำ" (สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2565)

การควบรวมธุรกิจของอีจีวี และ เมเจอร์ฯ ใน พ.ศ. 2537 ทำให้เมเจอร์ฯ กลายเป็นผู้ครองตลาดโรงภาพยนตร์อันดับหนึ่งของไทยและขยายธุรกิจสร้างโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ไปตามชานเมืองกรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดต่าง ๆ โรงหนังสแตนด์อโลนต้องปิดตัวลงจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงการเปลี่ยนผ่านที่ระบบฉายหนังปรับเปลี่ยนจากฟิล์มสู่ดิจิทัลทำให้โรงภาพยนตร์ระบบเก่าที่ไม่ต้องการลงทุนเพิ่มต้องทยอยเลิกกิจการ ในทศวรรษ 2550 สายหนังจึงลดลงเหลือเพียง 4 สาย (ชญานิน ธนะสุขถาวร, 2554) ได้แก่ 1. สายเหนือและแปดจังหวัดภาคกลาง 2. สายตะวันออก 3. สายใต้ และ 4. สายอีสาน

สายอีสาน ครอบคลุมพื้นที่ 19 จังหวัด ดำเนินธุรกิจโดย 3 บริษัท โดยแบ่งพื้นที่และแบ่งการซื้อขายลิขสิทธิ์กับค่ายภาพยนตร์ต่าง ๆ ดังนี้

1. บริษัทมูฟวี่พาร์ทเนอร์ (MVP) ซื้อขายลิขสิทธิ์หนังกับสหมงคลฟิล์ม มงคลภาพยนตร์ และมงคลเมเจอร์ ทั้งภาพยนตร์ไทย จีน ฝรั่ง มีสำนักงานใหญ่ที่จังหวัดบุรีรัมย์ ก่อตั้งโดยเทียนชัย พิพัฒน์ภานุกูล หรือเสี่ยอ๋า ดำเนินธุรกิจทั้งสายหนัง โรงภาพยนตร์ในจังหวัดต่าง ๆ ของภาคอีสาน และธุรกิจหนังกลางแปลง ทั้งมีรถและเครื่องฉายของตนเอง และให้รายย่อยเช่ารถ และฟิล์มหนังเพื่อออกฉายตามพื้นที่ห่างไกล

2. บริษัทเนวาด้า เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด เริ่มก่อตั้งในพ.ศ. 2518 โดยอุทิศ พันธ์นิกุล หรือเสี่ยเฮง ด้วยธุรกิจโรงหนังในจังหวัดอุบลราชธานี ซื้อขายลิขสิทธิ์หนังกับ ค่ายยูไอพี พระนครฟิลม์ และ M Pictures มีสำนักงานที่จังหวัดอุบลราชธานี ดำเนินธุรกิจสายหนังและโรงภาพยนตร์ซึ่งต่อมาพัฒนาเป็นโรงมินิเธียเตอร์และโรงมัลติเพล็กซ์ในห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้ยังมีธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ร้านอาหารแฟรนไชส์ ศูนย์การค้า และธุรกิจโรงแรม โดยหลายธุรกิจมีอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี สกลนคร และร้อยเอ็ด

3. บริษัทไฟว์สตาร์เน็ทเวิร์ค ซื้อขายลิขสิทธิ์กับตัวแทนจำหน่ายหนังต่างประเทศในไทย ได้แก่ Warner Brothers, 20th Century Fox, Sony และ Walt Disney และค่ายหนังไทย ได้แก่ จีดีเอช อาร์เอส ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น M39 และโมโนฟิล์ม มีสำนักงานที่จังหวัดนครราชสีมา ก่อตั้งโดยสมชัย ฉัตรพัฒนศิริ อดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของจังหวัดนครราชสีมา ดำเนินธุรกิจโรงหนังในจังหวัดนครราชสีมา อุดรธานี หนังกลางแปลง ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร สถานบันเทิง และโรงแรม

แม้สถานการณ์ของสายหนังภาคอีสานจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก เนื่องจากยังเป็นการซื้อขายสิทธิ์ภาพยนตร์เหมือนเดิม ยังครอบคลุมอาณาเขตเท่าเดิม เปลี่ยนแปลงเพียงรายละเอียดเล็กน้อยในช่วงหลัง เช่น เปลี่ยนจากซื้อขายเป็นยอดเงินเป็นตัวเลขมาเป็นเปอร์เซ็นต์ หนังกลางแปลง หนังล้อมผ้าที่ลดจำนวนลงตามยุคสมัย แต่จำนวนโรงฉายที่อยู่ในเครือของสายหนังนั้นภาพรวมในปัจจุบัน มีจำนวนโรงที่ลดลง

ในปี พ.ศ. 2565 ภาคอีสาน เหลือผู้ประกอบกิจการโรงภาพยนต์ท้องถิ่นอยู่ทั้งสิ้นเพียง 10 ราย ใน 12 จังหวัด โดยกลุ่มโรงภาพยนตร์ของสายหนัง ได้แก่ เครือ MVP ที่มีโรงภาพยนตร์ 4 สาขาใน 4 จังหวัด ได้แก่ บุรีรัมย์ กาฬสินธุ์ เลย และศรีษะเกษ เครือไฟว์สตาร์ มีโรงภาพยนตร์ 2 สาขา ใน 2 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา และหนองคาย ส่วนเครือเนวาด้า เหลือเพียง เนวาด้า อุบลราชธานี สาขาเดียว ส่วนธุรกิจหนังกลางแปลง และหนังล้อมผ้า เริ่มจะลดน้อยลงไปตามกาลเวลา ซึ่งมาจากพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยน ผู้ชมลดลง มีทางเลือกมากขึ้น สัญญานอินเตอร์เน็ตเข้าถึงพื้นที่ชนบท จึงเหลือเพียงบางกิจกรรมที่ยังต้องการหนังเหล่านี้ เช่น แก้บน เป็นต้น

ปลายทศวรรษ 2550 ท่ามกลางกระแสอีสานฟีเวอร์ บริษัท มูฟวี่พาร์ทเนอร์ จำกัด นี่เองที่กลายมาเป็นเบื้องหลังอันสำคัญที่ผลักดันให้กระแสภาพยนตร์ท้องถิ่น และกระแสป่าล้อมเมืองประสบความสำเร็จ นำร่องจากเรื่อง *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)*

> *“เราก็ทำหนังอย่างเดียวโดยที่เข้าใจมาตลอดว่าทำหนังออกไปยังไงก็ได้ฉาย ยังไงก็มีที่ฉาย ปรากฏว่าไปหาเมเจอร์แล้วเค้าไม่แฮปปี้ ทั้งผมไม่มีโปรไฟล์ หนังก็ถ่ายด้วยระบบดิจิทัล เลยไม่มีโรงฉาย ก็เคว้งนะ แต่ผมมั่นใจในแฟนคลับ ก็เลี้ยงฐานแฟนคลับไว้อยู่เป็นปี จนวันนึงเสี่ยอ๋า (MVP) ก็โทรมา ไม่รู้ไปเอาเบอร์ผมมาจากไหน แกบอกว่าจะช่วย ก็เลย*

ได้ฉาย ตอนแรกฉายอยู่ 4 จุดก่อน ขอนแก่น อุบลฯ บุรีรัมย์ แล้วก็สารคาม จุดละโรง โรงละ 2 รอบ วันนึงฉาย 8 รอบ ทดลองฉายดูก่อน ตอนนั้นไม่มีการโปรโมทเลยนะยกแว้นในเพจ แต่เกิดปรากฏการณ์โรงแตกคือคนล้นโรง หนังผมฉายชนกับทรานซฟอร์เมอร์ กับหนังบล็อกบัสเตอร์ใหญ่ ๆ เลยนะ ทีนี้พอรอบเต็ม ก็เพิ่มโรง แล้วก็เพิ่มจังหวัด สื่อก็มาทำข่าว ก็เลยเกิดเป็นกระแสขึ้นมา มันพรึบขึ้นมาในทีเดียวเลย" (อุเทน ศรีริวิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2565)

ภาพที่ 4.15 ภาพบรรยากาศการรอชม ผู้บ่าวไทบ้านฯ หน้าโรงเอ็มวีพี มหาสารคาม 5 มิถุนายน 2557

ที่มา: อุเทน ศรีริวิ, 2557

การที่ผู้บ่าวไทบ้านฯ ทำรายได้จนต้องเพิ่มรอบเพิ่มโรง แม้ในกรุงเทพฯ จะไม่ได้ทำรายได้ถล่มทลายเหมือนในอีสาน แต่ก็กลายเป็นหมุดหมายสำคัญของหนังอีสาน ในฐานะที่การฉายนั้นสามารถเริ่มต้นจากต่างจังหวัดโดยไม่ต้องเริ่มจากศูนย์กลางและประสบความสำเร็จจนส่วนกลางติดต่อซื้อไปฉาย การที่โรงฉายในระดับภูมิภาคยังสามารถยืนโรงฉายได้อยู่ รวมถึงการยังมีโรงฉายหลงเหลืออยู่ และยังมีอำนาจอยู่ในมือของคนอีสานเอง แม้จะน้อยแต่ก็เป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้ผู้บ่าวไทบ้านฯ มาไกลจนส่งแรงกระเพื่อมต่อ ๆ มาให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน

ทศวรรษ 2560 สายหนังอย่าง MVP เริ่มกลับมาร่วมทุนผลิตภาพยนตร์อีกครั้ง จากที่เคยร่วมทุนภาพยนตร์ไทยในยุคก่อนหน้า ในยุคนี้เริ่มให้ความสำคัญกับภาพยนตร์ท้องถิ่นมากขึ้น โดยมองว่า หากภาพยนตร์ท้องถิ่นแข็งแรง อุตสาหกรรมก็จะแข็งแรง ลดการพึ่งพาภาพยนตร์จาก

ต่างประเทศและทำให้ธุรกิจแข็งแรงไปด้วย โดยเฉพาะภาพยนตร์อีสาน ทำให้เกิดการผลิตภาพยนตร์อีสานในท้องถิ่นเกิดขึ้น เรื่องแรกที่ร่วมทุนคือ *ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2 Part 1 (2561)* และจากนั้นมีการลงทุนผลิตภาพยนตร์เรื่อง *หน่าฮ่าน (2562)* และร่วมทุนในเรื่องต่อมา *รักหนูมั้ย (2563)* และยังให้สัมภาษณ์ว่าจากนี้จะมีปริมาณภาพยนตร์ร่วมทุนที่มากขึ้นเรื่อย ๆ (สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2565)

นอกจากนี้ ในทศวรรษนี้ ยังมีสถาบันการศึกษาเข้ามาร่วมสนับสนุนการบ่มเพาะผู้สร้างภาพยนตร์อีสาน และเป็นช่องทางการฉายให้แก่ภาพยนตร์อิสระและภาพยนตร์ขนาดสั้น เช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีการจัดเทศกาลหนังเมืองแคน ส่วนที่มหาสารคามก็มีการจัดเทศกาลหนังเมืองคาม จัดฉายผลงานภาพยนตร์ของนักศึกษาและผู้กำกับอิสระ (ธีรภัทร เจริญสุข, 2561) อีกทั้งการจัดงานที่เชิญผู้กำกับหรือบุคคลสำคัญในวงการภาพยนตร์ไทยมาร่วม อาจเป็นกรรมการหรือผู้ร่วมงาน ก็กลายเป็นจุดเชื่อมต่อสำคัญให้แก่ผู้กำกับภาพยนตร์อีสานรุ่นใหม่ เช่น ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562)*

> *“มันเกิดจากการเราเรียนปอโท แล้วเราก็ทำหนังส่งอาจารย์เรื่องนึงที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมเรื่องหมอลำนี่แหละ ชื่อเรื่องหมอลำมาเนีย มันก็เป็นหนังสั้นมาก่อน เราก็ทำ ปุ๊บ ทีนี้เราก็ตัดตัวอย่าง ตัดเป็นตัวอย่าง เป็นเทรลเลอร์ 2 นาทีกว่า เอาไปเปิดในงานที่มีผู้กำกับมาเลี้ยงฉลองกัน งานแก่นฟิล์มอะ ขอนแก่นฟิล์มเฟสติวัลอะ หนังเมืองแคนนั่นล่ะครับ เค้ามีงานเลี้ยงกัน เรารับผิดชอบดูแลเรื่องวิดีโอกับการฉาย ฉายสไลด์ในงานน่ะ เก็บภาพบรรยากาศนั่นน่ะ ช่วงระหว่างพักผมก็เปิด โชว์ผลงานซะหน่อย เปิดตัวอย่างเรื่องนี้ให้ดู อาศัยว่าเป็นคนคุมโปรเจคเตอร์ แล้ว ผู้กำกับนั่งอยู่นั่นเค้าก็ชอบกัน ก็ไปเตะตา คุณปรัชญา ปิ่นแก้ว ครับ ก็เลยสานต่อ แต่ก็ใช้เวลานานอยู่ กว่าจะ กว่าจะได้แบบ ทำ แล้วเค้าก็ อาจจะเป็นงบไม่ถึงล้าน ประมาณล้านนิด ๆ ผมก็ไม่มีปัญหาอยู่แล้ว ก็เอามาถ่ายกัน นี่คือการเดินทางของมัน ประมาณนี้แหละ” (นันทวุธ ภูผาสุก, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 29 มกราคม 2565)*

ลมหายใจของโรงภาพยนตร์ท้องถิ่น

ทศวรรษ 2560 โรงภาพยนตร์ท้องถิ่นในภาคอีสานมีจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด จากในทศวรรษ 2510 มีโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ 44 โรง ใน 15 จังหวัด เหลือผู้ประกอบกิจการโรงภาพยนต์ท้องถิ่นอยู่ทั้งสิ้นเพียง 10 ราย ใน 12 จังหวัด ตามที่กล่าวไปในหัวข้อก่อนหน้า

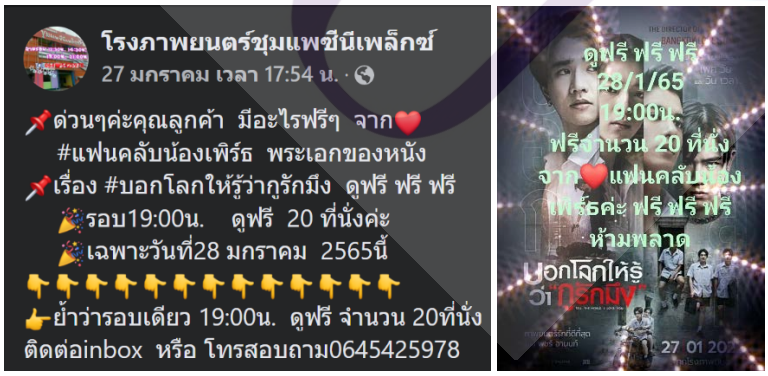
เมื่อลงลึกในรายละเอียด พบว่า เหลือโรงภาพยนตร์ท้องถิ่นอยู่เพียง 15 สาขา โดยโรงภาพยนตร์ท้องถิ่นที่มิได้อยู่ในเครือของสายหนังภาคอีสานมีเพียง 8 สาขา ใน 7 จังหวัด และมีสาขาที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในตัวอำเภอเมืองอยู่เพียง 2 สาขา ได้แก่ โรงภาพยนตร์เจ.พลาซ่า ลำปลายมาศ ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เจ. พลาซ่า อ.ลำปลายมาศ จ.บุรีรัมย์ และ โรงภาพยนตร์ชุมแพ ซินีเพล็กซ์ ใน อ.ชุมแพ จ.ขอนแก่น ซึ่งในขณะที่ทำการสำรวจ โรงภาพยนตร์เจ. พลาซ่า ได้ปิดทำการชั่วคราว เนื่องมาจากสถานการณ์โควิด แต่ชุมแพซีนีเพล็กซ์ยังคงเปิดฉายภายใต้มาตรการเว้นระยะ

เมื่อสำรวจช่องทางการประชาสัมพันธ์ของโรงภาพยนตร์ท้องถิ่น พบว่า ทุกโรงภาพยนตร์มีหน้าเฟสบุ๊คเพื่อประชาสัมพันธ์รอบฉายและกิจกรรมของโรงฯ แต่บางโรงที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นและมีเจ้าของห้างฯ กับโรงหนังเป็นเจ้าของเดียวกัน จะประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊คของห้างฯ โดยไม่มีเพจส่วนตัว เช่น โรงภาพยนตร์เจ. พลาซ่า โดยแฟนเพจของโรงภาพยนตร์ในเครือสายหนังทั้ง 3 มียอดผู้ติดตามมากที่สุด เครือเอ็มวีพี มีผู้ติดตาม 221,026 ไฟว์สตาร์ นครราชสีมา มีผู้ติดตาม 156,845 คน และ เนวาด้า อุบลราชธานี มีผู้ติดตาม 142,092 คน และแม้แต่โรงภาพยนตร์ต่างอำเภออย่างชุมแพ ซีนีเพล็กซ์ ก็ยังมีผู้ติดตามราวสองหมื่นคน (สำรวจจากเพจของโรงภาพยนตร์ เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2565) ประเด็นที่น่าสนใจคือ เริ่มมีการเพิ่มช่องทางติดต่อทางแอพพลิเคชันไลน์ แบบออฟฟิศเชียล ซึ่งได้แก่ โรงภาพยนตร์ในเครือแฟรี่ จ.ขอนแก่น และ โรงภาพยนตร์ในเครือเอ็มวีพี ของสายหนังอีสาน

ในส่วนของราคาค่าบัตรชมภาพยนตร์ ราคาค่าบัตรมีตั้งแต่เริ่มต้นที่ 60 บาททุกเรื่องทุกรอบ ของ ชุมแพ ซินีเพล็กซ์ และโรงฯ ส่วนใหญ่เริ่มต้นที่ 70 – 90 บาท ในกลุ่มโรงภาพยนตร์ท้องถิ่น ค่าบัตรสูงสุดราคา 120 บาท ในระบบดิจิตอล 3 มิติ และต้องซื้อแว่นตาสำหรับชมภาพยนตร์ระบบ 3 มิติ อันละ 50 บาท ในแบบขายขาดแต่สามารถนำมาชมเรื่องอื่นได้อีก ส่วนโรงภาพยนตร์ในเครือสายหนัง ราคาบัตรสูงสุด 400 บาท ในเก้าอี้ Love Seat ของเอ็มวีพี บิ๊กซี จ.เลย นอกจากนี้หากเป็นภาพยนตร์ 3 มิติจะบวกเพิ่มอีก 50 บาทในทุกที่นั่ง

โรงภาพยนตร์ท้องถิ่นที่น่าสนใจ เนื่องมาจากเป็นโรงภาพยนตร์แสตนด์อโลนที่เหลือเพียงไม่กี่แห่งในประเทศ และเป็นโรงต่างอำเภอเพียงโรงเดียวที่ยังเปิดทำการ คือ ชุมแพ ซินีเพล็กซ์ โรงภาพยนตร์แห่งนี้พึ่งตั้งขึ้นในทศวรรษ 2540 เนื่องมาจากอำเภอชุมแพเป็นเมืองใหญ่และเป็นทำเลสำคัญในการเชื่อมต่อจากภาคอีสานไปยังภาคเหนือ ขนาดที่เคยมีโรงหนังของเครือกันตนาพยายามเข้ามาเจาะกลุ่มคนดู ในช่วงปี 2558 ก่อนจะปิดไปในภายหลัง ชุมแพ ซินีเพล็กซ์มีสายหนังประจำคือ ไฟร์สตาร์, เนวาด้า และพาร์ทเนอมูฟวี่ ชาวชุมแพชอบชมภาพยนตร์ไทยเป็นพิเศษ ภาพยนตร์อีสานอย่าง *ส่ม ภัค เสี่ยน (2560)* *นาคี 2 (2561)* และจักรวาล ไทบ้านเดอะ ซีรี่ย์ จึงเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดี ติดอันดับภาพยนตร์ยอดนิยมตลอดกาลของที่นี่ (The Isaander, 2563)

ชุมแพ ซีนีเพล็กซ์นั้น ดำเนินธุรกิจด้วยใจรัก ทั้งในภาพยนตร์และผู้ชม จึงตั้งราคาค่าบัตรให้ผู้ชมยังสามารถซื้อน้ำและขนมทานไปด้วยในราคาที่ 100 บาทยังมีเงินเหลือ แต่เพื่อให้โรงอยู่ได้ด้วยจึงมีการกำหนดขึ้นต่ำผู้ชมต่อรอบคืออย่างน้อย 4 คน ทางโรงฯ เป็นการดูแลธุรกิจแบบครอบครัว ทั้งขายบัตร ขายขนม เก็บตั๋ว แทบไม่ได้จ้างใครเพิ่มนอกจากพนักงานทำความสะอาด ผู้บริหารโรงภาพยนตร์กล่าวต่อสถานการณ์ในช่วงโควิดว่า *“ระหว่างนี้ก็คงทำเต็มที่กับกิจการนี้เท่าที่ยังมีลูกค้ามาดูหนังที่นี่ ไม่ได้กลัวคู่แข่งในเชิงธุรกิจ เพราะที่เป็นอยู่ก็ด้วยความรักในหนัง และไม่ได้คาดหวังผลกำไร อยากให้ชุมแพมีโรงหนังท้องถิ่น”* (The Isaander, 2563)



ภาพที่ 4.16 กิจกรรมแจกบัตรชมภาพยนตร์ฟรีจากแฟนคลับศิลปินในโรงภาพยนตร์ท้องถิ่น

ที่มา: โรงภาพยนตร์ชุมแพซีนีเพล็กซ์, 2565

กิจกรรมที่ผู้วิจัยยังไม่พบในโรงภาพยนตร์ท้องถิ่นอื่น แต่พบที่ชุมแพซีนีเพล็กซ์ คือการซื้อตั๋วจำนวนมากเพื่ออุดหนุนศิลปินที่ตนชื่นชอบและแจกผู้ชมที่สนใจ เช่น ในภาพยนตร์เรื่อง *บอกโลกให้รู้ว่ากูรักมึง (2565)* มีผู้ที่เรียกตนเองว่า "แฟนคลับน้องเพิร์ธ" แจกตั๋วภาพยนตร์จำนวน 20 ที่นั่ง ให้กับผู้ที่สนใจผ่านเฟซบุ๊คแฟนเพจของทางโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

ทั้งนี้ แม้จำนวนโรงภาพยนตร์ท้องถิ่นในภาคอีสานจะมีจำนวนที่ลดลง แต่กลับพบว่าเป็นผลดีต่อผู้ชมภาพยนตร์มากกว่าในอดีต เนื่องจากโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ในอดีต มักตั้งอยู่ในเมืองใหญ่เนื่องมาจากเหตุผลทางเศรษฐกิจ การลงทุนและจุดคุ้มทุน แต่ในทศวรรษหลังที่โรงภาพยนตร์ใน 2 เครือใหญ่ โดยเฉพาะเครือเมเจอร์ได้กระจายตัวออกไป และไฮเปอร์เทรดอย่างโลตัส บิ๊กซี ได้ขยายตัวไปทั่วประเทศรวมถึงในระดับอำเภอ ยุทธศาสตร์ 1 ห้างฯ 1 โรงภาพยนตร์ของเมเจอร์ จึงทำให้ชาวต่างอำเภอสามารถเข้าถึงโรงภาพยนตร์ได้มากขึ้น โดยในทศวรรษ 2560 มีโรงภาพยนตร์ของสองเครือใหญ่รวมทั้งหมด 43 สาขา ใน 16 จังหวัด รวมโรงขนาดเล็กทั้งสิ้น 161 โรง

มุมมองต่อสตรีมมิ่ง ที่กระทบต่อการจัดจำหน่าย จัดฉาย และการชมภาพยนตร์

หลังทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (2563) กล่าวว่าเกิดปรากฏการณ์ในธุรกิจการฉายหนังที่สำคัญ คือ 1) เกิดช่องทางใหม่ของการฉายหนังผ่านระบบอินเทอร์เน็ต 2) การปรับตัวของโรงหนัง ทั้งด้านความทันสมัยและเทคโนโลยีด้านภาพและเสียง และใช้กลยุทธ์ร่วมทุนกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น และ 3) การเกิดขึ้นของกลุ่มฉายหนังอิสระจำนวนมาก โดยไม่อาศัยโรงหนังในเครือยักษ์ใหญ่ แต่ในภาคอีสานและโรงภาพยนตร์ท้องถิ่นเองจนถึงปัจจุบัน ยังไม่พบว่าปรากฏการณ์ที่ 2 และ 3 จะส่งผลในวงกว้างมาถึงในระดับภูมิภาคมากนัก แม้จะมีผู้ฉายหนังอิสระบ้าง เช่น ในโคราช ขอนแก่น อุดรธานี เป็นต้น ผู้วิจัยพบว่ามุมมองต่อสตรีมมิ่งที่กระทบต่อการจัดจำหน่าย จัดฉาย และการชมภาพยนตร์ในภาคอีสาน มีประเด็นที่น่าสนใจอยู่ 2 เรื่อง ได้แก่

1. มาช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการฉายหนังผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ทำให้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจอยู่สองส่วนสำคัญ ซึ่งส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์

อีสานในประเด็นเดียวกันคือ เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อีสานให้สามารถจำหน่ายกับช่องทางทั้ง 2 ส่วนนี้ได้

ส่วนแรกคือ สายหนังอย่างเครือธนาซีนีเพล็กซ์ ที่ดูแลภาคเหนือและแปดจังหวัดภาคกลาง ได้ลดสัดส่วนโรงภาพยนตร์และการผลิตภาพยนตร์ของบริษัทพระนครฟิลม์ลง นำภาพยนตร์ที่ตนได้ซื้อลิขสิทธิ์มาฉายลงในช่องยูทูปของพระนครฟิลม์เอง ภาพยนตร์อีสานเช่น ผู้บ่าวไทบ้านฯ ก็ถูกซื้อลิขสิทธิ์มาฉายในช่องนี้ด้วย อีกทั้งภาพยนตร์อีสานที่พระนครฟิลม์ผลิตเองอย่างเรื่อง *ฮักแพง (2561)* ก็ถูกปล่อยลงฉายผ่านช่องทางนี้เช่นกัน

> *“ผมซื้อสิทธิขาดมาเลย เพราะถ้าหวังลุ้นกับยอดวิว บางเรื่องก็ได้ บางเรื่องก็ไม่ได้นะ ผมก็ไม่รู้ว่าเรื่องไหนได้ไม่ได้ มันอยู่ที่ความเฮงความซวย แต่เราอยากให้คนมาดูหนังในช่องเรา บางทีเราก็ต้องซื้อมาแบบกึ่งเหมา มันคละกันไปเราไม่รู้หรอกว่าเรื่องไหนยอดวิวดีหรอก อย่างมีหนังพม่ายอดวิวเป็นล้าน ผมก็ไม่คิดว่าจะได้หรอกนะ มันจะมีสถิติที่ผมสามารถตรวจสอบได้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเรามาจากไหน ผมงงว่าบ้างมาจากดูไบ เกาหลี เขาคือคนไปขายแรงงานอยู่ต่างประเทศ เวลาเขาคิดถึงบ้านเขาก็ดูช่องเรานี่แหละ” (นคร โพธิ์ไพโรจน์, สัมภาษณ์ธวัชชัย พันธุ์ภักดี, 28 พฤษภาคม 2562)*

ส่วนที่สองคือ ผู้ผลิตหนังมีการจัดจำหน่ายให้กับช่องสตรีมมิ่ง เช่น เน็ตฟลิกซ์ หรือผู้ร่วมทุนนำหนังที่ออกจากโรงแล้วเข้าฉายในแอพพลิเคชันของตนเอง เช่น ทรู ไอดี โมโมแม็กซ์ หรือผู้ผลิตสร้างช่องทางสำหรับรับชมภาพยนตร์ของตนขึ้นมาเอง เช่น กลุ่มไทบ้าน เปิดให้สมัครสมาชิกในช่องยูทูปเดือนละ 100 บาท เพื่อรับชมภาพยนตร์ในเครือไทบ้านได้แบบไม่จำกัดซึ่งมีทั้งหมด 4 เรื่อง เป็นต้น

ทั้งสองส่วนดังกล่าว ให้ผลเป็นบวกกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งในทางตรงและทางอ้อม เมื่อนับว่าสายตา หรือจำนวนผู้ชมที่เข้ามารับชมภาพยนตร์ได้มีจำนวนมากขึ้น และเกิดฐานแฟนคลับกลุ่มใหม่ ๆ เพิ่มเติมจากช่องทางนี้ นำไปสู่การสร้างรายได้จากวิธีการใหม่ ๆ ที่เป็นส่วนเสริมจากภาพยนตร์ที่ได้จากฐานแฟนคลับเหล่านี้ เช่น เพลง ของที่ระลึก กิจกรรมคอนเสิร์ต ลูกค้าที่ตามไปสนับสนุนร้านค้าที่ตัวละครในภาพยนตร์เปิดขึ้นจริง ๆ เป็นต้น

2) มาช่วยเพิ่มช่องทางในการฉายและรับชม ในยุคนี้ผู้ชมมิได้เพียงแค่เพิ่มช่องทางการรับชมผ่านสตรีมมิ่งหรือช่องทางออนไลน์ แต่กลับพบว่ามีการขยายตัวของโรงภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตามห้างสรรพสินค้าขนาดกลาง เช่น โลตัส บิ๊กซี อีกทั้งโรงฯในเครือใหญ่ยังมีการปรับตัวด้านความทันสมัยและเทคโนโลยีด้านภาพและเสียง

แม้ในยุคนี้ เริ่มมีการคาดการณ์ว่าโรงภาพยนตร์อาจจะสูญหายไปอีกครั้ง เพราะเป็นยุคที่อินเตอร์เน็ตความเร็วสูงมีราคาถูก ผู้คนต่างสามารถเลือกรับชมภาพยนตร์ผ่านช่องทางออนไลน์หรือสตรีมมิ่งที่มีผู้ให้บริการทั้งฟรีและมีค่าใช้จ่ายได้ทุกเวลาที่ต้องการ อีกทั้งสถานการณ์โควิดเข้ามาเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้ผู้ที่กักตัวอยู่บ้านมีเวลาให้กับการรับชมภาพยนตร์ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จนเป็นที่น่ากังวลในช่วงหลังจากผ่านสถานการณ์นี้ไปแล้ว พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอาจส่งผลไปถึงโรงภาพยนตร์ แต่ปรากฏว่า คนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในส่วนของการฉาย จัดจำหน่ายจะไม่คิดเช่นนั้น คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท มูฟวี่ พาร์ทเนอร์ จำกัด (MVP) และโรงภาพยนตร์ในเครือ ให้ความเห็นต่อเรื่องนี้ไว้ 3 ประเด็น ว่า

ประเด็นแรก โควิด-19 อาจจะส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน แต่ตราบใดที่ช่องทางการฉายผ่านโรงภาพยนตร์ยังเป็นอันดับหนึ่งในเส้นทางการเดินทางของหนัง คือเข้าฉายในโรงฯก่อนแล้วจึงไปฉายต่อผ่านช่องทางอื่น ๆ เมื่อเวลาผ่านไปสักพัก ถ้าเป็นเช่นนี้ คมกฤชมองว่าในระยะยาวโควิด-19 ไม่ส่งผลกระทบ

> *“อันดับแรกโควิดไม่ได้กระทบเฉพาะสายหนัง กระทบหมด ทั้งโรงหนัง สายหนัง ผู้ผลิตหนัง นะครับ กระทบหมด ส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคกับวิดีโอสตรีมมิ่งผมมองว่าอย่างงี้ ผมมองว่าหนึ่ง มันไม่ได้ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนหรอก มัน มันแค่อาจจะ ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคอันนั้นน่ะมันเด่นชัดขึ้น เออ แต่ผู้บริโภคอะมีพฤติกรรมเหล่านี้อยู่แล้ว ก็คือคนที่ดูวิดีโอสตรีมมิ่งเค้าก็ดูอยู่แล้ว แต่มันเด่นชัดขึ้นเพราะว่า สมมุติว่าแต่ก่อนดูวิดีโอสตรีมมิ่งด้วยดูโรงหนังด้วย ก็ตอนนี้เหลือดูวิดีโอสตรีมมิ่งอย่างเดียว มันก็เลยเด่นชัดขึ้นเพราะว่ามันไปโรงหนังไม่ได้ เออ แล้วก็วิดีโอสตรีมมิ่งจริง ๆ ถามว่ากระทบกับ โรงหนังมั้ย ในระยะยาวผมมองว่า โรงหนังเนี่ย มันผ่าน ประสบการณ์ในลักษณะอย่างเงี้ย มาเยอะละ ถ้าให้เทียบก็คือสมัยก่อน จริง ๆ วิดีโอสตรีมมิ่งก็คือสื่อชนิดนึง ถูกมั้ยครับ ถ้าเป็น*

สมัยก่อนเนี่ย โรงหนังมีแล้วคนบอกว่าวิดีโอ VHS ผมว่ามันก็ไม่ต่างอะไรกับที่คนตื่นเต้นอะ ตอนนั้นอะ มันก็ไม่ต่างอะไร โลกยุคนั้นก็คงเถียงกันเหมือนกันแหละว่า เฮ้ย มันมีวิดีโอมันมี VHS เนี่ยมันเปิดดูที่บ้านก็ได้ ดูเมื่อไหร่ก็ได้ ดูกี่คนก็ได้ พอสก็ได้ เดี๋ยวไปเข้าห้องน้ำกลับมาดูใหม่ก็ได้ กินข้าวไปดูไปก็ได้ มันก็คงมีการพูดอย่างงี้แหละว่า เฮ้ย มันจะกระทบกระเทือน โรงหนังมั้ย มันจะกระทบกระเทือน อ่า เอนเตอร์เทนเม้นท์อย่างอื่นมั้ย ละครเวทีมั้ย ทีวีมั้ย ผมมองว่ามันก็คงมีการพูดกันอย่างเงี้ย สุดท้ายมันก็ผ่านการพิสูจน์ว่ามันไม่กระทบ เอ่อ จะด้วยเรื่องคอนเทนท์ในตัวมันเอง หรือเป็นเรื่องด้วยวินโดว์ ของโรงหนังฉายก่อน พวกวิดีโอมาทีหลัง มันก็ มันก็ สุดท้ายมันผ่านการพิสูจน์ว่ามันไม่กระทบเพียงแต่ว่า พอเป็น VHS สุดท้ายมันก็เกิดอะไรครับ เกิด ซีดี เกิดดีวีดี ใช่มะ ซึ่งมันชัดกว่าความจุมากกว่า เบากว่า อันเนี้ยมันก็มาทดแทน VHS คนก็พูดอีกว่า แล้ว ไอ้ซีดี ดีวีดีนี่มันจะมากระทบโรงหนังมั้ย มันไม่ใช่ครับ มันกระทบ VHS มันกระทบไอ้วิดีโอ เพราะวิดีโอไม่เหลือแล้ว ถูกมะ ก็เหมือนกัน สตรีมมิ่งกระทบมั้ย ผมว่าก็กระทบ แต่กระทบไอ้ซีดีนั่นแหละ เดี๋ยวนี้ก็ไม่มีเหลือวีซีดี ที่บ้านยังมีเครื่องเล่นซีดี ดีวีดีอยู่มั้ยครับ ไม่มี เปิดครั้งสุดท้ายเมื่อไหร่ยังจำไม่ได้เลย ยังไปดูหนังอยู่มะ ดู อ่า เหมือนกัน ผมมองว่ากระทบจริง ๆ ไดเรคอิมแพคจริง ๆ คือพวกนั้น แต่ถามว่า กระทบระยะยาวกับโรงหนังมั้ย ตราบใดที่ยังมีเรื่องของวินโดว์อยู่ ผมมองว่าผลกระทบไม่น่าจะมาก" (สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2565)

ประเด็นที่สอง คมกฤชมองว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกนั้นยังใหญ่มาก และมีการขยายตัวเพิ่มจำนวนโรงภาพยนตร์อยู่ตลอด ในไทยก็เช่นกัน ดังนั้น การมีสตรีมมิ่งจึงมาช่วยเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่งให้กับผู้ผลิตนอกจากการฉายในโรง มากกว่าจะทำให้ผู้ผลิตเลิกฉายภาพยนตร์ในโรงฯ แล้วหันไปฉายสตรีมมิ่งเพียงทางเดียว เพราะนั่นจะทำให้ผู้ผลิตขาดรายได้ในส่วนสำคัญไป

"อันที่สองจะมีเรื่องปัจจัยที่ ตลาดโรงหนังทั่วโลกหนิยังใหญ่อยู่มาก (ลากเสียง) เลย ยังใหญ่อยู่มากนะครับ แล้วก็ย้อนหลังไปดูเนี่ย ก่อนโควิดเนี่ย ตลาดโรงหนังทั่วโลกนะ ดูแบบโกลบอลเลยนะ เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จำนวนโรงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในประเทศไทยเองก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี เพราะฉะนั้นถ้าเราเป็นเจ้าของหนัง การที่เราจะบอกว่า เอ้ย งั้นเราไปโฟกัส

วิดีโอสตรีมมิ่งแทนดีกว่า แปลว่าคุณกำลังจะแซคริไฟซ์เสียสละรายได้ที่เกิดจากโรงไปถามว่า รายได้ที่เพิ่มจากวิดีโอสตรีมมิ่งถ้าบอกว่าไม่ฉายในโรงเนี่ย จะสามารถทดแทนรายได้ที่เกิดจากในโรงได้มั้ย ในขณะที่ ถ้าเรายังเป็นผู้ผลิตหนังแล้วเรายังคีฟสองตลาดนี้ไว้ คือมีทั้งโรงหนังและมีทั้งวิดีโอสตรีมมิ่ง จะดีกว่ามั้ย เอ่อ เพราะฉะนั้นในแง่ของผู้ผลิตผมมองว่า คำตอบมันก็ค่อนข้างชัดเจนว่า แล้วทำไมชั้นต้อง ต้องเสียสละ รายได้ที่เกิดจากโรงหนังไป อันนี้อธิบายว่าทำไมเค้ายังต้องคีฟวินโดว์ไว้ ผมก็มองอย่างงี้นะ เพราะฉะนั้นผมก็เลยมองว่า กระทบมั้ย ไม่น่าจะกระทบในระยะยาว" (สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2565)

และประเด็นสุดท้าย คมกฤชกล่าวว่า ประสบการณ์ในการรับชมเป็นสิ่งสำคัญ และแม้จะมีอุปกรณ์ให้สามารถรับชมผ่านช่องทางออนไลน์ได้ แต่ประสบการณ์อื่น ๆ ที่ได้จากการไปชมภาพยนตร์ที่โรงก็ยังเป็นสิ่งที่ทดแทนไม่ได้ คมกฤชเรียกประสบการณ์การชมภาพยนตร์ว่า เป็น "ประสบการณ์บันเทิงทางสังคม" (Social Entertainment)

"อีกเรื่องนึงก็คือ ประสบการณ์การรับชมไม่เหมือนกันแน่นอน อ่า ประสบการณ์การรับชมนี่ไม่เหมือนกันเลย ว่าดูในทีวีที่บ้านกับดูในโรงหนังเนี่ย อาจจะมีคนโต้แย้งประเด็นนี้ว่า เอ้อ เดี๋ยวทีวีมันก็จะใหญ่ขึ้นเล็กลงถูกลงทุกวัน โฮมเธียร์เตอร์ก็เก่งขึ้นดีขึ้นถูกลงทุกวัน ผมบอกก็จริง อันนั้นก็จริง และก็เป็นเทรนด์ที่เราเห็นมาในโลกยุคดิจิทัลในอีควิปเม้นท์อื่น ๆ แต่ประสบการณ์อื่น ๆ ก็ทดแทนไม่ได้ นะครับ เราคง เราคงไปจีบสาวใหม่ ๆ แล้วคง มาดูโฮมเธียร์เตอร์บ้านชั้นไรเงี้ย มันก็คงอยากจะมีสเปนเวลาข้างนอกบ้านด้วยกัน มีโลกส่วนตัวด้วยกัน ซึ่ง อันนี้เป็นตัวอย่างนะ ผมเลยมองว่ามันมีปฏิ.. มันยังเอื้อให้เกิด สังคมบางอย่าง หรือประสบการณ์บางอย่างอะ โรงหนังอะ (เงียบไปสักครู่) ผมเรียกมันว่าเป็นโซเชียลเอ็นเตอร์เทนเม้นท์นะ โรงหนังอะ คือเป็นประสบการณ์บันเทิงทางสังคม เอื้อให้คนมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม อันนี้เป็นคำที่ใช้กันเองใน ภายในเรา (หัวเราะ)" (สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2565)

ขยายพื้นที่อีสาน ใครก็กลายเป็นอีสานได้ด้วยการพากย์

ความพยายามหนึ่งในการขยายฐานผู้ชมมาสู่ภาคอีสานและลาว อีกทั้งยังเป็นหมุดหมายสำคัญที่น่าสนใจ คือการให้เสียงภาษาอีสาน หรือการพากย์อีสานในภาพยนตร์ต่างประเทศ ของค่ายต่าง ๆ ที่เริ่มกลับมาปรากฏมากขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา

ในทางกายภาพนั้น ขอบเขตรายได้ของภาคอีสานได้ขยายฐานออกไปมากขึ้นจากการเกิดสะพานมิตรภาพไทยลาวตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา แค่เพียงปีแรกที่เปิดใช้ ในปี 2537 มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกผ่านด่านศุลกากรหนองคาย เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 34 เปอร์เซ็นต์ หรือราว 1,200 ล้านบาท ในปี 2558 โรงฉายภาพยนตร์เครือเมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ เริ่มมีการขยายสาขาไปยังประเทศลาว จนปัจจุบันมีทั้งหมด 3 สาขา รวม 13 โรง แม้คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล กรรมการบริหารโรงภาพยนตร์เครือ MVP ของอีสานจะให้สัมภาษณ์ว่า รายได้ภาพยนตร์ในประเทศลาว เทียบเท่ากับรายได้จากจังหวัดเล็ก ๆ จังหวัดหนึ่งในภาคอีสานเท่านั้น ไม่ได้มีนัยยะสำคัญมากนัก แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าความสนใจในการขยายฐานลูกค้าและการทำการตลาดมายังภาคอีสานไปจนถึงประเทศลาวยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการต่างประเทศและการค้าประเทศออสเตรเลีย, ม.ป.ป.) (คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2565)

เมื่อภาพยนตร์เริ่มเกิดขึ้นในไทย การพากย์เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในกระบวนการจัดฉายต่อมากลายมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิต ในยุคแรก นอกจากการเลือกหาภาพยนตร์มาฉายแล้ว สายหนังต่างจังหวัดต่างแข่งขันกันที่นักพากย์เสียงสด โดยในแต่ละสายจะมีนักพากย์ชื่อดังที่มีชื่อเสียงดึงดูด เช่น ดาราพร ของสายเฉลิมวัฒนา และ โกญจนาท ของสายอีสานภาพยนตร์ ลักษณะเฉพาะของการพากย์เสียงสด ส่วนใหญ่มักจะเป็นการพากย์ที่นอกเนื้อเรื่องเพื่อเพิ่มอรรถรส ทั้งการใส่สำเนียง การทำเสียงเอฟเฟกต์เองจากปาก หรือการดัดเสียงเป็นเสียงเด็ก เสียงผู้หญิง เสียงตัวร้าย มีทั้งพากย์ไทย พากย์อีสาน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่แพร่หลายทั้งในโรงภาพยนตร์ไปจนถึงหนังกลางแปลง

แม้ในที่สุด การพากย์เสียงสดจะเสื่อมความนิยมลงไปตามยุคสมัย แต่วัฒนธรรมดังกล่าวยังไม่หายไป เพียงแต่ย้ายมาอยู่ในรูปแบบที่ถูกบันทึกไว้ในอุปกรณ์ยุคใหม่ตั้งแต่ วิดีโอ ซีดี ดีวีดี และการให้เสียงพากย์ในภาพยนตร์จากต่างประเทศ เกิดทีมพากย์ที่มีชื่อเสียงกลุ่มใหม่ ๆ ตั้งแต่ทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา เช่น ทีมพากย์อินทรี ทีมพากย์พันธมิตร จนหลังทศวรรษ 2550 ความนิยม

ในการพากย์ก็เริ่มเปลี่ยนไปอีกครั้ง เกิดนักพากย์รุ่นใหม่ ๆ ที่เคารพในบทและอารมณ์ดั้งเดิมของภาพยนตร์ต้นฉบับ คนรุ่นใหม่เริ่มมีการทักท้วงในเรื่องการ “เล่นเกินไป” หรือการพากย์นอกบทมากเกินไปจนทำให้ภาพยนตร์อารมณ์เปลี่ยนจากเจตนาเดิมของผู้ผลิตฯ ของทีมพากย์ในอดีต การพากย์จึงเริ่มปรับเปลี่ยนจากการเสริมเติมแต่งเพื่อเพิ่มความสนุกมาสู่การพากย์ให้คล้ายต้นฉบับมากที่สุดในปัจจุบัน

นักพากย์คนสำคัญ ที่ไม่ได้มีชื่อเสียงเท่า ดาราพร หรือ โกญจนาท แต่มีอิทธิพลต่อการพากย์อีสานยุคใหม่เป็นอย่างมาก คือ นิคม สุนทรพิทักษ์ หรือ คมหลอ ที่เคยเป็นนักพากย์ในสาย**ไกรลาสฟิล์ม** และพากย์หนังกลางแปลงมาก่อน นิคมเป็นผู้ริเริ่มการพากย์ภาษาอีสานหรือพากย์ลาวลงในวิดีโอ และโด่งดังจากการพากย์ลาวในภาพยนตร์ ชาร์ลี แชปลิน ช่วงทศวรรษ 2520 และอีกหลายเรื่องในเวลาต่อมา เช่น เทวดาท่าจะบ๊องส์ ลูกอีสาน เป็นต้น ซึ่งพอเข้าสู่ยุคทศวรรษ 2540 ที่คนรุ่นใหม่ไม่รู้จักนักพากย์ยุคแรกอีกต่อไป ผลงานการพากย์ใน ชาร์ลี แชปลิน ที่ยังคงมีขายอยู่ในกระบะขายวีซีดีราคาถูกที่กลายมาเป็นความบันเทิงพื้นฐานประจำบ้าน จึงกลายเป็นสิ่งเดียวที่เชื่อมโยงโลกยุคเก่าเข้ากับยุคปัจจุบัน

แม้จะมีกระแสการรับชมภาพยนตร์เสียงจริง ที่ใช้เพียงการใส่คำบรรยายเป็นตัวอักษร แต่ด้วยสถิติจากรอบฉายในโรงภาพยนตร์ พบว่าคนไทยยังนิยมชมภาพยนตร์พากย์ไทยมากกว่าโดยเฉพาะในพื้นที่รอบกรุงเทพฯ รวมถึงต่างจังหวัดที่สายหนังยังมีอิทธิพลกำหนดให้มีภาพยนตร์พากย์ไทยมากถึงร้อยละ 70 ของทั้งหมด ทศวรรษ 2550 จึงเริ่มมีการนำการพากย์อีสานกลับมาสู่ภาพยนตร์เพื่อเจาะกลุ่มผู้ชมชาวอีสานสอดรับกับกระแสอีสานฟีเวอร์ที่เกิดขึ้น โดยเริ่มจาก *แรงโก้ฮีโร่ทะเลทราย (2554)* ของทางบริษัท ยูไนเต็ดโฮมเอนเตอร์เทนเม้นต์ และเรื่อง *ริโอ เดอะมูฟวี่ (2554)* ของทางแคทตาลิสต์ ผู้จัดจำหน่าย โดยวางจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป ในรูปแบบวีซีดี (ปรีดิ์ ปณต นัยนะแพทย์, 2559) จากนั้นในช่วงปลายทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา จึงเริ่มมีการพากย์อีสานลงในภาพยนตร์ที่ฉายในโรงฯ โดยนิคม ก็เป็นหนึ่งในนักพากย์ที่ถูกดึงมาร่วมงานในการพากย์อีสานยุคใหม่นี้ เช่น *อาชญากลปล้นโลก 2 (2559) โคตรคนการ์เดี้ยน (2560) กังฟูแพนด้า (2561)* เป็นต้น

ภาพที่ 4.17 ภาพประชาสัมพันธ์ซีรีส์พากย์อีสาน ของแอพพลิเคชันวิว (VIU)

ที่มา: Viu Thailand, 2563

นอกจากนี้ ในระบบสตรีมมิ่งที่มีการแข่งขันอย่างดุเดือด แอพพลิเคชันต่าง ๆ ยังเริ่มมีการพากย์อีสาน เพื่อเจาะตลาดอีสานและลาวและเป็นทางเลือกหนึ่งแก่ผู้ชม เช่น แอพพลิเคชัน HBO Go ของช่อง HBO มีการพากย์อีสานในภาพยนตร์เรื่อง *Joker (2562)* และ *Spider-Man: Far From Home (2562)* ออกฉายในปี 2564 แอพพลิเคชัน VIU เริ่มมีซีรีย์พากย์ภาษาอีสานตั้งแต่ปี 2563 และปัจจุบัน มีทั้งหมดราว 50 เรื่อง เป็นต้น อีกทั้งแอพพลิเคชัน VIU ยังเน้นเจาะตลาดท้องถิ่นโดยจัดให้มีการพากย์ภาษาเหนือ และมีแผนการจัดทำภาษาใต้ในอนาคตอีกด้วย

กระบวนการจัดฉายนั้น มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่มาจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนจากฟิล์มมาเป็นดิจิทัล เนื่องมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจเพราะการเปลี่ยนเทคโนโลยีนั้นต้องมีการลงทุนสูง ทำให้โรงภาพยนตร์ระบบเก่าตัดสินใจไม่ไปต่อเป็นจำนวนมาก แต่ไม่ว่ายุคไหน สายหนังก็ยังคงอยู่และไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก มีก็เพียงการปรับสัดส่วนธุรกิจ ที่จะกระทบต่อวิธีการจัดหารายได้ และแม้วิธีการรับชมจะเริ่มมีทางเลือกใหม่ ๆ เพิ่มเข้ามาหลากหลาย แต่สายหนังก็ยังเชื่อว่าการรับประสบการณ์ทางสังคมผ่านการชมภาพยนตร์ในโรงจะยังคงอยู่ต่อไปอีกนาน

สรุป

กระแส “อีสานฟีเวอร์” ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา มิได้อยู่ ๆ ก็ถือกำเนิดแต่เปรียบได้ดังระรอกคลื่น ที่เกิดจากการค่อย ๆ สร้าง ค่อย ๆ สั่งสม และส่งต่อมาจากยุคก่อนหน้าเป็นระยะเวลานานหลายสิบปี หลายระรอก ซึ่งมีทั้งส่งผลในทางตรงและทางอ้อมจนเกิดเป็นกระแสในที่สุด โดยการผลิตภาพยนตร์อีสานในยุคแรกนั้น มีพัฒนาการมาจากปัจจัยทางการเมืองเป็นหลัก

และได้รับโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงทาง**เทคโนโลยี**ในหลายระรอก จนถึงปัจจุบันที่อินเตอร์เน็ตมีความรวดเร็วและราคาถูก ผู้คนเข้าถึงโทรศัพท์มือถือได้ในราคาไม่แพง ชาวอีสานจึงเข้าสู่ในแวดวงทั้งการผลิตและการชมเพิ่มขึ้นมาก

หลังปี 2550 ผู้ผลิตภาพยนตร์อิสระเริ่มมีทางเลือกในการหาทุนที่สามารถพึ่งพาทุนจากสตูดิโอใหญ่น้อยลงได้ แต่สตูดิโอใหญ่ก็เริ่มมองหาผู้กำกับหน้าใหม่เพื่อให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้อุตสาหกรรมมีความแข็งแรง อีกทั้งสายหนังยังเริ่มกลับมาร่วมทุนและลง**ทุนในการผลิต**มากขึ้นโดยเน้นที่ภาพยนตร์ท้องถิ่นอีสานเป็นหลัก แสดงให้เห็นว่าตลาดอีสานเติบโตขึ้นกว่าในอดีต

นอกจากเทคโนโลยีและทุนเชิงเศรษฐกิจที่เป็นปัจจัยและบริบทที่จำเป็น ทุนที่สำคัญต่อการก่อเกิดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในยุคปัจจุบัน ได้แก่ ทุนความรู้ ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ โดย **ทุนความรู้** เป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ เมื่อมีทุนความรู้ทางด้านภาพยนตร์ผ่านสถานศึกษาหรือช่องทางออนไลน์ที่เข้าถึงง่ายขึ้น ทำให้ผู้สร้างภาพยนตร์สามารถผลิตอัตลักษณ์ความเป็นอีสานในรูปแบบที่ตนต้องการสื่อสารออกมาได้ **ทุนวัฒนธรรม** เป็นการนำต้นทุนวัฒนธรรมอีสานแบบเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น ความเชื่อเรื่องผี ความเชื่อเรื่องพญานาค วัฒนธรรมความตลกในแบบของคนอีสาน กลับมามีพื้นที่ในยุคใหม่แบบร่วมสมัย ส่วน **ทุนสัญลักษณ์** คือการไปคว้ารางวัลทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติของภาพยนตร์อีสาน เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในปัจจุบัน ซึ่งบริบทและปัจจัยเหล่านี้ยังพบได้ในกระแสภาพยนตร์ท้องถิ่นจากภูมิภาคอื่นที่เริ่มเกิดตามมา เช่น ภาคใต้ ที่มี *โนราห์ (2561)* และ *มนต์รักดอกผักบุ้ง เลิกคุยทั้งอำเภอ (2563)* ของเอกชัย ศรีวิชัย ภาคเหนือ ที่มี *ส้มป่อย (2564)* ผลงานกำกับของ 2 ผู้กำกับหน้าใหม่ อนวรรษ พรมแจ้ และ อรุณกร พิค

ดังนั้น การที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานพัฒนาจากภาพยนตร์เฉพาะกลุ่ม มาสู่ภาพยนตร์กระแสหลักที่ทำรายได้ทั่วประเทศสูงกว่าภาพยนตร์ที่ออกมาในช่วงเวลาเดียวกันบางเรื่อง จึงมีที่มาจากการสั่งสมทั้งในแง่การผลิตผู้สร้างภาพยนตร์ ผ่านสถาบันการศึกษา กิจกรรมขององค์กรต่าง ๆ การสนับสนุนทุนสร้างภาพยนตร์ ที่ทั้งมาจากหน่วยงานราชการและทุนท้องถิ่นด้วยกันเอง การสนับสนุน ช่องทางการจัดฉายและจัดจำหน่ายของสายหนัง ภายใต้ปัจจัยและบริบทสำคัญได้แก่ เทคโนโลยี ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนความรู้ ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์

บทที่ 5

การดำเนินงานและรูปแบบการผลิตภาพยนตร์อีสาน

จากการศึกษาในบทที่ผ่านมา จะพบว่าบริบทและปัจจัยต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโลกภาพยนตร์รวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานตลอดมาจนกลายมาเป็นกระแส “อีสานฟีเวอร์” ในปัจจุบัน และตั้งแต่หลังปี 2550 เป็นต้นมา ผู้ผลิตภาพยนตร์ที่เข้ามามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมนั้นค่อนข้างมีความหลากหลาย เบื้องต้นมีบริษัทผู้ผลิตอยู่ราว 54 บริษัท ทั้งเล็กและใหญ่ มีทั้งในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ โดยช่วงต้นทศวรรษ 2550 เป็นยุคของสหมงคลฟิล์ม และช่วงทศวรรษ 2560 เริ่มเข้าสู่ยุคของเอ็มพิคเจอร์ ซึ่งเป็นสตูดิโอใหญ่ทั้งคู่ แต่ในขณะเดียวกันระหว่างช่วงเวลาดังกล่าวก็ยังพบผู้สร้างอิสระเข้ามาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อให้เห็นการดำเนินงานและรูปแบบที่ชัดเจนมากขึ้น บทนี้ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาการดำเนินงานและรูปแบบการผลิตภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) บทบาทของสตูดิโอในการผลิตภาพยนตร์อีสาน และ 2) รูปแบบการดำเนินการของผู้สร้างภาพยนตร์อีสานอิสระ

5.1 บทบาทของสตูดิโอในการผลิตภาพยนตร์อีสาน

ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา สตูดิโอแรกที่เข้ามามีบทบาทในการผลิตภาพยนตร์อีสานในระยะแรกจนเกิดกระแส “อีสานฟีเวอร์” ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ขึ้นนั้น ได้แก่ สหมงคลฟิล์ม ที่ได้ผลิตผลงานภาพยนตร์อีสานออกมาอย่างต่อเนื่องนับจาก องค์บาก ในปี 2546 จนมาถึง แหยมยโสธร ภาค 3 และ ปัญญา เรณู ภาค 3 ในปี 2556 แม้หลังจากนั้น สหมงคลฟิล์มได้ลดบทบาทการผลิตภาพยนตร์อีสานลงไปอย่างชัดเจน แต่กระแสได้ถูกจุดติดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ด้วยปัจจัยทางเทคโนโลยี ทำให้เกิดภาพยนตร์อีสานโดยผลงานผู้สร้างอิสระขึ้นอีกเป็นจำนวนมากระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2560 หลังจากปี 2560 เป็นต้นมา เริ่มมีสตูดิโอรายใหญ่อื่น ๆ ก็เริ่มเข้ามาในอุตสาหกรรม

ภาพยนตร์อีสาน มีการข้ามสื่อจากละครโทรทัศน์ทำภาคต่อมาเป็นภาพยนตร์และประสบความสำเร็จอย่างมาก อย่างเรื่อง นาคี 2 ที่ทำรายได้ทั่วประเทศกว่า 417.55 ล้านบาท ในปี 2561 ในทศวรรษนี้เอง บริษัทของเครือเมเจอร์อย่าง เอ็ม พิคเจอร์ส ได้กลายมาเป็นทั้งผู้จัดฉายและผู้ผลิตภาพยนตร์อีสานรายใหญ่ที่สุด

สหมงคลฟิล์มในฐานะผู้เล่นรายแรก

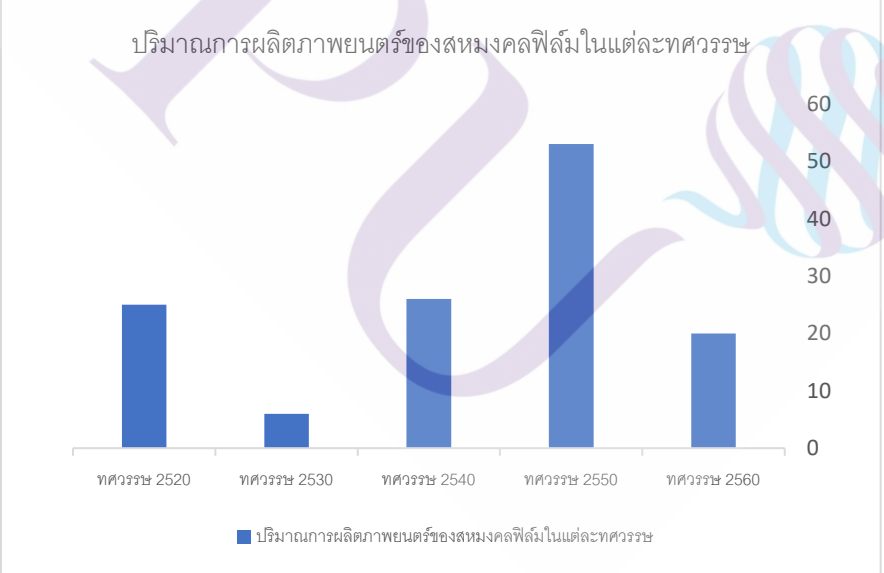
กลุ่มทุนใหญ่ประเภทผู้ผลิตภาพยนตร์ในประวัติศาสตร์ธุรกิจภาพยนตร์ไทยหลังทศวรรษ 2520 เป็นต้นมามีทั้งไฟว์สตาร์ จีเอ็มเอ็ม ไท หับ (GTH) อาร์เอส.โปรโมชั่น พระนครฟิลม์ ฟิล์มบางกอก และสหมงคลฟิล์ม แต่กลุ่มทุนที่แผ่อาณาจักร ขยายขนาดธุรกิจและยังคงผลิตภาพยนตร์ไทยจนกลายเป็นทุนที่เก่าแก่ที่สุดคือ บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

สหมงคลฟิล์มก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2513 โดยเสี่ยเจียง สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ ประกอบธุรกิจทั้งนำเข้าและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ ผลิตภาพยนตร์ไทยและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทย ผลิตละครโทรทัศน์ รวมทั้งมีหุ้นในเครือเอสเอฟซิเนมาซิตี้ซึ่งเป็นเครือโรงภาพยนตร์ที่มีสัดส่วนตลาดอันดับสองของประเทศ จากการศึกษาของอุษา ไวยเจริญ (2550) พบว่า ระหว่าง พ.ศ.2545 - 2549 กลุ่มสหมงคลฟิล์มมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด ยกเว้น พ.ศ. 2546-2547 ที่ลดต่ำลงเป็นอันดับสองรองจากจีทีเอช แต่ก็เป็นอัตราส่วนมาก และกลับมานำเป็นสัดส่วนอันดับหนึ่งอีกครั้งใน พ.ศ. 2548 - 2549 ซึ่งเป็นอัตราส่วนการครองตลาดที่สูงมาก คือร้อยละ 53 ในขณะที่กลุ่มทุนอื่น ๆ เช่น อาร์เอส ไฟว์สตาร์ จีทีเอช ต่างลดบทบาท ลดขนาดธุรกิจ ล้มหายไปหรือแยกบริษัทกันไป แต่สหมงคลฟิล์มฯ สามารถประคองตัวมาตลอดและยังขยายกิจการใหญ่ขึ้นแม้จะผ่านปัญหาวิกฤตมาหลายครั้งกว่าครึ่งศตวรรษ แต่สหมงคลฟิล์มก็ยังยืนหยัดอย่างแข็งแรง (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561)

