

การกำาแฟนซบภาษาไทย: กรณีศึกษาละครชุดเรื่อง “มหาศกซบบัลล้ง” (ป 6)¹

Thai Fansubbing: a case study of “Game of Thrones” (Season 6)

สุขุมารย คุหาคตภพ²
Sukhumarn Kuhaktipob

Received: August 8, 2022

Revised: January 21, 2023

Accepted: March 21, 2022



บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการของแฟนซบในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาพัฒนาการในการเปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคละครชุดเป็นผู้ทำาบทบรรยายได้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนซบของละครชุดเรื่อง “มหาศกซบบัลล้ง” ปี 6 โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และกลุ่มแฟนซบของละครชุดเรื่อง “มหาศกซบบัลล้ง” (ปี 6) ผลการศึกษาพบว่า การทำาแฟนซบในประเทศไทยมีจุดเริ่มต้นในช่วงปี พ.ศ.2547-2548 หลังจากนั้นมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากความชื่นชอบส่วนตัวและการทำาแฟนซบมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นในอนาคต แต่จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญพบว่า การทำาแฟนซบยังถือเป็นเรื่องที่มีผิดกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ในประเทศไทย ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า การทำาแฟนซบสามารถยกระดับให้ถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ได้ โดยการขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งอาจมีผลต่อพัฒนาการของแฟนซบในอนาคตเช่นกัน นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่ามีกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบละครชุดที่จากเดิมเป็นเพียงผู้บริโภคได้ผันตัวมาเป็นโพรซูเมอร์ ด้วยปัจจัยของเวลาและคุณภาพ และแนวโน้มของการเป็นโพรซูเมอร์เติบโตขึ้น เนื่องจากปัจจัยของเทคโนโลยีและความหลากหลายของสื่อเข้ามา มีผลให้โพรซูเมอร์สามารถทำาแฟนซบได้ง่ายขึ้นเช่นกัน

คำาสำคัญ: การแปลบทบรรยายได้ภาพ, โพรซูเมอร์, แฟนซบ, ละครชุด, “มหาศกซบบัลล้ง” ปี 6

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง “การทำาแฟนซบภาษาไทย: กรณีศึกษาละครชุดเรื่อง “มหาศกซบบัลล้ง” (ปี 6)” ในหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาและการพัฒนา สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล (This article is a part of thesis studying entitled “Thai Fansubbing: A case study of “Game of Thrones” (Season 6)” In Master of Arts program in Language and Culture for Communication and Development, Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University)

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาและการพัฒนา สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล (Students of Master of Arts program in Language and Culture for Communication and Development, Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University) E-mail: sukhu_marn@hotmail.com

Abstract

This qualitative study aims to explore 1) an overview of fansubbing in Thailand and 2) the overview of prosumer of the TV series “Game of Thrones,” Season 6. The data was collected through interviews with a professional level trade officer at the Department of Intellectual Property, Ministry of Commerce, and informants representing fansubbers. An analysis is based on the theoretical frameworks of subtitling by Jorge Diaz-Cintas and Pablo Muñoz Sánchez (2006), and Alvin Toffler (1990)’s prosumers concept. The study results indicate that fansubbing in Thailand did not begin until the period between 2004 and 2005. After that, it has continued to grow until now, which is mainly due to personal preferences and previous and current trends show that fansubbing will continue to grow. But according to interviews with experts, it was found that fansubbing is still illegal in Thailand. Experts commented that fansubbing can raise the level of copyright law by requesting permission from the copyright owner. This may affect the future development of fansubbing as well. Moreover, the results indicate that many consumers become prosumers due to time and quality factors, and this trend will continue to grow. Due to the factors of technology and the variety of media, it makes it easier for prosumers to do subtitles as well.

Keywords: Fansubbing, “Game of Thrones”, Prosumer, Subtitles, TV Series

บทนำ

ละครชุด (Series) ถือเป็นรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ละครชุดยังคงเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ชมในต่างประเทศในการรับรู้ และทำความเข้าใจ การแปลจึงเข้ามามีบทบาทในการลดอุปสรรคดังกล่าว อย่างไรก็ตาม สถานีโทรทัศน์ก็ยังคงมีข้อจำกัดในการนำละครชุดจากต่างประเทศเข้ามาเผยแพร่ในประเทศของตน ทำให้กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบละครชุดบางเรื่องที่ไม่มีสถานีโทรทัศน์ใดนำมาเผยแพร่ต้องหาวิธีการรับชมละครชุดในภาษาของตนเอง ด้วยเหตุนี้จึงเกิดเป็นการแปลที่เรียกว่า “แฟนซับ (Fansubs)” คำว่า Fansubs ย่อมาจาก Fansubtitles ซึ่งหมายถึงบทบรรยายใต้ภาพโดยกลุ่มแฟนคลับ ในปัจจุบันมีการนำละครชุดจากต่างประเทศเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก การแปลบทบรรยายใต้ภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลจากบทบรรยายต้นฉบับภาษาอังกฤษสู่บทบรรยายฉบับแปลภาษาไทยให้ใกล้เคียงที่สุด นอกจากนี้ ด้วยสาเหตุที่ทางสถานีโทรทัศน์มีข้อจำกัดของจำนวนละครชุดที่ซื้อมีสิทธิ์เข้ามา เป็นผลให้แฟนคลับเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเผยแพร่ละครชุดทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

จากการสำรวจพบว่า จำนวนเว็บไซต์ที่เผยแพร่ละครชุดจากประเทศต่าง ๆ และมีการทำบทบรรยายใต้ภาพในรูปแบบแฟนคลับ มีจำนวนเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าการทำแฟนคลับเป็นรูปแบบ

การแปลที่ได้รับความนิยมมากขึ้น นอกจากนี้ หลังจากที่ได้สืบค้นงานวิจัยเกี่ยวกับการแปลบทบรรยายใต้ภาพโดยแฟนซับซึ่งยังเป็นเรื่องที่ไม่มีการศึกษาอย่างแพร่หลายนั้น ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำแฟนซับในประเทศไทยยังมีจำกัด จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพัฒนาการของแฟนซับในประเทศไทย

นอกจากนี้ ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัยมากขึ้น ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบในละครชุดเรื่องเดียวกันรวมกลุ่มกันเพื่อทำบทบรรยายใต้ภาพด้วยตนเอง เป็นผลให้ผู้ชื่นชอบละครชุดบางคนซึ่งเป็นเพียงผู้ชมอย่างเดียวนั้นได้ผันตัวเองมาทำบทบรรยายใต้ภาพ ทำให้เกิดแนวคิดใหม่ที่ว่า “โพรซูเมอร์ (Prosumer)” ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้เป็นสิ่งที่น่าใจ มีผลต่อแนวทางการทำบทบรรยายใต้ภาพโดยแฟนซับในแง่ของการเติบโตที่รวดเร็ว จึงมีความสนใจที่จะศึกษาพัฒนาการในการเปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคละครชุดเป็นผู้ทำบทบรรยายใต้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนซับ

เมื่อผู้วิจัยศึกษาข้อมูลของละครชุดที่นำมาเผยแพร่ในประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ตแล้วพบว่า ในปัจจุบันมีละครชุดจากประเทศเกาหลี ละครชุดจากประเทศญี่ปุ่น และละครชุดจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ แต่ผู้วิจัยสนใจศึกษาละครชุดจากประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น เนื่องจากเป็นละครชุดที่มีต้นฉบับเป็นภาษาอังกฤษและมีการทำบทบรรยายใต้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนซับ เมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการเปรียบเทียบยอดการเข้าชมแล้วพบว่า ละครชุดที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมสูงสุดคือ ละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิงบัลลังก์” (ปี 6) (“Game of Thrones” (Season 6)) มีการทำแฟนซับเผยแพร่ทางเว็บไซต์ซีรีส์ซับไทยดอทคอม (www.seriesubthai.com) ซึ่งเป็นละครชุดที่มียอดการรับชมสูงที่สุดในพ.ศ. 2559 ที่จัดอันดับโดยเว็บไซต์ IMDb และเว็บไซต์กระปุกดอทคอม (www.kapook.com) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาละครชุดเรื่องนี้ซึ่งเป็นละครชุดจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย เพื่อศึกษาพัฒนาการของแฟนซับในประเทศไทย โดยใช้แนวคิดด้านการแปลบทบรรยายใต้ภาพของ Jorge Díaz-Cintas และ Pablo Muñoz Sánchez (2006) และแนวคิดและทฤษฎีด้านโพรซูเมอร์ (Prosumer) ของ Alvin Toffler (1980) เป็นแนวทางในการทำวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ทำแฟนซับและผู้ที่มีความสนใจในการทำแฟนซับต่อไป

