

บทที่ ๘

การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อภาพยนตร์ในการนำเสนอหมอลำ

ในบรรดาสื่อทั้งหมด มีเพียงสื่อภาพยนตร์ที่มีลีลาการดำเนินกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมหมอลำที่แปลกใหม่ ต่างไปจากสื่อประเภทอื่น ๆ กล่าวคือ ทั้งในแง่ กระบวนการผลิต และการนำเสนอ สำหรับกระบวนการผลิตนั้น การสร้างภาพยนตร์เพลงเป็นสิ่งที่ต้องลงทุนสูง (เฉพาะการผลิต ไม่รวมทุนสำหรับการโปรโมต) ใช้เวลาการเตรียมงานนาน ส่วนการนำเสนอก็ต่างจากสื่ออื่นตรงที่มีการใช้ตัวศิลปินหมอลำเป็นดารานำเอง และตัวหมอลำก็มีบทบาทเป็นไปตามบทบาทที่ภาพยนตร์กำหนด ณ เวลานั้น สิ่งที่ผู้รับสารเห็นจึงอาจจะไม่ได้เห็นหมอลำในฐานะที่เป็นหมอลำอย่างเดียวกับสื่อประเภทอื่น ที่หมอลำก็คือผู้ที่ “ลำ” อย่างเดียว

นอกจากนี้ เนื้อหาทั้งหมดของภาพยนตร์นี้ ก็มีความแตกต่างจากสื่ออื่นอย่างชัดเจนเพราะแม้จะมีการลำแทรกในเรื่อง แต่จุดมุ่งหมายของการสร้างภาพยนตร์ประเภทนี้มีทั้งการนำเสนอ “การลำ” หรือเรื่องราว ความเป็นไปในชีวิตจริง ๆ ของหมอลำเป็นหลัก และเป็นภาพเพียงด้านเดียว (Monotype) ของการเป็นเพียงหมอลำ เช่น ภาพยนตร์เรื่องราชินีดอกหญ้า ลำซึ่งนักเลงปืน ฯลฯ นอกจากนี้ก็ยังมีหมอลำกำลังสวมบทบาทอื่นที่ไม่ใช่บทบาทหมอลำ ก็จะเป็นภาพของหมอลำในลักษณะอื่น เช่น ภาพยนตร์เรื่องมนต์รักลำน้ำชี ที่มีตัวเอก (แสดงโดยเฉลิมพล มาลาคำ) เล่นเป็นชานา หมอลำคนอื่น ๆ ก็เล่นเป็นชาวบ้านธรรมดา

อนึ่ง ในการนำเสนอภาพยนตร์หมอลำนี้ สิ่งที่ผู้รับสารได้พบคือ ความรู้สึกว่าเป็นความยิ่งใหญ่ อลังการ เพราะ ด้วยกระบวนการถ่ายทำและเทคนิคทางกล้องทำให้ภาพการแสดงสดของหมอลำที่ปรากฏบนจอภาพยนตร์ดูคล้ายกับเป็นมิวสิกวิดีโอขนาดใหญ่ขึ้นมา

นอกจากนี้ การเสกชื่อของผู้ที่ชมภาพยนตร์ยังแตกต่างจากการเสกชื่อประเภทอื่น ๆ เพราะผู้ชมภาพยนตร์นั้น ชมพร้อมกันคราวเดียวกันเป็นจำนวนนับร้อย นับพันคน จึงถือว่า เป็นสื่อที่แน่ใจได้ว่าสามารถเข้าถึงเป้าหมายแน่นอนเพราะเห็นได้ชัดจากการที่มีคนมาดู

ในช่วงก่อนที่ภาวะเศรษฐกิจจะซบเซาทั่วโลก เช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ (๒๕๔๑) ภาวะการตลาดของภาพยนตร์แนวหมอลำเป็นที่ต้องการของตลาดมาก(ช่วงพ.ศ. ๒๕๓๔ - ๒๕๓๘) เพราะทำกำไรให้กับผู้สร้างได้อย่างแน่นอน โดยที่ใช้ต้นทุนและเวลาในการผลิตไม่สูงมากนัก

“หนังประเภทหมอลำราคาถูกเพราะใช้เวลาทำน้อย และค่าตัวดาราก็ พิถีพิถันคุณภาพงานตามสภาพของเขา แต่เราวางแผนบนโต๊ะสมบูรณ์พอสมควร การที่เราทำ เช่นนี้เพราะสายหนัง โดยเฉพาะสายหนังอีสานต้องการ สายหนังอีสาน สายหนังชานเมือง ต้องการหนังลูกทุ่งภาคอีสานที่มีหมอลำ เพราะกลุ่มเป้าหมายเป็นคนชนบท หลัก ๆ คือคนสูงวัยยังเหลืออยู่เยอะ ยังฉายได้ดี มีคนดูเยอะ เป็นภาพยนตร์หลักด้วย บางที่ต้องเอาหนัง คลาสสิกจากกรุงเทพฯไปแจมหนังพวกนี้ โดยเฉพาะถ้าพากย์เป็นภาษาอีสานคนดูยิ่งชอบใจ ใหญ่” (เด่นชัย จันทพันธ์ : สัมภาษณ์ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการศึกษาเฉพาะส่วนของภาพยนตร์ออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

๑. พัฒนาการของสื่อภาพยนตร์
๒. ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตสื่อภาพยนตร์
๓. ขั้นตอนการผลิตสื่อภาพยนตร์
๔. เนื้อหาและรูปแบบที่นำเสนอในสื่อภาพยนตร์
๕. ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของสื่อภาพยนตร์
๖. ลักษณะด้อยและข้อเสียเปรียบของสื่อภาพยนตร์
๗. กลยุทธ์การนำเสนอหมอลำของสื่อภาพยนตร์

