



กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์:

กรณีศึกษาเฟซบุ๊กเพจ

โดย

นางสาวกิงกาญจน์ เกิดแก้ว

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

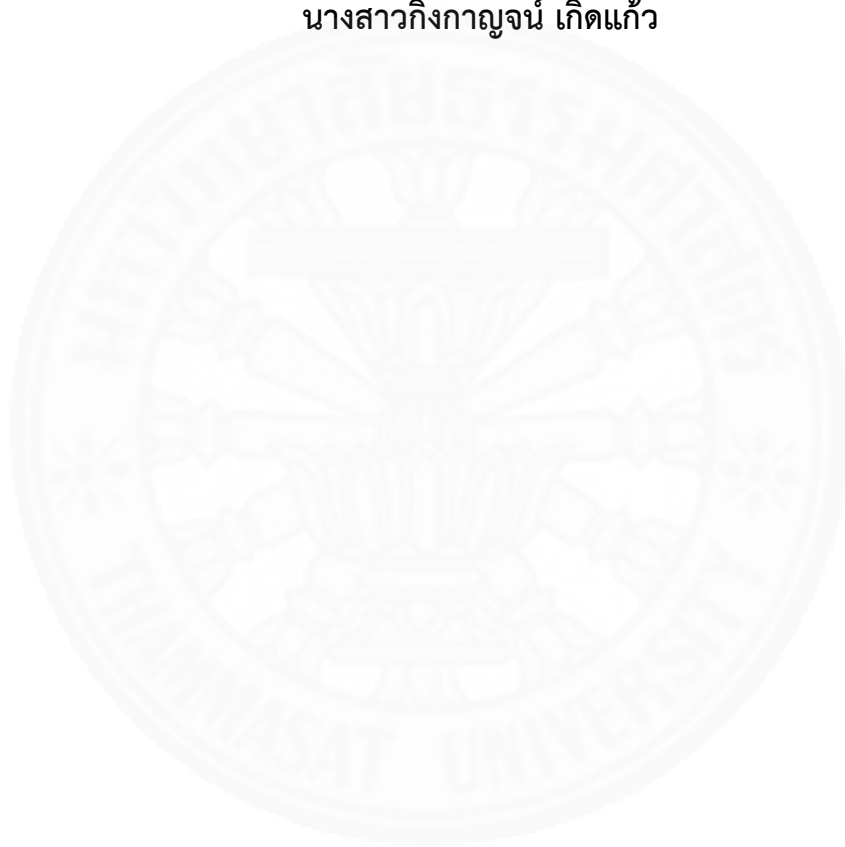
ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์:
กรณีศึกษาเฟซบุ๊กเพจ

โดย

นางสาวกิงกาญจน์ เกิดแก้ว



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THE ONLINE MEDIA COMMUNICATION STRATEGIES FOR
INDEPENDENT MOVIES: CASE STUDY OF
FACEBOOK PAGES

BY

MISS KINGKARN KERDKAEW



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
CULTURAL MANAGEMENT
COLLEGE OF INNOVATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2017
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยนวัตกรรม

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวกิงกาญจน์ เกิดแก้ว

เรื่อง

กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์:

กรณีศึกษาเฟซบุ๊กเพจ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิกร แซ่วัง)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.เวฬุรีย์ เมธาวิวินิจ)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.วิกานดา พรหมขุนทอง)

คณบดี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์:
	กรณีศึกษาเฟซบุ๊กเพจ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวกิงกาญจน์ เกิดแก้ว
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม
	วิทยาลัยนวัตกรรม
	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร.เวฬุรีย์ เมธาวิวินิจฉัย
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์ ศึกษาเฟซบุ๊กเพจที่เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส ได้แก่ เพจ Nawapol Thamrongrattanarit เพจ Documentary Club เพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉีก และเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 ตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 โดยใช้การวิเคราะห์หว่านกรรมเชิงวิพากษ์

ผลการวิเคราะห์หว่านกรรมแต่ละเพจพบว่าการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสแตกต่างกัน คือ เพจ Nawapol Thamrongrattanarit เป็นผู้สร้างและสื่อสารภาพยนตร์ของตัวเอง จึงใช้ภาษาที่เป็นกันเอง ดิตแซทเท็ก นำเสนอจุดเด่นของโปสเตอร์ มีการอ้างจากทวิตเตอร์ และใช้คำพูดเชิญชวน ส่วนเพจ Documentary Club เป็นการนำภาพยนตร์นอกกระแสมาจัดฉายตามเทศกาลต่าง ๆ จึงนำเสนอด้วยการใช้บทสนทนา ตั้งคำถามชวนคิด รวมทั้งเล่าเรื่องความเป็นมาของภาพยนตร์ ส่วนเพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉีกและเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 มีลักษณะที่เหมือนกัน คือ ใช้ภาษากันเอง เล่าเรื่องเกริ่นนำโดยมุ่งเน้นความรู้สึก และใช้การลากคำ เฟซบุ๊กเพจสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านการมองในเชิงพาณิชย์ สถานภาพความเป็นชายขอบผ่านตัวแทนต่าง ๆ ความไม่ชัดเจนของความเป็นภาพยนตร์นอกกระแส และสะท้อนความคิดทางสังคมและวัฒนธรรมผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวและการวิจารณ์ภาพยนตร์นอกกระแส ทั้งนี้ ข้อความในโพสต์ไม่ได้สื่อสารภาพยนตร์ด้วยการเล่าเรื่องภาพยนตร์เพียงเท่านั้น แต่แฝงไปด้วยการครอบงำทางความคิดความเชื่อ บางประการที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ของผู้ผลิตสื่อ หรือผู้สร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, เฟซบุ๊กเพจ, สื่อออนไลน์

Thesis Title	THE ONLINE MEDIA COMMUNICATION STRATEGIES FOR INDEPENDENT MOVIES: CASE STUDY OF FACEBOOK PAGE
Author	Miss Kingkarn Kerdkaew
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Cultural Management College of Innovation Thammasat University
Thesis Advisor	Veluree Metaveevinij, Ph.D.
Academic Years	2017

ABSTRACT

The objective of this research is to study the communication strategies of independent movies through online media, including the critical discourse study of FB Pages: Nawapol Thamrongrattanarit, Documentary Club, Overhyp, and SeatNoE12 during the period of December 2017 until February 2018.

Upon research, it is found that each FB Page has its own style to communicate the independent movies. Nawapol Thamrongrattanarit FB Page, which the owner himself and a movie producer, uses a friendly language with hashtags, presenting the outstanding elements of movie posters, using Twitter references, and persuasion through the language usage. Documentary Club FB Page showcases the independent movies previewed in various film festivals. The FB Page portrays those films by sampling the conversation, asking analytical questions, along with providing the movie's background. For Overhyp and SeatNoE12 FB Pages, the common features of these pages are simple and friendly language used, and often begins with an emphasis on the mood and feelings. The FB Pages' communication strategies for independent movies are presented in a commercial perspective. The marginal status and ambiguous attributes of these films also reflect the society's values and cultural aspects through the plot narration as well as the film's criticism. These FB Pages' posts are not only simply reviewing, but also hidden with a certain belief tying in a commercial purpose of the media and film producers.

Keywords: Communication Strategy, Facebook Page, Online Media

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.เวฬุรีย์ เมธาวิวินิจฉัย อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง อดทนกับผู้วิจัย ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณพี่ ๆ ที่ทำงานทุกคนที่เข้าใจและช่วยเหลือเรื่องวันหยุด วันที่ต้องมาสอบ ทั้งที่ Index Creative Village และ Bangkok Float Center

ขอบคุณอาจารย์แอม น้องอาร์ม พี่อีด ดอนนาแวน พี่บูน เก่ แมททิว เจ จัสติน พี่คิว พี่นัตตี้ เตเต้ ราชิ๊บเพื่อนรัก และพี่นิน ชาริน ที่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในเรื่องรายละเอียดต่าง ๆ จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และในส่วนสุดท้ายที่ขาดไม่ได้และสำคัญที่สุด ขอมอบความกตัญญูทเวทิตาคุณแด่บิดา นายพิบูลย์ เกิดแก้ว และมารดา นางกาญจนา เกิดแก้ว ที่ให้การสนับสนุนในทุก ๆ เรื่อง เป็นกำลังใจและแรงผลักดันเสมอมา

สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

นางสาวกิงกาญจน์ เกิดแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาในการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์	6
2.1.1 ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับภาพยนตร์	6
2.1.2 องค์ประกอบของภาพยนตร์	7
2.1.3 ภาพยนตร์ในมิติต่าง ๆ	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส	9
2.2.1 นิยามของภาพยนตร์นอกกระแส	9

2.2.2 ประวัติของภาพยนตร์นอกกระแส	10
2.2.3 ลักษณะของภาพยนตร์ไทยนอกกระแส	12
2.2.4 การจัดฉายภาพยนตร์นอกกระแสในประเทศไทย	12
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร	13
2.3.1 แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์	13
2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์	14
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์	17
2.4.1 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์	18
2.4.2 ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์	19
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม	20
2.5.1 ความหมายของวาทกรรม	20
2.5.2 การวิเคราะห์วาทกรรม	21
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	26
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย	27
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	28
3.4 การนำเสนอข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการศึกษา	29
4.1 ลักษณะทั่วไปของเฟชบุ๊กเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส	29
4.2 ตัวอย่างโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส	33
4.2.1 บุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงที่ทำงานเป็นผู้จัดจำหน่ายหรือทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่าย	33
4.2.1.1 เพจ Nawapol Thamrongrattanarit	33
4.2.1.2 วิธีการสื่อสารของเฟชบุ๊กเพจ Nawapol Thamrongrattanarit	54
4.2.1.3 เพจ Documentary Club	54

4.2.1.4	วิธีการสื่อสารของเพจ Documentary Club	70
4.2.2	นักวิจารณ์/นักรีวิว	70
4.2.2.1	เพจอวยไล่แตกแหกไล่ฉีก	70
4.2.2.2	วิธีการสื่อสารของเพจอวยไล่แตกแหกไล่ฉีก	90
4.2.2.3	เพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12	90
4.3	กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส	103
4.3.1	กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเพจ Nawapol Thamrongrattanakrit	103
4.3.2	กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเพจ Documentary Club	109
4.3.3	กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเพจอวยไล่แตกแหกไล่ฉีก	112
4.3.4	กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12	118
4.4	การนำเสนอกลยุทธ์ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กเพจ	122
4.5	มิติของบริบทสังคมไทยที่มีต่อกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส	128
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	133
5.1	สรุปผลการวิจัย	133
5.2	อภิปรายผลการวิจัย	136
5.3	ข้อเสนอแนะ	138
	รายการอ้างอิง	139
	ประวัติผู้เขียน	143

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนโพสต์จากเพจ Nawapol Thamrongrattanarit	30
4.2 จำนวนโพสต์จากเพจ Documentary Club	31
4.3 จำนวนโพสต์จากเพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉีก	32
4.4 จำนวนโพสต์จากเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12	33
4.5 กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเฟซบุ๊กเพจ	122



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบมิติของวาทกรรม	22
4.1 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561	34
4.2 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2561	35
4.3 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2561	36
4.4 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561	37
4.5 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561	38
4.6 โพสต์กระแสสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2561	40
4.7 โพสต์กระแสสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561	42
4.8 โพสต์กระแสสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2561	43
4.9 โพสต์กระแสสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2561	44
4.10 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561	45
4.11 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561	46
4.12 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561	47
4.13 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2561	48

4.14	โพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2561	49
4.15	โพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561	50
4.16	โพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561	51
4.17	โพสต์อื่น ๆ จากเพจ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561	52
4.18	โพสต์อื่น ๆ จากเพจ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561	53
4.19	โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561	55
4.20	โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2561	56
4.21	โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561	63
4.22	โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2561	65
4.23	โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2561	66
4.24	โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2561	68
4.25	โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2561	69
4.26	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉึก วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560	73
4.27	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉึก วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560	76
4.28	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉึก วันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2560	79
4.29	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉึก วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2560	82

4.30	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจอวยไล้แตกแหกไล่ฉีก วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2560	86
4.31	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคมจากเพจอวยไล้แตกแหกไล่ฉีก วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2560	89
4.32	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 วันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2560	93
4.33	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 วันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2560	98
4.34	โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561	102
4.35	การเล่าเรื่องที่มาจากภาพจากเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561	105
4.36	การเล่าเรื่องที่มาจากภาพจากเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561	106
4.37	การแชร์คำพูดจากทวิตเตอร์ในเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2561	106
4.38	การแชร์คำพูดจากทวิตเตอร์ในเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561	107
4.39	การแชร์คำพูดจากทวิตเตอร์ในเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561	106

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาพยนตร์เป็นสื่อหนึ่งที่อธิบายถึงเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดจากการบันทึกภาพด้วยฟิล์ม ซึ่งมีลักษณะที่แสดงเป็นภาพเคลื่อนไหว แล้วนำมาฉายในโรงภาพยนตร์หรือบนโทรทัศน์ ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก และเข้าไปมีอิทธิพลอย่างมากในตลาดภาพยนตร์เกือบทุกประเทศ เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่สร้างรายได้มหาศาล เช่น ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซึ่งกลายเป็นแบบอย่างของภาพยนตร์กระแสหลัก (Mainstream) โดยมุ่งเน้นการแสวงหากำไร

อย่างไรก็ตาม มีนักสร้างภาพยนตร์กลุ่มหนึ่งที่สร้างสรรค์ภาพยนตร์ในเชิงศิลปะ ในช่วงปี 1960 ภาพยนตร์นอกกระแสได้รับการพิจารณาจากกลุ่มวัฒนธรรมฮิปปี้ ซึ่งไม่เข้ากับกลุ่มสังคมอนุรักษนิยมในช่วงนั้น โดยภาพยนตร์นอกกระแสนี้ทำให้สตูดิโอใหญ่ ๆ เริ่มตระหนักเรื่องงบประมาณที่ผู้สร้างภาพยนตร์ใช้เพียงเล็กน้อย แต่มีความคิดสร้างสรรค์มาก (Boroughs, 2012) โดยฮาร์วีย์ (Harvey) ได้กล่าวถึงภาพยนตร์นอกกระแสว่า “เป็นรูปแบบของภาพยนตร์ที่อยู่นอกกระแสหลักอันเป็นที่นิยม และมีวัตถุประสงค์เพื่อการค้าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ภาพยนตร์อิสระเหล่านี้ โดยปกติแล้วมีลักษณะที่ปฏิเสธความงามและบรรทัดฐานทางอุดมคติที่ปรากฏในภาพยนตร์กระแสหลัก และถูกคิดว่าเป็นภาพยนตร์ที่แปลกแยก เป็นภาพยนตร์ทางเลือก หรือภาพยนตร์ที่อยู่ฝั่งตรงข้ามกับสังคมทุนนิยมที่ต่อสู้เพื่อเสียงหนึ่งในความสัมพันธ์ทางอำนาจทางสังคมและเศรษฐกิจในรูปแบบของการสื่อสาร” (ขจิตขวัญ กิจวิสาละ, 2546) ซึ่งในต่างประเทศมีผู้คนที่ให้ความสนใจภาพยนตร์นอกกระแสมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งเริ่มขยายมาสู่ประเทศไทย

ปัจจุบันธุรกิจภาพยนตร์ไทยพบว่ามีภาพยนตร์กระแสหลักซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่มีกระบวนการผลิต จัดจำหน่าย และการเผยแพร่อยู่ภายใต้ระบบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งมีการใช้เงินทุนจำนวนมาก และผลิตโดยมีจุดประสงค์หลัก เพื่อมุ่งหวังผลทางการตลาด และให้ความบันเทิงเป็นหลัก ยกตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกา เราจะหมายถึงภาพยนตร์ที่ผลิตโดย หรือได้รับเงินทุนการผลิตจากระบบบริษัทสตูดิโอหลักอย่าง Paramount Pictures, Metro-Goldwyn Mayer, Warner Bros., 20th Century Fox และ Universal เป็นต้น และภายในประเทศไทย เราจะหมายถึงภาพยนตร์ไทยที่ผลิตโดย หรือได้รับเงินทุนสนับสนุนจากบริษัทผลิตภาพยนตร์ขนาดใหญ่ที่มีระบบ

หรือพันธมิตรในการจัดจำหน่ายเป็นของตนเอง เช่น บริษัทสหมงคลฟิล์ม จำกัด บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น และบริษัทจีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด ฯลฯ

ด้วยคำจำกัดความข้างต้นนี้ ปัจจุบันคนทั่วไปจึงมองภาพยนตร์กระแสหลักในแง่มูลค่า โดยวัดความสำเร็จจากรายได้โดยถือเป็นเพียงสื่อที่ให้ความบันเทิงมากกว่าการวัดในแง่คุณค่าเป็นงานศิลปะ ซึ่งสะท้อนให้เห็นมิติทางวัฒนธรรมและสังคม และภาพยนตร์นอกกระแส (Independent Cinema) หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าภาพยนตร์อิสระ หรือเรียกสั้นๆ ว่า “หนังอินดี้” อันมีจุดเริ่มต้นจากความต้องการของผู้สร้างภาพยนตร์ส่วนหนึ่งที่จะหลุดพ้นจากการครอบงำจากบริษัทภาพยนตร์ขนาดใหญ่ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งเป็นภาพยนตร์กระแสหลัก (Mainstream) (Nelmas, 1999 ; ญัฐวุฒิ กุลเถื่อน, 2560) มีรูปแบบการนำเสนอแตกต่างไปจากกรอบภาพยนตร์กระแสหลัก ในแง่เนื้อเรื่องหรือการดำเนินเรื่อง รวมทั้งต้นทุนการผลิตที่ไม่สูง โดยใช้เงินทุนส่วนตัวของผู้สร้างเอง ภาพยนตร์นอกกระแสจะมีลักษณะรูปแบบหลากหลาย ตั้งแต่ที่เป็นแบบภาพยนตร์บันเทิง (Feature Film) ซึ่งอาจมีโครงสร้างคล้ายภาพยนตร์กระแสหลัก แต่แตกต่างในแง่เนื้อหา และวิธีการนำเสนอภาพยนตร์ที่เป็นรูปแบบเป็นภาพยนตร์ทดลอง (Experimental Film) หมายถึง ภาพยนตร์ซึ่งสร้างด้วยความมุ่งหมายเพื่อที่จะทำการทดลองในการสื่อสาร แสดงออก ถึงความคิดและจินตนาการส่วนตัวผ่านภาพยนตร์ ทั้งในแง่ของเทคนิควิธีการนำเสนอ และการเล่าเรื่อง รูปแบบ ของ ภาพยนตร์ทดลองนี้

เนื่องจากภาพยนตร์มีรูปแบบที่หลากหลายจึงไม่มีเกณฑ์กลางการแบ่งประเภทอย่างชัดเจน ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของภาพยนตร์ในแง่มุมต่าง ๆ ที่ชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอแนวคิดเรื่องการจัดประเภทภาพยนตร์ (Genre) ดังนี้

Neale (2000, p. 9) กล่าวว่า Genre เป็นคำภาษาฝรั่งเศส แปลว่า ชนิด (Type) หรือ ประเภท (Kind) การศึกษาเรื่องดังกล่าวมีตั้งแต่สมัยกรีกและพัฒนามากในทศวรรษที่ 1920 ในยุคที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกำลังเติบโต และมีการผลิตภาพยนตร์ตามประเภทหรือตระกูลมากขึ้น คำจำกัดความคำว่า Genre ที่นำมาใช้กับการจัดประเภทของภาพยนตร์ คือ เพื่อจัดระบบและกำหนดทิศทาง (System of Orientation) เพื่อเป็นความคาดหวังของผู้ชมภาพยนตร์ (Expectation) และเพื่อเป็นข้อตกลงร่วมกันของระบบอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ และความคิดเห็นของปัจเจกบุคคล (Conventions that Circulate between Industry, Text and Subject)

สำหรับภาพยนตร์นั้นจะแบ่งประเภทเป็นแนวต่าง ๆ จึงมีความสัมพันธ์กันของ 3 ฝ่าย ได้แก่ ด้านอุตสาหกรรม คือ เป็นการกำหนดมาตรฐานของผู้ผลิต/ผู้สร้างภาพยนตร์ โดยคาดหวังเรื่องผลกำไรเป็นสำคัญ ส่วนตัวบทภาพยนตร์นั้นเป็นส่วนเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ การเล่าเรื่องและเทคนิคต่าง ๆ ซึ่ง Genre จะเป็นตัวในการสร้างขนบ (Convention) ของภาพยนตร์แต่ละประเภท ส่วนผู้ชมภาพยนตร์ซึ่งถือว่าเป็นปัจเจกบุคคลนั้น Genre ถือเป็นการกำหนดความคาดหวังล่วงหน้า

ของผู้ชมในการชมภาพยนตร์แต่ละประเภท โดยภาพยนตร์แต่ละประเภทจะมีองค์ประกอบร่วมกัน คล้ายกัน เช่น แก่นเรื่อง การวางโครงเรื่อง การสร้างลักษณะตัวละคร ฉากและเหตุการณ์ ฯลฯ โดยที่ Genre นั้นจะช่วยให้ผู้ชมสามารถคาดหมายสิ่งที่หนังต้องการจะสื่อและนำเสนอได้ชัดเจนขึ้น

ประเภทของภาพยนตร์โดยทั่วไป ได้แก่ แอ็คชั่น-ผจญภัย (Action-Adventure) ตลก (Comedy) สยองขวัญ (Horror) วิทยาศาสตร์ (Science Fiction) ภาพยนตร์เพลง (Musical) ตะวันตก (Western) ประวัติศาสตร์ (Period/History) รักโรแมนติก (Romance) ฯลฯ นอกจากนี้ ภาพยนตร์ศิลปะ (Art Films) ถูกจัดให้เป็น Genre หนึ่งที่แยกออกมาจาก Genre อื่น และภาพยนตร์ศิลปะสามารถแบ่ง Genre ย่อย ๆ ออกเป็นดราม่า (Drama) ตลกร้าย (Black Comedy) เป็นต้น (Bordwell, 1979)

ภาพยนตร์นอกกระแสเป็นภาพยนตร์ที่ไม่อยู่ในโครงสร้างหรือกลไกการจัดจำหน่าย ภาพยนตร์ เป็นภาพยนตร์ที่จัดฉายโดยไม่หวังผลกำไร อาจเพราะต้องการทดลองตลาด หรือต้องการเผยแพร่ภาพยนตร์ให้เป็นที่รู้จักเพื่อตอบสนองรสนิยมของการชมภาพยนตร์และเป็นทางเลือกในการชมภาพยนตร์ของคนกลุ่มหนึ่ง (ประวิณมัย บ่ายคล้อย, 2545, น. 3) การไม่ได้อยู่ในกระแสหลักจึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนของกลุ่มต่าง ๆ จึงจะอยู่รอด

ประเทศไทยมีโรงภาพยนตร์ที่รองรับการฉายภาพยนตร์นอกกระแสโดยเฉพาะ แต่ค่อนข้างน้อย และไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเช่นในต่างประเทศ เช่น โรงภาพยนตร์ในเครือ เอเพ็กซ์ หรือโรงภาพยนตร์เฮาส์ ราม่า อาร์ซีเอ ฯลฯ ส่วนการจัดจำหน่ายในลักษณะอื่น ๆ เช่น รูปแบบวีซีดีและดีวีดี ฯลฯ ก็ยังมีจำนวนน้อยมาก (พิมพ์ลอย รัตนมาศ, 2554, น. 2 - 3)

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ทำให้ภาพยนตร์นอกกระแสยังอยู่ได้ในประเทศไทย คือ 1) การฉายภาพยนตร์นอกกระแสตามสถาบันวัฒนธรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมของตนเอง เช่น สมาคมฝรั่งเศส สถาบันเกอเธ่ บริติชเคาน์ซิล เอเชีย สมาคมญี่ปุ่น ฯลฯ โดยจัดฉายเป็นประจำและจัดเทศกาลภาพยนตร์ในบางครั้ง 2) ภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วไปทั้งที่มีคุณภาพหรือไม่มีคุณภาพปะปนกัน ทั้งนี้ยังมีโอกาสที่จะทำรายได้ให้กับผู้จัดจำหน่าย 3) การจัดเทศกาลภาพยนตร์ในวาระต่าง ๆ โดยร่วมมือกันจัดงานจากหลายหน่วยงาน เช่น เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกรุงเทพฯ จัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ และ 4) การจัดจำหน่ายในรูปแบบวีซีดีและ ดีวีดี โดยมีร้านให้บริการเช่าและขายภาพยนตร์ที่ไม่มีฉายตามโรงภาพยนตร์ทั่วไป (ประวิณมัย บ่ายคล้อย, 2545, น. 3 - 5) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันภาพยนตร์นอกกระแสได้รับความสนใจที่จำกัดเฉพาะกลุ่ม มีการจัดฉายเฉพาะพื้นที่ และสิ่งที่ทำให้ภาพยนตร์นอกกระแสดำรงอยู่ได้เป็นเพราะการให้การสนับสนุนและความร่วมมือจากหน่วยงานและสถาบันต่าง ๆ ในประเทศไทย

ปัจจุบันสื่อและเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อวงการภาพยนตร์นอกกระแสเป็นอย่างมาก เนื่องจากแต่เดิมนั้นการโฆษณาหรือให้ข้อมูลข่าวสารจะเป็นรูปแบบสื่อทั่วไป เช่น วิหุ โททัศน์ ฯลฯ

ในสังคมปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันและการปฏิบัติงานซึ่งก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ข้อมูลข่าวสารสามารถส่งผ่านถึงกันทั่วโลกอย่างไร้พรมแดนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การติดต่อสื่อสารบนสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตช่วยสร้างให้เกิดชุมชนออนไลน์กับกลุ่มคนที่ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลในกิจกรรมหรือสิ่งที่ตนสนใจหรือข้อมูลของผู้อื่นที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกัน (อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ และอนิรุทธิ์ สติมัน, 2555)

ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสาร ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ทางสังคม นั่นคือ สังคมออนไลน์ หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (วิยะดา ฐิติมีชัยมา, 2554) และในปัจจุบันได้มีสื่อออนไลน์ประเภทเพชบุ๊กเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสที่น่าสนใจนำเสนอข่าวสารและให้ความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสที่กำลังเข้าฉายในแต่ละช่วง ตลอดจนประเด็นของภาพยนตร์นอกกระแสที่อยู่ในความสนใจของคนในสังคม ซึ่งมีคนในสังคมให้ความสนใจและติดตามเพชบุ๊กเพจภาพยนตร์นอกกระแสจำนวนมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษากลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งทำให้เห็นถึงกลยุทธ์ที่เพชบุ๊กเพจใช้ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดการชมภาพยนตร์นอกกระแสมากยิ่งขึ้น

1.2 ปัญหานำการวิจัย

เนื่องจากปัจจุบันสื่อและเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อวงการภาพยนตร์นอกกระแสเป็นอย่างมาก ซึ่งสังเกตได้จากการสร้างเพชบุ๊กเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสที่น่าสนใจนำเสนอข่าวสารและให้ความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสที่กำลังเข้าฉายในแต่ละช่วง ตลอดจนประเด็นของภาพยนตร์นอกกระแสที่อยู่ในความสนใจของคนในสังคม ซึ่งมีคนในสังคมให้ความสนใจและติดตามเพชบุ๊กเพจภาพยนตร์นอกกระแสจำนวนมาก จึงทำให้สนใจว่ามีกลยุทธ์ใดบ้างที่เพชบุ๊กเพจใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสเพื่อให้เป็นที่สนใจของคนดูเพิ่มมากขึ้น

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกและศึกษาเฟสบุ๊คเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสจำนวน 4 เพจ โดยเลือกจากจำนวนยอดไลค์ (Like) ของเพจที่มีผู้ติดตามสูง ซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของคน (Influencer) โดยแบ่งประเภทเพจดังกล่าวเป็น 2 ประเภท คือ

1. บุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงที่ทำงานเป็นผู้จัดจำหน่ายหรือทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่าย (Direct Promoter Working as/with Distributor) ได้แก่ เพจ Nawapol Thamrongrattanarit และเพจ Documentary Club
2. นักวิจารณ์/นักรีวิว (Critics/Reviewers) ได้แก่ เพจอวยไส้แตกแตกไส้ฉีก และเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12

โดยเก็บข้อมูลจากเฟสบุ๊คเพจทั้ง 4 เพจ ที่นำเสนอข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสที่กำลังจะเข้าฉาย หรือกำลังอยู่ในความสนใจของผู้คนและผู้ใช้เฟสบุ๊คที่กดติดตาม (Following) หรือกดไลค์เฟสบุ๊คเพจดังกล่าว

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กลยุทธ์การสื่อสาร หมายถึง วิธีการและเทคนิคที่เจ้าของเฟสบุ๊คเพจใช้ในการสื่อสารดึงดูดคนให้เข้ามาชมภาพยนตร์นอกกระแส
2. ภาพยนตร์นอกกระแส หมายถึง ภาพยนตร์ที่ไม่ใช่ภาพยนตร์กระแสหลักที่ฉายตามโรงภาพยนตร์ทั่วไป แต่เป็นภาพยนตร์ที่เน้นความเป็นศิลปะและความคิดสร้างสรรค์มากกว่ารายได้จากการเข้าชมภาพยนตร์ รวมทั้งมีทุนสร้างที่ต่ำ
3. สื่อออนไลน์ หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟสบุ๊คเพจ
4. เฟสบุ๊คเพจ หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่เจ้าของเฟสบุ๊คสร้างขึ้นเพื่อสื่อสารและนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้เฟสบุ๊คที่มีความสนใจแบบเดียวกันเข้ามาได้ตอบ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบกลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านเฟสบุ๊คเพจ
2. สามารถนำไปเป็นแนวทางในการสื่อสารเพื่อให้คนดูสนใจเข้าชมภาพยนตร์นอกกระแสมากขึ้น

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์
5. แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์

การศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสนั้นจำเป็นต้องศึกษาคุณลักษณะและความสำคัญของภาพยนตร์เพื่อให้เกิดความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับองค์ประกอบและการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์ภาพยนตร์ ดังต่อไปนี้

2.1.1 ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับภาพยนตร์

ปัทมวดี จารูวร และอุบลรัตน์ ศิริยุศศักดิ์ (2550, น. 338 - 339) กล่าวว่า สื่อมวลชนแขนงอื่นไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อทันสมัยอย่างอินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์มีข้อเสียเปรียบในแง่ความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับสถานภาพ กล่าวคือ ในยุคที่ถือกำเนิดขึ้นมาใหม่ ๆ ภาพยนตร์ได้รับการยกย่องว่าเป็นงานศิลปะ (Art Form) แต่ทว่ามีรูปแบบที่เหนือชั้นกว่าตรงที่ ภาพยนตร์เรื่องหนึ่งเป็นแหล่งรวมของศิลปะดั้งเดิมหลายแขนง อาทิ จิตรกรรม สถาปัตยกรรม การเต้นรำ ดนตรี ละครและวรรณกรรม จนได้รับการขนานนามว่าเป็นศิลปะแขนงที่ 7 ต่อมาเมื่อรูปแบบชัดเจนขึ้น ภาพยนตร์ถูกมองว่าเป็นพาณิชย์ศิลป์ (Commercial Art) เป็นการรวมศิลปะและการค้าเข้าด้วยกัน เนื่องจากภาพยนตร์มีลักษณะเป็นสินค้าที่มีการซื้อ-ขาย และมีเรื่องกำไร-ขาดทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง

จุดนี้เองที่ทำให้สถานภาพของภาพยนตร์เริ่มแตกต่างไปจากศิลปะทั่วไปที่เป็นศิลปะเพื่อศิลปะ (Art For Art's Sake) แต่ภาพยนตร์เป็นศิลปะที่ตอบสนองความต้องการของนายทุน

และผู้บริโภคหรือผู้ชมภาพยนตร์ เมื่อมีการผลิตมากขึ้น สถานภาพของภาพยนตร์จึงได้เปลี่ยนเป็นอุตสาหกรรมอย่างสมบูรณ์ ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด คือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดของสหรัฐอเมริกา เป็นต้นแบบของการผลิตภาพยนตร์ในระบบสตูดิโอ (Studio Filmmaking) ที่รู้จักกันดี และมีบทบาทสำคัญในวงการภาพยนตร์มานานนับศตวรรษ สำหรับประเทศไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ภาพยนตร์ได้เพิ่มสถานภาพการเป็นสินค้าส่งออกอีกอย่างหนึ่งที่มีแนวโน้มว่าจะนำรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก หากสามารถเจาะตลาดต่างประเทศได้ เช่น ฟ้ายะลวยโจร (2543) บางระจัน (2543) จันดารา (2544) และสุริโยไท (2544) ฯลฯ

ความเข้าใจเบื้องต้นของภาพยนตร์ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยทราบสถานภาพปัจจุบันของภาพยนตร์ว่าเป็นศิลปะประเภทหนึ่งที่น่าสนใจในเชิงพาณิชย์ เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำรายได้เป็นจำนวนมาก ทั้งภายในประเทศหรือแม้แต่ส่งออกไปยังต่างประเทศ

2.1.2 องค์ประกอบของภาพยนตร์

รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2545, น. 3 - 15) กล่าวถึงธรรมชาติของภาพยนตร์ว่ามีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. ภาพยนตร์เป็นศิลปะ เนื่องจากภาพยนตร์ถือได้ว่าเป็นศิลปะแขนงที่ 7 ที่ประกอบด้วยศิลปะทุกแขนงเข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นดนตรี จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม นาฏกรรม และวรรณกรรม เพื่อนำมารวบรวมและประยุกต์เข้าไว้ด้วยกันตั้งแต่การเขียนบทภาพยนตร์ การแสดงและกำกับ งานออกแบบฉากและเครื่องแต่งกาย รวมทั้งเพลงประกอบ เป็นต้น

2. ภาพยนตร์เป็นวิทยาศาสตร์ เนื่องจากภาพยนตร์กำเนิดมาจากการประดิษฐ์คิดค้นทางวิทยาศาสตร์เป็นพื้นฐาน ตั้งแต่เลนส์เพื่อถ่ายภาพ แผ่นฟิล์มสำหรับบันทึกภาพ และการฉายภาพที่ต้องใช้หลักการของแสงและเลนส์ จากนั้นจึงพัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์ให้มีคุณภาพ และทันสมัยขึ้นในแต่ละยุคสมัย วิทยาศาสตร์มีส่วนสนับสนุนให้งานศิลปะเป็นรูปธรรมมากขึ้นและทำให้คนมองเห็นและสัมผัสศิลปะทุกอย่างที่ประกอบในภาพยนตร์นั้นได้

3. ภาพยนตร์เป็นสื่อมวลชน เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสารในตัวเองที่สื่อไปยังผู้รับสารด้วยภาพของภาพยนตร์ที่มีลักษณะเฉพาะ กล่าวคือ ภาพยนตร์เล่าเรื่องด้วยภาษาภาพ ภาษาของการเคลื่อนไหว ภาษาของเวลา ภาษาของพื้นที่ ภาษาของสีและแสง ภาษาพูด เสียงดนตรี และเสียงธรรมชาติ ซึ่งภาษาทั้งหมดตามที่กล่าวมาทำให้ภาพยนตร์สามารถสื่อความหมายและเข้าถึงความรู้สึกจิตใจของผู้รับสารได้อย่างมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว

ภาพยนตร์นอกกระแสก็มีองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น ดนตรี จิตรกรรม วรรณกรรม ฯลฯ ที่ทำให้เกิดสุนทรียภาพในจิตใจของคนดู ใช้หลักการถ่ายภาพ รวมทั้งอุปกรณ์ที่เป็นวิทยาศาสตร์ที่ช่วยให้สัมผัสความเป็นศิลปะของภาพยนตร์มากขึ้น ประกอบกับภาพยนตร์นอกกระแสเน้นการเล่าเรื่อง รวมทั้งภาษาต่าง ๆ โดยภาษาทั้งหมดจะช่วยสื่อความหมายและเข้าถึงความรู้สึก

จิตใจได้เป็นอย่างดี หากเพชบุรีเพงมีการสื่อสารทั้ง 3 องค์ประกอบร่วมกัน จะทำให้ผู้ติดตามเข้าใจ องค์ประกอบของภาพยนตร์นอกกระแสมากขึ้น

2.1.3 ภาพยนตร์ในมิติต่าง ๆ

กัจจกร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2551, น. 1 - 5) ศึกษาภาพรวมของ ภาพยนตร์ไทยหรือ “หนังไทย” ไว้ว่า หนังไทยมักถูกมองในทัศนะเชิงลบในฐานะสื่อที่มุ่งเน้นความบันเทิงเป็นหลัก เพราะภาพยนตร์ถือกำเนิดในยุคสังคมนิยมอุตสาหกรรม ช่วงศตวรรษที่ 19 กระตุ้นให้เกิด “วัฒนธรรมการพักผ่อน” สำหรับครอบครัวและชนชั้นแรงงาน และในเวลาต่อมาภาพยนตร์ก็ได้รับการกล่าวขานว่าเป็น “สื่อน้ำเน่า” เพราะเนื้อหาและรูปแบบของภาพยนตร์มักไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง และโดยเฉพาะภาพยนตร์ไทยเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศมักถูกมองว่าไม่น่าประทับใจเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมามีภาพยนตร์ไทยสามารถพิจารณาถึงแง่มุมที่หลากหลายได้อย่างน้อย 5 มิติ ดังต่อไปนี้

1. มิติทางประวัติศาสตร์ การผลิตภาพยนตร์ในประเทศไทยเริ่มจากชนชั้นสูง และพัฒนามาจนเติบโตเป็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทำให้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาภาพยนตร์ยังทำหน้าที่นำเสนอประวัติศาสตร์ด้วย เช่น ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ไทยในแต่ละยุคสมัย ฯลฯ

2. มิติเชิงเทคนิคและศิลปะภาพยนตร์ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีความสัมพันธ์กับมิติ ด้านเทคนิคและศิลปะเข้าไว้ด้วยกัน โดยนำเทคนิคถ่ายภาพและหมุนภาพต่อเนื่องจนกลายเป็นภาพ เคลื่อนไหว และนำศิลปะการแสดง นาฏศิลป์ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ดนตรี และวรรณกรรมมา ผสมผสานเข้าในภาพยนตร์ เพื่อทำให้โลกแห่งจินตนาการของภาพและเสียงเป็นภาพความจริงผ่าน สายตาผู้ชม

3. มิติด้านอุตสาหกรรม ภาพยนตร์เป็นสื่อที่เน้นระบบธุรกิจตั้งแต่โหมโรง เอ็ดดิสัน นักประดิษฐ์ภาพยนตร์วางแผนขายผลงานของเขาให้ผู้ชมได้ชมกัน ต่อจากนั้นโลกได้เข้าสู่สังคม อุตสาหกรรมและภาพยนตร์กลายเป็นเครื่องมือหนึ่งของโลกทุนนิยม จนในที่สุดในด้านศตวรรษที่ 20 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดได้ถือกำเนิดขึ้นมา และมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลก นับตั้งแต่นั้น จึงทำให้ภาพยนตร์ถูกมองว่าเป็นเพียงเรื่องการค้าพาณิชย์และโรงงานสร้างความสำเร็จ แต่ ในทางกลับกันนักลงทุนหรือแม้แต่วัฒนธรรมของบางประเทศได้ให้ความสำคัญกับภาพยนตร์ในฐานะ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมของชาติ

4. มิติด้านผู้ชม ภาพยนตร์เป็นสื่อบันเทิงหลักเพื่อพักผ่อนของคนในสังคมตั้งแต่ ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ในยุคที่โลกเข้าสู่สังคมอุตสาหกรรม ทำให้บางครั้งภาพยนตร์ถูกมองว่าเป็น “ศิลปะของมวลชน (Mass Art)” แต่อีกด้านหนึ่งในทัศนะของสำนักวัฒนธรรมศึกษาที่มีอิทธิพลนับแต่ ปลายศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา กล่าวว่าผู้ชมมีความหลากหลายในการรับชมตามรสนิยมและความ สามารถในการตีความความหมายของภาพยนตร์ที่แตกต่างกันตามทุนวัฒนธรรมที่ตัวเองมี เช่น ชน

ชั้นสูงอาจขึ้นขอบภาพยนตร์ยุโรปที่ดูยาก คนชั้นล่างอาจขอบภาพยนตร์ที่ดูง่ายและตอบสนองความใฝ่ฝันทางสังคม และคนชั้นกลางอาจอยากดูภาพยนตร์ต่างประเทศเพื่อยกระดับสถานะชนชั้นของตน (กัจกร หลุยยะพงศ์, 2547, น. 27 - 29)

5. มิติด้านความสัมพันธ์เชิงสังคมและวัฒนธรรม ถึงแม้ว่าภาพยนตร์จะมีเป้าหมายเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก แต่ในทัศนะของนักวิชาการสำนักมาร์กซิสต์กล่าวไว้ว่าภาพยนตร์ได้ชักชวนโลกทัศน์หรืออุดมการณ์บางอย่าง โดยเฉพาะในประเทศสังคมนิยม ภาพยนตร์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญของการรณรงค์ทางการเมือง เช่น ภาพยนตร์ของฮิตเลอร์ในการต่อต้านยิว ฯลฯ สำหรับภาพยนตร์ไทย มีการนำเสนออุดมการณ์ด้านการเมืองตั้งแต่ยุคแรก ๆ ซึ่งเนื้อหาจะขึ้นอยู่กับตัวผู้สร้างและยุคสมัยของสังคม เช่น ภาพยนตร์เรื่อง “พระเจ้าช้างเผือก” ของนายปรีดี พนมยงค์ ที่เน้นอุดมการณ์การรักสงบ ภาพยนตร์เรื่อง “เลือดทหารไทย” ของจอมพล ป. พิบูลย์สงคราม ที่เน้นเรื่องชาตินิยมและความรักชาติ ฯลฯ

ภาพยนตร์นอกกระแสเป็นภาพยนตร์ที่มุ่งเน้นความเป็นศิลปะ ดังนั้น มิติเชิงเทคนิคและศิลปะภาพยนตร์ที่ใช้จึงเป็นส่วนสำคัญ แม้แต่มิติด้านผู้ชม เพราะภาพยนตร์นอกกระแสดึงดูดบุคคลเฉพาะกลุ่มที่ต้องการหลีกเลี่ยงภาพยนตร์กระแสหลัก และอีกมิติหนึ่งที่ภาพยนตร์นอกกระแสมักจะนำเสนอ คือ มิติด้านความสัมพันธ์เชิงสังคมและวัฒนธรรมผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวเนื้อหา เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการนำเสนออุดมการณ์ต่าง ๆ ในลักษณะการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส มิติเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อดึงดูดใจให้ชมภาพยนตร์นอกกระแส

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส

2.2.1 นิยามของภาพยนตร์นอกกระแส

ขจิตขวัญ กิจวิศาละ (2546) แบ่งนิยามของภาพยนตร์นอกกระแสตามกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. นิยามตามประวัติศาสตร์การก่อกำเนิดภาพยนตร์นอกกระแสในสหรัฐอเมริกา โดยให้ความหมายของภาพยนตร์นอกกระแส หมายถึง ภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้นจากบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์อิสระที่อยู่นอกเหนือจากบริษัทใหญ่ที่ครอบครองอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอเมริกา เป็นภาพยนตร์ที่มีเงินลงทุนต่ำ และไม่ได้สร้างในสตูดิโอขนาดใหญ่ หรือแม้แต่มิมีตารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมแสดงด้วย

2. นิยามตามคุณลักษณะของภาพยนตร์ โดยให้ความหมายว่าเป็นภาพยนตร์ที่สร้างจากผู้สร้างที่มีความเป็นอิสระจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์กระแสหลัก ภาพยนตร์เหล่านี้โดยปกติเป็นภาพยนตร์แนวอวองการ์ด (Avant-Garde Film) ภาพยนตร์ทดลอง (Experimental Film) และ

ภาพยนตร์เชิงศิลปะ (Art Cinema) และหากไม่ใช่ภาพยนตร์แนวทดลองก็เป็นภาพยนตร์ที่ให้ทางเลือกจากอุดมการณ์หลัก ภาพยนตร์เหล่านี้สร้างด้วยทุนสร้างที่ต่ำ มาจากเงินทุนส่วนบุคคลหรือได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

นิยามของภาพยนตร์นอกกระแสข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าภาพยนตร์นอกกระแสหมายถึง ภาพยนตร์ที่มีความเป็นอิสระจากภาพยนตร์กระแสหลัก คือ ไม่ได้ถูกสร้างโดยบริษัทใหญ่ที่ครอบครองอุตสาหกรรมภาพยนตร์หลัก ไม่ได้สร้างในสตูดิโอขนาดใหญ่ ไม่มีดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมแสดง มักใช้ทุนสร้างที่ต่ำ และเป็นภาพยนตร์แนวอาวองการ์ด แนวทดลอง และแนวศิลปะ

2.2.2 ประวัติของภาพยนตร์นอกกระแส

ขจิตขวัญ กิจวิศาละ (2546) สรุปการถือกำเนิดของภาพยนตร์นอกกระแสเป็น 3 ประเภทสำคัญ ดังนี้

1. ภาพยนตร์นอกกระแสในฐานะของการต่อสู้ต่อการผูกขาดในระบบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ลักษณะการเกิดของภาพยนตร์นอกกระแสประเภทนี้ปรากฏขึ้นใน 3 ช่วงเวลา ดังนี้

1) ภาพยนตร์นอกกระแสเกิดขึ้นครั้งแรกพร้อมกับภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1984 ช่วงเวลาดังกล่าว โทมัส เอ็ดดิสัน นักวิทยาศาสตร์ที่มีชื่อเสียงได้จดสิทธิบัตรผลงานของเขาที่เป็นเทคโนโลยีด้านกล้องและการฉายภาพยนตร์ และจัดตั้งบริษัท Motion Picture Patents Company (MPPC) ซึ่งทำให้มีเพียงบริษัทที่ทำสัญญากับ MPPC เท่านั้นที่สามารถใช้เทคโนโลยีถ่ายภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกาได้ เหตุการณ์นี้ทำให้เกิดผู้สร้างและผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่ไม่ได้จ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้กับ MPPC ซึ่งถูกเรียกว่า Independents ผู้สร้างอิสระเหล่านี้พยายามใช้กลไกจากนักประดิษฐ์รายอื่น ๆ ในเวลาต่อมา ผู้สร้างอิสระเหล่านี้ได้ขยายกิจการกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ในฮอลลีวูดจนกระทั่งปัจจุบัน ได้แก่ Warner Bros., Loew's MGM, Universal และ United Artist

อย่างไรก็ตาม ในปี ค.ศ. 1912 ศาลตัดสินให้บริษัท MPPC มีความผิดฐานละเมิดกฎหมายแอนตี้ทรัสต์ (Anti-Trust) อันเกิดจากการรวมตัวกันของบริษัทเพื่อผูกตลาดมวลชน ทำให้บริษัท MPPC สลายตัวไปในที่สุด

2) ในปี ค.ศ. 1919 นักแสดง 3 คน คือ Mary Pickfor, Douglas Fairbanks และ Charles Chaplin ร่วมกับผู้กำกับระดับแนวหน้าในวงการภาพยนตร์ขณะนั้น คือ D.W. Griffith ซึ่งอยู่ในระบบสตูดิโอของฮอลลีวูด ได้ก่อตั้งบริษัท United Artist ขึ้นเพื่อเป็นบริษัทที่จัดจำหน่ายผลงานภาพยนตร์จากผู้สร้างอิสระทั้ง 4 โดยมีวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งเพื่อที่จะหลุดพ้นจากระบบสตูดิโอ และมีอำนาจในการควบคุมด้านโปรดักชั่นและผลกำไรของภาพยนตร์ การก่อตั้ง United

Artist ถือเป็นการกลับมาของภาพยนตร์อิสระอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งนับเป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญกับอิสระแก่ผู้สร้างและนักแสดงในการสร้างสรรค์ผลงาน

3) การเกิดของภาพยนตร์เกรดบี เป็นภาพยนตร์ที่ไม่ให้ความสำคัญหรือให้ความสำคัญน้อยต่อคุณภาพของภาพยนตร์ และมุ่งไปที่ผลกำไร ภาพยนตร์ที่เข้าข่ายลักษณะดังกล่าวนั้นกลายเป็นช่องทางสำหรับสตูดิโอขนาดเล็กที่มีงบประมาณการดำเนินงานต่ำ แบ่งได้เป็น 2 ช่วงดังนี้

(1) ช่วงทศวรรษที่ 1930 - 1940 โดยในช่วงต้นทศวรรษที่ 1930 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำไปทั่วโลก ทำให้ผู้สร้างภาพยนตร์ต้องพยายามดึงดูดใจโดยการฉายภาพยนตร์ 2 เรื่องควบเพื่อกระตุ้นให้คนออกมาชมภาพยนตร์ โดยจะเป็นภาพยนตร์ทั่วไปฉายคู่กับภาพยนตร์เกรดบีที่ส่วนใหญ่สร้างจากสตูดิโอเล็ก ๆ จึงนับเป็นการเกิดขึ้นของบริษัทอิสระที่นอกเหนือไปจากระบบสตูดิโอของฮอลลีวูด ต่อมาในช่วงปลายทศวรรษที่ 1930 จนถึงทศวรรษที่ 1940 ภาพยนตร์เกรดบีดังกล่าวเริ่มเป็นที่สนใจ เนื่องจากภาพยนตร์เกรดบีเหล่านี้เสนอเรื่องราวที่เป็นประเด็นน่าสนใจของสาธารณชนในช่วงเวลานั้น เช่น การติดยา การค้าประเวณี พฤติกรรมทางเพศ การให้กำเนิดเด็ก ฯลฯ

(2) ช่วงทศวรรษที่ 1950 - 1960 โทรทัศน์เริ่มมีบทบาทในการให้ความบันเทิงแก่คนทั่วไปแทนภาพยนตร์ ดังนั้นจึงมีการผลิตภาพยนตร์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ คือวัยรุ่น จึงมักจะมีเนื้อหาภาพยนตร์เกี่ยวกับชีวิตวัยรุ่น

2. ภาพยนตร์นอกกระแสในฐานะการเป็นตัวแทนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ในทศวรรษที่ 1930 ปรากฏกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์นอกกระแสที่สร้างภาพยนตร์เพื่อชมกันเองในเชื้อชาติของตน เช่น เชื้อชาติแอฟริกันอเมริกัน ยิว ฯลฯ การสร้างภาพยนตร์เพื่อชมกันเองเฉพาะในกลุ่มชนเชื้อชาติเดียวกันนี้กลายเป็นวัฒนธรรมกลุ่มย่อยในที่สุด

3. ภาพยนตร์อิสระในลักษณะการแสดงออกถึงทางเลือกในแง่มุมมองของศิลปะ เป็นการพยายามทดลองสร้างภาพยนตร์ที่แตกต่างและหลากหลายไปจากภาพยนตร์ที่มีอยู่ทั่วไป โดยไม่ใช้การเล่าเรื่องแบบเดิม ๆ และเป็นการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของผู้สร้างโดยมิได้มุ่งหวังผลทางการค้า ซึ่งผู้สร้างภาพยนตร์กลุ่มนี้มีแนวความคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออกถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

