

**Understanding Thai Fansubbing:
Collaboration in Fan Communities Translating
a Korean TV Show**

Thandao Wongseree, MA

Thesis submitted for the degree of
Doctor of Philosophy (PhD)

School of Applied Language and Intercultural Studies
Dublin City University

Supervisor:

Dr Ryoko Sasamoto

External Supervisor:

Dr Minako O'Hagan, The University of Auckland

November 2017

Declaration

I hereby certify that this material, which I now submit for assessment on the programme of study leading to the award of Doctor of Philosophy is entirely my own work, and that I have exercised reasonable care to ensure that the work is original, and does not to the best of my knowledge breach any law of copyright, and has not been taken from the work of others save and to the extent that such work has been cited and acknowledged within the text of my work

Signed: _____

ID No.: 13211894

Date: _____

Acknowledgements

First and foremost, I would like to thank my supervisors, Drs Minako O'Hagan and Ryoko Sasamoto. To Minako for her guidance, valuable advice and support throughout the course of study. She has helped expand my vision in both the academic world and real life. To Ryoko for her kindness and useful advice and ideas while conducting this research. I could not have reached this stage without their kind assistance and encouragement.

I would like to express my gratitude to Chiang Mai University, my home university, for providing me with the scholarship so that I could pursue a PhD at Dublin City University and the opportunity to gain many valuable experiences while studying in Ireland.

I would like to express my gratitude to Than Maitree Suthephakul, Khun Yutthana Ngarmkert and the personnel of a cable television company for providing me with the opportunity to gather useful information regarding audiovisual translation practices and the current legal framework concerning copyright laws in Thailand.

I would like to especially thank all the participants, especially the interviewees, for giving me an opportunity to gain insights into their great efforts and dedication in producing translations for other fan audiences. This present research and future studies rely on the very useful information they provide.

Also, I would like to show my sincere gratitude to Dr Tessa Dwyer who gave valuable and useful feedback on a previous draft of my thesis. Your insightful advice really helped me to improve my thesis.

Many thanks to my friends and colleagues in Thailand and to those whom I met during the journey while conducting this research for your help and useful advice in completing this research.

I would like to thank my family for their huge mental support. To my late Dad who taught me many life lessons and made me the way I am now. To my aunts, uncles and cousins for their encouragement and wonderful Thai meals I have missed so much during the time I have stayed in Ireland.

Most importantly, to my Mom who is the best mom and best friend in the world. Thank you so much for always being there.

Publications and Presentations from the Present Research

Publications:

Wongseree, T. 2016. Creativity in Thai fansubbing: A creative translation practice as perceived by fan audiences of the Korean variety show running man. *CTIS Occasional Papers*, 7. pp.60-86. [Online] Available from: <http://hummedia.manchester.ac.uk/schools/salc/centres/ctis/publications/occasional-papers/Wongseree.pdf>

Presentations:

Wongseree, T. 2016. *Ethics of Thai fansubbing practices in the case of a popular Korean TV show*. Paper presented at The 7th Asian Translation Traditions Conference (ATT7), September 26-29, Monash University, Malaysia.

Wongseree, T. 2016. *Tribute to fandom in the digital world: Thai fansubbing practices in the case of a popular Korean TV show*. Paper presented at the 1st Irish Association for Asian Studies Conference, June 17-18, Dublin City University, Ireland.

Wongseree, T. 2015. *Bringing a popular Korean TV show to Thai audiences: Thai fansubbing analysed according to Bourdieu's habitus*. Paper presented at Colloquium Fansubbing in the World Context: Creativity, Conflicts and Controversy, July 8-10, University of Vienna, Austria.

Wongseree, T. 2015. *Thai fansubbing practice: legal and ethical challenges in the online environment*. Paper presented at the 6th Media for All International Conference, September 16-18, Western Sydney University, Australia.

Wongseree, T. 2014. *Creativity in Thai fansubbing: a creative translation practice as perceived by fan audiences of the Korean variety show*. Paper presented at the International Postgraduate Conference in Translation and Interpreting (IPCITI), October 29-31, University of Manchester, United Kingdom.

Table of Contents

Declaration.....	i
Acknowledgements.....	ii
Publications and Presentations from the Present Research	iii
Table of Contents.....	iv
List of Figures	viii
List of Tables	x
Abstract.....	xi
Chapter 1 Introduction	1
1.1 Research Field and Location	1
1.2 Research Rationale, Questions and Operationalisation	8
1.3 Thesis structure.....	11
PART I: RESEARCH CONTEXTS AND LITERATURE REVIEW.....	14
Chapter 2 Research Contexts: Media Landscape and Fans in Thailand.....	15
2.1 Media Consumption in Digital Environments	15
2.1.1 Rise of digital platforms in media consumption in Thailand	15
2.1.2 Audiovisual translation background in Thailand.....	17
2.2 Fans and Fandom.....	20
2.2.1 Korean fandom or K-wave in Thailand.....	20
2.2.2 Fan activities in digital environments	22
2.3 Legal Framework for Online Activities	26
2.3.1 Legal framework in relation to online activities in Thailand.....	27
2.3.2 Ethics in relation to online activities in Thailand	30
2.4 Concluding Remarks.....	32
Chapter 3 Collaboration in Fansubbing in Digital Environments.....	35
3.1 Fansubbing.....	35
3.1.1 Fansubs as creative products made by fans	35
3.1.2 Fansubbing as a community translation practice in digital environments.....	41
3.2 Ethical Issues in Digital Environments	47
3.2.1 Ethics in translation.....	48
3.2.2 Digital media ethics.....	50
3.2.3 Ethics in fansubbing	52

3.3	Creativity in Collaborative Environments	57
3.3.1	Creativity as a social activity	57
3.3.2	Distributed creativity	60
3.4	Concluding Remarks.....	64
PART II: METHODOLOGICAL CONSIDERATIONS AND FRAMEWORK OF ANALYSIS.....		66
Chapter 4 Research Design		67
4.1	Research Paradigm: Socio-Technical Approach.....	67
4.2	Data Collection Approach: Virtual Ethnography.....	72
4.3	Framework of Analysis: Actor-Network Theory (ANT)	74
4.3.1	Key principles in ANT	74
4.3.2	Application of ANT in translation studies	77
4.4	Key Concepts Used in the Analysis of Collaboration in Fansubbing.....	79
4.4.1	Affinity spaces.....	79
4.4.2	Networked affect	82
4.4.3	Epistemic trust	86
4.5	Potential Challenges in Research Conduct	89
4.5.1	Validity and reliability of the present research.....	89
4.5.2	Research integrity	90
4.6	Concluding Remarks.....	91
Chapter 5 Methods		94
5.1	Data Collection Methods	94
5.1.1	Surveys	95
5.1.2	Interviews.....	99
5.2	Data Coding Scheme	102
5.2.1	Coded data sources.....	102
5.2.2	Coding tools	102
5.2.3	Coding approach	103
5.3	Concluding Remarks.....	104
PART III: DATA ANALYSIS AND RESEARCH FINDINGS.....		106
Chapter 6 Key Actors and their Interrelationships in Fansubbing		107
6.1	Identification of Key Actors in the Network and Non-Actors	107
6.1.1	Survey demographic results of fans and non-fans.....	107
6.1.2	Overview of the interviewed fansubbers	111

6.1.3	Units of Analysis: Key actors in Thai fansubbing communities and non-actors	113
6.2	Analysis of Interactions of Key Actors in Fansubbing	114
6.2.1	First-level coding	114
6.2.2	Second-level coding	123
6.3	Concluding Remarks.....	128
Chapter 7	Collaboration in Digital Fansubbing Communities.....	129
7.1	Fansubs and Media Consumption.....	129
7.1.1	Changes in fans' media consumption	130
7.1.2	Fan attachment to favourite content: features of fansubs	134
7.2	Digital Technologies and Skills in Fansubbing.....	145
7.2.1	Available technological tools for fansubbing.....	145
7.2.2	Knowledge-sharing environments	148
7.3	Creation and Circulation of Fansubs.....	153
7.3.1	Cross functional team of fansubbers in fansubbing	153
7.3.2	Engagement of fansubbers in fansubbing	158
7.4	Concluding Remarks.....	162
Chapter 8	Ethics and Trust in Digital Fansubbing Communities.....	165
8.1	Shared Ethical Values in Fansubbing	165
8.1.1	Ethical justifications and measures taken by fansubbers to fansub on digital spaces	166
8.1.2	Ethical hierarchy in fansubbing.....	175
8.2	Trust in Fansubbing Communities	181
8.2.1	Moral support in fansubbing communities.....	181
8.2.2	Fansub quality	188
8.3	Thai Fansubbing Community Actor Network.....	192
8.4	Concluding Remarks.....	197
Chapter 9	Conclusion.....	199
9.1	Research Question Revisited: Collaboration in Thai Fansubbing	199
9.2	Contributions of the Present Research to the Existing Body of Knowledge.....	204
9.3	Limitations of the Present Research and Implications for Future Studies	206
9.3.1	Limitations of the present research.....	206
9.3.2	Implications for future studies.....	207
References	209
APPENDICES	227

Appendix A: DCU Ethical Approval in Conducting Survey..... 1

Appendix B: DCU Ethical Approval in Conducting Interviews..... 1

Appendix C: List of Survey Questions in English 1

Appendix D: First Page of the Fan Survey in Thai 1

Appendix E: Implied Consent Form of the Interviewed Fansubbers in Thai 1

Appendix F: List of Interview Questions for Fansubbers in English..... 1

Appendix G: Survey Responses of Fans 1

Appendix H: Survey Responses of Non-fans 1

Appendix I: Interviews with Thai Fansubbers 1

 Interviewee 1 1

 Interviewee 2 10

 Interviewee 3 26

 Interviewee 4 41

 Interviewee 5 48

 Interviewee 6 53

 Interviewee 7 63

 Interviewee 8 69

 Interviewee 9 74

 Interviewee 10 79

List of Figures

Figure 4.1: Research design	71
Figure 6.1: Gender of the fan respondents	108
Figure 6.2: Gender of the non-fan respondents	108
Figure 6.3: Age group of the fan respondents	108
Figure 6.4: Age group of the non-fan respondents	108
Figure 6.5: Occupation of the fan respondents	109
Figure 6.6: Awareness of fan translation	109
Figure 6.7: Types of the programmes the respondents normally watch	110
Figure 6.8: Country of origin of favourite foreign programmes	111
Figure 6.9: Key units of analysis in the coded data.....	115
Figure 6.10: Sub-nodes of the fansubbers node.....	116
Figure 6.11: Sub-nodes of the non-translating fans node	117
Figure 6.12: Sub-nodes of the fansubs node	119
Figure 6.13: Sub-nodes of the digital infrastructure node	120
Figure 6.14: Sub-nodes of the technological tools node	121
Figure 6.15: Sub-nodes of the legal framework node	122
Figure 6.16: Sub-nodes of the Korean TV programmes node.....	122
Figure 6.17: Sub-nodes of the non-fans node	123
Figure 6.18: The nodes in the theme of Collaboration in Digital Fansubbing Communities	126
Figure 6.19: The nodes in the theme of Ethics and Trust in Digital Fansubbing Communities	127
Figure 7.1: Media viewing devices used to watch foreign programmes selected by Thai fans	130
Figure 7.2: Media viewing channels for watching foreign programmes	131
Figure 7.3: Access to fan translation.....	133
Figure 7.4: Access to the Running Man programme	134
Figure 7.5: Fans' preferred translated version of the Running Man TV show.....	135
Figure 7.6: Fans' preferred translation mode of foreign programmes.....	137
Figure 7.7: Impact caption example in Running Man Episode 162, SBS TV Channel (Broadcast 8 September 2013) [my own highlight]	139
Figure 7.8: Preferred translation methods in the treatment of additional foreign texts on screen	140

Figure 7.9: Preferred translation methods in the treatment of non-verbal items or images on screen.. 140

Figure 8.1: Example of Facebook Notification of Alleged Copyright Violation..... 167

Figure 8.2: Fans’ attitudes towards negative impact on the programme because of fansubs 186

Figure 8.3: Reasons for the fan and non-fan respondents in watching fan-translated content 188

Figure 8.4: Thai Fansubbing Community Actor Network..... 194

List of Tables

Table 5.1: Data collection details of fan and non-fan surveys.....	98
Table 5.2: Mode, time and date of interviews.....	101
Table 6.1: Backgrounds of the interviewed fansubbers	112
Table 8.1: Comparison of ethical hierarchy proposed by Condry (2010) and in Thai fansubbing.....	175

Abstract

Title: Understanding Thai Fansubbing: Collaboration in Fan Communities Translating a Korean TV Show

Thandao Wongseree

The present research seeks to shed light on collaboration in the largely unexplored area of Thai fansubbing practices with the main focus placed on fansubbers. The interrelationships within the fansubbing community, which develop in particular between fansubbers and non-translating fans, have generally been overlooked by scholars. Furthermore, the significant roles played by digital technologies in facilitating such interdependencies have not been fully discussed in the literature. In an attempt to fill these gaps, this thesis explores how Thai fansubbers exploit technology and collaborate with community members to demonstrate the mechanism in which fan community collaboration is sustained, despite ever present legal threats. The current study takes a socio-technical approach to focus on the interactions of humans, i.e. fansubbers and non-translating fans, with particular attention placed on the role of technologies. In order to gain insights into such interactions, research data were collected through a virtual ethnography method via online fan surveys and interviews with fansubbers. The data were analysed on the basis of Actor-Network Theory (ANT) (Latour 2005, 1987), combined with concepts which bring into focus the interrelationships formed in digital network environments: affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015), and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012). The study presents empirical evidence to show that affects, such as attachment to favourite programmes and engagement in fansubbing in particular, which underlie fansubbing communities, are the driving force behind collaborative effort so that the community can produce and circulate fansubs. The findings further suggest that these shared affects between fansubbers and non-translating fans develop into common ethical values, which are in turn influenced by specific cultural contexts of the practice. Such values develop into mutual trust among the fan community members, strengthening their interrelationships which can sustain collaboration in fansubbing.

Keywords: Fansubbing, Thai fansubbing practices, collaboration, ethical values, trust

Chapter 1 Introduction

This chapter begins with an outline of the research field, locating the present research mainly in Translation Studies. The thesis also draws on aspects of media studies in relation to fan studies as well as media ethics from pluralistic perspectives in consideration of digital technologies as well as socio-cultural contexts. The chapter introduces key concepts pertinent to the present research, highlighted in bold on their first appearance, with their definitions as used in this thesis. The research rationale is explained next to preface the main research questions together with sub-questions. Finally, a brief explanation of the structure of the thesis is provided.

1.1 Research Field and Location

Translation today is not limited to the work done by professional translators, but also embraces **non-professional translation practice**, which is becoming more visible, particularly as these translations are circulated widely on the Internet. Non-professional translators typically have no formal translator training and have worked without remuneration in digital environments (Antonini and Bucaria 2015). From the point of view of their voluntary nature, non-professional translation can be aligned with **volunteer translation** practices (Olohan 2012; Pym 2011). Non-professional translation involves a wide range of contexts, including civic engagement in humanitarian projects, transformation of media consumption into digital platforms, and mediation of religious and cultural-conflict issues in cross-cultural interrelationships (Pérez-González and Susam-Saraeva 2012, p.152). The specific instantiations include Wikipedia translation (McDonough Dolmaya 2012), online reportage and news translation (Harding 2012), and fan translation (e.g. Orrego-Carmona 2015; Wang and Zhang 2015; Dwyer 2012).

The current study focuses on **fan translation**. Fan translation is mainly driven by fans who aim to share enjoyment of their favourite texts with others, with the intention to translate foreign media texts for fellow fans who do not understand the source language (O'Hagan 2013). For the purposes of this thesis, a **fan** is understood to be an individual who is passionately engaged in media texts, has social interactions and forms community-like relationships in order to express an interest in an alternative form of production and circulation (Jenkins 1992). There are many types of fan translation, depending

on the genres of texts chosen by the fans. Fan translation involves a variety of media texts, such as novels, comics, music, films, or television programmes (Fiske 1992), and takes various forms, including literary works; manga (Japanese comics) (see Section 2.2.2 for scanlation which refers to scanning and translating of manga by fans); video games, which fans hack and into which they insert fan translated versions, in a process called 'translation hacking' (O'Hagan 2009); and fansubbing and fandubbing.

One of the most prevalent forms of fan translation is **fansubbing**. It broadly refers to the practice of subtitling audiovisual content, which consists of language, image, music, and is shown in a synchronised manner to audiences through various media (Pérez-González 2009, p.13). **Fansubbers** are fans acting as translators albeit, mostly formally untrained, non-professional translators. They collaboratively create **fansubs** or fan subtitles to share them with other fans. The practice is typically motivated by the unavailability of/or the delay in the distribution of official translations, as well as the problem of over-editing, which fans claim to be applied in certain official subtitles (O'Hagan 2012). Fansubbing originally started during the 1980s because the video and movie industry could not meet fans' demands for Japanese anime programmes to be translated for the US market. In those early days, fansubbing was costly and fansubbers had to purchase VHS tapes in order to embed the subtitles and distribute fansubbed material to other fans (Leonard 2005). During this period, the practice was conducted by a limited number of fan groups of anime programmes, and the translated programmes made by the fans were distributed usually only within such groups in the form of video cassettes (Hatcher 2005).

Thanks to the increased availability of free software for media editing and subtitling on the Internet, fansubbers began producing subtitles in digital formats rather than using video cassettes. This shift to digital technology is the reason why the current fansubbing practice is sometimes called 'digisubbing' (Leonard 2005). Fansubbing then became more visible to the general public in the mid-1990s (Díaz-Cintas and Muñoz Sánchez 2006, p.37). This coincided with the changes in media viewing behaviour in general where mass audiences began to shift from watching programmes. Audiences, especially fans, became able to freely access many types of popular foreign programmes irrespective of their physical location. The change in media consumption behaviours from TV-based to Internet-based has had an impact on fansubbing, which has expanded from anime programmes to other genres of popular foreign audiovisual texts (Orrego-Carmona 2011; Barra 2009), including feature films, TV drama series and variety shows. Such media viewing behaviours demonstrate that online technologies have allowed viewers to make choices in time and places of media viewing and what programmes they would like to watch, leading to a democratisation in media viewership (Hartley 2004). This is also a reason why

fansubbing has become a global phenomenon and has attracted scholarly attention in translation studies (see further discussions in Section 3.1) in different geographical locations and cultural settings, including not only the US (Pantumsinchai 2012), but also Italy (Massidda 2012), Spain (Orrego-Carmona 2011) and China (Li 2015; Zhang and Mao 2013). However, despite the global expansion of fansubbing prompting this research, few studies have been done in South East Asian countries. More specifically, in a Thai context, at the time of writing (July 2017) only one study was published on fansubbing (i.e. Lakarnchua 2015) as a language learning practice rather than as a translation practice. This shows the limited scope of the current literature in providing international perspectives on the global fansubbing phenomenon. Therefore, the present research seeks to fill the gap by extending the study of fansubbing into the unexplored Thai context from a translation studies perspective.

The expansion of the fansubbing phenomenon has implications for audiovisual translation (AVT), in terms of production and circulation of audiovisual content, facilitated by online environments (O'Hagan 2013; Dwyer 2012; Fernández Costales 2012). The fansubbing phenomenon is a significant example of how digital technologies have exerted a major influence on fan translators and on a wider circle of fans in their media consumption and reproduction, giving rise to non-professional translation activities. Fansubbing requires fansubbers to have a certain level of technical knowledge to produce fansubs, such as being able to use subtitling software, the process of typesetting and encoding, etc. (Díaz-Cintas and Muñoz Sánchez 2006). The use of technological tools in fansubbing is, in some cases, comparable to the practices of professional subtitlers (Díaz-Cintas 2015). Online platforms have allowed fansubbers to more readily disseminate their own subtitles while interacting with other fans (Pantumsinchai 2012). This demonstrates that technologies have greatly facilitated fansubbers to create translations of their favourite audiovisual texts, affording them a more efficient production and distribution mechanism compared to the analogue era based on video cassette tapes. However, the ways in which technological resources are used by fans in fansubbing practices in the digital era are still not fully recognised in the translation studies literature (see Section 3.1). The current study therefore pays close attention to the interrelationships between fans and technologies in understanding fansubbing practices and uses Actor-Network Theory (ANT) as the main analytical framework (see more discussions of the ANT framework in Section 4.3). Such a focus within the framework of ANT aligns the exploration of the practices from a socio-technical perspective, which explicitly addresses the roles of non-human actors, i.e. technologies, with equal importance to human actors, i.e. translators, in interactions within translation practices. According to ANT, an **actor** refers to any human or non-human that influences others to act in a social practice (Latour 2005). The framework takes into account non-human actors as having **agency** (Buzelin

2011, p.6), which refers to the ability to act independently when they interact with others (Kinnunen and Koskinen 2010). The term actor is similar to **agents** of translation used in translation studies, which are defined as an entity, such as translators, journals and institutions, which introduce cultural changes or innovation through translation (Milton and Bandia 2009). In the present research the term actor is used when discussing the interactions of key humans and non-humans whose roles impact fansubbing.

Fansubbing is considered a **collaborative translation** practice as fan translators work in collaboration in producing and distributing fansubs. **Collaboration** in this thesis follows the definition proposed by Kenny (2008, p.145), which refers to shared production of a single artefact where actors work synchronously and collectively engage in the task. The term is different from cooperation which involves production of an artefact where the work is divided and carried out independently by individuals (ibid.). O'Brien (2011, p.17) broadly defines collaborative translation as a practice which involves two or more agents taking part to produce a translation. In some Asian translation traditions collaborative translation practices have been traced historically to religious works, i.e. Buddhist sutra translations (Cheung 2006), and Western texts, which were produced by local translators with the assistance of foreign missionaries (Wakabayashi 2005). In China, such practices were performed by the collaboration of public figures with the aim of introducing new knowledge in the past two millennia (Cheung 2006; Hung 2005). The collaboration in Chinese translation was typically the combination of oral and writing processes where those who were bilingual orally translated the texts into Chinese for a group of people to note down such translations and the credit for translation was attributed to both parties (Hung 2006). By comparison, collaborative translation in the digital era involves human-machine interactions between translators and technological resources (O'Brien 2011). O'Brien argues that the contemporary practice of collaborative translation is motivated by commercial, social and personal purposes (ibid., p.18). While translations for clients and humanitarian projects serve commercial and social purposes, respectively, fansubbing practices largely serve fans' personal interests.

The motivations of translators to participate in collaborative translation are similar to those for **community translation** practices. The term community translation is used in two distinctive ways today, depending on the research field. On the one hand, developed from the concept in close association with community interpreting, Taibi and Ozolins (2016) define community translation as the translation for public services which aim to provide assistance to individuals who belong to linguistic and cultural minorities. Such a definition has been adopted among scholars in various contexts, typically found in the US and Australia where community translation practices were initially most prevalent with

immigrants. On the other hand, scholars, such as Fernández Costales (2012) and O'Hagan (2011), go beyond the geographical context and uses the term with particular focus on the contemporary context of Web 2.0. In O'Hagan's definition (2011), community translation is an online practice undertaken voluntarily by a community of Internet users, facilitated by collaborative platforms connecting the participants who are often passionately engaged in translation regardless of remuneration. In the present research, fansubbing falls under the more recent definition of community translation proposed by O'Hagan (2011) as it relies heavily on an online community of fans to produce subtitles voluntarily and collaboratively by exploiting the surrounding technological resources.

Community translation can be further divided into two categories in terms of solicited and unsolicited translation, as often discussed in research into user-generated translation (O'Hagan 2009). The **solicited community translation** practices refer to practices such as translation crowdsourcing, where the translation is usually initiated by content owners. O'Hagan (2016a, p.115) defines this type of practice as "a method of procuring translation online by an open call, typically without monetary reward, often when needed for online consumption of content or a service." Translation crowdsourcing can be seen in cases such as Wikipedia, Facebook and TED translations to name just a few earlier well-known examples. In contrast, **unsolicited community translation** refers to the practices which are conducted by a group of users who form their own online community in order to complete translation tasks without any specific organised request by content owners (Jiménez-Crespo 2016). This autonomous aspect of the practice can be considered a specific feature of fansubbing practices closely tied to the digital era.

In fansubbing practices, fansubbers help remediate the audiovisual content from one culture into their target culture contexts by producing fansubs in their own styles to satisfy their own preferences. The fan status of fansubbers is considered as a key factor that motivates them to participate in this unsolicited community translation practice (Ito 2012). To further investigate such a motivation, the present research draws on fan studies which highlight the fact that fans are different from general audiences in the level of attachment, interpretation and production in relation to their favourite content (Abercrombie and Longhurst 1998). Fan **attachment** can be seen as emotional investment which fans put into activities evolving around their interested media texts (ibid., p.129). Fans form **engagement** which can relate to the dynamic process where fans' emotional connections with their favourite content encourage them to build relationships with those who have the same interest and to participate in fan activities (Jenkins, Ford and Green 2013). Such emotional connections can be explained in terms of the concept of **affect**, as, according to Calvo and D'Mello (2011), affective states can influence individuals to

participate in activities. This suggests that fans are driven by their interest which in turn induces deep engagement to the extent that they seek every possible avenue to gain access to their favourite content rather than passively relying on the industry providers to fulfil their interest despite potential legal implications (Jenkins, Ford and Green 2013). That is, fans become 'active users' in media consumption and 'active producers' by using their social and cultural experience to transform their favourite media texts (Fiske 1992). In the case of fansubbing, fansubbers take on various roles and responsibilities in fansub creation. They no longer passively consume the programmes made by media companies, but become producers of translation of audiovisual content (Pérez-González 2013; Pantumsinchai 2012; Bold 2011). These behaviours of fansubbers represent fandom which is often defined as fans' emotional commitment to the consumption of their favourite media texts (Sandvoss 2005, p.8), leading to cultural practices performed by strongly engaged media users (Jenkins 2010).

In a translation practice such as fansubbing, the high degree of engagement can motivate translators to voluntarily participate in the practices (Olohan 2014). Fansubbers' engagement allows them to gain specialised knowledge in the contexts of their favourite programmes, often making them experts in the given genre (O'Hagan 2013). Fans are so driven by their passion towards their favourite contents that they are eager to demonstrate their devotion irrespective of monetary gains by willingly putting time and effort into translation in order to make contributions to their favourite media texts (Lee, H 2011), and to help other fans in the communities to gain access to their favourite content (Pantumsinchai 2012). Such free labour results in alternative forms of market value to the media content (Jenkins, Ford and Green 2013, p.116), which possibly attracts a wider group of audiences, raising the commercial value of such media texts in the entertainment industry (Hills 2002). This suggests a shift from the previous structure, where the media industry managed itself exclusively, to a media industry which is increasingly influenced by actively engaged media users in a digital environment. This change has encouraged fans who are everyday Internet users to partake in online collaboration and circulate user-generated content, forming a **participatory culture** where fan interpretations and social interactions lead to cultural products that serve their fandom (Jenkins 1992). The active participation of fansubbers, residing outside the jurisdiction of the media industry, can imply defiance to passive consumerism (Hills 2002). Fansubbers are considered 'prosumers', who no longer passively consume the programmes made by media companies, but they are also producers of translation of audiovisual content (Pérez-González 2013; Pantumsinchai 2012; Bold 2011). The influence of affective states, which encourage fans to produce translation, means that dismissing fansubbers' work as non-professional amateur pursuits risks overlooking their often extraordinary engagement and effort in making fansubs (O'Hagan 2011).

Therefore, the present research further explores the impact of the affective states of fans which can drive them to produce works in collaboration by seeking the way in which such states of affect develop in the networked environment.

The focus on translation as a social practice allows the researcher to explore the roles and interrelationships of translation agents in producing translations (Pym 2006). Fansubbing practices can be described as co-creation translation practices, where consumers, i.e. fans, take part in the production and distribution process of media content and experiences (Banks and Deuze 2009, p.419). The collaboration of fansubbers to produce and distribute fansubs to serve their strong interest has developed collective identities among fansubbers in Internet-mediated environment (Li 2015). Not only do fansubbers engage in shared laborious tasks and effort in producing fansubs, they also share values and commitment in fansubbing practices, sustaining their collaboration in the communities (ibid.). Shared values, such as fansubbers' moral commitment to fansubbing, can be linked to trust building among community members (Sperber et al. 2010) in fostering the interrelationships in the community, which is further investigated in the present research. Furthermore, co-creation or interrelationships of community members in fansubbing is not limited to fansubbers who are producers of translation. Non-translating fans are also seen to play a crucial role in fan translation practices as supporters who encourage the translating fans to make an effort and to devote their free labour to the practices (Ito 2012) (see further discussions in Section 3.1.2). However, fansubbing research in translation studies has so far paid little attention to the roles of these non-translating fans. The present research attempts to fill such a gap by gaining in-depth insights into the interdependence of fansubbers and non-translating fans in fansubbing communities with a focus on collaboration in fansubbing. Collaboration between fan community members can be associated with creativity (see further discussions in Section 3.3), yet creativity in fansubbing studies is most often associated with fansubs as products (e.g. McClarty 2013; Pérez-González 2013; Díaz-Cintas 2010) (see further discussions in Section 3.1.1). The current study seeks to examine the interrelationships formed between fan community members in online spaces which possibly enhance creativity in fansubbing.

Since fansubbing is an unsolicited community translation practice, where fansubbing communities produce translations typically without permission from copyright holders, the practice has legal implications. This is illustrated, for example, in the case of the Thai fansubbing of a Korean drama series where the copyright holders in Korea gave a warning to Thai fansubbing communities of these drama series to stop the fansub circulation (Thaitrakulpanich 2016). Yet, the communities justify their work by

claiming that they create fansubs as a display of fandom without seeking any monetary rewards (Lee 2010), and for the promotion of their favourite programmes (Condry 2010; Hatcher 2005). Such ethical values shared in the communities can build supportive environments for translators to communicate and share knowledge (Drugan 2011), encouraging community members, especially fansubbers, to continue fansubbing (see further discussions in Section 3.2.3). This shows the importance of ethical values in the formation of the interrelationships between fansubbers and non-translating fans in fansubbing communities. However, ethics in community translation practices, including fansubbing, are of a different nature from professional ethics which bind professional translations to a set of professional conduct which mainly focuses on duties and responsibilities of translators (Baker 2011). Ethical issues in fansubbing need to be scrutinised and reconsidered through a new lens by taking into account fan collaboration in the new technological environments. This has motivated the present research to probe into digital media ethics in particular reference to copyright issues in online practices from different ethical perspectives (see Section 3.2.2). Ess (2014) presents pluralistic views on ethics where despite sharing fundamentally the same ethical norms, the historical traditions and legal framework in each country influence individuals to have their own ethical reasons. The consideration of cultural influence on ethics would contribute to an exploration in understanding the fansubbing phenomenon in different regions, hence likely reflecting specific surrounding socio-cultural contexts in which such practices are embedded.

In addition, the researcher's professional experience in audiovisual translation working for a cable television channel in Thailand as well as her own fan status of Korean TV programmes form part of the key initial motivation behind this research. Implicit in the aim of this study is therefore the pursuit of the researcher's personal as well as professional interest in this emerging topic. The researcher seeks to contribute to the increasing scholarly effort in further expanding the boundary of translation studies into little known contemporary Asian translation practices with the introduction to the phenomenon of fansubbing in Thailand.

1.2 Research Rationale, Questions and Operationalisation

As discussed in Section 1.1, the roles of non-translating fans and digital technologies in fansubbing are underreported in the literature while fansubbing in Thai contexts is virtually untapped. The present

research seeks to gain an in-depth understanding of Thai fansubbing with a particular focus on collaboration between fansubbers and other key actors, including non-translating fans and digital technologies, constituting the online fan communities. A particular case of fansubbing of a Korean TV show is chosen as a representative example due to the recent rise in the interest in Korean culture in Thailand which has led to Korean fandom in the country (Choi and Maliangkay 2015; Jin and Yoon 2014; Siriyuvasak and Shin 2007). Korean cultural products, especially TV programmes, have captured the attention of Thai media viewers (Ainslie 2016), and one highly popular Korean TV show in Thailand is *Running Man* (see Section 2.2.1). This is demonstrated in particular by the growing numbers of fansubbing communities specialised in Korean audiovisual content in Thailand (see Section 2.2.2).

As mentioned in Section 1.1, fansubbing practices are performed by fansubbers working together to produce and distribute fansubs in technology-mediated environments. The present research aims to address a collaborative aspect in fansubbing by focusing on the interrelationships between fansubbers and non-translating fans and the interactions between fans and technology which have been overlooked by scholars in translation studies. To this end, the main objective of the present research is to understand the nature of the collaboration in fansubbing between human actors (i.e. fansubbers and non-translating fans) and non-human actors (i.e. digital technologies) which together form online communities. To achieve such a research objective, the present research seeks to answer the following main research question:

How does collaboration develop in online communities of Thai fansubbers?

