

การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิติศาสตร์  
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thai Digital Natives' Awareness of Copyright Issues related to Online Manga and Anime



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2017

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ การดาวน์โหลดและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์
โดย	นางสาวดารารัตน์ ภูธร
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(ศาสตราจารย์ ดร. ปาวิชาต สถาปิตานนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรยุทธ สินธุ์พันธ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ดร. มานะ ตริรยาภิวัฒน์)

ดารารัตน์ ภูธร : การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ (Thai Digital Natives' Awareness of Copyright Issues related to Online Manga and Anime) อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ. ดร. พิรงรอง รามสูต, 125 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ การบริโภคสื่อและการใช้งานอินเทอร์เน็ตของดิจิทัลเนทีฟไทยที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ ตลอดจนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของดิจิทัลเนทีฟไทยที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภค การวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นดิจิทัลเนทีฟในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะตามที่ผู้วิจัยกำหนด คือ เป็นผู้ที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์จำนวน 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันการ์ตูนมีการพัฒนาจากกระดาษสู่รูปแบบดิจิทัลจึงทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านอินเทอร์เน็ตและทำให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ออนไลน์ได้ง่ายเช่นกัน ดิจิทัลเนทีฟไทยมีการละเมิดลิขสิทธิ์ใน 3 ขั้นตอนดังนี้ คือ 1) การนำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หรือดาวินโหลตจากแหล่งที่ละเมิดลิขสิทธิ์ 2) การดัดแปลงข้อมูลโดยการแปลและแก้ไขข้อมูลต้นฉบับ 3) การเผยแพร่ต่อสาธารณชน ผลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คนมีความตระหนักรู้ในเรื่องลิขสิทธิ์ มีการกระทำที่ละเมิดกฎหมายโดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ผลิตและผู้บริโภคผลงานการ์ตูนละเมิดลิขสิทธิ์ออนไลน์ อีกทั้งดิจิทัลเนทีฟไทยยังมีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภคโดยสร้างพื้นที่สมมติขึ้นมา เรียกว่า “พื้นที่สีเทา” เป็นการสร้างความหมายและการตีความขึ้นมาใหม่เพื่อใช้ในการต่อรองให้การกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวยังเป็นสิ่งที่ยอมรับได้

นอกจากนี้ การวิจัยยังพบว่า ดิจิทัลเนทีฟไทยที่บริโภคการ์ตูนออนไลน์มีการรวมตัวกันในลักษณะที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ มีการสร้างกฎเกณฑ์หรือเงื่อนไขในการกำกับดูแลซึ่งกันและกันไม่ต่างไปจากสังคมในโลกแห่งความเป็นจริง เรียกว่า “ข้อตกลงร่วมกัน” เพื่อให้คนในสังคมสามารถบริโภคการ์ตูนออนไลน์ได้ต่อไปโดยยังตระหนักเรื่องลิขสิทธิ์ เช่น บริโภคการ์ตูนออนไลน์ต่อเมื่อเรื่องดังกล่าวยังไม่มิลิขสิทธิ์ในไทย เป็นต้น

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อ อ.ที่ปริกษาหลัก .....

# # 5784662328 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: DIGITAL NATIVE / COPYRIGHT / MANGA / ANIME / JAPANESE

DARARAT PHUTHORN: Thai Digital Natives' Awareness of Copyright Issues related to Online Manga and Anime. ADVISOR: PROF. DR. PIRONGRONG RAMASOOTA, 125 pp.

This research aims to study copyright awareness of Thai's digital native and abuse of Japanese manga and anime, media consumption of Thai's digital native which is leading to abuse of Japanese manga and anime and negotiation of Thai digital natives who have abused Japanese manga and anime on the internet. The research collected data from in-depth interview with 10 key informants. They are all digital natives from Bangkok who using internet to consume manga and anime.

The research found that Thai digital natives have done 3 processes of abuse. The first one is to copy or download information into computer system. The second one is to adapt or to edit the data. The last one is to publish those data on the internet. The result from in-depth-interviews shows that the key informants as Thai digital natives have copyright awareness, but they involved in 2 stages of abuse. The first one is to consume information which break copyright law and the second one is to redistribute adapted or edited information. They have a negotiated explanation for abusing which was considered as "the gray zone" to make it acceptable.

In addition, the research found that Thai digital natives have used the internet to create online community for sharing manga and anime. They have their own regulation and rules to regulate themselves as same as real society which called "terms of use". These terms strongly induce everyone to be aware of copyright issues.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature .....

Academic Year: 2017

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากความชอบในการ์ตูนญี่ปุ่นจึงอยากถ่ายทอดตัวตนและความสนใจอีกมุมหนึ่งออกมาในรูปแบบของงานวิจัยและสำเร็จลุล่วงได้ด้วยคามอนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนตลอดมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา และชี้แนะแนวทางในการศึกษา อีกทั้งยังคอยดูแลเอาใจใส่ ให้กำลังใจ แม้ว่าผู้วิจัยจะพบกับช่วงเวลาที่ยากลำบากแต่ก็ได้รับความเมตตากรุณาเรื่อยมาจนกระทั่งวิทยานิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ในที่สุด ทำให้สามารถก้าวข้ามขีดจำกัดของตนเองและตระหนักถึงความอดทน ความพยายาม และความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับมอบหมาย

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรยุทธ์ สินธุ์พันธ์ ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล กรรมการภายใน และ ดร. มานะ ตริรยาภิวัฒน์ กรรมการภายนอก ที่ได้กรุณาสละเวลาเพื่อการสอบและตรวจแก้วิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำต่าง ๆ เพื่อนำไปพัฒนางานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นข้อมูลอันมีค่ายิ่งของผู้วิจัย และขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ตลอดจนบุคคลกรที่ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือทุกท่าน

กราบขอบพระคุณการสนับสนุนที่ยิ่งใหญ่จากครอบครัว คุณพ่อคุณแม่ที่เลี้ยงดูและคอยให้การสนับสนุนเรื่องการเรียนมาโดยตลอด พี่สาวทั้งสองคนที่คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในทุกเรื่อง ไม่ว่าจะสุขหรือทุกข์ก็จะอยู่เคียงข้างกันเสมอ ขอขอบคุณกัลยาณมิตรทุกท่านและมิตรสหายคณะนิเทศศาสตร์ ปองรัก เกษมสันต์, ปรีดาพร ศรีเมือง และ ณัฐนพ พลาหาญ ที่ให้กำลังใจมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วีรภัทร บุญมา ที่คอยดูแลเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือทุก ๆ เรื่องซึ่งเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

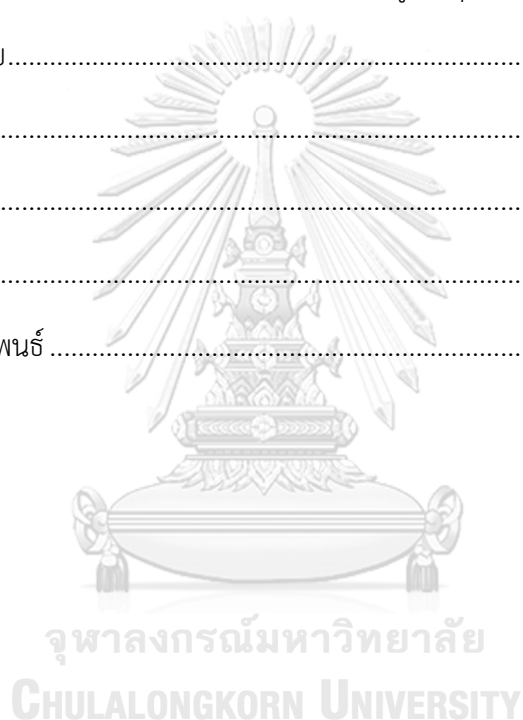
## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ .....	1
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์ .....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	11
1. แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค.....	11
2. แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัลเนทีฟ .....	22
3. แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก .....	26
4. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนออนไลน์.....	27
5. แนวคิดเกี่ยวกับการเข้ารหัสและการถอดรหัส.....	30
6. แนวคิดเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิทางวัฒนธรรม .....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	56
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	58
วิธีการวิจัย .....	58

วิธีการรวบรวมข้อมูล .....	59
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล .....	60
การวิเคราะห์ สรุป และอภิปราย.....	60
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	61
1. การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ .....	61
2. บริโภคของดิจิทัลเนทีฟไทยที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ .....	62
2.1 ทำซ้ำ .....	62
2.1.1 ทำซ้ำหรือคัดลอกโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์.....	62
2.1.2 ดาวนโหลดจากแหล่งที่ละเมิดลิขสิทธิ์.....	64
2.2 ดัดแปลง .....	66
2.2.1 มังงะ .....	66
2.2.2 อนิเมะ .....	67
2.3 เผยแพร่ต่อสาธารณชน .....	68
2.3.1 อัปโหลดบนบล็อกหรือเว็บเพจส่วนตัว .....	68
2.3.2 อัปโหลดบนเว็บไซต์ที่ให้บริการการ์ตูนออนไลน์แบบสาธารณะ.....	69
3. ใช้งานอินเทอร์เน็ตของดิจิทัลเนทีฟไทยที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภค.....	71
3.1 ข้อตกลงร่วมกัน .....	71
3.2 พื้นที่สีเทา.....	73
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	75
สรุปผลการวิจัย.....	76
การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ .....	76
การบริโภคสื่อของดิจิทัลเนทีฟไทยที่นำไปสู่การละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์.....	77



การใช้งานอินเทอร์เน็ตของดิจิทัลเนทีฟไทยที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะ ผู้บริโภค .....	78
อภิปรายผล.....	79
ดิจิทัลเนทีฟไทยกับการตระหนักรู้เรื่องลิขสิทธิ์.....	79
การต่อรองกับการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์โดยการสร้างคามหมายใหม่.....	80
ความเป็นชุมชนออนไลน์กับการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ .....	82
ข้อจำกัดในงานวิจัย.....	83
ข้อเสนอแนะ .....	84
รายการอ้างอิง .....	85
ภาคผนวก.....	88
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	125



## สารบัญภาพ

	หน้า
รูปที่ 1 เว็บไซต์การ์ตูนแปลไทยออนไลน์ <a href="http://www.niceoppai.net">www.niceoppai.net</a> .....	3
รูปที่ 2 เว็บบอร์ด Rose Media <a href="http://www.rose.co.th/webboard/">www.rose.co.th/webboard/</a> .....	5
รูปที่ 3 การทำสำเนาโดยการถ่ายรูป การใช้สแกนเนอร์ และการบันทึกภาพหน้าจอ .....	63
รูปที่ 4 รูปแคปหน้าจอจากเว็บไซต์ที่ให้บริการการ์ตูนออนไลน์ละเมิดลิขสิทธิ์ .....	63
รูปที่ 5 รูปแคปหน้าจอจากเว็บไซต์ที่ให้บริการการ์ตูนออนไลน์ถูกลิขสิทธิ์ <a href="http://comic.pixiv.net">comic.pixiv.net</a> .....	64
รูปที่ 6 <a href="http://nyaa.si">http://nyaa.si</a> เว็บไซต์ที่ให้ดาวน์โหลดไฟล์ในรูปแบบ Bit Torrent .....	65
รูปที่ 7 13dl.net เว็บไซต์ที่ให้ดาวน์โหลดไฟล์ด้วยลิงก์จากเว็บไซต์รับฝากไฟล์ .....	65
รูปที่ 8 มังงะที่แปลเสร็จแล้ว .....	66
รูปที่ 9 การทำแฟนซับ .....	67
รูปที่ 10 เพจอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์แปลไทยละเมิดลิขสิทธิ์ใน Facebook .....	68
รูปที่ 11 หน้าหลักเว็บไซต์ <a href="http://nekopost.net">nekopost.net</a> เว็บไซต์มังงะแปลไทยออนไลน์ละเมิดลิขสิทธิ์ .....	69
รูปที่ 12 หน้าหลักเว็บไซต์ <a href="http://tafasu.com">tafasu.com</a> เว็บไซต์ดาวน์โหลดอนิเมะแปลไทยละเมิดลิขสิทธิ์ .....	70

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเกิดขึ้นของวิทยาศาสตร์และการปฏิวัติอุตสาหกรรมทำให้โลกทั้งใบมีการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ถูกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวางเพื่อตอบสนองความความสะดวกสบายของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสารที่สามารถติดต่อกันได้สะดวกเร็วขึ้น ด้านการคมนาคมที่หลุดพ้นขีดจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ หรือด้านเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด อย่างไรก็ตามการพัฒนาเทคโนโลยีที่รวดเร็วนี้อาจทำให้เกิดช่องว่างระหว่างวัยหรือช่วงอายุ (Generation Gap) กล่าวคือ ทำให้เกิดการแบ่งแยกคนในสังคมออกเป็นรุ่นต่าง ๆ เนื่องจากมีอายุที่ต่างกัน กำเนิดและเติบโตในยุคสังคมที่แตกต่างกัน จึงเกิดความขัดแย้งระหว่างคนแต่ละรุ่น ทั้งในด้านทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ระบบความคิด พฤติกรรม ฯลฯ

ในสังคมปัจจุบันที่เทคโนโลยีถูกพัฒนาถึงขั้นสูงสุดเรียกว่า เทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เกิดสื่อใหม่และอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อความความสะดวกสบาย พุ่มแรง ช่วยลดทั้งเวลาและระยะทาง เป็นเทคโนโลยีที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านอินเทอร์เน็ต มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการเชื่อมต่อให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน เป็นต้น บุคคลที่เกิดและเติบโตในช่วงนี้เรียกว่า ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native) หรือชาวดิจิทัลโดยกำเนิด ซึ่งปัจจุบันมีอายุประมาณไม่เกิน 24 ปี คนกลุ่มนี้นับวันจะทวีความสำคัญและจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นกลุ่มคนที่สามารถใช้งานคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์ดิจิทัลได้อย่างชำนาญ มีความรู้สึกคุ้นชินกับเทคโนโลยีดิจิทัลมากกว่าคนยุคอื่น มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปกติในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังอาจหมายถึง ผู้ที่เข้าใจคุณค่าของเทคโนโลยีดิจิทัลและมองหาโอกาสที่จะนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ในขณะที่คนอีกรุ่นหนึ่งที่เรียกว่า ดิจิทัลอิมมิแกรนต์ (Digital Immigrant) หรือผู้อพยพสู่โลกดิจิทัล หมายถึง ผู้ที่เกิดก่อนยุคดิจิทัล มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป สนใจและมองเห็นประโยชน์จึงหันมาศึกษาและเรียนรู้พื้นฐานการใช้งานเทคโนโลยีใหม่นี้บ้าง (ชลาทิป ชาญชัยฤกษ์, 2556) ซึ่งจะต้องย้ายเข้ามาอาศัยอยู่ในสังคมดิจิทัลหรือสังคมสื่อใหม่ โดยจะต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่

เปลี่ยนแปลงไป จะต้องเรียนรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ดิจิทัลเพื่อที่จะสามารถไล่ตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ทัน และกลายเป็นพลเมืองดิจิทัลไปในที่สุด ส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปีจะเรียกว่า Progressive Digizen (Mindshare, 2557) หรือพลเมืองดิจิทัลก้าวหน้า เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถเรียนรู้และเปิดรับในการสื่อใหม่ได้เป็นอย่างดี เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตรองจากดิจิทัลเนทีฟ

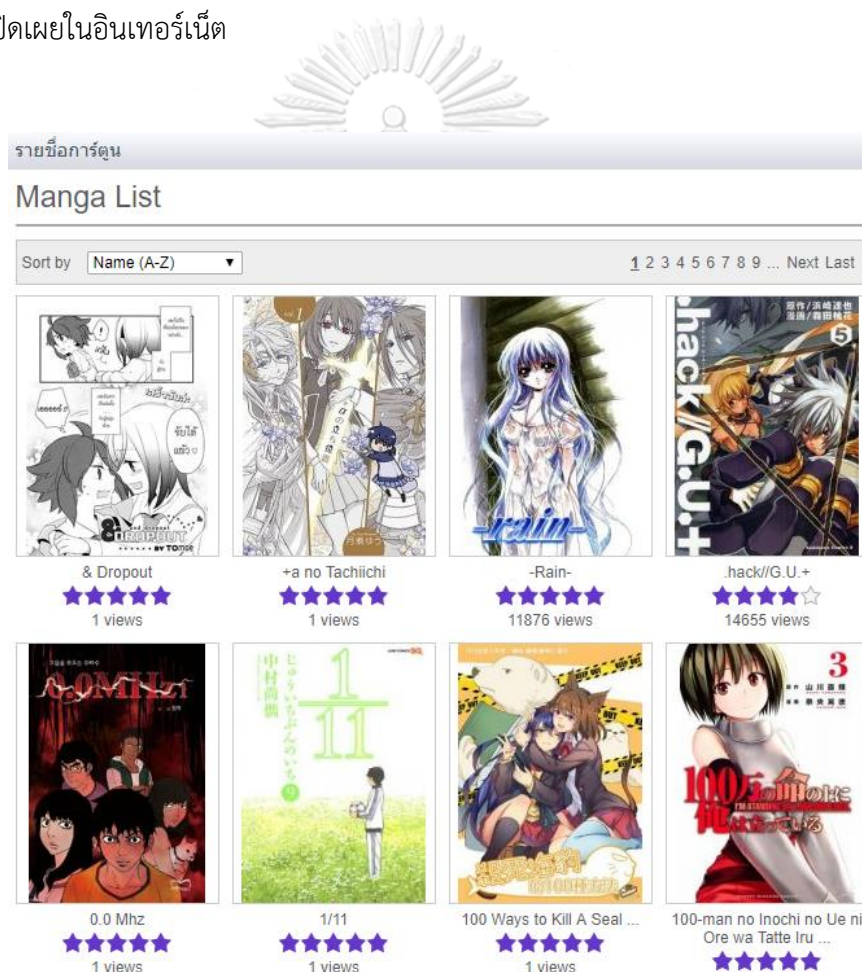
อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเนื้อหาดิจิทัลต่าง ๆ ในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) จึงทำให้เกิดช่องโหว่ในการละเมิดลิขสิทธิ์ขึ้น กล่าวคือ อาจมีการคัดลอกหรือทำซ้ำของสื่อหรือเนื้อหาที่มีลิขสิทธิ์ อับโหลดและเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์โดยไม่ได้รับอนุญาต เช่น การอ่านหนังสือออนไลน์ ดูภาพยนตร์ออนไลน์ ฟังเพลงออนไลน์ ในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่เจ้าของผลงานหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ผลงานไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้ล้วนแต่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา<sup>1</sup> และมีกฎหมายคุ้มครองทางด้านลิขสิทธิ์แทบทั้งสิ้น จึงมีข้อสังเกตว่าดิจิทัลเนทีฟอาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับการใช้งานที่ถูกต้องและไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบต่อเจ้าของผลงานหรือเจ้าของลิขสิทธิ์นั้น ๆ หากแต่ก็ยังมีความสามารถทำได้ เช่น เจ้าของผลงานอนุญาตให้คัดลอก แก้ไข และเผยแพร่ผลงาน ตามข้อจำกัดหรือเงื่อนไขบางประการที่กำหนดขึ้นหรือที่เรียกว่า นีรสิทธิ์<sup>2</sup> เป็นต้น

แม้ว่าปัจจุบันจะยังคงใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 แต่ก็ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมบางส่วนและบัญญัติฉบับที่ 2 และฉบับที่ 3 ขึ้นในปี พ.ศ. 2558 เพื่อให้ครอบคลุมและเหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วขึ้นเรื่อย ๆ









<sup>1</sup> ทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึง ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น หรือความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งเน้นที่ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญ โดยไม่คำนึงถึงชนิดของการสร้างสรรค์หรือวิธีในการแสดงออก ทรัพย์สินทางปัญญาอาจแสดงออกในรูปแบบของสิ่งที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้

<sup>2</sup> นีรสิทธิ์ (Copyleft) หมายถึง การที่เจ้าของผลงานอนุญาตให้ผู้อื่นสามารถคัดลอก ดัดแปลง เผยแพร่ และจำหน่ายผลงานของตนเองได้ ตามข้อจำกัดหรือเงื่อนไขทางด้านลิขสิทธิ์บางประการที่กำหนดขึ้น โดยอ้างอิงตามกฎหมายลิขสิทธิ์เป็นแนวเปรียบเทียบ บางครั้งอาจเรียกว่า ลิขซ้าย

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงความตระหนักรู้และพฤติกรรมของดิจิทัลเนทีฟไทยที่มีต่อผลงานวรรณกรรมและโสตทัศน<sup>3</sup> โดยเน้นศึกษาสื่อออนไลน์ประเภทหนังสือการ์ตูนและการ์ตูนแอนิเมชัน (Comic and Animation) จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นที่นิยมมาอย่างยาวนานในประเทศไทย และเคยอยู่ในแพลตฟอร์มที่แตกต่างกัน แต่ในปัจจุบันล้วนเปลี่ยนแพลตฟอร์มเข้ามาอยู่ในสื่อใหม่หรืออินเทอร์เน็ตและยังคงมีเนื้อหาและทำหน้าที่เหมือนเดิมทุกประการ กล่าวคือ สื่อเหล่านี้ได้ย้ายเข้ามาอยู่ในอินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อดิจิทัล แต่ยังคงให้ความบันเทิงแก่ผู้บริโภคไม่ต่างไปจากรูปแบบสื่ออะนาล็อก มีการทำซ้ำและดัดแปลงผลงานลิขสิทธิ์ และนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ เผยแพร่และส่งต่ออย่างเปิดเผยในอินเทอร์เน็ต



The screenshot shows a 'Manga List' page with a search bar and a grid of manga covers. The covers are arranged in two rows of four. Each cover has a title, a star rating, and a view count.

Cover	Title	Rating	Views
	& Dropout	★★★★★	1 views
	+a no Tachiichi	★★★★★	1 views
	-Rain-	★★★★★	11876 views
	.hack//G.U.+	★★★★★	14655 views
	0.0 Mhz	★★★★★	1 views
	1/11	★★★★★	1 views
	100 Ways to Kill A Seal ...	★★★★★	1 views
	100-man no Inochi no Ue ni Ore wa Tatte Iru ...	★★★★★	

รูปที่ 1 เว็บไซต์การ์ตูนแปลไทยออนไลน์ [www.niceoppai.net](http://www.niceoppai.net)

<sup>3</sup> ผลงานวรรณกรรมและโสตทัศน (Audio-Visual) หมายถึง วรรณกรรมหรือสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพและเสียง แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุและส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ เป็นสื่อที่มีการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์หรือฮาร์ดแวร์ในอินเทอร์เน็ต

บริษัท ไรส มีเดีย แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง Sword Art Online มาแปลและจัดจำหน่ายในประเทศไทย ทำให้เกิดประเด็นที่มีการถกเถียงกันเป็นอย่างมากในเว็บบอร์ดของบริษัทโรสระหว่างผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องกับผู้ที่บริโภคการ์ตูนในรูปแบบแฟนซับ<sup>4</sup> กล่าวคือ ผู้บริโภคที่ดูแฟนซับบางส่วนไม่พอใจที่บริษัทไรสซื้อลิขสิทธิ์หรือเรียกกันโดยทั่วไปอย่างง่ายว่า LC<sup>5</sup> การ์ตูนเรื่องดังกล่าว ทำให้แฟนซับเบอร์ (Fansubber) หรือผู้จัดทำแฟนซับจะต้องหยุดการทำซับไตเติลเรื่องนี้ทันทีเพื่อให้ผู้บริโภคได้สนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์ต่อไป ส่งผลให้ผู้ที่ดูแฟนซับไม่สามารถดูการ์ตูนเรื่องดังกล่าวต่อไปได้ ผู้บริโภคที่ไม่พอใจจึงเข้าไปโพสต์ในเว็บบอร์ดของบริษัทไรสว่าอย่าเพิ่ง LC การ์ตูนเรื่อง Sword Art Online และมีการขอร้องให้ทางบริษัทโรสระงับการ LC ไว้จนกว่าจะทำแฟนซับจนถึงตอนจบ โดยอ้างว่าหลังจากประกาศ LC ไปแล้วก็ต้องใช้เวลานานกว่าจะออกสินค้าที่เป็นลิขสิทธิ์ของไทย ไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น

จากกรณีดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าผู้บริโภคเหล่านั้นอาจจะไม่ทราบว่าการกระทำของตนเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ มีความคิดว่าการดูแฟนซับสามารถกระทำได้ไม่ผิดกฎหมาย กล่าวอย่างง่ายคือการจัดทำหรือบริโภคแฟนซับนั้นเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์อยู่แล้ว หากแต่เจ้าของลิขสิทธิ์แรกเริ่มหรือทางญี่ปุ่นไม่ได้ดำเนินการเอาผิดอย่างจริงจัง ผู้บริโภคในไทยจึงนำช่องโหว่นี้มาจัดทำแฟนซับ แต่ก็มีผลกระทบกันเองหรือมีกฎร่วมกันว่าถ้าเรื่องใด LC แล้วต้องตั้งยุติการแฟนซับ ซึ่งผู้บริโภคบางกลุ่มไม่ได้ตระหนักถึงการกระทำที่ละเมิดลิขสิทธิ์ของตนและเรียกร้องความเป็นธรรมให้การละเมิดนั้น

<sup>4</sup> แฟนซับ (Fansub) ย่อมาจาก Fan-subtitled หมายถึง การ์ตูนหรือภาพยนตร์ที่มีคนนำมาแปลและใส่ซับไตเติลเพื่อเผยแพร่ในประเทศที่การ์ตูนหรือภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวยังไม่มีคนซื้อลิขสิทธิ์เข้ามาจำหน่าย วัตถุประสงค์ดั้งเดิมคือเพื่อให้ผู้อื่นได้มีโอกาสดูการ์ตูนหรือภาพยนตร์ที่ตนชื่นชอบ โดยมีอุดมการณ์หรือข้อตกลงร่วมกันในหมู่คนทำแฟนซับว่าการทำแฟนซับนั้นจะต้องไม่แสวงผลกำไร ไม่นำแฟนซับไปใช้ในเชิงพาณิชย์ และหากมีคนซื้อลิขสิทธิ์เข้ามาในประเทศเมื่อใดจะต้องหยุดการทำแฟนซับนั้น ๆ ทันที

<sup>5</sup> LC ย่อมาจาก License แปลว่าการอนุญาตหรือใบอนุญาต หมายถึงการติดลิขสิทธิ์ ใช้เรียกแทนสินค้าที่มีลิขสิทธิ์หรือการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อนำเข้ามาจำหน่ายและเผยแพร่ภายในประเทศ

อย่าเพิ่ง LC Sword art online เลยนะคะ >0< /	1891
อย่าเพิ่ง LC Sword art online เลยนะครับ ขอร้อง จากใจครับ	7229
ขออภัยเลย อย่าเพิ่งเอา Sword Art Online เลยนะครับ	956
ขอทางโรสอย่าเพิ่งเอา LC เรื่อง Sword Art Online นานะครับ	1695



เมื่อ : 2012-08-05 20:54:55

Back

โดย : Kiritto Schwarz

### อย่าเพิ่ง LC Sword art online เลยนะคะ >0< /

ก็อย่างที่รู้ๆกัน อนิเมะเรื่องนี้เค้าเพิ่งออกมาใหม่ ช่วยดูทำที่เวลาประกาศ LC อย่างเหมาะสมด้วยนะค่ะ อย่างน้อยก็รอให้เมีะจบก่อนประมาณเดือน2เดือนค่อยประกาศLC ถึงยังงี้ถ้าทางกุหลาบ ประกาศLC ออกเฝ่มา ใครหลายๆคน เค้าก็ซื้อแผ่นกันเองละค่ะ เพราะเมีะเรื่องนี้หลายๆคนเค้าก็ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก บางคนก็ซื้อมาเก็บเป็น collection บางคนเค้าก็ซื้อมาเพื่อสะสมของแถม แบบ eden of the east ละค่ะ ไม่ใช่ว่าเค้าพูดไปเท่านั้นนะค่ะ เพราะทุกซื้อแผ่นแท้ของกุหลาบมาดูเป็นประจำ เห็นคนอื่นเค้าโพสกันแล้ว ก็รู้สึกเห็นใจ ทางสันติที่สุดก็คือ ขอให้เรื่องนี้ และเรื่องต่อๆไปจะประกาศLCเรื่องไหน ก็ช่วยรอให้เมีะค่าจบก่อนนะค่ะ เห็นแก่ส่วนรวม ไม่อยากให้คนที่เค้ารักการ์ตูน เค้าเดียวกัน ที่พูดมาทั้งหมด ไม่ได้ชิงคืบนะค่ะ แต่ช่วยนำไปพิจารณาด้วยค่ะ ขอบคุณค่ะ ^ ^



เมื่อ : 2012-10-09 22:14:55

Back

โดย : Tee Thanan Meesamer

### ขอโทษนะครับ แต่ว่าผมไม่อยากจะ LC จริง ๆ Sword Art Online นะครับ. !! แต่อยากขอให้ออกมาให้จบทั้ง 25 ตอนก่อนแล้วค่อย LC (ผมพูดตรง ๆ เลยนะครับ)

ขอโทษนะครับจะ LC ไปทำไมหรือครับ. LC เพื่ออะไร ทำไม? งานที่มีอยู่ยังไม่พอหรือครับ หรือว่าโลก! Sword Art Online ผมซื้อมันก็ได้ ถ้าหาก LC ไปแล้วไม่ต้องงาน ผมจะให้ LC เลย. แต่ที่ทุกคนเขาออกข้อโงงจนถึงตอนจบกันทั้งนั้น. ทำไมหรือครับ? ทำไมไม่ถามความเห็นคนอื่นบ้างล่ะครับ ว่าเขาอยากให้อะไร LC กันมัย? คิดแต่จะได้อย่างเดียว รอให้จบออกมาจนจบ 25 ตอนก่อนไม่ได้หรือไง? ไม่มีใครหรอกที่เขาอยากให้อะไร LC Sword Art Online นะครับ. ถึงแม้ว่าส่วนน้อยล่ะครับ ขอเถอะครับ รอให้จบออกมาจนก่อน แล้วผมจะให้ LC เลย ผมแค่หวังดีอยากให้ออกมาเขาจบกันก่อน ก็แค่นั้น! แล้วพอแผ่นออกมาผมจะรีบซื้อเลย เพราะผมชอบมาก Sword Art Online เป็น Anime ที่สนุกดี ขอเถอะนะ อย่า LC เลย รอจบก่อน แล้วค่อย LC!



เมื่อ : 2012-08-08 17:42:27

Back

โดย : Kagamine P. Rin

### ช่วยรับฟังคำขอเล็กๆ น้อยนะค่ะ >< เรื่อง Sword art online

จะติด LC รินไม่ว่าเลยค่า แต่ช่วยอ่านนิดนึงค่ะ

รู้สึกว่ SAO จะประกาศออกมา 20 กว่าตอน ตอน แล้ก็ม่ข่าวลือว่ จะติดลิขสิทธิ์เดือนตุลาคม

นั่นหมายความว่า เราสามารถดูได้แต่เพียงครึ่งหนึ่ง(ประมาณ 12 ตอน) รินไม่ห้ามที่จะออก LC ออกมา ออกมาเถอะ

ออกมาก็ดี แต่ถ่าจะ LC แล้ ช่วยเรีวด้วยเถอะค่ะ ถึงไม่ใช่คนรวยอะไร แต่ทุกคนก็ยังมีรายจ่าย นะคะ หากว่

บางคนได้ค่าชมมาวันละ 15 บาทอย่างนี้(มีจริงนะค่ะ) ก็คงต้องเก็บไปวันละ 10 บาทใช้ใหม่? เดือนหนึ่งคงประมาณ 200 บาท

ที่ไม่ใช่ 300 บาทเพราะว่ ตัวเสาร์อาทิตย์ทั้งไปละ

แต่! แผ่นลิขสิทธิ์มัน 250-400 ชิ้นใช้ใหม่คะ? แล้ถ้าเราเรียกร้องให้ออกมา เช่นเดือนละ 2 แผ่น ไม่พอ ยังมีพวกเบลเซบิธ

กัน แพร่เทล 2 อีกด้วย? แล้จะเอาเงินที่ไหนดไปซื้อละคะ? ไหนจะ BRS บลูเรย์อีก? ถ่าแบบนั้น ทำไมไม่ทำเป็นเซตออกมา

แบบ 2 ช่วงไปเลยละคะ? พูดตรงๆนะค่ะ ที่ดู อนิเม่อยู่ป่วว่ เห็นแบบนี้ รินก็เป็นพวกบ่าลสิขสิทธิ์เหมือนกัน >< เพราะฉะนั้น

อยากให้ออกมาเป็นแบบ 2 ช่วง จะได้ถือว่ ช่วงที่ 2 ยังคงม่ถือ ลิขสิทธิ์อยู่ดี แฟนซิมจะได้ทำต่อ ส่วนเราก้จะได้ยึดเวลาเก็บตั้ง

ไปอีก =,= แถมนม่มีใครเสียเบรียบกันอีก ><// ทั้ง AW และ SAO เชื้อเถอะ ถ่าติด LC เป็น 2 ช่วง บูมแน่ๆ(มึง?)

(ความคิดเห็นส่วนตัวคะ รินบ่า SAO asuqa มากๆ ผ่ากไว้ เป็น...!? ด้วยนะค่ะ)

ยอมเอาภาพอ่าสิขิงมาล่อเลย >< ช่วยเก็บไปพิจารณาทีนะค่ะ

รูปที่ 2 เว็บไซต์ Rose Media [www.rose.co.th/webboard/](http://www.rose.co.th/webboard/)

ถึงแม้ว่าวงการการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทยจะไม่ได้มีบทบาทที่โดดเด่นเท่าใด เป็นเพียงกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน แต่ก็ได้สร้างอัตลักษณ์ของตัวเองขึ้นมา มีการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มคนเหล่านี้มีขนาดใหญ่และมีจำนวนมากกระจายอยู่ในแต่ละช่วงวัย มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารในแวดวงของตัวเอง รวมทั้งการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นลักษณะต่าง ๆ ทั้งที่เกิดขึ้นในต่างประเทศและในประเทศไทยผ่านช่องทางออนไลน์ สิ่งเหล่านี้ อาจมีความเกี่ยวโยงในเรื่องของลิขสิทธิ์สื่อระหว่างประเทศ อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงประเภทการ์ตูน และแอนิเมชันนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น การละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งอาจส่งผลดีและผลเสียให้แก่คนในแวดวง ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้บริโภคเอง

กรณีดังกล่าวเป็นเพียงส่วนหนึ่งของปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ยังคงเกิดขึ้นทุกวันในสังคมไทย ไม่ได้จำกัดแค่ในวงการการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทยเท่านั้น หากแต่เกิดขึ้นกับแวดวงอื่นและมีลักษณะปัญหาคล้าย ๆ กัน เช่น วงการภาพยนตร์ วงการเพลง เป็นต้น ผู้วิจัยจึงมีข้อสังเกตว่าการพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อได้ง่ายขึ้นโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ทั้งการนำเข้าการ์ตูนสู่ระบบดิจิทัลและการบริโภคการ์ตูนออนไลน์ ทำให้เกิดการใช้งานที่ละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งปัญหานี้ยังไม่ได้รับการจัดการหรือแก้ไขอย่างจริงจังและอาจทำให้คนส่วนใหญ่เกิดความเข้าใจผิดต่อการรับสื่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่สัมพันธ์ต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจต่อการตระหนักรู้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการละเมิดผลงานวรรณกรรมและสื่อบันเทิงประเภทการ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ โดยมุ่งเน้นศึกษาดิจิทัลเวิลด์ที่เป็นกลุ่มคนที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด และมีแนวโน้มในการเสพสื่อประเภทนี้มากกว่าคนรุ่นอื่น ว่ามีลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตและละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนออนไลน์อย่างไร



## ปัญหานำวิจัย

1. ดิจิทัลเน็ตเวิร์กไทยมีความตระหนักรู้ต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์หรือไม่ อย่างไร
2. ดิจิทัลเน็ตเวิร์กไทยมีลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่สุ่มเสี่ยงต่อการละเมิดลิขสิทธิ์หรือไม่ อย่างไร
3. ดิจิทัลเน็ตเวิร์กไทยมีลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภคเป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ของดิจิทัลเน็ตเวิร์กไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์
2. เพื่อศึกษาการบริโภคสื่อของดิจิทัลเน็ตเวิร์กไทยที่นำไปสู่การละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์
3. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตของดิจิทัลเน็ตเวิร์กไทยที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภค

## ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ คือ การตระหนักรู้ของดิจิทัลเน็ตเวิร์กไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นดิจิทัลเน็ตเวิร์กที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป โดยเน้นเฉพาะผู้ที่อ่านการ์ตูนหรือดูแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์หรือใช้อุปกรณ์ดิจิทัลในการเข้าถึง คือ Digital Native อายุระหว่าง 18-28 ปี โดยแบ่งออกเป็น Digitally Born อายุระหว่าง 18-21 ปี และ Evolving Digital อายุระหว่าง 22-28 ปี ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคมถึงพฤษภาคม 2561

## นิยามศัพท์

**ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native)** หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในยุคที่มีเทคโนโลยีดิจิทัลและคุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์ดิจิทัลเป็นอย่างดีในชีวิตประจำวัน เรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตัวเอง บางครั้งอาจเรียกว่า ดิจิทัลโดยกำเนิด มีอายุระหว่าง 18-28 ปี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม Digitally Born คือกลุ่มผู้ที่เกิดมาพร้อมกับยุคอินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 18-21 ปี และกลุ่ม Evolving Digital คือกลุ่มผู้บริโภคนิยมใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 22-28 ปี

**ดิจิทัลเนทีฟไทย** ในงานวิจัยนี้จึงหมายถึงบุคคลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ดิจิทัลในการอ่านหรือดูการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป มีอายุระหว่าง 18-28 ปี และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

**การใช้งานอินเทอร์เน็ต** หมายถึง การใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต เป็นต้น ใช้เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าสู่โลกออนไลน์ ไม่ว่าจะใช้เพื่อการสื่อสาร การค้นหาข้อมูล หรือใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการรับหรือบริโภคสื่อ ซึ่งการกระทำนั้นอาจจะละเมิดลิขสิทธิ์หรือไม่ก็ได้

**การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่น** หมายถึง การ์ตูนและแอนิเมชันที่ถูกสร้างขึ้นและมีลิขสิทธิ์ในประเทศไทยญี่ปุ่น รวมถึงการ์ตูนรูปแบบเล่มที่มีการดัดแปลงและนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์กลายเป็นรูปแบบดิจิทัล และการ์ตูนรูปแบบอีบุ๊ก (E-book; Electronic Book) ทั้งที่มีลิขสิทธิ์ในไทยหรือไม่ก็ตาม ซึ่งมีการอัปเดตและส่งต่อกันเป็นจำนวนมากในอินเทอร์เน็ต โดยคนในแวดวงจะเรียกหนังสือการ์ตูนว่า มังงะ (Manga) และเรียกการ์ตูนแอนิเมชันว่า อนิเมะ (Anime) ซึ่งเป็นคำเรียกที่มาจากภาษาญี่ปุ่น

**การละเมิดลิขสิทธิ์** หมายถึง การนำผลงานลิขสิทธิ์ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ด้วยวิธีการต่าง ๆ

**การละเมิดลิขสิทธิ์** ในงานวิจัยนี้จึงหมายถึงการรับสื่อที่ละเมิดลิขสิทธิ์ การนำผลงานลิขสิทธิ์ไปทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ หรือใช้ในเชิงพาณิชย์บนอินเทอร์เน็ตโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ รวมถึงการการละเมิดด้วยการใช้งานผลงานที่ละเมิดลิขสิทธิ์

**การต่อรอง** ในงานวิจัยนี้หมายถึงการต่อรองความหมายของการละเมิดลิขสิทธิ์ โดยการสร้างความหมายและตีความหมายใหม่ให้กับสารในส่วนของรายละเอียดปลีกย่อยที่ได้รับมา ซึ่งอาจมีเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นเพื่อนำมาใช้ในการต่อรอง ได้แก่ ข้อตกลงร่วมกันและพื้นที่สีเทา



### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเกิดความตระหนักรู้ต่อเรื่องลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์และไม่กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์
2. เพื่อทราบถึงลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเนื้อหาดิจิทัลต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ มีความเข้าใจในกฎหมายลิขสิทธิ์เบื้องต้น เคารพและเห็นคุณค่าของการสร้างสรรค์ผลงาน
3. เพื่อรับรู้ถึงการใช้งานและการบริโภคสื่อวรรณกรรมและสื่อดิจิทัลต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้อง ไม่กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ผู้ประพันธ์หรือเจ้าของผลงาน ปฏิบัติตามกฎหมาย



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “ดิจิทัลเนทีฟไทยกับการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์”

ได้นำแนวคิด ทฤษฎี มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่น
2. แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native)
3. แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก (Awareness)
4. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนออนไลน์ (Online Community)
5. แนวคิดเกี่ยวกับการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding and Decoding)
6. แนวคิดเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิทางวัฒนธรรม

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่น

##### 1.1 หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น

“มังงะ” (Manga) หรือ หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นในความหมายของ นัตสึเมะ ฟุซาโนสุ เกะ (สิทธิพงศ์ อรุรวาทิน, ผู้แปล, 2541: 2 อ้างถึงใน ภัทรหทัย มังคะदानะรา, 2541: 1) หมายถึง วรรณกรรมประเภทหนึ่งซึ่งแยกย่อยชนิด เพื่อตอบสนองชนทุกชั้น ไม่ว่าจะเป็นการ์ตูนต่อสู้ การ์ตูนแสนหวาน การ์ตูนโປ้ และการ์ตูนที่ต้องอาศัยการตีความทางจิตวิทยา ลักษณะของหนังสือการ์ตูนเป็นแบบศิลปะเล่าเรื่อง (Story Comic) ในลักษณะภาพการ์ตูนชุด เรียกว่า Comic Strip เป็นภาพวาดที่มีตัวละคร และฉากการดำเนินเรื่องอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมเป็นส่วนใหญ่ แต่ละกรอบจะมีความสัมพันธ์กัน ภาพหลาย ๆ ภาพเมื่อรวมเข้าด้วยกันจะเป็นภาพที่เรียงแล้วประกอบเข้าเป็นฉากหนึ่ง มีการบรรยายเนื้อเรื่องด้วยตัวอักษร และมีบทสนทนาในกรอบวงกลม แล้วนำฉากแต่ละฉากมาร้อยเรียงเป็นเรื่องราวต่อเนื่องกันตั้งแต่ต้นจนจบ

การ์ตูนญี่ปุ่นในปัจจุบัน (Japanese Modern Story Cartoon) จะมีรูปแบบการดำเนินเรื่องเป็นช่องต่อเนื่องกันไปคล้ายฟิล์มภาพยนตร์ ซึ่งรูปแบบนี้เกิดขึ้นราว ค.ศ. 1881 และได้รับความนิยมในหมู่นักวาด โดยมีการแบ่งประเภทของเนื้อหาตามเพศและอายุของผู้อ่าน

### ความเป็นมาของการ์ตูนญี่ปุ่น

สชอดท์ (Frederik L.Schodt, 1984: 28-67 อ้างถึงใน สุวรรณมา สันคติประภา, 2532: 57-65) ได้อธิบายประวัติศาสตร์ของการ์ตูนญี่ปุ่นไว้ว่า ญี่ปุ่นมีการ์ตูนเมื่อคริสต์ศตวรรษที่ 6 และ 7 ประเทศญี่ปุ่นรับอิทธิพลทางศาสนาพุทธจากประเทศจีน โดยพบจากภาพล้อเกี่ยวกับคนและสัตว์ บนเพดานวัดโฮเรียวจิ (Horyuji) ที่เมืองนารา (Nara) เมื่อ ค.ศ. 1935 ได้พบผลงานการ์ตูนชิ้นสำคัญชิ้นแรก สร้างขึ้นในศตวรรษที่ 12 เป็นภาพที่วาดโดยพระชื่อ “โทบะ” (Toba) และผลงานนั้นก็คือ “โชจูจิกะ” (Chojugiga) หมายถึงม้วนกระดาษภาพสัตว์ เป็นศิลปะแบบจีนที่แทรกอารมณ์ขันของญี่ปุ่นเข้าไป มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ยุคต่อมาการเขียนภาพการ์ตูนได้แพร่หลายมากขึ้น เนื้อหาก็ก่เปลี่ยนจากเรื่องศาสนาไปบ้าง จนถึงยุคกลางศตวรรษที่ 17 มีการ์ตูนเรื่อง “เซ็น” (Zen) เป็นภาพเชิงปรัชญา ใช้เทคนิคการวาดลายเส้นง่าย ๆ เรียบ ๆ เริ่มมีการทำภาพพิมพ์ขาว-ดำ โดยใช้แม่แบบที่แกะจากไม้เป็นแม่พิมพ์ และเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในยุคนั้น

ในปี ค.ศ. 1853 ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อญี่ปุ่นจำต้องเปิดประเทศรับอารยธรรมต่างชาติเข้ามา แนวการเขียนการ์ตูนแบบตะวันตกก็เข้ามามีบทบาทต่อการเขียนการ์ตูน ตลอดจนการที่ชาวต่างชาติเริ่มเข้ามาทำกิจการหนังสือพิมพ์ในประเทศญี่ปุ่น ก็นำการ์ตูนเข้ามาด้วยและมีการสอนศิลปะแบบตะวันตกในโรงเรียน คนญี่ปุ่นก็ได้โอกาสในการเรียนรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยให้การพิมพ์พัฒนา ทันสมัยขึ้น จนถึงปี ค.ศ. 1922 นักเขียนการ์ตูนชาวญี่ปุ่นเริ่มเดินทางไปต่างประเทศ โดยเฉพาะอเมริกา และผู้หนึ่งก็คือ “อิปเปย์ โอกาโมโตะ” (Ippei Okamoto) เมื่ออิปเปย์กลับมาก็นำการ์ตูนอเมริกาเข้ามาเผยแพร่จนมีชื่อเสียงในญี่ปุ่น

เมื่อประมาณปี ค.ศ. 1930 หนังสือการ์ตูนโชเนนคลับ (Shonen Club) ของบริษัทโคดันฉะ (Kodancho Co., Ltd.) ก็เริ่มพิมพ์การ์ตูนเป็นตอน ๆ ออกมา ภายในประกอบด้วยการ์ตูนหลาย ๆ เรื่อง เมื่อการ์ตูนเรื่องใดจบก็พิมพ์เป็นการ์ตูนรวมเล่มออกจำหน่าย เนื้อหาการ์ตูนส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับศีลธรรม ความซื่อสัตย์ ความกล้าหาญ และความเข้มแข็งของเด็กผู้ชาย แต่ภาพและเรื่องยังไม่มีการจินตนาการมากนัก