ในช่วงแรกนั้นบริษัท สหมงคลฟิล์ม จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินการด้านโรงภาพยนตร์และนำภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาฉายในประเทศไทย ภายหลังจึงได้มีการลงทุนสร้างภาพยนตร์ไทยและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทย จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และบริษัท มงคลภาพยนตร์ จำกัด เพื่อจัดจำหน่าย

ภาพยนตร์จากเอเชีย โดยจัดตั้งบริษัท มงคลเมเจอร์ จำกัด (ในปีพ.ศ. 2542) เพื่อนำเข้าและจัดจำหน่ายภาพยนตร์เมเจอร์จากฮอลลีวู้ด (สมบัติ เตชะรัตนประเสริฐ, 2550)

กลุ่มบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทภาพยนตร์หรือที่เรียกว่า "ค่ายหนัง" (Movie Studio) ที่ให้เงินลงทุนสำหรับสร้างภาพยนตร์กับบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์และทำหน้าที่จัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยโดยมีทั้งการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่บริษัทฯ ให้ทุนผลิตขึ้นเองและรับทำโฆษณาประชาสัมพันธ์รวมถึงการจัดจำหน่ายให้กับภาพยนตร์ของบริษัทอื่น ๆ ด้วย โดยมีบริษัท มงคลเมเจอร์ จำกัด และ บริษัท มงคลภาพยนตร์ จำกัด จัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศที่ซื้อลิขสิทธิ์การฉายและนำเข้ามาฉายในประเทศไทย ทั้ง 3 บริษัทดำเนินการในลักษณะกิจการของครอบครัว ที่มีการบริหารงานแบบองค์กรบริษัท โดยผู้บริหารส่วนใหญ่มาจากบุคคลในครอบครัว และอาจสามารถกล่าวได้ว่ากลุ่มบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนลจำกัด เป็นธุรกิจภาพยนตร์ในรูปแบบของบริษัทที่มีเจ้าของเพียงรายเดียวที่มุ่งสู่ธุรกิจการเป็นบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์แบบครบวงจร (สมบัติ เตชะรัตนประเสริฐ, 2550)



ภาพที่ 5.1 ปริมาณภาพยนตร์ไทยโดยรวม ที่ผลิตโดยสหมงคลฟิล์มในแต่ละทศวรรษ (ถึงปี 2564)

ที่มา: รวบรวมจาก “สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ”, 2565

ตั้งแต่ทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา สหมงคลฟิล์มมีการเพิ่มปริมาณการผลิตภาพยนตร์ไทยอย่างต่อเนื่อง แม้ในทศวรรษ 2530 จะเป็นช่วงเวลาที่มีปริมาณการผลิตลดลงพร้อมกับกระแสการเสื่อมความนิยมภาพยนตร์ไทยและการบุกตลาดไทยของภาพยนตร์จากฮอลลิวู้ดแต่หลังจากทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ก็กลับมามีปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในทศวรรษ 2550 สหมงคลฟิล์มมีการผลิตภาพยนตร์มากขึ้นราว 2 เท่าจากทศวรรษ 2540 และ 2520

สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ ประธานกรรมการบริหาร ได้กล่าวถึง นโยบายของกลุ่มบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ว่า

> *"เรามีภาพยนตร์หลายรูปแบบเพื่อตอบสนองกับความต้องการของคนดูในประเทศทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นวัยไหน เพราะเรามีหนังจากต่างประเทศและหนังไทยที่มีความหลากหลายมาก ๆ และนโยบายของเราอีกอย่างหนึ่งก็คือเราต้องการให้ภาพยนตร์ไทยสามารถเข้าสู่ตลาดโลก ซึ่งจะทำให้วงการภาพยนตร์ไทยพัฒนาต่อไป" (สัมภาษณ์ สมศักดิ์ เตชะรัตน-ประเสริฐ, 19 เมษายน 2550 ใน สมบัติ เตชะรัตนประเสริฐ, 2550)*

องค์บาก และการเริ่มต้นเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานของสหมงคลฟิล์ม

แม้ก่อนหน้าทศวรรษ 2540 ผู้วิจัยจะไม่พบภาพยนตร์เกี่ยวข้องกับอีสานจากสหมงคลฟิล์มเลย แต่จากนโยบายดังกล่าว จึงเริ่มเกิดภาพยนตร์อีสานขึ้นมาเป็นเรื่องแรก คือ ***องค์บาก (2546)*** ที่กำกับโดย ปรัชญา ปิ่นแก้ว และถือเป็นหมุดหมายสำคัญเพราะมีการใช้ภาษาอีสานในการสื่อสารของตัวละครส่วนใหญ่ในเรื่อง ซึ่งถือเป็นเรื่องแรก ๆ ของยุคนี้ ที่มีความพยายามจะขยายขอบเขตของภาษาของตัวละครในเรื่องออกไปให้ไกลจากภาษากลางและสอดคล้องกับถิ่นฐานของตัวละคร

สมบัติ เตชะรัตนประเสริฐ (2550) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญประการหนึ่งของการประกอบธุรกิจของสหมงคลฟิล์ม คือการพัฒนาวงการภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เกิดการยอมรับทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ โดยการต่อยอดธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจภาพยนตร์และการทำให้ภาพยนตร์ไทยสามารถก้าวเข้าสู่ตลาดโลกได้อย่างสมศักดิ์ศรี

"เมื่อก่อนเราเป็นจอมซื้อหนังจีน หนังฮ่องกงเลย ซึ่งกว่า 80% ของหนังจีนทั้งหมดมาอยู่ที่ผม แต่มาวันนี้เราสามารถทำให้หนังไทยติดบอร์ดอยู่ที่ฮ่องกงได้สำเร็จ ผมยืนอยู่ที่ฮ่องกงก็เหมือนอยู่ในประเทศไทย รู้สึกดีใจ โอ้โห! หนังไทยได้ติดคัทเอ้าท์ใหญ่ ทำให้ผมได้เอา "องค์บาก" ไปฉายเอา "จา" ไปโชว์ สิ่งที่เราภูมิใจไม่ใช่เรื่องเงิน แต่เราภูมิใจว่าหนังไทยก็ได้ตังค์ได้ ขนาดฉายเสียงฟิล์มภาษาไทยยังเก็บเงินได้มากกว่าหนังของเฉินหลงอีก ความจริงเงินก็อยากได้ แต่ผมว่าหน้าตาเราสำคัญกว่า เพราะเราเดินในประเทศเขามาสิบกว่าปีไม่เคยเห็น แต่วันนี้เราสามารถทำหนังไทยให้เขาต้องอยากดูได้ ผมอยากบอกว่าวันนี้ผมภูมิใจมากที่หนังไทยอย่างต้มยำกุ้ง ได้อันดับ 4 ที่บ็อกซ์ออฟฟิศ อเมริกา มันทำให้เห็นว่าเราทำได้ ในชีวิตทำหนังมา 40 50 ปี ก็ฝันว่าจะนำหนังไทยไปอเมริกาอย่างไร แต่วันนี้เราทำสำเร็จแล้ว ตัวผมเองก็คาดหวังกับหนังไทยที่เราทำมาตลอด ในวันนี้แม้ว่าจะผลักดันสู่ตลาดต่างประเทศได้ แต่สิ่งที่คิดไว้ทั้งหมดก็ยังไม่ได้เป็นไปตามเป้าหมาย แม้วันนี้เราจะเริ่มต้นพาหนังไทยออกสู่ตลาดโลกแล้ว แต่ก็เป็นเพียงจุดเริ่มต้น ซึ่งมันยังน้อยอยู่ ยังไม่ต่อเนื่องเท่าที่เราตั้งใจจะทำไว้ให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่อง" (สัมภาษณ์ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ, 19 เมษายน 2550 ใน สมบัติ เตชะรัตนประเสริฐ, 2550)

เมื่อองค์บาก นำพาภาพยนตร์ไปสู่สายตาชาวโลกอย่างภาคภูมิได้แล้ว จึงเริ่มปรากฏเห็นภาพยนตร์อีสานที่อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์มในเวลาต่อมา รายชื่อภาพยนตร์อีสานที่ถูกผลิตตามมาหลังจากองค์บาก ได้แก่ ***เสือร้องไห้ (2548)*** ***แหยมยโสธร (2548)*** และ ***คนไฟบิน (2549)*** ซึ่งนับรวมแล้วได้เกินครึ่งหนึ่งของภาพยนตร์อีสานที่ถูกผลิตออกมาในทศวรรษนี้ และภาพยนตร์ดังกล่าวได้สร้างแรงบันดาลใจและสร้างมาตรฐานบางประการต่อผู้กำกับภาพยนตร์อีสานใหม่และภาพยนตร์อีสานใหม่ในทศวรรษต่อมา ดังที่กล่าวถึงไปแล้วในบทก่อนหน้า ในแง่นี้ จึงถือว่า **สหมงคลฟิล์ม** เป็นบริษัทที่มีบทบาทสำคัญคือ**เป็นผู้วางรากฐานให้แก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550**

ความสำคัญประการต่อมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานจะเกิดไม่ได้เลยหากขาดความต่อเนื่องในการผลิตภาพยนตร์อีสานป้อนเข้าสู่ตลาด และเมื่อทำการสำรวจภาพยนตร์อีสานที่อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์มในทศวรรษ 2550 จะพบว่า ราวครึ่งทศวรรษแรก จากปี 2552-

2556 มีภาพยนตร์อีสานปรากฏอย่างต่อเนื่อง และมาจากสหมงคลฟิล์มถึง 7 จากทั้งหมด 11 เรื่อง ได้แก่ *แหยม ยโสธร 2 (2552) ครูบ้านนอก บ้านหนองฮีใหญ่ (2553) อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง (2554) ฮักนะ 'สารคาม (2554) ปัญญาเรญู 2 (2555) ปัญญาเรญู 3 ตอน รูปู รูปี (2556) แหยม ยโสธร 3 (2556)* แม้หลังจากปี 2556 เป็นต้นมา สหมงคลฟิล์มลดปริมาณการผลิตภาพยนตร์อีสานลง แต่กระแสภาพยนตร์อีสานก็ได้ถูกจุดติดแล้ว และเกิดกลุ่มอีสานใหม่อย่าง *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* มาเป็นส่วนหนึ่งในการรับช่วงต่อการผลักดันกระแสจนกลายเป็นปรากฏการณ์อีสานฟีเวอร์ จึงถือว่า **ความต่อเนื่องในการผลิตภาพยนตร์อีสาน**ของสหมงคลฟิล์มในระรอกแรก ช่วงต้นทศวรรษ 2550 ช่วยสร้างกระแสให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานจนกลายมาเป็นกระแสหลักได้

กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์อีสานของสหมงคลฟิล์ม

หากลงลึกไปในรายละเอียดของภาพยนตร์อีสานในช่วงเวลาดังกล่าว ผู้วิจัยค้นพบว่าที่มาของภาพยนตร์อีสานของสหมงคลฟิล์มนั้นแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) มาจากผู้กำกับเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว และ 2) มาจากผู้กำกับหรือบทภาพยนตร์ที่ชนะการประกวด เช่น โครงการยักษ์เล็ก เป็นต้น

ผู้กำกับที่เคยมีผลงานมาก่อนหน้านั้นแล้ว และ/หรือ มีชื่อเสียงมาจากสื่อบันเทิงอื่น ๆ เช่น **ปรัชญา ปิ่นแก้ว** เป็นผู้กำกับภาพยนตร์ของบริษัท อาร์เอส ฟิล์มมาก่อน และภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่องเขาที่กำกับ ได้แก่ *รองต๊ะแล่บแปล๊บ (2535)* และ*เกิดอีกทีต้องมีเธอ (2538)* ล้วนแต่ประสบความสำเร็จทั้งในแง่รายได้และรางวัล **เพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา** มีชื่อเสียงจากการเป็นตลกชื่อดังในรายการโทรทัศน์ ชิงร้อยชิงล้าน ในฐานะ แกงค์สามช่า และกำกับภาพยนตร์เรื่องแรก บอดี้การ์ดหน้าเหลี่ยม (2547) **เฉลิม วงศ์พิมพ์** มีชื่อเสียงจากการเป็นตลกชื่อดังในรายการโทรทัศน์ ชิงร้อยชิงล้าน ในฐานะ แกงค์สามช่า และกำกับภาพยนตร์เรื่องแรก *บอดี้การ์ดหน้าเหลี่ยม (2547)* **สุรสีห์ ผาธรรม** ผู้กำกับภาพยนตร์ในยุคทศวรรษ 2520 ที่มีชื่อเสียงจากเรื่อง *ครูบ้านนอก (2521)* และ *มนต์รักแม่น้ำมูล (2521)* เป็นต้น

ส่วนกลุ่มที่มาจากการประกวดในทศวรรษนี้ ได้แก่ สันติ แต่พานิช ที่มาจากโครงการ “ยักษ์เล็ก” โปรเจคต์ผลิตหนังทุนต่ำจากความร่วมมือระหว่างสหมงคลฟิล์ม บาแรมยู กับ FAT RADIO ที่จะให้งบผลิตภาพยนตร์ไม่เกิน 1 ล้านบาท จากทุน 5 ล้านบาท จำนวน 5 เรื่อง และ

(จิบชา รับลม กับมิสเตอร์ อเมริกัน, 2564 และ อภินันท์ บุญเรืองพะเนา, 2558) และอีกเรื่องนั้น *อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง (2554)* ผู้กำกับไม่ได้มาจากการประกวด แต่บทภาพยนตร์มาจากการประกวด และได้รางวัลชนะเลิศภายใต้โครงการไทยแลนด์สคริปต์โปรเจ็คต์ จากจำนวนทั้งหมด 900 เรื่อง

ตารางที่ 5.1 ข้อมูลผู้กำกับภาพยนตร์อีสานที่อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์มทศวรรษ 2540-2550

รูปแบบ	ชื่อผู้กำกับ	รายชื่อภาพยนตร์อีสาน	ชื่อเสียงก่อนหน้า
ผู้กำกับมีชื่อเสียงอยู่แล้ว	ปรัชญา ปิ่นแก้ว	*องค์บาก (2546)*	- กำกับภาพยนตร์เรื่องแรกของอาร์เอส ฟิล์ม ได้แก่ *รองต๊ะแล่บแปล๊บ (2535)* และอีกเรื่องหนึ่งคือ *เกิดอีกทีต้องมีเธอ (2538)* ที่ประสบความสำเร็จทั้งรายได้และรางวัล
	เพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา	*แหยม ยโสธร (2548)* *แหยม ยโสธร 2 (2552)* *แหยม ยโสธร 3 (2556)*	มีชื่อเสียงจากการเป็นตลกชื่อดังในรายการโทรทัศน์ ชิงร้อยชิงล้าน ในฐานะ แกงค์สามช่า และกำกับภาพยนตร์เรื่องแรก *บอดี้การ์ดหน้าเหลี่ยม (2547)*
	เฉลิม วงศ์พิมพ์	*คนไฟบิน (2549)*	กำกับภาพยนตร์เรื่อง *ล่าระเบิดเมือง (2542)* ของไฟว์สตาร์โปรดักชัน และกำกับภาพยนตร์เรื่อง *7 ประจัญบาน (2546)* และ *ตะเคียน (2546)* ของสหมงคลฟิล์มมาก่อน
	สุรสีห์ ผาธรรม	*ครูบ้านนอก บ้านหนองฮีใหญ่ (2553)*	ผู้กำกับภาพยนตร์ในยุคทศวรรษ 2520 ที่มีชื่อเสียงจากเรื่อง *ครูบ้านนอก (2521)* และ *มนต์รักแม่น้ำมูล (2521)*

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

รูปแบบ	ชื่อผู้กำกับ	รายชื่อภาพยนตร์อีสาน	ชื่อเสียงก่อนหน้า
ผู้กำกับมีชื่อเสียงอยู่แล้ว	ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์	*ฮักนะ 'สารคาม (2554)*	- มีชื่อเสียงจากการได้รับรางวัลประกวดภาพยนตร์สั้น ทั้งในและต่างประเทศ เช่น เกาหลีใต้ - ในปี 2544 ได้รับเลือกจากหอภาพยนตร์แห่งชาติให้เป็น 1 ใน 100 เรื่องของหนังไทยที่คนไทยควรดู จากภาพยนตร์สั้น เรื่อง "แหวน (Ring)" - กำกับภาพยนตร์เรื่อง *ตายโหง (2553)* ตอน ศพแทงค์น้ำ
	บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	*ปัญญาเรญ 2 (2555)* *ปัญญาเรญ 3 ตอน รูปู รูปี (2556)*	เป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียงในทศวรรษ 2520-2530 และกำกับภาพยนตร์เรื่องแรก *ปัญญา เรญ (2554)* ด้วยทุนส่วนตัว
มาจากการประกวด	สันติ แต้พานิช	*เสือร้องไห้ (2548)*	มาจากโครงการ "ยักษ์เล็ก" โปรเจคต์ผลิตหนังทุนต่ำ จากความร่วมมือระหว่างสหมงคลฟิล์ม/บาแรมยู กับ FAT RADIO ที่จะให้เงินทำหนังไม่เกิน 1 ล้านบาท จากทุน 5 ล้านบาท จำนวน 5 เรื่อง (จิบชา รับลม กับมิสเตอร์ อเมริกัน, 2564) (อภินันท์ บุญเรืองพะเนา, 2558)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

รูปแบบ	ชื่อผู้กำกับ	รายชื่อภาพยนตร์อีสาน	ชื่อเสียงก่อนหน้า
มาจากการประกวด	ชิโนเรศ คำวันดี	*อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง (2554)*	สร้างจากบทภาพยนตร์ชนะเลิศภายใต้โครงการไทยแลนด์สคริปต์โปรเจ็คต์ จากจำนวนทั้งหมด 900 เรื่อง

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

หลังปี 2556 จนสิ้นทศวรรษ 2550 สหมงคลฟิล์มไม่มีการผลิตภาพยนตร์อีสานออกมาอีก การเปลี่ยนผ่านในช่วงปี 2557 จึงอาจเรียกได้ว่าเป็นจุดเริ่มในการเข้าสู่ยุคภาพยนตร์อีสานใหม่ มีปริมาณภาพยนตร์อีสานเข้ามาในอุตสาหกรรมจาก 19 เรื่องในทศวรรษ 2550 มาเป็น 35 เรื่อง ในทศวรรษ 2560 นับถึงสิ้นปี 2564 แม้ภาพยนตร์อีสานจะมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน แต่ภาพยนตร์จากสหมงคลฟิล์มมีจำนวนที่ลดลงอย่างชัดเจน โดยมีเพียง 3 เรื่อง ได้แก่ *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอรอให้เธอมารัก (2562)* *ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563)* *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานจ้วด...(2564)* ข้อสังเกตที่น่าสนใจคือในทศวรรษนี้ ผู้กำกับภาพยนตร์อีสานทั้ง 3 เรื่องดังกล่าว เป็นผู้กำกับรุ่นใหม่ทั้งหมด ไม่มีผู้กำกับจากรุ่นก่อนหน้าเลย แต่สหมงคลฟิล์มยังคงรักษาวิธีการคัดเลือกผู้กำกับที่มาร่วมงานเช่นที่เคยทำมา คือแบ่งที่มาเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่มีชื่อเสียงมาก่อน ได้แก่ อุเทน ศรีริวิ จาก *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* และ สุรศักดิ์ ป้องศร จาก *ไทบ้านเดอะซีรีส์ (2560)* กลุ่มสนับสนุนผู้กำกับหน้าใหม่ ได้แก่ นันทวุธ ภูผาสุก นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่มีโอกาสให้ปรัชญา ปิ่นแก้ว ชมภาพยนตร์ตัวอย่างที่สร้างจากวิทยานิพนธ์ปริญญาโท

ตารางที่ 5.2 ข้อมูลผู้กำกับภาพยนตร์อีสานที่อำนวยการสร้างโดยสหมงคลฟิล์มทศวรรษ 2560

รูปแบบ	ชื่อผู้กำกับ	รายชื่อภาพยนตร์อีสาน	ชื่อเสียงก่อนหน้า
ผู้กำกับมีชื่อเสียงอยู่แล้ว	สุรศักดิ์ ป้องศร	*ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563)*	*ไทบ้านเดอะซีรีส์ (2560)*
	อุเทน ศรีริวิ	*ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานจ้วด...(2564)*	*ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)*
มาจากการได้ดูตัวอย่างหนังสั้น	นันทวุธ ภูผาสุข	*หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562)*	กำกับภาพยนตร์สั้น *คนไล่รถ (2555)* โดย ฟินวิ่วสตูดิโอ

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

ในทศวรรษ 2560 นั้น การลงทุนในการผลิตภาพยนตร์อีสานของสหมงคลฟิล์มมีรูปแบบการลงทุนที่เปลี่ยนแปลงจากทศวรรษก่อนหน้าอย่างชัดเจน 2 ประการ ประการแรกคือปริมาณการผลิตที่ลดลง ส่วนประการที่สอง คือ ใช้กลยุทธ์การร่วมทุน เช่น *ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563)* เป็นการร่วมกันระหว่าง ไทบ้านสตูดิโอ ไอ แอม ฟิล์มส์ และสหมงคลฟิล์มอินเตอร์เนชั่นแนล *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานจ้วด...(2564)* เป็นการร่วมทุนระหว่าง เวิร์คพอยท์ พิคเจอร์ส์ กับ สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล ส่วน *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562)* นั้นใช้กลยุทธ์เดียวกับโครงการต่าง ๆ ยุคก่อนหน้า ที่ใช้สนับสนุนผู้กำกับหน้าใหม่ คือให้งบประมาณเพียง 1 ล้านบาทในการผลิต จึงนับได้ว่าทศวรรษนี้ สหมงคลมีมาตรการการลงทุนที่รัดกุมมากขึ้นกว่ายุคก่อนเป็นอย่างมาก

เอ็ม พิคเจอร์ส เมื่อผู้จัดฉายกลายมาเป็นผู้ผลิต

เมื่อสหมงคลฟิล์ม เริ่มลดปริมาณการผลิตภาพยนตร์อีสานลงอย่างชัดเจนในช่วงกลางทศวรรษ 2550 ไม่พบภาพยนตร์อีสานจากสหมงคลฟิล์มอีกในทศวรรษนี้หลังปี 2556 ระยะนี้เองภาพยนตร์จากค่ายอิสระเริ่มถือกำเนิด กลายมาเป็นยุคทองของภาพยนตร์อีสานจากผู้สร้างหน้าใหม่และค่ายภาพยนตร์อิสระ ถือเป็นหมุดหมายสำคัญหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการเป็นกระแสที่มีผู้เล่นสนใจเข้ามาร่วมในตลาดจำนวนมาก ระหว่างช่วงเวลานั้นเอง ผู้จัดฉายภาพยนตร์อย่างเครือเมเจอร์ได้เริ่มลงทุนด้านการผลิตภาพยนตร์ในช่วงสิ้นปี 2554 จากนั้น ตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา การผลิตภาพยนตร์อีสานก็ค่อย ๆ ถูกเปลี่ยนมือจากค่ายอิสระมาสู่ค่ายสตูดิโอใหญ่อีกครั้ง โดยในทศวรรษนี้เพียง 4 ปี เอ็มพิคเจอร์ได้มีส่วนร่วมในการผลิตภาพยนตร์อีสานไปถึง 10 เรื่อง ได้แก่ *ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) สิ้น 3 ต่อน (2562) ออนซอนเด (2562) ฮักบี้ บ้านบาก (2562) ฮักมะย่อมมะแย่ม (2562) มนต์รักดอกผักบุ้ง เลิกคุยทั้งอำเภอ (2563) ฮักเถิดเทิง (2563) เลิฟยู โคกอีเกิ้ง (2563) อีหล่าเอ๋ย (2563)* และ *ส้ม ปลา น้อย (2564)*

บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือชื่อเดิมคือ บริษัท ทราฟฟิกคอร์นเนอร์ โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2544 เพื่อประกอบธุรกิจด้านการลงทุนในบริษัทที่ทำธุรกิจสื่อ โดยเน้นการบริหารการตลาดในด้านข่าวและด้านกีฬาผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ภายหลังมีการควบรวมกับ บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส จำกัด เพื่อขยายฐานธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจภาพยนตร์ โดยจัดหาลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เพื่อจัดจำหน่ายแก่โรงภาพยนตร์ ผู้ผลิต VCD, DVD, BLU-RAY ผู้ประกอบการกิจการ FREE TV และ/หรือ CABLE TV ผู้ประกอบการ PAY TV และ/หรือ PAY DIGTAL TV CABLE TV อีกทั้งมีการลงทุนในบริษัทย่อยผู้ประกอบธุรกิจโฮมเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ และนับแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทเริ่มธุรกิจผลิตภาพยนตร์ไทย โดยลงทุนใน 3 บริษัท ได้แก่ เอ็ม เทอร์ตี้ไนน์ ทรานส์ฟอร์เมชั่น ฟิล์ม และ ไท เมเจอร์ (M pictures, 2565)

เอ็ม พิคเจอร์ส เริ่มเข้าสู่ตลาดการผลิตภาพยนตร์อีสานผ่านภาพยนตร์เรื่อง ส่ม ภัค เสี่ยน ในปี 2560 เป็นเรื่องแรก และประสบความสำเร็จจากการเปิดตัวเป็นอันดับ 1 ในวันฉายวันแรก ทำรายได้ไปกว่า 5.5 ล้านบาท เอาชนะภาพยนตร์ต่างประเทศทุกเรื่องที่ฉายในสัปดาห์เดียวกัน และสามารถทำรายได้ 210 ล้านบาททั่วประเทศในเวลาต่อมา

ตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นมา เอ็มพิคเจอร์ส มีการปรับกลยุทธ์การผลิตภาพยนตร์ในรูปแบบกิจการร่วมค้า โดยจัดหาผู้ร่วมลงทุนที่มีศักยภาพและเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว ได้เพิ่มปริมาณการผลิตภาพยนตร์อีสานมากขึ้น เป็น 4 เรื่อง ในปี 2562 และ ในปี 2563 ปัจจัยส่งเสริมที่ทำให้เอ็มพิคเจอร์หันมาผลิตภาพยนตร์ไทยเพิ่มมากขึ้นนั้นมาจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดประสบปัญหาขาดความต่อเนื่องในการออกฉาย โดยในปี 2564 เอ็มพิคเจอร์ส มีการวางแผนเพิ่มเม็ดเงินลงทุนราว 100 เปอร์เซ็นต์ จากปี 2563 หรือคิดเป็นเม็ดเงินรวมกว่า 400-500 ล้านบาท เพื่อผลิตภาพยนตร์ไทยออกฉายในปี 2564 เพิ่มขึ้น 2 เท่าจากประมาณ 10 เรื่องต่อปีเป็น 20 เรื่องต่อปี หวังช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดกับภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดหลังวิกฤตโควิด-19 พรชัย ว่องศรีอุดมพร ผู้บริหารระดับสูงของ เอ็ม พิคเจอร์ส ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ที่เปลี่ยนแปลงนี้ว่า

> *“แล้วบังเอิญไทยเราไปพึ่งคอนเทนต์ของฮอลลีวู้ดค่อนข้างเยอะ ช่วงที่ผ่านมาส่วนแบ่งทางการตลาด (market share) ของหนังไทยเองน้อยมาก ประมาณ 10-20% เท่านั้นเอง ทั้งที่ในอดีตประมาณ 10-15 ปีที่แล้ว มาร์เก็ตแชร์เราเคยขึ้นถึง 40% ด้วยซ้ำไป แต่วันนี้ทำไมมันถึงดาวน์ลงมาล่ะ มันก็ตอบโจทย์ได้ว่าเพราะมันไม่มีคอนเทนต์ที่มันใหญ่พอ หรือน่าสนใจพอที่จะดึงให้คนออกจากบ้านมา ตรงนี้เป็นจุดสำคัญ” (ทัศนีย์ สาลีโภชน์, 2563)*
>
> *“เราไม่สามารถพึ่งพิงฮอลลีวู้ดได้อีกต่อไป ต้องมีหนังไทยมากขึ้นในตลาดมาทดแทนส่วนที่หายไปและกำลังเปลี่ยนแปลงไปจากผลกระทบของโควิด” (สิรารมย์ เตชะศรีอมรรัตน์, 2563)*

พรชัย ว่องศรีอุดมพร ตั้งข้อสังเกตด้วยว่า ประเทศที่คลายล็อกดาวน์ เปิดระบบเศรษฐกิจแล้ว ไม่ว่าจะเป็น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น โรงหนังของที่นั่นไม่มีปัญหาเลยเพราะคอนเทนต์โลคอลของทั้ง 3 ประเทศนี้แข็งแรงมากจนสามารถทดแทนหนังฮอลลีวู้ดได้เลย ซึ่งวันนี้ ‘เอ็ม พิคเจอร์ส’ ก็พยายามที่จะทำภาพนั้นให้เกิดขึ้นในประเทศไทย และขอเชิญชวนทุกคนที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์มาทำภาพนี้ให้เกิดขึ้นให้ได้ (ทัศนีย์ สาลีโภชน์, 2563)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าว พอจะทำให้เห็นทิศทางของเอ็มพิคเจอร์สกับการสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ไทยที่มีแนวโน้มจะเพิ่มปริมาณมากขึ้น เพื่อให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพรวมแข็งแรงและพึ่งตนเองได้มากขึ้น อีกทั้งเอ็มพิคเจอร์สยังไม่ได้มองเพียงแค่ภาคอีสานเป็นตลาดหลัก แต่มองในภาพรวมว่าภาพยนตร์ท้องถิ่นทุกพื้นที่เป็นส่วนสำคัญในการช่วยเหลืออุตสาหกรรมภาพยนตร์ จากรายได้ของ มนต์รักดอกผักบุ้ง เลิกคุยทั้งอำเภอ ภาพยนตร์ท้องถิ่นลูกครึ่งภาคใต้และภาคอีสาน และ อีเรียมซิ่ง ภาพยนตร์ท้องถิ่นภาคกลาง

มนต์รักดอกผักบุ้งฯ ทำรายได้ไปถึง 43 ล้านบาท ในช่วงโควิด ซึ่งสำหรับปรากฏการณ์นี้ พรชัย ว่องศรีอุดมพร กล่าวว่าเป็นเพราะหนังเรื่องนี้ตอบโจทย์ของคนดูทางภาคทางใต้ โดยรายได้ประมาณร้อยละ 70-80 มาจากภูมิภาคนี้ ส่วนอีกร้อยละ 20-30 มาจากภูมิภาคอื่น

> *“มันเป็นการบอกว่า หนังไทย ถ้าคุณทำถูกกลุ่มคนก็ออกมาดู มนต์รักดอกผักบุ้งฯ ทำรายได้ไปกว่า 40 ล้านบาททั้งประเทศ โดยหนักที่ใต้ สำหรับ ‘อีเรียมซิ่ง’ ตอนนี้ทำไปได้ 190 ล้านทั่วประเทศแล้ว (นับถึงวันที่ 10 ธันวาคม) ซึ่งเราคิดว่า 200 ล้านก็น่าจะเป็นไปได้ ถ้าเราโชคดีก็จะได้ถึง 220 ล้าน เพราะว่าช่วงนี้มีวันหยุดต่อเนื่องถึง 2 ช่วง คือ วันพ่อกับวันรัฐธรรมนูญ ซึ่งรวมแล้ว 7-8 วัน ถ้าเรามองวันละ 10 ล้าน ก็คิดว่าน่าจะทำได้” (ทัศนีย์ สาลีโภชน์, 2563)*

เอ็ม พิคเจอร์ส กับกลยุทธ์การร่วมทุน

ภาพยนตร์อีสานเรื่องแรก ของเอ็มพิคเจอร์สนั้น เกิดจากการร่วมทุนกับบริษัท บั้งไฟฟิล์ม ของเพชรทาย วงศ์คำเหลา หรือ หม่ำ จ๊กมก ที่ย้ายจากสหมงคลฟิล์มมาผลิตภาพยนตร์ร่วมกับเอ็ม พิคเจอร์ส เป็นเรื่องแรก แม้ในเรื่องนี้ ผู้กำกับจะเป็นบุษราคัม วงษ์คำเหลา ที่เป็นบุตรสาวของหม่ำ แต่ ในเวลาต่อมา บั้งไฟฟิล์มก็ร่วมทุนกับเอ็มพิคเจอร์ ผลิตภาพยนตร์อีสานออกมาอีก 2 เรื่อง ได้แก่ สิ้น 3 ต่อน และ ส้ม ปลา น้อย

กลยุทธ์ในการตัดสินใจสร้างภาพยนตร์ของเอ็มพิคเจอร์สนั้น หลัก ๆ จะคล้ายกับสหมงคลฟิล์ม คือเน้นผู้กำกับหรือผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงมาก่อนแล้ว เช่น เอกชัย ศรีวิชัย ธงชัย ประสงค์สันติ ที่เป็นศิลปินท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงในยุคหนึ่ง บริษัทบั้งไฟฟิล์ม ของ หม่ำ จ๊กมก บริษัททวินพิคเจอร์

ของบิณฑ์ บันลือฤทธิ์ เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทผู้สร้างกับเอ็มพิคเจอร์ส เช่น อีเรียมซิ่ง เป็นการร่วมทุนกับ เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ เป็นต้น

ส่วนอีกกลุ่ม คือผู้กำกับที่ได้คัดมาแล้วผ่านการประกวดหรือผ่านผลงานประกวด ซึ่งในกรณีนี้ เอ็มพิคเจอร์จะรับความเสี่ยงได้มากกว่าเล็กน้อย คือมีการให้โอกาสผู้ที่ไม่เคยมีผลงานหรือชื่อเสียงในวงการภาพยนตร์มาก่อน แต่มีทีมงานและเครือข่ายที่น่าสนใจ เข้าสู่การเป็นผู้ผลิตและผู้กำกับภาพยนตร์ด้วย เช่น บุตรสาวของหม่ำ จ๊กมก ที่ไม่เคยมีประสบการณ์การกำกับภาพยนตร์มาก่อน ให้เข้ามาเป็นผู้กำกับครั้งแรกกับเรื่อง ส่ม ภัค เสี่ยน สอดคล้องกับที่พรชัย ว่องศรีอุดมพร เคยให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

> *“การป้อนภาพยนตร์ไทยเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องมีผลอย่างมากต่อการรักษากระแสการรับชมภาพยนตร์เอาไว้ ไม่ว่าภาพยนตร์จะประสบสำเร็จหรือไม่ก็ตาม เอ็ม พิคเจอร์สฯ จึงเตรียมที่จะป้อนหนังไทยเข้าสู่ตลาดต่อเนื่องเดือนละ 1-2 เรื่อง” (สิรารมย์ เตชะศรีอมรรัตน์, 2563)*

ไม่เพียงแต่ภายในประเทศ เอ็มพิคเจอร์ส ยังมีการร่วมมือระหว่างประเทศ ผลิตภาพยนตร์ไทย-ลาว เพื่อเจาะตลาดภูมิภาคอีสานและประเทศลาว เรื่อง *ฮักมะย่อมมะแย่ม (2562)* ให้โอกาสผู้กำกับชาวลาว เจี้ย แปซิฟิก ที่ไม่เคยกำกับภาพยนตร์มาก่อนได้กำกับเรื่องแรก ในส่วนของการผลิต มีการร่วมทุนกับ แข้วแห้ง โปรดักชัน ของลาว ถ่ายที่ประเทศลาวและประเทศไทย ใช้ทั้งนักแสดงชาวลาวและชาวไทย และออกฉายทั้งในประเทศไทยและโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์สาขาในประเทศลาว

สายหนังท้องถิ่นเริ่มกลับมาเข้าร่วมขบวน

สายหนังต่างจังหวัดแต่เดิมนั้นมีการลงทุนการผลิตภาพยนตร์มาเป็นเวลานานแล้ว ตามที่เคยกล่าวถึงในบทก่อนหน้า แต่หลังจากช่วงทศวรรษ 2540 ได้หดหายไปเนื่องมาจากวิกฤติเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการฉายครั้งใหญ่จากฟิล์มมาเป็นดิจิทัล แต่เทคโนโลยีเอง

ก็เป็นตัวแปรสำคัญในการทำให้เกิดผู้ผลิตยุคใหม่ ๆ ด้วย เพราะการเข้าถึงความรู้มีความสะดวกมากขึ้น อุปกรณ์ราคาถูก เทคโนโลยีการผลิตที่ลงทุนไม่มากเท่ายุคสมัยที่ผ่านมา

สายหนังที่มีบทบาท เข้าสู่การเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์อีสานในยุคนี้ เริ่มขึ้นพร้อมกันใน 2 รายคือ พระนครฟิลม์ ของเครือธนาซีนีเพล็กซ์ สายหนังภาคเหนือและภาคกลาง 8 จังหวัด กับบริษัทมูฟวี่พาร์ทเนอร์ (MVP) สายหนังภาคอีสาน หรือเรียกอีกชื่อว่าสายสหมงคลฟิล์ม ซึ่งเริ่มออกฉายภาพยนตร์อีสานเรื่องแรกของตนในปีเดียวกัน คือ ปี 2561

พระนครฟิลม์นั้น จนถึงปัจจุบันมีการผลิตภาพยนตร์ออกมา 2 เรื่อง ได้แก่ *ฮักแพง (2561)* และ *หลวงพี่กะอีปอบ (2563)* หลวงพี่กะอีปอบนั้น ใช้กลยุทธ์เดียวกันกับ 2 สตูดิโอใหญ่ คือ เลือกผู้กำกับที่พอมีชื่อเสียงหรือผลงานมาก่อนแล้ว นั่นคือ เฉลิม วงศ์พิมพ์ จากเรื่องคนไฟบิน ที่สร้างกับสหมงคลฟิล์ม แต่ประเด็นที่น่าสนใจ คือ ประเด็นการค้นหาผู้ผลิตจากการคัดเลือกหรือการประกวดนั้น พระนครฟิลม์ถือว่ามีความกล้าเสี่ยงกว่าสหมงคลฟิล์มและเอ็มพิคเจอร์ส เนื่องจากมีการให้โอกาสผู้กำกับหน้าใหม่ที่ไม่เคยมีผลงานภาพยนตร์มาก่อนได้ลองกำกับภาพยนตร์เรื่องแรก นั่นคือ ธีรเดช สพันอยู่ กับเรื่อง ฮักแพง อีกทั้งยังมีการทดลอง นำภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวลงฉายในออนไลน์ เพื่อเพิ่มปริมาณสมาชิกผู้ติดตามในช่องยูทูปอีกด้วย เรียกว่ายอมขาดทุนจากการจัดจำหน่ายเพื่อไปทำรายได้จากธุรกิจอื่นแทน ถือว่าเป็นอีกโมเดลที่น่าสนใจ

> *“ผมไม่ได้มองเขาเป็นคู่แข่งนะ ทุกวันนี้โซเชียลฯ เราต่างคนต่างทำนะ เพราะอย่าง HOOQ หรือ NETFLIX เขาคือหนังใหม่ แต่ของเรามัน 5-10 ปีไปแล้วถึงจะเอามาลงได้ ถามว่าผมเอาหนังใหม่มาลงได้มั้ย? ได้ แต่มันจะคุ้มมั้ย ก็เลยเอาหนังตัวเองลงเพราะต้นทุนไม่สูง อย่าง ‘ฮักแพง’ วันนี้ 27 ล้านวิว (ซึ่งลงให้ดูฟรีหลังจากหนังเข้าโรงไปไม่ถึงปี) ผมลงไปเมื่อ 1 มีนาคม สองเดือนครึ่ง ถือว่าเยอะมาก อีกสิ่งหนึ่งที่ได้ตามมาคือเพลง ก็ถือว่าทำให้เรามองอนาคตเรื่องการทำเพลงด้วยเหมือนกัน ยูทูบมันเปิดกว้างให้เราขยายความคิด เป็นทีวีที่คนเข้ามาเมื่อไหร่ก็ได้ อย่างเพลงผมก็ไม่คิดนะ ว่าแค่ 1 ปีจะได้ 60 ล้านวิว (เพลง You Let Me Down ของ ฐา ขนิษ)” (สัมภาษณ์ ธวัชชัย พันธุ์ภักดี ผู้จัดการทั่วไป พระนครฟิลม์ ในนคร โพธิ์ไพโรจน์, 2562)*

ส่วน เอ็มวีพี สายหนังอีสานเอง มีการร่วมทุนผลิตภาพยนตร์อีสานออกมาทั้งหมด 3 เรื่อง ได้แก่ *ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2 Part 1 (2561) หน่าฮ่าน (2562)* และ *รักหนูมั้ย (2563)* ซึ่งมีโมเดลคล้ายกับสายหนังภาคเหนืออย่างเครือธนาฯ และ 2 สตูดิโอใหญ่ คือการเข้าร่วมทุนกับผู้กำกับที่มีผลงานหรือเป็นที่รู้จักมาบ้างแล้ว อย่าง สุรศักดิ์ ป้องศร จาก ไทบ้านเดอะซีรีย์ แต่ก็ยังมีการให้โอกาสผู้สร้างหน้าใหม่ อย่าง ฉันทนา ทิพย์ประชาติ ในเรื่อง หน่าฮ่าน ที่เป็นเรื่องเดียวที่เอ็มวีพีเป็นผู้อำนวยการสร้าง 100 เปอร์เซ็นต์ คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็มวีพี กล่าวว่า

> *"มันเป็นเรื่องธุรกิจปกติ ก็เราเห็นมันมีโอกาสทางธุรกิจ เราก็ทำ สนับสนุน แค่นั้นเอง เพราะเรามองว่าหนึ่ง เราอยู่ในอีสานอยู่แล้ว เรามีโรงภาพยนตร์ในอีสานอยู่แล้ว การสนับสนุนหนังอีสานเนี่ยเราได้ประโยชน์ แต่ประโยชน์ในแง่ที่เราลดความเสี่ยงไปในตัวอยู่แล้ว ถูกไหมครับ เพราะฉะนั้นมันก็เป็นเรื่องของโอกาสทางธุรกิจปกติ ไม่ได้มีความลึกลับอะไรเลยใด ๆ ทีนี้ เราจะมองว่าเราสนับสนุนแล้วมันคุ้มค่ามันเป็นความเสี่ยงที่เรารับได้" (สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2565)*

ส่วนประเด็นเรื่องของการเสนอขอทุนสร้างภาพยนตร์ของผู้สร้างอิสระ คมกฤช เห็นแย้งประเด็นเรื่องการเลือกผู้ผลิตจากผู้ที่มีชื่อเสียงมาอยู่ก่อนแล้ว และกล่าวอย่างเปิดกว้างว่า

> *"ง่ายมากเลยเดินมาคุยกับเราเลย ก็มีหลายคนที่เดินมาคุย เขาไม่มีอะไร ไม่ต้องทำอะไร ทั้งนั้นง่ายครับ เขาก็มีหลายรายนะครับก็เดินมาคุยเลย เอาโปรเจคมาเสนอเลยครับ ไม่มีอะไรเลยครับ ไม่ต้องทำอะไรซับซ้อน เพียงแต่ว่าเตรียมความพร้อมมาดี ๆ เช่น มีพอร์ตมาให้ดู ถ้าจะเล่าเรื่องอาจจะต้องเล่าได้อย่างน่าสนใจอะไรอย่างเนี้ยครับ ส่วนใหญ่จะมาแล้วไม่ค่อยพร้อมมากกว่าครับ ปัญหาไม่ใช่อยู่ที่ว่า ไม่ได้เรื่องว่า มีตัวตนหรือไม่มีตัวตน รับรู้หรือไม่รับรู้ ผมว่ามันไม่ใช่ ผมว่าปัญหามันอยู่ที่การนำเสนอผลงาน โปรเจค ว่าทำไงจะทำให้ดูแล้วน่าทำ น่าลงทุนครับ มากกว่า" (สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2565)*

อีกทั้ง เอ็มวีพีเอง ยังมีความเห็นที่คล้ายคลึงกับสตูดิโอใหญ่อย่างเอ็มพิคเจอร์สในประเด็นที่ต้องเพิ่มกำลังการผลิตภาพยนตร์ไทยเพื่อสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมให้สามารถ

พึ่งตนเองได้ ลดการพึ่งพาภาพยนตร์จากต่างประเทศให้น้อยลง และต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์

> *"อันนี้ชัดเจน ทุกคนในประเทศ ในอุตสาหกรรมหนังไทยก็เห็นแบบนี้แหละ แล้วก็คิดแบบนี้ถ้ายกตัวอย่างเนี่ย ย้อนเนี่ย ย้อนกลับไปช่วงปี ปีที่ ต้นปี 2020 โควิดเริ่มระบาด ช่วงนั้นอเมริกาเป็นหนักกว่าเรา เรายังไม่ปิดโรงแต่อเมริกาปิดแล้ว ถูกไหม พออเมริกาปิดเขาก็เลื่อนหนัง ในไทยไม่ปิดแต่ไม่มีหนังฉายแล้ว ฮอลลีวูดมีคอนเทนท์อยู่ 70% มันก็แปลว่ารายได้โรงหนังหายไปเลย 70% ถูกไหมแล้วโลคัล คอนเทนท์ ไม่แข็งแรง มันก็กระทบโรงหนัง ทั้งที่โรงหนังเราไม่ปิดนะ เพราะตอนนั้นเราควบคุมไม่ดีพอ ปี 2021 กลับกันอเมริกาเริ่มดีแล้ว ไทยเริ่มไม่ดี เขาก็เริ่มล้อนช์หนัง เริ่มปล่อยหนังเริ่มออกมาได้มากขึ้น แต่ไทยโดนปิดโรงหนัง เราโดนปิดอันนี้ 100% ปิดก็ 100% เลย หายไปหมดเพราะฉะนั้นถามว่าสัดส่วนตรงนี้มีผลไหม ก็มีผล แล้วก็ทุกคนในอุตสาหกรรมก็อยากจะเห็นโลคัล คอนเทนท์แข็งแรงมากขึ้น แล้วก็จะทำให้เราสามารถลดการพึ่งพาหนังต่างประเทศมากขึ้น อันนี้ก็ชัดเจน ซึ่งมันก็พึ่งพาหลายอย่าง หลายคนก็จะพูดถึงเวลาพูดถึงเรื่องนี้ ทุกคนจะยกตัวอย่างเกาหลีใต้โมเดลขึ้นมาทันที ครับ ก็เป็นเรื่องปกติ ก็ไปย้อนดูได้ว่าเกาหลีใต้เขาทำอะไรบ้าง ซึ่งมันทำเยอะอะ มันทำเยอะและไม่ได้ทำได้ด้วยภาคเอกชนฝ่ายเดียวผู้เล่นหลักก็ต้องเป็นภาครัฐด้วย" (สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2565)*

ในส่วนของแผนการในอนาคตของเอ็มวีพี คมกฤชกล่าวว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนการร่วมทุนและการลงทุนผลิตให้มากขึ้น แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในมือของสายหนังท้องถิ่นนั้น ยังจะมีชีวิตต่อไปอีกเท่าที่ผู้ที่มีส่วนร่วมจะยังสามารถลงทุนไหว

> *"ร่วมทุนครับร่วมทุนเป็น JOINT VENTURE ทิศทางก็เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ครับ ... เราก็อยากเห็นหนังอีสานเพิ่มมากขึ้นอย่างที่บอก เพราะว่าก็ยังอยู่ในธุรกิจนี้ เราก็ยังมีโรงภาพยนตร์อยู่ในอีสาน แล้วก็ถ้าเป็นไปได้ อนาคตก็อาจจะทำคอนเทนท์ที่แมสขึ้นไม่ใช่แค่อีสานด้วยซ้ำ ถ้าทีมงานพร้อม" (สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2565)*

จีทีเอช ก็ไม่ขอตกขบวน

หากกล่าวถึงภาพยนตร์อีสานจากค่ายภาพยนตร์จีทีเอชแล้ว มีเรื่อง 15 ค่ำเดือน 11 ที่ถือเป็นภาพยนตร์อีสานเรื่องแรกของทศวรรษ 2540 ยุคที่มีภาพยนตร์อีสานออกฉายเพียงไม่กี่เรื่อง แต่หลังจากนั้น ไม่มีภาพยนตร์อีสานออกมาจากค่ายนี้อีกเลยจนกระทั่งมีการเปลี่ยนแปลงหุ้นส่วนและมีการเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด ในปี 2559 จึงเริ่มพบเห็นภาพยนตร์อีสานจากจีดีเอชในไม่กี่ปีถัดมา ได้แก่ *อ้ายคนหล่อลวง (2563)* และ*ร่างทรง (2564)*

ประเด็นที่น่าสนใจในภาพยนตร์เรื่องอ้ายคนหล่อลวงนั้น ประการแรกคือ ผู้อำนวยการสร้างคือ จิระ มะลิกุล ผู้กำกับเรื่อง 15 ค่ำเดือน 11 ภาพยนตร์ว่าด้วยบั้งไฟพญานาคในจังหวัดหนองคาย จนเกิดดราม่าจากประชาชนที่ศรัทธาว่าภาพยนตร์พยายามจะท้าทายความเชื่อของพวกเขา ส่วนอีกประหนึ่งคือ การเข้าสู่ตลาดภาพยนตร์อีสานของจีดีเอชนั้น ให้ความสำคัญกับการรักษาฐานลูกค้าหลักคือกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศและสากลเอาไว้ จึงปรากฏเนื้อหา ตัวละคร และสถานที่ที่แม้จะดำเนินเรื่องอยู่ในภาคอีสาน แต่ก็จะเป็นภาคอีสานในตัวอำเภอเมือง ที่ส่วนใหญ่มักพูดภาษาไทยภาคกลางและมีความเจริญไม่แพ้ในกรุงเทพฯ มุมมองของอีสานในเมืองนี้เอง เป็นประเด็นที่พบได้น้อยมากในภาพยนตร์อีสานยุคใหม่ เนื่องจากความเป็นลูกครึ่ง ที่ครึ่ง ๆ กลาง ๆ ระหว่างการเป็นคนเมืองกับการเป็นคนต่างจังหวัด กลุ่มที่มีภาพลักษณ์ชัดเจนกว่าคือวัยรุ่นอีสานชนบทจึงเป็นกระแสที่พบเจอได้บ่อยกว่า การนำเสนอประเด็นนี้จึงเป็นความน่าสนใจในแง่มุมดังกล่าว

ส่วนร่างทรงนั้น คือภาพยนตร์ร่วมทุนระหว่างไทยกับเกาหลีใต้ โดยการคิดเรื่องมาจากฝั่งทางเกาหลี และตัวละครในภาพยนตร์มาดำเนินเรื่องในภาคอีสานของไทย โดยให้มีลักษณะเป็นภาพยนตร์สารคดีแบบหลอก ๆ (mockumentary) บรรจง ปิสัญธนะกูล ผู้กำกับเรื่องนี้กล่าวว่า

> *“คุ้มตั้งแต่ยังไม่ได้ออกฉายด้วยซ้ำ เหมือนทุกอย่างที่เราได้ทำมากับเขา คือการเรียนรู้หมดเลย เขาละเอียดมากตั้งแต่สคริปต์ อย่างการคอมเมนต์บท ถึงขั้นต้องแยกแอทแทชไฟล์ออกมาสามไฟล์ เพื่อพูดในคนละแง่มุมกัน ในแง่โครงสร้าง ความสยอง ปรัชญาของหนังถกกันขนาดนั้น ยิ่งพอเริ่มได้ถ่ายทำ แต่ละคำแนะนำของเขามันเกินกว่าเราจะอิมเมจิ้นได้จริง ๆ แบบว่าไปสุดมาก ทำให้เรานับถือเขามากขึ้น รู้เลยว่าทำไมเขาถึงไปได้ในระดับนั้น”*

ส่วน นา ฮง-จิน ผู้กำกับทางฝั่งเกาหลีใต้ ยังบอกอีกว่า

“หนังเรื่องนี้ผมวางแผนสร้างขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ความเป็นอินเตอร์เนชั่นแนล ทั่วโลก ไม่ใช่แค่เป็นหนังไทยหรือหนังเกาหลี และถ้าจะให้พูดถึงหนังเรื่องนี้มันไม่ได้มีขั้นตอนอะไรที่มากมาย ความสำคัญอยู่ที่ตัวคน ตัวแสดง เป็นความรู้สึกเหมือนการไม่ใช้อุปกรณ์เสริมใดๆ แต่สรรค์สร้างทุกอย่างด้วยมือเปล่า เป็นหนังที่ให้ฟีลแบบนั้น” (เรื่องของ ‘ร่างทรง’, ‘ความเชื่อ’ และ ‘ความสยองขวัญ’, 2564)

ดังนั้น ในมุมของค่ายใหญ่อย่างจีดีเอชเอง แม้จะก้าวเข้ามามีส่วนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานด้วย แต่ก็ยังคงรักษาจุดยืน นั่นคือตัวภาพลักษณ์หลักของค่ายฯ ที่เน้นความเป็นสากล ขายได้ทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ ด้วยการประณีประนอมผ่านความเป็นอีสานในเมืองใน อ้ายคนหล่อลวง และความเป็นดินแดนในจินตนาการที่อาจพบในชนบทที่ใดก็ได้อย่างในร่างทรงนั่นเอง

ผู้จัดละคร สถานีโทรทัศน์ กับการขยายความสำเร็จข้ามสื่อ

นอกจากผู้เล่นที่เป็นสตูดิโอผลิตหรือจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานในยุคนี้ยังมีผู้จัดละครและสถานีโทรทัศน์เข้ามามีส่วนร่วมด้วย ปรากฏการณ์ครั้งใหญ่ในยุคนี้มาจากละครเรื่อง *นาคี (2559)* ที่ผู้กำกับ พงษ์พัฒน์ วชิรบรรจง ได้ขยายผลความสำเร็จจากละครมาเป็นภาพยนตร์ภาคต่ออย่าง *นาคี 2 (2561)* ซึ่งทำรายได้ทั่วประเทศไปกว่า 417.55 ล้านบาท ถือเป็นภาพยนตร์ไทยที่มีรายได้เปิดตัวสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในปี พ.ศ. 2561

วิธีนี้การเช่นนี้พบได้ไม่บ่อยในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ที่พบเห็นอยู่บ้างจะเป็นการนำภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จมาขยายผลเป็นละครซีรีย์ออกฉายในโทรทัศน์ของค่ายจีทีเอช ดังนั้น การขยายความสำเร็จข้ามสื่อดังกล่าวจึงเป็นปรากฏการณ์ที่แปลกใหม่ เพราะถือว่าเป็นคนนอกวงการข้ามสื่อมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ กระบวนการดังกล่าวส่งต่อเป็น

แรงบันดาลใจให้สถานีโทรทัศน์ต้องการเดินตามความสำเร็จนี้ด้วย เช่น สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ช่อง 7 มีการขยายผลจากละครยอดนิยมเรื่อง *ผู้บ่าวอินดี้ ยาหยีอินเตอร์ (2562)* มาผลิตเป็นภาพยนตร์เรื่อง *เลิฟยู โคกอีเกิ้ง (2563)* ส่วนช่อง 3 มีการขยายการลงทุนมายังอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเริ่มจากโครงการร่วมทุนกับค่ายภาพยนตร์ จีดีเอช นำละครเรื่องบุพเพสันนิวาส มาขยายผลความสำเร็จเป็นภาพยนตร์ บุพเพสันนิวาส 2 ที่มีกำหนดฉายในปี 2565 โดยให้จีดีเอชมีสัดส่วนถึงร้อยละ 70 อีกทั้งยังมีการร่วมทุนกับผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ เอ็ม พิคเจอร์ส เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ผลิตภาพยนตร์ร่วมกันเป็นครั้งแรก ภายใต้ชื่อ “Big Movies Big Project 2022” ประเดิมภาพยนตร์แนวโรแมนติกคอมเมดี้ฟอร์มยักษ์ เรื่อง “บัวผัน ฟันยับ” ซึ่งจะร่วมกันผลิตภาพยนตร์เพื่อป้อนตลาดภาพยนตร์ไทยต่อไปอีกหลายเรื่อง” (โพสต์ทูเดย์, 2565)

ในด้านที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน ภาพยนตร์ที่มีการลงทุนสร้างโดยสายหนังภาคอีสานอย่าง หน่าฮ่าน ถูกซื้อลิขสิทธิ์โดยบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) และนำมาผลิตเป็นละคร หน่าฮ่าน เดอะซีรีย์ ผู้กำกับอย่างฉันทนาจึงได้ข้ามสื่อมาเป็นผู้กำกับละครโทรทัศน์ด้วย การทำงานข้ามสื่อ นอกจากภาษาในการเล่าเรื่องจะเปลี่ยนแปลงไป ยังต้องมีการปรับวิธีคิดในการเล่าเรื่องให้กลายมาเป็นละคร จารุพร กำธรนพคุณ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานการผลิต บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) เล่าว่า

> *“สิ่งหนึ่งที่เราถือว่าเป็นเรื่องที่ดี ก็คือการเจอกันตรงกลางระหว่าง คนทำหนังและคนเขียนบทที่อยู่กับหนัง กับคนทำงานสายละคร/ซีรีส์ ที่มันคอมเมอร์เชียลมาก ๆ มันเหมือนเป็นการทำโครงการคนละครึ่ง (ฮาทั้งวง) อย่างตอนที่เขาพัฒนาบทกันจนเสร็จครบ 8 ตอน แล้วเรารู้สึกว่ามันยังขาดอะไรไป เราก็ไปดึงเอาที่ปรึกษาสายละครอย่าง พี่แก๊ป-วิสุทธิชัย บุณยะกาญจน (ผู้ดูแลบทหนังอย่าง ‘สตรีเหล็ก’ และละครดังอย่าง ‘แรงเงา’, ‘สะใภ้เจ้า’) มานั่งที่ออฟฟิศ แล้วช่วยกันปรับ โดยเขาก็ไม่ได้เอาตัวเองมาเป็นบรรทัดฐาน แต่ยึดสิ่งที่น้องๆ อยากเล่าเป็นหลัก เขาแค่มาช่วยเสริมในสิ่งที่ขาด และช่วยคิดว่าทำยังไงให้การขับเคลื่อนเรื่องราวตลอดทั้ง 8 ตอนนี้มันมีพลัง”*

“ทุกคนเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง โดยที่ฝั่งคนทำหนังก็ไม่ได้ปฏิเสธการเข้ามาช่วยเหลือของคนทำงานละครกระแสหลัก ส่วนคนฝั่งละครก็อยากทำงานที่มัน authentic มีรสมีชาติแล้วใช้ประสบการณ์ที่ต่างคนต่างมีมาช่วยเสริมกันและกัน งานมันเลยออกมาสมบูรณ์ในแบบที่เราต้องการ” (ธีพิสิฐ มหานีรานนท์, 2565)

จะเห็นได้ว่า เมื่อตลาดอีสาน ฟีเวอร์จนเป็นที่สนใจ สตูดิโอใหญ่ก็ต่างเข้ามาจับจองพื้นที่ทางการตลาดในการผลิตภาพยนตร์อีสานเข้าสู่อุตสาหกรรม แม้จะมีทั้งภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสบความสำเร็จ แต่การเกิดปริมาณที่สามารถนำไปสู่ความหลากหลาย เกิดการแข่งขันและเกิดการคิดค้นกลยุทธ์ต่าง ๆ มากมาย จึงเป็นที่น่าสนใจว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานจะพัฒนาไปอย่างไรต่อ นอกจากนี้ มิใช่เพียงแต่สตูดิโอใหญ่ ผู้สร้างอิสระและค่ายภาพยนตร์ขนาดเล็กก็เป็นอีกแรงกำลังหนึ่ง ซึ่งจะทำการกล่าวถึงต่อไป

5.2 รูปแบบการดำเนินงานของผู้สร้างภาพยนตร์อีสานอิสระ

ภาพยนตร์อีสานอิสระในช่วงหลังปี 2550 นั้น หากนับถึงสิ้นปี 2564 จะมีอยู่ราว 30 เรื่องและมีวิธีการดำเนินงานที่ค่อนข้างหลากหลาย ตั้งแต่การได้มาซึ่งทุนในการผลิต อุปกรณ์ในการผลิต ทีมงานในการผลิต ไปจนถึงช่องทางในการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่าย โดยผู้วิจัยจะทำการกล่าวถึงประเด็นดังกล่าวผ่าน 3 หัวข้อใหญ่ ได้แก่ ทุนในการผลิตของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ กลุ่มผู้สร้างที่ใช้ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการหารายได้ และกลุ่มผู้สร้างที่ใช้ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการผลักดันเศรษฐกิจชุมชน ดังต่อไปนี้

ทุนในการผลิตของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ

แม้องค์ความรู้และอุปกรณ์จะสามารถหาได้ง่ายขึ้นในยุคนี้ และทุนในการสร้างภาพยนตร์เองมีราคาที่ถูกลง แต่การสร้างภาพยนตร์ก็ยังต้องการทุนทรัพย์จำนวนมากอยู่ดี ดังนั้นเรื่องของทุนในการผลิตจึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสร้างภาพยนตร์อิสระให้ออกมาได้สักเรื่อง หากแบ่งกลุ่มตามที่มาของทุน อาจแบ่งได้เป็นทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ที่สร้างภาพยนตร์จากทุนส่วนตัว ทุนต่างชาติ ทุนท้องถิ่น และแบบผสมผสาน

1. กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์จากทุนส่วนตัว แบ่งออกได้เป็นกลุ่มที่ใช้ทุนส่วนตัวของตนเองร้อยเปอร์เซ็นต์และกลุ่มที่ใช้ทุนส่วนตัวเพียงบางส่วน กลุ่มแรกนั้น ได้แก่ บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ เรื่อง *ปัญญาเรณู (2554)* ภาคแรก บุญส่ง นาคภู่ เรื่อง *สถานี 4 ภาค (2555)* ฤทธ ปกกฤตยหริบุญ เรื่อง *อ้อมกอดเขมราฐ (2559)* ฎีกา ผาธรรม เรื่อง *I Love You ผู้ใหญ่บ้าน (2559)* สหรัฐ ฉิมพินิจ เรื่อง *คุกจียอง แมงกุ๊ดจี่ เกา(E)หลีเด้อ (2560)* วีระศักดิ์ สุยะลา เรื่อง *มหาลัยคิดฮอด (2560)* สุกิจ นรินทร์ เรื่อง *ผู้สาวขาเลาะ เดอะอินดี้มูฟวี่ (2561)* ภาณุพศ พงษ์ประเทศ เรื่อง *กาลครั้งหนึ่งกับสัญญาหน้าฝน (2562)* สันทัด ทะกันจร และสังวาล ศาลางาม เรื่อง *00Y สายลับซิ่นเหี่ยน (2562)*

ข้อสังเกตคือ ภาพยนตร์ในกลุ่มนี้ที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศมีอยู่เพียงไม่กี่เรื่อง เช่น ปัญญาเรณู ที่มีข้อได้เปรียบจากการที่ผู้กำกับเป็นนักแสดงที่เป็นที่รู้จักในวงกว้างมาก่อน จึงได้รับโอกาสทั้งในแง่ของการกล่าวถึงในสื่อออนไลน์และการตัดสินใจเข้าชมภาพยนตร์จนทำรายได้ในระดับที่ไม่ขาดทุน และมีการผลิตภาคต่อโดยได้รับทุนสนับสนุนจากสตูดิโอใหญ่อย่างสหมงคลฟิล์ม ผู้กำกับในกลุ่มนี้นอกจาก บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ที่ยังคงมีผลงานอื่น ๆ ตามออกมาอีก มีเพียงรายเดียวคือ บุญส่ง นาคภู่ ที่ต่อมาได้กำกับภาพยนตร์ท้องถิ่นภาคใต้เรื่องแรกของทศวรรษ 2560 ด้วยนั่นคือ *มหาลัยวัวชน (2560)*

กลุ่มผู้ผลิตที่ใช้ทุนส่วนตัวเพียงบางส่วน ได้แก่ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล เรื่อง *ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553)* พอล สปาเรีย เรื่อง *ป่า (2559)* วิชชานนท์ สมอุ่มจารย์ กับเรื่อง *สิ้นเมษาฝนตกมาปรอยปรอย (2555)* และ อุเทน ศรีริวิ เรื่อง *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) ผู้บ่าวไทบ้าน 3 หมานแอนด์ เดอะ คำผาน (2561)* ภาพยนตร์ 2 เรื่องแรกนั้น อีกส่วนหนึ่งเป็นการร่วมทุนจากกลุ่มทุนต่างชาติ ส่วน 2 เรื่องหลังของอุเทน เป็นการร่วมทุนกับกลุ่มทุนท้องถิ่น

2. กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์โดยได้รับทุนจากกลุ่มทุนต่างชาติ ส่วนมากในกลุ่มนี้ มักเป็นผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ เช่น อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล เรื่อง ลุงบุญมีระลึกชาติ มีการร่วมทุนระหว่างบริษัทของอภิชาติพงศ์เอง ชื่อ คิกเดอะแมชชีน กับบริษัทอิลลูมิเนชันส์ของอังกฤษ บริษัทแอนนาแซนเดอร์สของฝรั่งเศส บริษัทแมตช์แฟกทอรีและ Geissendörfer Film- und Fernsehproduktion ของเยอรมนี และบริษัทเอ็ดดีเซตาของสเปน วิชชานนท์ สมอุ่มจารย์ เรื่อง สิ้นเมษาฯ นั้นได้ทุนในส่วนของกระบวนการหลังการผลิต (postproduction) จากกองทุน Hubert Bals Fund และ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองรอตเตอร์ดาม 2011 เป็นต้น

3. กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์จากทุนท้องถิ่น นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มทุนท้องถิ่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และกลุ่มทุนนอกอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งกลุ่มหลังจะมีจำนวนที่มากกว่าอย่างชัดเจน โดยในกลุ่มแรก ได้แก่ อุรุพงศ์ รักษาสัตย์ เรื่อง *เพลงของข้าว (2558)* ที่ได้สตูดิโอผลิตภาพยนตร์และจัดจำหน่ายหนังอิสระอย่าง เอ็กตร้าเวอร์จิน มาเป็นโปรดิวเซอร์ให้ ส่วน พลอย พึ่งพงศ์ เรื่อง *ยองบ่าง (2560)* ได้กลุ่ม 15 ผู้จัดฉายหนังกลางแปลงดิจิตอลอีสานมาร่วมลงทุนในการผลิต

กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์จากทุนท้องถิ่นที่อยู่นอกอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น วิชชานนท์ สมอุ่มจารย์ เรื่องสิ้นเมษาฯ ได้รับทุนจาก องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น บริษัทอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัด และเทศบาลนครขอนแก่น อุเทน ศรีริวิ เรื่อง *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) ผู้บ่าวไทบ้าน 2 ตอน แจกข้าวหาแม่ใหญ่แดง (2559)* และ *ผู้บ่าวไทบ้าน 3 หมาน แอนด์ เดอะ คำผาน (2561)* ได้รับทุนท้องถิ่นจากนายทุนท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปในแต่ละเรื่อง นรินธ์ วังวรรธนะ เรื่อง *แสงสุดท้ายของอีเหี่ยน (2558)* ได้ทุนจากโรงสีข้าวในจังหวัดฉะเชิงเทรา สุรสีห์ ผาธรรม เรื่อง *มนต์รักขุมคำ (2559)* ได้รับทุนจากโรงเรียนขุมคำวิทยาคาร สุรศักดิ์ ป้องศร กับ ไทบ้านฯ ทั้ง 5 เรื่อง ได้รับทุนจากนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดศรีษะเกษ วรวุฒิ หลักชัย เรื่อง *ฮักมั่น (2560)* ได้รับทุนจากธุรกิจสวนน้ำเพลย์พอร์ต นัมเบอร์วัน นอกจากนี้ยังมีค่ายเพลงท้องถิ่นผลิตภาพยนตร์เรื่อง *ห่อหมกฮวก ไปฝากป้า (2562)* เพื่อสานต่อความสำเร็จจากผลงานเพลงในชื่อเดียวกัน เป็นต้น

แม้กลุ่มนี้จะมีความหลากหลายในเรื่องที่มาของทุนมากที่สุด ทั้งจากหมอ ผู้รับเหมา นักการเมือง โรงสี ร้านค้า สวนน้ำ สถานศึกษา รวมทุนจากชาวบ้าน แต่ก็เป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่มักจะเข้ามาอำนวยการผลิตแค่เรื่องเดียวแล้วก็หายออกไปจากวงการ แปรผันตามรายได้และความนิยมที่ได้รับจากภาพยนตร์เรื่องแรกของพวกเขา ในกลุ่มนี้ ที่นายทุนที่ยังคงสม่ำเสมอในการให้ทุนการผลิตนั้นมีเพียงรายเดียว คือ เสี่ยโต้ง สิริพงศ์ อังคสกุลเกียรติ ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องของกลุ่มไทบ้านฯ ส่วนในภาพยนตร์ของผู้กำกับรายอื่นที่ผลิตออกมาหลายภาคใกล้เคียงกับกลุ่มไทบ้านฯ อย่าง อุเทน ศรีริวิ กลับมีกลุ่มทุนที่ไม่แน่นอน บางเรื่องเป็นทุนท้องถิ่นและบางเรื่องเป็นสตูดิโอใหญ่

4. กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ด้วยทุนแบบผสมผสาน กลุ่มนี้ หากไม่ได้เป็นผู้ผลิตที่มีทุนทรัพย์เป็นจำนวนมาก ทุนที่ใช้ในการผลิตมักมีไม่เพียงพอ ผู้สร้างส่วนใหญ่มีการออกหาทุนเพิ่มในทุกช่องทางเท่าที่ตนจะสามารถหาได้ เลยเกิดส่วนผสมระหว่างทุนส่วนตัว ทุนต่างชาติ และทุนท้องถิ่น ผสมผสานกันในภาพยนตร์เรื่องเดียว เช่น อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล เรื่อง ลุงบุญมีระลึกชาติ มีทั้งทุนส่วนตัวผ่านบริษัทของตนเอง การร่วมทุนจากประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ยังได้รับทุนสนับสนุน 3.5 ล้านบาทจากกระทรวงวัฒนธรรม ประเทศไทยอีกด้วย กลุ่มไทบ้านฯ ของสุรศักดิ์ ป้องศร ในภาพยนตร์เรื่องหลัง ๆ ก็เริ่มมีการร่วมทุน อย่างใน *ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2 Part 1 (2561)* เป็นการร่วมทุนระหว่างสิริพงศ์ อังคสกุลเกียรติ กับคมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท มูฟวี่ พาร์ทเนอร์ จำกัด หรือเครือเอ็มวีพี ส่วน *ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563)* เป็นการร่วมทุนระหว่าง สิริพงศ์ อังคสกุลเกียรติ กับ จิรัฐ บวรวัฒนะ ผู้บริหารบริษัท บีเอ็นเค โฟร์ตี้เอท ออฟฟิศ จำกัด เป็นต้น

ผู้สร้างภาพยนตร์อิสระนั้น ต่างมีจุดประสงค์หรือเป้าหมายแตกต่างกันไป อาจเริ่มจากความปรารถนาในการเล่าเรื่องที่มาจากประสบการณ์ มุมมอง ต่อท้องถิ่นของตน หรืออาจมองในแง่ธุรกิจ หวังผลกำไรเป็นหลัก ซึ่งสุดท้ายก็รวมกันจนเกิดมาเป็นภาพยนตร์อีสานจำนวนมากมายในอุตสาหกรรม หากแบ่งภาพยนตร์กลุ่มอีสานแมสอออกตามจุดประสงค์จะแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ผู้สร้างที่ใช้ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการหารายได้ และผู้สร้างที่ใช้ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการผลักดันเศรษฐกิจในพื้นที่ชุมชน

กลุ่มผู้สร้างที่ใช้ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการหารายได้

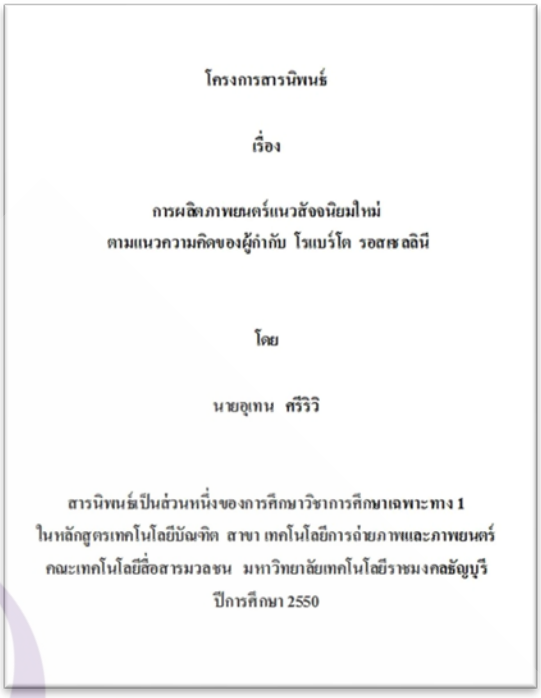
เมื่อมีการลงทุนลงแรง ปฏิเสธไม่ได้ว่าภาพยนตร์ทุกเรื่องล้วนต้องคาดหวังรายได้หรือผลกำไรเพื่อนำกลับไปหล่อเลี้ยงทีมงาน ไม่ต่างไปจากเป้าหมายของสตูดิโอขนาดใหญ่ ซึ่งเมื่อต้องการรายได้ ก็จะส่งผลมาถึงการพิจารณาเนื้อหาในการสร้าง โดยอาจดูจากแนวทางของภาพยนตร์ที่กำลังเป็นที่นิยม เนื้อหาที่ “ขาย” และมีความเสี่ยงในการขาดทุนน้อยที่สุด ผู้สร้างอาจต้องคำนึงถึงแผนการตลาดในส่วนของการติดต่อกับฐานคนดูและนายทุน เพื่อความแน่นอนในการทำรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของ อุเทน ศรีริวิ ที่มีทั้งการทำการตลาดผ่านเฟซบุ๊คแฟนเพจ รักษาฐานแฟนคลับผ่านการปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และฐานแฟนคลับนี่เอง จะช่วยกลายมา

เป็นกลุ่มผู้ชมและผู้ช่วยทำการตลาดผ่านการบอกต่อในพื้นที่ของพวกเขาให้ ในหัวข้อนี้จึงขอยกตัวอย่างกระบวนการการผลิตภาพยนตร์ของอุเทน ศรีริวิ ในภาพยนตร์เรื่อง ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ ซึ่งถือว่าเป็นภาพยนตร์อีสาน โดยผู้กำกับอิสระรายแรกที่สร้างกระแสอีสานใหม่ให้เกิดขึ้นในทศวรรษ 2550

อุเทน ศรีริวิ นั้น มีช่วงชีวิตวัยเด็กในจังหวัดขอนแก่นที่ผูกพันกับภาพยนตร์มาตลอดตั้งแต่ยุคของหนังกลางแปลง โรงภาพยนตร์แสตนอโลน วิดีโอ วีซีดี และสื่อที่เกี่ยวข้องอย่างหนังสือ นิตยสาร จนเป็นเหตุให้เขาตัดสินใจเดินทางเข้ากรุงเทพฯ เพื่อศึกษาต่อทางด้านภาพยนตร์ด้วยเหตุผลง่าย ๆ ว่า อยากเห็นชื่อตนเองขึ้นในตอนท้ายเรื่อง อุเทนเคยเล่าว่าแนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องแรกของเขานี้ ใช้เวลาการเดินทางเป็นเวลานานมาก ตั้งแต่ที่เขายังศึกษาในระดับปริญญาตรี

> *“ก่อนจะทำหนัง ‘ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้’ ผมศึกษาการผลิตภาพยนตร์แนวสัจจนิยมใหม่ (neo realism) ตามแนวคิดของผู้กำกับ โรแบร์โต รอสเซลลินี ตั้งแต่ปี 48 จนถึงปี 50 ก่อนลงมือเขียนบทหนังอีก 5 ปี กว่าจะจบโปรเจคก็เป็นเวลากว่า 10 กว่าปี การเดินทางของหนังเรื่องนี้มันช่างกินเวลาชีวิตผมเหลือเกิน” (อุเทน ศรีริวิ, 2559)*

ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงมาเป็นหนึ่งในรากฐานของการก่อร่างสร้างภาพยนตร์อีสานผ่านตัวอุเทน นอกจากงานวิจัยดังกล่าว ในการเรียนยังมีรายวิชาที่ได้ทดลองผลิตภาพยนตร์ผ่านรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น การผลิตภาพยนตร์ การผลิตภาพยนตร์ขั้นสูง ซึ่งให้ทั้งชั้นเรียนผลิตภาพยนตร์สั้นจำนวน 1 เรื่อง และเขาได้มีโอกาสรับหน้าที่เป็นผู้กำกับ จึงได้รับประสบการผลิตภาพยนตร์ด้วยระบบฟิล์ม นอกจากสถาบันที่เรียน เขายังเคยส่งภาพยนตร์เข้าประกวดในงานเทศกาลภาพยนตร์สั้น Thai Short Film and Video Festival ด้วย



โครงการสารนิพนธ์

เรื่อง

การผลิตภาพยนตร์แนวสัจจนิยมใหม่
ตามแนวความคิดของผู้กำกับ โรแบร์โต รอสซอลินี

โดย

นายอุเทน ศรีริวิ

สารนิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาการศึกษาเฉพาะทาง 1
ในหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขา เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2550

ภาพที่ 5.2 ปกสารนิพนธ์ระดับชั้นปริญญาตรีของอุเทน ศรีริวิ

ที่มา: อุเทน ศรีริวิ, 2559

ปัจจัยต่อมาคือปัจจัยด้านเทคโนโลยี ขณะเรียนชั้นปริญญาตรี เริ่มก้าวเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่าน กล้องดิจิทัล DSLR ที่ใช้ถ่ายภาพนิ่งเป็นหลักเริ่มมีความสามารถในการถ่ายวิดีโอได้ แม้จะถ่ายได้เพียงทีละช่วงสั้น ๆ แต่ก็ทำให้อุเทนเริ่มลงทุนซื้อกล้องดังกล่าวมาเพื่อรับงานเสริมคือการถ่ายภาพก่อนแต่งงาน (prewedding) ถ่ายสารคดี งานบุญ งานบวช เขากล่าวว่า สามารถทำรายได้ราวหกหมื่นถึงหนึ่งแสนบาทต่อเดือน จึงทำให้ความสนใจเรื่องการเรียนลดลง เมื่อเกิดปัญหากับคณะกรรมการคุมสอบเพื่อจบการศึกษา เขาจึงตัดสินใจเลิกเรียน และมุ่งมั่นรับงานอยู่ราว 1-2 ปี จากนั้นจึงเริ่มหยุดเพื่อลงมือเขียนบทภาพยนตร์

ปัจจัยเรื่องการตลาด เป็นสิ่งแรกที่เขามอง ในขณะนั้น มีภาพยนตร์อีสานที่ออกมาก่อนแล้ว เช่น แหยม ยโสธร ปัญญา เรณู หรือภาพยนตร์ไทย-ลาวอย่าง สะบายดีหลวงพะบาง และต่างก็ประสบความสำเร็จในแง่ที่ว่าเป็นภาพยนตร์อิสระที่ไม่ขาดทุนและยังสามารถทำกำไรได้ เขาจึงมองเห็นความเป็นไปได้ อีกทั้งเขายังสังเกตเห็นการขยายตัวของโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ไป

ยังไฮเปอร์มาร์ทอย่างบิ๊กซี โลตัส และมองว่าถ้ามีการขยายตัวต้องมีตลาด มีคนดูรออยู่อย่างแน่นอน จึงเริ่มตัดสินใจในการผลิตภาพยนตร์ดังกล่าว

ปัจจัยเรื่องสถาบันการศึกษา ส่งผลต่อเขาอีกครั้ง เนื่องมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ทำให้เขาต้องมองหากำลังการผลิตที่มีทักษะและประหยัดค่าจ้าง เขาจึงเดินทางไปที่จังหวัดมหาสารคาม เขาเล่าว่า ช่วงนั้นจะมีกลุ่มอีสาน ช็อต ฟิล์ม ของ ดร.อุ๋ย ผศ.ดร.ปรีชา สาคร แห่งนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคามที่กำลังเป็นที่รู้จัก เขาเลยตัดสินใจไปเริ่มต้นที่นั่นเพื่อเข้าร่วมกลุ่มและชักชวนนักศึกษาในกลุ่มมาช่วยงาน จนได้ภาพยนตร์ขนาดสั้นออกมาเรื่องหนึ่ง

เรื่องบังเอิญเกิดขึ้นเมื่อ เขาพยายามจะประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊คแฟนเพจและช่องยูทูปด้วยการตัดตัวอย่างของภาพยนตร์สั้นเรื่องดังกล่าวลงไปเพื่อเรียกน้ำย่อยก่อน แต่ปรากฏว่ากระแสตอบรับดีเกินคาด มีการแชร์และยอดวิวจำนวนมาก มีผู้กดติดตามราวหนึ่งแสนคน และมีผู้สนับสนุนซื้อเสื้อเขาราวพันตัว เขาตัดคลิปตัวอย่างเพิ่มอีก รวมเป็น 7 ตัว จนฟุตเทจที่ถ่ายไว้ไม่มีเหลือ เพื่อหล่อเลี้ยงแฟนคลับอยู่ราว 1 ปี เมื่อเขียนบทเป็นภาพยนตร์ขนาดยาวเสร็จ จึงเริ่มมองหานายทุนเพื่อผลิตเป็นภาพยนตร์ขนาดยาว แต่ด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจของสตูดิโอที่นิยมคัดเลือกผู้ผลิตจากผู้ที่มีชื่อเสียงมาก่อนหรือไม่ก็ต้องได้รางวัลจากการประกวดใด ๆ ซึ่งเขาไม่มีทั้ง 2 อย่าง จึงถูกปฏิเสธจากนายทุนอยู่ราว 2 ปี รวมเวลาที่เขาหล่อเลี้ยงฐานคนดูแบบที่ยังไม่มีภาพยนตร์ตัวเต็มทั้งสิ้น 3 ปี เขาจึงตัดสินใจลงทุนเอง

อุเทนกล่าวว่า คำว่าลงทุนเอง หมายความว่า มีเงินเท่าไหร่ ที่นาอยู่ที่ไหน มีสมบัติอะไร เขาเอามาขาย เอาไปจำนำหมดเพื่อการลงทุนในครั้งนี้ รวมแล้วได้แปดแสนบาท แต่ด้วยความที่เป็นมือใหม่ เมื่อทำไปทำมา ทุนหมด จึงไปชวนนักลงทุนท้องถิ่นมาลงทุนเพิ่มรวมได้ราว 2 ล้านบาท เมื่อได้ภาพยนตร์ฉบับเต็มที่พอใจแล้ว เขาจึงพบความจริงที่ตนไม่เคยรู้มาก่อนว่า ทำหนังเสร็จแล้วไม่ใช่ว่าจะได้ฉายเลย จากที่เคยเข้าใจมาตลอดว่า แค่ทำหนังให้เสร็จโรงภาพยนตร์ก็พร้อมรับไปฉาย แต่กลับไม่เป็นเช่นนั้น ตัวภาพยนตร์จึงค้างอยู่ที่ตัวเขาเป็นเวลานาน เนื่องจากผู้กำกับไม่ได้มีชื่อเสียงหรือผลงานใดมาก่อน อีกทั้งยังเป็นระบบการถ่ายที่เป็น DSLR ที่ยังเป็นระบบที่ใหม่และไม่เป็นที่รักของโรงฯในช่วงนั้น จึงทำให้โรงภาพยนตร์เครือใหญ่ไม่รับภาพยนตร์ของเขาไปฉาย

ปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้ภาพยนตร์ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ ได้ออกบินจากอ้อมกอดของผู้กำกับสู่โรงภาพยนตร์ ผู้วิจัยคาดว่าประกอบไปด้วยสาเหตุหลายประการ อาทิ 1) กระแสภาพยนตร์

อีสานที่สหมงคลฟิล์มสร้างไว้ตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2540 เริ่มกลายมาเป็นที่สนใจของผู้คนแล้ว 2) อินเตอร์เน็ตและปัจจัยเรื่องของสมาร์ทโฟนที่ราคาถูกลง ทำให้ประชาชนที่มีรายได้ปานกลางและรายได้น้อยได้มีโอกาสเข้าถึงสื่อบันเทิงออนไลน์มากขึ้น และพวกเขาเริ่มแสดงออกถึงความนิยมของตนผ่านยอดวิวในยูทูปและยอดไลค์ในเฟซบุ๊คแฟนเพจ สะท้อนความนิยมในเรื่องต่าง ๆ ของชาวอีสาน รวมถึงเรื่องของภาพยนตร์ด้วย 3) ในปี 2557 แม้สหมงคลฟิล์มจะมีการผลิตภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น แต่กลับไม่มีภาพยนตร์อีสานจากสหมงคลฟิล์มเข้าสู่อุตสาหกรรม สวนทางกับกระแสอีสานฟีเวอร์ที่กำลังมา โอกาสจึงวิ่งเข้ามาหาอุเทนในที่สุด ผ่านการแย่งตัวระหว่างสายหนัง 2 สายในภาคอีสาน อุเทน ศรีริวิ เล่าว่า

> *“คือ คือตอนนั้น กลิ่นหนังผมมันแรง ถ้าพูดถึงหนังกลางแปลง พูดถึงอะไร ก็จะโฟกัสหนังผมคนเดียวเลย แต่ว่า ตอนนั้นผมยังไม่ทันได้มีหนัง พอเริ่มถ่ายทำ เริ่มตัดต่อแล้ว กลิ่นความเป็น.. คนทำธุรกิจหนังเค้าจะรู้ว่า หนังแบบไหนมันจะมา-ไม่มา เหมือนกับธุรกิจเพลง คนก็จะรู้ว่า เพลงนี้มีแวว เพลงนี้อาจจะไม่มีแวว อะไรแบบนี้น่ะ ทีนี้ คนเขาโฟกัสหนังผมเยอะแล้วทีนี้ พอ พอจะเข้าฉายแล้ว มันไม่มีโรงฉาย ทำยังไงก็ไม่มีโรงฉาย อ่า มีพี่หมู พี่หมูเป็นสายหนังอยู่โคราช ซึ่งตอนนี้ผมก็ยังไม่รู้จักหน้าตาแกเลย แกโทรมาเบอร์ผมได้ไงก็ไม่รู้ แกโทรมาบอกว่าจะช่วย จะช่วยเอาหนังเข้าไปในโรง จะฉายอยู่โคราช จะฉายอยู่ในอีสานนี่แหละ วันนี้ผมตกลงกับพี่หมูแล้ว ‘โอเคครับ เดี๋ยวจะลองฉายดู’ คือตอนนั้น สิ้นหวังไปแล้ว โรงหนังไม่ได้เข้า แต่เค้าโทรมา ก็โอเค วันต่อมาเสี่ยอ๋า(MVP) โทรมา แกก็พูดคำแรก ‘มึงรู้มั้ยว่ากูเป็นใคร’ ‘ไม่รู้ครับผม’ ผมก็ตอบแบบนี้แหละ ‘มึงจะฉายมั้ยหนัง’ ‘ฉายครับแต่ว่าผมติดต่อ พี่ คนนึง’ ‘ไอ้หมูใช่มั้ย โคราชน่ะ ไอ้หมูมันก็ ลูกน้องกู นะ กู สิบปีกูไม่เคยโทรหาผู้กำกับคนไหนเลย’ ป๊าดโถ้ ทำไมแกรุ่นใหญ่จัง ในความรู้สึกนะ ‘เดี๋ยวหมูกูเคลียร์ให้’ แกพูดแบบนี้เนาะ ก็เลยฉาย เค้าก็เลยฉายให้” (สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2565)*

จากนั้น การฉายภาพยนตร์ก็กลายเป็นหน้าที่ของ MVP ผู้ดำเนินการจัดฉายและจัดจำหน่าย เริ่มจากรอบทดลอง 4 จังหวัด จังหวัดละโรง โรงละ 2 รอบ เกิดปรากฏการณ์โรงแตก เพิ่มรอบ เพิ่มโรง ภายหลังเมเจอร์ติดต่อนำเข้าไปฉายในกรุงเทพฯ จึงเกิดปรากฏการณ์ป่าล้อมเมืองขึ้นในที่สุด

ภาพที่ 5.3 ภาพการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เรื่องผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ ของเครือเมเจอร์

ที่มา: Major Group, 2557

ข้อเสียเปรียบของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระที่ไม่เคยมีผลงานมาก่อนนั้น คือขาดข้อได้เปรียบในการต่อรองกับผู้จัดฉายและผู้จัดจำหน่าย แม้อุเทนจะคิดว่ามองตลาดได้ครอบคลุมแล้ว และประสบความสำเร็จในการสร้างฐานแฟนคลับจนเกิดปรากฏการณ์คนดูล้นโรงเกิดขึ้นแล้ว แต่จุดอ่อนคือการจัดฉายและการจัดจำหน่าย เมื่อหาโรงฉายไม่ได้ มีใครยื่นข้อเสนอเข้ามาจึงต้องยอมรับไว้ก่อน ทำให้เมื่อผู้วิจัยทำการสอบถามถึงรายได้ที่กลับมายังตัวผู้กำกับจากภาพยนตร์ที่เขาจำหน่ายให้สายหนังไป เขากลับตอบว่าเป็นเรื่องที่ไม่อยากนึกถึง เพราะให้เขาไปแล้วก็ไม่รู้แล้วว่าเอาไปทำอะไรบ้าง และจบงานก็ได้กลับมาเพียงสี่แสนบาท ไม่ถึงครึ่งที่เขาลงทุนไปด้วยซ้ำ

เหตุนี้ ในผลงานเรื่องต่อ ๆ มาของอุเทน เราจึงไม่พบผู้อำนวยการสร้างที่เป็นสายหนังอยู่เลย แต่ด้วยชื่อเสียงจากภาพยนตร์ของเขาในภาคแรก จึงหาผู้สนับสนุนและติดต่อช่องทางการจัดจำหน่ายได้ไม่ยากอีกต่อไป สิ่งที่เขาได้ทิ้งไว้ให้ผู้กำกับอิสระรุ่นต่อมาจึงเป็นการทำการตลาดออนไลน์ และวิธีการเข้าหาและสร้างความเชื่อมั่นกับนายทุนด้วยตัวอย่างหนังและฐานแฟนคลับและเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย

ดังนั้น ผู้สร้างภาพยนตร์อิสระในกลุ่มนี้ จึงให้ความสำคัญกับเรื่องการจัดหาทุนในการผลิตเป็นอันดับแรก ซึ่งคมกฤษ ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า ข้อแตกต่างในด้านของการเตรียมตัวเพื่อไปสร้าง

ความเชื่อมั่นกับนายทุน เช่น ความน่าสนใจของเนื้อหา มีตัวอย่างหนังที่ทำให้เห็นภาพได้ อธิบายรู้เรื่อง จะเป็นตัวตัดสินว่าผู้สร้างมีโอกาสได้หรือไม่ได้ทุนเลยทีเดียว

อันดับต่อมา เป็นเรื่องของความสำเร็จจากการจัดฉายและจัดจำหน่าย เพราะหากไม่ประสบความสำเร็จหรือมีชื่อเสียงขึ้นมาจากการผลิตภาพยนตร์ในเรื่องแรก โอกาสได้ทุนในครั้งต่อไปก็จะยิ่งมีความยากมากขึ้น เพราะการลงทุนมีความเสี่ยง นายทุนจึงมักลดความเสี่ยงจากการให้โอกาสผู้กำกับที่มีแนวโน้มจะสามารถประสบความสำเร็จมากกว่าคนที่ไม่มีใครรู้จักซึ่งมีโอกาสจะล้มเหลว

ด้วยปัจจัยดังกล่าว ในกลุ่มนี้เองจึงมีผู้ที่เริ่มจากศูนย์ใความหมายที่ว่าไม่เคยเป็นดาราหรือไม่เคยเป็นที่รู้จักเลย แต่ยังได้รับโอกาสสร้างภาพยนตร์เรื่องต่อ ๆ มาอยู่เพียงไม่กี่คน ได้แก่ อุเทน ศรีริวิ ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว และ สุรศักดิ์ ป้องศร ซึ่งความสำเร็จของสุรศักดิ์ นั้นก็มาจากนายทุนเจ้าเดิมในเกือบทุกเรื่อง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมั่นหลังจากที่ภาพยนตร์เรื่องแรกของเขาประสบความสำเร็จนั่นเอง

กลุ่มผู้สร้างที่ใช้ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการผลักดันเศรษฐกิจในพื้นที่ชุมชน

ดังที่กล่าวถึงไปแล้วในบทที่ผ่านมา ว่ายังมีภาพยนตร์อีกกลุ่มหนึ่ง ที่ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรเป็นหลักอยู่ เช่นในยุคแรก มีภาพยนตร์ที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการต่อต้านคอมมิวนิสต์ หรือในยุคต่อมาที่มีภาพยนตร์เพื่อการเผยแพร่ศาสนาอย่าง “หนังพระเยซู” ไปฉายกลางแปลงตามหมู่บ้าน เป็นต้น และตั้งแต่ยุค 2550 เป็นต้นมา เกิดภาพยนตร์กลุ่มที่ผู้สร้างพยายามใช้เป็นเครื่องมือในการผลักดันเศรษฐกิจในพื้นที่ชุมชน เป็นภาพยนตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีเรื่องที่โดดเด่นในกลุ่มนี้อยู่ 2 เรื่อง ได้แก่ *อ้อมกอดเขมราฐ (2559)* และ *มนต์รักขุมคำ (2559)*

อ้อมกอดเขมราฐนั้น เกิดจากผู้กำกับต้องการยกระดับชุมชนที่ตนอยู่ให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่าง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน หรือ อ.เชียงคาน จ.เลย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังพื้นที่สนับสนุนให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้นและส่งผลย้อนกลับมายังธุรกิจในเครือของตนในที่สุด จึงเกิดเป็นภาพยนตร์เรื่องนี้ขึ้นมาที่ชัดเจนตั้งแต่ชื่อเรื่อง ที่เจาะจงพื้นที่เลยว่าเป็น อ.เขมราฐ จ.อุบลราชธานี นายแพทย์ฤทธ ปกกฤตยหริบุญ นายทุนและผู้กำกับเรื่องนี้ เล่าว่า

"หลังจากลาออกจากการเป็นหมอ ตอนแรกผมเริ่มทำร้านอาหาร ร้านกาแฟ ก็เริ่มมีคนมาเที่ยวนิด ๆ หน่อย ๆ ส่วนพี่สาวแท้ ๆ ของผมก็ทำรีสอร์ตด้วย ชื่อแลโขงริเวอร์รีสอร์ท (laekhongresort) ร้านอาหาร ร้านกาแฟ มันก็ได้ในระดับหนึ่ง การที่จะสื่อให้คนรู้จักเยอะๆ มันก็ไม่เยอะใช่มั้ยครับ ตอนนั้นเคยเขียนหนังสือขึ้นมาชื่อ ในอ้อมกอดเขมราฐ เป็นนวนิยาย เราเอาความรู้สึกที่เรามีต่อเขมราฐไปใส่ในตัวละครทุกตัว กำลังจะพิมพ์แต่มีปัญหาในเรื่องการพิมพ์ ก็เลยหยุดไว้ก่อน พอดีเราได้ไอเดียในการทำหนังด้วย ก็เลยเอาเนื้อหาในนวนิยายนั้น มาปรับเป็นหนังด้วยครับ เราทำหนังเพื่ออยากให้คนมาเที่ยว อยากให้คนรู้จักอำเภอเขมราฐมากขึ้น"

"เรารู้สึกดีกับที่เขมราฐ เราเลือกถูกแล้วที่มาทำงานที่นี่ เพื่อนๆ ที่เคยเลือกมาอยู่กัน แต่ตอนนี้ก็ไม่อยู่แล้วนะครับ มีเราคนเดียวยังอยู่ที่อำเภอเขมราฐ รู้สึกว่าเป็นเมืองที่อยู่แล้วมีความสุข (ยิ้ม) อีกอย่างรู้สึกว่าเราได้รับอะไรดี ๆ จากอำเภอนี้ เลยอยากจะทำให้อำเภอนี้เป็นอีกแลนด์มาร์คหนึ่งที่คนรู้จัก เวลาคนถามถึงเขมราฐจะได้รู้จักว่าเป็นยังไง อยู่ที่ไหน เพราะบางทีขนาดถามคนอุบลราชธานีกันเอง บางทีคนก็ยังไม่รู้จักเขมราฐ อำเภอไรวะ! อยู่ตรงไหน (ยิ้ม) เลยอยากทำหนัง อยากให้ทุกคนได้สัมผัสอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี" (ไทยรัฐออนไลน์, 2559)

หากเป็นไปตามที่ผู้กำกับให้สัมภาษณ์ไว้ว่าภาพยนตร์เรื่องนี้ลงทุนไปทั้งสิ้นราว 30 ล้านบาท ก็ถือว่าเป็นภาพยนตร์อีสานอิสระที่ใช้ทุนตนเองลงทุนไปมากที่สุดก็ว่าได้ โดยมีการลงทุนอย่างเต็มที่ในทุกรายละเอียด ตั้งแต่การจ้างผู้กำกับอย่างอุเทน ศรีริวิ มาเป็นผู้กำกับในช่วงแรก

"ตอนนั้น น้องบอย ไปอยู่กับเราตั้ง 6 เดือนที่เขมราฐ ไปรีเสิร์ชหาข้อมูล เตรียมพร้อมทำหนัง ตรงนั้นเราก็เลยได้เรียนรู้การทำหนังไปด้วย ตอนนี้ก็พอทำได้ ที่ต้องจ้างเขามาทำหนังเพราะเราไม่มีความรู้เรื่องหนัง แต่พอเขาทำไป มันสื่อไม่เหมือนอย่างที่เราคุย ๆ กันไว้ตั้งแต่แรก เขาจะสื่อแบบหนังของเขาไงครับ ไปเป็นแบบหนัง ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ แต่สิ่งที่เราต้องการจะให้เป็น มันเป็นอีกแบบหนึ่ง เขาไม่ถนัดก็เลยต้องแยกกันทำ เราเลยนำมาแก้กันใหม่"

ภาพที่ 5.4 โปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องอ้อมกอดเขมราฐ

ที่มา: อ้อมกอดเขมราฐ, 2559

แม้จะเป็นภาพยนตร์อิสระ และเป็นภาพยนตร์เรื่องแรกของผู้กำกับ แต่ก็มีการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างหนัก มีการดึงนักแสดงสาวชาวลาวมาร่วมแสดงด้วยเพื่อสื่อสารกับกลุ่มผู้ชมชาวลาวที่อาจกลายมาเป็นนักท่องเที่ยวในอนาคต มีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ทั้งการให้สัมภาษณ์ลงหนังสือพิมพ์ ออกรายการโทรทัศน์ เปิดเฟซบุ๊คแฟนเพจ อีกทั้งยังมีการร่วมมือกับค่ายเพลงแกรมมีโกลด์แต่งเพลงประกอบภาพยนตร์ในชื่อเดียวกับหนัง เรียกได้ว่ามีการทุ่มงบให้กับการประชาสัมพันธ์ไม่ต่างจากที่สตูดิโอใหญ่ทำ

ในส่วนของการจัดฉายและจัดจำหน่ายนั้น ผู้ลงทุนเป็นผู้ดูแลดูแลเองทั้งหมด มีทั้งการฉายโรงภาพยนตร์ โดยจัดงานแถลงข่าว ณ โรงภาพยนตร์เอสพลานาด รัชดาภิเษก และเมื่อลาโรงหนังก็ยังเดินทางต่อผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ จนถึงปัจจุบัน เช่น มีฉายทางช่อง 7 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2565

ภาพที่ 5.5 สัมภาษณ์รายการศิลป์สโมสร: อ้อมกอดเขมราฐ จากท้องถิ่นสู่แผ่นฟิล์ม (10 พ.ค. 59)

ที่มา: Thai PBS, 2559

นอกจากนี้ เมื่อเป้าหมายหลักคือการประชาสัมพันธ์เขมราฐ ฤทธจึงมีการใส่กิจกรรมเอกลักษณ์ลงไปในภาพยนตร์ เช่น การเต้นประกอบเพลงอ้อมกอดเขมราฐ บริเวณถนนคนเดินเขมราฐ ซึ่งต่อมากลายเป็นกิจกรรมที่ต้องจัดทุกปีในเกือบทุกเทศกาล และมีการถ่ายคลิปดังกล่าวลงเพจอย่างสม่ำเสมอ และภายหลังเพจภาพยนตร์ถูกพัฒนาให้กลายเป็นเพจการท่องเที่ยวเขมราฐอย่างไม่เป็นทางการที่ยังคงมีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอด และมีผู้ติดตามราวหนึ่งแสนสามหมื่นคน และความสำเร็จของกิจกรรมบนถนนคนเดินนี่เอง เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ให้คนในอำเภอเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวและร่วมมือร่วมใจพัฒนาเขมราฐในเวลาต่อมา

> *"คอนเซปต์ของอำเภอเขมราฐ คือเราไม่ต้องการทำให้เป็นเมืองใหญ่ เราต้องการเมืองน่ารัก ต้องการให้คนมาเยี่ยมเราบ้าง เราอยากจะมีพื้นที่ในสังคม เพื่อให้คนรู้จักมากขึ้น คนในอำเภอเขมราฐ จะมีสองกลุ่มคือ กลุ่มการเมือง และไม่การเมือง อย่างการเมืองมาแล้วก็ไปนะครับ เราก็จะไปคุย ๆ กับอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ใช่การเมือง เพื่อหาทางช่วยกันพัฒนาเพราะจะยั่งยืนกว่า เราพยายามหาทุนกันเอง รวบรวมเงินกันเอง เพื่อจัดให้มีกิจกรรมตลอด เช่น มีการเดินแบบผ้าเก่า ฯลฯ"*

ภาพที่ 5.6 โปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องมนต์รักขุมคำ

ที่มา: มนต์รักขุมคำ, 2559

ภาพยนตร์อีกเรื่องที่มีความชัดเจนว่าวางตำแหน่งของตนไว้ให้เป็นภาพยนตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ มนต์รักขุมคำ มีข้อความเขียนไว้บนโปสเตอร์อย่างชัดเจนว่า ตื่นตาตื่นใจกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่ “ภูฆ้องคำ 109 เสาเฉลียง” บ้านขุมคำ อ.กุดข้าวปุ้น จ.อุบลราชธานี และในตัวภาพยนตร์ก็เน้นสถานที่ดังกล่าวในการเล่าเรื่องรวมถึงเป็นสถานที่หลักในตอนจบของเรื่อง ในส่วนของปัจจัยเรื่องทุน แม้จะมีชื่อของสุรสีห์ ผาธรรมมาเป็นผู้อำนวยการสร้าง แต่โปสเตอร์ก็เขียนว่านายทุนที่แท้จริงคือผู้อำนวยการโรงเรียนขุมคำวิทยาคาร ผ่าน บริษัท ลงขันไม่จำกัด นอกจากนี้ ยังมีการเกณฑ์ครูและนักเรียนในโรงเรียนมาเป็นนักแสดงอีกด้วย จึงเป็นภาพยนตร์อีสานอิสระที่อยู่คนละฝั่งกับอ้อมกอดเขมราฐทั้งในเรื่องงบประมาณและทีมงาน

ในส่วนของการจัดฉายและจัดจำหน่าย มนต์รักขุมคำจัดฉายในโรงเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ยิ่งเจริญปาร์ค จ.อุบลราชธานี เป็นหลัก และด้วยความที่สุรสีห์เป็นที่รู้จักจากการเป็นผู้กำกับท้องถิ่นอีสานยุคแรก และมีเครือข่ายสายสัมพันธ์ที่ได้สร้างเอาไว้พอสมควร ทำให้มนต์รักขุมคำออก

เดินสายไปฉายต่อในโรงของสายหนังภาคอีสานอย่างเนวาด้าบางโรง และเอ็มวีพีบางโรง มีการเกณฑ์นักเรียนนักศึกษาเป็นหมู่คณะมาชม เขาพาภาพยนตร์ไปออกงานต่าง ๆ ทั้งในไทยและต่างประเทศ เช่น เทศกาลหนังเมืองแคน เทศกาลฮูปเงาจำปาสักครั้งที่ 1 ที่ประเทศลาว เป็นต้น ทุกกิจกรรมมีการอัพเดทลงเพจ ในช่วงท้ายของการเดินทางของภาพยนตร์เรื่องนี้ มีการออกฉายไปทั่วประเทศผ่านการฉายหนังกลางแปลง และถูกสายหนังภาคเหนือซื้อลิขสิทธิ์ไปฉายผ่านช่องทางยูทูปของพระนครฟิลม์

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในเรื่องนี้ สถาบันการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในเกือบทุกกระบวนการตั้งแต่ร่วมลงทุนการผลิต ร่วมแสดง ไปจนถึงการรวมพลกันไปเป็นผู้ชม รูปแบบเหล่านี้ ผู้วิจัยไม่มั่นใจว่าพบเจอในภูมิภาคอื่นหรือไม่ แต่ลักษณะร่วมแรงร่วมใจเช่นนี้สอดคล้องกับลักษณะของชุมชนอีสานดั้งเดิม คือช่วยเหลือเกื้อกูล ซึ่งพบการชักชวนนักเรียนนักศึกษามาช่วยงานในภาพยนตร์อีสานหลายเรื่อง อย่างฮักนะสารคาม คนไฟบิน ฮักมั่น เป็นต้น และผู้วิจัยไม่พบลักษณะแรงงานอาสาเช่นนี้ในกลุ่มสตูดิโอ และจากสภาพสังคมในปัจจุบัน มีแนวโน้มว่าภาพยนตร์อิสระในอนาคตอาจจะไม่สามารถดำเนินการด้วยการประหยัดงบประมาณผ่านแรงงานอาสาเช่นนี้ได้อีก จึงต้องคำนึงถึงเรื่องของงบประมาณมากขึ้นไปกว่าเดิม แม้ผู้สร้างจะไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรจากการสร้างภาพยนตร์มากเท่ากับส่งเสริมการท่องเที่ยวก็ตาม

สรุป

อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน มีทั้งผู้เล่นฝั่งสตูดิโอและผู้ผลิตอิสระเข้ามาชิงส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ตลอดตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา ด้วยปริมาณการผลิตและการทำการตลาดที่สม่ำเสมอของสตูดิโอใหญ่อย่างสหมงคลฟิล์มในช่วงต้นทศวรรษ 2550 ทำให้กระแสภาพยนตร์อีสานรวมพลังกับสื่ออื่น ๆ ในช่วงเวลาที่ถึงพร้อมด้วยปัจจัยด้านเทคโนโลยี ทำให้เกิดกระแสอีสานฟีเวอร์ขึ้นมา ดังนั้น ในแง่นี้ สตูดิโอจึงมีผลเป็นบวกต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน

นอกจากนี้ วิธีคิดแบบสตูดิโอที่มุ่งหมายผลกำไร นำไปสู่การแสวงหาวิธีการดำเนินงานต่าง ๆ ที่นำไปสู่ความคุ้มค่าในการลงทุนก็เป็นแนวคิดที่ถูกนำมาปรับใช้ในระบบอิสระ โดยเฉพาะกับนายทุนท้องถิ่น ที่ผู้ขอทุนต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นายทุนได้ ไม่ว่าจะจากตัวอย่างหนัง ฐานแฟนคลับ ระดับชื่อเสียง หรือผลงานที่ผ่านมา เป็นต้น และเมื่อผลิตจนเสร็จสิ้น ตัว

ภาพยนตร์เองก็ต้องสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้จัดฉายและจัดจำหน่ายอีกด้วย เมื่อผ่านขั้นตอนนี้ได้ ภาพยนตร์จึงได้ออกไปพบกับผู้ชม

แม้ในที่สุด ภาพยนตร์บางเรื่องอาจไม่ประสบความสำเร็จ แต่การเปิดพื้นที่ให้ผู้สร้างอิสระได้เข้ามามีโอกาสเข้ามาถ่ายทอดมุมมองในแบบใหม่ ๆ ก็เหมือนกับเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมได้พบเจอกับผู้กำกับอย่าง อุเทน ศรีริวิ สุรศักดิ์ ป้องศร ฉันทนา ทิพย์ประชาติ ที่แม้จะมีจำนวนไม่มาก แต่สุดท้ายก็กลายมาเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนอีสานแมสอีสานใหม่ในปัจจุบัน

บทที่ 6
ภาพอีสานใหม่ในภาพยนตร์

เนื้อหาในบทนี้ จะวิเคราะห์ลึกลงไปยังเนื้อหาของภาพยนตร์อีสานใหม่ซึ่งมีบทบาทในการประกอบสร้างความหมายของท้องถิ่นและคนอีสานแบบใหม่ ๆ มาสู่ผู้ชมทั้งในและนอกอีสาน โดยในส่วนแรก จะทำการกล่าวถึงภาพอีสานในภาพยนตร์ทั้งก่อนและหลังปี 2550 เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการว่าสำนึกความเป็นอีสานในอดีตถูกมองอย่างไร ปัจจุบันเมื่ออีสานแมสแล้ว ภาพอีสานเปลี่ยนไปอย่างไรทั้งในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ โดยใช้ข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์อีสาน

ในส่วนต่อมา ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การประกอบสร้างความเป็นอีสานในภาพยนตร์เพื่อทำให้เห็นลึกลงไปในรายละเอียดว่าภาพของอีสานที่ไหลเลื่อนและหลากหลายที่เรียกว่าอีสานใหม่นั้นเกิดขึ้นจากกลวิธีของภาษาภาพยนตร์และโครงสร้างการเล่าเรื่องอย่างไร โดยนำเสนอผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา (textual analysis) ภาพยนตร์ 3 กลุ่ม คือ อีสานตลก อีสานแฟนตาซี และอีสานในเมือง ประกอบด้วยภาพยนตร์ 6 เรื่อง ได้แก่ *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561) ร่างทรง (2564) รักหนูมั้ย (2563)* และ *อ้าย..คนหล่อลวง (2563)*

ผลการศึกษาในบทนี้แสดงให้เห็นว่า ภาพยนตร์มีบทบาทในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ถูกใช้ในการต่อรองความหมายของความเป็นอีสาน โดยเฉพาะตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา ภาพยนตร์ได้นำเสนอภาพของคนอีสานและดินแดนอีสานที่ท้าทายหรือต่อรองกับภาพแบบฉบับตายตัวที่ถูกสร้างขึ้นในสังคมมาอย่างยาวนาน ทั้งในเชิงสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ระดับของการต่อรองนั้นมีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบการนำเสนอของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง รวมทั้งมีการใช้องค์ประกอบในการเล่าเรื่องที่แตกต่างกันในการต่อรองความหมายดังกล่าว

6.1 ภาพยนตร์อีสานและภาพอีสาน

สำนึกความเป็นอีสานนั้น เริ่มมีขึ้นหลังจากที่ความเป็นภูมิภาคได้ถูกส่งไปยังส่วนต่าง ๆ ในภาคอีสานผ่านข้าราชการ แบบเรียน และการสื่อสารในช่องทางต่าง ๆ ทั้งจริงจังและบันเทิง อย่างหนังสือ นิตยสาร เพลง ละคร หรือภาพยนตร์ ดังนั้น ก่อนทศวรรษ 2550 คนในภูมิภาคอีสานได้มีสำนึกอีสานเกิดขึ้นแล้ว นั่นคือเริ่มมีสำนึกว่าตนเองเป็นคนพื้นที่ภาคอีสาน หากแต่ยังเป็นอีสานที่เป็นชนบท บ้านนอก ที่ต้องการการเข้าไปพัฒนา จนกระทั่งหลังปี 2550 ที่เทคโนโลยีเข้าถึงผู้คนทั่วไปในภูมิภาค อีสานเริ่มแมส การสื่อสารถึงความเป็นอีสานในแบบที่หลากหลายและเลื่อนไหลมากขึ้นจึงเริ่มเกิดขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ผู้คนทั่วไปสามารถผลิตเองได้ และค่อย ๆ กลายมาเป็นภาพลักษณ์แบบใหม่ ๆ ให้กับชาวอีสาน

สำนึกความเป็นอีสาน ก่อนปี 2550

> *“ลักษณะการปกครองแต่เดิม นิยมให้เป็นอย่างประเทศราชาธิราช (Empire) อันมีเมืองคนต่างชาติต่างภาษาเป็นเมืองขึ้นอยู่ในพระราชอาณาเขต จึงถือว่าเมืองชายพระราชอาณาเขตมณฑลนั้นเป็นเมืองลาว และเรียกชาวเมืองซึ่งอันที่จริงเป็นชนชาติไทยว่าลาว แต่ลักษณะการปกครองอย่างนั้นพ้นเวลาอันควรแล้ว ถ้าคงไว้จะกลับให้โทษแก่บ้านเมือง จึงทรงพระราชดำริให้แก้ไขลักษณะการปกครองเปลี่ยนเป็นอย่างพระราชอาณาเขต (Kingdom) ประเทศไทยรวมกัน”* สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ (ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์, 2546)

อีสานแต่เดิมนั้นมีฐานะเป็นประเทศราช นโยบายรวมศูนย์อำนาจในปี พ.ศ. 2435 ในรัชสมัยของพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นต้นมา ทำให้อีสานถือกำเนิดขึ้นในฐานะส่วนหนึ่งของประเทศไทย แม้กระบวนการรวมศูนย์จะไม่ได้เป็นไปอย่างราบรื่น เกิดการต่อสู้จากประชาชนในพื้นที่ที่มีอยู่อย่างหลากหลายเผ่าพันธ์จากนโยบายที่เข้มงวด เช่น ห้ามไม่ให้อ่านเขียนหนังสือตัวลาว ไม่ให้พูดลาว ไม่ให้เป่าแคน ถึงขั้นลงมือตัดต้นหมาก ตัดเครือพลู ไม่ให้เคี้ยวหมาก (ไผท ภูธา, 2554) แต่ก็ได้ถูกปราบไปจนหมด

ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์ (2546) กล่าวว่า ผลของนโยบายการรวมอำนาจเข้าสู่ศูนย์กลางนี้ส่งผลต่อการเกิดสำนึกท้องถิ่นในความหมายเชิงพื้นที่และภูมิภาคนิยมในเวลาต่อมาอีกด้วย ดารารัตน์ ยกตัวอย่างจากบทความในหนังสือพิมพ์ช่วง พ.ศ. 2471 -2472 ว่า มีผู้ใช้นามแฝงที่เกี่ยวพันกับท้องถิ่นของตนในการเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์ เช่น “แม่น้ำโขง” “ชาวบ้านดง”/จังหวัดขอนแก่น “เสือตะวันออก” “ณ โคราช” และยังได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปกครองที่มีขึ้นในท้องถิ่นของตนอีกด้วย สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงสำนึกในท้องถิ่นและภูมิภาคได้เริ่มมีขึ้นแล้ว

รัฐชาติใหม่กำหนดมาจากการปักปันเขตแดน ทุกคนที่อยู่ภายในขอบเขตที่ปักปันขึ้นและได้รับ”สัญชาติ” คือสมาชิกของชาติและเป็นพลเมืองของรัฐ หน้าที่ของรัฐไม่ใช่แต่เพียงให้ความคุ้มครอง แต่ต้องบรรลุถึง“ความเจริญ”ด้วย เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ดังกล่าว จึงต้องสร้างโทรเลขและทางรถไฟ จัดการกับกิจการศาสนาและการศึกษา เพื่อปรับปรุงวิธีคิดของประชาชน และจัดหาบริการด้านสาธารณสุข เพื่อให้มีสุขภาพดีมีความสามารถเพิ่มขึ้น รัฐมีความชอบธรรมที่จะแทรกแซงชีวิตของพลเมืองมากกว่าเดิม ประชาชนต้องสัมพันธ์กับข้าราชการที่แต่งตั้งมาจากส่วนกลาง ข้าราชการเข้ามาเก็บภาษี สำรวจสำมะโนประชากร มาตรวจตรา มาเกณฑ์ทหาร และอื่น ๆ อีกมากมาย ประชาชนต้องยอมรับโครงการที่ส่งมา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องศาสนา การศึกษา และการเรียนรู้ที่จะเป็น “พลเมือง” (เบเคอร์ และผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2559)

หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง 2475 อีสานแสดงบทบาททางการเมืองสำคัญอย่างต่อเนื่อง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอีสานที่แสดงจุดยืนทางการเมืองที่สนับสนุนระบอบประชาธิปไตย ผ่านการสนับสนุนนายปรีดี พนมยงค์ "สี่รัฐมนตรีอีสาน" ถูกสังหารในช่วงรัฐบาลเผด็จการหลังการสวรรคตของรัชกาลที่ 8 นักการเมืองอีสานเริ่มเข้ามามีความเกี่ยวพันอย่างแน่นแฟ้นกับการเมืองระดับชาติและการเมืองของการปลดพันธนาการจากเจ้าอาณานิคมตะวันตกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ยุกติ มุกดาวิจิตร, 2565)

ในยุคสมัยจอมพลป. พิบูลสงคราม มีการพัฒนาประเทศที่ทำให้อีสานล้าหลังทางเศรษฐกิจ พรรคการเมือง "ฝ่ายซ้าย" ซึ่งมีสมาชิกที่มีบทบาทมาก ส่วนใหญ่มาจากอีสาน กลายเป็นพลังต่อรองทางการเมืองที่พัฒนาขึ้นมาจากอัตลักษณ์ "อีสานนิยม" อย่างชัดเจน คายส์. (2556) กล่าว

ว่า *"พวกเขาไม่ได้รับความเป็นธรรมจากไทยภาคกลางโดยรวมและจากรัฐบาลกลาง" "อคติทางการเมืองจากไทยภาคกลางเป็นอาการที่บ่งบอกถึงอคติทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมมากกว่า"*

ภาพอีสานในภาพยนตร์อีสานเรื่องแรก

แม่ศรีเมือง (2484) เป็นภาพยนตร์อีสานเรื่องแรกท่ามกลางสถานการณ์ทางการเมืองทั้งภายในละภายนอกประเทศ แม้จะเป็นภาพยนตร์จากชาวอีสานด้วยกัน แต่ในอีกบทบาท นายเลียงที่เป็นผู้กำกับ เขียนบท รวมถึงเป็นผู้อำนวยการสร้างก็เป็นผู้แทนราษฎรอีกด้วย จึงไม่แปลกที่จะมีเนื้อเกี่ยวกับการเมืองและความเป็นชาติ โดยเรื่องย่อแม่ศรีเมือง (ทิพย์วัลย์ ประยูรสุข, 2557) มีดังนี้

> *"หลังจากสามีเสียชีวิต ศรีเมือง จึงแต่งงานกับ หลวงภรตชำนาญ ศรีเมืองมีลูกติดชื่อประดิษฐ์ เช่นเดียวกับชำนาญก็มีลูกสาวชื่อ วารินทร์ ชีวิตคู่ของทั้งสองราบรื่นได้ไม่นานก็เกิดปัญหา เนื่องจากชำนาญเริ่มติดเหล้าและการพนันอย่างหนักจนเป็นหนี้สินจึงต้องย้ายถิ่นฐานไปอยู่ที่จังหวัดอุบลราชธานี หลังจากนั้นไม่นาน ศรีเมืองก็ฆ่าตัวตาย ประดิษฐ์และวารินทร์ต้องออกไปทำงานเพื่อหาเลี้ยงตัวเอง แต่ต่อมาบ้านเมืองก็เข้าสู่ภาวะสงคราม ประดิษฐ์ถูกเกณฑ์เป็นทหารไปรับใช้ชาติ แต่ประดิษฐ์กลับขายชาติจึงถูกจับและถูกตัดสินประหารชีวิตในภายหลัง"*

เนื่องจากตัวภาพยนตร์ไม่สามารถหาชมได้แล้ว จึงไม่สามารถดูความเป็นอีสานในภาพยนตร์ได้ แต่จากเรื่องย่อ ข้อสังเกตคือ เนื้อหาในเรื่องย่อให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องของการรับใช้ชาติ โทษของการขายชาติ ซึ่งวาทกรรม "ชาตินิยม" นั้นเป็นวาทกรรมที่ถูกใช้ในช่วงสร้างชาติหลังเปลี่ยนชื่อประเทศจาก 'สยาม' เป็น 'ไทย' ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ปี พ.ศ. 2482 ภาพยนตร์อีสานเรื่องแรกจึงถือเป็นภาพยนตร์ที่เกิดขึ้นภายใต้บริบททางการเมืองทั้งในแง่ของกลุ่มทุน ผู้สร้าง และเนื้อหา

แม้จะมีภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ยุคเปลี่ยนแปลงการปกครองใหม่ ๆ แต่หลังจากที่ญี่ปุ่นยกพลขึ้นไทยวันที่ 8 ธันวาคม 2484 ทำให้วงการภาพยนตร์ซบเซาจนสามารถกล่าวได้ว่า ช่วง

สงครามโลกครั้งที่ 2 ในเมืองไทย ตั้งแต่ปี 2485-2488 แทบไม่มีหนังไทยเกิดขึ้นเลย (The Isaander, 2562)

ต่อมา การยึดอำนาจของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัตน์ ได้เปลี่ยนโฉมหน้าอีสานด้วยโครงการพัฒนาอีสาน หากแต่โครงการเหล่านี้ถูกต่อต้านจากประชาชน จนในท้ายที่สุด เป้าหมายหลักของการพัฒนาต้องเปลี่ยนไปเป็นการแก้ปัญหาการเมืองในภูมิภาคเพื่อป้องกันภัยคอมมิวนิสต์ มากกว่าเพื่อแก้ไขปัญหาปากท้องของประชาชน พวกเขาเผชิญหน้ากับอคติและความอยุติธรรมอย่างสม่ำเสมอ คนอีสานจึงต่อสู้กับกระแสที่หน่วงรั้งพัฒนาการของสังคม ด้วยวิถีทางที่ก้าวหน้ามาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน เป็นโครงสร้างความรู้สึกคับแค้นใจที่พัฒนาไปเป็นอัตลักษณ์อีสานนิยม และมีบทบาทในด้านที่ก้าวหน้าของการเมืองสยามประเทศไทยมาตลอด การเกิดขึ้นมาของขบวนการคนเสื้อแดงในภายหลัง สอดคล้องอย่างยิ่งกับการขยายตัวของชนชั้นกลางใหม่ในอีสาน และพัฒนาการของอัตลักษณ์เฉพาะตัวของชาวอีสาน (ยุกติ มุกดาวิจิตร, 2565)

ภาพยนตร์เพื่อชีวิตอีสาน

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคอีสานคือ การสร้างถนนทางหลวงหลายสายในภาคอีสาน ภายในภาคอีสาน และเชื่อมกับจังหวัดอื่น ๆ ในทศวรรษ 2490 ถนนมีผลต่อการผนวกรวมกับเศรษฐกิจกรุงเทพฯ และแห่งชาติ มีผลต่อการขยายตัวการผลิตเพื่อการค้าเชิงพาณิชย์เข้ามาแทนที่เศรษฐกิจแบบยังชีพ และมีผลต่อการขยายตัวของตลาด การผลิตข้าวและพืชไร่เพื่อส่งออก การย้ายถิ่นจากชนบทสู่เมือง (พอพันธ์ อุยยานนท์, 2558)