จากประวัติของภาพยนตร์นอกกระแสดังกล่าว ภาพยนตร์นอกกระแสเกิดขึ้นมาจากการต่อสู้การผูกขาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ การเป็นตัวแทนกลุ่มวัฒนธรรมย่อย และการแสดงออกทางศิลปะ

2.2.3 ลักษณะของภาพยนตร์ไทยนอกกระแส

ลักษณะเด่นของภาพยนตร์ไทยนอกกระแสที่ประสบความสำเร็จได้รับรางวัลเกียรติยศในเทศกาลภาพยนตร์ระดับโลกระหว่างปี พ.ศ. 2543 - 2555 จำนวน 10 เรื่อง ได้แก่ ดอก

ฟ้าในมือมาร (2543) สุดเสน่หา (2545) สัตว์ประหลาด (2547) แสงศตวรรษ (2549) ลุงบุญมีระลึกชาติ (2553) Wonderful Town (2550) เจ้านกกระจอก (2552) สวรรค์บ้านนา (2552) แต่เพียงผู้เดียว (2554) และ 36 (2555) จากผู้กำกับภาพยนตร์ 6 คน คือ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, อาทิตย์ อัสสรณ์, อโนชา สุวิชากรพงศ์, อรุพงศ์ รักษาสัตย์, คงเดช จาตุรันต์รัศมี และนพพล อารังรัตนฤทธิ

ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวมีความคล้ายกันในแง่เนื้อหาและวิธีการเล่าเรื่อง สะท้อนลักษณะของสังคมและวัฒนธรรมความเป็นไทยไปยังเวทีโลกในระดับสากล ในประเทศไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสที่นำโดยผลงานของอภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล และอีกหลายเรื่องได้สร้างชื่อเสียงให้ประเทศด้วยการชนะรางวัลจากเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในหลายประเทศ ได้แสดงถึงการยอมรับในเนื้อหาที่น่าสนใจ รวมไปถึงรูปแบบ ชื่นเชิงลีลา และความสามารถของผู้กำกับภาพยนตร์ไทยว่าสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่โดดเด่นเป็นสากลได้

ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสประสบความสำเร็จได้รับรางวัลเกียรติยศหรือรางวัลสำคัญ ๆ ในเทศกาลภาพยนตร์โลกมากขึ้น ล้วนมีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ สะท้อนลักษณะของสังคมและวัฒนธรรมความเป็นไทย จึงทำให้ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสเป็นที่สนใจมากยิ่งขึ้น

2.2.4 การจัดฉายภาพยนตร์นอกกระแสในประเทศไทย

ประวิณัย บ่ายคล้อย (2545) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์นอกกระแส โดยได้อธิบายถึงการฉายภาพยนตร์นอกกระแสในประเทศไทยไว้ว่ามีจุดเริ่มต้นจากการจัดฉายตามสถาบันวัฒนธรรม ต่อมาได้มีการขยายไปสู่โรงภาพยนตร์ทั่วไป สามารถแบ่งพัฒนาการการจัดฉายภาพยนตร์นอกกระแสได้เป็น 4 ช่วง คือ

1. ยุคภาพยนตร์นอกกระแสในสถาบันวัฒนธรรม เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมของแต่ละชาติ ได้แก่ สมาคมฝรั่งเศส สถาบันเกอเธ่ สำนักข่าวสารอเมริกัน กรุงเทพฯ มูลนิธิญี่ปุ่น โดยมีการจัดฉายเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดเทศกาลภาพยนตร์เป็นระยะทั้งในสถาบันและโรงภาพยนตร์นอกสถาบัน

2. ยุคภาพยนตร์นอกกระแสขยายตัวสู่โรงภาพยนตร์ทั่วไป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เริ่มมีการขยายตัวของโรงภาพยนตร์นอกกระแส โดยมีการจัดเทศกาลภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ทั่วไป ส่งผลให้ผู้ชมภาพยนตร์ไม่ถูกจำกัดอีกต่อไป นอกจากนี้ยังเกิดหน่วยงานที่จัดฉายภาพยนตร์นอกกระแสขึ้นอีกหลายกลุ่ม ได้แก่ เครือสหมงคลฟิล์ม ได้ริเริ่มโครงการอาร์ตเฮาส์ที่โรงภาพยนตร์ฮอลลีวูด สตริท โดยจัดฉายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 และโรงภาพยนตร์เมอริคิงส์ ปิ่นเกล้า แต่โครงการดังกล่าวไม่ได้รับความสนใจ จึงปิดโครงการไปในปี พ.ศ. 2539

3. ยุคภาพยนตร์นอกกระแส มีการจัดเทศกาลภาพยนตร์ตามวาระต่าง ๆ เริ่มมีการจัดมหกรรมภาพยนตร์เอเชีย-แปซิฟิก (Asia Pacific Film Festival) โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถือเป็นจุดเปลี่ยนที่มีการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางในรูปแบบที่

สถาบันวัฒนธรรมและหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกับโรงภาพยนตร์ร่วมกันจัดฉายภาพยนตร์หลากหลายแนวจากประเทศต่าง ๆ โดยในปี พ.ศ. 2545 มีการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ที่เริ่มมีทิศทางเป็นความร่วมมือกันจัดงานระหว่างสถาบันวัฒนธรรม สถาบันการศึกษา และโรงภาพยนตร์ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้จัดงาน หวังใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อในการดึงคนมาเที่ยว ภาพยนตร์จัดฉายมากกว่า 100 เรื่อง รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เช่น เปิดอบรม Digital Cinema Workshop และ Film Financing Workshop ฯลฯ ให้กับบุคคลที่สนใจ

4. ยุคภาพยนตร์นอกกระแสที่อยู่ในรูปแบบวิดีโอ วีซีดี และดีวีดี ซึ่งมีร้านที่ให้บริการเช่าและซื้อภาพยนตร์ที่ไม่มีฉายตามโรงภาพยนตร์ทั่วไป หรือเป็นภาพยนตร์หายาก

การจัดฉายภาพยนตร์นอกกระแสในประเทศไทยดังกล่าวพบว่า มีช่องทางเพิ่มมากขึ้น ช่องทางเหล่านี้เปิดพื้นที่ในการพูดคุยให้เห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีการเชื่อมโยงภาพยนตร์นอกกระแสในเชิงพาณิชย์มากขึ้นผ่านสื่อดังกล่าว เช่น ผู้กำกับและนักโปรโมทภาพยนตร์ อาทิ เตือนวพล หรือเพจรีวหนังต่าง ๆ ได้แนะนำภาพยนตร์นอกกระแสว่ามีการจัดฉายภาพยนตร์ที่ใด อันเป็นช่องทางหนึ่งที่น่าเสนอแหล่งที่จัดฉายภาพยนตร์นอกกระแส

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.3.1 แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

รัตนาวดี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542, น. 192 - 193) อธิบายลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อกลางอินเทอร์เน็ตว่าประกอบด้วยองค์ประกอบการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) มีเนื้อหา ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร คือ ผู้ใช้งานที่สามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ เพราะด้วยลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีปฏิภพในการสื่อสารได้ทันที (Interactive) ผู้ส่งสารมีลักษณะไม่เป็นการ และไม่ต้องมีพิธีรีตองในการสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารจากที่ส่วนตัว (Private Space) ไปยังสาธารณะ (Public Space) ผู้ส่งสารอาจเป็นผู้มีอาชีพในการสื่อสารมวลชนหรือไม่ได้เป็นก็ได้ ผู้ส่งสารจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่น่าเสนอหรือไม่ได้เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นก็ได้ เพราะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ไม่ปรากฏเฉพาะเจาะจงว่าใครเป็นผู้ส่งสาร ถือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ผู้ส่งสารยึดติดกับสิ่งที่น่าเสนอ มโนคติ (Bias) ต่อเรื่องที่น่าเสนอ ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีอำนาจเท่าเทียมกันอันเป็นลักษณะของการสื่อสารแบบแนวนอน (Horizontal Communication) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้อย่างเสรี

2. สาร คือ เนื้อหาที่เกิดขึ้นในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ มีลักษณะแยกย่อย (Demassified) ตามความสนใจของผู้ใช้งาน สารที่เกิดขึ้นไม่จำกัดแหล่งข้อมูล (Hyper

Text) และมาจากหลาย ๆ ทาง ไม่จำเป็นต้องมาจากผู้มีอาชีพเป็นสื่อมวลชนอย่างเดียว เนื้อหาสารที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจแต่เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดหรือปิดรับเนื้อหาที่ต้องการหรือไม่ต้องการก็ได้ เนื้อหาที่เกิดขึ้นเน้นความสนใจเฉพาะกลุ่ม และมีลักษณะไม่เป็นทางการ เป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้งาน สารที่เกิดขึ้นจึงตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม

3. ช่องทาง การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine Interactivity) โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลา ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดรับสารในเวลาและสถานที่ใดก็ได้ นอกจากนี้ ผู้ใช้งานมีกิจกรรมเคลื่อนไหวในการรับสารที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เช่น การเข้าไปตั้งกระทู้หรือการเข้าไปแสดงความคิดเห็น ฯลฯ ผู้ใช้งานไม่เห็นหน้าที่ซึ่งกันและกัน แต่ก็สามารถติดต่อกันได้ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์

4. ผู้รับสาร มีลักษณะเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกัน ผู้ใช้งานสามารถรวมกลุ่มกันถึงแม้ว่าจะไม่เห็นหน้าซึ่งกันและกัน แต่ก็ทำความรู้จักกันได้ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ มีเอกลักษณ์ มีวัตถุประสงค์ มีกิจกรรมประจำกลุ่มและเลือกที่จะกลับเข้ามาในกลุ่มหรือไม่กลับเข้ามาก็ได้ ผู้ใช้งานในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ยังมีลักษณะกระตือรือร้น (Active) แสวงหาข่าวสารตามความสนใจ ทำให้คาดการณ์ปฏิกิริยาได้ตอบที่แน่นอนไม่ได้และเป็นปฏิกิริยาตอบกลับที่เกิดขึ้นโดยทันที

แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ดังกล่าว ผู้วิจัยสนใจศึกษาเฟซบุ๊กเพจซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ มีลักษณะการสื่อสารแบบโต้ตอบซึ่งกันและกัน (Interactive) โดยมุ่งเน้นผู้ส่งสารและสาร เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นกลยุทธ์การโปรโมทของเพจ ดังนั้น การนำเสนอสารของผู้ส่งสารจึงทำให้เห็นกลยุทธ์ที่เพจใช้ในการโปรโมทเพื่อให้คนเข้ามาชมภาพยนตร์นอกกระแส

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์

ออสติน (Austin, 1989) ระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ได้แก่

1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and Publicity) จากการสำรวจสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ พบว่าภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์ โฆษณาในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ไปสเตอร์ สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ติดภายในหรือภายนอกโรงภาพยนตร์ บิลบอร์ด ฯลฯ เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ (The Public Appraise Movies, 1957)

2. บทวิจารณ์ (Review) ออสติน (Austin, 1989) กล่าวว่า บทวิจารณ์ภาพยนตร์มีความสำคัญ 3 ประการ คือ 1) สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์ 2) ให้ข้อมูลที่หลากหลาย และ 3) ประเมินหรือแนะนำภาพยนตร์เรื่องนั้น

3. อิทธิพลจากบุคคลอื่น (Personal Influence) หมายถึง คำแนะนำจากบุคคลอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ โดยคัทซ์และเลเซอร์เฟลด์ (Katz & Lazarsfeld) ศึกษาถึงอิทธิพลของบุคคลอื่นต่อบทบาทการเป็นผู้นำความคิดต่อการชมภาพยนตร์ พบว่าผู้นำความคิดเป็นบุคคลที่เราติดต่อพูดคุยด้วยทุกวัน เป็นผู้มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเรา สำหรับบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดในการชมภาพยนตร์นั้นไม่ได้เป็นผู้ที่ต้องไปชมภาพยนตร์มากกว่าคนอื่น ๆ แต่เป็นบุคคลที่สนใจเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์มากกว่าคนอื่น ๆ และเป็นผู้ที่คอยติดตามกิจกรรมและหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์จากหนังสือพิมพ์และนิตยสารอยู่เสมอ

4. เนื้อเรื่องและประเภทของภาพยนตร์ (Story and Type) ออสติน (Austin, 1989) ระบุว่าโครงเรื่องและประเภทของภาพยนตร์มีส่วนหนึ่งต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ แม้จะยังไม่มีการวิจัยที่แน่ชัดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความชอบโครงเรื่องและประเภทของภาพยนตร์กับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ก็ตาม เนื่องจากผู้สนใจชมภาพยนตร์จะทราบข้อมูลโครงเรื่องและประเภทของภาพยนตร์จากโฆษณาหรือบทวิจารณ์ แล้วจึงนำไปตัดสินใจว่าจะชมภาพยนตร์เรื่องนั้นหรือไม่

5. การผลิต (Production Elements) ออสติน (Austin, 1989) จัดประเภทเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้อยู่เบื้องหลังการถ่ายทำ (Offscreen Production Personnel) อาทิ ผู้ตัดต่อภาพยนตร์ ผู้ถ่ายภาพ ผู้ออกแบบเสื้อผ้า รวมทั้งผู้ผลิต ผู้อำนวยการผลิต และผู้เขียนบท 2) ผู้อยู่เบื้องหน้า (Onscreen Production Personnel) คือ นักแสดง และ 3) ส่วนประกอบของการผลิตภาพยนตร์ (Production Value) เช่น ดนตรีประกอบภาพยนตร์ การจัดแสงและเทคนิคพิเศษ ฯลฯ สำหรับผู้อำนวยการผลิต (Director) นั้น หนังสือ *The Film Director as Superstar* กล่าวว่าผู้ชมภาพยนตร์ที่มีอายุ 16 - 25 ปี เกินครึ่งหนึ่งจะทราบว่าผู้อำนวยการผลิตภาพยนตร์เรื่องที่เขาไปชมนั้นคือใคร และมีผลงานอย่างไร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์เหล่านี้จะเป็นแนวทางวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการชมภาพยนตร์นอกกระแสว่าประกอบด้วยปัจจัยใดบ้าง และปัจจัยดังกล่าวเหมือนหรือแตกต่างจากการชมภาพยนตร์ในกระแสอย่างไร

สำหรับการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ทั่วไป แบชมานน์ (Bachmann, 1997) สรุปพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ว่าผู้ชมเป็นผู้เลือกภาพยนตร์ที่ต้องการชมเอง ทั้งที่ปัจจุบันมีเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกให้สามารถชมภาพยนตร์จากที่บ้านได้ เพราะภาพยนตร์บางเรื่องมีอิทธิพลสาธารณะ (Public Pull) ให้เราต้องไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ และสิ่งที่เกิดขึ้นจากการไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ คือ “ประสบการณ์ที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์” (Cinematic Experience) ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์เท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบว่าคนไปชมภาพยนตร์เพราะความต้องการทางสังคม (Social Experience) เพราะคนต้องการมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และได้รับการยอมรับจากสังคม ถือเป็นค่านิยมของคนอเมริกันในปัจจุบัน สิ่งสำคัญและน่าสนใจ คือ ผู้ชมจะเลือกชมภาพยนตร์บนพื้นฐานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ได้เลือกจากพื้นฐานของภาพยนตร์ กล่าวคือ ภาพยนตร์ที่แตกต่างกันในแต่ละเรื่องไม่ได้มีความสำคัญต่อการเลือกชมภาพยนตร์มากไปกว่าความต้องการชมภาพยนตร์ เนื่องจากจุดมุ่งหมายสำคัญของการไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ คือ การที่ผู้ชมไปรับประสบการณ์ทางสังคม บรรยากาศในการชมภาพยนตร์ และการมีส่วนร่วมทางสังคม นอกจากนั้นยังมีเหตุผลที่ผู้ชมไปชมภาพยนตร์เพียงเพราะต้องการไปดูเทคนิคพิเศษของโรงภาพยนตร์ เช่น โรงภาพยนตร์ IMAX ที่เป็นโรงภาพยนตร์เน้นเทคนิคพิเศษ และมีราคาบัตรชมภาพยนตร์ค่อนข้างแพง แต่ผู้ชมภาพยนตร์ก็ยังยินดีที่จะไปชม โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับภาพยนตร์เรื่องที่ฉายมากไปกว่าเทคนิคที่น่าสนใจในโรงภาพยนตร์ แบบชมานน์ (Bachmann, 1997) จึงสรุปว่าคนไปชมภาพยนตร์เพราะต้องการประสบการณ์และบรรยากาศในการชม แล้วจึงค่อยให้ความสำคัญกับเรื่องที่ต้องการชม

พฤติกรรมชมภาพยนตร์ดังที่กล่าวมานี้เป็นพฤติกรรมของผู้ชมทั่วไปที่ต้องการบรรยากาศของโรงภาพยนตร์ เห็นได้จากการแข่งขันด้านเทคโนโลยี ระบบเสียง ความสะดวกสบาย และบรรยากาศของโรงภาพยนตร์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน ขณะที่ภาพยนตร์นอกกระแสเป็นภาพยนตร์ที่มีการฉายอยู่ในวงจำกัดและฉายในโรงภาพยนตร์ไม่กี่แห่ง ซึ่งเป็นโรงภาพยนตร์ที่ไม่ได้เน้นความทันสมัยหรือเทคโนโลยี แต่ก็มีผู้ชมที่เป็นคอภาพยนตร์นอกกระแสกลุ่มหนึ่งติดตามไปชมภาพยนตร์ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าผู้ชมกลุ่มนี้น่าจะชมภาพยนตร์โดยมุ่งที่ตัวเนื้อหาของภาพยนตร์มากกว่าบรรยากาศของการไปชมภาพยนตร์ ซึ่งการไปชมภาพยนตร์ถูกพิจารณาว่าเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมมากที่สุด มีผลต่อปรากฏการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมในสังคมร่วมสมัย

อย่างไรก็ตาม ออสติน (Austin, 1989) กล่าวว่า งานวิจัยในสหรัฐอเมริกาหลายงานสำรวจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์ของนักเรียนอเมริกันพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้อยู่เบื้องหลังการถ่ายทำ ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้อำนวยการผลิต และผู้เขียนบท มีผลอยู่ในขั้นต่ำที่สุดต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ขณะที่งานวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารของภาพยนตร์นอกกระแสยังมีจำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยพฤติกรรมของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเฉพาะ โดยระบุว่าสถานที่จัดฉายภาพยนตร์นอกกระแสถูกเรียกว่า “อาร์ตเฮาส์” เป็นสถานที่จัดฉายภาพยนตร์ของประเทศต่าง ๆ ภาพยนตร์คลาสสิกของฮอลลีวูด สารคดี รวมถึงภาพยนตร์นอกกระแสอื่น ๆ สำหรับผู้ชมเฉพาะกลุ่มทั้งนี้ แคล (Kael อ้างถึงใน Austin, 1989) ระบุว่ากลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ศิลปะเป็นกลุ่มผู้มีการศึกษาสูงและเป็นผู้ที่ชอบร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์ดังกล่าวทำให้เห็นว่าการตัดสินใจไปชมภาพยนตร์เช่นเดียวกับภาพยนตร์นอกกระแสเกิดขึ้นเนื่องจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ บทวิจารณ์ อิทธิพลจากบุคคลอื่น เนื้อเรื่องและประเภทของภาพยนตร์ และการผลิต ซึ่งการไปชมภาพยนตร์ของคนทั่วไปเกิดจากการสื่อสารของเจ้าของเพจว่ามีวิธีการสื่อสาร แม้แต่การถ่ายทอดประสบการณ์ทางสังคมที่เจ้าของเพจใช้เพื่อจูงใจให้ไปชมภาพยนตร์นอกกระแส

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์มีจุดเริ่มต้นจากเว็บ Classmates.com และเว็บ SixDegrees.com ซึ่งเป็นเว็บที่จำกัดการใช้งานเฉพาะนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเดียวกันเพื่อสร้างประวัติ ข้อมูลติดต่อสื่อสาร ส่งข้อความ และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนใจร่วมกันระหว่างเพื่อนในรายการ (List) เท่านั้น ต่อมาเว็บไซต์ Epinions.com เกิดขึ้นจากการพัฒนาของโจนาธาน บิชอป (Jonathan Bishop) โดยเพิ่มส่วนที่ผู้ใช้สามารถควบคุมเนื้อหาและติดต่อถึงกันได้ไม่เพียงจำกัดแค่เพื่อนในรายการเท่านั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งหลายที่กำเนิดต่อมา เช่น มาสเปซ (MySpace) กูเกิล (Google) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ฯลฯ

ด้วยระบบการให้บริการในระบบเปิด ทำให้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมอื่น ๆ เปิดตัวเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์เฉพาะกลุ่ม (Niche) ก่อนขยายออกไปยังกลุ่มผู้ใช้ในวงกว้าง เช่น กรณีของเฟซบุ๊กที่ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2004 เพื่อใช้เฉพาะในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) เท่านั้น (Cassidy, 2006 อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) ต่อมาในเดือนกันยายน ปี ค.ศ. 2005 เฟซบุ๊กได้ขยายกลุ่มผู้ใช้ออกไปยังคนกลุ่มต่าง ๆ จนในปัจจุบันเฟซบุ๊กมีอยู่ผู้ใช้งานสูงที่สุดในโลก

เครือข่ายสังคมออนไลน์มีการพัฒนาลักษณะหน้าที่ในหลายรูปแบบ ประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัวที่สามารถมองเห็นได้จากการเชื่อมต่อรายการของเพื่อนที่เป็นผู้ใช้งานระบบเดียวกัน โดยข้อมูลส่วนตัวจะแยกออกมาชัดเจน ทำให้บุคคลสามารถรอกข้อมูลสถานะของตนเองได้ และเมื่อเชื่อมโยงกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ละบุคคลจะถูกขอให้รอกข้อมูลที่ประกอบด้วยชุดคำถาม เช่น อายุ ที่อยู่ ความสนใจ และสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวตน ฯลฯ หลังจากการเข้าเป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์แล้ว ผู้ใช้สามารถระบุหรือแสดงความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่อยู่ในระบบเดียวกันโดยกำหนดชื่อที่แตกต่างกันไป เช่น คำว่า “Friends” “Contacts” หรือ “Fan” ซึ่งส่วนใหญ่กำหนดให้มีการยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างทั้ง 2 ฝ่าย แต่บางเครือข่ายก็ไม่ได้กำหนดให้มีการยืนยัน แต่กำหนดเป็นการยินยอมให้ติดตาม (Follow) นอกจากนี้ ในบางเครือข่ายยังมีการเปิดให้แบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ รวมถึง

การส่งข้อความต่าง ๆ หรือในบางเครือข่ายมีการสนับสนุนการเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ เช่น เฟซบุ๊ก มายสเปซ ฯลฯ

ในปัจจุบันยังไม่มีข้อมูลที่เชื่อถือได้เรื่องจำนวนผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งหมด แต่นักวิจัยทางการตลาดระบุว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังเติบโตและได้รับความนิยมทั่วโลก ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ลงทุนงบประมาณและเวลาในการสร้างสรรค์ ตลอดจนการโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้ นักวิจัยต่างให้ความสำคัญกับเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวบรวมวิธีการปฏิบัติ รูปแบบการศึกษาที่หลากหลาย และปัจจุบันมุ่งเน้นเรื่องการจัดการในการสร้างความประทับใจ (Impression Management) การแสดงความเป็นตัวตนของบุคคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประสิทธิภาพของความสัมพันธ์ (Friendship Performance) จากการศึกษาพบว่า คำว่า “เพื่อน” บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่เหมือนกับคำว่า “เพื่อน” ในความเข้าใจทั่วไป เนื่องจาก “เพื่อน” บนเครือข่ายสังคมออนไลน์จะมีบริบทในการทำให้อีกฝ่ายเกิดจินตนาการเพื่อเป็นแนวทางที่ทำให้เกิดพฤติกรรม ประเด็นโครงสร้างของเครือข่าย ประเด็นการเชื่อมต่อแบบออนไลน์ และออฟไลน์ของคนในสังคม และประเด็นความเป็นส่วนตัว (Privacy Issues) (Boyd & Heer, 2006)

2.4.1 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์

ภักษา จิตศรีณยุกุล (2553) ให้ความหมายว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) หมายถึง สังคมหรือการรวมตัวสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ (Community Online) มีลักษณะเป็นสังคมเสมือน (Virtual Community) สังคมเสมือนนี้เป็นการให้ผู้คนทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิด แบ่งปันประสบการณ์ ร่วมกัน และเชื่อมโยงกันไปมาในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านการสื่อสารกันอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เว็บไซต์ ไฮไฟว์ (Hi5) เฟซบุ๊ก มายสเปซ ยูทูบ (YouTube) ทวิตเตอร์ (Twitter) ฯลฯ

ภักธา เรืองสวัสดิ์ (2553) ให้ความหมายว่าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Site: SNS) คือ เว็บไซต์ที่ให้อุปกรณ์บุคคลได้กระทำการต่าง ๆ ดังนี้ 1) สร้างข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะภายในระบบที่มีขอบเขต 2) เชื่อมต่อรายการต่าง ๆ ของผู้ใช้ที่ยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลต่าง ๆ ที่ติดต่อสื่อสารกัน และ 3) สามารถเข้าชมและกีดขวางรายการเชื่อมของบุคคลอื่นภายในระบบได้ ธรรมชาติและการตั้งชื่อของการเชื่อมต่อเหล่านี้จะมีความหลากหลาย

สุธีรัตน์ ใจจันทร์ (2554) กล่าวว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง การที่บุคคลสามารถแลกเปลี่ยน แบ่งปันประสบการณ์ ข้อมูล หรือกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงมีการโต้ตอบระหว่างผู้คน โดยในแต่ละเว็บไซต์อาจมีการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป

พิมพ์สุรีย์ พงษ์เสือ (2555) กล่าวว่า คำว่า “โซเชียลเน็ตเวิร์ค” (Social Network) ยังไม่มีคำทางการในภาษาไทย แต่มีคำที่ใช้เรียกกันอย่างหลากหลาย เช่น เครือข่ายสังคม เครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายมิตรภาพ กลุ่มสังคมออนไลน์ ฯลฯ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ การมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มคนที่รวมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การรวมตัวกันของกลุ่มคนซึ่งมีโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมตามทฤษฎีเครือข่าย (Network Theory) ประกอบด้วยส่วนที่เป็นจุด (Node) เปรียบเสมือนคน ๆ หนึ่งในระบบเครือข่ายที่อาจจะมีลักษณะความสัมพันธ์หลายรูปแบบกับคนอื่น ลักษณะความสัมพันธ์ในเครือข่ายออนไลน์จะเรียกว่าโซเชียลคอนแทค (Social Contact)

ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง สังคมเสมือนรูปแบบหนึ่งที่ปัจเจกบุคคลสามารถเชื่อมโยงถึงหรือสื่อสารกันผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งการเชื่อมโยงนั้นมีการแบ่งปันผลประโยชน์ ประสพการณ์ ความคิด กิจกรรมต่าง ๆ รูปภาพ วิดีโอ ฯลฯ

2.4.2 ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

การแบ่งประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างชัดเจนนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากแต่ละเว็บไซต์คิดค้นและพัฒนาขึ้นมาเพื่อเอาใจผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง และมีจุดเด่นที่ต่างกันไปเพื่อเป็นจุดขายของเว็บไซต์ ทั้งนี้ กันยารัตน์ สมเกตู (2553) นำเสนอการแบ่งประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ดังนี้

1. เผยแพร่ตัวตน (Identity Network) ใช้สำหรับนำเสนอตัวตน และเผยแพร่เรื่องราวของตนเองทางอินเทอร์เน็ต สามารถสร้างอัลบั้มรูปของตนเอง สร้างกลุ่มเพื่อน และสร้างเครือข่ายขึ้นมา ได้แก่ ไฮไฟว์ เฟซบุ๊ก มายสเปซ และทวิตเตอร์
2. เผยแพร่ผลงาน (Creative Network) นำเสนอผลงานของตนเองในรูปแบบของวิดีโอ ภาพ หรือเสียงเพลง ได้แก่ ยูทูบ มัลติพลาย (Multiply) ฟลิค (Flickr) และไอมีม (Imeem)
3. ความสนใจตรงกัน (Interested Network) เป็นสังคมของกลุ่มคนที่สนใจเหมือนกัน เช่น Del.icio.us เป็นออนไลน์บุ๊กมาร์คกิ้งหรือโซเชียลบุ๊กมาร์คกิ้ง (Online or Social Bookmarking) โดยบุ๊กมาร์ค (Bookmark) เว็บไซต์ที่สนใจไว้บนอินเทอร์เน็ตและแบ่งปันให้ผู้อื่นดูได้ อีกทั้งยังบอกความนิยมของเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้โดยดูจากจำนวนตัวเลขที่เว็บไซต์นั้น ๆ ถูกบุ๊กมาร์คเอาไว้จากสมาชิกคนอื่น ๆ
4. ร่วมกันทำงาน (Collaboration Network) เป็นการร่วมกันพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software) หรือส่วนต่าง ๆ ของซอฟต์แวร์ เช่น วิกีพีเดีย (Wikipedia) เป็นสารานุกรมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่รวบรวมความรู้ ข่าวสาร และเหตุการณ์ต่าง ๆ ไว้มากมาย หรือปัจจุบันเราสามารถใช้กูเกิ้ลแมพ (Google Maps) สร้างแผนที่ของตัวเอง หรือจะแบ่งปันแผนที่ให้คนอื่นได้ใช้ด้วย จึงทำให้มีสถานที่

สำคัญหรือสถานที่ต่าง ๆ ถูกปิดกั้นเอาไว้ พร้อมกับข้อมูลของสถานที่นั้น ๆ ไว้แสดงผลจากการค้นหา ฯลฯ

5. โลกเสมือน (Gaming/Virtual Reality) ตัวอย่างโลกเสมือน เช่น เกมออนไลน์ เซคคอนด์ไลฟ์ (Secondlife) เป็นโลกเสมือนจริง สามารถสร้างตัวละครโดยสมมติให้เป็นตัวเราและใช้ชีวิตอยู่ในเกมส์ อาศัยอยู่ในชุมชนเสมือน (Virtual Community) สามารถซื้อขายที่ดิน และหารายได้จากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้

6. Peer to Peer (P2P) เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างไคลเอนท์ (Client) (เครื่องผู้ใช้ เครื่องลูกข่าย) กับไคลเอนท์ (Client) โดยตรง โปรแกรมสกายป์ (Skype) จึงได้นำหลักการนี้มาใช้เป็นโปรแกรมสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ต และมีบิททัวเรนต์ (BitTorrent) เกิดขึ้น เป็นเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดการแบ่งไฟล์ต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว แต่ก่อให้เกิดปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรม (Critical Analysis) มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลยุทธการสื่อสารที่ปรากฏในเฟซบุ๊กเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส

2.5.1 ความหมายของวาทกรรม

“วาทกรรม” แปลมาจากคำว่า “Discourse” โดยมีนักวิชาการให้ความหมายไว้มากมายหลายระดับและหลายมุมมอง ทั้งนี้ คูก (Cook, 1992) ให้นิยามคำว่าวาทกรรม หมายถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบทกับบริบท (Text & Context) ในลักษณะที่ผู้ร่วมการสื่อสารรับรู้ความหมาย ดังนั้น จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์วาทกรรม คือ การอธิบายหรือพรรณนาปรากฏการณ์ที่ต้องศึกษาโดยทั่วไปและสิ่งสำคัญที่อยู่ในปรากฏการณ์เหล่านั้นด้วย นอกจากนี้ยังกล่าวถึงการวิเคราะห์วาทกรรมไม่ได้เกี่ยวข้องกับภาษาเพียงอย่างเดียว แต่ยังวิเคราะห์ไปถึงบริบทของการสื่อสาร (The Context of Communication) ว่าใครกำลังติดต่อกับใคร ทำไม และอยู่ในสถานการณ์และสังคมรูปแบบใด ผ่านสื่อประเภทใด และการพัฒนาการติดต่อสื่อสารนั้นแตกต่างกันในรูปแบบและการกระทำอย่างไร รวมถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อกันและกันด้วย

สำหรับแนวคิดเรื่องวาทกรรม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ตามแนวคิดของแฟร์คลอจ (Fairclough, 1995) เนื่องจากเป็นแนวทางการศึกษาภาษาในฐานะองค์ประกอบของวาทกรรม โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์บทบาทของวาทกรรมในการสื่ออุดมการณ์ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม

2.5.2 การวิเคราะห์วาทกรรม

การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. วิเคราะห์สภาพการณ์ในการสื่อสาร (Analysis of Communicative Events) เป็นการวิเคราะห์ภาคตัดขวางเพื่อศึกษาคุณสมบัติของวาทกรรม โดยพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ

1) ตัวบท (Text) คือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ทั้งที่เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา พยางค์ คำ ประโยค รวมทั้งรูปแบบวาทกรรมที่เรียงร้อยเข้าด้วยกัน โดยวิเคราะห์ 3 ประเด็นหลัก คือ

(1) วาทกรรมนำเสนออะไรสู่สภาพสังคม (คตินิยม) และเกิดผลอย่างไร การนำเสนอในที่นี้ คือ การนำเสนอเกี่ยวกับความคิด ระบบความรู้ ความเชื่อให้กับสังคม ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นสภาพความเป็นจริงของสังคมในขณะนั้น และยังวิเคราะห์ด้วยการนำเสนอตั้งกล่าว ก่อให้เกิดผลต่อสังคมอย่างไร และทำไมจึงเลือกนำเสนอประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อจะได้เข้าใจตัวบทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตัวบทและบริบทต่างมีความสัมพันธ์กัน สิ่งที่ตัวบทนำเสนอย่อมส่งผลกระทบต่อบริบทด้วย

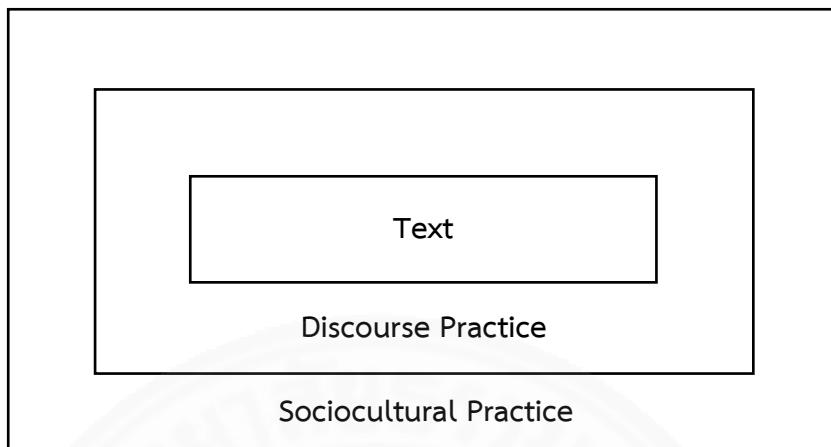
(2) วาทกรรมสร้างลักษณะเฉพาะหรืออัตลักษณ์อะไรให้สังคม ทั้งนี้ เพื่อศึกษาว่าตัวบทหรือภาษาสามารถสร้างลักษณะเฉพาะอะไรผ่านสื่อ เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของตัวบทที่มีต่อบริบททางสังคม เช่น สถานภาพ บทบาท ฯลฯ

(3) เนื้อหาของวาทกรรมแสดงถึงความสัมพันธ์ใด โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างวาทกรรมกับผู้รับวาทกรรม และความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสถาบันสังคม ความสัมพันธ์ที่แฝงในตัวเนื้อหาสามารถบ่งบอกได้ว่าวาทกรรมนั้น ๆ มีอิทธิพลอย่างไรกับสังคม ถ้าหากเนื้อหาของวาทกรรมแสดงถึงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด โอกาสที่ผู้รับสารจะเกิดปฏิสัมพันธ์กับตัวบท และมีผลมายังผู้ส่งสารก็เกิดได้ง่ายขึ้น

2. การปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) เป็นการวิเคราะห์กระบวนการสร้างตัวบท (Text Production) ว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร นำเอาบริบททางสังคม สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม มาสร้างเป็นวาทกรรมได้อย่างไร มีการถ่ายทอดออกมาได้อย่างไร และวิเคราะห์การบริโภคตัวบท (Text Consumption) รวมทั้งช่องทางการสื่อสาร ซึ่งวิเคราะห์ได้ 2 มุมมอง คือ สถานการณ์ในการสื่อสารมีผลต่อแบบแผนการใช้ภาษาอย่างไร และผลที่เกิดจากแบบแผนการใช้ภาษา ช่วยในการสร้างขอบเขต ความสัมพันธ์ และโครงสร้างอย่างไร

3. การปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice) เป็นการวิเคราะห์บริบทที่ส่งผลให้เกิดวาทกรรม เช่น ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม การเมือง ฯลฯ ในแง่ตัวบทที่เกิดขึ้นนั้นอยู่ในบริบทลักษณะใด

ปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าวสามารถอธิบายด้วยภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบมิติของวาทกรรม. จาก *Critical discourse analysis: The critical study of language* (p. 59) by Norman Fairclough, 1995, Boston: Addison-Wesley.

2. วิเคราะห์แบบแผนการใช้ภาษา (Analysis the Order of Discourse) เป็นการวิเคราะห์วาทกรรมภาคตามยาวเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของวาทกรรม สำหรับการวิเคราะห์แบบแผนการใช้ภาษานี้เป็นการวิเคราะห์ลักษณะและประเภทของวาทกรรมว่าอยู่ในลักษณะใด รูปแบบใด แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1) ความสัมพันธ์แบบตัวเลือก (Choice Relation) เป็นการวิเคราะห์ว่าเหตุใดสื่อถึงนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาในลักษณะดังกล่าว เพราะสื่อแต่ละประเภทต่างก็มีลักษณะต่างกัน เช่น การเสนอข่าว สารคดี ละคร เกมโชว์ ฯลฯ ต่างก็มีลักษณะการใช้ภาษาที่ต่างกัน มีการนำเสนอที่ไม่เหมือนกัน จึงต้องพิจารณาในประเด็นนี้ เพราะจะทำให้เข้าใจวาทกรรมมากยิ่งขึ้น

2) ความสัมพันธ์แบบโยงใย (Chain Relation) เป็นการวิเคราะห์ว่าสภาพการณ์ในการสื่อสารของสื่อมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในสื่ออย่างไร เกิดผลกระทบอย่างไร หรือวาทกรรมที่สร้างขึ้นมีความต่อเนื่องโยงใยซึ่งกันและกันในลักษณะใด หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เป็นการหาความสัมพันธ์ที่เกิดในวาทกรรม อาทิ สภาพการณ์ในสังคมมีผลก่อให้เกิดเหตุการณ์ในการสื่อสารอย่างไร

การนำแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อพิจารณามีกลยุทธ์การสื่อสารใดบ้าง มีกระบวนการในการสร้างวาทกรรมเรื่องภาพยนตร์นอกกระแสอย่างไร มีความสัมพันธ์กับบริบทต่าง ๆ อย่างไร ทั้งนี้ บริบทหนึ่งที่น่าสนใจ คือ ประเภทเฟซบุ๊กเพจที่

ต่างกันจะมีผลต่อเนื้อหาและรูปแบบวาทกรรมเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสหรือไม่ อย่างไร

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิมพลอย รัตนมาศ (2554) ศึกษาเรื่อง “นิสัยการเปิดรับสื่อ ความต้องการข่าวสารและพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้ชมภาพยนตร์นอกกระแส” โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ชมภาพยนตร์นอกกระแสจำนวน 20 คน ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยเข้าร่วมชมภาพยนตร์นอกกระแสในการฉายภาพยนตร์ ณ เทศกาลภาพยนตร์โลกแห่งกรุงเทพ โรงภาพยนตร์เฮาส์ รามา อาร์ชีเอ และโรงภาพยนตร์ลิโด้ เพื่อสังเกตพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ โดยแบ่งผู้ชมออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ชมที่ประกอบอาชีพหรือศึกษาในขณะที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ และกลุ่มผู้ชมที่ประกอบอาชีพหรือศึกษาในขณะที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

ผลการวิจัยพบว่าผู้ชมทั้งสองกลุ่มเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน ได้แก่ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฟ็อกเก็ตบุ๊ก และนิตยสาร การเปิดรับสื่อแตกต่างกันตามช่วงเวลาของกิจกรรมประจำวันและสภาพแวดล้อม มีความต้องการข่าวสารในด้านต่าง ๆ ที่เหมือนกัน ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับตัวภาพยนตร์ ข่าวสารเกี่ยวกับทีมผู้ผลิตภาพยนตร์ และข่าวสารเกี่ยวกับบทวิจารณ์ภาพยนตร์ นอกจากนี้ พฤติกรรมการชมภาพยนตร์จากเทศกาลภาพยนตร์และโรงภาพยนตร์มีลักษณะแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มผู้ชมที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์จะมีความถี่ในการรับชมภาพยนตร์นอกกระแสมากกว่า อีกทั้งยังชมภาพยนตร์ได้ทุกประเภท และมักชมภาพยนตร์เพียงคนเดียว ส่วนกลุ่มผู้ชมที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์มักชมภาพยนตร์เฉพาะแนวที่ตนเองชื่นชอบ และมักชมภาพยนตร์นอกกระแสพร้อมกับบุคคลอื่น และผู้ชมภาพยนตร์จากเทศกาลภาพยนตร์จะให้ความสำคัญกับรายชื่อผู้สนับสนุนและทีมงานภาพยนตร์มากกว่าผู้ชมจากโรงภาพยนตร์

เชมพัทธ์ พัทธวิชัย (2557) ศึกษาเรื่อง “ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสกับภาพสะท้อนปัญหาสังคมไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์แนวคิดประเด็นปัญหาสังคมและภาพมายาคติที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยนอกกระแส 2) ค้นหาแสวงหาแนวคิดและสไตล์ของผู้กำกับภาพยนตร์ไทยนอกกระแสอันนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ 3) ค้นหาแนวคิดอุดมการณ์ที่แท้จริงของผู้กำกับภาพยนตร์ในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสในปัจจุบัน และ 4) สร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์นอกกระแสจากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยเพื่อสะท้อนปัญหาสังคมไทย ซึ่งผู้วิจัยได้วางขอบเขตการศึกษาภาพยนตร์ไทยนอกกระแสที่ได้รับรางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - 2557 จำนวน 10 เรื่อง โดยการวิเคราะห์ผลงานด้วยทฤษฎีภาพยนตร์และการสัมภาษณ์ผู้กำกับภาพยนตร์จำนวน 5 ท่าน

ผลการวิจัยพบว่าแรงบันดาลใจจากการสร้างภาพยนตร์ไทยนอกกระแสมาจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้กำกับภาพยนตร์ที่มีส่วนเชื่อมโยงกับประเด็นปัญหาสังคม ซึ่งแฝงด้วยแนวคิดลัทธิมาร์กซิสต์ โดยใช้ทัศนคติส่วนตัวตีแผ่มายาคติของสังคมไทย สไตล์ของภาพยนตร์อยู่ในแนวทางสังคมนิยมใหม่อันเกิดจากระสนิยมของผู้กำกับที่ได้รับอิทธิพลมาจากภาพยนตร์นอกกระแสในต่างประเทศ อุดมการณ์ของผู้กำกับภาพยนตร์เหล่านี้สร้างภาพยนตร์เพื่อถ่ายทอดความคิดและอารมณ์ความรู้สึกส่วนตัวโดยไม่มุ่งหวังผลกำไร โดยผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบมาสร้างสรรค์ภาพยนตร์ในแนวทางของตนเอง

อุสุมา สุขสวัสดิ์ (2559) ศึกษาวิเคราะห์ “ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสที่ได้รับรางวัลระหว่าง พ.ศ. 2543 - 2555” การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งศึกษาลักษณะเด่นของภาพยนตร์ไทยนอกกระแสที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับจากนานาชาติ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ความหมาย วิธีการเล่าเรื่อง ที่มาของผู้กำกับภาพยนตร์ผู้สร้างผลงานร่วมกับบริบททางสังคม ประวัติศาสตร์ เพื่อหาแนวคิดแบบอุดมคติของผู้กำกับภาพยนตร์อิสระไทยและภาพลักษณ์ของสังคมไทยที่สะท้อนผ่านภาพยนตร์เหล่านี้ในฐานะที่เป็นงานศิลปะสะท้อนให้เห็นภาพของประเทศไทยในหลายด้าน ทั้งวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สังคม การเมือง และอุดมการณ์ของผู้คนร่วมสมัย

ทั้งนี้ อุสุมาวิเคราะห์ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสที่ได้รับรางวัลระหว่างปี พ.ศ. 2543 - 2555 จำนวน 10 เรื่อง ด้วยการวิเคราะห์ด้วยบท เนื้อหา และรูปแบบภายในภาพยนตร์ ตลอดจนวิเคราะห์บริบท โดยให้ความสนใจบริบทแวดล้อมภาพยนตร์ โดยพิจารณาจากผู้ผลิตผลงานทั้ง 6 คน รวมทั้งบริบททางประวัติศาสตร์หรือเหตุการณ์ปัจจุบันที่เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างผลงาน

ผลการวิจัยพบว่าในแง่การประกอบสร้างความเป็นตัวตนของผู้กำกับประพันธ์เหล่านี้จะเห็นได้ว่าพวกเขาจบการศึกษาด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มีพื้นฐานในการเขียนเชิงสร้างสรรค์และหลงรักในศิลปะภาพยนตร์ สนใจศึกษาภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ พวกเขามีความพยายามที่จะทำความเข้าใจกับการเป็นไปในโลกรอบตัว ใช้ประสบการณ์ชีวิตหลากหลายที่สั่งสมมา ทำให้ได้ค้นพบเสียงของตนเองในที่สุด พวกเขาเหล่านี้มุ่งมั่นที่จะสื่อสารความคิดออกไปผ่านผลงานภาพยนตร์ โดยมีได้ให้ความสำคัญกับผลตอบแทนทางการตลาดเป็นหลัก ทำให้พวกเขาสามารถผลิตผลงานที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเองสูง ในขณะเดียวกันก็มีความเป็นศิลปะสากลเพียงพอที่จะสื่อสารกับคนต่างวัฒนธรรมได้ กระบวนการผู้ตัดสินใจรางวัล ผู้เชี่ยวชาญในวงการ และนักวิจารณ์ภาพยนตร์ต่างให้การชื่นชมในแง่ที่ภาพยนตร์ทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนภาพความจริง เป็นการบันทึกเรื่องราวความนึกคิดของผู้คนแห่งยุคสมัยที่ปราศจากการเสแสร้ง ประดิดประดอย มีเนื้อหาที่พูดถึงคนชายขอบที่มักไม่มีใครเหลียวแลให้ความสำคัญ หรือมีการนำเสนอแนวคิดประเด็นที่น่าสนใจและแตกต่าง พร้อมทั้งมีการนำเสนอในรูปแบบที่โดดเด่น มีความเป็นตัวของตัวเอง แปลกใหม่ เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับตัวเนื้อหาได้เป็นอย่างดี

ภาพยนตร์เหล่านี้แม้จะมีเนื้อหาที่แสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำชาตินั้น ๆ แต่ก็ยังมีความเป็นสากลร่วมสมัยที่คนทุกชาติทุกภาษาสามารถเข้าใจได้และแบ่งปันประสบการณ์ได้ในฐานะที่เป็นมนุษย์ปุถุชนบนโลกที่สามารถเผชิญชะตากรรมที่ใกล้เคียงกันได้ทุกเมื่อ แม้ว่าผู้กำกับภาพยนตร์เหล่านี้จะมีอิสระในการเลือกประเด็นที่จะพูดในภาพยนตร์ของตนก็ตาม ยังมีการใช้สัญลักษณ์หรือการเปรียบเทียบอุปมาอุปไมยปรากฏบ่อยในภาพยนตร์เหล่านี้ เพื่อใช้ในการสื่อสารประเด็นที่ละเอียดอ่อนไม่สามารถพูดออกมาตรง ๆ ได้ หรือเสี่ยงต่อการก่อให้เกิดการโต้เถียงรุนแรง แสดงให้เห็นถึงสังคมไทยที่ยังคงมีความเป็นอนุรักษ์นิยมสูง แต่สัญลักษณ์ก็เชิญชวนและท้าทายให้ผู้ชมติดตาม พยายามหาความหมายจากภาษาภาพยนตร์ ช่วยส่งเสริมให้เกิดการตีความได้อย่างอิสระตามประสบการณ์ โลกทัศน์ และอุดมคติของแต่ละปัจเจกบุคคล อันเป็นลักษณะสำคัญของงานศิลปะที่ไร้พรมแดน



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์: กรณีศึกษา เฟซบุ๊กเพจ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกและศึกษาเฟซบุ๊กเพจโดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเฟซบุ๊กเพจ ดังนี้

1. มียอดไลก์สูงเกิน 100,000 ไลก์
2. มีการโพสต์ถี่เกิน 20 โพสต์ต่อเดือน
3. มีการโพสต์ถึงภาพยนตร์นอกกระแสอย่างน้อย 20% จากยอดการโพสต์ทั้งหมด

เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์การคัดเลือกเฟซบุ๊กเพจดังกล่าว จึงทำให้ได้เฟซบุ๊กเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสจำนวน 4 เพจ โดยเลือกจากจำนวนยอดไลก์สูงของโพสต์เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส ซึ่งเพจดังกล่าวเป็นเพจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของคน (Influencer) โดยแบ่งประเภทเพจดังกล่าวเป็น 2 ประเภท มีรายละเอียดดังนี้

1. บุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงที่ทำงานเป็นผู้จัดจำหน่ายหรือทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่าย (Direct Promoter Working as/with Distributor) ได้แก่

- 1) เพจ Nawapol Thamrongrattanarit เป็นผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแสในประเทศไทยที่มีชื่อเสียงอันดับต้น ๆ และมีความถี่ในการโพสต์อัปเดตในเพจบ่อย มีผู้ติดตามจำนวน 196,118 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2561)

- 2) เพจ Documentary Club เป็นกลุ่มที่จัดฉายภาพยนตร์นอกกระแสโดยเฉพาะ รวมถึงมีการจัดเสวนาต่าง ๆ เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส ผู้ติดตามจำนวน 156,796 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2561)

2. นักวิจารณ์/นักรีวิว (Critics/Reviewers) ได้แก่

- 1) เพจอวэйไส้แตกแหกไส้ฉีก เป็นเพจที่นำเสนอเนื้อหาวิพากษ์ภาพยนตร์และซีรีส์ต่าง ๆ รวมถึงภาพยนตร์นอกกระแส มีผู้ติดตามจำนวน 850,322 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2561)

2) เพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 เป็นเพจรีวิวภาพยนตร์ที่มีทั้งภาพยนตร์กระแสหลักและภาพยนตร์นอกกระแสเช่นกัน มีผู้ติดตามจำนวน 252,703 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2561)