To answer this key question, it is first necessary to obtain detailed observations on how the fansubbers and their fan community as a whole interact with technology and the role played by technology. Digital technologies are treated as a critical external factor that allow fansubbers and other community members to engage in fansubbing activities. This is based on the fact that online technological resources facilitate interaction between fansubbers and other community members. These assumptions lead to the following first sub-question:

1.1 *How do Thai fansubbers exploit technology and collaborate with other community members in the production and circulation of fansubs?*

In addition to the consideration of the significance of digital technologies, different roles played by fans in fansubbing as community members are addressed through their interrelationships formed in online communities. The interdependence between fansubbers and non-translating fans marks the collaboration in the networked environments and possibly encourages fansubbers to maintain their engagement in fansubbing. To gain in-depth insights into the interrelationships among fan community members, the present research, therefore, seeks to explore what binds fansubbers and non-translating fans together to strengthen and foster their interrelationships in fansubbing practices. It also takes into account the cultural influence of the Thai context on these community members when they interact in online communities. This leads to the second sub-question:

1.2 *How do fansubbers and non-translating fans as community members forge their interrelationships in specific socio-technical settings of Thai fansubbing communities?*

The focus on the impact of digital technologies on fansubbing as the enabler of collaboration in fan communities has led the current study towards a socio-technical perspective, aiming to explore fansubbing as a social practice that is facilitated by technology in a changing dynamic environment. This enables the researcher to consider digital technologies as a key non-human actor with equal importance as human actors in forming fansubbing practices. The present research therefore focuses on interactional relations between actors in translation and the influence of a societal context (Wolf 2007), and treats technologies as another key actor in translation (see Section 4.1), using Actor-Network Theory (ANT) as a framework for analysis. ANT (Latour 1987, 2005) allows for the analyses of collaborative works or the network of human and non-human actors from the socio-technical perspective (see further explanation in Section 4.3). The **network** in ANT refers to the trace of interrelationships between actors who can cause the transformation in social practices (ibid.). Such a transformation is called **translation** (Callon 1986) in ANT terminology which is different from what is typically understood in translation studies as a subject field in general, a product of meaning transfer usually involving interlingual texts, and a process of producing texts originally written in one language in another (Munday 2012, p.8) (see further discussions in Section 4.3.1).

The research data are collected through the method of virtual ethnography as it enables the researcher to explore the interrelationships of human and non-human actors in online communities, i.e. fansubbing communities in the present study (see Section 4.2). This virtual ethnographic approach is made possible by the researcher's role as an insider of the community, using her own fan status and experience from the AVT profession to contact the study participants for survey and interview data collection (see Section 5.1). All data collection follows the recommended ethical procedures of the institution to which the researcher belongs as well as those of ethical online ethnography research (Kozinets 2010; Hine 2008). The subtitles produced by fans are not reproduced or analysed in the present research due to the legal constraints in fansubbing as addressed in Section 3.2.3.

1.3 Thesis structure

This thesis is divided into three main parts, consisting of Part I: Research Contexts and Literature Review, Part II: Methodological Considerations and Framework of Analysis, and Part III: Data Analysis and Research Findings.

In Part I, following the present chapter, Chapter 2 provides an overview of the research contexts, mainly those relating to the media landscape and fan activities in Thailand. It discusses a growing reliance of media viewers on digital environments in media consumption, and the status of professional audiovisual translation in the country. Then Korean fandom and fan activities are introduced to highlight the trend of media consumption in Thailand at present. An explanation of legal issues in Thailand which are related to the unauthorised use of copyright content in fan activities is provided. Ethical attitudes and beliefs of Thai people concerning digital media are also discussed. Chapter 3 discusses fansubbing in general and reviews the literature on fansubbing research. It firstly addresses fansubbing with particular focus on fansubs and their innovative styles which are seen as creative work. Next, fansubbing as a community translation practice in digital environments is explained. The ethical considerations in relation to fansubbing and the legal implications in relation to copyright issues are discussed, including professional translation ethics, digital media ethics and ethics in fansubbing. This chapter then focuses on the conceptualisation of creativity which is closely associated with the main objective of this research, i.e. collaboration.

In Part II, Chapter 4 addresses the research design of this study guided by the research focus which is discussed in the previous chapter. It explains the research paradigm based on a socio-technical approach and introduces ANT as the main analytical framework. The three concepts used in the analysis, namely, 'affinity spaces', 'networked affect', and 'epistemic trust', are then introduced in relation to ANT. The study gathers empirical evidence by using the method of virtual ethnography which is a common method applied within an ANT-based framework. The research validity and reliability as well as research integrity in the current study are then discussed at the end of the chapter. Chapter 5 provides an explanation of the methods used in data collection and their analysis. The virtual ethnographic data collection in reference to the surveys of fans and non-fans as well as the interviews with fansubbers is explained. The coding method used in the data analysis is detailed next, informed by ANT and the application of the three concepts mentioned above.

Part III discusses the data analysis and research findings in terms of ANT and the three theoretical concepts. Chapter 6 first provides the results of virtual ethnographic data concerning surveys of fans and non-fans as well as the interviews of fansubbers. Following the identification of key human and non-human actors in fansubbing communities, the analysis then focuses on the interactions of these actors. Chapter 7 answers the first sub-question of the present research, discussing the interrelationships of fansubbers and other key actors, especially digital technologies, to demonstrate collaboration in fansubbing. Chapter 8 responds to the second sub-question, explaining the values which are shared among fansubbers and non-translating fans in online communities in comparison with non-fans. It focuses on the interrelationships of fan community members and how they are strengthened in networked environments, thus sustaining collaboration in fansubbing.

Chapter 9 provides a conclusion in which the research question as introduced in Chapter 1 is revisited, discussing the contributions of the present study as well as the recognition of its limitations and implications for future studies in this area.

The appendices include ethical approvals from Dublin City University (Appendices A and B), the lists of survey and interview questions (Appendices C and F), and the implied consent form given to the interviewees (Appendix E). All of the survey and interview results are also provided in Thai, the original language used, when conducting the surveys and interviews (Appendices G, H and I). Some content in the survey and interview data is concealed in order to protect the anonymity and privacy of the participants in accordance with the ethical procedures. In this thesis, the quotations in English from the

data are the researcher's own translations from Thai and the original data can be found in the appendices.

PART I: RESEARCH CONTEXTS AND LITERATURE REVIEW

Chapter 2 Research Contexts: Media Landscape and Fans in Thailand

This chapter provides the background to fansubbing in Thai socio-cultural contexts. As Thai fansubbing is engendered and practised in digital environments, it is essential for the current study to take into account recent changes in Thai media consumption with the population's heavy reliance on the Internet. An overview of professional audiovisual translation (AVT) in Thailand is then provided to show its influence on the development and growth of Thai fansubbing practices. Fan online activities are identified, with an emphasis on Korean fandom, which has gained considerable popularity in recent years in Thailand. Legal frameworks in Thailand related to online activities are introduced to provide a background to copyright issues. The chapter also refers to the legacy of piracy in Thailand, which has most likely affected the attitudes of Thai people towards legal issues concerning fan activities online. The last section of the chapter focuses on ethical beliefs in the context of Thai society with the influence of Buddhism in shaping the attitudes of Thai people when they participate in online activities. The chapter ends with a discussion of non-profit initiatives aimed at encouraging fair use and freedom on the Internet in Thailand.

2.1 Media Consumption in Digital Environments

2.1.1 Rise of digital platforms in media consumption in Thailand

This section provides a background to the growing importance of digital environments for Thai people in media consumption in recent times. The *Digital In 2016* report, which was compiled by *We Are Social*, the global social media agency, claimed that among 68.05 million Thai people, 38 million (56%) were active Internet users (Kemp 2016). Among the 30 key countries around the world covered in the report, Thailand was ranked in the top 5 countries in which people spent most time on the Internet, particularly on mobile devices, compared to other countries, such as the US, China and Japan (ibid., p.25). These statistics from a global perspective suggest the enormous significance of the Internet and its likely impact in Thailand. From a local perspective, *Thailand Internet User Profile 2015*, a survey of Thai online

users' behaviour, which collected 10,000 responses, reported that the top five online activities for Thai users included searching for information (62.2%); receiving and sending emails (53.7%); social networking (45.3%); reading e-books (40.7%); and media viewing (38.9%) (Electronic Transactions Development Agency 2015, p.41). These survey results indicate that television is no longer the only option for accessing audiovisual texts as many Thai people rely on digital environments for media consumption and communication.

In terms of social networking, the most popular social media sites and applications among the surveyed respondents were Facebook (92.1%), Line, a free online communication application, (85.1%), and Google+ (67%) (Electronic Transactions Development Agency 2015, p.45). These results correlate with the infographic data collected by the Digital Advertising Association (Thailand). The data showed that, in the second quarter of 2014, Facebook took the lead in the number of users (30 million subscribers) in Thailand, followed by YouTube (26.5 million users), whereas there were only 4.5 million subscribers to Twitter, of which 61% were inactive users (Digital Advertising Association 2014). Comparing Thailand's use of social networking sites to other countries, it ranked among the top ten for the number of visitors to Facebook (9th), YouTube (6th), and Google+ (7th), ranking it higher than the US, UK and China in 2015 for the same social networking sites (Chaffey 2016). These reports show the significant importance of these social networking sites among Thai Internet users.

As for the use of technological devices to access the Internet, the survey by *Thailand Internet User Profile 2015* identified that more than 80% of the users mostly rely on smartphones when they are browsing the Internet, followed by desktop computers (54.7%) and laptops (45.2%) (Electronic Transactions Development Agency 2015, p.32). This implies that people in Thailand rely heavily on mobile devices. The report revealed that users in the 16-35 age group spent the longest amount of time on the Internet at around 50 hours per week (ibid., p.29). The findings also highlighted that the higher the level of educational qualifications and income the users had, the longer they spent online (ibid., p.30).

Thai people spend a considerable amount of time engaged in online activities, including social networking and media consumption. Such a growing reliance on the Internet can be seen as a major change in their behaviour when consuming media. In addition to the development of digital television which has led to the increase in television channels in terms of number and viewership (Dhipayon 2016), the online platforms have become another option for Thai audiences to consume media. Many digital

TV stations, such as Channel 3¹, Workpoint², GMMTV³, are providing reruns of some of their programmes on video-sharing websites like YouTube,. Furthermore, some media service providers have acknowledged this change in media consumption by offering their Thai media viewers a video-on-demand streaming service to include a variety of foreign programmes and movies. Examples of such streaming service operators in Thailand include *iLike*⁴, *HOOQ*⁵, *iFlix*⁶ and *Netflix*.⁷ These examples show that in a changing landscape of media technologisation, Thailand is following a similar worldwide trend, where online platforms are beginning to transform viewers' media consumption behaviour and this change in behaviour illustrates the growing impact of technologies on people's everyday lives.

2.1.2 Audiovisual translation background in Thailand

In Thailand various approaches are adopted in audiovisual translation practices for foreign movies and programmes. In cinemas, subtitles are generally provided for Western movies. However, in some cases, blockbuster movies and animated films are prepared in both dubbed and subtitled modes when the film distributors expect that such movies may earn high revenue from a wide group of audiences (Somachriyakul 2012, p.30). The dubbed version in the cinema is provided in order to serve the target viewers who might not be fully literate and/or prefer the dubbed movies in Thai by expert dubbers or by famous Thai actors/actresses who are the viewers' favourite ones (ibid.). This is also applicable to movies from other Asian countries, where both dubbed and subtitled versions are made available. On the other hand, in the case of foreign programmes broadcast on television, especially on free-to-air channels, a dubbed version is the most common. Currently, a wider selection of translation modes is available compared to the analogue era of television due to the development of digital television in Thailand. This is illustrated by the broadcast of some free-to-air digital channels, such as *Now26*⁸ and

¹ <http://www.ch3thailand.com>

² <https://www.youtube.com/user/WorkpointOfficial>

³ <https://www.youtube.com/user/GMMTVSPOTLIKE>

⁴ <http://www.ilikehdtv.tv/>

⁵ www.hooq.tv/th

⁶ <https://www.iflix.com/>

⁷ <https://www.netflix.com/th/>

⁸ *Now26* is a digital television broadcaster operated by Bangkok Business Broadcasting Co., Ltd. (<http://www.now26.tv/>)

ThaiPBS,⁹ where the options of a Thai dubbed version or original soundtrack with Thai subtitles are offered.

In Thailand, becoming a professional audiovisual translator usually depends on practical translation experience rather than on translation training or translation qualifications as specific formal AVT training is rarely available in Thailand. AVT courses may typically be offered as part of a Master's degree in translation at universities rather than for the purpose of professional training. The recruitment of professional audiovisual translators, particularly in film translation, is usually limited to those who have subtitling experience and personal connections with experienced translators or media companies (Phetwirojchai 2015).

Compared to most western countries where subtitling guidelines, such as the 'Code of Good Subtitling' (Ivarsson and Carroll 1998), are widely followed, no formal AVT guidelines are available in the public domain in Thailand. Instead, the AVT guidelines are generally provided to professional subtitlers by individual media companies. Due to a lack of literature on professional AVT guidelines, the discussion below centres on general guidelines for subtitling in the current Thai situation, which were provided by Yutthana Ngarmkert, a professional subtitler, who was interviewed by the researcher via email (Ngarmkert 2015, personal communication, 4 October). Some information in the guidelines is also based on the researcher's own experience working in Thailand as an editor of subtitles within the television industry.

Translation

Unlike most western languages, the Thai language does not usually use punctuation in written texts. In Thai, words are not separated using blank spaces, but blank spaces are normally used to indicate pauses in sentences. This practice is also reflected in subtitling. For both cinema and TV, subtitles are usually written using a white font. Each media company determines its own guidelines for subtitling, such as the number of characters and the use of punctuation (e.g. question mark (?) and exclamation mark (!)) in the case of subtitling for DVDs. The number of characters in one subtitle is typically around 28 – 32 Thai characters based on the average reading speed. While some Thai cable television channels do not allow subtitlers to add punctuation to the subtitles, the DVD distributor in Thailand does not enforce any

⁹ Thai Public Broadcasting Service (*Thai PBS*) is Thailand's first public broadcasting service. (<http://www.thaipbs.or.th/>)

rules regarding this. In the case of swear words, the cable television channel normally mutes them, so their translations are not required. On the other hand, the translation of swear words in the cinema is determined by movie distributors and the movie ratings, but there are no strict policies applied in writing the swear words in the subtitles. In the case of the translation of additional texts on screen (i.e. annotation), such as signposts or messages on mobile phones, the subtitlers can make the decision whether or not to provide the translation.

In terms of maintaining the translation quality, there are editors to check and edit the subtitles before broadcasting them on cable television. By comparison, the editing of subtitles for movies in cinema depends on the policy of each distribution company. Some companies provide a proofreader to check the spelling of the subtitles and the translation, whereas others let the subtitlers take the responsibility.

Use of subtitling platforms

At present subtitlers are usually only responsible for the translation part by making subtitles for DVDs or cable television programmes in Microsoft Word. In turn the technical parts are the responsibilities of the employees who are put in charge of adding subtitles to the subtitling software. This seems to be different from the past where subtitlers had more responsibilities in spotting and translating using subtitling software, such as *Script*, *Cavena* and *Dlight*. In the case of translations for movies, subtitles are often translated in Microsoft Excel. This suggests that professional subtitlers do not require elaborate technical skills to create subtitles.

Subtitle preparation time-scale

The time-scale for subtitling depends on the agreement between the subtitlers and the media companies, and the discrepancy between the date of receiving the raw files of the movie and the showing time of the movie. The duration can be between two days and up to a few weeks.

The current situation within professional subtitling as discussed above indicates that distribution companies play a significant role in determining the various translation requirements, while subtitlers have relative freedom when translating. Moreover, the roles of professional subtitlers mainly focus on the translation and the subtitlers have little involvement in the technical part of subtitling. Such a work

division is similar to fansubbing practices in general which are based on different roles of agents although many fansubbers seem to have both technical and linguistic skills in fansubbing.

2.2 Fans and Fandom

The change of media consumption in Thailand, as discussed in the previous section, means that Thai media viewers are now more readily able to access their favourite content in their preferred manner. Currently, Korean cultural products have captured much attention among Thai audiences, leading to Korean fandom or K-wave in the country. This section provides an overview of such a phenomenon in Thailand, which has inspired fans to engage in online activities to make Korean programmes available to Thai audiences.

2.2.1 *Korean fandom or K-wave in Thailand*

Korean wave or the popularity of Korean culture has spread across Asia thanks to media liberalisation in the 1990s (Shim 2006, p.28). Due to democratisation in the country, the Korean government supports the export and promotion of Korean cultural products to other countries, helping to improve the country's national image (Lee, S.J 2011). The financial crisis in the 1990s is another factor for other countries in Asia to broadcast the Korean dramas in their nations due to the generally low costs of the programmes. The K-wave has also broadened beyond Asia to international audiences.

The global circulation of Korean dramas (K-dramas) and Korean pop music (K-pop) has led to the popularity of Korean cultural products among Asian countries, including China, Japan, Singapore and Thailand (Jin and Yoon 2014). In Thailand Korean culture started to captivate audiences' imagination over the last few decades (Siriyausak and Shin 2007). It is believed that the interest in Korean cultural products surged after the broadcast of the K-drama, *A Jewel in the Palace*, in 2005, leading to the consistent popularity of Korean fandom in the country (Byun 2014). Such popularity probably stems from similar cultural backgrounds shared between Thailand and Korea, to which Thai people can easily relate when watching the programmes (Premsrirat 2010). Since then, there has been a significant increase in the broadcasting of Korean television programmes on Thai digital television channels, which is also demonstrated by promotional visits by some of the Korean stars to Thailand.

Although a growing number of Korean TV programmes have been officially broadcast on many digital television channels in Thailand, this official broadcasting has still not been able to meet the viewing demand of Thai audiences, especially for fans, due to the unavailability and/or delay of the official translation. This can be seen, for example, from a growing number of Thai fansubs on the Internet. Not only do Thai fans watch their favourite Korean programmes on the Internet, but they also share updated information and have discussions on online forums and social networking sites. This topic is discussed in more detail in Section 2.2.2. These behaviours show that digital technologies have played a significant role to date in online activities relating to the K-wave in Thailand.

Popularity of Running Man programme as a representative example

The *Running Man* variety show is one of the Korean programmes which has gained a huge following among Thai fans. This entertainment programme is broadcast on television in the ‘variety show’ genre. The genre typically involves the masters of ceremonies as the hosts of the programme and it incorporates a variety of content, such as a talk show section and games. The pilot of the *Running Man* programme was aired on 11 July 2010 for the first time on SBS Channel¹⁰ in South Korea. In each episode the main cast and guests play a variety of games individually or in a team as part of a mission set in different locations, in order to complete or win the competition. To date, over 300 episodes have been broadcast in Korea.¹¹

In Thailand, Thai fansubs of the first episode were distributed online about a month following the first broadcast of the original version in Korea in 2010. Thai fansubs of the show have been created mainly by relying on the English language subtitles, which are distributed by fansubbing communities through online streaming platforms. In the meantime, the officially dubbed version in Thai has been aired on Thai cable television, TrueVisions, since 9 October, 2011. However, the time discrepancy between the Thai fansubbed versions and the official dubbed version has amounted to approximately 50 episodes to date. Furthermore, as stated in an interview with the personnel of this cable television company (2015, personal communication, 7 January),¹² some episodes of the programme cannot be officially dubbed and broadcast in Thailand due to a licence agreement with the Korean company. Reruns of *Running Man* have been broadcast on the free-to-air digital TV channel, TRUE4U, which is operated by

¹⁰ Korean broadcasting company [<http://www.sbs.co.kr/>]

¹¹ <https://www.viki.com/tv/21511c-running-man> (Last accessed 11 January 2017)

¹² Due to a privacy issue, the name of the interviewee is anonymised as requested.

TrueVisions, since 2014.¹³ However, the reruns have only been broadcast up to Season 3, and subsequent seasons have not been broadcast due to the licence issue, which has led to numerous complaints among Thais.¹⁴

The popularity of this variety show can be demonstrated, for example, by the presence of 420,000 followers on unofficial *Running Man* Thai fan pages on Facebook as of 26 July, 2017,¹⁵ which amounts to 0.61%, from the total population of around 69 million people in the country. These figures can be compared to other South East Asian countries: in Vietnam there are around 370,000 followers¹⁶ or 0.40% from a population of 93 million people, and in Malaysia, 93,000 followers¹⁷ or 0.30% from a population of 31 million people. Simply comparing the number of fans of *Running Man* further emphasises the programme's huge popularity in Thailand. On the basis of such a high visibility of this particular programme, involving a significant number of fans and Thai fansubbing communities, the fansubbing practice of this variety show was chosen as a representative example for the present research.

2.2.2 Fan activities in digital environments

Thai people's growing reliance on the Internet can also be seen from their participation in online activities, such as social networking and media consumption, as discussed in Section 2.1.1. Their participation in online activities includes various fan activities. The following examples conducted in online environments are of particular relevance to the present research.

Fan translations

Popular fan translations in Thailand include scanlation, aside from fansubbing. There are many websites of Thai scanlation circulated on the Internet although this practice is considered in breach of the copyright law. Its scale can be seen from the search results for scanlation in Thai, showing around 6

¹³ <http://www3.truecorp.co.th/investor/entry/1064> (Last accessed 4 August 2016)

¹⁴ <https://goo.gl/F8nr5b> (Last accessed 18 February 2015)

¹⁵ <https://www.facebook.com/runningmanthailand?ref=ts&fref=ts> (Last accessed 26 July 2017)

¹⁶ <https://www.facebook.com/FcRunningManVietNam/?fref=ts> (Last accessed 26 July 2017)

¹⁷ <https://www.facebook.com/RunningManMYlovers/?fref=ts> (Last accessed 26 July 2017)

million results (26 July 2017),¹⁸ compared to scanlation in English, which show around 9 million results (26 July 2017).¹⁹ Comparing these results to the number of manga readers in Thailand and those who understand English in a global context, these results in a Thai context can highlight a large number of Thai manga readers online.

In terms of fansubbing in Thailand, many Thai fans seek out fansubs of their favourite programmes from fansubbing sites despite a growing number of foreign programmes, i.e. Korean programmes, broadcast on digital television (see Section 2.2.1). There are also many fansubbing groups distributing Thai fansubs of foreign TV programmes originating in many countries such as the US, China, Japan and Korea. The genres of these programmes include movies, drama series, and variety shows. Thai fansubs are distributed on online platforms, such as websites, weblog, or social media sites. The popularity of Thai fansubs can be seen from the search results of Thai fansubs on online search engines. In the case of Thai fansubs of Korean programmes, in particular, there are approximately 4 million results online as of 26 July 2017.²⁰ Such a result is not much different from around 6 million results of those in English fansubs.²¹ Comparing these results to the size of the audiences in Thailand and those who understand English in a global context, a difference of one million between these two results indicates the huge popularity of Thai fansubs in Thailand.

Realising the change in media consumption, the media industry, in turn, views fansubbing on online platforms as an opportunity for the expansion of their business. They have sought co-operation with fansubbing communities for producing and circulating subtitles for media viewers online. These developers have created a platform where fansubs can be distributed legally, leading to a new form of interaction as demonstrated in the cases of *Crunchyroll*, *DramaFever*, and *Viki* as briefly explained below.

Crunchyroll²²

Crunchyroll, established in 2006, is a platform which developed from the distribution of fansubbed anime streaming videos. It offers only legal and official subtitled dramas and anime programmes after negotiating an agreement with copyright holders (Kishimoto 2008). The site, operating as a company, officially recruits subtitlers who have subtitling experience and pays them to translate licensed

¹⁸ <https://goo.gl/ggiRvR> (Last accessed 26 July 2017)

¹⁹ <https://www.google.ie/#q=read+manga+online> (Last accessed 26 July 2017)

²⁰ <https://goo.gl/DxPKHQ> (Last accessed 26 July 2017)

²¹ <https://www.google.ie/#q=korean+series,+english+sub> (Last accessed 26 July 2017)

²² <http://www.crunchyroll.com/> (Last accessed 4 August 2016)

programmes rather than relying on fans to voluntarily produce subtitles. This site freely distributes many subtitled anime programmes. Nevertheless, to gain some extra benefits, such as fast access to the translated programmes after the official broadcast or high quality videos, fans need to pay a membership fee (Crunchyroll 2014).

DramaFever²³

As discussed in Section 2.2.1, K-Wave or Korean fandom has become widespread around the world. Inspired by fan collaboration to make fansubs of Korean television programmes, DramaFever was established by Korean co-founders in 2009, and later became a subsidiary of Warner Bros in 2016 (DramaFever 2016). With the aim of providing legal contents to online viewers, the co-founders contacted some of the fansubbing groups to officially make subtitles for this online site (Roettgers 2012). The New York-based company now offers the distribution of Korean TV dramas and shows as well as those from Taiwan and China (DramaFever 2016). The popularity of the sites, implying the rise in demand to view K-dramas, has been proven from an exponential increase of its viewership (440 per cent) or 3.4 million viewers in 2014 (Heine 2014). Such an increase in the viewership of K-dramas underlines Korean fandom on an international level.

Viki²⁴

Viki, founded in 2007, is a platform where fans can voluntarily make subtitles of their favourite programmes in more than 160 languages, such as Chinese, English, and Thai (Viki 2014). The licensed programmes can be translated with the approval of copyright holders under a Creative Commons licence. The licence supports users to “copy, distribute, and make some uses of (creators’) work” to the public for non-profit purposes (Creative Commons 2014). The *Viki* platform can be considered an attempt to pave the way for the public to appreciate the texts and support the fansub circulation. *Viki*’s online platforms for the production and distribution of translated programmes also show the community-based or crowdsourcing translation environment, where fans can voice their opinions in public (Dwyer 2012).

These efforts which have been made by fans to access fansubs of their favourite programmes show that fansubbing practices serve to play a crucial role in displaying the power of grassroots audiences, which the commercial sector clearly cannot overlook. Web 2.0 provides an opportunity for these audiences to

²³ <https://www.dramafever.com/> (Last accessed 4 August 2016)

²⁴ <https://www.viki.com/> (Last accessed 4 August 2016)

take an active role in determining what they wish to view and how they want it to be presented. This could demonstrate the shift in the fansubbing community from providing fansubs of unauthorised materials to sharing only legal products. Such developments lead to ‘convergence’, a co-operation between top-down media business and bottom-up participatory culture (Jenkins 2006).

Fan comments or reviews

Although fan translations have gained much popularity in Thailand, considering the number of results of fan translations online as mentioned in the previous section, only a small number of fans have become translators. The time and effort required to produce fan translations can explain why only a very small proportion of fans become fan translators. As Jenkins, Ford and Green (2013, p.156) observe:

Most often, within the industry, this insight is represented via a pyramid of participation, which shows how the population of users narrows as you reach activities that demand more time, money, resources, skills, and passion.

The observation above is in agreement with the views of other scholars (e.g. Beamish 2010, Nonnecke and Preece 2000), who state that the majority of online users are considered ‘lurkers’, who generally prefer to stay invisible and more passive in their roles in an online community.

Still, as scholars in media studies acknowledge, these ‘lurkers’ (Jenkins, Ford and Green 2013) or ‘leechers’ (Ito 2012) (i.e. non-translating fans in the current study) also make contributions to the fan communities. For example, non-translating fans as devoted fans often display a sophisticated understanding of a topic involving their favourite fan translated materials, such as the names and characteristics of fan translation groups and the particular fan sites (Ito 2012, p.197). They contribute to the fan communities by “expanding the audience and potentially motivating their work” (Jenkins, Ford and Green 2013, p.157). Their recognition and appreciation of fan translations, expressed in comments online, can demonstrate their support for fan translators (Ito 2012). The positive feedback on the fan translators’ effort given by many non-translating fans, for example, can act as rewards and incentives in the manner of a gift economy (Pearson 2010), where non-monetary rewards are given to fan creators as an alternative to show appreciation for their efforts.

In the case of fansubbing, after watching the fansubs of their favourite programmes, many Thai fans share their comments and viewpoints on social networking sites or on the websites where they often

access the fansubs, for example on Facebook or YouTube. One of the popular online discussion boards in Thailand is *Pantip.com*,²⁵ which means ‘thousand tips’ in Thai, where Thai fans of K-wave can also share views and start discussions in relation to Korean fandom. Their posts in the forum include the live report of their favourite Korean TV programmes, where fans summarise the scenes of the programmes at the same time as their original broadcast in Korea, and the discussions after watching Thai fansubs of their favourite programmes. This shows fan engagement in their favourite content and active participation of fans in media consumption, which is not only watching fansubs, but also sharing ideas and viewpoints related to their favourite audiovisual content on the digital platforms. Fan comments on translated works also demonstrate the interactions of non-translating fans with fan translators in online communities, often in the form of encouragement for the translators. The interactions between fansubbers and non-translating fans also show hierarchy and status within the communities, depending on the participants’ social and cultural experience, knowledge, and commitment (Schulze 2013).

These fan activities as discussed in this section demonstrate a new form of participatory culture (Jenkins 2002). That is, the media texts are collectively reproduced by a group of fans who are considered grassroots audiences, and the online environments have facilitated such a culture by giving fans the opportunity to exploit technological resources (Jenkins, Ford and Green 2013; Mittel 2013). These activities also represent ‘fandom’ where cultural practices are collaboratively performed by the most passionately engaged media consumers, i.e. fans (Jenkins 2010). Fandom found in fan activities emphasises the emotionally-driven motivation of fans in collaboratively producing works or ideas, such as fansubs, and developing the ‘collective intelligence’ discussed by Jenkins (2002) who adopts the concept from Pierre Lévy (1997). This refers to the exchange of diverse knowledge and shared expressions of emotions among fans in online communities.

2.3 Legal Framework for Online Activities

This section covers the relevant legal issues relating to fan activities and their impact on Thai contexts. An explanation of laws and responsible government organisations is provided before moving on to piracy issues in order to show general attitudes in Thailand towards copyright issues. A discussion on ethics in relation to online activities in Thailand is provided at the end of this section.

²⁵ <http://pantip.com/>

2.3.1 Legal framework in relation to online activities in Thailand

Laws and responsible government organisations

Thailand has enacted a domestic law and become a member of international treaties in relation to copyright issues. On a domestic level, the Copyright Act B.E.2537 (1994) has been enforced in the country since 1994, and a revised version of the Copyright Act (No.2) B.E.2558 (2015) was issued in August 2015. The amendment of the law has added articles in relation to copyright protection in the digital era and increased the sanction for copyright violation. This shows the government's attempt to tighten any activities involving copyright violation, particularly those which are conducted on online platforms.

Not only does Thailand have a domestic law to cope with copyright infringement, internationally, the country has also been a ratified member of the Berne Convention on Literary and Artistic Work since June 1931 (WIPO 2016a). The Berne Convention mainly forces the signatory countries to recognise the copyright of the authors. Under this treaty, the authors' rights in the reproduction and translation of audiovisual texts are protected. In addition, Thailand has been a member of the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) since 1995 (WIPO 2016b). The aim of the Agreement is to address the issues of international piracy and infringements, with regard to Intellectual Property Rights (World Health Organisation 2016). Becoming a ratified member of the Berne Convention and TRIPS demonstrates that Thailand is concerned about and engaged with issues involving copyright infringement.

At the state administration level, responsible authorities and organisations have been established in order to protect the creator's rights in Thailand. In terms of the domestic level, the Department of Intellectual Property (DIP) is a responsible authority which has been established to cope with issues regarding copyright and intellectual property. The Technology Crime Suppression Division, in turn, is a police department which is set up to monitor and prevent crimes on the Internet.

Piracy and online activities

Despite the laws and legal authorities at domestic and international levels, which are supported by the responsible state organisations, Thailand seems to have a challenging situation in terms of piracy, particularly that involving online activities. For example, a significant number of counterfeit products were seized by DIP, which reached around 780,000 and 970,000 items in 2014 and 2015, respectively (Department of Intellectual Property 2014, 2015). One reason for this might be because domestic and international copyright laws have so far not been widely promoted among the public in Thailand (Bhattarakosol 2007). Thailand has a historic trajectory in piracy related to online activities. Piracy cases in Thailand involve computer software, games, and Japanese manga, which are summarised briefly below:

Computer software

The number of Thai people using pirated computer software is relatively high. The Global Software Survey conducted by BSA, an advocate for the global software industry, reported that the percentage of unlicensed software installation has ranged between 69% and 75% of the total number of installations during 2009 – 2015 (BSA 2016).

Games

Before online games were introduced in Thailand in 2002, piracy of offline console games took the form of making an unlawful copy for sale (Rodphothong 2011). Since the introduction of online games, methods in game piracy have ranged from game distribution in Internet cafes without permission from the copyright holders, to setting up a pirated main server for gaming services, to pirated servers via co-location, and game modification (ibid.). The piracy of online games has also meant considerable financial damage to online game service providers. In 2013, a game service provider claimed that pirated online games had caused a loss to the industry of around 100 million baht (around 2.5 million euro) (Thairath 2013).