ในปี ค.ศ. 1947 นับเป็นช่วงเวลาที่สำคัญของการ์ตูนญี่ปุ่น “เทซูกะ โอซามุ” (Tezuka Osamu) ผู้เคยศึกษาด้านแพทยศาสตร์ได้เขียนการ์ตูนเรื่อง “จินทาการาจิมะ” (Chintakarajima) หมายถึงเกาะมหาสมบัติใหม่ การ์ตูนของเทซูกะมีรูปแบบใหม่ต่างจากการ์ตูนแบบเก่า คือรูปเล่มมีลักษณะแปลกตา มีเสียงประกอบภาพที่วาด จนเหมือนกับการดูภาพยนตร์ ถือได้ว่าเป็นต้นแบบของการ์ตูนเรื่องต่อมา จนกลายเป็นรูปแบบของการ์ตูนในยุคปัจจุบัน ในตอนนั้นการ์ตูนเรื่องนี้ประสบความสำเร็จในด้านยอดขาย มีจำนวนพิมพ์มากถึง 400,000 - 800,000 เล่ม มากกว่าการ์ตูนเรื่องอื่น ๆ ในยุคนั้น เทซูกะจึงกลายเป็นนักวาดการ์ตูนที่มีชื่อเสียงและผลิตผลงานออกมามากมาย ได้แก่ แอสโตร บอย (Astro Boy) หรือญี่ปุ่นเรียกว่า เจ้าหนูปรมาณู (Tetsuwan Atomu) เป็นต้น

ในตลาดหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ได้อธิบายถึงลักษณะของประเภทของหนังสือการ์ตูนไว้ โดยแบ่งตามประเภทของผู้อ่าน ดังนี้ (วีราพร พิศรพงศ์ชัย, 2550: 11-12)

#### 1. หนังสือการ์ตูนสำหรับผู้ชาย

ในช่วงก่อนและระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลญี่ปุ่นได้ฟื้นฟูลัทธิชิวโตเพื่อปลุกขวัญและให้ประชาชนเชื่อฟัง ในระยะนี้หนังสือการ์ตูนจึงเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับซามูไร เน้นความเสียสละและความกล้าหาญ โดยดัดแปลงเนื้อเรื่องจากวรรณคดีในยุคศักดินา การ์ตูนลักษณะนี้ได้เป็นแบบแผนของการ์ตูนผู้ชายต่อมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อญี่ปุ่นแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2 การ์ตูนเปลี่ยนแนวเรื่องไปในลักษณะการกีฬา เน้นคุณธรรมจริยธรรม เนื้อหาที่สำคัญของการ์ตูนประเภทกีฬาจะเป็นการอุทิศตนเพื่อนกลุ่มของตน ด้วยการฝึกซ้อมอย่างหนัก และแทรกเนื้อหาแนวชีวิต

นอกจากนี้หนังสือการ์ตูนสำหรับผู้ชาย ยังมีเนื้อหาประเภทการต่อสู้ของกลุ่มอันธพาลระหว่างโรงเรียน หรือกลุ่มผู้มีอิทธิพล มาเฟีย จนปี ค.ศ. 1960 การ์ตูนซามูไรกลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง แต่เป็นเรื่องราวของความสนุกสนานตลกขบขัน มีความรุนแรง เรื่องเพศ และแนวคิดทางปรัชญาเข้าแทนที่ และยังมีเรื่องราวเกี่ยวกับนินจา และเนื้อหาแนววีรบุรุษยอดมนุษย์

#### 2. หนังสือการ์ตูนสำหรับผู้หญิง

ลักษณะของการ์ตูนผู้หญิงจะดำเนินเนื้อเรื่อง โดยแสดงความรู้สึกนึกคิดของตัวละครเป็นส่วนใหญ่ จะเน้นที่การแสดงอารมณ์ให้ผู้อ่านรู้สึกคล้อยตาม การแต่งตัวและบริบทของสภาพแวดล้อมจะตรงตามยุคสมัยนั้น ๆ ลักษณะเฉพาะของตัวละครในการ์ตูนสำหรับผู้หญิง ตัวละครเพศหญิงจะมี

คิวเรียวบาง ขนตายาว ดวงตากกลมโต มีประกายอยู่นัยยะตาเพื่อสะท้อนความฝัน และความปรารถนา ส่วนตัวละครเพศชาย จะมีรูปร่างผอมบาง อ่อนแอ แต่มีรูปร่างใหญ่กว่าตัวละครเพศหญิง

สำหรับเนื้อเรื่องไม่จำเป็นต้องเป็นฉากในสังคมปัจจุบันเท่านั้น เพราะค่านิยมทางตะวันตกก็ถูกผสมผสานเข้าเป็นรูปแบบของค่านิยมญี่ปุ่นในปัจจุบันเช่นกัน ปัจจุบันการ์ตูนสำหรับผู้หญิง มีเรื่องของ การมีเพศสัมพันธ์ การทำแท้ง การทำคลอดที่ผิดกฎหมาย พฤติกรรมรักร่วมเพศ อย่างเปิดเผยในฉากเหล่านี้ นอกจากเรื่องราวเกี่ยวกับความรักแล้ว ยังมีเรื่องเกี่ยวกับกีฬา เรื่องลึกลับ และแนววิทยาศาสตร์ด้วยเช่นกัน กลุ่มเป้าหมายของการ์ตูนสำหรับผู้หญิงเป็นนักเรียนระดับมัธยมจนถึงวัยทำงาน บางครั้งผู้ชายบางคนก็หันมาอ่านการ์ตูนสำหรับผู้หญิงด้วยเช่นกัน เนื่องจากชอบในเนื้อหาที่ให้อารมณ์มากกว่า

จากผลการสำรวจตลาดการ์ตูนญี่ปุ่นของ สุชาติ สวัสดิ์ศรี (พรพนิต พวงภิญโญ, 2531) บริเวณโตเกียวและโอซาก้า พบว่าการ์ตูนญี่ปุ่นสามารถแบ่งออกเป็น 8 ประเภท ได้แก่

1. แนวเรื่องนิยายวิทยาศาสตร์ (SF Manga) - มีเนื้อหาเกี่ยวกับโลกอนาคต การผจญภัยในอวกาศ
2. แนวเรื่องรัก ๆ ใคร่ ๆ ในสถาบันศึกษา (Gakuen Manga) - มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโรงเรียน ซึ่งมักจะเป็นโรงเรียนประถมหรือมัธยม หรือเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการเล่นกีฬา การ์ตูนประเภทนี้สามารถเรียกได้อีกแบบว่า “Boy meet Girl”
3. แนวเรื่องผีศาจหรือสัตว์ประหลาด (Kaiki Manga) - โดยจะมีผี (Obake) เป็นตัวเอกและคอยช่วยเหลือมนุษย์ มักถูกนำมาสร้างเป็นภาพยนตร์โทรทัศน์
4. แนวเรื่องแบบสงคราม (Senki Manga) - มีเนื้อหาเกี่ยวกับสมรภูมิ การต่อสู้ของทหารที่ใช้รถถังไปจนถึงการต่อสู้ด้วยปืนเลเซอร์และคอมพิวเตอร์ เน้นความเสียสละและความรักชาติ
5. แนวเรื่องแบบจักร ๆ วงศ์ ๆ (Jidai Manga) - มีเนื้อหาเกี่ยวกับซามูไรหรือนินจา หรือใช้เกร็ดประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นในสมัยต่าง ๆ มาเป็นแนวดำเนินเรื่อง มักเต็มไปด้วยความรุนแรงและโหดเหี้ยม
6. แนวเรื่องแบบสาววัยรุ่น (Shojo Manga) - นักวาดการ์ตูนแนวนี้มักเป็นผู้หญิง มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักโรแมนติกระหว่างนางเอกวัยรุ่นกับพระเอกหนุ่มรูปงาม มีรูปแบบการวาดที่นุ่มนวลกว่าการ์ตูนญี่ปุ่นทั่วไป และมักใช้ฉากต่างแดนในประเทศแถบยุโรปเป็นส่วนใหญ่



7. แนวเรื่องแบบปลุกใจเสื่อป่า (Ero Manga) - จัดอยู่ในกลุ่มผู้อ่านที่เป็นผู้ใหญ่ มักมีเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดเพื่อฝันเกี่ยวกับเรื่องเพศ (Sexual Fantasy)
8. แนวเรื่องแบบล้ำยุค (Avant-grade Manga) - มีการวาดภาพแปลกแหวกแนวและเต็มไปด้วยสัญลักษณ์ จึงมักไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนักเพราะเข้าใจยาก ผลงานการ์ตูนประเภทนี้ที่ได้รับการยกย่อง คือ ผลงานของ สึเงะ จิฮารุ (Tsuge Chiharu) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของจิตใต้สำนึกที่สะท้อนให้เห็นสภาพที่แท้จริง ภาวะอันเป็นสากลของสังคมโลกและสังคมญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศเดียวในเอเชียที่ประสบผลสำเร็จอย่างแท้จริงในตลาดการ์ตูนการ์ตูนที่ผลิตจากญี่ปุ่นได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศในรูปแบบของวิดีโอเทปและหนังสือการ์ตูนสถิติการส่งออกของการ์ตูนญี่ปุ่นมีสูงมากในฮ่องกง ไต้หวัน และจีน มูลค่าประจำของการ์ตูนญี่ปุ่นไม่ใช่มีเฉพาะในเอเชียเท่านั้น แต่มีอเมริกาและยุโรปด้วย คำตอบที่ดีที่ย้ำความสำเร็จของการ์ตูนญี่ปุ่นก็คือความสำเร็จของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องดังอย่าง เซเลอร์มูน และดราก้อนบอล ของบริษัทโตเอย์แอนิเมชัน จำกัด (Toei Animation Co., Ltd.) ซึ่งคนไทยก็เป็นแฟนอย่างเหนียวแน่นไม่แพ้คนญี่ปุ่นเป็นลูกค้าประจำทั้งหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ และบางครั้งก็ยังเป็นลูกค้าประจำแผงสินค้าที่มีตัวการ์ตูนเหล่านี้ที่ถูกแปรรูปเป็น แหวน ตุ๊กตา ของเล่น เสื้อผ้า ปากกา ดินสอ ฯลฯ บริษัทการ์ตูนญี่ปุ่นยังไม่หยุดความสำเร็จอยู่แค่นั้น การ์ตูนของสตูดิโอ ทั้ง 3 แห่งในญี่ปุ่นคือ โชชิคุ (Shoshiku) โตโฮ (Toho) และโตเอย์ (Toei) พยายามมองหาลูกค้านอกถิ่นโดยให้ตัวละครเอกทำหน้าที่สื่อวัฒนธรรมกับผู้ชมทั้งกับวัยรุ่นและผู้ใหญ่ (การ์ตูนตะวันตก รุกคืบเอเชีย, 2529: 29-30; Bolaji Ojo, 1994: 36-39)

ปี พ.ศ. 2524 มีผู้นำหนังสือการ์ตูนที่แปลจากภาษาญี่ปุ่นเข้ามาพิมพ์จำหน่าย ได้แก่ ไอ้มดแดง, จัมโบ้เอ, หุ่นกายสิทธิ์, แคนดี้จอมแก่น, ดร.สลัมป์กับหนูน้อยอาราเร่ และการ์ตูนชุดที่เป็นที่นิยมที่สุด คือ “โดราเอมอน” มีหนังสือพิมพ์และวารสารหลายฉบับเขียนถึงคุณค่าของ โดราเอมอน มีการเขียนล้อเป็นการ์ตูนการเมืองใน “ไทยรัฐ” โดย ชัย ราชวัตร โดราเอมอนกลายเป็นการ์ตูนที่เข้าถึงจิตใจเด็กได้เป็นอย่างดี เนื้อเรื่องตอบสนองความใฝ่ฝันของเด็ก ภาพวาดสวยงามเหมือนมีชีวิตจิตใจและบทสนทนาที่เหมือนชีวิตประจำวัน สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจได้พิมพ์หนังสือการ์ตูนโดราเอมอนออกมาขายก่อนปี พ.ศ. 2524 และเป็นผู้แนะนำให้ อ.ส.ม.ท. ซ้อมาแพร่ภาพ เพราะเป็นหนังสือขายดีในประเทศไทย ช่วงนั้นกระแสความนิยมในการ์ตูนญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้น หนังสือมียอดขายสูง ทางช่อง 9

ในขณะนั้นไม่ประสบความสำเร็จกับรายการอื่น ๆ ทางโทรทัศน์ก็เริ่มนำการ์ตูนเรื่องโดราเอมอนมาฉายทางโทรทัศน์ ทำให้วงการโฆษณาและโทรทัศน์ต้องบันทึกเป็นประวัติศาสตร์หน้าสำคัญว่าในเดือนกันยายน 2524 โดราเอมอนสร้างปรากฏการณ์แรกที่สูงชันว่าการ์ตูนเป็นรายการที่มีโฆษณาเต็มและสร้างกำไรให้กับทางสถานีฯ ทำให้ช่อง 9 เป็นสถานีโทรทัศน์ช่องแรกที่มีรายได้หลักจากหนังก์ตูน ต่อจากนั้นการ์ตูนทุกเรื่องของช่อง 9 ก็ประสบความสำเร็จแทบทั้งหมด อาทิเช่น อิกคิวซัง นินจาฮาโตริ ดราก้อนบอล ตลอดจน เซลเลอร์มูน ช่อง 9 จึงกลายเป็นจ้าวตลาดทางด้านหนังก์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่ไม่มีผู้ใดหาบได้ และเมื่อเทียบจากปริมาณหนังก์ตูนญี่ปุ่นที่ฉายทางโทรทัศน์ตลอดปี 2539 มี จำนวนมากถึง 17 เรื่อง หลายเรื่องก็ประสบความสำเร็จ อาทิเช่น ไยบะ ซามูไรวัยกระเตาะ, รันม่า 1/2 ไอ้หนุ่มซามูไร, มือปราบซิติฮันเตอร์, เซลเลอร์มูนอาร์, ดราก้อนบอล, ยู ยู ฮากุโซ คนเก่งทะเลโลก อื่น ๆ ถือว่ามีสถานีฯ ที่มีหนังก์ตูนปริมาณมากที่สุดเมื่อเทียบกับการ์ตูนของ สถานีอื่น ๆ (เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล, 2538: 134-135; ภูวดล สุวรรณดี, 2538: 54-56; นิพนธ์ นาคสมภพ, 2540: 102-103)

เมื่อหันกลับมาของผู้ประกอบการด้านหนังก์ตูนไทยที่ไม่สามารถทนต่อความกดดันทางเศรษฐกิจได้ ก็เริ่มหันมาจับธุรกิจแปลงการ์ตูนญี่ปุ่นพิมพ์ขายโดยไม่มีลิขสิทธิ์ ผู้ริเริ่มพิมพ์หนังก์ตูนญี่ปุ่น คือ “พิริยะสาส์น” ของ ตะวัน แสนยาวกร หลังจากที่ภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นในโปรแกรมฉายทางโทรทัศน์ได้รับความนิยมจากเด็กเป็นจำนวนมาก ธุรกิจหนังก์ตูนญี่ปุ่นก็เติบโตตามไปด้วย ภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องใดที่ได้รับความนิยม หนังก์ตูนก็มียอดจำหน่ายที่ติดตามไปด้วย รวมไปถึงหนังก์ตูนเรื่องไหนที่ได้รับความนิยม ก็จะมีการนำเข้าภาพยนตร์เรื่องนั้นเข้ามาฉายในประเทศไทย นอกจากนี้สินค้าเกี่ยวกับการ์ตูนเรื่องนั้นก็ได้รับการตอบรับจากผู้ชมด้วยเช่นกัน นับว่าการ์ตูนญี่ปุ่นประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในตลาดการ์ตูนสำหรับเด็กของไทย ประกอบกับแนวโน้มหาที่มีความหลากหลายมากกว่าจนเด็กไทยมองข้ามการ์ตูนไทย ผลงานของการแปลงหนังก์ตูนญี่ปุ่นทีวี ยอดจำหน่ายสูงขึ้น โดยเฉลี่ยพิมพ์ต่อวันประมาณ 40,000-50,000 เล่มในปัจจุบัน จนทำให้หนังก์ตูนไทยก็เจียบหายไป และการ์ตูนเรื่องแปลจากภาษาญี่ปุ่นจึงครอบครองตลาดหนังก์ตูนของไทยมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน (ประนันทดา ทองมาลา และ ปฎิคม พลัปลึง, 2537: 136-137; ภูวดล สุวรรณดี, 2538: 54-56)

### ความเป็นมาของหนังสือการ์ตูนลิขสิทธิ์

ในหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน (อีกย่างก้าวของการ์ตูนญี่ปุ่นในไทย-2 มือเก่าในวงการ, 2538: C3) นิตยสารคู่แข่งรายปักษ์ (ประนัปดาห์ ทงมาลา และปฏิคม พลัปลึง, 2537: 136-144) และผู้จัดการรายเดือน (เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล, 2538: 160-165; ปิยาณี รุ่งรัตน์รัชชัย 2539: 161, 170-171) กล่าวถึงความเป็นมาของหนังสือการ์ตูนลิขสิทธิ์ โดยสรุปว่า เมื่อ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ออกมามีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 21 มีนาคม 2538 มีผลอย่างมากกับโฉมหน้าของตลาด หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปมาก หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นซึ่งมีการละเมิดลิขสิทธิ์มานานก็เกิดการตื่นตัวในหมู่นักพิมพ์หลายแห่ง แต่เนื่องจากผู้ประกอบการด้านนี้ส่วนมากได้เริ่มปฏิบัติตามสนองกับเรื่องลิขสิทธิ์มาตั้งแต่ปลายปี 2535 แล้ว จึงมีสำนักพิมพ์หลาย ๆ แห่ง เช่น สยามอินเตอร์ คอมมิคส์, วิบูลย์กิจ, นิวเจนเนเรชั่น พับลิชชิง ฯลฯ ต่างออกมาประกาศว่าสำนักพิมพ์ของตนได้ลิขสิทธิ์จากสำนักพิมพ์ใดบ้างจากประเทศญี่ปุ่น เพื่อป้องกันสำนักพิมพ์ที่ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ให้หยุดพิมพ์

สำหรับการติดต่อขอลิขสิทธิ์หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของแต่ละสำนักพิมพ์จะต่างกันไป แต่ส่วนใหญ่ต้องผ่านการตอบคำถามอันเกี่ยวกับการขอลิขสิทธิ์การผลิตการ์ตูนญี่ปุ่น เพื่อพิจารณาจุดมุ่งหมายในการผลิต มีการสอบประวัติความเป็นมาของบริษัทเพื่อตรวจสอบในเรื่องของความน่าเชื่อถือ ตลอดจนการนำแบบสอบถามจากทางญี่ปุ่นมาใช้สำรวจตลาดการ์ตูนในประเทศไทย และรายละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ ก็ขึ้นกับสำนักพิมพ์นั้น ๆ ตัวอย่างเช่น ชูเอฉะ (Shoeisha) จะเน้นคุณภาพการผลิต ห้ามปรับแต่งต้นฉบับ อย่างโทคุมะ โชเต็น (Tokuma Shoten Publishing) นอกจากให้ลิขสิทธิ์แล้ว ก็เข้ามาช่วยดำเนินการปราบปรามผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ร่วมกับผู้ผลิตในประเทศไทย นอกจากนี้เรื่องที่เป็นปัญหาสำคัญก็คือ ทางสำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ของญี่ปุ่นจะมีผู้รู้ภาษาอังกฤษน้อยมาก สำนักพิมพ์ไทยจึงต้องจัดคนที่มีความรู้ด้านภาษาญี่ปุ่นเพื่อเป็นล่าม ช่วยให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ ตลอดจนส่งผู้บริหาร พนักงานไปเรียนภาษาญี่ปุ่นเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน บางแห่งก็ได้ใช้หุ้นส่วนชาวญี่ปุ่นเข้ามาช่วยเหลือ และบางส่วนก็มีเอเจนซีเป็นตัวแทนในประเทศไทย ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อ

สำหรับการขอลิขสิทธิ์นั้นจะต้องยื่นขอเป็นเล่ม ๆ โดยค่าลิขสิทธิ์อยู่ระหว่าง 6-10% ของยอดพิมพ์คูณด้วยราคาจำหน่าย โดยต้องพิมพ์อย่างต่ำ 5,000 เล่มขึ้นไป อายุลิขสิทธิ์ประมาณ 2-3 ปี รูปแบบของการ์ตูนญี่ปุ่นฉบับแปลเป็นภาษาไทยก็เปลี่ยนไป คุณภาพของกระดาษปก การแปลก็

พิถีพิถันและดีขึ้นมา แต่ราคาก็สูงขึ้นด้วยเช่นกัน และค่ายที่ได้ลิขสิทธิ์การ์ตูนเหล่านี้ ก็ต้องหันมาเน้นหนักในกิจกรรมด้านการตลาดอย่างจริงจัง เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย ขยายฐานตลาด เพื่อรายได้ที่คุ้มค่าในการลงทุน และมีกำไรด้วย เพราะการทำการ์ตูนลิขสิทธิ์ต้องลงทุนสูงมากตาม เงื่อนไขที่เจ้าของลิขสิทธิ์กำหนดในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งค่าลิขสิทธิ์ที่ต้องเสียต่อเรื่อง หรือต่อปีแล้วแต่เงื่อนไขอีกด้วย

หจก. วิบูลย์กิจ พับลิชชิง กรุ๊ป เป็นสำนักพิมพ์แรกของประเทศไทยที่ได้ลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่น จากเดิมวิบูลย์กิจเป็นผู้นำในตลาดการ์ตูนที่ไม่ได้ลิขสิทธิ์มาหลายสิบปี และเมื่อเกิดปัญหาทางด้านลิขสิทธิ์ ทางวิบูลย์กิจก็เตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงนี้โดยการประกาศปิดตัวเอง 1 เดือนเพื่อติดต่อเจรจายกลิขสิทธิ์การ์ตูนที่ถูกต้องจากประเทศญี่ปุ่น

ทางวิบูลย์กิจได้รับลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นจากบริษัทหลาย ๆ แห่ง เช่น โคดันฉะ (Kodansha), ชูเอฉะ (Shueisha), อากิตะ โชเต็น (Akita Shoten) เป็นต้น มีทั้งการ์ตูนเด็กและ การ์ตูนผู้ใหญ่ ได้แก่ ฤทธิ์หมัดดาวเหนือ, โยบะ, แคนดี้, ข้าชื่อโคทาโร่ อื่น ๆ นอกจากนี้ ทางบริษัทฯ ยังสนับสนุนนักเขียนการ์ตูนไทยโดยจัดพิมพ์หนังสือการ์ตูนไทยที่ทำโดยคนไทยทั้งสิ้น ชื่อ “ไทยคอมิกส์”

พร้อม ๆ กับการปรับตัวของวิบูลย์กิจ บริษัท สยามอินเตอร์ คอมิกส์ จำกัด บริษัทในเครือ สยามสปอร์ต พรินต์ติ้ง จำกัด (เจ้าของหนังสือพิมพ์สยามกีฬา) ก็เริ่มดำเนินการขอลิขสิทธิ์การ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน จนปัจจุบันนี้มีเพียง สำนักพิมพ์ทั้งสองนี้เท่านั้นที่ยังอยู่รอดในธุรกิจหนังสือการ์ตูนเรื่องแปลจากญี่ปุ่น จัดเป็นสำนักพิมพ์รายที่สองที่ดำเนินการผลิตหนังสือการ์ตูนเรื่องแปลภาษาญี่ปุ่นที่มีผลงานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สำหรับลิขสิทธิ์การ์ตูนที่ได้ ได้แก่ เรื่องหน้ากากแก้ว (นักรักโลกมายา), กัปตันชีบาสะ, ไตตะลุยแดนเวทมนตร์ (ดราagoonควาสท์), จอมเกบลู, มีออสุรล่า-ปีศาจ, จอมคนขุนพลเงา, ซามูไรพเนจร อื่น ๆ

นอกจากนี้ก็ยังมิผู้ได้รับลิขสิทธิ์รายใหญ่อีกรายที่เป็นหน้าใหม่ในวงการนี้ คือ บริษัท ธนาชัย แอนด์ เอ็นพีจี กรุ๊ป หรือค่ายเดอะเนชั่น แต่เนื่องจากบริษัทอยู่ในธุรกิจสิ่งพิมพ์มานาน เมื่อเริ่มทำธุรกิจผลิตการ์ตูนเรื่องแปลจากภาษาญี่ปุ่น ก็ประสบความสำเร็จมาตั้งแต่การเริ่มติดต่อขอลิขสิทธิ์ เนื่องจากไม่เคยทำหนังสือการ์ตูนมาก่อน การขอลิขสิทธิ์จึงต้องผ่านการทดสอบไม่น้อยกว่าบริษัทอื่น ๆ หรืออาจจะมากกว่าด้วยซ้ำ และผลที่ได้รับก็คือลิขสิทธิ์การ์ตูนที่เป็นการ์ตูนที่มีชื่อเสียงทั้งในเมืองไทยและในต่างประเทศด้วย ได้แก่ ดราagoonบอล, สแลมดิง, โจโจ้ ล่าข้ามศตวรรษ, บอย, จ้าวป่าริจิง, ลักกี้แมน อื่น ๆ

ความต้องการบริโภคมังงะในไทยรวมมูลค่าราว 6 พันล้านบาท (54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) จากข้อมูลของสมาพันธ์มังงะญี่ปุ่น (The Japan Manga Alliance) ซึ่งเป็นการรวมตัวของ 4 สำนักพิมพ์ใหญ่และเครือข่ายผู้ค้าปลีกอนิเมะ (the Animate Retail Chain) ประเทศไทยมีบริษัทที่แปลมังงะลิขสิทธิ์ราว 10 บริษัท แปลการ์ตูนดัง อาทิ วันพีซ, นักสืบโคนัน (MARIMI KISHIMOTO, 2560 : ออนไลน์) ในทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแปลงในวงการหนังสือการ์ตูนมังงะในไทย เนื่องจากมีการเติบโตของ e-book ที่ถูกลิขสิทธิ์และการดาวน์โหลดที่ละเมิดลิขสิทธิ์ด้วยซึ่งมีผลทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป (KANIN SRIMANEEKULROJ, 2558 : ออนไลน์)

วงศ์ศิริ สังขวาสิ มียาจิ บรรณาธิการบริหาร บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า การอ่านหนังสือการ์ตูนไม่ได้ลดลงแต่การซื้อลดลง ความตกต่ำของยอดขายหนังสือการ์ตูนส่วนหนึ่งมาจากการเติบโตของเว็บไซต์ที่เผยแพร่การ์ตูนในลักษณะ “Scanlation” หรือ “Fansub” ที่อัปโหลดเผยแพร่แทบจะพร้อม ๆ กับในญี่ปุ่น ในขณะที่ฉบับแปลถูกกฎหมายจะออกช้ากว่าคือราวหนึ่งเดือนหลังต้นฉบับญี่ปุ่นเผยแพร่ แม้ว่าทาง NED (Nation Edutainment) จะพยายามหาทางแก้ปัญหาแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ในญี่ปุ่นถึงปัญหานี้ ทว่าอย่างไรก็ตามการแปลการ์ตูนลิขสิทธิ์ก็ยังคงใช้เวลามากเนื่องจาก NED ไม่ได้แปลเพียงอย่างเดียวแต่ยังปรับบริบทและมุกตลกให้เข้ากับผู้อ่านในไทยซึ่งทำให้เสียเวลามากขึ้น

วงศ์ศิริ กล่าวเสริมว่า บางครั้งทางญี่ปุ่นยังเกรงกลัวในการปล่อยการ์ตูนลิขสิทธิ์ในรูปแบบ e-book ให้ไทยเพราะมีข้อเสียคือสามารถคัดลอกและนำไปเผยแพร่ในรูปแบบผิดลิขสิทธิ์ได้ง่ายกว่า (KANIN SRIMANEEKULROJ, 2558 : ออนไลน์)

วิชัย ลิ้มศิริโพธิ์ทอง ให้ความเห็นว่าตลาดการ์ตูนไม่ได้ซบเซาลง แต่ขยายตัวขึ้นด้วยซ้ำเพราะมีช่องทางเพิ่มขึ้น แม้จะมีคนอ่านในระบบดิจิทัลหรือ e-book วิชัยคิดว่ากลุ่มคนที่ออกมาแสดงความเห็นว่าตลาดหนังสือการ์ตูนซบเซาลงเป็นกลุ่มที่ไม่ซื้อการ์ตูนเล่มกระดาษอยู่แล้ว เป็นกลุ่มที่อ่านในเว็บสแกนและเว็บการ์ตูนละเมิดลิขสิทธิ์ (ASTVผู้จัดการออนไลน์, 2558 : ออนไลน์)

ปัจจุบันมีผู้ให้บริการการ์ตูนออนไลน์ในไทยที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น Ookbee Comics, LINE WEBTOON, Navimerai เป็นต้น

## 1.2 แอนิเมชันญี่ปุ่น

แอนิเมชัน (Animation) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “animare” มีความหมายว่า ทำให้มีชีวิต ภาพยนตร์แอนิเมชันจึงหมายถึงการสร้างสรรค์ลายเส้นและรูปทรงที่ไม่มีชีวิต ให้เคลื่อนไหว เกิดมีชีวิตขึ้นมาได้ (Paul Wells, 1998)

ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล (นับทอง ทองใบ, 2548) ได้แบ่งงานแอนิเมชันตามวิธีการสร้างสรรค์ผลงานเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. Traditional Animation หมายถึง การสร้างแอนิเมชันโดยใช้เครื่องมือธรรมดา ยังไม่มีการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการสร้างเทคนิค แบ่งออกเป็น
  - 1.1 2D Animation (Two-Dimensional Animation) คือ การวาดภาพที่มีการเคลื่อนไหว เทคนิค 2 มิติ โดยวาดภาพที่มีการเคลื่อนไหวต่อเนื่องกัน
  - 1.2 Cut-Out Animation คือ การสร้างภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ ด้วยเทคนิคการตัดกระดาษ เป็นรูปทรงหรือตัวการ์ตูนต่าง ๆ และใช้กล้องถ่ายทีละภาพ
  - 1.3 Clay Animation-Stop Motion คือ การปั้น การสร้างโมเดลโดยใช้ดินน้ำมันและขยับทีละนิดให้เกิดการเคลื่อนไหว แล้วใช้กล้องบันทึกภาพทุกขณะที่ขยับ
2. Digital Computer Animation คือ การสร้างงานแอนิเมชันด้วยระบบดิจิทัลโดยใช้โปรแกรมกราฟิกต่าง ๆ ทั้ง 2 มิติ หรือ 3 มิติ

พอล เวลส์ (Paul Wells, 1998) ได้แบ่งรูปแบบการสร้างสรรค์ภาพยนตร์แอนิเมชันออกเป็น

3 ประเภท คือ

1. แอนิเมชันที่เน้นความสมจริง (Realism) ซึ่งใช้วิธีถ่ายแอคชั่นของคน สัตว์ สิ่งของ เพื่อสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันให้เหมือนของจริงมากที่สุด
2. แอนิเมชันที่ไม่เน้นความสมจริง (Non-realist) มีจุดเริ่มต้นจากแถบยุโรปตะวันออก มองว่าภาพยนตร์แอนิเมชันไม่ได้สำคัญตรงลักษณะที่ปรากฏมากเท่าการสื่อความหมาย ดังนั้นจึงเป็นการให้ชีวิตและวิญญาณในงานออกแบบ ไม่ใช่การลอกเลียนแบบจากสิ่งมีชีวิต ซึ่งแนวทางในการผลิตแบบนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน

3. แอนิเมชันแบบเหนือจริง (Surrealism) เป็นแนวคิดการสร้างสรรคผลงานของแอนิเมเตอร์ชาวเชโกสโลวาเกีย แยน สแวงค์เมเยอร์ (Jan Svankmajer) มองว่าแอนิเมชันคือการสร้างสรรค์สิ่งมหัศจรรย์ แอนิเมชันของเขาจึงหมายถึงการล้มล้างความจริงทั้งหมด

ภาพยนตร์แอนิเมชันของญี่ปุ่นหรือ “อนิเมะ” (Anime) เริ่มต้นในช่วงปี 1914 ซึ่งยังเป็นภาพยนตร์ขาวดำ และตัวการ์ตูนก็มีลักษณะใกล้เคียงกับการ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์มาก แอนิเมชันญี่ปุ่นในยุคแรกถูกมองว่าเป็นประเทศที่นิยมลอกเลียนแบบมาจากต่างชาติ ขณะที่เนื้อหาสาระในยุคนี้ก็จะมักเกี่ยวข้องกับนิทานพื้นบ้าน ใช้ตัวละครเป็นสัตว์ต่าง ๆ จากตำนานโบราณ แอนิเมชันญี่ปุ่นจึงไม่ประสบความสำเร็จมากนัก จนในปี 1947 เทซูกะ โอซามุ (Tezuka Osamu) บิดาแห่งการ์ตูนแอนิเมชันญี่ปุ่นก็ถือกำเนิดขึ้น หนังสือการ์ตูนเรื่อง เกาะมหาสมบัติ (Treasure Island) ถือเป็นต้นแบบใหม่ของการเขียนการ์ตูนในยุคนั้น (นับทอง ทองใบ, 2548: 16) นับแต่นั้นเป็นต้นมาก็เข้าสู่ยุคการผลิตแอนิเมชันทางโทรทัศน์ระหว่างปี 1950 และเริ่มเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมในปี 1963 โดยมีจุดเริ่มจากเรื่อง Tetsuwan Atom ผลงานของเทซูกะ โอซามุ (Pilling, 2000: 126) ภาพยนตร์แอนิเมชันในยุค 1960 ส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาสำหรับเด็ก เกี่ยวกับการต่อสู้ของฝ่ายธรรมะและอธรรม จากนั้นปี 1970 เนื้อหาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ก็เริ่มเข้ามาแทนที่ จนปี 1979 เลอิจิ มัตสึโมโตะ (Leiji Matsumoto) ได้สร้างผลงานคลาสสิกของญี่ปุ่นเรื่อง รถด่วนอวกาศ 999 (Galaxy Express 999)

ปี 1980 เป็นยุคสมัยที่การ์ตูนญี่ปุ่นได้รับความนิยมสูงสุด บรรดาผู้สร้างภาพยนตร์แอนิเมชันได้หันมานำเรื่องราวจากหนังสือการ์ตูนที่ได้รับความนิยมมาสร้างเป็นภาพยนตร์เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดทุน ทำให้หนังสือการ์ตูนที่ได้รับความนิยมอย่าง ดร.สลัมกับหนูน้อยอาราเร่ (Dr. Slump) ดรากอนบอล (Dragon Ball) ของ อากิระ โทริยามะ (Akira Toriyama) ถูกนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์ จนโด่งดังไปทั่วโลก หลังจากนั้นในช่วงปี 1990 ก็เข้าสู่ยุคของภาพยนตร์แนววิทยาศาสตร์ (Sci-Fi) ซึ่งมีผลงานเป็นที่รู้จักกันดีอย่าง อากิระ (Akira) ของ โอตโมะ คัตสึฮิโร (Otomo Katsuhiro, 1988) และผลงานเรื่อง Ghost in the Shell ของ มาโมรุ โอชิอิ (Mamoru Oshii, 1995) จนถึงปัจจุบันก็เป็นยุคสตูดิโอแอนิเมชันยุคใหม่ของญี่ปุ่น ซึ่งมีสตูดิโอสำคัญ 2 แห่ง คือไกแนกซ์ (Gainax) และจิบลิ (Studio Ghibli) ส่วนเรื่องโด่งดังมากที่สุดก็คือ Neon Genesis Evangelion (1995) ของ ฮิเดอากิ อันโนะ (Hideaki Anno) ขณะที่ Studio Ghibli ซึ่งก่อตั้งโดย มิยาซากิ และ ทาคาฮาตะ ได้รับรางวัลออสการ์จากผลงานเรื่อง Spirited Away (2001) ในปี 2002 (นับทอง ทองใบ, 2548)

ทฤษฎีนี้สามารถนำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะของการตื่นตัวว่ามีความเป็นมาอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอย่างไรก่อนจะกลายเป็นการตื่นแบบดิจิทัลที่สามารถบริโภคผ่านอินเทอร์เน็ต แล้วทำให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์การตื่นออนไลน์

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัลเนทีฟ

เธียรทศ ประพฤติชอบ (2557) กล่าวว่า ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native) เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจำนวนประชากรค่อนข้างมาก และที่น่าจับตามอง คือ ทักษะการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัลนั้นอยู่ในระดับสูงมาก คนยุค Digital มีวัยของการเรียนรู้อยู่ในช่วงที่เทคโนโลยีดิจิทัลกำลังเติบโต กลุ่มนี้โตขึ้นมาโดยมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟน และใช้งาน Google ตั้งแต่วัยเด็ก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น การใช้ Social Media ในระดับสูง รู้จักการเข้าเว็บไซต์ ค้นหาข้อมูล มีวิธีการที่ถูกปรับให้เข้ากับรูปแบบข้อมูลดิจิทัลอย่างเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน มีทักษะการใช้ Smartphone หรือ Tablet และการซื้อขายหรือทำธุรกรรมออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ Digital Native ยังอาจหมายถึง ผู้ที่เข้าใจคุณค่าของเทคโนโลยีดิจิทัล และมองหาโอกาสที่จะนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ด้วยเช่นกัน

Mindshare (2557) เอเยนซีเครือข่ายด้านการตลาดและการสื่อสาร ได้ทำการวิจัยเรื่อง “Growing Up as Digital Natives” พบว่า ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) คือกลุ่มคนที่เกิดหรือเติบโตในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลและคุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ดิจิทัล และอินเทอร์เน็ต จากสถิติพบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเป็นดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) ซึ่งคิดเป็น 13% ของจำนวนประชากรอายุ 14 - 65 ปี หรือคิดเป็น 8,570,890 คน โดยงานวิจัยได้แบ่งคนกลุ่มนี้เป็น กลุ่ม Digitally Born คือกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุ 14 - 17 ปี และกลุ่ม Evolving Digital คือกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ดังนี้

1. Digitally Born คือ กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 14 - 17 ปี และเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตตั้งแต่อายุ 9 ปี เด็กกลุ่มนี้รู้จักและใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจากสิ่งแวดล้อม เช่น โรงเรียน ครอบครัว และเพื่อน ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณและเวลาเนื่องจากยังเป็นนักเรียน เด็กกลุ่มนี้จึง



ไม่ใช่กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา (Always on) แต่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มเช่นใช้เพื่อแชทไลน์ (Line) ใช้เข้าโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social network) เพื่ออัปเดตและติดตามสถานะ และเพื่อความบันเทิง เช่น ดูรายการทีวีออนไลน์ หรือเล่นเกมออนไลน์ ยูทูบ ผ่านทางสมาร์ทโฟนที่พวกเขาสามารถเชื่อมต่อได้ง่าย รวดเร็วและทุกที่ เด็กกลุ่มนี้มีการหาข้อมูลเพื่อทำการบ้านบ้าง และที่เห็นชัดเจนคือเด็กกลุ่มนี้จะไม่ชอบป๊อปปูล่าออนไลน์เนื่องจากยังไม่มีเงิน หรือบัตรเครดิต นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญสำหรับการทำการสื่อสารผ่านทีวีดิจิทัลในอนาคตอันใกล้นี้ เนื่องจากทีวียังมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและดารายังคงเป็นกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อเด็กกลุ่มนี้

2. Evolving Digital คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ครึ่งหนึ่งของกลุ่มนี้ใช้อินเทอร์เน็ตตลอดเวลาผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ชีวิตประจำวันของวัยรุ่นกลุ่มนี้จะเริ่มจากการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล (Search Engine) และใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คเพื่อสื่อสารระหว่างกลุ่มและหาเพื่อนใหม่ผ่านทางเฟซบุ๊ก คนกลุ่มนี้ยังชอบการติดตามข่าวสารผ่านทางบล็อก (Blog) โดยเฉพาะพันทิป รวมไปถึงการแชร์รูปภาพพร้อมเช็คอินสถานที่แบบเรียลไทม์ และเฝ้าจับตามองไลฟ์สไตล์การแต่งตัวของเหล่าคนดังผ่านทางอินสตาแกรม แล้วนำมาปรับให้เข้ากับบุคลิกและสไตล์ของตนเอง 84% ของผู้บริโภคกลุ่มนี้เชื่อว่าอินเทอร์เน็ตคือแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความหลากหลายในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มแรก และ 19% ของผู้บริโภคกลุ่มนี้เริ่มชอบป๊อปปูล่าออนไลน์ และผู้บริโภคกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับสินค้าที่พวกเขาสนใจจะซื้อ ดังนั้นในอนาคตเด็กกลุ่มนี้น่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ให้ความสนใจในเรื่องอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

Measuring the Information Society (2013) กล่าวว่า มีศัพท์ที่ใช้เรียกดิจิทัลเนทีฟโดยทั่วไปอยู่ 3 คำ ได้แก่ “Net Generation” “Digital Natives” และ “Millennials”

Donald Tapscott (1998) ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของดิจิทัลเนทีฟเมื่อปลาย ค.ศ. 1990 และสร้างคำว่า Net Generation เพื่อใช้ในการระบุตัวผู้ใช้ดิจิทัลที่มีอายุน้อย รวมถึงบุคคลที่เกิดในช่วงระหว่างเดือนมกราคม ค.ศ. 1977 ถึงเดือนธันวาคม ค.ศ. 1997 ซึ่งตรงกับช่วงปฏิวัติดิจิทัล (The Digital Revolution) โดยที่ Net Generation มีลักษณะเด่นโดยเป็นหัวใจของวัฒนธรรมสื่อ

ดิจิทัลใหม่ มีความอยากรู้อยากเห็นเป็นพิเศษ พึ่งพาตนเอง เฉลียวฉลาด มีความสามารถในการประยุกต์ มีความภาคภูมิใจในตัวเองสูง

Oblinger and Oblinger (2005) กล่าวว่า Net Generation เกิดในช่วงเวลาที่คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer; PC) เป็นที่รู้จัก และจัดให้ Net Generation เป็นผู้ที่มีความสามารถในการใช้อุปกรณ์ IT ได้หลากหลายและนำร่องอินเทอร์เน็ต แต่มีความเข้าใจเทคโนโลยีและคุณภาพแหล่งที่มา (Source Quality) แบบตื่นเงิน

Marc Prensky (2001) กล่าวว่า ดิจิทัลเนทีฟเป็นตัวอย่างของคนรุ่นแรกที่เกิดขึ้นพร้อมกับเทคโนโลยีใหม่ มีความคุ้นเคยกับของเล่นหรืออุปกรณ์ดิจิทัลเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลต่าง ๆ เปรียบเสมือนภาษาแม่ เป็นคนรุ่นที่เร่งการเติบโตของเทคโนโลยีและเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้กระบวนการคิดและการประมวลผลข้อมูลแตกต่างจากคนรุ่นอื่น เปรียบเสมือน “เจ้าของภาษาดิจิทัลโดยกำเนิด” (native speakers of the digital language) ดิจิทัลเนทีฟเข้าใจคุณค่าของเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง แต่ความสามารถและสมรรถภาพของดิจิทัลเนทีฟไม่ได้หมายความว่าพวกเขาเป็นผู้เชี่ยวชาญ นักประดิษฐ์ ผู้ออกแบบ หรือผู้บุกเบิก หากแต่เป็นผู้ใช้งานดิจิทัล (Digital User) เป็นผู้ที่เกิดในยุคดิจิทัล ที่สามารถประยุกต์เข้ากับอุปกรณ์ดิจิทัล ทั้งการอ่าน การเขียน และการคัดลอกด้วยความรู้ เป็นต้น ในแง่ของเทคโนโลยี พวกเขามีการเรียนรู้การใช้งานอย่างง่ายของข้อมูลข่าวสาร คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์มือถือต่าง ๆ พวกเขาไม่จำเป็นต้องอ่านคู่มือหรือถามถึงวิธีการใช้งาน คนรุ่นนี้เป็นรุ่นของ web 2.0 ที่มีทั้งการปฏิสัมพันธ์ การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม การติดต่อสื่อสาร การทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดมุมมองใหม่ในแง่ของเวลาและสถานที่ กล่าวคือ สามารถติดต่อกับใครก็ได้ เมื่อใดก็ได้ ที่ไหนก็ได้ หรือ สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจำนวนมากได้ เป็นต้น หัวใจสำคัญของคนรุ่นนี้คือความรวดเร็วและความคล่องตัว จากการกระตือรือร้นต่อกิจกรรมดิจิทัล (digital hyper-activity) เป็นอย่างมาก การทำกิจกรรมต่าง ๆ แบบพหุภารกิจ (Multi-Tasking) หรือทำกิจกรรมใด ๆ มากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียว ทำให้พวกเขาอยากที่จะจดจ่อกับกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งได้นาน (UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 2011)

(สุภารักษ์ จุฑระกุล, 2559) กล่าวถึงดิจิทัลเนทีฟว่ามีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

Speed & convenience - ดิจิทัลเนทีฟ ติดต่อสื่อสารกับโลกตลอดเวลา (always-connected world) โดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และและมีพฤติกรรมเสฟสื่อหลากหลายจอ (Multitasking)

Privacy - ดิจิทัลเนทีฟ ใช้ Facebook, Twitter และ Instagram ในการสื่อสารในโลกออนไลน์โพสต์ข้อความแสดงความคิดเห็น และโพสต์รูปต่างๆในโลกออนไลน์ อาจจะทำให้ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เลขประจำตัวประชาชน วัน เดือนปี เกิด หมายเลขโทรศัพท์มือถือ ข้อมูลประวัติส่วนตัวรั่วไหลสู่สาธารณะได้ ซึ่งจะนำไปสู่การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น ถ้าใช้โดยการขาดความระมัดระวัง

Social skills / Virtual Life - ดิจิทัลเนทีฟ มีเพื่อนอยู่ในโลกเสมือนจริง (Virtual Life) มากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง (Reality Life) และสนใจผู้คนหรือสิ่งรอบข้างน้อยลงทำให้ขาดความรู้สึกและการรับรู้ระหว่างกัน ไม่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคลอื่น

Shift of basic skills - ดิจิทัลเนทีฟ เคยชินกับการเขียนด้วยภาษาที่พิมพ์ได้ง่าย สั้น มักผิดพลาดในการเขียนอยู่เสมอ และสื่อความหมายไม่ชัดเจน ซึ่งการเขียนเป็นพื้นฐานสำคัญของการทำความเข้าใจและคิดวิเคราะห์ทำให้ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) ขาดทักษะในการเขียนอย่างถูกต้องและการเขียนเป็นประโยค

Exposure to lots of information - ดิจิทัลเนทีฟ เปิดรับข่าวสารต่าง ๆ มากมายในโลกออนไลน์ ทำให้รู้ว่าข่าวไหนกำลังเป็นประเด็นที่น่าสนใจและข่าวไหนมีความเกี่ยวเนื่องกัน