ในทศวรรษ 2510 เริ่มมีภาพยนตร์ที่กล่าวถึงประชาชนคนธรรมดา ชนชั้นแรงงาน และภาพยนตร์อีสานเริ่มกลับเข้าสู่ตลาดอีกครั้ง เช่น *ภูพานอย่าร้องไห้ (2510) ลาวแพน (2511) 4 สิงห์อีสาน (2512) เสือภูพาน (2012) ชาติลำชี (2013) สองฝั่งโขง (2515) บัวลำภู (2516) ตะวันรอนที่หนองหาร (2517) ทุ่งใหญ่อินทนนท์ (2517) อีสาน (2517) ทองปาน (2519) ลาวคำหอม (2519)* ข้อสังเกตคือ เป็นส่วนผสมระหว่างภาพยนตร์การเมืองที่มีอิทธิพลมาจากสงครามต่อต้านคอมมิวนิสต์ของสหรัฐอเมริกา และภาพยนตร์เพลง ซึ่งเริ่มเป็นที่นิยมอย่างมาก หลังจากการเสียชีวิตของมิตร ชัยบัญชา ในปี 2513 ซึ่งถือว่าเป็นการปิดยุค มิตร-เพชรา ดาราคู่ขวัญอย่างเป็นทางการ เปิด

โอกาสให้ผู้สร้างหน้าใหม่เริ่มเข้าสู่วงการ และเริ่มเปลี่ยนจากยุคภาพยนตร์ 16 มิลลิเมตร พากย์ไทย ไปสู่มาตรฐาน 35 มิลลิเมตร เสียงในฟิล์ม

ปลายทศวรรษนี้เอง เริ่มเกิดบทเพลงลูกทุ่งที่มีการพูดถึงชีวิตชาวอีสาน เช่น ในบทเพลงของสนธิ สมมาตร หนุ่มอุบลราชธานี ที่ต่อมาเพลงของเขาถูกนำไปประกอบภาพยนตร์เพลงชื่อดังเรื่องแรกของอีสาน คือ *มนต์รักแม่น้ำมูล (2520)* ตัวอย่างเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความด้อยอารยะของชาวอีสานพลัดถิ่นที่ต้องมาต่อสู้ในเมืองกรุงในเพลงสนธิ เช่น เพลงลูกทุ่งคนยาก ที่มีเนื้อร้องว่า *"ผมจร รอนแรมจากลุ่มน้ำมูล ทิ้งถิ่นดอกคูณ เพราะความรู้น้อยต่ำต้อยเพียงดิน เอาเสียงสวรรค์สร้างสรรค์ด้านศิลปิน เป็นนักร้องลูกทุ่งพลัดถิ่น หากินอยู่กับเสียงเพลง"*

เพลงนี้เขียนเนื้อร้องโดย ครูสุรินทร์ ภาคศิริ จากอำนาจเจริญ แต่ด้วยการมองชาวอีสานตามกรอบคนเมืองที่มองว่าอีสานเป็นผู้ด้อยพัฒนาเช่นในเพลงนี้และอีกหลาย ๆ เพลงที่ออกมาในยุคนี้เอง ทำให้ถูกมองว่าแม้จะเป็นชาวอีสาน แต่ได้กลายเป็นตัวแทนของเมืองที่ส่ง 'ข่าวสาร' ของเมืองไปสู่บ้านอีกทีหนึ่ง (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2557)

หลังจากความสำเร็จของมนต์รักแม่น้ำมูล ดวงกมลมหรสพ ได้สร้างปรากฏการณ์อีกครั้งผ่าน *ครูบ้านนอก (2521)* ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมในชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างจริงจัง กำกับโดย สุรสีห์ ผาธรรม ที่เคยเป็นผู้อำนวยการสร้าง มนต์รักแม่น้ำมูล ร่วมกับ กมล กุลตังวัฒนา ครูบ้านนอกประสบความสำเร็จจนได้รับ การประสบความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องนี้เอง กลายมาเป็นต้นแบบของการบอกเล่าภาพตัวแทนความเป็นอีสานผ่านความแร้นแค้น ลำเค็ญ

ภาพที่ 6.1 ภาพอีสานจากภาพยนตร์เรื่องครูบ้านนอก

ที่มา: หอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน), 2562

“ครูบ้านนอก เป็นเรื่องที่ปลุกกระแสหนังอีสานเป็นครั้งแรกของประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย ด้วยการนำเสนอสภาพแร้นแค้นของอีสาน สะท้อนสังคมยุคนั้น ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ ภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้นตามหลังมักหยิบประเด็นเช่นนี้มาเล่าด้วย และถือเป็นหนังที่ทำให้ดวงกมล มหรสพ ได้ทำภาพยนตร์ต่ออีกหลายเรื่องเช่นกัน” (สัมภาษณ์ พุทธพงษ์ เจียมรัตตัญญู ใน The Isaander, 2562)

การผลิตซ้ำภาพลักษณ์อีสานดังกล่าว ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ของพงษ์ศักดิ์ สุรสีห์ ดวงกมลมหรสพ และในภาพยนตร์ที่ผลิตออกมาหลังจากนั้นอีกหลายเรื่อง เช่น *ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ (2522)* กำกับโดย พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา ผลิตโดย เพื่อนโปรดักชั่น พูดถึงรากเหง้าของอีสานด้วยการหยิบนิทานท้องถิ่นอย่าง ‘ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่’ มาทำเป็นภาพยนตร์ *ทุ่งกุลาร้องไห้ (2524)* กำกับโดย กฤษณพงษ์ นาคธน ผลิตโดย ดวงกมลมหรสพ เล่าชีวิตอันแร้นแค้นของชนกลุ่มน้อยอย่างชาวกุลาหรือตองสู ซึ่งเดินทางค้าขายในทุ่งกุลา ที่ราบที่ใหญ่ที่สุดของภาคอีสาน

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดุสิต เอื้อสามาลย์ (2536) ที่ศึกษา สภาพสังคมอีสานจากภาพยนตร์ไทยระหว่างปี พ.ศ. 2520-2526 ได้แก่ มนต์รักแม่น้ำมูล ฟ้าสางที่ฝั่งโขง มนต์รักลำน้ำพอง ลูกอีสาน สวรรค์บ้านนา นักเลงหมอลำ ครูบ้านนอก หนองหมาว้อ ประชาชนนอก และก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ พบว่า

1. สภาพเศรษฐกิจ ภาคอีสานเป็นภาคที่ประชาชนยากจนมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากความแห้งแล้งและความเอารัดเอาเปรียบของพ่อค้าคนกลางและนายทุน จะเห็นได้จากชาวนา เมื่อฝนแล้งอาหารไม่พอกิน ต้องดิ้นรนต่อสู้ บางคนต้องหันหาอาชีพอื่น เช่น อาชีพรับจ้าง อาชีพขับรถบรรทุก อาชีพขับรถแท็กซี่ และอาชีพโสเภณี

2. สภาพความแตกต่างทางสังคม เห็นได้จากการให้บริการของเจ้าหน้าที่ของรัฐ และการเอารัดเอาเปรียบของผู้มีอิทธิพล ด้านการให้บริการของรัฐแก่ประชาชน คนยากจนจะไม่ได้รับความสะดวกเหมือนคนร่ำรวยหรือผู้เป็นข้าราชการ คนจนขาดการเหลียวแล ด้านการสาธารณสุขและการแพทย์ ผู้มีเศรษฐกิจดีมักเอาเปรียบคนยากจนด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การให้ยืมเงินในอัตราดอกเบี้ยสูงและการกดราคาค่าแรงงานและค่าผลผลิต

3. สภาพค่านิยมและความเชื่อของสังคม แสดงให้เห็นถึงความนิยมทางวัตถุ ทุกคนต้องการความสะดวกสบายและความเป็นอยู่ที่ดีโดยลืมนึกถึงความถูกต้องและเหมาะสม วัฒนธรรมพื้นบ้านถูกละเลย ชาวอีสานต้องตกเป็นเหยื่อของคนต่างถิ่นและถูกเอารัดเอาเปรียบอยู่เสมอ

หากมองอย่างผิวเผิน ผู้ชมภาพยนตร์อาจจะเชื่อได้ว่า ภาพตัวแทนเหล่านี้ เป็นกระจกสะท้อนความจริงแห่งยุคสมัย อีสานเป็นเช่นนั้นจริง ๆ แต่หากมองให้ถี่ถ้วน จะพบว่าเป็นการสร้างภาพตัวแทนเพื่อมากล่าวถึงอย่างเหมารวมโดยมองข้ามความหลากหลายที่อยู่ภายในพื้นที่แห่งนั้น ผ่านวิธีการที่เรียกว่า **การบิดเบือน (misrepresentation) และการมองข้าม (underrepresentation)** ทำให้ภาพตัวแทนความเป็นอีสานในแบบอื่น ๆ ไม่ถูกพูดถึง จนเข้าใจว่าเป็นเช่นนั้นจริง ๆ ในที่สุด

ภาพตัวแทนความแร้นแค้นของอีสานเหล่านี้ ถูกปลูกฝังมาตั้งแต่เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับแรก พ.ศ.2504-2509 ในยุคจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ มีการทำให้กรุงเทพฯ คือศูนย์กลางของความเจริญในทุก ๆ อย่าง บริเวณอื่นนอกกรุงเทพฯ จึงกลายเป็นพื้นที่ด้อยความเจริญที่ต้องการให้ส่วนกลางเข้าไปพัฒนาโดยเรียกรวม ๆ ว่า ชนบท

ความเป็นชนบทอันยากแค้นถูกถ่ายทอดหลายครั้งผ่านมือผู้สร้างหนังชาวกรุง ในภาพยนตร์ของวิจิตร คุณาวุฒิ ศิลปินแห่งชาติสาขาภาพยนตร์คนแรก มักจะพูดถึงเรื่องราวหรือปัญหาของคนในชนบท เช่นใน *คนภูเขา (2522)* พูดถึงปัญหาของชาวเขาในภาคเหนือ *ลูกอีสาน (2525)* พูดถึงความลำบากของคนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ *สเน่ห์บางกอก (2508)* พูดความเจริญในกรุงเทพฯ ที่ผู้คนไฝ่ฝันหา นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2557) มองว่า สื่อต่าง ๆ ที่มีการพูดถึงชีวิตชาวบ้านแม้กระทั่งในเพลงลูกทุ่งนั้น เป็นสื่อของเมืองไปยังชนบท สร้างขึ้นเพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองและเศรษฐกิจของคนในเมือง แม้ผู้แต่งส่วนหนึ่งจะเคยเป็นคนชนบท แต่ท้ายที่สุดแล้ว เพลงก็ถูกแต่งในบริบทของเมืองเพื่อส่งขายคนเมืองและชนบท

แม้แต่ในแบบเรียนในโรงเรียน บทความเรื่อง "วาทกรรมคนอีสานผ่านพื้นที่อุดมคติในแบบเรียนสังคมศึกษาร่วมสมัยของไทย" โดย ชรินทร์ มั่งคั่ง (2560) ยังพบว่า บทบาทสำคัญของแบบเรียนวิชาสังคมศึกษา คือการสร้างความชอบธรรมให้กับนโยบายของรัฐในการพัฒนาภูมิภาคและสร้างภาพของคนอีสานให้กลายเป็นตัวแทนความยากจน ความโง่ ความเจ็บป่วย ความแห้งแล้ง โดยเนื้อหาแบบเรียนในลักษณะนี้ถูกถ่ายทอดให้นักเรียนนับตั้งแต่การมีหลักสูตรแผนในปี พ.ศ. 2503 จนถึงหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานปี พ.ศ. 2551 (วัชชิรานนท์ ทองเทพ, 2564)

อีกทั้งในสื่อกระแสหลักอย่างโทรทัศน์ ที่เริ่มใช้กันอย่างแพร่หลายไปทั่วประเทศ ก็เริ่มมีการผลิตซ้ำภาพตัวแทนคนอีสานในแบบดังกล่าวเพื่อสร้างเสียงหัวเราะ เช่น ในละครซิทคอม (sitcom) เรื่อง *ขบวนการคนใช้ (2520)* โดย ภัทราวดี มีชูธน ผู้สร้างต้องการนำนักแสดงหน้าใหม่ที่มีความสามารถ แต่หน้าตาไม่ดีให้ได้เป็นตัวเอก จึงให้ 'คนใช้' เป็นตัวละครหลักและมีบุคลิกแปลก ๆ ขาด ๆ เกิน ๆ ซื่อเซ่อ เบิ่น ไม่มีวัฒนธรรมการอ่าน ไร้มารยาท นุ่งผ้าถุง ไม่มี'สมบัติผู้ดี' ไร้การศึกษา การขัดเกลา แม้แต่เรื่องศีลธรรม หื่น มักมากในกาม ไร้ศีลธรรมทางเพศ ใช้ความรุนแรงป่าเถื่อน อำมหิต ชอบเป็นเมียน้อยบำเรอกาม โดยละครเรื่องนี้มีออกมาถึง 60 ตอน ผลิตซ้ำภาพตัวแทนชุดนี้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน (ชานันท์ ยอดหงษ์, 2564)

ภาพที่ 6.2 ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *ขบวนการคนใช้ (2529)* แรงบันดาลใจจากละครชื่อเรื่องเดียวกัน

ที่มา: Thai Movie Posters, 2559

> *"เมืองไทยยุค พ.ศ.2500 ต้น ๆ คนไทยยังไม่พัฒนา เห็นคนอีสานเป็นลาวบักเสี่ยวกินข้าวเหนียวไม่ล้างมือ พวกลาวบักสิเด๋อ เซ่อซ่า ฯลฯ เมื่อถูกดูถูกดูแคลนกลั่นแกล้ง คนอีสานที่มาบวช มาเรียน มาประกอบอาชีพอยู่กรุงเทพฯ จึงเก็บตัวไม่กล้าแสดงตัวเป็นคนอีสาน กลัวจะถูกดูหมิ่นกลั่นแกล้ง จึงอำพรางตัวตลอดเวลา ไม่บอกถิ่นเกิด ไม่พูดลาว ผมเป็นคนอีสานที่เข้ากรุงเทพฯ ในยุคนี้ ยังสงสัยและคิดหาเหตุผลว่าทำไม บัตรประจำตัวประชาชนของเราก็บ่งบอกว่า เชื้อชาติสัญชาติไทย แต่ทำไมคนภาคอื่นจึงผลักไสให้เราเป็นลาว" (สุรินทร์ ภาคศิริ, 2562)*

ด้วยการถ่ายทอดภาพตัวแทนคนอีสานผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งจากส่วนกลางและผู้สร้างภาพยนตร์อีสานเอง ดังตัวอย่างที่กล่าวมา ทำให้ปัญหาการ ‘เหยียดคนอีสาน’ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ในช่วงปลายทศวรรษ 2520 จะเริ่มมีภาพยนตร์ที่แสดงให้เห็นถึงภาพตัวแทนอีสานในแบบอื่น ๆ เช่น *ราชินีดอกหญ้า (2529)* กำกับโดย สุรสีห์ ผาธรรม ผลิตโดย สีบุญเรืองฟิล์ม ที่เลือกเล่าเรื่องการต่อสู้ของหมอลำกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป แทนที่จะเล่าความแร้นแค้นแบบเดิม ๆ *เกิดมาลุย (2529)* กำกับโดย ประพนธ์ เพชรอิน ผลิตโดย เพชรพันนา โปรดักชั่น ของพันนา ฤทธิไกร เป็นหนังบู๊ที่เลือกเล่าความเป็นนักสู้ของอีสานโดยไม่นำเสนอความเป็นอีสาน ไม่พูดอีสาน แต่เนื้อเรื่องเกิดในอีสาน และถ่ายทำที่อีสานเกือบทั้งหมด เป็นต้น แต่ถึงอย่างนั้น ปัญหาการเหยียดคนอีสานดังกล่าวยังคงมีอยู่ในสังคมไทยและหยั่งรากลึกจนมาถึงในปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงค่อย ๆ ปรากฏ เมื่อภาพยนตร์พูดอีสานของเพชรทาย วงศ์คำเหลา หรือ หม่ำ จ๊กมก ประสบความสำเร็จอย่างกว้างขวางผ่านทางของตลก แต่กว่าภาพตัวแทนที่กล่าวมาข้างต้น จะเริ่มเจือจางความเข้าใจในแบบเดิม กลายมาเป็นภาพตัวแทนอีสานแบบใหม่ ๆ ที่หลากหลายและเลื่อนไหล ก็เป็นยุคหลัง 2550 ที่อินเตอร์เน็ตเริ่มกระจายตัวให้คนทั่วไปได้เข้าถึงแล้ว

สำนึกความเป็นอีสานหลังปี 2550 กับความหลากหลายและเลื่อนไหลในภาพยนตร์

ในช่วงทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา เข้าสู่ยุคสมัยแห่งอินเตอร์เน็ต ยุคแห่งการเปลี่ยนผ่านเด็กยุคกลางเก่ากลางใหม่ที่โตมากับการรับชมภาพยนตร์ทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ ทั้งในโรงภาพยนตร์ หนังกลางแปลง วิดีโอ วีซีดี ดีวีดี มาจนถึงสตรีมมิ่งออนไลน์ เริ่มมีพื้นที่ให้แสดงออกหรือสื่อสารถึงความเป็นอีสานมากขึ้น ความหลากหลายจึงค่อย ๆ ทยอยปรากฏออกมา ผ่านทั้งความพอใจและความไม่พอใจในแต่ละช่วงชีวิตที่พวกเขาประสบพบเจอ เช่น นันทวุธ ภูผาสุข ผู้กำกับที่สร้างภาพยนตร์เพลงหมอลำ จากความไม่พอใจภาพยนตร์เพลงที่เคยรับชมในวัยเด็ก

> *“เมื่อก่อนคือการได้ดูหนังแต่ละครั้งเราจะคิดว่าหนังมัน หนังมันสนุกทุกเรื่อง แต่พอได้ดูไปเรารู้สึกว่า มันก็มีหนังไม่สนุกอยู่ (หัวเราะ) อือ เราเริ่มรู้สึกว่าหนังมันไม่ได้สนุกทุกเรื่อง บางเรื่องเราก็เบื่อ ๆ เมื่อก่อนหนังไทยมันจะมีหนังร้องเพลงตลอดไม่รู้จะร้องอะไร*

เยอะแยะขนาดนั้น เป็นหนังเพลงอะครับ มันเป็นพวก มันเหมือนเอาเอ็มวีมาต่อกันอะครับ เท่าที่จำได้นะ" (สัมภาษณ์ 29 มกราคม 2565)

และตัวภาพยนตร์จากคนอีสานตัวเล็กตัวน้อยที่เริ่มปรากฏในช่วงหลัง 2550 เช่น *ปัญญาเรณู (2554)* ก็เริ่มสื่อสารไปถึงคนดูในประเด็นที่หลากหลาย ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย บรรณาธิการ The101.world ผู้ทำวิจัยเรื่อง 'อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่' ได้เล่าประสบการณ์การตื่นรู้ถึงความเป็นอีสานในทิศทางใหม่ ๆ ของตนว่า

"คือตอนนั้นก็จะดูหนังไทยเยอะ ซึ่งส่วนมากก็จะเป็นภาพชีวิตในกรุงเทพฯ เนาะ ภาพที่ปรากฏในหนัง คือในความทรงจำวัยเด็กคือแทบไม่มีหนังอีสานเลย แต่จำได้ว่า ช่วงเข้ามาเรียนมหา'ลัยที่กรุงเทพฯ มีเรื่องนึงที่มันกระทบใจมาก คือ ปัญญาเรณู ที่คุณบิณฑ์ บันลือฤทธิ์ เป็นคนกำกับ จำได้ว่าตอนแรกหนังมัน underrate เนาะ คือคนไม่ได้สนใจ ชื่อเรื่องก็ไม่ขาย ไม่รู้ว่ามันคืออะไร แล้วมันก็ปากต่อปากกันมา ทีนี้คืออีฟเรียนนิเทศศาสตร์เนาะ ก็มีคนบอกว่าหนังเรื่องนี้ดี ก็เลยไปดู แล้วหลังจากนั้นก็เลยเป็นจุดเริ่มต้นความสนใจว่า ภาพแสดงความเป็นอีสานในภาพยนตร์ หรือในเพลง ในละครเนี่ย มันเป็นยังไง ไรเงี้ย แต่ตอนนั้นก็ยังไม่ได้ศึกษาจริงจัง แต่ว่าในฐานะคนที่เรียนสื่อแล้วก็เป็นคนอีสาน ก็เริ่ม ๆ ดูละว่าอย่างปัญญาเรณูมันเป็นชีวิตของคนอีสานที่อยู่ที่อีสานเนอะ แต่ว่ามันไม่ใช่คนอีสานที่เข้ามาเป็นคนใช้แบบหนูหิ่นอินเตอร์ ก็จะเริ่มเห็นแล้วว่ามันมี ๆ เรื่องความเป็นอีสานที่เป็นธรรมชาติในท้องถิ่นที่มาฉายในทั่วประเทศไรแบบเนี้ยค่ะ" (สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2565)

ภาพยนตร์อีกเรื่องที่มักมีผู้กล่าวถึง คือ *ไทบ้าน เดอะซีรีย์ (2560)* แม้ผู้กำกับจะให้สัมภาษณ์ว่าเกิดจากแนวคิดทางการตลาด แต่วิธีการเล่าเรื่องที่เข้าถึงวิถีชีวิตวัยรุ่นอีสานในชนบทอย่างแท้จริง ก็สร้างความแปลกใหม่จนเกิดเป็นกระแส และนักวิชาการก็เห็นพ้องว่ามีความโดดเด่น

“มีความรู้สึกว่า เราน่าจะทำสู้กับ GTH หรือสหมงคลหรืออะไรแบบนี้ไม่ได้ หรือทำตลาดในเมืองสู้เค้าไม่ได้อยู่แล้ว มันก็เลยต้องมาหาตลาดที่เราพอจะมีจุดแข็งสู้เค้าได้บ้าง ก็เลยต้องมาหาตลาดอีสาน ที่ตอนที่เราเขียนบทอยู่ มันยังไม่มีหนังเรื่องไหนที่เล่าความเป็นอีสานในมุมที่เราอยากจะเล่า ในมุมที่มันต่างออกไป มันจะมีแต่มุมเดิม ๆ แบบยังใส่ผ้าถุงยังนั่นนี่อยู่ ยังไม่ได้เป็นแบบสไตล์วัยรุ่น ต้องบอกว่าตอนนั้นเราก็คือวัยรุ่นคนหนึ่งอะนะฮะ (หัวเราะ) ก็อยากจะทำอะไรที่มันตอบโจทย์วัยรุ่นที่เป็นแนวอีสาน เพราะเราอยู่กับมันมาตั้งแต่เกิด” (สุรศักดิ์ ป้องศร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กุมภาพันธ์ 2565)

“อีฟคิดว่าสิ่งสำคัญของเรื่องไทบ้าน เดอะซีรีส์ คือก่อนหน้านี้หนังอีสานมันก็จะเล่า แบบเล่าแบบของมันอะ คืออีฟคิดว่าสิ่งที่โดดเด่นมาก ๆ คือปัญญาเรณู แต่ว่าเรื่องอื่น ๆ มันก็ยังเป็นอีสานแบบฮา ๆ มาเพื่อฮาเพื่อเล่นมุขอะไรแบบเนี้ย แต่ยังไม่ได้เล่าวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่มันอยู่จริง ๆ แบบวัยรุ่นมันอยู่กันยังไง วัยรุ่นอีสานตามบ้านนอก บ้านนา ชนบทเขาอยู่กันยังไง เขาคุยกันยังไง ภาษาที่เขาคุย เรื่องที่เขาสนใจมันยังไง ไรเงี้ย มันยังไม่มีหนังที่ทำแบบนั้นจริง ๆ แล้วพอไทบ้าน เดอะซีรีส์ออกมา คือมันทำแบบนั้นอะ แล้วมันไม่ได้แคร์ว่าพระเอกต้องหล่อต้องอะไรเลย จารอดที่แบบ นึกออกไหมคือแบบว่ามันแหกขนบ ความคือไม่รู้ว่าแคร์ไหมว่าอยากให้คนดูดูรึเปล่า นึกออกมั้ย แต่ว่ามัน แบบ มันเลยดังเพราะมันเหมือน แบบ คือพระเอกก็ไม่หล่อ เรื่องก็คือไม่ได้มีอะไร คือเวลามันคุยกันมันเป็นธรรมชาติ แบบภาษาที่คุยกัน ด่ากัน มีเรื่องราวให้มันเกิดขึ้น ในเรื่องมันเป็นอีสานแบบที่คนอีสานเล่าเองว่าเราเป็นแบบนี้นะ ไม่ใช่ว่าคนกรุงเทพ คนเมือง คนที่อื่นอะ เซ็ตให้ว่าอีสานต้องเป็นแบบนี้” (ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 กุมภาพันธ์ 2565)

อีสานหลังปี 2550 ค่อย ๆ ถูกนำเสนอในทิศทางของความภูมิใจในพื้นที่ ภาษา และวัฒนธรรม มากกว่าที่ผ่านมา หากยุคสมัยก่อนหน้าเป็นยุคสมัยที่ต้องหลบซ่อน ไม่พูดลาว พากย์ไทย ยุคสมัยนี้ไม่มีการหลบซ่อนอีกต่อไป แต่กลับเผยออกมาอย่างเต็มภาคภูมิ อีกทั้งยังมีการย้อนไปวิพากย์ความเป็นอีสานในยุคก่อนหน้าอีกด้วย

“ลาวเนี่ยมันตั้งแต่รัชกาลที่ 4 แล้ว ห้ามเล่นเป่าแคน เล่นลาว เพราะลาวเนี่ย ลาวอีสานเนี่ย จริง ๆ อีสาน คนอีสานไม่มีในโลกหรอก มันเป็นภาพจำใหม่ที่เขายัดเยียด เขาไม่อยากให้เรารู้ว่าเราเป็นลาว ไม่ใช่ลาวแต่เป็นอีสาน คนอีสานไม่มีในสปีชีส์มนุษย์ มีกลุ่มชาติพันธุ์ไทย กลุ่มชาติพันธุ์ลาว เราอยู่อีสาน ใครก็ได้อยู่อีสานเรียกเป็นคนอีสาน แต่เราไม่ใช่คนอีสาน เราเป็นคนลาว มันเป็นการต่อสู้ทางความคิดระหว่างพวกรัดถะ ที่เขาจะครอบเขาจะล้าง ใช้คำว่าล้างสมองว่าเราไม่ใช่ลาว เราเป็นคนอีสาน เราเป็นคนไทย แปลว่าโรงเรียนก็ต้องสอนให้ทุกคนเป็นคนไทย ถ้าใครพูดลาวตบปากเลย ตอนผมเป็นเด็กเนี่ย ขนาดอยู่ในเมือง ใครพูดลาวปรับสลึงนึงต่อคำ นี่คือข้อเท็จจริงนะ มันเป็นการเหยียบย่ำความรู้สึก แต่เราก็ไม่ได้คิดได้ขนาดนั้นหรอก แต่เราจำภาพได้ ใครพูดลาวก็ตบปากเลย ครูบาอาจารย์ มันไม่ได้อยู่แล้ว มันพูดไม่ได้ มันมาจากรัดถะที่เขาต้องการที่จะครอบความเป็นลาว กดลาวทับลาวเอาไว้ สุดท้ายมันก็ทำให้ทุกคนอยากอายความเป็นลาวไง เพราะการเป็นลาวเนี่ย มันกลายเป็นคนกลุ่มน้อยที่น่ารังเกียจ ไปไหนเขาก็เรียกไอเสี่ยว ไอลาว แต่ทุกวันนี้มันกลายเป็น ทีวีทุกช่องขายปลาแดก บ้าหรือเปล่า เมื่อก่อนใครกินปลาแดกไอ้ลาว กินส้มตำก็ไอ้ลาว กินจิ้งหรีด กินอะไรลาวหมด ทุกวันนี้จิ้งหรีดเป็นอาหารที่มีโปรตีนมากที่สุด ดูทีวีทุกช่องสิโฆษณาขายจิ้งหรีดแล้วส่งนอก” (นิยม วงศ์พงษ์คำ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2565)

มีการมอบรางวัลศิลปินมรดกอีสานและผู้มีผลงานดีเด่นวัฒนธรรมสัมพันธ์ โดยศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น นับจากปี 2548 มาจนถึงปัจจุบัน ผู้ที่ได้รางวัลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน เช่น อภิชาตพงศ์ วีระเศรษฐกุล เพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา สุรสีห์ ผาธรรม สมบัติ เมทะนี กฤติยา ลาดพันนา (พันนา ฤทธิไกร) ปรัชญา ปิ่นแก้ว บุญศรี ยินดี เป็นต้น ซึ่งนับว่าเป็นการส่งเสริมความภาคภูมิใจในความเป็นอีสานอีกทางหนึ่ง

“เมื่อก่อนก็คือมีความกดทับทางชาติพันธุ์ ห้ามบอกว่ามาจากไหน สมบัติ เมทะนี มาจากไหนปิดตัวเอง บอกไม่ได้ รู้ไหมสมบัติบ้านอยู่ไหน ลุงบัติบ้านอยู่ไหนรู้ไหม คนอุบล ข้อยเป็นคนมอบรางวัลศิลปินมรดกอีสาน แล้วมันรับแล้วดีใจมาก พูดลาวก็ได้แต่ไม่ให้พูด เขาห้ามพูด เพราะมันเป็นพระเอกของประเทศไทย พระเอกของคนไทยต้องมาอยู่กรุงเทพ อัน

นี้เรื่องจริงนะลุงบัติเนี่ยผมยังมีรูปถ่ายอยู่นะ คนเซอร์ไพรส์มาก ศิลปินมรดกอีสานได้แก่ สมบัติ เมทะนี มีรูปอยู่ พึ่งได้เมื่อสัก 10 ปีมั้งบวก ลบ" (นิยม วงศ์พงษ์คำ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2565)

ภาพที่ 6.3 ภาพสมบัติ เมทะนี กับรางวัลมรดกอีสาน สาขาศิลปะการแสดงปี 2555

ที่มา: ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2565

จากข้อมูลดังกล่าว เป็นไปได้ว่าภาพตัวแทนของอีสาน เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากภาพลักษณ์เหมารวมแบบเก่า กลายมาเป็นอีสานใหม่ที่เลื่อนไหลและหลากหลาย และพร้อมที่จะนำเสนอออกมาอย่างภาคภูมิใจ

"ณ วันนี้ แดนดินถิ่นอีสานถูกมองใหม่ในฐานะที่มี character อันโดดเด่น ทันสมัยและไม่จำกัดอยู่ในกรอบแห่งความเปิ่นเชยอีกต่อไป กลิ่นส้มตำปลาร้าโชยมาจากโต๊ะอาหารหรูหราบนห้างสรรพสินค้ากลางเมือง เสียงเพลงลูกทุ่งกรุ่นสำเนียงอีสานแว่วมาให้ได้ยินแทบทุกครั้งเมื่อใช้บริการแท็กซี่มิเตอร์ หรือแม้กระทั่งผ้าพันคอทอมือเก๋ ๆ หรือกางเกงลายผ้าขาวม้าเท่ ๆ ของวัยรุ่นหนุ่มสาวที่มักซื้อหากันมาใส่ตามเทรนด์แฟชันที่กำลังอินกับกระแส สินค้าท้องถิ่นเหล่านี้คือกลิ่นอายของอีสานที่มักเผยตัวตนออกมาพร้อม ๆ กับการใช้ชีวิตของคนเมืองได้อย่างผสมกลมกลืน เพราะคำว่า 'อีสาน' ในวันนี้ไม่ได้ถูกมองให้เป็นตัวแทนของความล้าหลัง เก่าเก็บ หรือดั้งเดิมจนเข้าไม่ถึง แต่กลับถูกพรีเซนท์มุมใหม่ว่า

เป็นวัฒนธรรมที่ยูนีค จับต้องได้ และมีสเน่ห์น่าหลงไหลไม่แพ้ใคร...” (วรุณรัตน์ คัทมาตย์, 2556)

ฉันทนา ทิพย์ประชาติ ได้พูดถึงความหลากหลายของความเป็นอีสานในภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 ไว้อย่างน่าสนใจว่า

“อีสานแท้ไม่แท้ใช่มั้ย ปัจจุบันมันมีจริงมั้ย ก็จริงแท้หมด ก็อยู่ที่ว่าคน เพราะคนทำเขาก็เป็นคนอีสานด้วย หรือถึงแม้ว่าบางคนจะไม่ได้เป็น แต่ว่าเขาก็เห็นมุมมองนั้น หมายถึงว่าเป็นประสบการณ์ส่วนตัวของเขา คือเขาเห็นสิ่งนั้นเขาก็ถ่ายทอดสิ่งนั้น เราก็เลยคิดว่ามันเป็นจริง เป็นแท้หมด อยู่ที่ว่าคนทำเขาจะหยิบยื่นมุมมองด้านไหนให้คนดูเท่านั้นเอง แต่บังเอิญว่าเราเองใช้ชีวิตแบบนั้น คลุกคลีแบบนั้น เราก็ถ่ายทอดแบบนั้น เหมือนเราก็เลือกไม่ได้เลือกหรอก ด้วยความบังเอิญเราดันเป็นคนที่แตกต่างออกไปจากผู้ผลิตคนอื่น ๆ จากคนทำคนอื่น ๆ เขาเองก็แตกต่างจากเราออกไปด้วยเหมือนกัน หมายถึงฉากที่กำกับไทบ้านเดอะซีรีส์ เขาก็เติบโตมาแบบนั้น พี่บิณฑ์ บันลือฤทธิ์ หรือว่าปัญญา เรณู เขาก็คงได้รับเรื่องเล่ามาแบบนั้นหรือว่าบังเอิญไปเห็นมุมมองแบบนั้นเขาก็ถ่ายทอดอะไรอย่างนั้นออกไปได้ มันก็มีทั้งส่วนที่เรารู้สึกว่าสวยงามจัง ก็ช่วยไม่ได้เพราะว่าประสบการณ์ของคนทำเป็นแบบนั้น”

“มันถึงจะต้องมีผู้สร้างคนอื่น ๆ ที่มองแบบอื่น ๆ เพื่อที่จะไปเฉลี่ยวิธีคิด มุมมองให้กับคนดูว่าจริง ๆ มันมีแบบอื่นด้วยนะ มันมีสิ่งนี้อยู่นะ อีสานไม่ได้มีแค่แบบส้มตำ คนที่เข้ามาทำงานเป็นชนชั้นแรงงาน คนที่เข้ามาทำงานเป็นแจ๋ว อีสานมีคนที่แบบว่าแต่งงานกับคนเกาหลี คนฝรั่ง แต่ยังอยู่ที่อีสานไม่ได้ไปเป็นผีน้อยหรือไปเป็นเมียฝรั่งซะทั้งหมด” (สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2565)

การที่ *หน่าฮ่าน (2562)* ถูกซื้อลิขสิทธิ์ไปผลิตเป็น *หน่าฮ่าน เดอะซีรีส์ (2565)* เพื่อฉายออกทางโทรทัศน์โดยมีเงื่อนไขว่าต้องใช้ผู้กำกับคนเดิม จึงเป็นการสานต่อเจตนาของฉันทนาในประเด็น การกระจายความเป็นอีสานในแบบของเธอเพื่อเฉลี่ยความหลากหลายจากอีสานแบบอื่น ๆ

ที่ปรากฏในสื่อปัจจุบัน อีกทั้ง ช่องทางการฉายสำหรับดูย้อนหลัง ที่เป็นแอพพลิเคชั่นออนไลน์ ยังช่วยให้ความเป็นอีสานเดินทางไปได้ไกลกว่าภายในประเทศ ต่างจากทุกยุคที่ผ่านมา

ภาพรวมของภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550

เมื่อทำการสำรวจภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 ทั้ง 54 เรื่อง ผู้วิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนคือ ภาพยนตร์อีสานเพื่อชีวิต ภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสาน และแอคชันอีสาน ที่เคยเป็นที่นิยมในหลายทศวรรษก่อนหน้าได้เสื่อมความนิยมลงไปมาก หลังปี 2550 เป็นต้นมาไม่มีการผลิตภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสานอีกเลย แม้หากมองผ่าน ๆ เรื่อง *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562)* ดูจะสามารถจัดเข้ามาอยู่ในกลุ่มนี้ได้มากที่สุด แต่เมื่อดูในรายละเอียด จะพบว่า ถึงเป็นภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับดนตรี แต่ไม่ได้เป็นภาพยนตร์เพลงประเภทที่รวมเพลงเอาไว้มากมายในเรื่องอีกต่อไป และผู้สร้างเอง ก็ได้ให้สัมภาษณ์เอาไว้ว่า ภาพยนตร์เพลงดังกล่าว ในความทรงจำของเขาคือความน่าเบื่อ เพราะเหมือนการเอามิวสิควิดีโอมาต่อกัน เมื่อเขาได้ผลิตภาพยนตร์เกี่ยวกับดนตรีบ้าง ภาพยนตร์ร่วมสมัยที่ออกฉายในช่วงเวลาที่เขาเติบโต จึงส่งต่อแรงบันดาลใจให้เขามากกว่า เช่น *ซักซี้ด ห่วยขั้นเทพ (2554)* ที่ว่าด้วยกลุ่มเพื่อนอยากตั้งวงดนตรี หรือ *Begin Again (2013)* ภาพยนตร์ต่างประเทศที่ส่วนหนึ่งในเนื้อหามีนำเสนอการอัดเสียงดนตรีจากส่วนผสมของเสียงธรรมชาติที่อยู่รอบตัวเรา เป็นต้น (นันทวุธ ภูผาสุก, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 29 มกราคม 2565) ในแง่นี้ อีสานจึงเชื่อมโยงกับโลกอย่างขาดเสียไม่ได้ผ่านแรงบันดาลใจที่ส่งมาจากภาพยนตร์

กลุ่มภาพยนตร์อีสานเพื่อชีวิต พบว่ายุคนี้มีการผลิตออกมาเพียง 3 เรื่อง ได้แก่ *ครูบ้านนอก บ้านหนองฮีใหญ่ (2553) สถานี 4 ภาค (2555)* และ *เพลงของข้าว (2558)* โดย 2 ใน 3 เรื่อง คือ สถานี 4 ภาคและเพลงของข้าวเป็นการผลิตในระบบอิสระ ส่วนครูบ้านนอกฯ เป็นการผลิตภายใต้ระบบสตูดิโอสหมงคลฟิล์ม ข้อสังเกตคือ ครูบ้านนอกฯ เป็นการสานต่อความสำเร็จของสุรสีห์ ผาธรรม โดยการนำ *ครูบ้านนอก (2521)* กลับมาสร้างใหม่ หนังทำรายได้ไปเพียง 3.52 ล้านบาท ซึ่งถือว่าไม่มากนัก สะท้อนความนิยมของผู้ชมในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป ทำให้หลังจากภาพยนตร์ 3 เรื่องดังกล่าว ตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมา ผู้วิจัยไม่พบภาพยนตร์อีสานเพื่อชีวิตออกมาฉายอีกเลย

ส่วนภาพยนตร์แอคชันอีสาน ในทศวรรษ 2550 ไม่มีการผลิตภาพยนตร์ประเภทนี้ออกมาอีก จนเมื่อพันนา ฤทธิไกร ได้เสียชีวิตจากโรคร้ายในปี 2557 ผู้วิจัยถือว่าเป็นหมุดหมายของ

การจบยุคสมัยของภาพยนตร์แอคชันอีสานอย่างเป็นทางการ แต่ปรากฏว่าในทศวรรษต่อมา คือ ทศวรรษ 2560 ยังพบภาพยนตร์ที่พยายามจะสานต่อความเป็นแอคชันอีสานอยู่ 2 เรื่อง ได้แก่ *กลางแปลง (2561)* และ *บอดี้การ์ดหน้าหัก THE PROTECTOR (2562)*

ความน่าสนใจคือ เป็นความพยายามที่มาทั้งจากฝั่งสตูดิโอและผู้สร้างอิสระ โดย กลางแปลง เป็นภาพยนตร์ในระบบอิสระที่ว่าด้วยการดำเนินกิจการหนังกลางแปลงในยุคเปลี่ยนผ่าน และยังต้องต่อสู้กับอันธพาลและคู่แข่ง ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ เดี่ยว ชูพงษ์ ลูกศิษย์คนสำคัญของพันนา เป็นนักแสดงนำ ส่วนบอดี้การ์ดหน้าหัก ของเพชรทาย วงษ์คำเหลานั้น เป็นภาพยนตร์แอคชันฟอร์มใหญ่ของสตูดิโอค่ายใหม่ เอสเอสเจเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ ที่เป็นการแสดงหนังแอคชันของหม่ำหลังจาก *บอดี้การ์ดหน้าเหลี่ยม 2 (2550)* ถึง 12 ปี ภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่อง ไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องรายได้เท่าที่ควร กลางแปลง ทำรายได้ในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และเชียงใหม่ไปเพียง 42,000 บาท ส่วนบอดี้การ์ดหน้าหัก ทำรายได้ไป 15.38 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเทียบกับบอดี้การ์ดหน้าเหลี่ยมทั้ง 2 ภาคที่ทำรายได้รวม 164.4 ล้านบาท ด้วยเหตุผลในเรื่องของบุคลากรและรายได้ดังกล่าว จึงทำให้ไม่มีภาพยนตร์แอคชันอีสานออกฉายในตลาดอีกเลยจนถึงปัจจุบัน

ทั้งนี้ การเสื่อมความนิยมลงของภาพยนตร์ทั้ง 3 แนวทางดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่ามิได้เป็นการสูญหายไปเลยในรูปแบบที่จะไม่ได้พบเจออีก แต่เป็นปกติของการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่จะมีการคัดกรองบางสิ่งบางอย่างเอาไว้และผสมผสานกับสิ่งใหม่ให้เท่าทันความต้องการของผู้คนในยุคนั้น ๆ แนวภาพยนตร์หลังปี 2550 จึงเป็นเพียงการเปลี่ยนรูปและยังหลงเหลือในส่วนที่สำคัญ เช่น ความสนุกสนานที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวอีสาน ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบภาพยนตร์กลุ่มที่มีการนำเสนอความเป็นอีสานในแบบใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เช่น อีสานในรูปแบบที่มีความเจริญไม่ต่างจากกรุงเทพฯ มิใช่อีสานแร้นแค้น ดินแตกระแหงและยากจนอีกต่อไป

จากจำนวนภาพยนตร์หลังปี 2550 ทั้งหมด หากแบ่งโดยใช้เกณฑ์ของระบบการผลิตแล้ว พบว่า มีภาพยนตร์ผลิตโดยระบบสตูดิโอทั้งหมด 22 เรื่อง และระบบอิสระทั้งหมด 32 เรื่อง โดยหากนำแนวทางของภาพยนตร์อีสานทั้งก่อนและหลัง 2550 มาเป็นเกณฑ์ในการจำแนก ผู้วิจัยแบ่งออกได้เป็นทั้งหมด 6 แนวทาง ได้แก่ ภาพยนตร์อีสานเพื่อชีวิต ภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสาน

แอคชันอีสาน อีสานตลก อีสานแฟนตาซี และอีสานในเมือง โดยภาพยนตร์ตลกหรือที่มักเรียกกันว่าโรแมนติกคอเมดี้ เป็นแนวทางที่ผู้ผลิตนิยมสร้างออกมามากที่สุด

ตารางที่ 6.1 แสดงปริมาณภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 แยกตามระบบการผลิตและแนวภาพยนตร์

แนวภาพยนตร์	ระบบสตูดิโอ	ระบบอิสระ
อีสานเพื่อชีวิต	1	2
ภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสาน	0	0
แอคชันอีสาน	1	1
อีสานตลก	19	24
อีสานแฟนตาซี	3	4
อีสานในเมือง	5	4

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

หากพิจารณาจากภาพยนตร์แต่ละเรื่องในหมวดหมู่ต่าง ๆ ที่จะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป จะพบว่า**ทั้งในระบบสตูดิโอและระบบอิสระนั้น มีความหลากหลายอยู่ภายในไม่ต่างกัน** ดังนั้น เพื่อให้เห็นภาพความเป็นอีสานที่หลากหลายเลื่อนไหลในภาพยนตร์ที่ถูกประกอบสร้างตั้งแต่ทศวรรษ 2550 ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงนำภาพยนตร์อีสานใหม่ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ อีสานตลก อีสานแฟนตาซี และอีสานในเมือง มาทำการพิจารณาและยกตัวอย่างภาพยนตร์ในกลุ่มดังกล่าวมาเปรียบเทียบในเชิงรายละเอียดทั้งในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ ดังนี้

6.2 อีสานตลก

ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา ภาพยนตร์กลุ่มนี้มีการผลิตออกมามากที่สุด รวมทั้งสิ้น 43 เรื่อง โดยในระบบสตูดิโอผลิตออกมาทั้งสิ้น 19 เรื่อง ส่วนระบบอิสระ ผลิตออกมาทั้งสิ้น 24

เรื่อง ดังในตารางที่ 6.2 เมื่อสำรวจรายชื่อภาพยนตร์ในเบื้องต้น พบว่า ผู้กำกับบางคนมีผลงานทั้งในระบบอิสระและสตูดิโอ เช่น บิณฑ์ บันลือฤทธิ์ ที่ผลิตปัญญาเรณูภาคแรกด้วยทุนส่วนตัว ก่อนจะเข้าไปอยู่ภายใต้ระบบสตูดิโอในภาค 2 และภาค 3 อุเทน ศรีริวิ ที่ผลิตผู้บ่าวไทบ้าน 3 ภาคแรกด้วยทุนส่วนตัวร่วมกับนายทุนท้องถิ่น แต่ในภาคต่อมา ผู้บ่าวไทบ้านอีสานจ้วด ก็เข้ามาอยู่ในระบบสตูดิโอ โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง เวิร์คพอยท์ พิคเจอร์ส์ กับ สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล เป็นต้น

การเคลื่อนย้ายไปมาของผู้กำกับระหว่างระบบอิสระและระบบสตูดิโอ ช่วยหนุนเสริมในเรื่องของความหลากหลายให้เกิดขึ้นในทั้ง 2 ระบบ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พงศวีร์ สุภานนท์ และ มาโนช ชุ่มเมืองปักษ์ (2561) ที่พบว่า ผู้กำกับภาพยนตร์ในระบบอิสระ เมื่อต้องเข้ามาทำงานในระบบสตูดิโอจะยังสามารถรักษาความเป็นตัวเองในการเล่าเรื่องไว้ได้ นอกจากนี้ ยังอาจทำให้การผลิตซ้ำทางด้านเนื้อหาลดลงไปได้อีกระดับ เพราะผู้กำกับที่อยู่ในระบบอิสระมาก่อนจะรู้แนวทางในการผลิตงานให้สอดคล้องกับแนวทางของตนเองและสอดคล้องกับนโยบายของนายทุนไปพร้อม ๆ กัน

ตารางที่ 6.2 แสดงรายชื่อภาพยนตร์อีสานตลก หลังปี 2550 แยกตามระบบการผลิต

รายชื่อภาพยนตร์อีสานตลก หลังปี 2550		
ทศวรรษ	**ระบบสตูดิโอ** (19 เรื่อง)	**ระบบอิสระ** (24 เรื่อง)
2550	*แหยม ยโสธร 2 (2552) อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง (2554) ฮักนะ'สารคาม (2554) ปัญญาเรณู 2 (2555) ปัญญาเรณู 3 ตอน รูปู รูปี (2556) แหยม ยโสธร 3 (2556)*	*ปัญญาเรณู (2554) ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) แสงสุดท้ายของอีเหี่ยน (2558) มนต์รักขุมคำ (2559) อ้อมกอดเขมราฐ (2559) ผู้บ่าวไทบ้าน 2 แจกข้าวหาแม่ใหญ่แดง (2559) I Love You ผู้บ่าวไทบ้าน (2559)*

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

รายชื่อภาพยนตร์อีสานตลก หลังปี 2550		
ทศวรรษ	**ระบบสตูดิโอ** (19 เรื่อง)	**ระบบอิสระ** (24 เรื่อง)
2560	*ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) มหาลัยคิดฮอด (2560) หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562) สิ้น 3 ต่อน (2562) ออนซอนเด (2562) บอดี้การ์ดหน้าหัก THE PROTECTOR (2562) ฮักเถิดเทิง (2563) เลิฟยู โคกอีเกิ้ง (2563) หลวงพี่กะอีปอบ (2563) อีหล่าเอ๋ย (2563) อ้าย..คนหล่อลวง (2563) ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานจ้วด... (2564) ส้ม ปลา น้อย (2564)*	*ไทบ้าน เดอะซีรีย์ (2560) ฮักมั่น (2560) อีปึก อัศจรรย์แห่งวันศรัทธา (2560) คุกจียอง แมงกุ๊ดจี่ เกา(E)หลีเด้อ (2560) ยองบ่าง (2560) ไทบ้าน เดอะซีรีย์ 2 Part 1 (2561) ผู้บ่าวไทบ้าน 3 หมาน แอนด์ เดอะ คำผาน (2561) ผู้สาวขาเลาะ เดอะมูฟวี่อินดี้ (2561) ฮักแพง (2561) ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2.2 (2561) กาลครั้งหนึ่งกับสัญญาหน้าฝน (2562) อินดี้ลูกอีสาน (2562) 00Y สายลับซิ่นเหี่ยน (2562) หน่าฮ่าน (2562) ห่อหมกฮวก ไปฝากป้า (2562) ฮักบี้บ้านบาก (2562) และ ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563)*

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

ในเรื่องของความหลากหลาย ทั้งในระบบอิสระและระบบสตูดิโอ เรายังคงพบตัวละครหลักที่ประกอบอาชีพเป็นสาวโรงงานและรปภ.อยู่ เช่นในเรื่อง *อีหล่าเอ๋ย (2563) บอดี้การ์ดหน้าหัก THE PROTECTOR (2562)* ตัวละครที่ยกระดับฐานะตนจนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของระบบราชการหรือกลายมาเป็นชนชั้นกลางใหม่จะพบเห็นได้เยอะขึ้น เช่น กำนันแหยม ในเรื่อง *แหยม ยโสธร 2 (2552)* ครูสเตอ ครูสอนดนตรีคนใหม่ใน *หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562)* ก้อง

เจ้าของธุรกิจร้านกาแฟและรีสอร์ทเชิงเกษตร ใน *อ้อมกอดเขมราฐ (2559)* และเรายังพบว่ายังมีการถ่ายทอดภาพอีสานในมุมมองคนนอกอยู่ด้วย อย่างใน *อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง (2554) แสงสุดท้ายของอีเหี่ยน (2558)* เป็นต้น

จุดร่วมของลักษณะตัวละครประเภทที่พบบ่อยคือ ตัวละครหนุ่มไทบ้านขี้เหล้า ไม่เอาการเอางาน ใช้ชีวิตไปวัน ๆ เล่นการพนัน ไม่มีอนาคต ซึ่งทั้งในระบบอิสระและสตูดิโอยังคงเห็นร่วมกัน เพียงแต่มุมมอง วิธีการมอง วิธีการทำความเข้าใจแตกต่างกันออกไป เช่น ใน อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง มองว่าเพราะผู้ชายในหมู่บ้านเป็นแบบนี้ สาว ๆ จึงต้องไปหาอนาคตด้วยการแต่งงานกับชาวต่างชาติ ซึ่งใน *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* อาจมองต่างไปว่า ถึงพวกเขาจะเป็นอย่างนั้น แต่นั่นคือความจริง พวกเขาไม่ปฏิเสธการมุ่งสู่ความเจริญแบบส่วนกลางที่บางคนต้องการมี แต่ในแง่หนึ่ง พวกเขาก็ทำหน้าที่รักษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีแบบบ้าน ๆ เหล่านี้เอาไว้ รอให้คนไกลได้กลับมาเยี่ยมเยียน หรือใน *หน่าฮ่าน (2562)* ที่เลือกที่จะปฏิเสธค่านิยมการมีอนาคตแบบที่ส่วนกลางกำหนด และมองว่า ความสุขเล็ก ๆ น้อย ๆ ในวิถีชีวิตเหล่านี้ที่พวกเขามีก็เป็นสุขดีแล้ว เป็นต้น

จุดร่วมอีกประการหนึ่งที่ผู้วิจัยพบคือ ตัวละครประกอบ ทั้งในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ มักมีตัวละครประกอบสำคัญ ได้แก่ แม่หรือยาย และ ชาวต่างชาติ โดยผู้ที่ได้รับบทแม่หรือยายในภาพยนตร์อีสานบ่อยที่สุดคือ บุญศรี ยินดี รวม 13 เรื่อง เช่น ปัญญา เรณู 2 แหยมยโสธร 3 ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ อ้อมกอดเขมราฐ ฮักมั่น ยองบ่าง ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช กาลครั้งหนึ่งกับสัญญาหน้าฝน เป็นต้น เป็นไปได้ว่า ภาพลักษณ์ของบุญศรี คือตัวแทนของแม่หรือยายชาวอีสานที่ตรงกับที่ผู้กำกับส่วนใหญ่ต้องการ ส่วนชาวต่างชาติมักรับบทโดย มาร์ติน วีลเลอร์ ที่ส่วนใหญ่แล้วมักเป็นบทที่มีภาพลักษณ์ออกไปในทางลบ เช่น ขี้เมา ปากเสีย ลามก เป็นต้น ส่วนตัวประกอบอื่น ๆ ที่พบเห็นบ่อยรองลงมาคือ LGBTQ+ และ บรรดาเพื่อน ๆ ของตัวเอก ซึ่งบทเหล่านี้มักสับเปลี่ยนหมุนเวียนไม่ซ้ำหน้ากันในแต่ละเรื่อง

ภาพที่ 6.4 บุญศรี ยินดี และ ภาพที่ 6.5 มาร์ติน วิลเลอร์

ที่มา: ยายแดง บุญศรี ไม่ยึดติดชื่อเสียง ใช้ชีวิตง่ายๆ ที่ขอนแก่น วัย 77 ปี, 2565
มาร์ติน วีลเลอร์ หนุ่มอังกฤษปริญญาตรีเกียรตินิยมผันตัวเป็นเกษตรกรไทยยึดหลักพอเพียง, 2560

ในกลุ่มนี้ ผู้วิจัยเลือกภาพยนตร์ที่มีบทบาทสำคัญมา 2 เรื่อง ได้แก่ *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)* และ *ส่ม ภัค เสี่ยน (2560)* โดยผู้บ่าวไทบ้านฯ เป็นภาพยนตร์วัยรุ่นอีสานเรื่องแรกในระบบอิสระ ที่ใช้กลยุทธ์การฉายภาพยนตร์แบบป่าล้อมเมืองจนประสบความสำเร็จ ส่วนส่ม ภัค เสี่ยน เป็นภาพยนตร์อีสานระบบสตูดิโอ สหมงคลฟิล์ม ผลิตโดยบริษัทบั้งไฟฟิล์ม ของเพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา และกำกับโดยบุษราคัม วงษ์คำเหลา ซึ่งเป็นผู้กำกับภาพยนตร์อีสานที่เป็นเพศหญิงเพียงคนเดียวในระบบสตูดิโอ และภาพยนตร์ทำรายได้ทั่วประเทศกว่า 210 ล้านบาท ผู้วิจัยใช้หลักโครงสร้างการเล่าเรื่อง และภาษาภาพยนตร์เพื่อทำการสำรวจภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่องโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้

เรื่องราวของ ทองคำ หนุ่มไทบ้านที่ปราณี แฟนสาวของเขาไปทำงานเมืองนอกและกลับมาพร้อมแฟนหนุ่มชาวต่างชาติคนใหม่ โดยมีสถานที่หลักในการดำเนินเรื่องอยู่ อำเภอเชียงยืน อำเภอหนึ่งในจังหวัดมหาสารคาม

ภาพยนตร์นำเสนอวิถีชีวิตของทองคำและผองเพื่อนให้ผู้ชมได้เห็นว่าในแต่ละวันนั้นพวกเขาดำรงชีวิตอย่างไร ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละคน เช่น ทองคำ มักจะตื่นมาตามเก็บเศษฟิล์มที่ผู้ฉายหนังกลางแปลงได้ทิ้งเอาไว้ในตอนเช้า และเฝ้าฝันว่าตนจะได้เป็นผู้กำกับในวันหนึ่ง

หากมีโอกาส อาร์ต ผู้ที่แต่งกายสีแสบราวกับได้รับแรงบันดาลใจมาจากแหยมยโสธร และมุ่งมั่นไปกับการจีบสาว เคน แฟนต้า เซียงพิณ สามหนุ่มนักดนตรีขี้เมา ที่รวมตัวดื่มเหล้าขาวกันเป็นประจำ แม่ใหญ่แดง ที่สนับสนุนให้ลูกมีแฟนเป็นชาวต่างชาติเพื่อหวังจะลืมตาอ้าปาก เป็นต้น

น่าสังเกตว่า เราไม่พบชีวิตการทำงานของตัวละครใด ๆ ในเรื่องเลย นอกจากผู้ใหญ่บ้าน ดังนั้น หากมองอีสานผ่านสายตาผู้สร้างในแบบเดิม ๆ คนเหล่านี้มักถูกมองว่าไร้อนาคต ใช้ชีวิตไปวัน ๆ วิถีชีวิตเช่นนี้มักถูกสื่อสารออกมาในแง่ลบ หรือเป็นต้นเหตุแห่งความเสื่อมและความไม่เจริญ เพราะโง่ จึงจน และจึงเจ็บ แต่ภาพยนตร์เรื่องนี้เลือกจะนำเสนอในมุมมองใหม่ ฉายให้เห็นความฝันเล็ก ๆ ของคนธรรมดาสามัญที่พยายามจะมีความสุขกับสิ่งที่ตนเองเป็นอยู่ พวกเขามีความฝันและการดิ้นรนเอาตัวรอดในแบบของพวกเขา ที่อาจไม่ใช่แบบเดียวกันกับที่คนในกรุงเทพฯ มี ดังนั้น การที่เห็นแม่ใหญ่แดง แม่ของปราณี แนะนำอาหารพื้นถิ่นอย่างแมลงต่าง ๆ ให้ไมเคิลที่เป็นเขยต่างชาติลองชิม โดยใช้ภาพระยะใกล้ (close up) ให้เราได้เห็นสีหน้าของแม่ใหญ่แดง แสดงให้เห็นถึงมุมมองของความภาคภูมิใจ ไม่กลัวใครจะด่าว่าบ้านนอกอีกต่อไป นอกจากนี้ บางช่วงในหนัง แม่ใหญ่แดงถึงกับพูดออกมาด้วยตัวเองว่า *“ก็บ้านนอกเนาะ”* พร้อมกับเสียงหัวเราะขำขัน สื่อถึงการยอมรับในสิ่งที่คนภายนอกมองมา แต่ก็พร้อมจะหัวเราะให้กับโชคชะตาหรือภาพลักษณ์ดังกล่าว เหล่านี้แสดงถึงความพยายามในการสอดแทรกความเป็นท้องถิ่นนิยมในมุมมองของผู้กำกับใส่ลงไปในภาพยนตร์เพื่อต่อสู้ต่อรองความหมายในความเป็นอีสานจากความหมายอื่น

ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ นำเสนอภาพความเป็นอีสานผ่านภาพ เสียง และการตัดต่อ งานด้านภาพมีทั้งในแง่มุมที่ตั้งใจถ่ายบรรยากาศตรง ๆ และมีทั้งเป็นฉากหลังในการดำเนินเรื่อง ส่วนเสียง ถ่ายทอดความเป็นอีสานผ่านภาษาที่ใช้พูด บทพูดของตัวละคร เสียงเพลงและดนตรีประกอบ โดยทั้งภาพและเสียงดังกล่าว ถูกเรียงร้อยผ่านกระบวนการลำดับภาพหรือตัดต่อเพื่อสื่อความหมายออกมาในแบบที่ผู้กำกับต้องการ

ภาพอีสานผ่านการนำเสนอสถานที่ต่าง ๆ ในเรื่อง มักใช้ภาพระยะไกล (long shot) และระยะกลาง (medium shot) ซึ่งเป็นลักษณะปกติเมื่อต้องใช้ขนาดภาพแนะนำสถานที่ ในมุมหนึ่งนั้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงความด้อยพัฒนา เช่น การเดินเท้าผ่านทุ่งนาจากจุดจอดรถประจำทางมายังบ้านของปราณี การอาบน้ำจากตุ่มบริเวณหน้าบ้าน ถนนดินที่ไม่ราบเรียบ บ้านไม้ที่ไม่แข็งแรง ควายและ

ทุ่งนา แต่อีกในมุมหนึ่งก็เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสวยงามของบรรยากาศในชนบท กระตุ้นความโหยหาอดีต (nostalgia) แก่ผู้ชมชาวชนบทที่อยู่ไกลบ้านอีกด้วย