๑. พัฒนาการของสื่อภาพยนตร์

สามารถแบ่งออกเป็น ๒ ยุคคือ

- ๑.๑ ยุคแรก
- ๑.๒ ยุคพัฒนา

๑.๑ ยุคแรก

ในสมัยบริษัทดวงกมล มหரசพ มีนายกมล กุลตั้งวัฒนาเป็นเจ้าของ สมัยนั้น (ประมาณ พ.ศ. ๒๕๑๙) นายกมล กุลตั้งวัฒนา ซึ่งเป็นคนจีนมีอาชีพเป็นนักพากย์หนังสายอีสานได้สังเกตเห็นว่า ในกรุงเทพฯนั้นมีคนอีสานอยู่ไม่น้อย และสังเกตเห็นว่าเมื่อมีการฉายภาพยนตร์หรือมีการแสดงหมอลำนั้น จะเห็นคนอีสานมาดูกันเป็นจำนวนมาก นายกมลจึงเกิดความคิดว่า ถ้าลองทำภาพยนตร์ที่เป็นเรื่องแบบอีสาน มีเนื้อหาเกี่ยวกับอีสานน่าจะ

ประสบความสำเร็จเพราะจะมีกลุ่มเป้าหมายคือคนอีสานมาดูมาก นายกมลจึงได้ปรึกษากับ นายสุรสีห์ ฆารธรรม ผู้กำกับภาพยนตร์ในแนวอีสาน และเป็นคนอีสานโดยกำเนิดด้วย ก็ตกลง ร่วมกันว่าจะสร้างภาพยนตร์แนวนี้ขึ้น

ภาพยนตร์เรื่อง “มนตร์กล้าน้ำมูล” จึงเกิดขึ้นในแนวภาพยนตร์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับความเป็นอีสานทั้งเรื่อง โดยมีการถ่ายทำเมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๐

นายสุรสีห์ ฆารธรรม ผู้บุกเบิกและผู้ริเริ่มกำกับภาพยนตร์ในแนวอีสาน ได้ให้ สัมภาษณ์ว่า

“แต่ก่อนไม่มีหนังอีสานนะ สมัยปี ๑๘ พุดอีสานในกรุงเทพฯยังเป็นเรื่องน่า อายเลย แต่เวลามีหมอลำ มีหนัง เห็นคนอีสานเยอะ บริษัทดวงกมลมหรสพ เจ้าของคือ นายกมล กุลตังวัฒนา ก็คิดถึงจุดนี้ คิดว่าควรทำหนังไทย พี่ก็สนับสนุนเพราะอยากทำหนัง มากตอนนั้น ก็คิดกันว่าจะจับกลุ่มเป้าหมายคนอีสานในกรุงเทพฯ และตลาดอีสานก็เป็นตลาด ที่ขายหนังสายได้ดีกว่าสายอื่น ๆ ถ้าขายเฉพาะสายอีสานได้ก็ถือว่าคุ้มทุนแล้ว เลยคิดเรื่อง “มนตร์กล้าน้ำมูล” ขึ้นราว ๆ ปลายปี ๑๙ แล้วสร้างปี ๒๐ โดยจะรวมเอาจุดเด่นหลาย ๆ อย่างมารวมกัน คือ เป็นหนังที่รวม ๑๐ ยอดดารา ๑๐ ยอดขุนพลนักแต่งเพลง ๑๐ ยอดนัก ร้องดัง ๆ มาประชันกัน ก็ประสบความสำเร็จอย่างสูง หน้าโรงหนังเพชรรามานี้รอดติดเลย คน อีสานเป่าแคนเข้าไปดูหนัง มารอดูหนังเข้าได้ดูบาย มาดูหนังบายได้ดูดี ในโรงหนังพุดอีสาน กันเต็มเลย น่าประทับใจคือ เป็นหนังอีสานที่ได้เข้าโรงหนังชั้นหนึ่ง เพราะสมัยนั้นอย่างมาก หนังประเภทนี้ก็ได้เข้าฉายแค่โรงหนังชั้นสอง สองเรื่องควบ หรือไม่ก็ฉายอยู่แถวชานเมือง”
(สุรสีห์ ฆารธรรม : สัมภาษณ์ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

ปรากฏการณ์นี้แสดงให้เห็นว่าสื่อพื้นบ้านหมอลำในสื่อมวลชนทุกชนิดได้ พยายามต่อสู้ทางวัฒนธรรมตลอดเวลาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ จากการเป็นสื่อพื้นบ้านของคน ระดับชาวบ้านทั่ว ๆ ไปก็ยกระดับขึ้นมาเป็น Mass และจากความนิยมระดับ Region ก็ยก ระดับขึ้นมาเป็นระดับ Nation เพราะเท่าที่ผ่านมามีวัฒนธรรมระดับภูมิภาคแบบพื้นบ้านเช่น หมอลำนี้ถูกดูแคลนมาตลอดเวลา (สังเกตได้จากการไม่ยอมให้หมอลำออกอากาศทางคลื่น วิทยุ FM และไม่ให้ภาพยนตร์แนวอีสานเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง)

ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้การดูถูกกลายเป็นพลังให้ดิ้นรนต่อสู้เพื่อยกระดับให้ ผู้รับสารทั่วไปได้เห็นว่าหมอลำก็อยู่บนเวทีของ Mass media ได้เช่นกัน และที่สุดก็ได้โอกาส เมื่อสามารถผลิตเป็น Mass product เช่นเดียวกับตลกคนอีสานที่สามารถยกระดับตัวเองให้ เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศได้ เช่น หม่า จิกมก และ ธงชัย ประสงค์สันติ

ภาพยนตร์เรื่องต่อ ๆ มาที่นายสุรสีห์ ฆารธรรม ได้กำกับการแสดงเป็นเรื่องที่ เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวอีสานทั้งหมด ดังนั้นการที่จะนำหมอลำเข้าไปเป็นส่วน

หลักหรือส่วนประกอบของภาพยนตร์นั้นจึงไม่ใช่เรื่องยากเลย ทั้งนี้สุรสิทธิ์ ผาธรรม มีแนวคิดเกี่ยวกับการนำหมอลำมาไว้ในหนังว่า

