

การเล่าเรื่องและกลวิธีการสร้างสรรค์ของภาพยนตร์ฮาลาล

The Narrative and Creation Strategies of Halal Films

ณจักร วงษ์ยิ้ม (Najak Wongyim)¹

มานิช ชุ่มเมืองปัก (Manoch Chummuangpak)²

Received: September 29, 2020

Revised: November 10, 2020

Accepted: December 25, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการเล่าเรื่องและกลวิธีการสร้างสรรค์ของภาพยนตร์ฮาลาล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ห้วงร่วมกับ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการศึกษาเอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ฮาลาล ผลการศึกษาพบว่า พล็อตเรื่องของภาพยนตร์ฮาลาลผูกโยงอยู่กับวิถีชีวิตของมุสลิมและศาสนาอิสลาม ภาพยนตร์แสดงถึงความขัดแย้งของตัวละครที่ต้องเลือกระหว่างความดีและความชั่วตามบรรทัดฐานของศาสนา แนวคิดที่ภาพยนตร์นำเสนอ ได้แก่ คุณค่าของหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม ภาพลักษณ์ที่ดีของชาวมุสลิมและศาสนาอิสลาม และความสุขที่แท้จริงของผู้ที่ศรัทธาในอิสลาม กระบวนการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ฮาลาลใช้วิธีการระดมทุนสาธารณะ ทีมงานนักแสดงเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะของการร่วมอุดมการณ์ ขั้นตอนการถ่ายทำเสมือนเป็นการจำลองวิถีชีวิตมุสลิมมาไว้ในกองถ่าย ส่วนขั้นตอนหลังการถ่ายทำมีการใช้อุปกรณ์ประกอบบางอย่างที่ลดทอนความบันเทิงลง รวมทั้งมีการจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์ในวงจำกัด การศึกษาครั้งนี้

¹ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Master of Communication Arts Program, Faculty of Communication Arts,
Dhurakij Pundit University

² คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

ทำให้เห็นถึงการต่อรองของผู้กำกับภาพยนตร์ฮาลาลระหว่างการสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะกับเงื่อนไขของศาสนาอิสลาม รวมทั้งบทบาทของสื่อทางเลือกในฐานะที่เป็นสื่อที่สร้างพื้นที่ให้กับกลุ่มคนมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลามในสังคมไทย

คำสำคัญ: การเล่าเรื่อง, กลวิธีการสร้างสรรค์, ภาพยนตร์ฮาลาล, สื่อทางเลือก

Abstract

This qualitative study aimed to investigate the narrative and creation strategies of Halal films. Data collection included textual analysis, in-depth interview and analysis of relevant documents used to promote the films. The findings indicated that the plots were tied to the lifestyle of Muslims and Islam. The narrative conflicts were created by the characters who had to choose between what was right and wrong according to the norms of Islam. The concept of the Halal films was underpinned by the value of the doctrine of Islam, good image of Muslims and Islam and the results of those who believed in Islam which would eventually find true happiness. Regarding the production processes of the Halal films, it was found that crowdfunding was used as a tool to raise funds for making the films. The actors and film crew took part in the films through the idea of shared ideology. In the shooting process, the Muslim ways of living were applied. For the post-production, compositions of the entertainment qualities were reduced. The screening and distribution of the Halal films were limited to small viewing areas. The study illustrated the way in which the Halal film directors negotiated between the art of film and Islamic rules. Also, this study pointed out the role of alternative media that helped create a space for the Muslim community in the Thai society.

Keywords: Narrative, Creation Strategies, Halal Film, Alternative Media

บทนำ

หลายทศวรรษที่ผ่านมา สื่อมวลชนนับเป็นสถาบันสำคัญที่กุมอำนาจข่าวสาร และการรับรู้ของผู้คนในโลกใบนี้ นอกจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์แล้ว ปฏิเสธไม่ได้ว่าภาพยนตร์ถือเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมาก บทบาทของภาพยนตร์นอกจากจะเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิงแล้ว ยังมีบทบาทในการประกอบสร้างและให้ความหมายแก่สังคม โดยภาพยนตร์มักหยิบยกประเด็นต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งมีความสัมพันธ์และเป็นที่สนใจของสังคมอันส่งผลอย่างมากต่อค่านิยม ขนบธรรมเนียม ความเชื่อ และพฤติกรรมของคนในสังคม

อย่างไรก็ดี สิ่งต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอผ่านภาพยนตร์นั้นอาจมีการให้ความหมายแก่ผู้คนในสังคมที่แตกต่างไปจากความเป็นจริงซึ่งไม่ได้หยุดนิ่งตายตัวเสมอไป ยกตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่มีการนำเสนอภาพชาวมุสลิมและศาสนาอิสลามในแง่ลบ ด้วยการผูกโยงกับ “ความรุนแรง” ดังที่ธีธัญญ์ สละหมัด (2549) ได้วิเคราะห์ถึงเหตุผลในการประกอบสร้างภาพความเป็นผู้ร้ายของตัวละครมุสลิมในภาพยนตร์ว่า เนื่องจากทีมงานผู้สร้างอาศัยอยู่ในโลกทางวัฒนธรรมที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศาสนาอิสลามเพียงผิวเผินหรือมีข้อมูลไม่รอบด้าน ซึ่งการนำเสนอของภาพยนตร์ฮอลลีวูดเกี่ยวกับอิสลามที่ผ่านมานั้นได้ส่งผลกระทบตามมามากมาย อย่างเช่นการเกิดขึ้นของกระแสการหวาดกลัวอิสลาม (Islamophobia) ในสังคมทั่วโลก ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วชาวมุสลิมย่อมมีทั้งดีและไม่ดีเช่นปุถุชนคนทั่วไป

จากการที่สื่อต่าง ๆ มักเสนอภาพชาวมุสลิมและศาสนาอิสลามในแง่ลบ จนคนส่วนใหญ่เกิดความเข้าใจอิสลามผิดเพี้ยนไปนี้เอง ทำให้เกิดความพยายามของผู้ผลิตภาพยนตร์นอกกระแสหลายกลุ่มที่พยายามใช้หนังเป็นสื่อเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อชาวมุสลิมผู้เฝ้าฝันสำหรับภาพยนตร์ในประเทศไทย ได้แก่ เรื่อง “Fatherland ปิตุภูมิ พรหมแดนแห่งรัก” (พ.ศ. 2555) เรื่องราวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกิจอันทรายในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งทหาร เจ้าหน้าที่รัฐ รวมไปถึงชาวบ้านท้องถิ่น โดยสอดแทรกเรื่องราวความรักความผูกพัน และปัญหาในพื้นที่สีแดงเอาไว้ (ถูกห้ามฉาย) หรือเรื่อง “ละติจูดที่ 6” (พ.ศ. 2558) บอกเล่าเรื่องราวชีวิตอันหลากหลายของวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ความรักของคนต่างศาสนา รวมทั้งนำเสนอภาพบ้านจังกะสีลัด และลูกฮูลูที่เคยได้รับความนิยมอย่างมากของชาวมลายู รวมถึงเรื่อง “รักนะซุบซุบ” (พ.ศ. 2563)

ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารมลายูพื้นเมือง เรื่องราวความรัก และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของคนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

นอกจากภาพยนตร์ดังกล่าวที่พยายามนำความแตกต่างทางศาสนาและวัฒนธรรมมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ก็ยังมีคนอีกกลุ่มหนึ่งที่พยายามสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนาอิสลามผ่านสื่อเช่นกัน ได้แก่ มูลนิธิมุสลิมเพื่อสันติ และสถานีโทรทัศน์ White Channel (บริษัท ทีเอ็นดีมีลดีมีเดีย จำกัด) องค์กรสื่อที่เกิดขึ้นภายใต้แนวคิดเพื่อขับเคลื่อนสังคมด้วยหลักการอิสลาม มีเป้าหมายหลัก คือ การเผยแพร่ศาสนาอิสลามและสร้างความรู้ความเข้าใจในอิสลามให้กับผู้ชม ออกอากาศผ่านระบบโทรทัศน์ดาวเทียม (PSI ช่อง 236 GMMz ช่อง 156 และ Infosat ช่อง 175) สถานีโทรทัศน์ White Channel ถือเป็นสื่อทางเลือกประเภทหนึ่ง เนื่องจากมีเนื้อหาที่มีความเฉพาะกลุ่มสำหรับผู้ชมชาวมุสลิมและผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม ส่งผลให้บริษัทโฆษณาไม่ได้สนใจสนับสนุนองค์กรมากนัก เหมือนกับสื่อกระแสหลัก ทำให้มีเผยแพร่ในวงจำกัด

ในปี พ.ศ. 2555 มูลนิธิมุสลิมเพื่อสันติ และสถานีโทรทัศน์ White Channel ได้มีแนวคิดในการผลิตสื่อภาพยนตร์ขึ้น โดยเป็นภาพยนตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่ใช่แค่นำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม แต่ในแง่ของวิธีการเล่าเรื่องและกลวิธีการสร้างสรรค์จะอยู่ภายใต้เงื่อนไข กฎเกณฑ์ หรือหลักการของศาสนาอิสลามด้วย โดยผู้สร้างได้นิยามเอาไว้ว่าเป็น “ภาพยนตร์ฮาลาล” ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่จะต้องได้รับการตรวจสอบจากบอร์ดชะรีอะห์หรือคณะกรรมการด้านศาสนาอิสลามว่าไม่มีข้อห้ามหรือสิ่งผิดบาปต่าง ๆ ตามบรรทัดฐานของศาสนาอิสลามปรากฏในภาพยนตร์ ดังนั้นภาพยนตร์ฮาลาลจึงไม่มีฉากโป้เปลือยอนาจาร ไม่เห็นเส้นผมของสตรี ไม่มีฉากอบายมุข และไม่มีเสียงประกอบจากเครื่องดนตรี ฯลฯ

ภาพยนตร์ฮาลาลเรื่องแรกที่มีวิธีการเล่าเรื่องและสร้างสรรค์รูปแบบดังกล่าว ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง “อามีน” (พ.ศ. 2558) ที่มีเนื้อหาบอกเล่าคำสอนของศาสนาอิสลามผ่านการดำเนินเรื่องของตัวละครหลักที่ความจำเสื่อมและต้องไปใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนมุสลิม ซึ่งได้รับกระแสตอบรับที่ดีโดยเฉพาะกลุ่มมุสลิมในประเทศไทย จนเกิดกระแสปากต่อปากในสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ White Channel สร้างภาพยนตร์ฮาลาลอีก 2 เรื่องถัดมา คือ เรื่อง “U-Turn จุดกลับใจ” (พ.ศ. 2559)