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากทั้ง 4 เพจเฉพาะโพสต์ที่นำเสนอข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสที่กำลังจะเข้าฉายหรือกำลังอยู่ในความสนใจของผู้คนและผู้ใช้เฟซบุ๊กที่กดติดตาม หรือกดไลก์โพสต์ของแฟนเพจดังกล่าว โดยศึกษาจากโพสต์ย้อนหลังตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากโพสต์ย้อนหลังในช่วงระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 จากเฟซบุ๊กเพจทั้ง 4 เพจ
3. คัดเลือกข้อมูลเฉพาะโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสเท่านั้น ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาว่าภาพยนตร์ใดเป็นภาพยนตร์นอกกระแส นั้น ผู้วิจัยพิจารณาจากตัวบท (Text) ที่เฟซบุ๊กเพจนำเสนอผู้ติดตามเฟซบุ๊ก หากมีเนื้อหาที่กล่าวถึงภาพยนตร์นอกกระแส เช่น ภาพยนตร์ไม่มีการฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วไป หรือเป็นภาพยนตร์ที่มีฉายตามเทศกาลภาพยนตร์ ใช้ทุนสร้างต่ำ ฯลฯ ก็จะพิจารณาว่าเป็นภาพยนตร์นอกกระแส แต่หากไม่มีเนื้อหาที่กล่าวถึงภาพยนตร์นอกกระแสอย่างชัดเจนแต่นำเสนอด้วยการแสดงภาพที่มีความเป็นศิลปะ ก็จะทำให้บุคคลอื่นที่ชื่นชอบและรับชมภาพยนตร์นอกกระแสเป็นประจำเป็นผู้ตัดสินใจว่าโพสต์ดังกล่าวเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสหรือไม่ เมื่อคัดเลือกข้อมูลได้ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้แล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อความในโพสต์ดังกล่าวบันทึกลงคอมพิวเตอร์เพื่อนำเสนอผลการวิจัย
4. จัดระเบียบข้อมูล โดยแบ่งประเภทเฟซบุ๊กเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสที่รวบรวมได้เป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 คือ บุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงที่ทำงานเป็นผู้จัดจำหน่ายหรือทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ เพจ Nawapol Thamrongrattanarit และเพจ Documentary Club และกลุ่มที่ 2 นักวิจารณ์/นักรีวิว ได้แก่ เพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉีก และเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากโพสต์ต่าง ๆ โดยใช้การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ตามกรอบแนวคิดมิติทั้งสามของวาทกรรม (Fairclough, 1995) โดยเน้นการวิเคราะห์มิติที่ 1 คือ ตัวบทเพื่อพิจารณาวัจนภาษา สิ่งต่าง ๆ ที่สื่อความหมายไม่ว่าจะเป็นภาพ ขนาดตัวอักษร ตำแหน่งของข้อความที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ที่เฟซบุ๊กเพจใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส ส่วนมิติที่ 2 คือ การปฏิบัติการทางวาทกรรม (Discourse Practice) เพื่อพิจารณากระบวนการสร้างตัวบทของเฟซบุ๊กเพจ และมิติที่ 3 การปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice) เพื่อพิจารณาบริบทหรือมิติของสังคมไทยที่มีความสัมพันธ์กับชุดความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์

3.4 การนำเสนอข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลที่ศึกษาเป็นข้อความ คำพูด และรูปภาพแต่ละโพสต์ ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลเพื่อใช้เป็นตัวอย่างประกอบการอธิบายกลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสที่ใช้ในเฟซบุ๊กเพจต่าง ๆ โดยจะยกเฉพาะข้อความที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสื่อสารหรืออาจนำเสนอข้อความทั้งหมดของโพสต์นั้น ๆ ในกรณีที่ข้อความทั้งหมดมีความจำเป็นต่อความเข้าใจในกลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสที่เฟซบุ๊กเพจต้องการสื่อ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์: กรณีศึกษา เฟซบุ๊กเพจ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของเฟซบุ๊กเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส
2. ตัวอย่างโพสต์ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส
3. กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส
4. การนำเสนอกลยุทธ์ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กเพจ
5. มิติของบริบททางสังคมไทยที่มีต่อกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส

4.1 ลักษณะทั่วไปของเฟซบุ๊กเพจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส

เฟซบุ๊กเพจที่เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสจำนวน 4 เพจ แบ่งประเภทของเฟซบุ๊กเพจดังกล่าวเป็น 2 ประเภท มีรายละเอียดดังนี้

1. บุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงที่ทำงานเป็นผู้จัดจำหน่ายหรือทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่าย ได้แก่

- 1) เพจ Nawapol Thamrongrattanarit (นวพล อารังรัตนฤทธิ์) เป็นเพจโปรโมทภาพยนตร์ รวมถึงให้ข้อมูลปัจจุบันเกี่ยวกับเรื่องราวส่วนตัว ผลงาน รวมทั้งการกำกับภาพยนตร์ของ นวพล อารังรัตนฤทธิ์ ผู้กำกับภาพยนตร์ นักเขียนบทภาพยนตร์ และนักเขียน ผลงานภาพยนตร์ที่สร้างชื่อเสียงมีหลายเรื่อง เช่น ภาพยนตร์อิสระเรื่อง *Mary is happy, Mary is happy* (2555) ผลงานเรื่องนี้ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลสุพรรณหงส์ประจำปี 2556 จำนวน 10 สาขา และได้รับรางวัล 4 สาขา และผลงานภาพยนตร์กึ่งสารคดีชีวิต เรื่อง *Die Tomorrow* (2560) ก็ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลสุพรรณหงส์ประจำปี 2560 จำนวน 12 สาขา ฯลฯ เพจดังกล่าวมียอดไลก์จำนวน 195,167 คน และมีผู้ติดตามจำนวน 196,118 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2561)

ผู้วิจัยศึกษาโพสต์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสของเพจดังกล่าวในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 เพราะเป็นช่วงโปรโมทภาพยนตร์นอกกระแสเรื่องใหม่ คือ เรื่อง *Die Tomorrow* ทั้งนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบจำนวนโพสต์ได้ทั้งสิ้น 278 โพสต์ โดยโพสต์เฉลี่ยวันละ 3 - 5 โพสต์ โดยเป็นเรื่องราวทั่วไปของชีวิตผู้กำกับภาพยนตร์ การโปรโมท

ภาพยนตร์ที่กำลังถ่ายทำในขณะนั้น คือ เรื่อง *Die tomorrow* เป็นส่วนมาก และมีเนื้อหาของโพสต์เกี่ยวกับเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยจากภาพยนตร์ การให้ข้อมูลนักแสดง รวมถึงพูดคุยเกี่ยวกับภาพยนตร์ของตนที่นำไปฉายและได้รับรางวัลในต่างประเทศ

ตารางที่ 4.1

จำนวนโพสต์จากเพจ *Nawapol Thamrongrattanarit*

ประเภทการโพสต์	จำนวน	ร้อยละ	ความหมาย
1. โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เรื่อง <i>Die Tomorrow</i> (เบื้องหลังการถ่ายทำ รอบฉายนักแสดง)	107	38.5	บ่อย
2. โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคม	27	9.7	น้อย
3. โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เรื่อง <i>Die Tomorrow</i>	87	31.3	บ่อย
4. โพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เรื่อง <i>Die Tomorrow</i>	41	14.7	ปานกลาง
5. โพสต์อื่น ๆ	16	5.8	น้อย
รวม	278	100.0	-

การแปลความหมายของจำนวนโพสต์ คือ ถ้าจำนวนโพสต์มีมากกว่าร้อยละ 30 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในระดับ “บ่อย” ส่วนจำนวนโพสต์ที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ถือว่าอยู่ในระดับ “น้อย” และถ้าจำนวนโพสต์อยู่ระหว่างร้อยละ 10 - 29.9 ถือว่าอยู่ในระดับ “ปานกลาง”

จากตารางที่ 4.1 พบว่าโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* (เบื้องหลังการถ่ายทำ, รอบฉายนักแสดง) และโพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* มีการโพสต์บ่อย ส่วนโพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* มีการโพสต์ปานกลาง และโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคมและโพสต์อื่น ๆ มีการโพสต์น้อย

2) เพจ Documentary Club คือ กลุ่มที่จัดฉายภาพยนตร์เชิงสารคดีจากหลายประเทศ ภาพยนตร์ที่นำมาจัดฉายนั้นส่วนมากเป็นภาพยนตร์แนวสารคดี และบางครั้งมีการพูดถึงภาพยนตร์นอกกระแสด้วยเช่นกัน ลักษณะการโพสต์ของเพจจะใช้คำสุภาพ เป็นทางการ เพื่อเชื้อเชิญให้ผู้กดไลก์และผู้ติดตามเพจได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่นำมาฉาย โดยระบุวัน-เวลา สถานที่ต่าง ๆ ที่จัดฉายอย่างชัดเจน ไม่มีการโฆษณาแฝงจากสินค้าอื่น ๆ มีเพียงการโปรโมทหรือนำเสนอโปรโมชันที่เพจตกลงกับองค์กรอื่นไว้ นอกจากนี้ เพจยังมีการจัดเสวนา (Seminar) จาก

ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ โดยมีเนื้อหาการเสวนาที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ให้แก่ผู้ที่สนใจอีกด้วย ปัจจุบัน เพื่อดังกล่าวมียอดโลกจำนวน 155,808 คน และมีผู้ติดตามจำนวน 156,796 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2561)

ผู้วิจัยศึกษาโพสต์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสของเพื่อดังกล่าว ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 มีจำนวนโพสต์รวมทั้งสิ้น 118 โพสต์ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2

จำนวนโพสต์จากเพจ Documentary Club

ประเภทการโพสต์	จำนวน	ร้อยละ	ความหมาย
1. โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสที่จัดฉายเอง	84	71.2	บ่อย
2. โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคม	0	0.0	ไม่มี
3. โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสที่จัดฉายเอง	34	28.8	ปานกลาง
4. โพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสที่จัดฉายเอง	0	0.0	ไม่มี
5. โพสต์อื่น ๆ	0	0.0	ไม่มี
รวม	118	100.0	-

การแปลความหมายของจำนวนโพสต์ คือ ถ้าจำนวนโพสต์มีมากกว่าร้อยละ 30 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในระดับ “บ่อย” ส่วนจำนวนโพสต์ที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ถือว่าอยู่ในระดับ “น้อย” และถ้าจำนวนโพสต์อยู่ระหว่างร้อยละ 10 - 29.9 ถือว่าอยู่ในระดับ “ปานกลาง”

จากตารางที่ 4.2 พบว่าโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสที่จัดฉายเองมีการโพสต์บ่อย และโพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสที่จัดฉายเองมีการโพสต์ปานกลาง

2. นักวิจารณ์/นักรีวิว ได้แก่

1) เพจอวยใส่แตกหักไส้ฉีก เป็นเพจที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการรีวิวภาพยนตร์และซีรีส์ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการพูดถึงจุดน่าสนใจและจุดที่ยังเป็นปัญหาของภาพยนตร์ การให้คะแนนภาพยนตร์แต่ละเรื่องตามความชอบและรสนิยมของแอดมินเพจ เพื่อดังกล่าวมียอดโลกเพจจำนวน 850,322 คน และมีผู้ติดตามเพจจำนวน 854,661 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2561)

ผู้วิจัยศึกษาโพสต์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสของเพจดังกล่าว ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 พบจำนวนโพสต์ทั้งสิ้น 228 โพสต์ โดยเป็นโพสต์ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสมากกว่า 10 โพสต์ ซึ่งในระยะเวลาดังกล่าวสามารถ คำนวณจำนวนโพสต์ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ในกระแสได้ประมาณร้อยละ 60 และภาพยนตร์นอกกระแส ได้ประมาณร้อยละ 30 ทั้งนี้ ในจำนวนโพสต์ดังกล่าวมีโฆษณาแทรกช่วงเดือนมกราคมและเดือน กุมภาพันธ์วันละ 1 โพสต์ แต่ในเดือนธันวาคมมีโพสต์โฆษณาบ้างประปราย เฉลี่ยสัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง

จำนวนโพสต์จากเพจอวยไล์แตกแหกไล์ฉีกในช่วงระยะเวลาที่ศึกษาแสดงได้ดัง ตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3

จำนวนโพสต์จากเพจอวยไล์แตกแหกไล์ฉีก

ประเภทการโพสต์	จำนวน	ร้อยละ	ความหมาย
1. โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับการรีวิวภาพยนตร์นอกกระแส	150	65.8	บ่อย
2. โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคม	51	22.4	ปานกลาง
3. โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส	0	0.0	ไม่มี
4. โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์กระแสหลัก	0	0.0	ไม่มี
5. โพสต์อื่น ๆ	27	11.8	ปานกลาง
รวม	228	100.0	-

การแปลความหมายของจำนวนโพสต์ คือ ถ้าจำนวนโพสต์มีมากกว่าร้อยละ 30 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในระดับ “บ่อย” ส่วนจำนวนโพสต์ที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ถือว่าอยู่ในระดับ “น้อย” และ ถ้าจำนวนโพสต์อยู่ระหว่างร้อยละ 10 - 29.9 ถือว่าอยู่ในระดับ “ปานกลาง”

จากตารางที่ 4.3 พบว่าโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับการรีวิวภาพยนตร์นอกกระแสมีการ โพสต์บ่อย และโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคมและโพสต์อื่น ๆ มีการโพสต์ปานกลาง

2) เพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 เป็นเพจรีวิวเช่นกัน แต่การโพสต์ไม่ได้เป็น โฆษณาแฝงหรือรีวิวอย่างเดียว มีการโพสต์ลิงก์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และลิงก์ที่ เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ตลอดจนมีการแชร์ลิงก์จากเพจต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ยังมีการโพสต์แทรก quotes จากภาพยนตร์ต่าง ๆ เพจดังกล่าวมียอดไลก์จำนวน 251,928 คน มีผู้ติดตามจำนวน 252,703 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2561)

ผู้วิจัยศึกษาโพสต์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสของเพจดังกล่าว ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 พบจำนวนโพสต์ทั้งสิ้น 215 โพสต์ แสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4

จำนวนโพสต์จากเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12

ประเภทการโพสต์	จำนวน	ร้อยละ	ความหมาย
1. โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับการรีวิวภาพยนตร์นอกกระแส	174	80.9	บ่อย
2. โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคม	0	0.0	ไม่มี
3. โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส	0	0.0	ไม่มี
4. โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์กระแสหลัก	0	0.0	ไม่มี
5. โพสต์อื่น ๆ	41	19.1	ปานกลาง
รวม	215	100.0	-

การแปลความหมายของจำนวนโพสต์ คือ ถ้าจำนวนโพสต์มีมากกว่าร้อยละ 30 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในระดับ “บ่อย” ส่วนจำนวนโพสต์ที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ถือว่าอยู่ในระดับ “น้อย” และ ถ้าจำนวนโพสต์อยู่ระหว่างร้อยละ 10 - 29.9 ถือว่าอยู่ในระดับ “ปานกลาง”

จากตารางที่ 4.4 พบว่าโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับการรีวิวภาพยนตร์นอกกระแสมีการโพสต์บ่อย และโพสต์โพสต์อื่น ๆ มีการโพสต์ปานกลาง

4.2 ตัวอย่างโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส

4.2.1 บุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงที่ทำงานเป็นผู้จัดจำหน่ายหรือทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่าย

4.2.1.1 เพจ Nawapol Thamrongrattanarit

1) โพสต์วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

DIE TOMORROW , state today

เป็นความสงสัยและอยากรู้อยากเห็นว่า เราสามารถดีไซน์สเลทที่ใช้ออกกองได้หรือไม่ ชื่อหนังเป็นพอน์ทจริงของหนังสลักลงไปเลยได้ไหม ไม่ใช่เอาไวท์บอร์ด

มาเขียนเอง คือเคยเห็นของเมืองนอกแล้วมันสวยจึงน่าเก็บเป็นที่ระลึก มาหนึ่ง
เรื่องนี้ พอมีเวลาเลยคิดว่าลองดีไซน์เองและทำสไลด์แตกต่างกันไปตามแต่ละ
ตอนดีกว่า แต่ละสไลด์ก็จะคิดมาจากว่าตอนนั้นเกี่ยวกับอะไร และน่าจะเป็นสื่ออะไร
😊 ตอนถ่ายไม่รู้สึกรึเปล่า พอเอารูปมาโพสต์ด้วยกันแล้วน่ารักดีเหมือนกัน 55 ตัวส
เลทอาจจะไม่โปรเป๊ะในเรื่องการทำงานแบบมืออาชีพนะ เน้นความสวย งาม
555

#dietomorrow #nowshowing #sfcinema #houserca



ภาพที่ 4.1 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้เป็นการเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้อ่านเกิด
อารมณ์ร่วมและคล้อยตาม มีความเชื่อมโยงกับภาพที่นำมาประกอบทำให้อ่านเกิดความรู้สึกร่วม

เห็นรูป และสี นอกจากนั้นยังใช้คำว่า “ดีไซน์ออกแบบเอง” ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น และคำว่า “ชื่อหนังเป็นพอนท์จริงของหนังสลักลงไปเลยได้ไหม ไม่ใช่เอาไวท์บอร์ดมาเขียนเอง” เป็นการตอกย้ำชื่อของภาพยนตร์และเป็นการจุดประกายกระแสของภาพยนตร์ที่กำลังถ่ายทำอีกด้วย

(2) ภาพที่ใช้เป็นภาพที่ไม่ได้มาจากฉากในภาพยนตร์ แต่เป็นการถ่ายจากนักแสดงและผู้เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* ถือแผ่นสเลท ซึ่งเป็นการนำมาถ่ายภาพกันเล่น ๆ แต่ในแง่การสื่อสารเป็นการโฆษณาภาพยนตร์ช่องทางหนึ่ง

2) โพสต์วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

หลายคนคิดว่าหนังออกจากโรงไปแล้ว แต่หนังอยู่นะครับ ฉายนานเกิน 55 แต่วีคนี้คนน้อยลงแล้วนะ กลัวจะเป็นวีคสุดท้ายอยู่ ยังไงว่าง ๆ รีบมาดูกันนะ , ยังสู้ ๆ มา ๆ

#dietomorrow #nowshowing #sfcinema #houserca



ภาพที่ 4.2 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้เป็นการเชิญชวนและสร้างกระแสภาพยนตร์ เนื่อง จากคนเข้าชมภาพยนตร์น้อยลงในสัปดาห์หลัง ๆ อาจเป็นเพราะเข้าใจว่าภาพยนตร์ออกจากโรงไป

แล้ว จึงใช้ภาษาโน้มน้าวใจ อาจจะสั้น ๆ แต่สื่อความหมายเข้าใจได้ง่าย ดังข้อความที่ปรากฏว่า “กลัวจะเป็นวิศสุดท้ายอยู่ ยังโง่งว้าง ๆ รีบมาดูกันนะ , ยังสู้ ๆ มา ๆ” นอกจากนั้น ข้อความยังสัมพันธ์กับรูปภาพที่ชู 2 นิ้วอีกด้วย สื่อถึงการบอกให้สู้ ๆ และพยายาม

(2) ภาพที่ใช้ นำภาพของนักแสดงมาใช้ในการส่งสาร โดยเป็นภาพที่ 2 นักแสดงในเรื่องใช้มาสักปะบนหน้า ซึ่งภาพเป็นตัวดึงดูดผู้ติดตามเพจได้อย่างดี เนื่องจากข้อความในโพสต์ไม่มีเนื้อหาอะไรมาก แต่ด้วยภาพเองทำให้มีการ Reacts จากผู้ที่ติดตามเพจบุ๊กรู เป็นจำนวนมาก

3) โพสต์วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

เอาจริงไม่เคยเตรียมรับมือการฉายแบบ 2 เดือนครึ่ง week 10 แบบนี้ ตอนนี้รูปหมด คลิปหมด ใช้จะหมดแล้ว จะเล่าอะไร ก็เล่าหมดแล้ว 555 เอาเป็นว่าไปช่วย ๆ กันบอกต่อแล้วกันนะ หนึ่งยังฉายอยู่ เหลือวันละรอบเดียว แต่ก็น่าจะยังไปได้ วันศุกร์ก็สบาย ๆ เย็น ๆ เสาร์อาทิตย์บ่ายหนึ่งก็น่าจะง่ายหน่อย ชวน ๆ กันไปดูได้ครับ #dietomorrow #nowshowing #houserca



ภาพที่ 4.3 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้เป็นการเชิญชวนและสร้างกระแสภาพยนตร์ เนื่อง จากคนเข้าชมภาพยนตร์น้อยลงในสัปดาห์หลัง ๆ อาจเป็นเพราะเข้าใจว่าภาพยนตร์ออกโรงไปแล้ว จึง ใช้ภาษาโน้มน้าวใจ อาจจะสั้น ๆ แต่สื่อความหมายเข้าใจได้ง่าย ดังข้อความที่ว่า “ไปช่วย ๆ กันบอก ต่อแล้วกันนะ หนังยังฉายอยู่ เหลือวันละรอบเดียว แต่ก็น่าจะยังไปได้ วันศุกร์ก็สบาย ๆ เย็น ๆ เสาร์ อาทิตย์บ่ายหนึ่งก็น่าจะง่ายหน่อย ชวน ๆ กันไปดูได้ครับ”

(2) ภาพที่ใช้ นำภาพนักแสดงมาใช้ในการส่งเสริม โดยเป็นภาพ จากเบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ซึ่งโพสต์เข้ามาก่อนหน้านี้ แต่ได้รับความสนใจมาก จึงนำมาใช้ซ้ำ จะเห็นได้ว่าการนำภาพ “ชั้นนี้” หนึ่งในนักแสดงภาพยนตร์เรื่อง *Die Tomorrow* มาใช้คู่กับโพสต์ เพื่อเป็นการกระตุ้นกระแสประกอบการส่งเสริม

4) โพสต์วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

การฉายต่างประเทศมีข้อดีอย่างหนึ่งคือ มันเพียวมาก หมายถึง ไม่มีบริบทใด ๆ คนดูฝรั่งไม่รู้จักนักแสดง เต๋ยไหน ชั้นนี้ไหน น้ำคอมคือใครไม่รู้จัก เล่นดีก็รู้สึก เล่นไม่ดีก็ตกรอบ , ไม่รู้จักผู้กำกับ นวพลไหน อาจจะคุ้น ๆ ว่ามันเคยทำหนัง ทวิตเตอร์สักอย่าง แต่ก็อาจจะลืมไปแล้ว เหลือแค่ไอ้ ผกก.แวนจากเมืองไทยคน นั้น // คือคนดูไม่รู้จะอะไรทั้งนั้นแล้วต่อยกันด้วยตัวหนังไปเลย จบ ๆ ชอบมาก ดู แล้วชอบไม่ชอบ ก็เพียว ๆ

#dietomorrow



ภาพที่ 4.4 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ มีการใช้ศัพท์แสง “มันเพียวมาก” หมายถึง ไม่มี บริบทใด ๆ แสดงให้เห็นว่าการทำภาพยนตร์ คนจะชอบหรือไม่ชอบภาพยนตร์ของตัวเอง ไม่

จำเป็นต้องรู้จักบริบทใด ๆ ก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นนักแสดง หรือแม้แต่ผู้กำกับ ดังนั้น คนดูจะชอบภาพยนตร์หรือไม่ชอบเกิดจากความรู้สึกของคนดู

(2) ภาพที่ใช้ ไม่มีการใช้ภาพ

5) โพสต์วันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

die tomorrow รอบที่ 3 ณ เบอร์ลิน

มีสาวสวยคนหนึ่งแะมาดู 😊

#dietomorrow #berlinale2018



ภาพที่ 4.5 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้แสดงให้เห็นความรู้สึกว่าหนังเรื่อง *Die Tomorrow* น่าสนใจ มีการฉายที่เบอร์ลินมาแล้วถึง 3 รอบ มีการนำจำนวนตัวเลขมาใช้เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่ามีการฉายซ้ำ ทำให้รู้สึกที่น่าสนใจ และใช้การโฆษณาด้วยภาพของสาวหมวยน่ารักคนหนึ่งแะมาดู เพื่อสร้างความสนใจเพิ่มขึ้นอีก

(2) ภาพที่ใช้ การแชร์ภาพของนวพล อารังรัตนฤทธิ์ กับนักแสดงที่แสดงมีปฏิกริยาในการตอบรับที่ดี โดยเป็นการใช้ภาพเปล่า ๆ ไม่มีตัวอักษร และใช้คำสั้น ๆ ในการบรรยายภาพ

6) โพสต์วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

เรียกวันนี้ไปเลย Jennis Week / จบ.

ทะยานเข้าสู่ week 10 มุ่งสู่การฉาย 2 เดือนครึ่ง
มาเจอมาเจอกันนะ เราจะรอพวกเธอ

DIE TOMORROW / a film by nawapol

รอบฉาย WEEK 10 / 25-31 JAN (ไม่ได้ฉายวีคเดียว)

ฉายที่ HOUSE RCA ที่เดียว

ถ้าลูกพี่เขามา 11 โมงไม่ได้ / ก็ย้ายรอบไปฉายตอนเย็น 17.00 น. ไปเลย แต่ถ้ามันดูเย็นเกินไป เสาร์-อาทิตย์ เราก็จะฉาย 12.50 น. คือดักไว้หมดแล้วเข้าเย็นมันต้องได้สักวันละวะ 5555 (นี่ชวนน้องมาดูหนัง หรือดักจับแม่ค้ายาบ้า) ส่วนท่านอื่น ๆ ที่เคยเปรยเล่น ๆ ว่า ถ้า week 10 มีจริง ๆ ก็จะมาดู ตอนนี้มีแล้วนะครับ ต้องมาแล้วนะ จะโอตะไม่โอตะ อยากให้ลองมาโอซิหนังเรื่องนี้ดูนะ ย้อฉายถึงวีคนี้ได้ก็รั้งชีวิตไว้สุดขีดแล้ว ไม่เดียวแล้วนะ จะไปฉายต่อที่เบอร์ลินแล้วนะ 😊

ก็ขอขอบคุณน้องเจนนิษฐ์ เอ้ย ก็ขอขอบคุณชาวโอตะ เอ้ย ก็ขอขอบคุณทุกคนตั้งแต่ week 1 - 9 ที่ผ่านมา ที่ทำให้เกิด week 10 มหัศจรรย์นี้ได้ และขอบคุณ house rca ด้วยที่ยังยืนฉายหนังเรื่องนี้ต่อเนื่องครับ

ที่ house rca มีขาย cd soundtrack และ double booklet เหมือนเดิมนะครับ อย่าพลาด

#dietomorrow #nowshowing #houserca #jennisweek #bnk48

#JennisBNK48 #ซื้อตัวได้แล้ววันนี้

trailer : goo.gl/nPtwwH



ภาพที่ 4.6 โพสต์กระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2561. จากผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้สั้น ตรงไปตรงมา ต้องการเชิญชวนคนอ่านไปชมภาพยนตร์โดยเลือกใช้การขึ้นต้นประโยคด้วยการบอกถึงความสำเร็จที่ได้รับจากการที่คนมาชมภาพยนตร์เพื่อปลุกกระแสว่าภาพยนตร์น่าสนใจและมีคนสนใจเข้ามาชมเป็นจำนวนมาก และย้ำว่าภาพยนตร์ฉายมาถึง “week 1 - 9 ที่ผ่านมา ที่ทำให้เกิด week 10” และแฝงด้วยการโฆษณาข้อความรายละเอียดสถานที่ เวลาของการฉายภาพยนตร์ให้คนอ่าน ทั้งกระตุ้นให้คนดูมาดู แล้วบอกว่าจะไปฉายระดับนานาชาติแล้ว นอกจากนั้นยังแฝงการตลาดด้วยการขาย CD Soundtrack และ Double Booklet ด้วย

(2) ภาพที่ใช้ คือ ภาพเจนนิษฐ์ โอ่ประเสริฐ (ศิลปินวง BNK48 ที่กำลังได้รับความนิยม และโพสต์ในเฟซบุ๊กของตนว่าอยากมาชมภาพยนตร์เรื่องนี้) พร้อมกับคำพูดเชิญชวนและรายละเอียดไว้บนภาพ เป็นวิธีแบบการทำโฆษณาแบบออฟไลน์ (Offline) ด้วยการใช้เครื่องมือในการสื่อสาร ข้อดี คือ เมื่อคนเห็นภาพที่ดึงดูดให้คนสนใจโดยการใช้ศิลปินชื่อดังแล้ว การใส่ข้อมูลลงไปบนภาพเป็นการส่งข้อมูลแก่ผู้รับสารอีกทางหนึ่งซึ่งเป็นการสื่อสารแบบเก่า คือ การใช้โปสเตอร์ในการโฆษณา โดยนพพล อารังรัตนฤทธิ์ นำภาพโปสเตอร์มาใช้ในสื่อออนไลน์ คือ การโพสต์เพจ ถือว่าเป็นการผสมผสานวิธีการสื่อสารแบบเก่าและใหม่ที่ประสบความสำเร็จมาก

7) โพสต์วันที่ 12 มกราคม พ.ศ 2561 มีเนื้อหาดังนี้

child yesterday

#dietomorrow #nowshowing

#sfcinema #houserca



ภาพที่ 4.7 โพสต์กระแสสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้เป็นคำสั้น ๆ เพียง 2 คำ คือ คำว่า child แปลว่า เด็ก และคำว่า yesterday ที่แปลว่า เมื่อวาน ซึ่งโพสต์ข้อความนี้ในช่วงเทศกาลวันเด็ก และในข้อความยังติดแฮชแท็กข้อความด้วย คือ #dietomorrow #nowshowing #sfcinema #houserca

(2) ภาพที่ใช้เป็นภาพวัยเด็กของ 1 ในนักแสดงเรื่อง *Die Tomorrow* ซึ่งในคำบรรยายภาพ (แคปชั่น) ไม่ได้ใช้คำยาว แต่ใช้ # (Hashtag) ในการสื่อสารว่าสถานที่ที่เป็นสถานที่จัดฉาย ชื่อภาพยนตร์ ภาพที่โพสต์โดยตามกระแสวันเด็กแห่งชาติทำให้ผู้ติดตามเพจได้รับสารโดยตรง ไม่ต้องใช้คำบนภาพหรือเขียนคำบรรยายภาพยาว ๆ เหมือนโพสต์อื่น ๆ

8) โพสต์วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

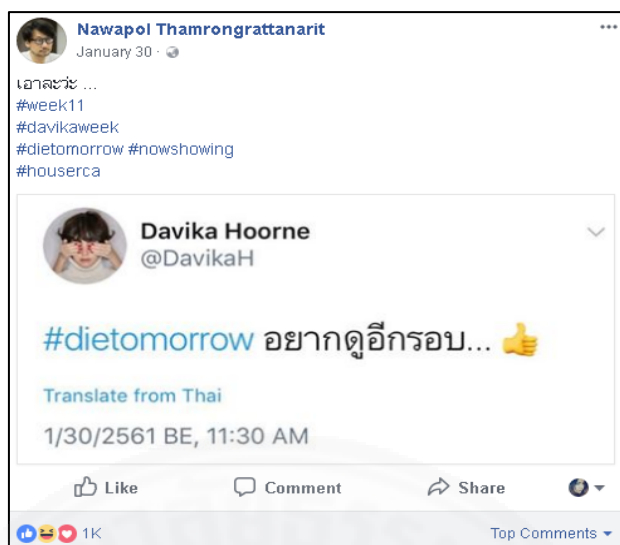
เอาละวะ

#week11

#davikaweek

#dietomorrow #nowshowing

#houserca



ภาพที่ 4.8 โพสต์กระแสสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561

(1) ภาษาที่ใช้ ใช้คำอุทานเพื่อแสดงและบ่งบอกอาการ คือ คำว่า “เอะละวะ ...” ทำให้คนอ่านเกิดความรู้สึกตื่นเต้น และคิดว่าน่าจะมีอะไรที่น่าสนใจรออยู่ และใช้เครื่องหมายวรรคตอน ... (จุดไข่ปลา) เพื่อให้คนอ่านคิดเอง และต่อท้ายด้วยคำว่า #week11 ซึ่งเกินความคาดหมายของตอนแรกที่ตั้งเป้าไว้ว่า 10 สัปดาห์

(2) ภาพที่ใช้ คือ ภาพทวิตเตอร์ของนักแสดงที่มีชื่อเสียง “ใหม่ ดาวิกา โฮร์เน่” แสดงถึงการใช้ภาพจากสื่อออนไลน์แหล่งอื่น ๆ ในการสื่อสาร

9) โพสต์วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

ให้อาดำรงทำนายนกัน

ว่าจะชะตากรรมหนังจะมี week 11 หรือไม่

ป.ล. แต่จริง ๆ เราเขียนตัวเองได้ แค่ไปดูกันเยอะ ๆ เดียวก็มี

ไม่ต้องรออาดำรง 555

#dietomorrow #nowshowing

#houserca #คู่สร้างคู่สม



ภาพที่ 4.9 โพสต์กระแสสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับข่าวการปิดตัวของนิตยสารคู่สร้างคู่สมที่เป็นกระแสในสังคมบันเทิงมาเชื่อมโยงกับเพลงคุกก็เสี่ยงตาย ซึ่งเป็นเพลงที่กำลังฮิตในกลุ่มวัยรุ่น จึงเป็นที่มาของข้อความที่ว่า “ให้อาจารย์ทำนายกันว่าจะชะตากรรมหนึ่งจะมี week 11 หรือไม่” โดยเชื่อมโยงกับการที่หนึ่งจะได้ฉายในสัปดาห์ที่ 11 หรือไม่ ซึ่งข้อความก็แฝงไปด้วยการเชิญชวนให้คนดูมาดูภาพยนตร์นั่นเอง

(2) ภาพที่ใช้ คือ ภาพบุคคลื่อนิตยสารคู่สร้างคู่สมซึ่งเป็นบุคคลที่ไม่มีชื่อเสียงและไม่เป็นที่รู้จัก และเป็นนิตยสารคู่สร้างคู่สมอาจจะแสดงให้เห็นการจับกระแสผิดพลาดของการโพสต์

10) โพสต์วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

ความรักที่นักแสดงมีให้กับเรา

#dietomorrow #nowshowing

#houserca



ภาพที่ 4.10 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้มาจากแหล่งอื่น คือ ทวิตเตอร์ ซึ่งตัวละครในภาพยนตร์ คือ ชันนี่ สุวรรณเมธานนท์ โพสต์ว่า “พอตีเพ็งรู้ไม่นานมานี้เองอะ” สะท้อนให้เห็นว่ามีคนดูภาพยนตร์ให้การตอบรับเป็นอย่างดี ทำให้คนอ่านเกิดความรู้สึกว่าอยากไปดูภาพยนตร์เรื่องนี้บ้าง

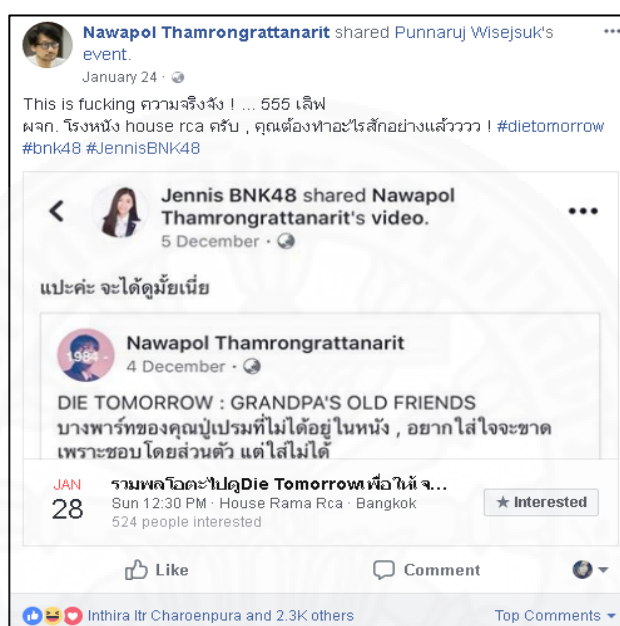
(2) ภาพที่ใช้ คือ ทวิตเตอร์ของนักแสดง “ชันนี่ สุวรรณเมธานนท์” แสดงถึงการใช้ภาพจากสื่อออนไลน์แหล่งอื่น ๆ มาใช้ในการสื่อสาร

11) โพสต์วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

This is fucking ความจริงจัง ! ... 555 เลิฟ

ผจก. โรงหนัง house rca ครับ , คุณต้องทำอะไรสักอย่างแล้ววว!

#dietomorrow #bnk48 #JennisBNK48



ภาพที่ 4.11 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ คือ คำอุทาน เพื่อแสดงและบ่งบอกอาการ ทำให้คนอ่านเกิดความรู้สึกตื่นเต้น และคิดว่าน่าจะมีอะไรที่น่าสนใจอยู่ และจบลงด้วยประโยคที่เป็นประโยคคำถาม เพื่อให้คนอ่านได้คิดต่อเอง คือ ข้อความที่ว่า “คุณต้องทำอะไรสักอย่างแล้ววว”

(2) ภาพที่ใช้ เป็นการแชร์ลิงก์จากเจนนิษฐ์ โอ่ประเสริฐ ศิลปินวง BNK48 ที่กำลังได้รับความนิยม และได้โพสต์ในเฟซบุ๊กของตนว่าอยากมาชมภาพยนตร์เรื่องนี้

12) โพสต์วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

now.

#dietomorrow #nowshowing

#houserca



ภาพที่ 4.12 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ จากข้อความ “now” โดยเนื้อหาประกอบจากการแชร์เนื้อหาจากแหล่งอื่น คือ หน้าเพจทวิตเตอร์ของผู้ที่ไปชมภาพยนตร์ ซึ่งบอกถึงอารมณ์ความรู้สึกที่หลังชมภาพยนตร์จบแล้วรู้สึกอย่างไร ซึ่งเป็นข้อความที่สื่อถึงอารมณ์และความรู้สึกของคนดูหลังจากชมภาพยนตร์จบได้ดีทีเดียว

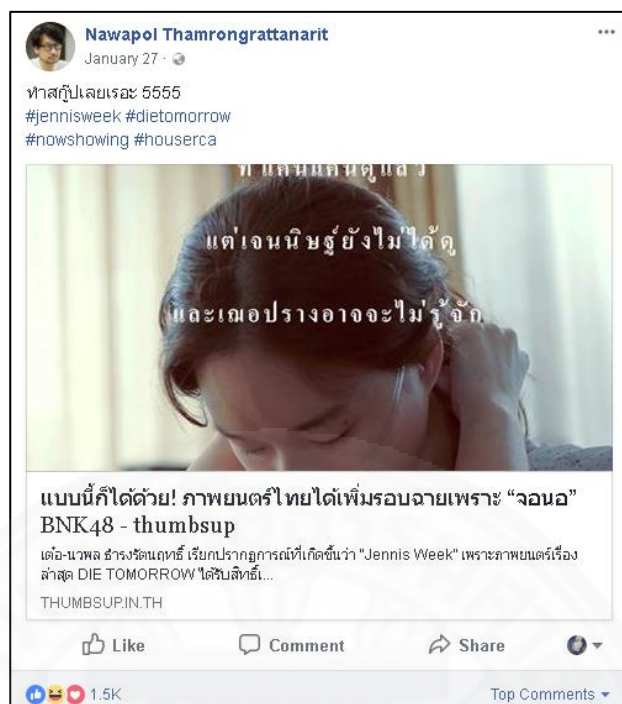
(2) ภาพที่ใช้ คือ ภาพจากทวิตเตอร์ของผู้ชมภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการใช้ภาพจากสื่ออื่น

13) โพสต์วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

ทำสบู๊ปเลยเธอะ 5555

#jennisweek #dietomorrow

#nowshowing #houserca



ภาพที่ 4.13 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ เพื่อเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตามจากข้อความที่ว่า “ทำสก็๊ปเลยอะ 5555” ซึ่งจับกระแส BNK48 มาใช้ในการโพสต์โปรโมตร่วมด้วย

(2) ภาพที่ใช้ คือ ภาพจากลิงก์ที่ใช้ศิลปินมีชื่อเสียงและมีคำพูดประกอบด้านบนภาพ เพื่อดึงดูดให้คนเข้ากดไปอ่านในลิงก์

14) โพสต์วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

คอลัมน์เดือนนี้ ข้าพเจ้ากลับไปอ่านสัมภาษณ์พี่ต้อมตลอด 20 ปี เพื่อกลั่นและค้นเกร็ดเบื้องหลังตลก ๆ ของหนังพี่ต้อมออกมา ซึ่งพบว่าแม้มีเพียบเลยที่แก่หลุด ๆ เล่าไว้ 55555 บางอันอยู่ในโซนหวดหะพีคมาก บางอันนี่แบบเอาจริงปะพี่ 555 / เชิญอ่าน



ภาพที่ 4.14 โพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้สร้างที่น่าเชื่อถือให้กับคนอ่านว่าผู้ติดตามเพจนวพล อารังรัตนฤทธิ์ มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส เนื่องจากเป็นเอก รัตนเรือง ก็เป็นผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแสอีกท่านหนึ่งที่ประสบความสำเร็จหลายเรื่อง เช่น รักน้อยนิด มหาศาล, ฝัน บ้า คาราโอเกะ ฯลฯ

(2) ภาพที่ใช้ คือ เป็นเอก รัตนเรือง กำลังทำงาน เพื่อสื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาของบทความ

15) โพสต์วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

EXOTIC , a short film by nawapol

ทำเล่นไว้ตอนปี 2014 , เพิ่งชุดเจอ (คือลืมไปแล้วว่าเคยทำไว้)

ดูอีกทีแล้วแบบ เชี่ย ทำไรกันลงไป 5555 / คิดถึงการทำหนังสั้นแบบไม่มี

จุดประสงค์เหมือนกันนะ

เลยมาอัฟโหลต แชร์กันดูสนุก ๆ 😊 #exotic



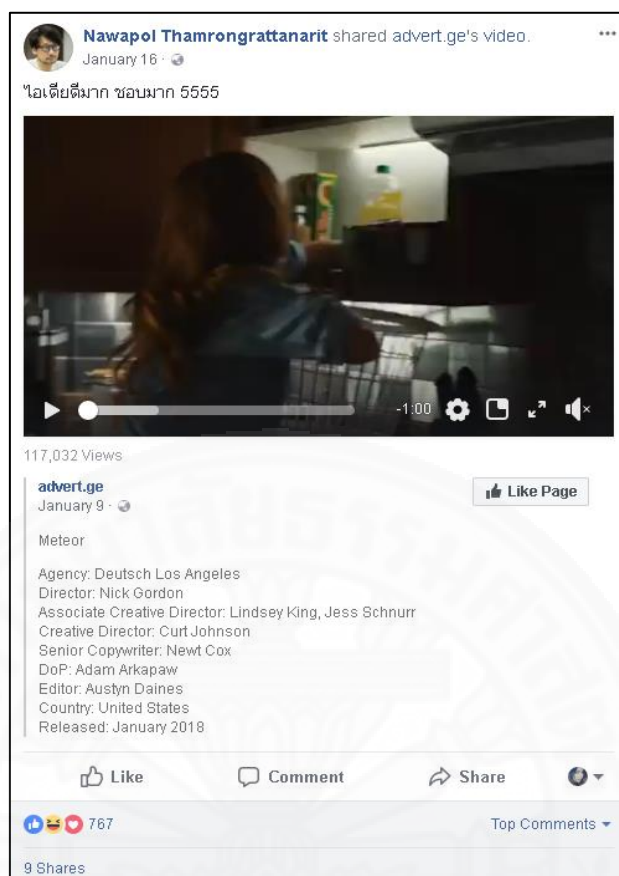
ภาพที่ 4.15 โพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้มีความเป็นกันเองให้กับคนดูว่านพล อารังรัตนฤทธิ์ เคยมีประสบการณ์ในการทำภาพยนตร์สั้นมาก่อน แนะนำให้ช่วยไปดูกัน

(2) ภาพที่ใช้เป็นลิงก์ภาพเคลื่อนไหว

16) โพสต์วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

ไอดีดีมาก ชอบมาก 5555



ภาพที่ 4.16 โพสต์แชร์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส เรื่อง *Die Tomorrow* วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้สั้น ตรงไปตรงมา อาจจะไม่เกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ฉาย แต่แสดงให้เห็นไอเดียแปลกใหม่ของภาพยนตร์สั้นจากต่างประเทศ

(2) ภาพที่ใช้เป็นลิงก์ภาพเคลื่อนไหว

17) โพสต์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

THREE BILLBOARDS OUTSIDE EBBING, MISSOURI : มีบนเครื่อง เลยดูไปเลย , ดูแล้วคิดถึงหนังแบบ magnolia มาก ๆ อันเป็นหนังที่ไม่คิดว่าจะได้ดูจากพอล โทมัส แอนเดอร์สันอีกแล้ว 5555 พอได้ดูอีกทีแล้วรู้สึกว่ามันดีจริง คือเราจะเจอชิ้นธรรมชาติ (ขี้ได้แต่เขาไม่ขี้แน่ะ) หรือ ไม่แน่ใจว่าเชื่อมโยงกันยังไง แต่พอดูจบแล้ว เราจะแบบ อ้อ เหตุการณ์เล็ก ๆ พวกนั้นมันกำลังค่อย ๆ เปลี่ยนตัวละครทีละนิดละน้อยวะ บทแบบนี้เขียนยาก / แต่ที่ชอบสุดคือธีมของหนัง

เป็นเรื่องที่กำลังชอบคิดทบทวนเกี่ยวกับมัน และคิดว่าบางทีมันก็สำคัญกับสังคมมาก ๆ เลย ทั้งสังคมอเมริกันและสังคมไทย มันเป็นเรื่องง่าย ๆ นิดเดียวจริง ๆ (ไป ๆ มา ๆ เหมือนชอบมากเหมือนกันนะ) / ฟรานเชส แม็คดอร์มานด์ เป็นคนมีพลังจริง ๆ พี่จะเล่นเป็นแม่ก็เรื่องก็ได้ พวกผมยินดี



ภาพที่ 4.17 โพสต์อื่น ๆ จากเพจ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้สั้น ตรงไปตรงมา ให้ความรู้สึกเป็นกันเอง มีอารมณ์ขัน มักใช้ “ๆ” ในการเน้นคำอยู่บ่อย ๆ

(2) ภาพที่ใช้เป็นภาพโปสเตอร์นักแสดง

18) โพสต์วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

ISLE OF DOGS : ต้องสารภาพว่าความเหนื่อยล้าจากการท่องเที่ยวระหว่างวัน รวมถึงเสื้อผ้าหนาปึกทำให้ร้อนมากเวลาอยู่ในโรง ทำให้เกิดการหลับไประหว่างทางอย่างดงาม จึงไม่สามารถตอบได้ถึงบทภาพยนตร์หรือความสนุกของเนื้อเรื่อง (จำได้แค่ว่าดูง่าย ไม่คอมเพล็กซ์ แมส ๆ) คงต้องไปดูใหม่อีกที / แต่ที่แน่ ๆ เลย คือ งานภาพ , รอบนี้พี่เวสยังหมด

เม็ด ละเอียดยิบ แจแปนีส เหนือชั้นกว่า fantastic mr.fox มาก แบบว่ามึงจะแคปเฟรมไหนละ ได้หมดทุกเฟรม สวยมาก พี่เขาเล่นยับเลย เป็นอุทาหรณ์ว่า ศิลปะโลคอลท้องถิ่น ถ้าเอาไปรีมิกซ์ดี ๆ ไม่ได้ยึดติดกับของเดิม มันจะออกมาเป็นของใหม่ที่สวยงามมาก / ปลันคิดว่าโลกนี้นั้นจำเป็นต้องมีงานแอนิเมชันที่หลุดออกมาจาก pixar บ้างจริง ๆ นะ พอได้ดูแบบนี้แล้วรู้สึกได้ชิมรสใหม่บ้าง



ภาพที่ 4.18 โพสต์อื่น ๆ จากเพจ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

- (1) ภาษาที่ใช้สั้น กระชับ ตรงไปตรงมา ใช้คำทับศัพท์และคำศัพท์ง่าย ไม่ซับซ้อน ภาษาที่ใช้แสดงถึงความตื่นเต้นทำให้ผู้อ่านอยากชมภาพยนตร์
- (2) ภาพที่ใช้ คือ ภาพโปสเตอร์แอนิเมชัน

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าโพสต์แสดงข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสภายในเพจ ทั้งหมดนี้ มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ โดยการยกตัวอย่างคำพูดหรือบทสนทนาระหว่างตัวละครที่น่าสนใจภายในภาพยนตร์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนในผู้

สนใจภาพยนตร์ประเภทดังกล่าวไปชมภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัน-เวลา และสถานที่ที่จะฉายภาพยนตร์แต่ละเรื่องไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ เฟซบุ๊กเพจดังกล่าวยังอัปเดต ข้อมูลใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสารของผู้ชมอีกด้วย

4.2.1.2 วิธีการสื่อสารของเฟซบุ๊กเพจ Nawapol Thamrongrattanarit

เฟซบุ๊กเพจ Nawapol Thamrongrattanarit ได้ใช้การโพสต์ข้อความ ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ของตน เพื่อเป็นการสื่อสารให้ผู้คนในโซเชียลมีเดียได้ไปรับชมภาพยนตร์นอก กระแสของตน ภายในเพจ นวพล อารังรัตนฤทธิ์ ได้พูดคุยถึงภาพยนตร์ของตนเอง ผ่านเกร็ดการ กำกับภาพยนตร์ หรือความคิดเห็นของตนที่มีต่อภาพยนตร์ที่กำกับด้วยภาษาที่ค่อนข้างเป็นกันเอง บวกกับการใช้อารมณ์ขันบ้างในบางครั้ง เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่เข้ามาไลก์และคอมเมนต์ตาม โพสต์ต่างๆ ในเพจของตน ทำให้ผู้ที่เข้ามาตามอ่านที่หลังรู้สึกสนใจ และอยากที่จะเข้าไปชมภาพยนตร์ ดังกล่าว รวมไปถึงการใช้ # (แฮชแทค - hashtag) เพื่อเป็นการเน้นข้อความสำคัญๆ หรือหนังที่ตน เป็นผู้กำกับในแต่ละโพสต์ดูเด่นขึ้นมาในแต่ละโพสต์ เช่น #dietomorrow ซึ่งจะใช้ค่อนข้างบ่อยใน ขณะที่กำลังโปรโมทหนังดังกล่าวในเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา นอกเหนือจากนี้ นวพล อารังรัตนฤทธิ์ ยัง ใช้การโพสต์เพื่อสื่อสารให้คนไปชมภาพยนตร์นอกกระแสผ่านการพูดถึงตัวหนังราคาถูกลงของโรงหนัง ต่างๆ ในวันและเวลาที่กำหนด รวมไปถึงการนำข้อความความคิดเห็นของผู้ที่ไปรับชมภาพยนตร์มา ก่อนหน้า มาถ่ายทอดเพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ถึงความรู้สึกและความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์ของตน ณ จุดนี้เองถือเป็นส่วนหนึ่งที่ดีถือเป็นการสื่อสารการรับชมภาพยนตร์นอกกระแสของนวพล อารังรัตนฤทธิ์

4.2.1.3 เพจ Documentary Club

1) โพสต์วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

“ขอเค้किनไอดิมหวานชื่นใจบ้างได้มั๊ย”

“เอ้า เอาไป”

“ฮ่าาาา ชื่นใจจจจ”

...เมื่อคุณมีไอดิมแท่งเดียว แต่คุณรู้ว่าเพื่อนรักย่อมสำคัญกว่าไอดิม



ภาพที่ 4.19 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ เป็นบทสนทนาที่เป็นส่วนหนึ่งในภาพยนตร์ เพื่อสร้างภาษาที่ใช้แสดงการเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม ภาษาที่ใช้มีความเชื่อมโยงกับภาพที่นำมาประกอบ ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วม นอกจากนั้นยังใช้ข้อความตอนสุดท้ายสรุปจบได้กินใจและให้ข้อคิดกับคนอ่าน

(2) ภาพที่ใช้มาจากภาพยนตร์เรื่อง *The Florida Project* มีความสอดคล้องกับข้อความ และดึงดูดผู้ติดตามได้เป็นจำนวนมาก

2) โพสต์วันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหา ดังนี้

สายตาของเด็กมักทำให้เรื่องแสนหนักสำหรับผู้ใหญ่กลายเป็นความสดใสเสมอ

...

