

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์

จากความเป็นมาของภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศที่เข้ามาแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ไทยด้วยมูลเหตุต่างๆ ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 1 เมื่อภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศได้หลั่งไหลเข้ามาแพร่ภาพอย่างต่อเนื่อง และไม่มีทีท่าว่าจะขาดหายไปจากผังรายการ ซึ่งเปรียบเสมือนสิ่งคู่กายครองใจของเด็กไทยไปเสียแล้ว ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องทำความรู้จักกับภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศให้มากขึ้น รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้รายการภาพยนตร์การ์ตูนยังคงติดอยู่ในผังรายการของสถานีโทรทัศน์อย่างเหนียวแน่นทุกยุคสมัย

ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน เด็กไทยจะมีช่องทางในการเข้าถึงการ์ตูนได้ง่ายขึ้นและมากขึ้น ก็สามารถซื้อหาหนังสือการ์ตูนมาอ่าน ซื่อหรือเช่าวิดีโอมาดู เล่นกับเกมคอมพิวเตอร์ หรือแม้แต่ซื้อสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์จากตัวการ์ตูนต่างๆ อาทิ พวงกุญแจ แก้วน้ำ กระเป๋า เสื้อผ้า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เด็กไทยก็ยังคงนิยมเลือกเปิดรับภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์ที่เป็นขวัญใจของเด็กๆ อันเนื่องมาจากเป็นภาพยนตร์การ์ตูนที่มีเสียงพูดและสามารถเคลื่อนไหวคล้ายกับมีชีวิตอยู่จริง ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์

ในด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์การ์ตูน Anthony Kinsey (1973) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพยนตร์การ์ตูนเกิดจากความสามารถในการสร้างสรรค์ของศิลปินผู้ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนอย่างมีศิลปะที่งดงาม โดยสามารถตรึงใจผู้ชมโดยเฉพาะเด็กๆ ให้หลงใหลในรูปแบบและองค์ประกอบต่างๆ ทั้งในด้านเวลา(Timing) ตัวละคร(Character) การเคลื่อนไหว(Movement) และฉากหลัง(Background)

นอกจากนี้ Jeremy G. Buther (อ้างใน นิพนธ์ คุณารักษ์ ,2539) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยหลักสำคัญในการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์ไว้ 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics)

สุนทรียศาสตร์ที่เป็นความงดงามในที่นี้ คือ การออกแบบกราฟฟิกที่เรียบง่าย มีลักษณะเป็นนามธรรมที่ใช้เพียง 2 มิติ คือ เป็นตัวการ์ตูนง่ายๆ ไม่ต้องเหมือนจริง และไม่มีมิติความลึก ซึ่งภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นก่อนข้างจะเป็นผู้นำทางด้านจินตนาการมากกว่าฝรั่ง ทั้งในด้านการแต่งกายของตัวละคร การใช้สีสัน และแสงเงา(โอพาร์ วงศ์บ้านคู่, สัมภาษณ์ 29 เม.ย. 2540) ทั้งนี้ ในเรื่องของการ์ตูน การใช้สีที่สดใส และโดดเด่น สำหรับฉากหลังมีลักษณะที่เรียบง่าย

นอกจากนี้ องค์ประกอบที่จะช่วยให้ภาพยนตร์การ์ตูนมีความงดงามสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและถือว่าเป็นเสน่ห์ของภาพยนตร์การ์ตูนนั้นประกอบไปด้วยเสียง(Sound) ดนตรี(Music) บทพูด(Dialogue) เสียงประกอบ(Sound synchronized) ที่เป็นเอกลักษณ์ของเรื่อง หรือตัวละคร ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มอรรถรสในการชม และนอกจากนี้แล้ว ในด้านของการแทรกอารมณ์ขันอันจะช่วยทำให้ภาพยนตร์การ์ตูนซึ่งเป็นสิ่งไม่มีชีวิตนั้นกลับมีชีวิตชีวา(Lively) ทั้งนี้ Bergson (อ้างในสุเชาว์ พลอยชุม, 2534) ได้แยกความขบขันออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) ความขบขันในเหตุการณ์ (2) ความขบขันในคำพูด และ (3) ความขบขันในลักษณะท่าทาง

