

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องกระบวนการพากย์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทัศนศึกษา การพากย์เสียงไทย ในภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษา โดยแบ่งเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

- 2.1 พัฒนาการการพากย์ภาพยนตร์ในประเทศไทย
- 2.2 แนวคิดภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันและการพากย์ภาพยนตร์การ์ตูน
- 2.3 แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม
- 2.4 แนวคิดจักรวรรดินิยมสื่อและวัฒนธรรม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 พัฒนาการการพากย์ภาพยนตร์ในประเทศไทย

การพากย์เป็นศิลปะในการออกเสียงคำพูดหรือการออกเสียงสนทนาลงบนเส้นบันทึกเสียง เป็นกระบวนการเทียบเสียงคำสนทนาให้ตรงกับปากตามฟิล์มภาพยนตร์ที่ได้ถ่ายทำไปแล้ว การพากย์ภาพยนตร์ในประเทศไทยมีต้นกำเนิดและพัฒนามาจากการพากย์โขน หนังใหญ่ หนังตะลุง ซึ่งตัวละครไม่ได้ออกเสียงสนทนาเองแต่มีบุคคลที่ทำหน้าที่ให้เสียงสนทนาโดยเฉพาะ (มิ่งขวัญ เกียประเสริฐ, 2542)

มิ่งขวัญ เกียประเสริฐ (2542) ได้แบ่งยุคของการพากย์ภาพยนตร์ตามรูปแบบของเทคโนโลยี ภาพยนตร์และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพากย์ ดังนี้

1. ยุคภาพยนตร์เงียบ (พ.ศ. 2440-2469)
2. ยุคภาพยนตร์เสียง (พ.ศ. 2469-ปัจจุบัน)
3. ยุคกำเนิดโทรทัศน์ (พ.ศ. 2498-ปัจจุบัน)
4. ยุคการบันทึกเสียง (พ.ศ. 2512-ปัจจุบัน)
5. ยุคการบันทึกเสียงโดยการคัดเลือกเสียง (พ.ศ. 2535-ปัจจุบัน)

1) ยุคภาพยนตร์เงียบ (พ.ศ. 2440-2469)

ภาพยนตร์ถูกนำเข้ามาฉายในประเทศไทยเป็นครั้งแรกโดยนายเอส.จี. มาร์คอฟสกี (S.G. Marchovsky) และคณะ เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2440 หลังจากนั้นก็มีการสร้างโรงภาพยนตร์ทั้ง

แบบถาวรและแบบชั่วคราวและมีพ่อค้าชาวต่างประเทศหลายรายนำภาพยนตร์เข้ามาฉายเพื่อเก็บค่าเข้าชม ด้วยเหตุที่พ่อค้าชาวญี่ปุ่นเป็นผู้นำภาพยนตร์เข้ามาฉายอย่างแพร่หลาย ทำให้คนไทยในสมัยนั้นเรียกกันติดปากว่า “หนังญี่ปุ่น” แท้จริงแล้วชาวญี่ปุ่นเป็นเพียงผู้รับซื้อมาฉายเท่านั้น (โดม สุขวงศ์ และ สวัสดิ์ สุวรรณปักษ์, 2545)

ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2447 คณะฉายภาพยนตร์ชาวญี่ปุ่นที่ใช้ชื่อว่า The Grand Cinematographic Exhibition of The Russo-Japanese War ได้นำภาพยนตร์สงครามระหว่างญี่ปุ่นกับรัสเซียเข้ามาฉาย เพื่อเป็นการแสดงแสนยานุภาพอันเกรียงไกรและชัยชนะอันใหญ่หลวงของกองทัพญี่ปุ่นที่มีต่อรัสเซียให้นานาประเทศได้ชื่นชม โดยตั้งโรงกระโจมเปิดฉายเป็นการชั่วคราวที่เวียงหน้าวัดตึก (เวียงนาครเกษมในเวลาต่อมา) (โดม สุขวงศ์, 2526: 137) การฉายภาพยนตร์ในสมัยนั้นยังไม่มีกรพาคย์เนื่องจากเป็นภาพยนตร์เงียบ จะมีก็เพียงแต่การบรรเลงเครื่องดนตรีหน้าโรงภาพยนตร์เพื่อเรียกความสนใจจากผู้ชม การแสดงลิเกสลับฉากและการทำเสียงประกอบในขณะที่ฉายภาพยนตร์ เช่น ใช้กะลามะพร้าวมาโขกกันให้เกิดเสียงเหมือนม้วน การใช้ทรายสาดลงบนแผ่นสังกะสีเพื่อให้เกิดเสียงคล้ายเสียงคลื่น เป็นต้น ซึ่งสร้างความตื่นเต้นให้แก่ผู้ชมเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นสื่อให้ความบันเทิงรูปแบบใหม่

เมื่อสื่อภาพยนตร์เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นทำให้มีการสร้างโรงภาพยนตร์แบบถาวรในเขตกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก โรงภาพยนตร์แต่ละแห่งได้คิดหากลยุทธ์ในการดึงดูดใจผู้ชมด้วยการจัดพิมพ์ใบปลิวแจ้งโปรแกรมการฉายภาพยนตร์และเล่าเรื่องย่อของภาพยนตร์เพื่อแจกหรือจำหน่ายในที่ชุมนุมชนต่างๆ (โดม สุขวงศ์, 2526: 141)

ต่อมาเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2470 พ่อค้าชาวสิงคโปร์ได้เริ่มนำภาพยนตร์ที่มีเสียงพูดพร้อมกับอุปกรณ์การฉายเข้ามาฉายในกรุงเทพฯ ซึ่งได้รับการต้อนรับและกล่าวขวัญถึงอย่างคึกคักในฐานะของแปลกประหลาด ทำให้เจ้าของโรงภาพยนตร์ทั้งหลายริเริ่มกิจกรรมประกอบการฉายภาพยนตร์ นั่นคือการจัดให้มีผู้คอยบรรยายเรื่องหรือเล่าเรื่องอยู่หน้าจอภาพยนตร์ ความคิดนี้เกิดจากการเสนอแนะของถ้วน ยาวะประภาส ซึ่งขณะนั้นเป็นผู้ช่วยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ข่าวภาพยนตร์ของบริษัทภาพยนตร์พัฒนากร ต่วนได้เคยพบเห็นการแสดงเช่นนี้ที่ประเทศญี่ปุ่นที่เรียกว่า เบนชิ¹ อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะนี้ได้ถูกปฏิเสธในคราวแรกแต่ในภายหลังก็ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารของบริษัทภาพยนตร์พัฒนากร ต่วนได้รับมอบหมายให้เป็นคนทดลองกิจกรรมการเล่าเรื่องนี้โดยเริ่มจากภาพยนตร์เงียบเรื่อง คำแห่งความรัก (His Lady) ของบริษัททอว์เนอร์ ฉายที่โรงภาพยนตร์ย่านฝั่งธน

¹ เบนชิ เป็นผู้อธิบายหรือผู้บรรยายภาพยนตร์เงียบในประเทศญี่ปุ่น ทำหน้าที่แนะนำและบอกเค้าโครงเรื่องภาพยนตร์ให้แก่ผู้ชมก่อนเริ่มฉาย เมื่อภาพยนตร์มีความยาวและความซับซ้อนขึ้น เบนชิทำหน้าที่อธิบายแต่ละฉากและให้เสียงตัวละครในภาพยนตร์ด้วย (Hiroshi Komatsu ใน “Japan: Before the Great Kanto Earthquake” อ้างใน Geoffrey Nowell-Smith (editor), 1997)

และซานเมือง ปรากฏว่าเป็นทั้งที่ชื่นชอบและไม่สບอารมณ์ของผู้ชม แต่ดูเหมือนว่าที่ชื่นชอบจะมีเสียงข้างมากโดยเฉพาะในหมู่ผู้ชมระดับชาวบ้านร้านตลาด ซึ่งเป็นขาประจำของโรงภาพยนตร์ ทางบริษัทจึงยินยอมให้นายตัวนจัดกิจกรรมนี้ต่อไปอีกเป็นครั้งคราว (โคม สุวงศ์, 2526: 155-156)

ในปีพ.ศ. 2474 มีการนำเข้าภาพยนตร์เรื่องรามเกียรติ์ ตอน ไมยราพณ์ ลิน สีนุญเรื่อง หรือทิดเจียว ผู้ได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งวงการพากย์ไทยและชาวคณะได้คิดวิธีการพากย์ขึ้นมาใหม่ แทนการเล่าเรื่องราวหรือการบรรยายแบบเดิม โดยประยุกต์ใช้วิธีการพากย์แบบการพากย์โขน คือ การเจรจาเป็นบทกลอนทั้งบทบรรยายเรื่องและบทเจรจาของตัวละครต่างๆ ในฉากที่ไม่มีบทเจรจาก็มีการบรรเลงดนตรีปี่พาทย์สลับกันไป ทั้งนี้การพากย์ภาพยนตร์เรื่องนี้ ทิดเจียวได้รับหน้าที่ในการพากย์คนเดียวตลอดทั้งเรื่องและทุกรอบที่ฉาย (มิ่งขวัญ เจียประเสริฐ, 2542) ปรากฏเป็นที่ถูกอกถูกใจผู้ชมเป็นอย่างมาก เนื่องจากทิดเจียวเป็นผู้มีพื้นฐานการแสดงละครร้องและรู้จักวิธีการเข้าถึงสเนียมและจิตใจของผู้ชมเป็นอย่างดี ส่งผลให้ทิดเจียวมีชื่อเสียงโด่งดังในฐานะนักพากย์และทำให้คำว่า “พากย์” ได้กลายมาเป็นคำที่ใช้เรียกกันติดปากสำหรับการบรรยายหรือการเล่าเรื่องภาพยนตร์ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (โคม สุวงศ์, 2526: 160)

การพากย์ในยุคภาพยนตร์เจียบมีลักษณะสำคัญดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ของการพากย์ มุ่งให้ผู้ชมภาพยนตร์เข้าใจเรื่องราวหรือเนื้อเรื่องในภาพยนตร์และสร้างความสนุกสนานแปลกใหม่ในการชมภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นสื่อใหม่

1.2 กระบวนการพากย์ เจ้าของโรงภาพยนตร์จัดหานักพากย์ นักพากย์เป็นผู้จัดทำบทพากย์เองหรือให้ผู้เชี่ยวชาญภาษาต่างประเทศเป็นผู้แปลบทและนักพากย์เรียบเรียงเป็นบทพากย์ จากนั้นนักพากย์จะออกไปยืนหน้าเวทีเพื่อพากย์สดพร้อมกับการฉายภาพยนตร์

1.3 รูปแบบและวิธีการพากย์ เป็นการพากย์สดพร้อมกับการฉายภาพยนตร์ทุกรอบ นักพากย์ (ชาย) สวมเสื้อราชปะแตนสีขาวและนุ่งผ้าม่วง สวมถุงน่องรองเท้าครบเครื่อง ยืนถือโทรโข่งคอยเล่าเรื่องราวตามภาพและแปลข้อความที่ปรากฏบนจอให้ผู้ชมฟังอยู่หน้าจอภาพยนตร์ มีผู้ช่วยคอยทำเสียงประกอบอยู่ด้านหลังจอและมีวงดนตรีบรรเลงสดอยู่ด้านล่างเวที นักพากย์สามารถสร้างสรรค์หรือพัฒนาวิธีการพากย์ได้อย่างอิสระ ยกตัวอย่างเช่น การพากย์ในรอบแรกอาจเกิดข้อผิดพลาดหรือยังไม่คุ้นเคย แต่ในการพากย์ครั้งหลังๆ ก็สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดได้ เมื่อมีความชำนาญมากขึ้นอาจมีการใส่ลูกเล่นในการพากย์ มุขตลกต่างๆ หรือปรับเปลี่ยนคำพูดในบทพากย์ให้มีความสนุกสนานเข้ากับสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ เป็นต้น