ซึ่งเป็นเรื่องราวของเด็กช่างกลที่ใช้ชีวิตอยู่กับการทำดีทำต่อย จนวันหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญและได้เรียนรู้ความหมายของชีวิต และเรื่อง “อาดัม จันทรแยก-โลกแตก-ญิน” (พ.ศ. 2561) ซึ่งเป็นภาพยนตร์แนว road movie ที่มีการเล่าเรื่องย่อย 4 เรื่องผ่านตัวละครหลักชื่ออาดัม ได้แก่ เรื่องดวงจันทร์ที่แยกออกจากกัน เรื่องวันสิ้นโลก เรื่องญิน (ผี) และเรื่องไสยศาสตร์มนต์ดำ

จากที่กล่าวมา เป็นที่น่าสนใจว่าภาพยนตร์ฮาลาลทั้ง 3 เรื่อง ซึ่งถือเป็นภาพยนตร์ทางเลือกที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาอิสลามนั้น มีกลวิธีการเล่าเรื่องและกลวิธีการสร้างสรรค์ของภาพยนตร์ฮาลาล ตั้งแต่การวางแผนการผลิตไปจนถึงการเผยแพร่และการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์อย่างไร ภายใต้ข้อจำกัดของหลักศาสนาที่ทำให้สามารถตัดทอนภาพยนตร์และสื่อบันเทิงกระแสหลัก ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริมภาพยนตร์ทางเลือกดังกล่าว องค์ความรู้ที่ได้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ทางเลือก ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ฮาลาลหรือภาพยนตร์เฉพาะกลุ่มในลักษณะอื่น ๆ อันจะนำไปสู่ความหลากหลายของระบบภาพยนตร์ในประเทศไทย รวมทั้งช่วยทำให้เกิดพื้นที่ในการสื่อสารของกลุ่มผู้ที่มีวัฒนธรรมเฉพาะ ที่สำคัญงานวิจัยนี้จะมีประโยชน์ในการเป็นสื่อกลางสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนาอิสลามและชาวมุสลิม นำไปสู่การขับเคลื่อนให้เกิดสันติภาพขึ้นในสังคม

การทบทวนวรรณกรรม

การเล่าเรื่องของภาพยนตร์

Bordwell (1993 อ้างถึงใน พรจันทร์ เสียงสอน, 2557, หน้า 30) อธิบายว่าการเล่าเรื่อง คือ ห่วงโซ่ของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันในเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง การเล่าเรื่องเริ่มต้นด้วยสถานการณ์หนึ่งจนดำเนินไประหว่างกลางและนำไปสู่ตอนจบ วิธีการวิเคราะห์การเล่าเรื่องนั้นทำได้หลายวิธี โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ พล็อตเรื่อง (plot) ความขัดแย้ง (conflict) ตัวละคร (character) มุมมองของตัวละคร (point of view) แก่นความคิด (theme) และฉาก (setting) ทั้งนี้ภาพยนตร์เป็นสื่อที่เล่าเรื่องผ่านภาพเคลื่อนไหว โดยมีองค์ประกอบทั้งภาพและเสียง จึงต้องใช้แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะการสื่อสารผ่านภาพยนตร์ประกอบด้วย

โดยเฉพาะไวยากรณ์ภาพยนตร์ (film grammar) ซึ่งเป็นหน่วยในการสื่อความหมาย และเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ ไวยากรณ์ภาพยนตร์ ได้แก่องค์ประกอบด้านภาพ (visual channel) เช่น ฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก เสื้อผ้า ขนาดภาพ มุมกล้อง แสง สี เป็นต้น และองค์ประกอบด้านเสียง (auditory channel) เช่น เสียงพูด เสียงประกอบ เสียงดนตรี เป็นต้น

กระบวนการผลิตภาพยนตร์

ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงท้ายสุดจะมี 3 ขั้นตอน (บรรจง โกศลวัฒน์, 2529) คือ ขั้นตอนก่อนถ่ายทำ (pre-production) ขั้นตอนการถ่ายทำ (production) และขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (post-production) โดยขั้นตอนก่อนถ่ายทำ (pre-production) เป็นการวางโครงสร้างให้กับกองถ่ายทำภาพยนตร์ทั้งหมด ตั้งแต่การเขียนบทภาพยนตร์ การคัดเลือกนักแสดง การจัดหาสถานที่ถ่ายทำ การจัดเตรียมเสื้อผ้านักแสดง การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ไปจนถึงการกำหนดงบประมาณในการถ่ายทำภาพยนตร์ ขั้นตอนการถ่ายทำ (production) เป็นความรับผิดชอบของผู้กำกับภาพยนตร์ คือการบริหารกองถ่ายทำให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นที่สุด งานที่สำคัญในขั้นตอนนี้ ได้แก่ การประชุมทีมงาน การออกกองถ่าย และการดำเนินการถ่ายทำภาพยนตร์ ส่วนขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (post-production) ประกอบด้วย การส่งไฟล์ภาพและเสียง การตัดต่อภาพและเสียง รวมทั้งการเผยแพร่และจัดจำหน่ายภาพยนตร์

การสื่อสารการตลาดภาพยนตร์

การสื่อสารการตลาดเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรธุรกิจ โดยแหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งสารก็คือองค์กรธุรกิจ และผู้รับข่าวสารก็คือผู้บริโภค ดังนั้นการสื่อสารการตลาดจึงเริ่มจากเจ้าของธุรกิจที่ใช้การติดต่อสื่อสารเป็นตัวแรงที่สำคัญในการกระจายข่าวสารทางธุรกิจออกไป โดยนำหลักการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (integrated marketing communication or IMC) มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด คือ มีการใช้สื่อมากกว่าหนึ่งอย่างพร้อม ๆ กัน อีริคสัน โกล์ทองคำ (2545) อธิบายแนวคิด IMC ไว้ว่า เป็นกระบวนการพัฒนาโปรแกรมการสื่อสารที่มุ่งโน้มน้าวและชักจูงกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะเป็นผู้บริโภค ให้เกิดพฤติกรรมซื้อและใช้สินค้า โดยกระบวนการเหล่านั้นมุ่งใช้เครื่องมือสื่อสารหลากหลายรูปแบบอย่างกลมกลืนต่อเนื่องและสอดคล้องจนแผนงานนั้นมีความชัดเจนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

สำหรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย อาทิ การโฆษณา (advertising) การประชาสัมพันธ์ (public relations) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) การตลาดเชิงกิจกรรม (event marketing) การตลาดแบบบอกต่อ (viral marketing) เป็นต้น

สื่อทางเลือก (Alternative Media)

O'Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery, and Fiske (1994) อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับสื่อทางเลือกไว้ว่า เป็นสื่อมวลชนที่ปฏิเสธหรือท้าทายอำนาจการเมืองหรือสถาบันอำนาจอย่างเปิดเผย สื่อเหล่านี้ล้วนต้องการแรงจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมหรือตรวจสอบค่านิยมตามประเพณีของสังคมอย่างวิพากษ์ สื่อทางเลือกถูกเรียกว่า สื่อที่แตกต่างอย่างถอนรากถอนโคนหรือสื่อใต้ดิน และยืนอยู่ในฝ่ายตรงข้ามกับสื่อกระแสหลัก โดยเป็นตัวแทนความคิดของลัทธิการเมืองและสังคมที่อยู่นอกกรอบการเมืองของการแสดงฉันทามติ และการโต้แย้งแสดงเหตุผลในระบอบรัฐสภา สื่อชุมชนก็นับได้ว่าเป็นสื่อทางเลือกประเภทหนึ่งเพราะมักจะสื่อสารแสดงความคิดเห็นและปัญหาของกลุ่มที่มักถูกมองข้ามและไม่มีพื้นที่ในสื่อท้องถิ่นและสื่อระดับชาติ สื่อทางเลือกมักประสบปัญหาเรื่องความอยู่รอดเพราะขาดทุนทรัพย์ บริษัทโฆษณาไม่สนใจโฆษณาเนื่องจากเนื้อหาเน้นไปที่ประเด็นใดประเด็นหนึ่งเท่านั้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท การสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์เอกสาร ดังรายละเอียดดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิเคราะห์ตัวบท ภาพยนตร์ที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ White Channel จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย เรื่อง “อมิน” (พ.ศ. 2558) เรื่อง “U-Turn จุดกลับใจ” (พ.ศ. 2559) และเรื่อง “อาตัม จันทรแยก-โลกแตก-ญิน” (พ.ศ. 2561) เนื่องจากภาพยนตร์ดังกล่าวเป็นภาพยนตร์ขนาดยาวที่ใช้วิธีการเล่าเรื่องและสร้างสรรค์ในรูปแบบฮาลาล ทั้งนี้ผู้วิจัยชมภาพยนตร์ทั้งหมดที่ละเรื่อง โดยการชมรอบแรกใช้ตารางบันทึกข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นตามแนวคิดการเล่าเรื่องของภาพยนตร์เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกลวิธีในการเล่าเรื่อง

แยกตามองค์ประกอบ ได้แก่ โครงเรื่อง ความขัดแย้ง ตัวละคร และแก่นความคิดหลัก และเมื่อพบว่า ในองค์ประกอบใดมีความเกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามก็จะบันทึกข้อมูลเพิ่มเติม จากนั้นจึงชมภาพยนตร์ซ้ำอีกครั้ง โดยบันทึกข้อมูลเรียงลำดับฉากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ตั้งแต่ต้นจนจบตามพัฒนาการของเรื่องตามแบบแผนการเล่าเรื่องของภาพยนตร์บันเทิง ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วงหรือ 3 องก์ ได้แก่ ช่วงเปิดเรื่อง ช่วงพัฒนาเหตุการณ์ และช่วงสรุปเรื่อง โดยในแต่ละฉากจะระบุองค์ประกอบหรือไวยากรณ์ที่ภาพยนตร์ใช้ในการสื่อความหมาย ได้แก่ มุมกล้อง ขนาดภาพ แสง สี การตัดต่อ และเสียงประกอบ และเมื่อพบว่า ในฉากใดมีการนำเสนอเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม ผู้วิจัยจะทำการบันทึกข้อมูลเพิ่มเติม