“หนังเป็นหนังที่เกิดขึ้นในอีสาน และคนอีสานผูกพันอยู่กับเสียงลำเสียงแคน อยู่แล้ว เอาหมอลำมาใส่เพราะมันทำให้เกิดความเหมาะสม ไม่ได้เอามาใส่เพราะอยากเอามาใส่ ... มองความเหมาะสมเป็นอันดับแรก เพราะเรื่องเราเกิดที่อีสานก็ต้องมีหมอลำ ถ้าเราทำเรื่องทางปักชั้ได้ก็ต้องมีในราห์มาแสดง เป็นความเหมาะสมกับ plot เรื่อง เนื้อหาที่จะนำเสนอไป ”

การนำเอาหมอลำไปเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาในภาพยนตร์เมื่อแรกเริ่มนั้น หมอลำที่ได้รับการเชื้อเชิญให้มาร่วมแสดงจะเป็นหมอลำที่มีชื่อเสียงต่อเนื่องมาจากปลายยุคกลางมาถึงยุคปัจจุบัน เช่น หมอลำจิวีวรรณ ดำเนิน หมอลำพิมพ์ใจ เพชรพลาญชัย

หมอลำทองคำ เฟื่องดี หมอลำทองมี มาลัย หมอลำอังคนางค์ คุณไชย หมอลำดาว บ้านดอน

หลังจากภาพยนตร์เรื่อง “มนต์รักงอน้ำมูล” ประสบผลสำเร็จอย่างยิ่ง ก็เกิดการผลิตหนังในแนวอีสานและวิถีการดำเนินชีวิตของชาวอีสานตามมาอีกมากมาย เช่น เรื่อง ครูบ้านนอก (๒๕๒๐) ใช้หมอลำเป็นฉากเปิดเรื่องแสดงให้เห็นมหรสพของชาวอีสาน เรื่อง “ลูกแม่มูล”(๒๕๒๓) เรื่อง “ลูกอีสาน” (๒๕๒๕) เรื่อง “สวรรค์บ้านนา” (๒๕๒๖) ภาพยนตร์เหล่านี้ ล้วนแล้วแต่ใช้หมอลำมาเป็นดารานำในการแสดง โดยเป็นตัวเด่น ๆ ในเรื่อง มีการนำเสียงลำมาประกอบ

จนกระทั่ง พ.ศ. ๒๕๒๙ ภาพยนตร์หมอลำที่โดดเด่นและสมบูรณ์แบบที่สุด ประสบผลสำเร็จที่สุดคือเรื่อง “ราชินีดอกหญ้า” (สร้างโดยสัญญาเรื่องฟิล์ม) เป็นเรื่องที่ผู้กำกับสุรสิทธิ์ ผาธรรม ต้องการเสนอเรื่องแบบหมอลำซึ่งใช้หมอลำจริง ๆ ในการแสดง ซึ่งผู้กำกับฯ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ ตอนแรกจะตั้งชื่อว่า “ราชินีลำเพลิน” ด้วยซ้ำไป แต่เจ้าของหนังไม่ชอบ บอกว่าเฉพาะเจาะจงจนเกินไป อยากให้ดูกว้าง ๆ หน่อย เลยได้เปลี่ยนเป็นราชินีดอกหญ้า จุดเด่นของหนังเรื่องนี้อยู่ที่การเอาหมอลำเป็นตัวดำเนินเรื่อง ทั้งเรื่องเป็นเรื่องการต่อสู้ชีวิตของหมอลำคณะหนึ่ง โดยมีหมอลำจิวีวรรณ ดำเนินกับหมอลำทองคำ เฟื่องดี แสดงเป็นหัวหน้าคณะหมอลำ ดารานำหญิงที่แสดงเป็นนางเอกหมอลำของเรื่องก็คือ จารุณี สุขสวัสดิ์

เรื่องนี้ที่เลือกหมอลำจิวีวรรณกับหมอลำทองคำมาแสดงเพราะ เป็นหมอลำใหญ่ มีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง แม้จะไม่โด่งดังมาก แต่เอามาเพื่อช่วยเพิ่มคุณค่าหนังมากกว่า ถือว่าเป็นการให้เกียรติ และเป็นการรักษาคุณค่าหมอลำมากกว่า ไม่ได้เน้นที่ตัวตองดัง เพราะถ้าจะเอาคนดัง เอาพรศักดิ์มาแสดงไม่ดีกว่าหรือ อยากให้มาร่วมงาน หมอลำจิวีวรรณ ดำเนินกับหมอลำทองคำ เฟื่องดี ตอนนั้นเป็นหมอลำที่คนรุ่นก่อนรู้จักเท่านั้น แม้จะเป็นหมอลำที่มี

ฝีมือ มีความสามารถ แต่ก็ไม่ได้อยู่ในความนิยม ไม่popular แล้ว เพราะเอาแค่เสียงล่ำของ อาจารย์จิววรรณมาเป็นเสียงจารุณี ถ้าจะพูดเรื่องชายก็ขายไม่ได้หรอก ขนาดกลอนหมอล้ำ ในหนังสือเขาไปเสนอขายห้างเทพยังขายไม่ได้เลย เขาคิดว่าหมอล้ำเก่าไม่มีชื่อเสียง.....

