



หนังสือไทยในเวทีสากล

ตลาดภาพยนตร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกอยู่ที่สหรัฐอเมริกาโดยไม่ต้องสงสัย ทั้งในฐานะผู้บริโภคและในฐานะผู้มียไรได้จากการส่งออกหนังไปสู่สากล ฮอลลีวูดมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ยิ่งใหญ่มากขนาดที่ว่าเฉพาะในสหรัฐเองหนังใหญ่แต่ละเรื่องเข้าฉายพร้อมกันคราวละเป็นพันโรงฉายทั่วประเทศ ไม่นับโรงฉายในสารพัดประเทศ ที่เดี๋ยวนี้อีกพยายามจัดโปรโมตให้มีการเข้าฉายพร้อมกับในสหรัฐ

ปัจจุบันตลาดโรงฉายนอกสหรัฐมีประมาณใกล้เคียงกับจำนวนโรงฉายในสหรัฐแล้ว ผู้ผลิตหนังของฮอลลีวูดจึงเล็งเห็นโอกาสที่ใหญ่ขึ้นทุกทีของตลาดสากล ผู้ผลิตหนังไทยก็เห็นโอกาสด้านนี้เช่นเดียวกัน

หนังฮอลลีวูดมีชื่อเสียง แต่สหรัฐเป็นประเทศที่ก่อตั้งโรงฉายไว้นานในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา เจาะตลาดสากลนั้นทำได้ แต่เจาะใจผู้ปกครองประเทศต่างๆ ไม่ลื่นนัก



หนังไทยเพิ่งเริ่มมีชื่อเสียงจากกรณีหนังสั้นส่งประกวด โลกเพิ่งรู้จักหนังไทยผ่าน 2 หน้าต่างหลัก หนังสั้นไทยที่มาจากวิถีคิดนอกกรอบ แหกชนบทแหกประเพณี การทำหนังและการเล่าเรื่องผ่านนักสร้างวัยรุ่นหน้าใหม่มีมากขึ้นเป็นลำดับ

หนังสั้นเหล่านี้คนที่คุ้นชินแต่วิธีเล่าเรื่องแบบเก่าดูไม่ค่อยเข้าใจ ถ้ามองหาความบันเทิงเฉยๆ จากการชมภาพยนตร์ ส่วนใหญ่จะหันไปหาหนังทำเงิน

มากกว่า แต่ต้องไม่ลืมความจริงว่าเขียนหนังในเวทีนานาชาติเขาพยายามค้นหาวิธีเล่าเรื่องแบบใหม่ๆ ที่ไม่เลียนแบบใคร...ไทยทำได้ดีขึ้นเรื่อยๆ ...เร็วๆ นี้ นักวาดการ์ตูนไทย 4 ราย ไปได้รางวัลชนะเลิศ รองชนะเลิศ และอื่นๆ ของการประกวดการวาดการ์ตูนจากกระทรวงการต่างประเทศญี่ปุ่น...แม้ไม่ใช่คานส์ แต่ใครๆ ก็รู้ว่าตลาดการ์ตูนแอนิเมชันนั้นเมืองเก่าแก่อยู่ที่ญี่ปุ่นมานาน

แปลว่างานฝีมือการคิดการเล่าเรื่องของคนไทยรุ่นใหม่ใช้การได้...อาจขายไม่ได้ หาโรงฉายไม่ได้...แต่เนี่ยคือมีฝีมือที่จะพัฒนาขึ้นมาจนเป็นแชมป์เอเชีย ทำหนังใหญ่ได้ต่อไปในอนาคต

อนาคตที่ประชากรในประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ไม่ว่า บราซิล รัสเซีย จีน อาเซียน ตะวันออกกลาง แอฟริกา จะเป็นผู้บริโภคที่ยากมีทางเลือก ไม่ยึดติดกับหนังสั้นท้องถิ่นของตัวเองเท่านั้น

อีกหน้าตาของหนังไทยที่ปรากฏตัวในสากล คือหนังทำเงินของไทย หนังบู๊ที่ จา พนม แสดง หนังพีวัญญาณสยองของไทยที่โลกให้การยกย่อง หนังรักแนวสนุกที่วัยรุ่นและแม่บ้านในเอเชียเริ่มหันมาสนใจงานศึกษาข้อมูลของไพรัช วอเตอร์เฮาส์ ซึ่งเป็นบริษัทสากลได้รับชื่อเสียงในด้านความเป็นวิชาชีพด้านตัวเลขบัญชี เปิดเผยผลการเฝ้าติดตามของตัวว่า

อีก 15 ปีข้างหน้า ตลาดภาพยนตร์ในเอเชีย นับเฉพาะจีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ จะมีขนาดใหญ่เท่ากับตลาดภาพยนตร์ในสหรัฐ !

ในขณะที่สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติสหรัฐก็ชี้ว่าคนสหรัฐนิยมเข้าดูหนังในโรงน้อยลง โดยเฉพาะคนขาวและคนผิวสี ส่วนกลุ่มใหญ่ที่สุดที่เข้าโรงหนังคิดเป็นถึง 25% ของคนดูหนัง คือ ฮิสแปนิกอเมริกัน (คนไทยชอบเรียกว่าพวกเชื้อสายเม็กซิกัน ซึ่งที่จริงคือคนที่มิใช่เชื้อสายมาจากวัฒนธรรมภาษาสเปนมากกว่า) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ดูหนังบ่อยที่สุด โดยถ้าวัดกับคนกลุ่มน้อยในสหรัฐ เช่น เอเชีย อเมริกัน และอื่นๆ ก็ยิ่งทำให้ผู้ผลิตหนังควรคิดถึงคนกลุ่มนี้เหมือนกัน เพราะมีกำลังซื้อและมีวัฒนธรรมการดูหนังที่บ่อยกว่าคนขาว-คนผิวสีที่เราคุ้นเคยมานาน

ในไม่ช้าเราอาจได้ความคุ้นเคยใหม่ ทำหนังให้ดังต้องใส่แว่นของผู้ตัดสินที่เป็นคนขาว ทำหนังให้มีโอกาสเข้าถึงคนดูมากอาจต้องสวมแว่นของคนไม่ขาว...! บ้าง

หนังไทยวันนี้เหมือนอยู่ในช่วงจบบริณญาตรีกำลังจะเข้าตลาดงาน (นานาชาติ) อันแท้จริง ประเทศอื่นที่กำลังเร่งเรียนให้สูงขึ้น เกาหลีจบปริญญาโททั้ง

หนังสือและเกม ญี่ปุ่นหันไปเอาดีทางการ์ตูนแอนิเมชัน
สหรัฐเป็นระดับแถวหน้าใหญ่ที่เริ่มยอมรับการปรากฏตัว
ของวัฒนธรรมอื่นมากขึ้น สังเกตได้จากเนื้อหาตัวละคร
หนังยักษ์ของฮอลลีวูด ยอมมีตัวละครและฉากที่
มาจากคนผิวอื่น ศาสนาอื่น วัฒนธรรมอื่น มากขึ้น
เรื่อยๆ

นายินดีที่รัฐไทยหันมาใส่ใจกับหนังไทยมาก
ขึ้นเรื่อยๆ เกาหลีได้ใช้เวลา 20 ปี ด้วยขนาดประชากร
ในประเทศที่น้อยกว่าเรา ผมเชื่อว่าถ้ารัฐให้ปุ๋ยถูก
สูตร เราจะทะยานไปเป็น Thai Wave ได้ในเวลา
ที่น้อยกว่า ■