1.4 ลักษณะของการพากย์ เป็นการบรรยายหรือเล่าเรื่องเหตุการณ์ตามภาพในภาพยนตร์ ยังไม่มีการแทนเสียงพูดของตัวละครเช่นการพากย์ในยุคปัจจุบัน นักพากย์จะพากย์ตามบทพากย์ที่ได้

จัดเตรียมไว้เป็นหลัก แต่ก็อาจมีการเสริมบทบ้างขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความสามารถส่วนตัวของนักพากย์

2) ยุคภาพยนตร์เสียง (พ.ศ. 2470-ปัจจุบัน)

เมื่อภาพยนตร์เสียงในฟิล์มเข้ามาฉายแพร่หลายในประเทศไทย การพากย์ในลักษณะของการบรรยายหรือการเล่าเรื่องในภาพยนตร์เงียบได้พัฒนามาเป็นการพากย์แบบให้เสียงแทนตัวละครเพราะภาษาพูดในภาพยนตร์ส่วนใหญ่เป็นภาษาอังกฤษ ผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่ในขณะนั้นยังไม่อาจฟังได้เข้าใจ ในปีพ.ศ. 2476 ทิดเชียวได้ทดลองพากย์เสียงพูดและร้องเพลงเป็นภาษาไทยให้กับภาพยนตร์เรื่อง อาวุธหะซัน เป็นเรื่องแรก ฉายที่โรงภาพยนตร์บ้านหม้อ โดยพากย์แทนเสียงตัวละครเองทั้งหมด ทั้งเสียงผู้ชาย ผู้หญิง คนแก่และเด็ก ปรากฏว่าเป็นที่ชื่นชมของผู้ชมเป็นอย่างมาก การพากย์เสียงไทยให้กับภาพยนตร์ต่างประเทศจึงเกิดขึ้นนับแต่นั้นเป็นต้นมาและเติบโตอย่างรวดเร็ว (โดม สุขวงศ์, 2526: 161) ต่อมาเจ้าของกิจการโรงภาพยนตร์ต่างๆ ได้กันห้องไว้สำหรับนักพากย์อยู่ติดกับห้องฉาย และมีการนำไมโครโฟนและเครื่องขยายเสียงมาใช้ในการพากย์ นักพากย์จึงไม่ต้องออกไปยืนถือโทรโข่งคอยพากย์อยู่หน้าจออีกต่อไป แต่การพากย์ก็ยังคงเป็นการพากย์สดทุกรอบเช่นเดิม

ในยุคภาพยนตร์เสียงนี้ได้ก่อให้เกิดนักพากย์ขึ้นเป็นจำนวนมาก นักพากย์ที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ทิดเชียว, เพ็ญ ปัญญาพล, หม่อมหลวงรุจิรา อิศรางกูร, พันคำ (พร้อมสิน สีบุญเรือง บุตรชายของทิดเชียว), เสน่ห์ โกมารชุน เป็นต้น ในระยะแรกๆ การพากย์ภาพยนตร์เป็นงานของผู้ชายเท่านั้นและพากย์คนเดียวทั้งเรื่อง (พากย์เดี่ยว) นักพากย์จึงต้องสามารถคัดเสียงได้หลากหลาย ขณะเดียวกันก็ต้องสามารถตีความสนใจของผู้ชมเนื่องจากการยังเป็นการพากย์สด ภายหลังจึงมีการนำนักพากย์หญิงเข้ามาร่วมพากย์ด้วย (พากย์คู่) เช่น ศรี ปัญญาพล, มารศรี อิศรางกูร ณ อยุธยา, จุรี โอศิริ เป็นต้น ซึ่งก็ต้องช่วยกันพากย์เสียงตัวละครทั้งหมดที่ปรากฏในเรื่อง นักพากย์ชายพากย์เสียงตัวละครที่เป็นผู้ชาย ทั้งหมดส่วนนักพากย์หญิงก็จะพากย์เสียงตัวละครที่เป็นผู้หญิงและเด็ก นักพากย์แต่ละคนมักมีลีลาและน้ำเสียงในแบบเฉพาะตัวที่ทำให้ผู้ชมคล้อยตามแบบไม่รู้ตัวว่านั่นคือการพากย์ ผู้ชมมักตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์โดยดูว่าใครเป็นคนพากย์ด้วย โรงภาพยนตร์บางแห่งถึงกับเขียนโฆษณาชวนนักพากย์ตัวโตกว่าชื่อภาพยนตร์ก็มี (สมาคมนักพากย์ภาพยนตร์แห่งประเทศไทย, 2544)

เนื่องจากในสมัยนั้นสื่อโทรทัศน์ยังไม่ถือกำเนิดขึ้นมา ภาพยนตร์จึงเป็นสื่อบันเทิงหลักของผู้คนทุกหัวระแหง จากศูนย์กลางในกรุงเทพมหานครก็มีการกระจายตัวออกไปยังชนเมือง จังหวัดใกล้เคียง จนถึงต่างจังหวัดที่ไกลออกไปทั่วประเทศ ในตัวจังหวัดหรืออำเภอขนาดใหญ่เท่านั้นจึงจะมีโรงภาพยนตร์แบบถาวร การที่นักพากย์จากกรุงเทพฯ จะเดินทางไปพากย์ก็เป็นเรื่องยากลำบาก จะมีก็แต่ในโอกาสพิเศษเท่านั้น นักพากย์ตามต่างจังหวัดจึงเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งล้วนมีลีลาการพากย์

และเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไปตามแต่ละภูมิภาค เช่น การพากย์ในภาคอีสานจะเน้นความตลกแบบสองแง่สามง่าม การพากย์ในภาคใต้เน้นความจริงจังตามเนื้อเรื่องของภาพยนตร์ เป็นต้น

ผู้คนที่อยู่ห่างไกลออกไปก็มีโอกาสได้ชมภาพยนตร์บ้างในลักษณะของหนังกลางแปลงหรือหนังเร่ ผู้ที่ต้องการนำภาพยนตร์ไปฉายในที่ต่างๆ จะว่าจ้าง บริการหนัง² หรือผู้จัดหาภาพยนตร์ให้นำภาพยนตร์ไปฉาย โดยมีนักพากย์ไปพร้อมกับภาพยนตร์เรื่องละ 1 คน เรียกว่านักพากย์เดินสาย ซึ่งต้องพากย์คนเดียวทั้งเรื่อง บางครั้งภาพยนตร์ที่นำไปฉายไม่มีบทพากย์หรือบทพากย์มีไม่ครบหรือหล่นหายระหว่างการเดินทาง นักพากย์เดินสายก็ต้องพากย์นอกเรื่องเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ถ้าพากย์สนุก ผู้ชมก็ปรบมือชอบใจ ถ้าพากย์ไม่สนุกผู้ชมก็ปาข้าวของบ้าง โห่ไล่บ้าง บางครั้งผู้ชมที่ไปชมหนังกลางแปลงหรือหนังเร่ ไม่ได้สนใจตัวภาพยนตร์แต่กลับสนใจลีลาการพากย์ของนักพากย์ก็มี

ส่วนภาพยนตร์ที่เรียกกันว่า “หนังชายยา” เป็นประเภทหนึ่งของหนังเร่ ซึ่งบริษัทห้างร้านต่างๆ เป็นผู้สนับสนุนหลักในการจัดหาภาพยนตร์ไปฉายในสถานที่ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์และขายสินค้าของตน ในสมัยนั้นมีบริษัท โอเอสสตาเติกเองเคยเป็นผู้ริเริ่ม และมีบริษัทอื่นๆ ตามมาภายหลัง เช่น เบอร์ลี่ยุกเกอร์, ยูนิลีเวอร์, ซิลเวอร์ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จะขายยาหรือเครื่องสำอาง (ไมตรี เกสร อ่างใน มิ่งขวัญ เถียประเสริฐ, 2542) ในการพากย์หนังชายยานั้น นักพากย์มักเป็นเจ้าหน้าที่ของบริษัทหรือนักพากย์สังกัดของบริษัทนั้นๆ รูปแบบและวิธีการพากย์จะคล้ายๆ กับการพากย์เดี่ยวทั่วไป แต่แตกต่างกันตรงที่พอฉายภาพยนตร์จบ 1 ม้วนก็จะหยุดเพื่อโฆษณาขายสินค้าและทำเช่นนั้นจนกว่าภาพยนตร์จะจบ

การพากย์ในยุคภาพยนตร์เสียงมีลักษณะสำคัญดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์ของการพากย์ มุ่งสร้างความสนุกสนานบันเทิงให้แก่ผู้ชมภาพยนตร์เป็นหลักและให้ผู้ชมได้เข้าใจเนื้อเรื่องของภาพยนตร์ เริ่มให้ความสำคัญกับเสียงพากย์และการขับปากของตัวละคร แต่ยังไม่เคร่งครัดมากนัก เพียงพากย์ขึ้นต้นและจบประโยคให้พร้อมกับตัวละคร ส่วนการให้เสียงพากย์ตัวละครแต่ละตัวนั้นเป็นการัดเสียงเพื่อให้เข้ากับบทบาทและบุคลิกของตัวละคร เช่น เสียงพระเอกจะเป็นเสียงหล่อเข้มแข็ง เสียงนางเอกเป็นเสียงไพเราะอ่อนหวาน เสียงตัวโกงมักจะห้าวและร้ายกาจ เสียงนางร้ายหรือตัวอิจฉามักจะแหลมเล็ก เป็นต้น

2.2 กระบวนการพากย์ เจ้าของโรงภาพยนตร์จัดหานักพากย์ ส่วนในกรณีของการพากย์หนังเร่หรือหนังกลางแปลง ผู้จัดบริการให้เช่าภาพยนตร์จะเป็นผู้จัดสรรนักพากย์ให้ไปพร้อมกับม้วนฟิล์มภาพยนตร์และบทพากย์ นักพากย์จะมีการซ้อมหนังหรือซักซ้อมกันก่อนพากย์จริง เพื่อให้ทราบอารมณ์ของภาพยนตร์และแบ่งวรรคตอนของบทพากย์ เมื่อถึงเวลาพากย์จริงนักพากย์ในโรงภาพยนตร์

² บริการหนัง เป็นผู้ให้บริการเช่าฟิล์มและอุปกรณ์การฉายภาพยนตร์ เพื่อนำไปฉายในลักษณะของหนังเร่หรือให้บริการแก่สายหนังเพื่อนำไปฉายในต่างจังหวัด

จะนั่งอยู่ในห้องพากย์ที่อยู่ติดกับห้องฉาย ส่วนนักพากย์หนังเร่หรือหนังกลางแปลงจะทำหน้าที่ฉายภาพยนตร์และพากย์เสียงไปพร้อมกัน