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตภาพยนตร์ฮาลาลในตำแหน่งต่าง ๆ ทั้งฝ่ายผลิตและฝ่ายจัดการ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์ฮาลาล จำนวน 5 คน ได้แก่ ฮามีซี อักคี-รัฐ เก็บข้อมูลวันที่ 1 ตุลาคม 2562 และวันที่ 16 มิถุนายน 2563 บรรเลง (อะห์หมัด) หัศนี เก็บข้อมูลวันที่ 1 ตุลาคม 2562 เซครีกูอ อะหมัด สมะดี เก็บข้อมูลวันที่ 1 ตุลาคม 2562 ชัซวาล อัลการิมิ เก็บข้อมูลวันที่ 1 ตุลาคม 2562 และกุดดิน ตอเล็บ เก็บข้อมูลวันที่ 29 มิถุนายน 2563 ทั้งนี้ในการดำเนินการสัมภาษณ์นั้นเป็นการใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอนแต่ไม่เป็นทางการมากนักและสามารถยืดหยุ่นได้ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดตามคำสำคัญที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม และพร้อมปรับเปลี่ยนถ้อยคำให้สอดคล้องกับคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยแบบสัมภาษณ์ได้รับคำแนะนำและปรึกษาจากนักวิจัยเชิงคุณภาพที่ชำนาญ ซึ่งผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยเครื่องบันทึกเสียง พร้อมจดประเด็นที่สำคัญระหว่างสัมภาษณ์ จากนั้นจึงนำไฟล์เสียงมาถอดเทปโดยละเอียดคำต่อคำ

3. การวิเคราะห์เอกสาร สื่อประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์จากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ โปสเตอร์ภาพยนตร์ คลิปตัวอย่างภาพยนตร์ คลิปเบื้องหลังภาพยนตร์ คลิปสัมภาษณ์ทีมงานและนักแสดง อนาซีด (เพลง) ประกอบภาพยนตร์ รูปภาพ ข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งเว็บไซต์ www.whitechannel.tv ช่องยูทูบ “White Channel สถานีความดี 24 ชั่วโมง” เฟซบุ๊กแฟนเพจ “White Channel สถานีความดี 24 ชั่วโมง” และเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ภาพยนตร์ U-Turn

จุดกลับใจ” รวมทั้งเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่มีการเผยแพร่บทความและข่าวประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ฮาลาลทั้ง 3 เรื่อง ทั้งนี้ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตัวบทจากตารางบันทึกข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจวิธีการเล่าเรื่องที่ภาพยนตร์ฮาลาลแต่ละเรื่องใช้ในการสื่อสารความหมาย โดยวิเคราะห์ด้วยแนวคิดการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ร่วมกับการสื่อสารผ่านไวยากรณ์ภาพยนตร์และนำเสนอในรูปแบบความเรียงและรูปภาพ เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ถอดเทปออกมาคำต่อคำ จากนั้นวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหา ข้อมูล และเปรียบเทียบคำตอบที่ได้มาเพื่อเชื่อมโยงให้เห็นถึงเบื้องหลังหรือที่มาของวิธีการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ฮาลาล รวมทั้งกลวิธีการสร้างสรรค์ของภาพยนตร์ ตั้งแต่การวางแผน การผลิต ไปจนถึงการเผยแพร่และการสื่อสารการตลาด โดยวิเคราะห์ด้วยแนวคิดกระบวนการผลิตภาพยนตร์ บุคลากรในการผลิตภาพยนตร์ และแนวคิดการสื่อสารการตลาด ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์จากแหล่งต่าง ๆ แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง โดยสรุปในแต่ละประเด็นอย่างละเอียด อีกทั้งยังมีการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) โดยการตรวจสอบข้อมูล เครื่องมือการรวบรวมข้อมูล ระเบียบวิธีการวิจัย การดำเนินการวิจัยอย่างมีขั้นตอน การจัดหมวดหมู่ของข้อมูล ควบคู่กับการสัมภาษณ์ โดยได้รับคำแนะนำและปรึกษาจากนักวิจัยเชิงคุณภาพที่ชำนาญ

ผลการวิจัย

การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ฮาลาล

ภาพยนตร์ฮาลาลแต่ละเรื่อง que ผู้วิจัยศึกษาจะมีสไตล์การเล่าเรื่องที่แตกต่างกัน โดยภาพยนตร์เรื่อง “อมิน” เป็นแนวสืบสวนสอบสวน ภาพยนตร์เรื่อง “U-Turn จุดกลับใจ” เป็นแนวดราม่าเล่าชีวิตสะท้อนปัญหาสังคม ขณะที่ภาพยนตร์เรื่อง “อาตัม จันท์แยก-โลกแตก-ญิน” เป็นแนว road movie มีการเดินทางมาเกี่ยวข้องเป็นแกนหลัก โดยตัวละครในเรื่องจะเจอกับอุปสรรคต่าง ๆ ระหว่างทาง ทั้งนี้ภาพยนตร์ฮาลาลจะมีพล็อตเรื่องที่ผูกโยงอยู่กับวิถีชีวิตของมุสลิมและศาสนาอิสลาม

ภาพยนตร์เรื่อง “อามีน” เป็นเรื่องราวของอามีน ตำรวจสายลับที่แฝงตัวเข้ามาสืบคดีการค้ำมนุษย์ชาวโรฮีนจา ก่อนที่จะประสบอุบัติเหตุจนความจำเสื่อมและได้ไปใช้ชีวิตในชุมชนมุสลิมด้วยความช่วยเหลือของอิหม่ามและลูกชาย จากนั้นอามีนเรียนรู้สัจธรรมอิสลามซึ่งดำเนินไปพร้อมกับความทรงจำที่ค่อย ๆ คืนกลับมา (ภาพยนตร์เล่าเรื่องราวก่อนหน้าสลับกับเหตุการณ์ปัจจุบัน หรือเรียกว่า flashback) เหตุการณ์สำคัญ คือ ลูกชายอิหม่ามถูกลักพาตัวและกำลังตกอยู่ในอันตราย อามีนจึงต้องเข้าไปช่วยทวาระหว่างพากันหลบหนี ลูกชายอิหม่ามได้เสียสละชีวิตรับกระสุนแทนทำให้อามีนรู้สึกซาบซึ้งใจอย่างมาก เมื่อสามารถปิดคดีได้สำเร็จอามีนจึงเข้ารับอิสลาม คือ การเปลี่ยนความเชื่อ ความศรัทธามานับถือศาสนาอิสลาม

ภาพยนตร์เรื่อง “U-Turn จดกลับใจ” เป็นเรื่องราวของซามี่ เด็กช่างกล (มุสลิม) ที่ชีวิตประจำวันเกี่ยวข้องกับการทำดีทำต่อๆ วันหนึ่งน้องชายของซามี่ก็ได้รับบาดเจ็บสาหัสจนเดินไม่ได้ ชีวิตของซามี่จึงพลิกผันต้องพักการเรียนออกมาทำงานหาเงินไปรักษาน้องชาย ซามี่ยังเจออุปสรรคกับที่ทำงานที่ไม่ยอมให้ละหมาด แต่เขาก็ยืนหยัดกับการละหมาดจนต้องออกจากงาน และแล้วเขาก็ได้พบกับนักกายภาพบำบัดใจบุญที่ตั้งใจจะไปประกอบพิธีฮัจญ์ แต่กลับเปลี่ยนใจยอมเสียสละนำเงินที่เก็บไว้เพื่อการเดินทางเอามาช่วยเหลือค่ารักษาน้องชายของซามี่แทน ท้ายที่สุดนักกายภาพบำบัดคนนั้นก็ได้ไปประกอบพิธีฮัจญ์อย่างที่ตั้งใจไว้ เนื่องจากมีคนที่ต้องการคนที่เขาคือ นักกายภาพบำบัดให้ตามไปดูแลสุขภาพระหว่างที่เขาจะไปประกอบพิธีฮัจญ์

ภาพยนตร์เรื่อง “อาดัม จันทรแยก-โลกแตก-ญิน” เป็นพล็อตของผู้กำกับหนังที่ถูกแฟนคลับบ้าคลั่งตามมาฆ่า เพราะโครงที่สร้างหนังสนับสนุนอิสลามทั้งที่ในอดีตเคยทำหนังต่อต้านอิสลาม ทว่าก่อนจะฆ่าถึงแฟนคลับได้จับคู่ผู้กำกับให้เล่าเรื่องให้ฟังและขับไล่ไปเรื่อย ๆ หากเล่าไม่ถูกใจก็จะฆ่าทิ้งเสีย ผู้กำกับจึงเล่าทั้งหมด 4 เรื่อง ซึ่งดัดแปลงมาจากเนื้อหาใน “อัลกุรอาน” คัมภีร์ของศาสนาอิสลาม โดยหวังว่าเรื่องเล่าของตนจะเปลี่ยนใจแฟนคลับบ้าคลั่งคนนี้ได้ (ภาพยนตร์นำเหตุการณ์ในห้วงความคิดของผู้กำกับมาฉายสลับกับเหตุการณ์จริงบนรถ ทำให้ภาพยนตร์เป็นลักษณะของเรื่องเล่าซ้อนเรื่องเล่า) ระหว่างที่ผู้กำกับกำลังเล่าเรื่องก็ได้เจอเหตุการณ์ต่าง ๆ มากมาย จนกระทั่งเหตุการณ์สำคัญ คือ ได้พบกับฆาตกรโรคจิตที่วางแผนจะฆ่าทุกคนบนรถ ทั้งนี้หลังจากผู้กำกับได้ช่วยเหลือแฟนคลับที่พลาดท่าถูกฆาตกรโรคจิตเล่นงาน ทั้งคู่ก็ได้ร่วมมือกัน

จัดการมาตรการได้สำเร็จ แล้วผู้กำกับกับแฟนคลับก็ได้ปรับความเข้าใจและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

สำหรับตัวละครในภาพยนตร์ฮาลาลจะมีลักษณะร่วม คือ ตัวละครหลักที่ใช้ดำเนินเรื่องมีบุคลิกแบบกลม คือ เป็นบุคคลที่มีทั้งด้านดีและไม่ดีอยู่ในคน ๆ เดียว ทั้งนี้ภาพยนตร์ฮาลาลมักดำเนินเรื่องด้วยตัวละครที่ไม่ใช่มุสลิม แต่เรื่องราวในภาพยนตร์จะนำพาให้ตัวละครดังกล่าวกลายเป็นคนที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม ยกเว้นภาพยนตร์เรื่อง “U-Turn จุดกลับใจ” ที่ตัวละครหลักเป็นมุสลิม เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ที่สะท้อนเรื่องราวชีวิตของมุสลิมนั่นเอง นอกจากนี้ ในภาพยนตร์ฮาลาลที่ผู้วิจัยศึกษา จะมีตัวละครที่เป็นมุสลิมผู้เคร่งครัดในศาสนาอิสลามซึ่งมีบุคลิกแบน คือ เป็นคนดีตลอดทั้งเรื่องคอยทำหน้าที่ผู้ช่วยเหลือเสมอ