Global mobility - ดิจิทัลเนทีฟ เป็นคนยุคใหม่ที่ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคของเทคโนโลยี ซึ่งพร้อมเข้าสู่โลกของธุรกิจที่ต้องใช้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย

สรุปได้ว่า ดิจิทัลเนทีฟ คือบุคคลที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยี สามารถเรียนรู้และเข้าใจการใช้งานอินเทอร์เน็ตและมีทักษะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลได้เป็นอย่างดี มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและสื่อใหม่ สามารถเรียนรู้ด้วยตัวเองได้อย่างรวดเร็ว และมีความเข้าใจคุณค่าของเทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ลักษณะของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการบริโภคการ์ตูนออนไลน์หรือดิจิทัลเนทีฟว่ามีการใช้งานอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยี และอุปกรณ์ดิจิทัลในการบริโภคการ์ตูนออนไลน์อย่างไร

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2521) ได้ให้ความหมายของความตระหนักว่า ความรู้ตัว อยู่แล้ว คือการที่รู้เกี่ยวกับสิ่งนี้มีอยู่หรือเป็นอยู่ แต่ไม่รู้อย่างละเอียดองแท้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง การที่บุคคลถูกคิดได้ หรือการ เกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์หนึ่งหรือสถานการณ์ ซึ่งการรู้สึกว่ามีหรือการได้ถูกคิดสิ่งใด สิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจ แต่ไม่ได้แสดงว่าบุคคลนั้นสามารถจำได้ หรือระลึกได้ ถึงลักษณะบางอย่างของสิ่งนั้น

ไพลิน ศศิชนากรแก้ว (2537) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง ความสำนึก ซึ่งเป็นสภาวะ ทางจิตที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด และความปรารถนาต่าง ๆ เกิดจากการรับรู้และความสำนึก เป็น สภาวะที่บุคคลได้รับรู้มาก่อน

Dagovert D. Runes (1971) ได้กล่าวถึงความตระหนักอย่างจำกัดว่า ความตระหนักเป็นการ กระทำที่เกิดจากความสำนึก

Benjamin B. Wolman (1972) ได้ให้ความหมายของความตระหนักว่า ภาวะการณ์ที่บุคคล เข้าใจ หรือสำนึกบางสิ่งบางอย่างของเหตุการณ์ ประสบการณ์หรือวัตถุสิ่งของนั้น ๆ

Carter V. Good (1973) ได้ให้ความหมายของความตระหนักว่า ความรู้สึกที่แสดงถึงการ รับรู้ของบุคคล หรือการที่บุคคลแสดงความรู้สึกรับผิดชอบต่อปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งมีความหมาย เหมือนกับความสำนึก

Brackler (1989) กล่าวว่า ความตระหนักเกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่ บุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม และสิ่งต่าง ๆ ที่โน้มเอียงหรือพร้อมที่จะสนองตอบในทางบวกหรือลบ เป็นสิ่ง

ที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ โดยองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดความตระหนักมี 3 ประการ ดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) จะเริ่มต้นจากระดับง่ายและมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ
2. อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกด้านทัศนคติ ค่านิยม ความตระหนักชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี เป็นองค์ประกอบในการประเมินสิ่งเร้าต่างๆ
3. พฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นการแสดงออกทั้งทางวาจา กิริยา ท่าทาง ที่มีต่อสิ่งเร้า หรือแนวโน้มที่บุคคลจะกระทำ

ประสาธ อิศรปริดา (2533) กล่าวว่า ความตระหนักเป็นพฤติกรรมด้านอารมณ์หรือความรู้สึก (Affective Domain) อันเป็นพฤติกรรมขั้นต่ำสุดของความรู้ความคิด (Cognitive Domain) ปัจจัยด้านความรู้สึกหรืออารมณ์นั้นจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้และความคิดเสมอ อาจกล่าวได้ว่าความรู้เป็นสิ่งที่เกิดจากข้อเท็จจริง ประสบการณ์ การสัมผัส และการใช้จิตไตร่ตรอง คิดหาเหตุผล ในขณะที่ความตระหนักเป็นเรื่องของโอกาส การได้สัมผัสสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมโดยไม่ตั้งใจ

สรุปได้ว่า ความตระหนัก หมายถึง ความสำนึก ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งโดยมีเหตุการณ์ สภาพแวดล้อมในสังคม หรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดการตระหนัก สามารถนำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับความตระหนักของดิจิทัลเนทีฟต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การตูนออนไลน์ว่ามีความตระหนักหรือไม่ อย่างไร อะไรเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการกระทำที่ละเมิดลิขสิทธิ์ มีสิ่งเร้าอะไรที่ทำให้เกิดความตระหนัก

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนออนไลน์

ชุมชนเสมือนหรือชุมชนออนไลน์ (Virtual Community/Online Community) เป็นชุมชนซึ่งมีอยู่จริงบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ชุมชนที่ว่านี้ไม่ได้เป็นการรวมกลุ่มกันทางกายภาพ แต่เป็นการรวมกลุ่มกันตามลักษณะความสนใจ โดยปราศจากข้อจำกัดทั้งทางด้านเวลา (Time) และสถานที่

(Space) นอกจากนี้ชุมชนเสมือนยังมีพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ซึ่งทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทางความคิด เป็นสถานที่ในการพบปะ พูดคุย ตลอดจนแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2539) ได้ให้ความหมายของคำว่า Community คือ “กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกันและมีการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นปกติต่อเนื่องอันเนื่องมาจากการอยู่ในพื้นที่ร่วมกัน หรือมีอาชีพร่วมกัน หรือการประกอบกิจกรรมซึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือมีวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือความสนใจร่วมกัน” ชุมชนออนไลน์ (Cyberspace) เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้คนเข้ามาแลกเปลี่ยน สื่อสาร ทำกิจกรรมร่วมกัน ในการทำกิจกรรมร่วมกันก็ไม่ต่างจากสังคมบนโลกแห่งความจริงที่จำเป็นต้องมีกฎกติกา (codes of conduct) เพื่อใช้เป็นกลไกสำหรับการกำกับดูแลพฤติกรรมและการปฏิสัมพันธ์ของสมาชิก

การควบคุมพฤติกรรมของผู้ใช้เว็บไซต์ให้เหมาะสมในการปฏิสัมพันธ์ในไซเบอร์สเปซ ทั้งการสนทนา หรือการประกาศข้อความในเว็บบอร์ด หรือแม้แต่การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ขึ้นกับหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. กฎเกณฑ์ (Rules&Law) เพื่อไม่ให้มีการกระทำที่ไม่เหมาะสมเกิดขึ้น เช่น การใช้คำหยาบหรือลามกอนาจาร รวมไปถึงการอนุญาตให้ผู้ใช้มีสิทธิเช่นใดบ้างในสถานที่นั้น ๆ ในแต่ละสถานที่จึงตั้งกฎเพื่อควบคุมผู้ใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์ เช่น การลงทะเบียนเพื่อเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการ
2. บรรทัดฐาน (norms) คือ การให้คนส่วนใหญ่ในสถานที่นั้นเป็นผู้ควบคุม พฤติกรรมของผู้ใช้กันเองหรือใช้บรรทัดฐานในการควบคุมเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ผู้ใช้คนใดคนหนึ่งเกิดทำพฤติกรรมไม่เหมาะสมขึ้น ผู้ใช้คนอื่น ๆ ก็อาจมีบทลงโทษในการควบคุมพฤติกรรม เช่น รวมตัวกันมาสนทนาหรือไม่ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นนั้นอีกต่อไป
3. สถาปัตยกรรม (architecture) คือ การควบคุมสถานที่นั้นโดยใช้อัตลักษณ์โครงสร้างทั้งหมดรวมถึงสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงโครงสร้างโดยไม่จำเป็นต้องแจ้งผู้ใช้บริการทราบเมื่อไม่พอใจพฤติกรรมของผู้ใช้ เช่น เมื่อเจ้าของสถานที่ไม่ต้องการให้มีการใช้ถ้อยคำหยาบ คายขึ้นในสถานที่นั้น ๆ ก็จะมีการเขียนคำสั่งตรวจดูคำหยาบคาย

Jones (1995, อ้างถึงใน นิตา หมอชาติ, 2551) ได้กล่าวถึงชุมชนออนไลน์ ว่าเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ใช้ในการถกเถียง ในประเด็นต่างๆ ซึ่งผู้มีส่วนร่วมยังคงได้พบปะและเผชิญหน้ากัน แต่ทั้งนี้ต้อง

นิยามความหมาย ของคำว่า พบปะ (meet) และคำว่า เฉยหน้า (face) เสียใหม่ นอกจากนี้ชุมชนออนไลน์ยังเป็น ศูนย์รวมของความเชื่อในสิ่งเดียวกัน และกิจกรรมที่นำพาให้ผู้คนที่อยู่ต่างสถานที่มารวมตัวกันได้

Fernback และ Thomson ได้นิยามความหมายของชุมชนออนไลน์ไว้ว่า หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ถูกหล่อหลอมขึ้นในไซเบอร์สเปซผ่านการติดต่อสื่อสารกันอย่างต่อเนื่อง ภายในพรมแดนหรือสถานที่เฉพาะเจาะจง อย่างเช่น การประชุมและการสนทนาในห้องสนทนาออนไลน์ (chat room) ซึ่งในเชิงสัญญาแล้วเป็นการจำแนกตามหัวข้อสนทนาตามความสนใจของแต่ละกลุ่ม

#### คุณลักษณะของชุมชนออนไลน์

ชุมชนออนไลน์นี้ ได้รับการยอมรับทางสังคมและมีบทบาทมากยิ่งขึ้น เพราะมี คุณลักษณะสำคัญที่แตกต่างจากชุมชนในความเป็นจริง คือ

1. จิตสำนึกร่วม (Conscious) เป็นคุณลักษณะสำคัญที่สุด เพราะชุมชนในรูปแบบนี้ สมาชิกในชุมชนมีความตื่นตัวและตระหนักรู้สูง (High degree of awareness) ต่อประเด็นและปัญหาต่าง ๆ ในระดับปัจเจกบุคคลและสังคมส่วนรวม เช่น ด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง
2. หลักการและจุดมุ่งหมาย (Principle and purpose) ตั้งอยู่บนหลักความเสมอภาค (Equity) และยั่งยืน
3. การปฏิบัติการ (Action) ที่สามารถยืดหยุ่น (Flexible) และปรับเปลี่ยน (Adjustment) ได้ตามความต้องการ

จากการศึกษาของพระ ลีวลม พบว่าชุมชนไซเบอร์ในปัจจุบันกำลังมีสภาพเป็นที่น่าสนใจและได้รับการยอมรับมากขึ้นเพราะการเกิดขึ้นของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หมายถึง การเกิดขึ้นของเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมลักษณะใหม่ ซึ่งไม่เป็นเพียงแต่ความสัมพันธ์ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเท่านั้น แต่ยังเป็นความสัมพันธ์ที่พัฒนาเป็นกิจกรรมร่วมกันนอกอินเทอร์เน็ตและพัฒนาเป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการที่จะส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในกิจกรรมที่เป็นผลประโยชน์ต่อส่วนรวมด้วย

มนุษย์เป็นสัตว์โลกชนิดหนึ่งที่อยู่ด้วยตนเองตามลำพังไม่ได้ต้องอยู่ร่วมกับผู้อื่นตั้งแต่แรกเกิด จนตาย อริสโตเติลได้เรียกมนุษย์ว่าเป็น “สัตว์สังคม” (man is social animal: Aristotle) โดยมนุษย์จะรู้สึกว่าการอยู่คนเดียวโดดเดี่ยวเมื่ออยู่ในกลุ่มที่ตนเองไว้ใจ เนื่องจากมนุษย์จะต้องมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน และพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา แต่ละชีวิตต่างก็ต้องการที่จะเสริมสร้างความสุข ความมั่นใจ และความปลอดภัยให้กับตนเองอยู่เสมอ สังคมจึงเป็นแหล่งรวมศูนย์ทางความคิดที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการตอบสนองและตอบคำถามใด ๆ ที่เกิดขึ้น การรวมกลุ่มทางสังคมของมนุษย์นั้นมีลักษณะเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตั้งแต่สมัยยุคดึกดำบรรพ์จนกระทั่งในปัจจุบัน

เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนแปลงไป ระบบการสื่อสารของสังคมโดยเฉพาะการสื่อสารมวลชนก็จะปรับเปลี่ยนตัวเองเข้าสู่โลกเทคโนโลยีสารสนเทศไปด้วย โดยยังทำหน้าที่และบทบาทหลักของตนเองอยู่ เช่น การเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร (Source of Information) การเป็นแหล่งบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ (Entertainment) และการเป็นเพื่อน (Companionship) ของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมหนึ่ง ๆ เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมีความเปลี่ยนแปลงรูปแบบและกระบวนการสื่อสารก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย ยกตัวอย่างเช่น การรวมตัวกันเป็นกลุ่มไซเบอร์ (Cyber Group) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนกับกลุ่มอื่นๆ ในลักษณะของกระดานสนทนา (Electronic Bulletin Board via Electronic Discussion Group)

ทฤษฎีนี้สามารถนำมาวิเคราะห์ลักษณะของการเป็นชุมชนออนไลน์ของดิจิทัลเน็ตเวิร์กที่บริโภคการตั้งถิ่นฐานออนไลน์ที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มด้วยความเหมือนกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน แบ่งปันข้อมูลและทรัพยากรซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับการเข้ารหัสและการถอดรหัส

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ (2555) กล่าวว่า กิจกรรมของผู้ส่งสารและผู้รับสารมี 3 ประการ ดังนี้

1. การรับรู้ หรือ การถอดรหัส (Perception or Decoding)



2. การคิด หรือ การตีความ (Cognition or Interpretation)
3. การตอบสนองหรือการเข้ารหัส (Response or Encoding)

ทฤษฎีนี้เชื่อว่า มนุษย์ต้องการตรวจสอบ ประเมิน และควบคุมสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อเรามีข้อมูลเพียงพอ ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ จึงต้องทำการสื่อสาร ซึ่งก็คือ ต้องมีการถอดรหัสความหมายและเข้ารหัสความหมายของสารตลอดเวลา

ในงานเขียนชื่อ “Encoding and Decoding in Television Discourse” ได้แสดงจุดยืนทางทฤษฎีที่ชัดเจนของ Stuart Hall ดังนี้ คือ (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547: 46-66)

1. Hall ได้แยกตัวออกจากกลุ่มทฤษฎีแบบจำลองการสื่อสารของอเมริกันและกลุ่มที่วิจารณ์สื่อมวลชนจากแง่มุมของสุนทรียศาสตร์ โดยเขาได้อธิบายว่า บรรดาทฤษฎีแบบจำลองกระบวนการสื่อสารที่มองเรื่องสื่อสารมวลชนเป็นระบบของการถ่ายทอดข่าวสารนั้น (Transmission Model) ล้วนแล้วแต่สนใจเรื่องการส่งสารแบบทางเดียวจากกลุ่มผู้ส่งจำนวนเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่งไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ทศนะดังกล่าวทำให้เรื่องของการสื่อสารกลายเป็นเรื่องของการครอบงำความคิดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในขณะที่ Hall เห็นว่า เรื่องของการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องของการสร้าง การถ่ายทอด และการรับวัฒนธรรมต่างหาก (Theory of Cultural Production & Reception) ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างคำศัพท์ต่าง ๆ ที่จะใช้วิเคราะห์ขึ้นมาใหม่

2. Hall ปฏิเสธแนวคิดที่มีต่อ “ผู้รับสาร” ของการศึกษาเรื่องผลกระทบและทฤษฎีมวลชน (Impact Study & Mass Theory) ที่มองว่าผู้รับสารนั้นมีลักษณะตั้งรับ (Passive) Hall มีข้อเสนอว่า หากผลการวิจัยพบว่า ผู้ส่งสารสามารถจะโน้มน้าวผู้รับสารให้เห็นคล้อยตามตนเองได้นี้ก็มีได้มาจากเหตุผลที่ว่าผู้รับสารมีลักษณะ Passive แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากบรรดากลยุทธ์ต่าง ๆ ในการใส่รหัส (Encoding) การเลือกใช้สื่อ (เช่น ภาพในโทรทัศน์) การสร้างบริบทในการรับสาร เทคโนโลยีต่าง ๆ ฯลฯ ที่ฝ่ายผู้ส่งสารต้องเลือกนำมาใช้อย่างเต็มที่

3. แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concepts) ที่ Hall นำมาใช้ในการอธิบายทฤษฎีของเขานั้น มีดังนี้
  - 1) แนวคิดเรื่อง “ความเป็นจริง”
  - 2) ทักษะใหม่ต่อเรื่อง “ผู้รับสาร”
  - 3) ทักษะใหม่ต่อเรื่อง “ผู้ส่งสาร”
  - 4) แนวคิดเรื่อง “สารของสื่อมวลชน”
  - 5) การวิเคราะห์ตัวสื่อ
  - 6) ขั้นตอนของการสื่อสาร

#### แนวคิดเรื่อง “ความเป็นจริง” (Reality)

S. Hall ได้นำเอาแนวคิดของนักภาษาศาสตร์ที่ได้กลายมาเป็นผู้บุกเบิกทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiology) ในเวลาต่อมาคือ F. DeSaussure ซึ่งได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง “ภาษา” กับสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริง” (Reality) เอาไว้ว่าแต่เดิม วิชาภาษาศาสตร์เคยอธิบายว่าคนเรา “ตั้งชื่อ” (Naming) สิ่งต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อที่จะนำเอาไปใช้อ้างอิงถึง (Refer) กล่าวถึงในครั้งต่อ ๆ ไป แต่ DeSaussure เห็นว่าบทบาทหน้าที่ของการตั้งชื่ออันเป็นรูปแบบหนึ่งของภาษานั้น มีมากกว่าประโยชน์ที่ได้กล่าวมา เพราะภาษาทำให้มนุษย์สามารถจัดระบบ (Organize) สร้าง (Construct) และเป็นเครื่องมือ (Instrument) ให้มนุษย์เราเข้าสู่ “ความเป็นจริง” อีกด้วย จึงอาจสังเกตได้ว่า เราไม่เพียงแต่ “ตั้งชื่อ” สิ่งต่าง ๆ ขึ้นมาเท่านั้น หากแต่ยังเอาใจใส่เลือกสรรชื่อที่ตั้งอีกด้วย

จากคำอธิบายข้างต้น S. Hall ได้ขยายความต่อไปว่า แท้จริงแล้วไม่มีสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริง” ลอย ๆ อยู่จนกว่าจะมีผู้ “สร้าง” ขึ้นมา ดังนั้นจึงไม่มีความเป็นจริงของ “คนดี คนชั่ว หรือคนชั่วกลับใจ” จนกว่าสื่อมวลชนจะใช้ภาษาของสื่อสร้างขึ้นมา โดยที่ก่อนนี้ สื่อเคยใช้ภาษาสร้างความ เป็นจริงที่ว่า “อะไรเป็นคนดี อะไรเป็นคนชั่ว” และในกรณีที่มีการวิจัยเรื่อง “วิบุรุษแบบผู้ร้ายกลับใจ” ผู้วิจัยก็กำลังจะศึกษาว่า สื่อมวลชนได้ใช้ภาษาสร้าง “ความเป็นจริงเกี่ยวกับผู้ร้ายกลับใจ” ขึ้นมาอย่างไรบ้าง

เนื่องจากวิธีการใช้ภาษาของคนในแต่ละสังคม ในแต่ละยุคสมัย จะเป็นตัวกำหนดวิธีการมองโลก (สร้างความเป็นจริงล้อมรอบตัวบุคคลนั้น) ของคนเหล่านั้น S. Hall ได้ยกตัวอย่างว่า ในบริเวณพื้นที่ที่คนผิวขาวในออสเตรเลียเห็นว่า เป็นแต่ทะเลทราย และไม่มีอะไรอย่างอื่นเลย นอกจากทะเลทรายเท่านั้น หากทว่าชาวพื้นเมืองในออสเตรเลียกลับสามารถมองเห็น “พุ่มไม้ ดงไม้ กอไม้

ฯลฯ” เต็มไปหมดเพราะมีภาษาที่ใช้เรียกลักษณะต่าง ๆ ของต้นไม้เหล่านั้น (เช่นเดียวกับที่คนไทยเห็นความแตกต่างระหว่างสีเขียวนานาประเภท เช่น เขียวสีม้ เขียวไข่กา เขียวแตงอ่อน เขียวคล้า ฯลฯ ในขณะที่ฝรั่งจะเห็นมีเพียง “เขียวเดียว” เท่านั้น)

DeSaussure ได้กล่าวโดยสรุปเอาไว้ว่า ในขณะที่ “ความเป็นจริง” แวดล้อมตัวบุคคลนั้นมีอยู่หลาย Version วิธีการที่ภาษาแต่ละรูปแบบเลือกเอามาใช้จะเป็นตัวนำทางให้คนแต่ละกลุ่มเข้าสู่ความเป็นจริงในแต่ละ Version

หากนำเอาแนวคิดมาเปรียบเทียบกับรายการโทรทัศน์หรือนิตยสาร จึงอาจจะหมายความว่าสื่อมวลชนได้วาดภาพแห่งความเป็นจริงและเมื่อได้ทำการถ่ายทอดเผยแพร่ข่าวสารในรูปแบบของภาษา ก็หมายความว่าสื่อเหล่านี้ได้นำพาผู้รับสารเข้าสู่ความเป็นจริงใน Version ที่ผู้ส่งสารต้องการ ด้วยเหตุนี้ทุกครั้งที่เรารับรู้ความเป็นจริง จึงต้องตระหนักว่าเป็น “ความเป็นจริงที่ถูกเลือกสรร” แล้วทั้งสิ้น (Selective Reality)

จากแนวคิดของ DeSaussure สามารถนำมาประยุกต์กับกรณีของสื่อมวลชนว่า ในขั้นตอนแรกสื่อมวลชนได้สร้างความเป็นจริง (Social Construction of Reality) ของกลุ่มบุคคลประเภทหนึ่งขึ้นมาที่ไม่ใช่ “คนดีอย่างเดียว ไม่ใช่คนร้ายอย่างเดียว” หากแต่เป็น “ผู้ร้ายที่กลับใจมาเป็นคนดี” และหลังจากขั้นตอนของการสร้างความเป็นจริงแล้ว ขั้นตอนที่สองคือ การเผยแพร่ถ่ายทอด “ความเป็นจริง Version ที่บรรดารายการต่าง ๆ ในสื่อมวลชนสร้างขึ้น” ให้แก่ผู้รับสาร หากกระบวนการสร้างและการถ่ายทอดนี้ประสบความสำเร็จ (กระบวนการ Encoding เหมือนกับ Decoding) ก็จะทำให้เกิดระบบความหมายร่วม (Shared Meaning) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หรืออาจจะกล่าวกับผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารมาร่วม Shared “รับรู้” ความหมายเดียวกับที่ผู้ส่งต้องการได้

แน่นอนว่ากระบวนการสร้างและถ่ายทอดความหมายของความเป็นจริงดังกล่าวนี้ จะต้องอาศัย “ภาษา” เป็นเครื่องมือ ไม่ว่าจะเป็น “ภาษา” ของสื่อแบบใด เช่น ภาษาเขียนของสื่อสิ่งพิมพ์ ภาษาภาพและเสียงของสื่อโทรทัศน์ ภาษาท่าทาง ฯลฯ และสิ่งที่ DeSaussure ได้พัฒนาแนวคิดดังกล่าวต่อมาอย่างมากก็คือ การวิเคราะห์ว่ามีวิธีการอะไรบ้างที่ “ภาษา” ได้ “กลั่นความหมาย” (Generate Meaning) ทั้งจากฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารมาได้อย่างไร กระบวนการดังกล่าวนี้ Hall ใช้ศัพท์ว่า “การเข้ารหัส” และ “การถอดรหัส” นั่นเอง

ตัวอย่างของวิธีการที่ภาษาสามารถกลั่นความหมายออกมาได้ เช่น

1. System of Relationship ได้แก่ การอธิบายว่าทุกระบบจำเป็นต้องมีองค์ประกอบย่อยที่ต่างสัมพันธ์กัน ตัวอย่างเช่น คำอธิบายที่ได้ยินกันบ่อยจนกลายเป็นสามัญสำนึก คือ “โลกเรานี้ทุกอย่างต้องมีคู่กัน (Relation) หญิงก็ต้องคู่กับชาย ชายก็ต้องคู่กับคำ” หรือคำกล่าวที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาก็คือ ทุกสังคมย่อมมีทั้งคนดีและคนชั่วปะปนกันบ้าง

2. การสร้าง “เกณฑ์” (Categories) ต่าง ๆ ขึ้นมาแล้วจัดลำดับชั้นของ Categories เหล่านั้น (Hierarchy of Categories) เช่น เกณฑ์เรื่อง การทำผิด การกลับใจ การให้อภัย การลงโทษ ฯลฯ แล้วจัดลำดับชั้นว่า การกลับใจสำคัญกว่า (มีคุณค่ากว่า) การทำผิด การให้อภัยสำคัญกว่าการลงโทษ เป็นต้น

3. การใช้หลักเรื่อง “จุดร่วม/ความคล้ายคลึง” กับ “จุดต่าง/ความแตกต่าง” (Similarity and Difference) เช่น บรรดา “วีรบุรุษ” ที่สื่อมวลชนหยิบมาเสนอนั้น มีจุดร่วม เหมือนผู้มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน (Deviance) คนอื่น ๆ คือ ทำผิดเหมือนกัน แต่มีจุดต่างจากผู้เบี่ยงเบนโดยทั่วไป คือมีการกลับใจ หรือบรรดาวีรบุรุษเหล่านี้อาจจะแตกต่างจากวีรบุรุษคนอื่น ๆ คือไม่ได้ทำความดีมาก่อน แต่มีจุดร่วมคือมีความกล้าหาญในการยอมรับผิด เป็นต้น

แม้ว่าจะมีกลยุทธ์ วิธีการกลั่นความหมายที่ดีและมีประสิทธิภาพเพียงใดก็ตาม ในภาคปฏิบัติการที่ผู้ส่งสารคนใดจะสามารถใช้กลยุทธ์ดังกล่าวบรรลุเป้าหมายได้หรือไม่ เงื่อนไขที่เป็นตัวกำหนดประการหนึ่ง (Precondition) ก็คือ ผู้ส่งสารนั้นต้องมีอำนาจอย่างน้อยเพียงใด อำนาจที่จะให้แก่ผู้ส่งสารในการสร้างและถ่ายทอดความเป็นจริงผ่านกลไกทางภาษานั้น แปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมของแต่ละสังคม ในแต่ละท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น สังคมในอดีตของไทย ให้อำนาจกับ “คนเฒ่าคนแก่” อย่างมากที่จะใช้ภาษาเป็นตัวสร้างความเป็นจริง ดังนั้น “ถ้อยคำให้ศีลให้พรของผู้อาวุโส” จึงถือว่า “ศักดิ์สิทธิ์” แต่ในสังคมปัจจุบัน วัฒนธรรมของสังคมสมัยใหม่ได้มอบอำนาจดังกล่าวให้แก่สถาบันสื่อมวลชน ดังเช่น อำนาจของสื่อมวลชนที่สามารถจะใช้ภาษาของตนเอง “สถาปนาสถานภาพของ นาย ก. ที่ไม่เคยมีใครรู้จักเลย” ให้เป็น “คนโด่งดัง” ได้เพียงชั่วข้ามคืนเดียว ที่เรียกว่า พลังอำนาจของสื่อในการให้ Status Conferral อันจะมีผลทำให้ “ความเป็นจริงที่เกี่ยวกับ นาย ก.” แปรเปลี่ยนไป

#### การวิเคราะห์ขั้นตอนของการสื่อสาร

Hall ได้แยกแยะขั้นตอนการสื่อสารออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการผลิต (Production)

2. ชั้นเผยแพร่ (Circulation)
3. ชั้นการใช้/การบริโภคสาร (Use/Consumption)
4. ชั้นการผลิตซ้ำ (Reproduction)

จากทั้ง 4 ชั้นตอนนี้ Hall สรุปว่ากระบวนการเข้า/ถอดรหัสนั้นจะต้องถูกควบคุมในทุกชั้นตอน เพื่อให้ความหมายสุดท้ายในชั้นตอนของผู้รับสารตรงกับความหมายแรกของผู้ส่งสาร อย่างไรก็ตามในกรณีส่วนใหญ่วิธีการควบคุมนั้นจะไม่ปรากฏตัวให้เห็นอย่างเด่นชัด

#### 1. ชั้นตอนการผลิต (Production)

เป็นช่วงตอนของการสร้างข่าวสาร ที่ผู้ส่งสารต้องดำเนินการปฏิบัติการด้านภาษา (Discursive Practice) ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบหลายประการ เช่น การรู้จักจัดกรอบของความหมายและความคิด (Framing Meaning & Ideas) ต้องมีความรู้ในเรื่องที่ต้องใช้งาน (Knowledge-In-Use) มีทักษะทางเทคนิค (Technical Skill) มีอุดมการณ์ทางวิชาชีพ มีความรู้เกี่ยวกับสถาบันต่าง ๆ มีความเข้าใจในค่านิยมและความเชื่อต่าง ๆ ของสังคม มีภาพของผู้รับสารอยู่ในใจ เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์กระบวนการสร้างข่าวสารของผู้ส่งสาร จะพบว่ามักมีกฎและระเบียบข้อตกลงต่าง ๆ มากมายมาเกี่ยวข้อง (Law & Convention) ทั้งนี้เพื่อนำผู้รับสารให้ตีความหมายไปในทางเดียวของผู้ส่ง (ไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่ และไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม) ดังนั้น ผู้ส่งสารทุกคนจึงมีหลักการทำงานว่า ถ้าต้องการจะไม่ให้ผู้อ่านมองข้ามข้อความนี้ ก็ต้องขีดเส้นใต้หรือใช้ตัวเน้น ถ้าต้องการจะให้ผู้อ่านจับความคิดเดิมและเริ่มความคิดใหม่ ก็ต้องจับข้อความเดิม แล้วขึ้นย่อหน้าใหม่ ในกรณีของภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ หากผู้ส่งสารต้องการเตือนให้ผู้ชมระวังตัวว่าเหตุการณ์สำคัญกำลังจะเกิดขึ้น ก็ต้องใช้ดนตรีประกอบช่วย หากต้องการให้ผู้ชมสังเกตปฏิริยาความรู้สึกของตัวละคร ก็ต้องถ่าย Close-up ไปที่ใบหน้าของตัวละครนั้น เป็นต้น

#### 2. ชั้นเผยแพร่ (Circulation)

ซึ่งหมายถึงช่องทางของการเผยแพร่ข่าวสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร 2 ตัว คือ ปริมาณความถี่ของการได้เผยแพร่ ข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่แบบ “มาบ่อย มาได้รวดเร็ว มาได้อย่างรุนแรง” ย่อมมีโอกาสเข้าถึงผู้รับสารได้มากกว่า และอีกตัวแปรหนึ่ง คือ ธรรมชาติของสื่อที่ถูกใช้เป็นช่องทาง เช่น เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ฯลฯ ที่มีข้อเด่นข้อด้อยดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

### 3. ขั้นการใช้/การบริโภคสาร (Use/Consumption)

Hall ให้ความสนใจกับขั้นตอนนี้อย่างมาก เนื่องจากเขามีแนวคิดที่ว่า ข่าวสารนั้นมิได้สำคัญเพียงแค่ว่า ได้ผลิตขึ้นมาอย่างไรเท่านั้น (How it is produced) แต่ยังสำคัญต่อไปอีกว่า ข่าวสารนั้นถูกรับรู้อย่างไร (How it is received)

Hall ได้เสนอทัศนะใหม่เกี่ยวกับขั้นตอนของการรับสาร หรือการบริโภคข่าวสารว่า ในขั้นตอนนี้จะเป็นอย่างอื่นอีกช่วงเวลาหนึ่งเช่นกันที่ความหมายจะถูกผลิตขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง กล่าวคือ สิ่งที่ได้รับสารกระทำไม่เพียงแต่จะ “อ่านความหมาย” ที่อยู่ในสารของผู้ส่งเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะนำเอา “ตัวเอง” (ผู้รับสาร) เข้าไปสร้างความหมายในสารด้วย กล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ Hall มีความเห็นว่าการตีความหมายในข่าวสารเมื่ออยู่ในช่วงเวลาผลิต ก็จะเป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับสารเช่นกัน ซึ่งหมายความว่าช่วงเวลาแห่งการถอดรหัส (Decoding) ก็เป็นเวลาที่มีอิสระในตัวเอง และไม่จำเป็นต้องไปขึ้นต่อช่วงเวลาแห่งการเข้ารหัส (Encoding) เสมอไป

Hall ได้ค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการในช่วงเวลาของการถอดรหัสว่า ในการอ่านความหมายของสารนั้น ผู้รับสารสามารถจะมีจุดยืนได้ 3 แบบ (หรือใช้รหัสได้ 3 รหัส) อันจะทำให้การอ่านความหมายได้ 3 แบบตามมาเช่นกัน คือ

1. จุดยืนที่ผู้ส่งสารต้องการ (Dominant – Hegemonic Position) จุดยืนแบบนี้ผู้รับสารจะยืนอยู่ที่เดียวกับผู้ส่งสาร และจะใช้รหัสของผู้ส่งสารเช่นกัน ดังนั้นความหมายที่ผู้รับสารอ่านได้จึงเป็นอย่างไรที่ผู้ส่งสารต้องการเท่านั้น เรียกว่า Preferred Reading

2. จุดยืนที่ผู้รับสารจะต่อรองความหมายเสียใหม่ (Negotiated Position) จุดยืนแบบนี้แม้ว่าผู้รับสารจะอ่านความหมายหลัก ๆ ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ แต่ทว่าภายในขอบเขตความหมายดังกล่าว ผู้รับสารจะยังคงต่อรองรายละเอียดปลีกย่อย ตัวอย่างเช่น “การยอมรับว่าเห็นด้วยกับผู้ส่งสารกล่าวมา แต่ก็มีเงื่อนไขว่า จะเป็นจริงก็ต่อเมื่อ” หรือ “อาจจะมีข้อยกเว้นเหมือนกัน...” หรือ “ที่

พูดอย่างนั้นอาจจะจริงในที่อื่น ๆ แต่ในที่นี้ อาจจะไม่เป็นจริง” การตีความหมายแบบต่อรองนี้เป็น การพบกันครึ่งทาง หรือเป็นสูตรผสมระหว่าง Preferred Reading กับ Opposition Reading

3. จุดยืนที่ผู้รับสารจะตีความคัดค้านต่อต้านความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา (Opposition Position) ตัวอย่างเช่น การนำเอาบรรดาผู้ร้ายกลับใจมาออกรายการโทรทัศน์นั้น บรรดากลุ่มผู้รับสารที่ทำงานอยู่กับผู้กระทำผิดหรืออาชญากรในสังคม เช่น ผู้คุมนักโทษ ตำรวจ ฯลฯ อาจจะเห็นว่า “สันดานผู้ร้ายเป็นการกลับใจเพียงชั่วครั้งชั่วคราวเท่านั้น” (เราจะพบเห็นความเชื่อดังกล่าวได้มากใน กรณีการอธิบายการกลับเนื้อกลับตัวของหญิงโสเภณี เป็นต้น)

Hall กล่าวว่าในการส่งข่าวสารแต่ละครั้ง จะเกิดจุดยืนการตีความทั้ง 3 แบบอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่ว่าสัดส่วนของแต่ละอันจะมีมากน้อยอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการใส่รหัสของผู้ส่งสาร แต่ถึงอย่างไรในทุกเวทีของข่าวสารก็จะมีสงครามวาทกรรม (Struggle of Discourse) เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

การตีความหมายที่แตกต่างกันของผู้รับสารนั้น DeSaussure ได้เริ่มนำร่องความคิดดังกล่าวเอาไว้แล้วในเรื่อง “ความหมายโดยนัย” (Connotative Meaning) ซึ่ง Hall ได้นำทศนะดังกล่าวมา สารต่อว่า แม้ว่าเราจะพบการ “อ่านสาร” จากจุดยืนทั้ง 3 แบบ แต่ทว่าในกรณีทั่วไปและโดยส่วนใหญ่แล้วสัดส่วนของการอ่านแบบ Preferred Meaning ก็ยังคงเป็นสัดส่วนที่มากกว่าอีกสองแบบ Hall อธิบายว่า แม้ว่าความหมายโดยนัยของผู้รับสารอาจจะแตกต่างกันไปบ้าง แต่ความหมายหลัก ๆ จะยังคงเป็นความหมายที่ผู้ส่งต้องการนั่นเอง สิ่งที่แตกต่างกันในความหมายโดยนัยของผู้รับสารแต่ละคน จึงเป็นรายละเอียดปลีกย่อยเท่านั้น ตัวอย่างเช่น เมื่อรายการโทรทัศน์นำเอาบรรดาผู้ร้ายกลับใจมาออกรายการ โดยนำเสนอในลักษณะวีรบุรุษแบบหนึ่ง หากผู้ผลิตรายการระมัดระวังในการใส่รหัส และมีความสามารถจะควบคุมกระบวนการใส่รหัสให้ตลอดทั้งกระบวนการ ผลที่เกิดขึ้นก็คือ ผู้รับสารจำนวนนับล้านคนที่ชมรายการดังกล่าว น่าจะ “เห็นคล้อย” ตามความหมายที่ผู้ส่งต้องการ สิ่งที่แตกต่างกันก็อาจจะเห็น “เหตุผลที่เห็นด้วย” เท่านั้น

Hall ให้คำอธิบายเหตุผลเบื้องหลังปรากฏการณ์ดังกล่าวว่า เพราะเหตุใดสัดส่วนของ Preferred Reading จึงมากกว่าการอ่านความหมายอีก 2 แบบ โดยเฉพาะในกรณีการส่งข่าวสารของ สื่อมวลชน ซึ่งมีกลไกอยู่ 3 ประการ คือ

1. Institution Position อันได้แก่ฐานะตำแหน่งของผู้ส่งสาร ซึ่งในกรณีของสื่อมวลชนนั้น เป็นสถาบันที่มีความชอบธรรมอย่างสูงในการนำเสนอข่าวสาร เป็นสถาบันที่ถูกกฎหมาย

เป็นสถาบันที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร ถ่ายทอดค่านิยม การเผยแพร่ข่าวทำอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา ฯลฯ ตำแหน่งของสถาบันผู้ส่งสารดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันในเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว (Credibility) ศักยภาพในการให้สถานภาพแก่บุคคล เหตุการณ์ และอื่น ๆ (Status Conferral) เป็นต้น

2. Structure of Access โครงสร้างในการเข้าถึงนั้น มิได้หมายความว่าถึงเพียงเรื่องขีดความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารเท่านั้น แต่ยังหมายความว่าถึงถึงการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่จะนำเอาข่าวสารมาเผยแพร่อีกด้วย ตัวอย่างง่าย ๆ ก็คือ หากไม่มีสถานภาพเป็นนักข่าว ก็คงไม่มีสิทธิจะไปตั้งคำถามกับรัฐมนตรีได้ ถ้าไม่ใช่สถานีโทรทัศน์ ก็คงไม่สามารถจะไปสัมภาษณ์บรรดาอดีตมือปืนรับจ้างได้ เป็นต้น
3. กลไกการควบคุมการผลิต เป็นกระบวนการสร้างสารของสื่อโทรทัศน์ มิใช่สิ่งที่เป็นไปตามธรรมชาติ แต่ทุกอย่างจะถูก “สร้าง” ขึ้น เริ่มตั้งแต่การสร้างฉาก การแต่งหน้าผู้มาออกรายการ บทสนทนาที่ปรากฏก็ต้องเป็นไปตามสคริปต์ที่เขียน (และสามารถควบคุมได้ หากเขกรับเชิญพูดนอกบท ก็สามารถจะตัดทิ้งได้ตอนตัดต่อ) ฯลฯ ทั้งหมดนี้เป็นการกำหนดทิศทางของการอ่านความหมายของผู้รับสารทั้งสิ้น

#### 4. ขั้นตอนการผลิตซ้ำ (Reproduction)

ขั้นตอนของการผลิตซ้ำนั้น หากพิจารณาในแง่ของ “ระบบความหมาย” อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ประเภทแรกคือ การผลิตซ้ำขึ้นใหม่ แต่ยังคงความหมายเดิม ตัวอย่างเช่น การเอาละครโทรทัศน์เรื่องเก่ามาผลิตใหม่ แต่ยังคงเค้าโครงเรื่องแบบเดิมเอาไว้ การผลิตซ้ำขึ้นใหม่ประเภทแรกนี้ไม่สู้จะมีปัญหามากนัก

อีกประเภทหนึ่ง คือการผลิตซ้ำขึ้นใหม่แต่เพื่อต้องการจะเสนอความหมายใหม่ที่ขัดแย้งกับความหมายเก่าที่มีอยู่ หรือที่ขัดกับสามัญสำนึกที่ผู้รับสารมีอยู่ หรือคัดง้างกับความรู้ที่ยอมรับกันโดยปริยาย ตัวอย่างเช่น หากสังคมมีความเข้าใจว่าพวกกรักร่วมเพศเป็นพวกที่มีจิตใจวิปริต หากสื่อมวลชนต้องการจะผลิตซ้ำภาพของพวกเกย์เสียใหม่ ว่าเป็นบุคคลที่มีจิตใจปกติ ธรรมดา เพียงแต่มีรสนิยมทางเพศที่แปลกออกไป การผลิตซ้ำแบบสร้างควมหมายใหม่จะต้องจัดระบบความหมายให้ถูกอ่านจากจุดยืนแบบ Preferred Reading อย่างเข้มงวดมากกว่ากรณีแรก



โดยพื้นฐานแล้ว Hall ปฏิเสธแนวคิดด้านการสื่อสารที่ว่า “การสื่อสารคือกระบวนการที่ผู้ส่งเป็นคนสร้างความหมายลงไปในการสื่อสาร แล้วก็ส่งผ่านความหมายนั้นผ่านสื่อไปยังผู้รับซึ่งจะทำการถอดความหมายนั้นออกมา” (แบบจำลองการสื่อสารนี้เรียกว่า Transmission Model) ซึ่งเปรียบเทียบเสมือนว่า ความหมายนั้นถูกสร้างในระดับผู้ส่งแล้วก็ห่อหุ้มผู้รับซึ่งจะแกะห่อออกมา Hall กลับเสนอว่าการกระจายความหมายนั้นมีอยู่ 3 ช่วงตอน และแต่ละช่วงตอนล้วนมีลักษณะของตนเอง (อ้างถึงใน กาญจนานันท์ แก้วเทพ, 2549: 291-293)

ช่วงที่หนึ่ง เป็นขั้นตอนเตรียมการเพื่อการผลิตสื่อ ซึ่งโดยปกติแล้วผู้ผลิตมักจะคิดว่าตนเองไปหยิบเอา “วัตถุดิบทั้งหมดที่มี” มานำเสนอ แต่อันที่จริงแล้ว ผู้ผลิตได้ “คัดเลือก” เอาวัตถุดิบบางอย่างเท่านั้นมาเสนอ ในการคัดเลือกนี้จะถูกกำหนดจากอุดมการณ์ของผู้ผลิตเอง (ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นอุดมการณ์หลักของสังคม เพราะกลไกทางอุดมการณ์ของสังคมจะคัดเลือกผู้ผลิตที่มีอุดมการณ์สอดคล้องกับสังคมเข้าไปทำงานในระบบ) ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการคัดเลือกจะมีหลายอย่าง นับตั้งแต่ความรู้และความเข้าใจเรื่องโลกของผู้ผลิต ความรู้ในการผลิต เทคนิคในการผลิต อุดมการณ์วิชาชีพที่ถูกปลูกฝัง ข้อกำหนดจากสถาบัน (เช่น นโยบายของสถานี) ความคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร เป็นต้น ปัจจัยทั้งหมดนี้จะมาทำงานตามหลักแนวคิดของสำนักปรากฏการณ์นิยมในเรื่อง “การนิยามสถานการณ์” (Definition of Situation) ซึ่งให้แนวทางแก่ผู้ผลิตว่าจะ “ใส่รหัส” ต่อวัตถุดิบที่มีอย่างไร (ตัวอย่างทางปฏิบัติก็เช่น การเลือกภาพที่ถ่ายมาจากหลาย ๆ กล้องเพื่อจะแพร่ภาพออกไปของโทรทัศน์ จะดำเนินการโดยพิจารณาปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานั้น และเมื่อตัดสินใจเลือก “ภาพ ๆ หนึ่ง” ออกมาได้ ผู้คัดเลือกภาพก็ได้ใส่รหัสแล้วว่า ในภาพนั้นเมื่อดูแล้วจะให้ความหมายอะไรบ้าง) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการใส่รหัส (Encoding)

ช่วงที่สอง เป็นขั้นลงมือทำการผลิต ในขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง “ความเป็นจริง” ที่เป็นโลก 3 มิติอันมีโครงสร้างและกรอบของตนเอง มีความหมายอันหลากหลาย (Polysemy) ให้แปรรูปมาอยู่ในสื่อแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ สื่อเสียงเช่นวิทยุ หรือสื่อเสียงและภาพเช่นโทรทัศน์ แต่ทว่าสื่อทั้งหมดนี้ล้วนเป็นโลก 2 มิติที่ความเป็นจริงในโลก 3 มิติไม่อาจบรรจุเข้ามาหมดได้ ฉะนั้น ความเป็นจริงนั้นก็ต้อง “ถูกผลิต” (produced) ออกมาในรูปแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น รายการสารคดีการทำอาหารในห้องส่งโทรทัศน์ “โลกแห่งความเป็นจริง” อันประกอบด้วยอายตนะทั้ง 5 คือ

ภาพ เสียง รส กลิ่น สัมผัส แต่ทว่าเมื่อส่งผ่านภาพดังกล่าวไปยังจอโทรทัศน์ที่บ้าน ก็จะลดเหลือเพียง 2 आयตนะเท่านั้น คือ ภาพและเสียง ส่วนอีก 3 आयตนะนั้น ฝ่ายผู้ผลิตต้อง “operation” ให้มาอยู่ใน “ภาพและเสียง” เช่น ใช้การบรรยายว่า “มีกลิ่นหอมน่ารับประทานอย่างไร เนื้อนุ่มขนาดไหน” เป็นต้น ขั้นตอนนี้ก็เป็นขั้นการใส่รหัสอีกเช่นกัน

ช่วงที่สาม เป็นขั้นการถอดรหัส (Decoding) จาก 2 ขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า สิ่งที่ผู้ชมได้รับรู้นั้นไม่ใช่ “วัตถุดิบที่เป็นเหตุการณ์จริง” หากแต่เป็น “วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้ว” ซึ่งมีความหมายของผู้ผลิตบรรจุใส่มาด้วย อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนของการถอดรหัสนั้น ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า Hall เชื่อว่า ขั้นตอนนี้เป็นอิสระจาก 2 ขั้นตอนแรก โดยเขากล่าวว่า ความหมายและเนื้อหาสารนั้นไม่เคยถูก “ถ่ายทอด” หากแต่มี “การผลิตอยู่ตลอดเวลา”