2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต (Technology)

เทคโนโลยีการผลิตในด้านความรู้ หรือวิธีการใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในการผลิต ภาพยนตร์การ์ตูนให้มีคุณภาพ ผลิตได้รวดเร็วและประหยัดงบประมาณ โดยเลือกเทคนิควิธีการใช้ Cel Animation ที่เหมาะสมซึ่งมีอยู่หลายรูปแบบ อาทิ Full Animation, Limited Animation, Computer Animation and Videographics เป็นต้น ทั้งนี้ เทคนิควิธีการใช้ Limited Animation เป็นการออกแบบการผลิตรูปแบบใหม่ เรียบง่าย และสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และเป็นวิธีที่ทำให้เกิดความงามทางสุนทรียศาสตร์แบบ Lively ที่มีชีวิตชีวา ไม่เน้นการเคลื่อนไหวที่เหมือนจริง ซึ่งตรงกันข้ามกับเทคนิควิธีการใช้ Full Animation ที่เน้นรูปแบบเหมือนจริง ทำให้การผลิตใช้เวลาที่ยาวนานกว่า เพื่อให้ได้ภาพที่มีความงามทางสุนทรียศาสตร์ชนิดสมบูรณ์แบบ(Perfect) นอกจากนี้ ยังสิ้นเปลืองงบประมาณกว่าด้วย

นอกจากการเลือกใช้เทคโนโลยีในการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนที่สามารถประหยัดงบประมาณ และเวลาดังกล่าวแล้ว ปัจจุบันยังมีการนำคอมพิวเตอร์มาสร้างสรรค์งานภาพยนตร์การ์ตูนในบางส่วนเพื่อใช้เทคนิคเสริมประกอบภาพ แทนการวาดที่จะต้องใช้จำนวนแผ่นเซล (Cel) อีกจำนวนมากด้วย

3. ปัจจัยการผลิตในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economics)

ในยุคของโลกภาพยนตร์การ์ตูนซึ่งมีการแข่งขันด้านการผลิตสูง ดังนั้น การพิจารณาถึงปัจจัยในการผลิตจึงต้องเป็นการพิจารณาในเชิงธุรกิจอุตสาหกรรม ทั้งนี้ รายการภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์มีลักษณะของการอยู่ได้ด้วยเงินสนับสนุนจากโฆษณา และการขายรายการแก่เครือข่ายสถานีโทรทัศน์ ซึ่งทางสถานีโทรทัศน์ต้องการเป็นจำนวนมาก เนื่องจากภาพยนตร์การ์ตูนที่มีอยู่ได้นำมาแพร่ภาพและหมดไปอย่างรวดเร็ว จนต้องมีการนำภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องเก่าๆ กลับมาฉายซ้ำอีก ด้วยมูลเหตุต่างๆนี้ ทำให้ผู้ผลิตแสวงหาแนวทางที่จะผลิตได้อย่างรวดเร็ว และสนองต่อความต้องการของผู้ชมได้เป็นจำนวนมากและทันต่อความต้องการ โดยใช้รูปแบบการผลิตที่เป็นสูตรทำให้ประสบความสำเร็จแก่ธุรกิจอุตสาหกรรมของตน

รูปแบบการผลิตอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่

1. โครงสร้างรายการ (Program Structure) ได้แก่ รูปแบบของรายการ เช่น ภาพยนตร์การ์ตูนสั้นๆ ภาพยนตร์การ์ตูนที่แบ่งเป็นตอนๆ หรืออาจมีทั้งการ์ตูนหุ่น(Puppets)และพิธีกรรายการที่เป็นคนร่วมกัน นอกจากนี้ยังรวมถึงช่วงเวลาที่ย่ออากาศของรายการที่เหมาะสม
2. โครงสร้างของเนื้อหาการเล่าเรื่อง (Narrative Structure) ได้แก่ เรื่องราวหรือเนื้อหาของภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์ อาจเป็นเรื่องสั้นจบในตอน หรือเป็นเรื่องต่อเนื่องจนจบเป็นภาพยนตร์การ์ตูนชุดก็ได้
3. เทคนิควิธีการใช้ Limited Animation ได้แก่ เทคนิคในการผลิตที่ไม่ได้คำนึงถึงความเคลื่อนไหวของภาพตัวการ์ตูนและฉากหลัง แต่คำนึงถึงการผลิตที่สามารถเล่าเรื่องได้อย่างประหยัดเวลาและงบประมาณ