ความขัดแย้งในภาพยนตร์ฮาลาลมีลักษณะเฉพาะ คือ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของตัวละครมักเป็นภาวะที่ต้องเลือกระหว่างสิ่งที่ถูกต้อง (ความดี) กับสิ่งที่ผิด (ความชั่ว) ตามบรรทัดฐานของศาสนาอิสลาม เช่นเดียวกับแก่นความคิดหลักของเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความดีและความชั่วตามบรรทัดฐานของศาสนาอิสลาม

ภาพยนตร์ฮาลาลที่ศึกษามีการใช้องค์ประกอบศิลป์ในการสื่อสารอารมณ์มายังคนดู เช่น แสง low key คือ ภาพที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสีดำหรือมืด สื่อถึงอารมณ์ลึกลับน่ากลัวในฉากที่ตัวละครถูกอุญ (ผี) ตามหลอกหลอน หรือสื่อถึงความโศกเศร้าเสียใจของตัวละครขณะร้องไห้ เป็นต้น ส่วนสีมักถูกใช้เพื่อเสริมอารมณ์และเล่าเรื่องในภาพยนตร์ เช่น สีแดงสื่อถึงการสูญเสียหรือความรุนแรงในฉากฆ่าฟัน สีส้มแดงสื่อถึงความอันตราย ความอันตราย ความน่ากลัวของฉากที่กำลังเล่าถึงเรื่องวันสิ้นโลก นอกจากนี้ เสียงประกอบภาพยนตร์ก็ถูกใช้เพื่อสื่อสารอารมณ์เช่นกัน โดยเสียงประกอบในภาพยนตร์ฮาลาลที่ผู้วิจัยศึกษามีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นเสียงที่ไม่ใช้เครื่องดนตรีเนื่องจากเครื่องดนตรีเป็นสิ่งที่ต้องห้ามสำหรับศาสนาอิสลาม โดยภาพยนตร์ฮาลาลได้ใช้เสียง “อะแคปเปลลา” หรือเสียงขับร้องเป็นท่วงทำนองโดยปราศจากเครื่องดนตรีเข้ามาแทนเพื่อช่วยในการสื่อสารอารมณ์ ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมไปกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในภาพยนตร์ เช่น เสียงอะแคปเปลลาในจังหวะเร็วสร้างอารมณ์ตื่นเต้นลุ้นระทึก เสียงอะแคปเปลลาจังหวะเนิบช้าโหยวนสื่อสารอารมณ์โศกเศร้าหรือความรู้สึกวังเวง น่ากลัว เป็นต้น

นอกจากนั้น การวิจัยพบว่า ภาพยนตร์ฮาลาลมีการใช้องค์ประกอบหรือไวยากรณ์ ภาพยนตร์เพื่อสื่อความหมายถึงชาวมุสลิมและศาสนาอิสลาม โดยในภาพยนตร์จะมี ตัวละครที่เป็นมุสลิมปรากฏอยู่เสมอ รวมทั้งมักมีฉากที่ตัวละครปฏิบัติศาสนกิจ ได้แก่ การละหมาด หรืออ่านคัมภีร์อัลกุรอานแทรกอยู่ในภาพยนตร์ นอกจากนี้ เสื้อผ้านักแสดงของภาพยนตร์ฮาลาลมีลักษณะเฉพาะ คือ ตัวละครผู้ชายมุสลิมมักสวมเสื้อผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวมุสลิม เช่น ชุดโตะยาวแบบตะวันตกกลาง ชุดมุสลิมปาเก้ และชุดมุสลิมมลายู เป็นต้น ทั้งนี้ภาพยนตร์เรื่อง U-Turn จุดกลับใจ และเรื่องอาดัม จันทร์แยก-โลกแตก-ญิน มีการเผยให้เห็นถึงการแต่งกายของผู้หญิงมุสลิมภายใต้การคลุมฮิญาบ และสวมชุดที่ปกปิดร่างกายมิดชิดถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม

เสียงในภาพยนตร์ฮาลาลก็เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายถึงศาสนาอิสลาม โดยบทสนทนาของภาพยนตร์ฮาลาลมักมีการกล่าวถึงเนื้อหาในคัมภีร์อัลกุรอาน และซุนนะฮ์ หรือจริยวัตรของศาสนทูตมุฮัมมัด (ศ็อลฯ) อย่างไรก็ตาม บทสนทนาที่กล่าวถึงแนวคิดของศาสนาอิสลามในบางครั้งอาจดูแข็งหรือเป็นลักษณะยึดเอียงตามยังผู้ชม อีกหนึ่งองค์ประกอบด้านเสียงที่ภาพยนตร์ฮาลาลใช้สื่อความหมายถึงความเป็นอิสลาม นั่นก็คือ เพลงประกอบภาพยนตร์ โดยภาพยนตร์ฮาลาลจะใช้เสียง “อนาฮีด” หรือบทขับร้องที่มีความหมายเกี่ยวกับการศรัทธา การทำความดีของศาสนาอิสลาม ซึ่งไม่มีเสียงจากเครื่องดนตรีประกอบเข้ามาแทนเพลงที่ภาพยนตร์ทั่วไปใช้กัน

สำหรับแนวคิดที่ภาพยนตร์ฮาลาลต้องการสื่อสารมายังคนดูพบว่า มีการนำเสนอให้เห็นถึงคุณค่าของหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม โดยนำเสนอเนื้อหาที่อยู่ในคัมภีร์อัลกุรอาน ซึ่งเปรียบเสมือนพระวจนะของอัลลอฮ์ (ซุบฮานา) พระเจ้าตามความเชื่อของศาสนาอิสลาม รวมทั้งคำสอนของท่านบิรฺมุฮัมมัด (ศ็อลฯ) ศาสนทูตของศาสนาอิสลาม ภาพยนตร์ฮาลาลยังได้นำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของชาวมุสลิมและศาสนาอิสลาม โดยพบว่า ตัวละครฝ่ายดีที่เป็นมุสลิมผู้เคร่งครัดในศาสนา มักถูกนำเสนอในเชิงบวก เช่น เป็นคนที่คิดดี ทำดี พุทธิ มีความสามัคคีกลมเกลียว ความเป็นมิตร และมีน้ำใจพร้อมให้ความช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ แม้ไม่ใช่ผู้ที่นับถือศาสนาเดียวกันก็ตาม ภาพยนตร์ฮาลาลยังนำเสนอให้เห็นถึงผลของผู้ที่ศรัทธาในศาสนาอิสลาม ซึ่งพบว่า บทสรุปของผู้ที่ยึดมั่นในอิสลามนั้นมักสามารถฟันฝ่าปัญหาอุปสรรคไปได้และพบกับความสุขที่แท้จริง

กลวิธีการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ฮาลาล

กลวิธีการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ฮาลาล ตั้งแต่การวางแผน การผลิต ไปจนถึงการเผยแพร่และการสื่อสารการตลาดนั้น ในบางขั้นตอนมีความแตกต่างจากกลวิธีการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ทั่วไป เนื่องจากมีการใช้กรอบของศาสนาอิสลามเข้ามาบริหารจัดการ

1. กระบวนการผลิตภาพยนตร์ฮาลาล

จากการศึกษาพบว่า ภาพยนตร์ฮาลาลเกิดขึ้นจากเหตุผลหลัก 2 ประการ คือ 1. ต้องการนำเสนอความเป็นอิสลามที่ถูกต้อง หลังจากเกิดเหตุการณ์ตวินศาสนาอิสลามและศาสนทูตมุฮัมมัด และ 2. ต้องการสร้างทางเลือกให้กับผู้ชมโดยเฉพาะมุสลิม ให้สามารถเสพสื่อภาพยนตร์ที่ให้ความบันเทิงและฮาลาลไปพร้อม ๆ กัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการสร้างภาพยนตร์ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก จึงมีการนำแนวคิด การระดมทุนสาธารณะ (crowdfunding) มาใช้เพื่อหาเงินทุนในการสร้างภาพยนตร์ โดยเป็นการระดมทุนจากเงินบริจาคของพี่น้องประชาชนและองค์กรต่าง ๆ เพื่อผลิตภาพยนตร์ฮาลาลโดยเฉพาะ ซึ่งทุนก้อนแรกที่ได้มาคือ 6 ล้านบาท แม้จะไม่ใช่เงินทุน ก้อนใหญ่สำหรับสร้างภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์ แต่ก็ทำให้ทีมงานสามารถสร้างภาพยนตร์ฮาลาลเรื่องแรกและเรื่องต่อมาได้

ทีมงานผู้สร้างได้กำหนดกรอบหรือมาตรฐานขึ้นมาโดยเฉพาะ โดยพบว่า ภาพยนตร์ฮาลาลถูกสร้างสรรค์ขึ้นภายใต้เงื่อนไขหรือกฎเกณฑ์ของหลักศาสนาอิสลาม ทุกขั้นตอนจะต้องผ่านการตรวจสอบจากบอร์ดชะรีอะฮ์ หรือคณะกรรมการด้านศาสนาอิสลามว่าไม่ขัดต่อเงื่อนไขหรือข้อห้ามต่าง ๆ ของศาสนา ภาพยนตร์ฮาลาลจึงมีลักษณะเด่นที่แตกต่างจากภาพยนตร์ทั่วไป ได้แก่

1) เสียงที่ใช้ทั้งหมดในภาพยนตร์ปราศจากเสียงที่เกิดจากเครื่องดนตรี โดยจะใช้เสียงมนุษย์ทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบภาพยนตร์แทน เรียกอีกอย่างว่า “เสียงอะแคปเปลลา”

2) ไม่มีการโชว์สัดส่วนความสวยงามของผู้หญิงในภาพยนตร์

3) ไม่มีฉากอบายมุข เช่น การดื่มเหล้า การสูบบุหรี่ การพนัน การค้าประเวณี เป็นต้น

4) เนื้อหาของภาพยนตร์จะไม่ส่งเสริมเรื่องการผิดศีลธรรมในสังคม ไม่ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบ

ทั้งนี้เนื้อหาของภาพยนตร์ฮาลาลแต่ละเรื่องนั้นจะมาจากประสบการณ์ส่วนตัวและสภาพสังคมที่มากระทบกับความรู้สึกของผู้กำกับเป็นหลัก ซึ่งทีมงานผู้กำกับจะนำเนื้อหาไปต่อยอดเป็นบทภาพยนตร์ โดยคำนึงถึงสัดส่วนด้านศิลปะภาพยนตร์ และเรื่องราวของศาสนาอิสลามที่จะนำเสนอให้มีสัดส่วนที่พอเหมาะ จากนั้นจึงส่งให้บอร์ดชรีอะฮ์ตรวสอบ ก่อนจะนำบทภาพยนตร์กลับมาแก้ไขให้มีความถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามมากที่สุด

การคัดเลือกทีมงานมาสร้างสรรค์ภาพยนตร์ฮาลาลพบว่า เป็นการผสมผสานระหว่างทีมงานของสถานีโทรทัศน์ White Channel ได้แก่ ผู้กำกับ โปรดิวเซอร์ ผู้เขียนบท ผู้ประสานงาน ผู้คัดเลือกนักแสดง ผู้กำกับศิลป์ ผู้จัดการสถานที่ ผู้ควบคุมความต่อเนื่อง ผู้ออกแบบและควบคุมเครื่องแต่งกาย ช่างภาพ ผู้สร้างสรรค์เสียงอะแคปเปลลา และฝ่ายตัดต่อ ร่วมกับทีมงานมืออาชีพข้างนอก ได้แก่ ทีมจัดไฟ ช่างภาพถ่ายทำภาพยนตร์โดยเฉพาะทีมอุปกรณ์เสริม (เช่น อุปกรณ์เสริมของกล้องแบตเตอรี่ ดอลลี ครน) ทีมควบคุมเสียง (ใช้ไมค์บูม) ทีมสตั้นท์แมน ช่างแต่งหน้า บริษัททำสีภาพ (color grading) และแต่งเสียง-ผสมเสียงภาพยนตร์ และทำ digital cinema package (DCP) ซึ่งมีทั้งทีมงานที่เป็นมุสลิมและต่างศาสนา ส่วนการคัดเลือกนักแสดงมีทั้งแบบที่เรียกมาแคสตั้ง และดูผลงานเก่าโดยไม่มีการแคสตั้ง ซึ่งมีทั้งที่เป็นมุสลิมและต่างศาสนาเช่นกัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงบประมาณที่จำกัด ค่าตอบแทนของทีมงานและนักแสดงจึงเป็นราคาต่ำกว่าปกติ โดยผู้กำกับจะเชิญชวนทีมงาน-นักแสดงเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะร่วมอุดมการณ์เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทางที่ดีขึ้นสำหรับการจัดหาสถานที่ถ่ายทำ จัดเตรียมอุปกรณ์ และเสื้อผ้านักแสดง ทีมงานจะคำนึงถึงงบประมาณร่วมกับการพิจารณาให้ตรงตามบทภาพยนตร์ที่วางไว้ นอกจากนี้ยังคำนึงถึงกฎเกณฑ์ของศาสนาอิสลามในการพิจารณาด้วย เช่น เสื้อผ้านักแสดงจะต้องมิดชิด ไม่บาง ไม่รัดรูปจนเกินไป

ในขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์ฮาลาลพบว่า ภาพยนตร์เรื่องอมินและเรื่อง U-Turn จุดกลับใจ เป็นการถ่ายทำด้วยกล้อง DSLR ขนาดภาพ 1920x1080 FHD อัตราส่วน 16:9 เฟรมเรทที่ 25 ส่วนภาพยนตร์เรื่องอาดัม จันทร์แยก-โลกแตก-ญิน

ถ่ายทำด้วยกล้อง RED ขนาดภาพ 4096x2160 C4K อัตราส่วน 21:9 เฟรมเรทที่ 25 การบันทึกเสียงการถ่ายทำใช้ไมค์บูมทั้งหมด ทั้งนี้ทีมงานดำเนินการถ่ายทำฉากที่ต้องเปิดหน้านักแสดงหลักประมาณ 10 วัน ระหว่างนั้นผู้ควบคุมความต่อเนื่องจะบันทึกองค์ประกอบต่าง ๆ ไว้อย่างละเอียด เช่น มุมกล้อง ทิศทางแสง และเสื้อผ้านักแสดง เพื่อให้สามารถถ่ายทำฉากอื่นได้หลังจากนั้นโดยไม่ต้องใช้นักแสดงหลักแต่ใช้แอสตันดีอินแทน เช่น มุมที่เห็นแค่เท้า ภาพขนาดใหญ่ที่เห็นแค่มือ หรือมุมข้ามไหล่ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในกองถ่ายทำภาพยนตร์ฮาลาลจะอยู่ภายใต้วิถีชีวิตของมุสลิมที่จำลองมาไว้ในกองถ่าย เช่น ระหว่างการถ่ายทำมีการพัก 2 ครั้ง เพื่อรับประทานอาหาร และให้ทีมงานภาพยนตร์ที่เป็นมุสลิมทำการละหมาด (ละหมาดคฺุริ ช่วงเวลาบ่าย และละหมาดอัคฺิ ช่วงเวลาเย็น) รวมทั้งจะมีการขอความร่วมมือให้ทีมงานและนักแสดงในกองถ่ายไม่พูดคำหยาบ ห้ามสูบบุหรี่ ห้ามดื่มสุรา และขอให้แต่งกายสุภาพรัดกุม (ผู้ชายจะสวมชุดเลยหัวเช่า) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่าในขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์ ผู้บริหารจากมูลนิธิมุสลิมเพื่อสันติ และสถานีโทรทัศน์ White Channel จะส่งตัวแทนจากบอร์ดชะรีอะฮ์มาสังเกตการณ์แบบสุ่ม โดยการไปสังเกตการณ์บางวันเพื่อควบคุมตรวจสอบข้อบกพร่องต่าง ๆ ในขั้นตอนการถ่ายทำ โดยเฉพาะกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับศาสนาอิสลาม

ขั้นตอนหลังการถ่ายทำของภาพยนตร์ฮาลาล ทีมงานตัดต่อภาพยนตร์จะนำฟุตเทจมาเรียงเป็นไฟล์ภาพและเสียงบทสนทนาตามบทภาพยนตร์ที่วางไว้ แต่ยังไม่มีการใส่เสียงประกอบเพิ่มเติม เพื่อให้บอร์ดชะรีอะฮ์หรือคณะกรรมการศาสนาอิสลามตรวจสอบเสียก่อน หากมีชิ้นที่ผิดหลักการศาสนาอิสลามก็จะถูกตักกลับมาแก้ไขตัดต่อใหม่หรือตัดบางฉากออกไป หรืออาจจะมีการถ่ายทำเพิ่มเติม จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการตัดต่อภาพยนตร์ที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ มีการตัดต่อเสียงประกอบเข้าไปในไฟล์ภาพยนตร์ ทั้งนี้เนื่องจากดนตรีเป็นสิ่งต้องห้ามของศาสนาอิสลาม เสียงประกอบภาพยนตร์ฮาลาลทั้งในส่วนของเพลงประกอบ (soundtrack) และเสียงประกอบเสริมอารมณ์ (score) จึงปราศจากเสียงที่เกิดจากเครื่องดนตรีทั้งหมด โดยทีมงานใช้เสียง “อะแคปเปลลา” เข้ามาแทน คือ เป็นเสียงของมนุษย์ที่เลียนเสียงเป็นท่วงทำนองที่ยิ่งสูง-ต่ำ คล้ายเครื่องดนตรีโดยเพลงประกอบ (soundtrack) ของภาพยนตร์จะเรียกอีกอย่างว่า “อนาซิด” หรือเพลงที่ไม่มีเสียงเครื่องดนตรีประกอบนั่นเอง ซึ่งอนาซิดของภาพยนตร์ฮาลาลจะสร้างสรรค์

โดยวงบียูนูน (ปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งของ White Channel) เป็นหลัก ส่วนเสียงประกอบเสริมอารมณ์ (score) เป็นการจ้างทีมงานมืออาชีพด้านเสียงจากภายนอก หลังจากตัดต่อภาพและเสียงแล้วจะมีการส่งไฟล์ภาพยนตร์ไปยังบริษัทข้างนอกเพื่อเข้าแลปย้อมสีภาพและผสมเสียง รวมทั้งกระบวนการ digital cinema package (DCP) เพื่อทำไฟล์ภาพยนตร์ตามมาตรฐานในการฉายภาพยนตร์ยุคปัจจุบัน

2. การเผยแพร่ภาพยนตร์ฮาลาล

การจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์ฮาลาลนั้นจะอยู่ภายใต้แนวคิดของการเป็นสื่อทางเลือกที่เน้นเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม ทำให้การจัดฉายมีความแตกต่างจากภาพยนตร์ที่ให้ความบันเทิงทั่วไป โดยเฉพาะภาพยนตร์เรื่องอมินที่สร้างขึ้นเพื่อเทิดเกียรติท่านนบีมุฮัมมัด (ศ็อลลา) ศาสนทูตของอิสลาม ทีมงานมีความต้องการให้ภาพยนตร์มีความบริสุทธิ์ เป็นการเทิดเกียรติศาสนทูตอย่างแท้จริง จึงไม่ได้จัดฉายในโรงภาพยนตร์เชิงพาณิชย์ทั่วไปเพราะอาจดูไม่เหมาะสม โดยเฉพาะเมื่อต้องติดโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ปะปนกับภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ ที่มักดึงดูดสายตาด้วยรูปร่างและความสวยงามของสตรีหรือปรากฏภาพอบายมุข โดยทีมงานภาพยนตร์ฮาลาลได้ใช้วิธีเช่าสถานที่เพื่อจัดการฉายภาพยนตร์ด้วยตัวเอง เช่น จัดฉายรอบปฐมฤกษ์ที่หอประชุมใหญ่ TOT สำนักงานแจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ และเดินสายฉายภาพยนตร์ในสถานที่อย่างหอประชุม สนามกีฬาของสถาบันการศึกษาหรือองค์กรต่าง ๆ รวมทั้งโรงแรมและร้านอาหารตามต่างจังหวัด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ภาพยนตร์ฮาลาล 2 เรื่องถัดมา เงื่อนไขหรือกุญแจเกี่ยวกับการจัดฉายภาพยนตร์ดังกล่าวมีความผ่อนคลายมากขึ้น โดยพบว่า มีการจัดฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ SF Cinema เดอะมอลล์บางกะปิ และโรงภาพยนตร์ EGV บิ๊กซี ลาดพร้าว แม้จะเป็นลักษณะการเข้าโรงภาพยนตร์เพื่อจัดฉายเองก็ตาม นอกจากนี้ ยังมีการจัดฉายในโรงภาพยนตร์ทางเลือก ได้แก่ Bangkok Screening Room, House RCA, Documentary Club และ Cinema Oasis