The Florida Project นับเป็นหนังที่ชุกชอนอย่างมาก เพราะเป็นความตั้งใจของผู้กำกับฌอน เบเกอร์ ที่จะเล่าชีวิตแสนข้นแค้นของคนตัวเล็ก ๆ ในฟลอริดา ใกล้กับดิสนีย์แลนด์ ผ่านสายตาของเด็ก 6 ขวบ

จุดเริ่มต้นมาจาก คริส เบอร์กอส คนเขียนบทร่วม เพื่อนซี้ของเบเกอร์ที่ย้ายถิ่นฐานไปอยู่ออร์แลนโด รัฐฟลอริดา วันหนึ่งเขาขับรถไปแถวดิสนีย์แลนด์แล้วเจอเด็กไร้บ้านกลุ่มหนึ่งที่เล่นอยู่ด้านนอกสวนสนุกใกล้กับปราสาทซินเดอเรลลา พวกเขาไม่มีโอกาสได้เข้าไปวิ่งเล่นในดิสนีย์แลนด์ แต่ยังคงสวดเพื่ยงกันเองอยู่ภายนอก ภาพนั้นมันสะเทือนใจเบอร์กอสอย่างรุนแรง จนผลักดันให้เขาหาทางทำหนังเรื่องนี้ให้ได้ โดยการร่วมมือกับเบเกอร์

The Florida Project จึงเป็นหนังแสนสดใสจากการแทนสายตาอันบริสุทธิ์ของเด็ก 6 ขวบ ที่มีต่อโลกอันหม่นมืดของผู้ใหญ่ที่อยู่รายล้อมนั่นเอง

ร่วมพิสูจน์ The Florida Project “แดน (ไม่) เนรมิต” ได้ 25 ม.ค. ที่ SF / House RCA / BKKSR



ภาพที่ 4.20 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

- (1) ภาษาที่ใช้เพื่อเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วม และคล้อยตาม โดยภาษาที่ใช้เชื่อมโยงกับภาพที่นำมาประกอบ ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วม โดยนำเสนอเนื้อหาและแนวคิดของเรื่อง สะท้อนให้คนอ่านได้คิด และสร้างการเร้าความสนใจแก่คนอ่าน
- (2) ภาพที่ใช้เป็นภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *The Florida Project* ซึ่งเป็นภาพที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในโพสต์
- 3) โพสต์วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

DOC CLUB THEATER (Powered by EPSON)

ณ Warehouse30

จันทร์ที่ 26 กุมภาพันธ์ - อาทิตย์ที่ 11 มีนาคม 2561

(Mon 26 Feb - Sun 11 Mar)

บัตรที่นั่งละ 100 บาท ซื้อได้ที่หน้าโรงค่ะ ^^

How to go: <https://goo.gl/fF3ryn>

1) นิรันดร์ราตรี (Phantom of illumination)

เมื่อ 30 ปีที่แล้ว เรามีโรงหนังแบบแสดนดอะโลนจำนวน 140 กว่าแห่งทั่วกรุงเทพฯ แต่เมื่อเวลาผ่านไปการเข้ามาของระบบฉายแบบดิจิตอลทำให้โรงหนังแสดนดอะโลนมาถึงยุคสิ้นสุดและเป็นเรื่องราวที่หายไปในช่วงเวลา

ฤทธิ์ คือ คนฉายหนังคนสุดท้ายของกรุงเทพฯ หลังจากโรงหนังปิดตัวลง อาชีพที่เขาทำมาตลอด 25 ปี ก็เป็นกลายเป็นทักษะที่ไร้ค่า ฤทธิ์ไม่สามารถเริ่มต้นอาชีพใหม่ได้เนื่องจากไม่มีความสามารถอื่นนอกจากการฉายหนังทำให้เขาจำเป็นต้องอาศัยต่อในโรงหนังร้างเพื่อเฝ้าดูแลอาคารและรักษาสถานที่

ในแต่ละวันฤทธิ์ไม่มีหน้าที่ใดต้องทำ เขาเลยมักหลีกหนีความทุกข์ด้วยการดื่มเหล้าและอ่านหนังสือธรรมะจนในบางครั้งสิ่งที่เขาพูดเป็นการผสมกันระหว่างความจริงกับการตีความที่เขาสร้างขึ้น เวลาดำเนินไปอย่างเชื่องช้าจนฤทธิ์รู้สึกหมดหวังที่จะใช้ชีวิตต่อ เขาจึงตัดสินใจกลับไปหาลูกเมียที่ทำอาชีพรับกริตรายเพื่อหาอาชีพอื่นทำ แต่สุดท้ายก็ค้นพบว่าไม่มีอาชีพใดที่สามารถเป็นความหวังให้เขาดำรงชีวิตต่อไปได้

*ภาพยนตร์เรื่องนิรันดร์ราตรีได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลสุพรรณหงษ์ครั้งที่ 27 สาขาถ่ายภาพยอดเยี่ยม / และเข้าชิงรางวัลจากชมรมวิจารณ์บันเทิงครั้งที่ 26 ถึง 3 สาขา (ภาพยนตร์ยอดเยี่ยม, กำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม, นักทำหนังหน้าใหม่ยอดเยี่ยม) / พร้อมได้รับการเสนอชื่อจาก Starpics Thai Film Awards 2 สาขา (กำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม, สาขาภาพยนตร์ยอดเยี่ยม)

***TALK!: จบแล้วมาพูดคุยอย่างใกล้ชิดเรื่องการทำหนัง การทำงานทดลอง การเล่นกับแสงเสียง และการค้นหาหนทางดำรงชีวิตด้วยงานที่รัก กับเบสท์ วรรณณภูมิ ลายสุวรรณชัย @Wattanapume Laisuwanchai ผู้กำกับ “นิรันดร์ราตรี” และหนึ่งในผู้ก่อตั้ง Eyedropper Fill (*ท่านที่ดูหนังแล้วมาร่วมฟังทอล์คได้เลยค่ะ ^^)

รายละเอียดกิจกรรม:

<https://www.facebook.com/events/2110793409132088/>

* * * * *

เพื่อระลึกถึงวันสตรีสากลในวันที่ 8 มีนาคมของทุกปี Doc Club Theater ภูมิใจนำเสนอ หนังสือสารคดีหลากหลายเรื่องราวด้วยผู้หญิง ซึ่งมีเนื้อหาหลากหลายเรื่องราวและช่วงวัย (ทั้งวัยสาวน้อย สาวใหญ่ และไปจนถึงรุ่นคุณย่า ^^)

2) CITIZEN JANE: BATTLE FOR THE CITY

ปี 1960 หนังสือชื่อ The Death and Life of Great American Cities (ความตายและชีวิตของเมืองใหญ่ในอเมริกา) ของเจน เจคอบส์ ได้สร้างแรงสั่นสะเทือนครั้งใหญ่ให้แก่โลกสถาปัตยกรรมและเหล่านักออกแบบผังเมือง ด้วยการสำรวจลึกลงไปถึงผลกระทบของวิถีคิดแบบสมัยใหม่ ซึ่งเธอให้นิยามว่า “ไม่ใช่การสร้างเมือง แต่เป็นการปล้นเมือง”

เจคอบส์เป็นนักเขียน นักหนังสือพิมพ์ และนักกิจกรรมผู้เกี่ยวข้องกับต่อสู้มากมายหลายครั้งในช่วงกึ่งกลางศตวรรษที่ 20 ของนครนิวยอร์ก ซึ่งเป็นไปด้วยเจตนาจะหยุดยั้ง โรเบิร์ต โมเสส นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ผู้แสนทรงอิทธิพลแห่งยุคจากการ “ฟื้นฟูและพัฒนาเมือง” ด้วยการกวาดล้างทุกสิ่งซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นความเกินเลยรื้อทางสายตา เจคอบส์ใช้พลังแห่งความคิดและถ้อยคำของเธอเป็นหยัดนำเสนอมุมมองอีกด้านอย่างกล้าหาญ เพื่อบอกกล่าวกับ

เพื่อนร่วมยุคสมัยว่า “เมือง” ที่จะมีความหมายอย่างแท้จริงนั้นควรมีจิตวิญญาณเช่นไรกันแน่

หนังสือคดีเปี่ยมพลังเรื่องนี้ย้อนถ่ายทอดเรื่องราวการต่อสู้เหล่านั้ระหว่างความเชื่อของสองฝ่ายที่มีนิวยอร์กเป็นตัวประกัน ซึ่งแม้จะเป็นเหตุการณ์ในพื้นที่เดียวและในช่วงเวลาที่ผ่านพ้นไปแล้ว แต่ทั้งหมดกลับสามารถสะท้อนสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันของการเติบโตสู่ความเป็น “เมือง” ของชุมชนทั่วโลก

3) THE PUNK SINGER

ในช่วงเวลาที่ดนตรีพังค์และกรันจ์ถูกครอบครองโดยศิลปินชาย..หญิงสาวปากกล้านาม แครลีน แชนนา ก็ลุกขึ้นมาทำให้โลกต้องตื่นตะลึง! หนังสือเราไปสัมผัสตัวตนของพังค์สาวและเฟมินิสต์ตัวกลั่นผู้เป็นแรงบันดาลใจสำคัญของโลกดนตรีใต้ดินผู้นี้อย่างใกล้ชิด ผ่านฟุตเตจตลอด 20 ปีของชีวิตและการสร้างสรรค์ดนตรีของเธออันแสนกระแทกใจ

4) FACES PLACES

ชิงออสการ์สารคดียอดเยี่ยมปีนี้

ผลงานกำกับสุดเอิบอ้อมหัวใจของสองศิลปินต่างวัยที่มีผู้รักใคร่ติดตามผลงานทั่วโลก หนึ่งคือ อานญูส วาร์ดา คนทำหนังวัย 89 อีกหนึ่งคือ เจอาร์ ช่างภาพวัย 33 เขาและเธอไม่เพียงลุ่มหลงเสน่ห์ของ “ภาพ” มาทั้งชีวิตเหมือนกัน แต่ยังมีวิธีคิด วิธีสร้าง แสดงและแบ่งปันมันแก่ผู้คนอื่น ๆ คล้ายกันด้วย อานญูสหลงใหลและสำรวจผ่านการถ่ายภาพนิ่งและภาพหนัง ส่วนเจอาร์คลุกคลีกับมันผ่านงานศิลปะภาพถ่ายจัดวางกลางแจ้งขนาดใหญ่ยักษ์ อะไรจะเกิดขึ้น? เมื่อทั้งคู่ตัดสินใจออกเดินทางสร้างงานศิลปะด้วยกัน ซึ่งอาจเป็นทั้งครั้งแรกและครั้งสุดท้าย... บนความรักที่มีต่อเพื่อนมนุษย์ และต่อโลกที่คละเคล้าด้วยความสุขและความเศร้าใบนี้

5) THE HUNTING GROUND

20% ของนักศึกษาหญิงในสหรัฐอเมริกาเคยถูกล่วงละเมิดทางเพศในมหาวิทยาลัย และ...88% ของพวกเธอ ตัดสินใจไม่รายงานให้ผู้บริหารสถาบัน

รับรู้ เพราะ...“สิ่งที่มหาวิทยาลัยจะปกป้องเป็นสิ่งแรก ไม่ใช่นักศึกษาหรือ
พวกเขาปกป้องแบรนด์ตัวเองต่างหาก”

แต่...อย่าคิดว่าพวกเธอและเขาจะต้องเป็นฝ่ายปิดปากเงียบแล้วยอมรับความไม่
ยุติธรรมอยู่รำไป... “ในเมื่อสถาบันไม่แยแส เราจึงต้องแสดงให้เห็นว่าเด็กอายุ
แค่ 20 อย่างเราก็เล่นงานมหา’ลัยอายุ 200 ได้!”

“The Hunting Ground: ชมรมล่าหญิง” หนังสือคดีสุดอื้อฉาวแห่งปีที่ตีแผ่
ปัญหาความรุนแรงทางเพศและการปกปิดความจริงในสถาบันอุดมศึกษาทั่ว
สหรัฐอเมริกา ติดตามการต่อสู้ของนักศึกษาหญิงผู้ไม่ยอมจำนนในฐานะเหยื่อ
อีกต่อไป และตัดสินใจก้าวออกมาเปิดเผยตัวแม้จะต้องแลกด้วยการถูกดูแคลน
จากทั้งเหล่าผู้บริหารและเพื่อนนักศึกษาด้วยกัน ...การต่อสู้อย่างกล้าหาญของ
พวกเธอไม่เพียงสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้คน แต่ยังส่งผลสะท้อนเหล่าสถาบัน
การศึกษาอันทรงเกียรติครั้งยิ่งใหญ่

* * * * *

6) IRIS

“เคยมีคนบอกฉันว่า ‘คุณไม่ใช่คนสวย และจะไม่มีวันสวย แต่ไม่เป็นไรหรอก
เพราะคุณมีสิ่งที่ดียิ่งกว่าความสวย ...คุณมีสไตล์’” ไอริส แอฟเฟล ผลงานกำกับ
ขึ้นเอกขนาดยาวเรื่องสุดท้ายของ อัลเบิร์ต เมย์เซลส์ ผู้กำกับสารคดีมือฉกาจวัย
87 ปี (เจ้าของหนังสือสารคดีคลาสสิกติดทุกโผนกวิจารณ์อย่าง Gimme Shelter
และ Grey Gardens) ที่พาเราไปล้วงลึกชีวิตและความคิดสุดเปรี๊ยะของดิไซเนอร์
ไอคอนผู้ยิ่งใหญ่วัย 93 ปี ผู้จะบอกให้เราได้ว่า แฟชั่นไม่ใช่เรื่องของแบรนด์ /
ไม่เกี่ยวอะไรเลยกับราคา / เพศหรืออายุไม่ใช่เงื่อนไข / และไม่ใช่แค่การแต่งตัว
ดีไว้อวดใคร แต่ ‘สิ่งที่คุณเป็นอยู่ข้างใน’ ต่างหากคือแก่นแท้แห่ง ‘ศิลปะของ
การมีชีแอนด์เม็ตซ์’!

* * * * *

7) I WANT YOU TO BE

‘นัท’ และ ‘โอม’ เป็นเพื่อนสนิทที่ดีต่อกันเสมอมา ทว่าในใจลึก ๆ ของนัท เธอ
เห็นโอมเป็นมากกว่าเพื่อน แม้นัทจะรู้อยู่แก็ใจดีว่าโอมไม่มีวันชอบผู้หญิง แต่
เธอก็เลือกที่จะเฝ้ารอและเคียงข้างโอมอยู่เสมอ แม้ว่าเขาจะมีใครอื่นอยู่เรื่อยไป
ก็ตาม

จนกระทั่งวันหนึ่ง... วันที่ความสัมพันธ์ของทั้งสองเริ่มสั่นคลอน นัทจะหาทางออกให้กับความสัมพันธ์นี้อย่างไร? พบกับ I want you to be โดยบัณฑิตสินธนากรดี หนังรักและหนัง LGBT เรื่องแรกของ Doc Club Theater หนังอิสระฟอร์มเล็กที่ได้รับคำชมจากนักวิจารณ์อย่างท่วมท้น และได้รับรางวัลบทภาพยนตร์ยอดเยี่ยมจาก บ้านหนัง คลังละครอะวอร์ด ครั้งที่ 14 ประจำปี 2017 พร้อมได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัล Starpics Thai Film Awards ครั้งที่ 15 ประจำปี 2560 ในสาขาบทภาพยนตร์ยอดเยี่ยมและนักแสดงนำหญิงยอดเยี่ยมประจำปีนี้

* * * * *

8) Filmvirus Wildtype X Documentary Club: Rebel Without a Cause เด็ก.มี.ปัญหา พบ 4 หนังสือไทยจาก ‘เด็ก’ ที่ ‘มีปัญหา’...หนังสือของบรรดานักเรียนนักศึกษาที่พูดถึงปัญหาของเด็กโดยไม่ปิดบัง ไม่ถูกทำให้เชื่องโดยผู้ใหญ่ หนังสือที่ประกอบด้วยปัญหาของเด็กกับเด็กด้วยกัน เด็กกับศาสนา เด็กกับภาวะเศรษฐกิจ หรือเด็กกับสังคมเผด็จการ!

- Anatomy of Her (2016, วรรณญา ภูน้ำทรัพย์, 22 mins)
- เมืองในหมอก (2017, วัชรพล สายสงเคราะห์, 23 mins)
- ถ้า A ไม่เป็นสับเซตของ B (2017, ชุตินันต์ คงถิ่นฐาน, 29 mins)
- Bangkok Dystopia (บางกอก ดิสโทเปีย) (2017, ปฏิพล ทีฆายุวัฒน์, 28 mins)

* * * * *

9) หมอนรถไฟ (Railway Sleepers)

หมอนรถไฟ (Railway Sleepers) คือสารคดีไทยที่ สมพจน์ ชิตเกษรพงศ์ ใช้เวลาในการถ่ายทำยาวนานถึง 8 ปีบนรถไฟไทยตลอดทั้งเรื่อง บันทึกภาพชีวิตประจำวันของผู้โดยสาร พนักงาน และวิวิธทัศน์ตามเส้นทางรถไฟทั่วประเทศ โดยพาผู้ชมเดินทางคล้อยผ่านเวลา 2 วัน 2 คืน พร้อมกับทบทวนประวัติศาสตร์รถไฟไทย นำเสนอภาพซ้อนทับเชื่อมโยงกับสังคมในปัจจุบันได้อย่างน่าประหลาด ผ่านการจับจ้องถึงสังคมภายในรถไฟ สถานที่ที่มีมนต์ขลังบางอย่าง

**ภาพยนตร์เรื่องหมอนรถไฟได้รับรางวัลหนังไทยแห่งปี จาก Bio-Scope Award 2017 / ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงถึง 5 สาขา จากชมรมวิจารณ์บันเทิง ครั้งที่ 26 ประจำปี 2560 (ภาพยนตร์ยอดเยี่ยม, ผู้กำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม,

กำกับภาพยอดเยี่ยม, ลำดับภาพยอดเยี่ยม, นักทำหนังหน้าใหม่ยอดเยี่ยม) / และได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัล Starpics Thai Film Awards ครั้งที่ 15 ปี 2560 ถึง 4 สาขา (ภาพยนตร์ยอดเยี่ยม, ผู้กำกับยอดเยี่ยม, กำกับภาพยอดเยี่ยม, ลำดับภาพยอดเยี่ยม)

10) ประชาธิปไตยไทย (Paradoxocracy)

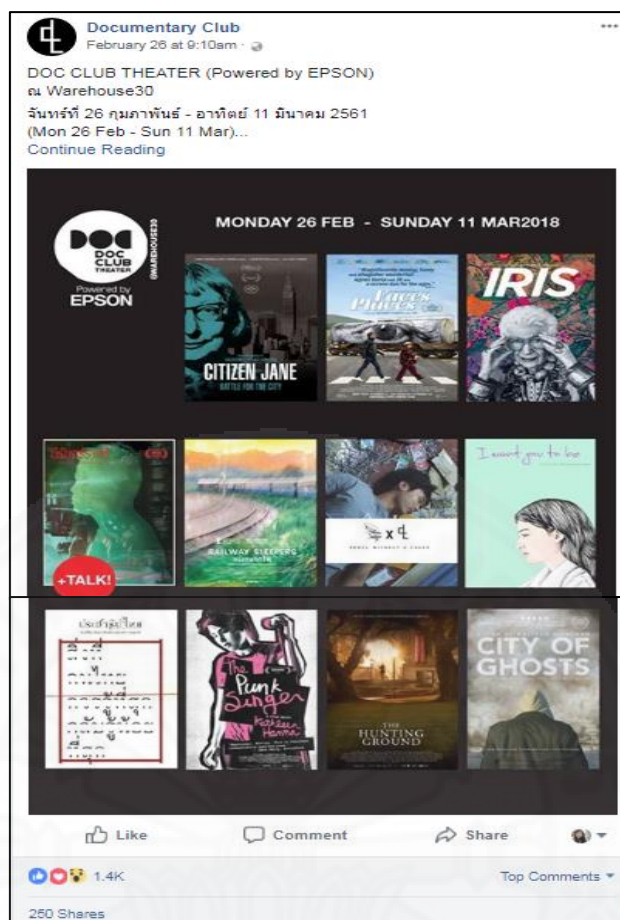
เราอาจเคยได้ยินคำกล่าวว่า ‘คนไทยยังไม่พร้อมสำหรับประชาธิปไตย’ แต่เราเคยลองถามกลับหรือไม่ว่า แล้วแท้ที่จริง ‘ประชาธิปไตย’ คืออะไรกันแน่? เราขอชวนทุกท่านมาทำความรู้จักถ้อยคำแสนคุ้นเคยแต่ก่อตรามาสร้างวิาทะมาได้ไม่หยุดหย่อนตั้งแต่วันปฏิวัติ 2475 มาจนถึงปัจจุบัน โดยผ่านข้อคิดเห็นและโลกทัศน์ของนักคิด นักวิชาการ และนักเคลื่อนไหว ที่จะมาจุดชนวนความคิดเรื่องการเมืองไทยให้เราได้ร่วมกันถกเถียงและขบคิด พบ ‘ประชาธิปไตย’ (Paradoxocracy) สารคดีขนาดยาวของ เป็นเอก รัตนเรือง และภาสกร ประมูลวงศ์

ต้อนรับวันที่ 5 มีนาคม ซึ่งเป็นวันนักข่าวและสื่อสารมวลชนแห่งชาติ

11) CITY OF GHOSTS

ยังจำได้ไหมเมื่อคราวที่ผู้กำกับหนุ่ม แมตธีว ไฮเนแมน แบกกิ้งไปวิ่งไล่ตามถ่ายสงครามยาเสพติดในเม็กซิโกแล้วออกมาเป็นหนังบ้าพลังอย่าง Cartel Land และราวกับนั้นยังระห่ำไม่พอ ครั้งนี้เขาจึงกลับมาทำหนังสุรระทึกที่เสี่ยงตายตามถ่ายการต่อสู้ระหว่างกลุ่ม ISIS กับกลุ่ม Raqqa is Being Slaughtered Silently (รักเกาะฮ์กำลังถูกฆ่าอย่างเงียบงัน) กลุ่มนักข่าวอาสาสมัครที่ต่อให้โดนไล่ฆ่าก็ยังอุทิศชีวิตแก่การประกาศความเหี้ยมโหดในบ้านเกิดของตนให้โลกได้รับรู้

มาร่วมกันพิสูจน์ให้เห็นกับตาว่าพลังของ “วารสารศาสตร์” นั้นยิ่งใหญ่เพียงใด...ทำไมคนหนุ่มไม่กี่คนที่มีความจริงและอินเทอร์เน็ตเป็นอาวุธ จึงสามารถสร้างแรงสั่นสะเทือนให้แก่ ISIS ได้ไม่น้อยไปกว่าแรงระเบิดที่ทั้งอเมริกาและรัสเซียถล่มใส่เมืองรักเกาะฮ์แทบทุกวัน!



ภาพที่ 4.21 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลภาพยนตร์ รอบฉาย และสถานที่จัดฉายภาพยนตร์ของ Documentary Club เป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้ติดตามเพจโดยใช้การเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา เพื่อสร้างความเป็นกันเองกับผู้อ่าน และเข้าใจได้ง่าย

(2) ภาพที่ใช้เป็นภาพจากภาพยนตร์ทุกเรื่องที่จัดฉายซึ่งมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและเป็นการส่งข้อมูลให้ผู้ติดตามสามารถเห็นได้จากภาพก่อนว่ามีภาพยนตร์เรื่องใดบ้างซึ่งเป็นการใช้ภาพในการดึงดูดผู้ติดตาม

4) โพสต์วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหา ดังนี้

UPDATE: SOLD-OUT!

ประกาศ: ขณะนี้ ที่นั่ง 240 ที่ถูกจองเต็มหมดแล้วค่ะ ขอขอบคุณทุกท่านมาก ๆ นะคะที่ให้ความสนใจกิจกรรมครั้งนี้อย่างอบอุ่น สำหรับท่านที่ยังไม่ได้จองไว้ สามารถแวะมาที่สำนักงานเพื่อรอลุ้นบัตรหลุดได้ตั้งแต่เวลา 14.45 น. นะคะ ส่วนท่านที่จองแล้ว กรุณาลงทะเบียนรับบัตรเพื่อเลือกที่นั่งได้ตั้งแต่ 14.00 - 14.45 น. ค่ะ (15 นาทีก่อนหน้าฉาย เราจะขออนุญาตมอบบัตรที่ยังไม่มีผู้มารับให้แก่ท่านอื่น ๆ ที่มารอหน้างานนะคะ) แล้วพบกันค่ะ ^^

=====

50% ของประชากรโลกใช้ชีวิตอยู่ในเขตเมือง และในราวปี 2050 จำนวนดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นเป็น 80% ...เราต่างรู้กันว่าชีวิตในเมืองใหญ่นั้นทั้งเปี่ยมพลังมากด้วยเสน่ห์ และพร้อม ๆ กันนั้นก็เพียบด้วยปัญหา แต่อะไรเล่าคือสาเหตุ และอย่างไรละจึงคือหนทางแก้?

ยาน เกห์ล (Jan Gehl) สถาปนิกชาวเดนมาร์ก, ศาสตราจารย์สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมืองแห่งสถาบัน Royal Danish Academy of Fine Arts และผู้ร่วมก่อตั้ง Gehl Architects บริษัทที่ปรึกษาด้านคุณภาพของเมือง ศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ในเมืองใหญ่มาตลอด 40 ปี เขาตั้งคำถามว่า เพราะอะไรเมืองสมัยใหม่จึงกีดกันผู้คนธรรมดา ๆ อย่างเราจากการพัฒนา และเขาเสนอว่าถึงเวลาแล้วที่เราจะต้องสร้าง “เมือง” ซึ่งมองเห็นความต้องการและความสัมพันธ์ของมนุษย์เป็นปัจจัยแรก

“asa Cloud Exhibition Center” และ “Documentary Club” ภูมิใจเสนอ THE HUMAN SCALE หนังสือสุดบันดาลใจที่จะพาเราไปพบเหล่านักคิด สถาปนิก และนักผังเมืองทั่วโลก เพื่อร่วมกันค้นหาหน้าตาและจิตวิญญาณที่เราฝันอยากให้ “เมืองของเรา” เป็น

**อาทิตย์ 21 มกราคม ที่ห้องออডিทอเรียมชั้น 5 หอศิลป์กรุงเทพฯ

- 15:00 น. ฉาย THE HUMAN SCALE

- 16:30 น. เสวนา



ภาพที่ 4.22 โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลการจัดกิจกรรมฉายภาพยนตร์ เรื่อง *The Human Scale* ที่มีการจองตั๋วล่วงหน้า และข้อมูลในโพสต์เป็นการบอกกล่าวผู้ติดตามเพจว่าตั๋วเต็ม และให้ข้อมูลแก่ผู้ที่จองล่วงหน้าว่าต้องมานัดพบเวลากี่โมง โดยใช้ภาษาแบบการเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา ทำให้สร้างความเป็นการเองกับคนอ่าน และเข้าใจได้ง่าย

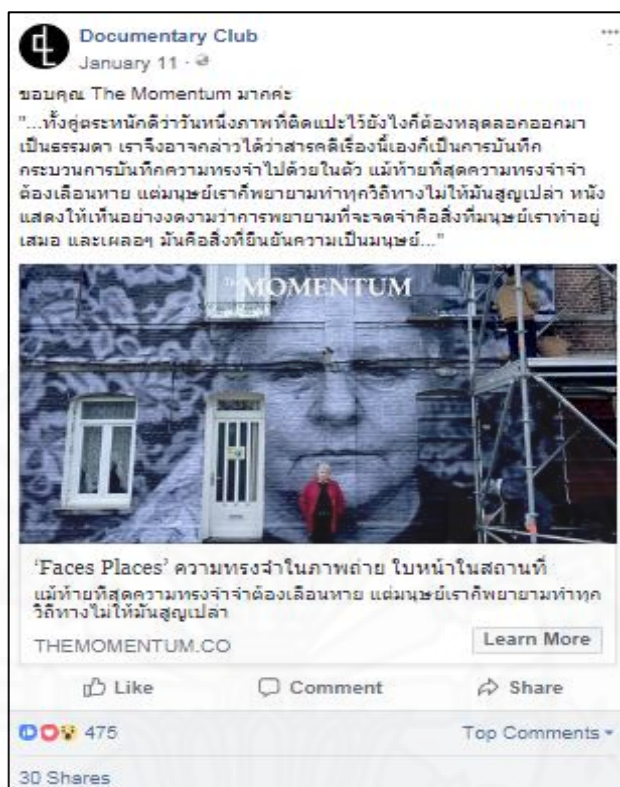
(2) ภาพที่ใช้เป็นภาพที่มาจากลิงก์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ เป็นภาพที่มาจากส่วนหนึ่งของภาพยนตร์

5) โพสต์วันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

ขอบคุณ The Momentum มากค่ะ

"...ทั้งคู่ตระหนักดีว่าวันหนึ่งภาพที่ติดแปะไว้ยังงี้ก็ต้องหลุดลอกออกมาเป็นธรรมดา เราจึงอาจกล่าวได้ว่าสารคดีเรื่องนี้เองก็เป็นการบันทึกกระบวนการบันทึกความทรงจำไปด้วยในตัว แม้ท้ายที่สุดความทรงจำจำต้องเลือนหาย แต่มนุษย์เราก็พยายามทำทุกวิถีทางไม่ให้มันสูญเปล่า หนังสือแสดงให้เห็นอย่าง

งดงามว่าการพยายามที่จะจดจำคือสิ่งที่มนุษย์เราทำอยู่เสมอ และเปลอ ๆ มันคือสิ่งที่ยืนยันความเป็นมนุษย์..."



ภาพที่ 4.23 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลโดยการแชร์ลิงก์บทความจากแหล่งข้อมูลอื่นซึ่งเป็นการเขียนถึงภาพยนตร์เรื่อง *Face Places* ที่ทาง Documentary Club จัดฉาย ผู้เขียนใช้ภาษาแบบการเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา ทำให้สร้างความเป็นกันเองกับคนอ่านและเข้าใจได้ง่าย

(2) ภาพที่ใช้ เนื่องจากเป็นการแชร์จากลิงก์อื่น ภาพที่ปรากฏจึงเป็นภาพประกอบลิงก์ที่มีความสอดคล้องกับบทความ

6) โพสต์วันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

ขอบคุณคุณประวิทย์ แต่งอักษรมาก ๆ ค่ะ ^O^

“....สองอย่าง (เป็นอย่างน้อย) ที่น่าพูดถึงก็คือ นี่เป็นหนังที่น่าจะช่วยให้เปิดโลกทัศน์ หรือตอกย้ำผู้ชมในแง่ที่ว่า งานศิลปะไม่จำเป็นต้องอยู่ในหอศิลป์ หรือห้องแสดงภาพ ซึ่งจะว่าไปแล้ว มีลักษณะเป็นหอคอยางข้างอยู่พอสมควร (เพราะคนส่วนใหญ่เข้าไม่ถึง) อีกอย่างหนึ่งที่ชวนให้ซาบซึ้งตื้นตันก็คือ เมื่อคนทั้งสองเลือก ‘ซัปเจ็คท์’ ที่จะจัดแสดงบน ‘แคนวาส’ ขนาดมหึมาในพื้นที่เปิดโล่ง มันไม่ใช่บุคคลพิเศษ เจ้าขุนมูลนาย ชนชั้นสูงหรืออะไร แต่ได้แก่ชาวบ้านชาวช่อง คนใช้ แรงงาน แม่บ้าน และนั่นทำให้หนังเรื่องนี้อยู่ใน ‘สปิริต’ เดียวกันกับ *La Sortie de l’Usine Lumière à Lyon* (1895) หนังเรื่องแรกของพี่น้องลูมิแอร์ที่เป็นเรื่องคนงานเดินออกจากโรงงาน

นั่นคือหนังที่เฉลิมฉลองความพิเศษและยิ่งใหญ่ของสามัญชน”



ภาพที่ 4.24 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลการแชร์โพสต์จากโพสต์ของคุณ Prawit Teangaksorn ที่เป็นการสรุปเนื้อหาของภาพยนตร์สารคดีเรื่อง *Faces Places* ที่ทาง Documentary Club ได้ทำการจัดฉาย โดยใช้ภาษาแบบการเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา ทำให้สร้างความเป็นปรารถนาแก่ผู้อ่าน และเข้าใจได้ง่าย

(2) ภาพที่ใช้เป็นการแชร์ภาพและข้อความจากโพสต์ของคนที่มีชื่อเสียงในวงการภาพยนตร์นอกกระแสซึ่งทำให้เกิดการ Reacts สูง สามารถแสดงให้เห็นได้ว่าผู้ติดตามเพจมีความรู้ความสนใจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสเช่นกัน

7) โพสต์วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหา ดังนี้



ภาพที่ 4.25 โพสต์แชร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจ Documentary Club วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลถึงบทความจากเพจ GM LIVE ที่กล่าวถึงภาพยนตร์ เรื่อง *Lady Bird* ที่ Documentary Club เป็นคนจัดฉาย โดยใช้ภาษาแบบการเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา ทำให้สร้างความเป็นกันเองกับคนอ่าน และเข้าใจได้ง่าย และใช้ประโยคคำถามตอนท้ายประโยคว่า “ทำไมกระแส หนังพลังหญิง ถึงสะเทือนปี 2018” ภาษาที่ใช้แสดงเพื่อเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม

(2) ภาพที่ใช้มาจากภาพยนตร์เพื่อให้สอดคล้องกับบทความ

โพสต์แสดงข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสภายในเพจทั้งหมดมีการใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ โดยการยกตัวอย่างคำพูดหรือบทสนทนาระหว่างตัวละครที่น่าสนใจภายในภาพยนตร์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สนใจภาพยนตร์ประเภทดังกล่าวไปชมภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัน-เวลา และสถานที่ที่จะฉาย

ภาพยนตร์แต่ละเรื่องไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ เฟซบุ๊กเพจยังได้อัพเดทข้อมูลใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสารของผู้ชมอีกด้วย แต่ยังมีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ในการจัดฉายภาพยนตร์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อคนที่อยู่ในต่างจังหวัดซึ่งสามารถเห็นได้จากในการแสดงความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจในหลาย ๆ โพสต์

4.2.1.4 วิธีการสื่อสารของเพจ Documentary Club

เฟซบุ๊กเพจ Documentary Club จะเน้นการโปรโมทภาพยนตร์นอกกระแสของต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งภาพยนตร์ดังกล่าวส่วนมากจะเน้นเจาะไปที่ผู้ชมเฉพาะกลุ่มทางเพจได้ใช้ภาษาที่เป็นทางการ รวมไปถึงการใช้คำพูดจากหนัง (quotes) มีการใช้โปสเตอร์ภาพยนตร์ ตัวอย่างภาพยนตร์ และเรื่องย่อแบบสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ที่กดไลก์เพจหรือผู้ที่ติดตามเพจสนใจและอยากเข้าชมภาพยนตร์ดังกล่าว นอกจากนี้ ทางเพจยังได้มีการจัดสัมมนาในหัวข้อต่าง ๆ โดยเชื่อมโยงเนื้อหาที่เป็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส ให้เข้าสถานการณ์ในขณะนั้น โดยทางเพจได้เชิญบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องที่จะจัดสัมมนามาพูดให้ความรู้ เกี่ยวกับภาพยนตร์ที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในขณะนั้นให้แก่ผู้ที่สนใจได้เข้าร่วม

ข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับเฟซบุ๊กเพจ Nawapol Thamrongrattanarit ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน คือ เรื่องภาษา การใช้ภาษาของเฟซบุ๊กเพจ Nawapol Thamrongrattanarit เป็นภาษาที่เรียบง่าย เป็นกันเอง เหมือนคุยกับเพื่อนคนหนึ่ง ในขณะที่เฟซบุ๊กเพจ Documentary Club จะเน้นภาษาที่สุภาพ เป็นทางการ ส่วนความแตกต่างในการโปรโมทภาพยนตร์พบว่าเฟซบุ๊กเพจ Nawapol Thamrongrattanarit เน้นภาพยนตร์ที่ตนกำกับเอง ในขณะที่ Documentary Club เน้นการโปรโมทภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ รวมไปถึงการจัดกิจกรรม หรือการสัมมนาเพื่อให้ผู้ที่กดไลก์และติดตามเพจมีส่วนร่วม ซึ่งเฟซบุ๊กเพจ Documentary Club มีมากกว่าเฟซบุ๊กเพจ Nawapol Thamrongrattanarit อย่างเห็นได้ชัด

4.2.2 นักวิจารณ์/นักรีวิว

4.2.2.1 เพจอวยไล่แตกแหกไล่ฉีก

- 1) โพสต์วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560 มีเนื้อหาดังนี้

The Killing of a Sacred Deer เปิดใจและปล่อยอารมณ์ไปกับมัน คุณจะพบว่าหนังมันอิมคริมหม่นหมองมาก 8/10

ปีก่อนคอบหนังที่ได้ดู Lobster ของผู้กำกับ ยอร์กอส ลานติมอส ก็เชื่อว่าหลาย ๆ คนหลงรักหนังเรื่องนี้ แต่สำหรับผลงานล่าสุดของยอร์กอสอย่าง The Killing of a Sacred Deer นี่ก็พูดได้เลยว่าเค้าเป็นผู้กำกับที่ยังคงเส้นคงวาในการรักษา

ลายเส้นของตัวเองอย่างเหนียวแน่น นั่นคือการใช้ภาพเล่าเรื่องประกอบเสียงดนตรีที่ประดิษฐ์ขึ้นมามากมายเพื่อปลุกอารมณ์และสร้างบรรยากาศให้คนดูหนังรู้สึกสะพรั่ง ฉงน และชวนสงสัยตลอดเวลา และที่สำคัญ The Killing of a Sacred Deer เป็นหนังที่ไม่มีการประนีประนอมกับคนดูเลยแม้แต่น้อย ถ้าเทียบกับ Lobster ผมก็ว่านั่นเค้าก็รักษาแนวทางของเค้า เพียงแต่ประเด็นในหนังมันจะค่อนข้างเข้าถึงใจคนดูในระดับแสมมากกว่าหนังฆาตกรรมเรื่องนี้ ซึ่งดูทรงแล้วมันไกลตัวคนดูหนังเหลือเกิน

The Killing of a Sacred Deer นำโครงเรื่องจากนิยายกรีกเรื่อง Iphigenia in Aulis ของยูริเปอติส มาใช้เป็นโครงหลักของหนัง แต่เปลี่ยนยุคเปลี่ยนสมัย และสร้างสรรค์ตัวละครใหม่เป็นคนในยุคปัจจุบัน The Killing of a Sacred Deer เป็นเรื่องราวของ สตีเวน หมอผ่าตัดหัวใจ ที่มีภรรยาอย่างแอนนา และลูกชายลูกสาวสองคน พวกเขาเป็นครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข จนวันหนึ่งเมื่อมาร์ติน เด็กหนุ่มก้าวเข้ามาในชีวิตสตีเวน พร้อมกับประเด็นที่ชวนสงสัยว่าสตีเวนจะเอาใจเด็กหนุ่มคนนี้เป็นพิเศษ ไม่ว่าจะซื้อของราคาแพงให้ และให้ไปมาหาสู่ครอบครัวของเค้า โดยมีเหตุการณ์แปลกประหลาดเริ่มก่อตัวขึ้นในครอบครัวของสตีเวนทีละน้อย ๆ

สิ่งที่หนังนำเสนอคือลูกบ้าของผู้กำกับที่นำพาหนังไปได้สุดโด่ง เข้มแข็งเถียงหนักแน่นในแนวทางของตัวเองเป็นอย่างมากคืองานโปรดักชั่น ที่สร้างบรรยากาศให้คนดูร่วมเป็นส่วนหนึ่งของผู้สังเกตการณ์ในหนังทีละน้อย ๆ โดยไม่รู้ตัว บรรยากาศในหนังมีแต่ความน่าสงสัย และคนดูเองก็แทบจะเดาอะไรไม่ได้เลย กิริยา อากักร การแสดง ผสานไปกับการเล่าเรื่องของหนังที่ชวนให้คนดูงงและสงสัย จนบางทีก็รู้สึกอึดอัด แต่กรอบของคนดูก็ถูกบีบเอาไว้ด้วยดนตรีประกอบที่พิลึกกึกกือ ทำให้คล้อยตามอารมณ์ของหนังซึ่งมันก็มีพาวเวอร์มากพอที่จะเอาคนดูอยู่ทั้งเรื่อง

นุ่นแบร์รี่ ในบทมาร์ติน เด็กหนุ่มในเรื่อง ถ้าใครเป็นคอหนังคงคุ้นหน้าเค้าในฐานะเด็กหัวแตกจาก Dunkirk แบร์รี่เป็นนักแสดงเด็กที่กำลังจะเข้าสู่วัยรุ่น ด้วยลักษณะทางกายภาพที่ครึ่ง ๆ กลาง ๆ จะเด็กก็ไม่เด็กจะโตก็ยังไม่โต บวกกับหุ่นที่แอบจ้ำม่ำเบา ๆ ตอนถอดเสื้อนี่คือแอบหลงรักเด็กแบบไม่กลัวคุกกลัว

ตารางเลยทีเดียวนั่งแบร่ไม่ห่ออะไรนะ สิวเซอะเลย แต่นางเป็นเด็กที่มีเสน่ห์ในการแสดงมากกกกกถึงมากที่สุด มากจนอยากให้ได้ชิงออสการ์ไปเลยนะพูดจริง ๆ

โคลิน ฟาเรล กับ นิโคล คิตแมน สองผัวเมียในเรื่องก็เคมีเข้ากันสุด ๆ โดยเฉพาะในฉาก sex นี่คือแสดงกันเนียนเหมือนเป็นผัวเมียกันจริง ๆ การพูดคุยเรื่อง sex อย่างโจ่งครึ้มในหนังก็แอบทำให้เราอ้าปากค้างได้เหมือนกัน แอบกระซิบ ใครจำอลิเซีย ซิลเวอร์สโตน ได้ไหม นางมาร่วมแสดงในเรื่องนี้ด้วย ในบทแม่ของมาร์ติน ดูไปก็ปลง นางแก่ขึ้นมากกก แต่ก็แซบอยู่

คือเอาจริง ๆ The Killing of a Sacred Deer นี่เป็นหนังอาร์ตที่ตามใจผู้กำกับพอสมควรเลย ถ้าทำใจว่าจะต้องไปดูความพิลึกของหนัง ลูกบ้าของผู้กำกับ และการนั่งตีความหนังแบบใช้สติและความคิดนิดนึงก็ไปดูได้นะ แต่ถ้าไปคาดหวังว่าจะทัชแบบ Lobster คงยาก The Killing of a Sacred Deer จัดเป็นหนังที่ผมชอบในภาพรวม ในความหม่น ความดาร์ค ความพิลึกนี้แหละ แนะนำนะครับ
อยากให้ดู 8/10

วอยล์แดกแฮกส์จิก
1 ธันวาคม 2017 · 🌐

The Killing of a Sacred Deer เปิดใจและปล่อยอารมณ์ไปกับมันคุณจะได้พบว่ามันมีอารมณ์หม่นหมองมาก 8/10

ปีก่อนคอหนังที่ได้ดู Lobster ของผู้กำกับ ยอร์กอส ลานดิโมส ก็เชื่อว่าหลายๆคนหลงรักหนังเรื่องนี้ แต่สำหรับผลงานล่าสุดของยอร์กอสอย่าง The Killing of a Sacred Deer นี้ก็พูดได้เลยว่าเค้าเป็นผู้กำกับที่ยังคงเล่นคงวาทะในการรักษาลายเส้นของตัวเองอย่างเหนียวแน่น นั่นคือการใช้ภาพเล่าเรื่อง ประกอบเสียงดนตรีที่ประติสซ์ขึ้นมามากมายเพื่อปลุกอารมณ์และสร้างบรรยากาศให้คนดูหนังรู้สึกสยอง หงง และชวนสงสัยตลอดเวลา และที่สำคัญ The Killing of a Sacred Deer เป็นหนังที่ไม่ประนีประนอมกับคนดูเลยแม้แต่น้อย ถ้าเทียบกับ Lobster ผมก็ว่านั่นเค้าก็รักษาแนวทางของเค้า เพียงแต่ประเด็นในหนังมันจะค่อนข้างเข้าถึงใจคนดูในระดับเมสมากกว่าหนังฆ่าล้างเรื่องนี้ ซึ่งดูทรงแล้วมันใกล้เคียงกับหนังที่เลิกละ

The Killing of a Sacred Deer นำโครงเรื่องจากนิยายกรีกเรื่อง Iphigenia in Aulis ของ ยูริเปดิส มาใช้เป็นโครงหลักของหนัง แต่เปลี่ยนยุคเปลี่ยนสมัย และสร้างสรรค์ตัวละครใหม่เป็นคนในยุคปัจจุบัน The Killing of a Sacred Deer เป็นเรื่องราวของ สตีเฟ่น หมอผ่าตัดหัวใจ ที่มีภรรยาอย่างแอนนา และลูกชายลูกสาวสองคน พวกเขาเป็นครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข จนวันหนึ่งเมื่อมาร์ติน เด็กหนุ่มก้าวเข้ามาในชีวิตสตีเฟ่น พร้อมกับประเด็นที่ชวนสงสัยว่าสตีเฟ่นจะเอาลูกเขาใจเด็กหนุ่มคนนี้เป็นพิเศษ ไม่ว่าจะซื้อของราคาแพงให้ และให้ไปมาหาสู่ครอบครัวของเค้า โดยที่มีเหตุการณ์แปลกประหลาดเริ่มก่อตัวขึ้นในครอบครัวของสตีเฟ่นทีละน้อยๆ สิ่งที่น่าสงสัยคือลูกบ้าของผู้กำกับที่น่าพาหนะไปได้สุดโหด เข้มแข็ง กล้าว หนักแน่นในแนวทางของตัวเองเป็นอย่างมากคืองานโปรดักชั่น ที่สร้างบรรยากาศให้คนดูร่วมเป็นส่วนหนึ่งของผู้สังเกตการณ์ในหนังทีละน้อยๆ โดยไม่รู้ตัว บรรยากาศในหนังมันแต่ความน่าสยอง และคนดูเองก็แทบจะเดาอะไรไม่ได้เลย กิริยา อาการ การแสดง ผลงานไปกับการเล่าเรื่องของหนังที่ชวนให้คนดูสงสัยและสยอง จนบางทีก็รู้สึกอึดอัด แต่กรอบของหนังถูกบีบเอาไว้ด้วยดนตรีประกอบที่พิลึกกึกกือ ทำให้คล้อยตามอารมณ์ของหนังซึ่งมันก็มีพาเวอร์มากพอที่จะเอาคนดูอยู่ทั้งเรื่อง

นั้บแบร์ ในบทมาร์ติน เด็กหนุ่มในเรื่อง ถ้าใครเป็นคอหนังคุ้นหน้าเค้าในฐานะเด็กหัวแตกจาก Dunkirk แบร์เป็นนักแสดงเด็กที่กำลังจะเข้าสู่ยุ่นด้วยลักษณะทางกายภาพที่ตรงกลางๆ จะเด็กก็ไม่เด็กจะโตก็ไม่โต บวกกับหุ่นที่แอบจ้ามมาเบาๆ ตอนถอดเสื้อนี่คือแอบหลงรักเด็กแบบไม่กลัวกลัวดารารายเลยทีเดียว นั้บแบร์ไม่หล่อละ สิวเขลอะเลย แต่นางเป็นเด็กที่มีเสน่ห์ในการแสดงมากกกกกกกถึงมากที่สุด มากจนอยากให้ได้ชิงออสการ์ไปเลยนะพูดจริงๆ

โคลิน ฟาเรล กับ นิโคล คิตแมน สองพ่อเมียในเรื่องก็เคมีเข้ากันสุดๆ โดยเฉพาะในฉาก sex นี่คือแสดงกันเนียนเหมือนเป็นพ่อเมียกันจริงๆ การพูดคุยเรื่อง sex อย่างโจ่งครึ่มในหนังก็แอบทำให้เราอ้าปากค้างได้เหมือนกัน

แอบกระซิบ ใครจำอลิเซีย ซิลเวอร์สโตน ได้ไหม นางมาร่วมแสดงในเรื่องนี้ด้วย ในบทแม่ของมาร์ติน ดูไปก็ปลงนางแก่ขึ้นมามากๆ แต่ก็แซบอยู่

คือเอาจริงๆ The Killing of a Sacred Deer นี่เป็นหนังอาร์ตที่ตามใจผู้กำกับพอสมควรเลย ถ้าทำใจว่าจะต้องไปดูความพิลึกของหนัง ลูกบ้าของผู้กำกับ และการนั่งตีความหนังแบบใช้สติและความคิดนิดนึงก็ไปได้นะ แต่ถ้าไปคาดหวังว่าจะห้แบบ Lobster คงยาก The Killing of a Sacred Deer จัดเป็นหนังที่ผมชอบในภาพรวม ในความหม่น ความดาร์ก ความพิลึกนี้แหละ แนะนำนะครับ อยากให้ดู 8/10



8/10
the KILLING of a SACRED DEER
หนังดาร์กและหม่นมาก

👍 ถูกใจ
💬 แสดงความคิดเห็น
➦ แชร์

👤 950
💬 ความคิดเห็นยอดนิยม

ภาพที่ 4.26 โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจวอยล์แดกแฮกส์จิก วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560. จาก ผู้วิจัย, 2560.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูล (รีวิว) ภาพยนตร์นอกกระแสเรื่อง *The Killing of a Sacred Deer* (2017) ซึ่งมีเนื้อหารุนแรงและมีดราม่า หรือที่ทางเพจเรียกว่า

“ดาร์ค” โดยใช้ภาษาแบบการเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา ทำให้สร้างความเป็นกันเองกับคนอ่าน ภาษาที่ใช้แสดงเพื่อเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม

(2) ภาพที่ใช้เป็นภาพจากฉากในภาพยนตร์ที่มีคำจำกัดความของภาพยนตร์ควบคู่กัน

2) โพสต์วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560 มีเนื้อหาดังนี้

Die Tomorrow นิทรรศการชีวิตของเต๋อ นวพล ผู้ส่งสารแห่งมรณานุสติที่คมคายเหลือเกิน 9/10