4. การให้ความสำคัญกับบทสนทนา (Emphasis on Dialogue) ได้แก่ การใช้บทสนทนาออกเรื่องราวที่เหมาะสมกับการใช้ภาพเคลื่อนไหว

จากแนวคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยและองค์ประกอบสำคัญในการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนดังกล่าว เป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งของภาพยนตร์การ์ตูนเท่านั้น หากแต่การศึกษาถึงกระบวนการนำเข้า และแพร่ภาพภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศทางโทรทัศน์ไทยนั้น ยังคงต้องอาศัยการวิเคราะห์ถึง องค์กรที่มีบทบาทในการดำเนินการพิจารณาขั้นตอนกระบวนการนำเข้าและแพร่ภาพภาพยนตร์ การ์ตูนต่างประเทศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในที่นี้ ได้แก่ การศึกษาวิเคราะห์บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัดซึ่งทำหน้าที่บริหารงานสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 บางขุนพรหม และการศึกษาวิเคราะห์องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ซึ่งทำหน้าที่บริหารงานสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยองค์กรทั้งสองดังกล่าว ถือเป็นหัวใจ สำคัญต่อการเลือกสรรเนื้อหารายการ (ในที่นี้ คือ ภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศ) ที่จะนำมาแพร่ ภาพทางสถานีโทรทัศน์ต่อไป จึงเป็นเหตุสำคัญให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ต้องอาศัยแนวคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรสื่อ มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

แนวคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรสื่อที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงองค์กรสื่อที่นำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศทางโทรทัศน์ ประกอบด้วย 3 แนวคิด คือ

1. ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์บทบาทขององค์กรสื่อ
2. ความสัมพันธ์ขององค์กรสื่อกับบทบาทของผู้ดำเนินงาน
3. กระบวนการและการนำเสนอในกิจกรรมขององค์กรสื่อ

1. ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์บทบาทขององค์กรสื่อ

สำหรับระดับการวิเคราะห์ในแนวคิดนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในระดับที่เป็นองค์กรสื่อ (Mass Media Organization) โดยมุ่งศึกษาระดับองค์กร (Organization) และบทบาทของผู้ดำเนินงานในองค์กรสื่อ (Individual/ Role of mass communicators)

ทั้งนี้ โครงสร้างขององค์กรสื่อจะดำเนินการไปตามแรงผลักดันทางสังคมต่างๆ ซึ่ง Gerbner (1969) ได้กล่าวไว้ว่า องค์กรสื่อจะดำเนินงานภายใต้แรงผลักดันจากปัจจัยภายนอก เช่น บริษัทโฆษณา คู่แข่งขันจากสื่อต่างๆ ผู้มีอำนาจทางกฎหมายและการเมือง และสถาบันอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรวมทั้งผู้ชม

การศึกษาวิเคราะห์บทบาทขององค์กรสื่อ จึงสามารถพิจารณาจาก 2 ปัจจัย ดังนี้คือ

1. ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่

- 1.1 ปัจจัยด้านการดำเนินการ (Management) คือ นโยบายการบริหารงานภายในสถาน
- 1.2 ปัจจัยด้านเทคนิค(Technical) คือ เทคโนโลยีที่ใช้ดำเนินงานสำหรับออกอากาศ
- 1.3 ปัจจัยด้านผู้ชำนาญการ (Media Professional) คือ บุคลากรที่ดำเนินงานของสถานี