ภาพยนตร์เรื่องอมินยังได้ไปฉายที่เทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส เมื่อ พ.ศ. 2558 ในฐานะภาพยนตร์แนวใหม่ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน โดยมีผู้ที่มาชมภาพยนตร์แล้วรู้สึกประทับใจจึงนำภาพยนตร์ไปติดต่อฉายในเทศกาลภาพยนตร์ดังกล่าว ซึ่งต่อมาภาพยนตร์เรื่องอมินได้ไปฉายที่เทศกาลภาพยนตร์ซันแดนซ์ สหรัฐอเมริกา เทศกาลภาพยนตร์เบอร์ลิน เยอรมนี รวมทั้งเทศกาลภาพยนตร์ที่ญี่ปุ่น และมาเลเซีย

จากการศึกษาแนวคิดในการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ฮาลาลพบว่า อยู่ภายใต้ความเป็นสื่อมุสลิมที่มีจุดประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่ศาสนาอิสลามมากกว่า การแสวงหาผลกำไร โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ฮาลาลมี 2 ปัจจัย คือ 1. หลักการศาสนาอิสลาม และ 2. งบประมาณที่จำกัด ทำให้ภาพยนตร์ฮาลาลไม่สามารถทำการสื่อสารการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้งบประมาณของภาพยนตร์ฮาลาล 6 ล้านบาทถูกนำไปใช้ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ 5 ล้านบาท และใช้สำหรับการตลาด 1 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย ทีมงานจึงเน้นทำการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อที่ตัวเองเป็นเจ้าของและสื่อออนไลน์ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ White Channel เว็บไซต์ www.whitechannel.tv ช่องยูทูป “White Channel สถานีความดี 24 ชั่วโมง” เฟซบุ๊กแฟนเพจ “White Channel สถานีความดี 24 ชั่วโมง” และเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ภาพยนตร์ U Turn-จุดกลับใจ”

สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลักของภาพยนตร์ฮาลาลพบว่า เป็นฐานผู้ติดตามสถานีโทรทัศน์ White Channel ซึ่งก็คือ มุสลิมที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม มีความใกล้ชิดกับมัสยิด และฟังบรรยายศาสนาอยู่เป็นประจำ ทั้งนี้ทีมงานมีแนวคิดว่า หากสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักสนใจสนับสนุนภาพยนตร์ฮาลาลแล้ว คนทั่วไปหรือคนต่างศาสนาก็จะหันมาสนใจด้วย ส่วนเนื้อหาในการสื่อสารการตลาดพบว่าเป็นการนำเสนอจุดเด่นหรือเนื้อหาที่โดดเด่นของภาพยนตร์ กล่าวคือ มีการนำเสนอนักแสดงนำที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย มีการบอกถึงความเป็นอิสลามผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น นำ “อัลกุรอาน” คัมภีร์ของศาสนาอิสลามเข้ามาประกอบในโปสเตอร์ภาพยนตร์ เป็นต้น รวมทั้งนำเสนอเนื้อหาสำคัญในภาพยนตร์ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับแนวคิดของศาสนาอิสลาม นอกจากนี้ ยังนำเสนอให้เห็นถึงกลวิธีสร้างสรรค์ภาพยนตร์ โดยเฉพาะวิธีสร้างสรรค์ที่แตกต่างจากภาพยนตร์ทั่วไป เช่น การใช้เสียงอะแคปเปลลา เป็นต้น

วัตถุประสงค์หลักในการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ฮาลาล ได้แก่ 1. เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮาลาล และ 2. เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความใกล้ชิดและความผูกพัน โดยทีมงานภาพยนตร์ฮาลาลได้ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดผ่าน 4 ช่องทางหลัก คือ

1) การโฆษณาทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ได้แก่ โปสเตอร์ภาพยนตร์ ตัวอย่างภาพยนตร์ และอนาซีตประกอบภาพยนตร์ ร่วมกับการแจกใบปลิว แผ่นพับ โฆษณาประกาศบนรถแห่ สื่อบิลบอร์ด และสื่อโฆษณาวิดีโอตามสี่แยก เป็นต้น

2) การประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ได้แก่ การเผยแพร่คลิปวิดีโอ สัมภาษณ์ผู้กำกับ นักแสดง เบื้องหลังการถ่ายทำ ออกรายการโปรโมทภาพยนตร์ทาง ช่องโทรทัศน์กระแสหลัก รวมถึงการเผยแพร่ข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ตาม สื่อต่าง ๆ

3) การตลาดเชิงกิจกรรม ได้แก่ จัดบูธประชาสัมพันธ์และจำหน่ายบัตร ชมภาพยนตร์ จัดนิทรรศการเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮาลาล จัดกิจกรรมสัมภาษณ์พูดคุยกับ ผู้กำกับ ทีมงาน และนักแสดง

4) การตลาดแบบบอกต่อ เช่น คลิปไวรัลสัมภาษณ์พระมหาสมปอง พระนักเทศน์ชื่อดังของไทย หลังจากที่ท่านได้รับชมภาพยนตร์ฮาลาล ทั้งนี้ในคลิปไวรัล ดังกล่าวเป็นการให้บุคคลต่างศาสนาพูดถึงเนื้อหาของภาพยนตร์ฮาลาลที่ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม ทำให้เกิดเป็นกระแสพูดถึงในแง่ดีและ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับภาพยนตร์มากขึ้น เนื่องจากการพูดถึง “ความสันติ” ซึ่งเป็น แก่นแท้ของอิสลาม ทั้งยังสะท้อนให้เห็นว่า อิสลามยอมรับความแตกต่างหลากหลาย ของทุกศาสนา

จากการวิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ฮาลาล พบว่า มีการเชื่อมโยงเครื่องมือที่ใช้สื่อสารแต่ละเครื่องมือให้มีความเกี่ยวพันกัน และมีความสอดคล้องต่อเนื่องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยสิ่งที่ใช้เชื่อมโยงเครื่องมือการสื่อสาร ดังกล่าว ได้แก่ 1. เนื้อหาสาร ทีมงานได้นำแนวคิดของภาพยนตร์มาต่อยอดและวางแผน ในการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด เช่น ภาพยนตร์เรื่องอมิน ซึ่งเป็นภาพยนตร์ฮาลาล เรื่องแรกและเป็นภาพยนตร์ที่ดัดแปลงจากนิทานปรัมปรา (คือลา) ศาสนทูตของอิสลาม เครื่องมือการสื่อสารจึงมีความเกี่ยวโยงกันด้วยเนื้อหา คือ การเรียนรู้อิสลามอย่าง ปราศจากอคติ ดังจะเห็นว่า ในตัวอย่างภาพยนตร์มีการเปิดเผยเนื้อหาว่าตัวละครหลัก ที่แสดงโดย “เรย์ แม็คโดนัลด์” เป็นคนความจำเสื่อม เพื่อสื่อสารว่าตัวละครดังกล่าว พร้อมที่จะเรียนรู้อิสลามโดยไม่มีอคติ รวมทั้งมีการเผยแพร่คลิปวิดีโอสัมภาษณ์ เรย์ แม็คโดนัลด์เกี่ยวกับชีวิตในกองถ่ายทำภาพยนตร์ฮาลาล ซึ่งทำให้เห็นมุมมองของ

นักแสดงหลังจากได้เรียนรู้ความเป็นอิสลามผ่านการทำงานร่วมกับมุสลิม นอกจากนี้ คลิปวิดีโอสัมภาษณ์พระมหาสมปอง พระนักเทศน์ชื่อดังหลังจากชมภาพยนตร์ที่ถูกใช้ในเครื่องมือการตลาดแบบบอกต่อ เป็นการย้ำให้เห็นชัดเจนว่าทีมงานต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายว่าทุกศาสนายู่ร่วมกันได้ ขอเพียงลดอคติและเปิดใจ 2. โลโก้ของภาพยนตร์ โดยพบว่า เครื่องมือการตลาดการตลาดไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม และการตลาดแบบบอกต่อ ล้วนมีการนำโลโก้ภาพยนตร์เข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญ เช่น ปรากฏอยู่ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ ตัวอย่างภาพยนตร์ คลิปเบื้องหลังการถ่ายทำ ภาพประกอบข่าวหรือบทความประชาสัมพันธ์ หรืออยู่บน backdrop ในงานอีเว้นท์ต่าง ๆ รวมทั้งการออกรายการโปรโมทภาพยนตร์ นักแสดงและทีมงานก็จะสวมเสื้อที่มีโลโก้ภาพยนตร์

อภิปรายผล

สุนทรียะของภาพยนตร์ฮาลาลและการต่อรองของผู้กำกับภาพยนตร์

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ภาพยนตร์ฮาลาลแต่ละเรื่องที่ผู้วิจัยศึกษามีสไตล์หรือวิธีการเล่าเรื่องที่แตกต่างกัน ซึ่งหากใช้ทฤษฎีรูปแบบนิยม (formalist film theory) ที่มุ่งศึกษารูปแบบ วิธีการ และองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพยนตร์พบว่า ภาพยนตร์เรื่องอามีนเป็นภาพยนตร์ที่ผสมผสานระหว่างรูปแบบ classical cinema และ formalism เข้าไว้ด้วยกัน เนื่องจากเป็นการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับศาสนาอิสลามและวิถีชีวิตของมุสลิมให้คนดูสัมผัสได้อย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกันก็ใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบไม่เรียงตามลำดับเพื่อให้คนดูเชื่อมโยงเรื่องราวเอง ภาพยนตร์เรื่อง “U-Turn จุดกลับใจ” เป็นภาพยนตร์รูปแบบ classical cinema ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของมุสลิมโดยใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบสะท้อนอารมณ์คนดู เนื้อหาเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ซึ่งภาพยนตร์ฮาลาลทั้งสองเรื่องข้างต้นจะทำให้ผู้ชมเข้าถึงได้ง่ายด้วยวิธีการเล่าเรื่องที่คนดูคุ้นเคย สำหรับภาพยนตร์เรื่องอาดัม จันทรแยก-โลกแตก-ญิน เป็นภาพยนตร์แนว formalism ที่นำเสนอเรื่องเล่าซ้อนเรื่องเล่า และนำเสนอแนวคิดผ่านสัญลักษณ์เชิงนามธรรม บทสนทนาเชิงปรัชญาที่ชวนให้คนดูตีความ ทำให้ผู้ชมมุ่งอยู่กับประเด็นที่ภาพยนตร์ต้องการสื่อสาร ดังนั้นภาพยนตร์ฮาลาลแต่ละเรื่องจึงมีข้อได้เปรียบและข้อจำกัดแตกต่างกัน