ปฏิกิริยาของผู้รับสารในขั้นตอนของการถอดรหัสจะมีอยู่ 2 แบบ

1. ถ้าผู้รับสารสามารถสร้างความหมายจากเนื้อหาสารได้ (พูดภาษาชาวบ้านก็คือ “ดูรู้เรื่อง”) ก็จะมีบริบทและให้ความหมายกับสารนั้น แต่ทว่าหากนำเอาความหมายนั้นไปใช้ในชีวิตประจำวันแล้วไม่ได้ผล ความหมายนั้นก็จะเป็น “ไม่มีผล” (no effect) หรือ “ไม่มี ความหมาย” สำหรับผู้รับสาร (เช่น การโฆษณาสินค้าต่าง ๆ)
2. อีกปฏิกิริยาหนึ่งก็คือ เนื้อหาข่าวสารนั้นไม่สามารถสร้างความหมายใด ๆ ได้เลยแก่ผู้รับสาร (พูดภาษาชาวบ้านก็คือ “ดูไม่รู้เรื่อง”) ตัวอย่าง โฆษณาไอเดอโคโลญของวัยรุ่นที่มีการขอเบอร์เพจเจอร์แลกกับผ้าเช็ดหน้าที่ทำตกเอาไว้ ซึ่งคนรุ่นย่าอายุดูแล้วไม่สื่อความหมายใด ๆ เลย ในขั้นตอนนี้ก็จะเกิดแต่ “การเปิดรับ” (exposure) แต่ไม่มีการบริโภค (consumption)

จากขั้นตอนทั้ง 3 ที่กล่าวมานี้ แสดงให้เห็นว่าจุดยืนของ S. Hall นั้นได้ให้ความสำคัญระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในฐานะของ “ผู้สร้างความหมาย” (Meaning generator) อย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากความหมายมิได้ถูกสร้างไปในขั้นตอนของผู้ผลิตเท่านั้น หากแต่ได้ถูกสร้างในขั้นตอนของผู้รับสารด้วย กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารนั้น ความหมายจะถูกสร้างขึ้น 2 ครั้ง ครั้งแรกในช่วงผู้ผลิต และครั้งที่สองในช่วงผู้รับสาร โดยที่ในแต่ละช่วงจังหวะทั้ง 3 ที่กล่าวมานั้น ล้วนมีกฎเกณฑ์ของตัวเอง

ทฤษฎีนี้สามารถนำมาวิเคราะห์การตีความหมายของดิจิทัลเนทีฟที่มีการบริโภคการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ต่อการแปลการ์ตูนบนอินเทอร์เน็ตว่ามีสร้างมีความหมายใหม่และทำให้เป็นความจริง

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิทางวัฒนธรรม

### ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)

กรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้ให้ความหมายของ ทรัพย์สินทางปัญญา ไว้ว่าหมายถึง ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น หรือสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งเน้นที่ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญ โดยไม่คำนึงถึงชนิดของการสร้างสรรค์หรือวิธีการแสดงออก ทรัพย์สินทางปัญญาอาจแสดงออกในรูปแบบของสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สินค้าต่าง ๆ หรือในรูปของสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น บริการ แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ กรรมวิธีการผลิตทางอุตสาหกรรม เป็นต้น

ในทางสากลทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property) หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ ความคิดสร้างสรรค์นี้ อาจจะเป็นความคิดในการประดิษฐ์คิดค้น ซึ่งอาจจะเป็นกระบวนการหรือเทคนิคในการผลิตที่ได้ปรับปรุงหรือคิดค้นขึ้นมาใหม่ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรมทางอุตสาหกรรมที่เป็นองค์ประกอบและรูปร่างของตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังรวมถึงเครื่องหมายการค้าหรือยี่ห้อ ชื่อและถิ่นที่อยู่ทางการค้า รวมถึงแหล่งกำเนิดและการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม
2. ลิขสิทธิ์ (Copyright) หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวของผู้สร้างสรรค์ที่จะกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้นตามประเภทลิขสิทธิ์ที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ งานวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ไม่ว่าจะงานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างไร นอกจากนั้นกฎหมายลิขสิทธิ์ยังให้ความ

คุ้มครองถึงสิทธิของนักแสดง และการสร้างสรรค์ด้านเทคโนโลยี เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แต่ไม่ครอบคลุมถึงความคิดหรือขั้นตอน กรรมวิธีหรือระบบ หรือวิธีใช้หรือทำงาน หรือแนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์

### ลิขสิทธิ์

เป็นผลงานที่เกิดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ความสามารถ และความอุตสาหะในการสร้างสรรค์งานให้เกิดขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ดังนั้นเจ้าของลิขสิทธิ์จึงควรได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย กล่าวคือ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถหาประโยชน์จากงานของตนได้ เช่น ทำซ้ำ คือ การคัดลอก ทำสำเนา ฯลฯ จากต้นฉบับหรือสำเนา ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน เช่น การแสดง การบรรยาย การจำหน่าย การทำให้ปรากฏด้วยเสียงด้วยภาพ ฯลฯ จากงานที่จัดทำขึ้น เป็นต้น

งานสร้างสรรค์ที่มีลิขสิทธิ์ ประกอบด้วยประเภทงานต่าง ๆ ดังนี้

1. งานวรรณกรรม เช่น หนังสือ จุลสาร สิ่งเขียน สิ่งพิมพ์ คำปราศรัย รวมถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์
2. งานนาฏกรรม เช่น งานเกี่ยวกับการรำ การเต้น การทำท่า หรือการแสดงที่ประกอบขึ้นเป็นเรื่องราว รวมถึงการแสดงโดยวิธีใบ้
3. งานศิลปกรรม เช่น งานจิตรกรรม งานประติมากรรม ภาพพิมพ์ งานสถาปัตยกรรม ภาพถ่าย ภาพประกอบ งานศิลปะประยุกต์ ซึ่งรวมถึงภาพถ่ายและแผนผังของงานดังกล่าว
4. งานดนตรีกรรม เช่น คำร้อง ทำนอง การเรียบเรียงเสียงประสาน รวมถึงโน้ตเพลงที่ได้แยกและเรียบเรียงเสียงประสานแล้ว
5. งานโสตทัศนวัสดุ เช่น วิดีโอเทป แผ่นเลเซอร์ดิสก์ที่บันทึกข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยลำดับของภาพหรือภาพและเสียงอันสามารถที่จะนำมาเล่นซ้ำได้อีก เป็นต้น
6. งานภาพยนตร์ เช่น ภาพยนตร์ รวมทั้งเสียงประกอบของภาพยนตร์นั้นด้วย (ถ้ามี)
7. งานสิ่งบันทึกเสียง เช่น เทปเพลง แผ่นคอมแพ็คดิสก์ที่บันทึกข้อมูลเสียง ทั้งนี้ ไม่รวมถึงเสียงประกอบภาพยนตร์ หรือเสียงประกอบโสตทัศนวัสดุอย่างอื่น
8. งานแพร่เสียงแพร่ภาพ เช่น การกระจายเสียงทางวิทยุ หรือการแพร่เสียงหรือภาพทางสถานีโทรทัศน์

9. งานอื่นใดอันเป็นงานในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ

สิทธิในลิขสิทธิ์จะเกิดขึ้นโดยทันทีนับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ผลงานโดยไม่ต้องจดทะเบียน ดังนั้นเจ้าของลิขสิทธิ์จึงควรที่จะปกป้องคุ้มครองสิทธิของตนเอง โดยการเก็บรวบรวมหลักฐานต่าง ๆ เพื่อใช้ประโยชน์ในการพิสูจน์สิทธิหรือความเป็นเจ้าของ

**พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537**

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายคำว่า “ทำซ้ำ” “ดัดแปลง” และ “เผยแพร่ต่อสาธารณชน” ดังนี้

ทำซ้ำ หมายความว่ารวมถึง คัดลอกไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ เลียนแบบ ทำสำเนา ทำแม่พิมพ์ บันทึกเสียง บันทึกภาพ หรือบันทึกเสียงและภาพ จากต้นฉบับ จากสำเนา หรือจากการโฆษณาในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ ทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับในส่วนที่เกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้หมายความถึง คัดลอกหรือทำสำเนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์จากสื่อบันทึกใด ไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ โดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำขึ้นใหม่ ทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

ดัดแปลง หมายความว่า ทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปใหม่ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม หรือจำลองงานต้นฉบับในส่วนอันเป็นสาระสำคัญโดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำขึ้นใหม่ ทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

1. ในส่วนที่เกี่ยวกับวรรณกรรม หมายความว่ารวมถึง แปลวรรณกรรม เปลี่ยนรูปวรรณกรรมหรือรวบรวมวรรณกรรมโดยคัดเลือกและจัดลำดับใหม่
2. ในส่วนที่เกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หมายความว่ารวมถึง ทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปใหม่ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ โดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำขึ้นใหม่
3. ในส่วนที่เกี่ยวกับนาฏกรรม หมายความว่ารวมถึง เปลี่ยนงานที่มีใช้นาฏกรรมให้เป็นนาฏกรรม หรือเปลี่ยนนาฏกรรมให้เป็นงานที่มีใช้นาฏกรรม ทั้งนี้ ไม่ว่าในภาษาเดิมหรือต่างภาษากัน
4. ในส่วนที่เกี่ยวกับศิลปกรรม หมายความว่ารวมถึง เปลี่ยนงานที่เป็นรูปสองมิติหรือสามมิติ ให้เป็นรูปสามมิติหรือสองมิติ หรือทำหุ่นจำลองจากงานต้นฉบับ
5. ในส่วนที่เกี่ยวกับดนตรีกรรม หมายความว่ารวมถึง จัดลำดับเรียงเสียงประสานหรือเปลี่ยนคำร้องหรือทำนองใหม่

เผยแพร่ต่อสาธารณชน หมายความว่า ทำให้ปรากฏต่อสาธารณชน โดยการแสดง การบรรยาย การสวด การบรรเลง การทำให้ปรากฏด้วยเสียงและหรือภาพ การก่อสร้าง การจำหน่าย หรือโดยวิธีอื่นใดซึ่งงานที่ได้จัดทำขึ้น

เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิในการทำซ้ำ ดัดแปลง และเผยแพร่ต่อสาธารณชนผลงานของตนเองแต่เพียงผู้เดียวตามมาตรา 15 เว้นแต่เจ้าของลิขสิทธิ์จะโอนลิขสิทธิ์ให้แต่ผู้อื่นหรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขของเจ้าของลิขสิทธิ์

### การใช้งานที่เป็นธรรม (Fair Use)

กฎหมายลิขสิทธิ์มีวัตถุประสงค์ในการตอบแทนความคิดสร้างสรรค์ของเจ้าของลิขสิทธิ์ และก่อให้เกิดแรงจูงใจในการสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ต่อไป จึงให้ความคุ้มครองแก่ผู้สร้างสรรค์และงานลิขสิทธิ์ ขณะเดียวกันกฎหมายก็ต้องการให้สังคมได้ใช้ประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น ๆ ด้วย ดังนั้นกฎหมายจึงกำหนดให้มีข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ไว้ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 32 เพื่อให้มีการเผยแพร่ความรู้อย่างกว้างขวาง โดยให้บุคคลอื่นสามารถที่จะใช้งานลิขสิทธิ์ได้ตามความเหมาะสมโดยไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2557)

การคุ้มครองลิขสิทธิ์ไม่ครอบคลุมถึงความคิด หรือขั้นตอน กรรมวิธีหรือระบบ หรือวิธีใช้หรือทำงาน หรือแนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์ นอกจากนี้ยังสิ่งที่ยกเว้นที่กฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ได้ให้ความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 7 มีดังต่อไปนี้

1. ข่าวประจำวันและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสารที่ไม่ใช้งานในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ
2. รัฐธรรมนูญ และ กฎหมาย
3. ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง และหนังสือโต้ตอบของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่น
4. คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ
5. คำแปลและการรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ตามข้อ 1 – 4 ซึ่งกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือท้องถิ่นจัดทำขึ้น

สาธารณชนสามารถใช้งานสิ่งข้างต้นเหล่านี้ได้อย่างเสรีโดยไม่ต้องขออนุญาตผู้ใด แม้สิ่งดังกล่าวจะปรากฏอยู่ในงานลิขสิทธิ์ของผู้อื่น นอกจากนี้ ชื่อผลงาน ชื่อต่าง ๆ หรือถ้อยคำสั้น ๆ จะไม่ได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายลิขสิทธิ์ เนื่องจากการสร้างสรรค์ที่ไม่เพียงพอ

### นิรสิทธิ์ (Copyleft)

หากงานสร้างสรรค์ทุกชิ้นในโลกนี้ถูกจำกัดสิทธิไปเสียทั้งหมดจะเป็นเสมือนการกักตุนทางปัญญา และเสียโอกาสในการต่อยอดวิทยาการให้ก้าวไปข้างหน้า จึงได้ริเริ่มให้มี Copyleft หรือภาษาไทยเรียกกันว่า นิรสิทธิ์ หรือคำติดต่อกว่า ลิขซ้าย กล่าวคือ การที่เจ้าของลิขสิทธิ์ยอมสละสิทธิบางอย่างที่ได้รับการคุ้มครองภายใต้กฎหมายลิขสิทธิ์ และอนุญาตให้ผู้อื่นนำผลงานสร้างสรรค์ของตนไปใช้งานได้ในระดับต่าง ๆ ได้แก่ อนุญาตให้ใช้ซ้ำ อนุญาตให้ใช้ซ้ำและแก้ไขได้ สามารถใช้ซ้ำในงานที่ไม่ใช่เชิงพาณิชย์ และสามารถใช้ซ้ำในงานที่ไม่ใช่เชิงพาณิชย์และแก้ไขได้ ดังนั้น Copyleft ไม่ใช่สิ่งที่อยู่ตรงข้ามกับ Copyright โดยสิ้นเชิง แต่เป็นความพยายามเสนอทางเลือกที่เชื่อว่าเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ในสังคมมากกว่าระบบลิขสิทธิ์แบบเดิม (TK park, 2559)

สมเกียรติ ตั้งนโม (2548) ได้เรียบเรียง แนวคิดเกี่ยวกับการสวนกระแสสิทธิและลิขซ้ายไว้ โดยสังเขป ซึ่งเรียบเรียงจากสารานุกรม Wikipedia ในหัวข้อ Anti-copyright และ Copyleft และเผยแพร่ในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน (www.midnightuniv.org) ดังนี้

### การต่อต้านลิขสิทธิ์ (Anti-copyright)

คำว่า “การต่อต้านลิขสิทธิ์” เป็นศัพท์ที่อธิบายถึงความตรงข้ามกันกับลิขสิทธิ์หรือกฎหมายลิขสิทธิ์ และนอกจากนี้ยังมีถ้อยแถลงและข้อความที่ผนวกเข้ามามีอื่น ๆ อีก เพื่อจะสนับสนุนการแพร่กระจายผลงานสร้างสรรค์ต่าง ๆ ออกไปอย่างกว้างขวาง ขบวนการต่อต้านลิขสิทธิ์เป็นส่วนหนึ่งของพรมแดนการต่อสู้ทางสังคมเกี่ยวกับเรื่องลิขสิทธิ์ (Copyright social conflict)

### ขบวนการต่อต้านลิขสิทธิ์ (Anti-copyright movement)

การต่อต้านและเป็นปฏิปักษ์ต่อลิขสิทธิ์ ในตัวของมันเองนั้น ไม่ได้ถูกจำกัดว่าจะต้องเป็นเรื่องราวโดยเฉพาะของบรรดานักอนาธิปไตยเพียงเท่านั้น. ศัพท์คำว่า “infoanarchism” (การเป็นปฏิปักษ์กับพวกทรัพย์สินทางปัญญา) ได้รับการสร้างขึ้นเมื่อไม่กี่ปีมานี้ (เริ่มต้นขึ้นในเดือนกรกฎาคม ปี ค.ศ.2000 ในบทความของ Lan Clarke เรื่อง “The Infoanarchist” ในนิตยสารไทม์ หมายถึง freedom of information) เพื่ออธิบายถึงการต่อต้านและเป็นปฏิปักษ์โดยตรงกับคำว่า “intellectual property” (ทรัพย์สินทางปัญญา) บ่อยครั้งรวมไปถึงเรื่องของสิทธิบัตร (patents) ต่าง ๆ ด้วย

#### ตัวอย่างความคิดในการต่อต้านเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา

- “ทรัพย์สินทางปัญญา” ไม่ได้กระทำในลักษณะเดียวกันกับ “ทรัพย์สินทางวัตถุ” เช่น ถ้าข้าพเจ้าให้วัตถุชิ้นหนึ่งกับคุณ ข้าพเจ้าอาจไม่สามารถใช้หรือควบคุมสิ่งนั้นได้อีกต่อไป และอาจมีการเรียกร้องบางสิ่งบางอย่างตอบแทน บางคนก็ใช้วิธีตอบแทนด้วยการจ่ายเงิน หรือบางคนก็ใช้วิธีแลกเปลี่ยนสิ่งของ แต่เมื่อข้าพเจ้าให้อิเดียหรือความคิดกับคุณ ข้าพเจ้าไม่ได้สูญเสียอะไรไปเลย ข้าพเจ้ายังคงสามารถจะใช้ไอเดียนั้นต่อไปได้ดังที่ใจปรารถนา ข้าพเจ้าไม่ต้องการสิ่งใดตอบแทนคืนมา

- การสร้างสรรค์ นักสร้างสรรค์ที่ขึ้นอยู่กับระบบหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งซึ่งต้องการให้มีการบังคับใช้กฎหมายโดยตรง ที่ผูกพันตัวของพวกเขากับการดำรงอยู่ของบริษัทใหญ่ ซึ่งอาจดำเนินการเพื่อให้มีการบังคับทางกฎหมายนี้ได้ แต่ในเวลาเดียวกัน การบังคับใช้กฎหมายอาจไปจำกัดผลผลิตที่ออกมาในเชิงสร้างสรรค์ได้เช่นกัน

#### ตัวอย่างความคิดในการต่อต้านเรื่องลิขสิทธิ์

- ข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายดิจิทัลสมัยใหม่ สามารถได้รับการผลิตซ้ำด้วยต้นทุนที่ต่ำมาก อันนี้ทำให้เป็นไปได้สำหรับผู้คนทั้งหลายที่มีรายได้น้อย ซึ่งสามารถที่จะเข้ามามีส่วนร่วมใน “สังคมข้อมูลข่าวสาร” (information society) เว้นแต่ลิขสิทธิ์จะถูกบังคับใช้อย่างเข้มงวด

- ความต้องการที่จะบังคับใช้ลิขสิทธิ์ เรียกร้องผู้สร้างสรรค์ให้กระทำการโดยตรงกับผู้บริโภคงานของเขา ยกตัวอย่างเช่น ในการลุกขึ้นมาของวงดนตรี Napster ศิลปินหลายคนอย่างเช่น Matallica ได้ประณามแพน ๆ อย่างรุนแรง ผู้ซึ่งแบ่งปันเพลงของพวกเขา ด้วยวิธีการต่าง ๆ นา ๆ โดยไม่คำนึงถึงเรื่องลิขสิทธิ์



- การบังคับใช้กฎหมายในตัวของมันเอง อาจกลายเป็นเรื่องยุ่งยากตามมา กล่าวคือมันอาจทำให้การแสดงออกอย่างอิสระเป็นเรื่องที่อันตราย วิธีการเดียวกันนี้อาจถูกนำไปใช้เพื่อป้องกันการเผยแพร่เกี่ยวกับงานลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจกลายเป็นอุปสรรคต่อการเผยแพร่เกี่ยวกับคำพูดหรือข้อความอันไม่เป็นที่พึงปรารถนาได้ด้วย

- กลไกการบังคับใช้กฎหมาย อย่างเช่น การจัดการเกี่ยวกับสิทธิด้านดิจิทัล ทำให้การมีอยู่เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค อย่างเช่น เงื่อนไขการใช้ประโยชน์งานลิขสิทธิ์โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย (fair use) อยู่ในอันตราย และสามารถถูกนำมาใช้เพื่อผูกมัดบรรดานักสร้างสรรค์ทั้งหลายยิ่ง ๆ ขึ้นไปกับการอยู่รอดของบริษัทที่ควบคุมเทคโนโลยีอันนี้

- นักสร้างสรรค์ซึ่งมีคนรู้จักน้อยต้องอาศัยการเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวาง เพื่อจะได้ทำให้ตนเองเป็นคนที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่นิยม สำหรับพวกเขา ลิขสิทธิ์จะไปจำกัดศักยภาพในการขยายหรือการเผยแพร่เพื่อการทำให้พวกเขาเป็นที่รู้จัก และการบริจาค (ให้ฟรี) อาจเป็นทางเลือกที่ดีกว่าอันหนึ่ง ส่วนนักสร้างสรรค์ที่มีชื่อเสียงมักจะเรียกร้องเงินทองจากแฟน ๆ ของพวกเขาที่จริงจังและซื่อสัตย์อยู่เสมอ (Street Performer Protocol)

- มุมมองของนักอนาธิปไตยสังคมนิยมต่อประเด็นเรื่องการต่อต้านลิขสิทธิ์คือ ไอเดียต่างๆ และความรู้ นั้น ไม่ควรถูกควบคุมและเป็นเจ้าของ บางทีเรื่องดังกล่าวจะได้รับการสรุปได้ดีที่สุดในสโลแกนของ Pierre-Joseph Proudhon ที่ว่า “ทรัพย์สินสมบัติคือการขโมย” (Property is Theft) บรรดานักอนาธิปไตยเหล่านี้ไม่ได้มองว่า การคัดลอกเป็นของตัวเอง (plagiarism) และการขโมย (theft) เกี่ยวกับไอเดียความคิดของคนอื่นเป็นสิ่งเลวร้าย

สิ่งซึ่งสำคัญกว่าสำหรับบรรดานักอนาธิปไตยทั้งหลายคือ การปฏิเสธ “ความเป็นเจ้าของ” ไอเดียและความรู้ ในทัศนะของพวกเขา ไอเดียและความรู้ไม่สามารถที่จะเป็นเจ้าของได้ มันเป็นส่วนหนึ่งของสมบัติแห่งบรรพชนซึ่งเป็นมรดกร่วมกันของพวกเขา

- การสูญเสียรายได้ และการสูญเสียมูลค่าของทรัพย์สินเกี่ยวกับลิขสิทธิ์โดยปัจเจกชนและบริษัทที่พึ่งได้รับผลประโยชน์ เนื่องมาจากการกำเนิดของ file sharing ได้นั้นนำไปสู่ปฏิบัติการที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยตัวแทนผู้ถือครองลิขสิทธิ์ต่างๆ ซึ่งละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ต่าง ๆ. ผลประโยชน์ที่ได้มาอื่น ๆ รวมถึงบรรดาโรงงานผลิตเครื่องเล่น MP3 และบอร์ดแบนการให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้กำไรจากขบวนการ file sharing และเป็นไปได้ที่จะช่วยปกป้องธุรกิจของพวกเขา โดย

การสนับสนุนให้มีการผ่อนคลายการจำกัดในเรื่องลิขสิทธิ์ เพื่อผลประโยชน์ของลูกค้าของพวกเขา ซึ่งมีปริมาณมากกว่าผู้ถือครองลิขสิทธิ์อย่างไร้พินาศ

- ชาวยุโรปในสมัยเรอเนสซองส์มองเห็นถึงการแบ่งงานอย่างเต็มที่หรือการพัฒนาอย่างรวดเร็วเกี่ยวกับพรสวรรค์ในเชิงสร้างสรรค์หรืออะไรทำนองนั้นซึ่งไม่เคยพบเห็นมาก่อน อันนี้เกิดขึ้นมาก่อนเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาจะได้รับการประดิษฐ์คิดค้น การผลิตออกนอกผลและพัฒนาการที่เป็นไปอย่างรวดเร็วได้รับการกระตุ้นโดยบรรดาศิลปินทั้งหลาย ซึ่งต่างคัดลอกหรือก๊อปปี้เทคนิคและผลงานต่าง ๆ ของคนอื่นกันไปมา โดยไม่มีข้อจำกัดทางกฎหมาย

### ข้ออ้างที่ฟังไม่ขึ้น

ข้อถกเถียงหรือการให้เหตุผลที่ว่า กฎหมายลิขสิทธิ์จะปกป้องและสนับสนุนการสร้างสรรค์ได้ถูกมองโดยผู้คนจำนวนมากในฐานะที่เป็นเพียงคำโฆษณา โดยมีเจตจำนงที่จะเสนอความมีเหตุผลในเชิงศีลธรรมสำหรับกฎหมายต่าง ๆ ซึ่งโดยข้อเท็จจริงคือ การพยายามปกป้องรายได้และความมั่งคั่งของบรรดาผู้ถือครองลิขสิทธิ์เท่านั้น และอันที่จริงแล้วจำนวนมากของผู้คนเหล่านี้ ก็ไม่ใช่ศิลปินที่เป็นต้นฉบับ หรือผู้ริเริ่มสร้างสรรค์แต่อย่างใด

ความสะดวกและง่ายดายเกี่ยวกับความสามารถที่จะได้มา และการเก็บรักษาผลงานสร้างสรรค์จำนวนมากเอาไว้ ท่ามกลางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มันได้มีการพูดคุย-ถกเถียงและแลกเปลี่ยนกัน จะน้อมนำไปสู่การสร้างสรรค์มากขึ้น ถ้ากฎหมายลิขสิทธิ์ได้ถูกล้มล้างไป

ขณะที่มันไม่อาจเป็นไปได้สำหรับบรรดาศิลปินป๊อปปูล่าร์ทั้งหลาย และพวกตัวแทนต่างๆของพวกเขาจะทำเงินได้มากในอนาคตนี้ เป็นไปได้ที่ว่า บรรดาศิลปินป๊อปปูล่าร์จะยังคงสามารถอยู่รอดได้ โดยอาศัยการโฆษณาและการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ดังที่พวกเขาทำอยู่ในปัจจุบัน หรือบางทีโดยวิธีการเล่นดนตรีตามท้องถนนหรือสถานที่ต่าง ๆ และเก็บสตางค์ ถ้าหากว่านั่นคือทางเลือกเพียงอย่างเดียวที่เปิดให้สำหรับพวกเขา

### คำประกาศต่าง ๆ เกี่ยวกับการต่อต้านลิขสิทธิ์

ถ้อยแถลงต่าง ๆ ถือเป็นที่ต้องการในเชิงกฎหมาย เพราะภายใต้สนธิสัญญากรุงเบิร์นในเรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ระหว่างประเทศ ผลงานต่าง ๆ จะได้รับการปกป้อง แม้ว่าจะไม่มีแถลงการณ์ลิขสิทธิ์ผูกมัดไปถึงพวกมันก็ตาม

แต่อย่างไรก็ตาม แถลงการณ์ “ต่อต้านลิขสิทธิ์” โดยส่วนใหญ่แล้ว ไม่ได้นำเอารูปแบบของใบอนุญาตให้มีการเปิดเผยข้อมูลหรือการอุทิศเพื่อประโยชน์ต่อพื้นที่สาธารณะอย่างง่าย ๆ อย่างหนึ่งอย่างใดมาใช้อย่างเชี่ยวชาญ โดยทั่วไปแล้ว พวกเขาเพียงส่งเสริมและสนับสนุนการเผยแพร่ผลงานอย่างกว้างขวางเท่านั้น และเป็นไปได้ที่พวกเขาจะประณามหรือกล่าวโทษข้ออ้างทั้งหมดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในผลงานชิ้นหนึ่ง รวมถึงเรื่องทางศีลธรรมต่าง ๆ ที่ยกขึ้นมาอ้างโดยไม่ให้การยอมรับ

#### ตัวอย่างคำประกาศการต่อต้านลิขสิทธิ์

“การต่อต้านลิขสิทธิ์! การพิมพ์ซ้ำได้อย่างอิสระ, ด้วยวิธีการใด ๆ ก็ได้ตามใจปรารถนา กระทั่งไม่ต้องกล่าวถึงแหล่งที่มาเลยก็ได้” (Anti-Copyright! Reprint freely, in any manner desired, even without naming the source.)

#### ตัวอย่างคำประกาศการสละสิทธิ์ในเรื่องลิขสิทธิ์

“ในที่นี้ ผู้เขียนผลงานชิ้นนี้ได้สละสิทธิ์ข้อเรียกร้องทั้งปวงเกี่ยวกับลิขสิทธิ์(ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และศีลธรรม)ในผลงาน และประสงค์ที่จะเสนอมันในพื้นที่สาธารณะโดยทันที; มันอาจถูกนำไปใช้, ดัดแปลงหรือแก้ไขในวิธีการใด ๆ ก็ได้ โดยไม่มีการอ้างอิงหรือหมายเหตุใด ๆ ถึงผู้สร้างสรรค์” (The author of this work hereby waives all claim of copyright (economic and moral) in this work and immediately places it in the public domain; it may be used, distorted or destroyed in any manner whatsoever without further attribution or notice to the creator.)

ผู้คนส่วนใหญ่จะพิจารณาคำประกาศต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องลิขสิทธิ์ในฐานะที่เป็นสิ่งที่เทียบเท่ากับ การอุทิศเนื้อหานั้นๆต่อปริมณฑลสาธารณะ (เช่นดังตัวอย่างคำประกาศที่สองข้างต้น) แต่อย่างไร

ก็ตาม บางชนิดของการละเมิดสิทธิ์เหล่านี้ ไม่ค่อยจะชัดเจนหรือละเอียดมากนัก ซึ่งต้องได้รับการตีความโดยปัจเจกในฐานะเป็นกรณีการสวนกระแสต่อเรื่องลิขสิทธิ์ ซึ่งไม่ยอมรับความหมายในทางกฎหมาย

ยกตัวอย่างเช่น ถ้าเพียงสามารถทำการเผยแพร่ได้อย่างอิสระ แต่ไม่รวมถึงการแก้ไขดัดแปลง หรือไม่มีการอ้างอิงถึงแหล่งที่มา ถ้าหากไม่ทำเช่นนั้นก็จะถือว่าเป็นการละเมิด และอาจผิดกฎหมายได้ในกรณีเช่นนั้น การสวนกระแสกับเรื่องลิขสิทธิ์ (Anti-copyright) ก็ไม่ได้ปฏิเสธเกี่ยวกับเรื่องลิขสิทธิ์อย่างแท้จริง มันเป็นแต่เพียงการดัดแปลงแก้ไข เกี่ยวกับการปกป้องที่มีให้กับบรรดาผู้ถือครองลิขสิทธิ์เท่านั้น

#### คำกล่าวที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับการต่อต้านลิขสิทธิ์

John Oswald กล่าวว่า “ถ้าหากว่าการสร้างสรรค์เป็นทุ่งกว้าง ลิขสิทธิ์ก็คือคอกกั้น”

Thomas Jefferson กล่าวว่า “ถ้าธรรมชาติทำให้ทุกสิ่งหวนไหวง่ายน้อยกว่านี้ได้ก็จะดีสำหรับทุกคนที่ผูกขาดเรื่องทรัพย์สิน มันคือการกระทำของพลังทางความคิดที่เรียกว่าไอเดีย ซึ่งปัจเจกชนอาจครอบครองมันได้เป็นการเฉพาะ トラบเท่าที่เขาเก็บรักษามันเอาไว้เป็นของตนเอง แต่เมื่อใดก็ตามที่มันถูกเปิดเผยออกมา มันจะซัดต้นตัวมันเองไปสู่การครอบครองของทุก ๆ คน และผู้รับไม่สามารถที่จะจัดการครอบครองของตัวเองจากมันไปได้

คุณลักษณะจำเพาะของมันเช่นกัน คือว่าไม่มีใครครอบครองส่วนที่น้อยกว่ามันไปได้ เพราะคนอื่นทั้งหมดต่างครอบครองมันทั้งหมดเท่าเทียมกัน เขาผู้ซึ่งรับความคิดไปจากข้าพเจ้า ได้รับคำสอนและคำแนะนำไปใช้ให้กับตัวของเขาเองโดยไม่ได้น้อยกว่าข้าพเจ้าเลย ดังที่เขาผู้ซึ่งจุดเทียนไปจากข้าพเจ้า เขาจะได้รับแสงสว่างโดยไม่มีดลลงไปกว่าเทียนที่ส่องสว่างของข้าพเจ้า

ไอเดียหรือความคิดต่าง ๆ อันนั้นควรจะแผ่ขยายออกไปอย่างอิสระ จากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งบนโลกใบนี้ เพื่อศีลธรรมและคำสอนซึ่งกันและกันของมนุษย์ และการปรับปรุงเกี่ยวกับสภาพเงื่อนไขชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขา ซึ่งดูเหมือนว่าจะได้รับการออกแบบขึ้นมาโดยเฉพาะและด้วยความเมตตาของธรรมชาติ

เมื่อเธอ(ธรรมชาติ)สร้างพวกมัน อย่างเช่น ไฟ มันสามารถขยายออกไปได้เหนือพื้นที่ทั้งหมด โดยไม่ได้ลดทอนความรุนแรงของมันลงไป ณ จุดใดเลย และคล้าย ๆ กับอากาศ ซึ่งเราสูดหายใจเข้าออก มันเคลื่อนไหว และมีอยู่ในร่างกายของพวกเรา เราไม่สามารถที่จะไปกักขังหรือยึดครองมันเป็นการเฉพาะได้ ด้วยเหตุนี้โดยธรรมชาติ การประดิษฐ์คิดค้นจึงไม่สามารถ เป็นสิ่งที่อยู่ในบังคับบัญชาหรือภายใต้เรื่องของทรัพย์สินได้”

### ทรัพย์สินสาธารณะ (Public Domain)

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (2559) กล่าวว่า สมบัติสาธารณะ หรือ สาธารณสมบัติ หมายถึง ทรัพย์สิน สิ่งของ หรือผลงานใด ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น โดยไม่คุ้มครองด้วยกฎหมายลิขสิทธิ์ ไม่มีใครสามารถถือตัวเป็นเจ้าของในผลงานนั้น ๆ ได้ และถือเป็นของสาธารณะ ทุกคนสามารถนำไปใช้อย่างไรก็ได้อย่างอิสระเสรี รวมถึงผลงานที่เคยมีลิขสิทธิ์ แต่เจ้าของผลงานเสียชีวิตไปแล้วเป็นเวลา 50 ปี ตามรายละเอียดพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ส่วนที่ 4 อายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ มาตรา 19 - 26 ผลงานนั้นจะถือเป็นของสาธารณชนทั้งหมด

สมบัติสาธารณะ หมายถึง งานอันมีลิขสิทธิ์ได้หมดหรือครบอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์แล้ว งานลิขสิทธิ์นั้นจะตกเป็นสมบัติสาธารณะ บุคคลโดยอมจะใช้งานลิขสิทธิ์นั้นได้ เช่น คัมภีร์ไบเบิล อัลกุรอ่าน หรือวรรณกรรมของเจ้าของบทประพันธ์อย่างวิลเลียม เชกสเปียร์ หรือวรรณคดีไทย เช่น รามเกียรติ์ สังข์ทอง เป็นต้น

แต่ก่อนที่งานอันมีลิขสิทธิ์จะตกเป็นสมบัติสาธารณะนั้น โดยทั่วไปลิขสิทธิ์จะตกอยู่ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์และต่อเนืองหลังจากผู้สร้างสรรค์ตายอีก 50 ปี แต่อายุและการนับอายุลิขสิทธิ์จะมีรายละเอียดปลีกย่อยหรือแตกต่างออกไปอีก เช่น กรณีงานนั้น ๆ มีผู้สร้างสรรค์ร่วม ลิขสิทธิ์ในงานดังกล่าวให้มีอยู่ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ร่วม และมีอยู่ต่อไปอีกเป็นเวลาห้าสิบปีนับแต่ผู้สร้างสรรค์ร่วมคนสุดท้ายถึงแก่ความตาย เป็นต้น และเมื่ออายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ครบในปีใด ถ้าวันครบกำหนดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ไม่ตรงกับวันสิ้นปีปฏิทิน หรือในกรณีที่ไม่มีอาจทราบวันครบกำหนดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่แน่นอน ให้ลิขสิทธิ์ยังคงมีอยู่ต่อไปจนถึงวันสิ้นปีปฏิทินของปีนั้น

ซึ่งถ้าผลงานนั้น ๆ ยังอยู่ในช่วงของการคุ้มครอง เจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิ์ห้ามหรือฟ้องดำเนินคดีได้ (รัชชัย ศุภผลศิริ, 2543: 5-25)

### ทรัพย์สินร่วม (Commons)

คอมมอนส์ แปลว่า ทรัพย์สินร่วม หมายถึง ทรัพย์สินที่ทุกคนมีกรรมสิทธิ์ร่วมกัน ซึ่งทรัพย์สินเหล่านั้นอาจเป็นบ่อน้ำ ที่ดิน หรือทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ ซึ่งในยุคข้อมูลข่าวสารอย่างในยุคนี้ คอมมอนส์อาจรวมถึงกราฟิกซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ คลิปเสียง รวมไปถึงข้อมูลต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทย ประเด็นเรื่องคอมมอนต์ยังไม่ได้ได้รับความสนใจและถูกผลักดันให้เป็นประเด็นสาธารณะสักเท่าไร สิทธิในการเป็นเจ้าของร่วมนั้นแตกต่างจากทรัพย์สินสาธารณะและทรัพย์สินส่วนตัวตรงที่ ทรัพย์สินส่วนตัวนั้นเป็นทรัพย์สินของเอกชน ส่วนทรัพย์สินสาธารณะนั้นเป็นทรัพย์สินของรัฐ ส่วนทรัพย์สินร่วมนั้นเป็นสินทรัพย์ร่วมที่ไม่ได้เป็นของรัฐบาล แต่เป็นของกลุ่มคนในชุมชนหนึ่งที่สามารถแบ่งกันใช้ได้ ซึ่งหากเทียบกันแล้วทรัพย์สินร่วมก็มีลักษณะเดียวกับทรัพย์สินทางปัญญาสาธารณะ (Public Domain) ซึ่งก็คือทรัพย์สินทางปัญญาที่ทุกคนสามารถใช้ได้โดยไม่เป็นการละเมิดนั่นเอง (เครือข่ายพลเมืองเน็ต, 2555: 66)

### ครีเอทีฟคอมมอนส์ (Creative Commons: CC)

เนื่องจากสังคมในอินเทอร์เน็ตเป็นสังคมเปิด จึงเกิดเหตุการณ์หยิบฉวยนำผลงานที่ผู้อื่นสร้างไว้โดยไม่ให้เครดิตอยู่เสมอ ด้วยเหตุนี้จึงเกิดองค์กรไม่แสวงกำไรชื่อ ครีเอทีฟคอมมอนส์ ซึ่งได้คิดค้นและส่งเสริมการใช้สัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์ เพื่อให้เจ้าของงานที่มีลิขสิทธิ์เปิดให้ผู้อื่นนำผลงานของตน ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อมูล เป็นต้น ไปใช้ได้สะดวกขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน ขอเพียงแค่ผู้นำไปใช้ทำตามเงื่อนไขที่เจ้าของลิขสิทธิ์กำหนดไว้ทุกครั้ง ซึ่งตัวอย่างของเงื่อนไข ได้แก่ ห้ามแก้ไขดัดแปลง, ต้องบอกที่มาทุกครั้ง, ห้ามใช้เพื่อการค้า เป็นต้น ช่วยให้เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถละสิทธิ์บางส่วนหรือทั้งหมดแก่สาธารณะ ในขณะที่ผู้สร้างสรรค์ผลงานยังลงเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์และสามารถสงวนสิทธิ์อื่น ๆ ไว้ได้

ในปัจจุบัน (พฤศจิกายน 2012) มีประเทศที่เข้าร่วมอนุสัญญา Creative commons ทั้งหมด 71 ประเทศ – รวมถึงประเทศไทยด้วย โดยองค์กรครีเอทีฟคอมมอนส์ประเทศไทย ซึ่งได้ปรับปรุง

สัญญาตรีเอทีฟคอมมอนส์ 3.0 ให้เข้ากับกฎหมายลิขสิทธิ์ไทย จึงสามารถใช้บังคับได้ตามกฎหมายไทย ประเทศเปิดตัวเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2552 เป็นประเทศลำดับที่ 51 ของโลกที่ใช้สัญญานี้

สำหรับในประเทศไทย องค์กรครีเอทีฟคอมมอนส์ประเทศไทยได้ปรับปรุงสัญญาตรีเอทีฟคอมมอนส์ 3.0 ให้เข้ากับกฎหมายลิขสิทธิ์ไทย จึงสามารถใช้บังคับได้ตามกฎหมายไทย ที่ผ่านมามีการรณรงค์ให้ความรู้เรื่องสัญญาตรีเอทีฟคอมมอนส์อยู่เรื่อย ๆ โดยเน้นการรณรงค์ทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก แต่ก็ยังพบกรณีที่มีผู้นำผลงานไปใช้โดยต่อสัญญาอนุญาตหลายครั้ง แต่ยังไม่เคยได้ยินกรณีใดที่ลงเอยด้วยการฟ้องร้องเรื่องทำผิดอนุสัญญาในชั้นศาล ส่วนใหญ่มักจะลงเอยด้วยการขอโทษมากกว่า (เครือข่ายพลเมืองเน็ต, 2555: 66-67)

ครีเอทีฟคอมมอนส์ ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2002 โดยนักวิชาการด้านกฎหมายที่มีชื่อเสียงชาวอเมริกัน คือ ลอว์เรนซ์ เลสสิก (Lawrence Lessig) ในฐานะองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรในรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา โดยองค์กร CC เป็นผู้บุกเบิกโมเดลของการอนุญาตให้ใช้เนื้อหาแบบเปิด (Open Content Licensing หรือ OCL) เพื่อหาทางออกให้กับสถานการณ์ของโลกยุคดิจิทัลที่ความง่ายของการลอกเลียนและทำซ้ำเนื้อหาได้นำไปสู่การบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์อย่างเคร่งครัดจนกลายมาเป็นภาวะคุกคามการสร้างสรรคความก้าวหน้าเชิงความคิด (พิรงรอง รามสูต, 2556)

องค์กร CC ได้ร่างสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์ (Creative Commons License) ขึ้นเพื่อสร้างทางเลือกใหม่ของการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ของผู้สร้างสรรคงานใด ๆ ด้วยการอนุญาตให้ใช้เนื้อหานั้น ๆ ในเชิงที่ไม่ใช่เพื่อการพาณิชย์ (Non-commercial) หรืออีกนัยหนึ่งคือ การให้อนุญาตไว้ก่อนหน้าสำหรับการใช้ประโยชน์งานหรือเนื้อหาส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์แห่งสาธารณะ ทั้งนี้ สัญญาอนุญาตของครีเอทีฟคอมมอนส์จะช่วยขยายขอบข่ายของการใช้สื่อต่าง ๆ ให้กว้างขึ้นโดยไม่จำกัดที่สัญญาอนุญาตของสื่ออื่น ๆ และจะเอื้อให้มีการใช้สื่อทั้งทางภาพ เสียงและข้อมูล โดยการแบ่งแยกสัญญาอนุญาตย่อยออกสำหรับการแจกจ่ายและการใช้ข้อมูลโดยการอ้างอิงถึงเจ้าของลิขสิทธิ์เดิม ภายใต้เงื่อนไขกว้าง ๆ ต่อไปนี้

1. อ้างอิงแหล่งที่มา (BY) หมายถึง การนำไปใช้จะต้องอ้างอิงกลับมาถึงผู้เขียน หรือผู้สร้างสรรค์ผลงานเดิม
2. ให้อนุญาตจ่อไปแบบเดียวกัน (SA – Share Alike) คือ ยินยอมให้มีการดัดแปลงงานได้ โดยไม่ต้องมอบความยินยอมต่อไปด้วย
3. ห้ามนำไปใช้เพื่อการค้า (NC – Non-Commercial)

4. ห้ามดัดแปลง (ND – No Derivative Works) คือ ต้องใช้งานต้นฉบับเท่านั้น โดยไม่มีการดัดแปลงใด ๆ ทั้งสิ้น

กระทรวงศึกษาธิการ (2552) กล่าวว่า ในทุกวันนี้ผลงานทางด้านการสร้างสรรค์ต่าง ๆ อันมีลิขสิทธิ์ได้เกิดขึ้นมาอย่างมากมายในแต่ละวัน ช่องทางในการนำเสนอผลงานของตัวเองยิ่งจะมีความรวดเร็วมากขึ้นเรื่อย ๆ มีทางเลือกต่าง ๆ มีรูปแบบต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นงานทางด้านวรรณกรรม งานศิลปะ งานดนตรี ฯลฯ ซึ่งตามกฎหมายทางด้านลิขสิทธิ์ เมื่อมีงานที่สร้างสรรค์เกิดขึ้นแล้ว ผู้สร้างสรรค์งานนั้นจะมีลิขสิทธิ์กับงานชิ้นนั้นเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติและไม่ต้องมีการจดทะเบียนแต่อย่างใด ทว่าความชัดเจนของข้อกำหนดต่าง ๆ ในการนำงานไปเผยแพร่ นั้นมีข้อจำกัดอย่างยิ่ง

สำหรับการนำเอางานทางด้านลิขสิทธิ์ไปเผยแพร่ในปัจจุบัน จะมีอยู่ 2 กรณี คือ Copyright หรือ © ที่เรารู้จักกันดี ซึ่งจะมีความหมายในแง่ของการปกป้องสิทธิ์ทุกอย่าง หรือ All rights reserved และลิขสิทธิ์ที่เป็น public domain ซึ่งหมายถึงการที่สามารถนำงานที่มีลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ไปใช้ได้โดยอิสระ แต่ทว่าทั้ง 2 อย่างนั้นอยู่กันคนละด้านและไม่มีจุดกึ่งกลาง ผู้สร้างสรรค์งานหลาย ๆ คนเองก็ต้องการที่จะเผยแพร่ผลงานของตัวเองสู่สาธารณชนบ้าง แต่ขณะเดียวกันก็อยากที่จะจำกัดวัตถุประสงค์บางอย่างสำหรับการนำไปใช้เผยแพร่ในแหล่งต่าง ๆ





Creative commons ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรและเกิดจากการรวมกลุ่มของบุคคลหลายสาขาอาชีพ จึงได้ถือกำเนิดขึ้นจากแนวคิดของความต้องการที่จะเผยแพร่ผลงานทางด้านลิขสิทธิ์ แต่ต้องการสงวนและรักษาสิทธิ์บางอย่างไว้ องค์กรนี้จึงก่อตั้งและเริ่มต้นการทำงานครั้งแรกในเดือนธันวาคม ปี 2002 ซึ่งระบบการทำงานของ CC จะสามารถแสดงข้อกำหนดทางด้านลิขสิทธิ์ได้ถึง 3 แบบจากการทำงานในแบบอัตโนมัติผ่านทาง code ของ [www.creativecommons.org](http://www.creativecommons.org) คือ