Manga

The sale of translated manga in Thailand during the 1980s was all unlicensed. In the past, many translated versions of the same manga has been published illegally (Kartoon-Discovery.com 2007). This began to change in 1992 when Advanced Communications Company announced that the company had received the licence for manga distribution in Thailand (Manager 360° Magazine 1994). Since then,

there have been more licensed manga published in Thailand, but many pirated Japanese mangas have still been published as an option for some Thai readers. The pirated books are sold for cheaper prices and many more manga titles are available as pirated versions than as official translations (Kartoon-Discovery.com 2007). In the digital era, the online distribution of unauthorised Japanese manga has also caused a decline in sales in the Thai manga industry (The Publishers and Booksellers Association of Thailand 2015). Pirated manga in Thailand has been acknowledged by Japanese publishers, with a total estimated loss of economic value of the market at around 15-19 billion yen (132-168 million euro) (Chapman 2015). This development has led to the establishment of *Japan Manga Alliance (JMA)*, a joint venture of Japanese publishers, who decided to set up its first subsidiary in Bangkok in 2016 to protect the copyright of published manga (Anime News Network 2015).

These examples demonstrate that piracy has been controlled loosely at best and it is rampant at worst in the country. According to the Special 301 Report in 2015, by The Office of the United States Trade Representative, Thailand is still on the Priority Watch List since the country is seen to be unable to effectively enforce laws in relation to intellectual property rights (Froman 2015). The report states that the recent amendment of copyright law lacks clarity in its enforcement. Moreover, it shows concerns over widespread copyright infringement and piracy in Thailand:

Other concerns include a backlog in pending patent applications, widespread use of unlicensed software in both the public and private sectors, growing Internet-based copyright piracy. Rampant trademark counterfeiting, lengthy civil IPR proceedings and low civil damages, and extensive cable and satellite signal theft (Froman 2015, p.45)

This suggests that the government sector in Thailand has been seen as relatively relaxed in monitoring issues related to copyright infringement. An attempt to tighten the legal framework has been made to catch up with the impact of online environments, e.g. the revision of the Copyright Act, but this attempt does not seem to impact much on Thai people's everyday online activities. That is probably because the state policy focuses more on maintaining public security. Therefore, attempts have been made to control online activities which are relevant to the political agenda and *lèse majesté* cases rather than fans' online activities (Matichon 2016; Saiyasombut 2015). By comparison, in other Asian countries such as China the state's policy in terms of censorship and copyright has included the specific control of online fan activities, including fansubbing (Zhang and Mao 2013).

The legal situation in Thailand is confirmed by what is stated in private communication with Maitree Suthephakul, a judge from the Supreme Court of Intellectual Property and International Trade in Thailand. He reported that so far no legal actions have been publicly taken against fan activities online. However, he confirmed that the use of copyright materials without permission from the copyright holders in any activities, including fansubbing, is considered illegal (Suthephakul 2015, personal communication, 16 January). Such a situation is also demonstrated in the statement of the General Manager of Thai Entertainment Content Trade Association (TECA), paraphrased below:

Many Thais believe that copyright issues, such as piracy, concern only a particular group of people, i.e. copyright holders. These consumers think that attempts by the government to stop piracy are waste of time and effort. They also believe that distribution of these pirated copies provides opportunities to low-income people to access intellectual properties at affordable prices, and in turn helps them enhance their creativity. Thus, piracy, for these consumers, seems to provide them with benefits rather than drawbacks. (Chiyasak 2010, p.4)

These legal circumstances can provide a glimpse into how the legal environment in Thailand has likely shaped Thai people's generally relaxed attitudes towards copyright issues, particularly those involving online media consumption. Such attitudes of Thai people may be the reason why many fan activities, such as scanlation and fansubbing, are visible online, despite conflicts with copyright violation. These grassroots circumstances show that such relaxed legal attitudes, for better or worse, contribute to the development of Thai fan translation.

2.3.2 Ethics in relation to online activities in Thailand

Ethical beliefs in relation to online activities

The previous section highlighted the influence of the broader socio-cultural historical contexts on the attitudes of Thai people to legal issues when conducting certain online activities. Not only can legal implications affect Internet users in participating in online activities, but their ethical beliefs may also have an impact on their attitudes and behaviours when conducting online activities (Hongladarom 1999). In terms of ethics, Hongladarom and Britz (2009) claim that although individuals from different socio-cultural settings share the same ethical attitudes, they can have a different approach or reason in

coming up with such beliefs. Such attitudes are based on an ethical pluralism point of view (Ess 2014), which values the distinction of each socio-cultural setting (see Section 3.2.2).

In Thailand, the traditional ethical value of people is the belief in a hierarchy in society, where people with a higher social status have the duty to take care of the less fortunate, while, in turn, less fortunate people have the duty to comply with the system determined by those of a higher status (Hongladarom and Britz 2009, p.2). This value can possibly explain one of the reasons why the policy of the Thai government is to prioritise public security. Hence, it is the state's responsibility to protect the safety of individuals who are of a lower social status, making individual issues of privacy and copyright less important.

In addition to this traditional value, Buddhism impacts strongly on ethics in Thailand. Although religious choice is customary and people can freely hold any religious belief in Thailand, the majority of Thai people are Buddhist (Rananand 2007). Buddhism has influenced Thai culture for centuries, and it emphasises the interrelationships and interconnection of people in society (Hongladarom 2014). This religion also values the concepts of caring, sharing, and trust for the benefit of the community (Bhattarakosol 2007, p.140). These Buddhist concepts seem to echo the statement of the General Manger of TECA in relation to piracy in Section 2.3.1, where piracy might be viewed by some Thais as a helping hand to gain access to copyright content for lower income people. If applied to fan translation activities where fans appropriate the unauthorised copyright content, it can be seen as an ethical act mainly directed to produce translation for the benefit of other fans in online communities. However, any facile application and interpretation of ethical pluralism is at risk of justifying bootlegging operations and further careful considerations are necessary to understand fan communities and their ethical stance. The pluralistic view of ethical issues and the ethical considerations in fansubbing practices are addressed in some detail in Sections 3.2.2 and 8.1.2.

Creative Commons and other initiatives in support of online activities

In addition to having legal authorities at the State level to manage copyright issues, non-profit initiatives have been established in Thailand, due to the rise of digital technologies, to support the freedom of individuals on the Internet. An example of such an initiative is Creative Commons Thailand, which encourages the fair use of copyrighted works on the Internet. Showing support for the fair use championed by Lawrence Lessig (2008), who set up the Creative Commons in 2001, the Creative

Commons agreement was launched in Thailand in 2009 by the cooperation between the Dharmniti Law Office, a private law office, and Creative Commons International (Dharmniti 2009). The agreement aims to encourage copyright holders to share their works with the public and give others an opportunity to adapt or transform the works while still holding the copyright licence. Still, such works are mainly related to photos, articles and music rather than commercial programmes which are associated with fansubbing.

Furthermore, Thai Netizen Network²⁶ is another movement which supports the rights of Thai Internet users. The organisation was established by the Foundation for Internet and Civic Culture in May 2014 (Thai Netizen Network 2016). Its policies include (1) the right to gain access to online information, (2) the right to freedom of expressions, (3) the right to privacy, (4) the right to participate in policy making in relation to online activities, and (5) the right to commons rights (ibid. 2016).

Both Creative Commons Thailand and Thai Netizen Network show that, while the country enacts laws and sets up the legal authorities to protect public security, there are Thai non-profit movements which attempt to protect the privacy and the rights of Thai Internet users based on the belief that they have freedom of expression as well as the right to legally use copyright works online. This shows the impact of online environments in the everyday lives of Thai people, which in turn is affecting the legal structure in the country, whether in the form of law amendments or by the establishment of non-profit movements. The legal issues or the state's policies in relation to online activities need to be negotiated with the consideration of the public interest which is emphasised in the ethical beliefs of Internet users in Thai contexts. The ethical considerations with regard to conducting online activities can be highlighted by the public statement made by the Thai Netizen Network (2015) as follows:

Internet is a space in which all learn to live together. Amongst the state, service providers and netizens, it is important that an effort be collectively made to protect their space for public interest and based on the upholding civil rights and the protection of human rights. [sic]

2.4 Concluding Remarks

In recent years media consumption in Thailand has changed, reflecting an increasing reliance on digital environments. Digital platforms have become a major alternative for Thai media viewers to access their

²⁶ <https://thainetizen.org/> (Last accessed 4 August 2016)

favourite foreign programmes. Still, these changes made by the media industry have not fully satisfied those who would like to watch the most up-to-date episodes of foreign programmes. When broadcasting foreign television programmes, often the Thai dubbed version is the only translation provided, especially for Asian television programmes. The opportunity to become a professional audiovisual translator is rather limited in Thailand. Recruitment mostly depends on the experience and the reputation of the translator among media companies since there are no specific courses or training in audiovisual translation provided in the country. This current situation in the audiovisual translation profession, along with the viewers' desire to gain access to their favourite foreign programmes, have led a particular group of engaged media viewers to play an active role in online fan activities, including fansubbing. In past decades, the success of promotional campaigns by Thai media companies has generated Korean fandom or K-wave among Thai media viewers, including Korean television programmes such as the *Running Man* variety show with a huge following of Thai fans. Among Thai fan activities conducted on digital platforms, there have been a growing number of fan translations, especially fansubs of Korean television programmes, including *Running Man*. These fansubbing activities raise legal and ethical issues that are closely related to the evolving digital environments. In terms of legal frameworks, there are domestic and international laws established to deal with copyright violation. However, such legal issues, which are related to online fan activities, are not prioritised by the government as they are not of primary concern to the security of the State. This can be viewed in light of the historic trajectory of piracy in the country, which seems to permit relaxed attitudes to persist among the Thai populace towards copyright infringement. The belief in Thailand in the well-being of the community in a Buddhist society (Hongladarom 2014; Bhattarakosol 2007) can help explain in some way the particular thinking which underlies the ethics of many Thai people. These ethical attitudes could be considered to have had some impact on the way Thai fans actively participate in fansubbing activities online. The dependence of Thai people on digital environments has also raised an awareness of freedom of expression in online platforms, leading to the establishment of private organisations, including Creative Commons Thailand and Thai Netizen Network. These organisations can be seen as an attempt by Thai Internet users to protect their own rights when conducting activities online. Such an attempt highlights ethics in digital environments in relation to fair use and freedom on the Internet as opposed to the legal control of the Thai government which has a particular focus on maintaining public security. This may have further encouraged online fan communities to exploit such freedom in conducting their activities without much concern for copyright violation.

This chapter showed the significance of fan activities, especially fansubbing, and the ethical issues related to these online activities with an emphasis on the Thai context which is the focus of the present study. Chapter 3 reviews literature on fansubbing with a special focus on collaborative production of fansubs in digitally-mediated environments in various cultural contexts. It identifies gaps in the literature and locates the focus of the current study. The chapter also gives an overview of ethical issues which relate to online fan activities, especially fansubbing, in digital environments, and the particular ethical approach which is adopted in the present research.

Chapter 3 Collaboration in Fansubbing in Digital Environments

This chapter discusses previous studies relating to the fansubbing phenomenon with a particular focus on the impact of technologies in fansubbing practices as demonstrated in fansubs as creative products, and the collaboration between fansubbers in fansub production and distribution in online platforms. This is to highlight the gaps in the literature which involve the way in which fans interact with technologies in fansubbing, and the interrelationships between fansubbers and non-translating fans in fansubbing practices. Following this, relevant works on ethical issues of fansubbing practices are discussed in some detail to show that ethics beyond translation studies need to be taken into account in fansubbing practices. As ethics of non-professional translation is currently under explored in translation studies and fansubbing practices are typically conducted in dynamic digital environments, the ethical considerations in fansubbing call for an examination of digital media ethics. Furthermore, a more pluralistic perspective on ethics is considered to explain ethical values in the Thai setting. The final section discusses the literature on creativity to present the fact that collaboration in fansubbing facilitates individuals to produce creative products or ideas in given practices.

3.1 Fansubbing

Although fansubbing studies have been growing in number, the literature of fansubbing in translation studies still remains relatively limited with the focus tending to be placed on western contexts, such as the US. This section discusses the literature on fansubbing by dividing it into two categories: specific features of fansubs and collaboration in fansub production and distribution.

3.1.1 Fansubs as creative products made by fans

This section focuses on previous studies on fansubs as products created by fans with a connection between creativity and the visibility of fan translators in the visual and linguistic elements of subtitles.

Fansubs and visibility of fansubbers

Professional subtitles applied to cinema or television programmes are usually norm-driven, conforming to guidelines set by the subtitling companies (Pederson 2011, p.122). By comparison, fansubbers have taken an experimental approach to translation, which is discussed in the literature reviewed below.

Nornes (2007, 1999) highlights the roles of translators when producing a translation, whether to strictly adhere to the subtitling norms as seen in professional subtitles, or to challenge such conventions in subtitling. He supports the latter choice, encouraging translators to take an experimental approach in producing subtitles to allow viewers to gain new experience of linguistic and cultural distinctions present in the source audiovisual texts which are then transferred to the translation. This means that translators can keep the foreignness in source audiovisual texts and maintain their visibility in subtitles in terms of visual styles and lexical choices regardless of the time and space constraints in subtitling, giving rise to what Nornes terms 'abusive subtitles'.

Díaz-Cintas and Muñoz Sánchez (2006) focus in particular on the fan translators' intention to serve other fans, even though they are mostly not trained as professional translators. This intention gives rise to collaboration between fansubbers who take advantage of technologies to produce visually-striking subtitles and to distribute them quickly. This is to attract fan audiences, despite criticisms of the translation quality. Díaz-Cintas (2010) mentions digital technologies used in the production of fansubs. The available technological resources facilitate fansubbers, not being bound by norms of mainstream subtitles, to freely opt for their preferred visual styles and lexical choices in subtitles. This has led to diverse fansub characteristics, including the use of colours, variations in the position of subtitles, and the use of glosses as an additional explanatory mechanism in a given scene.

Pérez-González (2007) takes a multimodal approach in exploring the links between the diverse visual elements of subtitles and the visibility of fansubbers. He explains that fansubbers intervene in the translation of audiovisual texts by using headnotes or a gloss and various colours or fonts in subtitles in order to communicate with audiences in hope that the latter can gain satisfaction when watching fansubs. Such an intervention of fansubbers as presented in fansubs is further discussed in Pérez-González (2012) with a focus on the emotional connection shared among fans. As fans, especially fansubbers, are empowered by communication technologies, they have acquired a space where they can collectively express and share in an open manner their strong attachment and interpretation of their favourite audiovisual texts. The fans can demonstrate their emotional involvement in their favourite

content which drives fans to individually or collaboratively participate in fansub production thanks to digital environments.

Schules (2012) discusses fans' emotional involvement in relation to fansubbing from a media perspective. In order to serve their own interests in producing translations and their communities' viewing expectations, fans interact with their favourite audiovisual content. Driven by such an aim, fansubbers take advantage of various options within digital technologies to produce subtitles that display how they perceive their favourite content. This allows them to become deeply engaged in fansubbing. Fansubbers' engagement encourages them to seek novel ways of subtitling in terms of visual and lexical styles, e.g. fonts, colours and size, and additional glosses of subtitles. According to Schules (2012), such fansub production can sometimes be described as a ludic practice.

From an audience's perspective, fansubs can be linked to viewers' preferences for watching translated audiovisual texts as discussed in Künzli and Ehrensberger-Dow's study (2011). This study proposes fansubs as 'innovative subtitling' due to their unconventional styles as manifested in, for example, additional glosses or headnotes on screen. The experiments were conducted to investigate the viewers' visual attention when watching translated audiovisual texts by employing an eye-tracking method. The results indicate that viewers can still process additional information, such as gloss or headnotes, which usually appears on fansubbed versions.

The literature reviewed above addresses mainly how technological resources currently available have allowed viewers to become fansubbers. Technology has enabled these viewers to invent their own style of subtitles in order to serve their viewing preference and attachment towards their favourite audiovisual material (Pérez-González 2012, 2007; Díaz-Cintas 2010; Nornes 2007, 1999; Díaz-Cintas and Muñoz Sánchez 2006). These new styles of subtitling have influenced fansubbers to engage in the practice (Schules 2012), and seem to serve audiences' viewing preferences in the digital era (Künzli and Ehrensberger-Dow 2011). Taking into account the crucial role fansubbers play in inventing novel subtitle styles, the present research places particular focus on Thai fansubbers who collaboratively produce fansubs in online communities. Furthermore, as how fans use technological resources in fansubbing is not fully discussed in the literature, the present research investigates further the interactions between fans, especially fansubbers, and technological resources in collaborative fansub production from a socio-technical dimension.

Fansubs and creative subtitling

Recent studies, such as Denison (2011), Secară (2011), McClarty (2013), and Pérez-González (2013), discuss norm-breaking characteristics of fansubbing vis-à-vis mainstream professional subtitling, treating the former as creative because of its unconventional styles, visible presence of fansubbers in the practices, and the reliance of digital technologies in fansub distribution regardless of physical locations.

McClarty's study (2013) proposes 'creative subtitling' as a novel way of subtitling which takes into consideration the desires of target audiences. By considering the impact of available technological resources and adoption of text inserts in TV programmes, the study underpins the production of subtitles which pays particular attention to the roles of translators and an 'abusive' way of subtitling. Creativity in her study is expressed through new visual styles used in subtitles, similar to the characteristics of fansubs, which indicate an attempt to give a new viewing experience to the target audiences. In parallel, McClarty presents creative subtitling as an experimental attempt at collaboration between subtitlers and filmmakers in terms of the process. This study promotes the development of a novel way of subtitling in a practical setting in a collaborative way.

Secară's (2011) study considers the concept of creativity similarly to that presented by McClarty (2013) by taking into account the new viewing experience of the target audience. In this study, subtitles containing text messaging styles of abbreviated forms, as are sometimes adopted in fansubs, are considered 'creative' due to their novel style. The new subtitles include characters which do not conform to the standard form of subtitles in order to solve spatial-temporal limitations in confined space, e.g. the mobile phone screen. Secară employs eye-tracking to investigate the proposed subtitling practices from an audience's perspective. Her study therefore stresses the viewers' behaviour in terms of visual attention when watching audiovisual texts and whether their visual attention was fixated on the creative spelling of the subtitles. The findings indicate that the novel subtitle styles do not hinder the viewing experiences of the target audiences and possibly even allow the audiences to allocate their visual attention outside the subtitled area (Secară 2011) thanks to the shorter length of the subtitles. These previous studies (McClarty 2013; Secară 2011) highlight that creativity is concerned with the novel characteristics of fansubs, which can be called 'innovative' (Künzli and Ehrensberger-Dow 2011), by taking into consideration the new experiences of the target audiences when watching translated programmes.

Pérez-González (2013) considers fansubbers as engaged media viewers of audiovisual texts in the target contexts, and further addresses the intervention of fan translators in making fansubs, as previously discussed in Pérez-González (2012, 2007), in connection to creativity. He holds the manipulation by fansubbers in translated audiovisual texts as akin to an act of civil disobedience or an act against the norms of translation which is determined by media businesses. The impetus for such actions is considered to arise from fans' expectation to have a better viewing experience of their favourite audiovisual texts. The interventionist agenda in making subtitles shows the 'activist' role of translators, where translators, taking advantage of digital technologies, challenge the mainstream business in coming up with their own styles of translation (Baker 2006). Such a role undertaken by translators is considered as creative as they invent their own ways of making subtitles (Pérez-González 2013).

Denison (2011) in turn discusses creativity in the fansubbing of a Japanese anime programme from the perspective of media reproduction and consumption which occurs in a non-standardised way. She argues that available technological resources encourage the transcultural circulation of fansubs and fan consumption of the media text. Fansubbing groups use technological resources to produce fansubs and distribute them across geo-linguistic borders in a different way from the ways adopted by the media industry (Denison 2011, p.230). Fansub distribution on the Internet also provides fans with a new channel to access and view their favourite media texts regardless of their physical location. Such methods used in fansub production and consumption elicit the creativity of fansubbers, underscoring the impact of online environments in this practice.

The studies reviewed above argue that fansubbing is a creative process since it involves breaking away from norms to produce and distribute fansubs. However, there is a paucity of work which pays attention to the link between creativity and the collaborative nature of fansubbing in which fansubbers interact with other actors in the translation process. The present research attempts to fill this gap in the literature by exploring collaboration in fansubbing practices.

Fansubs and quality

Although fansubs are considered 'creative' because of their form and the visibility of fansubbers as shown in the previous section, some scholars have criticised fansub quality, tracing it to the level of language competency, or lack thereof, of fansubbers (e.g. Bogucki 2009; Díaz-Cintas and Muñoz Sánchez

2006). Translation errors have been identified in fansubs, indicating the relatively low quality translations produced by fansubbers.

Despite such criticisms, Massidda (2012) argues that fansub quality in the Italian language has improved over a period of time as fansubbing teams have developed translation guidelines and workflows in translation. Moreover, fansubbers' respect for the original material when making subtitles, such as in the case of translating humour, is found to be well maintained by retaining the tone, register and the core meaning of the original content (Massidda 2012, p.159). Such features developed by Italian fansubbing teams are likely to have an impact on the production of professional subtitles in the Italian audiovisual translation business in terms of the timing of release and translation choices in subtitling.

Švelch (2013) discusses fansub quality from the viewpoints of fan audiences. The study suggests that fan engagement with respect to fansubbing is likely to influence their viewpoint on translation quality. Many non-translating fans praise the high quality of the fansubs, which has been described as 'silent gratitude' to fansubbers in recognition of their dependence on fansubs (Švelch 2013, p.6). Other reasons may be that non-translating fans' attitudes towards quality are likely coloured by their appreciation for the sheer availability of fansubs and the respected status of fansubbers in their communities (ibid.). This suggests different attitudes towards fansub quality between (non-fan) general viewers and fan audiences. It seems reasonable to assume that the particular relationships between fansubbers and non-translating fans shape the latter's perceptions of the quality of fan translation and this is something which is worth investigating further in the present research.

Dwyer (2012) discusses fansubbing on *Viki*, an online platform for the production and distribution of translated programmes. This platform is an example of a community-based environment, where fans can voice their opinions in public and invent their own subtitling styles. Dwyer (2012) calls for a reconsideration of translation quality by paying more attention to the collaborative nature of fansub production within the communities and emotional responses from fans than the textual accuracy of the translation. The issue of translation quality is further explored in the present research, which emphasises the importance of collaboration between fansubbers in producing fansubs, which is further discussed in the next section.

3.1.2 Fansubbing as a community translation practice in digital environments

This section looks at the literature in relation to fansubbing as a practice which is performed by fans who take advantage of Web 2.0 through their volunteer collaboration in online communities.

Fansubbing in different cultural contexts

As mentioned in Section 1.1, online environments enable fansubbing to become a global phenomenon, expanding into many cultural contexts. This section discusses the literature with a focus on fansubbing practices which are conducted in various geographical locations.

Barra (2009) seeks to find the differences and similarities in the working process of professional and fan translators in Italian contexts. She maintains that the co-creational labour of tech-savvy translators is found in the fansubbing of US drama series. In fansub production and distribution, fansubbers voluntarily share responsibilities in a hierarchical system, depending on their skills, backgrounds and subtitling experience (Barra 2009). Their working process is structured like that of professionals, but the level of devotion of the translators towards the programmes between professionals and fans is likely to be a differentiating factor (ibid.).

Bold (2011) also observes the fansub production of US drama series in a fansubbing network in Brazilian online communities, including Legendas.tv and InSUBs team. She highlights the power of audiences who become producers of translation, regardless of the subtitling norms. The use of online technologies through the entire fansub production process underlines the importance of tech-savvy fan translators and the technology itself, which can facilitate the workflow of fansubbers in the community.

Orrego-Carmona (2011) explores fan collaboration in subtitling in a Spanish fansubbing community, aRGENTeaM. He observes that the working process of the fansubbing team is well-organised and structured. The commitment in the team is driven by the aim of satisfying their own needs as fans. Social interactions in the team also create knowledge-sharing environments, both in the genre of audiovisual content and technological knowledge.

Li (2015) investigates a fansubbing network of Chinese fansubbers from *The Last Fantasy* fansubbing group, showing the transformation of Chinese audiences empowered by digital technologies in serving their personal interests amidst state control in media consumption. The research findings reveal a sense

of collective identity in fansubbing groups where fansubbers share values and commitment in fansub production, constituting a community in fansubbing which is facilitated by digital technologies. Forming social ties when becoming a part of the community, fansubbers sustain their relationships within the community by rules and organisational structure which help them select trustworthy members.

As these studies show, fan collaboration in online communities has been explored in different cultural contexts. The literature indicates that fansubbing teams are likely to work in a well-organised manner similar to professional practices. Such a collaborative *modus operandi* of fansubbing teams underlines a new form of subtitling practice which has been developed outside professional contexts, closely influenced by changes in media consumption thanks to the advances of digital technologies. The present research aims to provide a further exploration of fan collaboration in online communities with particular focus on the Thai context.

Fansubbing and voluntary efforts in online communities

As outlined previously, fansubbing practices are conducted by fans who collaboratively and voluntarily produce and distribute fansubs in online platforms. This section focuses on the literature concerning the collaboration of volunteer translators in community translation practices which are facilitated by digital environments.

O'Hagan (2009) terms fan collaboration in fansub production in online communities as 'user-generated translation', presenting fans who are audiences of audiovisual materials and have become volunteer producers of translations. O'Hagan (2009) extends user-generated translation found in fansubbing into crowdsourcing translation as seen in the case of translating the social networking site Facebook, indicating a blurred boundary between professional and non-professional translators in the digital era.

O'Hagan (2013) discusses the impact of technological advancement on community translation practices, especially fan translation, giving rise to ethical considerations. Technological resources facilitate fans in voluntarily producing translations to serve their own interests and the interests of other community fans. Despite such good intentions, the use of unauthorised content by fan translators raises copyright issues. Meanwhile, digital environments also facilitate crowdsourced translation projects initiated by online companies looking to translate the content on their website, for example LinkedIn and Facebook. These volunteer translation projects have caused suspicion among professional translators, since crowdsourcing in these contexts can be considered exploitation of free labour. Such criticisms aimed at

fan translations and crowdsourced translations show the grey area that exists with regard to community translation practices in the digital era. The question of whether these practices could be considered ethical or unethical (O'Hagan 2013) is further discussed in Section 3.2.

Fernández Costales (2012) addresses fansubbing as a community translation practice, and considers the collaboration of fans who voluntarily produce translations for other community fans on digital platforms. He investigates how digital technologies have aided translators in voluntarily producing translations. The motivations of translators in community translation practices typically include enjoyment, humanitarian projects, and preservation of cultural heritage (Fernández Costales 2012). The collaborative translation on this voluntary basis in online environments as manifested in fansubbing, for example, can benefit academia in terms of translation training.

McDonough Dolmaya (2012) conducts a survey to explore the attitudes towards crowdsourced translation in Wikipedia among different groups of translators. The study reveals that those without formal training in translation make more of an effort to translate for others in the community so that they can access the information provided in a language other than the source language. By comparison, the motivation of professional translators is not only for the benefit of the community, but also for enhancing their reputation and attracting more clients.

Olohan (2014) explores TED²⁷ translations from sociological and psychological perspectives by focusing in particular on the translators' motivation to translate voluntarily. She argues that, with the support of the TED organisation, positive affect, i.e. enjoyment in translation, and learning experiences from translating, can drive the translators to translate voluntarily. Olohan (2014) raises an open question to further examine how volunteer translation can be maintained in online environments.

As explained in Section 1.1, fansubbing is considered as a community translation practice. The above reviewed literature addresses fansubbing as a community translation practice in translation studies by focusing on the broad macro role of technology in collaborative translation (e.g. O'Hagan 2013, 2009), and the voluntary nature of translators in online communities (e.g. Olohan 2014, Fernández Costales 2012, McDonough Dolmaya 2012). However, the dynamic roles of digital technologies in situ have not been explicitly discussed in the literature. The present research, therefore, aims to provide the more detailed micro observations as to how the fansubbers actually interact with technology and how the

²⁷ <https://www.ted.com/>

latter affects fansubbers' collaboration in fansubbing. Moreover, the voluntary effort of fansubbers is further investigated by exploring how such an effort can be maintained in an online community.

Drawing on insights from media studies, Lee, H. (2011) discusses collaboration of fansubbers as a form of participatory culture in relation to media fandom. She highlights the power of grassroots audiences, i.e. fans who take advantage of digital environments and use their collective knowledge in making their voluntary labour in fansub production and distribution and showing support to the communities. This can mark the change in media distribution made by fans' voluntary efforts.

The power of fans in fansubbing communities is also emphasised in Panthumsinchai's study (2012) with the connection to legal issues in relation to fansubbing as mentioned in Section 1.1. Panthumsinchai (2012) discusses the motivations for voluntary efforts by fansubbers to serve their personal interests and their fansubbing communities. The participatory culture in fansubbing is not limited to fansubbers only, but also non-translating fans in relation to legal and ethical issues. Fansubbers have sought non-translating fans' cooperation by issuing their own internal regulations, asking non-translating fans not to share and copy the fansubbed materials outside the communities. The rules imply a co-dependency between fansubbers and non-translating fans thanks to the digital environments.

Ito (2012) pays particular attention to the motivation and contribution of fans in digital networked environments in fansubbing. She observes that the motivation which helps sustain fansubbing activities is the fans' commitment to contribute to their fandom, which is closely related to the ethics of fansubbing. In order to fulfil such a commitment, fansubbers act as contributors by voluntarily using their skills and expertise to produce fansubs in different languages. Non-translating fans, considered as leechers, in turn express their gratitude as non-monetary rewards for fansubbers.

Similar to the literature in translation studies as discussed earlier in this section, the literature on fansubbing in media studies pays close attention to the dependence of fans, especially fansubbers, on digital technologies in fansubbing. Fansubbing communities have come to offer digital spaces for the interactions among fans, i.e. fansubbers and non-translating fans, and also between fans and technological resources in fansubbing activities. The significance of digital technologies in fansubbing can be linked to 'collaborative media' (Löwgren and Reimer 2013), where the digital infrastructure plays multiple roles in facilitating media users in their collaboration in media production (fansub production and circulation) and consumption (viewing fansubs). Collaborative media in the context of fansubbing focus on the interplay between human, i.e. fans, and non-human, i.e. digital technologies, in conducting

activities. This supports the present research to explore fansubbing practices from a socio-technical perspective which is further discussed in Section 4.1.

In addition to the interrelationships between fans and digital technologies, the literature discussed above presents the fan status as a key component which binds the interrelationships between fansubbers and non-translating fans in fansubbing communities. The dependency relationship between fansubbers and fans as reviewed in the above literature demonstrates that their roles cannot be merely reduced to just 'translators' and their 'passive audiences', respectively. By comparison, so far fansubbing research in translation studies has not explicitly included non-translating fans as a key actor in this community translation practice. The present research, therefore, seeks to heed non-translating fans as another key actor in the investigation of fansubbing practices to shed light on collaboration in fansubbing.

The interrelationships among fansubbers and non-translating fans in online communities can be seen as 'dark energy' (Condry 2013, p.162), where fans, driven by their strong interest, gather and collectively show their capabilities through their participation in fansubbing, despite the precarious boundary between piracy and fan practices. These interrelationships develop the bond between fansubbers and non-translating fans beyond the interest of the content of favourite audiovisual texts despite the legal implications of unauthorised use of copyright contents. This, in turn, can indicate a shared cognitive sense of community (Yus 2005), which can be connected with trust and acceptance formed within the community (Sperber et al. 2010).

Fansubbing and the issue of trust

As mentioned in the previous section, trust forms part of developing bonds among community members, sustaining collaboration in fansubbing practices. In translation studies, discussions regarding trust typically involve ethics, professionalism and collaboration of translation agents in producing translation as discussed below:

Pym (2012) discusses trust in terms of translator ethics in translation, which is similar to Chesterman (2009) and Abdallah (2010) as addressed in Section 3.2.1. Pym (2012) argues that trust building is a cost-saving measure in translation as a negotiation between translators and clients or readers can be a success if trust exists. Having trust-based relationships can help translators to work within their ethics in translation and they can increase cooperation between translation agents (Pym 2012, p.147).

Abdallah and Koskinen (2007) address trust as a key factor in forming strong relationships among translators, translation companies and clients in translation. The set of the relationships which bind these translation agents together can be called a production network in translation (Abdallah 2012). Sharing knowledge and information in the network can help foster trust, ensuring that the goal of each relevant agent in the network can be fulfilled. However, the research findings reveal that lack of mutual trust has been found in professional translation businesses. This can lead to increasing transaction costs in order to ensure the commitment of the translators in the production network (Abdallah and Koskinen 2007), which is similar to Pym's view (2012).