บทนำ

1. แนวคิดด้านการทำบทบรรยายใต้ภาพ

Díaz-Cintas and Muñoz Sánchez (2006, pp. 37-52) กล่าวว่า แฟนซับ คือ การที่กลุ่มคนที่คลั่งไคล้ในแอนิเมชันญี่ปุ่นรวมตัวกันแปลและจัดทำบทบรรยายใต้ภาพด้วยตัวเอง แฟนซับกำเนิดขึ้นครั้งแรกในทศวรรษที่ 1980 (ค.ศ. 1980-1989) และในปัจจุบันก็ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องแฟนซับอยู่น้อยมาก Díaz-Cintas และ Muñoz Sánchez ได้จัดกระบวนการการทำบทบรรยายใต้ภาพโดยกลุ่มแฟนซับเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 ขั้นตอนจัดหาทรัพยากรบุคคล ซึ่งในการจัดทำแฟนซับประกอบด้วยบุคคลหลัก 6 คน ได้แก่

- 1.1.1 ผู้จัดทำต้นฉบับ
- 1.1.2 ผู้แปล
- 1.1.3 ผู้กำหนดเวลา
- 1.1.4 ผู้กำหนดแบบตัวอักษร
- 1.1.5 ผู้แก้ไขและผู้พิสูจน์อักษร
- 1.1.6 ผู้ใส่บทบรรยายได้ภาพเข้าสู่วิดีโอต้นฉบับ
- 1.2 ชั้นจัดหาเครื่องมือที่ใช้ในการแปล
 - 1.2.1 การหาแหล่งข้อมูลต้นฉบับ
 - 1.2.2 การหาเครื่องมือที่ใช้ในการแปล
 - 1.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการกำหนดเวลา
 - 1.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการพิมพ์
 - 1.2.5 เครื่องมือที่ใช้ในการแก้ไขปรับบทแปล
 - 1.2.6 เครื่องมือที่ใช้ในการใส่บทแปลของบทบรรยายได้ภาพสู่ต้นฉบับ
 - 1.2.7 เครื่องมือที่นิยมใช้ในการเผยแพร่คือ โปรแกรมบิททอร์เรนต์ (Bittorrent)
- 1.3 ชั้นกระบวนการแปล

คำอธิบายกระบวนการทำบทบรรยายได้ภาพโดยแฟนซับในข้อ 1.3.1 - 1.3.6 ข้างล่างนี้ เป็นข้อมูลจากกลุ่มแฟนซับที่มีชื่อว่า ทีมอินฟิวชัน แฟนซับบิง (Infusion Fansubbing Team) ที่ให้ไว้ในปี พ.ศ. 2546 (Sanchez, 2006)

1.3.1 เมื่อกลุ่มแฟนคลับได้รับไฟล์ต้นฉบับมา ผู้ใส่บทบรรยายได้ภาพเข้าสู่ต้นฉบับจะวิเคราะห์ว่าต้นฉบับมีคุณภาพเสียงและรูปภาพที่ดีหรือไม่ และแยกไฟล์เสียงออกจากต้นฉบับ หลังจากนั้นจึงส่งให้กับผู้กำหนดเวลา

1.3.2 ผู้กำหนดเวลาคัดลอกต้นฉบับแล้วส่งให้ผู้แปล ซึ่งอาจลดคุณภาพและขนาดของไฟล์ได้ เพื่อความสะดวกในการส่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผู้แปลมีหน้าที่ในการแปลบทสนทนาไปสู่ภาษาเป้าหมาย รวมไปถึงสัญลักษณ์และสิ่งที่ปรากฏบนหน้าออกอีกด้วย เมื่อบทแปลเสร็จเรียบร้อยก็จะส่งให้กับผู้กำหนดเวลา

1.3.3 ผู้กำหนดเวลาจะฟังและดูว่าบทบรรยายได้ภาพข้อความใดควรอยู่ที่นาทีเท่าไรถึงเท่าไร และเขียนลงไปนในรายการฉบับแปลแล้วส่งให้กับผู้กำหนดแบบตัวอักษร

1.3.4 ผู้กำหนดแบบตัวอักษรจะทำหน้าที่เลือกกว่าควรใช้ตัวอักษรแบบใดที่เหมาะสมเป็นบทบรรยายได้ภาพ

1.3.5 ผู้แก้ไขและผู้พิสูจน์อักษรตรวจสอบฉบับแปลและส่งให้ผู้ใส่บทบรรยายได้ภาพเข้าสู่ต้นฉบับ เพื่อใส่บทบรรยายได้ภาพฉบับแปลเข้าสู่ไฟล์ต้นฉบับ

1.3.6 เมื่อดำเนินการทุกขั้นตอนเสร็จสมบูรณ์แล้ว กลุ่มแฟนคลับเผยแพร่ละครชุดที่มีบทบรรยายได้ภาพออกไปทางเว็บไซต์ โปรแกรมที่นิยมใช้ในการเผยแพร่ฉบับแฟนซับคือ บิททอร์เรนต์ (Bittorrent)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Prosumer

Toffler กล่าวว่า โปรซูเมอร์ (Prosumer) มาจากคำว่า “Producer” (ผู้ผลิต) กับ “Consumer” (ผู้บริโภค) ผสมกันเข้าด้วยกัน ผู้บริโภคแบบโปรซูเมอร์ถือเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในยุคอุตสาหกรรม อีกทั้งยังได้นิยามความหมายเชิงการขายสินค้าและบริการไว้ว่า ผู้บริโภคแบบโปรซูเมอร์ หมายถึง กลุ่มคนที่มีความสามารถในการคิด ออกแบบ และผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ด้วยตนเอง เช่น การออกแบบเสื้อผ้า การผลิตอาหาร การบำรุงรักษารถยนต์ เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่ขาดตกบกพร่องและเติมเต็มสิ่งที่ผู้ผลิตยังไม่มองข้ามไป

Alvin Toffler เป็นนักเขียนชาวอเมริกันและเป็นผู้ทำนายอนาคตที่มีชื่อเสียง ได้นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ไว้ในหนังสือชื่อ “The Third Wave” ซึ่งเป็นหนังสือที่ทำนายโลกในศตวรรษที่ 21 ทั้งในด้านเทคโนโลยี สังคม สารสนเทศ และอำนาจ หนังสือเล่มนี้มีการกล่าวถึงหัวข้อ “โฉมหน้าใหม่ของผู้ผลิตเพื่อผู้บริโภค” ว่า ปรากฏการณ์โปรซูเมอร์ (Prosumer) มีต้นกำเนิดในประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงมหาวิกฤตเศรษฐกิจโลก (Great Depression) ซึ่งเกิดขึ้นในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 เป็นยุคที่ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศต่าง ๆ ในยุโรปตะวันตกซึ่งประสบความเสียหายจากภัยพิบัติของสงครามสามารถฟื้นฟูประเทศและระบอบเศรษฐกิจให้เข้าสู่สภาพปกติได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการผลิตของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมและการบริการ (Toffler, 1980) นอกจากนี้ Toffler (1980) กล่าวถึงคำว่า โปรซูเมอร์ (Prosumer) ในศตวรรษที่ 21 ว่า “จะมีชีวิตในอีกรูปแบบหนึ่ง ลองนึกถึงภาพมนุษย์ยุคใหม่ที่ติดเสื้อผ้าใหม่โดยการซื้อกล่องโปรแกรมที่จะบังคับจักรเย็บผ้าไฟฟ้าให้เดินตามชอบใจ สักวันหนึ่ง ลูกค้าน่าจะสามารถสร้างโปรแกรมผลิตเสื้อผ้าในแบบที่ตัวเองต้องการโดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์ พฤติกรรมเช่นนี้จะกลายเป็นพฤติกรรมของอนาคต ขอให้มิมือคอมพิวเตอร์กันทุกบ้าน” แนวคิดของ Toffler ได้กล่าวถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภคกลุ่มโปรซูเมอร์ที่มาพร้อมกับพัฒนาการทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชันต่าง ๆ อีกด้วย