2.3 รูปแบบและวิธีการพากย์ เป็นการพากย์สดพร้อมกับการฉายภาพยนตร์ทุกรอบ นักพากย์ในโรงภาพยนตร์จะนั่งพากย์อยู่ในห้องพากย์ที่สร้างขึ้นมาโดยเฉพาะ คอยพากย์เสียงผ่านไมโครโฟน และอาจทำหน้าที่ทำเสียงประกอบและวางแผ่นเสียงดนตรีประกอบบ้างในกรณีที่ไม่มีผู้ช่วย นอกจากนี้ นักพากย์ในโรงภาพยนตร์ต้องทำการตัดเสียงสนทนาต้นฉบับหรือ Cut Sound³ เพื่อไม่ให้ผู้ชมได้ยิน การพากย์มีทั้งการพากย์เดี่ยวและพากย์คู่ ส่วนนักพากย์หนังกลางแปลงหรือหนังเร่ยังคงเป็นการพากย์เดี่ยว นักพากย์จะนั่งอยู่กับเครื่องฉายภาพยนตร์เพราะต้องทำหน้าที่ทั้งการพากย์ การฉาย การทำเสียงประกอบ อย่างไรก็ตาม นักพากย์ยังต้องมีความสามารถในการตัดเสียงได้หลากหลายและสามารถสร้างความสนใจของผู้ชมให้ได้ตลอดระยะเวลาการฉายภาพยนตร์

2.4 ลักษณะของการพากย์ การพากย์มีความจริงจังมากขึ้นโดยให้ความสำคัญกับบทบาทและความสัมพันธ์ระหว่างเสียงพากย์และการขับปากของตัวละคร อย่างไรก็ตาม นักพากย์ยังคงมีอิสระในการใช้ความสามารถส่วนตัวและการสร้างสรรค์การพากย์ให้เข้ากับกลุ่มผู้ชมแต่ละกลุ่มและสถานการณ์ ลักษณะที่โดดเด่นของการพากย์ในยุคนี้คือมีการเลือกรับหรือดัดแปลงเนื้อหาสาระในภาพยนตร์ซึ่งเป็นของวัฒนธรรมอื่นแล้วปรับผสมผสานให้เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น ยกตัวอย่างเช่น การพากย์ในท้องถิ่นภาคอีสานมักนิยมใช้ภาษาท้องถิ่นในการพากย์และสอดแทรกมุขตลก การพากย์ในท้องถิ่นภาคใต้นักพากย์มักพากย์สอดแทรกการวิพากษ์วิจารณ์เหตุการณ์บ้านเมือง เป็นต้น (ศิริชัยดวงพิตรา ใน “ขุนพลนักพากย์แดนคำม่วนไทย” อ้างใน บุคคลวันนี้ ปีที่ 6 ฉบับที่ 77, เดือนธันวาคม 2535: 102-110)

3) ยุคกำเนิดโทรทัศน์ (พ.ศ. 2498-ปัจจุบัน)

การเกิดขึ้นของสื่อโทรทัศน์นับเป็นก้าวหนึ่งที่ทำให้การพากย์ภาพยนตร์มีความจริงจังมากขึ้น จากการริเริ่มของจาง รังสิกุล หัวหน้าสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหมในขณะนั้น ที่ดำริให้มีการเปิดรับสมัครนักพากย์และคัดเลือกบุคลากรของสถานีที่มีความสามารถในการพากย์ เข้ามาพากย์ภาพยนตร์ต่างประเทศที่ส่งเข้ามาฉายเป็นจำนวนมากในระยะเริ่มต้นการดำเนินงานสถานี นอกจากนี้ ยังมีการเชิญนักพากย์ที่มีประสบการณ์สูงเข้าร่วมงานด้วย เช่น อุดม สุนทรจามร นักพากย์อาชีพ วิวัฒน์ เสวตนันท์ นักพากย์หนังขายยาสังกัดบริษัทไอเอสสกา เป็นต้น (ทจักรีย์ พิธิภักดิ์, 2545)

³ การตัดเสียงสนทนาต้นฉบับ หรือ Cut Sound เป็นการตัดสลับระหว่างเสียงพากย์กับเสียงดนตรีและเสียงประกอบ โดยใช้เครื่องมือที่มีลักษณะเหมือนเครื่องตัดไฟ มีปุ่มหรือคันโยกเพื่อตัดเสียง เมื่อโยกไปทางหนึ่งจะมีเสียงสนทนาต้นฉบับ เสียงดนตรีและเสียงประกอบ เมื่อโยกไปด้านตรงข้ามเสียงทั้งหมดจะเงียบลง นักพากย์จะต้องพากย์เสียงทับลงบนภาพช่วงที่ไม่มีเสียงนั้น และเมื่อจบบทสนทนานักพากย์จะโยกคันโยกไปอีกทางเพื่อปล่อยเสียงดนตรีและเสียงประกอบ ดังนั้นเมื่อผู้ชมได้ยินเสียงพากย์ก็จะไม่ได้ยินเสียงดนตรีหรือเสียงประกอบเลย มักพูดกันติดปากว่า “ยกดับ-สับดัง”

ภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 การพากย์ในขณะนั้นยังคงเป็นการพากย์สด จึงต้องใช้วิธีการผลิตเปลี่ยนทีมพากย์สองชุดเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการปรับปรุงการพากย์ที่ต้องการให้นักพากย์แต่ละคนให้เสียงแทนตัวละครให้น้อยที่สุดเพื่อไม่ให้เกิดการซ้ำซากของเสียง นอกจากนี้ยังมีการสร้างกฎเกณฑ์ในการเลือกเสียงพากย์และปรับเปลี่ยนวิธีการพากย์ใหม่ กล่าวคือมีการเลือกตัวนักพากย์ให้เหมาะสมกับตัวละครและให้มีการพากย์ตามบทและอ้างอิงเสียงต้นฉบับให้มากที่สุด การพากย์ในยุคกำเนิดโทรทัศน์มีลักษณะสำคัญดังนี้

3.1 วัตถุประสงค์ของการพากย์ มุ่งสร้างความเข้าใจในเนื้อเรื่องภาพยนตร์และสร้างความสนุกสนานในการชมภาพยนตร์ ให้ความสำคัญกับบทพากย์ เน้นความละเอียดและพิถีพิถันในการพากย์มากกว่าการพากย์ในโรงภาพยนตร์

3.2 กระบวนการพากย์ การพากย์ภาพยนตร์ต่างประเทศในช่วงยุคกำเนิดโทรทัศน์เป็นการพากย์แบบเป็นทีม ทำให้ต้องมีการกำหนดตัวพากย์หรือการกำหนดว่าจะให้นักพากย์คนไหนพากย์เสียงตัวละครใดบ้าง หัวหน้าทีมพากย์หรือหัวหน้าสถานีโทรทัศน์จะเป็นผู้ทำหน้าที่นี้ จากนั้นนักพากย์จะทำการซ้อมพากย์ร่วมกันและเมื่อถึงเวลาพากย์ก็จะนั่งอยู่ในห้องพากย์เพื่อพากย์สดตามตารางที่สถานีโทรทัศน์ได้จัดวางไว้

3.3 รูปแบบและวิธีการพากย์ ในระยะเริ่มต้นยังเป็นการพากย์สด นักพากย์เพิ่มจำนวนขึ้นเป็นเฉลี่ย 5-6 คน เพื่อไม่ให้เสียงซ้ำกัน นักพากย์นั่งพากย์อยู่ในห้องพากย์ที่มีไมโครโฟน เครื่องฉายและหูฟังซึ่งนักพากย์สามารถฟังเสียงต้นฉบับเพื่อให้พากย์ขึ้นต้นและจบประโยคพร้อมกับเสียงต้นฉบับ

3.4 ลักษณะของการพากย์ การพากย์ภาพยนตร์ทางสื่อโทรทัศน์ขาดบรรยากาศหรืออารมณ์ร่วมระหว่างการพากย์ ทำให้นักพากย์ไม่สามารถดึงเอาอารมณ์ของผู้ชมมาช่วยในการพากย์ให้มีรสชาติและสนุกสนานดังเช่นการพากย์ในโรงภาพยนตร์ แต่การพากย์ทางสื่อโทรทัศน์ได้ให้ความสำคัญกับบทพากย์และเน้นความพิถีพิถันในการพากย์ ทำให้การพากย์มีลักษณะจริงจังและคล้ายคลึงกับต้นฉบับมากขึ้น

4) ยุคการบันทึกเสียง (พ.ศ. 2512-ปัจจุบัน)

เมื่อมีการนำระบบการบันทึกเสียงเข้ามาใช้ในการพากย์ได้ส่งผลกระทบต่อทั้งการพากย์ในโรงภาพยนตร์และการพากย์ในสื่อโทรทัศน์และที่สำคัญได้ส่งผลกระทบต่อตัวนักพากย์โดยตรง กล่าวคือ นักพากย์ถูกรวมโรงภาพยนตร์ในต่างจังหวัดต้องตกงาน เนื่องจากเจ้าของโรงภาพยนตร์หลายแห่งหันมาใช้เทปเสียงพากย์ที่มีการส่งมาจากส่วนกลางมากขึ้นเพื่อเป็นการลดต้นทุน นักพากย์บางคนต้องหันเหไปทำอาชีพอื่นหรือไม่ก็เดินทางเข้าสู่กรุงเทพฯ เพื่อเป็นนักพากย์ในสังกัดบริษัทหรือสถานีโทรทัศน์

ภาพยนตร์ต่างประเทศในยุคการบันทึกเสียงนี้เป็นภาพยนตร์ 35 มม. มีการแยกเสียงคนตรีและเสียงประกอบ (M&E Track) ออกจากเสียงสนทนา (Dialogue Track) นักพากย์จึงมีหน้าที่พากย์เสียงเพียงอย่างเดียว ไม่ต้องทำเสียงประกอบหรือตัดเสียงสนทนา เพราะห้องบันทึกเสียงจะรวมร่องเสียงทั้งหมดเข้าด้วยกันในภายหลัง นักพากย์ยังคงพากย์พร้อมกันทั้งหมดและใช้เทคนิคการเล่นไมค์⁴ เช่น การทำเสียงระยะใกล้ไกลโดยการเข้าใกล้หรือออกห่างจากไมโครโฟน การใช้มือป้องปากเพื่อทำเสียงพูดผ่านโทรศัพท์ เป็นต้น

การพากย์ในยุคการบันทึกเสียงมีลักษณะสำคัญดังนี้

4.1 วัตถุประสงค์ของการพากย์ เน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้งานพากย์มีความใกล้เคียงกับเสียงต้นฉบับและสร้างอารมณ์ของภาพยนตร์ให้เหมือนกับต้นฉบับ โดยการลงเสียงคนตรีและเสียงประกอบดั้งเดิมไว้ให้สมบูรณ์ที่สุด นอกจากนี้ในการพากย์ยังให้ความสำคัญกับการความสัมพันธ์ระหว่างเสียงพากย์และการขับปากของตัวละครมากขึ้น