Olohan and Davitti (2015) view trust as a dynamic process between translation agents in translation workplaces. The results reflect Abdallah and Koskinen's findings (2007) that lack of trust in the translation production network can cause struggles for translators and other agents in fulfilling their translation goals. The study emphasises the role of project managers in translation businesses as mediators who negotiate and manage risks between translators and clients. Such a role can build trustful interrelationships in the translation production network, ensuring successful translation tasks.

Risku, Weber and Milošević (2016) also discuss trust in the production network in translation based on their interview findings. They reveal that trust between clients and translators is built from the active participation of the clients, developing their interactions with the translators. The communication between the translators and the clients make them negotiate their expectations in translation, strengthening their relationships and forming trust in the production network.

In the case of a Facebook translation platform configuration, the discussion of trust goes beyond client-translator relationships in the traditional sense as addressed by O'Hagan (2017). This study reveals that the Facebook translation practice is still performed in a top-down relationship, where the technological platform for translation mostly depends on the administration team. This negatively affects the contributors to the Facebook translation, allowing them to develop a lesser degree of trust in the translation network.

De Barra-Cusack (2014) reveals trust is also an emerging key component in the use of online resources in her investigation into users' attitudes and behaviours in the use of terminological resources with a particular focus on *focal.ie*, the bilingual English-Irish resource. Interviews with translators show that translators' trust in the data, sources of the data, clients and/or themselves guides them when they use

terminological resources in producing translation. This emphasises the importance of trust in forming collaborative workflows in translation.

As these studies show, trust plays an important role in translation as a key component for fostering ethics and an effective production network mainly in professional translation practices. Translation in turn can be considered a component to build trust. Cadwell (2015) conducted a case study of the 2011 earthquake disaster in Japan and concluded that translation possibly helps build trust among foreign residents who experienced the disaster incident in the contexts of communication and information gathering.

The literature presented here has shown that the concept of trust in translation studies has largely been examined in terms of interpersonal relationships, and it emphasises that trust can strengthen collaboration in translation practices. Trust can maintain the interactions between translation agents (Risku, Weber and Milošević 2016; Olohan and Davitti 2015) and influences the way translators use terminological resources in translation (de Barra-Cusack 2014). Translation in turn can be a tool which develops trust among individuals (Cadwell 2015). This suggests that trust is a key element which can foster collaboration among actors. However, the topic of trust in translation studies is still under-researched, especially in terms of non-professional translation scenarios, despite its importance in the collaborative translation practices as discussed in the literature. Therefore, the present research focuses on the topic of trust in order to highlight the interrelationships between fan community members who are driven by shared affects in fansubbing (see Section 1.1). In particular, the current study will discuss trust in terms of epistemic trust (e.g. Origi 2013, 2012) since it allows for the discussion of trust to take into account different aspects of individual beings, including social interactions of individuals and the impact of affects among individuals as further explained in Section 4.4.3. Such exploration can extend trust beyond professional translations by focusing in particular on unsolicited community translation practice in online environments.

3.2 Ethical Issues in Digital Environments

The more recent developments of collaborative media in fansubbing practices are intertwined with copyright laws. On the one hand, the practice of fansubbing typically involves the unauthorised use of source materials which are generally protected under copyright laws (Phillips 2003). On the other hand,

the voluntary efforts of fansubbers and their dedication to work for free in digital environments (Mäntylä 2010; Hatcher 2005; Leonard 2005) cannot be overlooked as such dedication by fansubbers demonstrates the use of collective knowledge to serve communities, which has ultimately led to a change in media consumption as discussed in Section 3.1.2. This issue points to a dilemma involving the issues of legality and ethics in relation to fansubbing activities. In this section, ethics in translation studies which usually focus on professional translators are reviewed. This is then linked to the literature on digital media ethics incorporating pluralism, which can arguably be applied to fansubbing in digital environments and in particular in a socio-cultural setting such as Thailand. This section ends with a discussion of literature on ethical issues in fansubbing studies.

3.2.1 *Ethics in translation*

Ethics have been discussed in translation studies with a close link to translation as a profession. In the past decades, translation ethics have been elaborated beyond the argument of linguistic equivalence to a broader contextual perspective which focuses on translators and the act of translation in various situations and socio-cultural locations (Pym 2001, p.137). The agency of translators or their ability to act consciously and independently when producing translations (Kinnunen and Koskinen 2010) is very much guided by ethics as it works as basic guidelines for translators to negotiate their power and show responsibility in translation (Pym 2012).

Baker (2011) views ethics as codes of practice which are associated with negotiations between what translators see as their professional responsibilities and their perceptions of what is morally right or wrong. These ethics of translation practice can affect translators' decision-making when performing their translation tasks. Professional ethics in translation involve the self-reflexivity of translators from the textual fidelity, obligations to employers and responsibilities to communities and the world (Tymoczko 2009a, p.186).

Not only do professional translators show commitment to their employers, they also take into consideration readers in terms of ethics (Abdallah 2010). Likewise, translators expect employers to be bound by professional ethics and treat them respectfully (*ibid.*). This shows that professional ethics in translation are not limited to translators only, but also include other agents of translation, including clients or translation companies. Furthermore, interestingly, trust also plays a role in the

interrelationships between translators and employers in terms of professional ethics. The failure of either translators or employers in following professional ethics in translation can lead to mistrust of each other and negatively affect the production of translations (Abdallah 2010).

Chesterman (2009) also links trust as a key concept to translation ethics. He proposes translation ethics with particular attention to translators following the norms of translation which are governed by the concept of values. Such values include clarity, truth, trust and understanding. In translated texts, translators need to maintain the clarity in the target texts and truth which involves the accuracy in transferring the meaning from the source texts to the target texts. At the same time, trust refers to interpersonal and multidirectional value which involves all parties involved in translation, including the translators, the original writer, the client, and the readers. While translators have to trust the author that the original texts are worth translating and the client that they will get paid, they have to earn trust from the reader and the client that they will finish their work to the best of their ability and produce high quality work. The value of understanding relates to minimising misunderstandings on the part of the readers of the translated texts.

The advent of technologies in translation has raised some concerns about ethics in the interactions of extended agents of translation and technological resources. Still, professional translation ethics have not yet addressed guidelines for translators when making ethical choices in relation to the use of technology in practice (McDonough Dolmaya 2011). Addressing technological translation environments, Kenny (2011) suggests that agents of translation need to show ethical concerns for when they use technological tools, such as machine translation (MT). These agents, including translators, post-editors, translation trainees and teachers, need to come up with ethical measures by negotiating their roles and responsibilities in coping with the circumstances where technologies increasingly have had an impact on the translation practices for the best results in translation (Kenny 2011).

Ethics in translation at present tend to focus on professional translators despite the increased visibility of non-professional translators, especially in online environments (see Section 3.1). Two exceptions to this are the field of community interpreting and translation which focuses on public services for linguistic minorities (e.g. O'Hagan 2016b; Drugan 2011) and crisis communication scenarios such as large-scale natural disasters needing translation and interpretation for foreign nationals (e.g. Cadwell 2015). Drugan (2011) discusses translation ethics beyond the duty and responsibilities of translators and compares mainly the translation codes in professional translation and those in community translation. She examines translation ethics in relation to the translation codes in crowdsourced

translation, such as translation of Wikipedia, where many translators are non-professionals. The results show that professional codes seem to overlook the interrelationships between translation agents as translators usually need to take on sole responsibility for many aspects when producing a translation, such as client needs, legal issues, and high translation quality (Drugan 2011). By comparison, non-professional codes focus on shared value in translation communities, which encourage communication and knowledge sharing between translators (ibid.).

As discussed above, professional translation ethics only conform to the duties and responsibilities of individual translators in keeping work confidential and maintaining high standards (Drugan 2011). The main shortcoming of professional translation ethics is the lack of assistance for translators to make judgements when faced with a translation dilemma in a practical setting (McDonough Dolmaya 2011). Although there have been some studies such as those by Drugan (2011) and Pym (2012), that discuss ethics of non-professionals in translation practices by focusing on shared values in communities and encouragement of such translators to perform better, ethical issues beyond ethics in translation need to be considered. More specifically, the importance of ethics relating to fansubbing practices needs to be addressed, due to the involvement of non-professionals in media consumption in digital environments. This issue is detailed in the next section.

3.2.2 *Digital media ethics*

Ethics in translation practices were discussed in the previous section with a focus on translation as a profession. This section concerns digital media ethics, a relevant topic for the present research given the reliance of fansubbing on digital technologies. Digital technologies provide fansubbers with an online collaborative translation space as well as specific tools for translating, editing and producing the final audiovisual text. As manifested in Section 2.2.2, digital media together with communication technologies have changed media consumption into a bottom-up relationship, and Internet users nowadays can independently interact with media texts and collaboratively perform online activities. This transformation in media consumption behaviour is giving rise to the importance of digital media ethics, where Internet users are faced with increased responsibilities and ethical considerations in media distribution and the use of technologies in the digital platforms. Since online environments do not have a specific physical national boundary, Ess (2014, p.26) suggests that pluralism of ethical consideration is required in digital media ethics, where “different views may emerge as diverse interpretations or

applications of shared norms, beliefs, practices...". He claims that such a perspective is not the belief in a single ethical framework or acceptance of every ethical framework as legitimate, but ethical pluralism seeks a middle ground where there are shared universal norms while addressing culturally variable views (Ess 2014). This can be seen, for example, in the privacy issue. Privacy can be explained from the perspective of ethical pluralism in digital media. In reference to Thai contexts, Hongladarom (2007) argues that while Buddhism in Thai society focuses on the well-being of a community as a whole, its religious beliefs support individual privacy as an instrumental value for maintaining democracy in the country at the same time. The belief in individual privacy is the same in the West, but from a different perspective, where the Western countries believe more in the intrinsic value of individuals (Hongladarom 2007, p.116) rather than of a collective group of individuals.

Many online activities, including fansubbing, have relied on digital technologies to access media texts with an implication in terms of copyright laws. Different ethical approaches are currently applied in managing copyright issues in different geographical locations. The United States applies a utilitarian approach, highlighting benefits for the public good, on the basis of strong economic grounds where industry takes advantage of copyright protections (Ess 2014). By comparison, the European approach is deontological in nature which gives absolute rights to the individuals who are the authors of the copyright works (Burk 2007). Non-western traditions, including Confucian and African traditional belief, *ubuntu*, have particular focus on communal benefits and hold that the sharing of unauthorised materials can arguably be considered acceptable and a way of showing respect for the original authors (Burk 2007). Buddhist belief also has a similar view incorporated into the concept of compassion where people recognise that their achievements result from the interdependence between people, and the benefits ought to be shared among those who help them (Hongladarom 2014). Such differences have an implication for laws, as Hongladarom (2014, p.449) suggests that industry should have compassion by sharing the benefits with the larger community, and the community, in return, should help industry by establishing a fair environment for businesses.

As a means of keeping track of the change in media consumption and production by the general public, movements such as FLOSS (Free/Libre/Open Source Software) and Creative Commons have been initiated to support freedom of creation of new ideas or products and access to copyrighted materials. FLOSS, initiated in 2001, supports individuals via open source software. The movement can be linked to the idea of community translation as it provides an opportunity for Internet users to contribute their skills and knowledge in improving the media content as seen in Wikipedia for example. At the same

time, such an initiative also allows the users to gain free access to the content online. Similarly, Creative Commons aims to help users to:

...legally share your knowledge and creativity to build a more equitable, accessible, and innovative world. We unlock the full potential of the internet to drive a new era of development, growth and productivity (Creative Commons 2016).

This statement shows support and encouragement for the general public to be able to use available resources legally on the Internet. The equivalent movement in a Thai context was previously discussed in Section 2.3.2.

Both FLOSS and Creative Commons show an attempt to seek the right balance between the rights of authors and the freedom of audiences to use copyrighted material. These two movements encourage authors to give permission for other individuals to legally share and make changes to the media content, and at the same time they stimulate online users to make copies and adjustments to the content legally. These movements are called 'copyleft' (Ess 2014), which can be an example of ethical pluralism in relation to copyright issues.

This brief review on ethical views shows that online activities, such as fansubbing, not only raise legal issues but also ethical implications that need to be contextualised in the specific cultural settings of the practice as also argued in Chapter 2. To this end the present research explores emerging ethical issues as raised in digital media ethics by applying them in fansubbing with a particular focus on the ethical belief of fans, especially fansubbers, in Thai contexts.

3.2.3 Ethics in fansubbing

The legal issues of fansubbing are intertwined with the protection of the industry, i.e. the profit of the copyright holders of the audiovisual texts. Fansubbing faces legal challenges in terms of copyright issues due to its involvement with the reproduction of copyright materials in the form of translation and the unauthorised use of copyright materials in fansub distribution. During the 1980s and 1990s, when the importing of Japanese anime programmes began in the US, Japanese companies believed that taking legal action against the fan communities, who were loyal consumers of the programmes, might have

affected business (Hatcher 2005). As a result, in some cases, despite being well aware of the use of copyrighted materials without permission in fansubbing, the industry did not take any legal action towards fansubbing activities, taking the approach of 'dismissive ignorance' (Leonard 2005, p. 287). This means the industry disregarded taking legal action against fan activities since they thought that such an action could waste more time and effort than it was worth (ibid.).

However, the situation has changed today, reflecting the changing technological environment. Since audiences can access the programmes for free, they might prefer watching the programmes online rather than spending their money on official DVDs or on paid TV channels. The distribution of fansubs on the Internet, therefore, has increased the demand only in the volume of content, not in business revenues (O'Hagan 2013). Therefore, companies have sought various measures to protect their profits and, at the same time, not lose their loyal consumer base. Some companies contact fansubbers directly through fansubbing websites, notifying them to stop the activity before taking legal action (Leonard 2005). Another measure is to remove any materials involving the copyrighted products automatically using tracking software, as in the case of material on YouTube and file hosting sites such as 4shared.com²⁸ or Mediafire.²⁹ The method is sometimes adopted as a warning to fansubbers, such as the case of FUNimation Entertainment lawsuit. In this case, the US anime distributor company filed a \$150,000 US dollar lawsuit against those who uploaded from a US BitTorrent a fansubbed episode of *One Piece*, a highly popular Japanese anime programme (Mikey-san 2011; UK Anime Network News 2011). Similarly, Japanese broadcasters have recently started to add captions to warn viewers that it is illegal to upload programmes onto the Internet. These measures show that industries actively keep an eye on fansubbing practices and carefully monitor such activities.

Not only do media companies make attempts to control widespread fansubbing groups, legal authorities also take measures against fansub distribution. In China, many file-sharing sites, which provide fansubs, faced a forced closure from the State in 2009 (Li 2013). Moreover, in November 2014, the operation of YYeTs, one of the largest Chinese fansubbing groups, was also suspended by China's National Copyright Administration, as was Shooter.cn, which provides only subtitles but does not host the copyrighted materials (Chen 2014). These cases mark the Chinese government's attempt to enforce legal measures to control certain activities in the online environment, which can subsequently affect fansubbing activities. Such legal measures in China can be considered as part of the country's policy of Internet

²⁸ <http://www.4shared.com/>

²⁹ <https://www.mediafire.com/>

copyright, which includes blocking websites like Google. This indicates the impact of the state policy on the privacy of the individuals and piracy issues in the country.

The variations in legal measures taken in each country, such as the US, China and Japan, stress the importance of social impact on the way in which individuals conduct online activities, which needs to be taken into consideration when exploring fansubbing.

The legal and ethical issues in fansubbing practices are by no means clear-cut since fansubbers use their ethical reasons in fansubbing to justify their practices, which face legal challenges because of copyright issues. This is demonstrated in different views expressed by scholars in previous studies. Hatcher (2005) considers fansubbing from a legal perspective, viewing the practices as a development of a connected digital world. This means the Internet has enabled fansubbers to communicate with one another irrespective of physical locations, supporting them in forming collaborations in fansub productions. This raises the question of the effectiveness of legal measures in relation to copyright issues in the digital world. Hatcher (2005) argues that having a certain legal awareness of the use of unauthorised materials, many fansubbers and non-translating fans use ethical and moral rationales to justify their fansubbing practice. They insist that their activities show support for their favourite programmes and can be taken as a form of promotional marketing activity, to the benefit of media companies. The impact of fansubbing on the copyright holders of the source materials remains unclear. This calls for further investigation into the negotiations between the ethical stance argued by fansubbers, and the benefits of the copyright owners (Hatcher 2005).

Leonard (2005) argues that fansubbing practices can be viewed as a cultural production rather than as having particular legal implications, i.e. copyright issues. He believes that fansubbing shows the decentralisation of power from media companies to fans who are engaged consumers, seeking the opportunity to make their own choices in viewing their favourite programmes with translations.

However, Koulikov (2010) opposes this view and argues that the ethical rationale made by fans on the unavailability or delay of the foreign programmes is not applicable, given the development of the media industry on digital spaces. That is, at present, an increasing number of formally authorised translated programmes are made available online at the same time as fansubs. He implies the hidden agenda of the fans is that they prefer free access to the programmes rather than paying for legitimate products.

Nevertheless, as Koulikov (2010) himself points out, the ethical rationale of fansubbing is not limited to the unavailability of the programmes. Lee (2010), for example, pays particular attention to the ethics of

fansubbers and argues that the copyright discussions need to have more focus on the consumer perspective. On the basis of the original intention, fansubbers claim that fansubbing activities are not an act of theft since they are conducted for other fans without seeking any financial incentives (Lee 2010). This underlines that fansubbers do not have any intention of harming the industry, even though the actual situation might be different from what they believe. Lee (2010) suggests that consideration of copyright issues in relation to fansubbing should not be limited to the producer-oriented perspective, but consumers' dedication to media consumption needs to be taken into account.

Lee's viewpoints (2010) are similar to Rembert-Lang (2010) who suggests that the needs of consumers be taken into consideration in the framework of copyright laws. She argues from a legal perspective that fansubbing should not be stopped by copyright laws because fansubbing activities help foreign programmes to become better known in a global context. In the meantime, fansubbers need to uphold their ethics of non-commercial purposes in fansubbing and remove their fansubs when the programmes are translated and licensed.

Interestingly, O'Hagan (2011) argues that in terms of ethics the business sector is not entirely innocent when they seek benefits from crowdsourcing projects that exploit the knowledge and information gained from a collective group of individuals. Through translation crowdsourcing, the business sector relies on a large number of contributors, mostly volunteers, either professional or non-professional translators, to collaborate and create translations, such as in the translation of Facebook and Twitter platforms. Although the business sector typically insists that the goal of translation crowdsourcing is to build and better engage the user community, rather than saving costs in translation services, the use of free labour to generate translations could still be considered questionable from an ethical standpoint if used by for-profit organisations (O'Hagan 2011).

The previous discussions highlight the complexity of ethical implications of fansubbing. Fansubbing activities are conducted via fan collaboration. Fansubbers show their devotion to the wider fan communities by expressing their non-commercial intention in making and distributing fansubs freely in order to share. The fansubbers' mindset is emphasised in Ito's comments on fansubber ethics:

Fans actively seek intimacy with and recognition by the industry while simultaneously being motivated by a fundamentally different set of incentives that they hold in common with other forms of non-commercial production (Ito 2012, p. 182-183).

This devotion helps them gain a respected status among fans who are members of particular fan communities (Yuan 2011). Many fansubbers have strongly opposed the distribution of fansubs for profit and they distinguish themselves clearly from bootleggers who sell pirated materials for monetary gain. The ethical values held by fansubbers influence the ranking of translated products within fansubbing communities, resulting in the following hierarchy of legitimacy in fansubbing proposed by Condry (2010, p.204):

1. Fansubs of unlicensed shows
2. Fansubs of shows licensed but not yet released
3. Fansubs of shows licensed and released as DVDs
4. Rips (i.e., direct copies) of released DVDs

Based on the above hierarchy, the release of fansubs of unlicensed foreign programmes in the given target language is likely to be the least problematic legally. Meanwhile, the most problematic work distribution method would be making copies of released subtitled DVDs. Although fansubbing communities typically share value in their voluntary effort and seeking non-monetary rewards, the ethics of each fansubbing community seem to vary. For example, *AnimeSuki*,³⁰ a website providing anime fansubs in English, has issued a policy that licensed anime programmes will not be listed in their networking sites, and they will share only unlicensed fansubs. This example shows the motivation of fansubbers who start the practice because of the unavailability of the programmes in their language. This policy is also aimed at declaring fansubbers' wish to support the sales of the official release of translated anime in their countries while ensuring that their attempt would not cause damage to copyright holders or licensed companies due to the distribution of their fansubs. At the same time, there are many sites that continue to provide fansubs despite the fansubbed programmes being licensed in their countries. Various levels of ethical obligations determined by fansubbing groups are also similarly applied among non-translating fans who are engaged media viewers of fansubbed materials (Ito 2012).

These examples present the evidence of ethical pluralism in fansubbing where the shared ethical value in fansubbing can have diverse interpretations, depending on the agreement made within the group along with other factors, including the geographical location of the members and their viewpoints towards licensing (Lee 2010). Yet so far no previous studies in fansubbing have delved into the influence of ethical and legal implications embedded in particular socio-cultural settings. The present research

³⁰ <http://www.animesuki.com/>

draws on the ethical pluralism view to shed light on fansubbing practices developed in Thai settings by taking into consideration underlying factors which are likely to affect the ethics of Thai fansubbers and their fansubbing practices.

3.3 Creativity in Collaborative Environments

The communal nature of fansubbing was highlighted in relation to the shared ethical values in fansubbing communities in Section 3.2.3. However, to date, the significance of creativity has not been critically discussed in translation studies, as the literature has focused primarily on fansubs (see Section 3.1.1 on the topic of fansubs as creative subtitling). This calls for other interpretations of creativity which move beyond the focus on products. The following sections discuss the literature on creativity which traces back from final products to the process of collaboration between human and non-human actors with reference to fansubbing practices in digital environments.

3.3.1 *Creativity as a social activity*

With a focus on interactions between human and non-human actors in fansubbing in specific social and cultural settings, this study takes into account the notion of creativity as a social activity. Creativity does not emerge by chance. It is developed from the thought process of creators who are inherently influenced by their social and cultural environments. Therefore, creativity can be developed in everyday life circumstances and a creative person does not have to be a genius (Glăveanu 2014; Czikszentmihalyi 2013; McIntyre 2012; Gauntlett 2011). Czikszentmihalyi (2013, p.23) emphasises socio-cultural impacts on individuals and describes creativity as a new and valuable idea or action, which “does not happen inside people’s heads, but in the interaction between a person’s thoughts and a sociocultural context.” Creativity is fostered by a creative person who develops a novel idea or product within a particular social setting where novelty means that such an idea or product is encouraged and accepted by the people within that social setting as new and valuable (Czikszentmihalyi 2013). Czikszentmihalyi (2013) believes that creativity can be developed within individuals who are motivated by their strong interest, leading them to acquire skills and concentrate on overcoming challenges in order to achieve enjoyment from such an action. This developmental process of creativity experienced by the individual is what

Czikszentmihalyi (2013, p.110) calls the 'flow' of creativity, which has implications for fansubbers who are driven by their strong interest to produce and distribute fansubs (see Section 3.1).

The conceptualisation of creativity proposed by Czikszentmihalyi (2013) shows a significant role played by the socio-cultural influences on individuals for them to become creative, leading them to invent a new idea and product which is accepted in a particular social setting. In relation to the interest of the present study his focus on creativity in terms of the self-motivation of the individuals in achieving enjoyment from the challenging tasks with their skills seems to be worth exploring. However, Czikszentmihalyi discusses creativity at an individual level rather than through collaboration of individuals.

McIntyre (2012) observes creativity in his analysis of media contents from a cultural perspective. He considers creativity to be a novel activity, performed by individuals who are motivated by their feelings of engagement in such activities. As McIntyre (2012, p.38-39) argues, it is difficult to determine the cause and effect of creativity from a bio-psychological perspective, and the influences of social and cultural cultivation cannot be overlooked. Therefore, creativity, in his view, is socially and culturally formed,

[...] one cannot avoid admitting that there are deep connections to structures of knowledge existing external to the individual that are also important. Nor can one avoid a necessarily social connection in making judgements about the merit of the work produced, as the work doesn't exist in a vacuum. (McIntyre 2012, p.43)

This means that a creative activity results from the correlation between individuals and their surrounding social norms. When encountering a challenge which drives their interest, the individuals develop new ideas or products by relying on their experience and knowledge which they gained from their socio-cultural surroundings. Moreover, creativity is also developed from the interrelationships of producers, artefacts and the audiences, highlighting the collaboration in creativity. McIntyre (2012, p.68) stresses that "this reconceptualization of creativity must also recognise the interaction of production, texts and reception as interlocking sites of meaning-making and thus sites of creativity." This indicates that the creative process includes the role of creators who produce a new idea or product, the new idea and product as an artefact to link between the creators and the audiences, and the role of audiences who appreciate and interpret the final idea and product. As creativity involves the collaboration of individuals on multiple levels, the sharing of knowledge between individuals can help

such individuals gain new experience, which could then be developed to invent a novel idea or product. In addition, creativity also needs the cooperation of individuals with various skills and responsibilities in cultural production, such as the radio business, television production, filmmaking, and pop-music production (McIntyre 2012). Furthermore, the interactions of individuals help convey the judgement of audiences, whether such novel ideas or products are appreciated as creative and whether they fit into a particular socio-cultural setting.

McIntyre's explanation of creativity supports the idea that creativity cannot be fully explained from the point of view of an individual in isolation. This suggests that the collaboration among human participants, both fansubbers and non-translating fans, needs to be included in order to understand creativity in fansubbing practices in particular socio-cultural contexts. McIntyre's conceptualisation helps highlight the active role of fans, through their interactions and communications, leading them to come up with new ways to perform their own fan subtitling practices. However, although McIntyre (2012) mentions artefacts or texts as an important factor in creativity, he does not explicitly address any active role of the objects in a creative action.

Gauntlett (2011) shares similar views to McIntyre (2012) in the explanation of creativity as a social activity, and considers creativity through the whole process of its development and the interrelationship between individuals. Gauntlett (2011) also explains that a creative activity is performed by creators who develop their experiences which are gained from their social and cultural environment in fulfilling their satisfaction in generating a novel idea or a product. The concept of satisfaction achievement parallels Csikszentmihalyi's 'flow' concept of creativity (2013), which emphasises the pleasure experienced while solving the challenges in conducting an activity. Nevertheless, Gauntlett (2011) differentiates his conceptualisation of creativity from Csikszentmihalyi's (2013) by focusing on creativity in everyday life. Gauntlett argues that there is no need for creativity to be evaluated by professionals. He notes that creativity can be developed in everyday life tasks, which he calls 'everyday creativity', as long as creators gain satisfaction in creating a novel idea or product, and when other individuals appreciate their creation (Gauntlett 2011, p. 76). Such an emphasis on creativity in engagement in the given practices is taken into consideration in the present research.

The concepts of creativity presented by McIntyre (2012) and Gauntlett (2011) show that the definition of creativity embraces an entire process that includes creating a novel idea and a product in a particular socio-cultural setting. While McIntyre (2012) focuses on collaboration in professional media businesses, Gauntlett (2015) underscores the collaboration of creators who are everyday Internet users in a system

of creativity development. Furthermore, Gauntlett (2015, 2011) adds the connection of the creation process to technologies in the digital world by addressing the fact that digital technologies have facilitated online users by providing them with tools and infrastructure to invent new ideas and products. This confirms the contribution of materials to the creative activity conducted by general audiences, which is not clearly recognised by McIntyre (2012). The dynamic roles of digital technologies show their importance in the development of creativity in everyday practices. This can be implied in the present research which seeks to explore collaboration in fansubbing supported by technology from a socio-technical approach. Considering the crucial roles played by technologies also leads to the introduction of distributed creativity in the next section drawing on the literature on creativity in contemporary technological contexts.

3.3.2 *Distributed creativity*

Distributed creativity recognises “the self as an agent within an ever-changing world” (Glăveanu 2014, p. 9). That is, the notion of distributed creativity involves consideration of the interrelationship between individuals, individuals and artefacts, and the continuation of these interactions. This conceptualisation of distributed creativity serves to elaborate the main objective of the present research which is to shed light on fansubbers and their interactions with other human and non-human actors in fansubbing communities. Glăveanu (2014) proposes distributed creativity from the perspective of cultural psychology, which relates “person to others and to artefacts (both material and symbolic)” (Glăveanu 2014, p.21). His view of creativity puts an emphasis on the action or activity, where people act upon the interactions with other persons and materials around them. This cultural psychology concept is linked to distributed creativity, which refers to

A form of action engaged in by various actors (individual or groups), in relation to multiple audiences (again individuals or groups), exploiting the affordances of the cultural (symbolic and material) world and leading to the generation of artefacts (appreciated as new and useful by self and/or others) (Glăveanu 2014, p.27).

This definition of creativity allows for the dynamic relations in creativity, where people and objects make their contribution to the creative action. It helps explore the nature of creativity engendered in fansubbing practices with the focus being on the collaboration of fan communities and their

environments. In explaining distributed creativity, Glăveanu (2014, p.28) divides the distribution of creativity into three types: social, material and temporal as discussed below.

Social distribution

Social distribution is the involvement of individuals in a creative action. Similar to the points discussed by McIntyre (2012), the individuals do not create ideas or products in isolation, but through collaboration with other people. Social distribution in creativity involves interaction and communication among individuals. They can play multiple roles, both creators and audiences, in their creative expressions (Glăveanu 2014, p.36). The interactions between the creators and audiences are dynamic, in the sense that these roles are not distinctively separated, and can explain the connection between the human mind and the social environments. That is, during the creative action, creators are the makers and receivers at the same time. The creators by themselves interpret and evaluate their work during the production process, and they can get feedback from the receivers or audiences through their communication, leading to the adjustment or improvement of their work. The audiences do not have to be present at the production scene, but are in the creator's mind when they do the action. This shows the explicit inclusion of the active roles of audiences who are not necessarily the creators in the production of creative works. Such a view seems to be different from Gauntlett's everyday creativity (2011), which focuses only on the roles of creators.

Still, both Gauntlett (2011) and Glăveanu (2014) view similarly that creative works do not need to be evaluated or acknowledged by professionals. The interaction and communication between creators and audiences develop their shared assumptions with regard to the appreciation of the final idea or product. Glăveanu (2014, p.42) believes "the cultural production of creativity does not require fully formalised fields, it just depends on the existence of audiences to consider the new artefact, interpret and 'use' it". This can explain what social recognition refers to in distributed creativity. Apart from social distribution between individuals, materials or objects also play a crucial role in expressing the individuals' ideas and, at the same time, transforming their expression into creative action.

Material distribution

Objects are not passive as they can transform the individuals' ideas, mark the creators' intentionality, and transcend such ideas as a cultural product of the makers' expression (Glăveanu 2014, p.52), showing

material distribution in creativity. Objects can be a challenge for creators, encouraging them to produce new ideas or actions in order to overcome the challenge, leading to the creation of new artefacts (Glăveanu 2014). Materials can create tension for the makers in a way that they have to figure out how to use the materials in order to achieve their goal. Glăveanu (2014) gives the example of material distribution in Easter egg decoration. He maintains that the type of egg can determine the decoration process of the egg, including waxing and decorative design. The patterns of the decorated eggs can also portray the cultural beliefs of the decorator and can encourage new interpretations among other people, which possibly lead to new decorating ideas. The challenge or resistance of the objects also includes the interpretation of the new artefacts, which have particular meanings/values in different cultures and times (Glăveanu 2014, p.58). All of these aspects of material distribution show the *affordances* of the objects, which refer to “the action potentials embedded within the environment and available to creators for use or change” (Glăveanu 2014, p.61). These allow space for the makers to make use of the objects and create new actions.

The consideration of active roles of objects shows the micro observation on how individuals interact with materials in the production of creative works. The co-creation between individuals and materials can be transformed and transcends time. That is why the temporal dimension is considered as another distribution in creativity.

Temporal distribution

Temporal distribution focuses on the transitions of ideas and environments in the development of creative action. On a contextual level, creativity is developed by relying on the interplay between tradition which is originated in the past and innovation within the changing environment. This explains how conventions in a particular domain are changed or transformed into new ideas or concepts to fit the present circumstances, and, at the same time, influence the ideas of the creators. Temporality in distributed creativity can also be seen as a developmental process from the dynamic interactions between creators and audiences, which are explained in the social distribution. These interactions include the continuity of the production process of the creators, and the feedback and social recognition of the audiences. Furthermore, inter-relations between persons and objects, which are discussed in material distribution, can show temporal distribution in creativity. This can be seen from the developmental process of how the objects have been transformed and transcended within a particular

setting by the creators. At the same time, creators take time to achieve their goal by overcoming the challenges posed by materials.