ภาพที่ 6.6 ภาพจากผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้

ที่มา: พระนครฟิลม์, 2561

นอกจากนี้ หนังแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่นกับส่วนอื่น ๆ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ อย่างผู้ใหญ่บ้าน ที่คอยส่งต่อข่าวสารจากส่วนกลางให้แก่ลูกบ้าน การคมนาคมขนส่งปราณีและไมเคิลเดินทางมายังหมู่บ้านโดยรถประจำทาง อาร์ตมักพากระถินขับรถมอเตอร์ไซค์เข้าไปเที่ยวในตัวเมือง เทคโนโลยี แม่ใหญ่แดงใช้เครื่องจักรไถนาแทนควาย ใช้ไลน์สื่อสารกับลูกสาวเมื่ออยู่ต่างประเทศ เทคโนโลยีเสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้าน เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า แม้จะอยู่ห่างไกลความเจริญเพียงใด แต่ชุมชนก็มิได้ตัดขาดจากโลก พวกเขาเชื่อมต่อและเป็นส่วนหนึ่งผ่านข่าวสาร การคมนาคม เทคโนโลยี และหากมีโอกาส พวกเขาก็มิได้ปฏิเสธ แต่กลับพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย

แต่แม้จะพยายามสื่อสารภาพอีสานในโลกจริงที่มีความผสมผสานระหว่างความเจริญและความเป็นชนบทเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืนมากเพียงใด ผู้วิจัยพบว่า ตัวหนังยังมีการบิดเบือนและมองข้ามปัญหาสังคมหลายประการที่อยู่ในท้องที่อีสานชนบทเช่นนั้น ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดจากความจนของคนที่มีอาชีพทำนาและฝนฟ้าไม่ตกต้องตามฤดูกาล ปัญหาเชิงโครงสร้างที่ควบคุมไม่ได้อย่างปัญหาภัยแล้ง ระบบชลประทานที่ไม่ทั่วถึง และราคาสินค้าทางการเกษตร จนต้องเข้า

เมืองไปหางานทำ เกิดสังคมผู้สูงอายุตามมา เป็นต้น ดังนั้น ในตอนจบที่ตัวละครทองคำพูดกับปราณีว่า อยู่ที่นี่ก็มีความสุขดีไปตามประสา จึงดูงดงามเกินกว่าความเป็นจริง หรือถูกทำให้สวยงาม (romanticize) ที่มักพบบ่อยในภาพยนตร์แนวชวนให้โหยหา หรือนำเสนอชีวิตภาพฝันในชนบท

ส่ม ภัค เสี่ยน

เรื่องราวของ เสี้ยน ที่ ส้ม แฟนสาวของเขาไปทำงานกรุงเทพฯ และกลับมาพร้อมแฟนหนุ่มคนใหม่ ขณะเดียวกันเสี้ยนที่รออยู่บ้านเองก็มี ภัค ที่คอยเฝ้าแสดงออกถึงความสนใจในตัวเสี้ยนอยู่ โดยมีสถานที่หลักในการดำเนินเรื่องอยู่ในตัวเมืองนครพนม

ภาพยนตร์นำเสนอรักสามเศร้าของตัวละคร ส้ม ภัค และ เสี้ยน คู่ขนานไปกับความสัมพันธ์ระหว่างวัดและชุมชนผ่านตัวละคร พระมหาชัย ที่นำแสดงโดย หม่ำ จ๊กมก และดารารับเชิญต่าง ๆ ที่มามีปฏิสัมพันธ์กับพระมหาชัยในแง่มุมต่าง ๆ ตลอดทั้งเรื่อง

โครงเรื่องดังกล่าว มีลักษณะคล้ายกับโชว์ตลกในรายการโทรทัศน์ ที่มักจะมีโครงเรื่องครอบคลุมไว้คร่าว ๆ แล้วให้นักแสดงพาคนดูไปสู่ความตลกระหว่างทางจากมุกตลกที่มีทั้งที่เตรียมไว้แล้วและที่นักแสดงต้องด้นสดขณะถ่ายทำ ซึ่งวิธีการเช่นนี้นิยมใช้ในภาพยนตร์ตลกของหม่ำ จ๊กมกผู้เป็นพ่อของผู้กำกับ และมุกที่ใช้นั้น ก็คล้ายคลึงกับแนวทางการเล่นตลกในรายการโทรทัศน์เช่นกัน เช่น ตลกจากรูปร่างหน้าตา กลุ่มพระลูกวัดที่หน้าเหมือนผี เป็นสาเหตุให้วัดของแจ๊ส ชวนชื่น ที่อยู่ติดกับวัดของพระมหาชัยไม่มีคนใส่บาตร ตลกจากการพากย์เสียง ด้วยการเชิญทีมพากย์พันธมิตรมารับบทเป็นคนเมาแล้วพากย์เสียงพระ 2 วัดให้ดูเหมือนจะมีเรื่องกันขณะบิณฑบาต ตลกจากการล้อเลียน มีการเชิญคนหน้าเหมือนนักแสดงตลกต่างประเทศอย่างมิสเตอร์บีนมารับบทเป็นตำรวจ และแสดงสีหน้าท่าทางที่คล้ายมิสเตอร์บีนเพื่อให้เกิดความขำขัน เป็นต้น ดังนั้น กว่าครึ่งเรื่องที่ดำเนินคู่ขนานกับเนื้อเรื่องหลักไป คือเนื้อหาของพระมหาชัย ที่เป็นจุดศูนย์กลางของผู้คนเน้นการนำภาพสถาบันศาสนาที่ยังเป็นศูนย์กลางผู้คนในชุมชนที่ตัวละครอาศัยอยู่

การนำเสนอภาพอีสานผ่านภาษาภาพยนตร์ในเรื่องนี้นั้น ในด้านภาพ มีการใช้เทคนิคหวือหวาอยู่บ้างในบางฉาก เพื่อทำให้ฉากที่ต้องการขับเน้นมีความสำคัญและสวยงาม เช่น ฉากเดินบิณฑบาตในตอนเช้า บริเวณหน้าวัดมหาธาตุ ริมแม่น้ำโขงที่พระมหาชัยเดินผ่าน มีการใช้ภาพมุมสายตานก (bird eye view) จากภาพระยะไกล ค่อย ๆ เคลื่อนกล้องถอยห่างออกจากพระมหาชัย ไป

เป็นภาพระยะไกลมาก (extream long shot) เพื่อให้เห็นบรรยากาศของทั้งวัดและพระในภาพกว้างที่สวยงาม ภาพเมืองริมแม่น้ำโขงยามเย็นในมุมสูง เพื่อบอกเวลาและความสวยงามของเมืองในยามเย็นไปพร้อม ๆ กันด้วย ฉากพระเอกที่เสียใจจากการกลับมาพร้อมแฟนใหม่ของส้มและไปนั่งเศร้าหรือที่เรียกกันว่านั่งทำมิวสิควิดีโอบริเวณหน้าบ้าน พร้อมกับแสงพระอาทิตย์ตกส่องย้อนแสงผ่านตัวละครเข้ามายังหน้ากล้องเพื่อให้ได้สีสันที่แปลกตากว่าสีปกติในหนัง ให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกว่าอารมณ์ตัวละครในตอนนี้นั้นไม่ปกติ เป็นต้น นอกนั้น มักเป็นภาพใกล้กับใกล้มาก เพื่อตัดฉากบางอย่างที่หนังไม่ต้องการออก และให้คนดูโฟกัสไปกับตัวละครและมุกที่พวกเขาจะปล่อยออกมา เราจึงเห็นว่าบางฉาก เช่นฉากสู่ขอส้ม ก็จะมีแต่ภาพใกล้ กับประตูหน้าบ้าน แต่ไม่มีภาพกว้างที่มองเห็นภาพรวมของงานสู่ขอที่จัดขึ้นในบ้านทั้งหลังเลย

ภาพที่ 6.7 ภาพจากส่ม ภัค เสี่ยน

ที่มา: รับชมหนัง, 2564

ส่ม ภัค เสี่ยน มีการใช้เสียงในแบบที่สูตรสำเร็จในยุคก่อนนิยม คือการมีร้องเพลงในเรื่องซึ่งจะปรากฏขึ้นมาเป็นระยะแต่รวมทั้งหมดไม่มากเกิน 3-4 เพลงทั้งที่ร้องเองและเปิดเพลงเข้ามาประกอบอย่างจริงจัง โดยลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์กึ่งภาพยนตร์เพลงเช่นนี้คือ ในช่วงที่มีเพลงเปิดขึ้นมา ตัวละครจะเหมือนกำลังอยู่ในมิวสิควิดีโอ ดังนั้น ไม่ว่าจะอารมณ์สนุกสนาน หรือเศร้าเสียใจอกหัก ตัวละครจึงแสดงอารมณ์มากกว่าตัวละครปกติที่ไม่มีเพลงประกอบจะทำได้

ในส่วนของการตัดต่อ พบว่ามีการใช้ทักษะการตัดต่อเพื่อช่วยในการรับมุกต่าง ๆ ที่ตัวละครเล่นไปตลอดเรื่อง เช่น การซูมเข้าอย่างรวดเร็ว ในจังหวะที่ตัวละครเล่นมุก หรือเริ่มจากภาพไกลในฉากที่แม่ของเสี่ยนยืนบ่นว่าลูกเป็นคนสกปรก แล้วต่อด้วยภาพระยะใกล้มาก ซูมไปที่ตูดแม่ที่ก็มีเสียงตดดังออกมาเช่นกัน เพื่อขยี้มุก ว่าลูกไม้หล่นไม่ไกลต้นนั่นแหละ เป็นต้น

ข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ โลกรอบ ๆ ตัวละครใน ส่มภัคเสี่ยน มีฉากหลังเป็นอีสานในเมือง แต่ก็พยายามจะฉายภาพอีสานที่ยึดโยงอยู่กับศาสนา ผู้คนอัธยาศัยดี แม้จะมีโจรผู้ร้ายอยู่บ้าง แต่สุดท้ายอธรรมย่อมพ่ายแพ้ให้แก่ธรรมมะ และคนชั่วจะได้รับผลกรรมนั้นอย่างแน่นอน เมื่อมองย้อนกลับไปถึงผู้บ่าวไทบ้านที่วิเคราะห์เบื้องต้นไปในหัวข้อก่อนหน้า จึงพบว่ามีความคล้ายกันในการมองข้ามและบิดเบือนความจริงบางอย่าง โดยเฉพาะปัญหาเชิงโครงสร้างผ่านการทำให้ดูงดงามเกินจริงไม่ต่างจากผู้บ่าวไทบ้าน ซึ่งข้อดีของภาพยนตร์ตลกคือ ผู้ชมตั้งใจมารับความบันเทิงเพื่อหลุดออกจากโลกความเป็นจริง โลกอันสวยงามดังกล่าวจึงอาจไม่ส่งผลกระทบใดต่อผู้ชม ตรายเท่าที่พวกเขาไม่นำมันออกปนกับโลกความจริง

ภาพยนตร์อีสานตลกที่กล่าวมาทั้งสองเรื่องเป็นเพียงการหยิบยกมาลองวิเคราะห์ และถอดประกอบดูโครงสร้างเบื้องต้น เพื่อให้เห็นการต่อสู้ต่อรองในอีสานนิยมที่ซ่อนอยู่ภายใน แต่ภาพยนตร์ทุกเรื่องล้วนเป็นปัจเจกต่อกัน ดังนั้น ทั้งผู้บ่าวไทบ้าน และส่มภัคเสี่ยน อาจไม่สามารถแทนค่าภาพรวมทั้งหมดของหนังอีสานกลุ่มนี้ได้ แต่การจับภาพยนตร์ในระบบอิสระและระบบสตูดิโอมาวางคู่กันผ่านภาพยนตร์ที่มีโครงเรื่องคล้ายกัน อาจทำให้เห็นภาพอะไรบางอย่างที่น่าสนใจ ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาจุดร่วมและจุดต่างที่น่าสนใจผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่อง และภาษาภาพยนตร์ดังต่อไปนี้

โครงสร้างการเล่าเรื่อง

โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 องค์ประกอบสำคัญ (ภัทริยา วิริยะศิริวัฒนะ และ อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2559) คือ โครงเรื่อง (plot) แก่นความคิด (theme) ตัวละคร (character) ความขัดแย้ง (conflict) มุมมองหรือจุดยืนในการเล่าเรื่อง (point of view) ฉาก (set) และสัญลักษณ์พิเศษ (symbol) โดยองค์ประกอบทั้ง 7 นั้นสามารถซุกซ่อนความหมายและ

อุดมการณ์บางอย่างส่งต่อไปสู่ผู้ชมได้ผ่านกระบวนการผลิต โดยผู้วิจัยได้สรุปข้อเปรียบเทียบโครงสร้างการเล่าเรื่องของผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ และส่ม ภัค เสี่ยน ออกมาเป็นตารางดังนี้

ตารางที่ 6.3 เปรียบเทียบโครงสร้างการเล่าเรื่องระหว่าง ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ และ ส่มภัคเสี่ยน

รายละเอียด	**ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)**	**ส่มภัคเสี่ยน (2560)**
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
โครงเรื่อง	ปราณี แฟนสาวของทองคำ ไปทำงานเมืองนอกและกลับมาพร้อมแฟนหนุ่มชาวต่างชาติคนใหม่ สุดท้ายทองคำเข้าใจความจำเป็นในการเลือกทางเดินชีวิตของแต่ละคน แม้เขาจะยังรักปราณีอยู่ก็ตาม	ส้มแฟนสาวของเสี้ยน ไปทำงานกรุงเทพฯและกลับมาพร้อมแฟนหนุ่มหน้าตี๋คนใหม่ สุดท้ายเสี้ยนเรียนรู้ที่จะทำใจและหันกลับมามองความสุขใกล้ตัว นั่นคือภัค หญิงสาวอีกคนที่เฝ้ามอบความรักให้เสี้ยนมาตลอด
แก่นความคิด	ไม่ว่าจะเลือกทางเดินชีวิตอย่างไร บ้าน (พื้นที่อีสาน) ยังคงรอเราให้กลับไปหา	หันมามองคนที่เขารักเราบ้างดีไหม ความสุขอยู่ใกล้ตัว ไม่ต้องไปถึงกรุงเทพ
ตัวละคร	คนใน: ตัวละครหลัก ปราณี - แฟนสาวของทองคำที่ต้องตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยมีความสุขกับแฟนของตน แต่พ่ายแพ้ให้กับความต้องการของแม่ที่ต้องการให้ครอบครัวสุขสบายขึ้น จากการที่ลูกมีแฟนเป็นชาวต่างชาติ กับสิ่งที่เธอเลือกเช่นกัน จึงตัดสินใจปล่อยเธอไป	คนใน: ตัวละครหลัก ส้ม - แฟนสาวของเสี้ยนที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ จนพบรักที่กรุงเทพฯ และกลับมาพร้อมแฟนใหม่เพื่อจะกลับไปกรุงเทพฯอีกครั้งในฐานะสามีภรรยาที่ถูกกฎหมาย ภัค - ลูกสาวร้านทอง และเพื่อนวัยเด็กที่ต้องการให้เสี้ยนรัก เลยหมั่นมาหามาทำดีด้วย

ตารางที่ 6.3 (ต่อ)

รายละเอียด	ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)	ส่มภัคเสี่ยน (2560)
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
ตัวละคร	ทองคำ - ต้องการมีความสุขกับแฟนของตน แต่ก็อยากให้เธอมีความสุข แม่ของปราณี - ต้องการให้ครอบครัวได้ลืมตาอ้าปาก ปลดหนี้ปลดสิน จึงผลักดันและร้องขอให้ปราณีมีแฟนเป็นชาวต่างชาติ คนนอก: ตัวร้าย/ศัตรู ไมเคิล - แฟนฝรั่งของปราณีที่กลับมาเยี่ยมบ้านพร้อมกับปราณีในฤดูทำนา	เสี้ยน - ชายหนุ่มที่เฝ้ารอให้คนรักกลับมาจากกรุงเทพฯมาโดยเร็ว แม่ของเสี้ยน - ต้องการเห็นลูกมีความสุข เชียร์ให้คบกับภัค ให้มองเห็นคนที่เขารักเรา จนเป็นจุดเปลี่ยนให้เสี้ยนคิดใหม่ในตอนจบ คนนอก: ตัวร้าย/ศัตรู จักรพันธ์ - แฟนใหม่ของส้มที่กลับมาจากกรุงเทพฯพร้อมกับส้มเพื่อสู่ขอและจัดงานแต่งงาน
ความขัดแย้ง	- ทองคำ ขัดแย้งกับปราณีเพราะปราณีพาแฟนใหม่ที่เป็นชาวต่างชาติกลับมา และเรื่องที่ปราณีไม่เชื่อ ว่าตนไม่ได้เป็นขโมย - ปราณี ขัดแย้งกับแม่เพราะไม่อยากกลับไปกับแฟนชาวต่างชาติแล้วอยากอยู่บ้านมากกว่า	- เสี้ยน และแม่ของเสี้ยน ขัดแย้งกับกรุงเทพฯ จากบทพูดที่เสี้ยนพูดกับส้มว่า “งานที่นครพนมก็มี ไปทำไมที่กรุงเทพฯ” และที่แม่ของเสี้ยนพูดกับภัคว่า “ที่นี่ก็มีเรียน จะไปเรียนทำไมที่กรุงเทพฯ” - เสี้ยน ขัดแย้งกับแฟนคนใหม่ของส้มหนุ่มตี๋จากกรุงเทพฯ ในเรื่องของความรัก

ตารางที่ 6.3 (ต่อ)

รายละเอียด	**ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557)**	**ส่มภัคเสี่ยน (2560)**
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
ความขัดแย้ง		- ภัค ขัดแย้งภายในใจตนเอง ว่าถ้าเขาไม่รัก ควรจะไปต่อหรือพอแค่นี้
มุมมอง ในการเล่าเรื่อง	เล่าเรื่องอีสานชนบท ในมุมมองของคนอีสานในพื้นที่	เล่าเรื่องในมุมมองของคนอีสานพลัดถิ่นที่เชื่อมโยงกับโลก และมองพื้นที่ในหนังเป็นพื้นที่อีสานในอุดมคติ
ฉาก	อ.เชียงยืน จ.มหาสารคาม	อ.เมือง จ.นครพนม

จากตาราง จะเห็นว่า ผู้บ่าวไทบ้านและส่ม ภัค เสี่ยน มีความคล้ายคลึงกันไปในส่วนของโครงเรื่อง ในประเด็นที่ตัวนางเอกเดินทางออกไปข้างนอกชุมชนและกลับมาพร้อมชายอื่น ซึ่งหากมองในเชิงสัญลักษณ์ สามารถแทนค่าชายหนุ่มเหล่านั้นได้ว่าเป็นภัยคุกคามสำหรับตัวเอกและชุมชนในมุมมองของผู้กำกับ โดยปราณีจากเรื่องผู้บ่าวไทบ้าน กลับมาพร้อมกับแฟนหนุ่มชาวต่างชาติ สื่อให้เห็นถึงปัญหา “เมียฝรั่ง” ที่เป็นประเด็นที่โดดเด่นในสังคมอีสานช่วงนั้น อีกทั้งการที่ภาพยนตร์สร้างคาแรกเตอร์ของชายชาวต่างชาติไปในทางลบ เช่น ขี้เมา ปากเสีย ยิ่งตอกย้ำถึงมุมมองของผู้กำกับที่มีต่อชาวต่างชาติว่าเป็นภัยคุกคามมากยิ่งขึ้น ส่วนส้มจากเรื่องส่ม ภัค เสี่ยน ที่กลับมาพร้อมหนุ่มกรุงเทพฯ คนไทยเชื้อสายจีน มีฐานะ สื่อให้เห็นถึงมุมมองที่ว่าส่วนกลางนั้นเป็นภัยคุกคามต่อชุมชน โดยเฉพาะคนไทยเชื้อสายจีน นอกจากนี้ ส่มภัคเสี่ยนเองก็ยังมีตัวละครเพื่อนพระเอกที่เป็นลูกครึ่ง และมีลักษณะนิสัยไปในทางลบ เช่น ไม่เอาไหน ติดเหล้า ติดการพนัน ไม่ต่างจากชาวต่างชาติในผู้บ่าวไทบ้านอีกด้วย

สิ่งที่คล้ายกันอีกประการหนึ่งคือ การตัดสินใจในตอนสุดท้ายของตัวละครหลักหญิงของทั้งสองเรื่อง พวกเธอต่างมองว่าสิ่งที่บรรดาพระเอกเห็นว่าเป็นภัยคุกคามนั้น ไม่ได้เป็นภัยต่อตน หากแต่เป็นหนุ่ม ๆ ไทบ้านที่ไม่เอาไหนนั่นแหละที่เป็นภัยคุกคาม เพราะจะทำให้ตนไม่มี

อนาคต เช่นในประโยคหนึ่งของปราณีที่กล่าวว่า *"ขั้นคนซุมนั้นเขาเลือกอนาคตได้นั่น เขาบ่พากันหนีไปอยู่ที่อื่นดอก มันกะคือซุมผู้บ่าวไทบ้านนี่หล่า กินแต่เหล้าเมาแต่ยา มีความสุขหลาย แต่หั่นบ่มีอนาคต"* สื่อถึงการคืบคลานของทุนนิยม ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และสุดท้าย ตัวละครหลักหญิงของทั้งสองเรื่องต่างเลือกที่จะมุ่งสู่อนาคตที่สดใสในระบบทุนนิยมมากกว่าอุดมการณ์ความรักที่ไม่สามารถทำให้ตนและครอบครัวอยู่ดีมีสุขได้

ประเด็นดังกล่าว พบได้ในภาพยนตร์อีสานตลกเรื่องอื่น ๆ ในยุคนี้ด้วย เช่น เขยฝรั่งในอีนางเอ้ย เขยฝรั่ง และหนุ่มฝรั่งที่รับบทโดยมาร์ติล วีลเลอร์ในอีกหลาย ๆ เรื่อง หรือประเด็นทุนนิยม ในเรื่อง เลิฟยู โคกอีเกิ้ง ที่ผู้เป็นพ่อต่อต้านการที่ลูกสาวต้องคบกับหนุ่มไทยเพราะไม่อยากให้มีชีวิตที่ยากจน จนสุดท้าย เมื่อพ่อเสียชีวิตไปและห้ามสองคนนี้ไม่ให้รักกันไม่ได้ จึงมาให้โชคโดยการทำให้ทั้งคู่ถูกหวยจำนวน 12 ล้านบาท เป็นต้น

ข้อสังเกตที่อาจพบในครอบครัวชาวเอเชียหรือชาวไทยเท่านั้น คือการที่ครอบครัวมามีส่วนในการตัดสินใจเรื่องความรักของบุตร และคู่ครองต้องเข้ามาดูแลครอบครัวของฝ่ายหญิงด้วย เช่นในส่มภัคเสี่ยน แม้บ้านของส้มจะมีฐานะอยู่แล้ว แต่เมื่อลูกพาหนุ่มชาวกรุงกลับบ้านมา แม่กับพ่อก็ภาคภูมิใจและจัดงานแต่งให้อย่างใหญ่โต แถมยังเป็นฝ่ายเรียกสินสอดเพิ่มเติมจากที่ฝ่ายเจ้าบ่าวเสนอมาจนตนพอใจ นัยหนึ่งคือการวัดความสามารถของเจ้าบ่าวในการดูแลลูกสาวของตนผ่านระบบทุนนิยมอีกด้วย ส่วนแม่ของปราณี ในผู้บ่าวไทบ้านฯ ถึงกับต้องขอให้ลูกสาวมีแฟนชาวต่างชาติ จากประโยคในภาพยนตร์ที่แม่พูดว่า *"แม่ขอโทษ แม่ขอโทษลูกหลาย ๆ ไปอยู่นำเขาเบิ่งซะก่อน อยู่บ้านเฮาน่ะมันทุกข์มันยาก แม่บ่อยากให้ลูกมาเฮ็ดไฮ่เฮ็ดนา อยู่ทางพี้บ่ต้องห่วงดอก แม่ยังแข็งแรงอยู่ ถ้าความจนมันบ่มาบังคับ แม่บ่ให้ลูกไปจังซั่นดอก ไปนำเขาอีกจักเทือซะก่อน เนาะลูกเนาะ เพื่อแม่ เทือเฮาลืมตาอ้าปากได้ แม่กะสิบ่บังคับลูกอีก อดทนเอาเนาะลูก"*

จุดร่วมของทั้ง 2 เรื่อง จึงเป็นความไม่เอาไหนของชายหนุ่มอีสาน ผ่านมุมมองของทั้งตัวละครหญิงและครอบครัว และมองว่าลูกสาวคือผู้ที่จะนำรายได้เข้าบ้านได้จากการหาลูกเขยดี ๆ จากนอกพื้นที่ เพื่อเข้ามาเปลี่ยนชีวิตของพวกเธอ

หากมองเฉพาะภาพยนตร์สองเรื่องที่นำมาวิเคราะห์ จะพบว่า ภาพยนตร์ในระบบอิสระอย่างผู้บ่าวไทบ้านที่มองจากมุมมองของคนในพื้นที่นั้น มีการต่อรองภาพลักษณ์ความไม่เอาไหนของหนุ่มอีสานไว้ได้ค่อนข้างลึกกว่าในส้มภัคเสี่ยนที่เลือกจะไม่พูดลงลึกไปในประเด็นดังกล่าว

มากนัก ในผู้บ่าวไทบ้าน เล่าว่า ถึงแม้หนุ่มไทบ้านจะไม่เอาไหน ไร้อนาคต แต่ยังมีคำที่อยากบอกทุกคนอยู่ ผ่านปากของทองคำในตอนท้าย นั่นคือ *"ทุกคนมีสิทธิ์จะเลือกชีวิตดี ๆ ให้เจ้าของ บ่เครียดดอก แต่บ้านเฮายังรอพวกเจ้าอยู่เด้อ"* มองได้ว่า ตัวทองคำเองก็รับรู้เป็นอย่างดีว่าชีวิตที่ดีเป็นอย่างไร และเขาก็รอโอกาสอยู่เช่นกัน โอกาสที่จะได้ทำหนัง แต่เขาก็มิได้ผลักดันตัวเองให้ต้องดิ้นรนตามหาฝันถึงขนาดที่ต้องทิ้งถิ่นฐานเพราะยังมีความสุขดีในสภาพที่เป็นอยู่นั่นเอง

นอกจากนี้ ในด้านของการนำเสนอมุกตลก ยังพบว่ามีความแตกต่างกันมากในเชิงรายละเอียด เนื่องจากส่ม ภัค เสี่ยน ลงทุนไปกับการรวบรวมนักแสดงตลกและดารารับเชิญมา และกระจายเนื้อหาให้พวกเขาได้ปล่อยมุก ซึ่งหลายมุกมักไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่องเท่าไรนัก อีกทั้งอารมณ์ขันของส่ม ภัค เสี่ยน จะมีรากฐานมาจากอารมณ์ขันแบบตลกคาเฟ่ ที่มองความไม่ปกติคือความตลก เช่น คนแคระ คนพิการ คนอ้วน คนดำ คนพูดไม่ชัด ซึ่งในยุคสมัยหนึ่งอาจได้รับความนิยม แต่ในปัจจุบัน ผู้ชมบางส่วนอาจมองว่าเป็นการเหยียดหรือส่งเสริมความไม่เท่าเทียมในสังคมได้ ในขณะที่ผู้บ่าวไทบ้านฯ ผู้ชมจะตลกหรือขำขันไปกับการเห็น "ภาพที่คุ้นเคย" ที่เชื่อมโยงกับชุมชนของตน เช่น เสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้าน การขโมยไก่ไปต้มกิน ซึ่งคือการเอาความจริงมาล้อตนเอง ซึ่งพบได้ในภาพยนตร์อีสานใหม่หลายเรื่อง เช่น ไทบ้าน เดอะซีรีย์ เป็นต้น

ภาษาภาพยนตร์

หากเปรียบด้านงบประมาณการสร้าง เป็นที่แน่นอนว่าระบบสตูดิโอต้องมีทุนและทีมงานที่เป็นมืออาชีพมากกว่า โดยเฉพาะหากเปรียบเทียบระหว่างส่ม ภัค เสี่ยน กับผู้บ่าวไทบ้าน ที่เรื่องหลังรวบรวมเงินทุนจากการจำนองที่นาและได้มาจากนายทุนท้องถิ่นในภายหลังอีกจำนวนหนึ่ง ทำให้คาดการณ์ได้ว่างานภาพของส่ม ภัค เสี่ยน นั้นจะต้องมีคุณภาพมากกว่าแน่นอน ซึ่งผู้วิจัยพบว่าเป็นความจริงเพียงบางส่วน

ด้วยงบประมาณ ทำให้ส่ม ภัค เสี่ยน ถ่ายภาพด้วยความละเอียดคมชัดสูงกว่าจริงผ่านอุปกรณ์ราคาแพง แต่ในด้านเทคนิค พบว่าเกือบทั้งเรื่องเป็นการตั้งกล้องนิ่งในระดับสายตาของตัวละคร แล้วปล่อยให้นักแสดงเล่นมุกผ่านกล้องไป โดยมีช่วงเวลาที่กล้องเคลื่อนไหวมากที่สุดคือช่วงเวลามิวสิควิดีโอ ที่ตัวละครร้องเพลง กล้องจะเคลื่อนตามตัวละครมากขึ้นเล็กน้อย ต่างจากในผู้บ่าวไทบ้านฯ ที่ผู้กำกับพยายามทดลองใช้งานภาษาภาพยนตร์ผ่านการสื่ออารมณ์ในการเคลื่อน

กล้องแบบต่าง ๆ เช่น จังหวะที่ทองคำต้องรีบลงจากบันไดบ้านเพื่อไปเก็บเศษฟิล์มหนังในตอนเปิดเรื่อง มีการใช้เลนส์ขนาดที่ไม่ปกติและถือกล้องเดินถอยหลังตามตัวละครที่วิ่งลงบันไดมา ให้ผู้ชมรู้สึกถึงความไม่ปกติ ใช้บอกภาวะงัวเงียและเร่งรีบมากของตัวละคร อีกทั้งยังกระตุ้นคนดูให้รู้สึกไม่น่าเบื่อไปในคราวเดียวด้วย

ภาพที่ 6.8 ฉากลงบันไดในผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้

ที่มา: พระนครฟิลม์, 2561

นอกจากนี้ ผู้บ่าวไทบ้านฯ ยังมีการใช้เทคนิคประกอบอื่น ๆ อีก เช่น การถือกล้องเดินวนรอบตัวนางเอกขณะกำลังครุ่นคิดถึงความหลังในจังหวะช่วงที่ต้องตัดสินใจในตอนท้ายเรื่อง การใช้ภาพวาดแอนิเมชันมาช่วยอธิบายในฉากฆ่าไก่ การเชื่อมฉากด้วยเสียง จากฉากที่หนุ่มขี้เมากำลังเริ่มบรรเลงดนตรีเชื่อมไปยังวิทยุของแม่นางเอกที่เปิดเพื่อฟ้อนคนเดียวหน้าบ้าน การใช้เสียงพากย์เพิ่มเข้าไป (voice over) เพื่อช่วยเล่าเรื่องในมุมมองของตัวละครเอง เป็นต้น ดังนั้น เป็นไปได้ว่าความเป็นอิสระและข้อจำกัดด้านงบประมาณของผู้บ่าวไทบ้านฯ ทำให้ผู้กำกับใช้ทักษะด้านภาษาภาพยนตร์มาช่วยอุดช่องโหว่อย่างเต็มที่และเติมเต็มให้เรื่องสมบูรณ์ได้อย่างมีศิลปะ

ความพิเศษของผู้บ่าวไทบ้านฯ คือ ในตอนท้ายเรื่อง ปราณีได้เปิดดูวิดีโอในกล้องของแฟนฝรั่ง ที่ทองคำเอาไปมาถ่ายช่วงหนึ่ง ทำให้พบความในใจของทองคำ ว่าชีวิตสามัญก็มีเรื่องที่ต้องดิ้นรนกันไป เข้าใจในสิ่งที่เธอเลือก แต่คนที่บ้านก็ยังรออยู่นะ ช่วงนี้เอง ผู้สร้างเลือกที่จะ

ผสมผสานเรื่องจริงและเรื่องแต่งเข้าด้วยกัน โดยการนำภาพครอบครัว ประมวลภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน มารวมกันราวกับว่าอีสานเก่ากับอีสานปัจจุบันได้พบกันในฉากนี้ แม้จะดูงดงามเกินจริง แต่ก็กลายเป็นฉากจบที่ประทับใจใครหลายคน โดยเฉพาะผู้ที่รับชมผ่านทางออนไลน์และพิมพ์ข้อความชื่นชมไว้ในช่องคอมเมนท์ เช่น *"ตอนภาพถ่ายขึ้นน้ำตาไหลเลย ทำให้หนังลึกขึ้นไปอีกมิตินึง มิติเวลาที่ได้แต่โหยหาและคารวะ"* บัณฑิต เทียนรัตน์ (2557)

6.3 อีสานแฟนตาซี

ภาพยนตร์ในกลุ่มนี้ มองว่าอีสานเป็นดินแดนแห่งแฟนตาซี โดยหากย้อนกลับไปในยุคแรก ภาพยนตร์ที่ผู้วิจัยมองว่าเป็นการมองอีสานในรูปแบบแฟนตาซีเรื่องแรก คือ *วารุณี (2498)* อำนวยการสร้างโดย เสวตร เปี่ยมพงศ์สานต์ สร้างโดย ภาพนิมิต ประพันธ์และกำกับโดย ขุนวิจิตรมาตรา ว่าด้วยการผจญภัยไปชุบชีวิตพระนางวารุณีที่ถูกสาปเป็นหินอยู่ในถ้ำใต้ปราสาทหินพิมายของจิต น้องสาวของเธอ และคนรักของน้องสาวเธอ เพื่อไขปริศนาผู้ที่เคยมาเสียชีวิตที่บ้านของตนเมื่อร้อยกว่าปีที่แล้ว ตลอดเรื่องเป็นการเดินทางผ่านดงพญาไฟ เผชิญหน้ากับสิงสาราสัตว์ และคนป่าช่าย่าเหินที่บูชาพระนางวารุณีในเรื่อง

ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา เริ่มมีภาพยนตร์ในกลุ่มนี้ออกฉายในโรงภาพยนตร์บ้างตั้งแต่ *ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553)* และ *ป่า (2559)* ซึ่งทั้งคู่ล้วนเป็นภาพยนตร์ในระบบอิสระทั้งสิ้น แม้ลุงบุญมีฯ จะสร้างความสั่นสะเทือนในระดับโลกผ่านการได้รับรางวัล แต่ภายในประเทศเอง ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก เนื่องจากแนวทางความเป็นภาพยนตร์ทดลอง ทำให้ผู้คนที่ไม่คุ้นเคยภาพยนตร์แนวนี้ถอยห่างออกไป จนเข้าทศวรรษ 2560 ภาพยนตร์เรื่องแรกในระบบสตูดิโอและเริ่มเปิดตลาดอีสานแฟนตาซีครั้งใหม่มาจากละครโทรทัศน์เรื่อง นาคี ในปี 2559 ทำให้เกิดปรากฏการณ์การกล่าวถึง การเดินทางไปสักการะบูชาพญานาคขึ้นอีกครั้ง หลังจากเคยมีกระแสขึ้นมาแล้วครั้งหนึ่งจากภาพยนตร์เรื่อง *15 ค่ำ เดือน 11 (2545)* จากค่าย GTH

หากมองในเรื่องของจำนวน แน่นอนว่าภาพยนตร์แนวอีสานแฟนตาซีนั้นมีจำนวนน้อยกว่าภาพยนตร์อีสานตลก แต่จากปรากฏการณ์ รายได้ของ นาคี 2 ที่ทำรายได้ไปมากกว่า 417.55 ล้านบาททั่วประเทศ ติดอยู่ในสิบอันดับภาพยนตร์ไทยที่ทำเงินสูงสุดในประเทศไทย อีกทั้งยังกระตุ้น

เศรษฐกิจการท่องเที่ยวผ่านสถานที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น วังนาคินทร์คำชะโนด ให้มียอดบริจาคต่อวันมากขึ้นกว่าสิบเท่า ภาพยนตร์กลุ่มนี้ จึงมีความสำคัญเพียงพอที่จะแยกหัวข้อออกมาเป็นอีกหนึ่งกลุ่ม

เมื่อมองในเชิงรายละเอียดเฉพาะทศวรรษ 2560 ในระบบสตูดิโอนั้น ทั้ง 3 เรื่องที่ออกฉาย ได้แก่ *นาคี 2 (2561) หลวงพี่กะอีปอบ (2563) ร่างทรง (2564)* มองความแฟนตาซีของอีสานในประเด็นที่ต่างกันออกไป นาคีพูดเรื่องพญานาค หลวงพี่ฯพูดเรื่องผีปอบ ส่วนร่างทรงพูดเรื่องการทรงเจ้าเข้าผี ซึ่งในแง่นี้ดูจะมีความหลากหลายกว่าภาพยนตร์ระบบอิสระในทศวรรษเดียวกันที่พูดถึงพญานาคทั้งสองเรื่อง ได้แก่ *อีปีก อัศจรรย์แห่งวันศรัทธา (2560)* และ *ปาฏิหาริย์ แก้วนาคราช (2561)*

ตารางที่ 6.4 แสดงรายชื่อภาพยนตร์อีสานแฟนตาซี หลังปี 2550 แยกตามระบบการผลิต

รายชื่อภาพยนตร์อีสานแฟนตาซี หลังปี 2550		
ทศวรรษ	**ระบบสตูดิโอ** (3 เรื่อง)	**ระบบอิสระ** (4 เรื่อง)
2550	-	*ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553) ป่า (2559)*
2560	*นาคี 2 (2561) หลวงพี่กะอีปอบ (2563) ร่างทรง (2564)*	*อีปีก อัศจรรย์แห่งวันศรัทธา (2560) ปาฏิหาริย์ แก้วนาคราช (2561)*

ในกลุ่มนี้ ผู้วิจัยเลือกภาพยนตร์ที่มีบทบาทสำคัญมา 2 เรื่อง ได้แก่ *ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561)* และ *ร่างทรง (2564)* โดยปาฏิหาริย์แก้วนาคราช เป็นภาพยนตร์ในระบบอิสระที่สร้างโดยได้รับแรงบันดาลใจจากความสำเร็จของละครเรื่อง *นาคี (2559)* และออกฉายในปีเดียวกับภาพยนตร์เรื่อง *นาคี 2 (2561)* เพื่อเผยแพร่หลักธรรมคำสอนทางศาสนาพุทธผ่านสื่อภาพยนตร์ ส่วนร่างทรง เป็นภาพยนตร์ในระบบสตูดิโอ เป็นงานร่วมทุนระหว่างประเทศไทยและเกาหลีใต้ กำกับโดยผู้กำกับจากค่าย GDH559 และเป็นคนต่างพื้นที่ จึงน่าสนใจในภาพอีสานที่ถูกนำเสนอแบบแฟนตาซีผ่านมุมมองคนนอก ทั้งนอกภูมิภาคและนอกประเทศ

ผู้วิจัยใช้หลักโครงสร้างการเล่าเรื่อง และภาษาภาพยนตร์เพื่อทำการสำรวจถึงความแตกต่างในรายละเอียดของภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่องในกลุ่มอีสานแฟนตาซีดังต่อไปนี้

ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช

พล หนุ่มร้อยเอ็ด เด็กดีผู้ที่ครอบครัวมีปัญหา ทำให้เขาตัดสินใจเข้าสู่ด้านมืดของสังคมและหนีไปใช้ชีวิตที่กรุงเทพฯ แต่เมื่อเขากลับใจและกลับมาออกบวชเพื่อแก้กรรมพร้อมทั้งสั่งสมทานบารมี เขาพบว่ามีพญางูตามขัดขวางการสั่งสมบุญของเขามาแต่อดีตชาติ ในที่สุดเขาเอาชนะพญางูได้ด้วยแก้วนาคราชที่ยายของเขาเคยให้ไว้ และสร้างวัดดานพระอินทร์ขึ้นที่ จ.มุกดาหาร

ภาพยนตร์เรื่องนี้มีเป้าหมายที่ชัดเจนคือนำไปสู่ตอนจบเรื่องความศรัทธา ทั้งศรัทธาในศาสนาและศรัทธากฎแห่งกรรมและการแก้กรรม เพราะตัวพระเอกนั้น มีเค้าโครงมาจากเรื่องจริงและมีวัดตั้งอยู่จริง ตอนจบของเรื่อง หลังจากที่พระพลออกธุดงค์เจอเจอสถานที่ที่เหมาะสม เหล่าญาณทิพย์ผู้สั่งสมบุญจนเป็นผู้มีบุญบารมีมาปรากฏตัวเพื่อให้การสนับสนุน พระพลจึงตั้งกล่องบริจาคเพื่อชวนชาวบ้านทุกคนสร้างเจดีย์ที่เป็นบุญใหญ่กว่าบุญใดทั้งสิ้นลงบนสถานที่นั้น สถานที่เดียวกันกับพระที่เป็นคนต้นเรื่องในโลกจริงจำวัดอยู่

ในส่วนของวิธีการเล่าเรื่อง เรื่องถูกเล่าด้วยการตัดสลับเหตุการณ์สำคัญมายั่วเย้าให้ผู้ชมเกิดความสนใจและสงสัยก่อนในตอนต้นเรื่องผ่านทั้งความฝันและความจริงของตัวละคร จากนั้นจึงเริ่มเล่าเรื่องเป็นเส้นตรง เริ่มจากการเป็นเด็กดี แต่พ่อแม่ไม่เข้าใจเลยกลายเป็นเด็กมีปัญหา ถลำลึกเกิดเหตุผิดพลาดจนต้องหนีเข้ากรุงเทพฯ และถลำลึกเข้าสู่ด้านมืดของสังคมกรุงเทพฯ เพราะโดนหลอก จากนั้นเกิดเหตุอีกครั้งจึงต้องหนีกลับบ้าน จนไปพบกับพราห์มระหว่างทาง และเริ่มเข้าสู่เนื้อหาในส่วนของการบำเพ็ญบุญบารมีผ่านการนั่งสมาธิและสู้กับงูใหญ่เพื่อแก้กรรม

งานภาพในเรื่องมีการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกเข้าช่วยในหลายฉาก และตัวงานมีคุณภาพค่อนข้างดี แม้ในบางฉากจะมีความไม่สมจริงทั้งแง่ภาพ เช่น ภาพของงูใหญ่ ที่มีลักษณะออกไปทางปีศาจงูฝั่งตะวันตกมากกว่างูใหญ่ในแบบที่ชาวเอเชียเชื่อถือกัน ซึ่งหากมองในแง่ความแตกต่างหลากหลาย ผู้สร้างอาจจะมีภาพงูในหัวเป็นเช่นนั้น แต่ก็อาจเป็นไปได้เช่นกันว่าด้วยข้อจำกัดของงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถปั้นงูในแบบที่ต้องการขึ้นมาใหม่ได้จึงใช้แบบสำเร็จมาดัดแปลง นอกจากนี้ ในแง่การแสดง เกิดแผลขึ้นหลายจุดในส่วนของเนื้อหาเพราะสิ่งที่เริ่มไว้ถูกทอดทิ้งไป

ทำให้คนดูไม่สามารถเชื่อมโยงเหตุและผลได้ครบจนอาจเกิดความสับสน เช่น ประเด็นงู 2 ตัวในตอนเปิดเรื่อง ไม่มีกล่าวถึงอีกว่าทำไมต้องมี 2 ตัว หรือปมใดที่ทำให้พ่อแม่ของพล อยู่ ๆ ก็ลุกขึ้นมาเกลียดตัวเขามากอย่างไม่มีเหตุผลจนต้องตบตีกันขึ้นมา เป็นต้น

และเนื่องจาก 1 ใน 3 ของเนื้อเรื่องเป็นการไปใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพด้านมืดของพล ภาพอีสานในตอนต้นเรื่องอย่าง โต๊ะหินอ่อนในโรงเรียน บ้านไม้ของพล และข้างถนนที่เป็นที่อยู่ของเพื่อนเกเร จึงเป็นเพียงสถานที่ในจินตนาการที่เราจะพบในภูมิภาคใดก็ได้ ซึ่งก็อาจมองได้ว่า อีสานในมุมมองของผู้สร้าง มีความเจริญและการพัฒนาอยู่ในระดับที่ไม่ต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ ภายในประเทศอีกต่อไป และที่น่าสนใจคือภาพอีสานตอนท้าย ที่พระพลเริ่มเข้าสู่การบำเพ็ญบุญบารมีในป่า ไม่มีความเกี่ยวข้องกับทางโลกอีกต่อไป ในทางภาพเราจึงพบฉากสำคัญอยู่เพียงในถ้ำและในป่า ซึ่งแทนค่าการตัดขาดทางโลกได้เป็นอย่างดี

ภาพที่ 6.9 ภาพจากปาฏิหาริย์แก้วนาคราช

ที่มา: ดานพระอินทร์ ดินแดนศักดิ์สิทธิ์, 2562

/

ร่างทรง

ว่าด้วยเรื่องของทีมงานถ่ายทำสารคดี ที่เดินทางมาทำสารคดีเกี่ยวกับร่างทรงที่หมู่บ้านเล็ก ๆ แห่งหนึ่งในภาคอีสาน และพบว่า มิ้ง หญิงสาวในตระกูลร่างทรงของ “ย่าบาหยัน” ที่ถูกคาดการณ์ไว้ว่าจะได้เป็นทายาทรุ่นต่อไป มีอาการแปลก ๆ พวกเขาตัดสินใจเปลี่ยนผู้ให้สัมภาษณ์

หลักจาก นิ่ม ผู้เป็นป้าและเป็นร่างทรงคนปัจจุบัน มาเป็นเธอแทน นิ่มพบว่า สิ่งที่เข้าสิงในร่างของมิ้งไม่ใช่ย่าบาหยัน แต่เป็นวิญญาณเร่ร่อนจำนวนมากมารวมกันในร่างเธอ นิ่มจึงรวบรวมทีมงานมาทำพิธีใหญ่ เพื่อจะช่วยขับไล่วิญญาณดังกล่าว แต่สุดท้าย วิญญาณเหล่านี้มีความอาฆาตรุนแรงจากสิ่งที่มิ้งและตระกูลของมิ้งได้ทำไว้ ทุกคนจึงถูกฆ่าตายหมด

ภาพยนตร์เรื่องนี้มีจุดเริ่มต้นที่ต่างจากเรื่องอื่นในภาพยนตร์อีสานด้วยกัน เพราะประการแรก เป็นหนังร่วมทุน กล่าวในเชิงรายละเอียด เป็นการร่วมทุนระหว่างสตูดิโอ GDH559 ของไทย กับ สตูดิโอของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งผู้กำกับนาฮงจิน และบรรจง ปิสัญธนะกูล ของไทยมีชื่อเสียงในผลงานภาพยนตร์เขย่าขวัญที่ผ่านมาทั้งคู่ ประการต่อมา คือมีการแบ่งงานกันอย่างชัดเจน คือทางฝั่งเกาหลีใต้ดูแลเรื่องโครงเรื่องหลัก และผู้กำกับ โต้ง บรรจง ต้องเอาบทนั้นมาแปลงเป็นบริบทของไทยออกมาเป็นภาพยนตร์ให้ได้ เราจึงพบว่าดินแดนอีสานในจินตนาการของบรรจงที่ตีความออกมาจากบทของนาฮงจินนั้น สามารถถูกจับไปวางไว้ในภูมิภาคใดก็ได้ แต่เมื่อได้จับมาวางในภาคอีสานแล้ว ก็น่าสนใจในการมองรายละเอียดผ่านสายตาของบรรจง

ภาพที่ 6.10 ภาพจากร่างทรง

ที่มา: GDH, 2564

ในเรื่องของสถานที่ ถูกเลือกหรือถูกออกแบบมาเพื่อรับใช้ภาษาภาพยนตร์เป็นสำคัญ เนื่องจากผู้กำกับต้องการให้การไปถึงสถานที่บูชาย่าบาหยันนั้นเป็นไปด้วยความยากลำบาก และต้องเป็นการเดินจากที่ต่ำขึ้นไปสู่ที่สูงในเชิงกายภาพ จึงได้พื้นที่แถบจังหวัดเลยมาเป็นสถานที่หลักในการถ่ายทำ นอกจากนี้ เมื่อขึ้นไปถึงสถานที่บูชาที่มีรูปปั้นย่าบาหยันอยู่ การวางมุมกล้อง จากบนลงล่าง จากล่างขึ้นบน ก็เป็นการตั้งใจใช้ภาษาภาพเพื่อสื่อความหมายถึงสถานะความเชื่อของคนในพื้นที่นั้นได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ การใช้สำเนียงภาษาถิ่นอีสาน ที่ส่วนใหญ่ในภาพยนตร์เรื่องอื่นมักพบสำเนียงอีสานเหนือหรือสำเนียงลาวเป็นหลัก ท่ามกลางสำเนียงที่แตกต่างหลากหลายมากมาย สำเนียงจึงเป็นประเด็นหนึ่งในท้องถิ่นนิยมที่มีการต่อสู้ต่อรองกันอยู่ตลอดเวลาในหมู่ผู้สร้างอีสานใหม่ การได้พบผู้สร้างในฝั่งสตูดิโอที่เป็นคนภาคกลางและอาจไม่ได้มีความเกี่ยวข้องใด ๆ กับภาคอีสานมาดึงเอาความหลากหลายนี้ขึ้นมาเสนอผ่านตัวละครแต่ละตัวที่คุยกันด้วยภาษาอีสานต่างสำเนียงอย่างชัดเจน อีกทั้งตัวเอกอย่างมิ้ง ยังเป็นสาวอีสานที่ไม่พูดอีสานที่พบเห็นได้ทั่วไปในโลกจริง จึงเป็นความท้าทายแก่ผู้ชมที่ติดกับภาพสำเนียงอีสานว่าต้องมีแบบเดียว และผู้สร้างให้มองเห็นความหลากหลายในสำเนียงเพิ่มมากขึ้นด้วย

และเมื่อมองอย่างแฟนตาซี พบว่าผู้สร้างใช้ประโยชน์จากเงื่อนไขที่ตนตั้งไว้มาสร้างความหลอนในผู้ชมหวาดกลัวได้อย่างชาญฉลาดมาก เช่น การเล่นกับการแอบถ่าย การตั้งกล้องวงจรปิด การตั้งเงื่อนไขในตอนต้นเรื่องให้เปิดมาด้วยความเชื่อที่ชาวบ้านพึ่งพาได้มาตลอด แล้วจบด้วยการท้าทายว่า หากวันหนึ่งสิ่งที่เราเชื่อและยึดถือมาตลอด ไม่สามารถพึ่งพาได้อีกต่อไป หรือแม้กระทั่งว่าอาจไม่มีจริง จะเกิดอะไรขึ้น จึงเป็นวิธีการที่น่าสนใจมากในการผลิตภาพยนตร์ในแนวทางดังกล่าว

จากนี้จะเป็นการลองหยิบภาพยนตร์ 2 เรื่องในกลุ่มนี้ ที่ว่าด้วยพล็อตใกล้เคียงกัน คือ ความเชื่อและบุญกรรม มาลองพิจารณาผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่องและภาษาภาพยนตร์

โครงสร้างการเล่าเรื่อง

จุดร่วมประการหนึ่งของภาพยนตร์ทั้งสองเรื่องที่เลือกมา คือ ความเป็นอีสานที่ “ไม่ตลก” และออกจะดูจริงจังเสียด้วยซ้ำ หากแต่ทั้งสองเรื่องก็พูดด้วยท่าทีที่แตกต่างกันไป ในเรื่อง

ปาฏิหาริย์ฯ นั้นให้ความรู้สึกเหมือนกำลังฟังบทเรียนสอนใจ ในขณะที่ร่างทรง เป็นความบันเทิงที่มาในรูปแบบของความตื่นเต้นสยองขวัญ แต่ความศักดิ์สิทธิ์ของทั้งสองเรื่องนี้ต่างผูกพันและเชื่อมโยงอยู่กับธรรมชาติและภูเขา ซึ่งอาจเป็นรากฐานเดิมก่อนมีศาสนา ที่ชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างเรานิยมบูชาผีและธรรมชาติ เช่น ไร่ นา ป่า ไม้ น้ำ ดิน เป็นต้น

ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช พูดเรื่องอิทธิฤทธิ์ของพญานาค ส่วนร่างทรงพูดถึงการทรงเจ้าเข้าผี ซึ่งดูเผิน ๆ เหมือนจะไม่เกี่ยวข้องกัน แต่แท้จริงแล้ว ทั้งสองเรื่องพูดในเรื่องเดียวกันคือเรื่องของ “กรรม” ซึ่งเป็นความเชื่อหลักของชาวอีสาน โดยปาฏิหาริย์ฯ พูดเรื่องกรรมในกรณีที่ตัวเอกสั่งสมบุญบารมีจนสามารถแก้กรรมได้ ส่วนในร่างทรง ตัวเอกไม่ได้สนใจในเรื่องนั้น จึงถูกเจ้ากรรมนายเวรที่อาฆาตแค้นต่อวงศ์ตระกูลของตนเล่นงานในที่สุด เป็นที่น่าสนใจว่า ในตอนจบนั้น ไม่ว่าตัวละครจะเลือกทางออกแบบไหน ตัวละครหลักในทั้งสองเรื่องนี้ล้วนแล้วแต่ต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยว พระพลแม้จะมีลูกศิษย์ลูกหามากมาย แต่ในฐานะพระด้วยกันแล้วก็จำวัดอยู่เพียงรูปเดียว ส่วนมิ้ง มีผีสุนัขในร่างคนทรงเป็นลูกน้อง โดยมีตนเป็นผู้ปกครองสูงสุดเพียงผู้เดียว

นอกจากนี้ กรุงเทพฯยังเป็นตัวร้ายในปาฏิหาริย์แก้วนาคราช พลตัดสินใจหนีการกระทำผิดไปกรุงเทพฯ และเข้าสู่โลกของการส่งยาเสพติดที่นั่น โดนหลอกเข้าไปในคาเฟ่ก็ที่กรุงเทพฯ และก็เป็นคนในวงการส่งยาด้วยกันในกรุงเทพฯนี่เองที่ต้องการกำจัดเขา

ตารางที่ 6.5 เปรียบเทียบโครงสร้างการเล่าเรื่องระหว่าง ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช และ ร่างทรง

รายละเอียด	**ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561)**	**ร่างทรง (2564)**
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
โครงเรื่อง	พล หนุ่มร้อยเอ็ด เด็กดีผู้ที่ครอบครัวมีปัญหา ทำให้เขาตัดสินใจเข้าสู่ด้านมืดของสังคม และหนีไปใช้ชีวิตที่กรุงเทพฯ แต่เมื่อเขากลับใจและกลับมาออก	ทีมงานถ่ายทำสารคดี เดินทางมาทำสารคดีเกี่ยวกับร่างทรงที่หมู่บ้านเล็ก ๆ แห่งหนึ่งในภาคอีสาน และพบว่า มิ้ง หญิงสาวในตระกูลร่างทรงของ “ย่าบาหยัน” ที่ถูกคาดการณ์ไว้ว่าจะ

ตารางที่ 6.5 (ต่อ)

รายละเอียด	ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561)	ร่างทรง (2564)
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
โครงเรื่อง	บวชเพื่อแก้กรรมพร้อมทั้งสั่งสมทานบารมี เขาพบว่ามีพญางูตามขัดขวางการสั่งสมบุญของเขามาแต่อดีตชาติ ในที่สุดเขาเอาชนะพญางูได้ด้วยแก้วนาคราชที่ยายของเขาเคยให้ไว้ และสร้างวัดดานพระอินทร์ขึ้นที่ จ.มุกดาหาร	ได้เป็นทายาทรุ่นต่อไป มีอาการแปลก ๆ พวกเขาตัดสินใจเปลี่ยนผู้ให้สัมภาษณ์หลักจาก นิ่ม ผู้เป็นป้าและเป็นร่างทรงคนปัจจุบัน มาเป็นเธอแทน นิ่มพบว่า สิ่งที่เข้าสิงในร่างของมิ้งไม่ใช่ย่าบาหยัน แต่เป็นวิญญาณเร่ร่อนจำนวนมากมารวมกันในร่างเธอ นิ่มจึงรวบรวมทีมงานมาทำพิธีใหญ่ เพื่อจะช่วยขับไล่วิญญาณดังกล่าว แต่สุดท้าย วิญญาณเหล่านี้มีความอาฆาตรุนแรงจากสิ่งที่มิ้งและตระกูลของมิ้งได้ทำไว้ ทุกคนจึงถูกฆ่าตายหมด
แก่นความคิด	คนเราเลือกเกิดไม่ได้ แต่เลือกจะบำเพ็ญเพียร สั่งสมความดีเพื่อแก้กรรมได้	เราไม่อาจหลีกเลี่ยงกรรมเก่า และความศรัทธาหรือความเชื่อเดิม ๆ อาจสามารถถูกท้าทายและทำลายโดยคนรุ่นใหม่ ๆ ได้
ตัวละคร	พล - พระเอกที่ต้องการหลุดพ้นจากปัญหาชีวิต จึงเลือกทางผิด เมื่อกลับตัวได้ในภายหลังจึงตัดใจบวชและสั่งสมทานบารมี	มิ้ง - ทายาทตระกูลร่างทรง ต้องการมีชีวิตที่ปกติ แต่กลายมาเป็นภาชนะของภูตผีที่เข้ามาสิงร่างของตน

ตารางที่ 6.5 (ต่อ)

รายละเอียด	ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561)	ร่างทรง (2564)
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
ตัวละคร	ขวัญแก้ว - แฟนสาวของพล ต้องการมีความสุขในการใช้ชีวิตคู่ร่วมกับพล แต่เมื่อเขาออกบวชและตัดสินใจจะไม่สึก เธอจึงใจสลาย ปล่อยให้พญางูเข้ามายึดร่างจนไปก่อเรื่องตอนท้าย พระอาจารย์ - พราหมณ์ตาบอดผู้ต้องการช่วยเหลือพล ด้วยการสร้างนิมิตให้พลเห็นว่าตนจะตายอย่างไรและแนะนำให้แก้กรรมด้วยการบวช ยาย - ผู้พาพลในวัยเด็กเข้าวัดฟังธรรมเสมอมา สั่งสมทานบารมีจนมีญาณทิพย์คอยมาปกป้องหลานในยามที่ตนเสียชีวิตไปแล้ว	นิ่ม - ร่างทรงคนปัจจุบัน ผู้ต้องการช่วยหลานสาวของตนให้พ้นจากอาการที่เป็นอยู่ น้อย - แม่ของมิ้ง ที่เคยจะได้เป็นผู้สืบทอดการเป็นร่างทรง แต่ตนไม่ต้องการ จึงย้ายศาสนาไปเป็นคริสต์ นิ่มจึงได้รับบทบาทนั้นไปแทน
ความขัดแย้ง	- พล ขัดแย้งกับพ่อแม่ เนื่องมาจากความเข้าใจผิดว่าเขาเป็นเด็กเกเร เพราะกลับบ้านดึกทั้งที่จริงๆ เขาไปติวหนังสือกับเพื่อน เหตุการณ์นี้ทำให้พ่อลงไม้ลงมือกับเขา แม่ด่าเขาว่าเป็นลูก	- มิ้ง ขัดแย้งกับครอบครัวทั้งในเรื่องความเชื่อ และต้องการปฏิเสธการสืบทอดทายาทการเป็นร่างทรง - นิ่ม ขัดแย้งกับน้อย ที่ถึงแม้จะต้องการช่วยมิ้งทั้งคู่ แต่เป็นวิธีการ

ตารางที่ 6.5 (ต่อ)

รายละเอียด	ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช (2561)	ร่างทรง (2564)
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
ความขัดแย้ง	เลวลูกชั่ว เขาจึงตัดสินใจไปเข้ากลุ่มเด็กเกเร และจากนั้นพ่อกับแม่ก็ไม่เคยพูดดีกับพลอีกเลย - พล ขัดแย้งกับลูกน้องของเจ้าเพ็ญและเจ้าเพ็ญเอง เนื่องจากเขาไม่ต้องการจะอยู่ในวงการด้านมืดอีกต่อไป จึงถูกส่งคนมากำจัด - พล ขัดแย้งกับกรรมเก่า นั่นคือพญางู ที่ตามมาขัดขวางการสร้างทานบารมีในชาติต่าง ๆ ของเขา	ของน้อยทำให้ เกิดปัญหากับมิ้งในที่สุด - เหล่าวิญญาณในร่างของมิ้ง ขัดแย้งกับตระกูลของมิ้ง และด้วยความอาฆาตจึงต้องการทำลายให้หมด
มุมมองในการเล่าเรื่อง	เล่าเรื่องผ่านมุมมองคนนอก ที่มีความศรัทธาในเรื่องราวของพระรูปหนึ่ง จึงนำมาทำเป็นหนัง	เล่าเรื่องผ่านมุมมองคนนอก โดยผู้ร่วมทุนชาวเกาหลีเป็นผู้ตั้งโครงเรื่องมาให้ก่อน และนำมากำกับโดยผู้กำกับชาวไทย
ฉาก	จ.ร้อยเอ็ด กรุงเทพฯ และ จ.มุกดาหาร	หมู่บ้านเล็ก ๆ แห่งหนึ่งในภาคอีสาน (พื้นที่ในจินตนาการ)
สัญญะ	สิ่งศักดิ์สิทธิ์ (พญานาค) ออกมาช่วยพระเอกในตอนท้าย ทำดีผีคุ้ม	ย่าบาหยันไม่ยอมเข้าทรง รูปปั้นถูกตัดคอ สื่อถึงการตัดขาดการเชื่อมต่อระหว่างความเชื่อเดิมและถูกท้าทายด้วยสิ่งใหม่ ๆ