4.2 กระบวนการพากย์ ในยุคของการบันทึกเสียง การพากย์ภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นการพากย์แบบทีมทั้งหมด ผู้นำเข้าหรือตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์รวมถึงสถานีโทรทัศน์ต่างๆ เป็นผู้สรรหาทีมพากย์ ซึ่งภายในทีมพากย์จะมีหัวหน้าทีมพากย์เป็นผู้แบ่งตัวพากย์ให้แก่นักพากย์แต่ละคนตามความเหมาะสม เมื่อได้รับบทพากย์แล้วนักพากย์แต่ละคนก็จะอ่านทำความเข้าใจและศึกษาอารมณ์ของตัวละครต่างๆ และมีการซ้อมพากย์ร่วมกันก่อนการบันทึกเสียง เมื่อเริ่มทำการบันทึกเสียง นักพากย์แต่ละคนจะนั่งอยู่ในห้องพากย์ซึ่งอาจมีการกั้นฉากแยกนักพากย์แต่ละคนออกจากกันเพื่อไม่ให้เสียงรบกวนกันหรืออาจนั่งรวมกันอยู่ในห้องเดียวกันก็ได้ นักพากย์พากย์ไปพร้อมกับดูภาพยนตร์ในจอเพื่อให้ภาพและเสียงพากย์มีความสอดคล้องกัน หากเกิดข้อผิดพลาดในการพากย์ก็สามารถแก้ไขเสียงได้โดยการหยุดเทปแล้วบันทึกเสียงใหม่หรืออาจแก้ไขเฉพาะจุดเฉพาะเสียงในภายหลังได้

4.3 รูปแบบและวิธีการพากย์ เป็นการพากย์แบบบันทึกเสียง นักพากย์จะนั่งพากย์พร้อมกันในห้องพากย์ ให้เสียงพากย์เพียงอย่างเดียวโดยไม่ต้องทำเสียงประกอบหรือตัดเสียงสนทนา เมื่อพากย์ผิดสามารถแก้ไขได้ใหม่จนกว่าจะถูกต้องสมบูรณ์

4.4 ลักษณะของการพากย์ ลักษณะของการพากย์ในยุคบันทึกเสียงมีลักษณะตายตัว คือ ต้องพากย์ตามบทพากย์ที่มีการแปลมาแล้วอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับการขับปากของตัวละคร การสอดคล้องบทพูดหรือการพากย์นอกบทจึงมีขอบเขตที่จำกัด

⁴ การเล่นไมค์ คือการกระซิบห่างจากไมโครโฟนเพื่อสร้างมิติของเสียง

5) ยุคการบันทึกเสียงโดยการคัดเลือกเสียง (Voice Casting) (พ.ศ. 2535-ปัจจุบัน)

ก่อนหน้าที่จะเข้าสู่ยุคการบันทึกเสียงโดยการคัดเลือกเสียงนี้ การกำหนดเสียงพากย์ให้แก่ตัวละครจะใช้เกณฑ์การแบ่งตามลักษณะบุคลิกแบบเหมารวม (Stereotype) เช่น คนตัวใหญ่ อ้วน เสียงจะใหญ่ห้าว คนตัวเล็กผอมบางเสียงจะเล็กแหลม เป็นต้น แต่เมื่อเข้าสู่ยุคนี้การกำหนดเสียงพากย์จะอ้างอิงเสียงจริงของตัวละครเป็นหลัก ดังนั้นจึงต้องอาศัยผู้ที่มีความชำนาญพิเศษด้านเสียงเป็นผู้คัดเลือก ทำให้เกิด “ผู้กำกับเสียงพากย์หรือผู้ควบคุมเสียงพากย์” (Voice Director, Dialogue Director) ขึ้นมาทำหน้าที่นี้โดยเฉพาะ ทั้งนี้การคัดเลือกเสียงพากย์เกิดจากความต้องการของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ที่ต้องการให้เสียงพากย์ภาษาต่างๆ มีความใกล้เคียงกับเสียงต้นฉบับมากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมภาพยนตร์ที่มีการพากย์ได้รับอารมณ์และรับรู้อารมณ์ของภาพยนตร์เช่นเดียวกับการชมภาพยนตร์ต้นฉบับ นอกจากนี้ยังมีการนำระบบการบันทึกเสียงแบบดิจิทัลที่มีหลายร่องเสียงทำให้สามารถบันทึกได้ทีละเสียงแล้วนำมาผสมกันภายหลังได้

การพากย์ในยุคการบันทึกเสียงโดยการคัดเลือกเสียงมีลักษณะสำคัญดังนี้

5.1 วัตถุประสงค์ของการพากย์ เน้นการถอดเสียงและการแสดงอารมณ์ของนักพากย์ให้ใกล้เคียงกับเสียงต้นฉบับมากที่สุด รวมถึงให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของเสียงพากย์และการขยับปากของตัวละคร ดังนั้นในบทพากย์ภาพยนตร์จึงเน้นความถูกต้องของความหมายบทสนทนา จำนวนคำ และการเลือกสรรคำขึ้นต้นและลงท้ายประโยคให้สอดคล้องกับการขยับปากของตัวละคร

5.2 กระบวนการพากย์ เจ้าของภาพยนตร์หรือผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ทำหน้าที่จัดหาผู้กำกับเสียงพากย์และห้องบันทึกเสียงสำหรับการบันทึกเสียงพากย์ จากนั้นจึงทำการคัดเลือกเสียงพากย์ เมื่อได้รับการอนุมัติเสียงพากย์จากบริษัทต้นสังกัดภาพยนตร์แล้ว ผู้กำกับเสียงพากย์จะให้บทพากย์แก่นักพากย์และชี้แจงรายละเอียดของภาพยนตร์และตัวละครที่จะพากย์เป็นรายบุคคล การบันทึกเสียงพากย์ใช้ระบบดิจิทัล (Digital System) นักพากย์แต่ละคนจึงไม่จำเป็นต้องมาพากย์พร้อมกันทั้งหมด ผู้กำกับเสียงอาจนัดบันทึกเสียงพากย์ทีละคนหรือทีละคู่ขึ้นอยู่กับความประสงค์ของบริษัทต้นสังกัด เสียงพากย์แต่ละเสียงจะถูกนำมาผสมรวมกันและส่งไปยังบริษัทต้นสังกัดเพื่อเข้าสู่กระบวนการฉายต่อไป

5.3 รูปแบบและวิธีการพากย์ นักพากย์จะพากย์เสียงทีละคนโดยยืนสวมหูฟังเพื่อฟังน้ำเสียงอารมณ์และจังหวะการพูดของตัวละคร มีจอภาพแสดงภาพแต่ละฉากและตัวเลขบอกเวลาเพื่อให้เริ่มต้นและจบประโยคให้พร้อมกับตัวละคร ก่อนเริ่มการบันทึกเสียงจริงผู้กำกับเสียงพากย์จะเล่าโครงเรื่องภาพยนตร์และบุคลิกลักษณะของตัวละครที่นักพากย์ต้องพากย์ จากนั้นนักพากย์จะฝึกซ้อมพากย์ทีละประโยคโดยมีผู้กำกับเสียงพากย์คอยให้คำแนะนำเรื่องการใช้เสียงและการแสดงอารมณ์ให้สอดคล้องกับเสียงต้นฉบับ เมื่อนักพากย์พร้อมจึงเริ่มทำการบันทึกเสียงโดยพยายามพากย์ให้ได้น้ำเสียงและอารมณ์ใกล้เคียงกับเสียงต้นฉบับมากที่สุด หากนักพากย์พากย์ผิดหรือไม่สามารถถ่ายทอด

อารมณ์ของตัวละครได้ ผู้กำกับเสียงพากย์ก็จะให้พากย์ใหม่จนกว่าจะได้เสียงพากย์ที่เหมาะสมที่สุด เมื่อบันทึกเสียงพากย์เสร็จทุกเสียงแล้ว วิศวกรเสียงจะนำเสียงพากย์ทั้งหมดมารวมกันและรวมเข้ากับเส้นเสียงดนตรีและเสียงประกอบ (M&E Track)

5.4 ลักษณะของการพากย์ เนื่องจากการบันทึกเสียงพากย์โดยการคัดเลือกเสียงมีการควบคุมการผลิตจากบริษัทเจ้าของภาพยนตร์โดยเฉพาะในขั้นตอนของการคัดเลือกเสียงพากย์ที่ต้องได้รับการอนุมัติจากบริษัทต้นสังกัด ทำให้เสียงพากย์ไทยมีความคล้ายคลึงกับเสียงต้นฉบับ นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีการบันทึกเสียงระบบดิจิทัลยังสามารถผสมเสียงพากย์ เสียงดนตรีและเสียงประกอบเข้าไว้ด้วยกันทำให้ภาพยนตร์เสียงพากย์ไทยสามารถรักษาความสมบูรณ์ของภาพยนตร์ต้นฉบับไว้ได้ (มิ่งขวัญ เจียประเสริฐ, 2542)

จะเห็นได้ว่าการพากย์ภาพยนตร์ในประเทศไทยมีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยมีปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีทั้งเทคโนโลยีของภาพยนตร์และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการผลิตเสียงพากย์และปัจจัยทางด้านการตลาด ส่งผลให้รูปแบบ วิธีการ และลักษณะของการพากย์ในแต่ละยุคสมัยมีความแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามปัจจัยที่มีความสำคัญและส่งผลอย่างเป็นรูปธรรมต่อพัฒนาการการพากย์ในปัจจุบันก็คือ การเข้ามาควบคุมดูแลการพากย์ของบริษัทผู้ผลิตหรือเจ้าของภาพยนตร์ซึ่งปรากฏให้เห็นในยุคการบันทึกเสียงโดยการคัดเลือกเสียงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อระบบการพากย์ของไทยทั้งระบบ กล่าวคือ บริษัทผู้ผลิตหรือเจ้าของภาพยนตร์สามารถกำหนดรูปแบบและวิธีการพากย์ ตลอดจนสามารถควบคุมคุณภาพของผลงานพากย์ให้มีมาตรฐานตามที่ได้กำหนดไว้

จากการศึกษาแนวคิดนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงพัฒนาการการพากย์ภาพยนตร์ในประเทศไทย และปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดนี้ไปเป็นแนวทางในการอธิบายลักษณะของการพากย์ไทย (แบบเดิม) และวิเคราะห์เปรียบเทียบกับลักษณะของการพากย์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อไป

2.2 แนวคิดภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันและการพากย์ภาพยนตร์การ์ตูน

ภาพยนตร์การ์ตูนเป็นประเภทหนึ่งของภาพยนตร์ซึ่งทำรายได้ให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาเป็นอย่างมากเนื่องจากมีตลาดขนาดใหญ่กว่าภาพยนตร์ประเภทอื่นคือเป็นกลุ่มเด็กและครอบครัว นอกจากนี้ตลาดภาพยนตร์การ์ตูนนับเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงเพราะนอกจากรายได้จากภาพยนตร์แล้ว ผู้ผลิตยังสามารถวางแผนการตลาดเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ได้อีก เช่น การขายสินค้าที่ระลึก การขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ในรูปแบบแผ่นวีซีดีและดีวีดี การผลิตการ์ตูนสั้น การทำภาคต่อของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องนั้นๆ เป็นต้น (อัจฉรา

กิกัญจนานันท์ อ้างใน “แอนิเมชัน ธุรกิจแห่งอนาคต คนไทยก็ทำได้ ไปถึงตลาดโลก ทะลุ 4 พันล้านแล้ว” ใน SMEs today ตุลาคม, 2551: 43-44)

ภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันเริ่มเกิดขึ้นในช่วงยุคภาพยนตร์เงียบ (ค.ศ.1896 – 1929) เป็นภาพยนตร์การ์ตูนขนาดสั้นเพียง 1-2 นาที สร้างจากภาพการ์ตูนชุด (Comic Strip) ที่ได้รับความนิยมในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร แล้วนำไปฉายในโรงภาพยนตร์เพื่อเป็นการโหมโรงก่อนการฉายภาพยนตร์จริง (Geoffrey Nowell-Smith, 1997: 4) ในสมัยนั้นภาพยนตร์การ์ตูนยังไม่ได้รับความสนใจจากผู้ชมมากนักเนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิควิธีการวาดภาพการ์ตูนที่เป็นเพียงภาพลายเส้นสีขาวดำธรรมดา และการเคลื่อนไหวของตัวละครที่ไม่ต่อเนื่อง แต่เทคนิควิธีการสร้างภาพยนตร์การ์ตูนก็ได้มีการเปลี่ยนแปลง เมื่อนักวาดการ์ตูนหลายคนได้พัฒนาวิธีการเล่าเรื่องที่มีเอกลักษณ์และสร้างบุคลิกลักษณะให้แก่ตัวการ์ตูน เช่น Walter Lantz ได้สร้างภาพยนตร์การ์ตูนตลกเรื่อง Dinky Doodle (ค.ศ. 1924) มีตัวละครเด็กผู้ชายชื่อ ดิงกี้ และสุนัขชื่อสตั๊ด วิกฮาร์ท โดยได้รับแรงบันดาลใจจากนักแสดงตลกที่มีชื่อเสียงในยุคนั้นอย่าง Charlie Chaplin, Harry Langdon และ Chester Conklin ในขณะเดียวกัน Walt Disney ก็ได้เล่าเรื่องราวในนิทานผ่านการผสมผสานภาพยนตร์การ์ตูนกับภาพยนตร์ที่ใช้คนแสดงเข้าไว้ด้วยกันในเรื่อง Alice Comedies (ค.ศ. 1924) โดยมี Virginia Davis นักแสดงเด็ก รับบทเป็น อลิซ และมีตัวการ์ตูนหลากหลายเข้าร่วมฉาก เป็นต้น (Jeff Lenburg, 2009)

ช่วงทศวรรษ 1930 มีการสร้างตัวการ์ตูนขึ้นมาเป็นจำนวนมากและมีบุคลิกลักษณะหลากหลาย นักวาดการ์ตูนได้ทำให้ตัวการ์ตูนเหล่านั้นเหมือนมีชีวิตและจิตวิญญาณ ในขณะเดียวกันก็สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชม (Jeff Lenburg, 2009) ตัวการ์ตูนส่วนใหญ่เป็นสัตว์หรือคน โดยมีการออกแบบตัวละคร (Character Design) ให้มีความน่ารักน่าเอ็นดูเหมือนเด็ก โดยใช้สัดส่วนของเด็กทารกเป็นต้นแบบ เช่น รูปร่างอ้วนกลม หัวโต ตาโต จมูกเล็ก แขนขาอวบอ้วน มือและเท้าเล็ก เป็นต้น (Charles Solomon, 1994)

Walt Disney ผู้ได้ชื่อว่าเป็นผู้นำในการพัฒนาภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกัน ได้พัฒนาภาพยนตร์การ์ตูนจากที่เป็นเพียงสิ่งให้ความบันเทิงที่ไม่มีความประณีตบรรจง กลายมาเป็นศิลปะแขนงหนึ่งและยังพัฒนาเทคนิคการถ่ายทำที่ทำให้ภาพวาดธรรมดาดูมีชีวิตมากขึ้นอันเป็นพื้นฐานและแรงบันดาลใจให้กับผู้สร้างภาพยนตร์การ์ตูนในรุ่นหลังต่อมา (นิพนธ์ คุณารักษ์, 2539)

ภาพยนตร์การ์ตูนในสหรัฐอเมริกาได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายตั้งแต่ในยุคภาพยนตร์เสียงเป็นต้นมา (ตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1930) ในปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหญ่หลายรายหันมาให้ความสนใจที่จะผลิตภาพยนตร์การ์ตูนมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีผู้ผลิตรายย่อยและนักวาดการ์ตูนเกิดขึ้นมากมาย ทำให้การสร้างภาพยนตร์การ์ตูนกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ใช้เงินลงทุน

จำนวนมหาศาลและมีการแข่งขันกันสูง ผู้ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนจึงจำเป็นต้องสร้างจุดขายที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดความสนใจของตลาดผู้ชมทั่วโลก

องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมเป็นครั้งแรกคือภาพ การสร้างภาพในภาพยนตร์การ์ตูนเปลี่ยนจากการใช้ภาพที่วาดด้วยมือ มาเป็นการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้ภาพดูมีมิติ มีสีสันสวยงาม เคลื่อนไหวเป็นธรรมชาติและเหมือนจริงมากขึ้น นอกจากนี้ในการออกแบบตัวการ์ตูนยังมีการใส่บุคลิก ลักษณะนิสัย ทำให้ตัวการ์ตูนนั้นๆ เหมือนมีชีวิตจริง ซึ่งถือว่าเป็นคุณลักษณะสำคัญของตัวการ์ตูนอเมริกัน

อีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้องค์ประกอบทางด้านภาพก็คือเสียง เสียงในภาพยนตร์การ์ตูนสมัยในยุคแรกมีเพียงเสียงดนตรีและเสียงประกอบที่สร้างขึ้นจากอุปกรณ์ง่ายๆ เช่น เสียงลมพายุเกิดจากการทำเลื่อยให้บิดงอแล้วปล่อยเสียงไฟไหม้เกิดจากการขยักกระดาษตะกั่ว เป็นต้น (สุภาศิริ สุพรรณเกศ, 2546) เมื่อมีการสร้างภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องยาวจำเป็นต้องให้ตัวละครมีบทพูดและบทร้อง ผู้สร้างภาพยนตร์จึงจำเป็นต้องคัดเลือกเสียงจากคนจริงๆ เพื่อพากย์เสียงตัวการ์ตูน โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกเสียงพากย์ คือ นักพากย์ต้องสามารถใช้เสียงเพื่อสื่อถึงบุคลิกลักษณะและอารมณ์ของตัวละครได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจคัดเลือกจากนักพากย์ ดารา นักแสดงที่มีบุคลิกลักษณะใกล้เคียงกับตัวละคร ยกตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์การ์ตูนของ Walt Disney เรื่อง Alice in Wonderland (ค.ศ.1951) ได้เลือก Kathryn Beaumont นักแสดงเด็กหญิงชาวอังกฤษมาพากย์เสียงตัวละคร อลิซ (Darlene Gies (editor), 1978) Beaumont มีวัยใกล้เคียงกับตัวละครและมีสำเนียงการพูดแบบอังกฤษ ซึ่งผู้สร้างภาพยนตร์ต้องการให้เสียงและสำเนียงของตัวละครนี้ถ่ายทอดเรื่องราวเทพนิยายขอลนิคมของอังกฤษ อย่างไรก็ตามในทางกลับกันเมื่อได้ตัวผู้พากย์เสียงแล้ว นักวาดการ์ตูนจะดึงเอาบุคลิกหรือลักษณะเด่นของผู้พากย์เสียงไปวาดตัวละครเช่นกัน เช่นในกรณีของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง Alice in Wonderland นั้น ผู้พากย์เสียงตัวละครต่างๆ ต้องแต่งกายและแสดงสีหน้าท่าทางเพื่อเป็นต้นแบบให้แก่ นักวาดการ์ตูนด้วย (Kathryn Beaumont อ้างใน Renata Joy ใน “An Interview with Kathryn Beaumont”, ระบบออนไลน์ เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2553)

ภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันยังให้ความสำคัญกับการพากย์เป็นภาษาท้องถิ่นของประเทศที่นำภาพยนตร์ไปฉายด้วย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันเป็นกลุ่มเด็กที่มีข้อจำกัดทางด้านภาษาทั้งทักษะการฟังและทักษะการอ่าน การพากย์เป็นภาษาท้องถิ่นทำให้เด็กสามารถชมภาพยนตร์ได้อย่างสนุกสนานและสามารถเข้าใจเนื้อเรื่องในภาพยนตร์ได้โดยผ่านภาษาของตนเอง

การพากย์ภาพยนตร์การ์ตูนให้ความสำคัญกับเสียงพากย์ที่ต้องมีลักษณะใกล้เคียงกับเสียงต้นฉบับและความสัมพันธ์ระหว่างเสียงพากย์กับจังหวะการขยับปากของตัวละครเป็นหลัก ดังนั้น

บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์จึงมีการคัดเลือกเสียงและกำหนดกระบวนการผลิตอย่างมีแบบแผนเช่นเดียวกับการผลิตเสียงพากย์ต้นฉบับ

กระบวนการพากย์ภาพยนตร์การ์ตูนในเสียงต้นฉบับเริ่มจากการนำบทพากย์ไปให้นักคนที่มาคัดเลือกเสียงพากย์ได้ทดลองพากย์ เมื่อได้เสียงพากย์ที่เหมาะสมแล้วก็จะให้นักพากย์พากย์เสียงตัวละครพร้อมไปกับการฉายบทภาพ (Storyboard) ในลักษณะต่อเนื่องเพื่อกำหนดช่วงจังหวะของเสียงสนทนา การขยับปาก และอารมณ์ของตัวละครในการวาดหรือสร้างภาพตัวละครจากคอมพิวเตอร์ (Tony White, 1986) เนื่องจากเทคโนโลยีในการบันทึกเสียงพากย์แบบดิจิทัล (Digital System) ทำให้สามารถแยกเสียงพากย์แต่ละเสียง รวมทั้งเสียงประกอบและเสียงดนตรีออกจากกันได้ นักพากย์อาจไม่จำเป็นต้องมาขึ้นพากย์พร้อมกันทั้งหมดในเวลาเดียวกันและสามารถปรับแต่งเสียงและแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้โดยง่าย กระบวนการพากย์เสียงภาษาท้องถิ่นก็คล้ายคลึงกับการพากย์เสียงต้นฉบับ แต่แตกต่างกันที่ไม่ต้องพากย์เสียงกับบทภาพ เมื่อคัดเลือกเสียงพากย์ได้แล้วนักพากย์แต่ละคนก็จะทำการพากย์เสียงจริงพร้อมกับการฉายภาพยนตร์เลย ผู้กำกับเสียงพากย์จะทำหน้าที่แนะนำนักพากย์ในการใช้เสียงและการแสดงอารมณ์ผ่านเสียง เมื่อรวมเสียงพากย์ต่างๆ เข้าด้วยกันแล้ว ผู้กำกับเสียงพากย์จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นเช่น เสียงพากย์จบไม่ตรงกับจังหวะการขยับปากของตัวละครก็อาจยืดเสียงให้ยาวขึ้นหรือสั้นลงเพื่อให้เสียงตรงกับปาก การปรับแต่งระดับเสียง เป็นต้น จากนั้นจึงส่งให้บริษัทต้นสังกัดพิจารณาเห็นชอบและอนุมัติลายตามโรงภาพยนตร์ต่างๆ ต่อไป

ภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันบางเรื่องมีความโดดเด่นในเรื่องของเพลงประกอบภาพยนตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์การ์ตูนของ Walt Disney ที่ให้ความสำคัญกับเพลงประกอบภาพยนตร์ และถือเป็นจุดขายหนึ่งของภาพยนตร์ด้วย ยกตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง Tarzan มีเพลงประกอบภาพยนตร์ถึง 5 เพลง ประพันธ์และขับร้องโดย Phil Collins นักร้อง นักดนตรีชื่อดัง ผู้มีความถนัดในเครื่องดนตรีประเภทเคาะ (Percussion Instrument) ซึ่งสามารถสร้างบรรยากาศของบทเพลงให้เป็นแบบป่าดงพงไพรเพื่อให้เข้ากับอารมณ์ของภาพยนตร์และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชม ซึ่งเพลง You'll be in my heart หนึ่งในเพลงประกอบของภาพยนตร์เรื่องนี้ยังได้รับรางวัล Academy Award for Best Original Song ในปีค.ศ. 1999 อีกด้วย (จุฑาภา ขสสุนทรากุล, 2543)