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลพัฒนาการของการทำแพนซ์ในประเทศไทย และพัฒนาการในการเปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคละครชุดเป็นผู้ทำบทบรรยายได้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแพนซ์บาวีเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงความ เป็นมา การเจริญเติบโต และทิศทางของแพนซ์ในประเทศไทยในอนาคต

1. การคัดเลือกแหล่งข้อมูล

เนื่องจากการทำแพนซ์ในประเทศไทยยังเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้คำนึงถึงประสบการณ์ส่วนตัวที่มีในการชมละครชุด และยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านแหล่งข้อมูล เนื่องจากแหล่งข้อมูลที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำแพนซ์ของละครชุดได้นั้น มักจะไม่เปิดเผยตัวตนในการทำแพนซ์ จึงเป็นเรื่องยากที่จะติดต่อขอข้อมูลเพื่อทำวิจัย ดังนั้น ผู้วิจัยจึง

เลือกค้นคว้าละครชุดที่มีกลุ่มแฟนคลับติดตามเป็นจำนวนมากในประเทศไทย ซึ่งละครชุดที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้มีจำนวนจำกัดเช่นกัน

เมื่อผู้วิจัยศึกษาข้อมูลของละครชุดที่นำมาเผยแพร่ในประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ตแล้วพบว่าในปัจจุบันมีละครชุดจากประเทศเกาหลี ละครชุดจากประเทศญี่ปุ่น และละครชุดจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ แต่ผู้วิจัยสนใจศึกษาละครชุดจากประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น เนื่องจากเป็นละครชุดที่มีต้นฉบับเป็นภาษาอังกฤษและมีการทำบทบรรยายได้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนคลับ เมื่อรวบรวมข้อมูลแล้วพบว่า ละครชุดที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมสูงสุดคือ ละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิงบัลลังก์” (ปี 6) (“Game of Thrones” (Season 6)) มีการทำแฟนคลับเผยแพร่ทางเว็บไซต์ซีรีส์ซับไทยดอทคอม (www.seriesubthai.com) ซึ่งเป็นละครชุดที่มียอดการรับชมสูงสุดในพ.ศ. 2559 ที่จัดอันดับโดยเว็บไซต์ IMDb และเว็บไซต์กระปุกดอทคอม (www.kapook.com) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาละครชุดเรื่องนี้ การที่ผู้วิจัยเลือกละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิงบัลลังก์” (ปี 6) (“Game of Thrones” (Season 6)) มาศึกษานั้น เนื่องจาก 1) เป็นละครชุดที่มียอดการรับชมสูงสุดในปี พ.ศ. 2559 2) เป็นละครชุดจากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งยังไม่มีการทำแฟนคลับที่ถูกกฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศไทย และ 3) เป็นละครชุดที่เผยแพร่ในประเทศไทยมาอย่างยาวนานถึง 5 ปี คือ ปี พ.ศ.2554 - 2559 จึงทำให้ได้รับความนิยมจากกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบเป็นจำนวนมาก

2. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการทำบทบรรยายได้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนคลับ

ในส่วนของขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาพัฒนาการของแฟนคลับในประเทศไทย รวมถึงการทำแฟนคลับของละครชุด จากนั้น ผู้วิจัยได้สรุปบทสัมภาษณ์เพื่อศึกษาพัฒนาการของแฟนคลับในประเทศไทย และศึกษาการทำแฟนคลับของละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิงบัลลังก์” (ปี 6) (“Game of Thrones” (Season 6))

ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลประเภทบุคคลนั้น ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลพัฒนาการของแฟนคลับในประเทศไทยตั้งแต่เริ่มมีการทำแฟนคลับครั้งแรกในประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน รวมถึงข้อมูลแฟนคลับในประเทศไทยในเชิงกฎหมายลิขสิทธิ์ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายลิขสิทธิ์ และจะนำเสนอข้อมูลในเชิงบทบาทของโปรซูเมอร์จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษาแฟนคลับภาษาไทยของละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิงบัลลังก์” (ปี 6)

1. พัฒนาการของแฟนคลับในประเทศไทย

การทำแฟนคลับกำเนิดขึ้นครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงทศวรรษที่ 1980 (ค.ศ. 1980-1989) (Cintas and Sánchez, 2006:37-52) เริ่มต้นมาจากกลุ่มคนที่คลั่งไคล้แอนิเมชันญี่ปุ่นได้รวมตัวกันแปลและจัดทำบทบรรยายได้ภาพของแอนิเมชันที่ชื่นชอบด้วยตัวเอง หลังจากนั้นการทำแฟนคลับมีความแพร่หลายมากขึ้น จนเข้ามาในประเทศไทยในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและขอเสนอในรูปแบบแผนภาพแสดงพัฒนาการของแฟนคลับตั้งแต่จุดเริ่มต้นของแฟนคลับในประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2563) ดังแผนภาพข้างล่างนี้

ช่วงปี พ.ศ. 2547 - 2548	<ul style="list-style-type: none"> • การทำแฟนคลับเริ่มเข้าสู่ประเทศไทย • มีการตั้งกลุ่มแฟนคลับกลุ่มแรกขึ้น
พ.ศ. 2550	<ul style="list-style-type: none"> • มีรูปแบบการเผยแพร่แฟนคลับรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า "เว็บบอร์ด" • มีการเปิดเว็บไซต์เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับสามารถติดตามละครชุดที่มีการทำแฟนคลับได้
พ.ศ. 2557	<ul style="list-style-type: none"> • Youtube เปิดฟีเจอร์ใหม่ที่เรียกว่า "“แฟนซับไตเติ้ล (Fansubtitles)”"
ปัจจุบัน	<ul style="list-style-type: none"> • มีการเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook • มีแอปพลิเคชันสำหรับการรับชมละครชุดเกิดขึ้น เช่น แอปพลิเคชัน "VIU" และแอปพลิเคชัน "NETFLIX"

ภาพที่ 1 ลำดับเหตุการณ์ของพัฒนาการแฟนคลับในประเทศไทย

จากแผนภาพ 1 แสดงให้เห็นว่าการทำแฟนคลับในประเทศไทยมีจุดเริ่มต้นในช่วงปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 การทำแฟนคลับเริ่มเข้าสู่ประเทศไทยเป็นครั้งแรก ซึ่งกลุ่มแฟนคลับกลุ่มแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ได้แก่ “บางระจันแฟนคลับ” และ “1000sub” เป็นต้น (Animasu, 2016) โดยในช่วงแรก กลุ่มแฟนคลับจะเริ่มจากการทำแฟนคลับของแอนิเมชันญี่ปุ่นเช่นเดียวกับในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อเทคโนโลยีในประเทศไทยมีพัฒนาการก้าวหน้ามากขึ้น ระบบอินเทอร์เน็ตมีความแพร่หลายมากขึ้น จึงเกิดกลุ่มผู้ทำแฟนคลับขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบที่ใช้ในการเผยแพร่แฟนคลับรูปแบบใหม่เกิดขึ้น เรียกว่า “เว็บบอร์ด (Webboard)” ซึ่งเป็นพื้นที่ไว้สำหรับดาวนโหลดแอนิเมชัน อีกทั้งยังเป็นช่องทางให้กลุ่มแฟนคลับได้มีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือพูดคุยกันได้ และเป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มแฟนคลับในการเผยแพร่ผลงานของตนเอง โดยมีบทบาทประการสำคัญที่สุด คือ ถือเป็นเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลางรวมกลุ่มผู้ทำแฟนคลับกลุ่มอื่นอีกด้วย นอกจากนี้ เว็บไซต์เผยแพร่วิดีโอขนาดใหญ่อย่าง YouTube ยังได้เพิ่มฟีเจอร์ใหม่ในวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2557 นั่นคือ ฟีเจอร์ “แฟนซับไตเติ้ล (Fansubtitles)” เพื่อให้ผู้ชมวิดีโอสามารถช่วยแปลและเพิ่มบทบรรยายได้ภาพเป็นภาษาของตนเองได้ เป็นผลให้ผู้ชมสามารถรับชมวิดีโอบน YouTube ได้ในทุกภาษา ทำให้มีผู้ชมวิดีโอให้ความสนใจเข้าไปทำแฟนคลับด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น