ไม่น่าเชื่อเลยว่า 75 นาทีของ Die Tomorrow จะสร้างความปิติให้กับได้มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งหนึ่งที่ผุดขึ้นมาในสมองก็คือผมดีใจที่เมืองไทยมีเต๋อ นวพล ผู้กำกับหนังไทยที่ผมกล้าออกปากอวยได้เต็มปากเต็มคำว่าเป็นคนมีฝีมือ เป็นคนมีของ ผมคิดว่า เต๋อ น่าจะมีมุมมองในเรื่องของความตายที่ลึกซึ้งละเอียดอ่อนเหมือนกับคนที่พิจารณาความตายมาแล้วได้รอบด้านและเข้าใจโลก การนำเสนอเรื่องราวของความตายให้คนดูได้สัมผัสในแง่มุมว่ามันเป็นเรื่องธรรมดาอันเป็นเรื่องที่ยากมาก แต่ เต๋อ นวพล ก็สื่อสารออกมาเหมือนเป็นเรื่องปกติ และที่สำคัญ ด้วยโจทย์ที่ไม่ง่ายเลยที่จะสื่อสารกับคนดูให้เข้าถึง แต่เต๋อกลับสื่อสารออกมาได้อย่างเฉียบขาด คมคาย อย่างไม่น่าเชื่อ ผมอยากจะบอกว่า 75 นาที ของหนังมันตรึงสายตามผมเอาไว้กับจออย่างชนิดที่เรียกว่า ละสายตาไม่ได้จริง ๆ

Die Tomorrow นั้นใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบภาพยนตร์ผสมสารคดีที่บางเบา คือภาพรวม 80% มันก็ยังคงถือว่าเป็นหนังที่อัดแน่นไปด้วยไดอะล็อกมากมาย มีเรื่องราวของกลุ่มคนต่าง ๆ ในช่วงปี 2555 - 2559 ที่ต้องสูญเสียบุคคลในครอบครัว ในกลุ่มเพื่อนฝูง ร้อยต่อเข้ากับบทสัมภาษณ์ของเด็กอายุไม่กี่ขวบ และคนแก่ที่อายุถึง 100 กว่าปี แถมด้วยแคปชั่นตัวเลขแสดงสถิติการตายประกอบรวมไปกับภาพธรรมชาติ ภาพต่าง ๆ ที่เป็นภาพนิ่ง ในความเข้าใจของผม ผมรู้สึกเหมือนมันเป็นเทคนิคสื่อประสมที่มีความละเอียดละไม ใช้พลังในการทำงานเยอะมาก โดยผลลัพธ์ที่ออกมาเน้นทรงพลัง สดชื่น งดงาม และทรงคุณค่าที่สุด ในเวลาเพียงแค่ 75 นาที ผมถือว่าคุ้มค่าที่สุดแล้ว เป็นเรื่องสั้น ๆ 6 เรื่อง ของกลุ่มคน 6 กลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเพื่อน, พี่น้อง, คู่รัก, ดารานักแสดง

ในวงการ ทุกคนมีสตอรี่ และมีความตายเป็นตัวละครที่ร้อยต่อกันเข้าอย่างแนบ
กาย

การเล่าเรื่องของเต๋อ ผ่านบทสนทนาของตัวละครทั้ง 6 เรื่อง ผมต้องยกให้เต๋อ
เป็นเจ้าพ่อไต่อะล็อกเลย หนังสือแต่ละเรื่องมักมีตัวละครมานั่งคุยกันยืดยาว ด้วย
ไต่อะล็อกที่พรั่งพรู แต่แปลกมากที่บทสนทนาของเต๋อไหลลื่น สมูท และไม่เคย
ทำให้น่าเบื่อเลย มันเป็นธรรมชาติ ชวนติดตาม คนดูเองก็อยากรู้ว่าเค้าคุยอะไร
กัน ทั้ง ๆ ที่มันไม่ได้เกี่ยวอะไรกับเราเลย ช่วงที่ชอบมากน่าจะเป็นช่วงกลุ่ม
เพื่อนสาวที่มีน้องออกแบบ ชุติมณฑท์, น้องแมรี่อิสแซปปี และเพื่อนอีกสองสาม
คนนั่งคุยกันเรื่องอนาคต ก่อนที่จะจบลงด้วยการตายของคนในกลุ่ม, หรือบท
สนทนาของคู่รักที่มีซันนี่ นำแสดง ขอบอกเลยว่า เรียบมาก ทชชิงมาก
เหมือนกับคู่รักกันคุยกันเวลาที่คนนึงจะตายอีกคนยังอยู่

เต๋อ นวพล กับงานกำกับภาพ น่าจะโดดเด่นที่สุดแล้ว ฝีมืองานกำกับภาพ การ
สื่อสารด้วยภาพ การเล่าเรื่องด้วยภาพของเต๋อเฉียบขาดเสมอ หลายซีนแทบไม่
ต้องบรรยายอะไร มองแค่ภาพก็รู้แล้วว่ามันเกิดอะไรขึ้น รวมไปถึงเสียงเปียโนที่
บรรเลงในเรื่อง ที่ผมเองก็ไม่รู้ว่าฝีมือใครช่างไพเราะ เหมือนเล่าเรื่อง ส่งผ่าน
ความรู้สึกจากหนังสู่คนดูจริง ๆ

Die Tomorrow น่าจะเป็นหนังที่ให้เราได้พิจารณาถึงมรณานุสติได้อย่างมีสติ
ที่สุดแล้ว ความตายเป็นสิ่งธรรมดาโลก ความตายไม่ได้เป็นสิ่งที่บอกว่ามันไม่
ดีเสมอไป บางคนก็รอคอยความตายของคนอื่นเพื่อให้เรามีความหวังด้วยซ้ำ
เด็กน้อยที่ยังไม่รู้จักชีวิตก็อาจจะกลัวความตาย แต่คนแก่ที่อยู่ดูโลกมานาน ก็
เฝ้ารอและแปลกใจว่าเมื่อไหร่ความตายจะมาเอาเค้าไปเสียที

จงพิจารณาความตายเถอะ มัณยุติธรรมที่สุด และแน่นอนที่สุด เพราะทุกคน
ไม่สามารถหนีมันได้พันจริง ๆ ยอดเยี่ยมมากครับ ชอบมาก เป็นความประทับใจ
ครั้งหนึ่งในชีวิตของคนดูหนังเลยจริง ๆ 9/10 ครับ



วอยส์แดกแฮกส์
1 ธันวาคม 2017 · 🌐

Die Tomorrow นิทรรศการชีวิตของเตือนวพล ผู้ส่งสารแห่งมรณาสถิติที่คมคายเหลือเกิน 9/10

ไม่น่าเชื่อเลยว่า 75 นาทีของ Die Tomorrow จะสร้างความประทับใจให้กับมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งหนึ่งที่ผุดขึ้นมาในสมองก็คือผมตั้งใจที่เมืองไทยมี เตือนวพล ผู้กำกับหนังไทยที่ผมกลัวออกปากวอยส์แดกแฮกส์ได้เต็มปากเต็มคำว่าเป็นคนมีฝีมือ เป็นคนมีของ ผมคิดว่า เตือนวพลน่าจะมีมุมมองในเรื่องของความตายที่ลึกซึ้งละเอียดอ่อนเหมือนกับคนที่พิจารณาความตายมาแล้วได้รอบด้านและเข้าใจโลก การนำเสนอเรื่องราวของความตายให้คนดูได้สัมผัสในแง่มุมว่าเป็นเรื่องธรรมดาเป็นเรื่องที่ยากมาก แต่เตือนวพล ก็สื่อสารออกมาเหมือนเป็นเรื่องปกติ และที่สำคัญ ด้วยใจที่ไม่ง่ายเลยที่จะสื่อสารกับคนดูให้เข้าถึง แต่ต้องกลับสื่อสารออกมาได้อย่างเรียบง่ายคมคาย อย่างไม่น่าเชื่อ ผมอยากบอกกว่า 75 นาที ของหนังมันตรงสายตาผมเอาไว้กับจออย่างชนิดที่เรียกว่า ละสายตาไม่ได้จริงๆ

Die Tomorrow นั้นใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบภาพยนตร์ผสมสารคดีที่บางเบา คือภาพรวม 80% มันก็ยังคงถือว่าเป็นหนังที่อัดแน่นไปด้วยไอเดียและลูกมากมาย มีเรื่องราวของกลุ่มคนต่างๆในช่วงปี 2555 - 2559 ที่ต้องสูญเสียบุคคลในครอบครัว ในกลุ่มเพื่อนฝูง ร้อยต่อเข้ากับบทสัมภาษณ์ของเด็กอายุไม่กี่ขวบ และคนแก่ที่อายุถึง 100 กว่าปี แล้วยังด้วยตัวแสดงแสดงสถิติการตาย ประกอบรวมไปกับภาพธรรมชาติ ภาพต่างๆที่เป็นภาพนิ่ง ในความเข้าใจของผม ผมรู้สึกเหมือนมันเป็นเทคนิคสื่อประสมที่มีความละเอียดละไม ใช้พลังในการทำงานเยอะมาก โดยผลลัพธ์ที่ออกมาหนังหลัง สดชื่นทั้งดงาม และทรงคุณค่าที่สุด ในเวลาเพียงแค่ 75 นาที ผมถือว่าคุ้มค่าที่สุดแล้ว เป็นเรื่องสั้นๆ 6 เรื่อง ของกลุ่มคน 6 กลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเพื่อน, พี่น้อง, คู่รัก, คาราวานนักแสดงในวงการ ทุกคนมีสตอรี่ และมีความตายเป็นตัวละครที่ร้อยต่อกันเข้าอย่างแนบแน่น

การเล่าเรื่องของเตือน ผ่านบทสนทนาของตัวละครทั้ง 6 เรื่อง ผมต้องยกให้เตือนเป็นเจ้าพ่อไอโอะลอสเลย หนังแต่ละเรื่องมีตัวละครมานั่งคุยกันยืดยาว ด้วยไอโอะลอสที่ฟังพุด แต่แปลกมากที่บทสนทนาของเตือนไหลลื่นสวย และไม่เคยทำให้หน้าเบื่อเลย มันเป็นเรื่องธรรมชาติ ชวนติดตาม คนดูเองก็อยากรู้อยากถามว่าคุยอะไรกัน ทั้งๆที่มันไม่ได้เกี่ยวอะไรกับเราเลย ช่วงที่ขอมมาก น่าจะเป็นช่วงกลุ่มเพื่อนสาวที่มีน้องออกแบบ ชุดมดแมลง, น้องแมริอัสแซบปี และเพื่อนอีกสองสามคนนั่งคุยกันเรื่องอนาคต ก่อนที่จะจบลงด้วยการตายของคนในกลุ่ม ,หรือบทสนทนาของคู่รักที่มีขึ้นนี้ นำแสดง ขอบอกเลยว่า เรื่อยมาก ทั้งช่วงมาก เหมือนกับคู่รักกันคุยกันเวลาที่คนนึงจะตายอีกคนยังอยู่

เตือน วพล กับงานกำกับภาพ น่าจะโดดเด่นที่สุดแล้ว ฝีมืองานกำกับภาพ การสื่อสารด้วยภาพ การเล่าเรื่องด้วยภาพของเตือนเรียบง่ายเสมอ หลายชั้นแทบไม่ต้องบรรยายอะไร มองแค่ภาพก็รู้แล้วว่ามันเกิดอะไรขึ้น รวมไปถึงเสียงในหนังที่เรียงในเรื่อง ที่ผมเองก็ไม่ว่าฝีมือใครช่างไพเราะ เหมือนเล่าเรื่อง ส่งผ่านความรู้สึกจากหนังสู่คนดูจริงๆ

Die Tomorrow น่าจะเป็นหนังที่ให้เราได้พิจารณาถึงมรณาสถิติได้อย่างมีสติที่สุดแล้ว ความตายเป็นเรื่องธรรมดาโลก ความตายไม่ได้เป็นสิ่งที่น่ากลัวอย่างที่คนทั่วไปคิด บางคนก็กลัวความตายของคนอื่นเพื่อให้เรามีความสุข หรือด้วยซ้ำ เด็กน้อยที่ยังไม่รู้จักริชาตก็อาจจะกลัวความตาย แต่คนแก่ที่อยู่ดูโลกมานาน ก็เฝ้ารอและแปลกใจว่าเมื่อไหร่ความตายจะมาเอาเค้าไปเสียที่จงพิจารณาความตายเถอะ มันยุติธรรมที่สุด และแน่นอนที่สุด เพราะทุกคนไม่สามารถหนีมันได้ทั้งจริงๆ

ยอดเยี่ยมมากครับ ขอบมาก เป็นความประทับใจครั้งหนึ่งในชีวิตของคนดูหนังเลยจริงๆ 9/10 ครับ



9/10 Die Tomorrow
ผลงานชิ้นเยี่ยมของวพล
ความตายยุติธรรมที่สุด

👍 ถูกใจ 💬 แสดงความคิดเห็น ➦ แชร์

👍 🍷 🍷 5.3 พัน ความคิดเห็นยอดนิยม

ภาพที่ 4.27 โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจวอยส์แดกแฮกส์ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560. จาก ผู้วิจัย, 2560.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูล (รีวิว) ภาพยนตร์นอกกระแสเรื่อง *Die Tomorrow* (2560) ของวพล อารมณ์ขันฤทธิ์ โดยใช้การเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา ทำให้สร้างความเป็นกันเองกับคนอ่าน ภาษาที่ใช้แสดงการเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม

(2) ภาพที่ใช้เป็นฉากในภาพยนตร์ที่มีคำจำกัดความของภาพยนตร์

3) โพสต์วันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2560 มีเนื้อหา ดังนี้

The Only Living Boy in New York หนังสือก็ดีนะดีเลย แต่น่าเสียดายมากกกก 5/10

.
บอกก่อนเลยว่าพื้นฐาน โครงสร้างของเรื่องมันดีมากกกกกก น่าสนใจมากกกก กกกก แต่พอเข้าไปดูนี้เรารู้เลยว่าทีมงานของหนังสือน่าจะมีปัญหาแน่ ๆ เพราะประเด็นในหนังสือมันเยอะมากและน่าสนใจมากกกก แต่หนังสือยาวแค่ 79 นาที และหลายตอนหลายส่วนมันก็ตัดหายไปดี ๆ เข้าใจว่านักแสดงน่าจะมีปัญหาหรือคนออกต่งเท หรืออะไรไม่รู้ รู้แต่ว่าเสียดายมากกกก ถ้าหนังสือยาวได้สัก 110 - 120 นาที มันน่าจะเป็นหนังรอมคอมในดวงใจคนดูหนังได้ไม่ยากเลย

.
สำหรับ The Only Living Boy in New York ก็เป็นเรื่องราวของโรมัส หนุ่มน้อยชาวนิวยอร์ก ลูกชายของเจ้าของสำนักพิมพ์ใหญ่ ที่ดูเหมือนกำลังตามหาใครสักคนมาอยู่ข้างกาย แต่ดูเหมือนว่าสาวที่เค้าหลงรักจะเห็นเค้าเป็นเพื่อนแบบวันไนท์สแตนด์ ต่อมาซำร้ายหนัก เมื่อเค้าแอบไปเห็นพ่อก็กักกับโจฮันนาสาวใหญ่ สวย มีเสน่ห์ ขวบนวลไหล เค้าเลยแอบตามไปสืบ เพราะเค้ารับไม่ได้ที่พ่อจะทิ้งแม่ซึ่งป่วยเป็นโรคซึมเศร้าและไปโพลารไป แต่สุดท้ายเค้ากลับไปมีสัมพันธ์กับโจฮันนาเสียเอง โดยโรมัสมีชายแก่ ๆ ที่อยู่ข้างห้องคอยเป็นที่ปรึกษาขอเล่าพล็อตคร่าว ๆ แค่นี้ก็ละกัน

.
ตัวหนังมีรายละเอียดมีดีเทลเยอะมากกกก และที่สำคัญหนังสือมันแฝงไปด้วยคำคม ข้อคิดดี ๆ ก็เยอะ เยอะชนิดที่เรียกว่าถ้าใครไปดูเรื่องนี้สามารถเอามาตั้งเพจคำคมได้เลย และประเด็นก็น่าสนใจมากกกก การหักมุมเยอะ ะไรเยอะ คือดีไปหมดเลย แต่สิ่งที่เจอและพบว่ามันเป็นปัญหาที่ให้อภัยไม่ได้เลยคือหนังสือมีความรวบรัดมากกกก รวบรัดแทบจะทั้งเรื่องแบบกระโดดขึ้นไปมาจนเราเองต้องอุทานในใจเฮ้ยยยย มันจะรีบไปไหน มันเลยทำให้เรารู้จักตัวละครน้อยมากกกก ทั้ง ๆ ที่การออกแบบตัวละครออกมาดีมาก ตัวละครมีปมปัญหาในชีวิตที่น่าสนใจมาก แต่เรากลับได้รับรู้แค่ผิว ๆ แป๊บหนึ่งตัดไปละมาเจอกันมารักกันละ ะไรเนี่ย อย่างนี้ก็ได้เหอะ

พระเอก Callum Turner หนุ่มเนิร์ด นี่คือหล่อมากกกก น่ารักมากกกกกก มุมใส่แว่นคือน่ารัก เป็นหนุ่มแว่น (บางมุมแอบดูจิต) แต่พอถอดแว่นนี้ตายหายไปเลย หล่อ สูง ผมหยิก แบบว่าไ้ยยยยย น่ารักมากกอยากเดินไปหยิกไข่จริง ๆ เค้ามี่เสน่ห์และเหมาะกับบทโรมัสมากเลยนะ

นางเอก Kate Beckinsale ในบทโจฮันนา สาวใหญ่ ขออุทานว่า คนท่าอะไร สวยฉิบหาย สวยวิ๊วตายควายล้ม สวยจนแบบว่าอยากไปถามว่านางทำบุญมาด้วยอะไร ไปโบหมอไหนมา 45 แล้ว สวยเป๊ะเวอวังอะไรปานนั้น แต่ก็นั่นแหละ นางหายไปเฉย ๆ ในหนัง (อิห่า นางเอกนะมึง มึงจะหายไปจากในหนังเฉย ๆ แบบนี้ไม่ได้ ^%^^***&%\$\$()&*%*()&*%*^&\$^\$&*(^&(^&*^)((^)

Jeff Bridges ในบทชายแก่ข้างห้องของพระเอก อิห่า ลุงเจฟนี่มาขึ้นเดียว แดก รอบวง คือฉากพีคสำคัญในเรื่อง แกมาขึ้นเดียวคือเอาออสการ์ไปเลยก็ได้นะ สมราคาดารารออสการ์ คนท่าอะไรแสดงดีฉิบหาย น้ำตาพุ่งเลยอะ ขนาดว่าหนังแม่งรวบรัดจนคนดูแทบจะตามไม่ทัน แต่ลุงเจฟเอาอยู่วะ

Pierce Brosnan, Cynthia Nixon ในบทพ่อแม่พระเอกก็ตามท้องเรื่องนะ แต่แอบชอบ Cynthia Nixon ในบทคนเป็นโรคซึมเศร้า นางแสดงได้นิ่งมากกกก ชอบเลย

คือ The Only Living Boy in New York นี่มันก็ดีแหละ ดีในระดับนึง คือเปิดมาช่วงสัก 20 นาทีแรกเนี่ย แบบว่าไ้ย้กูเจอนั่งรอมคอมดีดีแล้ว ทำไมกระแสไม่ดี แต่พอดูไปดูไป เฮ้ยยยย มึงจะรีบไปไหน ปวดซี่โครง หิวเหรอ จบรวบรัด ตัวละครหาย มันคงมีปัญหาแหละ หนังดีนะ ชอบ แต่ให้มากกว่า 5/10 ไม่ได้จริง ๆ วะ

ภาพที่ 4.28 โปสเตอร์วิวกีที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจอวยไล้แตกหักไส้ฉีก วันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2560. จาก ผู้วิจัย, 2560.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลรีวิวกาพย์ยนตร์นอกกระแสเรื่อง *The Only Living Boy in New York* (2017) ด้วยการใชภาษาที่ตรงไปตรงมา และการสรุปที่เป็นในเชิงลบ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความขัดแย้งหรือความคิดเห็นที่แตกต่างจากผู้อ่านได้

(2) ภาพที่ใช้เป็นฉากในภาพยนตร์ แต่มีคำจำกัดความเกี่ยวกับ

ภาพยนตร์ในเชิงลบ

4) โพสต์วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2560 มีเนื้อหา ดังนี้

Wind River หนังโคตรเจ๋ง เยี่ยมสุด ๆ เอาไป 9/10 (หนังยังฉายในโรงนะ แต่รอบน้อยมาก ๆ จัดโปรแค่ 120 บาท)

เฮ้ยยยหนังเจ๋งมากกกกกกกก แทบไม่รู้เรื่องเลยว่ามันเข้าฉายตอนไหน อะไร ยังไง มาแบบเจียบมาก มาหารายละเอียดก่อนจะเข้าโรงไปดูนี้แหละ เลยรู้ว่า งานของ เทเลอร์ เซอร์เดน คนเขียนบททั้ง Sicario และ Hell or High Water แต่เรื่อง Wind River นี่นั่งแท่นกำกับเองด้วย ซึ่งแทบไม่อยากจะเชื่อเลยว่ามันจะมี คนทำหน้าที่ละเอียด ลึก และบรรยายภาศเรียลมาก เหมือนเราไปแอบดู เหตุการณ์จริง หลายฉากก็แอบขนลุก หลายฉากก็แอบสะดุ้ง และหนังมีความ ลึก นำเสนออย่างคมคาย จริงจัง พุดเลย หนังเรื่องนี้เยี่ยมมาก แทบหาที่ติไม่ได้ เลย !

Wind River นำเสนอเรื่องราวของคอร์รี่ (Jeremy Renner) พรานล่าสัตว์ ใน เขตอินเดียนแดง รัฐไวโอมิ่ง ที่บังเอิญไปพบศพของนาตาลี หญิงสาววัยรุ่น กลาง หิมะ แล้วพบว่าเธอวิ่งเท้าเปล่ามากกว่า 6 ไมล์ ก่อนจะปอดฉีกท่ามกลางพายุหิมะ จึงแจ้งไปทาง FBI ซึ่งทาง FBI ได้ส่ง เจน (Elizabeth Olsen) จนท หญิงมาเป็น คนดูแลคดี เธอลงความเห็นว่างานศพมีร่องรอยถูกข่มขืน แต่เพราะสาเหตุ การตายมาจากการวิ่งเท้าเปล่าท่ามกลางพายุหิมะกว่า 6 ไมล์ ตามกฎหมาย FBI ไม่สามารถนำส่งคดีนี้ได้ เธอจึงตัดสินใจอยู่สืบสวนคดีต่อไปโดยมีคอร์รี่ช่วย

การเดินเรื่องตลอดทั้งเรื่องเต็มไปด้วยบรรยากาศของความหนาวเย็นของพายุ หิมะที่ตกเกือบตลอดทั้งเรื่อง ตัวละครต้องใส่เสื้อผ้าป้องกันความหนาวในแบบที่ เราไม่ค่อยคุ้นตา เพราะหิมะของจริงที่หนักขนาดนี้มันไม่ใช่ของเล่น เสื้อผ้าไม่ได้ สวยงามแบบแฟชั่นอย่างที่เราเคยเห็น หนังมีการรีเสิร์ชข้อมูลที่แน่นมาก ภาพที่ เห็นเลยสมจริงสมจังมาก ตัวหนังเน้นรายละเอียด เน้นการสำรวจตัวตนของตัว ละครอย่างเจาะลึก ฉลาด และคมคาย ถ้าเราตามตัวละครไปเรื่อย ๆ และยังได้ พบพบ ปัญหาของชาวอินเดียนแดงท้องถิ่น ที่มีหญิงสาวหายตัวไปอย่างไร

ร่องรอยและไม่มีการรายงานเราก็จะยิ่งสะท้อนใจ ตัวละครทุกตัวเหมือนถูกปิดกั้นอยู่ในดินแดนที่ปิดตาย อยากจะออกไปจากตรงนี้ก็ไปไหนไม่ได้ สภาพคล้าย ๆ พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ของเรา ที่อยากจะย้ายไปไหนก็ไม่ได้ ส่วนหนึ่งอาจจะเพราะรักและคุ้นชินกับบ้านเกิด และอีกส่วนก็คือ ไม่รู้จะไปอยู่ที่ไหน

งานถ่ายทำนี้ขอบอกเลยว่าไม่ได้ดูหนังเรื่องไหนที่ถ่ายทำได้ดีสมจริงขนาดนี้นานแล้ว ฉากเอฟเฟกต์ปืนฝังร่างหมาป่า ฉากสิงโตที่หลบอยู่ในซอกผากี่ดี หรือแม้แต่ฉากยิงปะทะหน้าอก มันสมจริงเหมือนกับเราเห็นคนยิงกันจริง ๆ เป็นเสียงปืนที่แน่น และไม่ได้รู้สึกที่ใช้เทคนิคทางด้านเสียงแต่งเสียงปืนให้ดูดราม่ากว่าปกติเลย งานบันทึกเสียงเยี่ยม หนักแน่น ผู้กำกับเซอร์จินถ่ายทอดหนึ่งออกมาสมจริงจนขนหัวลุก

Jeremy Renner ในบทคอร์รี่ที่ลึกลับ มีอะไรซ่อนอยู่ในแววตาเยอะมากกก เหมือนทุก ๆ อย่างอัดแน่นอยู่ในตัวพรานป่าที่เก่ง ยิ่งปืนแม่น แต่เป็นคนมีปม หนึ่งฉลัดในการถ่ายทอดอารมณ์ให้คนเริ่มอยากติดตามและสงสัยในตัวเค้าไปเรื่อย ๆ ว่าเค้ามีอะไรในใจ แต่ด้วยการที่หนังพยายามสำรวจตัวตนของตัวละครเยอะมาก ช่วงกลาง ๆ ของเรื่องจะเริ่มอืดหน่อย แต่ถ้าต่อติดเราจะดูได้แบบสบาย ๆ

Wind River เป็นหนังที่น่าเสนอบรรยากาศในเขตอินเดียนแดงที่หนาวเหน็บ ผู้คนไม่มีอะไรจะทำมากไปกว่าทำงาน หรือคนนอกที่เข้ามาทำงานก็แทบไม่มีสิ่งบันเทิงอะไรเลย นอกจากป่าเขา และดื่มเหล้า ทำงานไปวัน ๆ ชีวิตมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นใคร เผ่าพันธุ์ไหน ก็มีคุณค่า และบ่อยครั้งที่อินเดียนแดงเองก็โดนเหยียดหยามและถูกลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ เอาจริง ๆ ประเด็นนี้คลาสสิกจนเอามาทำหนังเยอะมากแล้ว แต่ Wind River ถ่ายทอดออกมาได้เยี่ยมและสมจริงมาก ให้ 9/10 นะครับ

วอยล์แดกแหกไส้ฉีก
4 ธันวาคม 2017 · 🌐

Wind River หนังโคตรเจ๋ง เยี่ยมสุดๆ เอาไป 9/10 (หนังยังฉายในโรงนะ แต่รอบน้อยมาก จัดโปรแค่ 120 บาท)

เสียยยหนังเจ๋งมากกกกกก แทนไม่รู้เรื่องเลยว่ามันเข้าฉายตอนไหน อะไรยังงี้ มาแบบเจียมมาก มาหารายละเอียดก่อนจะเข้าโรงไปดูนี้แหละ เลย์ร่วงานของ เทเลอร์ เซอร์จิน คนเขียนบททั้ง Sicario และ Hell or High Water แต่เรื่อง Wind River นี่นั่งแท่นกำกับเองด้วย ซึ่งแทบไม่ยาก เชื่อเลยว่ามันจะมีคนทำหนังที่ละเอียด ลึก และบรรยากาศเรียวมาก เหมือนเราไปแอบดูเหตุการณ์จริง หลายฉากก็แอบขลุกลน หลายฉากก็แอบสะดุ้ง และหนังมีความลึก น่าสนใจอย่างคมคาย จริงจัง พุดเลย หนังเรื่องนี้เยี่ยมมาก แทนหาที่ดูไม่ได้เลย!

Wind River นำเสนอเรื่องราวของ คอร์รี่ (Jeremy Renner) พรานล่าสัตว์ในเขตอินเดียนแดง รัฐไวโอมิ่ง ที่บังเอิญไปพบศพของ นาคาลี หญิงสาววัยรุ่น กลางหิมะ เจ๊พบว่าเธอวิ่งหนีมาแล้วกว่า 6 ไมล์ ก่อนจะปลดล็อกท่ามกลางพายุหิมะ จึงแจ้งไปทาง FBI ซึ่งทาง FBI ได้ส่ง เจน (Elizabeth Olsen) จนท หญิงมาเป็นคนดูแลคดี เรื่องความเห็นว่าสภาพศพมีร่องรอยถูกข่มขืน แต่เพราะสาเหตุการตายมาจากกรรโชกทรัพย์แล้วทำไมถึงข่มขืนกว่า 6 ไมล์ ตามกฎหมาย FBI ไม่สามารถนำส่งคดีนี้ได้ เธอจึงตัดสินใจอยู่สืบสวนคดีต่อโดยมีคอร์รี่ช่วย

การเดินเรื่องตลอดทั้งเรื่องเต็มไปด้วยบรรยากาศของความหนาวเย็นของพายุหิมะที่ตกเกือบตลอดทั้งเรื่อง ตัวละครต้องใส่เสื้อผ้าป้องกันความหนาวในแบบที่เราไม่ค่อยคุ้นเคย เพราะหิมะของจริงที่หนักขนาดนั้นมันไม่ใช่ของเล่น เสื้อผ้าไม่ได้สวยงามแบบแฟชั่นอย่างที่เราเคยเห็น หนังมีการรีเสิร์ชข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ภาพที่เห็นเลยสมจริงสมจังมาก ตัวหนังเน้นรายละเอียดเน้นการสำรวจตัวตนของตัวละครอย่างเจาะลึก ฉลาด และคมคาย ถ้าเราตามตัวละครไปเรื่อยๆ และยังได้พบปะ พบปัญหาของชาวอินเดียนแดงท้องถิ่น ที่มีหญิงสาวหายตัวไปอย่างไร้ร่องรอยและไม่มีการรายงานเราก็จะยิ่งสะเทือนใจ ตัวละครทุกตัวเหมือนถูกปิดกั้นอยู่ในดินแดนที่ปิดตาย อยากจะออกไปจากตรงนี้ก็ไปไหนไม่ได้ สภาพคล้ายๆที่น้องจังหวัดชายแดนภาคใต้ของเรา ที่อยากจะทำอะไรไปไหนก็ไม่ได้ ส่วนหนึ่งอาจจะเพราะรักและคุ้นชินกับบ้านเกิด และอีกส่วนก็คือ ไม่รู้จะไปอยู่ที่ไหน

งานถ่ายทำนี้ขอบอกเลยว่า ไม่ได้ดูหนังเรื่องไหนที่ถ่ายทำได้สมจริงขนาดนี้มานานแล้ว จากเอฟเฟคเป็นสังฆารมณ์มาบ้าง จากสิ่งใดที่หลบอยู่ในฉากฉากดี หรือแม้แต่ฉากยิงปะทะหน้าอก มันสมจริงเหมือนกับเราเห็นคนยิงกันจริงๆ เป็นเสียงปืนที่แน่น และไม่ได้รู้สึกว้าวไฮเทคเทคนิคทางด้านเสียงแต่เสียงปืนโหดระทึกกว่าปกติเลย งานบันทึกเสียงเยี่ยม หนักแน่น ผู้กำกับเซอร์จินถ่ายทอดหนึ่งออกมาสมจริงจนขนหัวลุก

Jeremy Renner ในบทคอร์รี่ที่ลึก มีอะไรซ่อนอยู่ในแววตาเยอะมากกกก เหมือนทุกอย่างอัดแน่นอยู่ในตัวพรานป่าที่เก่ง ยิ่งเป็นแม่น แต่เป็นคนมีปมหนังฉลาดในการถ่ายทอดอารมณ์ให้คนเริ่มอยากติดตามและสงสัยในตัวเค้าไปเรื่อยๆว่าเค้ามีอะไรในใจ แต่ด้วยการที่หนังพยายามสำรวจตัวตนของตัวละครเยอะมาก ช่วงกลางๆของเรื่องจะเริ่มยืดหยุ่น แต่ถ้าต่อคิดเราจะดูได้แบบสบายๆ

*** Wind River เป็นหนังที่น่าเสนอบรรยากาศในเขตอินเดียนแดงที่หนาวเหน็บ ผู้คนไม่มีอะไรจะทำมากไปกว่าทำงาน หรือคนนอกที่เข้ามาทำงานก็แทบไม่มีสิ่งบันเทิงอะไรเลย นอกจากป่าเขา และดื่มเหล้า ทำงานไปวันๆ ชีวิตมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นใคร เผ่าพันธุ์ไหน ก็มีคุณค่า และบ่อยครั้งที่อินเดียนแดงเองก็โดนเหยียดหยามและถูกลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ เอาจริงๆ ประเด็นนี้คลาสสิกจนเอามาทำหนังเยอะมากแล้ว แต่ Wind River ถ่ายทอดออกมาได้เยี่ยมและสมจริงมาก ให้ 9/10 นะครับ



👍 ถูกใจ 💬 แสดงความคิดเห็น ➦ แชร์ 🌐

ภาพที่ 4.29 โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจวอยล์แดกแหกไส้ฉีก วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2560. จาก ผู้วิจัย, 2560.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูล (รีวิว) ภาพยนตร์นอกกระแสเรื่อง *Wind River* (2017) โดยใช้ภาษาแบบการเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา ทำให้สร้างความเป็นกันเองกับคนอ่าน ภาษาที่ใช้แสดงเพื่อเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม

(2) ภาพที่ใช้เป็นฉากในภาพยนตร์ที่มีคำจำกัดความของภาพยนตร์

ควบคู่กัน

5) โพสต์วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

Darkest Hour จะด้วยอะไรก็สุดแท้ แต่การแสดงของแกรี โอลด์แมน ส่งให้หนังเรื่องนี้ประทับอยู่ในใจผมตลอดไปแน่นอน 9/10

ถ้าไม่รู้มาก่อนว่า แกรี่ โอลด์แมน มาแสดงเป็นวินสตัน เชอร์ชิล แล้วไปดูหนังเรื่องนี้ ยิ่งงี้ก็แทบไม่มีทางจำได้แน่ ๆ ว่า แกรี่ โอลด์แมน มาแสดง เพราะทั้งการเมคอัพ เสียง อินเนอร์ ของโอลด์แมนใน Darkest Hour นี่คือโคตรสะพรั่งสะพรั่งชนิดที่เรียกว่า คน ๆ หนึ่งจะมีพลังและมีอินเนอร์ในการแสดงได้ถึงขนาดนี้ได้อย่างไร คือผมว่าเค้าทุ่มเทให้การแสดงจนแทบจะเรียกว่าเหมือนเชอร์ชิล ดูดกลิ่นเค้าไปทั้งตัว และตัวหนังเองมันก็จัดว่าเป็นหนังที่ดีมากกกกด้วย ไม่ใช่หนังฉาบฉวยแค่เอานักแสดงปัง ๆ มาพุงหนัง แต่จริง ๆ ตัวหนังมันแทบจะสมบูรณ์แบบจนสุดทาง สุดโต่งในทุกด้าน ผมมั่นใจว่าคอหนังที่ชอบหนังดราม่าหนังการเมือง คนที่ชอบหนังที่มีบทสนทนาเชือดเฉือน ชิงไหวชิงพริบทางการเมืองถ้าได้มาดูก็คงจะปลื้มเอามาก ๆ แบบผม

ขอย้อนประวัติเชอร์ชิลเบา ๆ ก่อน (คือเชอร์ชิลเป็นไอดอลของผม) คือเชอร์ชิลเนี่ย ตัวของเค้าเองเรียกว่าเป็นรัฐบุรุษ (ของจริงนะ รัฐบุรุษต้องเป็นแบบเชอร์ชิล) เพราะคนอังกฤษทั่วประเทศโหวตให้เชอร์ชิลเป็นอันดับ 1 บุคคลผู้ทรงอิทธิพลของประเทศ เอาจริง ๆ เค้าขึ้นผู้นำโลกได้ไม่ยากเลย เชอร์ชิลนี่เกิดในครอบครัวขุนนาง มีเชื้อเจ้าด้วย เพราะพ่อเป็นมหาอุปราชแห่งราชอาณาจักรไอร์แลนด์ ตัวเชอร์ชิลเองก็เกิดในวัง (ในหนังบอกว่าเค้าเกิดมายังไม่เคยนั่งรถเมล์เลย) โตขึ้นมาก็ไม่ค่อยชอบเรียนหนังสือในแบบที่พ่อแม่บังคับให้เรียนเลย เชอร์ชิลเป็นคนสุดโต่งมาก สมัยเด็ก ๆ เรียนเลขได้ที่ 1 แต่คะแนนรวมทุกวิชามาที่โหล ไม่ชอบเรียนอะไรเลย นอกจากภาษาอังกฤษ (คิดดูละกัน เก่งภาษาจนได้โนเบลวรรณกรรม) เข้าเรียนโรงเรียนฮาร์วีย์ แต่ก็ไม่ค่อยชอบเรียนหนังสือเท่าไร ไปเข้าเรียนเตรียมทหาร จบออกมาเป็นทหาร แต่ก็มาบาดเจ็บที่แขนเสียก่อน จนอายุประมาณ 36 ก็ได้รับเลือกตั้งให้เป็น สส และเดินสายปราศรัยไปทั่วประเทศ ไปจนอเมริกา ได้รับรายได้จากการกล่าวสุนทรพจน์คือหนึ่งหมื่นปอนด์ เชอร์ชิล

ได้เป็นนายกรัฐมนตรีครั้งแรกในปี 1940 คือตอนนั้นเค้าปาเข้าไปอายุ 75 แล้ว!!

สำหรับ Darkest Hour เริ่มเหตุการณ์คือช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง เมื่อ เนวิล เชมเบอร์ลิน นายกรัฐมนตรีได้ประกาศลาออกเนื่องจากทนแรงกดดันของสภาและประชาชนไม่ไหว อังกฤษกำลังก้าวเข้าสู่ภาวะที่เป็นรองเยอรมันในสงครามโลกครั้งที่สอง วินสตัน เชอร์ชิล คือคนที่พระเจ้าจอร์จที่ 6 จำต้องเลือกขึ้นมาเป็นนายกรัฐมนตรี คือเอาจริง ๆ เชอร์ชิล นี่เหมือนถูกเลือกขึ้นมาเพื่อประกาศขอเยอรมันเจรจาสงบศึกดี ๆ นี่แหละ แต่ดูเหมือนเชอร์ชิล เองที่ได้รับสมญานามว่า หม่าบ้าแห่งสหราชอาณาจักร จะเป็นคนยอมหักไม่ยอมงอ เค้าเชื่อว่าอังกฤษจะต้องมีเกียรติ คนอังกฤษจะต้องยอมตายเสียดีกว่าที่จะก้มหัวให้นาซี แต่ทางสภาเองก็กดดัน และสภาวะรอบตัวในช่วงนั้น หากเชอร์ชิลเป็นฝ่ายเจรจาสงบศึกเอง ภาพอังกฤษก็เหมือนประเทศแพ้สงคราม กษัตริย์เองก็ต้องลี้ภัยไปอยู่ที่อื่น เชอร์ชิล ใช้เวลาตัดสินใจในไม่กี่ชั่วโมง ตัดสินใจทำอะไรบางอย่างซึ่งสร้างความประทับใจให้กับพลเมืองอังกฤษ พร้อมประกาศสุนทรพจน์ที่ชื่อ “We shall fight on the beaches” ในสภา พร้อมกับสุนทรพจน์นั้นคือสุนทรพจน์ที่ตรึงใจประทับใจคนไปทั่วโลก จนได้รับการกล่าวขานให้เป็นสุนทรพจน์ที่น่าประทับใจอันดับหนึ่งของโลก!

ในทางของหนัง ผมขอบอกเลยว่า ผมละสายตาไปจากหนังไม่ได้เลยตลอดเวลาสองชั่วโมงเศษ ๆ ของหนัง หนังดูเพลินมากกกกกก ทั้ง ๆ ที่มันยาวมากกกกเหมือนกัน และที่สำคัญบทพูดเยอะมากกกก แน่นมาก นักแสดงไม่เพียงแกรี่ โอลด์แมน แต่หลาย ๆ คนก็ต้องท่องบทและทำการบ้านเยอะมาก มีการชิงไหวชิงพริบทางการเมือง ชนิดที่เราต้องบอกว่ากูขอกราบนักการเมืองยุคนั้นเลย แม้จะชิงไหวชิงพริบกันยังไง แต่ประเทศผู้ดีเค้าก็เคารพกติกา รู้จักแพ้เป็น และเข้าใจเคารพคนชนะเสมอ คนที่ชนะก็เรียนรู้ที่จะแพ้ในวันข้างหน้า นี่คือนิสัยที่เชอร์ชิลสอนเราและทำให้เราได้เรียนรู้จากหนังว่า คนอังกฤษมันเป็นผู้ดี มันมีอารยะ ไม่ใช้กฎเถื่อน และโคตรเป็นสุภาพบุรุษจริง ๆ

แน่นอนว่า สิ่งที่น่าประทับใจที่สุดในหนังคงไม่พ้นการแสดงของ แกรี่ โอลด์แมน เค้าเป็นเชอร์ชิลได้แทบจะเรียกว่าเป็นทั้งตัวเลย ด้วยเมคอัพที่หนาเตอะทั้งตัว

และหน้า แต่อินเนอร์การแสดงออกมาทั้งแววตา น้ำเสียง ตลอดจนภาษากายนี้ คือแทบไม่มีอะไรให้ติเลย เราจำแกรี่ โอลด์แมน แทบไม่ได้เลย อินเนอร์ การระเบิดพลัง น้ำเสียง สีหน้า แววตา เราเชื่อสนิทใจว่าเค้าคือเซอร์ซิล และเค้าจะต้องได้ออสการ์เท่านั้น เรานึกไม่ออกเลยว่าถ้าแกรี่ โอลด์แมน ไม่ได้ออสการ์จากเรื่องนี้ เค้าจะต้องไปแสดงบทยอะไร แสดงอิท่าไหนถึงได้ออสการ์ เพราะตัวเซอร์ซิลมันเป็นรัฐบุรุษของโลกที่มีชื่อเสียงโด่งดัง มีภาพจำไปทั่วโลกว่าจะต้องเป็นแบบนี้ ๆ คือเอาจริง ๆ มันเป็นบทที่โคตรหิน ความรู้สึกคือคล้าย ๆ กับตอนเห็น เอ็ดดี้ เรดมัน แสดงเป็น ศจ. สตีเฟน ฮอว์คินส์ นั้นแหละ

ไม่ใช่แค่การแสดงของแกรี่โอลด์แมนเท่านั้น การแสดงของคนอื่น ๆ อย่าง คริสติน สก็อต โทมัสก็ดี หรือคนที่มาเป็นพระเจ้าจอร์จนั้นก็แสดงโคตรดี นี่ยังไม่นับงานกำกับภาพ สกอร์ ที่โคตรปังเลย หนึ่งมันสมบูรณ์แบบในตัวนะ งานโปรดักชั่นก็ดีสุด ๆ

ดูจนจบเราก็แอบคิดนะ เซอร์ซิล นี่ผ่านอะไรมาโคตรเยอะ แถมเป็นคนเจ้าอารมณ์ แต่ในเชิงชั้นทางการเมืองนี่ก็ขั้นครู และไหวพริบ ตลอดจนสุนทรพจน์ความสามารถในการเจรจาสุดยอด ราชวงศ์ก็ไว้นือเชื่อใจ จนได้เป็นรัฐบุรุษของโลก ดูจบก็อุทานในใจ รัฐบุรุษระดับเวิลด์คลาส มันเป็นอย่างนี้นี่เอง กราบบบงาม ๆ ครับ คุณปู่เซอร์ซิล ไม่รู้ตอนนี้ไปอยู่ที่ไหนในภพไหนก็ไม่รู้ เกิดมาทั้งทีสร้างอะไรให้โลกได้จำนี่มันโคตรน่าภูมิใจเลย ขนาดเอาชีวิตมาทำเป็นหนังยังทำคนชนลูกได้ขนาดนี้ เอาไปเลย 9/10 ให้เยอะแบบลำเอียงเบา ๆ หนึ่งเข้า 11 นี่ รีบไปดูนะครับ เชื่อว่าโรงน้อยและอยู่ไม่นานเท่าไร

อวยไส้แตกแหกไส้ฉีก
9 มกราคม · 🌐

Darkest Hour จะด้วยอะไรก็สุดแท้แต่ การแสดงของแกรี โอลด์แมน ส่งให้หนังเรื่องนี้ประทับอยู่ในใจผมตลอดไปแน่นอน 9/10

ถ้าไม่รู้มาก่อนว่า แกรี โอลด์แมน มาแสดงเป็นวินสตัน เชอร์ชิล แล้วไปดูหนังเรื่องนี้ ยังไงก็แทบไม่มีทางจำได้แน่ๆว่า แกรี โอลด์แมนมาแสดง เพราะทั้งการเมคอัพ เสียง อันเนอร์ ของโอลด์แมนใน Darkest Hour นี่คือโคตรสะพรั่ง สะพรั่งชนิดที่เรียกว่า คนๆนี้จะมิฬลั่งและมีอันเนอร์ในการแสดงได้ถึงขนาดนี้ได้ยังไง คือผมว่าเค้าทุ่มเทให้กับการแสดงจนแทบจะเรียกว่าเหมือนเชอร์ชิล ดูดกลิ่นเค้าไปทั้งตัว และตัวหนังเองมันก็จัดว่าเป็นหนังที่ดีมากกกกกด้วย ไม่ใช่หนังจางจืดแค่เอานักแสดงบู๊มาพองพอง แต่จัดจริงๆหนังมันแทบจะสมบูรณ์แบบจนสุดทาง สุดโด่งในทุกด้าน ผมมั่นใจว่าคอหนังที่ชอบหนังดราม่า หนังการเมือง คนที่ชอบหนังที่มีบทสนทนาเชือดเฉือน ชิงไหวชิงพริบทางการเมืองถ้าได้มาดูก็จะต้องปลื้มเอามากๆแบบผม

ขอย้อนประวัติเชอร์ชิลเบาๆก่อน (คือเชอร์ชิลเป็นไอ้ดอลของผม) คือเชอร์ชิล เนี่ย ตัวของเค้าเองเรียกว่าเป็นรัฐบุรุษ (ของจริงนะ รัฐบุรุษต้องเป็นแบบเชอร์ชิล) เพราะคนอังกฤษทั่วประเทศให้เชอร์ชิลเป็นอันดับ 1 บุคคลผู้ทรงอิทธิพลของประเทศ เค้าจริงๆเค้าขึ้นผู้นำโลกได้ไม่ยากเลย เชอร์ชิลนี่เกิดในครอบครัวขุนนาง มีเชื้อเจ้าด้วย เพราะพ่อเป็นมหาอุปราชของพระราชอาณาจักรไอร์แลนด์ ตัวเชอร์ชิลเองก็เกิดในวัง (ในหนังบอกว่าเค้าเกิดมายังไม่เคยนั่งรถเมล์เลย) โด่งขึ้นมาที่ไม่ค่อยชอบเรียนหนังสือในแบบที่พ่อแม่บังคับให้เรียนเลย เชอร์ชิลเป็นคนสุดโต่งมาก สมัยเด็กๆเรียนเลขได้ที 1 แต่คะแนนรวมทุกวิชามาก็โหล "ไม่ชอบเรียนอะไรเลย นอกจากภาษาอังกฤษ (คิดดูละกัน เก่งภาษาจนได้โนเบลวรรณกรรม) เข้าเรียนโรงเรียนสาร์ริว แต่ก็ไม่ค่อยชอบเรียนหนังสือเท่าไรไร ไปเข้าเรียนเตรียมทหาร จบออกมาเป็นทหาร แต่ก็มีบาดเจ็บที่แขนเสียก่อน จนอายุประมาณ 36 ก็ได้รับเลือกตั้งให้เป็น สส และเล่นสายปาดๆไปทั่วประเทศ ไปจนอเมริกา ได้รับรายได้จากการกล่าวสุนทรพจน์คือหนึ่งหมื่นปอนด์ เชอร์ชิลได้เป็นนายกรัฐมนตรีครั้งแรกในปี 1940 คือตอนนั้นเค้าปาเข้าไปก็อายุ 75 แล้ว!!

สำหรับ Darkest Hour เริ่มเหตุการณ์ช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง เมื่อ เนวิลล์ แชมเบอร์ลิน นายกรัฐมนตรีอังกฤษได้ประกาศลาออกเนื่องจากทนแรงกดดันของสภาและประชาชนไม่ไหว อังกฤษกำลังก้าวเข้าสู่ภาวะที่เป็นरणเยอร์มันในสงครามโลกครั้งที่สอง วินสตัน เชอร์ชิล คือคนที่พระเจ้าจอร์จที่ 6 จำต้องเลือกขึ้นมาเป็นนายกรัฐมนตรี คือเค้าจริงๆ เชอร์ชิล นี่เหมือนถูกเลือกขึ้นมาเพื่อประกาศขอเยอรมันเจรจาสงบศึกจริงๆแหละ แต่ดูเหมือนเชอร์ชิล เองที่ได้รับสมยานามว่า หมาม่าแห่งสหราชอาณาจักร จะเป็นคนยอมหักไม่ยอมงอ เค้าเชื่อว่าอังกฤษจะต้องมีเกียรติ คนอังกฤษจะต้องยอมตายเสียดีกว่าที่จะก้มหัวให้นาซี แต่ทางสภาเองก็กดดัน และสภาก็รอบคอบในช่วงนั้น หากเชอร์ชิลเป็นฝ่ายเจรจาสงบศึกเอง ภาษาอังกฤษก็เหมือนประเทศแพ้สงคราม กษัตริย์เองก็ต้องลี้ภัยไปอยู่ที่อื่น เชอร์ชิล ใช้เวลาตัดสินใจในไม่กี่ชั่วโมง ตัดสินใจทำอะไรบางอย่างซึ่งสร้างความประทับใจให้กับพลเมืองอังกฤษ พร้อมประกาศสุนทรพจน์ที่ชื่อ "We shall fight on the beaches" ในสภา พร้อมกับสุนทรพจน์นั้นคือสุนทรพจน์ที่ตรึงใจประทับใจคนไปทั้งโลก จนได้รับการกล่าวขานให้เป็นสุนทรพจน์ที่น่าประทับใจอันดับหนึ่งของโลก!