อีกองค์ประกอบที่เป็นจุดขายสำคัญของภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันคือ เนื้อเรื่องและการเล่าเรื่อง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันเป็นกลุ่มเด็กและครอบครัว เนื้อเรื่องของภาพยนตร์จึงมักกระตุ้นการสร้างสรรค์และจินตนาการของเด็ก อาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีในการสร้างภาพยนตร์การ์ตูนแพร่ขยายไปทั่วโลก ผู้สร้างภาพยนตร์การ์ตูนสามารถใช้เทคโนโลยีนี้ได้อย่างเท่าเทียมกันแล้ว แต่อยู่ที่ว่าใครจะสามารถคิดสร้างสรรค์เนื้อเรื่องและมีวิธีการเล่าเรื่องที่แตกต่างและโดนใจผู้ชมได้มากกว่ากัน เนื้อเรื่องและการเล่าเรื่องของภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันมักแสดงให้เห็น

มุมมองที่ต่างออกไปจากมุมมองในชีวิตประจำวันและแฝงไว้ซึ่งข้อคิดและค่านิยมสากล ยกตัวอย่าง เช่น ภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง Toy Story ที่ผลิตโดย Pixar Studio ได้นำเสนอมุมมองของของเล่นที่เด็กๆ มักจะเล่นเป็นประจำ ในเรื่องนี้ของเล่นไม่ได้เป็นเพียงแค่สิ่งของธรรมดา แต่เป็นของเล่นที่มีชีวิตจิตใจ เช่นเดียวกับมนุษย์ แสดงให้เห็นถึงความกล้าหาญ ความมีน้ำใจ และมีมิตรภาพในหมู่ของเล่น ภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง Horton Hears a Who ของ Blue Sky Studio ได้นำเสนอภาพของสิ่งมีชีวิตเล็กๆ ในโลกหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการกระทำของผู้ที่อยู่อาศัยในโลกที่ใหญ่กว่า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและนิเวศวิทยา ตลอดจนแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของการพึ่งพาอาศัยและการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เป็นต้น

การผลิตภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันแต่ละเรื่องในปัจจุบันต้องใช้เวลาเตรียมและใช้งบประมาณจำนวนมหาศาลในการพัฒนาเทคโนโลยีการสร้างภาพเคลื่อนไหว แสง สี และความสมจริงของภาพ บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันแต่ละรายจึงมีภาพยนตร์การ์ตูนออกฉายเพียง 1-2 เรื่องต่อปีเท่านั้น แต่ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่าตลาดภาพยนตร์การ์ตูนมีศักยภาพในการเติบโตสูงและมีกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ ภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันจึงถูกกระจายไปยังตลาดทั่วโลก

ภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันเข้ามามากเบิกตลาดในประเทศไทยเมื่อประมาณ 50 ปีก่อน โดยการนำของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนรายใหญ่และมีชื่อเสียงมายาวนานอย่าง Walt Disney (สุปราณี คงนิรันดรสข, “การ์ตูน: ธุรกิจหมื่นล้าน “พูดเป็นหนังการ์ตูนไปได้!!”, ผู้จัดการรายเดือน, ปีที่ 12 ฉบับที่ 133, ตุลาคม 2537) ด้วยคุณภาพของภาพยนตร์และการทำการตลาดอย่างจริงจังประกอบกับภาพลักษณ์ที่ดีของทั้งองค์กรผู้ผลิตและตัวภาพยนตร์เอง ทำให้ภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศไทย (จุฑาภา ศสุนทรากุล, 2543) ดังจะเห็นได้จากภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันที่ฉายในปีพ.ศ. 2551 ทั้งหมด 5 เรื่อง ในจำนวนนี้มีถึง 3 เรื่องที่มีรายได้สูงกว่า 20 ล้านบาท คือ วอลล์-อี หุ่นจิ๋ว หัวใจคับโลก (WALL-E) 41.03 ล้านบาท จอมยุทธ์พลิกโลก ช็อคกยูทภพ (Kung Fu Panda) 36.51 ล้านบาท และมาดากัสการ์ 2 ป่วนป่าแอฟริกา (Madagascar: Escape 2 Africa) 24.10 ล้านบาท (สตาร์พิกส์ ปีที่ 44 ฉบับที่ 7 ปีแรก เดือนเมษายน, 2552: 85)

2.3 แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

Theodor Adorno และ Max Horkheimer (1991) นักคิดจากสำนักแฟรงเฟิร์ต (Frankfurt School) ได้มองเห็นปรากฏการณ์ของระบบทุนนิยมในต้นศตวรรษที่ 20 ที่นอกจากจะสร้างสายพานการผลิตและการบริโภควัตถุในแบบอุตสาหกรรมแล้ว แม้แต่ในมิติการผลิตและการเสพวัฒนธรรมก็ได้เข้าสู่วงจรสายพานของระบบอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน ในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์

ดังกล่าว Adorno และ Horkheimer ได้เชื่อมประสานมิติทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกันและเรียกปรากฏการณ์เช่นนี้ว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) (กาญจนา แก้วเทพ, 2551)

Adorno และ Horkheimer ได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับกระแสความนิยมวัฒนธรรมมวลชนของชาวอเมริกันในช่วงทศวรรษที่ 1940 ว่าวัฒนธรรมในแง่ของศิลปะ เช่น การร้องรำทำเพลง การแสดงมหรสพ รวมถึงรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ล้วนถูกแปรรูปให้กลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ (Exchange Value) โดยนายทุนอุตสาหกรรม แล้วส่งกลับไปขายให้แก่มวลชนได้บริโภคในยามพักผ่อน มวลชนจึงเป็นเพียงผู้รับ ไม่ใช่ผู้สร้างวัฒนธรรม แทนที่จะเรียกสิ่งเหล่านี้ว่าเป็น “วัฒนธรรมมวลชน” ควรเรียกว่าเป็น “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” มากกว่า เนื่องจากกระบวนการผลิตสินค้าวัฒนธรรมนี้มีลักษณะเชิงอุตสาหกรรม หรือคล้ายการผลิตสินค้าจากระบบสายพานการผลิตที่สามารถผลิตสินค้าจากต้นแบบเดียวได้ครั้งละจำนวนมหาศาล (Mass Production) แพร่กระจายไปในวงกว้าง (Mass Distribution) และบริโภคกันแบบเป็นล่ำเป็นสัน (Mass Consumption) และในที่สุดคุณค่าความหมาย สุนทรียะแห่งวัฒนธรรมเหล่านั้นก็จะถูกลดทอนลง (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

Adorno ได้วิพากษ์มันโนทัศน์ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ว่ามีความแตกต่างไปจากมันโนทัศน์ “วัฒนธรรมมวลชน” (Mass Culture) หรือ “วัฒนธรรมสมัยนิยม” (Popular Culture) กล่าวคือ ทั้งวัฒนธรรมมวลชนและวัฒนธรรมสมัยนิยมล้วนจำกัดนิยามไว้ที่ “คน” หรือ “วิถีและลีลาในการดำเนินชีวิตของคน” เป็นศูนย์กลางในการอธิบายลักษณะทางวัฒนธรรม ในขณะที่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะเกี่ยวข้องกับพลังการผลิตและเทคโนโลยี ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนกระบวนการผลิตทางวัฒนธรรมผ่านการสร้างมายาคติทางอุดมการณ์และการครอบงำสังคมไว้กับสินค้าและการบริโภค จนนำไปสู่ภาวะการณ์ที่ผู้คนต่างตกอยู่ในกับดักของ “การล่อลวงมวลชน” (Mass Deception) ที่คุณลักษณะของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมหลอหลอมให้ไม่รู้สึกรู้สาต่อการบริโภคสินค้าและรูปแบบในการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ Adorno ยังได้ยืนยันคุณลักษณะของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมว่าสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ (เกษม เพ็ญภินันท์, 2550)

หนึ่ง กระบวนการผลิตภาพลักษณ์เกี่ยวกับวิถีและลีลาในการดำเนินชีวิตในสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ได้ขยายรูปแบบทางวัฒนธรรมจนสามารถกำกับวิถีชีวิตของผู้คนไปในทิศทางที่ความเสมือนจริงระหว่างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเกิดจากการบริโภคสินค้าและชีวิตจริงนั้นแยกไม่ขาดจากกัน

สอง กระบวนการผลิตสินค้ามวลชนด้วยการใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรกล โดยมุ่งผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก มีลักษณะที่เหมือนกัน มีมาตรฐานเดียวกันและลอกเลียนแบบกัน ดังนั้นความเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่หลอมรวมความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและลักษณะทางวัฒนธรรมที่ผู้คนสามารถซึมซับการครอบงำด้วยสื่อและความบันเทิงโดยไม่รู้ตัว สิ่งนี้ไม่เพียงแต่ทำ

ให้ “วัฒนธรรม” ในความหมายเกี่ยวกับ “ความเจริญงอกงาม สิ่งสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อจรรโลงคุณค่าทางด้านศิลปวิทยาการ” เสื่อมลงเท่านั้น แต่ยังทำให้ความบันเทิงของสื่อกลายเป็นเรื่องประเทืองปัญญา สิ่งที่ Adorno และ Horkheimer เน้นเกี่ยวกับแนวคิดนี้คือ การสะท้อนให้เห็นถึงหน้าตาของสินค้าวัฒนธรรมทั้งหลายที่ถูกทำให้มีมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) การจัดองค์กรแบบอุตสาหกรรมที่แยกคนกับงานออกจากกันอย่างเด็ดขาดตามหลักการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) รวมถึงเทคนิควิธีในการกระจายสินค้าตามหลักเหตุผลนิยม (Rationalization of Distribution Technique) และการผลิตซ้ำเชิงกลไก (Mechanical Reproduction) (Theodor W. Adorno, 1991)

อุตสาหกรรมวัฒนธรรมถือว่าเป็นผลลัพธ์ของการครอบงำสังคมที่ทำให้เกิดความเป็นมิติเดียวของสังคม ซึ่งกลืนกินรูปแบบในการดำเนินชีวิตทั้งหลายทั้งมวลของมวลชน จนในที่สุดวัฒนธรรมทั้งหมดได้ถูกทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ถูกจัดการและบริหารโดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือการรับใช้นายทุน และนั่นก็เป็นเครื่องมือในการควบคุมทางสังคม การควบคุมทางสังคมกลายเป็นสิ่งที่มีลักษณะเบ็ดเสร็จภายในวงจรของการหาผลประโยชน์จากการครอบงำ ระบบดังกล่าวได้เติบโตและแข็งแกร่งขึ้น อุตสาหกรรมวัฒนธรรมก็คือเผด็จการแบบเบ็ดเสร็จนั่นเอง (คุชฎี วรรณธรรมคุชฎี, 2552)

กาญจนา แก้วเทพ (2551) ได้สรุปคุณลักษณะสำคัญของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมโดยแบ่งแยกออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติการผลิตวัฒนธรรม มิติตัวบท/ชิ้นงานวัฒนธรรม และมิติการบริโภควัฒนธรรม ดังรูป 2.1 ดังนี้