ถือเป็นการเติบโตของการทำแฟนคลับทั่วโลกที่สำคัญเป็นอย่างมาก (Dickey, 2017)

หากกล่าวถึงการทำแฟนคลับในประเทศไทยในปัจจุบัน ผู้วิจัยพบว่า ยังคงมีการทำแฟนคลับในรูปแบบที่เกิดจากความชื่นชอบส่วนตัวและการแสวงหาผลประโยชน์จากการทำแฟนคลับในรูปแบบของการคัดลอกผลงานไปบันทึกลงแผ่นซีดีหรือดีวีดี แล้วนำไปวางขายตามท้องตลาด นอกจากนี้ ยังมีการทำแฟนคลับหลายฉบับสำหรับละครชุดเรื่องเดียวกัน เนื่องจากมีกลุ่มผู้ทำแฟนคลับหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มก็มีการทำแฟนคลับของตัวเอง บางกลุ่มก็ทำแฟนคลับลงเว็บไซต์เพื่อเปิดโอกาสให้มีการโฆษณาเข้ามาหารายได้และผู้ทำเว็บไซต์ก็ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน นอกจากนี้ การเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถสร้างเพจหรือกลุ่มที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าเว็บไซต์ทั่วไป ทำให้หลายเว็บไซต์เหลือจำนวนผู้ใช้งานเป็นจำนวนน้อย รวมถึงในปัจจุบันมีแอปพลิเคชันสำหรับการรับชมละครชุดเกิดขึ้นมากมาย เช่น แอปพลิเคชัน “VIU” ของประเทศเกาหลีใต้ แอปพลิเคชัน “VIU” คือบริการด้านบันเทิงที่รวมละครชุด รายการโทรทัศน์และรายการเพลงอย่างถูกต้องตามกฎหมายไว้ภายในแอปพลิเคชันเดียว โดยได้ร่วมมือกับรายการโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้ 3 ช่องหลัก ได้แก่ SBS KBS และ MBC เปิดตัวในประเทศไทยเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 จุดเด่นของแอปพลิเคชันนี้ คือ กลุ่มแฟนคลับสามารถติดตามละครชุดได้ในช่วงเวลาใกล้เคียงกับวันและเวลาที่ออกอากาศอย่างเป็นทางการในประเทศไทยได้ พร้อมมีบทบรรยายได้ภาพฉบับไทยอีกด้วย (mangozero, 2559) และแอปพลิเคชัน “NETFLIX” ซึ่งเปิดตัวในประเทศไทยเมื่อ 27 เมษายน พ.ศ. 2560 เป็นแอปพลิเคชันที่ให้บริการเครือข่ายทีวีทางอินเทอร์เน็ตระดับโลก เป็นศูนย์รวมของละครชุด รายการโทรทัศน์พร้อมบทบรรยายได้ภาพฉบับภาษาไทยและมีการพากย์ภาษาไทยในเนื้อหาบางส่วน (Beartai, 2559) อีกทั้งยังมีเรื่องของกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2561 เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้มีเว็บไซต์ที่เผยแพร่ละครชุดที่มีการทำแฟนคลับลดเหลือจำนวนไม่มากนักในปัจจุบัน ที่ยังคงมีอยู่ก็เป็นเพียงเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่มีจำนวนผู้เข้าชมสูงเท่านั้น ด้วยปัจจัยทางกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงของการทำแฟนคลับดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้มุ่งศึกษาเรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำแฟนคลับจากผู้เชี่ยวชาญในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐ อันจะกล่าวถึงในลำดับถัดไป

2. แฟนคลับกับกฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศไทย

ในปัจจุบัน มีการนำละครชุดจากต่างประเทศเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการซื้อลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องและเผยแพร่ทางโทรทัศน์สถานีต่าง ๆ หรือการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เมื่อผู้วิจัยศึกษาข้อมูลของละครชุดที่นำมาเผยแพร่ในประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ตแล้วพบว่า ในปัจจุบันละครชุดจากประเทศสหรัฐอเมริกายังไม่มีการทำแฟนคลับที่ถูกกฎหมายในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ปิยะชัย สายจงจิตร นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กองลิขสิทธิ์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการทำแฟนคลับ จึงขอนำเสนอในแต่ละประเด็น ดังนี้

2.1 กฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับการแปล โดยเฉพาะการแปลบทบรรยายได้ภาพของภาพยนตร์หรือละครชุด และการละเมิดลิขสิทธิ์

2.1.1 กฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับการแปล

การแปลอาจมีกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายที่เกี่ยวกับการพิมพ์ การรับรอง การแปลที่ถูกต้อง ผู้แปลจะต้องมิใช่ประกอบวิชาชีพหรือไม่ เป็นต้น สำหรับการแปล ตามความหมายของกฎหมายลิขสิทธิ์นั้น คือการดัดแปลง ดังจะเห็นได้จากบทนิยามในมาตรา 4 ซึ่งกำหนดว่า ดัดแปลง หมายความว่า ทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปแบบ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือจำลองงานต้นฉบับ ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญโดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำขึ้นใหม่ ทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน (1) ในส่วนที่เกี่ยวกับวรรณกรรม ให้หมายความรวมถึง แปลวรรณกรรม เปลี่ยนรูปวรรณกรรมหรือรวบรวมวรรณกรรมโดยคัดเลือกและจัดลำดับใหม่

ตามบทนิยามของกฎหมายลิขสิทธิ์ข้างต้น การแปลบทบรรยายได้ภาพ คือการดัดแปลงงานวรรณกรรมโดยการแปลภาษาหนึ่งเป็นอีกภาษาหนึ่ง

2.1.2 กฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะการแปลบทบรรยายได้ภาพของภาพยนตร์หรือละครชุด

การแปลบทบรรยายได้ภาพของภาพยนตร์หรือละครชุด คือการดัดแปลงตามความหมายของกฎหมายลิขสิทธิ์ ซึ่งสิทธิในการดัดแปลงดังกล่าวคือสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของลิขสิทธิ์ (มาตรา 15) ดังนั้น การกระทำดังกล่าวหากไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์จึงเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่ในทางกลับกัน หากได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในการแปล ผลงานที่ดัดแปลง (แปล) ก็จะเป็นลิขสิทธิ์ของผู้แปล เว้นแต่การแปลนั้น เกิดจากมีบุคคลอื่นว่าจ้างให้แปล ผลงานที่แปลก็จะตกเป็นของผู้นั้น

ทั้งนี้ นอกจากการแปลบทบรรยายได้ภาพที่ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์แล้ว การทำบทบรรยายได้ภาพภาษาไทย (เดิมไม่เคยมีบทบรรยายได้ภาพของภาพยนตร์หรือละครชุดมาก่อน) แต่มีการทำบทบรรยายได้ภาพภาษาไทยหรือภาษาอื่นของภาพยนตร์หรือละครจากการฟังตัวละครพูด กรณีดังกล่าว ก็ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์โดยการดัดแปลง (บทภาพยนตร์) เช่นกัน

นอกจากการแปลจะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์บทละคร (งานวรรณกรรม) ยังถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์งานภาพยนตร์หรือละครชุดอีกด้วย เพราะการกระทำดังกล่าวต้องมีการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำบทบรรยายได้ภาพที่แปลใส่ไว้ในภาพยนตร์ ผิดกฎหมายลิขสิทธิ์ในแง่ของการทำซ้ำ หากมีการเผยแพร่ก็จะผิดทั้ง ทำซ้ำ ดัดแปลงและเผยแพร่ต่อสาธารณชน