Close attention to the developmental process in inventing novel ideas and products as addressed above shows that distributed creativity does not focus on the 'difference', but the 'differentiation' of the action (Glăveanu 2014, p.76). Therefore, temporal distribution in creativity helps demonstrate distributed creativity as "once patterned and flexible, constrained by the past and fundamentally open to the future" (Glăveanu 2014, p.29). Such a distribution can demonstrate the negotiation process between human and non-human actors in inventing novel products.

Conclusion

The conceptualisation of distributed creativity proposed by Glăveanu (2014) takes into account the distribution of sociality, materiality and temporality and shows the focus of creativity on the developmental process of the action, which is performed by dynamic interactions between the human mind and changing environments. This demonstrates the collectiveness of the action and the flexibility of persons, artefacts, and time through the transformation of ideas and affordances in generating an unexpected novel act. Distributed creativity, therefore, can justifiably be applied in emphasising the importance of collaborative aspect in fansubbing activities which can give rise to creativity for many reasons. First, this conceptualisation pays attention to creativity as a social activity, allowing the researcher to pay attention to "what people actually do" (Glăveanu 2014, p.87) in collaborative circumstances. Distributed creativity also considers the contribution of audiences, i.e. non-translating fans, in the production of creative work. Furthermore, materials, i.e. technologies, are explicitly included as having interactions with human participants in the development of creativity. Lastly, the temporal distribution in distributed creativity suggests that this conceptualisation concerns the interrelationship of human and non-human actors and the negotiations of their roles in the production of creative work. Therefore, the co-creation concept in distributed creativity can be usefully applied to demonstrate collaboration in fansubbing activities which focuses particularly on the fansubbing network of human and non-human actors who form special kinds of relationships supported by technology. The exploration of interactions in the fansubbing network in the current study also draws on the three theoretical concepts of affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012), which are discussed in Section 4.4.

3.4 Concluding Remarks

This chapter began with a review of fansubbing literature with specific focus on fansubs as products. Unconventional aspects of fansubs in terms of linguistic and visual styles demonstrate the experimental approach of fansubbers to produce subtitles (Nornes 2007, 1999), and these can be considered as ‘creative’ work produced by fansubbers (e.g. McClarty 2013; Pérez-González 2013; Denison 2011; Secară 2011). The approach adopted by fansubbers highlights their visibility in fansubs, showing their power to fulfil fans’ viewing expectations with thanks to digital technologies (Schules 2012; Pérez-González 2012, 2007; Díaz-Cintas 2010). The present research is centred on fansubbers to further explain their important roles in fansubbing practices.

Fansubbing is considered as a type of community translation in Web 2.0. For example, O’Hagan (2011) suggests ‘community translation 2.0’ to distinguish it from the term closely associated with public service translation (see Section 1.1). The reviewed literature shows that fansubbing is performed by fansubbers who take advantage of digital environments to produce subtitles collaboratively and voluntarily (O’Hagan 2013, 2009). Although fansubbers show heavy reliance on digital technologies in producing and circulating fansubs (e.g. Fernández Costales 2012; Lee H. 2011), the pervasive role of digital technologies has been largely overlooked. The present research, therefore, takes into account digital technologies as a key non-human actor in the exploration of fansubbing practices.

Fan collaboration in this community translation activity has been investigated in different cultural contexts, such as the Italian (Barra 2009), Brazilian (Bold 2011), and Chinese (Li 2015) contexts, but rarely has been discussed in the Thai context. The present research fills such a gap in literature by focusing on the Thai fansubbing phenomenon. In fansubbing communities, non-translating fans also contribute to fansubbing practices as supporters (e.g. Ito 2012; Pantumsinchai 2012). However, the translation studies literature has rarely discussed such contributions. Therefore, the present research takes into consideration the roles of non-translating fans as community members in the exploration of Thai fansubbing practices. The current study also focuses on the interrelationships of fansubbers and non-translating fans in online communities by linking to trust which is considered a key component in strengthening collaboration in translation practices (e.g. O’Hagan 2017; Olohan and Davitti 2015; Abdallah and Koskinen 2007) and maintaining ethics in translation (Pym 2012).

Ethics in translation from the translation studies domain (e.g. Pym 2012; Baker 2011; Abdallah 2010; Chesterman 2009) are well-explored with a particular focus on translation as a profession. Ethical issues in non-professional translation are relatively new but have rapidly captured the attention of a growing number of scholars (e.g. Drugan 2011; Pym 2012; McDonough Dolmaya 2011), since the advent of non-professional translations online. Still, as fansubbers are engaged media users who take advantage of digital technologies to facilitate their media consumption, ethical issues in the particular context of digital media are addressed. Copyright issues which involve the use of unauthorised content in fansubbing are closely related to the ethical attitudes of individuals in each socio-cultural setting in which the fansubbing practice is embedded. For example, while the European countries view copyright issues by focusing on the rights of individuals, Asian countries show more concern for communal benefits when using copyright materials. Literature in relation to ethics in fansubbing (e.g. Condry 2010; Lee 2010; Rembert-Lang 2010; Hatcher 2005) does not delve into the influence of ethical beliefs and attitudes towards legal issues in specific socio-cultural settings in the ethics of fansubbing practices. To highlight such influences on fansubbing practices, the current research adopts an ethical pluralistic view which takes into account shared ethical norms influenced by various beliefs in each socio-cultural setting. The present research demonstrates that Thai fansubbing practices cannot be fully explained without probing into underlying factors which govern the ethics of Thai fansubbers and their fansubbing practices.

In terms of creativity and fansubbing, the literature on fansubbing readily claims fansubs as creative subtitles (e.g. McClarty 2013; Pérez-González 2013). However, the authors do not relate creativity to the collaborative nature of fansubbing. The present research argues that collaboration in fansubbing facilitates fansubbers to produce creative works in the given practices. Various conceptualisations of creativity (Czikszentmihalyi 2013; McIntyre 2012; Gauntlett 2011) have been proposed, but they do not highlight the collaborative environments such as those found in fansubbing, where both human and non-human actors, i.e. technological elements, participate. The present study mainly draws on the conceptualisation of distributed creativity (Glăveanu 2014) in uncovering creativity engendered in fansubbing which arises from interactions of human and non-human actors. The present research explores their interactions in fansubbing from a socio-technical perspective which is explained in Chapter 4.

PART II: METHODOLOGICAL CONSIDERATIONS AND FRAMEWORK OF ANALYSIS

Chapter 4 Research Design

This chapter explains the research design of the present study, covering methodological considerations, data collection methods and the approach used in the analysis of the data. To fulfil the research aim as presented in Section 1.2, the current study takes a socio-technical approach paying particular attention to the technological dimensions where fans interact with digital technologies. This thesis recognises digital technologies as an influential factor on fansubbing practices which are conducted by online communities. Virtual ethnography (Hine 2000) is selected for the data collection method in order to investigate the interrelationships among key human and non-human actors in a given fansubbing community. Key concepts of virtual ethnography and how they are employed in the present research are discussed. In order to analyse these interactions, Actor-Network-Theory (ANT) (Latour 1987, 2005) has been chosen as the main framework while the three theoretical concepts of affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012) are applied in exploring collaboration in fansubbing. In designing the study potential challenges are taken into consideration in order to ensure the validity and reliability of the research as well as the research integrity in data collection and analysis.

4.1 Research Paradigm: Socio-Technical Approach

The present research pays particular attention to fansubbing as a social practice to understand Thai fansubbing with a focus on collaboration by examining the interrelationships between fansubbers and their community members and their interactions with technology (see Section 1.2). The use of sociological perspectives to gain insights into translation as a social practice has already been well-explored in translation studies, where the main focus is placed on translators who are embedded by social norms in their cultural settings (e.g. Meylaerts 2008; Gouanvic 2005; Simeoni 1998). Chesterman (2006, p.19) suggests that, by focusing on translators, translation can be investigated as a cooperative practice conducted by translation agents who share workloads and fulfil their roles in completing translation tasks. These agents can make a change or introduce innovation in translation in terms of translation styles and concepts in the given society, which can then be examined globally (Milton and Bandia 2009, p.2). Their cooperation in translation can be explored by focusing on the way in which

agents of translation, such as translators, clients and publishing houses, can affect each other in fulfilling their roles in translation (e.g. Abdallah 2012, Buzelin 2007). It is therefore the roles of translation agents and their interactions when participating in translation practices that are emphasised in the sociology of translation (Pym 2006). The current study builds on this viewpoint by focusing on fansubbers and their interactions with other human and non-human actors in online communities from the perspective of fansubbing as a type of non-professional translation practice. In addition, the exploration of fansubbers' interactions in translation practice benefits from an interdisciplinary perspective (Chesterman 2007), for example, sharing research interests in fan studies and digital media ethics with other fields, such as cultural studies and media studies.

Key participants in translation practices are not limited to humans. Non-humans, technologies in particular, play a role as previously addressed in Section 1.1. The interactions between translation technologies and translators in producing translations have been observed in previous studies, e.g. O'Hagan (2017), Risku and Windhager (2013), and Olohan (2011). These studies show that technologies, such as the Facebook Translation crowdsourcing platform (O'Hagan 2017), project management software in translation management (Risku and Windhager 2013), and translation memory software (Olohan 2011), have agency which makes an impact upon the decision-making and behaviours of translators in producing translations. These studies demonstrate that technologies are closely associated with human actors involved in translation, and justify research on translation practices within a socio-technical domain (Folarnon and Buzelin 2007, p.623), in which the present research positions itself.

The socio-technical approach treats technologies as a key actor in a social practice. Supporting such an approach, Matthewman (2011, p.16) argues:

Technologies are social through and through. They are designed, manufactured, marketed, accessed and used by humans. For these reasons they can never exist outside society.

This underlines the pervasive roles of technologies which are transformed and developed by the action of human actors, highlighting the interrelationships of technologies and humans. Latour (1991, p.129) echoes such interrelationships which can give rise to changes or innovation in a social practice, insisting "society and technology are not two ontologically distinct entities but more like phases of the same

essential action.” That means a practice is formed when both technology and humans assemble and make an impact on each other.

To provide an explanation of a social practice by focusing on the role of technology from various socio-technical dimensions, the Actor-Network-Theory (ANT) foregrounds the agency of technologies through a network of associations made up of human and non-human actors (Matthewman 2011). This framework privileges the investigation of the interaction of actors, both human and non-human, in forming social practices (Latour 2005, 1987) (see further discussions in Section 4.3.1). ANT supports the idea that technologies and humans are treated with equal importance. In translation studies, the framework homes in on the technological dimensions in translation practices when applied to the discussions on the dynamic changes taking place in more recent translation practices (see earlier studies, such as O’Hagan 2017; Zhang 2015; Risku and Windhager 2013).

Furthermore, ANT helps explore the translators’ roles on the basis of a network of human and non-human actors to accomplish translation tasks in a new and changing environment (Chesterman 2006, p.23). That means ‘translation’ is expanded from a subject field or a product of meaning transfer understood in translation studies as mentioned in Section 1.2 to be treated as an object of study in its own right which involves the social relations between the actors (translators and other human and non-human actors in translation). In the present research, ANT provides the main analytical framework to investigate the shared input and roles of both human and non-human actors in the non-professional translation practice of fansubbing. This framework allows actors in fansubbing to be not limited to fansubbers and non-translating fans, but also to incorporate external factors, including the legal framework and technologies. The legal framework is included as a factor which is embedded in human actors when they perform fansubbing practices in fansubbing communities. Other actors, especially fansubbers, interact with technologies, where the technologies fulfil roles such as infrastructure and tools, and which can influence the formation of fansubbing communities (see further discussions in Section 6.1.3).

ANT encourages and privileges an ethnographic study, where the investigation of the network starts at a micro level from defining each actor and describing their associations, leading to the description of the whole practice at a macro level (Law 2007). Ethnography can provide first-hand observation data on how actors decide and interact with other actors in building and transforming a network (Buzelin 2005, p.198). This can be applied to the case of translation agents and in particular translators (Folaron and Buzelin 2007). Prior studies in translation studies, such as O’Hagan (2017), Risku and Windhager (2013),

and Abdallah and Koskinen (2007), used ethnographic data to identify translation as a social practice by examining translators and their interactions with other actors. Since this research draws on ANT, an ethnographic method for data collection is considered most appropriate to investigate the interactions between networks of actors in social practices (Latour 1999, 1997; Law 2004). An ethnographic method is used in the present research to collect data on the interactions of fansubbers with other key actors in fansubbing communities.

The present research takes a socio-technical approach to investigate in-depth interactions of fansubbers and other human and non-human actors in online fansubbing communities with virtual ethnography (see Section 4.2), more specifically through the methods of surveys and interviews (see further discussions in Section 5.1). The data are analysed using ANT as a main framework (see further details of ANT in Section 4.3). The three concepts, namely affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015), and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012) are also used to interpret the collected data (see further discussions in Section 4.4). The coding scheme applied to the data analysis is discussed in Section 5.2, and is further developed in the discussions of the analysis and research findings in Chapters 6, 7 and 8. The research design in reference to the relevant chapters in the thesis is illustrated below in Figure 4.1.

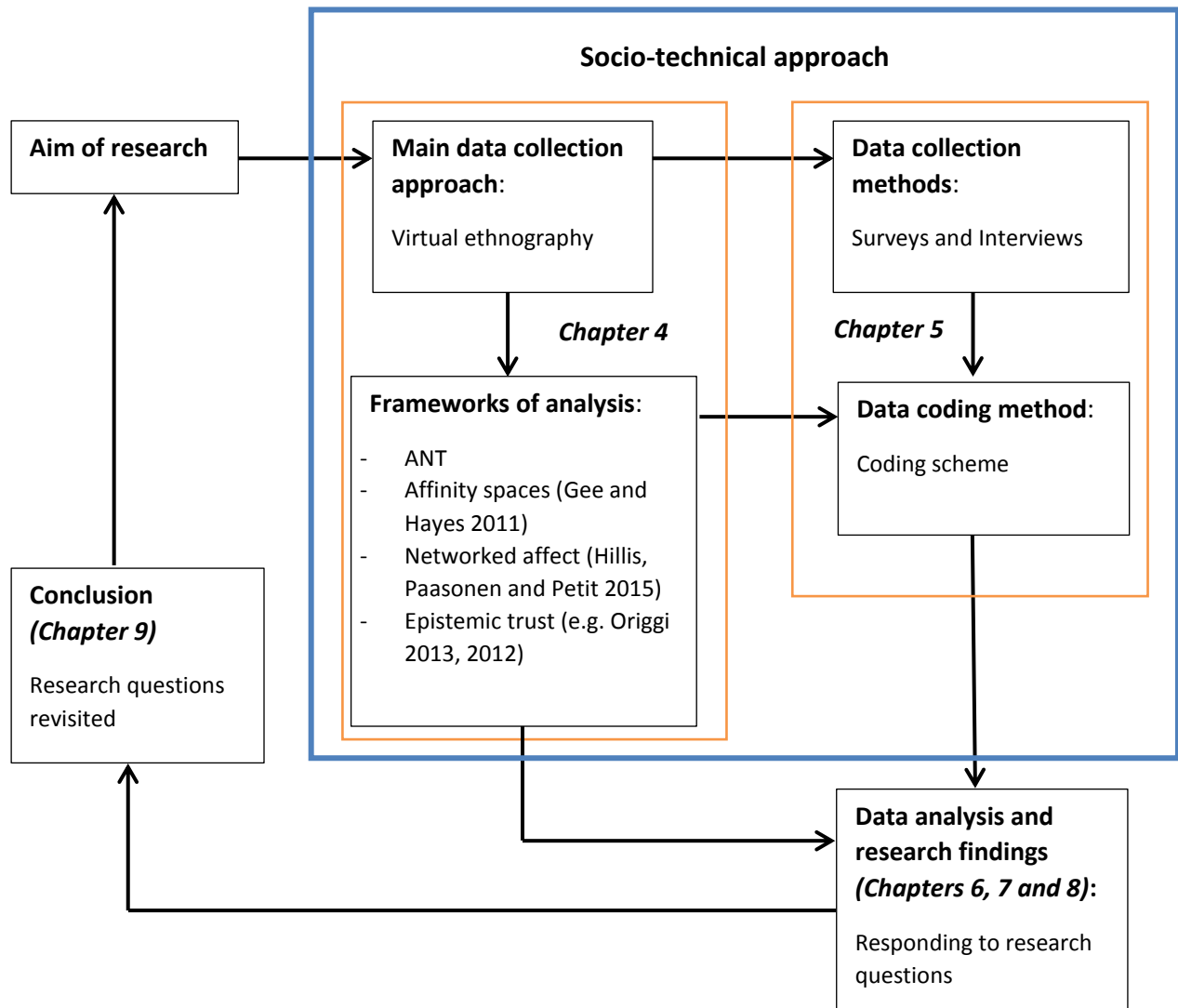


Figure 4.1: Research design

4.2 Data Collection Approach: Virtual Ethnography

Ethnography seeks to explore everyday life phenomena by paying particular attention to participants' behaviour in performing a social practice (Boellstorff et al. 2012; Wolcott 2008). Boellstorff et al. (2012) emphasise the roles of participants in transforming practice in various socio-cultural contexts. This is aligned with ANT which seeks to understand the interactions of actors in building a network in social practices. Since fansubbers mostly conduct fansubbing practices in online communities, the ethnographic method is employed in digital environments. Many terms, such as 'digital ethnography' (Pink et al. 2016), 'netnography' (Kozinets 2010), and 'virtual ethnography' (Hine 2000), have been used in reference to the ethnographic study in online settings. Amidst these various terms of ethnography involving online interactions, the key concepts of ethnography remain consistent, which is to explore the given social phenomenon from the researcher's participation, progressive data collection, and enquiry (Hine 2008, p.259).

Hine (2008, p.257) identifies virtual ethnography to describe the ethnography of online communities which are formed through social interactions in Internet-based settings. In accordance with key principles of virtual ethnography, Hine (2000, p.63-65) values the connections between technologies and people's lives, maintaining that virtual ethnography can "develop an enriched sense of the meanings of the technology and the cultures which enable it and are enabled by it" (Hine 2000, p.8). This supports a socio-technical approach used in the current study where technologies, the Internet in particular, take a crucial role in the interrelationships of the fansubbing community. Technologies become either a tool for communication of participants or a platform for forming communities whose roles are transformed following interactions with other participants. The emphasis on the roles of technologies makes it somewhat different in definition from netnography (Kozinets 2010). The latter focuses more on the methods in collecting the data from Internet-mediated communication between participants. It does not pay particular attention to the Internet as a key actor which interacts with participants and affects participants' interactions. Virtual ethnography, therefore, fits the focus of the present research, which includes the external factor, i.e. technologies, in the investigation of the interactions of fansubbers and other key actors in online communities. The present research therefore adopts virtual ethnography as an approach to data collection.

Virtual ethnography highlights the ethnographer's involvement in collecting data for the study. Technologies facilitate the researcher in interacting with the target participants of the study and

observing practices across temporal and spatial dimensions (Hine 2000, p.65). The ethnographer can take roles as an informant who directly engages in the practices or as an outsider who does not belong to the community of their study. Gaining the data from an insider perspective can be advantageous as the ethnographer can more easily build relationships and receive in-depth information from the participants than outsiders (O'Reilly 2009, p.114-115). On the other hand, the ethnographer who is an outsider can provide a more scientific or objective explanation of the data than an insider (ibid., p.111-112).

These insider and outsider perspectives on data collection show subjectivity of the ethnographer when interpreting the data. In order to maintain critical data interpretation, reflexivity is pivotal in virtual ethnographic studies. The concept acknowledges the ethnographer's subjective engagement in the ethnographic data as a way of producing knowledge through their experiences and interactions with other people and things (Pink et al. 2016, p.12; Hine 2008). The ethnographer is considered as a participant in the social practices and therefore needs to demonstrate responsibility by avoiding any manipulation of the data to serve his/her own interests (O'Reilly 2009, p.189-190; Hammersley and Atkinson 1995). A theoretical framework and sufficient evidence from the data can strengthen the interpretations made by the researcher (Kozinets 2010, p.166)

In order to capture the transformation or changes of a social practice in various socio-cultural contexts based on the participants' behaviours, a mixture of approaches to data collection, such as participant observation and interviews, is applied (Boellstorff et al. 2012). Although observation techniques are privileged in virtual ethnography, the present research did not use these techniques as Thai fansubbers prefer to maintain their privacy during the fansubbing process. In addition, Thai fansubbers of Korean TV programmes usually form their own community rather than having one main community where a large number of fansubbers gather to collectively produce translations, as presented, for example, in Li (2015) who observed a fansubbing group in Chinese contexts. Therefore, it is challenging to approach and observe these Thai fan communities. Still, the current study is considered as using a virtual ethnographic method through surveys and interviews which take place in fansubbing communities. That is because (1) the researcher uses her native status to conduct the surveys and interviews; (2) the researcher uses her fan status and experience in the AVT industry to her advantage when approaching the participants and collecting the data. By using her status and experience, the researcher can conduct the interviews with the participants in a cooperative manner (see further discussions in Section 5.1). This can provide rich data related to fansubbing activities, which are influenced by social, cultural,

technological and legal environments. The present research then applies ANT as a framework for analysis, which is explained in the following section.

4.3 Framework of Analysis: Actor-Network Theory (ANT)

4.3.1 Key principles in ANT

ANT provides a framework for investigating technological innovation and scientific advancement (Chesterman 2006, p.21) and accounting for in-depth understandings of new topics in technologised environments (Latour 2005, p.142, 195-199). It seeks to shed light on the causes of success or failure of technological innovations introduced to a group of users (ibid.).

ANT puts an emphasis on investigating the association between human actors and non-human artefacts in social practices. The framework is introduced as 'sociology of translation' by Callon (1986) in the exploration of the population of scallops in St Brieuc Bay. In Callon's study, an attempt is made to increase the number of scallops through an observation of the progressive process of transformation in the interrelationships between the relevant actors. This means investigating the way in which relevant actors, i.e. the researchers, fishermen, and scallops, interact with one another in order to achieve their goals, such as gaining knowledge, preserving their economic interests, and surviving, respectively. Through their interactions, the actors take actions and their roles are transformed. This is called the process of 'translation', which subsequently affects the population of scallops. The term translation is used differently here from its use in translation studies as the former treats translation as the object for analysing the transformation of the actors when they interact with each other (Pym 2010). Translation in ANT is considered as the movement of actors in the network where both human and non-human actors collectively undertake, negotiate, interpret and transform their roles in order to fulfil their interest or complete their tasks (Latour 1987, p.108, 117; Callon and Latour 1981, p.279). In other words, ANT focuses on the way in which the network is formed dynamically with particular attention on the negotiations and interrelationships between the actors (Pym 2010, p.155).

Callon (1986) identifies four overlapping moments of 'translation': (1) The process starts when each actor shows an interest in overcoming obstacles in order to achieve their goals (*problematization*); (2) to

fulfil such goals, the actors cannot accomplish the task alone, so they gather in a group and form alliances (*interessement*); (3) they negotiate their roles with other actors in order to carry out the task (*enrolment*) and (4) negotiations between actors lead to transformations of their roles and mobilise the practice (*mobilisation*). This process marks the continuity of a social practice which is developed by the interrelationships between actors, leading them to compromise and transform their roles in order to accomplish the task.

Focusing on the translation process of actors, Latour (1987, p.236) believes, from an anthropological perspective, that the investigation of such a process provides new insights into how each actor fulfils their roles in achieving their goal. Callon (1986) introduces the three principles of ANT, which include (1) acknowledging the transformation of actor roles in social practices; (2) exploring the interrelationships of human and non-human actors; and (3) highlighting free association of the actors.

In relation to the first principle, ANT focuses on the idea of “let[ting] the actors have some room to express themselves” (Latour 2005, p.142). Each actor has the power to take action in order to enrol and mobilise social practices. Multiple actors can define and shape one another (Law 2007, p.7). These actors can become either ‘mediators’ whose roles are dynamic or ‘intermediaries’ whose roles are to trigger an action only (Latour 2005). They “transform, translate, distort, and modify the meaning or the elements they are supported to carry” (ibid., p.39). Transformation of actor roles occurs when actors gather together in an attempt to negotiate any obstacles or contradictions around them to fulfil their goals. Such group formation refers to the ‘association’ in social practices (Latour 2005). The well-known example of hotel keys by Latour (1991) demonstrates the manifestation of such a transformation. The hotel manager sought a measure to make guests return their room key to the front desk before going out of the hotel in order to reduce the number of lost keys. He increased the weight of the key by attaching it to a heavy metal key ring so that it was more difficult for guests to carry the key with them when outside the hotel. This shows how the role of the hotel key is transformed from an object used to open a door into an object which implicitly puts pressure on guests to return to the hotel’s front desk. This example highlights the exploration of social practices from a specific ‘local’ context, which refers to various roles of the actors in the practices.

The interrelationships of human and non-human actors can be demonstrated in this example (Latour 1991). In order to encourage the guests to return the key to the hotel’s front desk, the manager not only told the guests to return the keys, but also enrolled non-human actors into the process. Written notices were placed around the hotel and the weight of the key was increased to encourage the guests

to return it. This shows how these actors (the hotel manager, guests, written notice, and keys) play a role and form associations in transforming guests' behaviour to leave the key at the hotel's front desk rather than to keep it on them. This makes manifest that inanimate objects have a role in forming social practices when they affect other actors to transform the course of action. This example also shows that social practices can be explored by paying attention to the interactions of human and non-human actors in mobilising the practices. An actor is "*any thing* that does modify a state of affairs by making a difference" (Latour 2005, p.71 [original emphasis]), suggesting that human and non-human actors are equally important key elements in the association of social practices. This indicates the 'principle of symmetry' in ANT (Latour 2005), showing that the practices are not performed by an individual actor, but by the interrelationships between heterogeneous elements where each actor's ideas or actions can influence one another, leading to transformation of their roles and mobilising the practices.

The free association of actors in the third principle indicates that group formation in ANT is flexible, depending on the interactions of actors involved in the practices (Latour 1987). In the ANT framework, the association of actors is dynamic as any new participants, both human and inanimate objects, can enrol and mobilise the network. Such associations, where success and failure of the practices can be determined, underline the uniqueness in the continuation of interrelationships between human and non-human actors when a practice is performed. A small difference in the interrelationships of the actors, such as the replacement of an individual actor or unexpected events in the interrelationships between actors, can result in a change in the association (Latour 2005, p.36-37). This means that such interrelationships can be transformed when there are new actors, resources or groups in the association. These interrelationships of actors can thus give rise to innovation or cause failure in social practices (Latour 2005). For example, in Callon's study on scallops (1986), an action of some fishermen can lead to the failure of the experiments. Although the fishermen had agreed to participate in the experiments by avoiding the collection of the scallops in the rearing areas, some of them later broke the agreement one night, leading to the failure in scallop rearing (ibid., p.16). Nevertheless, the failure can provide an opportunity for the actors to point out any problems that occurred because of the interactions of each actor, thereby seeking new strategies by renegotiating the roles of the actors for further development (Law 2007). This highlights the particular application of ANT to the network of interrelationships with a main focus on the movement or translation process of human and non-human actors in a social practice (Latour 2005).

However, ANT has faced some criticism that it could underestimate the subjectivity of individual human actors due to equal treatment of human and non-human actors (Hekkanen 2009), and the influence of pre-existing social structure (Buzelin 2007). This is because ANT primarily focuses on the equal treatment of human and non-human actors and their actual interactions in given practices. It pays close attention to the ways in which human and non-human actors impact each other and transform their roles in a given practice rather than specifically taking into account the social backgrounds of human actors which can influence their decisions in a social practice. In addition, ANT seems to focus more on the semiotic analysis of representation than of performance. The framework seeks to describe how a network of actors is constructed and becomes irreversible (Whittle and Spicer 2008), but it seems to overlook the evaluation of networks, such as assessing performances of human actors, and how a network is performed (Cresswell, Worth and Sheikh 2010; Cressman 2009). That said, although the present research does not give a full-fledged ANT analysis of fansubbing communities, with the focus on Thai fansubbers, the framework is still useful for the present research for its exploration of the dynamic networks of fansubbers and other actors in fansub production in the interest-driven communities, and in particular provides a way to gain an in-depth understanding of the pervasive roles of digital technologies in fansubbing. Moreover, the ANT framework allows the researcher to take into account the impact of external factors, such as the legal framework, on human actors in the fansubbing network. As such, the current study takes ANT as a main framework in the exploration of the fansubbing actor network.

4.3.2 Application of ANT in translation studies

The ANT framework has already been applied to translation studies research. Buzelin (2007, 2005) proposes ANT as a research methodology for translation research by focusing on the production network of translation. She shows how ANT enables translation scholars to take into consideration multiple translation agents and their interactions with each other during the translation process (Buzelin 2005). She presents an example of the literary translation business, which facilitates the researcher to explore translation agents, such as the publishing house and the editor in addition to translators, who are all involved in the production process of literary translations (Buzelin 2007).

Abdallah (2010) observes the multiple roles of professional in-house translators in the translation business. These varying roles assigned to each translator can cause stress and conflicts among employees and impact negatively on translation work ethics. However, it is important that the

translators keep a good balance between meeting deadlines and producing high quality translations. Drawing on ANT, Abdallah (2012) concludes in her dissertation that translation quality is not solely the responsibility of translators, but it depends on the interactions of translators with other actors in the production networks, which are related to the issues of trust and work ethics as previously discussed in Section 3.2.1. Challenging working environments, such as conflicts related to work ethics between employers and translators and lack of trust between actors, can emotionally affect translators in producing high quality translations.

Another key aspect in ANT is the acknowledgement of the roles of non-human actors in the practice. Risku and Windhager (2013) study the network in professional translation management. They discuss that the changing environment, particularly technological advances, can influence the decision making of translation agents in completing their work. For example, translation technology, such as translation memory, was found to help ease the burden of work on translators during a translation task (Risku and Windhager 2013). In this way, their study emphasises the impact of translation technologies on the translation production network by facilitating translators in producing their work on the basis of ANT.

In turn, Zhang (2015) applies ANT to observe the network of game localisation in China, which, in her definition, involves the translation and adaptation of digital game contents by taking into consideration the cultural, technical and political environments. She explores the interrelationships of game translators with other actors, such as the industry, the public authority, game players and the technology. Her study found that such interrelationships have an impact on the workflow of the game localisation business in the Chinese context, ranging from importing games to producing translation as end products.

O'Hagan (2017) focuses on online environments and applies ANT to discuss the roles of the digital platforms as in the collaboration of volunteer translators in Polish Facebook translations. She argues that the design of the platform, which does not facilitate interactions between volunteer translators and the Facebook administration team, obstructs the trust and autonomy of the translators when producing translations.

The above studies demonstrate that ANT can be usefully employed in the exploration of the interrelationships between actors involved in the network in translation practices and its significant impact on the resulting translation. ANT helps reveal that translators are not the only key actors in the translation production, but their interactions with other actors, both human and non-human, also have

an impact on the working environments in translation (Zhang 2015; Risku and Windhager 2013; Buzelin 2007, 2005), which are related to the issue of work ethics (Abdallah 2010), trust (O'Hagan 2017) and translation quality (Abdallah 2012). Such issues in working environments are observed in the current research.

4.4 Key Concepts Used in the Analysis of Collaboration in Fansubbing

In order to explain the interrelationships of human and non-human actors in fansubbing as described in the ANT framework, three main concepts have been identified, namely affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015), and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012). These concepts take into account the contributions of both humans and objects (social and material distributions) in collaboratively inventing new ideas or products over a period of time (temporal distribution), which are discussed in the conceptualisation of distributed creativity (Glăveanu 2014) (see Section 3.3.3).

4.4.1 *Affinity spaces*

With specific focus on creating new ideas and products, Gauntlett (2011) emphasises the crucial role played by digital environments in facilitating Internet users. Similarly, Glăveanu (2014) pays particular attention to the roles of objects or materials in producing creative work. Developed from game-based learning in the context of learning and literacy, the concept of affinity spaces or 'passionate affinity spaces' (Gee and Hayes 2011, p.69) focuses on a knowledge-sharing space, facilitated by digital environments, for people who have shared interests (Duncan and Hayes 2012). Such a concept is highly relevant to fansubbing practices which are embedded in online communities and therefore helps consider the dynamic roles of digital environments and the way in which people take advantage of the digital space to acquire skills for creative production.

Key characteristics of affinity spaces

According to Gee and Hayes (2011, p.70-71), common characteristics of affinity spaces include:

- (1) Individuals do not need to have official credentials or expert status.
- (2) They share a strong passion and are willing to show their commitment to various degrees.
- (3) They show active participation.
- (4) They have flexible roles.
- (5) Knowledge and experience are shared in affinity spaces.
- (6) There is no fixed boundary; any interested person can join.
- (7) Individuals can become experts from the knowledge they have gained due to their interest.