ภาษาภาพยนตร์

ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช และร่างทรง มีวิธีการเล่าที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ปาฏิหาริย์ฯ เล่าเรื่องในรูปแบบภาพยนตร์ปกติ แต่ร่างทรง ใช้วิธีการเล่าในรูปแบบสารคดีปลอม (mockumentary) เพื่อให้ดูสมจริง ดังนั้น มุมมองในภาพยนตร์เรื่องร่างทรงส่วนใหญ่จึงเป็นมุมมองที่ราวกับมองผ่านสายตาของตากล้องสารคดี รวมถึงบางช่วงเลือกใช้ภาพจากกล้องวงจรปิดเพื่อช่วยเสริมความสมจริงเพิ่มความน่ากลัวให้กับหนัง ในส่วนของปาฏิหาริย์แก้วนาคราชนั้น ผู้ชมคือสายตาของพระเจ้าที่มองเห็นและเข้าใจในทุกเหตุการณ์ ขณะที่ตัวละครบางตัวยังไม่เข้าใจสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่มากเท่าผู้ชมที่กำลังชม

จุดอ่อนของปาฏิหาริย์แก้วนาคราช คือการใช้ประโยชน์จากภาษาภาพยนตร์ทางด้านภาพน้อย หันไปพึ่งพานักแสดงกับบทให้พยุงเนื้อเรื่องเป็นหลัก ดังนั้น ในภาพยนตร์เราจึงเห็นตัวละครพูดบอกทุกข้อมูล ความคิด ความรู้สึก รวมไปถึงสอนสั่งออกมาตรง ๆ เช่น หลังจากที่พลบังเอิญได้งานเป็นนักร้องในคาเฟ่ที่กรุงเทพฯ เขาก็กระโดดออกมาหน้าร้านพร้อมท่าทางดีใจและพูดคนเดียวว่า *“วู้วว ได้งานแล้วเว่ย ต่อไปนี้ก็ไม่ต้องอาศัยนอนวัด ไม่ต้องเอาน้ำก๊อกมาลูบท้องให้หายหิวแล้วโว้ย วู้วววว”* ซึ่งลักษณะเช่นนี้ เราพบได้บ่อยในละครโทรทัศน์มากกว่า อีกทั้งตัวละครในเรื่องเอง เหมือนมีอยู่เพียงเพื่อขับเคลื่อนเนื้อหาไปตามบท ขาดเลือดเนื้อ ความเป็นมนุษย์ เช่น เมื่อพลถูกมีดบาดมือขณะติวหนังสือ ขวัญแก้วตกใจและพูดขึ้นมาว่า รอยบาดมันตัดลายมือตรงเส้นชีวิตพอดี พลต้องไปทำบุญนะ หรือในฉากที่พลถูกหลอกเข้ามาในคาเฟ่และเขาไม่มีเงินจ่ายค่าเหล้าแต่สามารถร้องเพลงได้ เฮียเจ้าของร้านก็ให้นักดนตรีลงจากเวทีทั้งหมดแล้วให้พลขึ้นไปร้องทันทีโดยไม่รู้เลยว่าจะเพราะหรือไม่ เป็นต้น และเราจะพบความไม่สมเหตุสมผลของการกระทำเช่นนี้ตลอดเรื่อง

ในร่างทรง แม้ด้วยการเล่าเรื่องแบบสารคดีปลอมต้องมองผ่านสายตาของตากล้อง แต่เรายังพบเห็นการใช้ภาษาภาพยนตร์ในการสื่อสารเนื้อหาบางอย่างโดยที่ตัวละครไม่ต้องพูดออกมา เช่น การบอกว่าชาวบ้านที่นี่เชื่อและศรัทธาหลากหลาย ผ่านการฉายภาพที่มีทั้งศาลเจ้าที่ ศาลเพียงตา โบสถ์คริสต์ ปลัดขิก แขวนเสื้อแดง ฯลฯ การบอกว่าย่าบาหยันนั้นศักดิ์สิทธ์และสำคัญสำหรับชาวบ้านมาก ด้วยการจัดวางรูปปั้นของย่าบาหยันไว้บนถ้ำในภูเขาสูง ผู้จะไปสักการะต้องปีนป่ายขึ้นเขาไป และภาพจะเป็นมุมเงยเสมอเวลาตัวละครมองรูปปั้นย่า เป็นต้น

6.4 อีสานในเมือง

ตั้งแต่มีการกระจายความเจริญ น้ำไหลไฟสว่างทางดี ภาคอีสานมีความเจริญขึ้นมาเรื่อย ๆ แต่ในสื่อเองยังพบเจอเพียงภาพของพื้นดินแตกระแหงและอีสานแร้นแค้นอยู่เป็นภาพลักษณ์หลัก ทั้งที่ดารานักแสดงในวงการที่มีชื่อเสียงก็เริ่มมีชาวอีสานเป็นส่วนหนึ่งในนั้น เช่น ณเดชน์ คูกิมิยะ เวียร์ ศุกลวัฒน์ คณารศ โตโน่ ภาคิน คำวิลัยศักดิ์ เป็นต้น ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา พบว่าเริ่มมีภาพยนตร์อีสานนำเสนออีสานในแบบอื่น ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น และการนำเสนอภาพอีสานที่มีความเจริญไม่แพ้ในเมืองนี่เอง ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ไม่พบในภาพยนตร์อีสานยุคก่อนหน้า ภาพยนตร์กลุ่มนี้จึงมีความสำคัญแก่การนำมาศึกษาเป็นอีกกลุ่มหนึ่ง

หากสำรวจรายชื่อภาพยนตร์อีสานในเมือง เบื้องต้นพบว่า เรื่องแรกที่นำเสนอภาพเช่นนี้มาจากภาพยนตร์ในระบบสตูดิโอ เรื่อง ฮักนะ สารคาม ที่ถึงแม้จะเป็นผลงานในระบบสตูดิโอ แต่ก็เป็นการกำกับของ ธัญญ์วาริน สุขพิสิษฐ์ ชาวนครราชสีมา ที่เคยศึกษาระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น และเป็นผู้ผลิตหนังสั้นมือรางวัลในระบบอิสระมาก่อน อีกทั้งตัวภาพยนตร์เองยังเป็นความร่วมมือระหว่างสหมงคลฟิล์มและสถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงทำให้การนำเสนอความเป็นเมืองใส่เข้าไปในชีวิตนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เป็นศูนย์รวมของผู้คนจากสถานที่หลากหลายเป็นไปได้ไม่ยาก แต่ก็ถือว่าเป็นก้าวแรกที่สำคัญ เพราะเป็นการเพิ่มภาพ “อีสานแบบอื่น” เข้าไปในระบบอุตสาหกรรมเป็นคนแรก ๆ ของยุคอีสานใหม่

ภาพที่ 6.11 การแต่งกายของนักศึกษาในเรื่อง ฮักนะ’สารคาม

ที่มา: ฮักนะ’สารคาม (Hug Na Sarakham), 255

สิ้นเมษาฝนตกมาปรอยปรอย เป็นภาพยนตร์เรื่องเดียวในกลุ่มนี้ที่เป็นภาพยนตร์แนวทดลอง ส่วนเรื่องอื่น ๆ ที่เหลือทั้งหมด แม้จะเป็นระบบอิสระ ก็พบว่ายังมีการผลิตภาพยนตร์ออกมาภายใต้แนวคิดเดียวกับระบบสตูดิโอ คือการทำรายได้ อย่างรักหนูมั้ย และแม้ อ้อมกอดเขมราฐ จะเป็นภาพยนตร์ที่มุ่งหมายเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวใน อ.เขมราฐ จ.อุบลราชธานี แต่สุดท้ายแล้ว การกระตุ้นการท่องเที่ยวก็นำมาสู่รายได้ให้กับผู้สร้างเช่นเดียวกัน ในแง่นี้ ภาพยนตร์อีสานที่นำเสนอภาพความเป็นเมือง จึงไม่พ้นการมีเป้าหมายร่วมในการสร้างรายได้ ไม่ว่าจะผลิตโดยระบบสตูดิโอหรือระบบอิสระ

ภาพยนตร์ในกลุ่มนี้ มี 2 เรื่องที่ใช้ภาษาไทยภาคกลางเป็นหลักในการสื่อสาร ได้แก่ อ้ายคนหล่อลวง และ ฮักมั่น ซึ่งอ้ายคนหล่อลวงดำเนินเหตุการณ์หลักในจังหวัดขอนแก่นและพูดไทยกลางเกือบทั้งเรื่อง ส่วนฮักมั่น ตัดสลับระหว่างชนบทและตัวเมืองอุดรธานีที่ตัวละครหลักเป็นนักเรียนในโรงเรียนอุดรพิทยานุกูล โรงเรียนประจำจังหวัด และสื่อสารกันด้วยภาษาไทยกลางเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ 2 จังหวัดดังกล่าว ในตัวเมืองมักใช้ภาษาไทยกลางเป็นหลักในการสื่อสาร

ตารางที่ 6.6 แสดงรายชื่อภาพยนตร์อีสานในเมือง หลังปี 2550 แยกตามระบบการผลิต

รายชื่อภาพยนตร์อีสานในเมือง หลังปี 2550		
ทศวรรษ	**ระบบสตูดิโอ** (5 เรื่อง)	**ระบบอิสระ** (4 เรื่อง)
2550	*ฮักนะ 'สารคาม (2554)*	*สิ้นเมษาฝนตกมาปรอยปรอย (2555)* *อ้อมกอดเขมราฐ (2559)*
2560	*ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) สิ้น 3 ต่อน (2562) อีหล่าเอ๋ย (2563) อ้าย..คนหล่อลวง (2563)*	*ฮักมั่น (2560) รักหนูมั้ย (2563)*

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

ผู้วิจัยเลือกภาพยนตร์ที่มีบทบาทสำคัญมา 2 เรื่อง ได้แก่ *รักหนูมั้ย (2563)* และ*อ้าย..คนหล่อลวง (2563)* โดยรักหนูมั้ย เป็นภาพยนตร์อีสานของกลุ่มไทบ้าน ที่มักผลิตภาพยนตร์ที่เมื่อเนื้อหาหลักตั้งอยู่ในอีสานชนบทมาตลอด เรื่องนี้จึงน่าสนใจในการได้เห็นมุมมองความเป็นเมืองที่มองจากไทบ้าน ส่วนอ้าย..คนหล่อลวง เป็นภาพยนตร์อีสานในเมืองผ่านระบบสตูดิโอ ที่นำเสนอความเป็นอีสานในเขตอำเภอเมืองที่พูดภาษาไทยกลาง การได้เห็นมุมมองความเป็นอีสานในเมืองจากอีกขั้วหนึ่งทั้งในฐานะคนนอกและระบบสตูดิโอจึงน่าสนใจไม่แพ้กัน

ผู้วิจัยใช้หลักโครงสร้างการเล่าเรื่อง และภาษาภาพยนตร์เพื่อทำการสำรวจถึงความแตกต่างในรายละเอียดของภาพยนตร์ทั้ง 2 เรื่องในกลุ่มอีสานในเมืองดังต่อไปนี้

รักหนูมั้ย

เรื่องราวของ พลอย สาวไซด์ไลน์เกิดตั้งท้องจากการรับงานครั้งแรกกับ 3 หนุ่มได้แก่ ออฟ จอห์น และ กิว จึงมาอาศัยบ้านจอห์นอยู่ สุดท้าย ผลตรวจ DNA ออกมาว่ากิวเป็นพ่อเด็ก แต่ชายหนุ่มทั้ง 3 ก็ตกหลุมรักหญิงสาวเข้าให้แล้ว

ภาพยนตร์นำเสนอช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อทางความคิดในชีวิตของพลอยและ 3 หนุ่มที่ค่อย ๆ ค้นหาและพัฒนาความเข้าใจเรื่องความสัมพันธ์ไปจนถึงตอนจบของเรื่อง โดยใช้ฉากส่วนใหญ่ราวร้อยละ 70 อยู่ในพื้นที่บ้านของจอห์น ที่ตั้งอยู่ในหมู่บ้านแห่งหนึ่งในตัวเมือง เมื่อประเด็นหลักของเรื่องว่าด้วยเรื่องความสัมพันธ์ ความเป็นครอบครัว ฉากบ้านจึงสำคัญ และมีการเตรียมการปรับปรุงบ้านหลังนี้ขึ้นมาเพื่อให้เหมาะแก่การถ่ายทำมากที่สุด ทั้งในเรื่องอารมณ์ของสีภาพ แสงที่จะส่องเข้ามา การจัดวางข้าวของ และพื้นที่ต่าง ๆ ที่ตัวละครต้องมีปฏิสัมพันธ์กันทั้งในพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่ส่วนรวม

ความน่าสนใจของภาพอีสานในภาพยนตร์เรื่องนี้ คือผู้กำกับได้ลดทอนความเป็นอีสานที่เป็นสิ่งบ่งชี้เดิมออกไปเกือบหมดจนเหลือเพียงภาษา แต่ภาษาที่ยังเหลือนี่เอง ก็ได้ถ่ายทอดเอกลักษณ์เฉพาะของมันผ่านรูปประโยค คำ วิธีโต้ตอบในแบบเฉพาะ รวมไปถึงมุกที่ใช้ กล่าวได้ว่าหากเหลือภาษาก็ยังเหลือวัฒนธรรม เพราะภาษาเป็นส่วนหนึ่งในนั้น

เมื่อสำรวจไปในเชิงรายละเอียด แม้จะเป็นในตัวเมืองแต่บรรดาสถานที่ที่ผู้กำกับเลือกถ่ายทอดลงมาบนหนังนั้น ก็ยังคงทำงานด้วยการสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์อีสานออกมาอยู่ดี เช่น

ห้องคลอดแบบบ้าน ๆ และผ้าม่านสีชมพูซึ่งต้องไม่ใช่โรงพยาบาลหรูอย่างที่เราพบได้ในเมืองใหญ่ในกรุงเทพฯ แน่นอน

ในขณะที่เนื้อหาของเรื่องนั้น ตัวพลอยเองก็น่าสนใจให้เข้าไปศึกษาในเบื้องลึก แต่เราพบว่าพลอยเป็นเพียงเครื่องมือที่ผู้กำกับใช้สำรวจตัวละครชายทั้ง 3 ผ่านเธอ จึงเป็นที่น่าเสียดาย และเป็นข้อสังเกตุที่น่าสนใจว่า ภาพยนตร์อีสานส่วนใหญ่ ก็มักใช้มุมมองจากเพศชายมามองเป็นหลักในแง่นี้ หน่าฮ่าน จึงเป็นเรื่องเดียวที่สำคัญและโดดเด่นเพราะถูกมองและนำเสนอในมุมมองของผู้หญิง และเมื่อกล่าวถึงหน่าฮ่าน ความน่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ รักหนูมั้ย อาจเป็นเพียงเรื่องที่สองต่อจากหน่าฮ่านที่เราไม่พบคนรุ่นอื่นอยู่ในภาพยนตร์เลย หรือพบก็เพียงให้ก้าวผ่านและหาหนทางกันไปด้วยตนเอง สื่อถึงการแยกสายสัมพันธ์ออกจากกันระหว่างคนรุ่นปัจจุบันและคนรุ่นก่อนหน้าอย่างสิ้นเชิง ภาพยนตร์จึงแสดงออกถึงการดิ้นรนใหม่ ๆ ของหนุ่มสาวร่วมสมัยในปัจจุบัน

ภาพที่ 6.12 ภาพจากรักหนูมั้ย

ที่มา: Filmsick, 2563

อย่างไรก็ดี หนังมีความตั้งใจทำให้งดงาม (romanticize) และมองข้ามปัญหาเชิงโครงสร้างที่เราเห็นราง ๆ ผ่านการหาเงินเพื่อจ่ายค่าทำคลอด และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แต่ภาพยนตร์เลือกที่จะแสดงให้เห็นว่าไม่ใช่ปัญหาใหญ่ ซึ่งในโลกจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้น อีกทั้งการอยู่ร่วมกันโดย

ปราศจากความต้องการทางเพศในทางปฏิบัติแล้วนั้น อาจเป็นเพียงการวาดฝันสวยหรูก็เป็นได้ แต่ถึงอย่างนั้นการท้าทายกับขนบเดิม ๆ ที่ปรากฏในภาพยนตร์ก็ยังคงเป็นประเด็นสำคัญ อย่างที่นักวิจารณ์ที่ใช้นามปากกา Filmsick (2563) กล่าวถึงหนังเรื่องนี้ไว้ว่า

> *"...รักหนูมั้ยจึงท้าทายอย่างยิ่งและเป็นวัยรุ่นอย่างยิ่งเช่นเดียวกับทางเลือกใหม่ๆ ของสังคมไทยในตอนนี้ ... ทางเลือกของหนังเป็นการท้าทายกับขนบเดิม โดยที่ผู้ชมมองไม่เห็นความเป็นไปได้ว่ามันจะไปรอด หากความเป็นไปไม่ได้นี้เอง กลับเป็นความเป็นไปได้ครั้งแรกของคนหนุ่มสาวร่วมสมัย ที่ลุกขึ้นยืนบอกว่า ฉันไม่รู้ว่าข้างหน้าจะเป็นอย่างไร แต่ฉันจะโยนข้อบังคับที่เคยได้รับมาทิ้งไป และฉันจะไปต่อข้างหน้าด้วยตนเอง และความไม่ยอมจำนนแบบนี้นี่เองที่อาจจะเป็นสารัตถะของยุคสมัยปัจจุบันที่น่าทึ่ง"*

อ้าย..คนหล่อลวง

เรื่องราวของ อินา พนักงานบริษัทสินเชื่อ ต้องการหลอกเอาเงินคืนจาก เพชร แฟนเก่าที่เคยหลอกเอาเงินเธอไป เธอจึงร่วมมือกับทาวเวอร์ นักต้มตุ๋นมืออาชีพ เพื่อทำการหลอกลวงในครั้งนี้ แต่ระหว่างที่แผนการกำลังดำเนินไปอยู่นั้น ความรู้สึกของพวกเขาทั้งคู่ก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากนักต้มตุ๋นก็เลยกลับใจในตอนท้ายเรื่องหลังจากที่แก้แค้นให้กับอินาสำเร็จ

ในมุมหนึ่ง อ้ายคนหล่อลวงนั้นมีความคล้ายคลึงกับส่มภัคเสี่ยนในประเด็นที่พูดถึงอีสานชนชั้นกลางที่ไม่ได้เดือดเนื้อร้อนใจกับการดิ้นรนใช้ชีวิตเพื่อหาเลี้ยงชีพ จึงวนเวียนกับเรื่องรัก ๆ ใคร่ ๆ และยึดถือเอาไว้เป็นสารัตถะได้ แต่ในอ้ายคนหล่อลวงนั้นตัวละครหลักล้วนแต่ต้องการใช้ชนชั้นกลางเป็นทางลัดไปสู่การไม่ต้องคิดดิ้นรนหาเลี้ยงชีพบ้าง จึงเกิดประเด็นการต้มตุ๋นเกิดขึ้น เริ่มจากเพชร ที่หลังจากหลอกเงินอินา ชนชั้นเดียวกันเพื่อฝึกฝีมือเสร็จ ก็เข้าหาเจ้าของบริษัททัวร์เพื่อยกระดับฐานะตัวเองขึ้นไปจนสำเร็จ แต่อินา และ ทาวเวอร์เอง ยังต้องดิ้นรนเป็นคนชั้นล่างกระบวนการต้มตุ๋นในเรื่อง จึงถูกดำเนินการผ่านสถานที่ของชนชั้นกลางหรือชนชั้นสูงอีสานผู้มีฐานะอย่างโรงแรมห้าดาวในเมืองขอนแก่น โรงสีข้าว ภัตตาคารอาหารจีน

แต่เมื่อพูดถึงเรื่องชนชั้น แม้ในหนังจะฉายภาพชนชั้นผ่านสถานที่ดังกล่าว เรื่องนี้ก็ไม่ได้มีการเล่นกับระดับสูงต่ำในทางงานภาพอย่างที่ในร่างทรงมักใช้ หากแต่ใช้การมองผ่านกล้อง

ด้วยสายตาเทียบเท่ากันไปหมด หรือต่างระดับเล็กน้อย จึงเปรียบได้ว่าตัวละครทุกตัวพร้อมจะสลับสับเปลี่ยนฐานะกันได้ตลอดเวลาหากมีโอกาส และเรื่องนี้ก็ไม่ต่างจากอีก 5 เรื่องผู้วิจัยเลือกหยิบมาวิเคราะห์ ในฐานะที่มันถูกมองโดยสายตาผู้ชาย ดังนั้น เครื่องมือที่ใช้ไต่ระดับชนชั้นขึ้นไปได้ จึงมาจากหน้าตาและคารม ของชายหนุ่ม ทั้งตัวเพชรและตัวทาวเวอร์ และอินาเอง ก็เป็นผู้ที่อยู่ต่ำกว่าทุกตัวละคร และถูกตัวเอกเข้ามาช่วยเพราะความสงสารหาใช่สเน่ห์ไม่

หากขยายความเรื่องสถานที่ในการไต่ระดับไปพบกับชนชั้นผู้มีอันจะกิน จะพบว่า ในเรื่องล้วนผูกพันกับชาวไทยเชื้อสายจีน เพราะทั้งโรงสีข้าว ภัตตาคาร ต่างล้วนเป็นกิจการของคนกลุ่มนี้ อีกทั้งผู้ที่ทาวเวอร์และอินาติดต่อให้มาหลอกเพชร ยังปลอมเป็นคนที่ทำธุรกิจกับเมืองจีนอีก ดังนั้น ภาพอีสานในมุมมองของผู้สร้างภาพยนตร์เรื่องนี้ จึงมองว่าชาวไทยเชื้อสายจีนอยู่ชนชั้นบน ๆ ของประเทศ สอดคล้องกับส่วนหนึ่งในโลกความจริง

นอกจากนี้ยังพบการย้อมสีภาพในเรื่อง ให้ออกไปในโทนเขียวแดงที่เป็นคู่สีตรงข้าม แต่เลือกที่จะไม่ใช้สีจัด ด้วยการปรับเขียวให้เป็นสีเขียวชอุ่มตัดกับสีแดงของความหรูหรา ดังนั้น ภาพอีสานในเรื่องนี้จึงมีการต่อสู้ต่อรองในทางอัตลักษณ์แม้กระทั่งในเรื่องของอุณหภูมิสี ที่จะไม่เลือกใช้สีส้มเพื่อสื่อถึงความแห้ง หรือเขียวเหลืองที่กันดารอีกต่อไป

ภาพที่ 6.13 ภาพจากฮ้ายคนหล่อลวง

ที่มา: Netflix, 2563

ทั้งนี้ การใช้มุกตลกสกปรกจากความไม่ปกติทางร่างกายที่ถูกใช้ในหนัง อย่างตัวละครแซมซัน ผู้จัดการโรงแรมที่มีลักษณะเป็นคนผิวสี ผมหยิก ฟันห่างและเวลาพูดน้ำลายจะกระเด็นออกมาตลอดเวลานั้น ได้สร้างกระแสวิจารณ์ไปในทางที่ไม่ดีนัก เพราะเป็นการนำรูปลักษณ์ของบุคคลมาล้อเลียนให้เกิดความตลกขำขัน อีกทั้งยังมองได้ว่าเป็นการเหยียดคนอีสาน ที่คัดเลือกพนักงานที่บุคลิกไม่เหมาะสมเป็นมาเป็นหัวหน้าในโรงแรมห้าดาวและต้องติดต่อลูกค้าคนสำคัญ ดังนั้น ประเด็นอ่อนไหวเหล่านี้จึงไม่ใช่สิ่งที่ผู้ชมบางส่วนจะยอมรับได้ ทำให้เรามองเห็นถึงการต่อสู้ต่อรองในส่วนของเนื้อหาตลอดเวลาจากผู้ชม ที่ไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสารอย่างเดียวอีกต่อไป

โครงสร้างการเล่าเรื่อง

จากภาพยนตร์ 2 เรื่องที่ยกมาในกลุ่มนี้ ผู้วิจัยมองเห็นจุดร่วมในการพยายามพาอีสานออกไปจากภาพอีสานแบบเดิม ๆ ทั้งในด้านสถานที่ ที่เราจะไม่ได้พบเจอทุ่งนา กองฟาง ควาย ในสถานที่ดำเนินเรื่องหลักอีกต่อไป อีกทั้งในส่วนของเนื้อหา มีการเปิดประตูไปสู่สากลโดยอ้ายคนหล่อลวงทดลองใช้พล็อตเกี่ยวกับนักต้มตุ๋นที่เป็นแนวทางหนึ่งที่ภาพยนตร์ฝั่งฮอลลิวูดนิยมสร้างส่วนรักหนูมั้ย พยายามตั้งคำถามเชิงโครงสร้างเกี่ยวกับสถาบันครอบครัวและเพศสัมพันธ์ในหมู่วัยรุ่นซึ่งเป็นประเด็นสากลได้อย่างน่าสนใจ นอกจากนั้นยังท้าทายด้วยความสัมพันธ์แบบที่ไม่ได้ยืนอยู่บนความสัมพันธ์แบบผัวเดียวเมียเดียว (Monogamy) ที่เป็นมาตราฐานหลักของหลายสังคมโลกมาตั้งแต่ยุควิคตอเรียในศตวรรษที่ 19 แต่ว่าด้วยความสัมพันธ์แบบหลายผัวหลายเมีย (Polygamy) ในที่นี้คือ ผัวสาม เมียหนึ่ง (Polyandry) ซึ่งเป็นการสร้างบทสนทนากับผู้ชมในประเด็นศีลธรรมและความหลากหลายในด้านความสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และแสดงออกถึงการต่อต้านค่านิยมจากส่วนกลางได้อีกด้วย

จุดร่วมของทั้งสองเรื่องคือประเด็นเรื่องการถูกกดทับของเพศหญิง พลอยในรักหนูมั้ยมีชีวิตที่ไม่สมบูรณ์ในครอบครัวที่แม่พึ่งเสียชีวิต พ่อที่เป็นทหารติดยา จนตนต้องออกมารับงานไซด์ไลน์ และพบกับ 3 หนุ่ม ที่มองสาวไซด์ไลน์เป็นเพียงวัตถุที่รองรับอารมณ์จนต้องมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชายถึง 3 คนในเวลาเดียวกัน ส่วนอินาในอ้ายคนหล่อลวง ก็ตกเป็นเหยื่อของผู้ชายที่ใช้สเน่ห์มาหลอกเอาเงินเธอไปจนเธอต้องมาตามใช้หนี้ แต่ที่น่าสนใจคือ ผู้หญิงที่ถูกกดทับในสองเรื่องนี้ต่างมิได้สยบยอม พวกเธอสู้ชีวิตในแบบของเธอ พลอย อุ้มท้องและขนของมาอยู่ในบ้านกับกลุ่มผู้ชายที่

เธอไม่รู้จักแต่คาดว่าน่าจะมีใครซักคนในนั้นเป็นพ่อเด็ก ส่วนอินา พยายามใช้ชีวิตอย่างประหยัดเพื่อหาเงินใช้หนี้ และเมื่อมีโอกาส เธอก็ใช้โอกาสที่ผ่านเข้ามาเพื่อแก้แค้นอดีตแฟนด้วยการหลอกเอาเงินที่เธอเคยโดนหลอกไปคืนมา

นอกจากนี้ สังคมเมืองในภาคอีสานยังสอดรับกับระบบทุนนิยมอย่างแนบแน่น ตั้งแต่หน้าที่การงานของอินาในอ้ายคนหล่อลวงที่เป็นพนักงานบริษัทสินเชื่อ เพชรที่มาหลอกเอาเงินของอินาแล้วหายไป อินาที่ต้องตามชดใช้หนี้ด้วยการใช้ชีวิตอย่างประหยัด อาชีพของทาวเวอร์ที่เป็นนักต้มตุ๋น โดยในเรื่องวางให้ผู้ที่อยู่บนยอดของปิรามิดคือตัวละครที่ทำธุรกิจกับเมืองจีน แม้จะเป็นตัวปลอม แต่เพชรเองก็สยบยอมตั้งแต่รู้ว่าตัวละครดังกล่าวทำอาชีพนี้ อีกทั้งในรักหนูมั้ยเอง แม้เรื่องจะดำเนินอยู่ในบ้าน แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า ชีวิตต้องสัมพันธ์กับการใช้เงิน เราจึงพบฉากการเอาทรัพย์สมบัติไปขาย หรือการหาเงินเพื่อมาช่วยพลอยทำคลอด นอกจากนี้ ความเป็นเมืองมาพร้อมกับความสัมพันธ์แบบเดิม ๆ ที่ถูกตัดขาด เราจึงพบภาพวัยรุ่นกับการแสวงหาความสัมพันธ์แบบใหม่ ๆ โดยไม่มีผู้ใหญ่อยู่ในนั้นเลยอย่างในรักหนูมั้ย หรือการใช้ชีวิตในห้องเช่าหรือในรถเพียงลำพังพร้อมกับความหวังที่จะหารายได้มายกระดับชีวิตตนของพระเอกและนางเอกในอ้ายคนหล่อลวง ในแง่นี้ อีสานใหม่จึงเข้าสู่ความเป็นเมืองอย่างสมบูรณ์ ทั้งในแง่ของความเจริญและปัญหาแบบคนเมืองนั่นเอง

ตารางที่ 6.7 เปรียบเทียบโครงสร้างการเล่าเรื่องระหว่าง รักหนูมั้ย และ อ้าย..คนหล่อลวง

รายละเอียด	**รักหนูมั้ย (2563)**	**อ้าย..คนหล่อลวง (2563)**
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
โครงเรื่อง	พลอย สาวไซด์ไลน์เกิดตั้งท้องจากการรับงานครั้งแรกกับ 3 หนุ่มได้แก่ ออฟ จอห์น และ กิว จึงมาอาศัยบ้านจอห์นอยู่ สุดท้ายผลตรวจ DNA ออกมาว่ากิวเป็นพ่อเด็ก แต่ชายหนุ่มทั้ง 3 ก็ตกหลุมรักหญิงสาวเข้าให้แล้ว	อินา พนักงานบริษัทสินเชื่อ ต้องการหลอกเอาเงินคืนจาก เพชร แฟนเก่าที่เคยหลอกเอาเงินเธอไป เธอจึงร่วมมือกับทาวเวอร์ นักต้มตุ๋นมืออาชีพ เพื่อทำการหลอกลวงในครั้งนี้ แต่ระหว่างที่แผนการกำลังดำเนินไปอยู่นั้น ความรู้สึกของพวกเขาทั้งคู่ก็

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

รายละเอียด	รักหนูมั้ย (2563)	อ้าย..คนหล่อลวง (2563)
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
โครงเรื่อง		เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากนักต้มตุ๋นก็เลยกลับใจในตอนท้ายเรื่องหลังจากที่แก้แค้นให้กับอินาสำเร็จ
แก่นความคิด	- การมีลูกและมีครอบครัวเป็นเรื่องของความรับผิดชอบ ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่าย เมื่อมีเพศสัมพันธ์กับใคร จึงควรระวังป้องกัน - ความสัมพันธ์นั้นมีหลากหลายรูปแบบ	หนามยอกต้องเอาหนามบ่ง
ตัวละคร	- พลอย สาวไซด์ไลน์เกิดตั้งท้องจากการรับงานครั้งแรกกับ 3 หนุ่ม - ออฟ หนุ่มช่างไม้เด็กแนว - จอห์น นักศึกษาวิทยาลัยช่างศิลป์ขี้อาย - กิว หนุ่มไม่เอาถ่าน เพลย์บอยที่มาอาศัยบ้านจอห์นอยู่	- อินา สาวพนักงานบริษัทสินเชื่อแห่งหนึ่ง ถูกทาวเวอร์โทรมาหวังโกงแต่จับได้ก่อน จึงร่วมมือกับทาวเวอร์เพื่อไปหลอกโกงเงินคืนจากเพชร - ทาวเวอร์ หัวหน้าแก๊งต้มตุ๋น ที่หล่อดูดี เท่ห์ แต่พลาดท่าโทรไปเจออินาจนเกือบถูกจับส่งตำรวจและต้องหันมาทำภารกิจให้อินาเพื่อไม่ให้ถูกส่งตำรวจ - เพชร แฟนเก่าอินา ชอบหลอกเอาเงินจากผู้หญิงมาปรนเปรอชีวิตตน

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

รายละเอียด	**รักหนูมั้ย (2563)**	**อ้าย..คนหล่อลวง (2563)**
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
ความขัดแย้ง	- พลอย ขัดแย้งกับ 3 หนุ่ม เรื่องความรับผิดชอบ ว่าใครเป็นพ่อ - พลอย ขัดแย้งกับครอบครัว จนต้องออกมาอยู่กับ 3 หนุ่ม - ทั้ง 3 หนุ่มขัดแย้งกันเอง เพราะต่างก็ตกหลุมรักพลอย	- อินา ขัดแย้งกับเพชร เพราะโดนหว่านสเน่ห์หลอกเอาเงินไปจนตนต้องมาตามใช้หนี้ - ทาวเวอร์ ขัดแย้งในใจตนเองว่าเมื่อได้เงินมาจากเพชรแล้ว เขาจะหนีไปเลย หรือแบ่งส่วนแบ่งให้กับอินาตามที่ตกลงกันไว้
มุมมองในการเล่าเรื่อง	มุมมองของชาวอีสานในแบบที่ผสมผสานกับโลก ผ่านตัวผู้กำกับที่เป็นลูกครึ่ง และมองอีสานที่กลายเป็นเมือง	มุมของของคนนอกพื้นที่ เล่าอีสานในเมือง แบบที่ผสมผสานกับความเป็นสากล
ฉาก	จ.ศรีษะเกษ	จ.ขอนแก่น กาฬสินธ์ และ บุรีรัมย์
สัญญะ	บ้านของจอห์น เป็นสัญลักษณ์สำคัญที่สื่อความหมายในหลายระดับ การที่จอห์นถูกทิ้งไว้ในบ้านโดยไม่มีญาติพี่น้องมาดูแลเลย สื่อถึงสถานะความสัมพันธ์ครอบครัวในสังคมไทยที่บางส่วนก็มักถูกทอดทิ้งจากคนรุ่นก่อนหน้า พลอยเองก็เช่นกัน การมารวมตัวกันของผู้ที่ถูก	บ้านของทั้งพระเอกและนางเอก ไม่ปรากฏในภาพยนตร์ พระเอกนอนในรถ ส่วนนางเอกพักที่อพาร์ทเม้นเพียงลำพัง สื่อถึงชีวิตสังคมเมืองที่มักถูกตัดขาดความสัมพันธ์และต่อสู้อย่างโดดเดี่ยว

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

รายละเอียด	รักหนูมั้ย (2563)	อ้าย..คนหล่อลวง (2563)
	ระบบอิสระ	ระบบสตูดิโอ
	ทอดทิ้งในพื้นที่นี้ จึงเป็นสนามทดลองความสัมพันธ์แบบใหม่ ๆ ที่พวกเขาเลือกที่จะสร้างกันขึ้นมาเอง	

ภาษาภาพยนตร์

ในเรื่องของงานภาพ มาตรฐานการถ่ายทำของทั้ง 2 เรื่องแทบจะไม่แตกต่างกันแล้ว เพราะรักหนูมั้ย แม้จะเป็นภาพยนตร์ในระบบอิสระ แต่ก็เป็นเรื่องแรกของเซิ้งโปรดักชัน ที่ใช้บริการอุปกรณ์ของมืออาชีพในการทำงาน ทั้งทีมกล้อง ทีมไฟ

การใช้สีภาพในภาพยนตร์ทั้งสองเรื่องที่ยกมา สื่อถึงถึงความเป็นอีสานใหม่ได้อย่างชัดเจนมาก เพราะแต่เดิมภาพยนตร์อีสานมักใช้การเกลี่ยสีภาพ (color Grading) ด้วยสีโทนร้อน และมีความแตกต่างระหว่างโทนมืดสว่างอย่างชัดเจน (high contrast) เพื่อสื่อถึงความแห้งแร้ง แร้นแค้น ซึ่งในอ้ายคนหล่อลวงและรักหนูมั้ยไม่เป็นเช่นนั้นอีกต่อไป เรื่องแรกใช้การย้อมสีไปในโทนเย็น โทนฟ้า สื่อถึงความเป็นปัจจุบันและความเป็นเมือง ส่วนเรื่องหลัง แม้จะใช้การย้อมสีและการจัดองค์ประกอบศิลป์ให้ออกมาในโทนร้อนตลอดทั้งเรื่อง แต่หนังเลือกใช้โทนเหลืองทองของแสงอาทิตย์ในช่วงเวลาโพล้เพล้ สื่อให้เห็นถึงบรรยากาศที่อบอุ่น ซึ่งนิยมใช้ในภาพยนตร์โรแมนติก ในการนี้ ภาพยนตร์ทั้งสองเรื่อง จึงสื่อสารถึงความเป็นเมืองในประเด็นที่ว่า อีสานไม่ร้อนและแห้งแล้งอีกต่อไป

ในเรื่องฉาก อ้ายคนหล่อลวงออกเดินทางไปหลายสถานที่ในขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียงเพื่อดำเนินเรื่องอย่างหลากหลาย ด้วยทุนของระบบสตูดิโอที่มีมากเพียงพอจะสนับสนุนให้ดำเนินการเช่นนั้นได้ แต่รักหนูมั้ย ใช้โลเคชันส่วนใหญ่เป็นบ้านของจอห์น ซึ่งแม้โลเคชันหลักจะ

เป็นบ้านหลังเดียว แต่ผู้สร้างค่อนข้างตั้งใจในการใช้สัญลักษณ์ของตัวบ้านในการสื่อความหมาย ทั้งการเป็นสัญลักษณ์ของความสัมพันธ์ครอบครัวที่เป็นประเด็นหลักของเรื่อง และรายละเอียดต่าง ๆ ในบ้านที่ถูกสร้างขึ้นมาใหม่ทั้งหลังเพื่อใช้สื่อสารถึงความสัมพันธ์ของตัวละครแต่ละตัวภายในบ้านหลังนั้น ไม่ว่าจะเป็นการมองตัวละครผ่านช่องผ่านมุมต่าง ๆ ในบ้าน หรือแม้กระทั่งพื้นที่ทั้งพื้นที่ส่วนตัวและส่วนกลางของบ้านที่ตัวละครมีปฏิสัมพันธ์กัน

สรุป

หลังปี 2550 เป็นต้นมา ภาพลักษณ์อีสานเริ่มขยับขยายและไหลเลื่อนไปสู่ความเป็นอีสานในรูปแบบใหม่ ๆ ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง จากเดิมที่แนวทางของภาพยนตร์อีสานนิยมสร้างออกมาใน 3 แนวทาง ได้แก่ ภาพยนตร์อีสานเพื่อชีวิต ภาพยนตร์เพลงลูกทุ่งอีสาน และแอคชันอีสาน ปัจจุบัน ความนิยมในการสร้างเปลี่ยนไปเป็น 3 แนวทางใหม่ได้แก่ อีสานตลก อีสานแฟนตาซี และอีสานในเมือง โดยอีสานตลกมีปริมาณการสร้างออกมามากที่สุด และถึงแม้แนวทางจะเปลี่ยนไป แต่ความเป็นอีสานที่ยังคงรักษาไว้คือความบันเทิง และความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ มีเพียงอีสานในเมืองเท่านั้น ที่เราไม่พบการพูดถึงประเด็นนี้ในยุคก่อนหน้าเลย

จากผลการศึกษาพบว่า ทั้งในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ ต่างก็มีความเป็นอีสานที่หลากหลายไม่ต่างกันมาก เนื่องจากมีการโยกย้ายถ่ายเทตัวผู้กำกับไปมาข้ามระบบ นั่นคือเราพบว่าผู้กำกับบางคนมีทั้งผลงานภาพยนตร์ในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ อีกทั้งระบบอิสระเอง ก็ไม่ได้เป็นกลุ่มที่สร้างภาพยนตร์เพื่อการทดลองทางศิลปะโดยไม่หวังผลกำไรอีกต่อไป แต่หากในภาพยนตร์หลายเรื่องก็มีวิธีคิดไม่ต่างจากระบบสตูดิโอ ส่วนความแตกต่างในรายละเอียดนั้น เมื่อมองภาพรวมจะพบว่า ภาพยนตร์ในระบบอิสระจะกล้าทดลองสิ่งใหม่ ทั้งในงานภาพและประเด็นการเล่าเรื่องมากกว่าระบบสตูดิโอที่ถูกยึดโยงไว้ด้วยเหตุผลทางการตลาดและความนิยมของผู้ชมหมู่มาก

ในกลุ่มของภาพยนตร์อีสานตลกที่มีจำนวนมากที่สุด พบว่ายังมีภาพยนตร์ที่เล่นมุกตลกแบบที่นิยมในยุคก่อน คือ ล้อเลียนรูปลักษณ์ภายนอกที่ไม่ปกติ เช่น คนแคระ คนเตี้ย คนอ้วน คนดำ ซึ่งมีรากมาจากตลกแบบคาเฟ่ ซึ่งพบทั้งในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ สื่อถึงค่านิยมคนหล่อคนสวย (beauty privilege) ที่เป็นความนิยมที่มาพร้อมกับความเจริญ นอกจากนี้ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์

อีสานแนวใด ผู้วิจัยพบว่า ทุนนิยมได้แทรกซึมมาเป็นส่วนหนึ่งของอีสานใหม่ในปัจจุบันเป็นที่เรียบร้อย

จุดร่วมสำคัญที่พบในภาพยนตร์อีสานใหม่ คือ แม้ภาพความเป็นอีสานจะหลากหลายและเลื่อนไหลเพียงใด และแม้บางเรื่องจะลดทอนสิ่งบ่งชี้ที่แสดงออกถึงความเป็นอีสานในภาพยนตร์ออกไปเพียงใด แต่สิ่งหนึ่งที่ส่วนใหญ่มักจะยังต่อรองให้คงเหลือไว้ คือ **ภาษาถิ่นอีสาน** เช่นใน รักหนูมั้ย ที่ส่วนใหญ่ดำเนินเรื่องในบ้านและในเมือง การใช้ภาษาถิ่นจึงเป็นสิ่งเดียวที่เป็นข้อบ่งชี้ถึงการเป็นหนังอีสาน และตัวภาษานี่เอง ที่ทำให้ภาพยนตร์อีสานแตกต่างจากภาพยนตร์จากภูมิภาคอื่น เนื่องจากภาษา เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ดังนั้น การเขียนบทด้วยภาษาอีสาน คำที่ใช้พูด วิธีการโต้ตอบ มุกที่ใช้ เหล่านี้จึงสร้างความแตกต่างได้ในรายละเอียดนั่นเอง นอกจากนี้ หากภาพยนตร์เรื่องใด เลือกที่จะใช้ภาษากลางเป็นหลัก ก็ยังคงมีการใช้ภาษาอีสานเป็นส่วนหนึ่งในเรื่องอยู่ดี และจะใช้**สถานที่** มาเป็นเครื่องบ่งชี้ทางภูมิภาคประกอบ ซึ่งแม้จะเป็นอีสานในเมือง แต่สถานที่บางสถานที่อย่างโรงพยาบาลก็ยังมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากกรุงเทพฯ เป็นต้น

ในส่วนของวิธีการต่อรองความเป็นอีสาน จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์ที่เลือกมาทั้ง 6 เรื่อง พบว่า แม้ภาพยนตร์บางเรื่องจะมีโครงเรื่องที่คล้ายกัน สำนึกความเป็นอีสานในเรื่องนั้น ก็ผ่านการต่อรองจนเกิดภาพอีสานที่หลากหลายไปตามแนวทางที่ผู้สร้างต้องการนำเสนอ ผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่องและภาษาภาพยนตร์ โดยผู้วิจัยสรุปออกมาได้เป็นตารางที่ 6.8

ตารางที่ 6.8 แสดงภาพอีสานที่หลากหลาย ในภาพยนตร์ที่ทำการวิเคราะห์ทั้ง 6 เรื่อง

ภาพอีสานที่หลากหลาย ในภาพยนตร์ที่ทำการวิเคราะห์ทั้ง 6 เรื่อง	
ผู้บ่าวไทบ้านอีสานอินดี้	วัยรุ่นชนบทยุคใหม่ เป็นส่วนผสมผสานที่กลมกลืนระหว่างความเจริญสมัยใหม่กับความชนบท ไม่ได้ผูกพันกับวัด มีความไฝ่ฝันแต่ก็ไม่ได้กระเสือกกระสนดิ้นรน ยอมรับในความบ้านนอกของตน และไม่ปฏิเสธคนที่เลือกเดินทางออกจากบ้านเพื่อหาหนทางให้ชีวิตดีขึ้น

ตารางที่ 6.8 (ต่อ)

ภาพอีสานที่หลากหลายในภาพยนตร์ที่ทำการวิเคราะห์ทั้ง 6 เรื่อง	
ส่ม ภัค เสี่ยน	วัยรุ่นชนชั้นกลางในเมือง ไม่ลำบากเรื่องทำมาหากิน มองว่ากรุงเทพฯ ไม่ใช่เรื่องที่จำเป็นต้องเดินทางไป เพราะในจังหวัดที่ตนอยู่ก็อยู่ได้สบายดี เงียบสงบ ตำรวจพึ่งพาได้ ใกล้ชิดกับศาสนา
ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช	วัยรุ่นทั่วไป ไม่ว่าจะที่ไหนก็เปรียบดั่งผ้าขาว ถ้าผู้ปกครองไม่รักไม่เข้าใจเขา เขาจะกลายเป็นเด็กใจแตก ในที่นี้คือโดดเรียน กินเหล้า เมายา สร้างปัญหาให้ชาวบ้านด้วยการขับรถมอเตอร์ไซค์ออกซิ่ง และแม้จะเป็นคนเลวเพียงใด ศาสนาจะช่วยแก้ปัญหาให้ทุกอย่าง ด้วยการสั่งสมบุญบารมี
ร่างทรง	วัยรุ่นที่ไม่ศรัทธา ในโลกที่ทุกคนในหมู่บ้านต่างมีความศรัทธา ไม่พูดภาษาถิ่น เปิดกว้างเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ แม้ชุมชนจะหลากหลายพอทั้งในแง่ความเชื่อ ศาสนา และสำเนียงภาษาที่ใช้ แต่ผู้มาใหม่ ได้ท้าทายและทำลายทุกอย่าง
รักหนูมั้ย	วัยรุ่นที่ไม่มีความผูกพันกับคนรุ่นก่อนอีกต่อไป เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตในเมืองที่ไม่ได้มีความผูกพันกันแม้กระทั่งกับบ้านข้าง ๆ ดิ้นรนใช้ชีวิตกันไปตามสภาพ และแสวงหาความหมายใหม่ทั้งในเรื่องอัตลักษณ์ ตัวตน และความสัมพันธ์
อ้าย..คนหล่อลวง	วัยรุ่นชีวิตต้องสู้ อาศัยอยู่ในห้องเช่าบนอาคารอันแออัด ฉายภาพอีสานชนชั้นล่างในเมืองที่แม้กระทั่งพื้นที่ในการดำรงชีวิตก็ไม่ได้มีกว้างขวางเหมือนอีสานชนบทอีกต่อไป ความเจริญของอีสานมีชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นเบื้องหลัง เป็นชนชั้นบนสุดที่แม้ตัวละครจะมีการแย่งชิงทรัพยากรกันเพียงใด ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบอะไรไปถึงพวกเขา

จากตาราง จะเห็นว่า แม้ไม่มีการจัดกลุ่มแนวทางออกเป็น 3 กลุ่มยอดนิยมตามที่ได้กล่าวถึงไปในเนื้อหา แต่ภาพอีสานก็ยังถูกสื่อสารออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับการต่อรองความหมายในมุมมองผู้สร้างแต่ละคน ต่างจากยุคก่อนที่ภาพยนตร์ที่อยู่ในกลุ่มก้อนเดียวกันมักจะมองภาพอีสานออกมาในทิศทางที่ไม่ต่างกันมากนัก ดังนั้น คำว่า "อีสานใหม่" ที่พบในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงอาจหมายถึงการต่อรองแบบที่มีพลวัตรอย่างต่อเนื่องในการนิยามความเป็นอีสานมากกว่าที่จะเป็นเรื่องการสร้าง "ภาพใหม่ที่ตายตัว" ในแง่นี้ ความเป็นอีสานหรือภาพอีสานจึงไม่เคยและไม่มีทางจะเสร็จสมบูรณ์ และไม่จำเป็นต้องมีแบบเดียว ซึ่งนี่อาจเป็น "วิธีคิด" ที่มาพร้อมกับคำว่าอีสานใหม่ ของคนอีสานจำนวนมากในยุคปัจจุบัน

บทที่ 7

สรุปและอภิปรายผล

เนื้อหาในบทนี้ เป็นการสรุปและอภิปรายผลการศึกษา อีสานแมส/อีสานใหม่: กระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานตั้งแต่ทศวรรษ 2550 และการประกอบสร้างความเป็นอีสานในภาพยนตร์ จากวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ในตอนต้นคือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยและบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550 และ 2) เพื่อศึกษาการประกอบสร้างภาพความเป็นอีสานในภาพยนตร์ตั้งแต่ทศวรรษ 2550 โดยผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

7.1 สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยและบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2550

กระแส “อีสานฟีเวอร์” ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา มิได้อยู่ ๆ ก็ถือกำเนิดการที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานพัฒนาจากภาพยนตร์เฉพาะกลุ่ม มาสู่ภาพยนตร์กระแสหลักที่ทำรายได้ทั่วประเทศสูงกว่าภาพยนตร์ที่ออกมาในช่วงเวลาเดียวกันบางเรื่อง มีที่มาจากการสั่งสมทั้งในแง่ผู้สร้างภาพยนตร์ผ่านทั้งสถาบันการศึกษา กิจกรรมขององค์กรต่าง ๆ การสนับสนุน**ทุนสร้างภาพยนตร์**ที่ทั้งมาจากหน่วยงานราชการและทุนท้องถิ่นด้วยกันเอง การสนับสนุนช่องทางการจัดฉายและจัดจำหน่ายของสายหนัง โดยมีปัจจัยและบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และวัฒนธรรม อยู่เบื้องหลัง ซึ่งผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยและบริบทดังกล่าวในระดับโลกหรือนานาชาติ ส่งผลมายังระดับชาติ และท้องถิ่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ปัจจัยและบริบทที่สำคัญที่สุด ส่งผลต่อการเกิดและขยับขยายจนกลายมาเป็นอีสานแมสในปัจจุบัน คือ **เทคโนโลยี** พัฒนาการทางเทคโนโลยี ทำให้คนทำหนังอีสานรุ่นใหม่สามารถเข้าถึงความรู้ ลดค่าใช้จ่ายในการผลิต การถ่ายทำ การตัดต่อ การจัดจำหน่าย รวมไปถึงการเก็บรักษา

ภาพยนตร์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ มิได้ส่งผลกระทบแค่ในไทย เช่นในงานวิจัยระดับปริญญาเอกของ Ebelebe (2017) กล่าวว่าเทคโนโลยีเป็นปัจจัยและบริบทสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์ของชาวไนจีเรียเผยแพร่ไปทั่วโลกได้ในราคาประหยัดผ่านช่องทางออนไลน์ หรือที่บทความวิจัยของ Ryan และ Hearn (2010) กล่าวว่า เทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายแบบดิจิทัลสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับการสร้างภาพยนตร์ในออสเตรเลีย เป็นต้น และมิได้ส่งผลเฉพาะเพียงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ แต่ส่งผลถึงอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ต่างก็ถูกท้าทาย หรือ 'ดิสรัปชัน' (Disruption) กันทั้งสิ้น เช่น วงการข่าว นักข่าวพลเมืองเพิ่มปริมาณขึ้นอย่างมาก เพราะทุกคนมีโทรศัพท์มือถือและช่องทางในการเผยแพร่เป็นของตนผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ ชาวนาและเกษตรกรรวมตัวกันขายผลผลิตของพวกเขาโดยตรงผ่านช่องทางสื่อออนไลน์โดยไม่ผ่านคนกลาง การทำธุรกรรมทางการเงินถูกปรับเปลี่ยนมาให้รองรับการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือมากขึ้น เป็นต้น เหตุนี้ เทคโนโลยีและความรู้จึงสร้างอำนาจในการต่อสู้ทางวัฒนธรรมให้แก่ประชาชนรวมถึงชาวอีสานด้วย

นอกจากนี้ ทุนความรู้ ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ เป็นปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้เทคโนโลยีและทุนทางเศรษฐกิจ **ทุนความรู้** ใช้ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ เมื่อมีทุนความรู้ทางด้านภาพยนตร์ ผู้สร้างจึงสามารถผลิตอัตลักษณ์ความเป็นอีสานในรูปแบบที่ตนต้องการออกมาได้ **ทุนวัฒนธรรม** นำต้นทุนวัฒนธรรมอีสานแบบเดิม เช่น ความเชื่อเรื่องผี ความเชื่อเรื่องพญานาค วัฒนธรรมความตลก กลับมามีพื้นที่ในยุคใหม่แบบร่วมสมัย ส่วน **ทุนสัญลักษณ์** คือการไปคว้ารางวัลทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติของภาพยนตร์อีสาน เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานมีความเป็นไปได้ และมีความก้าวหน้ามาได้ถึงในปัจจุบัน

เพื่อช่วยให้เห็นภาพรวม ผู้วิจัยทำการสรุปปัจจัยและบริบทที่ได้แก่ เทคโนโลยี การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และทุน ที่ส่งผลต่อพัฒนาการของภาพยนตร์อีสานในแต่ละช่วงออกมา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) พัฒนาการของการผลิตภาพยนตร์ ที่กล่าวรวมไปถึงภาพยนตร์แนวทางต่าง ๆ ที่เป็นที่นิยมในแต่ละยุค พร้อมยกตัวอย่างภาพยนตร์ที่มีความโดดเด่น และ 2) พัฒนาการของการจัดจำหน่าย จัดฉาย และการชมภาพยนตร์อีสาน ที่ว่าด้วยการเดินทางของภาพยนตร์มายังภูมิภาคอีสานตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน ดังนี้

ตารางที่ 7.1 แสดงพัฒนาการของการผลิตภาพยนตร์อีสาน ผ่านปัจจัยและบริบทต่าง ๆ

หมุดหมายสำคัญ	รายละเอียด	ปัจจัยและบริบท
หนังอีสานเรื่องแรก	แม่ศรีเมือง (2484) เลียง ไชยกาล	เทคโนโลยี การเมือง ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนความรู้
ยุคแรก	หนังอีสานเพื่อชีวิต: ครูบ้านนอก (2521) สุรสีห์ ผาธรรม	เทคโนโลยี การเมือง ทุนความรู้ ทุนวัฒนธรรม ทุนสัญลักษณ์
	หนังเพลงลูกทุ่งอีสาน: มนต์รักแม่น้ำมูล (2520) พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา	เศรษฐกิจ การเมือง ทุนวัฒนธรรม
	หนังแอคชันอีสาน: เกิดมาลุย (2529) พันนา ฤทธิไกร	ทุนวัฒนธรรม เศรษฐกิจ
หนังอีสานเฟื่องฟู	ทศวรรษ 2530 เฉลิมพล มาลาคำ บิณฑ์ บันลือฤทธิ์	เศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจ
ยุคเปลี่ยนผ่าน	- ทศวรรษ 2540 วิกฤติต้มยำกุ้ง เหลือแต่ค่ายใหญ่ - พลังหนุนจากภาคการศึกษา มหาวิทยาลัยองค์กรอิสระ - องค์บาก (2546) ปรัชญา ปิ่นแก้ว - แหยม ยโสธร (2548) เพชรทาย วงษ์คำเหลา	เศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี ทุนความรู้

ตารางที่ 7.1 (ต่อ)

หมุดหมายสำคัญ	รายละเอียด	ปัจจัยและบริบท
เกิดผู้สร้างในระบบอิสระ	สะบายดี หลวงพะบาง (2551) ศักดิ์ชาย ดีนาน ปัญญา เรณู (2554) บิณฑ์ บันลือฤทธิ์ ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553) อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล	เทคโนโลยี ทุนความรู้ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนสัญลักษณ์
เข้าสู่ยุคอีสานใหม่	เกิดภาพลักษณ์อีสานใหม่ ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) อุเทน ศรีริวิไทบ้าน เดอะซีรีย์ (2560) สุรศักดิ์ ป้องศร	เทคโนโลยี ทุนความรู้ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม
	สตูดิโอใหญ่เข้าร่วม สหมงคลฟิล์ม เอ็มพิคเจอร์ส พระนครฟิลม์ GDH559	ทุนทางเศรษฐกิจ
	ทุนท้องถิ่นและการร่วมทุน MVP, นาคี2, ไทบ้าน x BNK48 มนต์รักดอกผักบุ้ง เลิกคุยทั้งอำเภอ (2563)	ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนสัญลักษณ์
	ขยายข้ามสื่อ หน่าฮ่าน เดอะซีรีส์ (2565) ฉันทนา ทิพย์ประชาติ และ บริษัททีวีทันเดอร์	ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนความรู้ ทุนทางวัฒนธรรม

จากตารางที่ 7.1 พัฒนาการของการผลิตภาพยนตร์อีสานเริ่มจาก การเกิดหนังอีสานเรื่องแรก ผ่านปัจจัยและบริบททางเทคโนโลยี การเมือง ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนความรู้ จากนั้นจึงเข้าสู่ยุคแรกของภาพยนตร์อีสานที่ประกอบไปด้วย หนังอีสานเพื่อชีวิต หนังเพลงลูกทุ่งอีสาน และหนัง

แอคชันอีสาน แม้จะยังเป็นภาพยนตร์ทางเลือกและชมกันเองในภูมิภาคเป็นส่วนใหญ่ แต่ภาพยนตร์อีสานก็เฟื่องฟูที่สุดในยุค 2530 มีการผลิตออกมาในปริมาณมากกว่าช่วงก่อนหน้า จากนั้นซบเซาไปพร้อมกับวิกฤติต้มยำกุ้ง และเริ่มเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคใหม่ตั้งแต่ 2550 เป็นต้นมาด้วยปัจจัยเทคโนโลยี เศรษฐกิจ ทุนความรู้ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ โดยเริ่มเกิดภาพลักษณ์อีสานใหม่ มีสตูดิโอใหญ่เข้าร่วม ทุนท้องถิ่นเบ่งบาน และเกิดการขยายผลงานข้ามสื่อ

ตารางที่ 7.2 แสดงพัฒนาการของการจัดจำหน่าย จัดฉายและการชมภาพยนตร์อีสาน ผ่านปัจจัยและบริบทต่าง ๆ

หมุดหมายสำคัญ	รายละเอียด	ปัจจัยและบริบท
สร้างวัฒนธรรมการชม	โรงหนังกระจายไปทั่วประเทศพร้อมกับรถไฟและถนน	การเมือง เทคโนโลยี เศรษฐกิจ
เกิดสายหนัง	มีหนังเร่ หนังล้อมผ้า หนังขายยา ไปยังต่างอำเภอและชนบท	การเมือง เทคโนโลยี เศรษฐกิจ วัฒนธรรม
	ใช้การพากย์หรือนักพากย์มาดึงดูดผู้ชม เป็นช่วงสั้น ๆ ต้นศตวรรษ 2500 แต่เป็นรากฐานสำคัญ	เศรษฐกิจ วัฒนธรรม
โทรทัศน์ช่วยเพิ่มโอกาส	เด็กต่างจังหวัดได้ดู บิ๊กซีนีม่า เพชรทายมีชื่อเสียงจากการรายการโทรทัศน์	เศรษฐกิจ เทคโนโลยี วัฒนธรรม

ตารางที่ 7.2 (ต่อ)

หมุดหมายสำคัญ	รายละเอียด	ปัจจัยและบริบท
สายหนังอีสานเหลือ 3 สาย	ทศวรรษ 2550 เทคโนโลยีเปลี่ยนจากฟิล์มเป็นดิจิทัล สายหนังเหลืออยู่แค่ 3 สาย ได้แก่ มูฟวี่พาร์ทเนอร์ (สหมงคลฟิล์ม) เนวาด้า (เอ็มพิคพระนครฟิลม์ ค่ายยูไอพี)และ ไฟว์สตาร์ (จีดีเอชไฟว์สตาร์ M39 และหนังต่างประเทศส่วนใหญ่) โรงหนังท้องถิ่นเหลืออยู่เล็กน้อย	เทคโนโลยี เศรษฐกิจ
สตรีมมิ่งช่วยเพิ่มช่องทาง	เพิ่มทางเลือกให้ผู้ชม เพิ่มรายได้ให้ผู้ผลิต	เทคโนโลยี เศรษฐกิจ วัฒนธรรม
การกลับมาของพากย์อีสาน	ขยายขอบเขตอีสานด้วยการพากย์ภาพยนตร์ที่ฉายในโรง และในแอพพลิเคชัน	เศรษฐกิจ วัฒนธรรม

จากตารางที่ 7.2 จะเห็นว่างพัฒนาการของการจัดจำหน่าย จัดฉายและการชมภาพยนตร์อีสาน ในยุคแรกเป็นยุคของการสร้างสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมการชมให้เกิดในระดับภูมิภาค ผ่านปัจจัยทั้งด้านการเมือง เทคโนโลยี และเศรษฐกิจ เนื่องจากมีการกระจายความเจริญออกไปพร้อมกับรถไฟและถนน จากนั้นจึงเกิดสายหนัง มีการใช้กลยุทธ์ดึงดูดผู้ชมเช่นการพากย์ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างโทรทัศน์ ส่งผลเชิงบวกให้กับผู้ชมที่อยู่ห่างไกล เข้าไม่ถึงโรงภาพยนตร์ ยุคสมัยต่อมาผู้ชมมีตัวเลือกในการให้ความบันเทิงแก่ตนเองมากขึ้น อีกทั้งมีการเปลี่ยนเทคโนโลยีครั้งใหญ่ สายหนังจึงลดจำนวนลง จนในปัจจุบัน เทคโนโลยียังคงสร้างประโยชน์ให้แก่ภูมิภาคอีสาน ทั้งระบบสตรีมมิ่งที่เข้ามาช่วยเพิ่มช่องทางการจัดฉาย และแอพพลิเคชันชมภาพยนตร์ออนไลน์ที่นำเอาการพากย์เสียงกลับมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน

ในส่วนของรูปแบบการผลิตอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน มีทั้งผู้เล่นฝั่งสตูดิโอและผู้ผลิตอิสระเข้ามาชิงส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ตลอดตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา ด้วยปริมาณการผลิตและการทำการตลาดที่สม่ำเสมอของสตูดิโอใหญ่อย่างสหมงคลฟิล์มในช่วงต้นทศวรรษ 2550 ทำให้กระแสภาพยนตร์อีสานรวมพลังกับสื่ออื่น ๆ ในช่วงเวลาที่ถึงพร้อมด้วยปัจจัยด้านเทคโนโลยี ทำให้เกิดกระแสอีสานฟีเวอร์ขึ้นมา ดังนั้น ในแง่นี้ ระบบสตูดิโอจึงมีผลเป็นบวกต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน

นอกจากนี้ วิธีคิดแบบระบบสตูดิโอที่มุ่งหมายผลกำไร นำไปสู่การแสวงหาวิธีการดำเนินงานต่าง ๆ ที่นำไปสู่ความคุ้มค่าในการลงทุน เป็นแนวคิดที่ถูกนำมาปรับใช้ในการผลิตภาพยนตร์อีสานระบบอิสระ โดยเฉพาะกับนายทุนท้องถิ่นด้วย ผู้ขอทุนต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นายทุนได้ ไม่ว่าจะจากตัวอย่างหนัง ฐานแฟนคลับ ระดับชื่อเสียง หรือผลงานที่ผ่านมาเป็นต้น และเมื่อผลิตจนเสร็จสิ้น ตัวภาพยนตร์เองก็ต้องสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้จัดฉายและจัดจำหน่ายว่าจะสามารถทำรายได้ ไม่ขาดทุน เมื่อผ่านขั้นตอนนี้ได้ ภาพยนตร์จึงได้ออกไปพบกับผู้ชม แม้ในที่สุด ภาพยนตร์บางเรื่องอาจไม่ประสบความสำเร็จดังหวัง แต่การเปิดพื้นที่ให้ผู้สร้างอิสระได้เข้ามามีโอกาสถ่ายทอดมุมมองในแบบใหม่ ๆ ก็เหมือนกับเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมได้พบเจอกับผู้กำกับอย่าง อุเทน ศรีริวิ สุรศักดิ์ ป้องศร ฉันทนา ทิพย์ประชาติ ที่แม้จะมีจำนวนไม่มาก แต่สุดท้ายก็กลายมาเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในปัจจุบัน

การมีรูปแบบการผลิตที่หลากหลาย การหนุนเสริมกันก้าวข้ามเส้นแบ่งระหว่างสตูดิโอกับระบบอิสระ มีเวทีที่ส่งเสริมคนทำหนังรุ่นใหม่ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เติบโตและก้าวต่อไปได้ ไม่เฉพาะแต่ในอุตสาหกรรมหนังอีสาน แต่อาจหมายรวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพใหญ่ด้วยเช่นกัน

ในส่วนของระดับกิจกรรม พบว่าการเชื่อมต่อกับโลกในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานมักเป็นการเชื่อมต่อในรูปแบบของการขอทุนหรือการร่วมทุน เช่น ร่างทรง ในระบบสตูดิโอที่ร่วมทุนกับประเทศเกาหลีใต้ หรือ ลุงบุญมีระลึกชาติ ในระบบอิสระ ที่นอกจากได้รับทุนและร่วมทุนกับต่างชาติแล้ว ยังได้รับรางวัลทั้งในระดับชาติและนานาชาติอย่าง รางวัลปาล์มทองคำ ในเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ ครั้งที่ 63 และได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งในคณะกรรมการตัดสินรางวัล ในเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ ปี 2551

ส่วนการจัดจำหน่ายและจัดฉาย ผู้ผลิตภาพยนตร์ในระบบอิสระบางราย เลือกที่จะจัดฉายในระดับท้องถิ่นก่อน ในที่นี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในการตัดสินใจซื้อไปจัดจำหน่าย ส่วนผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่เอง มีการเชื่อมต่อกับระดับชาติและนานาชาติโดยการจัดจำหน่ายและจัดฉายภาพยนตร์อีสานที่ตนคัดสรรค์มาแล้วไปทั่วประเทศ และไปยังประเทศเพื่อนบ้านซึ่งได้แก่ ประเทศลาว และพบว่า รายได้ส่วนใหญ่ของภาพยนตร์อีสานยังคงมาจากภาคอีสานเป็นหลัก ส่วนในภูมิภาคอื่น และในต่างประเทศยังทำรายได้ไม่มากเมื่อเทียบกับภูมิภาคอีสานที่มีพื้นที่และปริมาณผู้ชมมากกว่า

ส่วนบทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมอีสาน ผู้วิจัยปรับปรุงตารางที่ 2.2 เพื่อนำอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและอีสานมาเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ที่มีการสนับสนุนครอบคลุมมากที่สุดจาก 8 ประเทศสำคัญทั้งในอเมริกา ยุโรป และเอเชีย เพื่อให้เห็นภาพรวมดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.3 บทบาทของรัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมอีสานเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้

บทบาท จากทางภาครัฐ	**อุตสาหกรรม ภาพยนตร์เกาหลีใต้**	**อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย**	**อุตสาหกรรม ภาพยนตร์อีสาน**
สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์	✓	✓	✓
สนับสนุนการจัดจำหน่าย ภาพยนตร์	-	✓	✓
สนับสนุนช่องทางการ เผยแพร่	✓	✓	✓
สนับสนุนทางด้านนโยบาย	✓	✓	✓
สนับสนุนการค้นคว้าวิจัย เกี่ยวกับภาพยนตร์	✓	✓	✓

ตารางที่ 7.3 (ต่อ)

บทบาท จากทางภาครัฐ	อุตสาหกรรม ภาพยนตร์เกาหลีใต้	อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย	อุตสาหกรรม ภาพยนตร์อีสาน
สนับสนุนด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรภาพยนตร์	✓	✓	✓
รัฐเข้ามากำกับควบคุมเนื้อหา	-	✓	✓

ที่มา: ปรับปรุงจากตารางที่ 2.2

จากตารางที่ 7.3 จะพบว่า รัฐไทยได้ให้การสนับสนุนครบทุกหัวข้อ โดยประเด็นโดดเด่นที่ทำมากกว่าประเทศเกาหลีใต้ คือการเข้ามากำกับควบคุมเนื้อหาซึ่งคล้ายกับในประเทศจีน ดังนั้น เมื่อมองภาพใหญ่จากเพียงนโยบายจะไม่เห็นว่ามีปัญหาใดที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่เติบโตอย่างที่คาด แต่จากการสัมภาษณ์และการเสวนาปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย พบว่า แม้กระทรวงวัฒนธรรมได้จัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมาหลายฉบับ และในภาพรวมมีการสนับสนุนในทุกประเด็นดังกล่าวผ่านงบประมาณจากทางภาครัฐ แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่าขาดความต่อเนื่องและครอบคลุม ขาดการนำนโยบายมาใช้ในทางปฏิบัติ แรงงานในอุตสาหกรรมไม่ได้รับการปกป้องและสนับสนุนเทียบเท่าภาคการเกษตร เกิดการผูกขาดในการจัดฉาย อีกทั้งยังคงมีนโยบายในการควบคุมกำกับเนื้อหาที่เข้มงวด (ศิลปวัฒนธรรม, 2562)

ดังนั้น **การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์จากทางภาครัฐ** จึงมี**ทั้งบทบาทที่ควรเพิ่ม** เช่น การสนับสนุนเรื่องทุนในการผลิตให้ครอบคลุมขึ้น สนับสนุนมาตรการในการปกป้องดูแลสวัสดิภาพแรงงาน การเข้ามากำกับดูแลเพื่อลดการผูกขาดในการจัดฉาย เป็นต้น และ**บทบาทที่ควรลดลง** ได้แก่ การเข้ามาควบคุมกำกับเนื้อหา

2. การประกอบสร้างภาพความเป็นอีสานในภาพยนตร์ตั้งแต่ทศวรรษ 2550

ภาพลักษณ์อีสานหลังปี 2550 เป็นต้นมา เริ่มขยับขยายและไหลเลื่อนไปสู่ความเป็นอีสานในรูปแบบใหม่ ๆ ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง เกิดความนิยมใน 3 แนวทางใหม่ได้แก่ อีสานตลก อีสานแฟนตาซี และอีสานในเมือง โดยที่ระบบการผลิตไม่ได้ส่งผลต่อความหลากหลายมากเท่าใดนัก เนื่องจากตัวผู้กำกับมีการโยกย้ายถ่ายเทไปมาและยังรักษาตัวตนไว้ได้ และจุดร่วมสำคัญที่พบในภาพยนตร์ทั้ง 3 แนวทางใหม่ คือ แม้จะมีการลดทอนสิ่งบ่งชี้ความเป็นอีสานลงไปเพียงใด แต่สิ่งที่ภาพยนตร์จะยังคงต่อรองให้เหลือไว้ คือภาษาถิ่นอีสาน โดยเฉพาะที่พบบ่อยจะเป็นสำเนียงอีสานเหนือหรือสำเนียงลาว

ภาพยนตร์อีสานตลก เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมคือวัฒนธรรมตลกของชาวอีสานและยังเป็นกลุ่มที่นิยมผลิตออกมาเป็นจำนวนมากที่สุด ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้ตั้งแต่เริ่มเกิดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ คือการสร้างภาพยนตร์ตามสูตรสำเร็จ แต่ข้อสังเกตที่พบคือ สูตรสำเร็จในปัจจุบันอาจไม่ใช่สูตรที่ใช้วิธีการเดิม ๆ แล้วจะสำเร็จอีกต่อไป มีทั้งที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ จึงเป็นพื้นที่ของการทดลองไปในตัวด้วย

ส่วนในเรื่องของมุกตลก พบว่าเมื่อเป็นพื้นที่ของการทดลอง จึงมีทั้งภาพยนตร์ที่เล่นมุกตลกแบบเก่าที่อาจจะไม่เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบันแล้ว คือ ล้อเลียนรูปลักษณ์ภายนอกที่ไม่ปกติ เช่น คนแคระ คนเตี้ย คนอ้วน คนดำ และมีมุกตลกแบบใหม่ที่สื่อสารกับชาวบ้านได้มากขึ้น เช่น ตลกจากเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ชวนคิดถึง ยิ้มให้กับชะตากรรม สะท้อนการต่อสู้ต่อรองในแนวคิดท้องถิ่นนิยมที่มีการนำเสนออารมณ์ขันแบบใหม่ ๆ เข้ามาในภาพยนตร์อีสานและเพื่อตอบสนองความต้องการของคนดู ที่ก็ต่อสู้ต่อรองเรื่องภาพอีสานในแบบที่ตนต้องการผ่านการแสดงความนิยมต่อภาพยนตร์แต่ละเรื่องด้วยเช่นกัน

ภาพยนตร์อีสานแฟนตาซี พบว่าเป็นพื้นที่ของการเปิดโอกาสให้วัฒนธรรมเดิมได้มาปรากฏโฉมในยุคปัจจุบัน เช่น ความเชื่อเรื่องผี ความเชื่อเรื่องพญานาค การระลึกชาติ ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับความเชื่อและศาสนา เป็นรากฐานดั้งเดิมของชาวอีสานเช่นเดียวกับความสนุกสนานบันเทิงในภาพยนตร์อีสานตลก เช่น ยังคงพบประเด็น “ศาสนาเป็นศูนย์กลางชุมชน” ในภาพยนตร์อีสานตลกบางเรื่องอยู่ อย่าง ส่มภัคเสี่ยน ที่พระมหาชัยเป็นศูนย์กลางของชุมชน ใน ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช การบวชคือทางออก ทางหลุดพ้นจากบ่วงกรรมที่พระเอกได้ก่อไว้ แต่ในร่างทรง แม้จะมี

พระในพิธีสำคัญเช่นงานศพ แต่พบว่าไม่มีบทบาทของพระเป็นส่วนสำคัญในการแก้ปัญหาหรือช่วยชาวบ้านจากฑูตผีปีศาจอีกต่อไป แสดงถึงการต่อสู้ต่อรองทางความเชื่อ ระหว่างความเชื่อใหม่ ๆ ที่ไม่ได้ยึดโยงตนเองกับวัดอีกแล้ว กับภาพอีสานแบบเดิมที่ยังผูกพันกับศาสนา ท่ามกลางความเจริญแบบเมืองที่ก้าวเข้ามาในชุมชน

ภาพยนตร์อีสานในเมือง พบว่าเป็นความพยายามจะฉายภาพอีสานแบบอื่น ๆ นอกจากอีสานแร้นแค้นเพื่อต่อรองกับอีสานในแบบเดิม ๆ ทั้งยังค้นหาความเป็นไปได้ในที่ทางของคนอีสานรุ่นใหม่ ซึ่งมีความพยายามทั้งจากฝั่งสตูดิโอนำทีมโดยบั้งไฟฟิล์มของหม่ำ จ๊กมก และฝั่งผู้สร้างอิสระ โดยเป็นการเน้นการฉายภาพที่ดูจริงอย่างในฮักมั่น ที่เด็กวัยรุ่นโรงเรียนในตัวเมืองอุดรธานีไม่พูดอีสานกันแล้วตัดสลับกับภาพอีสานในชนบท หรือในรักหนูมั้ย ที่ลดทอนความเป็นอีสานลงจนเหลือแค่เพียงภาษาพูดเพียงอย่างเดียว ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นอีสานในเรื่อง สื่อถึงเมืองอีสานภายใต้ระบอบทุนนิยม ที่ไม่สามารถพึ่งพาการทำนาโดยไม่ต้องใช้เงินหาหมอได้อีกต่อไป

จากผลการศึกษาพบว่า ทั้งในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ ต่างก็มีความเป็นอีสานที่หลากหลายไม่ต่างกัน เนื่องจากมีการโยกย้ายถ่ายเทตัวผู้กำกับไปมาข้ามระบบ นั่นคือเราพบว่าผู้กำกับบางคนมีทั้งผลงานภาพยนตร์ในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ และภาพตัวแทนความเป็นอีสานในทั้งสองระบบยังมีทั้งภาพลักษณ์อีสานเก่าและอีสานใหม่อยู่ในความหลากหลายนั้น นอกจากนี้ ระบบอิสระเอง ไม่ได้เป็นกลุ่มที่สร้างภาพยนตร์เพียงเพื่อการทดลองทางศิลปะโดยไม่หวังผลกำไรอีกต่อไป แต่หากในภาพยนตร์หลายเรื่องก็มีวิธีคิดไม่ต่างจากระบบสตูดิโอ ส่วนความแตกต่างในรายละเอียดนั้น เมื่อมองภาพรวมจะพบว่า ภาพยนตร์ในระบบอิสระจะกล้าทดลองสิ่งใหม่ ทั้งในงานภาพและประเด็นการเล่าเรื่องมากกว่าระบบสตูดิโอที่ถูกยึดโยงไว้ด้วยเหตุผลทางการตลาดและความนิยมของผู้ชมหมู่มาก แต่เป็นความแตกต่างเพียงเล็กน้อย เพราะในภาพยนตร์อิสระบางเรื่องก็มีความกล้าจะทดลองน้อยกว่าภาพยนตร์ในระบบสตูดิโอเนื่องมาจากเหตุผลด้านทุนทางเศรษฐกิจนั่นเอง

7.2 อภิปรายผล

1. หลากบริบทและปัจจัยที่ก่อกำเนิดอีสานแมส

งานวิจัยครั้งนี้ ทำให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม ที่อีสานกลายเป็นกระแสนิยมขึ้นมาหรือที่งานชิ้นนี้เรียกว่าอีสานแมส การมองผ่านแนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลาย ทำให้ค้นพบปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนในการส่งเสริมกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ตั้งแต่ **เทคโนโลยี** ที่ให้อำนาจคนตัวเล็ก ๆ ที่ในที่นี้หมายถึงทั้งฝั่งผู้สร้างและฝั่งผู้ชม ได้มีอำนาจการต่อรองความเป็นอีสานมากขึ้น ฝั่งผู้สร้าง เทคโนโลยีได้ให้โอกาสพวกเขาเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่ายขึ้นกว่ายุคก่อน ๆ อีกทั้งชุมชนออนไลน์ยังช่วยแสดงพลังของแฟนคลับฝั่งผู้ชมเพื่อให้ผู้สร้างสามารถนำไปต่อรองกับนายทุนได้ เกิดรูปแบบการผลิตและความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งส่วนหนึ่งมาจาก **เศรษฐกิจ** ทั้งในแง่ของ**ทุนสร้างที่**ไม่มากเท่าในยุคก่อนที่ยังผลิตด้วยระบบฟิล์ม ทำให้ผู้สร้างอิสระสามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมได้ง่ายขึ้น เกิดภาพยนตร์อีสานในปริมาณที่มากขึ้น และในแง่ของการให้การสนับสนุนจากผู้ชมชนชั้นใหม่ ๆ ในสังคมอีสาน นอกจากนี้ **วัฒนธรรม** ที่เชื่อมโยงกับกระแสการยอมรับความหลากหลายของโลกปัจจุบัน ยังส่งผลมาถึงภาพอีสานในภาพยนตร์ให้เกิดหลากหลายและเลื่อนไหลในท้องถิ่นนิยมที่มีการต่อสู้ต่อรองภาพต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา โดยมีนโยบายจากรัฐบาลเป็นปัจจัยทาง **การเมือง** ที่ทั้งส่งเสริมและสร้างอุปสรรคผ่านการกำกับดูแลเนื้อหา นอกจากนี้ยังมีทั้งทุนความรู้ ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ เป็นปัจจัยสำคัญ จะเห็นว่า ในปรากฏการณ์ดังกล่าว ประกอบไปด้วยความหลากหลายและซับซ้อน สอดคล้องกับแผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับโลกทางสังคม ของครูโทวและฮอยเนส ที่มองว่า อุตสาหกรรมสื่อ เนื้อหา ผู้ใช้หรือผู้ชม และเทคโนโลยีต่างมีปฏิสัมพันธ์และส่งผลต่อกันภายใต้โลกทางสังคมที่ประกอบไปด้วยบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

ภาพที่ 7.1 แผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานกับโลกทางสังคม

กระแสนิยมอีสาน ไม่เพียงแต่ส่งผลต่อเนื้อหาในภาพยนตร์ ยังส่งผลไปถึงเนื้อหาของสื่อมวลชนอื่น ๆ เช่น บทความพิเศษในนิตยสารฉบับออนไลน์ อย่าง รวมพระเอกหนุ่มอีสานสุดแซบ (สุดสัปดาห์, 2560) ดาราอีสาน 15 ดาราหญิง เพชรเม็ดงามจากแดนอีสาน สู่ซุปตาร์แห่งวงการบันเทิง (กระปุก, 2561) “เดียร์น่า” โพสต์นุ่งซิ่นไหม พร้อมรอยยิ้มสดใสภูมิใจที่เป็นคนอีสาน ลูกหลานชาวอุดร ชาวเน็ตแห่คอมเมนต์ชื่นชมเพียบ (ไนน์เอ็นเตอร์เทน, 2564) หรือแม้กระทั่งการใช้ภาษาถิ่นอีสานในการพาดหัวข่าว เช่น ม่วนอีหลี! “โอบ โอบนิธิ” ถ่ายทอดบทหนุ่มอีสาน ลั่นถือเป็นก้าวออกจาก Comfort Zone อีกก้าว (ดาราเดลี่, 2564) คุยจ้วดจ้าดกับ 'อุเทน ศรีริวิ' ผู้กำกับผู้สร้างปรากฏการณ์ความสำเร็จของ ภาพยนตร์วัยรุ่นอีสาน (แนวหน้า, 2564) เป็นต้น

ภาพที่ 7.2 แสดงลักษณะการพาดหัวข่าวเกี่ยวกับอีสานที่เปลี่ยนไป

ที่มา: ข่าวติดดาว (2565)

เส้นแบ่งที่เริ่มเลือนลาง ระหว่างระบบสตูดิโอและอิสระ

ข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งนี้ ช่วยทำให้เห็นว่า เส้นแบ่งระหว่างภาพยนตร์อีสานที่เป็นผลผลิตจากระบบสตูดิโอ และระบบอิสระ นั้นเริ่มเลือนลางลงไปทุกที หรือเรียกได้ว่าแทบไม่มีความแตกต่าง เพราะเมื่อ**เทคโนโลยี**ก่อให้เกิดความเท่าเทียมในการเข้าถึงปัจจัยทางการผลิตแล้ว ภาพยนตร์ทั้งสองระบบจึงมีคุณภาพตามแบบสากลในมาตรฐานที่ไม่ห่างกันมากนัก อีกทั้งภาพยนตร์ในระบบอิสระ ก็มิได้เน้นไปแต่เพียงภาพยนตร์ทดลองที่ไม่หวังผลกำไรอีกต่อไป หากแต่ยังมีกลุ่มที่คาดหวังผลกำไรไม่ต่างจากระบบสตูดิโอ ซึ่งเมื่อต้องการสร้างรายได้และต้องใช้ทุน การปรับตัวให้ได้มาซึ่ง**ทุน**ของผู้ผลิตในทั้งสองระบบ ผ่านนำเสนอบทภาพยนตร์ที่คาดว่าจะทำรายได้จึงมีปรากฏออกมาไม่ต่างกัน สอดคล้องกับอัญชลี ชัยวรพร (2560) ที่กล่าวถึงภาพยนตร์อิสระว่า ในปัจจุบัน มีทั้งค่ายอินดี้กระแสหลัก (independent mainstream) ที่ต้องการผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพเพื่อแข่งขันกับค่ายใหญ่ และผู้สร้างภาพยนตร์ในกลุ่มก้าวหน้าที่ทำงานอยู่นอกระบบกระแสหลักอย่างสิ้นเชิง โดยในปัจจุบัน เส้นแบ่งระหว่างภาพยนตร์กระแสหลักและภาพยนตร์อิสระดังกล่าวนั้นเริ่มมีความไม่ชัดเจน เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทำให้ ภาพยนตร์อิสระบางเรื่องมีคุณภาพมากกว่า

ภาพยนตร์กระแสหลักบางเรื่อง และกลับกัน ภาพยนตร์กระแสหลักบางเรื่อง ก็มีวิธีการเล่าเรื่องที่ซับซ้อน ปฏิเสธการเล่าเรื่องในขนบที่คุ้นเคยได้มากกว่าภาพยนตร์อิสระบางเรื่องเสียอีก

นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังทำให้เห็น**บทบาทของการผลิตภาพยนตร์ในระบบอิสระ**หรือภาพยนตร์นอกกระแสมากขึ้นกว่าที่เคยถูกพูดถึงในแนวคิดนี้ โดยเฉพาะบทบาทที่มีส่วนในการก่อตัวของกระแสนิยมภาพยนตร์อีสาน เช่น การช่วยบ่มเพาะหรือเป็นพื้นที่สร้างตัวตนของนักสร้างสรรค์ที่ไม่มีทุนทางสังคม (connection) หรือการที่หนังนอกกระแสสามารถทำได้โดยใช้ทุนน้อยกว่า มีคนกระโดดเข้ามามีส่วนร่วมได้กว้างขึ้น เหล่านี้จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้หนังอีสานไม่เคยขาดหายไปจากจอ

และแม้การจัดจำหน่ายและการจัดฉายภาพยนตร์จะยังคงเป็นปัญหาสำหรับผู้ผลิตในระบบอิสระ ซึ่งสอดคล้องกับงานของอุฌาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (2561) (2563) และ อุฌาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และ โชคชัย ชยวัฑโฒ (2563) โดยทั้ง 3 ชิ้นกล่าวว่า อำนาจทางการตลาดถูกกำหนดโดยสายหนังและโรงภาพยนตร์ แต่งานวิจัยชิ้นนี้ ทำให้เห็นความหวังในส่วนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานที่จะสามารถยืนระยะต่อไปได้ด้วยปัจจัยการสนับสนุน ดังต่อไปนี้

1. กระแสนิยมภาพยนตร์อีสาน ที่ช่วยขับเคลื่อนให้ยังมีภาพยนตร์อีสานป้อนสู่ตลาดต่อไป แม้จะมีทั้งภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและด้อยคุณภาพไม่ต่างจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์อื่น ๆ ตามแนวคิดธุรกิจสื่อสารมวลชนที่ขับเคลื่อนด้วยผลประโยชน์เชิงธุรกิจควบคู่ไปกับผลประโยชน์เชิงสาธารณะ

2. ผู้จัดฉายอิสระ ที่เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริม ตั้งแต่โรงภาพยนตร์ท้องถิ่น เช่น โรงภาพยนตร์เอ็มวีพี ปริ๊นซ์ซีนีเพล็กซ์ เนวาด้า ชุมแพซีนีเพล็กซ์ กลุ่มองค์กรอิสระที่นำภาพยนตร์เข้ามาฉายโดยการจัดเป็นเทศกาล เช่น เทศกาลหนังเมืองแคน เทศกาลหนังเมืองคาม และกลุ่มผู้จัดฉายหนังอิสระกลุ่มเล็ก ๆ ที่จัดตั้งขึ้นมาจากการรวมตัวของกลุ่มผู้ชมในจังหวัดเดียวกัน อย่าง กลุ่มโฮมฟลิค (Homeflick) จ.นครราชสีมา พนมนครรามา จ.นครพนม ซีเนมาสปอท (Cinemaspot) จ.ขอนแก่น เป็นต้น

3. ช่องทางออนไลน์ ที่มีทั้งฟรีและมีค่าใช้จ่าย ช่วยเพิ่มโอกาสให้กลุ่มผู้ที่เข้าไม่ถึงโรงภาพยนตร์รวมถึงผู้ที่มีรายได้น้อยได้มีโอกาสเข้าถึงภาพยนตร์อีสานเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้สร้างภาพยนตร์อีสานในระบบอิสระที่คุณภาพอาจจะไม่เพียงพอหากต้องฉายในโรงได้มีพื้นที่

ในการเผยแพร่ไปสู่ผู้ชมมากขึ้น ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้น ภาพยนตร์เหล่านี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในอินเตอร์เน็ต เช่น บ่าวบ้านๆเดอะดีกรี (2561) ยอดการชม 13 ล้าน อีสาน2018 (2561) ยอดการชม 4 ล้าน เทยไทบ้าน ตุ๊ด to school (2564) ยอดการชม 4 ล้าน เป็นต้น

บทบาทของรัฐไทยต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน

ในแง่บทบาทของรัฐไทยต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสาน งานชิ้นนี้ฉายให้เห็นว่า แม้จากการสำรวจเอกสารและนโยบายจะพบว่า มีการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างครอบคลุม แต่หากไม่ได้ฟังเสียงสะท้อนจากคนในอุตสาหกรรมจริง จะไม่ทราบได้เลยว่า ในทางปฏิบัตินั้นขาดทั้งความต่อเนื่องและครอบคลุม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานที่พบความเกี่ยวข้องจากทางภาครัฐเพียงในส่วนของการจัดฉายผ่านสถาบันการศึกษา และการเข้ามากำกับดูแลเนื้อหาของคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในภาพยนตร์เรื่อง ไทบ้าน เดอะ ซีรีส์ 2.2 ฉากที่พระเกาะโลงศพและร้องไห้ฟูมฟาย สอดคล้องกับการศึกษาของ ระดม อร่ามวิทย์ และมนฤดี ธาดาอำนวยชัย (2560) ที่พบว่า แม้จะมียุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวิดีทัศน์ (พ.ศ. 2555-2559) ออกมาแล้ว แต่สาเหตุหนึ่งที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตกต่ำมากในช่วง พ.ศ.2557-2558 มาจากการที่รัฐมองอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นเพียงสินค้า จึงไม่เข้ามาดูแลและกำหนดกฎเกณฑ์ในการช่วยเหลือและส่งเสริมอย่างจริงจังเหมือนประเทศอื่น อย่างเกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และอุฌาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (2561) ที่มองว่าสาเหตุของการที่ภาพยนตร์ไทยไม่เติบโตเท่าที่ควรและไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้นั้น พบว่าแผนยุทธศาสตร์ภาพยนตร์ของรัฐไทยนั้นไม่ได้ตั้งอยู่บนวิสัยทัศน์ของการกระจายรายได้และเพิ่มโอกาสทำธุรกิจแก่ผู้ผลิตหนังไทยอิสระ

ส่วนสำคัญที่รัฐควรเข้ามาสนับสนุนคือเรื่องของทุนและการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นหลัก แต่ในเรื่องการกำกับควบคุมดูแลเนื้อหา ควรลดบทบาท เพราะการที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานเติบโตขึ้นมาแบบธรรมชาติโดยที่รัฐมีส่วนร่วมเพียงน้อยนิด สะท้อนถึงความต้องการแสดงออกถึงความเป็นท้องถิ่นนิยมของทั้งผู้สร้างและผู้ชมที่ต่อสู้กันมาด้วยตนเอง ดังนั้นข้อเสนอนี้ จึงเป็นการขอการสนับสนุนแบบมีเงื่อนไขดังที่กล่าว เพราะหากมีการสนับสนุน แต่มาพร้อมการเข้ามากำกับดูแลเนื้อหา ขาดอิสระในการทำงาน อุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานอาจไม่เกิดปรากฏการณ์ฟีเวอร์เช่นทุกวันนี้ และหากเป็นเช่นนั้นแล้ว ผู้ประกอบการอาจเลือกขอให้รัฐไม่ต้อง

เข้ามาสนับสนุนแทน สอดคล้องกับงานของ มนฑิรา ธาดาอำนวยชัย (2552) ที่พบว่า ความไม่ยืดหยุ่นของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ที่ยังคงปรากฏถึงการเซ็นเซอร์และการควบคุมเสรีภาพในการแสดงออก เป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

2. อีสานใหม่ คือสำนึกใหม่ในการมองความเป็นอีสาน

จากการมองด้วย**แนวคิดสังคมวิทยาสื่อ** ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การที่ภาพอีสานมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่อีสานในรูปแบบใหม่ ๆ ตั้งแต่หลัง 2550 เป็นต้นมา เป็นไปได้ว่ามาจากการเกิดกระแสนิยมความเป็นอีสาน หรือ “อีสานแมส” ขึ้นมาก่อน ประกอบกับปัจจัยและบริบทต่าง ๆ เช่น บริบททางวัฒนธรรมที่โลกในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความแตกต่างหบากหลายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งบริบททางเทคโนโลยีที่หนุนเสริม ทำให้มีผู้สร้างทั้งในระบบสตูดิโอและอิสระเข้าสู่อุตสาหกรรมเพื่อผลิตภาพ ”อีสานใหม่” ในแบบที่เลื่อนไหลและหลากหลายกว่าที่เคยเป็นมา กล่าวคือ กระแสความนิยมความหลากหลายก่อตัวขึ้นในโลกปัจจุบัน เมื่ออีสานแมสและมีปริมาณหนังอีสานที่เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นธรรมดาที่จะเริ่มเห็นความหลากหลายและเลื่อนไหลถูกสื่อสารออกมาผ่านภาพยนตร์มากกว่าที่มีมาในอดีต

ความเป็นอื่นที่กำลังแสดงตัวตน

การถือกำเนิดภาพอีสานแบบใหม่ ๆ ผ่านบริบทและปัจจัยทางเทคโนโลยีและโลกาภิวัตน์ ชี้ให้เห็นถึงกลุ่มที่เคยถูกมองว่าเป็นคนชายขอบ คนนอก อย่างชาวอีสาน ได้เริ่มมีพื้นที่ในการแสดงตัวตนแบบต่าง ๆ ของพวกเขามากขึ้นจนเกิดเป็นอีสานใหม่ ซึ่งในความเป็นอีสานแบบใหม่นี้เอง ยังคงเต็มไปด้วยการยอมรับ ต่อสู้ และต่อรองความเป็นอีสานที่ไหลเลื่อนและหลากหลายอยู่ตลอดเวลา

เมื่อมองย้อนกลับถึงที่มา จะพบว่า โดยรากฐานนั้น อีสานมีการเชื่อมกับโลกภายนอกอยู่ตลอด ทั้งการแต่งงานข้ามชาติ การโยกย้ายแรงงาน การย้ายถิ่นฐาน การศึกษาต่อ ฯลฯ เมื่อโลกทั้งใบถูกเชื่อมร้อยเข้าหากัน จึงทำให้ความเป็นอีสานมิได้ถูกจำกัดโดยพื้นที่อีกต่อไป มีทั้ง **อีสานคนใน** ชาวอีสานที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบทอีสานที่พยายามฉายภาพให้เห็นถึงชีวิตชาวอีสานชนบทร่วมสมัย ในผู้บ่าวไทบ้านฯ ชาวอีสานที่พยายามสื่อสารชีวิตชาวอีสานที่อาศัยอยู่ในตัวเมือง แบบในรักหนูมั้ย

อีสานคนนอก ชาวอีสานพลัดถิ่นที่ไปศึกษาด้านภาพยนตร์ที่ต่างประเทศและกลับมาใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ เป็นหลักแต่อยากเล่าเรื่องอีสานร่วมสมัยในแบบของตนอย่างส่มภัคเสี่ยน ชาวต่างชาติที่อยากเล่าเรื่องความลึกลับของพื้นที่อีสานในจินตนาการของตนอย่างในเรื่อง ป่า เป็นต้น ดังนั้น ความหลากหลายและเลื่อนไหลของอีสานใหม่ในภาพยนตร์ ส่วนหนึ่งจึงมาจากบทบาทของความเป็นอื่นที่กำลังพยายามแสดงตัวตนจากทั้งในและนอกพื้นที่อีสาน โดยเป็นส่วนผสมของรากฐานอีสานเดิมและเติมส่วนผสมอื่น ๆ เข้าไป ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมเช่นนี้มีแต่จะขยายขอบเขตออกไป ไม่จำกัดอยู่แต่เพียงภายใต้ขอบเขตทางกายภาพแบบเดิมอีก

พันธกานต์ ทานนท์ (2564) อธิบายถึงปรากฏการณ์ดังกล่าวว่า มาจากภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป และพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มคนอีสานรุ่นใหม่ ที่ไม่ได้เป็นผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวแล้ว แต่มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ผลิต สร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ที่ผสมผสานทั้งความเป็นอีสานดั้งเดิมและเสริมเติมความหมายแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสังคมโลก จึงเกิดเป็นความหมายและอัตลักษณ์ชุดใหม่ขึ้น สอดคล้องกับที่ โฮมี่ บาบา เสนอเอาไว้ว่า โดยธรรมชาติแล้วไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่เป็นหนึ่งเดียว แต่ทุกวัฒนธรรมจะมีลักษณะเป็นแบบ “พันธุ์ทางลูกผสม” (hybrid) หรืออีกนัยหนึ่งไม่มีวัฒนธรรมใด ๆ ที่จะสมบูรณ์ในตัวเอง แต่ทุกวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงแปลงอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นตลอดเวลา กระบวนการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridisation) จึงเป็นพื้นที่ใหม่ของการต่อรองและสร้างสรรค์ความหมายใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นตลอดเวลาในโลกแห่งวัฒนธรรม ที่เชื่อมร้อยเข้าด้วยกันผ่านบริบทเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมนั่นเอง (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2560) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ ของ อุกฤษฎ์ เฉลิมแสน (2561) ที่ชี้ให้เห็นประเด็นความเข้มอ่อนในความหลากหลายผ่านข้อค้นพบที่ว่า เน็ตไอดอลอีสานส่วนหนึ่ง ต่อรองและนิยามความเป็นอีสานโดยผสมผสานความเป็นอีสานกับวัฒนธรรมต่างชาติไม่ได้อิงอยู่กับอิทธิพลของขั้วตรงกันข้ามระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง ซึ่งเป็นการประกอบสร้างความเป็นอีสานนอกบริบทของสังคมวัฒนธรรมไทย

อีสานใหม่ เครื่องมือในการใช้ต่อรองกับภาพอีสานแบบเดิม

เมื่อมองผ่าน**แนวคิดภาพตัวแทน และท้องถิ่นนิยม** ผลการวิจัยชี้ว่า ในความเป็นอีสานที่หลากหลายและเลื่อนไหลในแบบอีสานใหม่นั้น มาจากการที่ภาพอีสานเองมีการต่อสู้และต่อรองความเป็นอีสานในแบบต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา อย่างที่ฉันทนา ทิพย์ประชาติ ผู้กำกับหน่าฮ่านกล่าวว่า ไม่ว่าจะเป็นอีสานแบบไหนก็ล้วนจริงทั้งหมด เพราะเป็นประสบการณ์และมุมมองในแบบของเขา ส่วนเราก็เพียงทำหน้าที่เพิ่มความหลากหลาย ใส่อีสานในมุมมองแบบอื่น ๆ เข้าไป ให้เป็นอีกตัวเลือกหนึ่งของผู้ชมเท่านั้นเอง (สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2565) ดังนั้น ตัวผู้กำกับหรือผู้สร้างเองต่างก็เป็นหนึ่งเสียงและเป็นปัจเจกในการต่อสู้ต่อรองภาพอีสานในมุมมองของตนทั้งในภาพยนตร์และกับนายทุน ไม่ว่าตนจะไปสังกัดอยู่ในระบบใด ผลการวิจัยจึงชี้ว่า ทั้งรูปแบบการผลิตที่เป็นระบบสตูดิโอและระบบอิสระ ก็พบความหลากหลายในเนื้อหาไม่ต่างกัน เราจึงพบว่าภาพยนตร์ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ อีสานตลก อีสานแฟนตาซี และอีสานในเมือง มีปริมาณผู้สร้างจากทั้ง 2 ระบบอยู่ในจำนวนที่ไม่ต่างกันมากนักและเน้นหนักไปในทางภาพยนตร์ตลกที่เป็นที่ต้องการของตลาดเพื่อตอบโจทย์ในแง่ธุรกิจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พงศวีร์ สุภานนท์ และ มาโนช ชุ่มเมืองปักษ์ (2561) ที่พบว่า ผู้กำกับภาพยนตร์ในระบบอิสระ เมื่อต้องเข้ามาทำงานในระบบสตูดิโอจะยังสามารถรักษาความเป็นตัวเองในการเล่าเรื่องไว้ได้ นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มความหลากหลายในด้านเนื้อหา เพราะผู้กำกับที่อยู่ในทั้งสองระบบจะรู้วิธีในการต่อรองให้ภาพยนตร์ยังคงมีทั้งความเป็นตัวเองและตอบความต้องการของนายทุน

นอกจากนี้ อีสานตลก อีสานแฟนตาซี และอีสานในเมือง ยังเป็นภาพตัวแทนความเป็นอีสานที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อต่อรองกับภาพอีสานที่มีมาในอดีต **อีสานตลก** กลายมาเป็นพื้นที่ทดลองของแนวทางตลกคาเฟ่แบบ หม่ำ จ๊กมก ที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในภาพยนตร์อีสานยุคใหม่หลังปี 2550 เป็นต้นมา **อีสานแฟนตาซี** เปิดพื้นที่โอกาสให้คุณค่าเดิม ๆ อย่างเช่น ความเชื่อเรื่องพญานาค ได้มีโอกาสมาปรากฏตัวอีกครั้งในยุคสมัยปัจจุบัน **อีสานในเมือง** คือพื้นที่ การทบทวนตัวเอง และหาที่ทางใหม่ของอีสานวัยรุ่น ภาพอีสานทั้งสามแบบนี้ เป็นไปได้ว่ากำลังเอื้อกันและกันอยู่ ในฐานะที่ต่างก็เป็นพื้นที่ทดลองสร้างความเป็นอีสานที่ยังไม่ลงตัว นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงอีสานอดีตและอีสานในปัจจุบันผสมผสานเข้ากันในรูปแบบที่แตกต่าง เกิดเป็นภาพอีสานที่ไหลเลื่อน และหลากหลายอย่างในปัจจุบัน ขยายผลจากงานวิจัยของ ณัฏฐธิดา จันเทร์มะ (2559) ที่พบว่า อัตลักษณ์

อีสานในภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน ช่วงพ.ศ. 2547-2559 มีทั้งที่พยายามลบภาพมายาคติอีสานแบบเดิมเพื่อนำเสนอภาพอีสานในแบบใหม่ ๆ และมีทั้งกลุ่มที่สร้างความหมายใหม่ภายใต้มายาคติเดิม เช่น ภาพของทุ่งนาสีเขียวกว้าง ภาพสังคมชนบทที่มีความน่าอยู่ ผู้คนที่มีน้ำใจ ที่เป็นการสร้างงดงามให้กับความยากจน ทั้งที่ความยากจนกับความสุขอาจไม่สามารถไปด้วยกันได้ในโลกความเป็นจริง เป็นต้น

ส่วนเมื่อมองผ่าน**แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความหมายในภาพยนตร์** ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ภาษาภาพยนตร์ ทั้งภาพ เสียง การตัดต่อ และโครงสร้างการเล่าเรื่อง ถูกนำมาใช้งานอย่างเต็มที่ภายใต้วิธีการแบบสากล กล่าวคือ เครื่องมือและวิธีการที่ถูกนำมาใช้สื่อสารความเป็นอีสานผ่านภาพยนตร์ทั้งอีสานเก่าและอีสานใหม่ ไม่ว่าจะเป็นระบบสตูดิโอหรือผู้สร้างอิสระ ต่างก็ต้องนำความเป็นสากลในกระบวนการผลิตมาปรับใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพยนตร์หนึ่งเรื่อง ดังนั้นความเป็นอีสานในภาพยนตร์ โดยโครงสร้างแล้วจึงจากการผสมผสานระหว่างความเป็นท้องถิ่นกับความเป็นสากล (glocalization) ตั้งแต่เริ่มผลิต การต่อสู้ต่อรองความเป็นท้องถิ่นนิยมและความเป็นสากลจึงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาผ่านภาษาสากล นอกจากนี้ ภาพอีสานในภาพยนตร์เอง ก็ยังสัมพันธ์กันกับโลกความจริงของภาคอีสาน ที่ความเจริญต่าง ๆ ได้แทรกซึมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตผู้คนทั้งในชนบทและเมืองใหญ่เป็นที่เรียบร้อยแล้ว อีสานในปัจจุบันจึงเป็นอีสานที่ปรับประยุกต์เข้ากับโลกมิใช่อีสานที่หยุดนิ่งตายตัวอย่างในภาพลักษณ์อีสานแบบเดิมอีกต่อไป สอดคล้องกับ ปาณิสา โพธิ์ศรี วังชัย (2561) และ พันธกานต์ ทานนท์ (2564) ที่ศึกษาภาพอีสานใหม่ในเพลงลูกทุ่งอีสานและต่างพบว่า ภาพลักษณ์ดังกล่าวเป็นอัตลักษณ์ลูกผสม (hybrid) ที่สำเนียงและภาษาในเพลงยังคงยึดเป็นหลักเอาไว้ แต่ส่วนประกอบอื่นสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลากหลายตามยุคสมัยที่เปลี่ยน เช่น การประยุกต์เครื่องดนตรีและแนวดนตรีแบบสมัยใหม่ มาผสมผสานกับสำเนียงและวิธีการร้องลูกทุ่งแบบเดิม ออกมาเป็นศิลปินอย่าง รัศมี อีสานโซล เป็นต้น

เช่นเดียวกับเพลงลูกทุ่งอีสานดังกล่าว ภาพอีสานที่ถูกถ่ายทอดผ่านทั้งภาษาภาพยนตร์และโครงสร้างการเล่าเรื่อง แม้จะมีความหลากหลายและเลื่อนไหลเพียงใด แต่หากต้องมีการลดทอนองค์ประกอบให้เหนือน้อยที่สุด ก็จะพยายามต่อรองให้เหลือไว้ซึ่ง**ภาษาถิ่นอีสานเป็นหลัก** หากในเรื่องใช้ภาษาไทยกลาง ก็จะมีการปรับใช้สัญลักษณ์อื่นมาทดแทนอย่างสถานที่ในเรื่อง เช่น ใน รักหนูมั้ย เป็นต้น

ประเด็นเรื่องอีสานในตัวเมือง การที่รักหนูมั้ย ส่มภัคเสี่ยน อ้ายคนหล่อลวง รวมถึงเรื่องอื่น ๆ ในกลุ่มดังกล่าว เลือกที่จะฉายภาพคนอีสานในเมือง อีกทั้งบางเรื่อง ยังไม่ปรากฏสัญลักษณ์ร่วมที่เป็นอีสานใด ๆ ในแบบที่คุ้นเคยอยู่ในเรื่องเลยนอกจากภาษาพูด บางเรื่องหากเปลี่ยนภาษาพูดหลักในเรื่องเป็นภาษาไทยภาคกลางก็จะสามารถกลายไปเป็นภาพยนตร์ไทยได้ทันที การเกิดภาพอีสานเช่นนี้ ท่ามกลางภาพยนตร์อีสานที่ฉายภาพแบบชนบทที่มีสัดส่วนมากกว่า ยังช่วยบอกเราได้ว่า ชนชั้นกลางอีสานก็ต้องการมีส่วนร่วมในการสร้างอีสานใหม่ที่หลากหลายและเลื่อนไหลนี้ขึ้นมาด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ การที่ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า อีสานในภาพยนตร์บางเรื่องถูกลดทอนลงไปจนเหลือเพียงภาษา ชี้ให้เห็นว่า ภาพอีสานใหม่ที่การศึกษาชิ้นนี้ค้นพบ อาจมีความไม่สอดคล้องกับภาพอีสานในงานวิจัยบางชิ้นที่ผ่านมา เช่น ผลการศึกษาของ สิริชญา คอนกรีต (2556) ที่พบว่า เพลงลูกทุ่งอีสานใช้เครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ (identity marker) ได้แก่ อาหาร ดนตรี ประเพณี เทศกาล และอาชีพ การศึกษาของ อัษฎาวุธ ไสยรส (2558) ที่ศึกษาความเป็นอีสานในบทเพลงลูกทุ่งอีสานร่วมสมัย พบว่า มีจำนวน 15 มโนอุปลักษณ์ ได้แก่ ความเป็นอีสานคือการต่อสู้แข่งขัน การเดินทาง ธุรกิจ พื้นที่หรือสถานที่ ธรรมชาติ สัตว์ พืช การศึกษา มนุษย์ อาหาร การรักษาโรค เครื่องใช้และสิ่งปลูกสร้าง วัตถุสิ่งของ ภัยพิบัติ และการประหยัดอดออม การศึกษาของพันธกานต์ ทานนท์ (2564) ที่พบว่า อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 ประกอบไปด้วย อีสานกับความเฉพาะตัว อีสานกับความเรียบง่าย อีสานกับการพัฒนา และอีสานกับความยิ่งใหญ่สวยงาม

ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงชี้ให้เห็นว่า อีสานใหม่ คืออีสานที่เปิดพื้นที่ให้มีการต่อสู้ต่อรองในความเป็นอีสานนิยม ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องผ่านสำนึกเรื่องอำนาจที่คนอีสานมี เช่น ผ่านตัวผู้กำกับภาพยนตร์ และแม้จะไม่ง่ายดายหรือสวยงาม แต่พื้นที่ที่เปิดกว้างมากขึ้น หลากหลายขึ้น การมีระบบหรือโครงสร้างสังคมที่เอื้อต่อการมีหรือได้มาซึ่งพื้นที่เหล่านี้มากขึ้น ทำให้อีสานใหม่ในภาพยนตร์หลังปี 2550 เป็นต้นมา ฉายภาพอีสานที่ไหลเลื่อนและหลากหลาย ไม่หยุดนิ่งตายตัวเช่นในอดีตอีกต่อไป

7.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยแบ่งข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาและข้อค้นพบในงานวิจัยชิ้นนี้ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ ข้อเสนอแนะด้านวิชาชีพ และข้อเสนอแนะต่อการวางแผนนโยบายภาครัฐ ซึ่งคาดว่าจะมีประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

7.3.1 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

1. การศึกษาในครั้งนี้ หยิบยกตัวอย่างภาพยนตร์มาเพียงบางเรื่องเพื่อทำการศึกษาการประกอบสร้างความเป็นอีสานในภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 ซึ่งภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ล้วนเป็นอิสระต่อกัน ไม่สามารถเป็นตัวแทนของภาพยนตร์ทั้งหมด 54 เรื่องได้ ดังนั้น หากมีการศึกษาในครั้งต่อไป การศึกษาภาพยนตร์ทุกเรื่องแบบลงลึกในรายละเอียดจึงเป็นประเด็นที่จำเป็นต้องมีการศึกษาเพิ่มเติม ทั้งในแง่เนื้อหาและความแตกต่างของภาพยนตร์ในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ

2. ในปัจจุบันมีภาพยนตร์อีสานกลุ่มใหม่ที่เลือกจะไม่ฉายในโรงภาพยนตร์แต่ปล่อยลงให้ชมฟรีผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ยูทูป และได้รับความนิยมโดยมียอดวิวหลักล้านจำนวนหลายเรื่อง ซึ่งมิได้อยู่ในขอบเขตของงานวิจัยชิ้นนี้ หากมีการศึกษาในครั้งต่อไป ประเด็นดังกล่าวจึงเป็นประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจเข้าไปศึกษา

7.3.2 ข้อเสนอแนะด้านวิชาชีพ

1. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถใช้ความรู้เรื่องปัจจัยและบริบทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานไปเป็นข้อมูลในกระบวนการตัดสินใจในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภูมิภาคของตน และใช้องค์ความรู้เรื่องโครงสร้างและลักษณะการดำเนินงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานไปปรับประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภูมิภาคของตนได้

2. ผู้สร้างภาพยนตร์หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถนำองค์ความรู้เรื่องความหมายความเป็นอีสานที่ถูกประกอบสร้างอย่างหลากหลายและเลื่อนไหลไปพัฒนาต่อยอดในผลงานของตนได้

7.3.3 ข้อเสนอแนะต่อการวางแผนนโยบายภาครัฐ

1. ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณาเพิ่มบทบาทการสนับสนุนผู้ผลิตภาพยนตร์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีสานมากขึ้นโดยเฉพาะในระบบอิสระ ในประเด็นเรื่องของทุน มาตรการในการปกป้องและดูแลสวัสดิภาพแรงงาน และการกำกับดูแลเพื่อลดการผูกขาดใน

การจัดฉายภาพยนตร์ เพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับภูมิภาครวมถึงทั้งประเทศมีความแข็งแรงขึ้น

2. ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณาลดบทบาทในการเข้ามากำกับควบคุมดูแลเนื้อหาภาพยนตร์ เพื่อส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการผลิตผลงาน สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคให้มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับประเทศและในระดับนานาชาติในอนาคตได้

3. ผลการศึกษาและข้อค้นพบในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสถาบันการศึกษาในระดับภูมิภาค ที่มีส่วนสำคัญในการผลิตบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงควรให้การสนับสนุนสถาบันการศึกษาทั้งในแง่ของงบประมาณการผลิตบุคลากรและการจัดกิจกรรมโครงการที่เกี่ยวข้อง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงการต่างประเทศและการค้าประเทศออสเตรเลีย. (ม.ป.ป.). สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งแรก. *Australian Embassy Thailand.* https://thailand.embassy.gov.au/bkok/FunRun_Bridge_History_Th.html/สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งแรก

กระทรวงวัฒนธรรม. (2559). *ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564).* สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม.

กระทรวงเศรษฐการ, กรมการสนเทศ. (2515). *รายงานคณะกรรมการศึกษาเรื่องการสร้างภาพยนตร์ไทยและการนำภาพยนตร์ต่างชาติเข้ามาฉายในประเทศไทย.* มูลนิธิเอเชีย.

กระปุก. (2561). ดาราอีสาน 15 ดาราหญิง เพชรเม็ดงามจากแดนอีสาน สู่ซุปตาร์แห่งวงการบันเทิง. *กระปุก.คอม.* https://women.kapook.com/view186294.html

กัลปพฤกษ์. (2553). แหล่งเงินทุนนานาชาติสำหรับคนทำหนังชาวไทย. ใน *ปฏิบัติการหนังทุนข้ามชาติ* (น. 221-292). โอเพ่นบุ๊กส์.

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2560). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). อินทนิล.

กำจร หลุยยะพงศ์. (2556). *ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม : ผู้คน ประวัติศาสตร์ และชาติ.* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิติมา สุนทรสนธิ. (2558). แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. ใน *ธุรกิจสื่อสารมวลชน* (น. 3-32). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เก้ากระบี่เดียวดาย. (2565). อำลา Big Cinema โปรแกรมเพชรหนังพันล้าน. *Facebook.* https://www.facebook.com/9independentswords/posts/1090525261525837

คายส์, ชาร์ลส์ เอฟ. (2556). *อีสานนิยม : ท้องถิ่นนิยมในสยามประเทศไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

“จักรวาลไทบ้านฯ” ทำเงินรวมกันทั่วประเทศทะลุ 200 ล้านบาทแล้ว. (2561). Theaterist : ชีวิต ติดหนัง. https://theaterist.blog/2018/12/04/จักรวาลไทบ้านฯ-ทำเงินร/

จิบชา รับลม กับมิสเตอร์ อเมริกัน. (2564). รู้ไว้ใช่ว่า? คน ผี ปีศาจ หนังสยองขวัญเรื่องแรกของมะเดี่ยว ชูเกียรติ ใช้ทุนสร้างเพียง 1 ล้านบาท !!. *Facebook.* https://www.facebook.com/amarica2029/posts/4624276307635975

จิรยุทธ์ สินธุพันธุ์. (2559). *การศึกษาการสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉัตรระวี มหิธิธรรมธร. (2558). *พัฒนาการทางความคิดและการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ของบรรจง ปีสัญธนะกูล* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชญานิน ธนะสุขถาวร. (2554). *ผลกระทบจากการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ต่อระบบสายหนังในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชรินทร์ มั่งคั่ง. (2560). วาทกรรม “คนอีสาน” ผ่านพื้นที่อุดมคติในแบบเรียนสังคมศึกษาร่วมสมัย. *วารสารสังคมศาสตร์, 29(1),* 161-188.

ชลิดา เอื้อบำรุงจิต. (2540). 100 ปี ภาพยนตร์ในประเทศไทย. *สารคดี,* 13(150), 89-96.

ชัยเจริญ ดวงพัตรา. (2549). *นักพากย์ผู้ยิ่งใหญ่.* เอเอสเทคนิคการพิมพ์.

ชาญชนะ หอมทรัพย์. (2563). อุตสาหกรรมหนังเกาหลี: สตาร์ทพร้อมไทย 15 ปีผ่านไปถึงฝั่งออสการ์. *Way magazine.* https://waymagazine.org/the-cinema-of-south-korea/

ชานันท์ ยอดหงส์. (2564). ภาพสาวใช้ กับขบวนการเหยียดอีสาน : ปัญหาจากภาครัฐที่รวมศูนย์อำนาจไว้ในกรุงเทพฯ. *The MATTER.* https://thematter.co/ thinkers/isaan-racist-and-centralization/159927

ซูศักดิ์ ดิษยนันทน์. (2539). อาจารย์รัตน์ เปสตันยี. ใน *รัตนะแห่งหนังไทย: รัตน์ เปสตันยี.* มูลนิธิหนังไทย.

ฐณยศ โล่พัฒนานนท์, วรลักษณ์ กล้าสุคนธ์, และศักดิ์สิทธิ์ ทวีกุล. (2563). *ความสอดคล้องของโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์ไทยกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564)* (รายงานการผลวิจัย). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ฐานิตา พันธุ์มณี. (2555). *การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฏฐธิดา จันเทร์มะ. (2559). *การสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐพล ใจจริง. (2556). *ขอฝันใฝ่ในฝันอันเหลือเชื่อ*. ฟ้าเดียวกัน.

ดานพระอินทร์ ดินแดนศักดิ์สิทธิ์. (2562, 26 สิงหาคม). *ปาฏิหาริย์แก้วนาคราช(บุญเฮ็ด บุญสร้าง)*. [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=rbpXeIP8GQI

ดาราเดลี่. (2564). ม่วนอีหลี! “โอบ โอบนิธิ” ถ่ายทอดบทหนุ่มอีสาน ลั่นถือเป็นก้าวออกจาก Comfort Zone อีกก้าว. *ดาราเดลี่*. https://www.daradaily.com/news/107329/read

ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์. (2546). *การรวมกลุ่มทางการเมืองของ ส.ส.อีสาน พ.ศ. 2476-2494* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดาววดี เพชรบรม. (2559). *ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ 4 มิติ* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดุสิต เอื้อสามาลย์. (2536). *สภาพสังคมอีสานจากภาพยนตร์ไทยระหว่างปี พ.ศ.2520-2526* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เด็กโคราช เสนอจิตรภาพยนตร์. (2560). ภาพรถฉายหนังกลางแปลงของเสนอจิตรภาพยนตร์ในทศวรรษ 2520. *Facebook*. https://www.facebook.com/photo?fbid=1984925918463516&set=pcb.1984926008463507

เด็กโคราช เสนอจิตรภาพยนตร์. (2565). ภาพบรรยากาศการฉายหนังกลางแปลงในยุคปัจจุบัน. *Facebook.* https://www.facebook.com/ photo?fbid=4870678259689688&set= pcb.4870680549689459

โดม สุขวงศ์. (2556). *คู่มือนิทรรศการหนึ่งศตวรรษภาพยนตร์ไทย = A Century of Thai cinema exhibition's handbook.* หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน).

ทัศนีย์ สาลีโภชน์. (2563). พรชัย ว่องศรีอุดมพร – 'โควิด' สอนให้รู้ว่า 'หนังไทย' ต้องยืนด้วยลำแข้งตัวเองสัมภาษณ์ พรชัย ว่องศรีอุดมพร. *กรุงเทพธุรกิจ.* https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/911958

ทิพยรัตน์ วานิชชา. (2521). *การปรับปรุงท้องถิ่นทุรกันดาร โดยรัฐบาลสมัยจอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ (พ.ศ. 2501 – 2506)* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทิพย์วัลย์ ประยูรสุข. (2557). *ภาพยนตรานุกรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1.* หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน).

ไทยรัฐออนไลน์. (2559). เพราะรัก! ทุ่มเงินไป 20 ล้าน หมอริท ขอตายที่อำเภอเขมราฐ อุบลฯ. *ไทยรัฐ.* https://thairath.co.th/content/598689

ธีพิสิฐ มหานีรานนท์. (2565, 20 กุมภาพันธ์). เปิดวงสัมภาษณ์คุยกับพลพรรค 'หน่าฮ่าน' : ว่าด้วยการทำซีรีส์วัยรุ่นอีสาน ที่ฝันถึงความหลากหลายและการไม่ตัดสินกัน. *Thairath Plus.* https://plus.thairath.co.th/topic/subculture/101133

ธีรภัทร เจริญสุข. (2561, 28 กุมภาพันธ์). คอลัมน์ เดือนหงายที่ชายโขง : ไทบ้านเดอะซีรีส์สองย้ำความสำเร็จของบันเทิงท้องถิ่น. *มติชน.* https://www.matichon.co.th/ prachachuen/daily-column/news_858617

เธียรธาดา หิรัญญะชาติธาดา. (2556). *การศึกษารูปแบบการจัดที่นั่งกับการออกจากอาคารโรงภาพยนตร์ขนาดกลางในสถานการณ์ปกติโดยใช้วิธีการจำลองสถานการณ์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นคร โพธิ์ไพโรจน์. (2562). เปิดกรุให้ดูฟรี 'พระนครฟิลม์' คิดอะไรอยู่?. *Mthai Movie.* https://movie.mthai.com/bioscope/259170.html

นที มีประเสริฐ. (2561). สุรศักดิ์ ป้องศร Make a Movie like a 'Creative Brand'. *ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ*. https://hr.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/สุรศักดิ์-ป้องศร

นพปฎล พลศิลป์. (2564). อุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกยุคโควิด-19 จีนคือตลาดใหญ่ที่สุด และความสำคัญของ ‘No Time to Die’ กับ ‘Venom’. *GQ Thailand*. https://www.gqthailand.com/culture/article/global-box-office-forecast

นวัช รัตนบรรณกิจ. (2558). *กระบวนการสร้างสรรค์งานของนักออกแบบเสียงภาพยนตร์ไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2557). เพลงลูกทุ่งในประวัติศาสตร์วัฒนธรรมไทย, ใน *โขน, คาราบาว, น้ำเน่าและหนังไทย : ว่าด้วยเพลง ภาษาและนานามหรสพ*. มติชน

แนวหน้า. (2564, 19 พฤศจิกายน). คุยจ้วดจ้าดกับ 'อุเทน ศรีริวิ'ผู้กำกับผู้สร้างปรากฏการณ์ความสำเร็จของ ภาพยนตร์วัยรุ่นอีสาน. *แนวหน้า*. https://www.naewna.com/entertain/616812

ไนน์เอ็นเตอร์เทน. (2564). “เดียร์น่า” โพสต์นุ่งซิ่นไหม พร้อมรอยยิ้มสดใสภูมิใจที่เป็นคนอีสาน ลูกหลานชาวอุดร ชาวเน็ตแห่คอมเมนต์ชื่นชมเพียบ. *ไนน์เอ็นเตอร์เทน*. https://nineentertain.mcot.net/news-update-6388762

บัญยง พูลทรัพย์. (2560). *การสร้างภาพตัวแทนวีรบุรุษสามัญชนในภาพยนตร์ไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

บัณฑิต เทียนรัตน์. (2557). ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2014, อุเทน ศริริวิ + จิณณพัต ลดารัตน์ , ไทย). *Facebook*. https://www.facebook.com/photo/?fbid=10152531384348576&set=a.10151921899358576

เบเคอร์, คริส และผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2559). *ประวัติศาสตร์ไทยร่วมสมัย* (พิมพ์ครั้งที่ 5). มติชน.

ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2554). ภาพยนตร์ไทยยุคหลังหนึ่งร้อยปีกับความเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 18(2), 157-176.

ประมวล เก่งชน. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อวัยรุ่นไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปริชาติ หาญตนศิริสกุล. (2564). สรุปบทความจากเสวนาคลับเฮาส์ : ปรากฏการณ์ THAI WAVE CINEMA ในทศวรรษ 2540 (ตอนที่ 1). *Film Club Thailand.* https://filmclubthailand.com/ articles/special-article/club-house-summarize-thai-wave-cinema-2540-part-1/

ปรีดิ์ปณต นัยนะแพทย์. (2559). Now You See Me 2 ตลาดหนังพากย์เสียงอีสานกำลังมาเด้อ. *The MATTER.* https://thematter.co/entertainment/local-dubbing-already-coming/3960

ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย. (2561). *อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไผท ภูธา. (2554). *ความเป็นมาคนอีสานในเหตุการณ์สำคัญของประวัติศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สุขภาพใจ.

พงศวีร์ สุภานนท์ และ มาโนช ชุ่มเมืองปักษ์. (2561). การปรับตัวในการเล่าเรื่องของผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแสภายใต้ระบบทุนนิยมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์,* 13(1), 44-56.

พงษกร จันทร์เทพ. (2561, 28 เมษายน). *เกิดมาลุย(ต้นฉบับ) Born to fight (1984)-พันนา ฤทธิไกร (Panna Rittikrai)* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=9XEN53UXNkE

พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา. (2558, 3 มิถุนายน). *ภาพยนต์มนต์รักแม่น้ำมูล พ.ศ.2520 (เต็มเรื่อง) กำกับโดย พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=uyc8bJSkwbg&t=519s

พระนครฟิลม์. (2561, 2 พฤศจิกายน). *สะบายดี หลวงพะบาง หนังเต็มเรื่อง HD (Phranakornfilm Official)* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=dpGdxYEP-mo

พระนครฟิลม์. (2561, 25 ธันวาคม). *ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ หนังเต็มเรื่อง HD (Phranakornfilm Official)* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=4Dw_W2NZO2k

พอพันธ์ อุยยานนท์. (2558). *เศรษฐกิจไทยในสมัยรัชกาลที่ 7.* โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.

พอพันธ์ อุยยานนท์. (2560). *เศรษฐกิจอีสาน: พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลง.* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พันธกานต์ ทานนท์. (2564). *มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

พันนา ฤทธิไกร. (2564). ใน วิกิพีเดีย. https://th.wikipedia.org/wiki/พันนา_ฤทธิไกร

พิมพ์ชนก พุกสุข. (2565). ความหวังรสเฝื่อนของแรงงานพลัดถิ่น วงจรแห่งความจนที่ทำให้คนต้องจากบ้าน: สร้อยมาศ รุ่งมณี. *The101.world*. https://www.the101.world/ interview-soimart-rungmanee/

พีระ ส่องคืนอธรรม. (2560). “นังแจ๋ว” ในร่าง “จินตหรา” ในรายการ Drag Race Thailand. *เดอะอีสานเรคคอร์ด*. https://theisaanrecord.co/2018/05/27/the-tired-trope-of-isaan-women-as-domestic-servants-now-on-drag-race-thailand-translation/

โพสต์ทูเดย์. (2565, 3 กุมภาพันธ์). ช่อง3-เอ็ม พิคเจอร์ส ร่วมปลุกอุตฯหนังไทย หวังไกลส่งออนคอนเทนต์บุกตลาดโลก. *โพสต์ทูเดย์*. https://www.posttoday.com/economy/news/674747

ภัทริยา วิริยะศิริวัฒนะ และ อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2559). *การวิเคราะห์การเล่าเรื่องในภาพยนตร์เรื่อง Les Misérables*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาณุ อารี. (2563). อุตสาหกรรมภาพยนตร์เปรียบเทียบ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตภาพยนตร์ขั้นสูง หน่วยที่ 1-7* (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

มนฑิรา ธาดาอำนวยชัย. (2552). *สถานภาพความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนต์รักขุมคำ. (2559). โปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องมนต์รักขุมคำ. *Facebook*. https://www.facebook.com/monlakkumkham/photos/558903500932111

มาร์ติน วีลเลอร์ หนุ่มอังกฤษปริญญาตรีเกียรตินิยมผันตัวเป็นเกษตรกรไทยยึดหลักพอเพียง. (2560). สยามานุสสติ. http://www.siammanussati.com/3082-2/

ยายแดง บุญศรี ไม่ยึดติดชื่อเสียง ใช้ชีวิตง่ายๆ ที่ขอนแก่น วัย 77 ปี. (2565). Amazing News. https://www.amazingnewss.com/view-465.html

ยุกติ มุกดาวิจิตร. (2556). *40 ปี Encoding/Decoding (1973).* คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://socanth.tu.ac.th/blogs/encoding-decoding-at-40/

ยุกติ มุกดาวิจิตร. (2565). ความอยุติธรรมกับอัตลักษณ์อีสาน (แนะนำหนังสือ "อีสานนิยม: ท้องถิ่นนิยมในอีสานประเทศไทย" โดย ชาร์ลส์ เอฟ คายส์). *Facebook.* https://www.facebook.com/photo/?fbid=337533488372785&set=a.269054705220664

ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. (2545). ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย ในรอบ 105 ปี. *วารสารส่งเสริมการลงทุน,* 13(11), 23-36.

ระดม อร่ามวิทย์ และมนฤดี ธาดาอำนวยชัย. (2560). ทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย. *นิเทศสยามปริทัศน์,* 15(19), 50-60.

รับชมหนัง. (2564). *หนังใหม่2020 ส่มภัคเสี่ยน หนังตลกไทยเต็มเรื่อง* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=dWmv-2kXchY&t=1473s

ราชกิจจานุเบกษา. (2562). *กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.* http://www.oic.go.th/FILEWEB/ CABINFOCENTER10/ DRAWER017/GENERAL/ DATA0000/00000469.PDF

เรื่องของ ‘ร่างทรง’ , ‘ความเชื่อ’ และ ‘ความสยองขวัญ’. (2564, 29 ตุลาคม). *มติชน.* https://www.matichon.co.th/entertainment/news_3015712

โรงน้ำชา. (2551). สะบายดี หลวงพะบาง. *โรงน้ำชา.* https://rongnamcha.wordpress.com/2008/06/20/สะบายดี-หลวงพะบาง/

โรงภาพยนตร์ชุมแพซีนีเพล็กซ์. (2565). กิจกรรมแจกบัตรชมภาพยนตร์ฟรีจากแฟนคลับศิลปินในโรงภาพยนตร์ท้องถิ่น. *Facebook.* https://fb.watch/cNn4hAKPQQ/

วรรณี สำราญเวทย์ และกำจร หลุยยะพงศ์. (2563). ภาษาภาพยนตร์ ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตภาพยนตร์ขั้นสูง หน่วยที่ 1-7* (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

วรรษชล ศิริจันทนันท์. (2564). สรุปเสวนาคลับเฮาส์ ‘การเมืองในหนังไทย’ : สถานะของภาพยนตร์ในการเมืองร่วมสมัย. *Film Club Thailand.* https://filmclubthailand.com/articles/special-article/club-house-summarize-political-in-thai-film/

วรุณรัตน์ คัทมาตย์. (2556, 4 กรกฎาคม). เด้อค่ะเด้อ โกอินเตอร์. *กรุงเทพธุรกิจ*. https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/515270

วัชชิรานนท์ ทองเทพ. (2564, 8 พฤศจิกายน). ดราม่าคนอีสาน: นักประวัติศาสตร์ชี้พฤติกรรม "เหยียดคนอีสาน" สะท้อนปัญหาหลายมิติในสังคมไทย. *บีบีซีไทย*. https://www.bbc.com/thai/thailand-59198471

วันทนา ตันติดำรง, กรองกาญจน์ ขจรบุญนาค, วาสนา คงประเสริฐ, วลัยลักษณ์ เมืองวงษ์, และ อัมพันธ์ สังฆวรรณา. (2546). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตจตุจักร* (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

ศิลปวัฒนธรรม. (2562, 13 กันยายน). “มาตรการส่งเสริมหนังไทยยังไงดี?” คนในวงการหนังสะท้อนปัญหารัฐหนุนไม่เพียงพอ?. *ศิลปวัฒนธรรม*. https://www.silpa-mag.com/news/article_38760

ศุภกิจ บุญเอนกพัฒน์. (2557). *สถานภาพงานวิจัยผู้บริโภคในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2565). ศิลปินมรดกอีสานปี 2555 สาขาศิลปะการแสดง 2555 สมบัติ เมทะนี (แสดงภาพยนตร์). *ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น*. https://cac.kku.ac.th/cac2021/สมบัติ-เมทะนี-แสดงภาพยน/

สมบัติ เตชะรัตนประเสริฐ. (2550). *การบริหารงานองค์กรภาพยนตร์ของกลุ่มบริษัทสหมงคลฟิล์มอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์] มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ. (2565). ใน วิกิพีเดีย. https://th.wikipedia.org/wiki/สมศักดิ์_เตชะรัตนประเสริฐ

สมสุข หินวิมาน. (2558). แนวคิดและแนวทางการวิเคราะห์ธุรกิจสื่อสารมวลชน. ใน *ธุรกิจสื่อสารมวลชน* (น. 33-76). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย. (2564). มาตรการกองถ่ายโทรทัศน์ /ภาพยนตร์ /โฆษณา /คลิปวีดีโอ แบบ New normal. *กระทรวงวัฒนธรรม*. https://www.m-culture.go.th/mculture_th60/download/article/article_20200526161513.pdf

สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งขาติ. (2561). สถิติและมูลค่าอุตสาหกรรมคอนเทนต์บันเทิง ประจำปี พ.ศ. 2560. *MakeWebEasy.* https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/MjVNwUwLX/ Document/สถิติและมูลค่าอุตสาหกรรมคอนเทนต์บันเทิง_ประจำปี_พ_ศ_2560.pdf

2020 ENTERTAINMENT. (2564). *กว่าจะมาเป็น "หม่ำ จ๊กมก I บุคคลในตำนาน EP16.* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=g4s_7ZOXH5k&t=496s

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน). (2564). อีสานฟีเวอร์ จากวิถีม่วนซื่นสู่อุตสาหกรรมระดับชาติ. *สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน).* https://www.cea.or.th/ en/single-statistic/ISAN-FEVER

สิรารมย์ เตชะศรีอมรรัตน์. (2563). *'ดาบพิฆาตอสูร' สู่ 'อีเรียมซิ่ง' : ปรากฏการณ์หนังท้องถิ่นดึงคนคืนโรง รุกชิงส่วนแบ่งตลาดหนังฮอลลีวู้ด.* WorkpointTODAY. https://workpointtoday.com/thai-hollywood-movie/

สิริชญา คอนกรีต. (2556). *เพลงลูกทุ่งอีสาน : อัตลักษณ์และการเมืองเชิงวัฒนธรรมของคนอีสานพลัดถิ่น* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร

สุดสัปดาห์. (2560). รวมพระเอกหนุ่มอีสานสุดแซบ. *สุดสัปดาห์.* https://sudsapda.com/men/60758.html

สุรินทร์ ภาคศิริ. (2562, 15 มีนาคม). เพลงอีสานลำเพลิน (ไม่ธรรมดา) (๔๑). *ทางอีศาน.* https://e-shann.com/๔๑-เพลงอีสานลำเพลิน-ไม่/

สุรินทร์ ภาคศิริ. (2562, 21 สิงหาคม). อมตะอีสาน ไม่รู้จบ. *ทางอีศาน.* https://e-shann.com/ทางอีศาน-78-อมตะอีสาน-ไม่ร/

สุรีพันธุ์ เสนานุช. (2557, 20 มิถุนายน). Productivity Food for Thought : บริบทนั้นสำคัญไฉน. *สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.* https://www.ftpi.or.th/2015/4991

สุวิทย์ ธีรศาศวัต. (2558). เศรษฐกิจชุมชนอีสานเหนือ: พัฒนาการจากสมัยเก่าถึงสมัยปัจจุบัน. ใน *วัฒนธรรมและเศรษฐกิจชุมชนอีสานเหนือ* (น.175-227). สร้างสรรค์.

หอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน). (2562). ครูบ้านนนอก. *หอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน).* https://www.fapot.or.th/main/heritage/view/49

หอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน). (2563). *ทองปาน (2520) Tongpan (1977)* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=5JuCbWWTne8

หอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน). (2564). *พัฒนากร*. [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=-wV9PEtxe4s&t=17s

อนงค์นาฏ รัศมีเวียงชัย. (2558). ธุรกิจภาพยนตร์. ใน ***ธุรกิจสื่อสารมวลชน*** (น. 273-311). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภินันท์ บุญเรืองพะเนา. (2558, 12 สิงหาคม). 10 ปี “เสือร้องไห้” ในห้วงคำนึงคิดถึงแม่. *ผู้จัดการออนไลน์.* https://mgronline.com/entertainment/detail/9580000091140

อ้อมกอดเขมราฐ. (2559). โปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องอ้อมกอดเขมราฐ. *Facebook.* https://www.facebook.com/Embracing.Khemarat/photos/1510043485971334

อัญชลี ชัยวรพร. (2541). ‘ปฏิบัติการหนังนอกระบบ’. *วารสารหนังไทย,* 1(2), (กรกฎาคม-กันยายน).

อัญชลี ชัยวรพร. (2560). ภาพยนตร์ทางเลือกและทฤษฎีแนวคิดใหม่. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและการวิจารณ์ภาพยนตร์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 6). มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมธิราช.

อัษฎาวุธ ไสยรส. (2558). *มโนอุปลักษณ์ความเป็นอีสานในบทเพลงลูกทุ่งอีสานร่วมสมัย* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อิทธิฤทธิ์ อึ้งสกุล. (2556). *กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของภาพยนตร์โรแมนติกคอมเมดีของจีทีเอช* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุกฤษฎ์ เฉลิมแสน. (2561). การต่อรองความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล : การเมืองเชิงอัตลักษณ์ของเน็ตไอดอลอีสาน. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม,* 37(1), 117-138.

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2561). 120 ปีธุรกิจภาพยนตร์ไทย ในมิติประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมไทย. ใน *โครงการวิจัย ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของไทยในปริทรรศน์ประวัติศาสตร์ ในความสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)*. ศักดิ์โสภาการพิมพ์.

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2563). *โรงหนัง สายหนัง ความ(ไร้)อำนาจของคนดูและศิลปิน*. ชนนิยม.

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล และ โชคชัย ชยวัฑโฒ. (2563). สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในยุคดิจิทัล. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตภาพยนตร์ขั้นสูง หน่วยที่ 1-7* (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

อุเทน ศรีริวิ. (2557). ภาพบรรยากาศการรอชม ผู้บ่าวไทบ้านฯ หน้าโรงเอ็มวีพี มหาสารคาม 5 มิถุนายน 2557. *Facebook.* https://www.facebook.com/photo.php?fbid=456403677828229&set=t.1460445359&type=3

อุเทน ศรีริวิ. (2559). ปกงานวิจัยขณะศึกษาระดับปริญญาตรี. *Facebook.* https://www.facebook.com/photo/?fbid=10205664013027193&set=a.2725250938050

อุษา ไวยเจริญ. (2550). *การควบรวมกิจการในธุรกิจโรงภาพยนตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฮักนะ'สารคาม (Hug Na Sarakham). (2554). สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล. http://sahamongkolfilm.com/saha-movie/hug-na-sarakham-movie-2554/

eukeik .ee. (2564). ส้มตำตามห้างเชนไหนรายได้แซ่บที่สุด. *Marketeer.* https://marketeeronline.co/archives/243869

Filmsick. (2563). รักหนูมั้ย : #ให้มันไม่จบที่รุ่นเรา. *Film Club Thailand.* https://filmclubthailand.com/film-review/rak-noo-mai/

GDH. (2564, 21 มิถุนายน). 'ร่างทรง' THE MEDIUM (RANG ZONG) | 2nd Korean Trailer. [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=JySzXSlwNNs

Go After GTH. (2565). *What is GTH ?.* Go After GTH. https://gthgroupwork.weebly.com/about-gth.html

Lebowski, Dude. (2564). 10 อันดับ ศิลปินที่ได้ยอดวิวรวมสูงสุดใน YouTube ประเทศไทย ประจำปี 2020. *DroidSans.* https://droidsans.com/10-top-chart-youtube-artists-2020/

M pictures. (2565). *ประวัติบริษัท.* M pictures. https://investor-th.mpictures.co.th/company_background.html

Major Group. (2557). ภาพการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เรื่องผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ ของเครือเมเจอร์. *Facebook.* https://www.facebook.com/MajorGroup/photos/a.204417531093/10152212424521094

mdb2u. (2555). *ตัวอย่างภาพยนตร์ ปัญญาเรณู.* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=ejP_b9_BDKk

MGR Online. (2560, 22 สิงหาคม). "คุกจียอง แมงกุ๊ดจี่เกา((E))หลีเด้อ" หนังไทยโอทอปทำมือเรื่องแรก เตรียมฉายแล้ว 24 สิงหาคมทุกโรงภาพยนตร์. *ผู้จัดการออนไลน์.* https://mgronline.com/entertainment/detail/9600000085788

Nuttyctophilia. (2563). "ธุรกิจภาพยนตร์นั้นเกี่ยวข้องกับทุก ๆ คน" | คริสโตเฟอร์ โนแลน กับมุมมองต่อ COVID-19. *Uknow*. https://uknow.in.th/christopher-nolan-essay-about-movie-industry-crysis-with-covid-19-effect/

pruek Jo. (2564). *หนังเก่า นักเลงหมอลำ 2533.* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=pBqe_6altPw&t=439s

Thai Movie Poster. (2559, 15 มิถุนายน). แมวไทย (2511). ข้อความบนใบปิดนันทนาครภาพยนตร์. *Facebook.* https://www.facebook.com/ThaiMoviePosters/photos/a.358728067625543/612688598896154/

Thai Movie Posters. (2559, 22 พฤษภาคม). ขบวนการคนใช้ (2529) ข้อความบนใบปิดไฟว์สตาร์โปรดักชั่น. *Facebook.* https://www.facebook.com/ThaiMoviePosters/photos/a.362802070551476/ 602222643276083/

Thai PBS. (2559). *ศิลป์สโมสร: อ้อมกอดเขมราฐ จากท้องถิ่นสู่แผ่นฟิล์ม (10 พ.ค. 59).* [วีดิทัศน์]. ยูทูบ. https://www.youtube.com/watch?v=q_41iXS4CY8&t=171s

THAILAND BOXOFFICE TEAM. (2561). อันดับหนังทำเงินสูงสุดในไทย รายได้ประจำสัปดาห์ 19 พฤศจิกายน 61. *Thailand BoxOffice.* https://www.thailandboxoffice.com/2018/11/19/thailand-boxoffice-2/

The Isaander. (2562). อีสานเฮ็ดหยัง-อีสานเฮ็ดหนัง. *The Isaander.* https://www.theisaander.com/post/190606isaanheadyoung

The Isaander. (2563). ชุมแพ ซินีเพล็กซ์: โรงหนังเล็กๆแห่งเมืองที่ไม่หลับใหล. *Facebook.* https://www.facebook.com/theisaander/posts/2602335160095843/

tor. (2565). ทำความรู้จัก "มาย ภาคภูมิ" พระเอกซีรีส์วายมาเฟียเรื่องแรกของไทย. *thupkhaotok.* https://www.thupkhaotok.com/ sp-คินพอร์ชเดอะซีรีส์/ entertainment/

Viu Thailand. (2563). #ซีรีส์พากย์อีสาน - ดูได้แล้วที่ Viu!. *Facebook.* https://www.facebook.com/907513816047905/posts/2116839398448668/?d=n

ภาษาต่างประเทศ

Berlo, David. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice.* Holt, Rinehart and Winston.

Croteau, David and Hoynes, William. (2019). *Media/Society Teachnology, Industries, Content, and User.* SAGE.

DeGuzman, Kyle. (2020). What is Key Light? Definition and Examples in Photography and Film. *StudioBinder.* https://www.studiobinder.com/blog/what-is-key-light-definition/

Ebelebe, Ugo. (2017). The Impact of Digital Technology on Emerging Film Industries (Lessons from Nigeria). *Griffith Research Online*, https://research-repository.griffith.edu.au/handle/10072/370402

Film grammar. (2564). In Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Film_grammar

Graneheim, B. L. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24**, (**105–112**).**

Hall, Stuart. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse.* University of Birmingham. https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/history/cccs/stencilled-occasional-papers/1to8and11to24and38to48/SOP07.pdf

Hall, Stuart. (1997). *Representation & the Media.* Media Education Foundation. https://www.mediaed.org/transcripts/ Stuart-Hall-Representation-and-the-Media-Transcript.pdf

Kerrigan, F. (2010). *Film marketing*. Elsevier.

Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., and Zacharia, Z. G. (2001). 'Defining supply chain management'. In Journal of Business logistics, 22(2), (1-25).

Rodgers & Hammerstein. (2014, May 14). *The King and I - The March of the Siamese Children.* [VDO]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Z9L_lilJKQQ

Ryan, M. D. and Hearn, Greg. (2010). Next-Generation 'Filmmaking': New Markets, New Methods and New Business Models. *Media International Australia.* 136(1), 133-145. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1329878X1013600115

Sc Lannom. (2020). Guide to Camera Shots: Every Shot Size Explained. *StudioBinder.* https://www.studiobinder.com/blog/types-of-camera-shots-sizes-in-film/

Schacht, Kira. (2019). What Hollywood movies do to perpetuate racial stereotypes. *DW.* https://www.dw.com/en/hollywood-movies-stereotypes-prejudice-data-analysis/a-47561660

Storia del Cinema. (2017, December 23). *Alan Crosland: The Jazz Singer (1127) (extract)* [VDO]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=vmng2tf16kI

Wolf, Jessica. (2021). *UCLA's Hollywood Diversity Report 2021*. UCLA college social sciences.

ภาคผนวก

คำถามสัมภาษณ์ผู้กำกับ

ข้อมูลพื้นฐาน

- โตมากับยุคสมัยของหนังและวิธีการดูหนังแบบไหน
- อะไรที่หล่อหลอมให้เราเป็นคนอยากทำหนัง
- มาทำหนังได้อย่างไร (ความสัมพันธ์ คอนเนคชัน สังคม โอกาส ทุน ..
- มีปัจจัยอะไรไหมที่ ถ้าไม่มีเรื่องนี้ ทุกวันนี้คงไม่ได้มาเป็นคนทำหนัง
- มาทำหนังเรื่องแรกได้อย่างไร ได้ทุนมาอย่างไร

หนังอีสานและการต่อรอง

- ทำไมเลือกทำหนังอีสาน ต้องการสื่อสารอะไร
- อะไรคือความเป็นอีสานในความเข้าใจเรา
- คิดว่าอะไรทำให้หนังอีสานช่วงหลังๆมา แมสขึ้น
- คิดว่าปัญหาของความเป็นอีสานในสื่อปัจจุบันคืออะไร
- ภาพลักษณ์อีสานที่ควรเป็น เป็นแบบไหน
- ในหนังของเรา มีการต่อรองเรื่องภาพลักษณ์ของคนอีสานไว้อย่างไรบ้าง
- กับผู้สร้าง ผู้อำนวยการสร้าง ผู้จัดจำหน่าย คนดู ได้เข้ามามีอิทธิพลกับงานเราหรือไม่
- ถ้ามองปัจจัยในอุตสาหกรรม 4 ส่วน คือ ผู้สร้าง คนฉาย คนขาย คนดู อันไหนมีปัญหาอย่างไรบ้าง
- ต่อสู้กับความคาดหวังและทัศนคติของคนดูอย่างไร
- เพศยังมีผลต่อการทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยไหม
- คิดว่าโควิดส่งผลต่อวงการหนังไทยโดยเฉพาะหนังอีสานยังไงบ้าง

อนาคต

- มองอนาคตวงการหนังอีสานไว้ยังไงบ้าง จะไปในทิศทางไหน
- คิดว่าอุตสาหกรรมหนังอีสานวันนึงจะตันรึเปล่า
- คิดว่าปัญหาที่ทำให้หนังอีสานวันนึงมันจะถึงทางตันคืออะไร
- คิดว่าหนังอีสานสามารถโกอินเตอร์ได้ไหม ติดอะไรอยู่
- คิดว่าอะไรจะเป็นปัจจัยช่วยให้อุตสาหกรรมหนังอีสานไปไกลกว่านี้
- วางอนาคตของเราในฐานะผู้กำกับต่อจากนี้ ไว้ยังไง

คำถามสัมภาษณ์สายหนังและผู้เผยแพร่

รากฐาน (โตมากับยุคสมัยของหนังแบบไหน)

- ตั้งแต่เด็กๆดูหนังผ่านช่องทางไหนบ้าง
- ธุรกิจหนังยุคก่อนเป็นอย่างไรบ้าง
- โตมากับหนังแบบไหน

หนังอีสานและการต่อรอง

- โมเดลการทำธุรกิจหนังในปัจจุบัน ต่างจากในอดีตอย่างไรบ้าง
- คิดว่าอะไรทำให้หนังอีสานช่วงหลังๆกลายมาเป็นกระแสที่คนพูดถึงมากขึ้น
- อะไรคือความเป็นอีสานในความเข้าใจของเรา
- คิดว่าอีสานในหนังกับอีสานในความเป็นจริง เหมือนหรือต่างกันอย่างไรบ้าง
- คิดว่าหนังอีสานยุคใหม่ มีการจัดการกับการกดทับความเป็นอีสานที่มีมาอย่างยาวนานอย่างไร
- ถ้าให้มองปัจจัยในอุตสาหกรรม 4 ส่วน คือ ผู้สร้าง คนฉาย คนขาย คนดู(และนักวิจารณ์) อันไหนมีปัญหายังไงบ้าง
- คิดว่าโควิดส่งผลต่อวงการหนังไทยโดยเฉพาะหนังอีสานยังไงบ้าง
- คิดว่านอกจากโควิด มีปัจจัยไหนในโลกมากระทบอุตสาหกรรมหนังอีสานอีกบ้าง เช่น สตรีมมิ่ง

มุมมองอนาคต

- มองอนาคตวงการหนังอีสานไว้ยังไงบ้าง จะไปในทิศทางไหน
- คิดว่าหนังอีสานสามารถโกอินเตอร์ได้ไหม ติดอะไรอยู่
- คิดว่าอะไรจะเป็นปัจจัยช่วยให้อุตสาหกรรมหนังอีสานไปไกลกว่านี้
- คิดว่าอุตสาหกรรมหนังอีสานวันนึงจะตันรึเปล่า ถ้าวันนึงมันจะจบลง เป็นเพราะอะไร
- วางอนาคตของธุรกิจสายหนังและธุรกิจโรงฉายต่อจากนี้ ไว้ยังไง

คำถามสัมภาษณ์นักวิชาการ

รากฐาน (โตมากับยุคสมัยของหนังแบบไหน)

- ตั้งแต่เด็กๆดูหนังผ่านช่องทางไหนบ้าง
- ธุรกิจหนังยุคก่อนเป็นอย่างไรบ้าง
- โตมากับหนังแบบไหน

หนังอีสานและการต่อรอง

- คิดว่าโมเดลการทำธุรกิจหนังในปัจจุบัน ต่างจากในอดีตอย่างไรบ้าง (ข้ามได้)
- คิดว่าอะไรทำให้หนังอีสานช่วงหลังๆกลายมาเป็นกระแสที่คนพูดถึงมากขึ้น
- อะไรคือความเป็นอีสานในความเข้าใจของเรา
- คิดว่าอีสานในหนังกับอีสานในความเป็นจริง เหมือนหรือต่างกันอย่างไรบ้าง
- คิดว่าหนังอีสานยุคใหม่ มีการจัดการกับการกดทับความเป็นอีสานที่มีมาอย่างยาวนานอย่างไร
- ถ้าให้มองปัจจัยในอุตสาหกรรม 4 ส่วน คือ ผู้สร้าง คนฉาย คนขาย คนดู(และนักวิจารณ์) อันไหนมีปัญหายังไงบ้าง
- คิดว่าโควิดส่งผลต่อวงการหนังไทยโดยเฉพาะหนังอีสานยังไงบ้าง
- คิดว่านอกจากโควิด มีปัจจัยไหนในโลกมากระทบอุตสาหกรรมหนังอีสานอีกบ้าง เช่น สตรีมมิ่ง

มุมมองอนาคต

- มองอนาคตวงการหนังอีสานไว้ยังไงบ้าง จะไปในทิศทางไหน
- คิดว่าหนังอีสานสามารถโกอินเตอร์ได้ไหม ติดอะไรอยู่
- คิดว่าอะไรจะเป็นปัจจัยช่วยให้อุตสาหกรรมหนังอีสานไปไกลกว่านี้
- คิดว่าอุตสาหกรรมหนังอีสานวันนึงจะตันรึเปล่า ถ้าวันนึงมันจะจบลง เป็นเพราะอะไร

รายชื่อโรงภาพยนตร์ในภาคอีสาน ปี พ.ศ. 2515

ที่มา: กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐการ, 2515

จังหวัด	โรงภาพยนตร์	จำนวนที่นั่ง	จำนวนรอบที่ฉายต่อสัปดาห์
นครราชสีมา (5 โรง)	เฉลิมไทย	1,050	23
	เฉลิมวัฒนา	916	23
	โคราชภาพยนตร์	900	22
	เฉลิม ป.	800	15
	ราชสีมา	-	-
ขอนแก่น (5 โรง)	รามา	1,200	23
	ขอนแก่นภาพยนต์	900	23
	บันเทิงจิตร	816	23
	บ้านไผ่	650	14
	แสงศิลป	650	8
สุรินทร์ (5 โรง)	ศรีสุรินทร์	950	22
	นิวเฉลิมเกียรติ	900	22
	เมืองสุรินทร์	700	22
	กรุงชัยรามา	-	-
	เพชรเกษม	-	-
อุบลราชธานี (4 โรง)	ศิริสิน	1,650	22
	เฉลิมสิน	1,000	22
	เฉลิมวัฒนา	800	22
	อุบลภาพยนต์	-	-
นครพนม (4 โรง)	เฉลิมมิตร	800	15
	เทพนคร	700	16
	แกรนด์	700	14
	เฉลิมศิลป์	-	-

จังหวัด	โรงภาพยนตร์	จำนวนที่นั่ง	จำนวนรอบที่ฉายต่อสัปดาห์
หนองคาย (3 โรง)	เพชรสยาม	1,200	23
	ศรีวัฒนา	1,078	22
	เทพบันเทิง	700	22
ร้อยเอ็ด (3 โรง)	ร้อยเอ็ดภาพยนตร์	900	22
	ศิริพร	900	22
	เฉลิมเอก	800	22
มหาสารคาม (3 โรง)	นครสวรรค์	800	15
	เวียงสันต์	800	15
	มหาชัยรามา	-	-
บุรีรัมย์ (3 โรง)	บุรีรัมย์ภาพยนต์	850	15
	เฉลิมมิตร	778	15
	แกรนด์รามา	-	-
ศรีษะเกษ (2 โรง)	ชุมพลภาพยนตร์	900	15
	เฉลิมเกษ	894	15
สกลนคร (2 โรง)	เสียงทิพย์	472	14
	ประสานราษฎร์	-	-
อุดรธานี (2 โรง)	เฉลิมรัตน์	1,100	32
	เฉลิมวัฒนา	1,000	22
ชัยภูมิ (1 โรง)	ศิริชัย	800	15
เลย (1 โรง)	ศรีเมืองเลย	700	16
กาฬสินธุ์ (1 โรง)	กรุงทอง	-	-

รวมทั้งสิ้น จำนวน 15 จังหวัด โรงภาพยนตร์ 44 โรง ประมาณ 30,754 ที่นั่ง

รายชื่อโรงภาพยนตร์ท้องถิ่นในภาคอีสาน ปี 2565 (สำรวจเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2565)

กลุ่มโรงภาพยนตร์ในเครือของสายหนัง

เครือ	จังหวัด	โรงภาพยนตร์สาขา	จำนวนโรง	ช่องทางติดต่อ			ราคา (บาท)
				โทรฯ	เฟสฯ	อื่นๆ	
เอ็มวีพี (MVP)	บุรีรัมย์	ทวีกิจ ซุปเปอร์เซ็นเตอร์	5	/	/	ไลน์	80-350
	กาฬสินธุ์	บิ๊กซี กาฬสินธุ์	3	/	/	ไลน์	80-350
	เลย	บิ๊กซี เลย	3	/	/	ไลน์	80-400
	ศรีษะเกษ	บิ๊กซี ศรีสะเกษ	4	/	/	ไลน์	80-400
ไฟว์สตาร์ มัลติเพล็กซ์	นครราชสีมา	ไฟว์สตาร์ มาร์โค มูฟวี่ ซิตี้ ห้าแยกประตูชัยณรงค์	4	/	/	เมลล์	70-120
	หนองคาย	อัศวรรณ 1 หนองคาย	1	/	/	เมลล์	70-90
เนวาด้า	อุบลราชธานี	เนวาด้า อุบลราชธานี	7	/	/	-	80-300

กลุ่มโรงภาพยนตร์ท้องถิ่น ที่ไม่ได้เป็นสายหนัง

จังหวัด	โรงภาพยนตร์	จำนวนโรง	ช่องทางติดต่อ			ราคา (บาท)
			โทรฯ	เฟสฯ	อื่นๆ	
ขอนแก่น	แฟรี่ ซีนีเพล็กซ์ แฟรี่พลาซ่า	4	/	/	ไลน์	80-100
	แฟรี่ ซีนีเพล็กซ์ ตึกคอม โฆษะ	2	/	/	ไลน์	80-100
มหาสารคาม	ปริ๊นซ์ ซีนีเพล็กซ์ เสริมไทย พลาซ่า	3	/	/	-	60-80
สกลนคร	Srisakol Cineplex	3	/	/	เมลล์	70
บุรีรัมย์	เจ.พลาซ่า ลำปลายมาศ	2	/	/	-	70
ศรีษะเกษ	ซุ่นเฮง มัลติเพล็กซ์ ห้างสรรพสินค้าซุ่นเฮงพลาซ่า	2	/	/	-	70
ขอนแก่น	ชุมแพ ซีนีเพล็กซ์	1	/	/	-	60
ชัยภูมิ	เบลล์ ซีนีม่า ซิตี้	1	/	/	-	90-120

รายชื่อโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ในภาคอีสาน ปี 2565

จังหวัด	สาขา	จำนวนโรง	จำนวนที่นั่ง
นครราชสีมา	โคราช ซีนีเพล็กซ์	10	2,549
	บิ๊กซี โคราช 2	4	980
	บิ๊กซี ปากช่อง	3	781
	โลตัส พิมาย	2	377
	บิ๊กซี ด่านขุนทด	1	204
อุดรธานี	เซ็นทรัล อุดรธานี	8	2,119
	บิ๊กซี อุดรธานี	4	844
	โลตัส นาดี	3	669
	บิ๊กซี บ้านดุง อุดรธานี	1	204
อุบลราชธานี	เซ็นทรัล อุบลราชธานี	7	1,564
	โลตัส เดชอุดม	2	331
	โลตัส พิบูลมังสาหาร	2	276
	บิ๊กซี น้ำยืน อุบลราชธานี	1	194
ขอนแก่น	โลตัส ขอนแก่น โนนม่วง	5	1,205
	โลตัส ขอนแก่น ประตูน้ำ	5	1,041
	บิ๊กซี บ้านไผ่	2	546
	โลตัส พล ขอนแก่น	2	316
สกลนคร	โรบินสัน สกลนคร	4	856
	บิ๊กซี พังโคน สกลนคร	1	205
	บิ๊กซี คำตากล้า สกลนคร	1	205
ร้อยเอ็ด	บิ๊กซี ร้อยเอ็ด	5	1,234
	โรบินสัน ร้อยเอ็ด	4	916
	บิ๊กซี สุวรรณภูมิ ร้อยเอ็ด	1	204
บุรีรัมย์	บิ๊กซี บุรีรัมย์	5	1,329
	บิ๊กซี หนองกี่	1	205

จังหวัด	สาขา	จำนวนโรง	จำนวนที่นั่ง
ชัยภูมิ	โรบินสัน ชัยภูมิ	3	707
	บิ๊กซี ชัยภูมิ	2	277
มุกดาหาร	โรบินสัน มุกดาหาร	4	1,015
หนองบัวลำภู	โลตัส หนองบัวลำภู	4	994
นครพนม	บิ๊กซี นครพนม	2	615
หนองคาย	อัศวรรณ 2 หนองคาย	2	580
มหาสารคาม	โลตัส พยัคภูมิพิสัย	2	398
ยโสธร	โลตัส ยโสธร	2	346
ศรีษะเกษ	โลตัส ศรีษะเกษ	2	309
สุรินทร์	สุรินทร์ พลาซ่า	-	-
รวมทั้งสิ้น 16 จังหวัด		107	24,595

รายชื่อโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ในต่างประเทศ ปี 2565

ประเทศ	สาขา	จำนวนโรง	จำนวนที่นั่ง
กัมพูชา	อิออน มอลล์	7	1,578
	พนมเปญ	6	807
	แพลตตินั่ม เสียมเรียบ	3	457
	อิออน มอลล์ 2	8	2,085
	บิ๊กซี ปอยเปต	2	419
ลาว	เวียนเทียนเซ็นตอร์	5	1,150
	ปากเซ	4	1,087
	ไอทีอีซีซี เวียนเตียน	4	843
รวมทั้งสิ้น 8 สาขา		39	8,426

รายชื่อโรงภาพยนตร์เครือเอสเอฟในภาคอีสาน ปี 2565

จังหวัด	สาขา	จำนวนโรง	จำนวนที่นั่ง
นครราชสีมา	เซ็นทรัลพลาซ่า นครราชสีมา	9	1,620
	เทอร์มินอล 21 โคราช	8	2,096
ขอนแก่น	เซ็นทรัล ขอนแก่น	8	1,761
อุบลราชธานี	สุนีย์ทาวเวอร์ อุบลราชธานี	7	1,607
อุดรธานี	แลนด์มาร์คพลาซ่า อุดรธานี	7	1,380
มหาสารคาม	เสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม	5	1,456
สุรินทร์	โรบินสัน สุรินทร์	5	1,089
บุรีรัมย์	โรบินสัน บุรีรัมย์	5	868
รวมทั้งสิ้น 7 จังหวัด		54	11,877

ข้อสังเกต

- จังหวัดในภาคอีสานที่ไม่มีโรงภาพยนตร์อยู่เลย ได้แก่ บึงกาฬ และอำนาจเจริญ
- จังหวัดที่ไม่มีโรงภาพยนตร์ของ 2 เครือใหญ่ แต่มีโรงฯท้องถิ่น ได้แก่ กาฬสินธุ์ และเลย

รายชื่อภาพยนตร์อีสานในแต่ละทศวรรษ

ทศวรรษที่ 2510 จำนวน **12 เรื่อง** ได้แก่ *ภูพานอย่าร้องไห้ (2510) ลาวแพน (2511) 4 สิงห์อีสาน (2512) เสือภูพาน (2012) ชาติลำชี (2013) สองฝั่งโขง (2515) บัวลำภู (2516) ตะวันรอนที่หนองหาร (2517) ทุ่งใหญ่อินทนนท์ (2517) อีสาน (2517) ทองปาน (2519) ลาวคำหอม (2519)*

ทศวรรษที่ 2520 จำนวน **20 เรื่อง** ได้แก่ *มนต์รักแม่น้ำมูล (2520) นักเลงผลาญชัย (2520) ครูบ้านนอก (2521) หนองหมาว้อ (2521) ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ (2522) ลูกแม่มูล (2523) ทุ่งกุลาร้องไห้ (2524) ครูวิบาก (2524) ประชาชนนอก (2524) ลูกอีสาน (2525) ผู้แทนนอกสภา (2526) นักเลงโตเมืองอีสาน (2525) มนต์รักลำน้ำพอง (2525) พญายมพนมรุ้ง (2526) เสี่ยวอีหลี (2526) สวรรค์บ้านนา (2526) เกิดมาลุย (2529) ภูหินร่องกล้า (2529) ราชินีดอกหญ้า (2529) เสือภูพาน (2529)*

ทศวรรษ 2530 จำนวน **27 เรื่อง** ได้แก่ *ฟ้าสางที่ฝั่งโขง (2532) นักเลงหมอลำ (2533) พี่นักร้องน้องนักเลง (2534) ขุนพลเพลงนักเลงปืน (2534) มนต์รักนักเพลง (2534) มนต์รักลำน้ำชี (2535) สองฝั่งโขง (2535) มนต์เพลงลำน้ำพอง (2536) เลือดอีสาน (2536) ลำเพลิน เพลงรัก (2536) เสียงแคน ดอกคูน (2536) เพลงรักเจ้านักเลง (2536) นักร้องนักเลง 2 (2536) เพลงรักโขง ชี มูล (2537) แว่วเสียงแคน (2537) มนต์เพลงนักเลงบ้านนอก (2537) ลำซิ่งนักเลงปืน (2537) อีสาวโรงงาน (2537) แว่วเสียงแคน (2537) หมอลำพ่อลูกอ่อน (2537) นักสู้เมืองอิสาน (2538) รำปืน ลำเพลิน (2538) อีสานระเบิด (2538) นักสู้เมืองอีสาน (2538) หมอลำปืนโหด (2538) ตนลูกทุ่ง (2539) เพลงรักโขงชีมูล 2 (2539)*

ทศวรรษ 2540 จำนวน **6 เรื่อง** ได้แก่ *15 ค่ำเดือน 11 (2545) องค์บาก (2546) เสือร้องไห้ (2548) แหยม ยโสธร (2548) หนูหิ่น เดอะมูฟวี่ (2549) คนไฟบิน (2549)*

ทศวรรษ 2550 จำนวน **19 เรื่อง** ได้แก่ *แหยม ยโสธร 2 (2552) ครูบ้านนอก บ้านหนองฮีใหญ่ (2553) ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553) ปัญญาเรณู (2554) อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง (2554) ฮักนะ 'สารคาม (2554) ปัญญาเรณู 2 (2555) สถานี 4 ภาค (2555) สิ้นเมษาฝนตกมาปรอยปรอย (2555) ปัญญาเรณู 3 ตอน รูปู รูปี (2556) แหยม ยโสธร 3 (2556) ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้ (2557) เพลงของข้าว (2558) แสงสุดท้ายของอีเหี่ยน (2558) มนต์รักขุมคำ (2559) อ้อมกอดเขมราฐ (2559) ป่า (2559) ผู้บ่าวไทบ้าน 2 แจกข้าวหาแม่ใหญ่แดง (2559) I Love You ผู้บ่าวไทบ้าน (2559)*

ทศวรรษที่ 2560 จำนวน **35 เรื่อง** ได้แก่ *ไทบ้าน เดอะซีรีย์ (2560) ฮักมั่น (2560) อีปีก อัศจรรย์แห่งวันศรัทธา (2560) คุกจียอง แมงกุ๊ดจี่ เกา(E)หลีเด้อ (2560) ส่ม ภัค เสี่ยน (2560) มหาลัยคิดฮอด (2560) ยองบ่าง (2560) กลางแปลง (2561) ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2 Part 1 (2561) ผู้บ่าวไทบ้าน 3 หมาน แอนด์ เดอะ คำผาน (2561) ผู้สาวขาเลาะ เดอะมูฟวี่อินดี้ (2561) ฮักแพง (2561) นาคี 2 (2561) ปาฏิหาริย์ แก้วนาคราช (2561) ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2.2 (2561) หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก (2562) กาลครั้งหนึ่งกับสัญญาหน้าฝน (2562) อินดี้ลูกอีสาน (2562) 00Y สายลับชิ่นเหี่ยน (2562) สิ้น 3 ต่อน (2562) ออนซอนเด (2562) หน่าฮ่าน (2562) ห่อหมกฮวก ไปฝากป๊า (2562) ฮักบี้บ้านบาก (2562) บอดี้การ์ดหน้าหัก THE PROTECTOR (2562) ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้ (2563) ฮักเถิดเทิง (2563) เลิฟยู โคกอีเกิ้ง (2563) หลวงพี่กะอีปอบ (2563) รักหนูมั้ย (2563) อีหล่าเอ๋ย (2563) อ้าย..คนหล่อลวง (2563) ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานจ้วด...(2564) ส้ม ปลา น้อย (2564) ร่างทรง (2564)*

รายละเอียดข้อมูลภาพยนตร์อีสานหลังปี 2550 (พ.ศ. 2550 – 2564)

ปี	ชื่อเรื่อง	ผู้กำกับ	บริษัทผู้สร้าง	อำนวยการสร้าง	บริษัทจัดจำหน่าย
2552	แหยม ยโสธร 2	เพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา	บั้งไฟ ฟิล์ม	สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ	สหมงคลฟิล์ม
2553	ครูบ้านนอก บ้านหนองฮีใหญ่	สุรสีห์ ผาธรรม	ครกไม้ไทยลาว ม่วนซื่นโฮแซว	สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ	สหมงคลฟิล์ม
2553	ลุงบุญมีระลึกชาติ	อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล	คิก เดอะ แมชชีน, อิลลูมิเนชัน ฟิล์ม	ไซมอน ฟิลด์ คีธ กริฟฟิธส์ ชาร์ลส เด ม็อกซ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ฮานส์ ว. เกซเซน เดอร์เฟอร์ ลูอิส มินาร์โร ไมเคิล เวเบอร์	เดอะ แมทช์ แฟคทอรี
2554	ปัญญาเรณู	บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	หัวฟิล์มท้ายฟิล์ม	บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	สหมงคลฟิล์ม
2554	อีนางเอ๊ย เขยฝรั่ง	ชิโนรส คำวันดี (สร้างจากบทภาพยนตร์ชนะเลิศโครงการไทยแลนด์สคริปท์โปรเจค)	สหมงคลฟิล์ม	สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ	สหมงคลฟิล์ม
2554	ฮักนะ 'สารคาม	ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษ	สหมงคลฟิล์ม	FCS Entertainment และ บาแรมยู	สหมงคลฟิล์ม
2555	ปัญญาเรณู 2	บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	หัวฟิล์มท้ายฟิล์ม	สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ	สหมงคลฟิล์ม

ปี	ชื่อเรื่อง	ผู้กำกับ	บริษัทผู้สร้าง	อำนวยการสร้าง	บริษัทจัดจำหน่าย
			บิณฑ์ บูม บิส ซิเนส	ปัญญา นิรันดร์กุล บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	
2555	สถานี 4 ภาค	บุญส่ง นาคภู่	ปลาเป็นว่ายทวนน้ำ	ปิยะฉัตร มาลีถาวรกุล	ไม่มีข้อมูล
2555	สิ้นเมษาฝนตกมาปรอยปรอย	วิชชานนท์ สมอุ่มจารย์	อิเล็คทริคอีลฟิล์ม	อิเล็คทริคอีลฟิล์ม ทุนสนับสนุน Hubert Bals Fund (Postproduction), International Film Festival Rotterdam 2011, องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น เทศบาลนครขอนแก่น, บริษัทมั่นคงเคหะการ จำกัด (มหาชน)	ไม่มีข้อมูล
2556	ปัญญาเรณู 3 ตอน รูปู รูปี	บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	หัวฟิล์มท้ายฟิล์ม, บิณฑ์ บูม บิส ซิเนส	สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ , บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	สหมงคลฟิล์ม
2556	แหยม ยโสธร 3	เพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา	บั้งไฟ ฟิล์ม	สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ	สหมงคลฟิล์ม
2557	ผู้บ่าวไทบ้านอีสานอินดี้	อุเทน ศรีริวิ, จิณณพัต ลดารัตน์	อีสาน อินดี้ ฟิล์ม สตูดิโอ สหภาพ เอ็นเตอร์เทนเมนต์	อิสรภาพ มั่นคง , มณฑลสกฤษณ์ ภูศรีดาว	อีสาน อินดี้ ฟิล์ม สตูดิโอ

ปี	ชื่อเรื่อง	ผู้กำกับ	บริษัทผู้สร้าง	อำนวยการสร้าง	บริษัทจัดจำหน่าย
2558	เพลงของข้าว	อุรุพงศ์ รักษาสัตย์	เอ็กซ์ตร้า เวอร์จิ้น	พิมพกา โตวิระ (producer)	Mosquito Films Distributio
2558	แสงสุดท้ายของอีเหี่ยน	นรินธ์ วังวรรธนะ	มาดามโปรดักชั่น	มาดามไรซ์ โรงสีมหาศักย์ศิริเฟรชชี่ไลฟ์	มาดามโปรดักชั่น
2559	มนต์รักขุมคำ	สุรสีห์ ผาธรรม	โรงเรียนขุมคำวิทยาคาร	สุรสีห์ ผาธรรม	ลงขันไม่จำกัด
2559	อ้อมกอดเขมราฐ	ฤทธ ปกกฤตยหริบุญ	เดอะ พาลาซโซ่ เขมราฐ	ฤทธ ปกกฤตยหริบุญ	เดอะ พาลาซโซ่ เขมราฐ
2559	ป่า	Paul Spurrier (พอล สปาเรีย)	Commercial Films Siam Co., Ltd.	David Cluck , Peter Green , นิรัตติศัย กัลย์จาฤก , Rob Neft , พอล สปาเรีย , John Williamson	Commercial Films Siam Co., Ltd.
2559	ผู้บ่าวไทบ้าน 2 ตอน แจกข้าวหาแม่ใหญ่แดง	อุเทน ศรีริวิ	อิสรภาพเอ็นเตอร์เทนเมนท์	นิพรธ์ ทองแท่งไทย ปิยธิดิ ทองแท่งไทย อิสรภาพ มั่นคง	เทพประทานพร โปรดักชั่นเฮาส์
2559	I Love You ผู้ใหญ่บ้าน	ฎีกา ผาธรรม	ครกไม้ไทยลาวฟิล์ม	สุรสีห์ ผาธรรม	ครกไม้ไทยลาวฟิล์ม
2560	ไทบ้าน เดอะซีรีย์	สุรศักดิ์ ป้องศร	เซิ้ง โปรดักชั่น, ไทบ้าน สตูดิโอ	สิริพงศ์ อังคสกุลเกียรติ	เซิ้ง โปรดักชั่น,
2560	ฮักมั่น	วรวุฒิ หลักชัย	เพลย์พอร์ต นัมเบอร์วัน	เพลย์พอร์ต นัมเบอร์วัน	เพลย์พอร์ต นัมเบอร์วัน

ปี	ชื่อเรื่อง	ผู้กำกับ	บริษัทผู้สร้าง	อำนวยการสร้าง	บริษัทจัดจำหน่าย
			ฮักไอเดีย		ฮักไอเดีย
2560	อีปึก อัศจรรย์แห่งวันศรัทธา	กรุง สุขสันต์	อุทุมมา สตูดิโอ	ปิญดา เรืองแจ่ม	อุทุมมา สตูดิโอ
2560	คุกจียอง แมงกุ๊ดจี่เกา(E)หลีเด้อ	สหรัฐ ฉิมพินิจ	แอ็คส์ทเว็นตี้เอ้ท	สหรัฐ ฉิมพินิจ	แอ็คส์ทเว็นตี้เอ้ท
2560	ส่ม ภัค เสี่ยน	บุษราคัม วงษ์คำเหลา	เอ็ม พิคเจอร์ส บั้งไฟ ฟิล์ม	ธนกร ปุลิเวคินทร์ ฐิตาภัสร์ อิสรา พรพัฒน์	เอ็ม พิคเจอร์ส
2560	มหาลัยคิดฮอด	วีระศักดิ์ สุยะลา	โชคละไม พิคเจอร์	ไม่มีข้อมูล	สตูดิโอละไม
2560	ยองบ่าง	พลอย พึ่งพงศ์	ฟิล์ม ชนบท	ฟิล์ม ชนบท วิทยาซาวด์ กลุ่มดิจิตอล 15 กลางแปลงอีสาน	ไม่มีข้อมูล
2561	กลางแปลง	มรกต แก้วธานี	S.J MOVIE	วัฒนศักดิ์ จังจรูญ	ส อ น ภาพยนตร์
2561	ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2 Part 1	สุรศักดิ์ ป้องศร	เซิ้ง โปรดักชั่น, ไทบ้าน สตูดิโอ	สิริพงศ์ อังคสกุล เกียรติ คมกฤษ พิพัฒน์ภานุกุล	เซิ้ง โปรดักชั่น,
2561	ผู้บ่าวไทบ้าน 3 หมาน แอนด์ เดอะ คำผาน	อุเทน ศรีริวิ	เกิดมีเอ็นเตอร์เทนเมนท์ , อีสาน อินดี้ ฟิล์ม สตูดิโอ	พิมพ์นารา ประสงค์ธนาโชติ , ธนวินท์ อ่อนตาม , ณาศิส โคติเวทย์ , อุเทน ศรีริวิ	อีสาน อินดี้ ฟิล์ม สตูดิโอ
2561	ผู้สาวขาเลาะเดอะอินดี้มูฟวี่	สุกิจ นรินทร์	ไหทองคำเรคคอร์ด	ประจักษ์ชัย ไหทองคำ	ไหทองคำเรคคอร์ด

ปี	ชื่อเรื่อง	ผู้กำกับ	บริษัทผู้สร้าง	อำนวยการสร้าง	บริษัทจัดจำหน่าย
2561	ฮักแพง	ธีรเดช สพันอยู่	พระนครฟิลม์ ซำบายดีสตูดิโอ,	ธนพล ธนารุ่งโรจน์	พระนครฟิลม์
2561	นาคี 2	พงษ์พัฒน์ วชิรบรรจง	ดู เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ เซิร์ช เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ บีฮีมอธ แคปิตอล	ประวิทย์ มาลีนนท์ วิบูลย์ ลีรัตนขจร ธัญญา โสภณ	เอ็ม พิคเจอร์ส
2561	ปาฏิหาริย์ แก้วนาคราช	ราชวัตร ฐิติวรดากูล	คีตะนคร เอ็นเตอร์เทนเม้นท์	มานิตย์ สอนแก้ว	คีตะนคร เอ็นเตอร์เทนเม้นท์
2561	ไทบ้านเดอะซีรีย์ 2.2	สุรศักดิ์ ป้องศร	เซิ้ง โปรดักชั่น, ไทบ้าน สตูดิโอ	สิริพงศ์ อังคสกุล เกียรติ	เซิ้ง โปรดักชั่น,
2562	หมอลำมาเนีย เขย่าลูกคอ รอให้เธอมารัก	นันทวุธ ภูผาสุข	สหมงคลฟิล์ม, ฟินวิ่ว สตูดิโอ	สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ	สหมงคลฟิล์ม
2562	กาลครั้งหนึ่งกับสัญญาหน้าฝน	ภาณุพศ พงษ์ประเทศ	พล๊อต ฟิล์ม สตูดิโอ	พล๊อต ฟิล์ม สตูดิโอ	พล๊อต ฟิล์ม สตูดิโอ
2562	อินดี้ลูกอีสาน	แมน พรหมจรรย์ , พงษ์ศักดิ์ โสภักดี	พี.โอ. มิวสิค, โฟกัสบรอดคาสท	โฟกัสบรอดคาสท์ , พี.โอ. มิวสิค	พี.โอ. มิวสิค
2562	00Y สายลับซิ่นเหี่ยน	สันทัด ทะกันจร สังวาล ศาลางาม	แอ๊ดริน สตูดิโอ	ศักดา ทะกันจร , ไพรัช ทะกันจร	แอ๊ดริน สตูดิโอ
2562	สิ้น 3 ต่อน	บั้งไฟทีม (เพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา)	บั้งไฟ ฟิล์ม เอ็ม พิคเจอร์ส	ฐิตาภัสร์ อิสราพรพัฒน์ , พรชัย ว่องศรีอุดมพร , ธนกร ปุลิเวคินทร์	เอ็ม พิคเจอร์ส

ปี	ชื่อเรื่อง	ผู้กำกับ	บริษัทผู้สร้าง	อำนวยการสร้าง	บริษัทจัดจำหน่าย
2562	ออนซอนเด	ธีรเดช สพันอยู่	เอ็ม พิคเจอร์ส, แลนด์ อ๊อฟ สไมล์ ฟิล์ม	อาทิตย์ สมน้อย , พรชัย ว่องศรีอุดมพร	เอ็ม พิคเจอร์ส
2562	หน่าฮ่าน	ฉันทนา ทิพย์ประชาติ	มูฟวี่ พาร์ทเนอร์ , ด็อนท์พานิค บางกอก	คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล	มูฟวี่ พาร์ทเนอร์
2562	ห่อหมกฮวก ไปฝากป้า	กฤษณ์ สมประสงค์	ฮีตฮอย ฟิล์ม	ณฐพบ ชาเนตร์	ฮีตฮอย ฟิล์ม
2562	ฮักบี้ บ้านบาก	บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	ทวิน พิคเจอร์ เอ็ม พิคเจอร์ส	บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	เอ็ม พิคเจอร์ส
2562	บอดี้การ์ดหน้าหัก The Protector	พิพัฒน์ จอมเกาะ	เอสเอสเจ เอนเตอร์เทนเม้นท์, 36 คอร์ปอเรชั่น, บั้ง ไฟ ฟิล์ม	สัณฑ์ชัย เองตระกูล, วันริญา โลหนันทน์	เอ็ม พิคเจอร์ส
2563	ไทบ้าน x BNK48 จากใจผู้สาวคนนี้	สุรศักดิ์ ป้องศรธิติ ศรีนวล	เซิ้ง โปรดักชั่น, อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์, สหมงคลฟิล์ม	สิริพงศ์ อังคสกุล เกียรติ , จิรัฐ บวรวัฒนะ	สหมงคลฟิล์ม
2563	ฮักเถิดเทิง	ธีรเดช สพันอยู่	แลนด์ อ๊อฟ สไมล์ ฟิล์ม, เอ็ม พิคเจอร์ส	ธนกร ปุลิเวคินทร์ , พรชัย ว่องศรีอุดมพร , อาทิตย์ สมน้อย	เอ็ม พิคเจอร์ส
2563	เลิฟยู โคกอีเกิ้ง	ธงชัย ประสงค์สันติ	บัฟฟาโล ฟิล์ม, เอ็ม พิคเจอร์ส	มณีรัตน์ ประสงค์สันติ	เอ็ม พิคเจอร์ส
2563	หลวงพี่กะอีปอบ	เฉลิม วงศ์พิมพ์	พระนครฟิลม์, ซำบายดี สตูดิโอ	ธนพล ธนารุ่งโรจน์	เอ็ม พิคเจอร์ส

ปี	ชื่อเรื่อง	ผู้กำกับ	บริษัทผู้สร้าง	อำนวยการสร้าง	บริษัทจัดจำหน่าย
2563	รักหนูมั้ย	ภูวเนตร สีชมพู	เซิ้ง โปรดักชั่น, มูฟวี่ พาร์ทเนอร์	สิริพงศ์ อังคสกุล เกียรติ , คมกฤช พิพัฒน์ภานุกูล	มูฟวี่ พาร์ทเนอร์
2563	อีหล่าเอ๋ย	เอกชัย ศรีวิชัย, อาทิตย์ ศรีภูมิ	เอ็ม เทอร์ตี้ ไนน์, โป้งชี้กลางนางก้อย	ปัญชลีย์ นิธิจิระโรจน์	เอ็ม พิคเจอร์ส
2563	อ้าย..คนหล่อลวง	เมษ ธราธร	จอกว้าง ฟิล์ม	จิระ มะลิกุล วรรณฤดี พงษ์สิทธิศักดิ์	จีดีเอช ห้าห้าเก้า
2564	ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานจ้วด...	อุเทน ศรีริวิ	เวิร์คพ้อยท์ พิคเจอร์ส, สหมงคลฟิล์ม, อีสานอินดี้	พาณิชย์ สดสี	สหมงคลฟิล์ม
2564	ส้ม ปลา น้อย	เพ็ชรทาย วงษ์คำเหลา, บดีกร โลหะชาละ	เอ็ม พิคเจอร์ส, บั้งไฟ ฟิล์ม	ปัญชลีย์ นิธิจิระโรจน์	เอ็ม พิคเจอร์ส
2564	ร่างทรง	บรรจง ปิสัญธนะกูล	จีดีเอช ห้าห้าเก้า จอกว้าง ฟิล์ม, Northern Cross (South Korea) , Showbox Entertainment (South Korea)	จินา โอสถศิลป์ , Kim Do-soo	Finecut (South Korea)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	ไซนิล สมบูรณ์
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)
	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
	ศิลปศาสตรบัณฑิต (สารสนเทศศาสตร์)
	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำสาขาภาพยนตร์ คณะวิทยาการจัดการ
	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประสบการณ์ ผลงานทางวิชาการ รางวัล หรือทุนการศึกษาเฉพาะที่สำคัญ

- บทความวิจัยเรื่อง “การบริหารงานสำนักข่าวออนไลน์เดอะแมทเทอร์ (The Matter) ที่มีผลต่อบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน”
- บทความวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อความหมายด้านแก่นความคิดทางพระพุทธศาสนา ในภาพยนตร์เรื่องธุดงควัตร”