2.1.3 การละเมิดลิขสิทธิ์

ในประเทศไทย ไม่เคยมีการร้องเรียนเรื่องนี้ไปยังกองลิขสิทธิ์ ที่ผ่านมามีเพียงประเด็นของ FanFiction ที่มีการนำนวนิยายของนักเขียนชื่อดังไปดัดแปลงตามจินตนาการของแฟนคลับ และมีการเผยแพร่ในโลกออนไลน์ และเคยมีประเด็นสอบถามของแฟนคลับตัวการ์ตูนตัวหนึ่ง เกี่ยวกับการนำตัวการ์ตูนที่ชื่นชอบมาวาดดัดแปลงตามความชอบของตนเอง แล้วตนเองจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ภาพวาดนั้นหรือไม่ และหากมีบุคคลอื่นนำตัวการ์ตูนที่ตนเองวาดไปสกรีนเสื้อเพื่อจำหน่าย จะทำอะไรได้หรือไม่ ซึ่งคำตอบคือ เมื่องานที่สร้างสรรค์นั้นเกิดจากการดัดแปลงงานของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตย่อมไม่ใช่งานลิขสิทธิ์ของผู้ดัดแปลงจึงไม่อาจอ้างสิทธิดำเนินคดีได้

2.1.4 การพบกรณีการละเมิดลิขสิทธิ์ในรูปแบบแฟนคลับเป็นครั้งแรกในประเทศไทยของกองลิขสิทธิ์

ปัจจุบันทางกองลิขสิทธิ์ยังไม่มีเรื่องร้องเรียนสำหรับกรณีการละเมิดลิขสิทธิ์ในรูปแบบแฟนคลับในประเทศไทย

2.2 สาเหตุและปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการทำแฟนคลับในประเทศไทย

กลุ่มที่ 1 อาจเกิดจากความชื่นชอบโดยส่วนตัว ประกอบกับตนเองมีความรู้ด้านภาษาจึงแบ่งปันสิ่งที่ตนเองชอบและมีความรู้ กลุ่มที่ 2 อาจมีเรื่องของผลประโยชน์ตอบแทนที่ได้จากการกระทำดังกล่าว

2.3 แนวโน้มการยกระดับการทำแฟนคลับให้ถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ในอนาคต

ในอนาคตมีแนวโน้มที่จะสามารถยกระดับการทำแฟนคลับให้ถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ได้ โดยการขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือเจ้าของลิขสิทธิ์แสดงเจตนาโดยชัดแจ้งว่าอนุญาตให้ทำได้ หากมองข้ามเรื่องการขออนุญาตหรือเจ้าของอนุญาตไว้แต่ต้น โดยอาศัยข้อยกเว้นในกฎหมายว่าให้สามารถทำได้ คงเป็นไปได้ยาก

2.4 ผลของการยกระดับการทำแฟนคลับให้ถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ต่อวงการละครชุด

สำหรับประเด็นนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์ยังสามารถหาประโยชน์จากงานที่ตนสร้างสรรค์อยู่ เว้นเสียแต่การกระทำดังกล่าวสร้างผลตอบแทนให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์และเจ้าของลิขสิทธิ์พอใจกับประโยชน์ตอบแทนดังกล่าว เช่น “ไม่ต้องจ้างคนแปลแถมยังได้ค่าตอบแทนจากยอดคนดู” เป็นต้น แต่เจ้าของลิขสิทธิ์บางรายอาจไม่เห็นด้วยกับการกระทำนี้แม้ว่าตนไม่ได้เสียประโยชน์ใด ๆ ก็ตาม เช่น “เจ้าของอาจจะมองว่าแปลไม่ได้เรื่อง ทำให้เนื้อหาผิดไปจากความเป็นจริง มีอะไรรับประกันว่าแปลถูกต้อง” เป็นต้น และตามที่กล่าวไว้ในข้อที่ 4 การที่จะกำหนดเป็นข้อยกเว้นไว้ในกฎหมาย คงเป็นไปได้ยาก ไม่ว่าจะเป็นการกระทำของแฟนคลับในงานลิขสิทธิ์ประเภทใดก็ตาม

จากการเก็บข้อมูลจะเห็นได้ว่า การทำแฟนคลับยังถือเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศไทย เนื่องจากเป็นการคัดลอกผลงานของบุคคลอื่นมาดัดแปลง เพราะการกระทำดังกล่าวต้องมีการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำบทบรรยายได้ภาพที่แปลใส่ไว้ในละครชุดถือเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายลิขสิทธิ์ในแง่ของการทำซ้ำ และหากมีการเผยแพร่ก็จะผิดทั้งทำซ้ำ ดัดแปลงและเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดการทำแฟนคลับสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่เกิดจากความชื่นชอบโดยส่วนตัว ประกอบกับตนเองมีความรู้ด้านภาษาจึงแบ่งปันสิ่งที่ตนเองชอบและมีความรู้ผ่านการทำแฟนคลับให้บุคคลอื่นที่ชื่นชอบเหมือนกันได้รับชมในรูปแบบที่มีบทบรรยายได้ภาพ

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่อาจจะมิมีเรื่องของผลประโยชน์ ผลตอบแทนที่ได้จากการกระทำดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในอนาคตมีแนวโน้มที่จะสามารถยกระดับการทำแฟนคลับให้ถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ได้ โดยการขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือหากกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์แสดงเจตนาโดยชัดแจ้งว่าอนุญาตให้ทำได้ กลุ่มแฟนคลับก็สามารถทำแฟนคลับได้ในรูปแบบที่ถูกกฎหมายถือเป็นการยกระดับแฟนคลับในอีกระดับหนึ่ง

นอกจากเรื่องของกฎหมายลิขสิทธิ์ที่สามารถยกระดับแฟนคลับได้ในอนาคตแล้ว ยังมีเรื่องของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ในปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line หรือ YouTube เป็นต้น สื่อเหล่านี้ต่างเป็นช่องทางให้กลุ่มแฟนคลับสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว เป็นผลให้มีผู้ที่ชื่นชอบละครชุดผันทัวเอง มาเป็นผู้ทำบทบรรยายได้ภาพ หรือที่เรียกว่า “โพรซูเมอร์” อีกด้วย ผู้วิจัยจะกล่าวถึงกรณีนี้ในลำดับถัดไป

3. บทบาทของผู้บริโภคโพรซูเมอร์

จากการที่เทคโนโลยีมีความทันสมัยมากขึ้น เป็นผลให้ผู้ชื่นชอบในละครชุดสามารถติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกขึ้น รวมไปถึงการรวมกลุ่มกันของผู้ที่ชื่นชอบในละครชุดเรื่องเดียวกันเพื่อทำบทบรรยายได้ภาพด้วยตนเอง ในบางกรณีที่มีผู้ชื่นชอบละครชุดบางคนซึ่งเป็นเพียงผู้ชมอย่างเดียวนั้นได้ผันตัวเองมาทำบทบรรยายได้ภาพเช่นเดียวกัน ทำให้เกิดแนวคิดใหม่ที่เรียกว่า “โพรซูเมอร์ (Prosumer)” คำว่า Prosumer มีที่มาจากคำว่า Producer และคำว่า Consumer หมายถึงผู้ที่ผลิตสินค้า บริการ หรือสิ่งต่าง ๆ เพื่อความพึงพอใจของตนเองมากกว่าที่จะทำขึ้นเพื่อขายหรือแลกเปลี่ยน (Toffler, 1980)

ในที่นี้ เมื่อนำมาพูดถึงในแง่ของการทำบทบรรยายได้ภาพโดยแฟนคลับ สามารถกล่าวได้ว่าโพรซูเมอร์ คือ ผู้ที่เคยติดตามดูละครชุดที่มีบทบรรยายได้ภาพโดยแฟนคลับ แต่เมื่อมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความล่าช้าของการทำบทบรรยายได้ภาพโดยแฟนคลับออกมาเผยแพร่ ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการทำบทบรรยาย ข้อจำกัดดังกล่าวจึงทำให้บุคคลกลุ่มนี้ตัดสินใจเข้ามาทำบทบรรยายได้ภาพโดยแฟนคลับด้วยตนเองโดยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสื่อสังคมออนไลน์ที่แพร่หลายขึ้น ทำให้การทำบทบรรยายได้ภาพโดยแฟนคลับมีจำนวนเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มแฟนคลับของละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิงบัลลังก์” (ปี 6) (ซึ่งไม่ประสงค์เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล) จำนวน 3 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 2 คน และผู้หญิง 1 คนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทำแฟนคลับ เพื่อนำเสนอการเปลี่ยนบทบาทของผู้บริโภคสู่การเป็นโพรซูเมอร์โดยอาศัยกรณีศึกษาจากละครชุดเรื่องนี้ ซึ่งสามารถนำเสนอในประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