Affinity spaces are learning resources for individuals of any status (i.e. mentors or newcomers) in any location to share and/or gain knowledge when they participate in the space without fixed boundaries (Hayes and Gee 2010, p.188). Through their interest, affinity spaces provide an opportunity for participants to develop their skills and their dedication beyond their interest, giving rise to passion which keeps them engaged in the practices (Gee 2012).

Within affinity spaces, the level of experience and the extent of contributions determine the trustworthiness of the participants (Gee and Hayes 2011). Those who have more experience are likely to earn more respect and reputation from other participants. Not only do participants share knowledge and experience, they also give and receive emotional support within the interest-driven space. Moreover, the participants can influence one another in the decision-making process that implies a collective effort of the participants in the team. Team members contribute skills, knowledge or expertise to collaborate with others to benefit the entire group. This collaboration leads to the formation of cross-functional teams (Gee and Hayes 2011, p.81).

Furthermore, in affinity spaces, participants are able to form their own rules and values. This shows a flexible form of interaction where participants have the power to negotiate with others and make decisions based on their own interests (Gee and Hayes 2011, p.126). Affinity spaces also illustrate how strong ties driven by shared interests are fostered on digital platforms.

Collaborative learning environment in digital spaces: application of affinity spaces

The concept of affinity spaces has been applied to studies which focus in particular on learning in digital environments. For example, Duncan (2012) draws on the concept to explore the motivation of individuals in skill acquisition. His study found that the individuals possibly learn game-related skills so that they can engage in their favourite games and gaming culture. Such findings suggest that the individuals participate in affinity spaces in order to acquire skills not because of their own merits, but in the hope that they can use the skills as a medium to serve their passion (Duncan 2012).

Focusing on learning outside school, King (2012) investigates learning and participation of young people in affinity spaces. The findings reveal that the target participants, driven by their interests, rely on their peers and engage with a variety of affinity spaces in developing their skills. In a collaborative space, the skills of the participants are also related to their status, encouraging them to set goals to enhance their knowledge. Such learning environments provide young people with opportunities to extend their knowledge beyond the classroom (King 2012).

Lindgren (2012) adopts the concept of affinity spaces and examines the reactions of Internet users from comment threads of how-to videos on YouTube. The results indicate that digital spaces, such as YouTube, become an interactive space for the users to share, negotiate and develop their knowledge. The spaces also create supportive environments in learning where users are encouraged by their peers through feedback on the comment threads. These findings underline the importance of the functions available in digital technologies which support knowledge sharing environments.

The concept of affinity spaces has also been linked to audiovisual translation performed by fans. Here, online environments facilitate fans to collaboratively form a network of subtitlers for them to communicate and create their own subtitles for those who have a mutual interest (Pérez-González 2014). The concept helps highlight the active roles played by audiences who acquire skills and contribute knowledge to serve their fandom, indicating the transformation of media consumption into a bottom-up relationship with the media industry.

O'Hagan (2008) also discusses the fan translation network as a learning space for fansubbers. Fansubbers are so driven by their strong interest in the domain that they have an in-depth understanding of the contexts of their favourite programmes; this shows their genre expertise. Their expertise in the context of their interests is shared within the communities, thus developing a learning space for fan translators (O'Hagan 2008). The concept of affinity spaces as shown in fan translation is

proposed to be further developed in improving supportive environments for translators in learning and gaining experience in translator training (ibid.).

The key characteristics of affinity spaces and the aforementioned literature elicit the affordances of digital technologies in facilitating individuals who share a common interest to engage in their activities. This concept allows the research to focus on the active roles played by online technologies in the exploration of collaboration, which can enhance creativity (Glăveanu 2014, Gauntlett 2011) in fansubbing. Moreover, the concept emphasises the interrelationships between human actors in sharing knowledge and experiences, which can support the flow of creativity (Czikszentmihalyi 2013). Affinity spaces can emphasise the social distribution of individuals in creativity (Glăveanu 2014), where they take multiple roles, such as creators and audiences, mentors and students, to collaboratively develop new products. These interactions of individuals in learning new skills and creating new ideas or products simply in order to serve their own passion illustrate the wisdom of crowds (Surowiecki 2004) in digital spaces where diverse knowledge from a collective group of people can lead to better results.

The concept of affinity spaces (Gee and Hayes 2011) can be linked to the second principle of ANT which takes into account the interrelationships of human and non-human actors in forming a social practice (Latour 2005). That is, affinity spaces account for the roles of non-human actors, especially the digital infrastructure, in facilitating a group of fans who share a strong interest in their favourite programmes in fansubbing practices, constituting online communities. The concept enables the researcher to explain the way in which the digital infrastructure becomes a space for fan community members to share fansubbing experiences and responsibilities relating to fansubbing. It also helps explore the nature of the collaboration within a fansubbing team where the number of fansubbers and their differing levels of experience can affect the way in which the team produces fansubs in online spaces. The application of the ANT framework together with this concept therefore helps to answer the way in which Thai fansubbers exploit technology and collaborate with their community members in the production and circulation of fansubs.

4.4.2 *Networked affect*

As discussed in Sections 1.1 and 3.1, fansubbing is conducted by fans who are driven by their strong interest in their favourite programmes and are deeply engaged in the practices on online platforms.

This suggests that affects play a crucial role in fansubbing practices. In turn, Csikszentmihalyi (2013) and Gauntlett (2011) hold that affects, such as enjoyment and satisfaction of individuals, encourage creativity as a driving force for the development of new ideas and products. Such an emphasis on affects and the consideration of the interactions of individuals and digital technologies in fansubbing lead the current study to introduce in this section the concept of networked affect which focuses on the affects developed in online communities.

Definitions of affect

A difficulty in defining the concept 'affect' has been well noted in the context of translation studies and elsewhere (O'Hagan 2016c). Taking a socio-technical approach, the present research treats affect particularly from the perspective of social psychology as closely related to emotion which can be developed by the interrelationships with both humans and objects. That said, an extended discussion on the full spectrum of affect theory is beyond the scope of the present research.

Affect in psychology is mainly related to emotions of social actors with slight differences in interpretations among scholars. Keltner and Haidt (1999, p.509) state that affect involves "the conscious feeling of emotion produced by appraisal processes". It can also refer to "a bodily capacity, a bodily readiness, a trigger to action, including the action of feeling an emotion" (Clough 2012, p.23). The concept of affect plays a significant role in social psychology because it influences cognition and/or behaviours of the social actors in doing an action. Calvo and D'Mello (2010) also consider affect as very similar to emotions. In the field of affective computing, Picard (1997) addresses the fact that affect or emotions have a pivotal role in enhancing the intelligence of individuals. Affect has an impact on individuals in making decisions, actions, and social interactions, forming experiences and behaviours in everyday activities (Calvo and D'Mello 2011, p.3). Affective states, such as engagement and curiosity, can be observed through a number of signals of emotional responses, including written language or texts (Calvo and D'Mello 2010).

Affect has also been linked to the creativity of individuals from a psychological perspective (e.g. Russ and Wallace 2013, Amabile et al. 2005). In the investigation of affect and creativity in the workplace, Amabile et al. (2005) claim that positive affect can stimulate an individual's cognition, leading to the development of creative processes. They propose the affect-creativity cycle where the affective states encourage cognitive variation, and, through the incubation process, result in creative thought, which

further leads to positive affect (Amabile et al. 2005, p.392, 394). The cycle shows the connections between affect and creativity, which have been developed on the individual level. Similar to the view of Amabile et al. (2005), Russ and Wallace (2013) elaborate on the interrelationship between affect and creativity through an individual's cognition. They investigate creativity through the affective process in a children's pretend play. Their study identifies "the amount of affect – positive and negative – expressed in play related to divergent thinking" (Russ and Wallace 2013, p.141). This shows that positive and negative emotions, which are reinforced from the interactions during the pretend play, stimulate children to come up with new ideas, leading to creative production.

Concept of networked affect

Not only does affect encourage creative production at an individual level, it is also shared among a group, resulting in the development of creativity in a collaborative way. Affect does not emerge only from individuals. Previous studies (e.g. Karatzogianni 2012, Mackley and Karpovich 2012, Picard 1995) state that objects can actually produce affective processes. For example, affective computing (Picard 1997, 1995) is an approach focused on the fact that computers can be programmed to recognise, interpret and/or respond to humans' emotions when they interact with humans. An example of affective computing is shown in digital interactive games which can stimulate individuals' emotions, holding their attention to engage in the activity. Mackley and Karpovich (2012) also state that individuals can build emotional connections to objects when they have used and interacted with the objects. Digital technologies enable individuals to express their emotional connections by telling their stories and memories involved with the objects through digital platforms, and such memories can be stored in a digital archive like websites (Mackley and Karpovich 2012). This supports the point that objects play a role as "vessels through which such varied and imagined contexts can be played out" (ibid., p.140). Digital platforms in turn can become spaces providing information which can stimulate public emotional reactions, as manifested in the case of Wikileaks where materials involved with political issues have been published, causing public uproar which can lead to shifts in global politics (Karatzogianni 2012). These emotional connections between individuals and objects develop when they interact with each other, and underline the fact that particular attention needs to be paid to tracing the affect of networked interactions and connections between humans and objects, especially in digital environments.

Aragon and Williams (2011) note that creativity can be stimulated by collaboration of individuals and objects. The interactions of individuals and materials, particularly technologies, can stimulate shared

affective states, driving the creation of new ideas or products in collaborative practices. Similar to Aragon and Williams (2011), Hillis, Paasonen and Petit (2015) place particular focus on the online network of human and non-human actors, thereby proposing the concept of 'networked affect'.

The concept supports "how individual, collective, discursive, and networked bodies, both human and machine, affect and are modified by one another" (Hillis, Paasonen and Petit 2015, p.3). In the circulation of data and information, human and non-human actors communicate and make connections with one another. Through such connections, the actors develop affect to the extent that such emotional attitudes influence them to continue their collaborative production, distribution, and consumption (Hillis, Paasonen and Petit 2015). Networked affect pays particular attention to digital technologies, such as social networking sites and online applications (ibid.). The technologies act as a tool in facilitating interactions or encounters in the network of actors, giving rise to the affect which impacts the collective formation of cultural practices.

The concept of networked affect has also been linked to the free labour of everyday Internet users in digital environments. Such free labour is closely connected with immaterial labour where the actors, driven by shared emotions, use their collective knowledge and voluntarily contribute to cultural production (Terranova 2013). The collective effort of the actors is then compensated for in the form of non-monetary rewards, i.e. pleasures and responses from peers (ibid.). These rewards are derived from emotionally intense experiences of those who interactively participate and engage in the practices (Jarrett 2015).

Jarrett's study (2015) focuses on the observation of the digitally-mediated interactions of users on Facebook. The study reveals that digital technologies allow users to interact with the platforms and other users in a specific way. These interactions between users and technologies can lead to affect in the network of actors, generating 'gift exchange value', such as the 'Like' button on Facebook, and encourage ongoing participation in the network (Jarrett 2015).

The interactions of individuals on social networking sites, such as Facebook, have also been discussed in Karppi's study (2015). The interfaces on social media, such as Timeline on Facebook, allow users to share their views and stories, making them feel engaged in interactive discussions. This shows the way in which a technological platform, as a non-human actor, creates networked affect among users, encouraging them to continue their connections with others.

Networked affect can also be seen in game localisation where games are adjusted in terms of language, cultural and technical features to allow users in the target market to form an emotional engagement when playing in their specific contexts (O'Hagan 2016c). O'Hagan discusses how localised games impact the emotions of players when they interact with games through technological platforms. Translations of games can also affect the players' emotional responses to differing degrees during the game experience. This study provides an example of the influence of affect in translation practices from the perception of the audiences.

The networked affect can be connected to the 'flow of creativity' (Czikszentmihalyi 2013) and 'everyday creativity' (Gauntlett 2011), where the passion is seen as central in maintaining individuals' focus on their activities, encouraging them to invent new ideas or products in digital environments. The concept also helps highlight material distribution in creativity (Glăveanu 2014), as manifested in the Facebook interface using the 'Like' button, which can trigger positive affects and engage individuals in their activities. Such engagement in online environments also possibly encourages the interactions of individuals in creating novel ideas and products (social distribution) in creativity (Glăveanu 2014).

The concept of networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) allows the researcher to pay attention to the interactions of the human actors, i.e. fansubbers and non-translating fans, and non-human actors, particularly digital technologies, in fansubbing practices whether such interactions can affect the emotional attitudes of fan community members when they participate in online communities. This can be associated with the flexibility of group formation as supported by the ANT framework where relevant actors can freely participate by taking various roles in forming the practices. The application of the networked affect in the current study therefore helps to observe how affects can play a key part in encouraging fan community members to put their voluntary efforts into fansubbing and foster their interrelationships in digitally-mediated environments.

4.4.3 Epistemic trust

In addition to affects, the recent literature in translation studies highlights the significance of trust in fulfilling translation goals and maintaining ethics in translation practices (see Section 3.1.2). It was shown in Chapter 3 that trust is arguably a factor which seems to help sustain collaboration in translation practices although it is largely unknown to what extent this might be applicable to fan

communities. The literature on trust has largely focused on professional contexts rather than non-professional translation practices, leaving ample scope for research on fansubbing. This in turn leads the present study to further explore trust by taking into consideration the concept of epistemic trust as discussed below in order to understand underlying factors shared among fan community members to sustain their collaboration in online fansubbing communities.

When collaborating on a new idea or product, particularly in digital environments, trust is a factor which helps form relationships between individuals (McLeod 2015) and is treated as a support for fruitful collaboration among the individuals (Gauntlett 2015, p.88). There are three main aspects of trust, namely the extent to which: (1) the trustor can accept risks of being betrayed; (2) the trustee can fulfil the expectations of the trustor; and (3) the trustor feels optimistic towards the trustee (McLeod 2015). Trust is considered the foundation of social integration which is related to emotion, cognition and behaviour of individuals (Lewis and Weigert 2012). The issue of trust has been discussed in various disciplines, such as philosophy (e.g. McLeod 2015, Origgi 2012), psychology (e.g. Fonagy and Allison 2014), sociology (e.g. Luhmann 2000; Lewis and Weigert 1985), and business studies (e.g. Johnson and Grayson 2005). It has been mainly explored from either a reductionist perspective, focusing on trust building from relationships and interactions on an individual level, or a contextual perspective with holistic accounts of the impact of environments on individuals in collectively building trust (Bachmann 2011; Lewis and Weigert 1985).

When building trust in a collective group, individuals have rational ground on which to support their beliefs (McLeod 2015). Such justified belief is called epistemic trust. Epistemic trust is related to the social dimension of knowledge and develops from an individual's social experience through a shared context of communication (Origgi 2014). This means that individuals depend on the knowledge of others to learn more information themselves, and they also take the risk of being misinformed (Hendriks, Kienhues and Bromme 2016). Most often, individuals do not passively trust, but rely on their knowledge and experience to make judgements about their informants and the content presented to them (Origgi 2012). Epistemic trust is related to trust via the interlocutors that individuals use to communicate, and it involves "the complex cognitive mechanisms, emotional dispositions, inherited norms, reputational cues we put at work while filtering the information we receive" (ibid., p.224).

Origgi (2012, p.227) provides details of mechanisms or different sources of trust which individuals rely on when filtering information. These sources include: (1) inference on the subject's reliability (i.e. the informant's expertise or personal relationships with the informant); (2) inference on the content's

reliability (i.e. the content which the listener can relate to, convincing arguments); (3) internalised social norms of complying with authority (i.e. those who have a higher authority or status in social norms); (4) socially distributed reputational cues (those who have reputation in the social network); (5) robust signals or any evidence which is known as a fact; (6) emotional reactions; and (7) moral commitments (i.e. ethical beliefs). This shows that epistemic trust includes both reductionist and contextual perspectives in the exploration of trust as this concept considers individuals as cognitive and social beings, and addresses trust as developed from the interpersonal relationships between individuals.

Various mechanisms used to develop epistemic trust proposed by Origgi (2012) indicate how individuals rely on their experiences and surroundings, both from other persons and social systems, in order to acquire information. That is why they are willing to take certain risks and form trust. This can be related to trust in online environments where the individuals rarely have face-to-face communication. In order to gain knowledge, individuals build trust with others based on their attitudes formed through their interactions in online communicative spaces. In order to judge the credibility of online sources, individuals rely on user opinions shared within the networked system (Origgi 2013, p.34). Trust building is, therefore, a dynamic process which is developed by the social relations in shared environments which can be applied to the social network of interactions in digital environments (ibid).

Epistemic trust has also been addressed by other scholars. Fonagy and Allison (2014) claim that epistemic trust is developed by close social connections and bonds in the form of attachments between individuals. When individuals have a tacit understanding and share the same beliefs with others, they form attachments between one another. Such attachments can then be used to build trust, which influences individuals when accepting new knowledge (Fonagy and Allison 2014).

Regarding individuals as social beings, Daukas (2006) considers that epistemic trust has been built from the attitudes which individuals have towards others in a collective group. These attitudes are created based on the character traits and skills of individuals as well as their membership and shared experiences in the communities (ibid, p.114). When trustors view that trustees' character traits and authority are reliable, the trustees are considered trustworthy and can gain trust from the trustors. Such a view is developed by the interactions of individuals in social practices through a period of time, and trustworthiness can be shared and negotiated to a different extent among trustors.

Grasswick (2010) views epistemic trust as social relations between individuals in connection with knowledge production and circulation within communities. The interrelationships between members in

the communities which can form trust need not be limited to the group of individuals who produce the knowledge. Those who do not participate in knowledge production but benefit from such knowledge are also included (ibid). The development of trust depends on whether the expectations of individuals can be fulfilled.

Epistemic trust helps to examine the act of building trust between fan community members in the networked environments where digital technologies create an environment for sharing knowledge, emotions and attitudes among fan community members in fansubbing practices. For the purposes of this thesis, epistemic trust is understood as trust which is forged by shared affects and ethical values in online communities and close interactions between human actors in digitally-mediated environments. This can be linked to the association in ANT where the human and non-human actors which enrol in the network have an impact on other actors, leading them to mobilise the action or practice. This concept also highlights the social and temporal distribution in creativity (Glăveanu 2014), where the relationships between individuals have been developed over a period of time, creating an affinity space which facilitates knowledge enhancement for sustaining the creative production. Epistemic trust helps to answer how the interrelationships of fan community members in fansubbing can be strengthened and how the members sustain their collaboration in fansubbing practices as further discussed in Section 8.2.

4.5 Potential Challenges in Research Conduct

4.5.1 Validity and reliability of the present research

The present study takes into consideration research validity with regard to three aspects: research planning, data collection and analysis, and disseminating the research (Flick 2007, p.62).

This research is designed to serve the main goal of exploring collaboration in Thai fansubbing practices in order to gain an insight into the collaboration of fansubbers and other human and non-human actors in fansubbing practices. In order to elicit the complexity of fansubbing practices, data are collected via interviews and surveys from multiple sources in order to ensure the validity of the research. This triangulation of research methods is believed to “generate alternative explanations for what may appear

as trends” (Salmons 2016, p.123). The data from the fan community survey are collected to understand the attitudes and behaviours of fan audiences, which shape fansubbing practices, while data from the survey of the university students as non-fan media consumers are collected as reference data. The interviews are conducted in a semi-structured way not only to keep the topics consistent with the research aim, but also to allow flexibility in the research so that the interviewees can express their own viewpoints, unconstrained by a rigid structure. This research design also ensures validity by showing the transparency of the researcher in conducting the research. To maintain the reliability of the research, the sources of data and the process of data collection are clearly specified (Gibson and Brown 2009, p.182).

Since the research mainly collects qualitative data from a virtual ethnographic approach, a certain degree of subjectivity is inevitable in the analysis and this is recognised by the researcher. One way to check the validity of the analysis is to compare the collected data, for example, by comparing the data from each interviewee and by examining a key element in the data in a different order, throughout the coding process (Gibbs 2007, p.50-52, 96). Another way is to provide evidence from the data in the form of quotations, and by referring to the literature, which can help support the researcher’s interpretation and keep the generalisability of the findings (ibid., p.97, 100), as can be seen in the analyses chapters (see Chapters 7-8).

Apart from the aforementioned measures, research integrity is considered in order to maintain the quality in the analysis, which is discussed in the next section.

4.5.2 Research integrity

Data collection in the current study involves human participants, taking part in fansubbing communities, with legal implications. Thus, potential ethical issues are taken into consideration, especially the vulnerability of the participants. Research ethics are applied throughout the process of research conduct.

To ensure the integrity of this research, the study seeks a balance between rules and regulations, outcomes, researchers’ morals, and participants’ conditions (Salmons 2016, p.68-69). Since fansubbing typically involves the use of the copyrighted content, actual fansubs are not presented in the present research. Before conducting the present study, ethical approval from the Ethics Committee of the home

institution was sought for the surveys and interviews, to ensure that the researcher followed the formal ethical guidelines (see Appendices A and B). Furthermore, since the research involved exploring online communities, the researcher followed ethical procedures relating to virtual ethnography. The researcher also maintained an openness about the research and provided an opportunity for potential participants to decide whether to be excluded (Hine 2008, p.265). In terms of openness, the researcher disclosed her presence, the institution to which she belonged, and the aims of the research and relevant details to the participants. The agreement of participants, particularly interviewees, in providing data for the research was gained by the 'implied consent form' (Kozinets 2010, p.143). This means that in the present study the participants were informed about the consent-related information in an electronic, written form (see Appendix E). All participants gave their consent to participate in the research by accepting the terms and completing a short questionnaire online.

Since the topic of research involves conflicts between the legal framework and fan activities, data analysis and discussions were handled with particular care. The researcher conscientiously transcribed data and kept the data confidential (Gibbs 2007, p.102). The privacy of the participants was also protected (Hine 2008). The identification of the participants was kept confidential, where only the researcher and her supervisors had access to the data. The anonymity of the participants is a priority of the research. The survey data of fans and non-fans were collected anonymously, while, in the interview data, the online pseudonyms of the fansubber interviewees were concealed in order to protect their privacy. This was necessary because online communities are formed through consistent use of identities, so the members in online communities possibly know one another from pseudonyms (Kendall 2011, p.319). The online anonymity could be considered a strength of the study since it gave the survey respondents and interviewees the possibility to express themselves freely. This means that the researcher had the opportunity to access information which otherwise might not have been possible, if the identities of the interviewees had been revealed (Kozinets 2010, p.132).

4.6 Concluding Remarks

This chapter discussed the data collection approach and the key frameworks of data analysis designed for the present research. The aim of the current study is to explore Thai fansubbing as a social practice by focusing on the interactions of human, i.e. fan translators and non-translating fans, and non-human

actors, especially digital technologies, in fansubbing communities. The present study takes a socio-technical approach to emphasise the roles played by the technology when it interacts with human actors (Matthewman 2011, Latour 1991). The Actor-Network-Theory (ANT) (Latour 2005, 1987; Callon 1986) is selected as the main analytical framework to explain the interrelationships between human and non-human actors in the dynamic network, which forms fluid links rather than following *a priori* fixed structures of social practices. This provides an understanding of how translators create translations and operate in networks of human and non-human actors to complete translation tasks (Folaron and Buzelin 2007; Chesterman 2006, p.23).

In order to investigate the interrelationships between actors informed by ANT, an ethnographic approach is recommended in order to access rich data directly from the participants (Abdallah 2012; Buzelin 2007). The present study draws on a virtual ethnographic method to explore participants conducting activities online and the use of the Internet as a facilitating tool for participation (Hine 2000). Fansubbers are considered as key participants in online fansubbing communities and their interactions with other key actors in fansub production and distribution are investigated.

As illustrated in Figure 4.1, the virtual ethnographic data are analysed primarily within the framework of ANT together with the three theoretical concepts of affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015), and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012). Affinity spaces (Gee and Hayes 2011) mainly involve a flexible form of interactions where participants gather and share/gain knowledge from other participants based on their own interests. Networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) focuses on affects which are developed from the interactions between human and non-human actors, especially digital technologies. Epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012) focuses on the sources of trust which are derived from social connections between individuals, their emotional dispositions, norms and reputational cues. These three concepts are chosen since they focus on the networked environment which is formed by the interrelationships between human and non-human actors. That is, affinity spaces (Gee and Hayes 2011) conceptualise how digital spaces facilitate individuals who have the same interest in sharing experiences and developing skills. The concept highlights multiple roles of digital infrastructure in facilitating the interactions between human and non-human participants in online activities. Networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) emphasises that human and non-human participants affect one another from their interactions, which, in turn, generate strong emotions and particular attitudes, driving individuals to engage in collaborative production. Epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012) accounts for the interdependence of fan community

members in the networked environments in online communities, showing that social interactions and an environment to share knowledge, emotions and attitudes help sustain the collaboration in fansubbing.

Meticulous care has been taken in order to ensure the validity and reliability of the data collection and analysis. Measures taken include the triangulation of the collected data, self-reflection of the researcher, and revisions of the codes during data analysis. Since the research topic involves legal implications in fansubbing practices and involves human participants, research integrity is given priority to retain the confidentiality of the data and data protection such as anonymity of the participants in the present research.

As illustrated in Figure 4.1, Chapter 5 provides more discussions on the methods of data collection which draw on virtual ethnography and the coding scheme which is based on the ANT framework and the three theoretical concepts used in the exploration of collaboration in fansubbing discussed in this chapter.

Chapter 5 Methods

This chapter discusses the methods of data collection and analysis in the present study. It begins with the data collection methods, using a virtual ethnographic approach. The methods include surveys of both fans and non-fans and fansubber interviews. Following this, the coding method which was applied to the data is explained. Here, coded data sources, coding tools, and the coding approach are discussed. The coding approach is informed by the ANT in collaboration with the three theoretical concepts of affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015), and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012).

5.1 Data Collection Methods

The types and amounts of data required for any study depend on the research focus and questions (Kozinets 2010, p.63). For this study, collecting data from every Thai fansubbing community is not feasible, considering the large number of such online communities that currently exist (see Section 2.2.2). Therefore, the researcher had to narrow the selection and focused on particular online Thai fansubbing communities of the Korean variety show, *Running Man*, given the popularity of the programme and Korean fandom in Thailand (see Section 2.2.1). A ‘fan community’ in the present research has a particular focus on a group of fans who interact and engage in fansubbing activities on Facebook platforms. The recruitment of the participants for the fan survey and interviews was conducted by the snowball sampling method, which identifies additional informants by referrals from initial informants (Fricker Jr 2008).

Following such a method in order to gather data, the researcher sought cooperation from the target participants by relying on their referrals to collect the data from other participants. The researcher’s status as a fan of Korean programmes and experiences in audiovisual translation enabled the researcher to become an insider of the community, making it easier to contact the participants of the relevant online communities. In ethnographic approaches, these methods are used to gain the participants’ trust in order to maintain openness during the data collection phase. Trust can also be achieved when the researcher clearly states the aim of and rationale for carrying out the research, and by encouraging

researcher-participant interactions with positive and non-judgmental feedback (Boellstorff et al. 2012, p.95). In addition, it is a common practice in the virtual ethnographic approach that the researcher discloses his or her identity and forms relationships with the target participants in online communities during the process of data collection in order to gain the participants' trust (Hine 2008, p.264-265). On the basis of these suggestions, when the researcher contacted the fansubbing communities on social networking sites in order to reach potential participants, the researcher's identity, including her name and affiliation, and the research purpose were stated clearly right from the onset.

The researcher's background knowledge in fansubbing is also essential to ensure that she had a deeper understanding about the participants when collecting the data. The researcher made herself known to the participants during the data collection stage, and provided the participants with personal profile information to maintain the balance between the identity of a Thai fan and a researcher, and to avoid manipulating the participants in the survey and interviews. Sensitive topics related to fansubbing, particularly the legal implications of fansubbing and participants' ethical attitudes towards fansubbing, are carefully approached during the design of the survey and the interview questions. For example, the researcher did not intervene or make any judgement when the participants expressed their opinions towards copyright issues in fansubbing. The researcher also avoided questions which could cause problems for the participants, such as asking them to provide sources to gain access to the original materials for fansubbing. The following sections outline the methods of data collection, namely surveys and interviews.

5.1.1 Surveys

An online survey was conducted for this research since it was the best way to reach fans and fansubbers involved in fansubbing practices which take place within online-based communities, and since it was considered to be "an excellent way to gain a particular kind of understanding about online communities and culture" (Kozinets 2010, p.43).

Purpose of the survey

The purpose of the fan survey was to capture the changes in media viewing behaviours of fans, both non-translating fans and fansubbers. In particular, the survey sought to understand fans' expectations in viewing the translation of their favourite programmes online, which could then encourage fansubbers to come up with new ideas to produce fansubs in digital environments. Moreover, the fan community survey aimed to provide an insight into fans' attitudes towards fansubbing practices, particularly legal issues and their ethical values, which could influence their behaviours in fansubbing. The responses to the survey were expected to help answer the main research question in the exploration of collaboration of fansubbers and other key human and non-human actors in producing and circulating fansubs. By comparison, the non-fan survey was conducted as a reference group to provide comparative survey data for the present research. The purpose of the non-fan survey was to investigate whether there were any differences in the attitudes and viewpoints between fans in online communities and non-fans in terms of expectations in viewing the translated foreign programmes and their ethical and legal attitudes towards fansubbing. The target groups for both surveys were selected due to the similar age group and online exposure. The target group for the non-fan survey was university students (see Table 5.1) since fans are usually young adults. Both groups are also familiar with the use of social networking sites and online activities.

Survey questions and format

Both the fan and non-fan surveys used the same format and questions in order to ensure research validity when comparing the responses between fan and non-fan respondents. The surveys consisted of six main sections to gather the required information: (1) demographic information of the respondents; (2) viewer habits and attitudes of foreign programmes in Thailand; (3) fansubbing in general; (4) the fansubs of the *Running Man* programme; (5) subtitling experiences; and (6) ethical and legal issues (see Appendix C). Various response option formats were used in the survey, including closed and open-ended questions.

Closed-ended questions provide respondents with a varying number of response options (Fricker Jr 2008, p.226). This list of response options can include single as well as multiple responses. In the current study, closed-ended questions were designed to provide quantitative data with regard to fans' choices and attitudes when viewing translations made by fans of their favourite foreign programmes.

These questions were associated with the demographic information of respondents (gender, age, occupation, etc.), and viewing preferences for watching foreign programmes and fansubs. With some closed-ended questions, an option 'other' can be provided in a free text box to allow respondents to elaborate their thoughts in addition to the given choices (Saldanha and O'Brien 2013). In the current survey, the 'other' option was provided for closed-questions such as the country of origin of fans' favourite programme and access to translated foreign programmes. A 'don't know' option can also be added in cases where respondents may not know the answer (Sue and Ritter 2007). In the current survey, such an option was added in some dichotomous questions, which were related to legal and ethical issues in fansubbing.

Open-ended questions can provide survey respondents the opportunity to express their opinions in their own words, especially regarding new and unfamiliar topics (Sue and Ritter 2007). These question types also help to explain the respondents' choices for the closed question, and highlight their opinions further (Saldanha and O'Brien 2013). The open-ended questions in the fan and non-fan surveys mainly concerned their views on watching fan translations of foreign programmes and their opinions, and emotional reactions towards ethical and legal issues in fansubbing. These open-ended questions were designed to gain qualitative data that would provide insight into fans' attitudes and their participation in fansubbing communities, such as their opinions on legal frameworks in Thailand regarding fansubbing, in comparison with the opinions of non-fans.

The survey was conducted in Thai, the researcher's and fans' mother tongue to avoid any interference of levels of English since the present research aims to investigate Thai fans of *Running Man*. Before the survey was launched, a small sample of the population had been selected for a pilot study in order to receive feedback on the survey questions and verify that the technical elements in the survey were working properly (c.f. Sue and Ritter 2007, p.58). In order to ensure such clarity and comprehensibility of the survey, the pilot study was conducted with two Thai participants who had some awareness of fansubbing. Following this, some adjustments were made to the Thai translation to ensure a clearer explanation of the survey items and instructions.

Due to the number of questions and response formats, the survey was expected to take approximately 30-40 minutes to complete. Since the survey was relatively long, the time estimation of survey completion was also specified so that the participants could make a decision on whether or not to complete it.

Survey collection

Details of the data collection from fan and non-fan surveys are provided in Table 5.1 below:

	Fan	Non-fan
Target respondents	Thai fans of <i>Running Man</i> show from two online fan pages of the programme on Facebook	Second and third-year students who have taken a fundamental English course in Chiang Mai University
Distribution method	Online version on the <i>Google Forms</i> platform	Paper version
Timeframe	18-31 August 2014	5-17 January 2015

Table 5.1: Data collection details of fan and non-fan surveys

As shown in Table 5.1, the fan survey was created using the *Google Forms* online platform (see Appendix D). This platform was considered suitable since the fansubbing community is based online. *Google Forms* is a platform increasingly used by researchers due to the straightforward functions provided to create a survey, the available data storage provided with a Google account and its cost effectiveness. Moreover, it provides an option to create a URL link, which is convenient for the respondents to access the survey. In terms of analysis, the data derived from this platform can be exported in various formats, such as .xlsx, .pdf, or .csv. The fan survey was posted on online fan pages for around two weeks. Such a timeframe was chosen because new posts on these fan pages are updated regularly, so older posts can be overlooked by the community members. In contrast, the non-fan survey was distributed in a paper version, making it convenient for the students to complete the survey. The survey was handed out in class and the students were asked to submit the completed survey in the following class. Such a collection process took around one week. This was to ensure that a high number of the students returned the survey.