ผลการศึกษาที่ผู้วิจัยค้นพบทำให้เข้าใจถึงการทำงานของผู้กำกับภายใต้เงื่อนไขของการผลิตภาพยนตร์มากขึ้น ดังที่ฟงควีร์ สุภานนท์ (2561) ได้วิพากษ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในระบบทุนนิยมไว้ว่า มีโครงสร้างที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้กำกับภาพยนตร์หลายด้าน ได้แก่ การถูกรวบงำจากนายทุน การผลิตซ้ำเนื้อหา และนักแสดง การหวังผลกำไรมากกว่าคุณค่าทางศิลปะ และการถูกจำกัดเสรีภาพในการนำเสนอความคิด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการทำงานของผู้กำกับต่างก็ต้องพบกับสภาวะกดดันจากเงื่อนไขกฎเกณฑ์ หรือปัจจัยต่าง ๆ ทั้งสิ้น แต่ต่างกันตรงที่บริบทเฉพาะของผู้กำกับภาพยนตร์ฮาลาลนั้นเป็นการต่อรองระหว่างการสร้างสรรค์สื่อภาพยนตร์ที่ให้อรรถรสกับการต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของศาสนาอิสลาม ฉะนั้นที่สุดแล้วทีมงานผู้สร้างภาพยนตร์ฮาลาลที่แม้จะเป็นภาพยนตร์ทางเลือกไม่ได้อยู่ในระบบทุนนิยม ก็เชื่อว่าสามารถทำงานได้อย่างอิสระ ทั้งนี้พบว่า ผู้กำกับภาพยนตร์ฮาลาลที่ผู้วิจัยศึกษานั้นเป็นมุสลิมที่มีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจในหลักการศาสนาอิสลาม ทำให้ยอมรับและปรับรูปแบบการทำงานให้อยู่ภายใต้กรอบของศาสนาอิสลามได้ และเป็นที่ยอมรับจากองค์กรผู้ผลิต

อย่างไรก็ตาม ในฐานะนักสร้างสรรค์ผู้กำกับมีความพยายามต่อรองกับความเป็นสื่อที่เผยแพร่ศาสนาซึ่งมีกฎเกณฑ์ที่เข้มงวด เพื่อให้ภาพยนตร์ฮาลาลไม่เป็นที่โต้แย้งหรือขาดความน่าสนใจ โดยพบว่า ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง “อมีน” และเรื่อง “อาดัม จันท์แยก-โลกแตก-ญิน” ได้ใช้กลวิธีการเล่าเรื่องและเทคนิคภาพยนตร์อย่างแพรวพราวซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้กำกับ ไม่ว่าจะเป็นการเล่าเรื่องแบบไม่ประติดประต่อ การเล่าเหตุการณ์ในอดีตสลับกับปัจจุบัน (flashback) การใช้แสง สี มุมกล้อง หรืออุปกรณ์ประกอบฉากเพื่อสื่อความหมายให้คนดูตีความ นอกจากนี้ ยังพยายามนำเสนอภาพยนตร์ฮาลาลด้วยการดัดแปลงวิธีการสร้างสรรค์บางอย่างให้ภาพยนตร์ได้อรรถรสและอยู่ภายใต้เงื่อนไขของศาสนาอิสลามไปพร้อม ๆ กัน ดังที่ค้นพบว่าผู้กำกับได้ใช้เสียงอะแคเบลลาเพื่อร่ำอารมณณ์คนดูแทนเสียงดนตรี รวมทั้งมีการนำผู้หญิงมาเข้าฉากในภาพยนตร์เรื่อง “U-Turn จุดกลับใจ” และเรื่อง “อาดัม จันท์แยก-โลกแตก-ญิน” ภายใต้การแต่งกายที่มิดชิดรัดกุมและถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม แม้จะเป็นสัดส่วนที่ยังน้อย แต่ก็ทำให้เห็นถึงแนวโน้มของภาพยนตร์ฮาลาลที่ผู้กำกับพยายามต่อรองกับบอร์ดชะรีอะฮ์ ให้มีสัดส่วนของศิลปะภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น และผ่อนคลายกฎเกณฑ์อันเข้มงวดของศาสนาบางอย่างลง การต่อรองของผู้กำกับภาพยนตร์ฮาลาลดังกล่าว

ทำให้เข้าใจแนวคิดของสมคน วรวิวัฒน์ (2553) ที่กล่าวว่า ผู้กำกับภาพยนตร์สมัยใหม่จะมีอำนาจในการต่อรองกับนายทุนมากขึ้นภายใต้ข้อตกลงเบื้องต้น หรืออีกปัจจัยหนึ่งคือ ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการทำงานและความน่าเชื่อถือของตัวผู้กำกับภาพยนตร์

การสร้างสรรค์ภาพยนตร์ทางเลือก

จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าภาพยนตร์ฮาลาลเป็นภาพยนตร์ทางเลือกที่ประสบปัญหาเรื่องเงินทุนเฉกเช่นภาพยนตร์ทางเลือกอื่น ๆ ดังที่อัญชลี ชัยวรพร (2556) ได้กล่าวถึงแนวคิดภาพยนตร์ทางเลือกว่าเป็นภาพยนตร์ที่ใช้รูปแบบการดำเนินเรื่องที่ไม่เป็นไปตามขนบของการเล่าเรื่องที่คุ้นเคยทำให้มีกลุ่มคนดูค่อนข้างจำกัด จึงมักประสบปัญหาในการหาทุน ทั้งนี้องค์กรผู้ผลิตภาพยนตร์ฮาลาลได้ใช้วิธีหาเงินทุนด้วยการเปิดรับบริจาคเพื่อผลิตภาพยนตร์ฮาลาลโดยเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการระดมทุนสาธารณะ ดังที่ Esposti (2558 อ้างถึงใน ไทยพับลิก้า, 2558) กล่าวว่าหนึ่งในรูปแบบของการระดมทุนสาธารณะ คือ การบริจาคเพื่อกิจการทางสังคมเพื่อความเปลี่ยนแปลงบางอย่างไปในทางที่ดีขึ้น โดยไม่หวังผลตอบแทน อย่างไรก็ตาม ได้มีการกำหนดกรอบหรือเงื่อนไขของศาสนาอิสลามที่เข้มงวดในทุกกระบวนการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ ดังที่ค้นพบว่า มีการตรวจสอบจากบอร์ดชะรีอะห์หรือคณะกรรมการด้านศาสนาอิสลามในทุกขั้นตอนการผลิต

ทั้งนี้หากพิจารณาจากแนวคิดสื่อทางเลือกที่ไม่ได้แสวงหากำไรเป็นหลักพบว่า บุคลากรในองค์กรจะมีเจตนาธรรมและอุดมการณ์ที่คล้ายคลึงกัน ดังที่อรรถณัฐ วันทะสมบัติ (2558 อ้างถึงใน ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง, 2558) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับสื่อทางเลือกไว้ว่า การคัดเลือกบุคคลเข้ามาทำงานไม่ได้พิจารณาที่คุณสมบัติ หากแต่พิจารณาจากความตั้งใจ ทศนคติ อุดมการณ์เป็นสำคัญ แนวคิดดังกล่าวทำให้เห็นถึงวิธีการคัดเลือกทีมงานและนักแสดงของภาพยนตร์ฮาลาลชัดเจนขึ้นโดยพบว่า ผู้กำกับภาพยนตร์มีวิธีเชิญชวนทีมงานและนักแสดงมาร่วมงาน ด้วยวิถีคิดของความดีงาม หรือการเชิญชวนในลักษณะของการร่วมอุดมการณ์เพื่อขับเคลื่อนสังคมไปในทางที่ดีขึ้น ต่างจากสื่อในระบบพาณิชย์นิยมทั่วไปที่มีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไร

การเป็นภาพยนตร์ทางเลือกที่มีข้อจำกัดเรื่องเงินทุน ผนวกกับเงื่อนไขของศาสนาอิสลามซึ่งส่งผลโดยตรงต่อกลวิธีการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ ทำให้ภาพยนตร์

ฮาลาลไม่ได้ถูกเผยแพร่ในวงกว้าง หรือไม่ได้ฉายในโรงภาพยนตร์ระบบพาณิชย์นิยม
อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นภาพยนตร์ทางเลือกเฉพาะกลุ่มแต่ก็มีความต้องการให้ภาพยนตร์
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จึงมีอาจจะเลยกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดได้ จากการศึกษา
พบว่า ทีมงานภาพยนตร์ฮาลาลมีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย
ผสมผสานกันทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม และการตลาด
แบบบอกต่อ ผ่านช่องทางทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย
เกิดความสนใจและสนับสนุนภาพยนตร์ โดยเครื่องมือสื่อสารจะถูกเชื่อมโยงให้ม
มีความเกี่ยวพันและสอดคล้องต่อเนื่องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ด้วยเนื้อหาสาร และ
โลโก้ภาพยนตร์ที่ถูกนำไปใช้ในเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสาร
การตลาดแบบผสมผสาน (IMC) ของอิรฟานี โสห์ทองคำ (2545) ที่อธิบายว่า การผสมผสาน
เพื่อสร้างความเกี่ยวข้อง สอดคล้อง และต่อเนื่องในการใช้เครื่องต่าง ๆ จะทำให้เกิด
ความกลมเกลียวเป็นหนึ่งเดียว (oneness) นักการตลาดจะต้องเลือกเครื่องมือไอเอ็มซี
และนำมาผสมผสานกันได้อย่างดี เพื่อให้เครื่องมือต่าง ๆ สนับสนุนและส่งเสริมซึ่งกัน
และกัน

ทั้งนี้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันนั้นเอื้อประโยชน์ต่อนักการตลาด
ทำให้สามารถใช้เครื่องมือการสื่อสารได้หลากหลายในราคาต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะ
สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อสื่อทางเลือก ดังจะเห็นได้ว่า ทีมงาน
ภาพยนตร์ฮาลาลมีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการทำการตลาด ไม่ว่าจะเป็น
เว็บไซต์ www.whitechannel.tv ช่องยูทูบ “White Channel สถานีความดี
24 ชั่วโมง” เฟซบุ๊กแฟนเพจ “White Channel สถานีความดี 24 ชั่วโมง” เป็นต้น
สอดคล้องกับงานของสรสันทน์ คำติบุญ (2559) ที่กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่
ใช้งบในการลงทุนค่อนข้างน้อย แต่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วและตรง
กลุ่มเป้าหมายกว่าสื่ออื่น ๆ ผู้สร้างภาพยนตร์นอกกระแสจึงใช้ช่องทางสื่อออนไลน์
เป็นตัวแปรสำคัญทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยค้นพบว่า เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ทำให้ภาพยนตร์
ฮาลาลในฐานะสื่อทางเลือกที่เผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับศาสนาอิสลามและมิมบประมาณ
จำกัด ถูกขยายออกไปให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้นก็คือ การตลาดแบบ
บอกต่อ เนื่องจากการทำให้สังคมพูดถึงจนเป็นกระแสปากต่อปากโดยไม่ต้องเสีย