2. ปัจจัยจากภายนอกองค์กร ได้แก่

1) แรงผลักดันทางสังคมและการเมือง (Social and Political Pressure) เช่น

1.1 ปัจจัยด้านการควบคุมทางกฎหมายและการเมือง

1.2 องค์กรทางสังคมอื่นๆ เช่น องค์กรที่เกี่ยวข้องกับเด็ก ฯลฯ

2) แรงผลักดันทางเศรษฐกิจ (Economic Pressure) เช่น

2.1 ปัจจัยด้านคู่แข่งขั้นส่วนแบ่งทางการตลาดจากสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือการ์ตูนวิดีโอ ฯลฯ ทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องพิจารณาการนำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนที่มีแนวเรื่องที่สามารถแข่งขันกับสื่ออื่นๆ แต่ในขณะเดียวกันบางทีสื่ออื่นๆก็ทำบทบาทหน้าที่เอื้อเกื้อกูลต่อภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์ด้วย กล่าวคือ เมื่อเนื้อหาจากสื่ออื่นๆเป็นที่นิยม(Hit)ของผู้ชมทำให้ทางสถานีต้องพิจารณานำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์เรื่องดังกล่าวนั้นมาแพร่ภาพ โดยอาศัยความนิยมของผู้ชมในด้านความฮิตติดตลาดเข้ามาพิจารณาได้ด้วยเช่นกัน

2.2 ปัจจัยด้านการโฆษณาซึ่งโฆษณาน่าจะมีส่วนในการกำหนดโปรแกรมรายการ เนื่องจากเป็นแหล่งเงินทุนสำคัญของทางสถานีโทรทัศน์โดยอาจมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการคัดเลือกแนวเรื่องในการแพร่ภาพออกอากาศ หรือในทางกลับกันทางสถานีโทรทัศน์กำหนดเลือกแนวเรื่องและเวลาออกอากาศเอง แต่โฆษณาจะเข้ามารอซื้อเวลาออกอากาศหรือเป็นผู้สนับสนุนรายการนั้น

2.3 ปัจจัยจากตัวแทนจำหน่าย เช่น โบรกเกอร์ หรือเอเจนซี่ ซึ่งมีทั้งมาซื้อเวลาออกอากาศจากทางสถานีแล้วไปซื้อภาพยนตร์การ์ตูนกับขายโฆษณาเอง และโบรกเกอร์หรือเอเจนซี่ที่ขายภาพยนตร์การ์ตูนให้ทางสถานีไปจัดการเรื่องออกอากาศและโฆษณาเอง

3) ความสนใจและความต้องการของผู้ชม (Audience Interest / Demand)

ความสนใจและความต้องการของผู้ชมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทต่อการดำเนินงานขององค์กรสื่อ เนื่องจากจัดได้ว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าที่สามารถกำหนดการประสบความสำเร็จ

สำเร็จในด้านธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์การ์ตูน ดังนั้น จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการสำรวจความนิยม และความต้องการของผู้ชม นั่นคือ การวัดเรตติ้งของผู้ชมเพื่อใช้เป็นแนวทางการวางแผนทางการตลาดต่อไป

4) ซัพพลาย (Supply) ที่เป็นเหตุการณ์ หรือแหล่งข้อมูลข่าวสารและวัฒนธรรม (Events / Constant Information and Culture Supply)

โดยทั่วไปแล้วแหล่งข้อมูลข่าวสารและวัฒนธรรมหรือซัพพลาย (Supply) ที่เป็นเหตุการณ์ย่อมสอดคล้องไปตามแหล่งประเทศผู้ผลิต ซึ่งมีความต้องการที่จะเผยแพร่อิทธิพลทางวัฒนธรรมของคนสู่สาธารณชนประเทศ

จากบทบาทขององค์กรสื่อที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าว เมื่อพิจารณาถึงผลที่มีต่อกิจกรรมขององค์กรและบทบาทของผู้ดำเนินงานในองค์กรสื่อที่นำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนพบว่า ยังมีความสัมพันธ์กับบทบาทของผู้ดำเนินงานในด้านอื่นอีก ดังแนวคิดที่จะกล่าวต่อไป

2. ความสัมพันธ์ขององค์กรสื่อกับบทบาทของผู้ดำเนินงาน

ความสัมพันธ์ขององค์กรสื่อที่นำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนกับบทบาทของผู้ดำเนินงาน แบ่งเป็นความสัมพันธ์ต่างๆ ได้อีก 5 ด้าน ได้แก่