5.1.2 Interviews

In addition to the survey, interviews were conducted with fansubbers to fulfil the objective of the present research as discussed in Section 1.2. The interview method is usually employed in ethnographic research due to three main reasons: to gain insights into (1) the participants' perspectives of social lives; (2) the social dynamics and cultural conventions; and (3) the participants' personal attitudes which have not usually been disclosed in the public setting (Boellstorff et al. 2012, p.92-93). This method is the only way to access in-situ data about Thai fansubbers, and to date there is little research into Thai fansubbers. So far, to the best of the researcher's knowledge, Lakarnchua (2015) is the only reliable published source to access data on Thai fansubbers but her data consist only of responses to a questionnaire, while the current research is the very first attempt to explore the Thai fansubbers community via organised interviews.

Purpose of fansubber interviews

The interview method aims to explore dynamic roles of fansubbers which are influenced by their interrelationships with other human and non-human actors in fansubbing communities. This method helps to investigate (1) the motivation of fans in becoming fansubbers; (2) fansubbers' collaboration in fansub production and distribution; (3) their interactions with available technological resources online, such as social networking sites and subtitling software in fansub production; and (4) their ethical and legal attitudes towards fansubbing which are embedded by their social surroundings.

Target and recruitment of fansubbers

The interviewees required for this study were Thai fansubbers from different fansubbing groups of a Korean television programme, i.e. *Running Man*. To the researcher's knowledge, no particular Thai fansubbing groups have completed the translation of all of the episodes of the show. To date, they have created fansubs by selecting only the episodes which are of interest to them. The platform for fansub production and circulation is typically on Facebook.

Recruiting the targeted interviewees presented some difficulties. This was due to the fact that since fansubbers are part of an online community, they are at times difficult to reach. In addition, there were

far fewer fansubbers than non-translating fans. Therefore, fansubbers from different fansubbing groups, including some fansubbers who made fansubs for Korean TV programmes other than *Running Man*, had to be recruited for the current study (see Table 6.1).

Interview setting

The interview setting can be either face-to-face or online and some argue that there is not much difference in the data quality since the informants can tell lies or the truth in either context (Boellstorff et al. 2012, p.94). It is more pertinent to pay attention to how the interviewees are recruited and the interactions between the researcher and the interviewees. Fansubbing practices are normally conducted online where the fansubbers can protect their privacy and personal identity to a certain extent. After considering the circumstances and the willingness of the interviewees, the researcher sought different approaches to maintain a comfortable atmosphere between the researcher and the interviewees. Hine (2008), in her support of virtual ethnographic approach, also holds that online settings can provide in-depth data, in a similar manner to face to face communication. The researcher, therefore, let the interviewed fansubbers decide their preferred form of interview: a meeting in person, a Skype interview, or an online chat messaging interview via Facebook. Of the 10 Thai fansubbers who agreed to participate in the interviews, two of them chose to meet in person, while the remaining interviewees opted for online chat messaging on Facebook. The face-to-face interviews were recorded using a digital voice recorder, while the online chat messaging interviews were recorded on the Facebook platform.

Interview styles and questions

The interview was conducted in Thai, i.e. the native language of the researcher and the interviewees, to put them at ease in responding to the interview questions. This is encouraged when using the ethnographic approach (O'Reilly 2009), whereby the researcher maintains the interview like a conversation. Furthermore, the duration of the interview had not been strictly determined. The interviews of each fansubber lasted until the main topics of interest in the interview were covered and as long as the interviewed fansubbers felt comfortable to provide their insights. As shown in Table 5.2, there was a difference in the duration depending on the form of the interview. While the online interviews via chat messaging on Facebook lasted approximately 1.5 to 4 hours, the two face-to-face

interviews lasted around 35-50 minutes. This time difference was probably due to (1) the time lapse in typing the responses via chat messaging; and (2) since the researcher did not meet the interviewees in person, the online setup perhaps created a more comfortable and relaxed atmosphere as there was no awkwardness often associated with starting a conversation with an unknown individual and the interviewed participants could also protect their privacy to a certain extent. The reason for the time difference provided in (2) could be considered an advantage of conducting online interviews which in this case helped the researcher in her interactions with the interviewees to gain in-depth insights into the interviewees' experiences with fansubbing. The interviews took place during a fieldtrip to Thailand from December 2014 to January 2015, and during July-August 2015 (see Table 5.2 below).

Interviewee reference No.	Mode	Duration (hours/minutes)	Date
1	Online	1.55	24/12/2014
2	Face-to-face	0.49	18/01/2015
3	Face-to-face	0.35	17/01/2015
4	Online	2.09	24/07/2015
5	Online	1.16	01/08/2015
6	Online	4.00	02/08/2015
7	Online	2.27	03 and 04/08/2015
8	Online	2.28	04/08/2015
9	Online	1.17	04/08/2015
10	Online	2.58	05/08/2015

Table 5.2: Mode, time and date of interviews

The interviews were conducted individually in a semi-structured way in order to allow for flexibility for the researcher to achieve in-depth responses on the topics of interest which arose during the interview (Boellstorff et al. 2012, p.96). Interview questions were set broadly as a guideline for the communication between the researcher and the interviewed fansubbers in order to serve the purposes of the interview. The questions mainly covered the interviewees' fansubbing experience and their attitudes towards taking part in fansubbing communities, consisting of general questions about

fansubbing; their collaboration in fansub production and circulation; their relationships with other community members; and their ethical and legal viewpoints in relation to fansubbing (see Appendix F).

5.2 Data Coding Scheme

5.2.1 Coded data sources

For the data analysis in the current study, the virtual ethnographic data were coded by the researcher. Coding is a method in data interpretation that identifies patterns or categories in order to capture the primary content of the data (Saldaña 2013). Codes can be made by applying labels to the piece of information in the collected data. Such information is labelled when it is associated with answering the research questions, helping to group the content which needs particular attention (Saldanha and O'Brien 2013).

In the present research, the data which were coded included the fan online survey, non-fan survey and interviews of Thai fansubbers. Prior to coding, both survey and interview data were transcribed into an electronic form. Since the data from both sources were originally in Thai, the English translation of the data by the researcher is provided in the discussion of the analysis. All of the interview data of fansubbers were coded in English, using the coding approach outlined in Section 5.2.3. In terms of fan and non-fan surveys, the quantitative data, such as demographic responses and the closed-ended questions, were analysed mainly in terms of descriptive statistics. The open-ended questions, which are relevant to answer the research questions, in both fan and non-fan surveys in turn were subsequently coded.

5.2.2 Coding tools

The coding was accomplished using Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software (CAQDAS). This type of tool was selected for data analysis in order to maintain the accuracy and transparency of the data. Since most virtual ethnographic data are in digital form, the data can be directly imported and

organised for analysis by using CAQDAS (Kozinets 2010). CAQDAS software can also coordinate the analysis by integrating the codes from multiple sources of data and analytical notes or memos made by the researcher (Gibson and Brown 2009, p.183).

The present research used *QSR NVivo 10* as a CAQDAS tool for analysis due to many reasons. In translation studies, such software has been used by researchers to help analyse qualitative data, such as the experiences and opinions of translators in using Translation Memory software in completing translation tasks (Moorkens 2012), the exploration of translation-oriented web search behaviours (Raído 2014), and the participants' behaviours and attitudes towards translation in a crisis (Cadwell 2015) to name a few. For practical reasons, the *NVivo* software was selected because of its available functions for exploring qualitative data (Raído 2014; Welsh 2002). For example, the software allowed the researcher to import data from different sources. Then, the data were arranged and grouped into topics or themes, with respect to the research questions. Such data could be linked to memos or annotations which were added as references made by the researcher. Each code generated in the software was called a 'node'. In the present research, the words, 'code' and 'node', are used interchangeably. The software also assisted the researcher in finding links and creating classifications between nodes generated from the data. Another pragmatic reason for the selection of this tool was due to the support of the researcher's home institution in providing the licence for the software, along with tutorial workshops and support from the software operators.

5.2.3 Coding approach

In coding the survey and interview data in *NVivo*, the coding decisions drew on a hybrid coding method, including the deductive and inductive approaches (Saldaña 2016). The codes were determined based on the conceptual framework used in the research or the objectives of the research (deductive approach) (ibid, p.75). They were also generated by capturing what was happening in the data (Gibbs 2007) or a data-driven method (inductive approach) (Saldaña 2016, p.75). That is, in the current research the data which mainly involved the collaboration of fansubbers and other community members facilitated by digital technologies were coded based on the Actor-Network Theory (ANT) (see Section 4.3) together with the concepts of affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit

2015), and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012) (see Section 4.4). The codes were also generated when a pattern emerged from the data.

The researcher took a content analysis approach, where the coding steps were divided into first-level coding and second-level coding (Saldanha and O'Brien 2013). First-level coding generates descriptive labels by making a summary of the data in a short word or phrase (Saldaña 2013). The coded data in the current study were informed by ANT as they were labelled into key human and non-human actors that interact in fansubbing communities. These key actors in fansubbing communities constituted the units of analysis as presented in Section 6.1.3. Under each unit of analysis, the interactions of the key actors as shown in the collected data were analysed and labelled into nodes by taking into account the three theoretical concepts (see Section 6.2.1). These nodes are used to answer the sub-research questions stated in Section 1.2 in order to understand collaboration in Thai fansubbing practices. They aim to answer: (1) how fansubbers exploit technology and collaborate with community members in the production and circulation of fansubs; and (2) how fansubbers and non-translating fans as community members forge their interrelationships in specific socio-technical settings of Thai fansubbing communities.

Second-level coding identifies emerging patterns by grouping together similar categories under a broader label (Saldanha and O'Brien 2013, p.190). For the second-level coding of the present study, the labelled data in the first-level coding were created into two emerging themes. Under each theme, the interactions of the key actors coded in the first cycle were then re-organised. The first theme seeks to answer the first sub-question, regarding fan collaboration in producing and circulating fansubs by using digital technologies. The second theme seeks to answer the second sub-question which focuses on the interrelationships between fansubbers and non-translating fans that sustain their collaboration in online communities. Further discussions on the coding analysis in the second-level coding are provided in Section 6.2.2.

5.3 Concluding Remarks

In the collection of virtual ethnographic data, fans of Korean TV programmes, with *Running Man* as a representative example, were chosen as the target group due to the high visibility of these fans in online communities, and the popularity of the programme (see Section 2.2.1). The methods used for data

collection included surveys of fans and non-fans and interviews of fansubbers. The researcher took the role as an insider with her status as a Thai fan of the Korean programmes. Trust was built between the researcher and the participants through the referral of the leading members of the online fan pages and the disclosure of the researcher's identity. Self-reflection was also considered in order to maintain a balance between the identity as a Thai fan and a researcher.

The fan survey was conducted online, aiming to investigate Thai fans' viewing experiences of fansubs of the *Running Man* programme. The survey also sought to explore fans' ethical and legal attitudes towards fansubbing practices on digital platforms. In order to provide comparative data, the non-fan survey, with the same list of questions as the fan survey, was conducted with university students as a reference group. Given the main objective of the research as discussed in Section 1.2, the semi-structured interviews were conducted with Thai fansubbers of Korean TV programmes in order to gain an in-situ understanding of their behaviours and experiences in their participation in fansubbing practices.

The virtual ethnographic data gathered from fan and non-fan surveys and interviews of fansubbers were then coded by using CAQDAS, *NVivo 10*, for data analysis. Both types of data were coded using the hybrid coding method (Saldaña 2016). Informed by ANT, the main codes included key human and non-human actors involved in Thai fansubbing, considered as units of analysis. The interactions of key human and non-human actors found in the collected data were coded as nodes in the first-level coding by applying the ANT framework together with the three concepts as explained in Section 4.4. The first-level codes were then reorganised and merged into two themes in the second-level coding in order to answer the sub-research questions. Further discussions on these first-level and second-level codings of the collected data are provided in Part Three of the thesis that reports the data analysis and research findings

PART III: DATA ANALYSIS AND RESEARCH FINDINGS

Chapter 6 Key Actors and their Interrelationships in Fansubbing

This chapter presents a description of the analysis of the data collected from fan and non-fan surveys and fansubber interviews. The collected data are analysed by following the coding scheme on the basis of the frameworks of analysis as illustrated in Figure 4.1. The key human and non-human actors in fansubbing communities and non-actors are identified within the ANT framework, constituting units of analysis, as mentioned in Section 5.2.3. The interactions of these key actors and non-actors are coded under each unit of analysis in the first-level coding. Then in the second-level coding such interactions are reorganised into two emerging themes in order to answer the sub-questions of the present research as presented in Section 1.2.

6.1 Identification of Key Actors in the Network and Non-Actors

6.1.1 *Survey demographic results of fans and non-fans*

The fan community survey received 88 responses in total, of which 4 were discarded due to incomplete answers on the survey and the respondents' unfamiliarity with the *Running Man* programme, leaving 84 valid fan responses used for the data analysis. For the non-fan survey, from a total of 131 responses, 9 responses were discarded due to incomplete answers, leaving a total of 122 valid responses. When any reference is made to these valid responses in the data analysis and discussion Chapters (7 and 8), each surveyed fan is represented as a 'Fan Respondent' followed by an ordinal number. This number corresponds to the order in which the data were processed. This convention is also applied to the case of the non-fans who were surveyed and they are represented as a 'Non-fan Respondent'. The demographic results of the surveyed fans and non-fans are shown in Figures 6.1 and 6.2 below.

Among the 84 valid responses of the fan community survey, 76 respondents are female (90%) and 8 are male (10%) as illustrated in Figure 6.1. By comparison, among the 122 non-fans (university students) surveyed, 83 of them are female (68%), while 39 are male (32%) as illustrated in Figure 6.2.

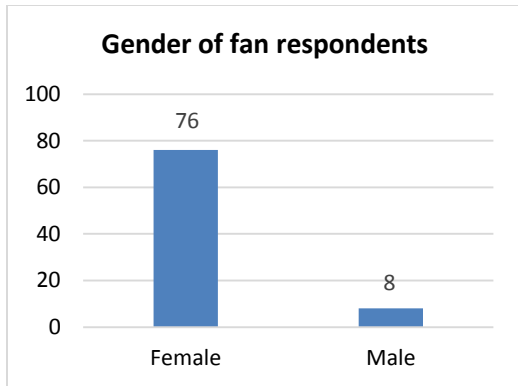


Figure 6.1: Gender of the fan respondents

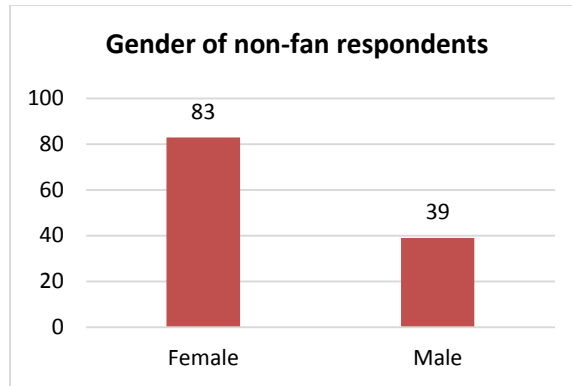


Figure 6.2: Gender of the non-fan respondents

Figure 6.3 illustrates that 48 fans of *Running Man* (57%) are within the 21-30 age group, which is the largest group of the fan respondents. There are 18 fans who are 20 years old or younger (21%), while 13 fans belong to the 31-40 age group (16%). There are 5 surveyed fans who are 41-50 years old (5%), and only one respondent is older than 50 (1%). By comparison, while 65 non-fans belong to the 21-30 age group (53%), the remaining 57 non-fans are 20 years old or younger (47%) as illustrated in Figure 6.4.

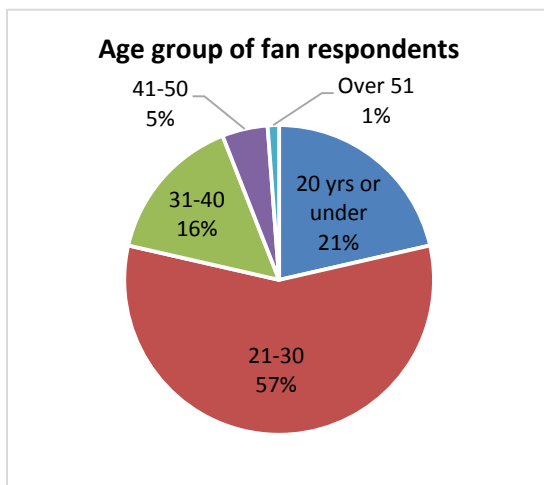


Figure 6.3: Age group of the fan respondents

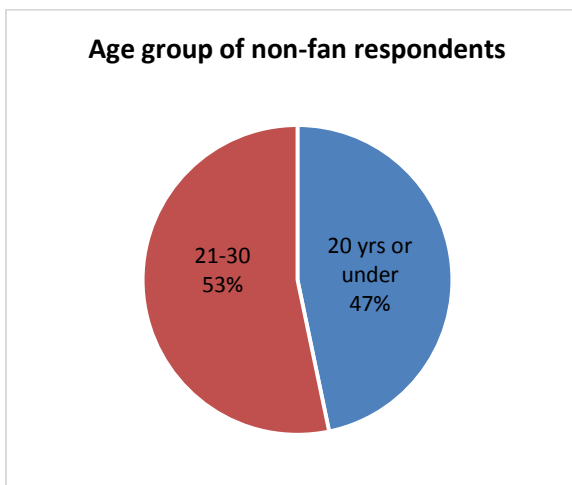


Figure 6.4: Age group of the non-fan respondents

The survey results also show that 40 fan respondents are students (48%), while the other half of the respondents are in employment (see Figure 6.5). The occupations of those in employment include self-employed (20 fan respondents, 24%), employee in a private company (17 fan respondents, 20%),

government or state enterprise employee (2 fan respondents, 2%), and other (2 fan respondents, 2%). Among the fans, 3 respondents (4%) are unemployed. By comparison, all of the non-fans are third-level students.

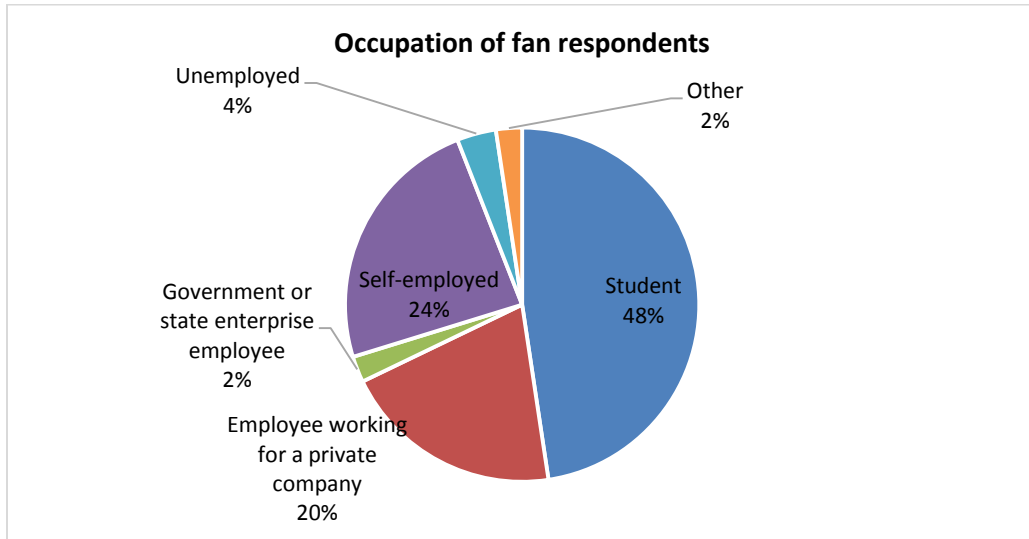


Figure 6.5: Occupation of the fan respondents

As illustrated in Figure 6.6, among the 84 valid fan respondents, 79 of them stated that they are aware of fan translation, whereas five of them do not have an awareness of what fan translation refers to.

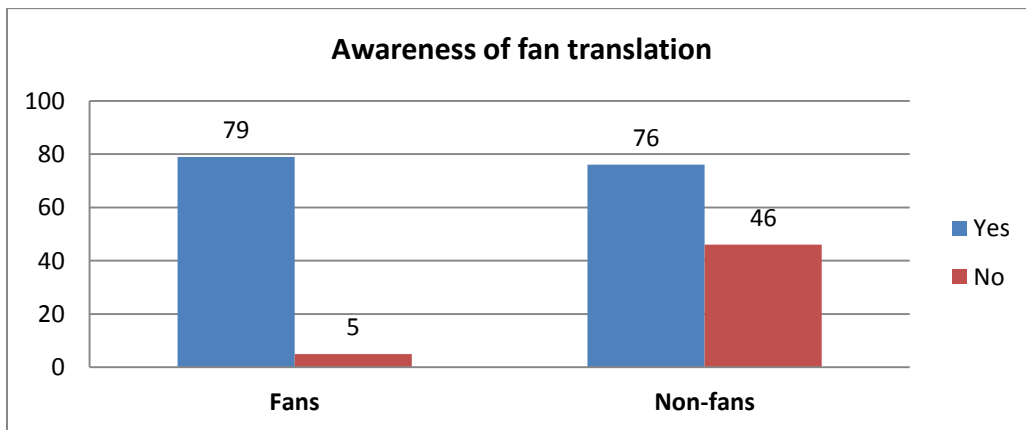


Figure 6.6: Awareness of fan translation

This lack of awareness of the five fans might be due to the terminology used in the survey question. Since the term ‘fan translation’ is not commonly used in Thai and many fans usually recognise fansubs from the name of the groups that produce fansubs, the use of such a term in the survey question might have caused some confusion for some of the surveyed fans. Such an assumption can be made because when these five fans answered the question regarding how they accessed the *Running Man* programme, all five mentioned fan pages on Facebook. By comparison, of the 122 valid non-fan responses, 76 are aware of fan translation, while 46 are not.

Figures 6.7 and 6.8 illustrate the survey results of fan and non-fan respondents on the favourite types of foreign programmes and their country of origin.

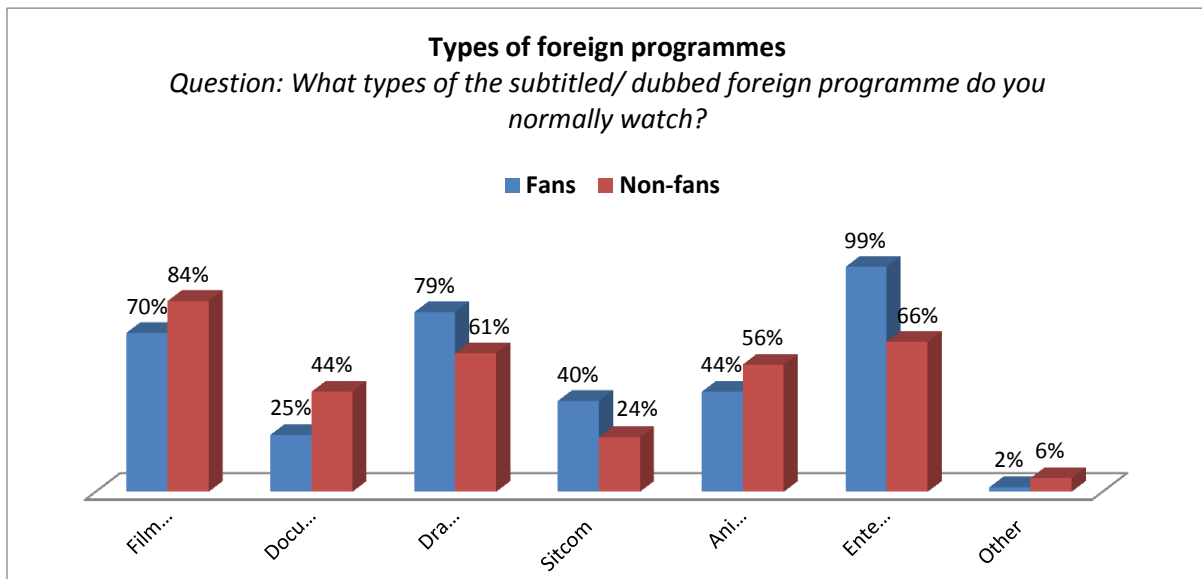


Figure 6.7: Types of the programmes the respondents normally watch

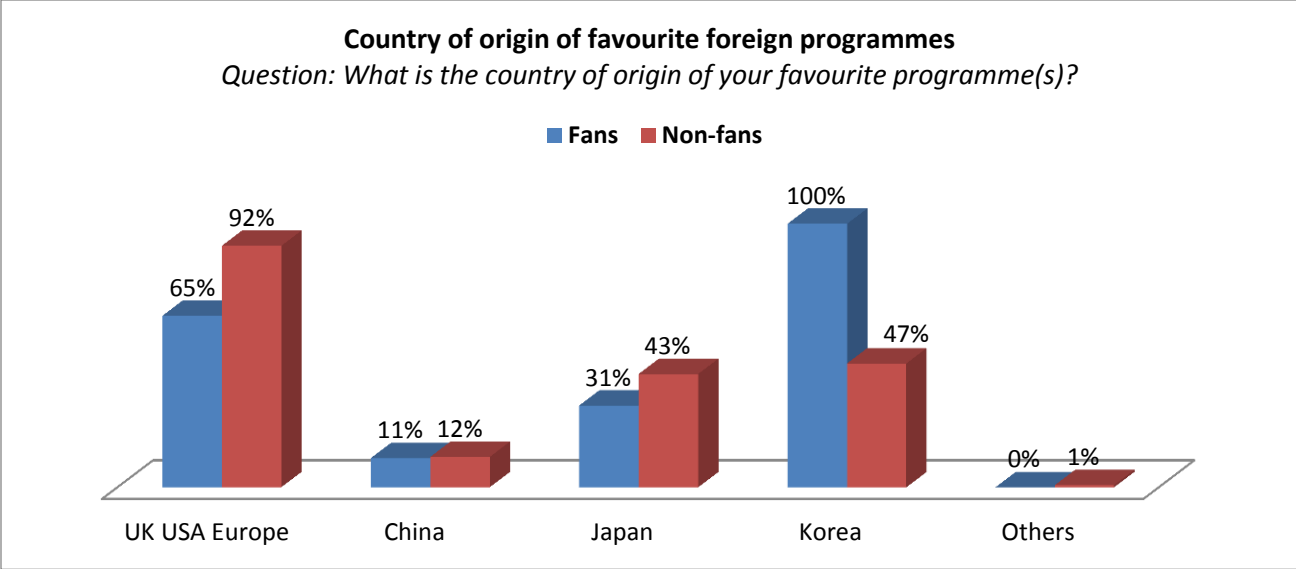


Figure 6.8: Country of origin of favourite foreign programmes

As illustrated in both Figures, given that the fan population is specifically linked to a Korean entertainment show, the majority of them chose the category entertainment show and Korean programmes. By comparison, movies are the top choice for the non-fan respondents (84% of the non-fan respondents) (see Figure 6.7). Moreover, the majority of the non-fan respondents (92%) like watching foreign programmes from the US, the UK and Europe (see Figure 6.8). These survey results can indicate different preferences in types and country of origin of the programmes between the fan and non-fan respondents.

6.1.2 Overview of the interviewed fansubbers

A summary of the general information of the fansubber interviewees is shown in Table 6.1. Among the ten interviewees, only one fansubber is male. All of the interviewees have previously created fansubs for a fansubbing team, among which four of them also had experience in producing fansubs alone. When reference is made to these interviewees in Chapters 7 and 8, the term ‘Interviewee’ is used followed by the interview reference number as shown below.

Interviewee reference No.	Gender	Self-evaluation of language proficiency: 1-5 scale (5 is the highest and 1 is the lowest)		Fansubbed programmes	Work mode	Roles	Estimated number of years of experiences in fansubbing
		English	Korean				
1	Female	3	2	Running Man	Group	Timing and fansub decorating	3 years
2	Male	3	2	Running Man	Group/ Alone	Timing, translating, and fansub decorating	1 year
3	Female	3	1	Running Man and other Korean variety shows (past experiences)	Group/ Alone	Timing, translating, and fansub decorating (all)	5 years
4	Female	3	1	Running Man	Group	Timing and translating	5 years
5	Female	4	3	Running Man	Group/ Alone	Translating	2 years
6	Female	5	3	Korean variety show (particularly clips of the programme)	Group/ Alone	Timing, translating, and fansub decorating (all)	3 months
7	Female	3	1	Korean drama series	Group	Translating, Editing	3 years
8	Female	2	1	Running Man and Korean drama series	Group	Timing and fansub decorating	3 years
9	Female	3	1	Running Man and Korean drama series	Group	Translating	2 years
10	Female	3	1	Running Man and Korean drama series	Group	Translating, timing and fansub decorating	3 months

Table 6.1: Backgrounds of the interviewed fansubbers

6.1.3 Units of Analysis: Key actors in Thai fansubbing communities and non-actors

The analysis is carried out within the framework of ANT, which is used to elicit the interrelationships of human and non-human actors in forming social practices. A potential network of key human and non-human actors in Thai fansubbing communities is identified from the survey and interview data with the focus on their roles in fansubbing. These human and non-human actors include Korean TV programmes, fansubbers, non-translating fans, fansubs, digital infrastructure, technological tools, and legal structure. These actors are then categorised as either an 'intermediary' or a 'mediator' according to ANT terminology.

Korean TV programmes refer to Korean TV programmes with particular attention to the *Running Man* TV show as a representative programme attracting a substantial fan following (see Section 2.2.1). It acts as an 'intermediary' in fansubbing communities which triggers fans to participate in the practices. The remaining key actors are considered as 'mediators' whose roles have been negotiated and transformed when interacting with other actors. These include: **fansubbers** who are fan translators of Korean TV programmes who mainly conduct their activities in fansubbing communities; **non-translating fans** are fan viewers of *Running Man* who access fansubs of this programme in fansubbing communities; **fansubs** refer to the subtitles which usually have been circulated through fansubbing communities; **digital infrastructure** mainly refers to the social networking site in this study, particularly Facebook, and websites which provide instructions and suggestions on how to use subtitling software, and host and circulate fansubs of the Korean TV programme; **technological tools** are the software used to produce subtitles which is available for free online, and a machine translation system which includes *Google Translate*³¹ and *Naver Line* dictionary,³² as well as Google Search Engine; **legal framework** refers to copyright laws in the Thai contexts, the service provider of the social networking site, and the industry which has the licence for the Korean TV programmes.

Each actor contributes to the fansubbing practices by influencing other actors, leading them to take action in relation to fansubbing. Except for the Korean TV programme, roles of other human and non-human actors are negotiated and transformed when they interact with one another. The negotiations in the network of these key actors then 'mobilise' the fansubbing practices.

³¹ <https://translate.google.com/>

³² <http://endic.naver.com/>

By comparison, a **non-fan** is considered a 'non-actor' who is outside the network as the non-fan does not have any impact on Thai fansubbing communities. Non-fans are included in the analysis as comparative data to fans in terms of media viewing behaviours, emotional connections to favourite programmes and fansubbing practices, and their attitudes towards legal implications of fansubbing. These actors and non-actors are treated as the units of analysis for coding. The interactions of the key actors were coded for analysis and are discussed in the following section.

6.2 Analysis of Interactions of Key Actors in Fansubbing

6.2.1 *First-level coding*

As previously discussed in Section 5.2.3, during the first-level coding phase, the survey and interview data were analysed and grouped into units of analysis as identified in Section 6.1.3. There are 8 units of analysis of which 7 are under the heading of fansubbing communities. The remaining one is the node of non-fans, which is not linked to a heading of fansubbing communities because non-fans do not belong to the fansubbing communities. These units of analysis are shown in Figure 6.9 below, each of which is represented by a different colour.