เปิดเรื่องขึ้น เราก็ใช้กลอนลำเก่าจากเรื่องสีทน มโนราห์ ก็เลือกกลอนที่เราประทับใจที่สุดนั่นแหละ กลอนมโนราห์เล่นน้ำ เพราะเป็นกลอนที่คนชอบ คนรู้จักเยอะเปิดเรื่องขึ้นมาก็อยากให้กระซอกใจคนเคยดู เคยฟังลำ”

(สุรสีห์ ภาธรรม : สัมภาษณ์ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑)

และนับจากยุคแรกเริ่มนี้มา กระแสความนิยมของภาพยนตร์แนวลูกทุ่งอีสาน ก็เพิ่มขึ้น และมีการขยายตัว เปลี่ยนรูปลักษณะการนำเสนอไปเป็นอีกแบบหนึ่งคือยุคพัฒนา

๑.๒ ยุคพัฒนา

เป็นยุคที่ภาพยนตร์ในแนวหมอลำได้นำหมอลำคนรุ่นใหม่ของยุคปัจจุบัน^๑ ซึ่งเป็นหมอลำในแนวประยุคต์มาแสดงกัน เช่น หมอลำเฉลิมพล มาลาคำ หมอลำไกรสร เรื่องศรีหมอลำสมหมายน้อย ดวงเจริญ หมอลำศิริพร อำไพพงษ์ ฯลฯ เริ่มเมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๐ เพราะในยุคนี้ เป็นผลต่อเนื่องมาจากหมอลำกำลังโด่งดังไปทั่วประเทศจากหมอลำแนวประยุคต์ของพรรคดี สองแสง (เตี้ยสาวจันทร์กั้งโกบ)และพิมพ์า พรรศิริ (น้ำตาเมียชาอุฯ) เพราะเมื่อหมอลำโด่งดัง การที่หมอลำชายได้ทั่วประเทศ ก็กลายเป็นที่สนใจของคนทั่วไปโดยเฉพาะคนอีสาน ดังนั้นเมื่อมีการนำเอาหมอลำที่คนอีสานรู้จักมาแสดงภาพยนตร์ก็เลยพลอยทำให้ภาพยนตร์เหล่านั้นขายดีตามไปด้วย

จะเห็นได้ว่า Selective Tradition เรื่องการคัดเลือกหมอลำมาเป็นดารภาพยนตร์ตลอดจนกลอนลำที่นำมาประกอบภาพยนตร์ระหว่างยุคแรกกับยุคพัฒนานั้น จะใช้กลยุทธ์คนละแบบเลย เพราะยุคแรกนั้นจะเน้นที่การนำหมอลำเก่ามาแสดง กลอนลำที่เลือกมาก็เป็นกลอนลำที่คนอีสานเคยฟังและเลือกจากความประทับใจ ที่เลือกมาก็โดยใช้เกณฑ์เรื่องความเหมาะสมที่ควรจะเป็นหมอลำเก่าเพื่อสร้างคุณค่าภาพยนตร์และถือว่าเป็นการรักษาคุณค่าหมอลำ

สายหนึ่ง^{*} รู้ทิศทางการตลาดแบบนี้ดีว่า ภาพยนตร์ในแนวหมอลำเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะทางภาคอีสาน สายหนึ่งจึงมีความต้องการภาพยนตร์ประเภทนี้ไปป้อนกลุ่มเป้าหมายมากเป็นพิเศษ ภาพยนตร์ในแนวหมอลำจึงกลายเป็น

^๑ กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับการซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์จากบริษัทผลิตภาพยนตร์ไปฉายในเขตต่างจังหวัดหรือภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ เช่น ใน เขตภาคอีสานมี สายหนึ่ง ๗ สาย โดยแบ่งกลุ่มสายละ ๒-๓ จังหวัด

เป็นแนวภาพยนตร์ที่เฟื่องฟูสุดขีดเมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๓ - พ.ศ. ๒๕๓๘ มีผู้สร้างและผู้กำกับฯหลายคนผลิตภาพยนตร์ในแนวหมอลำป้อนให้กับสายหนังเป็นจำนวนมาก

“หมอลำเป็นที่รู้จักมาตั้งแต่เรื่อง “ลูกอีสาน” (๒๕๒๕) ตลาดหนังสายอีสานเริ่มต้นตัว และมาบูมสุดขีดเมื่อเกิดหมอลำ “พินกร็อง น้องนักร้อง” “มนตรีกล้า น้ำชี” เมื่อพ.ศ. ๒๕๓๔ คนรู้ทางเลยแย่งกันผลิต หมอลำเลยดีจาก พ.ศ. ๒๕๓๔ - พ.ศ. ๒๕๓๘ ประมาณว่ามีหนังแนวนี้เกิดขึ้นราว ๆ ๗๐ เรื่อง อย่างธนารุ่งโรจน์ก็ทำปีละ ๘ เรื่อง เพราะหลายบริษัทต่างก็แข่งกันผลิตออกมา หมอลำเฉลิมพลใน ๔ ปี ก็แสดงเป็นพระเอกคนเดียวตั้ง ๒๐ กว่าเรื่องแล้ว”

(เด่นชัย จันทรพันธ์ : สัมภาษณ์ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

การเอาหมอลำไปเป็นดารานักแสดงในยุคนั้น ทั้งยุคแรกเริ่มและยุคพัฒนาจะมีเกณฑ์ ๒ ประการ ในการเลือกหมอลำมาแสดงภาพยนตร์ คือ

๑. ความเหมาะสมระหว่างบุคลิกตัวหมอลำที่สัมพันธ์กับตัวละคร

เกี่ยวกับเรื่องนี้ สุรสิทธิ์ ผาธรรม ซึ่งเป็นผู้กำกับภาพยนตร์หมอลำในยุคแรกได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการเลือกหมอลำมาแสดงภาพยนตร์ ในทำนองที่ต้องเน้นเรื่องความเหมาะสมระหว่างบุคลิกตัวหมอลำที่สัมพันธ์กับตัวละครเป็นอันดับแรกว่า

“เอาหมอลำไปเป็นดารานักแสดงก็เช่นกัน เพราะความเหมาะสมกับตัวละคร คืออยากให้ตัวละครเป็นคนธรรมดาเมื่อปรากฏในหนัง คือไม่ควรที่จะเป็นสมบัติ เมทะนี ไปหาหาปลาอยู่แม่น้ำมูล อย่างหนัง “ลูกแม่มูล” (๒๕๒๓) ก็เอาหมอลำอังคนางค์ คุณไชย กับหมอลำดาว บ้านดอนมาแสดง เพราะลักษณะของหมอลำที่เราเลือกมาแสดง สัมพันธ์กับบุคลิกของตัวละคร แต่บางสิ่งบางอย่างเราก็ประนีประนอมกับสายหนังบ้างเพราะเขาอยากให้ดาราดัง ๆ มาเล่น เช่น นางเอกอาจจะสวย แพง อย่างเรื่อง “ลูกแม่มูล” ก็สุพรรณษา เนื่องภิรมย์ เป็นนางเอก ถ้าจะพูดกันจริง ๆ สาวชาวบ้านที่จะสวยอย่างสุพรรณษา เนื่องภิรมย์ ก็คงไม่มี มันเป็น commercial art ต้องอะลุ่มอล่วยกัน เป็นไปตามฝ่ายขายหนังคิดบ้าง เป็นไปตามที่เราคิดบ้าง.....