ในทางของหนัง ผมขอบอกเลยว่า ผมชอบสยดไปจากหนังไม่ได้เลยตลอดเวลาสองชั่วโมงเศษๆของหนัง หนึ่งดูเพลินมากกกกกกกทั้งๆที่มียาวมากกกกกกเช่นกัน และที่สำคัญบทพูดเยอะมากกกก แน่ๆมาก นักแสดงไม่เพียงแกรี โอลด์แมน แต่หลายๆคนก็ต้องท่องลบทและทำการบ้านเยอะมาก มีการชิงไหวชิงพริบทางการเมือง ชนิดที่เราต้องบอกว่าขอกราบนักการเมืองยุคนั้นเลย แม้จะชิงไหวชิงพริบกันยังไง แต่รหัสผู้ดีเค้าก็เคารพกติกา รู้จักแพ้เป็น และเข้าใจ เคารพคนชนะเสมอ คนที่ชนะก็เรียนรู้ที่จะแพ้ในวันข้างหน้า นี่คือสิ่งที่เชอร์ชิล สอนเราและทำให้เราได้เรียนรู้จากหนังว่า คนอังกฤษมันเป็นผู้ดี มันมีอารยะ ไม่ใช่กัญเถือก และโคตรเป็นสุภาพบุรุษจริงๆ

แน่นอนว่า สิ่งประทับใจที่สุดในหนังคงไม่พ้นการแสดงของ แกรี โอลด์แมน เค้าเป็นเชอร์ชิลได้แทบจะเรียกว่าเป็นทั้งตัวเลย ด้วยเมคอัพที่หนา เตอะทั้งตัวและหน้า แต่อันเนอร์การแสดงออกมาทั้งแววตา น้ำเสียง ตลอดจนภาษากายนี่คือแทบไม่มีอะไรให้หัดเลย เราจำแกรี โอลด์แมน แทบไม่ได้เลย อันเนอร์ การระเบิดพลัง น้ำเสียง สีหน้า แววตา เราเชื่อนิทิตใจว่าเค้าคือเชอร์ชิล และเค้าจะต้องได้ออสการ์เท่านั้น เรานึกไม่ออกเลยว่าถ้าแกรี โอลด์แมน ไม่ได้ออสการ์จากเรื่องนี้ เค้าจะต้องไปแสดงบทอะไร แสดงอิทธิพลไปถึงได้ออสการ์ เพราะตัวเชอร์ชิลมันเป็นรัฐบุรุษของโลกที่มีชื่อเสียงโด่งดัง มีภาพจำไปทั้งโลกว่าจะต้องเป็นแบบนี้ๆ คือเค้าจริงมันเป็นบทที่โคตรหิน ความรู้สึกคือคล้ายๆกับตอนเห็น เอ็ดดี้ เรดมัน แสดงเป็นสจ. สตีเฟน สโรว์ดิสส์ นั้นแหละ

ไม่ใช่แค่การแสดงของแกรี โอลด์แมนเท่านั้น การแสดงของคนอื่นๆอย่าง คริสติน สก็อต โทมัสก็ดี หรือคนที่มาเป็นพระเจ้าจอร์จนั้นก็แสดงโคตรดี นี่ยังไม่ไม่นงานกำกับภาพ สกอร์ ที่โคตรปังเลย หนังมันสมบูรณ์แบบในตัวนะ งานโปรดักชั่นก็ดีสุดๆ

ดูจนจบเราก็นึกคิดนะ เชอร์ชิล นี่ผ่านอะไรมาโคตรเยอะ แลมาเป็นคนเจ้าอารมณ์ แต่ในเชิงขึ้นทางการเมืองนี่ก็ขึ้นๆลงๆ และไหวพริบ ตลอดจนสุนทรพจน์ ความสามารถในการเจรจาสุดยอด ราชวงศ์ก็ไว้เนื้อเชื่อใจ จนได้เป็นรัฐบุรุษของโลก ดูจบก็ท้อท้อในใจ รัฐบุรุษระดับเวสต์คัลส มันเป็นแบบนี้เอง กราบบงามๆครั้น คุณปู่เชอร์ชิล ไม่รู้ตอนนี้อยู่ที่ไหนในภาพไหนก็ไม่รู้ เกิดมาทั้งทีสร้างอะไรให้โลกได้บ้างมันโคตรน่าภูมิใจเลย ขนาดเค้าชีวิตมาทำเป็นหนึ่งห้าคนชนลูกได้ขนาดนี้ เค้าไปเลย 9/10 ให้เยอะแบบลำเอียงเบาๆ หนึ่งเข้า 11 นี่ รับไปดูนะครั้น เชื่อว่าโรงน้อยและอยู่ไม่นานเท่าไร

ภาพที่ 4.30 โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจอวยไส้แตกแหกไส้ฉีก วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูล (รีวิว) ภาพยนตร์นอกกระแสเรื่อง *Darkest Hour* (2017) โดยใช้ภาษาแบบการเล่าเรื่องมากกว่าการอธิบายเนื้อหา ทำให้สร้าง

ความเป็นารเองกับคนอ่าน ภาษาที่ใช้แสดงเพื่อเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม

(2) ภาพที่ใช้เป็นภาพจากฉากในภาพยนตร์ที่มีคำจำกัดความของภาพยนตร์ควบคู่กัน

6) โพสต์วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2560 มีเนื้อหาดังนี้

ปิดฉากสกาล่าเหลือไว้เพียงตำนานโรงหนังสแตนโตน

ไม่น่าเชื่อว่า ผู้ปิดตำนานสกาล่าตัวจริงคือจุฬาลงกรณ์สถาบันการศึกษาที่เราคาดหวังจะให้เป็นผู้มอบองค์ความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ โดยปัจจุบัน แม้ธุรกิจภาพยนตร์ไปจนธุรกิจโรงหนังน่าจะเป็นธุรกิจที่มีเม็ดเงินมหาศาล แต่เราก็ต้องยอมรับละว่ารายได้จากโรงหนังสกาล่าเมื่อเทียบกับมูลค่าของที่ดินสยามสแควร์มันคงเทียบกันไม่ได้ จุฬาลงกรณ์เองในฐานะสถาบันการศึกษาและนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเวลาเดียวกันก็คงยากที่จะบริหารจัดการการลงทุนให้คุ้มค่าที่สุด

ถามว่าอะไรคุ้มค่าที่สุด ระหว่างการรื้อสกาล่าไปทำห้างอย่างที่จุฬาลงกรณ์ (จุฬาทำห้างอะไรก็ห่วย ดีแต่ทำเล แต่การบริหารจัดการแย่มาก) จุฬานี้ทำห้างเก่งนะ คือถนัดมากรื้อตึกแล้วทุบทำห้างเนี่ย สกาล่านี้ตั้งมาตั้งแต่ปี 2512 มาจนถึงวันนี้ก็เกือบจะ 50 แล้ว คือตัวอาคารคงยังไม่เข้าข่ายเป็นอาคารอนุรักษ์ใด ๆ ที่สกาล่าก็ได้รับการยกย่องในเชิงประจักษ์ว่าเป็นสถาปัตยกรรมที่สวยงามมาก ๆ แต่นั่นแหละ ในเมื่อครูบาอาจารย์นักวิชาการเค้าไม่เห็นคุณค่าเราก็คงจะไปหยุดยั้งการรื้อตึกมาสร้างห้างของทางจุฬาไม่ได้ เอาจริง ๆ เรื่องแบบนี้เราต้องคิดให้ออกจากกรอบเรื่องกำไรขาดทุนไปเลย รัฐบาลหรือจุฬาควรเข้ามาบริหารตึกสกาล่าแล้วจัดฉายหนังคลาสสิกหรือหนังเพื่อการศึกษาของนักเรียนฟิล์มเป็นองค์กรไม่แสวงกำไรไปเลย เพราะถ้าคิดแต่เรื่องดัง ผมว่าพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติก็ต้องทุบทิ้ง

ภาพของสกาล่าในมุมมองของนักวิชาการ ของคนจุฬา เค้าคงมองว่า โรงหนังภาพยนตร์ ไม่ใช่สิ่งจำเป็นของประชาชน ภาพยนตร์ หนึ่ง โรงหนังมันไม่มีสาระพอที่จะสร้างคุณค่าได้เท่ากับการทำห้างสรรพสินค้า ในฐานะที่ผมดูหนังฮอลลี

วุดบ่อยมาก ๆ ผมไม่ค่อยแปลกใจเลยว่าทำไมผู้กำกับหนังไทยบ้านเราถึงไม่ค่อย
เก่งเท่าไร และทำไมผู้กำกับฮอลลีวูดเค้าเก่งกว่าบ้านเรา เพราะส่วนหนึ่ง บ้าน
เค้าปลูกฝังให้คนดูหนังกันตั้งแต่เด็ก ๆ และให้คุณค่ากับทุกอย่างที่เกี่ยวกับหนัง
ผมเองยังเคยฝันเลยว่าทำไมประเทศไทยไม่มีโรงหนังใจกลางเมืองเค้าไว้ฉาย
เฉพาะหนังคลาสสิกบ้าง แต่สุดท้ายมันก็ไปจบลงที่ไม่มีกำไร จริง ๆ การดูหนัง
คลาสสิกมันปลูกฝังพฤติกรรมการดูหนังให้คนมีรสนิยมและเข้าใจในศิลปะ
ตลอดจนถึงรากเหง้าของหนังเลย น่าเสียดายที่จุฬาลงกรณ์เองก็มีคณะนิเทศน์
แต่กลับไม่เคยเห็นคุณค่าของหนังเลย และการทุบสกาล่าก็น่าจะเป็นบทพิสูจน์
หนึ่งที่ทำให้เราเข้าใจได้ว่า ครูบาอาจารย์คงชอบให้สร้างห้างมากกว่าการอนุรักษ์
ทั้งสถาปัตยกรรม และส่งเสริมให้คนเห็นค่าของภาพยนตร์ เพราะเค้ามองว่า
ภาพยนตร์เป็นของไร้สาระ

ส่วนตัวผม ผมมองว่าการอนุรักษ์ การปลูกฝังให้คนเห็นคุณค่าของหนังมัน
ประเมินคุณค่าไม่ได้เลย และไม่ต้องเอาไปเทียบกับการสร้างห้างด้วย



ภาพที่ 4.31 โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคมจากเพจอวยไต้แตกแหกไส้ฉีก วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2560. จาก ผู้วิจัย, 2560.

(1) ภาษาที่ใช้ เนื้อหาอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ แต่ผู้เขียนใช้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวที่กำลังเป็นประเด็นของสังคม คือ การปิดตัวของโรงภาพยนตร์สภาล่า ที่มีการใส่ความคิดเห็นส่วนตัวของเจ้าของเพจไว้ในคำบรรยายภาพ ทำให้ดึงดูดความสนใจของผู้ติดตามเพจเป็นจำนวนมาก

(2) ภาพที่ใช้เป็นภาพโรงภาพยนตร์สภาล่าเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหา

4.2.2.2 วิธีการสื่อสารของเพจอวยไล้แตกแหกไล่ฉีก

เพจอวยไล้แตกแหกไล่ฉีกโปรโมทภาพยนตร์นอกกระแสโดยใช้โพสต์เพื่อให้ผู้กดไลค์และติดตามเพจรับชมภาพยนตร์นอกกระแสผ่านการให้คะแนนภาพยนตร์ที่เข้าไปชมด้วยระดับคะแนนจากความรู้สึกของตนเอง รวมไปถึงการเขียนความรู้สึกและความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์ที่ตนรับชมมาว่าหนังเรื่องดังกล่าวนั้นในความรู้สึกของตนเป็นเช่นไร ดีหรือไม่ดีอย่างไร ทั้งนี้แอตมินเพจยังได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นในเพจบ้าง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่น่าสนใจในบางครั้ง นอกจากนี้ เพจบุ๊กรีวิวดังกล่าวยังใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ เพื่อสร้างความเรียบง่าย และเข้าถึงง่ายสำหรับผู้ผู้อ่านโพสต์

4.2.2.3 เพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12

1) โพสต์วันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2560 มีเนื้อหาดังนี้

Call Me by Your Name (2017) . . . ฤดูร้อนนั้น.. ฉันเจ็บ
(เปิดเผยเนื้อหาบางส่วน)

ความรักมันคือสิ่งสวยงาม.. แต่ในความสวยงามนั้น อีกด้านของมันก็มักเป็น
เรื่องยากของหัวใจเสมอ.. และมันจะยิ่งยากกว่าเดิมอีกมากหากรักที่เกิดขึ้นกับ
เรานั้นไม่ใช่ความรักในรูปแบบทั่วไปที่ใคร ๆ จะยอมรับได้โดยง่าย... แม้แต่ตัว
เราเองก็อาจจะยังไม่แน่ใจเลยด้วยซ้ำว่าพร้อมแล้วหรือไม่..ที่จะยอมรับสิ่งที่
หัวใจเราเรียกร้อง...?

Call Me by Your Name เป็นหนังรักอันแสนละเอียดละมุนที่มีเนื้อหาเกิดขึ้น
ในฤดูร้อนในรอบขวบปีที่ 17 ของ “เอลิโอ”

ตามธรรมเนียมของครอบครัวเอลิโอ พ่อของเขาซึ่งเป็นศาสตราจารย์ด้าน
โบราณคดีจะเชิญนักศึกษาที่ค่อนข้างมีแววมาพักที่บ้านในช่วงฤดูร้อนเพื่อให้
ความช่วยเหลือและดูแลในส่วนของการงานวิจัยต่าง ๆ เหตุการณ์นี้ดำเนินไปหลาย
ต่อหลายปี กระทั่งในปีล่าสุด การมาเยือนของ “โอลิเวอร์” นักศึกษาหนุ่มที่
อบอุ่นและเจิดจรัสดวงอาทิตย์ก็เข้ามาทำให้ชีวิตของ เอลิโอ เปลี่ยนแปลงไป
ตลอดกาล...

มันคือการเปลี่ยนแปลงที่ทั้งงดงามและแสนเจ็บปวดไปพร้อมกัน...

ก่อนที่ผมจะได้ไปดู ได้มีการพูดคุยกับแอดพีแห่งเพจ Cinema Paradiso by Golffy กันประมาณหนึ่ง แล้วแอดพีเค้าก็ได้กล่าวเอาไว้สั้น ๆ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเรื่องว่ามันคือ “การตีปึงปอง”... และเมื่อดูจบผมก็พบว่ามันคือคำนิยามที่ติงามที่สุดจนไม่สามารถจะนึกถึงคำอื่นได้ดีกว่านี้อีกแล้ว...

ในหลายครั้งความรักมันไม่ใช่แค่เรื่องของการเล่นกันเทคแคร์ดูแลเอาใจใส่ แต่มันยังมีในส่วนของการที่ต่างฝ่ายต่าง “ดูเชิง” กันไปมา ผลัดกันหยอด ผลัดกันตบ ผลัดกันตีโต้ ซึ่งแน่นอนว่าแมตช์ที่ดีมันคงไม่เกิดขึ้นหากทั้งสองคนมีได้อยู่ใน “ระดับ” หรือ “กลุ่ม” เดียวกัน (เรียกอีกแบบอาจจะบอกได้ว่า “ศีลเสมอกัน”) ความรักแบบการตีปึงปองมันจะยิ่งยากเข้าไปอีกเมื่อเรานั้นยังอยู่ในจุดที่ไม่อาจหยั่งรู้ได้ว่า “อีกฝ่ายเค้าพร้อมจะเล่นกับเราไหม” บางทีผลอยหยอดไป แต่เค้าไม่สนใจ ไม่เล่นด้วยก็เป็นอันจบเกมไปเท่านั้น แต่ก็นั่นละ ถ้าไม่คิดจะหยั่งเชิงดู มันก็คงไม่อาจรู้ได้จริง ๆ และเมื่อถึงจุดหนึ่ง การตบเอาแต่มันก็เป็นสิ่งสำคัญเพื่อทำให้รู้แน่ชัดไปเลยว่าผลมันจะออกมาเป็นยังไง

“Because I Wanted you to Know” “Because I Wanted you to Know”
 “Because I Wanted you to Know” “Because I Wanted you to Know”
 “Because I Wanted you to Know”

เอลิโอ ราพันเข้าไปเข้ามา มันคือการเดิมพัน แต่สุดท้ายนั่นคือการตบที่เห็นผลอย่างที่สุด และเขาก็สอนให้ผู้ชมแบบเรารู้ว่า “บางครั้ง.. ความรักมันก็ต้องเสี่ยงแบบนี้แหละ”

อันที่จริงแล้ว Call Me by Your Name อาจจะดูเป็นหนังที่พิลึกพิลั่นในสายตาคนทั่วไปพอควร หากเอ่ยขึ้นมามันคือหนังที่ว่าด้วยเพศที่ 3 แต่กลับไม่ได้มีแง่มุมทางเพศที่ออกอาจแต่อย่างใด ทั้งหนังยังไม่ได้จะมานำเสนอเรื่องราวเพื่อ ๆ อย่าง Conflict ความยากลำบากของชีวิตเกย์ที่มักเจอได้บ่อยในหนังแนวนี้อื่น ๆ (อาจมีบ้างเป็นเลี้ยวเล็ก ๆ แต่ก็ไม่ได้เน้นย้ำอะไร) แต่เรื่องราวทั้งหมดใน Call Me by Your Name มันมีแค่เพียงการบอกเล่าถึงการก่อกำเนิดของ “ความรัก” ที่มันปรกติธรรมตา แต่กลับบังดาม ละมุนละม่อม และอ่อนไหว เสียเหลือเกิน ซึ่งจริง ๆ มันเป็นสิ่งที่สมควรมาก ๆ นะครับ กับยุคสมัยแบบนี้แล้วที่

ความรักในเพศที่ 3 มันไม่ควรเป็นอะไรที่ถูกหยิบยกมาเป็น “ไฮไลต์” เพื่อนำเสนอในลักษณะที่มัน “ไม่ปกติ” อีกต่อไป ความรักมันคือเรื่องสามัญ และเรื่องสามัญมันไม่ควรจะมีเพศ มีกำแพงใด ๆ มาขีดคั่น มันเป็นเรื่องของคนสองคนที่มารักกันและทิ้งร่องรอยความทรงจำไว้ให้กันและกันก็เท่านั้นเอง

นอกเหนือไปกว่านั้น หากอยากสัมผัสคำว่า Perfect Cast หนังเรื่องนี้คือหนึ่งในคำตอบที่ชัดเจนอย่างมาก Armie Hammer เหมาะสมที่สุดแล้วกับบทหนุ่มอเมริกันพราวเสน่ห์ที่สดใสและสว่างวาวราวดวงอาทิตย์ที่สาดส่องลงไปถึงจุดที่ลึกถึงที่สุดจนทำให้จิตใจของเด็กหนุ่มที่ปิดบังตัวเองมาตลอดอย่าง Timothée Chalamet ในบท เอลิโอ มันต้องแสงและเจิดจ้าขึ้นมา (ตอนแรกผมเคยได้ยินว่า Shia LaBeouf คือตัวเลือกแรก.. โอ้โหนึกภาพไม่ออกเลยจ้า ๕๕) การแสดงของ Timothée Chalamet เองก็ยอดเยี่ยม ในบางคราวเราจะเห็นภาพของสาวน้อยตัวเล็ก ๆ น่ารักน่าซึ้งซ่อนตัวอยู่ในร่างของเขา ลูกอ่อนลูกงอน เวลาเข้าทำกับ Armie Hammer ทุก ๆ ฉากคือความตึงเครียดจนเราจะอดจินตนาการไปไม่ได้ และนี่มันคือการทำลายกำแพงครับ ทั้งคู่จะทำให้เราเห็นว่าความรักที่เกิดขึ้นนั้น ไม่ว่าคนทั้งสองจะเป็นใคร แต่ยังไงมันก็น่ารักและชวนให้ยืมตามองได้เสมอ และมันยังทำให้เราเข้าใจได้อย่างง่ายดายถึงหยาดน้ำตาที่เกิดขึ้นในบทสุดท้ายของเรื่องราว และหากมองข้ามความเป็นเรื่องราวของเพศที่ 3 ไป Call Me by Your Name มันก็ยังเป็น “หนังก้าวข้ามวัย” ที่งดงามและเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังที่จะทำให้ผู้ชมเติบโตไปพร้อมกับเอลิโอมาก ๆ แง่มุมรัก และแง่มุมชีวิตที่คุณพ่อของเขาได้บอกกล่าวกับลูกชายในบ้านปลายน้ำนั้นคือที่สุด มันล้ำค่า มันงดงาม และมันทำให้หนังสมบูรณ์อย่างแท้จริง

“อย่ารีบลิ้มความเจ็บปวด”

“กล้าที่จะเป็นสิ่งที่เปิ่น”

“พ่อแม่จะอยู่ข้างเธอเอง”

มันเป็นผลลัพธ์ที่ทำให้ผมรักครอบครัวนี้มาก ๆ และผมเองก็อยากให้ทุกครอบครัวมีทัศนคติแบบนี้

เพื่อที่เด็ก ๆ แบบเอลิโอจะได้ไม่รู้สึกว่าเขาแปลกประหลาดอีกต่อไป

ทุกคนมีสิทธิ์ใช้ชีวิตอย่างปรกติในวิถีทางของตนเองโดยไม่สมควรเลยที่ต้องคิด
วิตกกังวลไปว่าสิ่งที่ตนเป็นคือความไม่ปรกติ ทุกอย่างมันปรกติทั้งนั้น ที่ไม่
ปรกติคงจะมีแต่จิตใจของคนที่มองว่ามันไม่ปรกติก็เท่านั้นเอง...

รักนะ ไปดูกันเถอะ แต่มันเข้า House โรงเดียวนะครับ TT

IMDb: 8.4

Rottentomatoes: 96% (Avg. 8.9)

Metascores: 94

แอตหมี่ Scores: 4 หมี่



ภาพที่ 4.32 โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 วันที่
18 ธันวาคม พ.ศ. 2560. จาก ผู้วิจัย, 2560.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลการรีวิวภาพยนตร์เรื่อง *Call Me by Your Name* ด้วยการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวและนำความเห็นจากแหล่งอื่น ๆ มาประกอบ

ในรีวิว ผู้เขียนใช้การเล่าเรื่องและการสนทนาเพื่อสร้างความเป็นกันเองกับผู้อ่าน ภาษาที่ใช้แสดงการเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม อีกทั้งยังใช้กลวิธีการตั้งคำถามกับผู้อ่านเพื่อกระตุ้นความสนใจอีกด้วย

(2) ภาพที่ใช้เป็นฉากหนึ่งของภาพยนตร์ซึ่งมีคำสรุปภาพยนตร์ประกอบด้วย

2) โพสต์วันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2560 มีเนื้อหาดังนี้

Personal Shopper (2017) . . . แค่ว่าเหงาหรือเราเห็นผี?

มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ แต่กลับรู้สึกได้ว่ามันมีจริง และการมีอยู่ของมันทำให้เราไม่โอเค ไม่สบายใจเสมอ...

สิ่งนั้นคือผี... และในขณะที่เดียวกันมันก็ยังอาจหมายถึงความเหงาและความอ้างว้างด้วยเช่นกัน...

อันที่จริงตอนแรกผมกะว่าจะปิดปีทำลิสต์ Top of 2017 เร็ว ๆ นี้แล้วครับ แต่ไปเห็นคำ แนะนำมาว่าเรื่องนี้มันสุดยอดมาก เลยขอลองสักหน่อย ปรากฏว่าตัดสินใจถูกจริง ๆ ด้วยความสัตย์จริง หนึ่งมันดีและละเอียดอ่อนทางความรู้สึกมากกกกกกเหลือเกิน

Personal Shopper มีเนื้อหาเล่าถึง มัวลิน (Kristen Stewart) หญิงสาวที่มีอาชีพเป็น Personal Shopper (ผู้ช่วยเหลือในด้านการซื้อปิ้งสินค้าแฟชั่นหรืออื่น ๆ ลูกค้าส่วนใหญ่คือกลุ่มเซเลบไฮโซที่ไม่มีเวลาและไม่สามารถไปเลือกซื้อด้วยตนเองได้) ที่เพิ่งสูญเสีย ลูวิส พี่ชายฝาแฝดไปด้วยโรคหัวใจ

ด้วยความที่ทั้งสองต่างก็มีความสามารถพิเศษในการติดต่อกับวิญญาณได้ ทั้งคู่เลยสัญญากันว่าหากใครจากไปก่อนจะต้องส่งสัญญาติดต่อกลับมาหากัน เพื่อบอกกล่าวว่ไปสบายแล้วนะ แต่แม้จะผ่านไปหลายสัปดาห์ มัวลินก็ยังไม่ได้รับการติดต่อสักที จนแทบจะล้มเลิกความตั้งใจ ทว่าจู่ ๆ ในวันหนึ่งเธอดันได้รับการติดต่อจากบุคคลปริศนาในรูปแบบของ iMessage ส่งมาในมือถือด้วยข้อความว่า “ผมรู้จักคุณ คุณอยากรู้จักผมไหม...?”

หรือว่าในที่สุดเธอจะได้รับการติดต่อจากลูวิส พี่ชายฝาแฝดของเธอจนได้...? # จากตรงนี้มี สปอยล์ค่อนข้างเยอะเลยครับ ถ้าจะสังเกต เราจะเห็นได้ชัดเจนนะครับว่ายุคหลัง ๆ มาเนี่ย หนังสือของขวัญที่จับเอาผีหรือสิ่งลึกลับมาเป็นองค์ประกอบในการเล่าถึงสารอย่างอื่นที่เก๋จ๋าไว้เนี่ยมันจะมีค่อนข้างเยอะพอสมควรทีเดียว จุดนี้นับว่าต้องขอบคุณการเติบโตของยุคสมัยที่ทำให้เราได้เห็นความคิดสร้างสรรค์ไปอยู่อยู่กับที่ของหนังสือประเภทนี้ที่ต่างพยายามสรรหาอะไรใหม่ ๆ มาเล่าเสมอ อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือ ณ วันหนึ่งวันใด การพัฒนานั้นมันก็จะถึงจุดหนึ่งที่เต็มไปด้วยความซ้ำซากของรูปแบบที่ยุคสมัยหนึ่งคิดว่ามันใหม่ ในกรณีอย่างหนังสือของขวัญลักษณะนี้ จุดเซโพรี่ประมาณว่าทั้งหมดมันไม่ใช่เรื่องเหนือธรรมชาติแต่เป็นเรื่องของการทำงานของ “จิต” ของตัวละครหลักเท่านั้น มันเริ่มมีการถูกนำมาใช้บ่อยขึ้น ซึ่งได้ดูแนวโน้มแรก ๆ เราก็อาจจะประทับใจดี แต่บ่อย ๆ ไปแล้วก็อาจจะคิดประมาณว่า “อีกแล้วหรือ?”

ในการดู Personal Shopper ผมเองก็ค่อนข้างจะต่อต้านไปตลอดทางและไม่ค่อยอยากจะทำแบบรับเท่าใดนักเหมือนกันว่ามันจะออกมาคล้าย ๆ กับ Babadook หรือเปล่า (คือเรื่องนั้นแม้จะผีหลอกได้น่าเชื่อถือแต่บทสรุปมันก็ค่อนข้างชัดเจนนะว่าทั้งหมดทั้งมวลคืออะไร) เอาตรง ๆ คือแอบเบื่อกับที่เดี๋ยวนะครับ ๕๕ แต่แม้จะพยายามต่อต้านไปแบบนั้น แต่หนังสือมันก็แกร่งมากในการทำให้เราไขว่ไขวและเคลือบแคลงหาทางลงไม่ได้อย่างแท้จริงว่าควรจะมองแนวทางไหนเป็นเรื่องจริงดี แม้ระหว่างทางที่ดูหนังสือมันอาจจะยังไม่ได้ทำงานกับผมเท่าไร แต่พอจบไปปุ๊บแล้วเริ่มคิดถึงความเป็นไปได้แต่ละอย่างของหนังสือเล่มนั้นล่ะกลายเป็นว่ามันทำงานหนักมาก งดงามมาก ยิ่งคิดตามต่อ ยอดแล้วยิ่งสลับออกจากหัวไม่หลุดเสียที

จุดที่แข็งแกร่งที่สุดของหนังสือที่ทำให้มันมีความยอดเยี่ยมและเหลือตกค้างในสมองหลังดูจบได้มากขนาดนั้นมันคือ “ประโยคสุดท้าย” ที่ต้องกราบ ผกก. จริง ๆ ประโยคเดียวสั้น ๆ แต่สั้นสะท้อนความนึกคิดคนดูให้วนวายแตกกระจายจับต้นชนปลายไม่ถูกได้ทรงพลังเหลือเชื่อ ไม่รู้คิดขึ้นแบบนี้กันออกมาได้ยังไง? ยิ่งไปกว่านั้น หลังจากการยืมน้อย ๆ ของมัวลิน และภาพก็ตัดไปด้วยฉากการเพดขาวแล้วจบไปแบบนั้น ทั้งที่ก่อนหน้านี้หนังสือทั้งเรื่องใช้การ Transition แบบเพดดำมาตลอด มันก็ยิ่งกลายเป็นการสื่อความหมายที่รุนแรงและหลากหลายนัยยะ

มาก ไม่ว่ามันจะหมายถึงมัวลีนที่ทำได้แล้วว่าลูวิสจากไปสู่สุขคติแล้ว... หรือมัวลีนตระหนักได้ว่าทั้งหมดทั้งมวลเป็นเพียงเรื่องที่เธอคิดไปเองจากจินตนาการเพราะความเหงา... หรือเป็นเพราะตัวมัวลีนเองไปสู่สุคติจากการที่รู้ว่าตนเองเป็นผีก็ตาม แต่ปลายทางทั้งหมดมันก็นำไปสู่ข้อสรุปที่สื่อถึงความยากลำบากของการเผชิญสภาวะความอ้างว้างที่เธอเก็บกดไว้ในใจมาตลอด มันได้รับการปลดปล่อยเสียที ดังนั้นแล้วไม่ว่าเรื่องราวมันจะเป็นอย่างไร Personal Shopper มันก็คือหนังที่วาดด้วยความเหงาและการต่อสู้กับความอ้างว้างของคนตัวเล็ก ๆ คนหนึ่งที่อดเยี่ยมและเต็มเปี่ยมไปด้วยการสื่อสารทางอารมณ์และความรู้สึกในระดับที่ละเอียดอ่อนเหลือเกิน คือบางทีผีมันก็อาจจะคล้ายความเหงานะ มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ แต่รู้สึกได้ว่ามันมีจริง และการมีอยู่ของมันทำให้เราไม่โอเค ไม่สบายใจเสมอ...จริง ๆ ตอนแรกผมก็สงสัยว่าทำไมต้องเขียนบทให้นางเอกเป็น Personal Shopper พอนึกคิดไปมาก็พบว่ามันน่าจะเพราะงานลักษณะนี้มันไปสอดคล้องกับความสามารถทางวิญญาณในการเป็น “Medium” ของเธอนั่นเอง กล่าวคือ ไม่ว่าจะ Personal Shopper หรือการสื่อสารกับวิญญาณ มัวลีน เองก็เป็นได้แค่ “ตัวกลาง” ระหว่าง Server กับ Client เท่านั้นเอง...

*** ตรงนี้สำหรับคนที่ดูแล้ว คือมันมีเกร็ดน่าสนใจอย่างหนึ่ง คือ ไม่มีนักแสดงคนใดขึ้นชื่อในเครดิตว่ารับบทเป็น ลูวิส... นั่นก็แปลว่าผีผู้ชายที่ปรากฏร่างให้เราเห็นแวบหนึ่งข้างหลังมัวลีนตอนท้าย ๆ นั่นไม่ใช่ ลูวิส... และผีที่ทำแก้วแตกตอนจบก็ย่อมต้องไม่ใช่ลูวิสแน่ ๆ เช่นกัน... ความน่าสนใจคือข้อเท็จจริงนี้มันดันไปสนับสนุนทั้งในแง่ของเรียลลิสติกและเหนือธรรมชาติได้ทั้งคู่ไปอีก โอ้วว

*** เกร็ดอีกอย่างที่ไปอ่านเจอมาแล้วผมว่ามันน่าสนใจดี คือ เหตุการณ์สัมผัสวิญญาณแบบซัด ๆ ทั้งสองครั้งในเรื่อง มันอาจเป็นสิ่งที่มัวลีนมโนไปเองทั้งสิ้นเนื่องจากผีพันอ้วกตอนแรกหากสังเกตดี ๆ มันจะมีความคล้ายหน้าตาของ Hilma af Klint และเหตุการณ์สื่อสารกับผีตอนท้ายด้วยการเคาะตอบ มันก็คือวิธีที่มัวลีนไปเจอมาจากการดูหนังช่วงกลาง ๆ เรื่อง... นั่นก็แปลว่าทั้งสองเหตุการณ์นี้มันอาจเป็นเพียงการคิดไปเองของมัวลีนที่นำเอาประสบการณ์และจินตนาการในสมองมาผสานรวมกัน

*** อันที่จริงนอกเหนือไปจากเนื้อหาที่เกี่ยวกับตัวมัวลินแล้ว พล็อตเรื่องอย่าง เรื่องการวางแผนฆาตกรรมที่เกิดขึ้นนั้นก็ถือว่าดีงามมากเลยนะครับ น่าทึ่งและ คิดไม่ถึงเลยว่าจะออกมาเป็นแบบนี้ อันนี้ก็ชอบมากเหมือนกัน

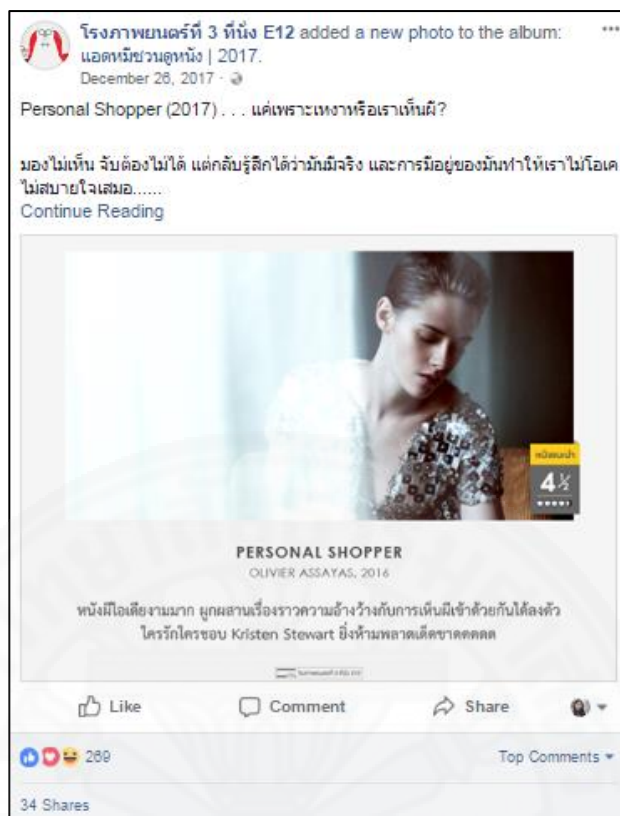
*** และมันมีความย้อนแย้งนิดๆที่ทำให้ภาพของ Kristen ในเรื่องมันเด่นขึ้นมา มาก คือ การที่ในหนังเธอเป็นแค่ Personal Shopper แต่งตัวบ้าน ๆ ทำตัว เป็นโนบอดี (แต่ขนาดนั้นคือชุดบ้าน ๆ แล้วแต่พอมายู่บนตัว Kris ยังโคตรดูดี เลย ๕๕) แต่ในขณะที่ตัวจริง Kris นี่โคตรจะเจ้าแม่ไฮแฟชั่น ภาพที่ออกมาเลย Contrast ประหลาด ๆ นิดนึง คือ ตอนเจ้าตัวได้ลองชุดของนายจ้างตัวเองนี่ แบบ สวยทะลุเจ้านายไปไกลมาก ๕๕๕๕๕๕๕

IMDb: 6.2

Rottentomatoes: 80% (Avg. 7.1)

Metascores: 77

แอตหมี่ Scores: 4 หมี่ครึ่ง



ภาพที่ 4.33 โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 วันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2560. จาก ผู้วิจัย, 2560.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลการรีวิวภาพยนตร์ เรื่อง *Personal Shopper* (2016) ด้วยการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวและนำความเห็นจากแหล่งอื่น ๆ มาประกอบในรีวิว ผู้เขียนใช้การเล่าเรื่องและการสนทนาเพื่อสร้างความเป็นกันเองกับผู้อ่าน ภาษาที่ใช้เป็นการเชิญชวนและโน้มน้าวใจผู้อ่านให้เกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม อีกทั้งยังใช้กลวิธีการตั้งคำถามกับผู้อ่านเพื่อกระตุ้นความสนใจอีกด้วย

(2) ภาพที่ใช้เป็นฉากหนึ่งของภาพยนตร์ซึ่งมีคำสรุปภาพยนตร์ประกอบด้วย

3) โพสต์วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาดังนี้

The Post... เป็นหนึ่งในหนังเข้าชิง Best Picture ของเวทียออสการ์ปีนี้ ซึ่งมีเนื้อหาเล่าถึงเหตุการณ์ช่วงสงครามเวียดนาม ซึ่งรัฐบาลสหรัฐฯ พยายามจะชี้นำและทำให้ประชาชนเชื่อว่าสงครามนี้มันมีความสำคัญและทุกอย่างกำลังไปได้สวย

ทว่าในความเป็นจริงแล้ว เบื้องหลังมันกลับไม่ได้เป็นเช่นนั้น สิ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อมั่นเป็นเพียงโกหกคำโตของรัฐบาล ซึ่งมันได้นำไปสู่การต่อสู้เพื่อเปิดโปงความจริงที่ถูกเก็บซ่อนไว้โดยกลุ่มนักหนังสือพิมพ์หัวต่าง ๆ ที่พยายามจะทำข่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ และหนังสือได้พาเราไปร่วมรับรู้การต่อสู้เพื่อเสรีภาพสื่อของทีมข่าวจาก Washington Post ที่ต้องเลือกว่าจะยืนหยัดเพื่อความจริงหรือยอมถอยให้กับอำนาจที่อาจจะบดขยี้ให้พวกเขาไม่สามารถกลับมาขึ้นได้อีกเลย

...

มาว่ากันที่เนื้อหาก่อนดีกว่า จากเรื่องราวนี้ เชื่อว่าหลาย ๆ คนก็คงจะคาดเดากันได้ว่าสุดท้ายแล้วสิ่งที่เราดูมันจะนำไปสู่อะไรในบั้นปลายจากความที่มันเป็นหนังที่สร้างจากเรื่องจริง อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์ที่ปลายทางมันก็ไม่ได้สำคัญอะไรนักเมื่อเทียบกับว่าสิ่งที่หนังกำลังเล่าแม้มันจะเกิดขึ้นในอดีตเมื่อหลายสิบปีมาแล้ว แต่เมื่อมันถูกหยิบมาสร้างในปัจจุบัน มันกลับยังกลายเป็นความร่วมมือได้

สารที่ The Post พยายามจะเล่ามันจึงเหมือนเป็นการ “เน้นย้ำ” และ “กระตุ้นเตือน” ที่ยิงตรงส่งไปถึงผู้ที่เรียกตนเองว่า “สื่อมวลชน” ทุกคนว่าอย่าได้ลืมเจตนารมณ์และจิตวิญญาณดั้งเดิมของคนทำข่าว และจงอย่าทรยศเส้นทางและหน้าที่ของตนเอง

อันที่จริงเนื้อหาใน The Post มันอาจไม่ได้แปลกใหม่อะไรนะครับ ปีสองปีก่อนเราก็มีหนังที่ว่าด้วยคนสื่อข่าวอย่าง Spotlight Movie เหมือนกันที่มีสารคล้าย ๆ กันนี้ แต่สิ่งที่ The Post ทำได้ดีบนความเดิม ๆ ของมันก็คือความแข็งแกร่งในเนื้อหาที่เล่าตั้งแต่ต้นจนจบโดยไม่มีการหลุดไปไหนเลย เรียกว่ามุ่งหน้าอยู่ในประเด็นและไปปิดจบที่ประโยคทองตอนท้ายได้งามเหลือเกิน

“สื่อมีไว้เพื่อรับใช้ประชาชน.. ไม่ใช่รัฐบาล”

นั่นละละซะ ทั้งหมดทั้งมวลคือการเล่าเพื่อนำมาสนับสนุน Quote นี้ล้วน ๆ และทำได้ดีสมราคาพอมดจริง ๆ พอพูดถึงคำว่าพอมด ก็ต้องขอย้อนไปทำความเข้าใจช่วงต้น ๆ ที่ผมเอ่ยถึง Spielberg ว่าในยุคนี้แล้วแต่เขาก็ยังคู่ควรกับสมญา “พอมด” อยู่ดี.. ถามว่ามันเพราะอะไร?

ในมุมมองแล้ว ในยุคก่อน Spielberg แกอาจเคยได้เป็นพ่อมดเพราะความก้าวล้ำในเชิงวิสัยทัศน์ที่เก่งกาจในการทำหนังด้วยมุมมองใหม่ ๆ อยู่เสมอไม่ว่าจะแง่เทคนิคหรือพล็อตก็ตาม ซึ่งทั้งหมดทั้งมวลนั้น มันได้กลายเป็นการตกผลึกผ่านวันเวลามาอย่างยาวนานเป็นสิบ ๆ ปี ทำให้ทุกวันนี้ Spielberg แกกลายเป็น ผกก. ที่มีความ “ครู” อยู่สูงมาก ซึ่งไอ้ความครูหรือความเป็นคนทำหนังในระดับปรมาจารย์เนี่ยมันก็ได้ถูกถ่ายทอดออกมาผ่านงานของแกในยุคหลัง ๆ นี่เอง ที่เราจะเห็นได้ชัดเลยว่ามันมีความเนียบเป๊ะที่แน่นหนาขั้นพื้นฐานอยู่สูงมาก ๆ ในทุกฉากทุกตอนของหนังที่แกทำ ซึ่งจุดนี้เองผมเลยมองว่า “พ่อมด” ในอีกความหมายหนึ่งก็คือคนที่สามารถจะ “เสก” อะไรที่ดูมีแนวโน้มว่าจะยากให้ออกมาได้อย่างง่ายดายและดูจะไม่ตึงมือเลยแม้แต่น้อย หรือก็คือ Spielberg ในยุคปัจจุบันนี่เอง

อย่างในกรณีของ The Post สิ่งที่ผมสัมผัสได้ทะลุเนื้อหาก็คือฝีมือในการคุมหนังแต่ละฉากที่มันพอดิบพอดีมาก ๆ ในการเล่าเนื้อหาแต่ละตอนออกมา เรียกได้ว่าหาจุดขาด ๆ เกิน ๆ แทบไม่เจอ จุดที่ยากหลายอย่าง เช่น การเคลื่อนกล้อง, การวางตำแหน่งนักแสดงที่ส่วนใหญ่มีแต่ฉากที่ตัวละครต้องร่วมซีนกันเยอะ ๆ ทั้งยังมีการเดินไปเดินมาวนวายไปหมดประสาคนทำข่าว แต่มันกลับดูลื่นไหลไม่ติดขัดอะไรเลย ทั้งยังสอดแทรกความเร้าใจเข้าไปได้ตลอดเวลาแม้เนื้อหาในจังหวะนั้น ๆ มันจะดูธรรมดาก็ตาม พิศมาก ๆ ก็อย่างซีนที่มานั่งทำข่าวกันที่บ้าน Tom Hanks (ฉากนี้ชอบมากเลยครับที่มีการแทรกเรื่องราวในครอบครัว Tom Hanks ออกมาได้น่ารักมากผ่านลูกสาวที่แหวะเวียนมาขายน้ำมะนาว และภรรยาที่แม้จะออกมาไม่กี่ฉากก็ทำให้เราารู้ได้ว่าเธอเป็นแรงใจที่สำคัญต่อสามีขนาดไหน) และซีนที่ประชุมสายโทรศัพท์กัน 5 คน นั้นผมขอมองใจมาก ไม่รู้วางแผนกันออกมาได้ไง ทำไมมันเนียนตาได้ขนาดนี้

ดูจบออกจากโรงมานี้โคตรอยากจะกราบแกจริง ๆ ติดอย่างเดียวไม่รู้จะบินไปหาแกได้ยังไง ๕๕๕

นอกเหนือไปกว่านั้นแล้ว The Post มันมอบประสบการณ์ที่ดีอีกอย่างนึงให้ผม คือ การได้เห็นคนหนังในระดับครูที่นอกเหนือจาก Spielberg อีกสองคนอย่าง Tom Hanks และ Meryl Streep มารวมพลังกันนี้แหละครับ คือเราจะ

เห็นได้ว่าแต่ละคนเหมือนมารวมตัวกันแบบซิลส์ ๆ มากเลยนะอะ เหมือนปล่อยของปล่อยพลังอะไรกันไม่เท่าไร แต่สิ่งที่ผมสัมผัสได้ก็คือเหล่านี้นั้นเป็นความ “น้อยแต่มาก” ของคนเขียน ๆ กลุ่มนี้แหละที่เอาประสบการณ์อันโชกโชนตลอดชีวิตในวงการมานำเสนออย่างพอดีพอดีที่สุดที่จะเหมาะกับหนังที่กำลังทำงานอยู่ คือ มันดูเหมือนง่าย ๆ แต่จริง ๆ มันไม่ง่ายเลยที่จะให้ออกมาได้พอดี ๆ แบบนี้

เคสที่ผมประทับใจมากพอ ๆ กับ Spielberg ก็คือการแสดงของเจ้าป่า Meryl Streep ที่สารภาพเลยว่าตอนที่เห็นชื่อเข้าชิงออสการ์นี่แอบครหาในใจไปแล้วครับว่ามาในฐานะลูกรักแน่ ๆ ๕๕๕ แต่พอไปดูเข้าจริงปรากฏว่ากราบขอมาแทบไม่ทัน เจ้าป่าเล่นดีแบบดีมากกกกก และคู่ควรกับการเข้าชิงจริง ๆ บทเหมือนไม่มีอะไรแต่ที่มันยาก คือ การแสดงออกทั้งทางกายและทางอารมณ์ของผู้หญิง (ต้องบอกว่าผู้หญิงในยุคนั้นด้วยครับ) ที่จับพลัดจับผลูต้องมาเป็นหัวเรือใหญ่ในหลาย ๆ บทบาทที่เธอไม่ได้ตั้งใจเอาตอนวัยที่คาดไม่ถึง ซึ่งบทในส่วนนี้มันมีความ Feminist เข้ากับเทรนด์ยุคนี้อีกด้วยนะครับ แอบมีความลึกซึ้งไม่ธรรมดาจริง ๆ

จุดเดียวที่ยังติดขัด ไม่กล้ากด 5 ให้เต็ม ๆ คงมีเพียงการเล่าเรื่องในช่วงต้น ๆ ที่มีความขนข้อมูลมาอัดใส่หน้าผู้ชมเยอะไปหน่อย ๕๕ สำหรับคนที่ไม่ได้ติดตามเรื่องการเมืองสหรัฐฯ มาแต่ต้นอาจจะมัน ๆ กันไปบ้าง แต่ก็ยังดีที่หลังจากนั้นไม่นานตัวหนังก็ค่อย ๆ เคลียร์ความซับซ้อนตรงนี้แล้วมุ่งหน้าสร้างความน่าติดตามและตื่นเต้นได้อย่างต่อเนื่องไปกระทั่งจบแบบไม่มีรอยแผลให้ติดขัดอีก

ดูจบแล้วรู้สึกโชคดีจริง ๆ ที่เป็นคนชอบดูหนัง นั่งนับนิ้วดูแล้วมันก็มีอยู่ไม่กี่เรื่องเองนะครับเนี่ยที่จะทำให้รู้สึกอะไรแบบนี้ได้แรงขนาดนี้ ❤️

IMDb: 7.4

Rottentomatoes: 88% (Avg 8.0)

Metascores: 83

แอตหมี่ Scores: 4 หมี่ครึ่ง



ภาพที่ 4.34 โพสต์รีวิวที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแสจากเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561. จาก ผู้วิจัย, 2561.

(1) ภาษาที่ใช้ ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลรีวิวภาพยนตร์ เรื่อง *The Post* (2017) ถึงแม้ภาพยนตร์เรื่องนี้จะจะเป็นภาพยนตร์กระแสหลัก แต่ที่หยิบยกโพสต์นี้ขึ้นมาเนื่องจากผู้วิจัยต้องการแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของภาพยนตร์นอกกระแสที่กระแสแรงกับภาพยนตร์กระแสหลักที่กระแสไม่แรง หากเปรียบเทียบกับโพสต์ *Call Me by Your Name* (2017) แล้ว ผู้เขียนใช้การเล่าเรื่องและการสนทนาเพื่อสร้างความเป็นกันเองกับผู้อ่าน ภาษาที่ใช้เป็นการเชิญชวนและโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตาม อีกทั้งยังใช้กลวิธีการตั้งคำถามกับผู้อ่านเพื่อกระตุ้นความสนใจอีกด้วย

(2) ภาพที่ใช้เป็นฉากหนึ่งของภาพยนตร์ซึ่งมีคำสรุปภาพยนตร์ประกอบด้วย

4.3 กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส

การวิเคราะห์กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสเป็นการวิเคราะห์ด้วยบท โดยผู้วิจัยจะนำเสนอรายละเอียดการใช้กลวิธีต่างในเฟชบุ๊กเพจต่าง ๆ ดังนี้

4.3.1 กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเพจ Nawapol Thamrongrattanarit

1. การเลือกใช้ภาษาที่เป็นกันเอง เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่พบมากที่สุด มีรายละเอียด ดังนี้

1) การใช้ “555” เพื่อแสดงอารมณ์ขันที่สื่อจากประโยคก่อนหน้า กลยุทธ์ดังกล่าวพบว่าการสื่อสารให้คนหันมาสนใจชมภาพยนตร์นอกกระแสเป็นวิธีการสร้างอารมณ์ขันเพื่อสนับสนุนข้อความประโยคก่อนหน้าให้ผู้อ่านรู้สึกเป็นกันเองร่วมกับเจ้าของเฟชบุ๊กเพจ

ตอนถ่ายไม่รู้สึกรึ่ พอเอารูปมาโพสต์ด้วยกันแล้วน่ารักดีเหมือนกัน 55 ตัว
สเลทอาจจะไม่โปรปะในเรื่องการทำงานแบบมืออาชีพนะ เน้นความสวยงาม
555

(12 มกราคม 2561)

หลายคนคิดว่าหนังออกจากโรงไปแล้ว แต่หนังอยู่นะครับ ฉายนานเกิน 55

(15 มกราคม 2561)

ตอนนี้รู้ปมดลใจหมด ใช้จะหมดแล้ว จะเล่าอะไร ก็เล่าหมดแล้ว 555

(26 มกราคม 2561)

คือดักไว้หมดแล้วเข้าเย็น มันต้องได้สักวันละวะ 5555

(25 มกราคม 2561)

แค่ไปดูกันเยอะ ๆ เดียวก็มี ไม่ต้องรออดำรง 555

(30 มกราคม 2561)

2) การใช้ศัพท์ที่เป็นกันเอง เนื่องจากภาพยนตร์นอกกระแสเป็นภาพยนตร์เฉพาะกลุ่ม จึงใช้ศัพท์ที่ไม่สวยหรู มีความเป็นกันเอง รู้สึกว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน

การฉายต่างประเทศมีข้อดีอย่างหนึ่งคือ มันเพียวมาก

(24 กุมภาพันธ์ 2561)

เอาละวะ ...