1. Common Deeds เป็นรูปแบบที่บุคคลทั่วไปสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย และมี Icon ประกอบเห็นชัดเจน
2. Legal Code เป็นรูปแบบที่เขียนขึ้นในภาษาทางด้านกฎหมาย และสามารถนำไปอ้างอิงในชั้นศาลได้



3. Digital Code เป็น code ที่สามารถนำไปฝังไว้ เพื่อให้ search engine ต่าง ๆ สามารถตรวจพบข้อกำหนดต่าง ๆ ของการอนุญาตให้ใช้สิทธิได้ตามมาตรฐานของ CC

รูปแบบของการแบ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 หมวดดังต่อไปนี้

1.  Attribution งานชิ้นนี้สามารถที่จะคัดลอก เผยแพร่ เปิดเผย แสดง และสามารถดัดแปลงผลงานชิ้นนี้ได้ แต่ต้องมีการระบุที่มาว่าต้นฉบับเดิมนั้นมาจากแหล่งใดและใครเป็นเจ้าของในชิ้นงานนั้น ๆ
2.  No Derivative Works งานชิ้นนี้สามารถที่จะคัดลอก เผยแพร่ เปิดเผย แสดงได้ตามรูปแบบเดิมนั้น ไม่สามารถนำไปดัดแปลงเพื่อนำไปใช้งานในกรณีใด ๆ
3.  Non-commercial งานชิ้นนี้สามารถที่จะคัดลอก เผยแพร่ เปิดเผย แสดง และสามารถดัดแปลงผลงานชิ้นนี้ได้ แต่สามารถใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในชิ้นงานที่ไม่แสวงหาผลกำไรเท่านั้น
4.  Share Alike อนุญาตให้เผยแพร่งานดัดแปลงจากชิ้นงานเดิมได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้ลิขสิทธิ์ของชิ้นงานเดิมทุกประการ หากแต่ Share Alike จะมีผลเพียงงานที่สามารถนำไปดัดแปลงได้เท่านั้น ไม่สามารถจะใช้งานควบคู่กันระหว่าง Share Alike และ No Derivative Works ได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### สิทธิทางวัฒนธรรม (Cultural Rights)

สิทธิทางวัฒนธรรม เป็นสิทธิที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและวัฒนธรรม มีจุดประสงค์เพื่อที่จะรับประกันว่าบุคคลและชุมชนจะได้เข้าถึงวัฒนธรรมและสามารถมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมที่เลือกด้วยตนเอง เป็นสิทธิมนุษยชนที่มุ่งเน้นในการสร้างความพอใจต่อวัฒนธรรมในเงื่อนไขของความเสมอภาค ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และการไม่เลือกปฏิบัติ เป็นสิทธิที่อยู่ในรูปแบบของวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นภาษา วัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ผลงาน การมีส่วนร่วมในชีวิตทางวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรม สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิของผู้เขียน ชนกลุ่มน้อย และการเข้าถึงวัฒนธรรม ฯลฯ (Cultural Rights : online)

สิทธิทางวัฒนธรรม หมายถึง สิทธิในการได้รับโอกาสอย่างเท่าเทียมให้ประเพณีทางวัฒนธรรมได้มีการรับรู้ ดำรงคงอยู่ สานต่อ และพัฒนา และสิทธิทางวัฒนธรรมยังรวมถึงสิทธิของทุกคน หรือกลุ่มคนที่ควรได้รับการรับรองและยืนยันว่าทุกคน หรือทุกกลุ่มชนจะได้เข้าร่วม มีส่วนร่วม และได้รับความสุขจากการใช้ทรัพยากรวัฒนธรรม หรือสามารถดำเนินชีวิตทางวัฒนธรรมได้อย่างมีความสุขปราศจากการเหยียดหยาม ปราศจากอคติ แนวคิดเรื่องสิทธิทางวัฒนธรรมถูกนำมาใช้ในการวางแผนการใช้และการเข้าถึงทรัพยากรวัฒนธรรม โดยนักวิชาการด้านการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเสนอให้พิจารณาถึงสิทธิทางวัฒนธรรมของชุมชนและผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็ก คนชรา ชนกลุ่มน้อย คนชายขอบ หรือคนชั้นล่างที่ไม่มีปากมีเสียงหรือไม่มีอิทธิพลและอำนาจทางเศรษฐกิจ และการเมือง (ธนิช เลิศชาญฤทธ์, 2557)

ทฤษฎีนี้สามารถนำมาวิเคราะห์รูปแบบของการ์ตูนแปดออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตว่าเป็นไปตามลักษณะของสื่อที่ได้รับการคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์หรือไม่ อย่างไร เหตุในการบริโภคการ์ตูนออนไลน์หรือการแปดการ์ตูนจึงเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพร ศรีสติ (2548) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนิสิต นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลมีลักษณะพิเศษบางอย่างที่เอื้อต่อการทำซ้ำ (Copy) และตัดแปะ (Cut & Paste) สามารถทำได้ง่ายตายายมากขึ้น ทำให้เกิดการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตทางอินเทอร์เน็ต กลายเป็นปัญหาการใช้เทคโนโลยีในทางที่ผิด นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติในการปิดบังตัวตน (Anonymity) ทำให้ไม่สามารถระบุตัวตนที่แท้จริงได้

สุนิดา เข้มทอง (2549) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความตระหนักรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของนิสิต นักศึกษาต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรม งานศิลปะ-การแสดงและโสตทัศนบนอินเทอร์เน็ต” พบว่า นิสิตนักศึกษามีความตระหนักรู้ในประเด็นด้านศีลธรรมมากที่สุด ส่วนด้านศีลธรรมนั้นมองว่า

การละเมิดลิขสิทธิ์นั้นเป็นสิ่งที่ผิด และเห็นด้วยต่อประเด็นของความยุติธรรมมากที่สุด โดยคิดว่าเจ้าของผลงานควรมีสิทธิ์อันชอบธรรมในผลงานของตน สาเหตุของการไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ส่วนใหญ่เกิดจากความรู้สึกผิด ปัจจัยสำคัญของผู้ที่ละเมิดลิขสิทธิ์คือต้องการความรู้ มักมีพฤติกรรมคัดลอกข้อความ บทความ รูปภาพบนอินเทอร์เน็ตมาใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์และไม่ได้อ้างแหล่งที่มา

วิกิจ คุหะมณี (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง “RSS กับลิขสิทธิ์ข่าวสาร” พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปเข้าใจว่าข้อมูลและผลงานที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตสามารถนำไปใช้ได้โดยปราศจากการอ้างอิงหรือขออนุญาตจากเจ้าของผลงาน ซึ่งอาจจะสับสนกับงานสาธารณะ (Work in Public Domain) ในเรื่องลิขสิทธิ์ ซึ่งหมายถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ที่หมดอายุการคุ้มครองแล้ว งานนั้นก็จะกลายเป็นสมบัติสาธารณะ เพื่อให้ประชาชนโดยทั่วไปได้ใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาของผู้สร้างสรรค์ บุคคลใด ๆ ในสังคมก็สามารถใช้งานได้โดยอิสระ ไม่ต้องขออนุญาต และไม่ต้องจ่ายค่าตอบแทนใด ๆ อีก

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ดิจิทัลเนทีฟไทยกับการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผู้รับสารหรือผู้ใช้สื่อ ซึ่งในที่นี้คือกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นดิจิทัลเนทีฟ โดยศึกษาการผลิตและการบริโภคสื่อของดิจิทัลเนทีฟไทยว่ามีลักษณะการใช้งานที่นำไปสู่การละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ได้อย่างไร พร้อมทั้งศึกษาถึงความรู้และความตระหนักรู้ต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ทางออนไลน์ นอกจากนี้ยังศึกษาเกี่ยวกับการต่อรองว่าผู้บริโภคมีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์หรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะมีรายละเอียดวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

#### วิธีการวิจัย

ในการวิจัยเชิงคุณภาพนี้จะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อถอดบทเรียน ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการทราบว่าดิจิทัลเนทีฟไทยมีกระบวนการในการผลิตและบริโภคสื่ออย่างไร มีรูปแบบพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่นำไปสู่การละเมิดลิขสิทธิ์อย่างไร และมีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์หรือไม่ อย่างไร

#### การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการคัดเลือกผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เป็นดิจิทัลเนทีฟที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป เน้นเฉพาะผู้ที่อ่านการ์ตูนหรือดูแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์ หรือเป็นผู้ผลิตผลงานแฟนคลับหรือแปลการ์ตูนลงบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็คือ Digital Native อายุระหว่าง 18-28 ปี โดยแบ่งออกเป็น Digitally Born อายุระหว่าง 18-21 ปี และ Evolving Digital อายุระหว่าง 22-28 ปี รวมกันทั้งสิ้น 10 คน

เนื่องจากผู้วิจัยก็เป็นหนึ่งในผู้ที่เคยผลิตและบริโภคสื่อประเภทการ์ตูนออนไลน์เช่นเดียวกับกับกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมาเพื่อทำการศึกษา จึงมีช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มดังกล่าว รวมถึงความสามารถในสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึกมากที่สุด

### วิธีการรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งก่อนการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยจะตรวจสอบว่าผู้ให้ข้อมูลมีคุณสมบัติครบถ้วนตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้หรือไม่ ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยได้ให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญอ่านร่างงานวิจัยเพื่อรับรองความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ทำการตรวจสอบและให้ข้อคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ เพิ่มเติมด้วย และได้ให้ศาสตราจารย์ ดร. พิงรอรัง รามสูต ตรวจสอบคำถามก่อนใช้สัมภาษณ์แล้ว

คำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจะมีลักษณะประเด็นดังต่อไปนี้

- การตระหนักรู้และพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต ความเข้าใจเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และการละเมิด
  - มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างไร ใช้ทำอะไรบ้าง
  - เคยอ่านมังงะหรือคูนิเมะมาก่อนหรือไม่ ผ่านช่องทางใดบ้าง
  - มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตในการเสพการ์ตูนออนไลน์อย่างไรบ้าง
  - สอบถามความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตและการนำมาใช้งาน
  - สอบถามความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับลิขสิทธิ์เบื้องต้นและการละเมิดลิขสิทธิ์ ฯลฯ
- การตระหนักรู้และพฤติกรรมเมื่อได้ใช้อินเทอร์เน็ตในการผลิตหรือบริโภคการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์
  - รู้จักแฟนคลับได้อย่างไร
  - ผู้จัดการผลิตและบริโภคแฟนคลับได้อย่างไร
  - มีขั้นตอนในการทำและเผยแพร่หรือไม่ อย่างไร
  - สาเหตุที่ทำให้บริโภคหรือผลิตงานแปลเองคืออะไร
  - เคยมีปัญหาในการบริโภคหรือผลิตงานแปลหรือไม่ อย่างไร ฯลฯ

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. สมุดจดบันทึก
2. เครื่องบันทึกเสียง
3. โครงร่างคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

### การวิเคราะห์ สรุป และอภิปราย

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัย จากนั้นจึงสรุป อภิปรายผล และนำเสนอข้อมูล  
ในลักษณะของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Description)



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลด รวมถึงลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของดิจิทัลเนทีฟไทยใน กรุงเทพมหานคร การละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลดทางออนไลน์มีหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบจะมีขั้นตอนการละเมิดที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับทักษะการใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโปรแกรมต่าง ๆ รวมทั้งความสามารถในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

#### 1. การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลดและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่าทั้ง 10 คนมีความตระหนักรู้ต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลดญี่ปุ่นออนไลน์ คือ ทราบว่าสิ่งที่ตนเองกระทำการเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งจะมากน้อยแตกต่างกันไปตามความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ แต่บางครั้งก็อาจจะเข้าใจผิดเพราะความไม่รู้

“เข้าใจดีว่าการแปลการ์ตูนนั้นเป็นสิ่งไม่ดีและอาจจะละเมิดลิขสิทธิ์ แต่คิดว่าหากการ์ตูนเรื่องนั้นยังไม่ได้มีลิขสิทธิ์ในไทยก็คงจะไม่ใช่ไร แต่ถ้ามีลิขสิทธิ์เมื่อใดก็พร้อมที่จะสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์เสมอ แต่ในขณะที่ยังไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์มาก็อยากแปลการ์ตูนและแบ่งปันให้กับคนอื่นต่อไป”

(ออย, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

น้ำมีความเข้าใจว่าสื่อบางอย่างบนอินเทอร์เน็ตสามารถนำไปใช้ได้ หากเจ้าของระบุไว้ว่ายินยอมให้นำไปใช้โดยจะมีเงื่อนไขหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับเจ้าของผลงาน หมายความว่า ไม่ใช่ว่าสื่อหรือผลงานต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตจะไม่สามารถนำมาใช้ได้เลย หากแต่ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของก่อน

“เราไม่มีสิทธินำสื่อต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตมาใช้หากสื่อดังกล่าวไม่ได้ทำขึ้นมาเพื่อแจกฟรีโดยเฉพาะ ยกเว้นบางอย่างที่สามารถนำไปใช้ได้ เช่น ไฟล์รูปภาพ

ที่แจกให้ใช้ฟรี โดยค้นหาจากฟังก์ชันค้นหาบน Google และเลือกประเภทของภาพ เป็น แจกให้ใช้ฟรีโดยไม่นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์”

(น้ำ, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

หมวยมีความตระหนักเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ออนไลน์ว่าการกระทำใดเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่เพราะยังมีคนที่กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเปิดเผย ทำให้คนส่วนใหญ่มีความคิดว่าการกระทำนั้นเป็นเรื่องที่สามารถทำได้เพราะใคร ๆ ก็ทำกัน จึงทำให้ยากที่จะเลี่ยงไม่ให้ละเมิดได้ อย่างไรก็ตามหมวยคิดว่าถึงแม้คนอื่นจะทำตามกัน แต่เราก็สามารถตระหนักเองได้ว่างานแปลต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตมีเจ้าของ ต้องได้รับอนุญาตก่อนนำมาใช้

“คิดว่าการแปลมังงะและแฟนซับนั้นทั้งผิดกฎหมายและละเมิดลิขสิทธิ์ รู้ว่าต่อให้ไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยแต่ลิขสิทธิ์โดยชอบธรรมก็ยังคงอยู่ที่ตัวผู้ผลิตหรือเจ้าของลิขสิทธิ์อยู่ดี แต่เพราะว่าเราอยู่ในโลกที่ “ใครมีพวกมากกว่าคนนั้นชนะ” ดังนั้นการแปลมังงะและแฟนซับจึงเป็นสิ่งที่แข็งแกร่งมากทีเดียว ทำให้ยังทำกันต่ออย่างเปิดเผย แต่มันควรเป็นสามัญสำนึกอยู่แล้วหรือเปล่านั้นไม่ใช่ผลงานของเรา ในเมื่อคนที่คิดและทำทุกอย่างมันไม่ใช่เรามาดั้งแต่แรก แม้ว่าเราจะเป็นคนแปลก็ตาม”

(หมวย, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## 2. บริโภคของดิจิทัลเนทีฟไทยที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 30 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่โปรแกรมคอมพิวเตอร์อันมีลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาตให้ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำดังต่อไปนี้

### 2.1 ทำซ้ำ

#### 2.1.1 ทำซ้ำหรือคัดลอกโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

เช่น การถ่ายรูป ใช้สแกนเนอร์ การบันทึกภาพหน้าจอ เพื่อเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์





รูปที่ 3 การทำสำเนาโดยการถ่ายรูป การใช้สแกนเนอร์ และการบันทึกภาพหน้าจอ

ไฟล์ต้นฉบับที่ยังไม่ผ่านการแปลโดยทั่วไปจะเรียกว่า ไฟล์ดิบ (Raw) ซึ่งจะได้มาอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับวิธีการของผู้แปล ไม่ว่าจะเป็นการซื้อการ์ตูนแบบเล่มมาถ่ายรูป หรือชำแหละออกเป็นส่วน ๆ ก่อนจะคัดลอกโดยใช้สแกนเนอร์ หรือซื้อการ์ตูนแบบ e-book แล้วบันทึกภาพหน้าจอ หรือเรียกอย่างง่ายว่าการแคป (capture) หน้าจอ หรืออาจจะเซฟจากเว็บไซต์ที่อัปโหลดให้อ่านออนไลน์



รูปที่ 4 รูปแคปหน้าจอจากเว็บไซต์ที่ให้บริการการ์ตูนออนไลน์ละเมิดลิขสิทธิ์



รูปที่ 5 รูปแคปหน้าจอจากเว็บไซต์ที่ให้บริการการ์ตูนออนไลน์ลิขสิทธิ์ comic.pixiv.net

การแคปหน้าจอจากเว็บไซต์ที่ให้บริการสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Book; E-book) เช่น เว็บไซต์ Ebookjapan, Renta, Honto และอื่น ๆ เป็นเว็บไซต์ของญี่ปุ่นที่จำหน่าย e-book ภาษาญี่ปุ่นลิขสิทธิ์ ส่วนเว็บไซต์ e-book ของไทยที่จำหน่ายการ์ตูนฉบับภาษาไทยลิขสิทธิ์ เช่น Ookbee และ Meb รวมทั้งเว็บไซต์ที่ให้บริการ webcomic หรือการ์ตูนออนไลน์ฟรีแบบลิขสิทธิ์ เช่น Webtoon และ Comico ซึ่งสามารถซื้อเป็นตอนเพิ่มเพื่ออ่านต่อได้ และมักจะมีแอปพลิเคชันไว้ใช้กับโทรศัพท์สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตได้อีกด้วย

### 2.1.2 ดาวน์โหลดจากแหล่งที่ละเมิดลิขสิทธิ์

เว็บไซต์ที่เป็นแหล่งยอดนิยมในการอัปโหลดและดาวน์โหลดไฟล์ละเมิดลิขสิทธิ์เพื่ออ่านหรือดู หรือนำมาแปลต่อมักจะเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการในรูปแบบ Bit Torrent<sup>6</sup> เว็บบอร์ด รวมถึงการใช้เว็บไซต์รับฝากไฟล์ (File Hosting) โดยเว็บฝากไฟล์เหล่านี้จะมีหน้าที่เป็นที่เก็บไฟล์ออนไลน์และสร้างลิงก์ที่อยู่ (URL หรือ Web Address) เพื่อใช้สำหรับดาวน์โหลดข้อมูลครั้งต่อไป

<sup>6</sup> Bit Torrent คือ การแลกเปลี่ยนไฟล์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกัน เป็นการทำงานแบบ peer-to-peer โดยที่เครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องจะมีการติดต่อกันโดยตรงไม่ผ่านเซิร์ฟเวอร์ เครื่องผู้ใช้จะติดต่อกับเครื่องของผู้ใช้อื่นเพื่อรับส่งชิ้นส่วนของไฟล์ จะมีเครื่องมือหนึ่งหรือโปรแกรมที่เรียกว่า Tracker ทำหน้าที่เป็นตัวจัดระบบการสื่อสารระหว่างผู้ใช้

Category	Name	Link	Size	Date	↑	↓	✓
Amiga	[Shining-Prism] Bealless - 09 5 VOSTFR (720p).mp4	↓	167.6 MB	2018-03-25 23:44	0	0	0
Amiga	[PuyaSubs] Zoku Touken Ranbu - Hanamaru - 12 [720p][C7A8264B].mkv	↓	325.9 MB	2018-03-25 23:37	4	5	3
Amiga	[LoColle Project] Transformable Shinkansen Robot Shinkaiton 11 [ESP][06A2B6E]	↓	295.4 MB	2018-03-25 23:35	1	1	0
Amiga	[anon] Hugitol Precure - 08.mkv	↓	573.5 MB	2018-03-25 23:35	8	115	0
Amiga	[Ohy-Raws] Idolish Seven - 14 (MX 1280x720 x264 AAC).mp4	↓	277.2 MB	2018-03-25 23:33	11	35	9
Amiga	[HorribSubs] Kikkoku - 12 [1080p].mkv	↓	1.1 GB	2018-03-25 23:33	306	682	386
Amiga	[HorribSubs] Kikkoku - 12 [720p].mkv	↓	349.1 MB	2018-03-25 23:32	394	663	528
Amiga	[HorribSubs] Kikkoku - 12 [480p].mkv	↓	122.3 MB	2018-03-25 23:31	82	168	115
Amiga	[Ohy-Raws] Gakuen Babysitters (MX 1280x720 x264 AAC)	↓	3.8 GB	2018-03-25 23:28	1	66	0
Amiga	[Ohy-Raws] Gakuen Babysitters - 12 END (MX 1280x720 x264 AAC).mp4	↓	314.2 MB	2018-03-25 23:28	50	104	66
Amiga	[PuyaSubs] Magical Shoujo Ore - 02 [720p][E2E276A].mkv	↓	304.9 MB	2018-03-25 23:23	9	12	10
Amiga	[PuyaSubs] Magical Shoujo Ore - 02 [1080p][AC91554B].mkv	↓	511.1 MB	2018-03-25 23:22	7	8	6
Amiga	[HYSUB]Dragon Ball Super[131][BIG5_MP4][1280X720][END].mp4	↓	249.7 MB	2018-03-25 23:19	25	394	0
Amiga	[HYSUB]Dragon Ball Super[131][GB_MP4][1280X720][END].mp4	↓	249.7 MB	2018-03-25 23:18	9	118	0
Amiga	[Erai-raws] Poppleppikku [720p][Multiple Subtitle] (Unofficial batch)	↓	5.5 GB	2018-03-25 23:16	1	7	0
Amiga	[Ohy-Raws] 25-sai no Joshikousei - 12 END (MX 1280x720 x264 AAC).mp4	↓	35.6 MB	2018-03-25 23:14	78	70	128

รูปที่ 6 <http://nyaa.si> เว็บไซต์ที่ให้ดาวน์โหลดไฟล์ในรูปแบบ Bit Torrent



**[桜井海] おじさまと猫 第01巻**  
 02-27-2018 少女漫画, 新着おすすめ 桜井海

- ZippyShare+AD **Download**
- Rockfile **Download**
- Uploaded **Download**
- SaleFiles **Download**
- Depfile(Premium) **Download**
- RapidGator(Premium) **Download**

รูปที่ 7 13dl.net เว็บไซต์ที่ให้ดาวน์โหลดไฟล์ด้วยลิงก์จากเว็บไซต์รับฝากไฟล์

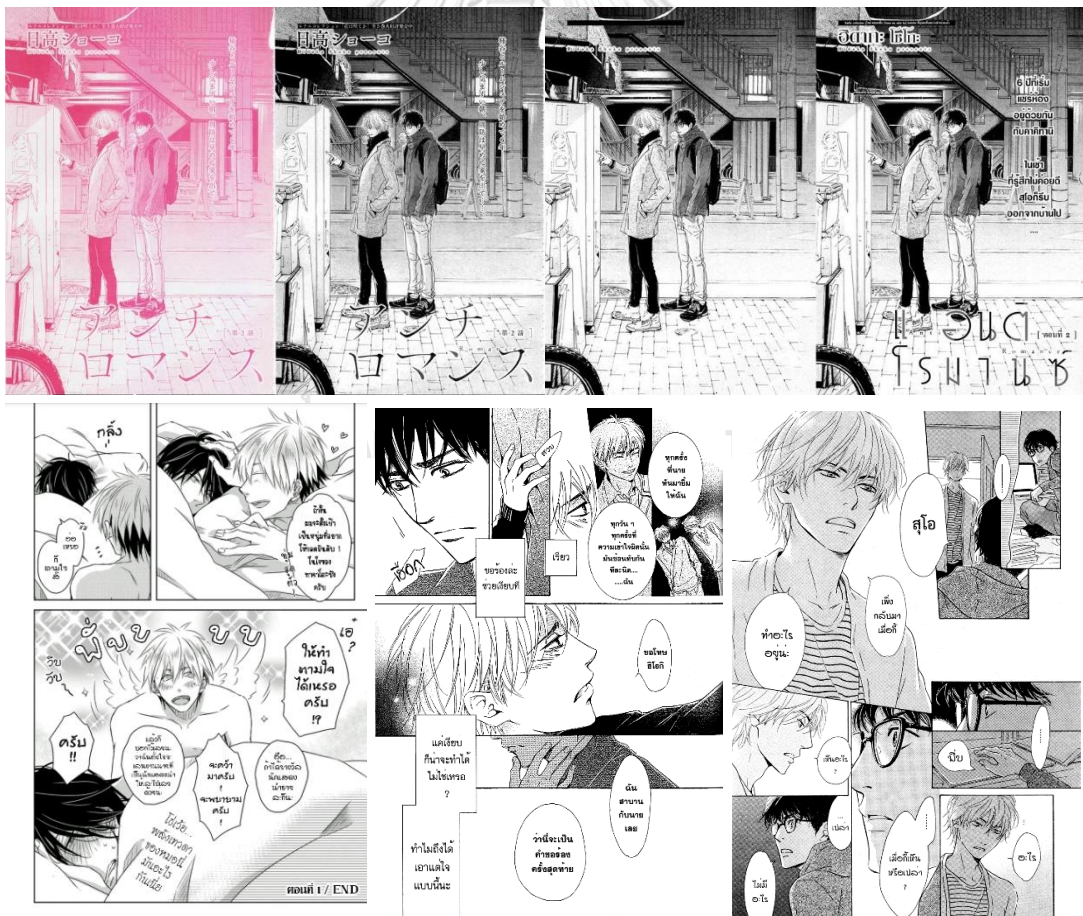
URL หรือ Web Address ที่ได้จากการฝากไฟล์จะเรียกว่า Host Link ซึ่งใช้งานง่ายและพบมากในเว็บบอร์ดเพราะมีลักษณะเป็นชุมชนออนไลน์ ผู้ใช้งานจะมีการแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน จึงมีทั้งผู้ใช้ที่เป็นผู้อัปโหลดและผู้ใช้ที่เป็นผู้ดาวน์โหลด หรือเป็นทั้งผู้อัปโหลดและผู้ดาวน์โหลดก็ได้

ในอินเทอร์เน็ตมีเว็บไซต์ที่แจกไฟล์การ์ตูนโดยใช้ Host Link อยู่เป็นจำนวนมาก และนอกจาก Host Link แล้วยังมี Direct Link หรือลิงก์ที่ใช้ดาวน์โหลดไฟล์จากเซิร์ฟเวอร์โดยตรง

## 2.2 ดัดแปลง

### 2.2.1 มังงะ

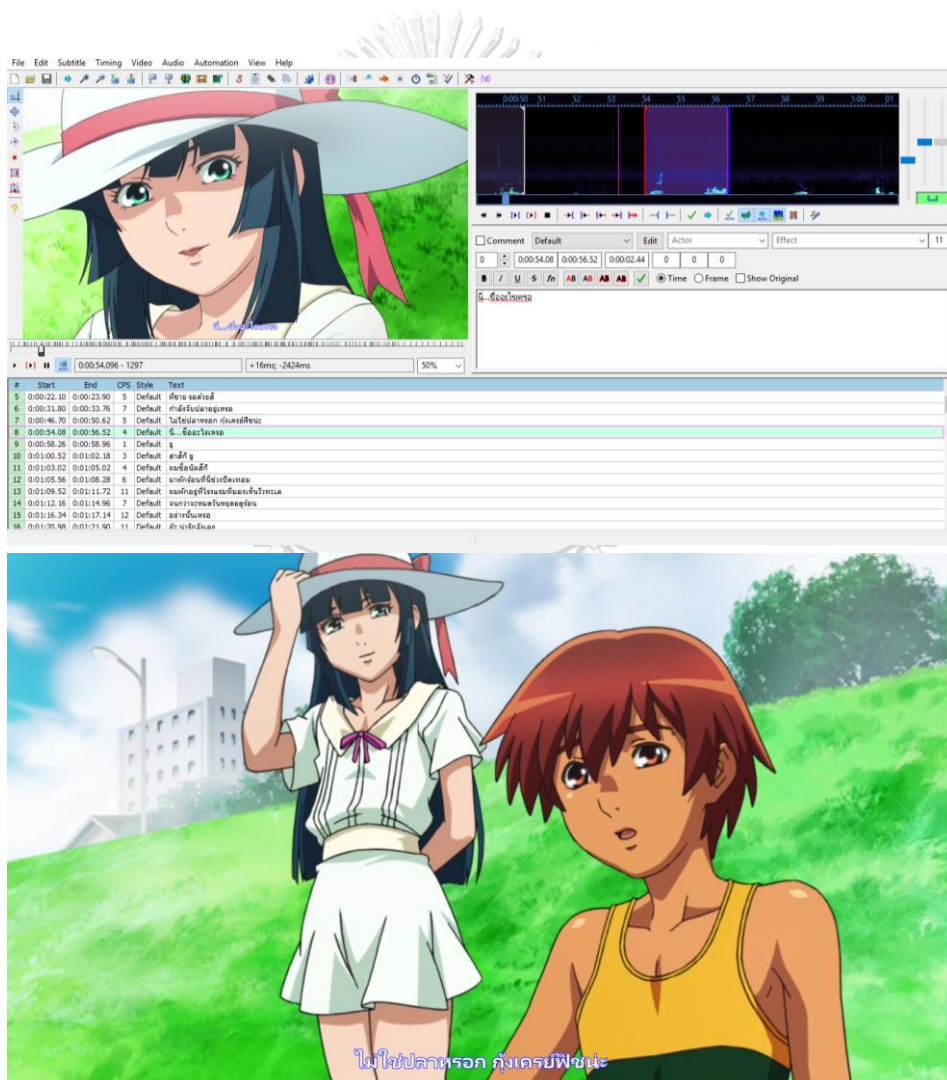
การแปลมังงะเป็นการนำไฟล์ Raw มาแก้ไขโดยใช้โปรแกรมตกแต่งภาพแล้วแปลเป็นภาษาไทย ต้นฉบับหรือ Raw นั้นหากได้มาจากการถ่ายรูปหรือสแกนก็จะต้องนำมาทำความสะอาด (clean) เสียก่อนจึงจะนำไปแปลได้ ส่วนไฟล์ที่ได้จากการแคปหน้าจอสามารถนำไปแปล (translate) ได้เลย โดยการลบอักษรภาษาญี่ปุ่นออกแล้วใส่อักษร (typeset) ภาษาไทยเข้าไปแทน ขั้นตอนต่อไปคือการตรวจสอบความถูกต้อง (quality check) ของงานแปลทั้งรูปภาพและคำแปล เมื่อเสร็จแล้วจึงอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ต ตำแหน่งหน้าที่หลักส่วนใหญ่จะแบ่งได้ดังนี้ คือ Translator, Cleaner, Typesetter และ QCer นอกจากนี้อาจจะมี Provider หรือผู้จัดหาต้นฉบับ และ Uploader คือผู้ที่อัปโหลดบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีทั้งแบบทำคนเดียวและทำเป็นกลุ่ม การแปลลักษณะนี้เรียกว่า Scanlation มาจาก Scan + Translation



รูปที่ 8 มังงะที่แปลเสร็จแล้ว

## 2.2.2 อนิเมะ

การแปลงอนิเมะหรือแฟนซับมีบางขั้นตอนที่คล้ายกับการแปลงมังงะ โดยจะนำไฟล์ Raw หรือไฟล์วีดิโอที่เป็นเสียงภาษาญี่ปุ่นและไม่มีซับไตเติลมาใส่ซับไตเติลภาษาไทยโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ นอกจากซับไตเติลแล้วก็ยังสามารถใส่เนื้อร้องในรูปแบบคาราโอเกะให้กับเพลง opening และ ending และใส่เอฟเฟกต์ต่าง ๆ เพื่อให้ซับไตเติลดูน่าสนใจมากขึ้น แต่การทำแฟนซับจะไม่มีส่วนของการ clean เหมือนกับการแปลงมังงะเพราะไฟล์ Raw มีความสมบูรณ์ของภาพอยู่แล้ว แต่จะเน้นที่คุณภาพความคมชัดเป็นหลัก



รูปที่ 9 การทำแฟนซับ

มังงะแปลไทยและอนิเมะซับไทยมักจะแปลมาจากภาษาอังกฤษที่แปลมาจากภาษาญี่ปุ่นอีกต่อหนึ่ง มีไม่มากที่จะแปลจากภาษาญี่ปุ่นโดยตรงด้วยหลายสาเหตุ เช่น ผู้แปลมีความรู้เฉพาะภาษาอังกฤษแต่ไม่มีความรู้ภาษาญี่ปุ่นหรืองานแปลภาษาอังกฤษที่จะนำมาแปลต่อหาได้ง่ายกว่าต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น เพราะงานแปลภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ตมีนับไม่ถ้วนเนื่องจากเป็นภาษาที่คนส่วนใหญ่ทั่วทั้งโลกสามารถเข้าใจได้ หากไม่มีการต้นแปลไทย ผู้อ่านออนไลน์บางคนก็เลือกที่จะบริโภคงานแปลภาษาอังกฤษแทน ซึ่งไม่ว่าจะเป็นงานแปลภาษาใดมักถูกเรียกรวม ๆ ว่า “แปลเถื่อน” (pirate) เพราะเป็นการนำเอาการ์ตูนต้นฉบับมาแก้ไขตัดแปลงเอง ไม่ได้ขออนุญาตจากเจ้าของผลงานหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน

## 2.3 เผยแพร่ต่อสาธารณชน

การเผยแพร่งานแปลนั้น ผู้เผยแพร่จะเป็นคนเดียวกับผู้แปลหรือไม่ก็ได้ กล่าวคือ นอกจากผู้แปลจะอัปโหลดงานแปลด้วยตนเองแล้ว ผู้อื่นยังสามารถดาวน์โหลดและนำไปเผยแพร่ต่อได้อีกด้วย

### 2.3.1 อัปโหลดบนบล็อกหรือเว็บเพจส่วนตัว

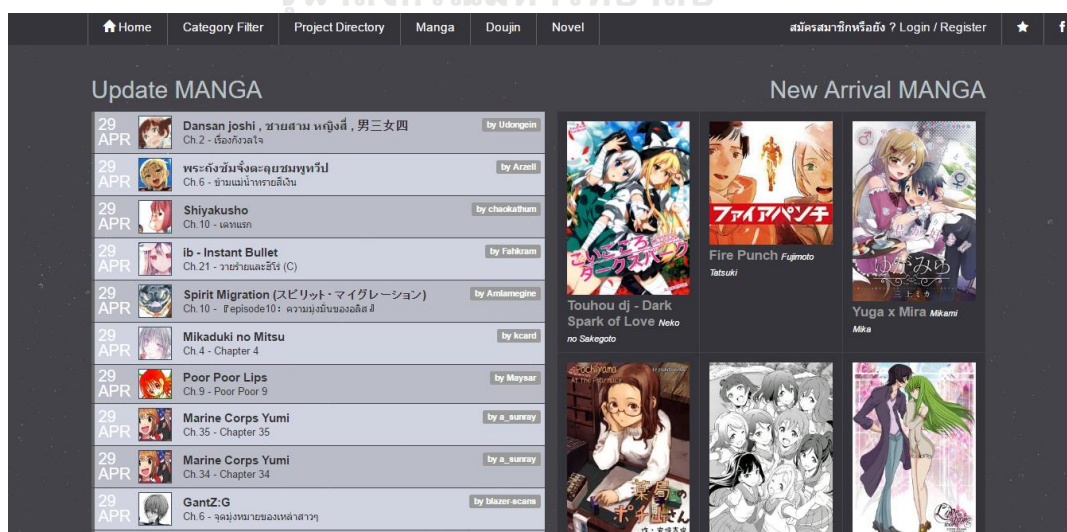


รูปที่ 10 เพจอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์แปลไทยละเมิดลิขสิทธิ์ใน Facebook

ผู้แปลส่วนใหญ่มักอัปโหลดงานแปลบนบล็อกหรือ page ใน Facebook เพราะใช้งานง่าย และสามารถจัดการทุกอย่างได้ด้วยตัวเอง เสมือนเป็นชุมชนออนไลน์ที่รวบรวมผู้คนมากมายที่มีความชอบหรือความสนใจคล้าย ๆ กันมาอยู่รวมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน นอกจาก page แล้ว Facebook ยังมีฟังก์ชันที่สามารถสร้าง group ได้อีกด้วย ซึ่งจะมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าเพราะสามารถจำกัดการเข้าชมของผู้ใช้ได้ เช่น ถ้าหากตั้งค่าเป็นกลุ่มปิดหรือล็อกกลุ่มไว้ก็จะต้องกดขอเข้าร่วมและรอจนกว่าคำขอเข้าร่วมจะอนุมัติจึงจะสามารถเห็นเนื้อหาภายในกลุ่มได้ สาเหตุของการล็อกกลุ่มอาจเป็นเพราะไม่ต้องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรืองานแปลภายในกลุ่มออกสู่ภายนอก ทรัพยากรทุกอย่างภายในกลุ่มถูกรักษาเพื่อสมาชิกกลุ่มเท่านั้น เป็นต้น

### 2.3.2 อัปโหลดบนเว็บไซต์ที่ให้บริการการ์ตูนออนไลน์แบบสาธารณะ

การอัปโหลดงานแปลในรูปแบบของเว็บไซต์จะมีความสาธารณะมากกว่าบล็อกหรือหรือเพจ และงานแปลอาจมีทั้งเรื่องที่เจ้าของเว็บแปลเองและเรื่องที่ถูกผู้แปลภายนอกส่งไปให้อัปโหลด ต่างจากบล็อกหรือเว็บเพจที่งานแปลส่วนใหญ่มักจะแปลโดยเจ้าของบล็อกหรือเว็บเพจเพียงผู้เดียว ซึ่งงานแปลที่ผู้แปลภายนอกส่งไปเพื่อขอลงในเว็บไซต์เหล่านี้จำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบและได้รับการอนุมัติจากเจ้าของเว็บหรือผู้ดูแลก่อน และจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขของเว็บไซต์จึงจะสามารถอัปโหลดได้



รูปที่ 11 หน้าหลักเว็บไซต์ nekopost.net เว็บไซต์มังงะแปลไทยออนไลน์ละเมิดลิขสิทธิ์

## อนิเมะใหม่

วันปล่อย	ชื่อเรื่อง - ตอน
26/03	[Flixsub] Mahou Shoujo Ore - Episode 02
26/03	[Flixsub] Mahou Shoujo Ore - Episode 01
26/03	[Flixsub] Kokkoku - Episode 12 END
26/03	[KataFansub] Mahou Shoujo Ore - Episode 02 (Pre-Aired)
26/03	[Eternal-FS & Nivea FS] Mahou Shoujo Ore - Episode 1
26/03	[KataFansub] Mahou Shoujo Ore - Episode 01 (Pre-Aired)

รูปที่ 12 หน้าหลักเว็บไซต์ tafasu.com เว็บไซต์ดาวนโหลดอนิเมะแปลไทยละเมิดลิขสิทธิ์

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถจำแนกผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการดาวน์โหลด  
ออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ผลิตและผู้บริโภค ได้ดังนี้

ประเภทที่ 1 ผู้ผลิตกับผู้บริโภคงานแปลที่มีลิขสิทธิ์

ผู้ผลิต – เจ้าของผลงาน, เจ้าของลิขสิทธิ์, เจ้าของเว็บไซต์ e-book, เจ้าของเว็บ streaming<sup>7</sup>

ผู้บริโภค – ผู้รับสื่อที่ใช้งานผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ถูกลิขสิทธิ์ เสียค่าใช้จ่ายตามจริง

ประเภทที่ 2 ผู้ผลิตกับผู้บริโภคงานแปลที่ละเมิดลิขสิทธิ์

ผู้ผลิต – ผู้แปลมังงะหรือแฟนซับ, เจ้าของบล็อกแปล เว็บเพจ หรือเว็บไซต์ที่อัปโหลดงานแปล

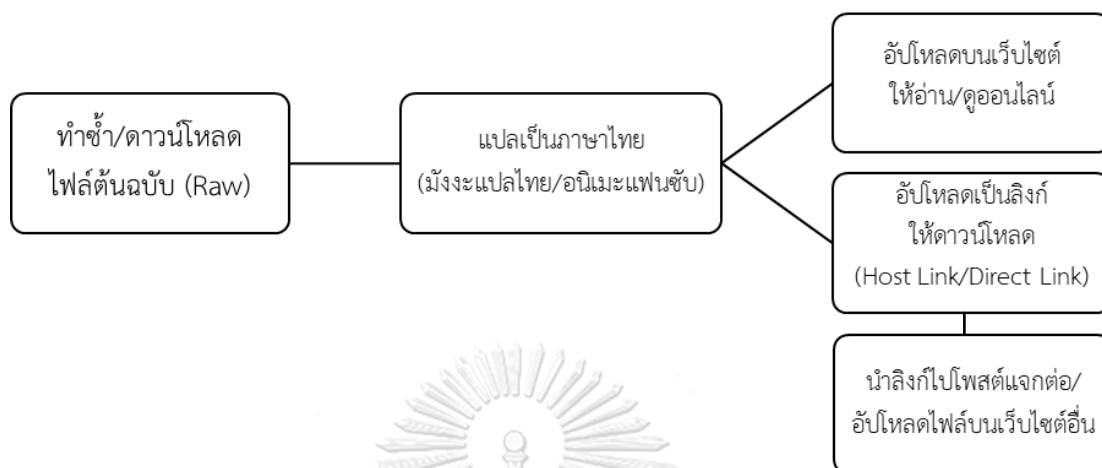
ผู้บริโภค – ผู้ที่ดาวนโหลดไฟล์และผู้ที่อ่านหรือดูการ์ตูนจากเว็บไซต์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

<sup>7</sup> สตรีมมิง (Streaming) คือ การเปิดไฟล์มัลติมีเดียบนเครื่องคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องมีการดาวนโหลดจากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการดาวนโหลดไฟล์มัลติมีเดียทั้งไฟล์จะใช้เวลาค่อนข้างมาก ดังนั้นการเล่นไฟล์มัลติมีเดียด้วยเทคนิค Streaming จะทำให้สามารถแสดงผลข้อมูลได้ก่อนที่ไฟล์ทั้งหมดจะถูกส่งผ่านเข้ามายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ เช่น การฟังเพลงหรือรับชมคลิปวิดีโอจากเว็บไซต์



สรุปขั้นตอนการผลิตและบริโภคร์การ์ตูนแปลไทยที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ ดังนี้



### 3. ใช้งานอินเทอร์เน็ตของดิจิทัลเนทีฟไทยที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภค

#### 3.1 ข้อตกลงร่วมกัน

ในวงการการแปลการ์ตูน ผู้แปลส่วนใหญ่มักทราบดีถึงข้อตกลงระหว่างผู้แปลด้วยกัน ข้อแรกคือ หากเรื่องที่แปลได้ลิขสิทธิ์หรือมีผู้ซื้อลิขสิทธิ์เข้ามาในประเทศไทยแล้วจะต้องทำการลบงานแปลนั้นออกจากอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้บริโภคได้สนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์ต่อไป และข้อที่สอง คือ ไม่แปลเพื่อแสวงหาผลกำไรหรือแปลในเชิงพาณิชย์ เพราะถือว่านำมาแปลฟรี ไม่ควรหารายได้จากสิ่งเหล่านี้ ซึ่งมีลักษณะเหมือนเป็นสัญญาใจ กล่าวคือ ผู้แปลจะทำตามหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับผู้แปลเอง ไม่ได้เป็นกฎที่บังคับใช้อย่างเคร่งครัดหากแต่เป็นการขอความร่วมมือ โดยคาดหวังว่าผู้แปลและผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์จะให้ความสำคัญกับการสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์เมื่อมีโอกาส แต่ปัจจุบันก็ยังคงมีกลุ่มคนที่หารายได้จากงานแปลละเมิดลิขสิทธิ์เหล่านี้อยู่ ซึ่งแม้แต่กฎหมายเองก็ทำอะไรไม่ได้มาก อย่างไรก็ตามหากเป็นกรณีที่คนส่วนใหญ่รู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ไม่สมควรอย่างมากก็อาจจะมีแรงกดดันหรือกระแสสังคมที่ถือเป็นการลงโทษที่ละเมิดข้อตกลงจึงทำให้กลุ่มคนที่อ่านการ์ตูนแปลออนไลน์มีความเข้าที่เข้าทางอยู่บ้างโดยจะขึ้นอยู่กับความร่วมมือของคนในกลุ่ม

“ค่ายแพนซ์หรือแปลไทยทั้งหลายเองหากมีลิขสิทธิ์แล้วก็จะพยายามสนับสนุนให้อ่านผลงานลิขสิทธิ์อย่างสุดความสามารถ เรื่องที่มีลิขสิทธิ์จะถูกปล่อยออกไป เปลี่ยนเป็นการอัปเดตข่าวเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ แทน เป็นการสนับสนุนอีกทาง”

(แยม, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

“ถ้าการ์ตูนที่เธอแปลมีลิขสิทธิ์เมื่อใดก็พร้อมจะลบทิ้งทันทีและสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์เท่าที่จะทำได้ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เจ้าของผลงานสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ต่อไปด้วย”

(ออย, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

“ถ้าผลงานแปลที่ติดตามอยู่ถูกลบออกจากอินเทอร์เน็ตทำให้ไม่สามารถหาอ่านได้อีกเพราะมีลิขสิทธิ์ในประเทศแล้ว ก็จะเคารพตามนั้นและรออุดหนุนเมื่อสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องวางจำหน่าย”

(โม, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

“เรื่องใดที่มีลิขสิทธิ์ในไทยแล้วก็จะถูกลบออกจากอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะให้ผู้อ่านจะได้ตามไปสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์ เพราะการแปลการ์ตูนที่ละเมิดลิขสิทธิ์จะส่งผลอย่างมากต่อเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น ถ้าไม่มีคนซื้อมังงะหรืออนิเมะฉบับลิขสิทธิ์ก็จะทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์เสียผลประโยชน์ทางการค้า ถ้าเรื่องใดมีลิขสิทธิ์แล้วก็อยากให้ลบออกจากอินเทอร์เน็ตแล้วสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์ เข้าใจว่าไม่ว่าใครก็อยากได้ของฟรีแต่เจ้าของลิขสิทธิ์ก็ต้องลงทุนเช่นกัน”

(น้ำหวาน, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

ออย โม และน้ำหวานเห็นด้วยกับข้อตกลงข้างต้นว่า ถ้าการ์ตูนเรื่องใดมีลิขสิทธิ์ในไทยแล้วก็ควรจะลบออกจากอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้บริโภคสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์ต่อไป รวมทั้งค่ายแพนซ์ส่วนใหญ่ก็ให้ความร่วมมือกับข้อตกลงนี้ตามที่แยมกล่าว เพื่อต้องการให้การ์ตูนเรื่องที่ชอบถูกซื้อลิขสิทธิ์

เข้ามาจำหน่ายในประเทศมากขึ้น แม้ว่าจะเสียต้ายที่จะไม่ได้เสพการ์ตูนแบบออนไลน์แล้วก็ตาม แต่ก็สามารถยอมรับได้เพราะถึงอย่างไรก็อยากสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์