3.1 จุดเริ่มต้นของการชมละครชุดเรื่อง “Game of Thrones”

กลุ่มแฟนคลับกลุ่มนี้เริ่มต้นดูละครชุดเรื่องนี้ตั้งแต่เริ่มมีการฉายในประเทศไทย คือ เมื่อ 17 เมษายน พ.ศ. 2554 เมื่อมีการฉายละครชุด “มหาศึกชิงบัลลังก์” (ปี 1) ในประเทศไทย หลังจากนั้นจึงเกิดการรวมตัวกันของผู้ที่ชื่นชอบละครชุดเรื่องนี้ ต่อมา มีการสร้างเพจในสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook เพื่อเป็นพื้นที่ในการติดต่อสื่อสารกันของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบละครชุดเรื่องนี้ และยังคงมีเพจนี้อยู่จนถึงปัจจุบัน

3.2 สาเหตุที่เลือกชมละครชุดเรื่องนี้

ละครชุดเรื่องนี้เป็นละครชุดแนวแฟนตาซีย้อนยุค ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ชื่นชอบละครชุดประเภทนี้อยู่แล้ว ประกอบกับการทำเนื้อเรื่องได้ดี มีความน่าสนใจ มีความแปลกใหม่ในยุคสมัยนั้น การทำกราฟฟิกที่สวยงาม การผลิตที่มีคุณภาพสูง และการแสดงของแต่ละตัวละครสามารถเข้าถึงบทบาทได้เป็นอย่างดี จึงทำให้เป็นละครชุดประเภทนี้ที่นำติดตามอีกเรื่องหนึ่ง

3.3 เหตุผลในการติดตามชมละครชุดเรื่องนี้

ละครชุดเรื่องนี้เป็นละครชุดที่ดำเนินเรื่องได้อย่างมีความต่อเนื่อง ในบางครั้งก็ทิ้งปริศนาไว้ให้สงสัย หากไม่ได้รับชมก็จะมีอาการค้างใจ และเมื่อเริ่มรับชมแล้วก็จะมีความอยากรับชมต่อไปอย่างต่อเนื่อง เป็นสาเหตุให้ยังคงติดตามละครชุดเรื่องนี้อยู่

3.4 ช่องทางที่ใช้ในการชมละครชุดเรื่องนี้ (ผ่านการออกอากาศทางโทรทัศน์ หรือผ่านการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต)

ผู้ให้สัมภาษณ์รับชมละครชุดเรื่องนี้ผ่านการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีการทำบทบรรยายได้ภาพเร็วกว่าการออกอากาศทางโทรทัศน์ ซึ่งสามารถรับชมได้หลังจากที่มีการเผยแพร่ในประเทศสหรัฐอเมริกาเพียงไม่กี่ชั่วโมงเท่านั้น ก็จะมีการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบที่มีการทำแพนช์แล้ว ทำให้ได้รับชมก่อนผู้ที่รับชมผ่านการออกอากาศทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในบางครั้งระยะเวลาที่ห่างกันเป็นสัปดาห์เลยทีเดียว

3.5 ความคิดเห็นที่มีต่อบทบรรยายได้ภาพภาษาไทยฉบับแพนช์ของละครชุดเรื่องนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลว่า “ตนเองรับชมทั้งรูปแบบต้นฉบับที่ออกอากาศในประเทศสหรัฐอเมริกาและรูปแบบที่มีบทบรรยายได้ภาพภาษาไทยฉบับแพนช์ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ทำให้เห็นทั้งข้อดีและข้อเสียของบทบรรยายได้ภาพภาษาไทยฉบับแพนช์” ได้แก่

“ข้อดี คือ มีความรวดเร็วในการทำและเผยแพร่ ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบละครชุดเรื่องนี้สามารถรับชมได้ในระยะเวลาที่เร็วกว่าการออกอากาศทางโทรทัศน์ มีคุณภาพในเรื่องของการใส่บทบรรยายได้ภาพได้ตรงกับทพุดของตัวละคร

ข้อเสีย คือ เรื่องของคุณภาพของเนื้อหา หรือการเลือกใช้คำของบทบรรยายได้ภาพภาษาไทยฉบับแพนช์ อาจเนื่องมาจากการต้องทำแข่งเวลา ทำให้มีเวลาในการตรวจสอบน้อย ในบางบริบทก็แปลไม่ตรงกับทพุดของตัวละคร หรือเลือกใช้คำที่มีระดับความรุนแรงมากกว่าหรือน้อยกว่าต้นฉบับ ทำให้ผู้ที่รับชมอาจได้รับผลกระทบในการรับชมหรือได้รับเนื้อหาไม่เทียบเท่ากับต้นฉบับ”

3.6 การทำแพนช์ในปัจจุบัน ทั้งในเชิงคุณภาพของแพนช์ การเติบโตจากในอดีตจนถึงปัจจุบัน

การทำแพนช์ในปัจจุบันถือว่าพัฒนาขึ้นกว่าการทำแพนช์ในอดีต เนื่องจากเทคโนโลยีมีความทันสมัยมากขึ้น ผู้ที่ทำแพนช์ก็มีการศึกษาหาความรู้หรือทำความเข้าใจกับภาษามากขึ้น ทำให้บทบรรยายได้ภาพฉบับแพนช์มีคุณภาพที่ดีขึ้น และเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีตแล้ว การทำแพนช์มีการเติบโตมากขึ้น อาจเนื่องมาจากการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น มีเทคโนโลยีมารองรับในการทำแพนช์ ไม่ว่าจะเป็นระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วมากขึ้น ช่วยในการดาวน์โหลดและอัปโหลดข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โปรแกรมต่าง ๆ ที่มีการผลิตออกมาเพื่อการทำบทบรรยายได้ภาพการมีสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถพูดคุยกันได้ของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ สิ่งเหล่านี้ทำให้การทำแพนช์เป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น แต่ในละครชุดเรื่องหนึ่งจะมีบทบรรยายได้ภาพฉบับแพนช์เพียง 1-2 ฉบับเท่านั้นที่จะได้รับความนิยม ขึ้นอยู่กับคุณภาพของบทบรรยายได้ภาพฉบับแพนช์แต่ละฉบับ และเว็บไซต์ที่ใช้ในการเผยแพร่อีกด้วย

3.7 การมีส่วนร่วมวางแผนในการช่วยยกระดับการทำแพนซ์ให้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น
ในปัจจุบัน มีสื่อสังคมออนไลน์ คือ เพจ Facebook ที่เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารกัน
ของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิงบัลลังก์” เมื่อผู้ที่ชื่นชอบแต่ละคนได้รับชมละครชุด
ที่มีบทบรรยายได้ภาพฉบับแพนซ์ก็จะมาพูดคุยกัน รวมไปถึงการให้คำติชมตอบบทบรรยายได้ภาพ
ฉบับแพนซ์เช่นเดียวกัน โดยส่วนตัวคิดว่า คำติชมเหล่านี้จะส่งไปถึงผู้ที่ทำแพนซ์ เมื่อผู้ทำแพน
ซ์ได้อ่านก็จะสามารถนำไปพัฒนาผลงานของตนเองได้

ในปัจจุบัน เริ่มมีเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับชมสามารถทำบทบรรยายได้ภาพได้ โดย
ส่วนตัวคิดว่า ช่องทางนี้จะเป็นการยกระดับการทำแพนซ์ให้เป็นการกระทำที่ถูกต้องกฎหมายได้ หาก
ในอนาคตสามารถทำได้ก็จะทำให้การทำแพนซ์เติบโตขึ้นอีก เพราะการทำแพนซ์ก็ยังมีควม
รวดเร็วกว่าการทำบทบรรยายได้ภาพของละครชุดฉบับที่ออกอากาศทางโทรทัศน์