งประมาณมาก ดังที่ประสิทธิ์ อุทาลีศ (2553) กล่าวว่า การตลาดแบบบอกต่อเป็นเทคนิคการทำการตลาดเชิงรุก โดยอาศัยการเชื่อมโยงกันในสังคมเป็นตัวผลักดันให้เกิดการรับรู้ในตราสินค้า แทนการใช้งบประมาณจำนวนมากสำหรับโฆษณาบนสื่อขนาดใหญ่ต่าง ๆ ข้อค้นพบจากการศึกษายังทำให้เห็นถึงเงื่อนไขของการเกิดกระแสบอกต่ออย่างน้อย 2 เงื่อนไข ได้แก่ “ความเป็นครั้งแรก” และ “ความขัดแย้ง” กล่าวคือ ในกรณีภาพยนตร์ฮาลาลนั้นเป็นภาพยนตร์ที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งไม่เคยมีปรากฏขึ้นมาก่อน จึงมีการถูกพูดถึงและบอกต่อในลักษณะของความเป็นครั้งแรก ขณะเดียวกัน การเกิดขึ้นของภาพยนตร์ก็ทำให้เกิดกระแสจากคนที่เห็นด้วยและเห็นต่างกับภาพยนตร์ฮาลาล โดยเฉพาะในแวดวงศาสนาอิสลามเอง จึงเกิดการบอกต่ออย่างกว้างขวางมากขึ้น ผลการศึกษาดังกล่าวช่วยขยายความให้เห็นถึงแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดแบบบอกต่อของดวงหทัย กอหลวง (2555) ที่กล่าวว่า การที่จะให้สินค้าเป็นที่รู้จักได้นั้น อาจจะมาจากการพูดคุยกัน หรือที่เรียกว่า “ปากต่อปาก” (word of mouth) ซึ่งเป็นได้ทั้งในแง่บวกหรือแง่ลบ

บทบาทของภาพยนตร์ฮาลาลกับสังคมพหุวัฒนธรรม

การศึกษารุ่นนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของภาพยนตร์ฮาลาลในแง่ของการเป็นสื่อทางเลือก ที่พยายามสร้างพื้นที่การต่อสู้ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาวมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลาม โดยหนึ่งในจุดประสงค์สำคัญของผู้ผลิตภาพยนตร์ฮาลาล คือ การนำเสนอความเป็นอิสลามที่ถูกต้อง ทำให้คนในสังคมเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมุสลิม ซึ่งแตกต่างออกไปจากวัฒนธรรมหลักของสังคม และมักไม่ปรากฏในสื่อกระแสหลักหรือนำเสนอไม่ถูกต้องครบถ้วน สอดคล้องกับแนวคิดของอัญชลี ชัยวรพร (2556) ที่กล่าวถึงแนวคิดภาพยนตร์ทางเลือกไว้ว่า รากฐานสำคัญของภาพยนตร์ประเภทนี้จะปฏิเสธวิธีการทำหนังที่ถูกควบคุมอยู่ในระบบกระแสหลักหรือครอบงำด้วยระบบนายทุน ภาพยนตร์ฮาลาลจึงเป็นกลไกหนึ่งที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีความหลากหลาย และนำไปสู่การขับเคลื่อนให้เกิดความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมโดยมาโนช ชุ่มเมืองปัก (2560) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า สำหรับสังคมไทยการส่งเสริมแนวคิดเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรม (cultural diversity) และพหุวัฒนธรรมนิยม (multiculturalism) เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อตามแนวคิดของ McQuail (2000 อ้างถึงใน ภาภิศักดิ์ ตรีสุกุล, 2551) ที่กล่าวไว้ว่า

หนึ่งในบทบาทสำคัญของสื่อก็คือ การประสานสัมพันธ์คนในสังคม โดยเฉพาะสังคมที่มีความหลากหลายทั้งในแง่ของอัตลักษณ์ทางศาสนา ชาติพันธุ์ หรือศาสนา สื่อก็ยังมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้คนในสังคมเข้าใจกันและกัน

อย่างไรก็ดี ขณะที่ภาพยนตร์ฮาลาลกำลังต่อสู้ทางวัฒนธรรมเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของชาวมุสลิม และขับเคลื่อนให้เกิดสังคมพหุวัฒนธรรมที่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ ทว่าในแง่ของการเป็นสื่อทางเลือกที่เผยแพร่แนวคิดของศาสนาอิสลาม ผู้วิจัยพบว่า บางครั้งภาพยนตร์ฮาลาลมีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความละเอียดอ่อนหรือไม่ใช่เนื้อหาในอุดมคติของคนส่วนใหญ่ในสังคม เช่น การชี้ให้เห็นถึงความดีและความชั่วโดยใช้บรรทัดฐานของศาสนาอิสลามเป็นตัวตัดสิน ก็เป็นไปได้ว่าเนื้อหาของภาพยนตร์ฮาลาลอาจไปกระทบหรือสร้างความไม่พอใจให้กับคนบางกลุ่ม ดังที่ O'Siochru (1996 อ้างถึงใน Journalist in Philippines, 2558) ได้กล่าวถึงสื่อทางเลือกไว้ว่า มักอยู่ข้างตรงข้ามกับสื่อกระแสหลัก เนื้อหาจะมีความขัดแย้งหรือต่อต้านข้ออำนาจใหญ่ของสังคม ซึ่งประเด็นดังกล่าวอาจพัฒนาไปเป็นความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนในสังคมได้ ดังนั้นผู้ผลิตสื่อทางเลือกจึงควรมีการตรวจสอบตัวเอง และระมัดระวังในการนำเสนอเนื้อหาเช่นเดียวกับผู้ผลิตสื่อกระแสหลัก

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการส่งเสริมให้มุสลิมเรียนรู้การผลิตภาพยนตร์ เพื่อสามารถผลิตสื่อภาพยนตร์ทางเลือกเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นการเพิ่มความหลากหลายให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรผลักดันสนับสนุนการผลิตสื่อทางเลือกของกลุ่มอื่น ๆ เพื่อให้กลุ่มหรือองค์กรที่ผลิตสื่อดังกล่าวสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการวิจัยการเล่าเรื่องและกลวิธีการสร้างสรรค์ของภาพยนตร์ทางเลือกเรื่องอื่น ๆ เพื่อนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภูมิทัศน์สื่อทางเลือกในสังคมไทย ซึ่งมีกลุ่มคนที่แตกต่างกันหลากหลายอยู่ร่วมกัน
2. การศึกษาต่อไปเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮาลาลหรือภาพยนตร์ทางเลือกเรื่องอื่น ๆ ควรพิจารณาในมิติของผู้ชมภาพยนตร์ในฐานะผู้รับสารด้วย เพื่อให้ทราบว่ากลวิธีในการนำเสนอเนื้อหาของภาพยนตร์ที่ผู้สร้างในฐานะผู้ส่งสารใช้นั้นมีประสิทธิภาพถึงผู้รับสารหรือไม่ อย่างไร
3. ควรศึกษาผลของการดำเนินงานกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ฮาลาลหรือภาพยนตร์ทางเลือกเรื่องอื่น ๆ เพื่อความเข้าใจภาพยนตร์ทางเลือกในมิติการตลาด ซึ่งยังไม่มีการศึกษามากนัก

รายการอ้างอิง

- Journalist in Philippines. (2558). สื่อและสิทธิการสื่อสารภาคประชาชน. เข้าถึงได้จาก <http://journalistinph.blogspot.com>
- ดวงหทัย กอหลวง. (2555). ความสำคัญของกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไทยพับลิก้า. (2558). Crowdfunding ไอเดียธุรกิจแบบใหม่ กุญแจคือความซื่อสัตย์ โปร่งใส และความคิดสร้างสรรค์. เข้าถึงได้จาก <https://thaipublica.org/2015/02/crowdfunding>
- ธัญรัตน์ สะละหมัด. (2549). อิสลาม-สื่อ-ความรุนแรง: ปฏิสัมพันธ์บนเส้นทางการสร้างภาพลักษณ์ความรุนแรง. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาสหวิทยาการ, สำนักงานบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2545). *IMC in action*. กรุงเทพฯ: ทิปปิง พอยท์.
- บรรจง โกศลวัฒน์. (2529). *การกำกับ (และ) การแสดงในภาพยนตร์*. กรุงเทพฯ: เฮอร์.
- ประสิทธิ์ อุทาลิศ. (2553). กระบวนการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ SEO สำหรับเว็บไซต์บิวตี้โมโลดี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พงศวีร์ สุภานนท์. (2561). การปรับตัวในการเล่าเรื่องของผู้นำกับภาพยนตร์นอกกระแสภายใต้ระบบทุนนิยมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรจันทร์ เสียงสอน. (2557). *การนำเสนอผู้หญิงและความรุนแรงในภาพยนตร์ไทย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารประยุกต์, คณะภาษาและการสื่อสาร, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภากิตต์ ตรีสุกุล. (2551). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- มานิช ชุ่มเมืองปัก. (2560). *การผลิตสื่อทางเลือกโดยชาวไทยเชื้อสายปกากะญอ*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2558). *Re-define ‘สื่อทางเลือก’ ยุคสงครามข่าวสารบนทางแพร่งทุน-อิสระ-มีอาชีพ?*. เข้าถึงได้จาก <https://www.tcijthai.com/news/2015/01/scoop/5426>
- สมคเน วรวิวัฒน์. (2553). *การบริหารงานกองถ่ายทำภาพยนตร์ไทย: กรณีศึกษาผู้กำกับที่เป็นศิลปินตลก*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรสนันท์ คำดีบุญ. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์นอกกระแสของประเทศไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์และนวัตกรรม, คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อัญชลี ชัยวรพร. (2556). *ทฤษฎีและการวิจารณ์ภาพยนตร์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- O’Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1994). *Key concepts in communication and cultural studies*. London: Routledge.