### 3.2 พื้นที่สีเทา

ความหมายของคำนี้อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับความเข้าใจหรือรับรู้มาว่าอย่างไร ในที่นี้หมายถึง พื้นที่ที่อยู่ระหว่างกฎหมายกับการกระทำผิดกฎหมาย โดยที่ผู้บริโภคสร้างพื้นที่นี้ขึ้นให้เป็นโอกาสที่จะสามารถกระทำผิดกฎหมายได้บ้างเพื่อประโยชน์ส่วนตน ดังที่มีหลายคนกล่าวว่า การแปลการ์ตูนอยู่ในพื้นที่สีเทา กล่าวคือ ถึงแม้ว่าการแปลการ์ตูนแล้วอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ตจะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์และผิดกฎหมาย แต่ก็สามารถอ้างได้ว่าทำได้เพราะยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทย จึงเป็นช่องว่างทางกฎหมายที่เอื้อให้ผู้บริโภคกระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือด้วยเหตุผลอื่นใดก็ตาม เพราะฉะนั้นพื้นที่นี้จึงไม่ใช่สีขาวเพราะผิดกฎหมายและไม่ใช่สีดำเพราะไม่เชิงละเมิดลิขสิทธิ์แต่เป็นสีเทา ๆ ที่อยู่ตรงกลางตามความเข้าใจของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจึงใช้โอกาสนี้สร้างการ์ตูนแปลละเมิดลิขสิทธิ์ขึ้นมาและเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ตจนเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน

น้ำคิดว่าเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคจึงต้องสร้างพื้นที่สีเทาที่นี้ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยตนเอง เช่นเดียวกับพิมพ์ที่คิดว่าการ์ตูนแปลลิขสิทธิ์เรื่องที่ต้องการหายากเพราะเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่นำมาจำหน่ายทำให้ต้องแปลเอง และสามารถทำได้หากกระทำอยู่ในพื้นที่สีเทา

“การแปลการ์ตูนลงอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ไม่ควรทำเพราะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ก็จริง แต่หลีกเลี่ยงพื้นที่สีเทาไม่ได้ เนื่องจากผู้ประกอบการในไทยไม่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ทั้งหมด มั้งจะบางประเภท เช่น สื่อประเภท 18+ ถือเป็นสื่อลามก ผู้ประกอบการไม่สามารถซื้อมาแปลและจัดจำหน่ายได้เพราะผิดกฎหมายของไทย เมื่อผู้ประกอบการไม่สามารถข้ามกำแพงกฎหมายได้ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องทำเอง และเพราะยังไม่มีกฏบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังจึงยังมีการแปลการ์ตูนลงในพื้นที่สาธารณะอย่างเปิดเผย”

(น้ำ, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

“เข้าใจหัวอกเจ้าของลิขสิทธิ์ แต่จะให้เสาะหาของลิขสิทธิ์ก็เกินกำลัง ทั้งในเรื่องของเงิน เรื่องการสั่งซื้อ และเรื่องอื่น ๆ และเข้าใจว่าคนไทยที่รู้ภาษาต่างประเทศมีน้อย รู้ว่าการแปลการ์ตูนที่ทำอยู่เป็นพื้นที่สีเทาจึงเลือกทำเฉพาะเรื่องที่ยังไม่มีลิขสิทธิ์ในประเทศไทย ทำนองว่า ในเมื่อหาในบ้านเราไม่ได้ก็ขอสักหน่อยแล้วกัน แต่เพราะว่ามันไม่ได้หาได้ง่าย ๆ จึงทำอยู่ในพื้นที่ที่พอจะอนุโลมกันได้”

(พิม, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

การที่ยังสามารถแปลการ์ตูนลงบนอินเทอร์เน็ตได้ ออຍให้เหตุผลว่าการตูนเหล่านั้นยังไม่มีเจ้าของที่ชัดเจนเพราะยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยจึงเกิดช่องว่างให้เกิดการแปลการ์ตูนออนไลน์เปรียบเสมือนโลกสีเทา ในขณะที่หมยให้เหตุผลว่าเพราะเป็นพื้นที่สีเทา ถ้าไม่ได้คิดหาผลกำไรจากการแปลก็สามารถทำได้

“การแปลการ์ตูนเลยเปรียบเสมือนโลกสีเทาที่ถึงแม้ว่าจะจะเป็นสิ่งผิดแต่ก็ยังมีคนต้องการและทำกันอย่างเปิดเผย การตูนแปลเหล่านั้นไม่มีเจ้าของที่ชัดเจนเพราะยังไม่มีลิขสิทธิ์ในประเทศ บางคนจึงใช้ช่องว่างนั้นสร้างสิ่งที่เรียกว่าการ์ตูนแปลออนไลน์ขึ้นมา ที่ถึงแม้ว่าจะยังไม่มีลิขสิทธิ์แต่ก็ยังสามารถหาอ่านได้”

(ออย, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

“ว่าถ้าไม่ได้ทำโดยคิดหาผลกำไรก็ไม่ได้แยอะไรเพราะมันเป็นพื้นที่สีเทา ถ้าผู้ผลิตอยากเอาผิดก็เป็นสิทธิ์ของผู้ผลิตที่จะทวงคืนหรือเรียกร้องการชดใช้ต่อสิ่งที่เขาถูกเอาไปและเราก็ไม่มีสิทธิ์จะทวงอะไรได้เลย แต่ถ้าผู้ผลิตไม่ได้คิดจะเอาผิดหรือห้ามเผยแพร่ก็จะถือว่าอย่างน้อยก็ยังมีเวลาในการอ่านหรือดูการ์ตูนมากขึ้นอีกนิดเท่านั้นเอง”

(หมย, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง “การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยและการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์
2. เพื่อศึกษาการบริโภคสื่อของดิจิทัลเนทีฟไทยที่นำไปสู่การละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์
3. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ ของดิจิทัลเนทีฟไทยที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภค

การวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นดิจิทัลเนทีฟที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม 2561 ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป โดยเน้นเฉพาะผู้ที่อ่านการ์ตูนหรือดูแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์หรือใช้อุปกรณ์ดิจิทัลในการเข้าถึง คือ Digital Native อายุระหว่าง 18-28 ปี แบ่งออกเป็น Digitally Born อายุระหว่าง 18-21 ปี และ Evolving Digital อายุระหว่าง 22-28 ปี โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ใช้วิธีการถอดบทเรียนและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเก็บข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในลักษณะของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Description)

## สรุปผลการวิจัย

### การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์

จากผลการวิจัยพบว่าความรู้และความเข้าใจของดิจิทัลเนทีฟไทยเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่นออนไลน์สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักรู้ตามทฤษฎีโดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้ดังนี้

#### 1. ตระหนักรู้และไม่ละเมิด

กลุ่มตัวอย่างประเภทนี้จะรู้ว่าการกระทำอย่างไรถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตามเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย เมื่อตระหนักได้เช่นนั้นแล้วก็จะไม่ลงมือกระทำผิด เช่น ไม่รู้ว่าการ์ตูนออนไลน์ที่อ่านบนอินเทอร์เน็ตเป็นการ์ตูนแปลละเมิดลิขสิทธิ์ ภายหลังจากผิดกฎหมายจึงเลิกอ่านหรือ สนับสนุนการ์ตูนที่ได้รับลิขสิทธิ์มาอย่างถูกต้องแทนการอ่านการ์ตูนจากเว็บไซต์ออนไลน์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นต้น แต่ในความเป็นจริงแล้วกระทำผิดค่อนข้างยาก เพราะสื่อออนไลน์ในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ถูกใจให้ละเมิดได้ง่ายเช่นกัน สิ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างประเภทนี้ไม่กระทำ การละเมิดนอกจากกฎหมายแล้วคือต้องการสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์เพื่อที่จะให้วงการการ์ตูนเติบโตไปในทิศทางที่ดี เพราะถ้าหากมีแรงสนับสนุนจากผู้บริโภคที่ดีก็อาจจะเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนเข้ามามากขึ้น ผู้บริโภคก็จะเข้าถึงการ์ตูนเรื่องที่ชอบได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกันหากแรงสนับสนุนจากผู้บริโภคน้อย กำลังการซื้อต่ำทำให้ยอดขายไม่สูงพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจลงทุนต่อไป ทำให้ผลงานลิขสิทธิ์มีไม่มากพอต่อความต้องการของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้บริโภคค้นหาการ์ตูนบนอินเทอร์เน็ตที่จะละเมิดลิขสิทธิ์แทนการสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์

#### 2. ตระหนักรู้แต่ยังละเมิด

กลุ่มตัวอย่างประเภทนี้จะมีจำนวนมากที่สุดเพราะเป็นประเภทที่รู้ว่าการกระทำใดคือการละเมิดลิขสิทธิ์ รู้ว่าสิ่งที่ตนกระทำอยู่คือการละเมิดลิขสิทธิ์และผิดกฎหมายแต่ก็ยังกระทำโดยอ้างเหตุผลต่าง ๆ เช่น การ์ตูนเรื่องนั้นยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยสามารถแปลได้ แปลการ์ตูนด้วยใจไม่หวังผลกำไรตอบแทน หรือเพราะเป็นพื้นที่สีเทา เป็นต้น ซึ่งข้ออ้างเหล่านี้อาจเกิดจาก ความเห็นแก่ตัว การรู้เท่าไม่ถึงการณ์ คนไทยส่วนใหญ่มักเคยชินกับการผ่อนปรน ไม่เข้มงวด กฎหมายลิขสิทธิ์ที่บังคับใช้ก็เช่นกัน จึงทำให้เกิดความคิดที่ว่า ทำไมจะทำไม่ได้ในเมื่อคนส่วนใหญ่ก็ทำกัน หรือ คิดเอาเองว่าเป็นเรื่องที่ไม่หรืออนุโลมได้ สามารถทำได้ไม่เป็นไร ปัจจุบันจึงยังเห็นการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์

อยู่ตลอดและกระทำอย่างเปิดเผยเพราะคิดว่าไม่ใช่ความผิดร้ายแรง หรือเป็นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว บางครั้งอ้างว่าทำเพื่อการฝึกภาษา หรือทำเพื่อต้องการที่จะแบ่งปัน ไม่ได้ทำเพื่อแสวงหาผลกำไร トラบิตที่ยังมีคนที่รอสับสนุนการตุณละเมิดลิขสิทธิ์เหล่านี้ก็ยังคงมีผู้ผลิตรายคู่กันต่อไปเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การที่ผู้แปลบางคนลบการตุณแปลออกจากอินเทอร์เน็ตเมื่อการตุณมีลิขสิทธิ์ในไทยก็อาจถือได้ว่ามีความตระหนักรู้อยู่บ้างถึงแม้ว่าจะจงใจละเมิดลิขสิทธิ์ตั้งแต่แรก เพราะยังอยากให้ผู้บริโภคสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์

### 3. ไม่ตระหนักรู้และละเมิด

กลุ่มตัวอย่างประเภทนี้จะไม่รู้ว่สิ่งที่ตนเองทำอยู่นั้นเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์หรืออาจจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์จึงได้กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ด้วยความไม่รู้และกระทำอย่างเปิดเผย ซึ่งต่างจากการที่รู้ว่าผิดแต่ก็ยังจงใจกระทำ ส่วนใหญ่แล้วประเภทนี้จะคิดว่าสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรี สามารถนำไปใช้อย่างไรก็ได้ การเสฟสื่อเหล่านี้สามารถกระทำได้ไม่ใช่เรื่องผิด สิ่งที่สามารถค้นหาได้จากอินเทอร์เน็ตเป็นของสาธารณะ เป็นต้น อาจจะมีพบเห็นได้บ่อยจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีอายุน้อย ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนการใช้งานไม่มาก ยังไม่มีความรู้หรือความใจในเรื่องของลิขสิทธิ์ก็จะต้องเรียนรู้ต่อไป

การตระหนักต่อเรื่องลิขสิทธิ์การตุณญี่ปุ่นออนไลน์จึงเป็นความสำนึกหรือความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อการตุณแปลออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต โดยมีเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความตระหนักตามที่ทฤษฎีได้กล่าวไว้ ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าตระหนักแล้วจะกระทำอย่างไรต่อไป

### การบริโภคสื่อของดิจิทัลเนทีฟไทยที่นำไปสู่การละเมิดลิขสิทธิ์การตุณญี่ปุ่นออนไลน์

จากผลการวิจัยพบว่าการบริโภคสื่อของดิจิทัลเนทีฟไทยที่นำไปสู่การละเมิดลิขสิทธิ์การตุณญี่ปุ่นออนไลน์สามารถวิเคราะห์ได้จากลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตดังนี้

#### 1. การอ่านหรือดูการตุณญี่ปุ่นออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต

การอ่านหรือดูการตุณญี่ปุ่นออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตถือว่าการละเมิดลิขสิทธิ์ในกรณีที่มีการตุณเหล่านั้นไม่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่ต่อ กล่าวคือ การบริโภคสื่อละเมิดลิขสิทธิ์จึงเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เช่นกัน

#### 2. การแปลการตุณญี่ปุ่นแล้วอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ต

การแปลการ์ตูนญี่ปุ่นแล้วอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ตถือว่าการละเมิดลิขสิทธิ์เพราะมีการทำซ้ำ แก้ไข และเผยแพร่การ์ตูนแปลโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ การ์ตูนเรื่องดังกล่าว

### 3. การดาวน์โหลดการ์ตูนญี่ปุ่นจากอินเทอร์เน็ต

การดาวน์โหลดการ์ตูนญี่ปุ่นจากอินเทอร์เน็ตถือว่าการละเมิดลิขสิทธิ์เพราะไฟล์ที่ได้จากการดาวน์โหลดเป็นไฟล์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ เพราะฉะนั้นการดาวน์โหลดไฟล์ละเมิดลิขสิทธิ์จากแหล่งดาวน์โหลดละเมิดลิขสิทธิ์จึงถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ด้วย

## การใช้งานอินเทอร์เน็ตของดิจิทัลเนทีฟไทยที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภค

จากผลการวิจัยพบว่าลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตของดิจิทัลเนทีฟไทยที่มีการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้บริโภคนั้นจะไม่ได้เกี่ยวข้องกับกฎหมายแต่เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคสร้างขึ้นมาก็คือสิ่งที่เรียกว่า ข้อตกลงร่วมกัน และ พื้นที่สีเทา ซึ่งจะสามารถต่อรองได้ดังนี้

### 1. ข้อตกลงร่วมกัน

ข้อตกลงหรือสัญญาใจระหว่างผู้แปลกับผู้แปลด้วยกัน คือ 1) หากการ์ตูนเรื่องใดมีลิขสิทธิ์ในไทยแล้วต้องลบออกจากอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้บริโภคได้สนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์ต่อไป และ 2) ไม่แปลเพื่อการค้าหรือแสวงหาผลกำไรจากการแปล เพราะถือว่าไม่ควรหารายได้จากสิ่งที่เราไม่ได้เป็นเจ้าของ จากสัญญาใจดังกล่าว ผู้แปลจึงคิดว่าตนเองได้มีส่วนช่วยในการสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์อย่างหนึ่ง ถ้ายึดหลักนี้แล้วจะสามารถแปลการ์ตูนอย่างไรก็ได้ เพราะถึงอย่างไรก็ไม่ได้แปลเพื่อหวังผลกำไร และสุดท้ายหากมีลิขสิทธิ์ก็ต้องลบออกอยู่ดี ผู้อ่านส่วนใหญ่ยอมรับตามนี้ แต่ผู้อ่านที่ไม่ยอมรับและไม่พอใจที่การ์ตูนถูกลบออกจากอินเทอร์เน็ตก็มีเช่นกัน ซึ่งผู้คนเหล่านี้ก็มีวิธีการต่อรองอีกรูปแบบหนึ่ง แต่มักถูกมองว่าเป็นการกระทำที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม เช่น การเรียกร้องไม่ให้ชื่อลิขสิทธิ์เข้ามาเพราะการ์ตูนเรื่องที่ขอลบจะถูกลบออกจากอินเทอร์เน็ตและจะไม่ได้ดูฟรีอีกแล้ว เป็นต้น

### 2. พื้นที่สีเทา

พื้นที่ที่อยู่ระหว่างกฎหมายกับการกระทำผิดกฎหมาย เป็นพื้นที่สมมติที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้คนบางกลุ่มใช้เป็นข้ออ้างในการกระทำผิดกฎหมายได้บ้างเพื่อประโยชน์ส่วนตน ผู้ผลิตและผู้บริโภคการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์จึงจัดให้การ์ตูนแปลบนอินเทอร์เน็ตอยู่ในพื้นที่สีเทาคือยังสามารถแปลและอ่านได้จนกว่าการ์ตูนเรื่องดังกล่าวจะมีลิขสิทธิ์ในไทยแม้จะทราบดีว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ก็ตาม เป็นการ



สร้างพื้นที่ดังกล่าวให้เกิดขึ้นจริงเพื่อใช้ต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อที่จะยังสามารถอ่านการ์ตูนออนไลน์ได้ต่อไปโดยที่ไม่ถูกลบจากอินเทอร์เน็ต

## อภิปรายผล

### ดิจิทัลเนทีฟไทยกับการตระหนักรู้เรื่องลิขสิทธิ์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักรู้เรื่องลิขสิทธิ์ที่มากน้อยแตกต่างกันไป โดยมีเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อม หรือสิ่งเร้าที่ปัจจัยที่ทำให้เกิดความตระหนัก เป็นการกระทำที่เกิดจากความสำนึก รับรู้ หรือเข้าใจบางสิ่งบางอย่างของเหตุการณ์ ประสบการณ์ หรือวัตถุสิ่งของนั้น ๆ เช่น ทุกคนทราบว่าการแปลการ์ตูนลงบนอินเทอร์เน็ตเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่อาจจะไม่ทราบว่าผู้แปลไม่มีสิทธิ์ใด ๆ ในงานที่แปลเลย ซึ่งสอดคล้องกับที่กรมวิชาการ กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2521) ได้ให้ความหมายของความตระหนักว่าเป็นความรู้ตัวอยู่แล้ว คือการที่รู้ยู่ว่ามีอยู่หรือเป็นอยู่ แต่ไม่รู้ละเอียดอย่างถ่องแท้ เช่นเดียวกับความเข้าใจต่อเรื่องลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ถึงการมีอยู่ของกฎหมายลิขสิทธิ์แต่อาจจะไม่เข้าใจรายละเอียดของกฎหมาย

การจำแนกกลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งได้จากการประกอบอาชีพและฐานะ โดยที่ฐานะก็จะขึ้นอยู่กับประกอบอาชีพ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือผู้ที่กำลังศึกษาอยู่กับผู้ที่ทำงานแล้ว สังเกตได้ว่าผู้ที่ทำงานแล้วจะมีรายได้มากกว่า จึงมีโอกาสที่จะเข้าถึงและบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ได้มากกว่า เช่น กลุ่มตัวอย่างบางคนเป็นนักศึกษาและยังไม่มีบัตรเครดิต จึงไม่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เช่นการซื้อ e-book หรือ streaming ได้ เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์โดยการเลือกเสพการ์ตูนออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต แทนการสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์เพราะขีดจำกัดในการเข้าถึง

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมักทำความรู้จักกับผู้อื่นบนอินเทอร์เน็ตที่มีความชอบคล้าย ๆ กัน สังเกตได้จากการที่กลุ่มตัวอย่างเล่นมักโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook หรือ Twitter ในการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่น ในขณะที่เดียวกันก็ได้ใช้พูดคุยกับผู้อื่นที่มีความสนใจการ์ตูนญี่ปุ่นเหมือนกัน รวมทั้งการใช้งานเว็บบอร์ดและเพจต่าง ๆ มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ซึ่งตรงกับที่สุภารักษ์ จุตระกูล (2559) กล่าวถึงลักษณะของดิจิทัลเนทีฟว่ามีทักษะในการเข้าสังคมแบบออนไลน์ มีเพื่อนอยู่ในโลกเสมือนจริง (virtual life) มากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง (reality life)

### การต่อรองกับการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์โดยการสร้างความหมายใหม่

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 10 คนพบว่าทุกคนละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ โดยสามารถแบ่งลักษณะการละเมิดออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) อ่านหรือดูการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ 2) ดาวน์โหลดการ์ตูนญี่ปุ่นจากแหล่งละเมิดลิขสิทธิ์ และ 3) แปลการ์ตูนญี่ปุ่นลงบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งสรุปได้ว่าทุกคนละเมิดโดยการอ่านหรือดูออนไลน์ในฐานะผู้บริโภค บางคนละเมิดโดยการดาวน์โหลดร่วมด้วย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ผลิตก็จะมีการละเมิดโดยการแปล การอัปโหลด และเผยแพร่ร่วมด้วย

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ผลิตหรือที่เรียกว่าผู้แปลจะนำการ์ตูนต้นฉบับซึ่งขึ้นอยู่กับผู้แปลว่าจะหาได้จากไหน อย่างไร เช่น ดาวน์โหลดจากแหล่งหรือเว็บไซต์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์หรือแจกจ่ายไฟล์การ์ตูน โดยไม่ได้รับอนุญาตแล้วนำมาแก้ไขตัดแปลงด้วยการแปลและวิธีการอื่น ๆ จากนั้นจะเผยแพร่งานแปลโดยอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ตหรือส่งต่อให้กับเพื่อนหรือคนรู้จัก แต่ไม่ว่าจะเผยแพร่งานแปลหรือไม่ก็ตาม การมีสื่อละเมิดลิขสิทธิ์ไว้ในครอบครองก็ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์แล้ว

ถึงแม้ว่าการ์ตูนแปลออนไลน์จะละเมิดลิขสิทธิ์แต่ก็ยังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคบางกลุ่ม จึงทำให้เกิดการต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ มีการเสนอข้ออ้างต่าง ๆ ที่จะทำให้การ์ตูนแปลบนอินเทอร์เน็ตยังคงมีอยู่ต่อไป เช่น อ้างว่าแปลการ์ตูนเพื่อแบ่งปันและไม่ได้แสวงหาผลกำไร อ้างว่าไม่สามารถหาเสพการ์ตูนได้เพราะยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทย อ้างว่าแปลการ์ตูนเพื่อเป็นการฝึกภาษา หรืออ้างกระทั่งว่าหากการ์ตูนมีลิขสิทธิ์ในไทยเมื่อไรก็จะลงงานแปลละเมิดลิขสิทธิ์ออกจากอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้บริโภคได้สนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์ต่อไป อย่างไรก็ตามข้ออ้างเหล่านี้ก่อให้เกิดการต่อรองและการผลิตซ้ำความหมายใหม่ของการแปลการ์ตูนซึ่งเป็นรูปแบบของการต่อรองของกลุ่มคนเหล่านี้

นอกจากข้ออ้างที่จะทำให้ยังสามารถบริโภคการ์ตูนออนไลน์ต่อไปได้ตราบเท่าที่การ์ตูนเรื่องดังกล่าวยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยแล้วก็ยังมีผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่พยายามหาข้ออ้างและเรียกร้องไม่ให้เจ้าของลิขสิทธิ์ LC การ์ตูนเรื่องต่าง ๆ เพราะจะต้องถูกลบทิ้งและไม่สามารถหาเสพจากอินเทอร์เน็ตได้อีกต่อไป ซึ่งมีข้ออ้างในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (SpokeDark.TV, 2557)

1. *ไม่พอใจเสียงพากย์* เสียงพากย์ภาษาไทยของการ์ตูน LC ไม่สนุกเร้าใจเท่าเสียงพากย์ต้นฉบับภาษาญี่ปุ่นเนื่องจากเคยดูแฟนซับมาก่อนจึงกลายเป็นภาพจำว่าตัวละครไหนควรมีเสียงแบบใด พอได้ฟังเสียงพากย์ภาษาไทยจึงเกิดความไม่พอใจและกลับไปดูแบบแฟนซับเหมือนเดิม

2. *แปลไม่ดี* สืบเนื่องจากข้ออ้างข้างต้น เจ้าของลิขสิทธิ์จึงปรับเปลี่ยนรูปแบบของการ์ตูนให้สามารถรับชมเสียงต้นฉบับได้และมีคำบรรยายภาษาไทยแทน แต่ก็มีบางคนที่มีความสามารถทางด้านภาษาญี่ปุ่นกล่าวหาว่าการ์ตูน LC แปลไม่ถูกต้องจึงไม่สนับสนุน
3. *ไม่ได้ต้องการจะดูทุกตอน* แฟนการ์ตูนหลาย ๆ คนเลือกที่จะเสพเฉพาะตอนที่ชอบจึงเป็นเหตุผลว่าไม่อยากจะมาเก็บเพราะอ่านอยู่ไม่กี่ตอน
4. *มีปัญหาเรื่องการเข้าถึง* ในกรณีที่อยู่ต่างจังหวัดหรืออาศัยอยู่ห่างไกลจากแหล่งจำหน่ายมีความลำบากในการเข้าถึงการ์ตูนออกใหม่ จึงหันมาพึ่งแฟนคลับแทนเพราะเข้าถึงง่ายและสะดวกรวดเร็ว
5. *ความล่าช้าในการเผยแพร่* เมื่อ LC การ์ตูนมาแล้ว ก็จะต้องเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตก่อนแล้วจึงจะวางจำหน่าย ซึ่งบางครั้งใช้เวลานานและไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่แฟนคลับมีการผลิตและเผยแพร่เร็วมากจนทำให้ผู้บริโภคบางส่วนไม่ซื้อสินค้า LC เพราะทราบเนื้อหาของการ์ตูนทั้งหมดจากแฟนคลับแล้ว

ต่อมาจึงมีคำว่า “พื้นที่สีเทา” เกิดขึ้น เป็นการตีความการต่อรองที่ผู้บริโภคอยู่ในฐานะผู้รับสารมีจุดยืนที่จะต่อรองความหมายเสียใหม่ (Negotiated Position) ตามทฤษฎีการเข้ารหัสและการถอดรหัสของ Stuart Hall ที่กล่าวว่า เป็นจุดยืนที่ผู้รับสารอ่านความหมายหลัก ๆ ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ แต่ทว่าภายในขอบเขตความหมายดังกล่าว ผู้รับสารจะยังคงต่อรองรายละเอียดปลีกย่อย ซึ่งอาจจะมีเงื่อนไขหรือข้อยกเว้น เช่น การที่เจ้าของลิขสิทธิ์ส่งสารมาว่า การ์ตูนแปลในอินเทอร์เน็ตเป็นการ์ตูนที่ละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้รับสารซึ่งก็คือผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์ก็ได้ยอมรับตามนั้น แต่ก็มี การต่อรองในส่วนของรายละเอียด เช่น การ์ตูนแปลในอินเทอร์เน็ตละเมิดลิขสิทธิ์ก็จริงแต่ถ้ายังไม่มิลิขสิทธิ์ในไทยหรือผู้แปลลงการ์ตูนที่มีลิขสิทธิ์ออกจากอินเทอร์เน็ตก็ยังสามารถแปลต่อไปได้ หรือ การแปลการ์ตูนเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์แต่ถ้าไม่ได้ทำเพื่อแสวงหาผลกำไรก็ยังสามารถทำได้

การต่อรองข้างต้นเป็นการตีความการต่อรองที่ผู้บริโภคอยู่ในฐานะผู้รับสารมีจุดยืนที่จะต่อรองความหมายเสียใหม่ (Negotiated Position) ตามทฤษฎีการเข้ารหัสและการถอดรหัสของ Stuart Hall ที่กล่าวว่า เป็นจุดยืนที่ผู้รับสารอ่านความหมายหลัก ๆ ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ แต่ทว่าภายในขอบเขตความหมายดังกล่าว ผู้รับสารจะยังคงต่อรองรายละเอียดปลีกย่อย ซึ่งอาจจะมีเงื่อนไขหรือข้อยกเว้น เช่น การที่เจ้าของลิขสิทธิ์ส่งสารมาว่า การ์ตูนแปลในอินเทอร์เน็ตเป็นการ์ตูนที่ละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้รับสารซึ่งก็คือผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์ก็ได้ยอมรับตามนั้น แต่ก็มี การต่อรองในส่วนของ

รายละเอียด เช่น การ์ตูนแปลในอินเทอร์เน็ตละเมิดลิขสิทธิ์ก็จริงแต่ถ้ายังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยหรือผู้แปล  
ลบการ์ตูนที่มีลิขสิทธิ์ออกจากอินเทอร์เน็ตก็ยังสามารถแปลต่อไปได้ หรือ การแปลการ์ตูนเป็นสิ่งผิด  
กฎหมายแต่ถ้าไม่ได้ทำเพื่อแสวงหาผลกำไรก็ยังสามารถทำได้

จากแนวคิดพื้นฐานเรื่องความเป็นจริงของ Stuart Hall กล่าวว่า แท้จริงแล้วไม่มีสิ่งที่เรียกว่า  
ความเป็นจริงลอย ๆ อยู่จนกว่าจะมีผู้สร้างขึ้น และแนวคิดการวิเคราะห์ขั้นตอนการสื่อสาร ว่าด้วย  
ขั้นตอนผลิตซ้ำ เป็นการผลิตซ้ำขึ้นใหม่เพื่อเสนอความหมายใหม่ที่ขัดแย้งกับความหมายเดิมที่มีอยู่ ซึ่ง  
สอดคล้องกับการสร้างความหมายใหม่ให้กับการแปลการ์ตูนออนไลน์โดยคนกลุ่มหนึ่งให้มีความชอบ  
ธรรมมากขึ้น และก่อให้เกิดข้อตกลงที่เป็นสัญญาใจระหว่างกันกับพื้นที่ที่สืบทอดขึ้นมาให้มีอยู่จริง และ  
ผลิตซ้ำความหมายของการแปลการ์ตูนออนไลน์ขึ้นใหม่ว่า เป็นการทำให้แบ่งปันกับผู้อื่นที่มีความชื่น  
ชอบเหมือนกัน เป็นการช่วยโปรโมตการ์ตูนเรื่องดังกล่าว หรือแม้แต่เพื่อใช้ในการฝึกภาษา แทน  
ความหมายเดิมที่การแปลการ์ตูนออนไลน์หมายถึงการกระทำที่ละเมิดลิขสิทธิ์

### ความเป็นชุมชนออนไลน์กับการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักติดตามข่าวสารและเสพการ์ตูนจากแหล่งต่าง  
ๆ เช่น บล็อกส่วนตัว, เว็บไซต์, Twitter, กลุ่มหรือเพจใน Facebook รวมทั้งเว็บไซต์ที่เปิดให้อ่าน  
การ์ตูนออนไลน์แบบสาธารณะ โดยรวมตัวกลุ่มกันตามลักษณะความสนใจซึ่งก็คือการ์ตูนญี่ปุ่น มีการ  
พบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประกอบกิจกรรมร่วมกันบนโลกออนไลน์ อีกทั้งยังมีกฎ  
กติกาย่อยร่วมกันไม่ต่างจากสังคมในโลกแห่งความจริง โดยที่ความเข้มงวดของการบังคับใช้กฎจะ  
ต่างออกไปในแต่ละชุมชน สมาชิกของชุมชนมีความสัมพันธ์ทางสังคมที่ค่อย ๆ ก่อตัวขึ้นจากการ  
ติดต่อสื่อสารกันอย่างต่อเนื่องในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งที่มีความเฉพาะเจาะจง ซึ่งความสัมพันธ์นี้อาจจะ  
พัฒนาเป็นกิจกรรมร่วมกันนอกอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้การรวมกันเป็นชุมชนช่วยตอบสนองความต้องการ  
ต่าง ๆ ของสมาชิกไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร แหล่งบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งเป็นแหล่ง  
รวมตัวของบุคคลหลายประเภทให้เราทำความรู้จักและเป็นเพื่อนกันในสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ  
แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเสมือนหรือชุมชนออนไลน์ คือ เป็นการรวมกลุ่มกันตามลักษณะความสนใจ โดย  
ปราศจากข้อจำกัดทั้งทางด้านเวลา (Time) และสถานที่ (Space) นอกจากนี้ชุมชนเสมือนยังมีพื้นที่  
สาธารณะ (Public Sphere) ซึ่งทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทางความคิด เป็นสถานที่ในการพบปะ  
พูดคุย ตลอดจนแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งกันและกัน (มธุกร กิตติวัชรพงศ์, 2548)

ชุมชนออนไลน์ (Cyberspace) เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้คนเข้ามาแลกเปลี่ยน สื่อสาร ทำกิจกรรมร่วมกัน ไม่ต่างจากสังคมบนโลกแห่งความจริงที่จำเป็นต้องมีกฎกติกา (codes of conduct) เพื่อใช้เป็นกลไกสำหรับการกำกับดูแลพฤติกรรมและการปฏิสัมพันธ์ของ (ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม, 2539) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์เองก็จะมีพื้นที่ชุมชนของตนเองไว้พบปะสื่อสารระหว่างกัน สังคมผู้บริโภคการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ก็มีกฎกติกาเช่นกัน จะมีสิ่งที่เรียกว่าข้อตกลงที่เปรียบเสมือนสัญญาใจระหว่างกันโดยเฉพาะผู้ผลิตหรือผู้แปล เพื่อใช้กำกับดูแลให้คนในสังคมของตนมีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ถือได้ว่าเป็นข้อตกลงพื้นฐานที่คนในสังคมการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์ส่วนใหญ่รับทราบและยึดเป็นหลักปฏิบัติ หากแต่ข้อตกลงนี้ก็ได้บังคับใช้อย่างจริงจัง แต่จะเป็นการขอความร่วมมือเสียมากกว่า จะปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตามขึ้นอยู่กับว่าตระหนักของแต่ละบุคคล หากผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่กระทำตาม บทลงโทษอาจมีเพียงแค่มิไม่เป็นที่ยอมรับจากคนในสังคม เช่น หากมีผู้แปลคนใดหรือกลุ่มใดหารายได้จากการแปลการ์ตูนหรือการผลิตสินค้าการ์ตูนละเมิดลิขสิทธิ์ก็就会被ประณาม เป็นต้น ซึ่งข้อตกลงนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจและยอมรับได้หากการ์ตูนแปลบนอินเทอร์เน็ตจะต้องถูกลบทิ้งถ้าการ์ตูนเรื่องดังกล่าวมีลิขสิทธิ์ในไทยแล้ว แต่ก็ยังมีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ไม่ยอมรับข้อตกลงนี้และไม่พอใจที่การ์ตูนแปลจะต้องถูกลบออกจากอินเทอร์เน็ตเพราะจะไม่สามารถหาดูได้อีกต่อไปจนกว่าสินค้าลิขสิทธิ์จะวางจำหน่าย ซึ่งผู้บริโภคบางกลุ่มก็เคยชินกับการบริโภคสื่อฟรีทางออนไลน์ กลุ่มนี้จะไม่ได้อินใจว่าสินค้าลิขสิทธิ์จะวางจำหน่ายหรือไม่เพราะถึงอย่างไรก็ไม่ได้สนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์อยู่แล้ว อาจจะเพราะมีชุดความคิดที่ว่า ทำไมถึงต้องจ่ายเงินให้กับสิ่งที่สามารถได้มาฟรี ซึ่งเป็นความคิดที่อันตราย จึงควรมีการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์เพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความตระหนักรู้ต่อการละเมิดลิขสิทธิ์

### ข้อจำกัดในงานวิจัย

1. ข้อมูลบางอย่างในงานวิจัยอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปจากปัจจุบัน เช่น เว็บไซต์ที่นำมาใช้อ้างอิง ผลการสำรวจต่าง ๆ เทคโนโลยีหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการเข้าถึงการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์
2. เนื่องจากหัวข้อวิจัยค่อนข้างเป็นประเด็นที่อ่อนไหวสำหรับคนบางกลุ่มจึงอาจทำให้บางคำถามไม่สามารถถามได้ ทำให้ผลการวิจัยที่ได้ไม่ละเอียดเท่าที่ควร

3. เนื่องจากงานวิจัยให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างน้อยและเฉพาะเจาะจงจึงอาจไม่สามารถใช้อ้างอิงเป็นตัวแทนกลุ่มคนที่มีลักษณะเดียวกันในพื้นที่อื่นได้

### ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อจำกัดหรือช่องโหว่ที่เกิดขึ้นจนนำไปสู่การละเมิดลิขสิทธิ์ของดิจิทัลเนทีฟไปพัฒนาวิธีการเผยแพร่และจัดจำหน่ายอย่างถูกกฎหมายให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีราคาที่เหมาะสมเพื่อเป็นการสร้างวัฒนธรรมในการบริโภคที่ถูกกฎหมายต่อไป
2. หน่วยงานที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ควรมีการดำเนินการเชิงรุกในการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนมังงะและแอนิเมชันมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตอกย้ำเส้นแบ่งที่ชัดเจนและขจัด “พื้นที่สีเทา” ที่ดิจิทัลเนทีฟได้สร้างขึ้น เพื่อให้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคมีส่วนพัฒนาอุตสาหกรรมการ์ตูนอย่างเต็มที่
3. ในด้านวิชาการ ควรมีการศึกษารสร้าง “พื้นที่สีเทา” ในการทำการละเมิดลิขสิทธิ์ในสื่อหรือสินค้าประเภทอื่นๆ เปรียบเทียบกลยุทธ์ในการต่อรองของผู้ที่ละเมิดลิขสิทธิ์เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อทั้งฝ่ายผู้จัดจำหน่ายและผู้ดำเนินการเอาผิดตามกฎหมายต่อไป

## รายการอ้างอิง

- Benjamin B. Wolman. (1972). *Manual of child psychopathology*. New York: McGraw-Hill.
- Carter V. Good. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw-Hill Book.
- Marc Prensky. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. แหล่งที่มา <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Measuring the Information Society. (2013). Measuring the world's digital natives. แหล่งที่มา [https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013\\_without\\_Annex\\_4.pdf](https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf)
- Mindshare. (2557). มายด์แชร์ชี้สื่อสารกับดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) ต้องง่ายและรวดเร็ว. แหล่งที่มา <http://www.mindshareworld.com/thailand/news/mindshare-thailand-reveals-online-behavior-and-motivation-digital-natives>
- Paul Wells. (1998). *Understanding animation*. London: Routledge.
- SpokeDark.TV. (2557). ว่าด้วยเรื่อง LC กับประเด็นที่สังคมอาจยังไม่เข้าใจ. แหล่งที่มา <https://www.spokedark.tv/games/cartoon/what-about-license>
- TK park. (2559). Copyright vs. Copyleft. แหล่งที่มา [https://www.tkpark.or.th/tha/articles\\_detail/265/Copyright-vs.-Copyleft](https://www.tkpark.or.th/tha/articles_detail/265/Copyright-vs.-Copyleft)
- UNESCO Institute for Information Technologies in Education. (2011). Digital Natives: How do they learn? How to teach them? แหล่งที่มา <http://iite.unesco.org/pics/publications/en/files/3214698.pdf>
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2557). ลิขสิทธิ์คืออะไร? นนทบุรี: กรม.
- กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2521). หลักสูตรใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรมการศาสนา.
- ชลาทิป ชาญชัยฤกษ์. (2556). Digital Native vs Digital Immigrant. แหล่งที่มา [http://www.culi.chula.ac.th/salc/images/ENG%20Today%20PDF/Eng-15%20\(Digital%20Native%20vs%20Digital%20Immigrant\).pdf](http://www.culi.chula.ac.th/salc/images/ENG%20Today%20PDF/Eng-15%20(Digital%20Native%20vs%20Digital%20Immigrant).pdf)
- ณัฐพร ศรีสติ. (2548). ความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้อื่น มาเป็นของตนเองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนิสิตนักศึกษาระดับ

- บัณฑิตศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนิก เลิศชาญฤทธ์. (2557). สิทธิทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์. แหล่งที่มา <https://www.tci-thaijo.org/index.php/damrong/article/download/20893/18107>
- เธียรทศ ประพฤติชอบ. (2557). ทำอย่างไร ให้แบรนด์โดนใจ วัยรุ่นยุคดิจิทัลออนไลน์. แหล่งที่มา <http://positioningmag.com/57757>
- นันททอง ทองใบ. (2548). นวลักษณ์ในการเล่าเรื่องและเอกลักษณ์ในภาพยนตร์แอนิเมชันของฮาชาโอะ มियाซากิ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประสาธ อิศรปรีดา. (2533). ธรรมชาติและกระบวนการเรียนรู้. มหาสารคาม: คณะศึกษาศาสตร์ มศว มหาสารคาม.
- พรพนิต พวงภิญโญ. (2531). บทบาทของหนังสือการ์ตูนเรื่องที่แปลจากภาษาญี่ปุ่นต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิรงรอง รามสูต. (2556). การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม. (2539). แนวคิด พัฒนาการและข้อพิจารณาเกี่ยวกับประชาสังคมไทย. ประชาสังคม : ทรรศนะนักคิดในสังคมไทย.
- ไพลิน ศศิธนากรแก้ว. (2537). การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีกิจ คูหมณี. (2552). RSS กับลิขสิทธิ์ข่าวสาร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมเกียรติ ตั้งนโม. (2548). สวนกระแสลิขสิทธิ์และเรื่องของลิขสิทธิ์. แหล่งที่มา <http://www.finearts.cmu.ac.th/blog/2013/02/24/สวนกระแสลิขสิทธิ์และเร/>
- สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์. (2555). แนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน. แหล่งที่มา [hqp.pr.d.go.th/plan/download/article/article\\_20120329105248.doc](http://hqp.pr.d.go.th/plan/download/article/article_20120329105248.doc)
- สุนิดา เข้มทอง. (2549). ความตระหนักรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาต่อการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานวรรณกรรม งานศิลปะ-การแสดงและโสตทัศนบันเทิงบนอินเทอร์เน็ต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



สุภารักษ์ จูตระกูล. (2559). ครอบครัวยุคใหม่กับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) ของดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives). วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 11(1), 131-150.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1

น้ำ (นามสมมติ) อายุ 26 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ หากมีเวลาว่างเธอก็จะรับสอนพิเศษวิชาภาษาญี่ปุ่นหรือรับงานแปลหนังสือการ์ตูน เธอใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันไม่ต่างไปจากคนวัยเดียวกัน เล่น Facebook กับ Twitter หาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนหรืองาน และบ่อยครั้งที่มักจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่ออ่านการ์ตูนเรื่องที่เธอชอบ

ผู้วิจัยได้มีโอกาสรู้จักกับน้ำโดยบังเอิญผ่านทางแอปพลิเคชัน Twitter โดยเห็นว่าน้ำเป็นผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นแนว BL<sup>8</sup> เหมือนกัน จึงเริ่มพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันมาตลอด และได้ทราบว่าน้ำเคยแปลมังงะลงบนอินเทอร์เน็ตมาก่อน ซึ่งตรงกับลักษณะผู้ให้ข้อมูลที่ผู้วิจัยกำลังตามหาอยู่ ผู้วิจัยจึงได้สอบถามขอความร่วมมือจากน้ำเป็นผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย ซึ่งน้ำก็ยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือเนื่องจากเธอก็กำลังทำวิทยานิพนธ์อยู่จึงเข้าใจความสำคัญของผู้ให้ข้อมูล โดยปกติแล้วผู้วิจัยจะติดต่อน้ำผ่านทาง Twitter เป็นส่วนใหญ่ และนาน ๆ ทีจะนัดเจอกันสักครั้ง ถ้าหากวันไหนที่เธอไม่มีเรียนก็จะรับสอนพิเศษวิชาภาษาญี่ปุ่นให้กับเด็กมัธยมปลาย หรือรับงานแปลอื่น ๆ

เมื่อผู้วิจัยได้มีโอกาสพูดคุยกับน้ำเกี่ยวกับความสนใจและการแปลมังงะลงบนอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นข้อมูลที่น่าสนใจและได้รวบรวมมานำเสนอ ดังต่อไปนี้ น้ำมีความสนใจเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นเมื่อได้ดูอนิเมะทางช่องเก๋การ์ตูนและรู้จักมังงะจากญาติเมื่อตอนอยู่มัธยม เธอกล่าวว่าการ์ตูนญี่ปุ่นสนุกและน่าสนใจ มีให้อ่านหลากหลายแนวมากกว่าการ์ตูนไทย และเข้าถึงได้ง่ายจากร้านเช่าหนังสือต่างจากการ์ตูนตะวันตกที่ไม่ค่อยเห็นฉบับแปลไทยวางขายทั่วไป เมื่อก่อนเธอซื้อการ์ตูนตามร้านหนังสือบ้าง อ่านฟรีในเว็บออนไลน์บ้าง แต่เมื่อเธอหารายได้เองและมีทักษะทางภาษาญี่ปุ่นที่ค่อนข้างดีจึงเริ่มอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นที่เป็นฉบับภาษาญี่ปุ่นด้วยตนเอง รวมถึงซื้อการ์ตูนในรูปแบบ E-book จากเว็บไซต์ภาษาญี่ปุ่น เช่น Ebookjapan หรือ Honto ที่จะต้องชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และเปิดอ่านจากเว็บเบราว์เซอร์หรือแอปพลิเคชัน เธอรู้สึกว่าการซื้อง่ายและอ่านสะดวกจึงซื้ออ่านเป็นประจำ หากมี

<sup>8</sup> BL มาจาก Boys' Love หมายถึง ประเภทความสัมพันธ์แบบชายรักชาย

เรื่องไหนที่ชอบเป็นพิเศษก็จะซื้อแบบเล่มเก็บไว้ด้วย ซึ่งทำให้เธอมีโอกาสได้อ่านหนังสือต่าง ๆ ที่ยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยจากการรู้ภาษาญี่ปุ่น

เหตุผลที่น้ำเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นเพราะอยากเป็นนักแปล อยากเข้าถึงมังงะหรืออนิเมะได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาการแปลจากผู้อื่น คิดว่าภาษาญี่ปุ่นสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ เนื่องจากในประเทศไทยมีบริษัทญี่ปุ่นอยู่มากมาย และคิดว่าการเรียนภาษาญี่ปุ่นในระดับมหาวิทยาลัยจะมีเนื้อหาที่โรงเรียนสอนภาษาทั่วไปไม่ได้สอน จึงเลือกภาษาญี่ปุ่นเป็นวิชาเอก

น้ำมีความคิดที่จะแปลการ์ตูนลงอินเทอร์เน็ตเพราะต้องการฝึกภาษา โดยเริ่มจากการเสนอตัวเองก่อนและจากนั้นก็ได้รับการชักชวนจากเพื่อน ส่วนใหญ่เธอจะรวมกลุ่มกับเพื่อนช่วยกันทำ ซึ่งเธอมักจะได้รับหน้าที่เป็นคนแปลหลักเสมอ นอกจากการฝึกภาษาแล้ว สาเหตุที่เธอแปลการ์ตูนก็เพราะอยากอ่านการ์ตูนเรื่องที่ชอบเป็นภาษาไทยและสนุกกับขั้นตอนการแปลด้วย เธอยังบอกอีกว่าได้รับประโยชน์จากการแปลการ์ตูนหลายอย่าง ทำให้เธอคุ้นเคยกับกระบวนการแปลมากขึ้น ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้คำได้เร็วขึ้น ได้รู้คำศัพท์ทั้งภาษาไทยและภาษาญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจากตอนแรกที่อ่านอย่างเดียวเพราะต้องค้นหาความหมายของคำศัพท์ทุกตัว และยังได้รับความคิดเห็นและคำแนะนำที่เป็นความรู้จากคนในกลุ่มอีกด้วย