.....ตอนทำราชินีดอกหญ้า เราก็เอาหมอลำทองมี มาลัยมาแสดง ส่วนหนึ่งแม้จะคิดว่าเขาดัง แต่คิดว่าเป็นหมอลำด้วย ควรจะมีทองมี มาลัยจึงจะสมบูรณ์ ”

(สุรสิทธิ์ ผาธรรม : สัมภาษณ์ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

ส่วนผู้กำกับภาพยนตร์หมอลำในยุคพัฒนาอย่างเด่นชัย จันทรพันธ์ นั้นก็ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการเลือกหมอลำโดยใช้เกณฑ์ความเหมาะสมของตัวละครในภาพยนตร์ว่า

“ตัวละครก็มีการคิดไว้ในใจแล้วจึงเขียนบทภาพยนตร์ออกมา ว่าควรจะเป็นเฉลิมพล ควรจะเป็นศิริพร คือต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ของบุคลิกภาพของตัวละคร”

๒. ความเด่นดังของตัวหมอลำ

การเลือกความมีชื่อเสียงของหมอลำมาเป็นดารานำในการสร้างภาพยนตร์ในระยะหลัง ๆ เป็นเรื่องที่ถูกกำกับฯ ยุคพัฒนาคำนึงถึงเป็นอันดับแรก สาเหตุที่มีความแตกต่างกันระหว่างยุคเช่นนี้ เป็นเพราะ

๒.๑ ยุคปัจจุบันเกิดหมอลำคนใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย เพราะธุรกิจเทปหมอลำกำลังเฟื่องฟู จึงมีการปั้นหมอลำขึ้นมาเรื่อยๆ พลอยทำให้มีตัวเลือกหมอลำเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากด้วย ในขณะที่หมอลำในยุคที่เก่ากว่ายุคนี้ ไม่ค่อยมีหมอลำมากนัก อีกทั้งหมอลำยังมีชื่อเสียงในระดับภูมิภาคเท่านั้น ที่มีชื่อเสียงจริง ๆ ก็มีไม่กี่คน จุดขายของภาพยนตร์จึงไม่ได้อยู่ที่หมอลำ

๒.๒ มีการแข่งขันกันสร้างภาพยนตร์ในแนวหมอลำนี้มาก การสร้างภาพยนตร์จึงต้องอาศัยจุดขายจาก: หมอลำดัง ๆ เนื่องจากคนดูภาพยนตร์ก็รู้จักหมอลำบางคนมากพอ ๆ กับดารานำภาพยนตร์ หมอลำที่มีชื่อเสียงก็โด่งดังไม่แพ้ดารานำเลย เมื่อรู้ว่า หมอลำที่ตัวเองชื่นชอบแสดงภาพยนตร์ก็อยากมาดูภาพยนตร์เรื่องนั้นด้วย ดังนั้น ถ้าภาพยนตร์เรื่องใดของบริษัทใดมีหมอลำที่มีชื่อเสียงมาก ก็ย่อมมีโอกาสขายได้มากด้วย

เด่นชัย จันทพันธ์ ผู้กำกับภาพยนตร์เพลงและหมอลำในแนวใหม่คือใช้หมอลำรุ่นใหม่ ๆ มาเป็นดารานำแสดงนำ ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการเลือกหมอลำโดยใช้เกณฑ์ความเด่นดังของตัวหมอลำว่า

“ อันดับแรก ก็ต้องยอมรับในฐานะชื่อเสียงของเขา ว่าช่วงนั้นเขาดัง ก็ใช้หมอลำดังเป็นตัวย่น ตัวตามอาจจะไม่ดังมาก จะเล่าความจริงให้ฟัง ผู้สร้างบางคนจะกำหนดชื่อดารามาให้เลย นี่เป็นหนังตลาดลูกทุ่ง ตลาดบ้านนอก ตลาดหมอลำ คือเป็นการขายดารายกหนังให้สายหนัง.....”

หมอลำที่ไม่ดัง แต่ก็เอาเข้ามาเพื่อให้เป็นองค์ประกอบมีความหลากหลาย มีตัวนำ มีตัวรองที่เป็นหมอลำ เป็นการสนับสนุนฐานชื่อเสียงของหนังด้วย เพราะถ้าหนังมีหมอลำมาแสดงเยอะ ๆ แสดงว่ามีฟอร์มใหญ่.....”