รูป 2.1 คุณลักษณะสำคัญของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

ผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่ถูกผลิตโดยองค์กรสื่อต่างๆ ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม รวมถึงวัฒนธรรมต่างๆ ถูกนำมาใช้เป็นต้นทุนในการผลิตสินค้าวัฒนธรรมเพื่อจำหน่ายไปยังมวลชน ผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่จึงมิได้สร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะออกมาสู่สายตาประชาชน หากแต่ผลิตสิ่งที่เป็นมาตรฐาน (Standardization) และเป็นการผลิตคราวละเป็น

จำนวนมาก (Mass Production) ไม่ต่างไปจากสินค้าประเภทอื่น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มพูนอำนาจของระบบทุนนิยมผูกขาด โดยอ้างว่าเป็นการผลิตตามความต้องการของผู้บริโภค (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2542) ซึ่งสอดคล้องกับ Adorno ที่กล่าวว่า ในระบบทุนนิยม การผลิตทั้งหมดมักเกิดขึ้นเพื่อตลาด สินค้าไม่ได้ถูกผลิตขึ้นเพื่อความต้องการและความปรารถนาของมนุษย์ แต่ผลิตขึ้นมาเพื่อการสั่งสมทุนให้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นตามมาก็คือกระบวนการผลิตสินค้าเน้นหน้าที่กลไกตลาดในการแลกเปลี่ยนสินค้า (Exchange Value) มากกว่าการให้ความสำคัญเรื่องคุณค่าของการใช้สอย (Use Value) การผลิตสินค้าคือที่มาของการสร้างวัฒนธรรม และความเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมก็เกิดขึ้นเพื่อกระบวนการทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยสื่อต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม (เกษม เพ็ญภินันท์, 2550)

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ Adorno นำมาวิพากษ์ตามแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมากที่สุด เพราะสิ่งที่ปรากฏในภาพยนตร์คือการย่อยสลายรอยแยกระหว่างศิลปะการแสดงและชีวิตจริงของผู้คนให้หายไป ในขณะที่ชมภาพยนตร์ ยังบังคับให้ผู้ชมเห็นว่าสิ่งที่แสดงให้เห็นนั้นคือ “ความเป็นจริง” จนไม่มีที่ว่างสำหรับจินตนาการและการไตร่ตรองเนื้อหาในสิ่งที่ชม (เกษม เพ็ญภินันท์, 2550)

อุตสาหกรรมภาพยนตร์นับเป็นภาคส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ในฐานะที่เป็นภาคการผลิตที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและนํารายได้จำนวนมหาศาลให้แก่สังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกันที่มีการขยายฐานการผลิตและตลาดไปทั่วโลก จนกลายเป็นผู้นำที่โดดเด่นในตลาดภาพยนตร์ของหลายประเทศและมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต จิตใจและความรู้สึกนึกคิดของผู้ชม (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

อุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกันประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ การผลิต (Production) การกระจายหรือจัดจำหน่าย (Distribution) และการฉายทางโรงภาพยนตร์ (Exhibition) ในภาคการผลิต ด้วยการที่มีข้อได้เปรียบในการประหยัดเนื่องจากการขยายขนาดการผลิต (Economies of Scale) ทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์อเมริกันสามารถผลิตภาพยนตร์ได้หลายเรื่องในคราวเดียวกันโดยการใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกัน ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์แต่ละเรื่องลดต่ำลงด้วยเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ นอกจากนี้การรวมกลุ่มกันของผู้ผลิตภาพยนตร์อเมริกันในชื่อของสมาคมภาพยนตร์แห่งอเมริกา (Motion Picture Association of America: MPAA) ยังก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในต่างประเทศที่สมาชิกจะไม่นำภาพยนตร์ออกฉายชนกันหรือฉายในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการการรวมศูนย์และนำไปสู่การผูกขาดในที่สุด (Douglas Gomery อ้างใน John Hill and Pamela Church Gibson (editor), 1998: 245-254)

อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์สำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกันสามารถสร้างรายได้จำนวนมหาศาลและครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดภาพยนตร์ทั่วโลกก็คือ การให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่าย ซึ่งถือเป็นอาวุธที่สำคัญและทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้ชม (Nicholas Garnham อ้างใน มณฑิรา ธาตุอำนวยชัย, 2544) ซึ่งสอดคล้องกับ Adorno ที่กล่าวถึงลักษณะของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมว่าได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการจำแนกแจกจ่าย การส่งเสริมการขายและการตลาดของผลิตภัณฑ์มากกว่าระบบการผลิต ซึ่งก็เท่ากับเป็นเทคนิคขั้นสูงในการผลิตนั่นเอง (Theodor W. Adorno, 1991)

การพакย์ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตภาพยนตร์อเมริกันใช้ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไปสู่ผู้บริโภคทั่วโลกที่มีความแตกต่างทางภาษา การควบคุมดูแลการผลิตงานพакย์จากบริษัทต้นสังกัดเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าการพакย์ได้ถูกนำเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสายพานการผลิตสินค้าภาพยนตร์ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิถีการผลิตงานพакย์แบบดั้งเดิมซึ่งขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละท้องถิ่น รวมถึงส่งผลต่อการบริโภคงานพакย์ที่จะถูกจำกัดให้มีเพียงรูปแบบเดียวซึ่งก็คือรูปแบบมาตรฐานที่บริษัทต้นสังกัดเป็นผู้กำหนดเท่านั้น

2.4 แนวคิดจักรวรรดินิยมสื่อและวัฒนธรรม

แนวคิดจักรวรรดินิยมสื่อและวัฒนธรรมมีรากฐานมาจากการศึกษาประวัติศาสตร์การเมืองโลกที่พบว่า ในอดีตการล่าอาณานิคมได้ใช้รูปแบบของกองกำลังทหาร อาวุธสงคราม การเมืองและกฎหมายเข้าไปยึดครองพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ และบังคับเอาทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานจากประเทศที่ตกเป็นอาณานิคม แต่เมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศเจ้าอาณานิคมได้ตระหนักว่าการล่าอาณานิคมรูปแบบเดิมไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ เนื่องจากถูกต่อต้านจากประเทศที่ตกเป็นอาณานิคม จึงได้เปลี่ยนแปลงกลไกแบบเดิมจากการใช้กองทัพและการเมืองการปกครองมาเป็นการใช้กลไกทางเศรษฐกิจการเมืองและวัฒนธรรมโดยผ่านผลงานด้านการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่และมีเป้าหมายเพื่อการครอบครองพื้นที่ทางวัฒนธรรมและจิตสำนึกของประชาชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

R. William (1983) ได้กล่าวถึงรูปแบบของจักรวรรดินิยมว่ามี 2 แบบ คือ ในช่วงศตวรรษที่ 19 เป็นรูปแบบของจักรวรรดินิยมทางการเมือง (Political Imperialism) ส่วนในช่วงศตวรรษที่ 20 นั้น เป็นรูปแบบของจักรวรรดินิยมทางเศรษฐกิจ (Economic Imperialism) ซึ่งสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมมีความเห็นสอดคล้องกับ R. William และได้เสริมคำอธิบายว่าลัทธิจักรวรรดินิยมและการล่าอาณานิคมยังคงดำรงอยู่ แต่ได้เปลี่ยนแปลงกลไกจากการใช้กองทัพและการเมืองการปกครองในการครอบงำมาเป็นการครอบงำทางด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

Tomlinson (1991) ได้ให้ความหมายของการครอบงำทางวัฒนธรรม (Cultural Domination) ว่า หมายถึงการใช้อำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจเพื่อแพร่กระจายค่านิยม การปฏิบัติของวัฒนธรรมจากภายนอกสังคมนั้นๆ เพื่อเข้าไปแทนที่ค่านิยมและการปฏิบัติของสังคมที่เคยมีอยู่เดิม โดยผ่านบรรดาผลงานทางด้านการสื่อสาร อย่างไรก็ตามจากค่านิยมดังกล่าวมีนัยยะว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจจะเป็นตัวผลักดันปัจจัยด้านวัฒนธรรมอยู่ตลอดเวลา แต่ Herbert I. Schiller กลับเห็นว่าแม้ว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจจะเป็นเหตุผลพื้นฐานให้ประเทศเจ้าอาณานิคมเข้าไปมีอิทธิพลในสังคมต่างๆ แต่ควรจะต้องมีการวิเคราะห์ผลกระทบทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นด้วย เพราะผลงานทางด้านการสื่อสารนั้นถือเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อจิตสำนึกของบุคคลและสังคมที่ค่อยๆ สะสมและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว (เฮร์เบิร์ต ไอ. ชิลเลอร์ ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2533) จึงอาจเป็นไปได้ว่าทั้งปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมต่างเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมกันและกัน

Herbert I. Schiller (1976) ได้เชื่อมโยงแนวคิดนี้กับทฤษฎีระบบโลกสมัยใหม่ (World System Theory) ของ Immanuel Wallerstein ที่จำแนกระบบโลกออกเป็นสองขั้ว ได้แก่ ศูนย์กลาง (Center) และชายขอบ (Periphery) ประเทศที่เป็นศูนย์กลางพยายามที่จะเข้าไปครอบงำหรือมีอิทธิพลเหนือประเทศชายขอบในด้านต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม โดยผ่านระบบตลาดเพียงตลาดเดียวในระบบโลก เงื่อนไขและลักษณะของการผลิตถูกตัดสินใจจากศูนย์กลางของตลาดแล้วกระจายออกสู่รอบนอก ในส่วนของสินค้าทางวัฒนธรรมและการสื่อสารก็อยู่ภายใต้กฎของระบบตลาดแบบเดียวกันนี้ แต่เนื่องจากสินค้าทางวัฒนธรรมและข่าวสารมีลักษณะพิเศษต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนตัว เพราะเป็นเครื่องหมายทางอุดมการณ์ของระบบทุนนิยมโลก การที่สินค้าดังกล่าวถูกผลิตและถูกกำหนดเนื้อหาจากประเทศศูนย์กลางเพียงไม่กี่ประเทศและถูกส่งไปบริโภคยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของปัจเจกบุคคลในการได้รับหรือเข้าถึงข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ อันเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตในปัจจุบัน (เฮร์เบิร์ต ไอ. ชิลเลอร์ ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2533)

Hamelink (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549) ได้อธิบายไว้คล้ายคลึงกันโดยใช้ทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency Theory) ว่า ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมใหม่ได้แบ่งโลกออกเป็น 2 ส่วนคือ ทุนนิยมศูนย์กลาง (Central Capitalism) ได้แก่ ประเทศอุตสาหกรรมตะวันตกที่พัฒนามาก่อน และทุนนิยมรอบนอก (Peripheral Capitalism) ได้แก่ ประเทศโลกที่สามทั้งหลาย ความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองกลุ่มเป็นไปในลักษณะที่ประเทศทุนนิยมรอบนอกจำเป็นต้องพึ่งพาและขึ้นต่อประเทศทุนนิยมศูนย์กลางในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม

Schiller (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2551) ยังได้ศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างเศรษฐกิจและการสื่อสารของสหรัฐอเมริกาในช่วงทศวรรษที่ 1970 พบว่า การเติบโตของการผลิตขนานใหญ่ทำให้ตลาด