2.1. ความสัมพันธ์กับสังคม โดยสามารถแสดงเป้าหมายขององค์กรได้เป็น 2 แบบ คือ

2.1.1 องค์กรที่เน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจ มุ่งผลิตและกระจายสินค้าหรือบริการเพื่อแลกเปลี่ยนผลตอบแทนกำไร

2.1.2 องค์กรที่เน้นบรรทัดฐานทางสังคมโดยเน้นการพัฒนาค่านิยมที่มีคุณค่า แต่ก็ยังคงต้องการผลตอบแทนเช่นกัน

2.2 ความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ เจ้าของ และตัวกลาง ซึ่งมีการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่เป็นการค้า ทำให้เกิดผลดีต่อการมีความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรม กล่าวคือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการหาทางแก้ปัญหาข้อจำกัดทางการจัดการองค์กรและการเงิน รวมทั้งนวัตกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม

2.3. ความสัมพันธ์กับแหล่งผลิต ในลักษณะที่องค์กรสื่อเข้าไปเลือกสรรรายการต่างๆ มาเสนอขายทางโทรทัศน์ ทั้งนี้ อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้เขียนหรือศิลปินผู้ผลิตโดยตรง เจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการดูแลและให้คำแนะนำปรึกษาการจัดผังเวลาให้ดีกว่าคู่แข่ง ผู้ที่มีบทบาททางกฎหมายหรือการเมือง ผู้แทนจำหน่ายรายการภาพยนตร์ต่างๆ เป็นต้น

2.4. ความสัมพันธ์ภายในองค์กรสื่อในฐานะบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างออกไปจากเดิมโดยขึ้นอยู่กับเป้าหมายขององค์กรและความสำเร็จทางธุรกิจการจัดการ เช่น มีการร่วมกันดำเนินงานเพื่อทำประโยชน์คืนสู่สังคม อาทิ การจัดกิจกรรมในเทศกาลสำคัญต่างๆ การจัดการประกวดแข่งขันวาดภาพเพื่อชิงทุนการศึกษา เป็นต้น

2.5. ความสัมพันธ์กับผู้ชมในรูปแบบของเรดดิ้ง ความนิยมจากผู้ชมเป็นสำคัญ ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ว่า เป้าหมายขององค์กรประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

นอกจากนี้ เมื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์กรสื่อที่ทำหน้าที่นำเข้าและแพร่ภาพภาพยนตร์การ์ตูน รวมถึงความสัมพันธ์ขององค์กรสื่อดังกล่าวกับบทบาทของผู้ดำเนินงานแล้ว การศึกษากระบวนการนำเข้าและแพร่ภาพภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศทางโทรทัศน์ยังจำเป็นต้องใช้แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการและการนำเสนอในกิจกรรมขององค์กรสื่อมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์กระบวนการนำเข้าและแพร่ภาพภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศทางโทรทัศน์อีกด้วย ซึ่งรายละเอียดของแนวคิดดังกล่าวมีดังนี้

3. กระบวนการและการนำเสนอในกิจกรรมขององค์กรสื่อ (Media Organizational Activity : Processing and Presentation)

กิจกรรมหนึ่งที่เป็นหน้าที่ประจำขององค์กรสื่อ คือ การเลือกสรรเนื้อหารายการที่จะนำมาเสนอ โดยต้องพยายามกำหนดสัดส่วนของเนื้อหาให้มีลักษณะที่สั้นและจำกัด แพร่ภาพแล้วหมดไปอันเป็นไปตามข้อจำกัดของการแพร่ภาพกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ แต่ในขณะเดียวกันก็มีเนื้อหาบางประเภทที่สามารถนำกลับมาขายได้ใหม่ สร้างขึ้นใหม่ หรือเลียนแบบรายการให้คล้ายคลึงของเดิม ซึ่งตรงจุดนี้ทางองค์กรสื่อมีส่วนในการเลือกสรรระบบการลดขั้นตอนการผลิต แต่ต้องอยู่ภายใต้การสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรด้วย หนทางหนึ่งที่เป็นการลดขั้นตอนในการผลิตรายการลง จะด้วยความไม่พร้อมของศักยภาพของบุคลากร เทคโนโลยี หรือทุนทรัพย์ก็ตามแต่ ส่งผลให้หน้าที่ขององค์กรสื่อต้องมีการนำเข้าและแพร่ภาพเนื้อหารายการต่างประเทศ อาทิ ภาพยนตร์ต่างประเทศ ละคร หรือแม้แต่ภาพยนตร์การ์ตูน เป็นต้น