(30 มกราคม 2561)

This is fucking ความจริงจัง ! ... 555 เลิฟ

(24 มกราคม 2561)

บางอันอยู่ในโซนหวดตะพึดมาก บางอันนี่แบบเอาจริงปะพี่

(26 มกราคม 2561)

2. การติดแฮชแท็ก (Hashtag)

กลยุทธ์การโปรโมทรูปแบบหนึ่งที่มีการใช้ คือ การติดแฮชแท็กเพื่อให้ผู้อ่านเข้ามาอ่านเรื่องราวในโพสต์ต่าง ๆ ผ่านแฮชแท็ก เช่น #dietomorrow ฯลฯ หรือการสื่อสารให้ผู้รับสารทราบว่าภาพยนตร์กำลังฉายและฉายที่ไหน เช่น #nowshowing #sfcinema #houserca ฯลฯ

#dietomorrow #nowshowing #sfcinema #houserca

(12 มกราคม 2561)

#dietomorrow #berlinale2018

(21 กุมภาพันธ์ 2561)

#dietomorrow #nowshowing #houserca #jennisweek #bnk48

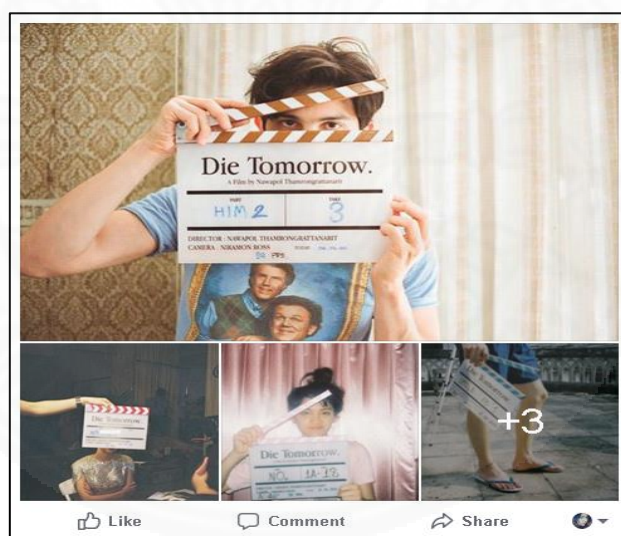
#JennisBNK48 #ซื้อตั๋วได้แล้ววันนี้

(25 มกราคม 2561)

3. Signature ของภาพหรือโปสเตอร์

กลยุทธ์การสื่อสารที่นำมาใช้เป็นการเขียนแคปชั่นให้สอดคล้องกับรูปภาพที่ลงในโพสต์นั้นด้วย มีการเล่าเรื่องที่มาจากภาพต่าง ๆ

“DIE TOMORROW , state today เป็นความสงสัยและอยากมานานว่า เราสามารถตีไลน์สเลทที่ใช้ออกกองได้หรือไม่ ชื่อหนังเป็นพอนท์จริงของหนังสล็อตลงไปได้ไหม ไม่ใช่เอาไวท์บอร์ดมาเขียนเอง คือเคยเห็นของเมืองนอกแล้วมันสวย จังน่าเก็บเป็นที่ระลึก มาหนังเรื่องนี้ พอมีเวลา เลยคิดว่าลองตีไลน์เองและทำสเลทแตกต่างกันไปตามแต่ละตอนดีกว่า แต่ละสื่อก็จะคิดมาจากว่าตอนนั้นเกี่ยวกับอะไร และน่าจะเป็นสื่อะไร 😊 ตอนถ่ายไม่รู้สึกรึเปล่า พอเอารูปมาโพสต์ด้วยกันแล้วน่ารักดีเหมือนกัน 55 ตัวสเลทอาจจะไม่โปรเป๊ะในเรื่องการทำงานแบบมืออาชีพนะ เน้นความสวยงาม 555”



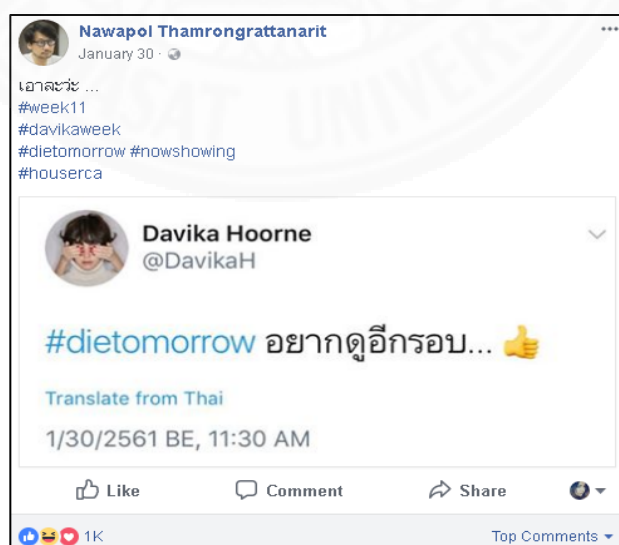
ภาพที่ 4.35 การเล่าเรื่องที่มาจากภาพจากเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561. จากผู้วิจัย, 2561.



ภาพที่ 4.36 การเล่าเรื่องที่มาจากภาพจากเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2561. จากผู้วิจัย, 2561.

4. การใช้ Testimonial เช่น Quote คนดูจากทวิตเตอร์ ฯลฯ

กลยุทธ์การสื่อสารด้วยการแชร์คำพูดจากทวิตเตอร์เพื่อจูงใจคนอ่านให้ไปชมภาพยนตร์นอกกระแสกันมากขึ้น



ภาพที่ 4.37 การแชร์คำพูดจากทวิตเตอร์ในเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2561. จากผู้วิจัย, 2561.



ภาพที่ 4.38 การแชร์คำพูดจากทวิตเตอร์ในเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2561. จากผู้วิจัย, 2561.



ภาพที่ 4.39 การแชร์คำพูดจากทวิตเตอร์ในเพจ Nawapol Thamrongrattanarit วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561. จากผู้วิจัย, 2561.

5. คำพูดเชิญชวน

กลยุทธ์ที่สำคัญในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส คือ ลักษณะคำพูดเชิญชวนให้ผู้อ่านมาชมภาพยนตร์นอกกระแส เช่น ชวนให้มาดู ค่ะ ยัยคะยอให้มาดู อ่อนวอนให้มาดู ฯลฯ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

หลายคนคิดว่าหนังออกจากโรงไปแล้ว แต่หนังอยู่นะครับ ฉายนานเกิน 55 แต่วีคนี้คนน้อยลงแล้วนะ กลัวจะเป็นวีคสุดท้ายอยู่ ยิ่งว่าง ๆ รีบมาดูกันนะ, ยังสู้ ๆ มา ๆ

(15 มกราคม 2561)

นอกจากนั้น ข้อความดังกล่าวยังมีความสัมพันธ์กับรูปภาพที่ชู 2 นิ้ว อีกด้วย สื่อถึงการบอกให้สู้ ๆ และพยายามต่อไป

เอาจริงไม่เคยเตรียมรับมือการฉายแบบ 2 เดือนครึ่ง week 10 แบบนี้ ตอนนี้อยู่รูปหมดคลิปปหมด ใช้จะหมดแล้ว จะเล่าอะไร ก็เล่าหมดแล้ว 555 เอาเป็นว่าไปช่วย ๆ กันบอกต่อแล้วกันนะ หนังยังฉายอยู่ เหลือวันละรอบเดียว แต่ก็น่าจะยังไปได้ วันศุกร์ก็สบาย ๆ เย็น ๆ เสาร์อาทิตย์บ่ายหนึ่งก็น่าจะง่ายหน่อย ชวน ๆ กันไปดูได้ครับ

(26 มกราคม 2561)

เรียกวีคนี้ไปเลยว่า Jennis Week / จบ. ทะยานเข้าสู่ week 10 มุ่งสู่การฉาย 2 เดือนครึ่ง มาเจอมาเจอกันนะ เราจะรอพวกเธอ

(25 มกราคม 2561)

ถ้าลูกพี่เขามา 11 โมงไม่ได้ / ก็ย้ายรอบไปฉายตอนเย็น 17.00 น. ไปเลย แต่ถ้ามันดูเย็นเกินไป เสาร์-อาทิตย์ เราก็จะฉาย 12.50 น. คือดักไว้หมดแล้วเข้าเย็นมันต้องได้สักวันละวะ 5555 (นี่ชวนน้องมาดูหนัง หรือดักจับแม่ค้าย๊าบ) ส่วนท่านอื่น ๆ ที่เคยเปรยเล่น ๆ ว่า ถ้า week 10 มีจริง ๆ ก็จะมาดู ตอนนี้มีแล้วนะครับ

(25 มกราคม 2561)

ให้อำจารย์ทำนายกันว่าจะชะตากรรมหนึ่งจะมี week 11 หรือไม่ ป.ล. แต่จริง ๆ เราเขียนดวงเองได้ แค่ไปดูกันเยอะ ๆ เดียวก็ไม่ต้องรออาจารย์ 555

(30 มกราคม 2561)

4.3.2 กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเพจ Documentary Club

1. การใช้บทสนทนาจากภาพยนตร์

กลยุทธ์หนึ่งที่เพจมักเลือกใช้ คือ การนำข้อความส่วนหนึ่งจากบทสนทนาในภาพยนตร์เร้าอารมณ์ให้ผู้อ่านอยากไปชมภาพยนตร์เรื่องนี้

ขอเค้ากินไอติมหวานชื่นใจบ้างได้มั๊ย

เฮ้ย เอาไป

ฮ่าาาา ชื่นใจจจจ

(24 มกราคม 2561)

ในเมื่อสถาบันไม่แยแส เราจึงต้องแสดงให้เห็นว่า เด็กอายุแค่ 20 อย่างเราก็เล่นงานมหา'ลัยอายุ 200 ได้!

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

เคยมีคนบอกฉันว่า ‘คุณไม่ใช่คนสวย และจะไม่มีวันสวย แต่ไม่เป็นไรหรอก เพราะคุณมีสิ่งที่ดียิ่งกว่าความสวย... คุณมีสไตล์’

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

2. การตั้งคำถาม

เพจมักจะมีการตั้งคำถามเพื่อให้ผู้อ่านฉุกคิด ทำให้ภาพยนตร์นอกกระแสน่าค้นหา น่าไปชม

เจอบอสใช้พลังแห่งความคิดและถ้อยคำของเธอยื่นหยัดนำเสนอมุมมองอีกด้านอย่างกล้าหาญ เพื่อบอกกล่าวกับเพื่อนร่วมยุคสมัยว่า “เมือง” ที่จะมีความหมายอย่างแท้จริงนั้นควรมีจิตวิญญาณเช่นไรกันแน่

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

...อะไรจะเกิดขึ้น? เมื่อทั้งคู่ตัดสินใจออกเดินทางสร้างงานศิลปะด้วยกัน ซึ่งอาจเป็นทั้งครั้งแรกและครั้งสุดท้าย...

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

จนกระทั่งวันหนึ่ง... วันที่ความสัมพันธ์ของทั้งสองเริ่มสั่นคลอน นัทจะหาทางออกให้กับความสัมพันธ์นี้อย่างไร?

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

เราอาจเคยได้ยินคำกล่าวว่า ‘คนไทยยังไม่พร้อมสำหรับประชาธิปไตย’ แต่เราเคยลองถามกลับหรือไม่ว่า แล้วแท้ที่จริง ‘ประชาธิปไตย’ คืออะไรกันแน่?

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

50% ของประชากรโลกใช้ชีวิตอยู่ในเขตเมือง และในราวปี 2050 จำนวนดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นเป็น 80% ... เราต่างรู้กันว่าชีวิตในเมืองใหญ่นั้นทั้งเปี่ยมพลังมากด้วยเสน่ห์ และพร้อม ๆ กันนั้นก็เพียบด้วยปัญหา แต่อะไรเล่าคือสาเหตุ และอย่างไรละจึงคือหนทางแก้?

(4 มกราคม 2561)

3. การเล่าเรื่อง

เฟซบุ๊กเพจใช้กลยุทธ์เล่าเรื่อง โดยเน้นเล่าเรื่องความเป็นมาของภาพยนตร์จากผู้สร้างภาพยนตร์ และเล่าเรื่องราวเนื้อหาในภาพยนตร์แบบสั้น ๆ เพื่อจูงใจให้คนมาชมภาพยนตร์

1) เล่าเรื่องผู้สร้าง

...จุดเริ่มต้นมาจาก คริส เบอร์กอส คนเขียนบทร่วม เพื่อนซี้ของเบเกอร์ที่ย้ายถิ่นฐานไปอยู่ออร์แลนโด รัฐฟลอริดา วันหนึ่งเขาขับรถไปแถวดิสนีย์แลนด์แล้วเจอเด็กไร้บ้านกลุ่มหนึ่งที่เล่นอยู่ด้านนอกสวนสนุกใกล้กับปราสาทซินเดอเรลลา พวกเขาไม่มีโอกาสได้เข้าไปเริงร่าในดิสนีย์แลนด์ แต่ยังคงสุดเหวี่ยงกันเองอยู่ภายนอก ภาพนั้นมันสะเทือนใจเบอร์กอสอย่างรุนแรง จนผลักดันให้เขาหาทางทำหนังเรื่องนี้ให้ได้ โดยการร่วมมือกับเบเกอร์...

(21 มกราคม 2561)

ยังจำได้ไหมเมื่อคราวที่ผู้กำกับหนุ่ม แมตธีว ไฮเนแมน แบกก๊อ้งไปวิ่งไล่ตาม
ถ่ายสงครามยาเสพติดในเม็กซิโกแล้วออกมาเป็นหนังบ๊าพลังอย่าง Cartel
Land และรากับนั้นยังระห่ำไม่พอ ครึ่งนี้เขาจึงกลับมาทำหนังสุดระทึกที่เสี่ยง
ตายตามถ่ายการต่อสู้ระหว่างกลุ่ม ISIS กับกลุ่ม Raqqa is Being Slaughtered
Silently

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

2) เล่าเรื่องเนื้อหา

ฤทธิ์ คือ คนฉายหนังคนสุดท้ายของกรุงเทพฯ หลังจากโรงหนังปิดตัวลง อาชีพ
ที่เขาทำมาตลอด 25 ปี ก็กลายเป็นทักษะที่ไร้ค่า ฤทธิ์ไม่สามารถเริ่มต้นอาชีพ
ใหม่ได้เนื่องจากไม่มีความสามารถอื่นนอกจากการฉายหนัง ทำให้เขา
จำเป็นต้องอาศัยอยู่ในโรงหนังร้างเพื่อเฝ้าดูแลอาคารและรักษาสถานที่ ในแต่
ละวันฤทธิ์ไม่มีหน้าที่ใดต้องทำ เขาเลยมักหลีกเลี่ยงความทุกข์ด้วยการดื่มเหล้า
และอ่านหนังสือธรรมะจนในบางครั้งสิ่งที่เขาพูดเป็นการผสมกันระหว่างความ
จริงกับการตีความที่เขาสร้างขึ้น เวลาดำเนินไปอย่างเชื่องช้าจนฤทธิ์รู้สึกหมด
หวังที่จะใช้ชีวิตต่อ เขาจึงตัดสินใจกลับไปหาลูกเมียที่ทำอาชีพรับกรีดยางเพื่อ
หาอาชีพอื่นทำ แต่สุดท้ายก็ค้นพบว่าไม่มีอาชีพใดที่สามารถเป็นความหวังให้
เขาดำรงชีวิตต่อไปได้

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

‘The Hunting Ground: ชมรมล่าหญิง’ หนังสือคดีสุดอื้อฉาวแห่งปีที่ตีแผ่
ปัญหาความรุนแรงทางเพศและการปกปิดความจริงในสถาบันอุดมศึกษาทั่ว
สหรัฐอเมริกา ติดตามการต่อสู้ของนักศึกษาหญิงผู้ไม่ยอมจำนนในฐานะเหยื่อ
อีกต่อไป และตัดสินใจก้าวออกมาเปิดเผยตัวแม้จะต้องแลกด้วยการถูกคุกคาม
จากทั้งเหล่าผู้บริหารและเพื่อนนักศึกษาด้วยกัน ... การต่อสู้อย่างกล้าหาญของ
พวกเธอไม่เพียงสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้คน แต่ยังส่งผลสะท้อนเหล่าสถาบัน
การศึกษาอันทรงเกียรติครั้งยิ่งใหญ่

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

‘นัท’ และ ‘โอม’ เป็นเพื่อนสนิทที่ดีต่อกันเสมอมา ทว่าในใจลึก ๆ ของนัท เธอเห็นโอมเป็นมากกว่าเพื่อน แม้จะรู้ดีว่าโอมไม่มีวันชอบผู้หญิง แต่เธอก็เลือกที่จะเฝ้ารอและเคียงข้างโอมอยู่เสมอ แม้ว่าเธอจะมีใครอื่นอยู่เรื่อยไปก็ตาม

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

4.3.3 กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเพจอวยไล่แตกแหกไล่ฉีก

1. การเล่าเรื่อง

เพจอวยไล่ใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่อง โดยเน้นเรื่องความเป็นมาของภาพยนตร์จากผู้สร้างภาพยนตร์ และเล่าเรื่องราวเนื้อหาในภาพยนตร์สั้น ๆ เพื่อจูงใจให้คนมาชมภาพยนตร์

1) เล่าเรื่องผู้สร้าง

ปีก่อน คอหนังที่ได้ดู Lobster ของผู้กำกับ ยอร์กอส ลานติมอส ก็เชื่อว่าหลาย ๆ คนหลงรักหนังเรื่องนี้ แต่สำหรับผลงานล่าสุดของยอร์กอสอย่าง The Killing of a Sacred Deer นี่ก็พูดได้เลยว่าเค้าเป็นผู้กำกับที่ยังคงเส้นคงวาในการรักษาลายเซ็นของตัวเองอย่างเหนียวแน่น นั่นคือการใช้ภาพเล่าเรื่อง ประกอบเสียงดนตรีที่ประดิษฐ์ขึ้นมามากมายเพื่อปลุกอารมณ์และสร้างบรรยากาศให้คนดูหนังรู้สึกสะพรึง ฉงน และชวนสงสัยตลอดเวลา และที่สำคัญ The Killing of a Sacred Deer เป็นหนังที่ไม่มีการประณิประนอมกับคนดูเลยแม้แต่น้อย

(1 ธันวาคม 2560)

ผมดีใจที่เมืองไทยมี เต๋อ นวพล ผู้กำกับหนังไทยที่ผมกล้าออกปากอวยได้เต็มปากเต็มคำว่าเป็นคนมีฝีมือ เป็นคนมีของ ผมคิดว่า เต๋อ น่าจะมีมุมมองในเรื่องของความตายที่ลึกซึ้งละเอียดอ่อนเหมือนกับคนที่พิจารณาความตายมาแล้วได้รอบด้านและเข้าใจโลก การนำเสนอเรื่องราวของความตายให้คนดูได้สัมผัสในแง่มุมว่ามันเป็นเรื่องธรรมดานั้นเป็นเรื่องที่ยากมาก แต่เต๋อ นวพล ก็สื่อสารออกมาเหมือนเป็นเรื่องปกติ และที่สำคัญ ด้วยโจทย์ที่ไม่ง่ายเลยที่จะสื่อสารกับคนดูให้เข้าถึง แต่เต๋อกลับสื่อสารออกมาได้อย่างเฉียบขาด คมคาย อย่างไม่น่าเชื่อ ผมอยากจะบอกว่า 75 นาทีของหนัง มันตรึงสายตาผมเอาไว้กับจออย่างชนิดที่เรียกว่า ละสายตาไม่ได้จริง ๆ

(1 ธันวาคม 2560)

2) เล่าเรื่องเนื้อหา

The Killing of a Sacred Deer เป็นเรื่องราวของ สตีเวน หมอผ่าตัดหัวใจ ที่มีภรรยาอย่างแอนนา และลูกชายลูกสาวสองคน พวกเขาเป็นครอบครัวที่อบอุ่นใช้ชีวิตอย่างมีความสุข จนวันหนึ่งเมื่อมาร์ติน เด็กหนุ่มก้าวเข้ามาในชีวิตสตีเวนพร้อมกับประเด็นที่ชวนสงสัยว่าสตีเวนจะเอาอกเอาใจเด็กหนุ่มคนนี้เป็นพิเศษไม่ว่าจะซื้อของราคาแพงให้ และให้ไปมาหาสู่ครอบครัวของเค้า โดยที่มิเหตุการณ์แปลกประหลาดเริ่มก่อตัวขึ้นในครอบครัวของสตีเวนทีละน้อย ๆ

(1 ธันวาคม 2560)

การเล่าเรื่องของเต๋อ ผ่านบทสนทนาของตัวละครทั้ง 6 เรื่อง ผมต้องยกให้เต๋อเป็นเจ้าพ่อไดอะล็อกเลย หนึ่งเต๋อทุกเรื่องมักมีตัวละครมานั่งคุยกันยืดยาว ด้วยไดอะล็อกที่พรั่งพรั่ง แต่แปลกมากที่บทสนทนาของเต๋อไหลลื่น สมูท และไม่เคยทำให้หน้าเบื่อเลย มันเป็นธรรมชาติ ชวนติดตาม คนดูเองก็อยากรู้ว่าเค้าคุยอะไรกัน ทั้ง ๆ ที่มันไม่ได้เกี่ยวอะไรกับเราเลย ช่วงที่ชอบมากน่าจะเป็นช่วงกลุ่มเพื่อนสาวที่มีน้องออกแบบ ชุติมณฑ, น้องแมรีอิสแซปปี และเพื่อนอีกสองสามคนนั่งคุยกันเรื่องอนาคต ก่อนที่จะจบลงด้วยการตายของคนในกลุ่ม, หรือบทสนทนาของคูรักที่มีชันนี่นำแสดง ขอบอกเลยว่า เรียบมาก ทัชชิ่งมาก เหมือนกับคูรักกันคุยกันเวลาที่คนนึงจะตายอีกคนยังอยู่

(1 ธันวาคม 2560)

สำหรับ The Only Living Boy in New York ก็เป็นเรื่องราวของ โธมัส หนุ่มน้อยชาวนิวยอร์ก ลูกชายของเจ้าของสำนักพิมพ์ใหญ่ ที่ดูเหมือนกำลังตามหาใครสักคนมาอยู่ข้างกาย แต่ดูเหมือนว่าสาวที่เค้าหลงรักจะเห็นเค้าเป็นเพื่อนแบบวันไนท์สแตนด์ ต่อมาซ้ำร้ายหนัก เมื่อเค้าแอบไปเห็นพ่อก็กกกับโจฮันนาสาวใหญ่ สวย มีเสน่ห์ ชวนหลงไหล เค้าเลยแอบตามไปสืบ เพราะเค้ารับไม่ได้ที่พ่อจะทิ้งแม่ซึ่งป่วยเป็นโรคซึมเศร้าและไปโพลาริไป แต่สุดท้ายเค้ากลับปามีสัมพันธ์กับโจฮันนาเสียเอง โดยโธมัสมีชายแก่ ๆ ที่อยู่ข้างห้องคอยเป็นที่ปรึกษาขอเล่าพล็อตคร่าว ๆ แค่นี้ก็ละกัน

(3 ธันวาคม 2560)

Wind River นำเสนอเรื่องราวของ คอรี (Jeremy Renner) พรานล่าสัตว์ ในเขตอินเดียนแดง รัฐไวโอมิ่ง ที่บังเอิญไปพบศพของนาตาลี หญิงสาววัยรุ่น กลางหิมะ เค้าพบว่าเธอวิ่งเท้าเปล่ามากกว่า 6 ไมล์ ก่อนจะปอดฉีกท่ามกลางพายุหิมะ จึงแจ้งไปทาง FBI ซึ่งทาง FBI ได้ส่ง เจน (Elizabeth Olsen) จนท. หญิงมาเป็นคนดูแลคดี เธอลงความเห็นว่างานศพมีร่องรอยถูกข่มขืน แต่เพราะสาเหตุการตายมาจากการวิ่งเท้าเปล่าท่ามกลางพายุหิมะกว่า 6 ไมล์ ตามกฎหมาย FBI ไม่สามารถนำส่งคดีนี้ได้ เธอจึงตัดสินใจอยู่สืบสวนคดีต่อโดยมีคอรีช่วย

(4 ธันวาคม 2560)

2. การเกริ่นนำโดยมุ่งเน้นความรู้สึก

เฟซบุ๊กเพจจะเริ่มต้นก่อนเข้าเนื้อหาภาพยนตร์ด้วยการมุ่งเน้นอารมณ์ความรู้สึกเพื่อให้ผู้อ่านคล้อยตาม ทำให้อยากชมภาพยนตร์นอกกระแสมากขึ้น

The Killing of a Sacred Deer เปิดใจและปล่อยอารมณ์ไปกับมัน คุณจะพบว่าหนังมันอิมคริมหม่นหมองมาก 8/10

(1 ธันวาคม 2560)

Die Tomorrow นิทรรศการชีวิตของเต๋อ นวพล ผู้ส่งสารแห่งมรณานุสติที่คมคายเหลือเกิน 9/10

(1 ธันวาคม 2560)

The Only Living Boy in New York หนังมันก็ดีนะดีเลย แต่น่าเสียดายมากกกก 5/10

(3 ธันวาคม 2560)

Wind River หนังโคตรเจ๋ง เยี่ยมสุด ๆ เอาไป 9/10

(4 ธันวาคม 2560)

Darkest Hour จะด้วยอะไรก็สุดแท้แต่ การแสดงของแกรี โอลด์แมน ส่งให้หนังเรื่องนี้ประทับใจในใจผมตลอดไปแน่นอน 9/10

(9 มกราคม 2561)

3. การวิจารณ์

เนื่องจากเพชบุ๊คเพลงเป็นนักวิจารณ์ นักรีวิว จึงมีการใช้ภาษาวิพากษ์วิจารณ์ตัวภาพยนตร์ในตอนท้าย และมีการให้คะแนนเพื่อให้ผู้อ่านตัดสินใจว่าควรไปชมภาพยนตร์เรื่องนี้หรือไม่

คือเอาจริง ๆ The Killing of a Sacred Deer นี่เป็นหนังอาร์ตที่ตามใจผู้กำกับพอสมควรเลย ถ้าทำใจว่าจะต้องไปดูความพิลึกของหนัง ลูกบ้าของผู้กำกับ และการนั่งตีความหนังแบบใช้สติและความคิดนิตินึงก็ไปได้นะ แต่ถ้าไปคาดหวังว่าจะทัชแบบ Lobster คงยาก The Killing of a Sacred Deer จัดเป็นหนังที่ผมชอบในภาพรวม ในความหม่น ความดาร์ค ความพิลึกนี้แหละ แนะนำนะครับ อยากให้ดู 8/10

(1 ธันวาคม 2560)

จงพิจารณาความตายเถอะ มัณยัตริธรรมที่สุด และแน่นอนที่สุด เพราะทุกคนไม่สามารถหนีมันได้พันจริง ๆ ยอดเยี่ยมมากครับ ชอบมาก เป็นความประทับใจครั้งหนึ่งในชีวิตของคนดูหนังเลยจริง ๆ 9/10 ครับ

(1 ธันวาคม 2560)

คือ The Only Living Boy in New York นี่มันก็ดีแหละ ดีในระดับนึง คือเปิดมาช่วงสัก 20 นาทีแรกเนี่ย แบบว่าโอ้ยกูเจอหนังรอมคอมดีดีแล้ว ทำไมกระแสมันไม่ดี แต่พอดูไปดูไป เฮ้ยยยย มันจะรีบไปไหน ปวดซี่โครง หิวเหรอ จบรวบรัดตัวละครหาย มันคงมีปัญหาแหละ หนังดีนะ ชอบ แต่ให้มากกว่า 5/10 ไม่ได้จริง ๆ วะ

(3 ธันวาคม 2560)

Wind River เป็นหนังที่น่าเสนอบรรยากาศในเขตอินเดียนแดงที่หนาวเหน็บ ผู้คนไม่มีอะไรจะทำมากไปกว่าทำงาน หรือคนนอกที่เข้ามาทำงานก็แทบไม่มีสิ่ง

บันเทิงอะไรเลย นอกจากป่าเขา และดื่มเหล้า ทำงานไปวัน ๆ ชีวิตมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นใคร เผ่าพันธุ์ไหน ก็มีคุณค่า และบ่อยครั้งที่อินเดียนแดงเองก็โดนเหยียดหยามและถูกกลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ เอาจริง ๆ ประเด็นนี้คลาสสิกจนเอามาทำหนังเยอะมากแล้ว แต่ Wind River ถ่ายทอดออกมาได้เยี่ยมและสมจริงมาก ให้ 9/10 นะครับ

(4 ธันวาคม 2560)

ดูจนจบเราก็แอบคิดนะ เซอร์ซิล นี่ผ่านอะไรมาโคตรเยอะ แถมเป็นคนเจ้าอารมณ์ แต่ในเชิงชั้นทางการเมืองนี่ก็ชั้นครู และไหวพริบ ตลอดจนสุนทรพจน์ความสามารถในการเจรจาสุดยอด ราชวงศ์ก็ไว้นือเชื่อใจ จนได้เป็นรัฐบุรุษของโลก ดูจบก็อุทานในใจ รัฐบุรุษระดับเวิลด์คลาส มันเป็นแบบนี้เอง กราบบบงาม ๆ ครับ คุณปู่เซอร์ซิล ไม่รู้ตอนนี้ไปอยู่ที่ไหนในภพไหนก็ไม่รู้ เกิดมาทั้งทีสร้างอะไรให้โลกได้จำนี่มันโคตรน่าภูมิใจเลย ขนาดเอาชีวิตมาทำเป็นหนังยังทำคนชนลูกได้ขนาดนี้ เอาไปเลย 9/10 ให้เยอะแบบลำเอียงเบา ๆ หนึ่งเข้า 11 นี่ รีบไปดูนะครับ เชื่อว่าโรงน้อยและอยู่ไม่นานเท่าไร

(9 มกราคม 2561)

การทบทูล่าก็น่าจะเป็นบทพิสูจน์หนึ่งที่ทำให้เราเข้าใจได้ว่า ครูบาอาจารย์คงชอบให้สร้างห้างมากกว่าการอนุรักษ์ทั้งสถาปัตยกรรม และส่งเสริมให้เห็นค่าของภาพยนตร์ เพราะเค้ามองว่าภาพยนตร์เป็นของไร้สาระ ส่วนตัวผม ผมมองว่าการอนุรักษ์ การปลูกฝังให้คนเห็นคุณค่าของหนังมันประเมินคุณค่าไม่ได้เลย และไม่ต้องเอาไปเทียบกับการสร้างห้างด้วย

(29 ธันวาคม 2560)

4. การลากคำ

เฟซบุ๊กเพจมักใช้ภาษาที่เน้นคำด้วยการลากคำเพื่อให้ผู้อ่านรับรู้และเห็นด้วยกับสิ่งที่เพจพยายามนำเสนอ เพื่อให้ไปชมภาพยนตร์

แต่นางเป็นเด็กที่มีเสน่ห์ในการแสดงมากกกกกกกถึงมากที่สุด มากจนอยากให้ชิงออสการ์ไปเลยนะพูดจริง ๆ

(1 ธันวาคม 2560)

บอกก่อนเลยว่าพื้นฐาน โครงสร้างของเรื่องมันดีมากกกกกกกก น่าสนใจมากกกก
กกกก แต่พอเข้าไปดูนี้เรารู้เลยว่าทีมงานของหนังน่าจะมีปัญหาแน่ ๆ เพราะ
ประเด็นในหนังมันเยอะมากและน่าสนใจมากกกก

(3 ธันวาคม 2560)

Jeremy Renner ในบท คอรี ที่ลึกลับ มีอะไรซ่อนอยู่ในแววตาเยอะมากกกก

(4 ธันวาคม 2560)

ในทางของหนัง ผมขอบอกเลยว่า ผมละสายตาไปจากหนังไม่ได้เลยตลอดเวลา
สองชั่วโมงเศษ ๆ ของหนัง หนังดูเพลินมากกกกกก ทั้ง ๆ ที่มันยาวมากกกก
เช่นกัน และที่สำคัญบทพูดเยอะมากกกก แน่นมาก

(9 มกราคม 2560)

5. การเลือกใช้ภาษาเป็นกันเอง

พระเอก Callum Turner หนุ่มเนิร์ด นี่คือหล่อมากกกก น่ารักมากกกกกก มุม
ใส่แว่นคือน่ารัก เป็นหนุ่มแว่น (บางมุมแอบดูจิต) แต่พอถอดแว่นนี้ตายท่าไป
เลย หล่อ สูง ผมหยิก แบบว่าไ้ยยยยย น่ารักมากก อยากเดินไปหยิกไข่จริง ๆ
เค้ามีเสน่ห์และเหมาะกับบทโรมันมากเลยนะ นางเอก Kate Beckinsale ใน
บทโจฮันนา สาวใหญ่ ขอบอกว่า คนทำอะไร สวยฉิบหาย สวยวัวตายควายล้ม
สวยจนแบบว่าอยากไปถามว่านางทำบุญมาด้วยอะไร ไปโบหมอไหนมา 45
แล้ว สวยเป๊ะเว้ววอะไรปานนั้น แต่ก็นั่นแหละ นางหายไปเลย ๆ ในหนัง (อิท่า
นางเอกนะมึง มึงจะหายไปจากในหนังเฉย ๆ แบบนี้ไม่ได้

(3 ธันวาคม 2560)

แน่นอนว่า สิ่งที่น่าสนใจที่สุดในหนังคงไม่พ้นการแสดงของ แกรี โอลด์แมน
เค้าเป็นเซอร์ซีลได้แทบจะเรียกว่าเป็นทั้งตัวเลย ด้วยเมคอัพที่หนาเตอะทั้งตัว
และหน้า แต่อินเนอร์การแสดงออกมาทั้งแววตา น้ำเสียง ตลอดจนภาษากายนี้
คือแทบไม่มีอะไรให้ติเลย

(9 มกราคม 2560)

4.3.4 กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12

1. การเกริ่นนำโดยมุ่งเน้นความรู้สึก

เฟซบุ๊กเพจจะเริ่มต้นก่อนเข้าเนื้อหาภาพยนตร์ด้วยการมุ่งเน้นอารมณ์ความรู้สึกเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตาม ทำให้อยากชมภาพยนตร์นอกกระแสมากขึ้น

ความรักมันคือสิ่งสวยงาม.. แต่ในความสุขงามนั้น อีกด้านของมันก็มักเป็น
เรื่องยากของหัวใจเสมอ.. และมันจะยิ่งยากกว่าเดิมอีกมากหากรักที่เกิดขึ้นกับ
เรานั้นไม่ใช่ความรักในรูปแบบทั่วไปที่ใคร ๆ จะยอมรับได้โดยง่าย... แม้แต่ตัว
เราเองก็อาจจะยังไม่แน่ใจเลยด้วยซ้ำว่าพร้อมแล้วหรือไม่..ที่จะยอมรับสิ่งที่
หัวใจเราเรียกร้อง...?

(18 ธันวาคม 2560)

มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ แต่กลับรู้สึกได้ว่ามันมีจริง และการมีอยู่ของมันทำให้
เราไม่โอเค ไม่สบายใจเสมอ...สิ่งนั้นคือผี... และในขณะเดียวกันมันก็ยังอาจ
หมายถึงความเหงาและความอ้างว้างด้วยเช่นกัน...

(26 ธันวาคม 2560)

2. การเล่าเรื่อง

เฟซบุ๊กเพจใช้กลยุทธ์เล่าเรื่องโดยเน้นเล่าเรื่องความเป็นมาของภาพยนตร์
จากผู้สร้างภาพยนตร์ และเล่าเรื่องราวเนื้อหาในภาพยนตร์แบบสั้น ๆ เพื่อจูงใจให้คนมาชมภาพยนตร์

1) การเล่าเรื่องผู้สร้าง

นอกเหนือไปกว่านั้นแล้ว The Post มันมอบประสบการณ์ที่ดีอีกอย่างนึงให้ผม คือ การได้เห็นคนหนังในระดับครูที่นอกเหนือจาก Spielberg อีกสองคน อย่าง Tom Hanks และ Meryl Streep มารวมพลังกันนี้แหละครับ คือเราจะเห็นได้ว่าแต่ละคนเหมือนมารวมตัวกันแบบซิลล์ ๆ มากเลยนะฮะ เหมือนปล่อยของปล่อยพลังอะไรกันไม่เท่าไร แต่สิ่งที่ผมสัมผัสได้ก็คือเหล่านี้นั้นเป็นความ “น้อยแต่มาก” ของคนเขียน ๆ กลุ่มนี้แหละที่เอาประสบการณ์อันโชกโชนตลอดชีวิตในวงการมานำเสนออย่างพอดีพอดีที่สุดที่จะเหมาะกับหนังที่กำลังทำงานอยู่ คือมันดูเหมือนง่าย ๆ แต่จริง ๆ มันไม่ง่ายเลยที่จะให้ออกมาได้พอดี ๆ แบบนี้

(29 มกราคม 2561)

2) การเล่าเรื่องเนื้อหา

“เอลิโอ” ตามธรรมเนียมของครอบครัว เอลิโอ พ่อของเขาซึ่งเป็นศาสตราจารย์ด้านโบราณคดีจะเชิญนักศึกษาที่ค่อนข้างมีแววมามากที่บ้านในช่วงฤดูร้อน เพื่อให้ความช่วยเหลือและดูแลในส่วนของงานวิจัยต่าง ๆ เหตุการณ์ดำเนินไปหลายต่อหลายปี กระทั่งในปีล่าสุด การมาเยือนของ “โอลิเวอร์” นักศึกษาหนุ่มที่อบอุ่นและเจิดจรัสดวงอาทิตย์ก็เข้ามาทำให้ชีวิตของ เอลิโอ เปลี่ยนแปลงไปตลอดกาล...

(18 ธันวาคม 2560)

Personal Shopper มีเนื้อหาเล่าถึง มัวลิน (Kristen Stewart) หญิงสาวที่มีอาชีพเป็น Personal Shopper (ผู้ช่วยเหลือในด้านการซื้อปิ้งสินค้าแฟชั่นหรืออื่น ๆ ลูกค้าส่วนใหญ่ คือ กลุ่มเซเลบไฮโซที่ไม่มีเวลาและไม่สามารถไปเลือกซื้อด้วยตนเองได้) ที่เพิ่งสูญเสีย ลูวิส พี่ชายฝาแฝดไปด้วยโรคหัวใจ

(26 ธันวาคม 2560)

The Post... เป็นหนึ่งในหนังเข้าชิง Best Picture ของเวทีออสการ์ปีนี้ ซึ่งมีเนื้อหาเล่าถึงเหตุการณ์ช่วงสงครามเวียดนาม ซึ่งรัฐบาลสหรัฐฯ พยายามจะชี้นำและทำให้ประชาชนเชื่อว่าสงครามนี้มันมีความสำคัญและทุกอย่างกำลังไปได้สวย ทว่าในความเป็นจริงแล้วเบื้องหลังมันกลับไม่ได้เป็นเช่นนั้น สิ่งที่

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อมั่นเป็นเพียงโกหกคำโตของรัฐบาล ซึ่งมันได้นำไปสู่การต่อสู้เพื่อเปิดโปงความจริงที่ถูกเก็บซ่อนไว้โดยกลุ่มนักหนังสือพิมพ์หัวต่าง ๆ ที่พยายามจะทำข่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ และหนังสือก็ได้พาเราไปร่วมรับรู้การต่อสู้เพื่อเสรีภาพสื่อของทีมนักข่าวจาก Washington Post ที่ต้องเลือกว่าจะยึดหยัดเพื่อความจริงหรือยอมถอยให้กับอำนาจที่อาจจะบดขยี้ให้พวกเขาไม่สามารถกลับมาเขียนได้อีกเลย...

(29 มกราคม 2561)

3. การเปรียบเทียบ

เฟซบุ๊กเพจมีการใช้คำเปรียบเทียบภาพยนตร์เหมือนสิ่ง ๆ หนึ่งซึ่งทำให้ผู้อ่านเห็นภาพของภาพยนตร์ว่าเป็นเช่นไร

เค้าก็ได้กล่าวเอาไว้สั้น ๆ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเรื่องว่ามันคือ “การตีปิงปอง”... และเมื่อดูจบผมก็พบว่ามันคือคำนิยามที่ตึงามที่สุดจนไม่สามารถจะนึกถึงคำอื่นได้ดีกว่านี้อีกแล้ว...ในหลายครั้งความรักมันไม่ใช่แค่เรื่องของการผลักดันเทคแคร์ดูแลเอาใจใส่ แต่มันยังมีในส่วนของการเล่นที่ต่างฝ่ายต่าง “ดูเชิง” กันไปมา ผลัดกันหยอด ผลัดกันตบ ผลัดกันตีโต้ ซึ่งแน่นอนว่าเมตต์ที่ตีมันคงไม่เกิดขึ้นหากทั้งสองคนมิได้อยู่ใน “ระดับ” หรือ “กลุ่ม” เดียวกัน (เรียกอีกแบบอาจจะบอกได้ว่า “ศีลเสมอกัน”) ความรักแบบการตีปิงปองมันจะยิ่งยากเข้าไปอีกเมื่อเรานั้นยังอยู่ในจุดที่ไม่อาจหยั่งรู้ได้ว่า “อีกฝ่ายเค้าพร้อมจะเล่นกับเราไหม” บางทีผลลมหยอดไป แต่เค้าไม่สนใจ ไม่เล่นด้วยก็เป็นอันจบเกมไปเท่านั้น แต่ก็นั่นละ ถ้าไม่คิดจะหยั่งเชิงดู มันก็คงไม่อาจรู้ได้จริง ๆ และเมื่อถึงจุดหนึ่ง การตบเอาแต้มมันก็เป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้รู้แน่ชัดไปเลยว่าผลมันจะออกมาเป็นยังไง

(18 ธันวาคม 2560)

Personal Shopper มันก็คือหนังที่ว่าด้วยความเหงาและการต่อสู้กับความอ้างว้างของคนตัวเล็ก ๆ คนหนึ่งที่ยอดเยี่ยมและเต็มเปี่ยมไปด้วยการสื่อสารทางอารมณ์และความรู้สึกในระดับที่ละเอียดอ่อนเหลือเกิน คือบางทีฝืนก็อาจจะคล้ายความเหงานะ มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ แต่รู้สึกได้ว่ามันมีจริง และการมีอยู่ของมันทำให้เราไม่โอเค ไม่สบายใจเสมอ..

(26 ธันวาคม 2560)

4. การเลือกใช้ภาษาเป็นกันเอง

การเลือกใช้ภาษาเป็นกันเองเป็นการแสดงอารมณ์ขันที่สื่อจากประโยคก่อนหน้าเพื่อสนับสนุนข้อความประโยคก่อนหน้าให้ผู้อ่านรู้สึกมีอารมณ์ความเป็นกันเองร่วมกันกับเจ้าของเพจ

ตอนแรกผมเคยได้ยินว่า Shia LaBeouf คือตัวเลือกแรก.. โอ้โหนึกภาพไม่ออกเลยจ้า ๕๕

(18 ธันวาคม 2560)

เอาตรง ๆ คือแอบเปื้อนทีเดียวนะครั ๕๕

(26 ธันวาคม 2560)

แต่ขนาดนั้นคือชุดบ้าน ๆ แล้วแต่พอมายูบนตัว Kris ยังโคตรดูดีเลย ๕๕

(26 ธันวาคม 2560)

ดูจบออกจากโรงมานี้โคตรอยากจะกราบแกจริง ๆ ดิฉันคนเดียวไม่รู้จะบินไปหาแกได้ยังไง ๕๕๕

(29 มกราคม 2561)

5. การลากคำ

เฟซบุ๊กเพจมักจะใช้ภาษาที่เน้นคำโดยการลากคำเพื่อให้ผู้อ่านรับรู้และเห็นด้วยกับสิ่งที่ทางเพจพยายามนำเสนอ เพื่อให้ไปชมภาพยนตร์

ปรากฏว่าตัดสินใจถูกจริง ๆ ด้วยความสัตย์จริง หนึ่งมันดีและละเอียดอ่อนทางความรู้สึกมากกกกกกเหลือเกิน

(26 ธันวาคม 2560)

แต่พอไปดูเข้าจริงปรากฏว่ากราบขอขมาแทบไม่ทัน เจ้าป่าเล่นดีแบบดีมากกกก

(29 มกราคม 2561)

การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเฟซบุ๊กเพจต่าง ๆ พบกลยุทธ์สำคัญดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5

กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสของเฟซบุ๊กเพจ

กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส			
Nawapol Thamrongrattanarit	Documentary Club	อวยไล้แตกแหกไล่ฉีก	โรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12
การเลือกใช้ ภาษาเป็นกันเอง	การใช้บทสนทนาจาก ภาพยนตร์	การเลือกใช้ ภาษาเป็นกันเอง	การเลือกใช้ ภาษาเป็นกันเอง
การติดแฮชแท็ก	การตั้งคำถาม	การเกริ่นนำโดยมุ่งเน้น ความรู้สึก	การเกริ่นนำโดยมุ่งเน้น ความรู้สึก
Signature ของภาพหรือ โปสเตอร์	การเล่าเรื่อง	การเล่าเรื่อง	การเล่าเรื่อง
การใช้ Testimonial เช่น Quote คนดูจากทวิต เตอร์		การลากคำ	การลากคำ
คำพูดเชิญชวน		การวิจารณ์	การเปรียบเทียบ

4.4 การนำเสนอกลยุทธ์ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กเพจ

การนำเสนอกลยุทธ์ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กเพจเป็นการวิเคราะห์หาทหกรรมในมิติที่ 2 คือ การปฏิบัติการทางทหกรรม เพื่อพิจารณาดูกระบวนการสร้างตัวบทของเฟซบุ๊กเพจที่ใช้ในการสื่อสาร

ภาพยนตร์นอกกระแส โดยสนใจการสร้างวาทกรรมของเฟซบุ๊กเพจ Nawapol Thamrograttanarit เป็นหลัก เนื่องจากเต๋อ นวพล เป็นทั้งผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแส เน้นสื่อสารภาพยนตร์ที่ตนเองเป็นผู้สร้างขึ้น รวมทั้ง เต๋อ นวพล เป็นผู้มีชื่อเสียงและได้รับรางวัลในการกำกับภาพยนตร์มากมาย และอาจมีเพจ Documentary Club และเพจนักรีวิว/นักวิจารณ์ มาช่วยเสริมวาทกรรมบางอย่าง ผู้วิจัยจึงนำเสนอวาทกรรมสำคัญที่เกิดขึ้นในการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส มีรายละเอียดดังนี้

1. การมองภาพยนตร์นอกกระแสในเชิงพาณิชย์

การสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสในเชิงพาณิชย์มีมากขึ้น ได้แก่

1) วัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop Culture) มีการนำศิลปินวง BNK48 ฯลฯ มาช่วยสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสด้วยคำพูดหรือข้อความที่กำลังเป็นกระแสของวง หรือการนำนักแสดงที่มีชื่อเสียง เช่น ชันนี สุวรรณเมธานนท์ (ชันนี่) ฯลฯ มาสื่อสารด้วยการแบ่งปัน (Share) เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสนั้น ๆ

เรียกวันนี้ไปเลยว่า Jennis Week / จบ. ถ้าลูกพี่เขามา 11 โมงไม่ได้ / ก็ย้ายรอบไปฉายตอนเย็น 17.00 น. ไปเลย แต่ถ้ามันดูเย็นเกินไป เสาร์-อาทิตย์ เราก็จะฉาย 12.50 น. คือดักไว้หมดแล้วเข้าเย็น มันต้องได้สักวันละวะ 5555 (นี่ชวนน้องมาดูหนัง หรือดักจับแม่ค้ายาบ้า) ส่วนท่านอื่น ๆ ที่เคยเปรยเล่น ๆ ว่า ถ้า week 10 มีจริง ๆ ก็จะมาดู ตอนนี้มีแล้วนะครับ ต้องมาแล้วนะ จะโอตะไม่โอตะอยากให้ลองมาโอชิหนังเรื่องนี้ดูนะ ย้ายฉายถึงวันนี้ได้ก็รั้งชีวิตไว้สุดขีดแล้ว ไม่ได้แล้วนะ จะไปฉายต่อที่เบอร์ลินแล้วนะ 😊 ก็ขอขอบคุณน้องเจนนิษฐ์ เอีย ก็ขอขอบคุณชาวโอตะ เอีย ก็ขอขอบคุณทุกคนตั้งแต่ week 1 - 9 ที่ผ่านมา ที่ทำให้เกิด week 10 มหัศจรรย์นี้ได้

(25 มกราคม 2561)

This is fucking ความจริงจัง ! ... 555 เลิฟ ผจก. โรงหนัง house rca ครับ , คุณต้องทำอะไรสักอย่างแล้ววว !#dietomorrow #bnk48 #JennisBNK48

(24 มกราคม 2561)

ความรักที่นักแสดงมีให้กับเรา

(29 มกราคม 2561)

2) ความเป็นผู้ประพันธ์ (Authorship) มีการอ้างอิงถึงผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแสนอื่น ๆ เช่น เป็นเอก รัตนเรือง ฯลฯ มาช่วยในการสื่อสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส ซึ่งตรงกับแนวคิดความเป็นผู้ประพันธ์ภาพยนตร์ (Film Authorship) ที่แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มสำคัญ คือ ประพันธ์กร ผู้เขียน และทีมงาน โดยเน้นประพันธ์กร (Auteur)

ผู้ประพันธ์จะนำเสนอ ปรับเปลี่ยนภาพยนตร์ให้เป็นเรื่องส่วนตัว “เป็นการแสดงออกถึงบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล” (Tregde, 2013) ดังนั้น การที่นพพล อารังรัตนฤทธิ์ อ้างอิงถึงเป็นเอก รัตนเรือง ซึ่งเป็นผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแสเช่นเดียวกัน จึงเป็นการแสดงออกถึงบุคลิกและความชอบส่วนตัวที่สร้างความเป็นประพันธ์กร (Authorship) เชื่อมโยงมายังภาพยนตร์ของเขา

คอลัมน์เดือนนี้ ข้าพเจ้ากลับไปอ่านสัมภาษณ์ที่ต่อมตลอด 20 ปี เพื่อกลั่นและค้นเกร็ดเบื้องหลังตลก ๆ ของหนังที่ต่อมออกมา ซึ่งพบว่าแม้จะมีเพียบเลยที่เกะหลุ่ ๆ เล่าไว้ 55555 บางอันอยู่ในโซนวอดะพีคมาก บางอันนี่แบบเอาจริงปะพี่ 555 / เชิญอ่าน

(26 มกราคม 2561)

3) การจำหน่ายสินค้า เช่น ของสะสม Limited Edition ฯลฯ

ที่ house rca มีขาย cd soundtrack และ double booklet เหมือนเดิมนะครับ

(25 มกราคม 2561)

4) การได้รับรางวัลบ่งบอกว่าภาพยนตร์นอกกระแสนั้นได้รับการการันตีว่าเป็นภาพยนตร์ที่ยอดเยี่ยม งูใจให้คนมาชมภาพยนตร์นอกกระแส

ภาพยนตร์เรื่องนิรันดร์ราตรีได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลสุพรรณหงส์ครั้งที่ 27 สาขาถ่ายภาพยอดเยี่ยม / และเข้าชิงรางวัลจากชมรมวิจารณ์บันเทิงครั้งที่ 26 ถึง 3 สาขา (ภาพยนตร์ยอดเยี่ยม, กำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม, นักทำหนังหน้าใหม่ยอดเยี่ยม) / พร้อมได้รับการเสนอชื่อจาก Starpics Thai Film Awards 2 สาขา (กำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม, สาขาภาพยนตร์ยอดเยี่ยม)

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

พบกับ I want you to be โดยบัณฑิต สิ้นธนากรดี หนังรักและหนัง LGBT เรื่องแรกของ Doc Club Theater หนังอิสระฟอร์มเล็กที่ได้รับคำชมจากนักวิจารณ์อย่างท่วมท้น และได้รับรางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมจาก บ้านหนัง คลังละครอะวอร์ด ครั้งที่ 14 ประจำปี 2017 พร้อมได้รับการเสนอชื่อเข้าชิง รางวัล Starpics Thai Film Awards ครั้งที่ 15 ประจำปี 2560 ในสาขาบทภาพยนตร์ยอดเยี่ยมและนักแสดงนำหญิงยอดเยี่ยมประจำปีนี้