3.8 แนวโน้มของการทำแพนซ์ในประเทศไทยในอนาคต

การทำแพนซ์ในประเทศไทยมีแนวโน้มจะเติบโตมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน เนื่องจาก
เทคโนโลยีมีการพัฒนามากเท่าไร ก็จะทำให้การเข้าถึงข้อมูลและการเผยแพร่ข้อมูลความ
สะดวกมากขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้ ความหลากหลายของสื่อที่เข้ามาในประเทศไทยก็มีผลทำให้มี
การทำแพนซ์ของสื่อเหล่านั้นมากขึ้น

ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ว่า การทำแพนซ์ก็ยังคงเป็นการกระทำของบุคคลบาง
กลุ่มเท่านั้น ถึงแม้จะมีผู้ที่ชื่นชอบในละครชุดเรื่องนี้มากเพียงใด แต่ส่วนใหญ่ก็เป็นเพียงผู้รับชม
เท่านั้น มีเพียงผู้ชื่นชอบจำนวนน้อยที่ผันตัวเองมาเป็นผู้ทำแพนซ์ ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่
ครั้งหนึ่งเป็นผู้ที่ติดตามดูละครชุดที่มีบทบรรยายได้ภาพโดยแพนซ์ที่ตัดสินใจเข้ามาทำบทบรรยาย
ได้ภาพโดยแพนซ์ด้วยตนเองโดยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสื่อสังคมออนไลน์ที่แพร่หลายขึ้น
นั้นมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับผู้ที่เป็นเพียงผู้บริโภคเท่านั้น หรือในบางคนอาจทำไว้สำหรับรับชม
ส่วนตัวเท่านั้น เนื่องจากในสื่อออนไลน์มีกลุ่มผู้ทำแพนซ์ที่ได้รับความนิยมอยู่แล้ว เมื่อผู้ที่เป็น
พรูซูเมอร์เผยแพร่ผลงานของตนเองก็อาจไม่ได้รับความนิยม

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ทำแพนซ์ของละครชุดเรื่องนี้ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันก็ถือเป็น
พรูซูเมอร์ เนื่องจากครั้งหนึ่งเคยเป็นผู้บริโภค หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับชมเท่านั้น แต่ด้วยข้อจำกัด
ด้านเวลาของการออกอากาศทางโทรทัศน์ที่มีความล่าช้ากว่าการออกอากาศทางโทรทัศน์ใน
ประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบที่เดิมเป็นเพียงผู้บริโภคนั้น จึงผันตัวเองมาทำบทบรรยาย
ได้ภาพฉบับแพนซ์ เพื่อที่จะสามารถรับชมละครชุดเรื่องนี้ได้ในเวลาอันรวดเร็ว

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า การทำบทบรรยายได้ภาพโดย
แพนซ์ในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลจากเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย
มากขึ้น จำนวนละครชุดจากต่างประเทศที่มีจำนวนมากขึ้น และมีความหลากหลายของสื่อที่
มากขึ้น ทำให้กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบสามารถเข้าถึงการชมละครชุดที่มีบทบรรยายได้ภาพฉบับภาษาไทย
โดยแพนซ์ได้อย่างง่ายดาย อาจเป็นผลให้กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบเดิมเป็นผู้บริโภคจึงผันตัวเองมาทำ
บทบรรยายได้ภาพฉบับแพนซ์เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตขึ้นของกลุ่ม
พรูซูเมอร์ในอนาคต นอกจากนี้ หากการทำบทบรรยายได้ภาพโดยแพนซ์สามารถยกระดับให้

เป็นการกระทำที่ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์แล้วนั้น การทำทบทรรายได้ภาพโดยแฟนคลับก็อาจมีการเติบโตขึ้นในแง่ของธุรกิจ อาจมีบุคคลที่มองเห็นผลประโยชน์จากการทำทบทรรายได้ภาพโดยแฟนคลับ ซึ่งมีขั้นตอนการทำที่รวดเร็วและสามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำไปต่อยอดในการแสวงหากำไรเชิงธุรกิจจากการกระทำดังกล่าว อาจเกิดเป็นธุรกิจใหม่ในประเทศไทยอีกด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

จากงานวิจัยเรื่อง “การทำแฟนคลับภาษาไทย: กรณีศึกษาละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิงบัลลังก์” (ปี 6)” นั้น สามารถอภิปรายได้ใน 2 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 การศึกษาพัฒนาการของการทำแฟนคลับในประเทศไทย จากจุดเริ่มต้นที่มีการเข้ามาของแฟนคลับในประเทศไทยเป็นครั้งแรกในช่วงปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 จนถึงปัจจุบันนั้น แสดงให้เห็นว่า แฟนคลับเป็นที่แพร่หลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีผลมาจากเทคโนโลยีที่มีการพัฒนา การเข้าถึงข้อมูลมีความสะดวกยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ O'Hagen (2009, pp. 9-13) ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า “พัฒนาการของ User-Generated Translation (UGT) ในแง่มุมมองของการแปลโดยกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบมีพัฒนาการไปในทิศทางเดียวกันกับการพัฒนาของอินเทอร์เน็ต เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือหนึ่งในกลุ่มคนกลุ่มนี้ใช้ในการสร้างสังคมของตนเองขึ้น และยังใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลได้ดียิ่งขึ้นและกว้างขวางขึ้นอีกด้วย” สังคมในปัจจุบันเป็นสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ถือเป็นการเอื้อต่อการทำทบทรรายได้ภาพโดยแฟนคลับ เนื่องจากสังคมของกลุ่มผู้บริโภคแฟนคลับเป็นกลุ่มสังคมออนไลน์อยู่แล้ว ทำให้ไม่มีผลต่อการทำทบทรรายได้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนคลับ รวมถึงการเผยแพร่ด้วยเช่นกัน ภาพรวมของแฟนคลับในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากความต้องการรับชมละครชุดจากต่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้น และยังคงมีข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น ด้านเวลา ด้านลิขสิทธิ์ เป็นต้น จึงทำให้ความต้องการของบททบทรรายได้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนคลับเพิ่มขึ้นเช่นกัน หากมองในแง่มุมมองธุรกิจ แฟนคลับถือเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถเติบโตเป็นธุรกิจได้ในอนาคตหากสามารถยกระดับแฟนคลับให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ได้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า การทำแฟนคลับมีแนวโน้มที่จะยกระดับให้ถูกต้องตามกฎหมายได้ หากผู้ที่บริหารจัดการแฟนคลับขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ซึ่งอาจเป็นช่องทางให้ธุรกิจใหม่เกี่ยวกับทำแฟนคลับเกิดขึ้นได้ ดังเช่นการศึกษาของ Dwyer (2012, pp. 217 - 243) ที่พบว่า การทำทบทรรายได้ภาพโดยแฟนคลับทำให้เกิดการก่อตั้งบริษัท Start-up ที่ชื่อว่า “ViKi” ซึ่งเป็นบริษัททำทบทรรายได้ภาพโดยการใช้เทคโนโลยีรูปแบบใหม่ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ถือเป็นการยกระดับแฟนคลับได้ในอีกช่องทางหนึ่ง

ประเด็นที่ 2 การศึกษาการเปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคเป็นโปรซูเมอร์แสดงให้เห็นว่ามีกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบละครชุดที่จากเดิมเป็นเพียงผู้บริโภคได้ผันตัวมาเป็นผู้ทำทบทรรายได้ภาพโดยแฟนคลับ หรือที่เรียกว่า “โปรซูเมอร์” ตามแนวคิดของ Toffler (1980) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคแบบโปรซูเมอร์ คือ กลุ่มคนที่มีความสามารถในการคิด ออกแบบ และผลิตผลงานเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เมื่อมีข้อจำกัดเรื่องเวลาและคุณภาพของบททบทรรายได้ภาพฉบับไทยโดย