ทั้งนี้ ในปัจจัยด้านระบบธุรกิจอุตสาหกรรมโทรทัศน์ พบว่า สถานีโทรทัศน์ย่อมหมายปองรายการที่สามารถขายได้และทำให้มีเรตติ้งสูงสุด นอกจากนี้ ตัวรายการควรจะมีราคาถูกและเป็นรายการสูตรสำเร็จ กล่าวคือ ผลิตไปตามรูปแบบรายการเดิมๆที่มีเนื้อหาที่ตรงตามความสนใจหรือความต้องการของผู้ชม จนได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จในด้านรายได้

สำหรับด้านแรงผลักดันที่มาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สถานีโทรทัศน์ย่อมต้องการให้มีรายจ่าย(Cost)น้อยที่สุด นอกจากนี้ยังมุ่งหวังที่จะลดความขัดแย้งและทำให้ผู้แทนจำหน่ายจัดหารายการได้อย่างเพียงพอและต่อเนื่อง

ส่วนแรงผลักดันที่มาจากปัจจัยทางเทคโนโลยี ทางสถานีโทรทัศน์ย่อมต้องการที่จะรักษาความเปลี่ยนแปลงหรือได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีให้กลายเป็นการประสบความสำเร็จในด้านนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น เทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตเสียงประกอบภาพยนตร์การ์ตูน การใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิก เป็นต้น

และในด้านที่เป็นแรงผลักดันมาจากปัจจัยทางวัฒนธรรม Altheide และ Snow (1979) พบว่า สถานีโทรทัศน์จะต้องพิจารณาการเลือกสรรรายการให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนปฏิบัติที่ได้ตกลงเป็นกฎหมายข้อบังคับทางสังคมร่วมกัน เช่น ต้องมีเนื้อหาที่ดี และส่งเสริมต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรมจรรยา ขนบธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ ทางสถานีโทรทัศน์ยังมีข้อพิจารณาอื่นๆ ประกอบอีก นอกจากความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบรายการแล้วหน่วยความคิดและสิ่งที่แสดงความเป็นจริง (Unit ideas and Representations of Reality) ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ทางสถานีโทรทัศน์ต้องนำมาพิจารณาในการเลือกสรรด้วย แม้ว่าจะไม่เกิดประโยชน์ต่อผู้ผลิตแต่จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ชม ซึ่งจะเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากการชมรายการโทรทัศน์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องกระบวนการนำเข้าและแพร่ภาพภาพยนตร์การ์ตูนทางโทรทัศน์ยังไม่ค่อยมีผู้ศึกษาเท่าใดนัก ทั้งนี้ มีผู้ที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์การ์ตูนอันพอจะเกี่ยวเนื่องกับเรื่องวิจัยนี้ได้บ้าง คือ

นิพนธ์ कुमारักษ์ (2539) ได้ศึกษาสถานภาพ ปัญหาอุปสรรคและความเป็นไปได้ของการผลิตรายการภาพยนตร์การ์ตูนชุดทางโทรทัศน์ของผู้ผลิตในประเทศไทย ซึ่งได้กล่าวผลกระทบด้านต่างๆที่ทำให้ภาพยนตร์การ์ตูนไทยจึงไม่เกิดเป็นอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องและจริงจัง นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงปัจจัยหลักในการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนชุดทางโทรทัศน์ไว้ 3 ประการ คือ (1) ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ (2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต และ (3) ปัจจัยการผลิตในเชิงธุรกิจอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ามีส่วนเกี่ยวข้องของการวิเคราะห์ปัจจัยในการพิจารณาการนำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศทางโทรทัศน์ได้ จึงได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดหนึ่งในการวิเคราะห์