(เด่นชัย จันทพันธ์ : สัมภาษณ์ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

๒ ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตสื่อภาพยนตร์

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างภาพยนตร์แนวหมอลำ และเป็นผู้มีส่วนในการกำหนดรูปแบบให้ผู้กำกับสร้างภาพยนตร์ในแนวที่ตัวเองต้องการได้ มีดังนี้

๑ ผู้อำนวยการสร้าง

โดยมากจะเป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์อิสระที่ไม่มีโรงภาพยนตร์ในเครือเป็นของตัวเอง เช่น บริษัทเซียวสยาม บริษัทสิบลูญี่เรื่องฟิล์ม บริษัทดวงกมล ฯลฯ บริษัทเหล่านี้เป็นผู้ออกทุนทั้งหมดในการสร้างหนังที่ตกลงกับผู้กำกับการแสดง

“การเข้าหาผู้อำนวยการสร้างนั้นมี ๒ แบบคือ แบบแรกได้รับการว่าจ้างเพราะเขาอยากทำหนังแนวอีสาน แล้วให้เราคิดไปนำเสนอ กับแบบที่สอง เราเตรียมความคิดของเราเองแล้วเขาไปเสนอเขา อันนี้เราอยากทำ”

(เด่นชัย จันทร์พันธ์ : สัมภาษณ์ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

ผู้อำนวยการสร้างก็เป็นผู้มีอำนาจในการช่วยเลือกว่าจะไปเป็นหนังในแบบใดหรือดาราที่จะนำมาแสดงควรจะเป็นใคร

“เวลาเราคิดดาราตัวหลัก ๆ ที่จะมาแสดง เราต้องคิดให้ถูกใจคนลงทุนอยู่แล้ว เพราะผู้ลงทุนอ่านกันออก อยากทำมัย หนังเพลง ถ้าอยากทำเรื่องเป็นไง จะเอาใครมาแสดง เราก็เสนอเขาไป ก็อ่านใจกัน ถ้าอ่านใจนายทุนได้ ก็เท่ากับอ่านใจคนดูได้เช่นกัน”

(สุรสิทธิ์ ผาธรรม : สัมภาษณ์ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

๒. ผู้กำกับการแสดง

เป็นผู้ที่ลงมือตั้งแต่การวางแผนการถ่ายทำ เสนอโครงเรื่อง เสนอชื่อดาราที่จะจ้างมาแสดงและบางครั้งก็ต้องเขียนบทเอง ตลอดไปจนถึงการปฏิบัติจริงในภาคสนาม แล้วกลับมาติดต่อเอง กล่าวได้ว่าเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับหนังทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ทั้งนี้เพราะการสร้างภาพยนตร์แนวหมอลำนี้ ใช้ทุนในการผลิตไม่สูงนักนั่นเอง

“หนังอย่างนี้ทำไม่เป็น เพราะใช้ทุนน้อย ใช้เวลาน้อย วงเงิน ๖-๗ แสน จ้างผู้กำกับฯได้ ทั้งบท ทั้งติดต่อ ทั้งกำกับ ทั้งกระบวนการเนี่ย ๔ หมื่นบาทเอง”

(สุรสิทธิ์ ผาธรรม : สัมภาษณ์ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

ผู้กำกับการแสดงภาพยนตร์ในแนวนี้ที่มีชื่อเสียง ได้แก่

๑. นายสุรสิทธิ์ ผาธรรม
๒. นายเด่นชัย จันทร์พันธ์
๓. นายพงษ์ศักดิ์ จันทร์อุษา
๔. นายวิจิตร คุณากร
๕. นายพินนา ฤทธิไกร

๓. สายหนัง

เป็นผู้มีส่วนกำหนดทิศทางหรือแนวของตลาดหนัง เพราะเป็นผู้ที่รู้ดีที่สุดว่ากลุ่มเป้าหมายอยากดูหนังแบบใด โดยเป็นผู้ที่นำหนังที่ซื้อมาได้จากผู้ผลิตไปแจกจ่าย ให้กับหนังเร่และผู้รับจ้างฉายภาพยนตร์รายย่อยในต่างจังหวัด ปัจจุบันสายหนังเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการเลือกและกำหนดดารารายอย่างมาก

“ สายต้องขายแล้วเอาเงินมาทำหนัง ดังนั้นสายหนังจะเป็นผู้เลือก มี power ในการกำหนดแนวของหนังว่าจะออกไปในแนวใด”

(เด่นชัย จันทร์พันธ์ : สัมภาษณ์ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

๔. ศิลปินหมอลำ

จะเป็นฝ่ายถูกเลือกในฐานะเป็นคารา ไม่มีโอกาสได้เสนอตัว แม้จะเป็นหมอลำดังก็ไม่แน่ว่าจะได้แสดงหนังถ้าหากผู้กำกับดูแล้วไม่มีบุคลิกอย่างที่ต้องการ ตัวหมอลำที่มีความสามารถอาจจะมีส่วนช่วยผู้กำกับในการสร้างหนังบ้าง เช่น เฉลิมพล มาลาคำ เป็นทั้งดารานำแสดงและเป็นผู้แต่งกลอนลำประกอบภาพยนตร์ด้วย

๓ ขั้นตอนการผลิตสื่อภาพยนตร์

ขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์แนวหมอลำนั้นมีกระบวนการต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่แรกดังนี้

๑. งานบนโต๊ะ (การเตรียมเรื่อง เตรียมบท เตรียมการถ่ายทำ)
๒. เตรียมสถานที่ เพื่อประกอบการเขียนบทภาพยนตร์
๓. เตรียมนักแสดงและทีมงาน
๔. ดำเนินการถ่ายทำภาคสนาม

หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการทั้งหมดดังกล่าว จะได้วัตถุดิบคือฟิล์มภาพยนตร์ที่จะต้องนำไปสู่กระบวนการต่อไปคือ

๕. ขั้นตอนแล็บ

เริ่มจากการพิมพ์ฟิล์มเพื่อการตัดต่อ จากนั้นจึงนำฟิล์มที่ตัดต่อแล้วไปบันทึกเสียงต่าง ๆ เช่น เสียงตัวละคร เสียงเพลงประกอบ เสียงเอฟเฟ็คต่าง ๆ แล้วนำเสียงที่ได้ทั้งหมดมารวมกัน

เมื่อขั้นตอนนี้เสร็จก็จะเป็นการตรวจสอบขั้นสุดท้ายเช่น แก๊ส แสง เมื่อเรียบร้อยแล้วก็เป็นอันว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นสมบูรณ์แล้ว พร้อมทั้งจะนำไปสู่ขั้นตอนของการตลาดได้

๖. ขั้นตอนการขายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์

เมื่อโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ และนิตยสารบางฉบับ เช่น นิตยสารดาราทะเลสมุทร แล้วก็เป็นกรขายเปิดตลาดในกรุงเทพฯ แล้วจึงเป็นการขายสู่สายหนังสือต่างจังหวัด