แฟนคลับหนึ่ง จากเดิมที่รับชมละครชุดด้วยบทบรรยายใต้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนคลับของ ผู้ทำแฟนคลับกลุ่มหนึ่งแล้วมีความต้องการที่จะรับชมละครชุดได้รวดเร็วขึ้น หรือพบปัญหาด้าน คุณภาพ ผู้บริโภคก็อาจลงมือทำบทบรรยายใต้ภาพด้วยตนเอง แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่จะเพิ่ม มากขึ้นของโพรซูเมอร์ในอนาคต นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีก็ส่งผลต่อการรักษาความสัมพันธ์ของ โพรซูเมอร์และกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบที่เป็นเพียงผู้บริโภค ดังที่ปรากฏในงานวิจัยของ Wongseree (2017) เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มจะมีการติดต่อสื่อสารกันผ่านอินเทอร์เน็ต และการเข้ามามีส่วนร่วมในการทำ บทบรรยายใต้ภาพก็เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเติบโตขึ้นของโพรซูเมอร์อีกด้วย นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณิ งามขจรกุลกิจ (2559) ที่กล่าวไว้ว่า ลักษณะของผู้บริโภคมีการ เปลี่ยนแปลงไปจากแนวคิดการตลาดยุค 1.0 ยุค 2.0 และ ยุค 3.0 จากการเป็นฝ่ายรับข้อเสนอ คอยรับสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิต เจ้าของแบรนด์แบบ “Passive Consumer” มาเป็นผู้คิด ผู้ร่วมสร้างและเสนอด้วยมือตนเองในลักษณะของ Prosumer แบบ “Active Prosumer” อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับการให้ข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับที่กล่าวว่า การทำแฟนคลับในประเทศไทยมีแนวโน้ม จะเติบโตมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน เนื่องจากเทคโนโลยียังมีการพัฒนามากเท่าไร ก็จะทำให้การเข้า ถึงข้อมูลและการเผยแพร่ข้อมูลมีความสะดวกมากขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้ ความหลากหลายของสื่อ ที่เข้ามาในประเทศไทยก็ส่งผลทำให้การทำแฟนคลับของสื่อเหล่านั้นมากขึ้น

จากการศึกษาเรื่อง “การทำแฟนคลับภาษาไทย: กรณีศึกษาละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิง บัลลังก์” (ปี 6)” ผู้วิจัยพบอุปสรรคในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การค้นคว้าหาข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิวัฒนาการของการทำแฟนคลับใน ประเทศไทยเป็นไปได้ยาก เนื่องจากการทำแฟนคลับยังถือเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ในประเทศไทย ทำให้เอกสารที่เกี่ยวข้องมีจำนวนน้อยและไม่เป็นที่แพร่หลายนัก
2. การเข้าถึงข้อมูลประเภทบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการทำแฟนคลับโดยตรงจากกรณีศึกษา ละครชุดเรื่องนั้นๆ เนื่องจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นผลให้ไม่สามารถเข้าถึงผู้ทำแฟนคลับของ ละครชุดเรื่องนี้ได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การทำแฟนคลับภาษาไทย: กรณีศึกษาละครชุดเรื่อง “มหาศึกชิง บัลลังก์” (ปี 6)” ผู้วิจัยพบว่ายังคงมีอีกหลากหลายประเด็นให้ศึกษาเพิ่มเติมได้ในอนาคต เพื่อให้ มีความครอบคลุมการวิจัยด้านนี้ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะไว้ ดังนี้

1. สัมภาษณ์ผู้จัดทำบทบรรยายใต้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนคลับโดยตรง เพื่อที่จะได้ ข้อมูลเชิงลึกในเรื่องของกระบวนการจัดทำบทบรรยายใต้ภาพฉบับภาษาไทย
2. ศึกษาการทำบทบรรยายใต้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนคลับจากสื่ออื่น นอกเหนือไปจาก ละครชุด เช่น การ์ตูน ภาพยนตร์ หรือรายการโทรทัศน์ เป็นต้น
3. ศึกษาทางด้านกฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับการแปล การทำบทบรรยายใต้ภาพในเชิง ลึกยิ่งขึ้น รวมถึงมุมมองของเจ้าของลิขสิทธิ์กับการกระทำของแฟนคลับ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ ที่มีส่วนในการยกระดับการทำบทบรรยายใต้ภาพฉบับภาษาไทยโดยแฟนคลับในอนาคต

รายการอ้างอิง

- จำสืบเหมียว. (2559). 20 อันดับซีรีส์ที่ดีที่สุดของปี 2015 จากการจัดอันดับและให้คะแนนของนักวิจารณ์ใน Metacritic. สืบค้น 8 มกราคม 2560, จาก <http://www.catdumb.com/20-series-333/>เปิดอันดับ 10 ที่ซีรีส์ยอดเยี่ยมแห่งปี 2015. (2559). สืบค้น 8 มกราคม 2560, จาก <http://movie.kapook.com/view136983.html>
- ไฟเย็นก็เป็นไฟ. (2559). 15 อันดับ ทีวีซีรีส์ดังในประเทศอเมริกา. สืบค้น 8 มกราคม 2560, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/savecyber/2016/01/04/entry-1>
- วรรณิ งามขจรกุลกิจ. (2559). การเข้าใจและเข้าถึงผู้บริโภคยุค 4.0 เพื่อความสำเร็จของแบรนด์. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติมหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 11, (หน้า 1251-1256). กรุงเทพฯ.
- Animasu. (2016). วิวัฒนาการแฟนซับในประเทศไทย. สืบค้น 20 มกราคม 2560, จาก <https://animasu.com/4018/fansub.html>
- Beartai. (2559). Netflix เปิดตัวในไทยอย่างเป็นทางการ พร้อมให้บริการในภาษาไทย. สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.beartai.com/news/it-thai-news/163863>
- Bertschy, Z. (2008). Interview With The Fansubber. Retrieved November 23, 2016, from <http://www.animenewsnetwork.com/feature/2008-03-11>
- Diaz Cintas, J. & Muñoz Sánchez, P. (2006). Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment. *The Journal of Specialised Translation*. (6), 37-52. Retrieved August 8, 2016, from http://www.jostrans.org/issue06/art_diaz_munoz.pdf
- Diaz Cintas, J. & Rameal, A. (2007). *Audiovisual Translation: Subtitling*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Dickey, J. (2017). YouTube Announces Translator, Tip Jar and Other Goodies at Vidcon. Retrieved March 3, 2018 from Mashable: <https://mashable.com/2014/06/26/youtube-announces-translator-tip-jar-and-management-app-at-vidcon/>
- Dwyer, T. (2012). Fansub Dreaming on ViKi “Don’t Just Watch But Help When You Are Free”. *The Translator*, 18 (2) 217-243. Retrieved March 13, 2020 from https://www.academia.edu/39773346/Fansub_Dreaming_on_ViKi_Don_t_Just_Watch_But_Help_When_You_Are_Free_
- Game of Thrones Season 6 [ซับไทย] (10 ตอนจบ)**. (2016). Retrieved September 10, 2016, from <http://www.series24hr.com/game-of-thrones-season-6/>

- Mangazero. (2559). รู้จักกับ VIU Thailand บริการดูซีรีส์เกาหลี เปิดตัวในไทยตอนไหน ค่าบริการเท่าไร!? สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.mangazero.com/what-you-should-know-aboutviuthailand>
- Newmark, P. (1988). **A Textbook of Translation**. New York: Prentice-Hall International.
- O'Hagan, M. (2009). Evolution of User-generated Translation: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing. **The Journal of Internationalisation and Localisation**, 1, 5-13. Retrieved December 8, 2016 from https://www.researchgate.net/publication/277945017_Evolution_of_User_generated_Translation_Fansubs_Translation_Hacking_and_Crowdsourcing
- Orrego-Carmona, D. (2016). A reception study on non-professional subtitling. Do audiences notice any difference?. **Across Languages and Cultures**. 17 (2), 163-181. Retrieved March 13, 2020 from https://www.academia.edu/29759866/2016_A_reception_study_on_non-professional_subtitling_do_audiences_notice_any_difference
- Toffler, A. (1980). **The Third Wave**, New York: William Morrow and Company, INC..
- Wongseree, T. (2017). **Understanding Thai Fansubbing: Collaboration in Fan Communities Translating a Korean TV Show (PhD.)**. Dublin City University. Retrieved March 15, 2020 from <https://core.ac.uk/download/pdf/155659972.pdf>

สัมภาษณ์

ปิยะชัย สายจงจิตร. นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กองลิขสิทธิ์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (12 มีนาคม 2563). สัมภาษณ์.