พรชัย เชาวเดช (2531) ได้ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมของภาพยนตร์การ์ตูนสำหรับเด็กที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เนื้อหาจริยธรรมด้านบวกที่ปรากฏมากที่สุดในการ์ตูน 13 เรื่อง คือ ความสามัคคี รองลงมา ได้แก่ ความมีเหตุผล ความเมตตา กรุณา ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความขยันหมั่นเพียร ความกตัญญู กตเวทิตะ ความประหยัด ตามลำดับ นอกจากนี้ ในการ์ตูน 13 เรื่องที่นำมาศึกษานั้น เป็นการ์ตูนญี่ปุ่น 10 เรื่อง ส่วนอีก 3 เรื่องเป็นการ์ตูนฝรั่ง ทั้งนี้ ที่เป็นภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นมากกว่าเป็นเพราะภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นมีราคาถูกลงกว่า

ดวงรัตน์ กมโลบล (2534) ได้ศึกษาลักษณะของการสร้างอารมณ์โดยสังคมในการ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์ชุด “โดรมอน” ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะอารมณ์ที่สร้างโดยสังคมที่ปรากฏในการ์ตูนชุดนี้ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ อารมณ์มีความสุข อารมณ์โกรธ อารมณ์เศร้า อารมณ์กลัว และอารมณ์ริษยา ซึ่งอารมณ์เหล่านี้ได้ถูกกำหนดพฤติกรรมการแสดงออกโดยสังคมนี 4 ประการ คือ ค่านิยมทางศาสนา เพื่อนและกลุ่มสังคม ค่านิยมด้านการศึกษา และบรรทัดฐานการดำเนินชีวิตชาวญี่ปุ่น ซึ่งเป็นการใช้วิธีการทางสัญญวิทยาในการถ่ายทอดความหมายตลอดจนลักษณะของอารมณ์ที่สร้างโดยสังคม

รายงานของยูเนสโก(UNESCO)ในปี ค.ศ. 1990 เกี่ยวกับการนำเข้า-การส่งออกของรายการบันเทิงระหว่างประเทศ ซึ่งได้ทำการสำรวจประเทศบังคลาเทศ มาเลเซีย และประเทศไทย พบว่าสถานการณ์ในการได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งอื่นๆ ค่อนข้างเป็นไปได้ด้วยความลำบาก ทั้งนี้พบปัจจัยสำคัญที่ทำให้เป็นเช่นนั้น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการนำเข้ารายการค่อนข้างสูง และเป็นระบบเหมาทั้งชุดรายการ (Package) สำหรับในประเทศไทย การนำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนจากต่างประเทศ ในปี ค.ศ. 1980 ไทยสั่งนำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก และในปีค.ศ. 1984 ไทยได้สั่งนำเข้าภาพยนตร์การ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ จากประเทศฮ่องกงและสหรัฐอเมริกา

รายงานของยูเนสโก ในปี ค.ศ. 1982 เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างประเทศและการข้ามธุรกิจทางวัฒนธรรม ซึ่งได้ทำการสำรวจประเทศไทย พบว่า ระบบการสื่อสารระหว่างประเทศของไทยเกือบทั้งหมด ต้องพึ่งพาอุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ทั้งนี้พบว่ามีควมไม่สมดุลย์ในการสื่อสารระหว่างประเทศ สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ไทยต้องพึ่งพาการเข้ามาของภาพยนตร์จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกของประเทศผู้ผลิตที่เจริญแล้ว ซึ่งก็เป็นการรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาโดยปริยาย นอกจากนี้ ยังพบว่า ไทยยังรับเอาสินค้าทางวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาในตลาดของไทยอีกด้วย และหากทางสถานีใดได้รับซื้อรายการนำเข้าจากต่างประเทศในราคาถูก พบว่า ย่อมมีการซื้อผูกขาดกับประเทศนั้น

สำหรับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยจะนำปัจจัยต่างๆทั้งหมด ได้แก่ ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เทคโนโลยี วัฒนธรรม การตลาด และสุนทรียศาสตร์ในการผลิต มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์กระบวนการนำเข้า และแพร่ภาพภาพยนตร์การ์ตูนต่างประเทศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ต่อไป