(20 กุมภาพันธ์ 2561)

2. สถานภาพความเป็นชายชอบผ่านตัวแทนต่าง ๆ

การสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสโดยนำเสนอภาพยนตร์นอกกระแสผ่านกลุ่มตัวแทนที่สำคัญ โดยกลุ่มตัวแทนตรงกับแนวคิดตัวแทน (Agency) ตัวแทนในที่นี้คือตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่เน้นการสะท้อนภาพยนตร์ที่ตนเองได้สร้างขึ้นผ่านบริบทของสถาบัน เช่น เทศกาลภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์เฉพาะกลุ่ม ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีตัวแทนรูปแบบการสื่อสารอื่น ๆ และช่องทางการจัดจำหน่ายด้วย (Promkhuntong, 2016)

1) กลุ่มตัวแทนข้ามสื่อประเภทนิตยสาร เช่น คู่สร้างคู่สม ฯลฯ หรือแม้แต่การแปลงเพลงที่ได้รับความนิยมของวง BNK48 ฯลฯ

ให้อำจารย์ทำนายกันว่าจะชะตากรรมหนังจะมี week 11 หรือไม่ ป.ล. แต่จริง ๆ

เราเขียนดวงเองได้ แค่ไปดูกันเยอะ ๆ เดียวก็ไม่ต้องรออาจารย์ 555

#dietomorrow #nowshowing #houserca #คู่สร้างคู่สม

(30 มกราคม 2561)

2) กลุ่มโรงภาพยนตร์ เช่น โรงภาพยนตร์ SF CINEMA และโรงภาพยนตร์ House RCA ฯลฯ โดยระบุวันเวลา สถานที่ฉายภาพยนตร์นอกกระแส

DIE TOMORROW / a film by nawapol

รอบฉาย WEEK 10 / 25 - 31 JAN (ไม่ได้ฉายวีคเดียว)

ฉายที่ HOUSE RCA ที่เดียว

(25 มกราคม 2561)

**อาทิตย์ 21 มกราคม ที่ห้องออডিทอเรียมชั้น 5 หอศิลป์กรุงเทพฯ

- 15:00 น. ฉาย THE HUMAN SCALE

- 16:30 น. เสวนา

(4 มกราคม 2561)

The Florida Project จึงเป็นหนังแสนสดใสจากการแทนสายตάνับริสุทธิ์ของเด็ก 6 ขวบ ที่มีต่อโลกอันหม่นมืดของผู้ใหญ่ที่อยู่รายล้อมนั่นเอง ร่วมพิสูจน์ The Florida Project “แดน (ไม่) เนรมิต” ได้ 25 ม.ค. ที่ SF / House RCA / BKKSR

(21 มกราคม 2561)

นอกจากนี้ยังบอกผ่านการติตแฮชแท็กโรงภาพยนตร์ที่กำลังฉายภาพยนตร์นอกกระแส เช่น #sfcinema #houserca ฯลฯ

3) กลุ่มเทศกาลภาพยนตร์ เช่น เทศกาลภาพยนตร์ที่เบอร์ลิน ฯลฯ

die tomorrow รอบที่ 3 ณ เบอร์ลิน มีสาวสวยคนหนึ่งแะมาดู 😊

(21 กุมภาพันธ์ 2561)

ย้ายมาถึงวันนี้ได้ครึ่งชีวิตไว้สุดขีดแล้ว ไม่ได้ยั่วแล้วนะ จะไปฉายต่อที่เบอร์ลินแล้วนะ

(25 มกราคม 2561)

3. ความไม่ชัดเจนของความเป็นภาพยนตร์นอกกระแส

การสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสโดยนำเสนอภาพยนตร์นอกกระแสสู่ความเป็นส่วนตัวของผู้โปรโมทเอง ได้แก่

1) ความเชื่อมโยงกันทางอารมณ์ความรู้สึก เฟซบุ๊กเพจจะสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสโดยโยงเข้ากับอารมณ์ความรู้สึก

การฉายต่างประเทศมีข้อดีอย่างหนึ่งคือ มันเพียวมาก หมายถึง ไม่มีบริบทใด ๆ คนดูฝรั่งไม่รู้จักนักแสดง เต๋ยไหน ชันนี่ไหน น้ำค่อมคือใครไม่รู้จัก เล่นดีก็รู้สึก เล่นไม่ดีก็ตกรอบ , ไม่รู้จักผู้กำกับ นวพลไหน อาจจะคุ้น ๆ ว่ามันเคยทำหนังทวิตเตอร์สักอย่าง แต่ก็อาจจะลืมไปแล้ว เหลือแค่ไอ้ ผกก. แวนจากเมืองไทยคนนั้น // คือ

คนดูไม่รู้อะไรทั้งนั้นแล้วต่อยกันด้วยตัวหนังไปเลย จบ ๆ ชอบมาก ดูแล้วชอบไม่ชอบ ก็เพียว ๆ

(24 กุมภาพันธ์ 2561)

2) เบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ เป็นการสื่อสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส

เป็นความสงสัยและอยากรู้อยากเห็นว่า เราสามารถตีไฮน์สเลทที่ใช้ออกกองได้หรือไม่ ชื่อหนังเป็นพอนท์จริงของหนังสลับลงไปเลยได้ไหม ไม่ใช่เอาไวท์บอร์ดมาเขียนเอง คือเคยเห็นของเมืองนอกแล้วมันสวยจึงน่าเก็บเป็นที่ระลึก มาหนังเรื่องนี้ พอมีเวลา เลยคิดว่าลองตีไฮน์สเองและทำสไลด์แตกต่างกันไปตามแต่ละตอนดีกว่า แต่ละสไลด์ก็จะคิดมาจากว่าตอนนั้นเกี่ยวกับอะไร และน่าจะเป็นสไลด์อะไร 😊 ตอนถ่ายไม่รู้สึกรึเปล่า พอเอารูปมาโพสต์ด้วยกันแล้วน่ารักดีเหมือนกัน 55 ตัวสเลทอาจจะไม่โปรปะในเรื่องการทำงานแบบมืออาชีพนะ เน้นความสวย งาม 555

(12 มกราคม 2561)

3) การทำหน้าที่เป็นผู้วิจารณ์แนะนำภาพยนตร์อื่น ๆ โดยผู้กำกับภาพยนตร์เป็นผู้วิจารณ์ภาพยนตร์เอง

THREE BILLBOARDS OUTSIDE EBBING, MISSOURI: มีบนเครื่อง เลยดูไปเลย , ดูแล้วคิดถึงหนังแบบ magnolia มาก ๆ อันเป็นหนังที่ไม่คิดว่าจะได้ดูจากพอล โทมัส แอนเดอร์สันอีกแล้ว 5555 พอได้ดูอีกทีแล้วรู้สึกว่ามันดีจริง คือเราจะเจอซินธรรมา (ขี้ได้แต่เขาไม่ขี้ชนะ) หรือ ไม่แน่ใจว่าเชื่อมโยงกันยังไง แต่พอดูจบแล้ว เราจะแบบ อ้อ เหตุการณ์เล็ก ๆ พวกนั้นมันกำลังค่อย ๆ เปลี่ยนตัวละครทีละนิดละน้อยวะ บทแบบนี้เขียนยาก / แต่ที่ชอบสุดคือธีมของหนังเป็นเรื่องที่กำลังชอบคิดทบทวนเกี่ยวกับมัน และคิดว่าบางทีมันก็สำคัญกับสังคมมาก ๆ เลย ทั้งสังคมอเมริกันและสังคมไทย มันเป็นเรื่องง่าย ๆ นิดเดียวจริง ๆ (ไป ๆ มา ๆ เหมือนชอบมากเหมือนกันนะ) / ฟรานเชส แม็คคอร์มานด์เป็นคนมีพลังจริง ๆ พี่จะเล่นเป็นแม่ก็เรื่องก็ได้ พวกผมยินดี

(15 กุมภาพันธ์ 2561)

ISLE OF DOGS: ต้องสารภาพว่าความเหนื่อยล้าจากการท่องเที่ยวระหว่างวัน รวมถึงเสื้อผ้าหนาปึกทำให้ร้อนมากเวลาอยู่ในโรง ทำให้เกิดการหลับไประหว่างทางอย่างดงาม จึงไม่สามารถตอบได้ถึงบทภาพยนตร์หรือความสนุกของเนื้อเรื่อง (จำได้แค่ว่าดูง่าย ไม่คอมเพล็กซ์ แมส ๆ) คงต้องไปดูใหม่อีกที / แต่ที่แน่ ๆ เลย คือ งานภาพ , รอบนี้ที่เวสยิ่งหมดเมื่ด ละเอียดยิบ แจแปนนิส เหนือชั้นกว่า fantastic mr.fox มาก แบบว่ามึงจะแคปเฟรมไหนละ ได้หมดทุกเฟรม สวยมาก พี่เขาเล่นยับเลย เป็นอุทาหรณ์ว่า ศิลปะโลคอลท้องถิ่น ถ้าเอาไปรีมิกซ์ดี ๆ ไม่ได้ยึดติดกับของเดิม มันจะออกมาเป็นของใหม่ที่สวยงามมาก / พลันคิดว่าโลกนี้มันจำเป็นต้องมีงานแอนิเมชันที่หลุดออกมาจาก pixar บ้างจริง ๆ นะ พอได้ดูแบบนี้แล้วรู้สึกได้ชิมรสใหม่บ้าง

(16 กุมภาพันธ์ 2561)

การนำเสนอกลยุทธ์ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กเพจพบว่าเฟซบุ๊กเพจสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส ได้แก่ การมองภาพยนตร์นอกกระแสในเชิงพาณิชย์ สถานภาพความเป็นชายขอบผ่านตัวแทนต่าง ๆ และความไม่ชัดเจนของความเป็นภาพยนตร์นอกกระแส

4.5 มิติของบริบทสังคมไทยที่มีต่อกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส

กลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสแสดงให้เห็นวาทกรรมในมิติที่ 3 การปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม คือ บริบทของสังคมไทย เพื่อพิจารณาบริบทหรือมิติของสังคมไทยที่มีความสัมพันธ์กับชุดความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยจึงศึกษาเฟซบุ๊กเพจที่ทำหน้าที่เป็นผู้วิจารณ์ภาพยนตร์นอกกระแสที่ดีแผ่ลึกลงไปถึงบริบทสังคม น่าจะทำให้เห็นบริบทหรือมิติของสังคมไทยที่มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอความสัมพันธ์ของมิติของบริบทสังคมไทยกับกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส มีรายละเอียดดังนี้

1. การโพสต์ถึงความตาย

ลักษณะของการเล่าเรื่องที่นำเสนอเรื่องความตายเป็นเรื่องธรรมดา การวิจารณ์การทำภาพยนตร์สื่อสารออกมาให้คนดูได้สัมผัสถึงความตายว่าเป็นเรื่องธรรมดา มีการร้อยเรียงความตายด้วยเทคนิคที่มีศิลปะ สะท้อนให้เห็นถึงปรากฏการณ์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผ่านมาเวลาที่มีคนโพสต์ถึงความตายของใครสักคนที่เรารู้จักหรือไม่รู้จักก็ตาม

Die Tomorrow น่าจะเป็นหนังที่ให้ได้พิจารณาถึงมรณานุสติได้อย่างมีสติที่สุดแล้ว ความตายเป็นสิ่งธรรมดาโลก ความตายไม่ได้เป็นสิ่งที่จะบอกว่ามันไม่ดีเสมอไป บางคนก็รอคอยความตายของคนอื่นเพื่อให้เรามีความหวังด้วยซ้ำ เด็กน้อยที่ยังไม่รู้จักชีวิตก็อาจจะกลัวความตาย แต่คนแก่ที่อยู่ดูโลกมานานก็เฝ้ารอและแปลกใจว่าเมื่อไหร่ความตายจะมาเอาเค้าไปเสียที

(1 ธันวาคม 2560)

2. ปัญหาความขัดแย้งในสังคมไทย

ลักษณะการเล่าเรื่องของภาพยนตร์นอกกระแสเรื่องหนึ่งที่อยู่ในพื้นที่ไกลปืนเที่ยง หญิงสาวหายตัวไปอย่างไร้ร่องรอย ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงปัญหาที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์กับปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในสังคมไทยที่เป็นปรากฏการณ์ที่คนพูดถึงมากขึ้นในเครือข่ายสังคมออนไลน์

ยิ่งได้พบปะ พบปัญหาของชาวอินเดียนแดงท้องถิ่น ที่มีหญิงสาวหายตัวไปอย่างไร้ร่องรอยและไม่มีการรายงานเราก็จะยิ่งสะเทือนใจ ตัวละครทุกตัวเหมือนถูกปิดกั้นอยู่ในดินแดนที่ปิดตาย อยากจะออกไปจากตรงนี้ก็ไปไหนไม่ได้ สภาพคล้าย ๆ พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ของเรา ที่อยากจะย้ายไปไหนก็ไม่ได้ ส่วนหนึ่งอาจจะเพราะรักและคุ้นชินกับบ้านเกิด และอีกส่วนก็คือ ไม่รู้จะไปอยู่ที่ไหน

(4 ธันวาคม 2560)

Wind River เป็นหนังที่น่าเสนอบรรยากาศในเขตอินเดียนแดงที่หนาวเหน็บ ผู้คนไม่มีอะไรจะทำมากไปกว่าทำงาน หรือคนนอกที่เข้ามาทำงานก็แทบไม่มีสิ่งบันเทิงอะไรเลย นอกจากป่าเขา และดื่มเหล้า ทำงานไปวัน ๆ ชีวิตมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นใคร เผ่าพันธุ์ไหน ก็มีคุณค่า และบ่อยครั้งที่อินเดียนแดงเองก็โดนเหยียดหยามและถูกลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ เอาจริง ๆ ประเด็นนี้คลาสสิกจนเอามาทำหนังเยอะมากแล้ว แต่ Wind River ถ่ายทอดออกมาได้เยี่ยมและสมจริงมาก ให้ 9/10 นะครับ

(4 ธันวาคม 2560)

3. การโยกย้ายถิ่นฐาน

การเล่าเรื่องและการวิจารณ์เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเมือง เสมือนเล่าประวัติศาสตร์รัฐบุรุษคนหนึ่ง มีความต้องการนักการเมืองหรือรัฐบุรุษที่ชิงไหว

พริบทางการเมือง มีการเคารพกติกา รู้จักแพ้เป็น เข้าใจ เคารพคนชนะ ไม่ใช่กฎเถื่อนหรือกติกานอกเกม และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของนักการเมืองที่ควรจะเป็น เป็นความต้องการโหยหาอยากได้ เนื่องจากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2552 - 2561) ได้เกิดความขัดแย้งทางการเมืองอย่างรุนแรงในประเทศไทย ทำให้เกิดกลุ่มการเมืองที่มีความคิดทางการเมืองแตกต่างกันสุดขั้ว เช่น กลุ่มเสื้อเหลือง และกลุ่มเสื้อแดง ฯลฯ จนเกิดการรัฐประหารในปี พ.ศ. 2557 ช่วงเวลาดังกล่าวมีการอภิปรายถึงคุณค่าของประชาธิปไตย จริยธรรม และนักการเมืองและผู้ปกครองอย่างกว้างขวาง

ที่สำคัญบทพูดเยอะมากกกก แน่นมาก นักแสดงไม่เพียงแคร์ โอลด์แมน แต่หลาย ๆ คนก็ต้องท่องบทและทำการบ้านเยอะมาก มีการชิงไหวชิงพริบทางการเมือง ชนิดที่เราต้องบอกว่ากูขอกราบนักการเมืองยุคนั้นเลย แม้จะชิงไหวชิงพริบกันยังไง แต่ประเทศผู้ดีเค้าก็เคารพกติกา รู้จักแพ้เป็น และเข้าใจ เคารพคนชนะเสมอ คนที่ชนะก็เรียนรู้ที่จะแพ้ในวันข้างหน้า นี่คือนิสัยที่เซอร์ซิล สอนเราและทำให้เราได้เรียนรู้จากหนังว่า คนอังกฤษมันเป็นผู้ดี มันมีอารยะ ไม่ใช่กฎเถื่อน และโคตรเป็นสุภาพบุรุษจริง ๆ

(9 มกราคม 2561)

ดูจนจบเราก็แอบคิดนะ เซอร์ซิล นี่ผ่านอะไรมาโคตรเยอะ แถมเป็นคนเจ้าอารมณ์ แต่ในเชิงชั้นทางการเมืองนี่ก็ชั้นครู และไหวพริบ ตลอดจนสุนทรพจน์ความสามารถในการเจรจาสุดยอด ราชวงศ์ก็ไว้เนื้อเชื่อใจ จนได้เป็นรัฐบุรุษของโลก ดูจบก็อุทานในใจ รัฐบุรุษระดับเวิลด์คลาส มันแบบนี้นี่เอง กราบบบงาม ๆ ครับ คุณปู่เซอร์ซิล ไม่รู้ตอนนี้ไปอยู่ที่ไหนในภพไหนก็ไม่รู้ เกิดมาทั้งทีสร้างอะไรให้โลกได้จำนี่มันโคตรน่าภูมิใจเลย

(9 มกราคม 2561)

4. การเป็นกระบอกเสียงให้กับคนชายขอบ

การเล่าเรื่องและวิจารณ์เรื่องความรักที่ต้องมีการดูแลเอาใจใส่ เปรียบความรักเหมือนกับการตีปิงปอง อุปมาเปรียบเปรยว่าเป็นการดูเชิงกันไปมา ผลัดกันหยอด ผลัดกันตบ และความรักของเพศที่ 3 คือ ไม่ว่าจะเพศไหนต่างก็มีความรักได้ สะท้อนให้เห็นในเบื้องลึกว่าทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้กับคนชายขอบ เนื่องจากภาพยนตร์นอกกระแสมักมุ่งเน้นประเด็นที่ภาพยนตร์กระแสหลักไม่เอ่ยถึง ดังนั้น สิทธิและเสรีภาพของคนชายขอบ เช่น เพศทางเลือก ฯลฯ จึงมักถูกหยิบยกมาพูดถึงในภาพยนตร์นอกกระแสอยู่เสมอ

ก่อนที่ผมจะได้ไปดู ได้มีการพูดคุยกับแอดพีแห่งเพจ Cinema Paradiso by Golffy กันประมาณหนึ่ง แล้วแอดพีเค้าก็ได้กล่าวเอาไว้สั้น ๆ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเรื่องว่ามันคือ “การตีปึงปอง” ... และเมื่อดูจบผมก็พบว่ามันคือคำนิยามที่ติงามที่สุดจนไม่สามารถจะนึกถึงคำอื่นได้ดีกว่านี้อีกแล้ว...

(18 ธันวาคม 2560)

ในหลายครั้งความรักมันไม่ใช่แค่เรื่องของการเล่นกันเทคแคร์ดูแลเอาใจใส่ แต่มันยังมีในส่วนของการที่ต่างฝ่ายต่าง “ดูเชิง” กันไปมา ผลัดกันหยอด ผลัดกันตบ ผลัดกันตีโต้ ซึ่งแน่นอนว่าแมตช์ที่ดีมันคงไม่เกิดขึ้นหากทั้งสองคนมิได้อยู่ใน “ระดับ” หรือ “กลุ่ม” เดียวกัน (เรียกอีกแบบอาจจะบอกได้ว่า “ศีลเสมอกัน”)

(18 ธันวาคม 2560)

ซึ่งจริง ๆ มันเป็นเรื่องที่สมควรมาก ๆ นะครับกับยุคสมัยแบบนี้แล้วที่ความรักในเพศที่ 3 มันไม่ควรเป็นอะไรที่ถูกหยิบยกมาเป็น “ไฮไลต์” เพื่อนำเสนอในลักษณะที่มัน “ไม่ปรกติ” อีกต่อไป ความรักมันคือเรื่องสามัญ และเรื่องสามัญมันไม่ควรจะมีเพศ มีกำแพงใด ๆ มาขีดคั่น มันเป็นเรื่องของคนสองคนที่มารักกัน และทิ้งร่องรอยความทรงจำไว้ให้กันและกันก็เท่านั้นเอง

(18 ธันวาคม 2560)

5. จรรยาบรรณของสื่อ

การเล่าเรื่องและการวิจารณ์ภาพยนตร์เรื่อง *The Post* ซึ่งเป็นภาพยนตร์เกี่ยวกับสื่อมวลชนควรทำหน้าที่สื่อให้ดีที่สุด ไม่ทำหน้าที่รับใช้ใครกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยความเห็นนี้สะท้อนให้เห็นในเบื้องลึกว่าสื่อควรทำหน้าที่รับใช้ประชาชน มอบความจริง ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องแก่ประชาชน ไม่ได้ทำหน้าที่รับใช้กลุ่มคนหนึ่งเพื่อบิดเบือนข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งผิดหลักการและจรรยาบรรณของสื่อเนื่องจากความขัดแย้งรุนแรงทางการเมืองที่ผ่านมาทำให้สื่อหลายสำนักถูกโจมตีว่านำเสนอข่าวด้วยอคติหรืออุดมการณ์ทางการเมืองของตนเอง รวมทั้งสื่อก็ถูกแทรกแซงจากรัฐบาลในยุคต่าง ๆ ไม่ให้นำเสนอบางประเด็นที่กระทบต่อเสถียรภาพของรัฐบาล

ทว่าในความเป็นจริงแล้ว เบื้องหลังมันกลับไม่ได้เป็นเช่นนั้น สิ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อมั่นเป็นเพียงโกหกคำโตของรัฐบาล ซึ่งมันได้นำไปสู่การต่อสู้เพื่อเปิดโปงความจริงที่ถูกเก็บซ่อนไว้โดยกลุ่มนักหนังสือพิมพ์หัวต่าง ๆ ที่พยายามจะ

ทำข่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ และหนังสือได้พาเราไปร่วมรับรู้การต่อสู้เพื่อเสรีภาพสื่อของทีมนักข่าวจาก Washington Post ที่ต้องเลือกว่าจะยืนหยัดเพื่อความจริงหรือยอมถอยให้กับอำนาจที่อาจจะบดขยี้ให้พวกเขาไม่สามารถกลับมายืนได้อีกเลย

...

(29 มกราคม 2561)

สารที่ The Post พยายามจะเล่ามันจึงเหมือนเป็นการ “เน้นย้ำ” และ “กระตุ้นเตือน” ที่ยิ่งตรงส่งไปถึงผู้ที่เรียกตนเองว่า “สื่อมวลชน” ทุกคนว่าอย่าได้ลืมเจตนารมณ์และจิตวิญญาณดั้งเดิมของคนทำข่าว และจงอย่าทรมานเส้นทางและหน้าที่ของตนเอง

(29 มกราคม 2561)

อันที่จริงเนื้อหาใน The Post มันอาจไม่ได้แปลกใหม่อะไรนะครับ ปีสองปีก่อนเราก็มีหนังที่ว่าด้วยคนสื่อข่าวอย่าง Spotlight Movie เหมือนกันที่มีสารคล้าย ๆ กันนี้ แต่สิ่งที่ The Post ทำได้ดีบนความเดิม ๆ ของมันก็คือความแข็งแกร่งในเนื้อหาที่เล่าตั้งแต่ต้นจนจบโดยไม่มีการหลุดไปไหนเลย เรียกว่ามุ่งหน้าอยู่ในประเด็นและไปปิดจบที่ประโยคทองตอนท้ายได้งามเหลือเกิน

(29 มกราคม 2561)

สื่อมีไว้เพื่อรับใช้ประชาชน.. ไม่ใช่รัฐบาล

(29 มกราคม 2561)

มิติของบริบทสังคมไทยที่มีต่อกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส ได้แก่ การโพสต์ถึงความตาย ปัญหาความขัดแย้งในสังคมไทย การโยนห่านักการเมืองที่ดี การเป็นกระบอกเสียงให้กับคนชายขอบ และจรรยาบรรณของสื่อ มิติบริบทสังคมวัฒนธรรมไทยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดภาพยนตร์ในมิติต่าง ๆ ของกำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2551, น. 1 - 5) ในมิติด้านความสัมพันธ์เชิงสังคมและวัฒนธรรม สิ่งที่สื่อสารในเฟกบุ๊กเพจจะมีอุดมการณ์บางอย่างที่สำคัญซ่อนอยู่ ภาพยนตร์นอกกระแสเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้สร้างได้บอกถึงความเป็นไปที่เกิดขึ้นในปรากฏการณ์โลกปัจจุบัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์: กรณีศึกษา เฟซบุ๊กเพจ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์ โดยผู้วิจัยเลือกและศึกษาเฟซบุ๊กเพจที่เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส จำนวน 4 เพจ โดยเลือกจากจำนวนยอดไลก์สูงของโพสต์เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแส ซึ่งเพจดังกล่าวเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของคน โดยแบ่งประเภทเพจดังกล่าวเป็น 2 ประเภท คือ 1) บุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงที่ทำงานเป็นผู้จัดจำหน่าย หรือทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ เพจ Nawapol Thamrongrattanarit และเพจ Documentary Club และ 2) นักวิจารณ์/นักรีวิว ได้แก่ เพจอวยไส้แตกแตกไส้ฉีก และเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 โดยศึกษาจากโพสต์ย้อนหลังตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปผลอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของเฟซบุ๊กเพจที่เกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสจำนวน 4 เพจ แบ่งประเภทเพจดังกล่าวเป็น 2 ประเภท มีรายละเอียดดังนี้

1) บุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงที่ทำงานเป็นผู้จัดจำหน่ายหรือทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่าย ได้แก่

(1) เพจ Nawapol Thamrongrattanarit เป็นเพจโปรโมทภาพยนตร์ รวมถึงอัปเดตเรื่องราวส่วนตัว ผลงานของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ ผู้กำกับภาพยนตร์ นักเขียนบทภาพยนตร์ และนักเขียน ปัจจุบันมียอดไลก์เพจจำนวน 195,167 คน และผู้ติดตามจำนวน 196,118 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2561) ทั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาการโพสต์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสของเพจดังกล่าวในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 เพราะเป็นช่วงที่เพจดังกล่าวโพสต์โปรโมทภาพยนตร์นอกกระแสเรื่องใหม่ คือ เรื่อง *Die Tomorrow*

ผู้วิจัยตรวจสอบจำนวนโพสต์ได้ทั้งสิ้น 278 โพสต์ โดยโพสต์เฉลี่ยวันละ 3 - 5 โพสต์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวทั่วไปของชีวิตผู้กำกับภาพยนตร์ การโปรโมทภาพยนตร์ที่กำลังถ่ายทำในขณะนั้น ช่วงเวลาที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มักโพสต์ข้อความเกี่ยวกับ

ภาพยนตร์ที่กำลังถ่ายทำใหม่ เรื่อง *Die Tomorrow* โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยจากภาพยนตร์ ข้อมูลนักแสดง รวมถึงการพูดคุยเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ตนกำกับได้ถูกนำไปฉายและรับรางวัลในต่างประเทศ

(2) เพจ Documentary Club เป็นกลุ่มที่จัดฉายภาพยนตร์เชิงสารคดีจากหลายประเทศ ภาพยนตร์ที่นำมาฉายนั้นส่วนมากเป็นภาพยนตร์สารคดี และในบางครั้งมีการพูดถึงภาพยนตร์นอกกระแสด้วย ลักษณะการโพสต์เพจจะใช้คำที่สุภาพและเป็นทางการเพื่อเชิญให้ผู้กดไลก์และผู้ติดตามเพจที่สนใจรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่นำมาฉายด้วยการระบุวัน-เวลา สถานที่จัดฉายอย่างชัดเจน ไม่มีโฆษณาแฝงจากสินค้าอื่น มีเพียงการโปรโมทหรือนำเสนอโปรโมชันที่เพจ Documentary Club ตกลงกับองค์กรอื่นไว้ นอกจากนี้ เพจยังจัดเสวนาจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ โดยมีเนื้อหาการเสวนาที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ให้แก่ผู้ที่สนใจอีกด้วย เพจดังกล่าวมียอดไลก์จำนวน 155,808 คน และมีผู้ติดตามจำนวน 156,796 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2561)

2) นักวิจารณ์/นักรีวิว ได้แก่

(1) เพจอวยไล่แตกแหกไล่ฉีก เป็นเพจที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการรีวิวภาพยนตร์และซีรีส์ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงการพูดถึงจุดน่าสนใจและจุดที่ยังเป็นปัญหาของภาพยนตร์ การให้คะแนนภาพยนตร์แต่ละเรื่องตามความชอบและรสนิยมของแอดมินเพจ อีกทั้งยังมีการโพสต์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโฆษณา บริการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ่านการ tie-in ในคอมเมนต์ของแต่ละโพสต์ที่ตนเขียน หรือโพสต์ใหม่ ทั้งนี้ เพจดังกล่าวมียอดไลก์จำนวน 850,322 คน และมีผู้ติดตามเพจจำนวน 854,661 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2561)

(2) เพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 เป็นเพจรีวิวเช่นเดียวกับเพจอวยไล่แตกแหกไล่ฉีก ลักษณะการโพสต์ไม่มีโฆษณาแฝงหรือรีวิวอย่างเดี่ยว แต่มีการโพสต์ลิงก์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ลิงก์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ตลอดจนการแชร์ลิงก์จากเพจต่าง ๆ และมีการโพสต์แทรก quotes จากภาพยนตร์ต่าง ๆ เป็นระยะ เพจดังกล่าวมียอดไลก์จำนวน 251,928 คน และมีผู้ติดตามจำนวน 252,703 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2561)

2. กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส

ผลการวิจัยพบว่าเพجبุคคลที่สนับสนุนภาพยนตร์โดยตรงฯ ทั้ง 2 เพจ มีลักษณะแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ เพจ Nawapol Thamrongrattanarit เป็นเพจของผู้สร้างภาพยนตร์ โดยสื่อสารภาพยนตร์ของตนเองในโรงภาพยนตร์เฉพาะกลุ่ม จึงใช้ภาษาที่เป็นกันเอง มีการติดแฮชแท็กนำเสนอจุดเด่นของโปรเจกต์ภาพยนตร์ มีการอ้างอิงจากทวิตเตอร์ และใช้คำพูดเชิญชวน ส่วนเพจ Documentary Club เป็นการนำภาพยนตร์นอกกระแสซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์แนวสารคดีมาจัดฉายตามเทศกาลต่าง ๆ จึงนำเสนอด้วยการใช้บทสนทนาที่น่าสนใจ มีการตั้งคำถามชวนคิด รวมทั้งการเล่าความเป็นมาของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ส่วนเพจประเภทนักวิจารณ์/นักรีวิว มีลักษณะคล้ายกัน

หลายอย่าง เช่น มีการเลือกใช้ภาษาที่เป็นกันเอง มีการเล่าเรื่องและการเกริ่นนำโดยมุ่งเน้นความรู้สึก การลากคำ หรือแม้แต่การใช้โวหารที่แตกต่างกัน เช่น การวิจารณ์อย่างตรงไปตรงมาของเพจอวยไต้ แดกแหกไส้ฉีก และการเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปมัยด้วยภาษาที่สวยงาม แสดงให้เห็นภาพและเข้าใจง่ายของเพจโรงภาพยนตร์ที่ 3 ที่นั่ง E12 ฯลฯ อันสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลาง คอมพิวเตอร์ ซึ่งเฟซบุ๊กเพจถือเป็นช่องทางการสื่อสารคอมพิวเตอร์ที่ผู้ส่งสารเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับ ภาพยนตร์นอกกระแส มีอคติต่อเรื่องที่นำเสนอ สื่อสารไปให้ผู้รับสารได้รับทราบ เพื่อจูงใจให้มาชม ภาพยนตร์นอกกระแส

การนำเสนอกลยุทธ์ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กเพจเป็นการวิเคราะห์วาทกรรมในมิติที่ 2 คือ การปฏิบัติการทางวาทกรรม ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกพิจารณากระบวนการสร้างตัวบทของเฟซบุ๊กเพจที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสโดยสนใจการสร้างวาทกรรมของเพจ Nawapol Thamrongrattanarit เป็นหลัก เนื่องจากนवल ธารรัตน์ฤทธิ์ (เต๋อ) เป็นทั้งผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแสที่เน้น การสื่อสารภาพยนตร์ที่ตนเองเป็นผู้สร้างขึ้น อีกทั้งยังเป็นผู้มีชื่อเสียงและได้รับรางวัลการกำกับ ภาพยนตร์มากมาย และใช้ข้อมูลจากเพจ Documentary Club และเพจนักรีวิว/นักวิจารณ์ ในการ เสริมวาทกรรมบางอย่าง ผู้วิจัยจึงนำเสนอวาทกรรมสำคัญที่เกิดขึ้นในการสร้างกลยุทธ์การสื่อสาร ภาพยนตร์นอกกระแสดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การมองภาพยนตร์นอกกระแสในเชิงพาณิชย์ ได้แก่

(1) วัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop Culture) เช่น การนำศิลปินวง BNK48 ฯลฯ มา ช่วยสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสด้วยคำพูดหรือข้อความที่กำลังเป็นกระแสของวง หรือการนำ นักแสดงที่มีชื่อเสียง เช่น ชันนี่ สุวรรณเมธานนท์ (ชันนี่) ฯลฯ มาสื่อสารด้วยการแบ่งปัน (Share) เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสนั้น ๆ

(2) ความเป็นประพันธ์ (Authorship) คือ การอ้างอิงถึงผู้กำกับภาพยนตร์ นอกกระแสคนอื่น ๆ เช่น เป็นเอก รัตนเรือง ฯลฯ เพื่อช่วยในการสื่อสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอก กระแส

(3) การจำหน่ายสินค้า เช่น ของสะสม Limited Edition ฯลฯ

(4) การได้รับรางวัล คือ การบ่งบอกว่าภาพยนตร์นอกกระแสเรื่องนั้น ๆ ได้รับ การการันตีว่าเป็นภาพยนตร์ยอดเยี่ยม เพื่อดึงดูดใจให้คนมาชมภาพยนตร์นอกกระแส

2) สถานภาพความเป็นนายขอบผ่านตัวแทน (Agent) ต่าง ๆ หรือการสร้างกลยุทธ์ ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสโดยนำเสนอผ่านกลุ่มตัวแทนที่สำคัญ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนข้าม สื่อ เช่น นิตยสารคู่สร้างคู่สม หรือการแปลงเพลงที่ได้รับความนิยมของ BNK48 ฯลฯ และ 2) กลุ่มโรง ภาพยนตร์ เช่น โรงภาพยนตร์ SF CINEMA และโรงภาพยนตร์ House RCA ฯลฯ โดยระบุวันเวลา

สถานที่ฉายภาพยนตร์นอกกระแส นอกจากนี้ยังบอกผ่านการติดแฮชแท็กโรงภาพยนตร์ที่กำลังฉายภาพยนตร์นอกกระแส นั้น ๆ เช่น #sfcinema #houserca ฯลฯ

3) ความไม่ชัดเจนของความเป็นภาพยนตร์นอกกระแส คือ การนำเสนอภาพยนตร์นอกกระแสมาสู่ความเป็นส่วนตัวของผู้โปรโมทเอง ได้แก่

(1) ความเชื่อมโยงกันทางอารมณ์ความรู้สึก คือ เฟซบุ๊กเพจจะสื่อสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสโดยโยงเข้ากับอารมณ์ความรู้สึก

(2) การสื่อสารด้วยการนำเสนอเบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์

(3) การทำหน้าที่เป็นผู้วิจารณ์แนะนำภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ โดยผู้กำกับภาพยนตร์เป็นผู้วิจารณ์ภาพยนตร์เอง

การสร้างตัวบทขึ้นมาี่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์ของออสติน (Austin, 1989) ที่ระบุถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ทั้งจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ บทวิจารณ์ อิทธิพลจากบุคคลที่มีชื่อเสียง รวมทั้งเนื้อเรื่องที่มีการเล่าเรื่อง สิ่งเหล่านี้คือ สิ่งที่เฟซบุ๊กเพจสร้างขึ้นเพื่อจูงใจให้คนมาชมภาพยนตร์นอกกระแสมากขึ้น

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ถึงแม้ว่าผู้ผลิตสื่อจะมีกลยุทธ์ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบที่หลากหลาย แต่หากพิจารณาจะพบว่าในแต่ละโพสต์เหล่านั้นได้สร้างวาทกรรมที่ซ่อนอยู่ซึ่งประกอบสร้างภาพยนตร์นอกกระแสให้ก้าวข้ามผ่านความเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์ ความพยายามที่จะทำให้ภาพยนตร์นอกกระแสมีความเป็นสาธารณะ (Mass) เช่น การนำดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาช่วยโฆษณาภาพยนตร์ของตนเอง ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับภาพยนตร์ในฐานะที่เป็น “พาณิชย์ศิลป์” อันเป็นการรวมศิลปะและการค้าเข้าด้วยกัน และการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสในลักษณะความเป็นส่วนตัวโดยเน้นย้ำให้ผู้อ่านเห็นว่าภาพยนตร์นอกกระแสที่นำเสนอสมควรค่าแก่การชม เนื่องจากมีความเป็นศิลปะดังที่ปรากฏเกี่ยวกับการเล่าเรื่องของผู้สร้างที่ใส่ใจตั้งแต่บทภาพยนตร์ การถ่ายทำที่รวมเทคนิคถ่ายภาพ หมุนภาพ ภาพเคลื่อนไหว ความใส่ใจในดนตรี วรรณกรรม และศิลปะการแสดงในภาพยนตร์ อีกทั้งยังได้รับการการันตีรางวัลยอดเยี่ยมอีกมากมาย

นอกจากนี้ ผู้ผลิตสื่อยังพยายามเชื่อมโยงการชมภาพยนตร์นอกกระแสของผู้อ่านด้วยการสร้างมายาคติเพื่อครอบงำทางความคิด โดยเฉพาะเพจ Nawapol Thamrongrattanarit ที่นำเสนอภาพยนตร์ที่ตนกำกับ อันแสดงให้เห็นว่ามีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เน้นความเป็นกันเอง เช่น การใช้คำที่เป็นกันเอง การติดแฮชแท็ก และการนำเสนอได้เป็นกันเองมากกว่าการนำเสนอโครงสร้างหรือเล่าเรื่องภาพยนตร์นั้น ๆ ผลการศึกษาข้างต้นสะท้อนให้เห็นความคิดของผู้ผลิตสื่อหรือเจ้าของเฟซบุ๊กเพจ

คือ นวพล อารมรัตนฤทธิ์ ที่เป็นทั้งผู้สร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์ อันสอดคล้องกับการศึกษาของอุสุมา สุขสวัสดิ์ (2559) ที่วิเคราะห์ผู้กำกับภาพยนตร์ไทยนอกกระแสที่ได้รับรางวัลระหว่าง พ.ศ. 2543 - 2555 พบว่ามีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีการวางกรอบโครงสร้างที่สดและแปลกใหม่ในการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ การแสดงของตัวละครจะแสดงออกน้อย คล้ายคนจริง ๆ หรือบางครั้งมีการสร้างอารมณ์ขัน หรือแสดงออกทางอารมณ์ไม่มากนัก ด้วยลักษณะข้างต้นจึงเป็นที่มาของการใช้คำหรือกลยุทธ์ในการสื่อสารที่ดูเป็นตัวของตัวเอง มีการสร้างอารมณ์ขัน ใช้ศัพท์เฉพาะ สื่อสารทางตรง ไม่อ้อมค้อม

การศึกษาครั้งนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปในโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ผู้ผลิตสื่อที่เป็นผู้สร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์มีแนวโน้มที่จะเปิดเผยความรู้สึกนึกคิดของตนเอง เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความคิดเป็นของตัวเองสูง สอดคล้องกับลักษณะการเป็นผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแส ดังที่จิตติชัย กิจวิศาละ (2546) กล่าวถึงลักษณะหนึ่งของภาพยนตร์นอกกระแสว่าเป็นภาพยนตร์อิสระในลักษณะการแสดงออกถึงทางเลือกในแง่มุมของศิลปะ เป็นการพยายามทดลองสร้างภาพยนตร์ที่แตกต่างและหลากหลายไปจากภาพยนตร์ที่มีอยู่ทั่วไปโดยไม่ใช้การเล่าเรื่องแบบเดิม ๆ และเป็นการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของผู้สร้างโดยมิได้มุ่งหวังผลทางการค้า ผู้สร้างภาพยนตร์กลุ่มนี้มีแนวความคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออกถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ดังปรากฏในกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแส โดยแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่ตรงไปตรงมา มีการใช้คำศัพท์ที่เป็นกันเอง มีความปรารถนาอันอ่อนน้อม ใช้ศัพท์ที่แสดงถึงอารมณ์ขัน

เนื่องจากข้อมูลที่ปรากฏในงานวิจัยนี้เป็นการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542, น. 192 - 193) ได้อธิบายลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางอินเทอร์เน็ตด้วยองค์ประกอบการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร มีลักษณะไม่เป็นทางการ และไม่ต้องมีพิธีรีตองในการสื่อสารเนื่องจากการสื่อสารจากพื้นที่ส่วนตัวไปยังสาธารณะ ผู้ส่งสารเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการสื่อสารอย่างเสรี เช่น การคอมเมนต์ผ่านโพสต์นั้น ๆ ฯลฯ และสารจะต้องเป็นเนื้อหาที่เน้นความสนใจเฉพาะกลุ่ม ไม่เป็นทางการ เป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสระหว่างผู้ใช้งาน ดังนั้น การนำเสนอสารของผู้ส่งสารจึงทำให้มองเห็นกลยุทธ์ที่เฟชบุ๊กเพจใช้ในการโปรโมทเพื่อให้คนเข้ามาชมภาพยนตร์นอกกระแส การสื่อสารนี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเห็นหน้าหรือรู้จักกันโดยตรง จึงมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น

ผู้วิจัยมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าการนำดารารหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ชื่นชอบมาร่วมสื่อสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่มีความเป็นอิสระ เน้นขายศิลปะ แต่กลับใช้ในเชิงพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่าผู้สร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์ที่เป็นผู้ผลิตสื่อไม่เพียงแต่สร้างความเชื่อบางอย่างเพื่อเผยแพร่หรือโปรโมทภาพยนตร์นอกกระแส แต่ยังพยายามลบเส้นแบ่งระหว่างความเป็นดารานักแสดงที่มักใช้ในเชิงพาณิชย์ในการสื่อสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสกับคนธรรมดา

ทำให้ผู้อ่านเชื่อว่าตนได้เสพงานศิลปะจริง ๆ ไม่ใช่เสพงานภาพยนตร์ตามกระแสของดารา รวมทั้งผู้ผลิตสื่อยังได้สื่อสารเกี่ยวกับภาพยนตร์นอกกระแสซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ตนเองสร้าง จึงนำเสนอออกมาเป็นเรื่องที่มีความเป็นส่วนตัว ซึ่งวิธีการสร้างความเชื่อและการลบเส้นแบ่งระหว่างคน 2 กลุ่มนี้เป็นวิธีการที่แยบยล แฝงอยู่ในความสัมพันธ์ระหว่างมายาคติทางภาษาและวาทกรรมที่สื่อใช้ อันสอดคล้องกับจอห์นสันและมัลลानी (Johnson & Malani, 2010) ที่กล่าวว่าผู้ผลิตสื่อมักลบเส้นแบ่งหรือขอบเขตกลุ่มต่าง ๆ เช่น ผู้เชี่ยวชาญกับบุคคลธรรมดา (Expert/Lay) ข้อมูลข่าวสารกับความบันเทิง (Information/Entertainment) บุคคลทั่วไปกับบุคคลที่มีชื่อเสียง (Ordinary/Celebrity) และความเป็นสาธารณะกับความเป็นส่วนตัว (Public/Privacy) ฯลฯ

การวิเคราะห์วาทกรรมที่ใช้ในการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสจะเห็นว่าข้อความในโพสต์ไม่ได้เป็นเพียงการสื่อสารภาพยนตร์นอกกระแสด้วยการเล่าเรื่องภาพยนตร์ ลักษณะของภาพยนตร์เพียงเท่านั้น แต่แฝงไปด้วยการครอบงำทางความคิด ความเชื่อบางประการที่ถูกสร้างขึ้นโดยมุ่งหวังควบคุมการกระทำของคน เป็นไปเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ของผู้สร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ ผู้อ่านหรือผู้ติดตามเพจที่เป็นฝ่ายรับข้อมูลเพียงทางเดียวจึงควรบริโภคล้อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณและรู้เท่าทันสื่อด้วยการศึกษาบทวิเคราะห์วิจารณ์อื่น ๆ ที่จะช่วยให้ผู้อ่านตัดสินใจชมความงามของศิลปะที่ปรากฏในภาพยนตร์นอกกระแสจริง ๆ ไม่ได้ไปชมเพราะตามกระแสสังคมไปเพียงเท่านั้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้พบว่าภาพยนตร์นอกกระแสเป็นที่รู้จักในพื้นที่สาธารณะมากขึ้น ซึ่งโรงภาพยนตร์และเทศกาลภาพยนตร์เป็นช่องทางเฉพาะที่ใช้ในการนำเสนอ โดยสื่อออนไลน์จะมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้ภาพยนตร์นอกกระแสเป็นที่รู้จัก ผู้สร้างและผู้ผลิตจำเป็นต้องหาช่องทางหรือใช้กลยุทธ์ช่วยในการสื่อสารหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสื่อออนไลน์ประเภทบทวิเคราะห์หรือวิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์นอกกระแสจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้อ่านพิจารณาชมภาพยนตร์นอกกระแส

ผู้วิจัยเห็นว่าการวิเคราะห์วาทกรรมครั้งต่อไปจึงควรศึกษาเปรียบเทียบวาทกรรมของผู้สร้างหรือผู้กำกับภาพยนตร์นอกกระแสกับบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์นอกกระแส โดยวิเคราะห์การสร้างกลยุทธ์ที่มีการก้าวข้ามการสื่อสารในเชิงพาณิชย์หรือไม่ นอกจากนี้ควรสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสัญลักษณ์ทางภาษาที่เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารว่ามีนัยยะใดแฝงอยู่ตลอดจนวาทกรรมทางมิติสังคมวัฒนธรรมใดที่ซ่อนอยู่ภายใต้กลยุทธ์การเล่าเรื่องที่ใช้

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความหนังสือ

- กัจจกร หลุยยะพงษ์. (2547). *หนังสือภาคเนย์: การศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พิมพ์คำ.
- กัจจกร หลุยยะพงษ์ และสมสุข หินวิมาน. (2551). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์: ภาพยนตร์ไทยในรอบสามทศวรรษ (พ.ศ. 2520 - 2547) กรณีศึกษาตระกูลหนังผี หนังรัก และหนังยุคหลังสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปัทมวดี จารุวรรณ และอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2545). *นักสร้าง สร้างหนัง หนังสือ*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณรัตน์ ศรีชูศิลป์ และอนิรุทธิ์ สติมัน. (2555). *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติด้านอิเล็กทรอนิกส์ บูรณาการเรียนรู้ออนไลน์ประชาคมอาเซียน: นโยบายและกระบวนการ*. กรุงเทพฯ: โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

บทความวารสาร

- เชมพัทธ์ พิชริวิชญ์. (2557). *ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสกับภาพสะท้อนปัญหาสังคมไทย*. *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.*, 21, 133 - 144.
- ภพ สวัสดิ์ และสิริวรรณ นันทจินทุล. (2558). *กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่ออุดมการณ์ความเป็นผู้หญิงในโฆษณาสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนม*. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 35(3), 149 - 174.
- วิยะดา ฐิติมัทธมา. (2554). *เครือข่ายสังคมออนไลน์: แนวโน้ม ปรากฏการณ์ และจริยธรรม*. *วารสารนักบริหาร*, 30(4), 150 - 155.

วิทยานิพนธ์

- ขจิตขวัญ กิจวิสาละ. (2546). *การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์นอกกระแสหลักในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการสื่อสารมวลชน.
- ประวิณมัย บ่ายคล้าย. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์นอกกระแส*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการสื่อสารมวลชน.
- พิมพ์ลอย รัตนมาศ. (2554). *นิสัยการเปิดรับสื่อ ความต้องการข่าวสารและพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้ชมภาพยนตร์นอกกระแส*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์.
- พิมพ์สุรีย์ พงษ์เสือ. (2555). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิทยาการจัดการ.
- ภัชภา จิตศรีณบุญกุล. (2553). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของพนักงานบริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)*. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการประกอบการ.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). *รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการสื่อสารองค์กร.
- รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์. (2542). *มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการสื่อสารมวลชน.
- สุธัญรัตน์ ใจขวัญ. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนจ่านกร้อง จังหวัดพิษณุโลก*. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, คณะศึกษาศาสตร์, สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา.
- อุสุมา สุขสวัสดิ์. (2559). *การศึกษาวิเคราะห์ภาพยนตร์ไทยนอกกระแสที่ได้รับรางวัลระหว่าง พ.ศ. 2543 - 2555*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาศิลปวัฒนธรรมวิจัย.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กันยารัตน์ สมเกต. (2553). *Social Network*. สืบค้นจาก <http://www.thaigoodview.com/library/>
- ณัฐวุฒิ กุลเถื่อน. (2560). *บทสัมภาษณ์เรื่องภาพยนตร์นอกกระแส*. สืบค้นจาก <http://5804572natthawutkurnthirn.blogspot.com/>

Books and Book Articles

- Austin, B.A. (1989). *Immediate seating: A look at movie audiences*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Boyd, D.M. & Heer, J. (2006). Profiles as conversation: Networked identity performance on Friendster. In *Proceeding of Thirty-Ninth Hawaii International Conference on System Sciences*. Los Alamitos, CA: IEEE Press.
- Cook, G. (1992). *The discourse of advertising*. London: Routledge.
- Culler, J. (1981). *The pursuit of signs: Semiotics, literature, deconstruction*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Eagleton, T. (1983). *Literary theory: An introduction* (2nd ed). Minneapolis, MN: The University of Minnesota Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis*. Boston: Addison-Wesley.
- Johnson, S. & Malani, T.M. (2010). *Language ideologies and media discourse: Texts, practices, politics*. New York: Continuum.
- Neale, S. (2000). *Genre and Hollywood*. London: Routledge.
- Nelmas, J. (1999). *An introduction to film studies* (2nd ed). New York: Routledge.

Articles

- Bordwell, D. (1979). Art cinema as a mode of film practice. *Film Criticism*, 4(1), 56 - 64.
- Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2007). Social networking sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210 - 230.

Tregde, D. (2013). A case study on film authorship: Exploring the theoretical and practical sides in film production. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 4(2), 5 - 15.

Thesis

Promkhuntong, W. (2016). *The east Asian auteur phenomenon: context, discourse and agency surrounding the transnational reputations of Aphichatpong Weerasethakul, Kim Ki-duk and Wong Kar-wai*. (The degree of Doctor of Philosophy). Aberystwyth University.

Electronic Media

Boroughs, C. (2012). *Indie movies impact on Hollywood*. Retrieved from <https://www.raindance.org/indie-movies-impact-on-hollywood/>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวกึ่งกาญจน์ เกิดแก้ว
วันเดือนปีเกิด	24 เมษายน 2531
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2552: ศิลปศาสตรบัณฑิต (ประวัติศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประสบการณ์การทำงาน	2558: ผู้จัดการฝ่ายการตลาดออนไลน์ บริษัท บางกอกโฟลท์ เซ็นเตอร์ จำกัด และบริษัท ยากานาหา จำกัด