สายหนังสือทั่วประเทศที่จะรับภาพยนตร์หมอลำไปขายนั้น มี ๖ สายและสายพิเศษอีก ๑ สาย ได้แก่ สายอีสาน สายเหนือ สายใต้ สายตะวันออก(เช่น ชลบุรี ปราจีนบุรี) สายชานเมืองกรุงเทพฯ และสาย ๘ จังหวัดต่าง ๆ ในเขตปริมณฑลของภาคกลาง

ส่วนสายพิเศษนั้นคือการขายให้กับสถานีโทรทัศน์ ศูนย์วิดีโอ และเคเบิลทีวี ซึ่งจะมีการรับซื้อภาพยนตร์ไว้เพื่อเก็บเป็น software

๔ เนื้อหาและรูปแบบที่นำเสนอในสื่อภาพยนตร์

เนื้อหาที่นำเสนอในภาพยนตร์แนวหมอลำนั้น โดยมากจะมีแนวเรื่องหลัก ๆ ที่ผู้กำกับทั่วไปใช้สร้างเป็น Plot เรื่องมีอยู่ ๓ แนว ดังนี้

แนวบู๊ เช่น นักร้องนักเลง ลำซิ่งนักเลงปืน พี่นักร้องน้องนักเลง

นักร้องคะนองปืน ฯลฯ

แนวรัก เช่น ลำเพลินเพลงรัก มนต์รักลำน้ำชี เสียงแคนดอกคูณ ฯลฯ

แนวชีวิต เช่น ลูกอีสาน ราชินีดอกหญ้า ฯลฯ

ส่วนรูปแบบการนำเสนอหมอลำนั้นจะมีอยู่ ๒ รูปแบบ คือ

๑. ใช้ตัวหมอลำ โดยมีหมอลำที่เป็นหมอลำจริง ๆ ในการแสดงภาพยนตร์ เช่น หมอลำจิววรรณ ดำเนิน หมอลำทองมี มาลัย หมอลำเฉลิมพล มาลาคำ หมอลำศิริพร อำไพพงษ์ หมอลำไกรสร เรืองศรี ฯลฯ โดยมีบทบาทต่าง ๆ กันไป แม้บางที่บทบาทการเป็นตัวละครในภาพยนตร์เรื่องนั้นจะไม่ได้เป็นหมอลำเลย เช่น แสดงเป็นชาวนา แต่ก็จะมีการลำของตัวละครด้วย

๒. การใช้กลอนลำ เป็นเพลงประกอบภาพยนตร์ ภาพยนตร์ในแนวนี้ทุกเรื่องจะใช้วิถีการบรรจุกลอนลำแทรกลงไปในเรื่องของภาพยนตร์ โดยกลอนลำที่แทรกนั้น มีที่มา ๒ ลักษณะคือ

๒.๑ เป็นกลอนลำที่กำลังเป็นที่นิยม ของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายในขณะนั้น แล้วนำมาแทรกโดยที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาภาพยนตร์

๒.๒ เป็นกลอนลำที่แต่งขึ้นมาใหม่เพื่อใช้ในการดำเนินเรื่องหรือเล่าเรื่องราว หรือเพื่อประกอบภาพยนตร์ให้ดูสอดคล้องกลมกลืน เช่น กลอนลำบรรยายน้ำชีกำลังน้ำเสีย ซึ่งแต่งโดยหมอลำเฉลิมพล มาลาคำ ในภาพยนตร์เรื่อง “มนต์รักลำน้ำชี”

กลอนลำที่นำมาประกอบทั้งสองลักษณะ จะมีตัวละครเด่น ๆ เช่น พระเอก นางเอก หรือ พระรอง นางรอง เป็นผู้ลำในลักษณะมิวสิกวิดีโอ

๕. ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของสื่อภาพยนตร์

๑. สามารถนำเสนอหมอลำให้เห็นเป็นภาพลักษณะอื่น ๆ นอกเหนือจากการเป็นหมอลำเพียงอย่างเดียว เช่น เป็นมือปืน เป็นทหาร เป็นชาวนา

๒. สามารถเป็นตัวสนับสนุนสื่อประเภทอื่นได้อย่างดี เนื่องจากทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการเปิดรับสื่ออื่นได้เป็นอย่างดี เช่น เมื่อคนดูภาพยนตร์แล้วชอบกลอนลำหรือชอบตัวหมอลำที่เสนอในภาพยนตร์ ก็จะไปซื้อเทปของหมอลำคนนั้นมาฟังอีก

“หนังมีส่วนเสริมสร้างเทปเยอะนะ เทปหมอลำก็มีผลพลอยได้จากหนังเยอะเลย เพราะการแสดงผลหมอลำจะเจาะได้ เจาะกลุ่มคนอีสาน ในขณะที่หนังจะกว้าง ฉายไปได้ทั่วประเทศ คนจะได้เห็นหมอลำจากหนังมากขึ้นอีก”

(สุรสีห์ ฆารธรรม : สัมภาษณ์ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

๓. นำไปผลิตและเผยแพร่เป็นสื่อในรูปแบบอื่นได้ เช่น ขายเป็น software ให้สถานีโทรทัศน์ บริษัทเคเบิลทีวี หรือขายให้บริษัทผลิตวิดีโอเพื่อนำไปผลิตเป็นวิดีโอให้เช่าตามศูนย์ทั่วไปได้

๔. เกิดผลพลอยได้อื่น ๆ อันเป็นการโปรโมตเทปหมอลำทางอ้อม เช่น ในขณะที่รถโฆษณาเคลื่อนที่ของหนังเร่ ออกวิ่งเพื่อประกาศการฉายภาพยนตร์ตามหมู่บ้านก็มีการเปิดเทปหมอลำไปด้วย หรือในขณะที่รอเวลาฉายภาพยนตร์ ก็จะมีการเปิดหมอลำที่ใช้ประกอบในภาพยนตร์ หรือผลงานกลอนลำของหมอลำคนที่แสดงในภาพยนตร์ที่จะฉายในคราวนั้น