ในส่วนของคุณคิดเห็นต่อการแปลการ์ตูนลงบนอินเทอร์เน็ต เมื่อพูดถึงว่า “สื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรี จะนำมาใช้อย่างไรก็ได้ ไม่ต้องขออนุญาตหรืออ้างอิงแหล่งที่มา” เธอกล่าวว่าไม่ถูกต้อง เพราะหากไม่ได้ระบุให้นำไปใช้ได้ฟรี ก็ไม่ควรนำมาใช้โดยไม่ขออนุญาต แม้จะนำมาใช้ได้ฟรีก็ควรอ้างอิงเพื่อให้สามารถตามกลับไปถึงเจ้าของได้ เพราะทั้งอ่านและดูฟรีโดยเจ้าของไม่อนุญาตคือการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างหนึ่ง แต่การนำมาใช้เป็นขั้นกว่า และอาจถูกนำมาใช้เป็นหลักฐานในการฟ้องร้องเรื่องลิขสิทธิ์ได้

การแปลการ์ตูนลงอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ไม่ควรทำเพราะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ก็จริง แต่หลีกเลี่ยงพื้นที่สีเทาไม่ได้ เนื่องจากผู้ประกอบการในไทยไม่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ทั้งหมด มังงะบางประเภท เช่น สื่อประเภท 18+ ถือเป็นสื่อลามก ผู้ประกอบการไม่สามารถซื้อมาแปลและจัด

จำหน่ายได้เพราะผิดกฎหมายของไทย เมื่อผู้ประกอบการไม่สามารถข้ามกำแพงกฎหมายได้ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องทำเอง และเพราะยังไม่มีระบบบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังจึงยังมีการแปลงการ์ตูนลงในพื้นที่สาธารณะอย่างเปิดเผย สำหรับการตูนที่เปลี่ยนน้ำคิดว่าเป็นเจ้าของเฉพาะส่วนที่ตนเองแปลเป็นภาษาไทยเท่านั้น ไม่ได้เป็นการสร้างสรรค์ผลงานใหม่เพราะรูปแบบหรือเนื้อหายังคงเหมือนเดิม ถ้าเจ้าของลิขสิทธิ์บอกให้ลบออกจากอินเทอร์เน็ตก็ต้องทำตาม เพราะไม่สามารถใช้อ้างสิทธิ์กับเจ้าของลิขสิทธิ์ได้ แต่ใช้อ้างกับผู้อื่นที่นำคำแปลของเธอไปใช้ได้

อย่างไรก็ตาม เธอคิดว่าการแปลงการ์ตูนส่งผลให้รายได้ไม่กลับคืนสู่เจ้าของลิขสิทธิ์หรือเจ้าของผลงาน หรือกลับคืนได้ไม่ดีเท่าที่ควร ไม่สามารถทำกำไรให้กับผู้ที่ถือลิขสิทธิ์มาจำหน่ายในประเทศไทยได้ ถ้าไม่มีการแปลงมังงะ/การแปลแฟนซับอาจทำให้ผู้ประกอบการทำกำไรได้มากขึ้น รายได้กลับคืนสู่ผู้ผลิต ผู้บริโภคมีทางเลือกคือการซื้อจากผู้ประกอบการ หรือรับชมทางช่องฟรีทีวี แต่อุตสาหกรรมมังงะหรืออนิเมะในประเทศไทยสู้กับในไทยมีขนาดต่างกันมาก โดยไทยเล็กกว่าญี่ปุ่น ทำให้โอกาสทำกำไรให้คุ้มค่าในไทยมีน้อย อนิเมะที่นำมาฉายทางช่องฟรีทีวีหรือดิจิทัลทีวีจึงมีจำนวนน้อยตามไปด้วย มังงะก็เช่นเดียวกัน ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ทั้งหมด

จากนั้นผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับกรณีที่มีคนกลุ่มหนึ่งเรียกร้องไม่ให้ซื้อลิขสิทธิ์เพราะจะไม่ได้ดูหรืออ่านออนไลน์ได้อีก นำมาซึ่งความคิดเห็นว่ากลุ่มคนเหล่านั้นเรียกร้องมากเกินไปและยังไม่เข้าใจลิขสิทธิ์ว่าควรเคารพลิขสิทธิ์เจ้าผลงานและผู้ประกอบการที่ซื้อลิขสิทธิ์เข้ามา จึงควรให้ความรู้แก่พวกเขาเป็นอย่างยิ่งว่า การอุดหนุนผลงานลิขสิทธิ์เป็นการสนับสนุนเจ้าของผลงานได้อย่างถูกต้องที่สุด รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถทำกำไรได้เพื่อซื้อลิขสิทธิ์เรื่องอื่นเข้ามาต่อไป

น้ำกล่าว่า ปัจจุบันมีการตระหนักรู้เรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้นเมื่อเทียบกับอดีต ไม่เพียงเฉพาะในวงการการ์ตูนหรือแฟนซับเท่านั้น ในวงการเกมหรือเพลงก็เช่นกัน เมื่อเทียบกันแล้ว เกมมีผู้บริโภควงกว้างกว่า ทำให้ผู้ประกอบการสนับสนุนการกระจายสินค้ามาสู่ผู้บริโภคด้วยวิธีการขายเกม

บนพื้นที่ออนไลน์ เช่น Steam<sup>9</sup> มีการคำนวณราคาให้เหมาะสมกับค่าครองชีพในประเทศนั้น เช่น เกมที่ขายบนพื้นที่ออนไลน์ในไทยเป็นค่าเงินบาทจะถูกกว่าดอลลาร์ และยังมีบางเกมที่เปิดขายพร้อมกับต่างประเทศ เมื่อราคาไม่ต่างจากการเล่นเกมเถื่อน ผู้บริโภคจึงหันมาใช้ของแท้ถูกลิขสิทธิ์มากขึ้น กล่าวคือแผ่นเกมเถื่อนมีราคาไม่ต่างจากเกมถูกลิขสิทธิ์มากนัก วงการเพลงก็เช่นกัน ราคาเพลงใน iTunes store ประเทศไทยมีราคาถูกกว่า store ประเทศอื่น แต่ในวงการการ์ตูนหรืออนิเมะมีผู้บริโภคน้อยกว่า เป้าหมายกลุ่มผู้บริโภคเป็นเพียงคนในประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น จึงไม่ได้คำนึงถึงผู้บริโภคในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีขั้นตอนในการซื้อลิขสิทธิ์ การแปล การขออนุญาตเห็นชอบจากเจ้าของผลงานในการจัดรูปเล่ม ใช้เวลานานกว่าการแปลแบบละเมิดลิขสิทธิ์หรือแฟนซับ ทำให้ยังคงมีพื้นที่สีเทาของการแปลมังงะและแฟนซับอยู่เช่นนั้น ในส่วนนี้มีปัจจัยต่างจากเกม เพราะเกมเป็นภาษาอังกฤษและผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถเล่นเกมได้โดยไม่มีความจำเป็นต้องแปลเป็นภาษาแม่ อาจเป็นเพราะผู้บริโภคต้องการฝึกภาษา หรือภาษาไม่ได้ทำให้ความสนุกจากการเล่นเกมลดน้อยลง

ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการบางส่วนปรับตัวตามผู้บริโภค เช่น ออกนิตยสารมังงะออนไลน์ให้ตามทันประเทศญี่ปุ่นเพื่อลดปัญหาการนำแปลมังงะมาแปลออนไลน์โดยพลการ ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ตัวจริงขายนิตยสารไม่ได้ มีการจำหน่ายมังงะแปลไทยเป็นตอนหรือเป็นเล่มบนสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันในราคาถูกกว่าตัวเล่มกระดาษ มีแอปพลิเคชันให้อ่านการ์ตูนได้ฟรีบางตอนอย่างเช่น Comico หรือ Ookbee ดังนั้นจึงคิดว่า ในอนาคตปัญหาลิขสิทธิ์น่าจะลดลงด้วยแผนการตลาดจากผู้ประกอบการมากกว่าการบังคับใช้กฎหมาย

น้ำยังกล่าวเสริมอีกว่า เราไม่มีสิทธินำสื่อต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตมาใช้หากสื่อดังกล่าวไม่ได้ทำขึ้นมาเพื่อแจกฟรีโดยเฉพาะ ยกเว้นบางอย่างที่สามารถนำไปใช้ได้ เช่น ไฟล์รูปภาพที่แจกให้ใช้ฟรี โดยค้นหาจากฟังก์ชันค้นหาบน Google และเลือกประเภทของภาพเป็น แจกให้ใช้ฟรีโดยไม่นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ เป็นต้น ส่วนเพลงหรือคลิปเสียงควรใช้ฟังก์ชันแชร์จากเจ้าของผลงานที่ลงไว้บน

---

<sup>9</sup> Steam คือ ร้านขายเกมยอดนิยมสำหรับผู้ที่ยื่นขอการเล่นเกมที่ขายจะเป็นแบบดิจิทัล ลูกค้าที่ซื้อสามารถดาวน์โหลดเกมมาเล่นได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังเป็น platform สำหรับเล่นเกมอีกด้วย

อินเทอร์เน็ต เช่น การแชร์เพลงจาก Youtube นี้ไม่เคยแชร์งานแปลด้วยตนเองลงบนอินเทอร์เน็ต หากแต่เป็นการที่คนอื่นมาขอไปแชร์ต่อลงในบล็อกส่วนตัวหรือพื้นที่สาธารณะ เหตุผลที่ให้แชร์คืออยากรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นที่เข้าไม่ถึงผลงานเพราะกำแพงภาษาว่ามีความรู้สึกสนุกหรือชอบผลงานนั้น ๆ เหมือนกันหรือไม่ ซึ่งบางครั้งใช้วิธีการส่งต่อให้กับเพื่อนที่ชอบเหมือนกัน เนื่องจากไม่ต้องการให้มีปัญหาเรื่องการขโมยภาพตามมาทีหลัง เช่น ศิลปินหรือเจ้าของผลงานตามมาเห็น จึงเซฟรูปที่มีข้อความภาษาญี่ปุ่นซึ่งเพื่อนไม่เข้าใจ นำมาแก้ไขแปลเป็นภาษาไทยแล้วส่งต่อให้เพื่อนแบบส่วนตัว คิดว่าเป็นการช่วยเหลือเพื่อนให้เข้าใจเนื้อหา และตนเองก็อยากแปลเก็บไว้อ่านเองด้วย



## ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 2

แยม (นามสมมติ) อายุ 25 ปี ปัจจุบันทำงานเป็นพนักงานบริษัท มีความสนใจในเรื่องของการ์ตูนญี่ปุ่นและการแต่งคอสเพลย์ (Cosplay) มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นอย่างสม่ำเสมอ ใช้ติดตามข่าวสาร อ่านมังงะและดูอนิเมะออนไลน์ มีเพจ Facebook ไว้อัปเดตข่าวสารการ์ตูนที่ชอบ

ผู้วิจัยกับแยมเคยเรียนมหาวิทยาลัยเดียวกันแต่คนละคณะ รู้จักกันเพราะเคยอยู่ชมรมการ์ตูนญี่ปุ่นด้วยกัน ผู้วิจัยได้เป็นเพื่อนกับแยมใน Facebook และสังเกตเห็นว่าแยมโพสต์เกี่ยวกับมังงะและอนิเมะแปลไทยบ่อย ๆ เมื่อลองสอบถามจึงพบว่าแยมเคยแปลมังงะและทำแฟนคลับกับกลุ่มเพื่อนหลายครั้ง ผู้วิจัยถึงขอความร่วมมือจากแยมให้ช่วยเป็นผู้ให้ข้อมูลสำหรับงานวิจัย และรวบรวมข้อมูลมาได้ดังนี้ แยมเริ่มอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นตั้งแต่อยู่ชั้นประถมโดยมีพี่ชายแนะนำให้อ่าน เรื่องแรกที่อ่าน คือนารูโตะ นินจาจอมคาถา จากนั้นก็เริ่มหาการ์ตูนอ่านเองมาเรื่อยๆ

แยมเล่าว่า การ์ตูนออนไลน์ที่เธออ่านมักเป็นเรื่องที่ยังไม่มีลิขสิทธิ์ในประเทศไทย และเพราะหาอ่านไม่ได้เธอจึงต้องหาอ่านในอินเทอร์เน็ตทั้งที่เป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หรือแม้แต่ภาษาต้นฉบับอย่างภาษาญี่ปุ่นก็ตาม หากเรื่องไหนมีลิขสิทธิ์หรือได้ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยก็จะซื้อเก็บทั้งมังงะและอนิเมะ

จุดเริ่มต้นการแปลการ์ตูนของแยมคือเพื่อนชักชวนตอนที่เรียนอยู่ชั้นมัธยม แปลเล่น ๆ กับเพื่อนแล้วนำไปโพสต์ลงเว็บไซต์ จนเข้ามหาวิทยาลัยและเข้าชมรมเกี่ยวกับอนิเมะ รุ่นพี่ในชมรมทำแฟนคลับกันจึงโดนชักชวนให้ไปร่วมทำด้วย สิ่งแรกที่ได้ทำเกี่ยวกับแฟนคลับ คือ QC (Quality Check) มีหน้าตรวจความหมายกับตรวจคำผิด ต่อมาได้เปลี่ยนหน้าที่เป็นผู้แปล แยมบอกว่าตอนนั้นยังไม่ค่อยเก่งภาษาญี่ปุ่นจึงใช้ซับไตเติลภาษาอังกฤษเป็นตัวช่วยเพื่อตรวจสอบคำแปล บางครั้งก็เปิดดิกชันนารีเพื่อหาความหมายของตัวอักษรคันจิที่ไม่คุ้นเคย เหตุผลที่ทำแฟนคลับเพราะสนุก ไม่ได้คิดว่าจะทำเพื่อแข่งกับใคร ทำแล้วได้ฝึกตัวเองในหลาย ๆ ด้าน ทั้งฝึกภาษา ทั้งฝึกแปล มีการคิดมุขตลกขึ้นเองหรือการปรับมุขตลกของญี่ปุ่นให้เข้ากับบริบทไทยก็เป็นเรื่องที่ทำหายดี แยมกล่าวเสริมว่า จริงอยู่ว่า



เป็นผู้เสพนั่นง่ายกว่า รออย่างเดียว แต่ว่าพอมาเป็นคนทำเองก็ารู้กระบวนการอะไรมากขึ้น เข้าใจ ค่ายแฟนคลับมากขึ้น

“สอบ N5 ผ่านโดยไม่อ่านหนังสือเลย นั่งแปลมังงะ โดจินชิ แล้วก็นิเมะนี่ละ” แยมเล่าถึงสิ่ง ที่ตนเองได้รับจากการแปลการ์ตูนคือทักษะทางด้านภาษาญี่ปุ่น โดยเฉพาะทักษะการฟังที่เพิ่มขึ้น อย่างมาก สามารถฟังนักพากย์ชาวญี่ปุ่นพูดแล้วเข้าใจได้ทันทีโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยซับไตเติล นอกจากนี้ยังได้ทำความรู้จักและสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยการแปลการ์ตูนอีกด้วย

เมื่อผู้วิจัยถามถึง สื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของ ฟรีจะนำมาใช้อย่างไรก็ได้ ไม่ขออนุญาตและ ไม่ได้อ้างอิง แยมตอบว่า เป็นเรื่องที่ไม่สมควรอย่างยิ่ง เป็นการไม่ให้เกิดเกียรติเจ้าของผลงานและไม่เคารพต่อสิทธิที่ตัวเองพึงมี เพราะฉะนั้นจึงไม่มีข้อยกเว้นทุกกรณี อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าแยมจะคิดว่าการแปลการ์ตูนเป็นเรื่องไม่สมควร แต่ในขณะที่เดียวกันก็เหมือนเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการได้มองเห็นจำนวนฐานแฟนคลับเรื่องนั้น ๆ ในประเทศไทย เพราะผู้ประกอบการอาจกังวลที่จะซื้อ ลิขสิทธิ์หรือนำเข้ามาหากว่าการ์ตูนเรื่องดังกล่าวไม่เป็นที่นิยมมากพอ ส่วนค่ายแฟนคลับหรือแปลไทย ทั้งหลายเองหากมีลิขสิทธิ์แล้วก็จะพยายามสนับสนุนให้อ่านผลงานลิขสิทธิ์อย่างสุดความสามารถ เรื่องที่มีลิขสิทธิ์จะถูกกลบออกไป เปลี่ยนเป็นการอัปเดตข่าวเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ แทน เป็นการสนับสนุน อีกทาง เธอทราบดีว่าการแปลการ์ตูนนั้นผิดกฎหมาย แต่ก็คิดว่าทางสังกัดต้นทางอะลุ่มอล่วยให้เพราะ เป็นการช่วยโปรโมตโดยที่เจ้าของผลงานไม่ต้องเสียเงินจ้างนักการตลาดให้คิดแผนการตลาดใหม่ แต่ พวกค่ายแฟนคลับหรือแปลไทยเองก็ควรมีจิตสำนึกในการเผยแพร่ ควรรู้ขีดจำกัดที่ไม่ล้ำเส้นมากเกินไป การแปลการ์ตูนส่งผลกระทบต่อทุกคนในวงการการ์ตูนทุกกลุ่ม จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระยะห่าง ระหว่างเจ้าของผลงานกับผู้ทำการเผยแพร่

เวลาที่แปลการ์ตูนลงอินเทอร์เน็ตแยมจะไม่คิดว่าตนเองเป็นเจ้าของผลงานนั้น จะให้เครดิต เสมอกับผู้วาด ผู้แต่ง หรือใด ๆ ก็ตาม หากนำผลงานคนอื่นมาแปลจะใส่ตัวชื่อตนเองเป็นชื่อรองและ สนับสนุนให้ติดตามผลงานของนักวาดท่านนั้นโดยตรงตามช่องทางต่าง ๆ นอกจากนี้ ทุกงานที่แปล หากสามารถติดต่อกับนักวาดหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ก็จะขออนุญาตทุกครั้ง ถ้าหากไม่ยินยอมให้เผยแพร่ แบบโพสต์ซั๊กก็แปลแบบแชร์ลิงก์ตรงแล้วแปลโดยใส่เป็นคำบรรยายใต้ภาพแทน

ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับกรณีที่มีคนกลุ่มหนึ่งเรียกร้องไม่ให้ซื้อลิขสิทธิ์เพราะจะไม่ได้ดูหรืออ่านออนไลน์ได้อีก แยมกล่าวว่า ระหว่างท่นอ่านงานแปลแบบผิด ๆ กับการอ่านงานที่แปลโดยนักแปลมืออาชีพนั้นแตกต่างกันมาก เพราะฉะนั้นจึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งที่จะไม่ให้ซื้อลิขสิทธิ์ ไม่ควรเรียกร้อง และไม่ว่าอย่างไรก็ตามหากผลงานลิขสิทธิ์วางขายแล้วก็ต้องสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์



### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 3

พิม (นามสมมติ) อายุ 25 ปี ปัจจุบันทำงานเกี่ยวกับบัตรเครดิตที่บริษัทแห่งหนึ่งย่านพระราม 3 มักจะรับงานเสริมเป็นนักแปลการ์ตูนและนิยายญี่ปุ่นให้กับสำนักพิมพ์ โดยปกติจะใช้อินเทอร์เน็ตในการเล่น Facebook พูดคุยโต้ตอบกับเพื่อน ๆ อัปเดตชีวิตประจำวันทั่วไป รีวิวลินค้าที่ซื้อ รีวิวหนังสือที่อ่าน ด้วยทักษะทางภาษาที่ดีเยี่ยมทั้งภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่น หนังสือที่พิมอ่านจึงมีทั้งหนังสือแปลลิขสิทธิ์และหนังสือภาษาต่างประเทศที่ยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทย

ผู้วิจัยกับพิมเป็นเพื่อนกันสมัยเรียนมัธยม พิมเป็นคนเรียนเก่งและมีทักษะด้านภาษาค่อนข้างดีมาก เธอมีความสนใจภาษาต่าง ๆ และมักเรียนรู้เพิ่มเติมด้วยตนเองอยู่เสมอรวมทั้งภาษาญี่ปุ่น สาเหตุที่เธอสนใจภาษาญี่ปุ่นเพราะชอบการ์ตูนญี่ปุ่นและคิดว่าเป็นภาษาที่สามารถนำไปต่อยอดในการทำงานได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยกับพิมไม่ค่อยได้คุยกันมากนักหลังจากเรียนจบมัธยมปลาย แต่ก็ได้เห็นความเคลื่อนไหวผ่านทาง Facebook ของเธอเสมอ และพบว่าพิมทำแฟนคลับเป็นกลุ่มกับเพื่อนและรุ่นพี่มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยจึงได้ติดต่อไปขอพิมให้พิมช่วยเป็นผู้ให้ข้อมูลสำหรับงานวิจัย ซึ่งเธอก็ตอบรับให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

พิมเริ่มสนใจการ์ตูนญี่ปุ่นจากการอ่านมังงะของเพื่อนตอนที่เรียนอยู่ชั้นประถม ประกอบกับคุณพ่อของเธอได้ซื้อแผ่นอนิเมะมาให้ดู พิมเล่าว่าสมัยนั้นมีแค่การ์ตูนญี่ปุ่นกับการ์ตูนฝรั่งอย่างการ์ตูนเน็ตเวิร์ก ซึ่งเธอไม่ชอบลายเส้นการ์ตูนฝรั่ง ทำให้เลือกรับแต่การ์ตูนญี่ปุ่น พอเริ่มโตก็เริ่มดูการ์ตูนหลากหลายมากขึ้น และพบว่าการ์ตูนญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์ของตัวเองในแบบที่การ์ตูนฝรั่งหรืองานเขียนของไทยไม่มี จึงทำให้ชอบการ์ตูนญี่ปุ่นเรื่อยมา พิมใช้อินเทอร์เน็ตในการอ่านและดูการ์ตูนออนไลน์บ้าง โดยเฉพาะอนิเมะถ้าเป็นเรื่องที่ชอบก็จะดาวน์โหลดเก็บไว้ ส่วนมังงะจะดาวน์โหลดมาเพียงไม่กี่ตอนเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้ออีกกว่า

จุดเริ่มต้นการทำแฟนคลับของพิม คือ เริ่มจากการติดตามซับไทยในอินเทอร์เน็ต ได้รู้จักกับหัวหน้าค่ายแฟนคลับคนหนึ่งและคุยกันถุกคอ เลยได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของค่าย ประกอบกับเรียนด้านภาษา ลงเรียนวิชาแปล อยากพัฒนาทักษะของตนเอง จึงได้ตัดสินใจทำแฟนคลับ และได้สมาชิกใน

ค่ายช่วยสอนให้ ทำแฟนคลับเป็นกลุ่ม โดยที่ตนเองรับหน้าที่เป็นผู้แปล ส่วนคนอื่น ๆ ก็จะมีหน้าที่แตกต่างกันออกไป แม้ว่าจะมีหลายค่ายที่ทำแฟนคลับ แต่ก็ยังอยากทำเอง อยากฝึกตัวเอง และบางครั้งที่ไม่ถูกใจการแปลของค่ายอื่น บ่อยครั้งที่ทำเพราะอยากแปลการ์ตูนเรื่องนี้แม้ว่าจะมีคนแปลไปแล้วก็ตาม ก็ยังอยากแปลอยู่ดี พิมคาดหวังว่าการทำแฟนคลับจะทำให้ได้ฝึกภาษา และเป็นงานอดิเรกที่สนุกดี เหมือนได้ทั้งดูการ์ตูนไปด้วยและได้แปลไปด้วย นอกจากนี้ยังทำให้ได้รู้จักคนมากขึ้น กล้าคุยกับคนแปลกหน้ามากขึ้น

พิมกล่าวว่า ไม่เห็นด้วยกับความคิดที่ว่าสื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรีและรู้ว่าการแปลการ์ตูนเป็นสิ่งผิดกฎหมาย เข้าใจหัวอกเจ้าของลิขสิทธิ์ แต่จะให้เสาะหาของลิขสิทธิ์ก็เกินกำลัง ทั้งในเรื่องของเงิน เรื่องการสั่งซื้อ และเรื่องอื่น ๆ และเข้าใจว่าคนไทยที่รู้ภาษาต่างประเทศมีน้อย รู้ว่าการแปลการ์ตูนที่ทำอยู่เป็นพื้นที่สีเทาจึงเลือกทำเฉพาะเรื่องที่ยังไม่มีลิขสิทธิ์ในประเทศไทย ทำนองว่า ในเมื่อหาในบ้านเราไม่ได้ก็ขอสักหน่อยแล้วกัน แต่เพราะว่ามันไม่ได้หาได้ง่าย ๆ จึงทำอยู่ในพื้นที่ที่พอจะอนุโลมกันได้ พิมคิดว่าสิ่งที่เธอเป็นเจ้าของคือส่วนที่เธอแปลเอง ถ้ามีใครลอกไปใช้ก็คงโกรธ แต่คงไม่ถึงขั้นทะเลาะกัน และเพราะทำแจกฟรี ถึงได้รับการชื่นชมก็ไม่ใช่เรื่องน่ายินดีอะไร แต่ก็ถือว่าเป็นของเรา พิมยังกล่าวอีกว่า การแปลการ์ตูนอาจกระทบกับเจ้าของลิขสิทธิ์อยู่แล้ว เพราะคงทำให้คนอุดหนุนน้อยลง แต่ในมุมมองเล็ก ๆ อีกมุมคิดว่าเป็นการช่วยโปรโมตงานให้กับเจ้าของได้บ้าง เหมือนตัวเรายังอยากลองอ่านงานออนไลน์ก่อนที่จะไปเลือกซื้อของจริง เหมือนได้ดูตัวอย่างก่อนซื้อ

ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับกรณีที่มีคนกลุ่มหนึ่งเรียกร้องไม่ให้ซื้อลิขสิทธิ์เพราะจะไม่ได้ดูหรืออ่านออนไลน์ได้อีก พิมกล่าวว่า เป็นการกระทำที่เกินไป ถ้ามีลิขสิทธิ์แล้วก็อยากให้อุดหนุน จะได้ช่วยสนับสนุนให้ผลิตงานแปลใหม่ ๆ ออกมา ถึงตนเองจะทำแฟนคลับ แต่ก็มีจุดยืนว่าถ้าหากมีลิขสิทธิ์แล้วก็ควรอุดหนุน นอกจากนี้เธอยังแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้เรื่องลิขสิทธิ์ว่า คนไทยมีจิตสำนึกเรื่องลิขสิทธิ์น้อยมาก เข้าใจว่าถ้ามันไม่มีในบ้านเราจะหาก็คงลำบาก แต่ถ้ามีแล้วก็ควรช่วยอุดหนุนด้วย ไม่ชอบอ่านเป็นเล่มก็ซื้อออนไลน์ก็ได้ ส่วนใหญ่มักจะดาวน์โหลดฟรีและเลี่ยงการเสียเงินซื้อ แล้วไม่ค่อยมีขอบเขตหรือจุดสิ้นสุด ซึ่งมองว่าไม่ดี ถึงแม้ว่าตนเองจะเคยแปลการ์ตูนมาก่อนก็ตาม

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 4

ออย (นามสมมติ) อายุ 22 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คณะสังคมศาสตร์ ที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพ ออยมักจะใช้เวลาว่างส่วนใหญ่อยู่บ้านและเล่นอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ Twitter เพราะเธอมีสังคมในโลกออนไลน์ที่มีความชื่นชอบการตูนญี่ปุ่นเหมือนกันกับเธอ ซึ่งทำให้เธอดูเป็นคนเก็บตัว ไม่ค่อยสูงส่งกับใคร และไม่ค่อยออกไปเที่ยวข้างนอกบ่อยนัก นอกจากนี้ ออยยังชอบอ่านและดูการ์ตูนออนไลน์ในเว็บไซด์ต่าง ๆ เป็นประจำทุกวัน เธอมีความคิดว่าเพียงแค่เธอได้อ่านหรือดูการ์ตูนเรื่องที่ชอบก็มีความสุขแล้ว ไม่จำเป็นต้องออกไปเที่ยวข้างนอก เพราะในอินเทอร์เน็ตก็สามารถพบปะผู้คนมากมายแม้ว่าจะไม่เห็นกัน สามารถไปที่ไหนก็ได้ในโลกเพียงแคกดค้นหาจากอินเทอร์เน็ต

ผู้วิจัยรู้จักกับออยจากเพจการ์ตูนเพจหนึ่งใน Facebook เรามีความชอบคล้าย ๆ กันจึงทำให้ได้คุยกันเรื่อยมา ผู้วิจัยเห็นออยแปลการ์ตูนและโพสต์ลง Facebook เป็นบางครั้ง ซึ่งผู้วิจัยเองก็เคยถูกออยชักชวนให้มาร่วมแปลการ์ตูนด้วยกัน ออยบอกว่าเธอมีความสนใจการ์ตูนตั้งแต่ตอนที่เรียนอยู่ชั้นประถม พอขึ้นมัธยมต้นก็เริ่มซื้อการ์ตูนอ่านเป็นประจำและอ่านเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน เพราะการ์ตูนญี่ปุ่นค่อนข้างหลากหลายทั้งเนื้อหาและลายเส้น จึงรู้สึกแปลกใหม่ทุกครั้งที่ได้อ่าน และมีจำนวนให้เลือกมากกว่าการ์ตูนไทยหรือการ์ตูนฝรั่ง แต่ด้วยความที่การ์ตูนญี่ปุ่นฉบับแปลไทยที่วางขายในแต่ละเดือนมีจำนวนมาก และตอนนั้นเธอยังเด็กเกินกว่าที่จะซื้อได้หลาย ๆ เรื่อง เรื่องไหนที่เธออยากอ่านมากก็จะซื้อามาเก็บไว้ ส่วนเรื่องอื่น ๆ เธอจะอ่านในเว็บไซด์ออนไลน์ เมื่อโตขึ้นเธอก็ยังอ่านการ์ตูนในเว็บไซด์ออนไลน์อยู่ แต่อ่านเฉพาะตอนแรก ๆ เพียงเพื่อจะรู้ว่าการ์ตูนเรื่องที่กำลังสนใจนั้นมีแนวเรื่องแบบไหน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อต่อไป หรืออ่านเรื่องที่ยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทย นอกจากนี้ก็ยังซื้ออีบุ๊กทั้งของไทยและต่างประเทศ เพื่อที่จะได้อ่านการ์ตูนที่หลากหลายมากขึ้น บางครั้งออยก็อ่านและดูการ์ตูนทั้งในคอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชันแทนการอ่านการ์ตูนแบบเป็นเล่มส่วนหนึ่งเพราะมีปัญหาพื้นที่ในการเก็บรักษา

จุดเริ่มต้นของการแปลการ์ตูนของออย คือ ออยมีความสนใจเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นอยู่แล้ว ประกอบกับอยากฝึกภาษาจากการแปล และยังได้แบ่งปันกับคนอื่นที่อยากอ่านการ์ตูนภาษาไทย

เหมือนกันกับเธอ ออยแปลมังงะแล้วโพสต์ลงบล็อกส่วนตัวตั้งแต่ตอนที่เรียนมัธยม ส่วนมากเธอจะทำคนเดียว บางครั้งอาจจะขอความช่วยเหลือจากผู้อื่นในเรื่องของคำแปล ออยบอกว่านอกจากทักษะด้านภาษาที่เธอได้รับแล้ว เธอยังได้รับทักษะการใช้โปรแกรมตกแต่งรูปต่าง ๆ อีกด้วย เมื่อเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยออยก็ได้มีโอกาสแปลอนิเมะเป็นครั้งแรก เธอบอกว่ามีขั้นตอนที่ยุงยากกว่าการแปลมังงะ จึงต้องศึกษาวิธีการทำจากอินเทอร์เน็ต และเริ่มแปลการ์ตูนร่วมกับผู้อื่นจากการชักชวน

ออยกล่าวว่า ปกติแล้วจะอ่านในเว็บไซต์การ์ตูนออนไลน์หรือตามบล็อกที่คนอื่นแปลตลอด แต่บางเรื่องที่ยากอ่านไม่มีคนแปล เธอจึงตัดสินใจที่จะแปลด้วยตัวเองโดยคิดว่าในเมื่อเธออยากอ่านก็น่าจะมีคนที่อยากอ่านเหมือนเธอด้วย ออยจึงเริ่มแปลการ์ตูนมาเรื่อย ๆ เพียงเพราะอยากแบ่งปันให้กับคนที่อยากอ่านแต่ไม่สามารถแปลได้ เธอไม่ได้หวังผลตอบแทนนอกจากเห็นคนมีความสุขที่ได้งานแปลของเธอ ออยมักจะใช้เวลาว่างของเธอในการแปลการ์ตูนหากว่าตอนนั้นมีเรื่องที่เธอสนใจจะแปล เธอกว่าเสริมว่าปัจจุบันมีคนแปลการ์ตูนในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นมาก การ์ตูนแปลไทยจึงสามารถหาอ่านได้ง่ายไม่เหมือนเมื่อก่อนที่ไม่ค่อยมีคนแปล และไม่สามารถรู้ได้เลยว่างานแปลเหล่านั้นแปลถูกหรือไม่ แต่ก็ไม่ใช่ประเด็นสำคัญสำหรับนักอ่านออนไลน์ที่แค่มิให้อ่านก็พอใจแล้ว

เมื่อกว่าถึงประเด็น “สื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรี จะเอามาใช้อย่างไรก็ได้ ไม่ต้องขออนุญาต ไม่ต้องอ้างอิง” ออยกล่าวว่า ทุกคนสามารถรับชมสื่อจากอินเทอร์เน็ตได้อย่างอิสระก็จริง แต่ไม่ใช่ทุกคนจะสามารถนำสื่อเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์โดยไม่ขออนุญาต ทุกอย่างไม่ได้ฟรี ทุกอย่างมีเจ้าของ ยกเว้นแต่เจ้าของอนุญาตถึงนำมาใช้ได้ หรือการไม่อ้างอิงที่มาก็ไม่ควรเช่นกัน เพราะสื่อเหล่านั้นไม่ใช่ของเรา หากนำของใครมาก็ต้องบอกไว้ด้วยเจ้าของนั้นเป็นใคร และยังคงกล่าวอีกว่า ถึงเธอจะแปลการ์ตูนแล้วโพสต์ลงอินเทอร์เน็ต แต่เธอก็ไม่เคยอ้างสิทธิ์ว่าการ์ตูนเรื่องนั้นเป็นของเธอ ยกเว้นแต่สำนวนการแปลที่แปลเองเท่านั้น

ออยเข้าใจดีว่าการแปลการ์ตูนนั้นเป็นสิ่งไม่ดีและอาจจะละเมิดลิขสิทธิ์ แต่เธอคิดว่าหากการ์ตูนเรื่องนั้นยังไม่ได้มีลิขสิทธิ์ในไทยก็คงจะไม่ใช่ไร แต่ถ้ามีลิขสิทธิ์เมื่อใดเธอก็พร้อมที่จะสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์เสมอ แต่ในขณะที่ยังไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์มา เธอก็อยากแปลการ์ตูนและแบ่งปันให้กับคนอื่นต่อไป เพราะเธอคิดว่าเธอให้อ่านฟรี ไม่ได้ทำเพื่อแสวงหาผลกำไรหรือเชิงพาณิชย์ใด ๆ

จึงคิดว่าสามารถทำได้ตราบเท่าที่ยังไม่มีการซื้อลิขสิทธิ์เข้ามา การแปลการ์ตูนเลยเปรียบเสมือนโลกสีเทาที่ถึงแม้ว่าจะเป็นสิ่งผิดแต่ก็ยังมีคนต้องการและทำกันอย่างเปิดเผย การ์ตูนแปลเหล่านั้นไม่มีเจ้าของที่ชัดเจนเพราะยังไม่มีลิขสิทธิ์ในประเทศ บางคนจึงใช้ช่องว่างนั้นสร้างสิ่งที่เรียกว่าการ์ตูนแปลออนไลน์ขึ้นมา ที่ถึงแม้ว่าจะยังไม่มีลิขสิทธิ์แต่ก็ยังสามารถหาอ่านได้

การแปลการ์ตูนลงอินเทอร์เน็ตนั้น ออยคิดว่าส่งผลกระทบต่อทุกคนในวงการการ์ตูนอย่างแน่นอน ถึงแม้ว่าผู้อ่านออนไลน์บางกลุ่มจะได้ผลประโยชน์ แต่ผู้เสียประโยชน์อย่างเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ซื้อลิขสิทธิ์เข้ามาภายหลังจากการ์ตูนเรื่องดังกล่าวมีการแปลเป็นภาษาไทยให้อ่านหรือดูฟรีในอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว ซึ่งอาจจะมียอดขายไม่สูงมากเพราะผู้บริโภคต่างก็อ่านในอินเทอร์เน็ตกันแล้วเป็นส่วนใหญ่ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นผู้ประกอบการจึงมีการแจ้งไปยังผู้แปลการ์ตูนให้ลบการ์ตูนแปลที่มีลิขสิทธิ์แล้วทั้งหมดออกจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ผู้อ่านออนไลน์ส่วนหนึ่งไม่พอใจเพราะจะไม่ได้อ่านหรือดูการ์ตูนเรื่องนั้นอีกและเรียกร้องไม่ให้ซื้อลิขสิทธิ์ ออยคิดเห็นต่อกรณีนี้ว่ากลุ่มคนเหล่านี้ไม่มีสิทธิ์ที่จะเรียกร้องใด ๆ กับผู้ประกอบการ เพราะการ์ตูนแปลที่กำลังอ่านหรือดูกันนั้นละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ แล้วได้มีลิขสิทธิ์ในไทยขึ้นมาก็ควรสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์ เธอก็บอกว่าถ้าการ์ตูนที่เธอแปลมีลิขสิทธิ์เมื่อใดก็พร้อมจะลบทั้งพื้นที่และสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์เท่าที่จะทำได้ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เจ้าของผลงานสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ต่อไปด้วย เธอคิดว่าคนส่วนใหญ่โดยเฉพาะผู้อ่านออนไลน์ยังไม่ค่อยตระหนักถึงเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งเธอเองก็ยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งเสริมให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตละเมิดลิขสิทธิ์ในการแปลการ์ตูนออนไลน์ แต่ถึงอย่างนั้นเธอก็ไม่ได้ต่อต้านผลงานลิขสิทธิ์แต่อย่างใด หากแต่อยากให้ผู้อื่นช่วยกันสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์รวมทั้งตัวเธอเองด้วย

ออยคิดว่าสื่อทุกอย่างในอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ เพลง หรือคลิปเสียงต่าง ๆ หากเราไม่ได้เป็นคนสร้างสรรค์มันขึ้นมาเอง ก็ไม่มีสิทธิ์นำไปใช้โดยพลการ กล่าวคือ หากจะนำไปใช้ก็ต้องขออนุญาตหรือได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน ยกเว้นสื่อเหล่านั้นจะถูกกำกับไว้อยู่แล้วว่าสามารถทำไปใช้ได้ ซึ่งก็จะมีเงื่อนไขที่แตกต่างกันออกไป เช่น นำไปใช้ได้ทุกกรณี หรือ ห้ามนำไปใช้เชิงพาณิชย์ เป็นต้น เรามีสิทธิเท่าที่เจ้าของผลงานอนุญาตเท่านั้น หากละเมิดก็คือเป็นการกระทำผิดกฎหมาย

เมื่อก่อนออยก็เคยโหลดไฟล์จากอินเทอร์เน็ตมาแชร์ต่อในเว็บบอร์ดสมัยที่การเล่นเว็บบอร์ดยังคงเป็นที่นิยมและเป็นศูนย์รวมของคนที่ใช้อินเทอร์เน็ต หรือบางครั้งก็แชร์ลงบนบล็อกส่วนตัว เธอคิดว่าการแชร์ไฟล์ให้คนอื่น ๆ ได้ดูด้วยถือเป็นเรื่องดีบางอย่างหนึ่ง ทำให้คนอื่นเข้าถึงสิ่งนั้นมากขึ้น และจะรู้สึกยินดีทุกครั้งเมื่อคนที่ดาวน์โหลดไฟล์ของเธอไปกล่าวขอบคุณ และเธอก็สนุกกับการที่ได้พูดคุยกับคนเหล่านั้น แต่เมื่อเธอโตขึ้นและรู้ว่าสิ่งที่เธอทำมาตลอดนั้นเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เธอจึงหยุดแชร์ไฟล์ ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ ไฟล์เพลง ไฟล์ภาพยนตร์ คลิปต่าง ๆ ที่มีลิขสิทธิ์หรือยังไม่ได้รับอนุญาต และระวังในการแชร์มากขึ้น





### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 5

โม (นามสมมติ) อายุ 30 ปี ปัจจุบันทำงานเป็นพนักงานบริษัท มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไป คือ ใช้ทำงาน ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในการเล่นเกมนและแชท มีการใช้เพื่ออ่านการ์ตูนหรือคู่มือออนไลน์บ้างเป็นบางครั้ง

ผู้วิจัยรู้จักกับโมผ่านทางแอปพลิเคชัน Twitter โดยโมได้กดติดตามผู้วิจัยเพราะมีความสนใจเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทหนึ่งเหมือนกัน อีกทั้งยังชอบอนิเมะแนวกีฬาเรื่องเดียวกัน ทำให้เราได้มีโอกาสพูดคุยเกี่ยวกับการ์ตูนด้วยกันบ่อย ๆ เธอชอบอ่านการ์ตูนในเว็บไซต์ออนไลน์และมักมาแนะนำให้ผู้วิจัยอ่านด้วย ผู้วิจัยจึงได้ขอให้เธอมาช่วยเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับวิจัย ซึ่งเธอก็ยินดีช่วยเหลือ

โมเล่าว่าเธอชอบอ่านการ์ตูนทุกอย่างมาตั้งแต่ยังเด็ก สมัยก่อนจะซื้ออ่านตามร้านที่สำนักพิมพ์แปลมาวางขาย พออินเทอร์เน็ตเริ่มแพร่หลายมากขึ้นก็เปลี่ยนไปอ่านแบบออนไลน์ในเว็บไซต์แทน เมื่อก่อนตอนที่ยังเด็กเธอชอบดูการ์ตูนญี่ปุ่น เช่น โดราเอมอน เซเลอร์มูน ผ่านทางโทรทัศน์ช่อง 9 แล้วก็ชอบตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา แต่เมื่อโตขึ้นก็ไม่ค่อยได้ดู ส่วนใหญ่มักจะดูเพราะการแนะนำจากเพื่อนหรือน้อง

เมื่อไม่ต้องการอ่านมังงะออนไลน์ เธอจะอ่านทั้งตามเว็บไซต์แบบฟรีและแบบเสียเงิน โดยแบบฟรีก็จะค้นหาในหน้าเว็บเบราว์เซอร์ทั่วไป ส่วนใหญ่จะอ่านแบบที่แปลเป็นภาษาอังกฤษไม่ใช่แปลไทย แบบเสียเงินก็จะซื้อผ่านแอปพลิเคชันที่มีให้ซื้ออ่านเป็นตอน ๆ เช่น Lezhin กับ Webtoons ส่วนอนิเมะดูแบบฟรีอย่างเดียวไม่เคยซื้อ ซึ่งใช้วิธีค้นหาในหน้าเว็บเบราว์เซอร์เหมือนกันกับมังงะ

ในส่วนของการแปลมังงะหรือแฟนซับ เธอบอกว่าไม่เคยทำเลย แต่ถ้ามีโอกาสได้ทำก็คิดว่าได้แปลในสิ่งที่เราชอบหรือสนใจ การได้แปลการ์ตูนเรื่องที่ชอบอาจจะทำให้เรารู้สึกสนุกและมีความสุขไปกับมัน ส่วนประโยชน์ในเรื่องของการได้ฝึกภาษาเป็นเรื่องรองลงมา

ไม่ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำมังงะแปลไทยหรือการทำแฟนซับว่า หากไม่ได้ทำในเชิงพาณิชย์หรือไม่ได้แปลซ้อนทับกับเรื่องที่สำนักพิมพ์ลิขสิทธิ์แปลไปแล้ว แต่ทำเพื่ออยากแบ่งปัน และมีความต้องการที่จะใช้ความสามารถในการแปลที่มีทำประโยชน์ให้กับผู้อื่นก็คิดว่าไม่เป็นไร แต่ถ้าสร้างเว็บเพจขึ้นมาเพื่อที่จะหาเงินกับสิ่งเหล่านี้ก็ไม่ควรทำ เธอรู้ว่าการแปลมังงะหรือทำแฟนซับเป็นสิ่งที่ผิดเพราะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของเจ้าของผลงาน แต่ที่ยังเห็นทำกันอย่างเปิดเผยเพราะอาจจะได้เงินจากสิ่งที่ทำ

เธอคิดว่าการแปลมังงะหรือทำแฟนซับไม่ใช่การสร้างสรรค์ผลงานใหม่แต่อย่างใด เหมือนการแปลนิยายต่างประเทศ แปลเอกสาร จากภาษาหนึ่งเป็นอีกภาษาหนึ่งเพื่อให้กลุ่มคนที่สนใจในเรื่องนั้น ๆ ได้อ่านและเข้าใจเนื้อหา เพราะข้อความที่แปลมาทั้งหมดเป็นของเจ้าของผลงาน นอกจากนี้การแปลยังส่งผลถึงเจ้าของลิขสิทธิ์ที่เสียสิทธิ์ของตนเอง คนแปลที่หวังผลกำไรก็ได้เงินจากการกระทำส่วนนี้โดยที่ไม่ได้เสียอะไรเลย แต่ก็ยอมรับว่าการแปลแบบละเมิดลิขสิทธิ์นี้ทำให้เธอสามารถเข้าใจเนื้อหาของการ์ตูนเรื่องที่ชอบได้เป็นอย่างดี เพราะถ้าต้องอ่านมังงะเป็นภาษาต้นฉบับที่ไม่เข้าใจและไม่มีแบบแปลก็อาจจะไม่ได้อ่านการ์ตูนอีกแล้วก็เป็นได้ แต่ถ้าผลงานแปลที่ติดตามอยู่ถูกลบออกจากอินเทอร์เน็ตทำให้ไม่สามารถหาอ่านได้อีกเพราะมีลิขสิทธิ์ในประเทศแล้ว เธอก็จะเคารพตามนั้นและรอรอดหนุนเมื่อสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องวางจำหน่าย และยังกล่าวอีกว่า บางคนละเมิดลิขสิทธิ์เพราะความเห็นแก่ตัว ได้เงินจากสิทธิ์ของคนอื่น พอเขาจะทำให้มันถูกต้องก็ออกมาเรียกร้องแสดงความไม่พอใจ บางคนรู้อยู่แต่ก็ทำเป็นไม่สนใจ จำเป็นที่จะต้องมีการปลูกฝังจิตสำนึกเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์และการละเมิดให้ถูกต้องชัดเจน