อุตสาหกรรมสินค้าและบริการในประเทศค่อนข้างอึดตัว จึงจำเป็นต้องแสวงหาและบุกเบิกตลาดใหม่ ในประเทศโลกที่สาม เพื่อขยายขนาดของกำไรให้มากขึ้น ด้วยการเร่งพัฒนาและกระจายเทคโนโลยี การสื่อสารและสารสนเทศใหม่ๆ การเข้าไปยึดเวทีการสื่อสารมวลชนของรัฐและประเทศโลกที่สาม โดยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างและการจัดการให้เป็นแบบอเมริกัน โดยอาศัยเครื่องมือสำคัญก็คือ บริษัทข้ามชาติด้านสื่อ (Transnational Media Corporations) การเข้าไปสร้างตลาดในพื้นที่ดังกล่าว เป็นกลยุทธ์การขยายอำนาจเหนือพื้นที่ทางวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งค่านิยม และอุดมการณ์แบบทุนนิยมอันมีสหรัฐอเมริกาเป็นศูนย์กลาง ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมทางสังคมและโลกทัศน์ของประชาชนในประเทศเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไป (วิภา อุดมจันทร์, 2541)

แนวคิดจักรวรรดินิยมสื่อและวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับคำว่า “โลกาภิวัตน์” (Globalization) กล่าวคือเมื่อทุกประเทศในโลกสามารถเชื่อมถึงกันได้ด้วยความก้าวหน้าของ เทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้เกิดกระบวนการเชื่อมร้อยผู้คน วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมืองและ ข่าวสารต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันจนมีความรู้สึกใกล้ชิดและกลายเป็นหนึ่งเดียว ซึ่ง McLuhan ได้ให้คำจำกัด ความลักษณะความเป็นหนึ่งเดียวกันนี้ว่าเป็นหมู่บ้านโลก (Global Village) อย่างไรก็ตามในมุมมอง ของสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมเห็นความเป็นหมู่บ้านโลกหรือปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์นี้เป็น ความพยายามของประเทศทุนนิยมศูนย์กลางที่ต้องการนำเอาผลผลิตทางวัฒนธรรมในรูปแบบของ สื่อมวลชนสมัยใหม่โดยผ่านกระบวนการ รูปแบบและกลไกต่างๆ ของสังคมให้เข้าไปแทนที่และ ทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น เพราะบรรดาสื่อสมัยใหม่เหล่านี้ล้วนบรรจุค่านิยมและอุดมการณ์ของระบบ ทุนนิยมทั้งสิ้น ดังนั้นค่านิยมและอุดมการณ์ของท้องถิ่นต้องหลีกทางให้แก่ค่านิยมและอุดมการณ์ของ ระบบทุนนิยม (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

ผลผลิตทางวัฒนธรรมและการสื่อสารที่แพร่กระจายอยู่ทั่วโลกส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจาก ประเทศสหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกาได้เข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นเจ้าอาณานิคมยุคใหม่ด้วยการ อาศัยการสื่อสารและการส่งออกสินค้าสื่อสารมวลชนไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทั้งในรูปของ เครื่องจักร เทคโนโลยีสมัยใหม่ วิทยาการ องค์ความรู้ สินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าวัฒนธรรม ประชานิยม (Popular Culture) เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี รายการโทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น (กาญจนา แก้ว เทพ, 2549) ทั้งนี้รูปแบบของการครอบงำทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลอย่างสูงรูปแบบหนึ่งก็คือผลผลิต ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกัน (เฮอร์เบิร์ต ไอ. ซิลเลอร์ ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2533)

Antonio Gramsci นักมาร์กซิสต์แนวมนุษยนิยมชาวอิตาลีได้กล่าวถึงภาพยนตร์อเมริกันว่า เนื่องจากสหรัฐอเมริกาคือประเทศที่เกิดขึ้นใหม่หรือเป็นชาติสมัยใหม่ (New Modern Nation) ที่ไม่มี ความมั่งคั่งและประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานและสลับซับซ้อนเช่นประเทศมหาอำนาจในยุโรป ประกอบกับความต้องการเป็นผู้นำในโลกใหม่ (New World) ภาพยนตร์อเมริกันจึงนำเสนอภาพของ

ค่านิยมและอุดมการณ์ของระบบทุนนิยมที่ไม่ซับซ้อนและผู้คนทั่วโลกสามารถเข้าใจได้ง่าย เช่น ความสะดวกสบายจากการใช้เครื่องจักรกลทันสมัย ความสนุกสนานในงานเลี้ยงฉลอง ความยิ่งใหญ่ตระการตาของตึกระฟ้า ความมีอิสระเสรีของผู้คน เป็นต้น (อ้างใน Yuji Tosaka, 2003)

การครอบครองตลาดภาพยนตร์ในประเทศต่างๆ ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกันสะท้อนให้เห็นถึงการครอบงำทางวัฒนธรรมที่หล่อหลอมผู้คนที่ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลกให้มีรสนิยมและชื่นชมวัฒนธรรมแบบเดียวกัน ดังนั้นยังอุตสาหกรรมภาพยนตร์อเมริกันขยายขอบเขตมากขึ้นเท่าใด ยิ่งทำให้วัฒนธรรมทุนนิยมแบบอเมริกันขยายตัวมากขึ้นเท่านั้น ส่งผลให้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมลดน้อยลงทั้งยังทำให้ผู้คนรังเกียจวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง อย่างไรก็ตามทำให้สหรัฐอเมริกาในฐานะเป็นผู้ส่งออกสินค้าวัฒนธรรมมีความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจจนกลายเป็นมหาอำนาจของโลกในที่สุด (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

กาญจนา แก้วเทพ (2551) ได้กล่าวว่า จักรวรรดินิยมสื่อและวัฒนธรรมแบบใหม่นั้นไม่เพียงแต่ส่งออก “ตัวผลผลิตทางวัฒนธรรม” เท่านั้น หากทว่าประเทศทุนนิยมศูนย์กลางยังได้มีการส่งผ่านค่านิยมและอุดมการณ์ของระบบทุนนิยมผ่านทางโครงสร้างองค์กร การจัดระบบค่านิยม การวางรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยผ่านกลไกของบริษัทข้ามชาติด้านสื่ออีกด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดนี้ไปเป็นกรอบในการศึกษากระบวนการพากย์เสียงไทยในภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันทั้งในแง่ของกระบวนการผลิตที่ถูกควบคุมจัดการจากบริษัทผู้ผลิตและสามารถนำไปเป็นกรอบร่วมกับแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะกระบวนการพากย์ที่เป็นแบบอุตสาหกรรมและการครอบงำทางวัฒนธรรมของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑาภา ยศสุนทรากุล (2543) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทผู้จำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย โดยเจาะจงศึกษาภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง ทาร์ซาน พบว่าการพากย์เสียงเป็นหนึ่งในจุดขายของภาพยนตร์ ทั้งการพากย์เสียงต้นฉบับภาษาอังกฤษและการพากย์เสียงภาษาไทย เนื่องจากการคัดเลือกเสียงพากย์ให้เข้ากับบุคลิกของตัวละคร การคัดเลือกเสียงพากย์ไทยได้คัดเลือกดารานักแสดงที่มีน้ำเสียงใกล้เคียงกับเสียงต้นฉบับและสามารถแสดงอารมณ์ของตัวละครได้เป็นอย่างดี รวมถึงการแปลเพลงประกอบภาพยนตร์ให้เป็นภาษาไทยและให้นักร้องไทยที่มีชื่อเสียงเป็นผู้ขับร้อง ทั้งนี้บริษัท วอลต์ ดิสนีย์ พิกเจอร์ส ผู้ผลิตภาพยนตร์มีนโยบายให้ภาพยนตร์ของบริษัทที่ไปฉายในประเทศที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักจะต้องมีการพากย์เสียงท้องถิ่นทุกประเทศ โดยต้องได้รับความเห็นชอบทั้งเสียงพากย์และเสียงร้องจากทางบริษัทต้นสังกัดก่อนเสมอ

มิ่งขวัญ เจียประเสริฐ (2542) ได้ทำการวิจัยเรื่องพัฒนาการการพากย์ภาพยนตร์ในประเทศไทย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการของการพากย์คือ เทคโนโลยี บทพากย์ ประเภทของภาพยนตร์ ประเภทของสื่อ นักพากย์ และปัจจัยอื่นๆ เช่น การครอบงำทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางด้านการตลาด ซึ่งส่งผลให้รูปแบบ วิธีการพากย์และคุณภาพของงานพากย์เปลี่ยนแปลงไป ในส่วนของการพากย์ภาพยนตร์การ์ตูนนั้น มิ่งขวัญพบว่าเป็นจุดเริ่มต้นของยุคการบันทึกเสียงพากย์โดยการคัดเลือกเสียง (Voice Casting) โดยการริเริ่มของบริษัท วอลต์ ดิสนีย์ พิกเจอร์ส ที่ต้องการให้มีการคัดเลือกเสียงพากย์ที่เหมาะสมกับตัวละครในภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง Oliver and Company เหมียวน้อยโอลิเวอร์กับเพื่อนเกลโล จึงเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามาคัดเลือกเสียงเช่นเดียวกับการคัดเลือกตัวแสดง โดยทดสอบทั้งเสียงพูดและเสียงร้องเพื่อคัดเลือกเสียงที่ใกล้เคียงกับเสียงต้นฉบับมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนวิธีการพากย์ จากที่เคยให้นักพากย์นั่งพากย์พร้อมกันหมดเป็นการยืนพากย์เพื่อให้การเปล่งเสียงมีประสิทธิภาพมากที่สุดและให้แยกพากย์ทีละเสียงเพื่อความสะดวกในการติดต่อและแก้ไข นอกจากนี้ยังริเริ่มให้มีผู้กำกับเสียงพากย์ซึ่งเป็นบุคคลที่คอยควบคุมอารมณ์ของเสียงพากย์ให้เป็นไปตามเสียงต้นฉบับ ในกระบวนการพากย์ได้มีการนำเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้นมาใช้ในการบันทึกเสียงและการปรับแต่งเสียง โดยนักพากย์ไม่จำเป็นต้องใช้ความสามารถพิเศษส่วนตัวอีกต่อไป

จากงานวิจัยทั้งสองเรื่อง ผู้วิจัยได้ทราบว่ากระบวนการพากย์เสียงไทยในภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกันมีการจัดการอย่างเป็นระบบและมีแบบแผนการทำงานอย่างชัดเจนโดยอยู่ภายใต้ต้นนโยบายและการควบคุมของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ซึ่งบริษัทผู้ผลิตได้กำหนดให้มีการปฏิบัติแบบเดียวกันทุกประเทศที่นำภาพยนตร์ไปฉาย ทั้งนี้ได้ก่อให้เกิดการผลกระทบต่อระบบการพากย์ของไทยโดยเฉพาะในมิติการผลิตงานพากย์ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและวิธีการพากย์ไปจากการพากย์แบบเดิมของไทยอย่างสิ้นเชิง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเมื่อมิติการผลิตถูกกำหนดให้เป็นมาตรฐานแล้วย่อมส่งผลถึงตัวผลงานพากย์และการบริโภคภาพยนตร์เสียงพากย์ไทยให้มีลักษณะเป็นแบบเดียวกันด้วย ผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษากระบวนการพากย์เสียงไทยในภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกัน และต่อ ยอดไปสู่การวิเคราะห์ผลกระทบของกระบวนการพากย์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อการพากย์เสียงไทยในภาพยนตร์การ์ตูนอเมริกัน