๖. ลักษณะด้อยและข้อเสียเปรียบของสื่อภาพยนตร์

๑. สามารถนำเสนอได้เป็นบางครั้งบางคราว และบางเวลาเท่านั้น และสามารถนำเสนอให้กลุ่มผู้รับสารคราวละกลุ่มที่มาชุมนุมกันเพื่อดูภาพยนตร์เท่านั้น ไม่ได้กระจายไปทั่วพื้นที่กว้างไกลเหมือนวิทยุ หรือ โทรทัศน์

๒. เป็นสื่อที่ไม่สามารถเลือกเสพได้บ่อยครั้ง หรือเก็บไว้ได้ตามความต้องการ เพราะผู้รับสารทั่วไปไม่อาจเป็นเจ้าของสื่อโดยตรง

๓. อายุสั้น เสื่อมจากความนิยมเร็ว เพราะการที่ผู้กำกับจะสามารถสร้างภาพยนตร์ประเภทนี้ให้เป็นภาพยนตร์ที่โด่งดังถึงขั้นคนกล่าวขวัญถึงและเป็นภาพยนตร์อมตะนั้น ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ทุน และการโปรโมต

๔. เป็นสื่อที่หาไม่ได้ง่าย ไม่มีขายทั่วไปตามท้องตลาด คือเป็นสื่อที่ไม่มีปริมาณมากเหมือนเทปคาสเซ็ท หรือ วิดีโอหมอลำ และผู้ผลิตไม่ได้ผลิตรายออกอย่างต่อเนื่อง หากแต่เป็นไปตามฤดูกาลของภาพยนตร์ คือ ช่วงใดที่ภาพยนตร์ประเภทนี้กำลังได้รับความนิยมก็จะมี

การผลิตภาพยนตร์แนวนี้ออกมาสู่ตลาดมาก พอช่วงใดที่เขา คนไม่ชอบดู ก็ไม่มีการผลิตออกมา

๕. กลุ่มเป้าหมายของสื่อเป็นกลุ่มเฉพาะ เพราะภาพยนตร์แนวนี้ เป็นภาพยนตร์สำหรับผู้ชมในระดับกลางค่อนข้างสูง จนถึงระดับล่าง จึงไม่สามารถกระจายหรือสื่อไปได้ทุกระดับชนชั้นในสังคม

๘. กลยุทธ์การนำเสนอหมอลำของสื่อภาพยนตร์

๑. กลยุทธ์การเลือกเอาหมอลำที่มีชื่อเสียงมาแสดง โดยที่ยังคงภาพลักษณ์ของความ เป็นหมอลำไว้ แม้จะอยู่ในบทบาทใด ๆ ในภาพยนตร์ก็ตาม แต่หมอลำในภาพยนตร์ก็ยังคงเป็นผู้ที่ลำอยู่

๒. กลยุทธ์การเลือกกลอนลำที่โด่งดัง เป็นที่รู้จักแทรกไว้ในภาพยนตร์ โดยอาศัยเนื้อหาของกลอนลำนั้นเป็นส่วนประกอบในการดำเนินเรื่องด้วย

๓. กลยุทธ์การช่วยเผยแพร่ภาพหมอลำให้เป็นที่รู้จักในเขตที่กว้างขึ้น เพราะ ภาพยนตร์สามารถนำเสนอภาพของวงหมอลำขนาดใหญ่ไปปรากฏตามที่ตั้งต่าง ๆ ได้ทั่วทั้งประเทศ แม้ในที่ที่วงหมอลำจริง ๆ ไม่สามารถไปแสดงได้ เพราะเป็นชุมชนเล็ก ๆ มีความทุรกันดาร หรือเพราะพื้นที่นั้นไม่ใช่พื้นที่ที่มีคนอีสาณอยู่

ทั้งนี้เพราะเมื่อสายหนังนำภาพยนตร์หมอลำไปฉายเป็นหนังเร่ ภาพการแสดงหมอลำ คณะต่าง ๆ ของหมอลำชื่อดังคนต่าง ๆ ก็ได้รับการถ่ายทอดให้คนได้ดูจากจอภาพยนตร์นั่นเอง

๔. กลยุทธ์การใช้ความเป็นภาพยนตร์หมอลำไปโปรโมตตัวหมอลำและสื่ออื่น เช่น เทปหมอลำ โดยการทำให้คนรู้จักและประทับใจในตัวหมอลำ จากบทบาทที่แสดงใน ภาพยนตร์ ส่งผลให้ผลงานหมอลำได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

“ก็มีส่วนว่า พอเอากลอนลำหรือหมอลำมาแสดงหนังแล้ว ทำให้หมอลำชุดนั้นขายดี ขึ้นอีก หรือตรงกันข้าม คนเคยฟังหมอลำกลอนนั้น ๆ แล้ว พอหนังประกาศว่า จะได้ฟังกลอนอะไร ๆ ในหนัง เขาก็จะมาดูหนังทำให้หนังขายดี แรงขึ้นอีก เป็นการเอื้อซึ่งกันและกัน หนังรับใช้เพลง เพลงรับใช้หนัง”

(เด่นชัย จันทรพันธ์ : สัมภาษณ์ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๑)

“การไปแสดงหนังมีส่วนช่วยมากเลย มีส่วนทำให้เราดังขึ้นได้ เพราะว่าหลังจากผมเล่นหนังคือคนไม่ลืมผม เป็นทั้งนักร้องและดารา คนบ้านนอกคิดว่าผมเป็นดาราไปแล้ว สร้างหนังพวกนี้ ลงทุนน้อย มันถ่ายง่าย ๑๕ วันก็เสร็จแล้ว สร้างมาไม่มีคุณภาพ ก็ต้องหยุดไป”

(เฉลิมพล มาลาคำ : สัมภาษณ์ ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๐)