ความคิดเห็นต่อสื่อต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต เธอกล่าวว่า หากนำมาใช้ไม่ว่ากรณีใด ๆ จะต้องติดต่อขออนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน ถ้าเจ้าของไม่ให้สิทธิ์ในการเผยแพร่หรือให้สิทธิ์แต่ต้องอ้างอิงอย่างไร้แล้วแต่ต้องติดต่อกับเจ้าของผลงานให้ได้และต้องให้เจ้าของผลงานอนุญาตก่อนจึงจะนำมาใช้ได้ สิทธิ์ของทุกคนที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตคือการอ่านและดูผลงานที่เจ้าของผลิตมาให้ แต่ถ้าอยากเป็นเจ้าของผลงานต้องผลิตเอง

## ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 6

หมวย (นามสมมติ) อายุ 21 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ปกติจะใช้ อินเทอร์เน็ตในการอ่านการ์ตูนออนไลน์ ดูนิเมะออนไลน์ และติดตามข่าวสารการ์ตูนผ่านทาง Twitter, Tumblr และเว็บไซต์ official ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังใช้อินเทอร์เน็ตในการเล่น Facebook, Twitter, ติดตามข่าวสารไอดอล, ทำงาน, ฟังเพลง และค้นหาข้อมูลเพื่อใช้ในการทำโปรเจกต์ ซึ่งผู้วิจัย ได้รู้จักกับหมวยผ่านทาง Twitter เพราะชอบการ์ตูนเรื่องเดียวกัน

ที่มาของความสนใจในการ์ตูนญี่ปุ่นของหมวย เธอกล่าวว่ารู้จักการ์ตูนญี่ปุ่นตั้งแต่ยังเด็ก ๆ สำหรับนิเมะเรื่องแรกที่เคยดูเป็นการ์ตูนที่ฉายในโทรทัศน์ช่วงเช้าทางช่อง 9 หรือ โมเดิร์นไนน์ การ์ตูน แต่ก็ไม่ได้สนใจโดราเอมอนหรือเรื่องอื่น ๆ ที่ฉายอยู่ในขณะนั้น เริ่มสนใจนิเมะญี่ปุ่นอย่างจริงจังเมื่อได้ดูการ์ตูนเรื่องนารูโตะครั้งแรกตอนที่เรียนอยู่ชั้นประถมต้น โดยที่มีลูกน้องของคุณแม่เป็นผู้ดาวน์โหลดให้จาก Bit Torrent จากนั้นก็เริ่มกลับไปติดตามการ์ตูนเรื่องอื่น ๆ เท่าที่มีโอกาสทางช่อง 9 เหมือนเดิม เมื่อขึ้นชั้นประถมปลายก็เป็นช่วงที่ชอบการ์ตูนโชโจ (การ์ตูนสำหรับวัยรุ่นหญิง) ทำให้ช่วงนี้ชอบการ์ตูนที่มีตัวละครน่าเป็นผู้หญิง ส่วนมังงะเริ่มอ่านครั้งแรกตอนเรียนอยู่ชั้นประถมปีที่ 5 เนื่องจากที่บ้านรับซื้อของเก่าก็จะมีคนเอาการ์ตูนรายสัปดาห์เก่า ๆ มาขายจึงได้มีโอกาสอ่านการ์ตูน นับแต่นั้น ช่วงที่สนใจมังงะและอนิเมะเป็นอย่างมากในเวลาเดียวกันคือช่วงที่เรียนอยู่ในระดับชั้นมัธยมต้น ตอนนั้นค่อนข้างโชคดีที่มีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตใช้แล้ว และมีร้านเช่าหนังสือการ์ตูน อยู่แถวบ้าน ทำให้เข้าถึงการ์ตูนญี่ปุ่นได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังต้องติดตามให้ทันเพราะไม่อย่างนั้นจะคุยกับเพื่อนไม่รู้เรื่อง

หมวยกล่าวว่าที่บ้านไม่อนุญาตให้ทำธุรกรรมทางออนไลน์ ไม่อนุญาตให้ทำบัตรเครดิตที่เป็นบัตรเสริม เพื่อไม่ให้ผูกบัตรกับบัญชีเพื่อซื้อของในเกมออนไลน์รวมทั้ง e-book ดังนั้นเธอจึงมีแค่บัตร ATM เท่านั้น ไม่สามารถซื้อการ์ตูนแบบดิจิทัลได้ ทำให้ต้องอ่านมังงะและดูนิเมะออนไลน์ฟรีบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะมีเว็บไซต์มังงะแปลไทยที่อ่านเป็นประจำเพราะเป็นเว็บที่มังงะทั้งหมดไม่มีลิขสิทธิ์ในไทย ถ้าเรื่องไหนมีลิขสิทธิ์ในไทยแล้วก็จะตามเก็บผลงานลิขสิทธิ์ทั้งหมดและเลิกอ่านออนไลน์ ในส่วนของอนิเมะก็จะมีเว็บไซต์แพนซันที่เข้าเป็นประจำเหมือนกัน แต่เมื่อเว็บไซต์ปิด

ให้บริการจึงทำให้อัตราการดูอนิเมะลดลงมากจนแทบเรียกได้ว่าไม่ได้ดูเลย โดยปกติจะดาวน์โหลดมาเก็บไว้มากกว่าที่จะดูออนไลน์ และในปัจจุบันมีการดูออนไลน์แบบ real-time เรียกว่า streaming หรือ live streaming เป็นการดูรายการที่กำลังฉายอยู่ในขณะนั้นไปพร้อม ๆ กันกับที่ญี่ปุ่น ซึ่งตอนนั้นเธอยังไม่ค่อยรู้จักและยังใช้งานสตรีมไม่ค่อยเป็น ทำให้ความลำบากในการดูการ์ตูนออนไลน์ยากขึ้นไปอีก จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ไม่ค่อยได้ติดตามอนิเมะตอนที่กำลังมีกระแสเท่าไร และรองนกว่าจะมีคนทำแฟนซับให้ดาวน์โหลด

การทำมังงะแปลไทยหรือแฟนซับเป็นสิ่งที่หมวยไม่เคยทำแต่ก็รู้จักเพื่อนที่เคยทำแฟนซับ เธอเล่าว่า เพื่อนจะรวมกลุ่มกันเพราะเรียนอยู่คณะเดียวกัน มีความสนใจคล้าย ๆ กัน มีคนที่มีความรู้ทางภาษาสามารถแปลได้ มีคนที่มีความสนใจเรื่องเกมเป็นพิเศษก็จะช่วยให้ช่วยของการตัดต่อวิดีโอ มีคนที่สามารถพิสูจน์อักษรและช่วยแปลภาษาให้เข้าใจง่ายขึ้น เหตุผลที่คิดว่าเพราะชอบการ์ตูนเรื่องที่คนส่วนใหญ่ไม่ชอบกัน หรือเรื่องที่ไม่มีคนทำแฟนซับ หรือถึงมีก็ทำช้ามากไม่ทันใจ จึงตัดสินใจที่จะรวมกลุ่มและทำแฟนซับกันเอง ไม่ได้กังวลว่าหากทำแล้วไม่มีคนดู เพราะจุดประสงค์หลักในการทำตั้งแต่แรกคือทำไว้ดูกันเองอยู่แล้ว ส่วนกลุ่มแปลอื่นถ้าทำออกมาได้ดีก็จะชื่นชมที่ใส่ใจงานแปล ใส่ใจคุณภาพ และความถูกต้องของการแปลต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งก็ใส่ใจมากกว่าบริษัทที่ได้ลิขสิทธิ์ด้วยซ้ำ แต่ถ้าทำไม่ดี แปลมั่ว ๆ แล้วถือตัวว่าแปลให้ก็ดีเท่าไรแล้ว ส่วนตัวก็คงจะไม่สนับสนุน หรืออย่างแย่ที่สุดก็คงช่วยกด report ไม่มีดูไม่มีอ่านก็ไม่เป็นไร ก็แค่ไม่ได้ดูไม่ได้อ่านต่อแค่นั้น

เมื่อถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่อง สื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรีจะเอามาใช้อย่างไรก็ได้ไม่ต้องขออนุญาตหรืออ้างอิง หมวยตอบว่า ไม่เห็นด้วยอย่างสิ้นเชิง เพราะส่วนตัวแล้วมีอิโก้ของสายผลิตอยู่ในตัว รวมทั้งกำลังเรียนอยู่ในขณะที่เป็นสายครีเอทีฟด้วย ซึ่งทุกอย่างที่ใช้ในการทำงานในคณะต้องมีการอ้างอิงทั้งหมด แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ยอมรับว่าตนเองยังมีความอ่อนแอและความเห็นแก่อยู่บ้าง เลยคิดว่าถ้าละเมียดแค่เล็กน้อยคงไม่เป็นไร คนอื่นส่วนใหญ่ก็ทำกันอยู่แล้ว จึงอาจจะพูดว่าไม่เห็นด้วยได้ไม่เต็มปาก เพราะตนเองก็ยังทำเหมือนคนที่ละเมียดอยู่ ในส่วนของการขออนุญาตก็จะแยกเป็น

กรณีไป เช่น ถ้าเป็นรูปถ่ายจากแฟนไซต์<sup>10</sup> ศิลปินเกาหลี ส่วนใหญ่ก็จะรีโพสต์จากแฟนไซต์ที่อนุญาตให้รีโพสต์ได้ แต่ถ้าเป็นผลงานที่เป็นสายผลิต งานวาดงานเขียน แฟนอาร์ต<sup>11</sup> หรือแฟนฟิกชัน<sup>12</sup> ก็จะไม่เอาไปโพสต์ต่อแต่จะกดถูกใจหรือคอมเมนต์แทน อย่างที่บอกไปแล้วว่าไม่ชอบการกระทำแต่ก็อยากที่จะอ่านและดูการ์ตูน จึงคิดว่าถ้าไม่ได้ทำโดยคิดหาผลกำไรก็ไม่ได้แยอะไรเพราะมันเป็นพื้นที่สี่เทา ถ้าผู้ผลิตอยากเอาผิดก็เป็นสิทธิ์ของผู้ผลิตที่จะทวงคืนหรือเรียกร้องการชดใช้ต่อสิ่งที่เขาถูกเอาไปและเราก็ไม่มีสิทธิ์จะทวงอะไรได้เลย แต่ถ้าผู้ผลิตไม่ได้คิดจะเอาผิดหรือห้ามเผยแพร่ก็จะถือว่าอย่างน้อยก็ยังมีเวลาในการอ่านหรือดูการ์ตูนมากขึ้นอีกนิดเท่านั้นเอง

หมวยมีความคิดว่าการแปลมังงะและแฟนซับนั้นทั้งผิดกฎหมายและละเมิดลิขสิทธิ์ รู้ว่าต่อให้ไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยแต่ลิขสิทธิ์โดยชอบธรรมก็ยังคงอยู่ที่ตัวผู้ผลิตหรือเจ้าของลิขสิทธิ์อยู่ดี แต่เพราะว่าเราอยู่ในโลกที่ “ใครมีพวกมากกว่าคนนั้นชนะ” ดังนั้นการแปลมังงะและแฟนซับจึงเป็นสิ่งที่แข่งแกร่งมากทีเดียว ทำให้ยังทำกันต่ออย่างเปิดเผย บางครั้งก็มีกระทั่งการจัดลำดับค่ายแฟนซับหรือวัดจำนวนคนติดตามเพจแปลมังงะกับเพจแฟนซับว่าเพจไหนดังกว่ากัน เพจไหนดีกว่ากัน และอัตราความเร็วการแปลเรื่องหนึ่ง ๆ ว่าเร็วกว่ากันแค่ไหนอีกด้วย

สำหรับงานแปล เธอตั้งข้อสงสัยกับสังคมว่า มันควรเป็นสามัญสำนึกอยู่แล้วหรือเปล่านั้น ไม่ใช่ผลงานของเรา ในเมื่อคนที่คิดและทำทุกอย่างมันไม่ใช่เรามาตั้งแต่แรก แม้ว่าเราจะเป็นคนแปลสารในขั้นตอนสุดท้ายออกมาให้คนทั่วไปเข้าใจ แต่มันก็เปลี่ยนความจริงที่ว่าคนที่ทำงานทั้งหมดนั้นจริง ๆ ไม่ใช่เราไม่ได้ งานแปลต่าง ๆ ทำให้หลายคนได้รู้จักเรื่องบางเรื่องที่เราไม่สามารถเข้าถึงได้ ทำ

<sup>10</sup> แฟนไซต์ (Fansite) คือ เว็บไซต์ที่แฟนคลับสร้างขึ้นเพื่อทุ่มเทให้กับศิลปิน ดารา หรือสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองชื่นชอบ

<sup>11</sup> แฟนอาร์ต (Fanart) คือ รูปวาดที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่โดยอ้างอิงจากต้นฉบับ ไม่ว่าจะเป็บุคคลที่มีตัวตนอยู่จริง หรือตัวละครจากภาพยนตร์ การ์ตูน นิยาย แอนิเมชัน โดยจะวาดเพราะความชอบหรือต้องการอุทิศให้กับบางอย่าง

<sup>12</sup> แฟนฟิกชัน (Fanfiction) คือ งานเขียนที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่โดยอ้างอิงจากต้นฉบับ ไม่ว่าจะเป็เนื้อหาหรือตัวละคร สร้างเนื้อเรื่องขึ้นมาใหม่โดยใช้ตัวละครที่มีอยู่แล้วจากภาพยนตร์ การ์ตูน นิยาย หรืออาจยึดเนื้อเรื่องเดิม

ให้หลาย ๆ คนได้รู้จักกันในทางหนึ่ง แต่มันก็บ่อนทำลายวงการครีเอทีฟหรือวงการสายผลิตในระดับหนึ่งเลยทีเดียว เพราะรายได้ที่ควรจะได้ของเจ้าของผลงานก็จะไม่ได้รับ ซึ่งค่อนข้างมีผลกระทบกับเจ้าของลิขสิทธิ์เป็นอย่างมาก เพราะการผลิตใด ๆ อย่างไม่รู้ก็ต้องหวังผลกำไร และคิดว่าจะงานแปลไม่ได้ช่วยเจ้าของผลงานโปรโมตงานแปลได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าไรนัก เห็นได้จากการ์ตูนบางเรื่องที่คุณส่วนใหญ่บอกว่าดังมาก แต่เราที่ติดโซเซียลมากกลับไม่รู้จัก

เมื่อถามถึงประเด็นที่มีกลุ่มคนไปเรียกร้องไม่ให้ซื้อลิขสิทธิ์เพราะจะไม่ได้อ่านหรือดูออนไลน์ เธอตอบว่า ถ้าเป็นตอนเด็ก ๆ ก็เคยไปร่วมเรียกร้องด้วย แต่พอโตขึ้นก็คิดว่าเป็นเรื่องที่น่าหงุดหงิดทำไมกลุ่มคนเหล่านั้นถึงไม่เข้าใจว่าสิ่งที่กำลังทำอยู่มันผิด และการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจำหน่ายก็เป็นสิ่งที่ถูกต้องแล้ว เป็นสิ่งที่ควรที่จะเกิดขึ้น และไม่ควรที่จะคัดค้านหรือเรียกร้องอะไร ส่วนตัวค่อนข้างชัดเจนในจุดยืนว่าไม่ได้ชอบการทำแบบนี้ก็จริง แต่ก็คงอ่านและดูการ์ตูนออนไลน์ในเว็บไซต์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์บ้างตามแต่ความสนใจต่อไป แต่ก็ไม่ได้ใส่ใจกับความอยู่รอดของเว็บไซต์เหล่านี้ ถ้าวอดก็ถือว่าดวงดี ถ้าไม่รอดก็ตามนั้น รับรู้แล้วก็จบ นอกจากนี้บางคนก็เพิ่งเข้ามาในวัฒนธรรมการรับสื่อบันเทิงจากอินเทอร์เน็ตแล้วยังไม่ได้เรียนรู้เรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ก็น่าเป็นห่วง แต่เชื่อว่าถ้าหากถูกขัดเกลาสัก 2-3 ปีหรือมากกว่านั้นก็น่าจะกลมกลืนและเรียนรู้ได้เองว่าอะไรควรทำและอะไรไม่ควรทำ

## ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 7

อร (นามสมมติ) อายุ 26 ปี ปัจจุบันทำงานเป็นนักเทคนิคการแพทย์ มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไป โดยใช้ในการทำงาน ค้นหาข้อมูล คุยกับเพื่อน ฟังเพลง และอ่านการ์ตูนออนไลน์ อรถูกแนะนำให้มาเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยนี้เพราะมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ผู้วิจัยต้องการ จึงได้ติดต่อไปยังอรเพื่อขอให้มาช่วยให้ข้อมูล ซึ่งอรก็ตอบรับที่จะช่วยเหลือเป็นอย่างดี

ความสนใจต่อการตูนญี่ปุ่นของอรเริ่มจากการดูการ์ตูนทางโทรทัศน์ตั้งแต่เด็กจึงมีทำให้มีความสนใจในการอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นด้วย ปัจจุบันอรอ่านการ์ตูนทั้งแบบที่เป็นสิ่งพิมพ์และแบบดิจิทัล อรกล่าวว่าเธออ่านการ์ตูนออนไลน์บ้างหากเรื่องนั้นมีให้อ่านแบบดิจิทัลหรือ e-book ก็จะซื้อมาอ่านโดยใช้แอปพลิเคชัน Meb แต่บางเรื่องที่ยังไม่มีลิขสิทธิ์หรือยังไม่มีฉบับภาษาไทย เธอก็จะอ่านตามเว็บไซต์ที่มีการ์ตูนที่แปลเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ

อรไม่เคยแปลมังงะหรือแฟนซับ แต่คิดว่าคนที่ทำน่าจะเป็นกลุ่มคนที่รู้จักกันมาก่อนหรือเป็นเพื่อนกันแล้วรวมตัวกันทำขึ้นมา สาเหตุหนึ่งอาจจะเพราะเป็นการฝึกภาษา ส่วนอีกเหตุผลหนึ่งอาจจะเพราะต้องการเผยแพร่และชักชวนให้คนที่สนใจและชื่นชอบเรื่องที่ทำมากขึ้น บางเรื่องอาจมีคนทำหลายกลุ่ม คิดว่าน่าจะเป็นเพราะอ่านของกลุ่มอื่นแล้วไม่เข้าใจหรือไม่ถูกใจ หรืออาจจะอยากฝึกภาษาของตัวเองเลยทำให้ผันตัวกลายเป็นผู้เองดีกว่า และคิดว่าสิ่งที่กลุ่มแปลเหล่านั้นจะได้ คือ ได้ฝึกภาษาและได้หาเพื่อนคุยในเรื่องที่สนใจเหมือนกัน

ความคิดเห็นต่อสื่อในอินเทอร์เน็ต อรกล่าวว่า ถึงจะเป็นสื่อในอินเทอร์เน็ตก็ควรให้เครดิตผู้ทำ ถึงแม้ว่าจะเป็นแปลฝึกภาษาหรือทำด้วยความชื่นชอบโดยที่ไม่มีลิขสิทธิ์ แต่การแปลและการทำออกมาก็เป็นความสามารถและแรงงานของคนทำ คิดว่าการแปลใด ๆ ควรได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงาน ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ทำเพื่อแสวงหาผลกำไร แต่ก็อาจจะเป็นเรื่องยุ่งยากในการติดต่อหรือคิดว่าเป็นการทำฟรีด้วยความชื่นชอบ คนส่วนใหญ่จึงมักไม่ได้ขออนุญาตก่อนแปล

การแปลมังงะหรือทำแฟนซบเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของเจ้าของผลงาน แต่ที่ยังมีคนทำออกมาเพราะว่าที่ไทยยังไม่มีลิขสิทธิ์ อาจจะอยากฝึกภาษา และต้องการให้คนสนใจการ์ตูนเรื่องนั้น ๆ มากขึ้น เมื่อมีคนใจมากขึ้นจะได้มีสำนักพิมพ์สนใจและติดต่อไปขอซื้อลิขสิทธิ์มาเพื่อมีการแปลอย่างเป็นทางการ หรืออาจจะหาคนที่ชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน แต่ไม่มีความสามารถทางด้านภาษาญี่ปุ่น จึงแปลออกมาให้คนที่สนใจมีโอกาสได้อ่าน โดยที่งานแปลต่าง ๆ นั้นคิดว่าผู้แปลก็ถือเป็นเจ้าของผลงาน กิ่งหนึ่งในแง่ของคำแปล การแปลและการเรียบเรียง ส่วนมังงะและอนิเมะเป็นลิขสิทธิ์ของเจ้าของผลงาน

การแปลมังงะและทำแฟนซบอนิเมะมีทั้งแง่บวกและแง่ลบ แง่ลบคือการแปลหรือทำซบโดยไม่ได้รับอนุญาตน่าจะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างหนึ่ง ถ้ามีบริษัทที่ได้ลิขสิทธิ์มา บางคนอาจจะไม่ได้อุดหนุนของลิขสิทธิ์ เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายและยังคงอ่านและดูแบบฟรีต่อไป ทำให้ธุรกิจด้านสิ่งพิมพ์หรืออื่น ๆ อาจจะได้รับผลกระทบเรื่องรายรับและผลกำไร และถ้ายังเป็นแบบนี้ไปเรื่อย ๆ จะทำให้ธุรกิจด้านนี้ซบเซาลง บริษัทอาจจะมีเงินทุนในการซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนเรื่องใหม่ลดน้อยลง ส่วนแง่ดีคือช่วยให้มีคนรู้จักและชื่นชอบผลงานเพิ่มมากขึ้น โดยคนที่สนใจอาจจะไปหาซื้อผลงานที่ทำออกมาขายแล้วของเจ้าของลิขสิทธิ์นั้น ๆ และช่วยกระตุ้นให้ทางบริษัทที่ทำธุรกิจด้านนี้ตื่นตัว มีการพัฒนาการให้บริการ และแก้ไขปัญหาในด้านนี้มากขึ้น เช่น อาจจะเปิดตัวหนังสือในรูปแบบ e-book มากขึ้น หรือทำเป็นระบบสมาชิกให้สำหรับที่ต้องการดูอนิเมะที่ถูกลิขสิทธิ์ เพราะปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตค่อนข้างมีอิทธิพลมาก

เมื่อกล่าวถึงประเด็นที่มีคนออกมาเรียกร้องไม่ให้ซื้อลิขสิทธิ์เพราะจะทำให้ไม่มีอ่านหรือดูแบบออนไลน์อีกต่อไป อธิคิดว่าเป็นการกระทำที่ไม่สมควรนัก เพราะถ้ามีการติดต่อซื้อขายลิขสิทธิ์แล้ว ทางบริษัทที่ซื้อลิขสิทธิ์มาได้เสียค่าใช้จ่ายเพื่อนำมาตีพิมพ์และวางจำหน่ายอย่างถูกต้องไปแล้ว เจ้าของผลงานก็รับรู้และได้ค่าตอบแทนจากผลงานของเขา

อรกล่าวเสริมว่า การแปลหรือทำซบโดยที่ไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานเป็นเรื่องไม่สมควรนัก แต่ในบางกลุ่มคนที่อยากอ่านหรือดูอนิเมะที่ยังไม่ได้มีลิขสิทธิ์ในไทย หรืออาจจะได้ลิขสิทธิ์แล้วแต่มีการทำออกมาจำหน่ายช้า ทำให้บางคนที่มีความรู้ในด้านภาษาช่วยกันทำออกมาในรูปแบบ



ของงานแปลหรือแฟนซัป ซึ่งคนอ่านหรือคนดูที่ไม่ได้มีพื้นฐานภาษาญี่ปุ่นก็ติดตามในงานลักษณะนี้มากขึ้น แต่ถ้ามีการซื้อลิขสิทธิ์มาแล้วก็ควรที่จะช่วยกันซื้อสินค้าลิขสิทธิ์เพื่อสนับสนุนเจ้าของผลงาน และบริษัทเจ้าลิขสิทธิ์ให้มีผลงานต่อ ๆ ไป และจะดีมากถ้าหากซื้อลิขสิทธิ์มาแล้วรีบแปลและวางจำหน่าย ไม่เก็บไว้นานจนเกินไป



### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 8

เอ้ (นามสมมติ) อายุ 27 ปี ปัจจุบันทำงานเกี่ยวกับกราฟิกดีไซน์ มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตในการเล่นแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram ฯลฯ เข้าเว็บบอร์ด Pantip.com อ่านข่าวสารผ่านหน้าเว็บไซต์ และใช้อ่านการ์ตูนออนไลน์และดูอนิเมะตามเว็บเพจหรือบล็อกต่าง ๆ ติดตามข่าวสารการอัปเดตของผู้เขียนและผู้ทบทวนที่กำลังสนใจอยู่ในขณะนั้น ผู้วิจัยรู้จักกับเอ้ผ่านแอปพลิเคชัน Twitter โดยรู้จักกันเพราะเล่นเกมเดียวกัน จากนั้นก็รู้ว่าชอบการ์ตูนญี่ปุ่นเหมือนกัน เคยคุยกันบ้างเกี่ยวกับมังงะและอนิเมะ ผู้วิจัยจึงขอให้เอ้ช่วยมาเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยนี้

เอ้เริ่มสนใจในการ์ตูนญี่ปุ่นทั้งมังงะและอนิเมะมาตั้งแต่สมัยเด็กแล้ว และค่อย ๆ เริ่มสนใจมากขึ้น เพราะที่บ้านค่อนข้างที่จะสนับสนุนและไม่ปิดกั้นในการเข้าถึงเท่าไรนัก เช่น ตอนที่เรียนอยู่ชั้นประถมเคยไปดูคอนเสิร์ตของช่อง 9 การ์ตูน พอเริ่มโตขึ้นช่วงมัธยมก็เริ่มเข้าร้านเช่าการ์ตูน เริ่มมีอินเทอร์เน็ตในการหาช่องทางหรือข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงมังงะและอนิเมะที่สนใจ โดยที่ทั้งอ่านมังงะและดูอนิเมะออนไลน์ จะอ่านตามที่แฟนคลับแปลลงเว็บเพจหรือบล็อกต่าง ๆ ที่ไม่ถูกลิขสิทธิ์ ส่วนอนิเมะก็จะดูตามที่แฟนคลับแปลมาให้เหมือนกัน ตามเว็บเพจหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งไม่ถูกลิขสิทธิ์และยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทย บางครั้งก็อาจจะดูอนิเมะออนไลน์แบบถูกลิขสิทธิ์ตามเว็บที่ให้บริการ อย่างเช่น Netflix<sup>13</sup> หรือ iflix<sup>14</sup> เป็นต้น

เคยศึกษาเรื่องการทำแฟนซับและการทำมังงะแปลไทย เพราะเรื่องที่สนใจไม่มีใครสนใจจะทำ โดยศึกษาจากเว็บบอร์ดของคนที่เคยทำมาก่อนมานำและสอนวิธีการทำแต่ละขั้นตอน และทำ

<sup>13</sup> NetFlix คือ บริการ streaming ที่ผู้ใช้หรือลูกค้าสามารถเข้ารับชมเนื้อหาความบันเทิงได้หลากหลาย เช่น รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สารคดี แอนิเมชัน ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

<sup>14</sup> iflix คล้ายกับ Netflix แต่จะสามารถรับชม streaming ได้แคในแถบเอเชียและตะวันออกกลางบางประเทศ

คนเดียว เนื่องจากจุดประสงค์หลักคืออยากทำเก็บไว้อ่านเอง และการแปลด้วยภาษาของตัวเองจะง่ายกว่าภาษาอื่น จึงไม่ค่อยคาดหวังจากผู้อ่านว่าจะต้องมาอ่านหรือชอบงานแปลของเรา

เมื่อกล่าวถึงประเด็นสื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรีสามารถนำมาใช้อย่างไรก็ได้โดยไม่ต้องอนุญาต เธอตอบว่า เป็นความเชื่อที่ผิดและทุกอย่างมันมีลิขสิทธิ์ การแปลมังงะหรือทำแฟนซับลงอินเทอร์เน็ตโดยไม่ขออนุญาตถือว่าเป็นความผิดอยู่แล้ว100% แต่ก็จะมีบางกลุ่มที่มองว่าตราบไตที่ยังไม่ได้ลิขสิทธิ์ในไทยก็สามารถแปลได้ แต่ไม่สมควรจะนำมาหารายได้เสริมกับสิ่งที่ทำเหล่านี้

ความคิดเห็นของเอ้ที่มีต่อการทำมังงะแปลไทยหรือการทำแฟนซับ เธอกล่าวว่า เป็นเรื่องที่น่าทึ่งมาก ยิ่งตัวเราเองเป็นผู้เสพด้วยแล้ว เรามองว่าการแปลมังงะหรือทำแฟนซับค่อนข้างจะทำให้เราสามารถคัดเลือกได้ว่า เราชอบเรื่องไหนไม่ชอบเรื่องไหน เรื่องไหนน่าสนใจหรือไม่น่าสนใจ เรื่องไหนอยากจะสนับสนุนให้นำเข้าไทยมาเพื่อเก็บเป็นของลิขสิทธิ์ เรามองว่าการแปลไทยและแฟนซับเป็นสิ่งที่ค่อนข้างดีสำหรับตัวเองเพราะมันทำให้ได้คัดเลือกอะไรหลาย ๆ อย่าง ในกรณีที่ได้มีการซื้อลิขสิทธิ์เข้ามาในไทยแล้วแต่ยังไม่มีผู้แปลและกลุ่มแฟนซับได้ออกผลงานมาอย่างต่อเนื่องโดนไม่สนใจถือว่าเป็นความผิดอย่างมาก แม้ว่าจะไม่แสวงหาผลกำไรก็ตาม

สำหรับงานแปลต่าง ๆ นั้น เอ้คิดว่าผู้แปลเป็นเจ้าของคำแปลแต่ไม่ได้เป็นเจ้าของผลงาน แล้วก็ได้ไม่ได้เป็นการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ เพียงแค่แปลงสารให้ผู้อื่นได้ทำความเข้าใจผลงานได้มากขึ้น ในกรณีที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา และการออกมาเรียกร้องไม่ให้ซื้อลิขสิทธิ์เพราะจะไม่ได้เสพในออนไลน์ได้อีก เอ้คิดว่ามันไม่ถูกต้องและไม่ให้ความเคารพต่อเจ้าของผลงานที่เป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานขึ้นมา รวมทั้งทีมงานที่จัดทำเรื่องนั้น ๆ ขึ้นมาด้วย เนื่องจากว่าการทำแฟนซับและแปลมังงะทำให้รายได้เข้าไม่ถึงผู้สร้างสรรค์ผลงานนั้น ๆ ซึ่งตัวเธอเอง อยากให้มีการรณรงค์เรื่องลิขสิทธิ์และเผยแพร่ความรู้เรื่องเหล่านี้ให้มากขึ้น ด้วยกระบวนการที่เข้าใจได้ง่าย เพราะว่ามันมีคนมองว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยและไม่สำคัญต่อตัวเอง เพราะตัวเองนั้นไม่ได้เสียหายอะไร

ตารางที่ 1 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของน้ำ

น้ำ	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์</li> <li>- อ่านมังงะออนไลน์โดยการซื้อ e-book ภาษาญี่ปุ่น</li> <li>- ใช้ Twitter ติดตามข่าวสารการ์ตูนญี่ปุ่นใหม่ ๆ</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่เห็นด้วยว่าสื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรีหากไม่ได้ระบุไว้ว่าสามารถนำไปใช้ได้ฟรี ไม่ควรนำผลงานผู้อื่นมาใช้โดยไม่ขออนุญาต หากนำมาใช้ก็ควรอ้างอิงเพื่อให้ตามกลับไปถึงเจ้าของได้</li> <li>- การอ่านหรือดูการ์ตูนฟรีก็เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์แล้ว ส่วนการนำมาใช้เป็นขั้นกว่า</li> <li>- การแปลการ์ตูนเป็นสิ่งไม่ควรทำก็จริง แต่ก็หลีกเลี่ยงพื้นที่สีเทาไม่ได้เพราะผู้ประกอบการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งหมด</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แปลมังงะแล้วอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ต</li> <li>- อ่านมังงะฟรีในเว็บไซต์ออนไลน์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> </ul>	

ตารางที่ 2 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของแยม

แยม	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์</li> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ</li> <li>- มีเพจส่วนตัวใน Facebook ไว้อัปเดตข่าวสารการ์ตูนญี่ปุ่นที่ชื่นชอบ</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่เห็นด้วยว่าสื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรี ถือเป็นการไม่ให้เกียรติเจ้าของผลงานและไม่เคารพสิทธิของตัวเองที่พึงมี การไม่ขออนุญาตถือเป็นเรื่องไม่สมควร</li> <li>- การแปลการ์ตูนเป็นเรื่องไม่สมควร แต่ก็เป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการมองเห็นความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค</li> <li>- เห็นด้วยกับการลบการ์ตูนแปลออกจากอินเทอร์เน็ตเมื่อเรื่องดังกล่าวมีลิขสิทธิ์ในประเทศแล้วและพยายามสนับสนุนให้ซื้อสินค้าลิขสิทธิ์อย่างเต็มที่</li> <li>- ทราบว่าการแปลการ์ตูนผิดกฎหมายแต่คิดว่าเจ้าของลิขสิทธิ์อะลุ่มอล่วยให้เพราะเป็นการช่วยโปรโมต</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> <li>- แปลมังงะและทำแฟนซับกับเพื่อนแล้วอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ต</li> <li>- ดาวน์โหลดมังงะและอนิเมะตามเว็บไซต์แจกฟรี</li> </ul>	

ตารางที่ 3 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของพิม

พิม	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์</li> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ</li> <li>- ติดตามข่าวสารการ์ตูนญี่ปุ่นตามเพจใน Facebook</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่เห็นด้วยว่าสื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรีและรู้ว่าการแปลการ์ตูนผิดกฎหมาย เข้าใจหัวอกเจ้าของลิขสิทธิ์ แต่เมื่อไทยยังไม่มีลิขสิทธิ์ การที่จะต้องซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ต่างประเทศก็ดูจะยากลำบากและมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง</li> <li>- มองว่าการแปลการ์ตูนอยู่ในพื้นที่สีเทา จึงเลือกแปลเรื่องที่ยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทย เพราะคิดว่าเป็นพื้นที่ที่พอจะอนุโลมกันได้บ้าง</li> <li>- ถึงแม้ตนเองจะแปลมังงะหรือทำแฟนซับมาก่อนแต่ก็มีจุดยืนว่าถ้ามีลิขสิทธิ์ในไทยแล้วก็ควรจะอุดหนุน</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> <li>- ดาวน์โหลดมังงะและอนิเมะตามเว็บไซต์แจกฟรี</li> <li>- แปลมังงะและทำแฟนซับกับเพื่อนแล้วอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ต</li> </ul>	

ตารางที่ 4 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของออย

ออย	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์</li> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ</li> <li>- ซื้อมังงะออนไลน์จากเว็บไซต์ที่ให้บริการ e-book</li> <li>- ติดตามข่าวสารการ์ตูนญี่ปุ่นทั้งจาก Facebook และ Twitter</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทราบว่าการแปลการ์ตูนเป็นสิ่งผิดกฎหมาย แต่ถ้าไม่ได้ทำเพื่อหวังผลกำไรตอบแทนและการ์ตูนเรื่องดังกล่าวยังไม่มีลิขสิทธิ์ในไทยก็น่าจะไม่ใช่ไร</li> <li>- ทุกคนสามารถรับสื่อจากอินเทอร์เน็ตได้อย่างอิสระก็จริง แต่ไม่ใช่ทุกคนจะสามารถนำสื่อเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์โดยไม่ขออนุญาต ทุกอย่างไม่ได้ฟรีแต่มีเจ้าของทั้งสิ้น หากนำมาใช้ก็ควรขออนุญาตก่อนเสมอ</li> <li>- ยอมรับว่าตนเองก็เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งเสริมให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตละเมิดลิขสิทธิ์เพราะการแปลการ์ตูนออนไลน์จึงพร้อมที่จะสนับสนุนอย่างเต็มที่หากว่าการ์ตูนเรื่องดังกล่าวมีลิขสิทธิ์ในไทย</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> <li>- อัปโหลดมังงะเพื่อให้คนอื่นดาวน์โหลดไปอ่านต่อ</li> <li>- แปลมังงะและทำแฟนซบกับเพื่อนแล้วอัปโหลดบนอินเทอร์เน็ต</li> </ul>	

ตารางที่ 5 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของโม

โม	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์อย่างเดียว</li> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ</li> <li>- ซื้อมังงะออนไลน์จากแอปพลิเคชัน webcomic</li> <li>- ติดตามข่าวสารการ์ตูนญี่ปุ่นจาก Twitter</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทราบว่าการแปลงการ์ตูนเป็นสิ่งผิด เพราะละเมิดลิขสิทธิ์เจ้าของผลงาน หากทำเพื่อแบ่งปัน ไม่ได้ทำเชิงพาณิชย์ หรือแปลงชอนกับเรื่องที่มีลิขสิทธิ์แล้ว แต่ก็คิดว่าคงไม่เป็นไร แต่ถ้าหาเงินกับสิ่งเหล่านี้ก็ไม่ควรทำ</li> <li>- เข้าใจว่าการแปลงการ์ตูนไม่ได้เป็นการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ และส่งผลกระทบต่อเจ้าของลิขสิทธิ์ หากการ์ตูนออนไลน์ถูกออกจากอินเทอร์เน็ตก็จะเคารพตามนั้นและรออุดหนุนสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ต่อไป</li> <li>- ก่อนนำสื่อต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตมาใช้ งานต้องขออนุญาตเจ้าของผลงาน อยากรเป็นเจ้าของต้องผลิตเอง</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> <li>- ดาวน์โหลดมังงะและอนิเมะตามเว็บไซต์แจกฟรี</li> </ul>	



ตารางที่ 6 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของหมวย

หมวย	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์อย่างเดียว</li> <li>- ดูนิเมะแบบ live streaming</li> <li>- อ่านมังงะและดูนิเมะออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ</li> <li>- ติดตามข่าวสารการ์ตูนญี่ปุ่นจาก Twitter, Tumblr และเว็บไซต์ official</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่เห็นด้วยว่าสื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรี ในฐานะที่เรียนสายครีเอทีฟและเป็นสายผลิตผลงาน ทุกอย่างที่น่ามาใช้จะต้องมีการอ้างอิงแหล่งที่มา แต่ก็ยอมว่ายังเห็นแก่ตัวอยู่บ้าง คิดว่าไม่เป็นไรหากละเมิดเพียงเล็กน้อย เพราะคนส่วนใหญ่ก็ทำ ตนเองก็ทำเช่นกัน</li> <li>- หากแปลการ์ตูนแล้วไม่ได้คิดหาผลกำไรก็คิดว่าไม่เป็นไรเพราะเป็นพื้นที่สี่เทา แต่หากเจ้าของลิขสิทธิ์จะเรียกร้องการชดใช้ก็ไม่สามารถหักท้วงอะไรได้</li> <li>- ทราบว่าการแปลการ์ตูนผิดกฎหมายแต่เพราะมีคนที่ต้องการอยู่มาก สิ่งเหล่านี้จึงยังคงมีอยู่ตลอด</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อ่านมังงะและดูนิเมะจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> <li>- ดาวน์โหลดมังงะและอนิเมะตามเว็บไซต์แจกฟรี</li> </ul>	

ตารางที่ 7 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของอร

อร	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์อย่างเดียว</li> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ</li> <li>- ซื้อมังงะออนไลน์จากเว็บไซต์ที่ให้บริการ e-book และอ่านมังงะจากแอปพลิเคชันหนังสือออนไลน์</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรให้ความดีความชอบกับเจ้าของผลงาน หากจะนำผลงานมาแปลก็ควรได้รับอนุญาตจากเจ้าของก่อนแม้ว่าจะไม่ได้ทำเพื่อแสวงหาผลกำไร</li> <li>- ทราบว่าการแปลการ์ตูนเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เจ้าของผลงาน แต่คิดว่าผู้แปลก็เป็นเจ้าของกึ่งหนึ่งของงานแปลในส่วนของคำแปล</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คิดว่าการ์ตูนแปลส่งผลกระทบต่อรายรับและผลกำไรของผู้ประกอบการ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการช่วยโปรโมตการ์ตูนเรื่องดังกล่าวให้มีคนสนใจมากขึ้น และทำให้มีคนซื้อลิขสิทธิ์มาจำหน่ายในไทยอย่างเป็นทางการ เป็นการกระตุ้นผู้ประกอบการให้ตื่นตัว</li> </ul>

ตารางที่ 8 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของเอ

เอ	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการดาวน์โหลด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคการดาวน์โหลด</li> <li>- ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ที่ให้บริการ streaming</li> <li>- อ่านมังงะและดาวน์โหลดตามเว็บไซต์หรือเว็บบล็อกต่าง ๆ</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความคิดที่ว่าสื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรีเป็นความเชื่อที่ผิดเพราะผลงานสร้างสรรค์ทุกอย่างมีลิขสิทธิ์ การแปลงการดาวน์โหลดบนอินเทอร์เน็ตโดยไม่ขออนุญาตจึงถือว่ามีผิด และไม่ควรรายได้จากสิ่งเหล่านี้</li> <li>- คิดว่าการดาวน์โหลดไม่ใช่การสร้างสรรค์ผลงานใหม่และผู้แปลงเป็นเจ้าของคำแปลแต่ไม่ได้เป็นเจ้าของผลงาน</li> <li>- การดาวน์โหลดเป็นเรื่องที่พุดยากเพราะตนเองก็เป็นผู้เสพด้วย มองว่าทำให้มีตัวเลือกและได้คัดเลือกมากขึ้นเพื่อที่สนับสนุนผลงานที่ถูกลิขสิทธิ์ต่อไป</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดาวน์โหลดมังงะและอนิเมะตามเว็บไซต์แจกฟรี</li> <li>- อ่านมังงะและดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> <li>- แปลมังงะและทำแฟนซับ</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คิดว่าการดาวน์โหลดไม่ใช่การสร้างสรรค์ผลงานใหม่และผู้แปลงเป็นเจ้าของคำแปลแต่ไม่ได้เป็นเจ้าของผลงาน</li> <li>- การดาวน์โหลดเป็นเรื่องที่พุดยากเพราะตนเองก็เป็นผู้เสพด้วย มองว่าทำให้มีตัวเลือกและได้คัดเลือกมากขึ้นเพื่อที่สนับสนุนผลงานที่ถูกลิขสิทธิ์ต่อไป</li> </ul>

ตารางที่ 9 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของน้ำหวาน

น้ำหวาน	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผู้บริโภคการ์ตูนออนไลน์อย่างเดียว</li> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ และเพจแปลการ์ตูนใน Facebook</li> <li>- ติดตามข่าวสารการ์ตูนญี่ปุ่นจาก Twitter และเพจใน Facebook</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คิดว่าผู้แปลเป็นเจ้าของงานที่แปลระดับหนึ่ง ถึงแม้จะเป็นงานแปลที่ละเมิดลิขสิทธิ์ แต่ก็ใช้ความรู้ความสามารถของผู้แปลเอง ต้องอ้างอิงผู้แปลด้วย</li> <li>- ทราบดีว่าการแปลการ์ตูนออนไลน์เป็นสิ่งที่ผิดแต่ก็ทำออกมาด้วยใจและไม่หวังผลกำไรใด ๆ แต่ก็ไม่คิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นของฟรีจะนำไปใช้อย่างไรก็ได้ ถึงจะอยู่ในอินเทอร์เน็ตและเราสามารถเข้าถึงได้แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นของเรา จัดหาเพื่อเรา ถึงอย่างไรก็ควรขออนุญาตเจ้าของผลงานก่อน</li> <li>- ถ้าการ์ตูนเรื่องใดมีลิขสิทธิ์แล้วก็อยากให้ลบออกจากอินเทอร์เน็ตแล้วสนับสนุนผลงานลิขสิทธิ์</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นออนไลน์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดาวน์โหลดมังงะและอนิเมะตามเว็บไซต์แจกฟรี</li> <li>- อ่านมังงะและดูอนิเมะจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> </ul>	<p>อินเทอร์เน็ทเป็นของฟรีจะนำไปใช้</p>

ตารางที่ 10 สรุปทัศนคติและลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ของลิน

ลิน	
<p><u>ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการดาวน์โหลด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคการดาวน์โหลด</li> <li>- ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ที่ให้บริการ streaming</li> <li>- อ่านมังงะและดาวน์โหลดตามเว็บไซต์ต่าง ๆ</li> </ul>	<p><u>การประเมินตนเองต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คิดว่าคนที่สร้างสรรค์ผลงานก็ต้องเป็นเจ้าของผลงานอยู่แล้ว จึงไม่เห็นด้วยที่ว่าสื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นของฟรี หากเราไม่ใช่ผู้สร้างสรรค์ผลงานก็ควรขออนุญาตเจ้าของผลงานก่อนนำมาใช้ทุกครั้ง การเข้าถึงได้ไม่ได้แปลว่าเราสามารถนำมาใช้อย่างไรก็ได้</li> </ul>
<p><u>ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์การดาวน์โหลด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดาวน์โหลดมังงะและอนิเมะตามเว็บไซต์แจกฟรี</li> <li>- อ่านมังงะและดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ละเมิดลิขสิทธิ์</li> <li>- แพลมมังงะแล้วส่งต่อให้ผู้อื่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแปลการ์ตูนลงบนอินเทอร์เน็ตอยู่ในพื้นที่สีเทา トラบเทาที่งานแปลเหล่านั้นไม่ได้แสวงหาผลกำไร แต่ทำเพื่อแบ่งปัน ก็เป็นสิ่งที่สามารถทำได้ แต่ถ้ามีลิขสิทธิ์ในไทยแล้วก็ต้องหยุดทำ เพราะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์</li> </ul>

ตารางที่ 11 สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

นามสมมติ	การกระทำที่ละเมิดลิขสิทธิ์						สถานะทางสังคม	
	ไม่กระทำ	กระทำ					กำลังศึกษา	ทำงานแล้ว
		บริโภคน			ผลิต (แปล)			
		อ่าน	ดู	ดาวน์โหลด	เผยแพร่	ไม่เผยแพร่		
1. น้ำ		✓	✓		✓		✓	
2. แยม		✓	✓	✓	✓			✓
3. พิมพ์		✓	✓	✓	✓			✓
4. ออช		✓	✓	✓	✓		✓	
5. โม่		✓	✓	✓				✓
6. ทมวช		✓	✓	✓			✓	
7. อร		✓	✓					✓
8. เอ้		✓	✓	✓	✓			✓
9. น้ำหวาน		✓	✓	✓			✓	
10. ลิน		✓	✓	✓	✓			✓

### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวดารารัตน์ ภูธร เกิดเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2534 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2556 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ กลุ่มวิชาการสื่อสารศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี 2557