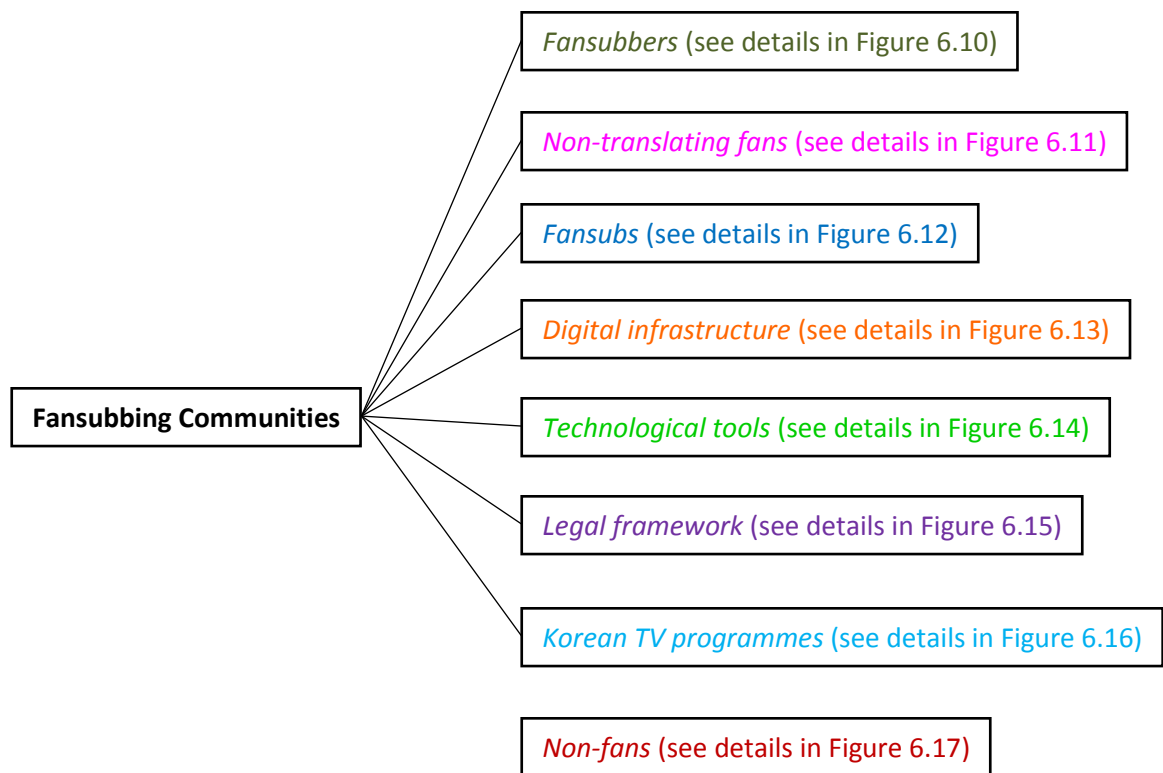


Figure 6.9: Key units of analysis in the coded data

Under each unit of analysis in this first cycle, the interactions of the key actors were coded using the descriptive labels. The first node in the first-level coding is the node of *Fansubbers*. As shown in Figure 6.10, the node of *Fansubbers* is mainly involved with the sub-nodes of *Fansubbers in a team* and *Individual fansubbers*. The node *Fansubbers in a team* (a sub-node of *Fansubbers*) includes the labelled data which demonstrate the interactions of fansubbers in their team in relation to the process of producing fansubs. This is to show how fansubbers collaborate with other community members in order to produce fansubs and how they rely on others to gain knowledge to become fansubbers. The discussions in Chapter 7 mainly link these interactions of fansubbers to the concept of affinity spaces (Gee and Hayes 2011), where the collaboration of fansubbers includes the way they acquire skills in fansubbing (see Section 7.2.2) and share responsibilities in completing their tasks on digital platforms (see Sections 7.3.1 and 7.3.2).

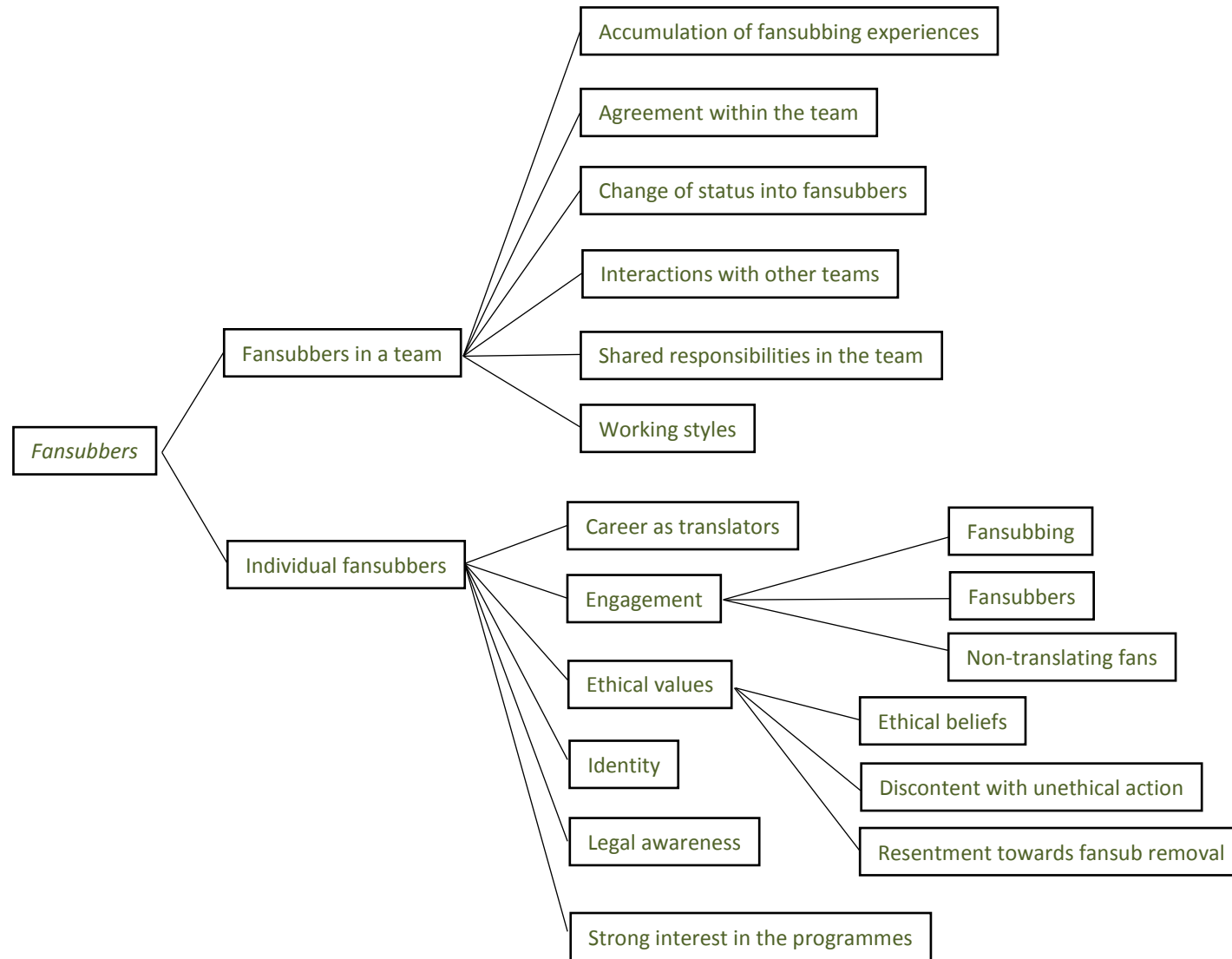


Figure 6.10: Sub-nodes of the fansubbers node

The nodes under *Individual fansubbers* relate to the interview data that described emotional connections or ‘affects’ and attitudes of fansubbers while participating in fansubbing communities as shown in Figure 6.10. These nodes are further explained in the discussions in Sections 7.3.2 and 8.1. Such discussions are associated with the concept of networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) to explain the way in which fansubbers’ emotional connections and shared values make an impact on their fansub creation and their interrelationships with members of fan communities in fansubbing. The emotional connections are developed in online spaces and the shared values are influenced by cultural beliefs and social environments.

The second node, *Non-translating fans*, incorporates predominantly affects and attitudes in relation to fansubbing as illustrated in Figure 6.11. Further discussions of this node are provided in Sections 8.1 and 8.2, explaining fans’ emotional involvement and attitudes which have developed in the course of their interactions with other key human (i.e. fansubbers) and non-human (i.e. fansubs) actors in online communities, and are related here to the concepts of networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012).

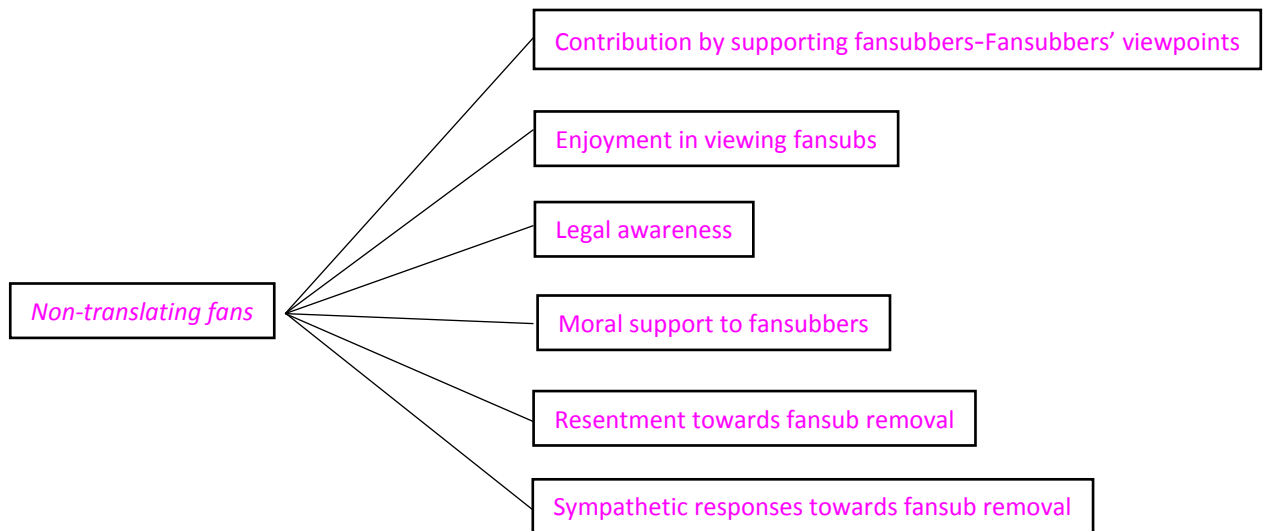


Figure 6.11: Sub-nodes of the non-translating fans node

The third node, *Fansubs*, involves the expectations of fans towards fansubs and fansub production done by fansubbers. Under this node, the data were coded into sub-nodes of *Features*, *Quality*, *Reliance on fansub production* and *Translation*, which are illustrated in Figure 6.12.

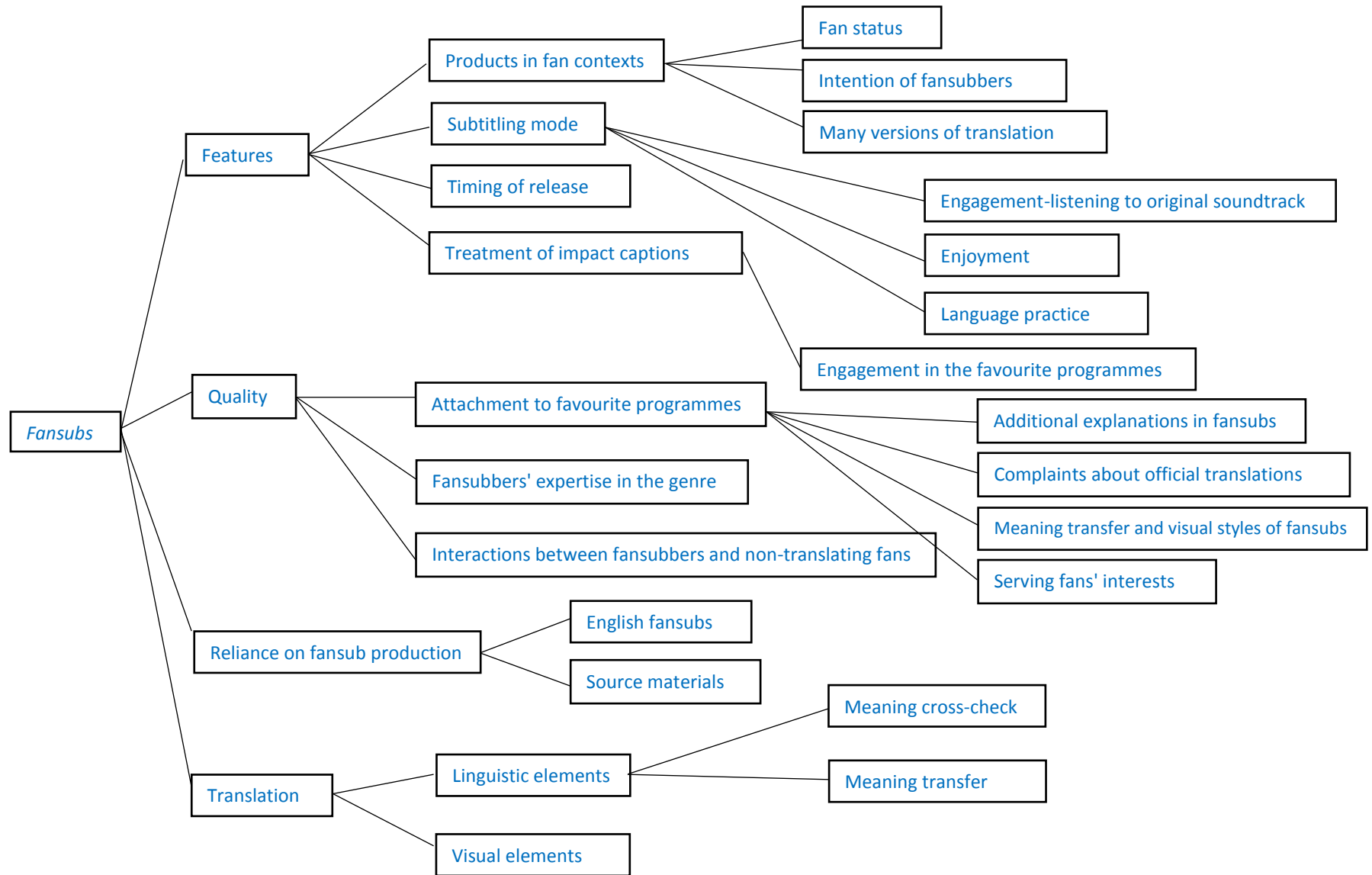


Figure 6.12: Sub-nodes of the fansubs node

The sub-node *Features*, as illustrated in Figure 6.12, presents significant characteristics of fansubs from the viewpoint of the fans who were surveyed. These features of fansubs show the fansub characteristics which were created by fansubbers using readily available technological tools, and which seemed to serve fans’ viewing preferences, giving rise to a deeper emotional involvement in their favourite programmes. The fansub features are linked to the concept of networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) as further discussed in Section 7.1.2. The sub-node *Quality* is associated with the fans’ perceptions regarding fansub quality and the concept of epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012) (see further discussions in Section 8.2.2). This sub-node shows fans’ positive attitudes towards fansub quality due to the influence of their emotional connections to their favourite content and the interactions between fansubbers and non-translating fans, showing the interrelationships between fansubbers and non-translating fans. The sub-nodes of *Translation* and *Reliance on fansub production* focus on fansub styles to which fansubbers pay close attention when they transfer the linguistic and visual elements from the source materials to fansubs to serve viewing preferences by relying on English fansubs and original materials.

The fourth node, *Digital infrastructure*, presents the roles played by online platforms in fansubbing. Each sub-node under this node demonstrates the way in which digital infrastructure facilitates fans, especially fansubbers, in online communities, as shown in Figure 6.13. The roles of digital infrastructure, which have been transformed in order to fulfil the goals of fansubbers and non-translating fans, are related to the affinity spaces concept (Gee and Hayes 2011), which helps reveal the importance of online environments as spaces for individuals who have the same interests as further discussed in Chapter 7.

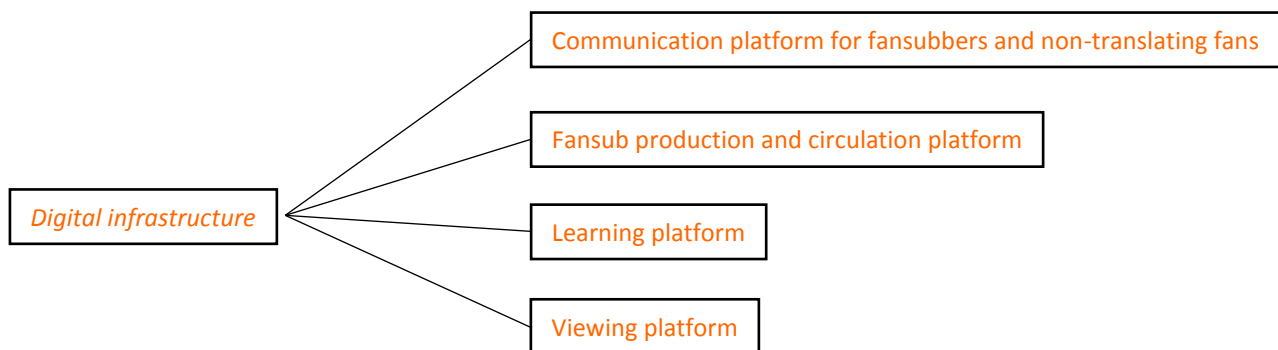


Figure 6.13: Sub-nodes of the digital infrastructure node

The codes associated with the fifth node *Technological tools* also show the interactions of fans, especially fansubbers, with the tools facilitating fansub production and circulation (see Section 7.2.1). Such codes include *Machine translation or dictionaries*, *Search engines* and *Subtitling software* as illustrated in Figure 6.14.

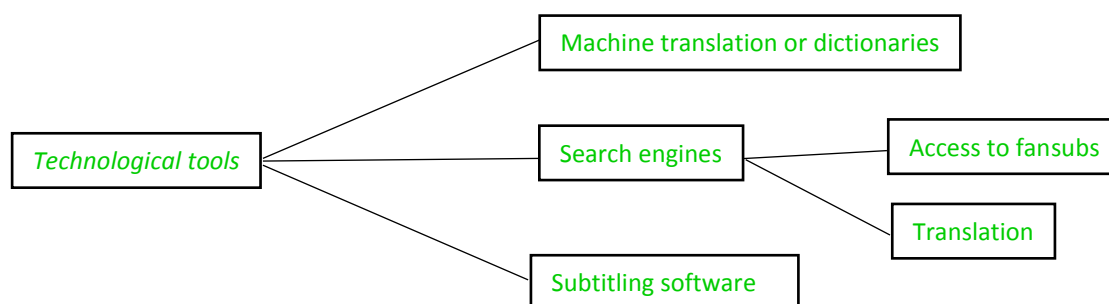


Figure 6.14: Sub-nodes of the technological tools node

The sixth node, *Legal framework*, is mainly related to the interactions of legal framework with other key actors with regard to legal issues and ethical attitudes and actions regarding ethical values in fansubbing. This code generated sub-nodes which are related to legal action taken against fansub circulation in online communities. Data which concern ethics in fansubbing were also coded under the node of legal framework. This is because ethics are intertwined with the legal framework in a way that the former is what fans, especially fansubbers, use to justify fansubbing practices regardless of legal implications in fansub production and circulation while the latter which refers to copyright holders and social networking site operators made attempts to stop the unauthorised use of copyright materials in fansubbing practices. The measures that fansubbers resort to when requested to remove fansubs from online spaces were also coded to show the way in which fansubbers react against the legal framework in order to continue fansubbing practices according to their own personal ethics. The legal framework sub-nodes are illustrated in Figure 6.15 and are further discussed in Section 8.1.

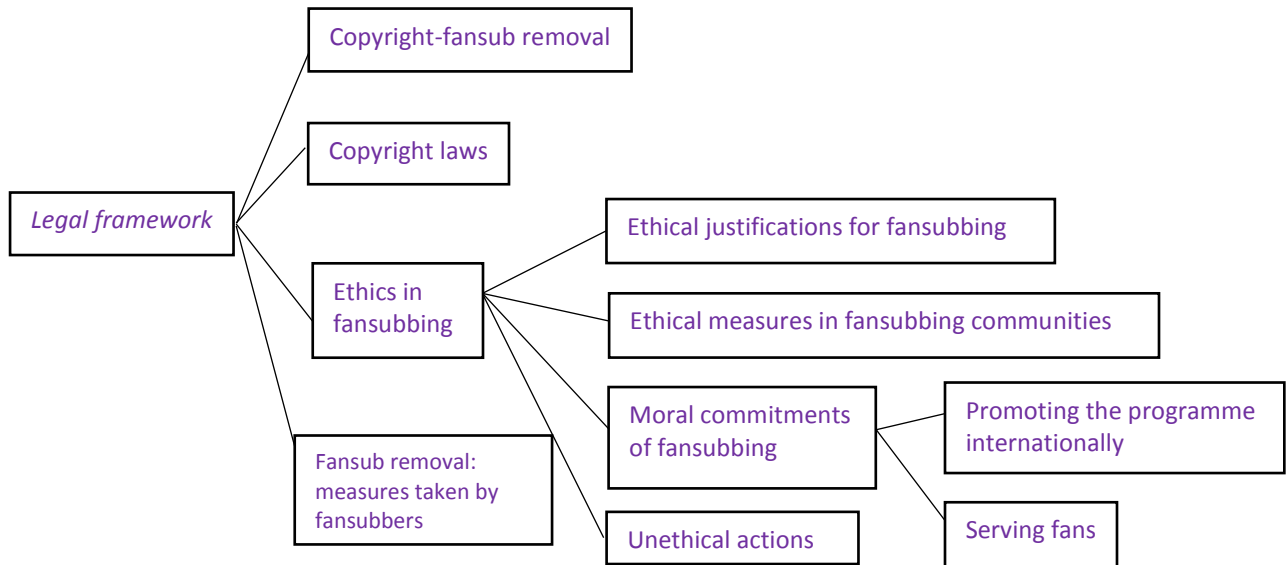


Figure 6.15: Sub-nodes of the legal framework node

While the nodes mentioned above have roles as ‘mediators’, the seventh node, *Korean programme* is an ‘intermediary’ (see Figure 6.16). The codes under this node present the way in which the programme can trigger both fansubbers and non-translating fans to participate in fansubbing.

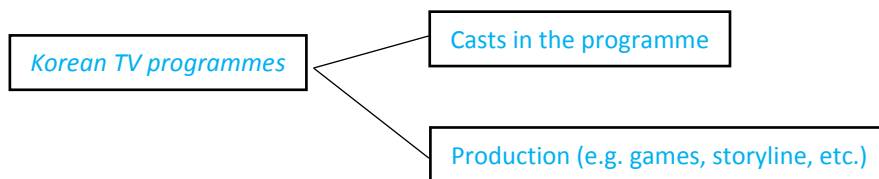


Figure 6.16: Sub-nodes of the Korean TV programmes node

The node of *Non-fans* as shown in Figure 6.17 is included as reference data for comparative purposes with non-translating fans. The codes under the *Non-fans* node demonstrate the differences and/or similarities of affects and attitudes in relation to fansubbing between non-translating fans and non-fans. Such codes mainly include non-fans’ reliance on digital infrastructure as viewing platforms (see Section

7.1.1), and their emotional connections and ethical and legal attitudes towards fansubbing (see Section 8.2).

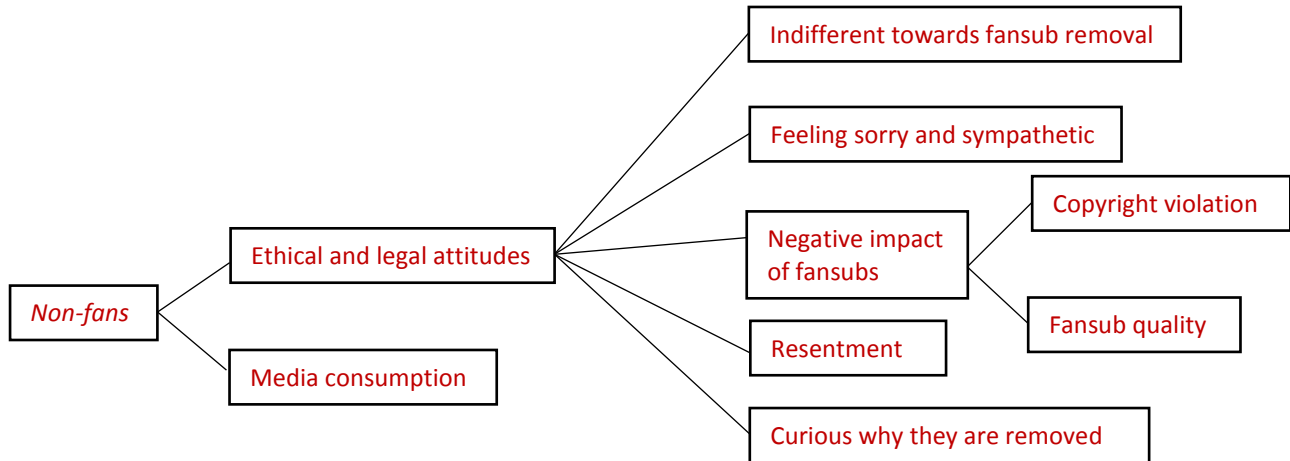


Figure 6.17: Sub-nodes of the non-fans node

The first-level codes and the descriptive labels for the sub-codes in this section provide an overview of the key human and non-human actors' interactions in fansubbing, by taking into account their roles within and impact on fan communities. These codes are related to the three main concepts of affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015), and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012), which are further discussed in Chapters 7 and 8.

6.2.2 Second-level coding

As mentioned previously in Section 5.2.3, the second-level coding involved reorganising and merging the codes created from the first-level coding, as presented in the previous section, to respond to the two sub-questions in the present research (see Section 1.2), which focus on fansubbers working in collaboration with other community members, facilitated by digital technologies. The second-level codes were designed to show the interactions of fansubbers with other key human and non-human

actors, especially non-translating fans and digital technologies, in fansubbing. The re-organised codes are divided into two themes in order to answer each sub-question, respectively. As illustrated in Figures 6.18 and 6.19, the two themes are represented in bold. The emerging headings in each theme are shown in italics, and sub-headings are presented in standard black text. Various colours of the nodes in the second-level codes signify the sources of the nodes which were generated under the units of analysis in the first-level coding as discussed in Section 6.2.1. Some nodes were merged due to the similarities and/or associations in content. For example, the sub-node of *Identity* under the *Fansubbers* node and the sub-nodes of *Translation* and *Reliance on fansub production* under the *Fansubs* node were merged with the node of *Features of fansubs* as highlighted in yellow (see Figure 6.18). The sub-node of *Discontent with unethical action* under the *Fansubbers* node and *Ethical measures in fansubbing communities* under the *Legal framework* node were combined with the node of *Unethical actions* as highlighted in yellow (see Figure 6.19).

As shown in Figure 6.18, the first theme, *Collaboration in Digital Fansubbing Communities*, shows the interrelationships of fansubbers and other key actors in their collaboration to produce fansubs with a heavy reliance on digital infrastructure and technological tools. Such interactions in digital spaces involve the consumption of fans' favourite programmes, their ways of learning fansubbing skills, and fansubbers' collaboration in fansub production and distribution. These interrelationships in digital spaces are also linked to emotional connections of fans, especially fansubbers, to their favourite programmes and fansubbing activities as shown in the form of fan attachment to their favourite content and engagement in fansubbing as illustrated in Figure 6.18. Discussions of the data analysis under this theme are further provided in Chapter 7 to answer the first sub-question: how do Thai fansubbers exploit technology and collaborate with other community members in the production and circulation of fansubs?

As illustrated in Figure 6.19 below, the second theme, *Ethics and Trust in Digital Fansubbing Communities*, mainly concerns the interdependence between fansubbers and non-translating fans as community members in the digital networked environment in fansubbing practices. The second theme is further discussed primarily in Chapter 8 with a focus on responding to the second sub-question: how do fansubbers and non-translating fans as community members forge their interrelationships in specific socio-technical settings of Thai fansubbing communities? This second theme also shows the influence of external factors, including legal frameworks and digital technologies, on the interrelationships of fan community members in fansubbing communities. The nodes under this theme consist of *Shared ethical*

values in fansubbing communities and *Trust in fansubbing communities* as demonstrated in Figure 6.19. The heading *Shared ethical values in fansubbing communities* shows how these values bind the interrelationships between fansubbers and the members of fan communities and the way in which fansubbers, influenced by their shared ethical values, use digital technologies to continue their activities in online communities despite some legal challenges. Under this heading, there are the codes of fansubbers' ethical justifications and ethical hierarchy in fansubbing to indicate ethical beliefs of fansubbers in fansubbing, which have been developed over time and influenced by Thai socio-cultural contexts (see further discussions in Section 8.1). In addition, the close relationships between fansubbers and non-translating fans are shown under the nodes of moral support and perceptions of fansub quality in fansubbing communities, which highlight bonds and shared tacit understandings between fan community members in online communities. These nodes are under the heading of *Trust in fansubbing communities*, which emerged from the data. Further discussions on these interrelationships between fansubbers and non-translating fans, which are closely associated with the issue of trust, are provided in comparison with the non-fans who do not belong to the communities in Section 8.2.

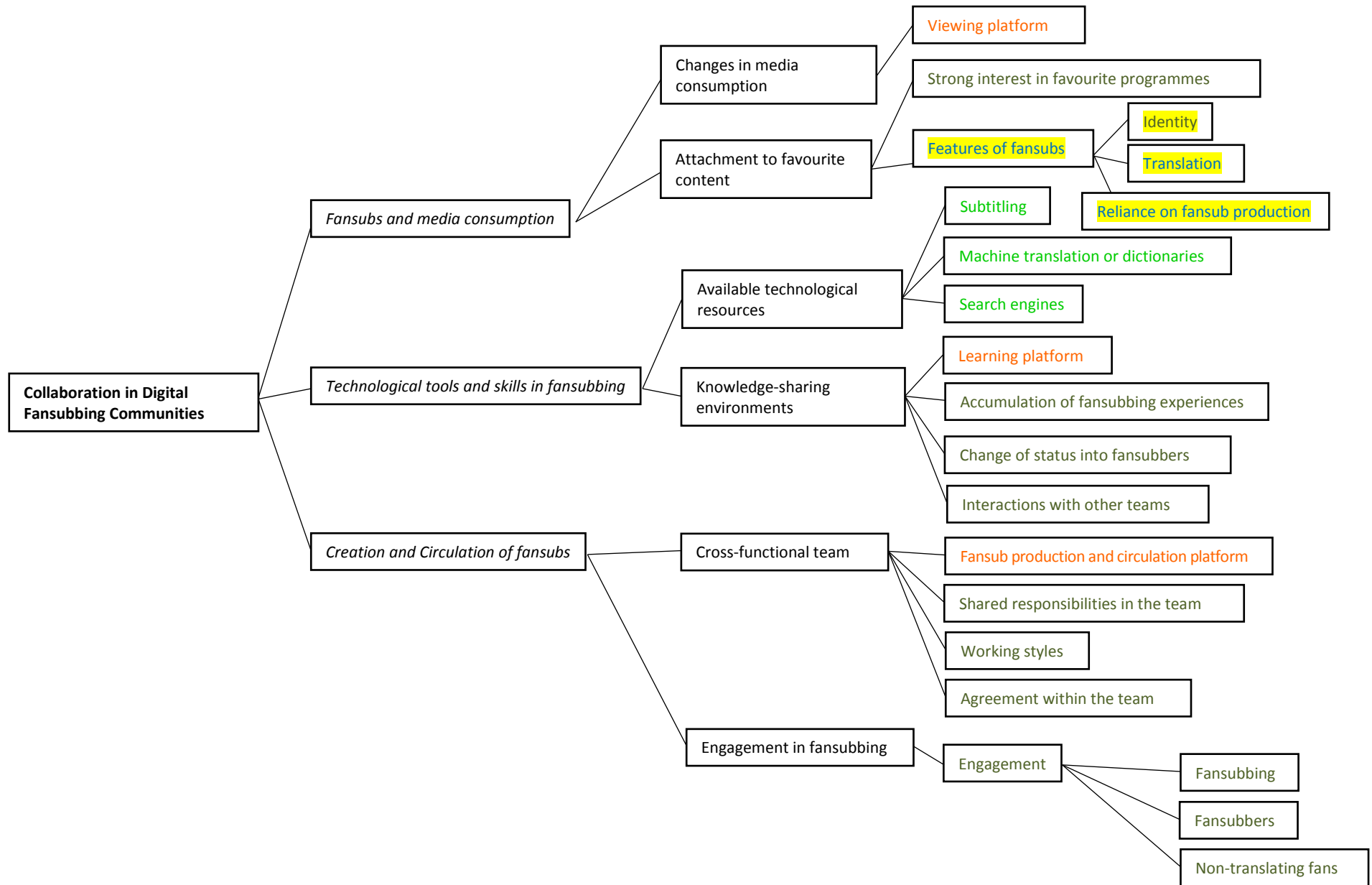


Figure 6.18: The nodes in the theme of Collaboration in Digital Fansubbing Communities

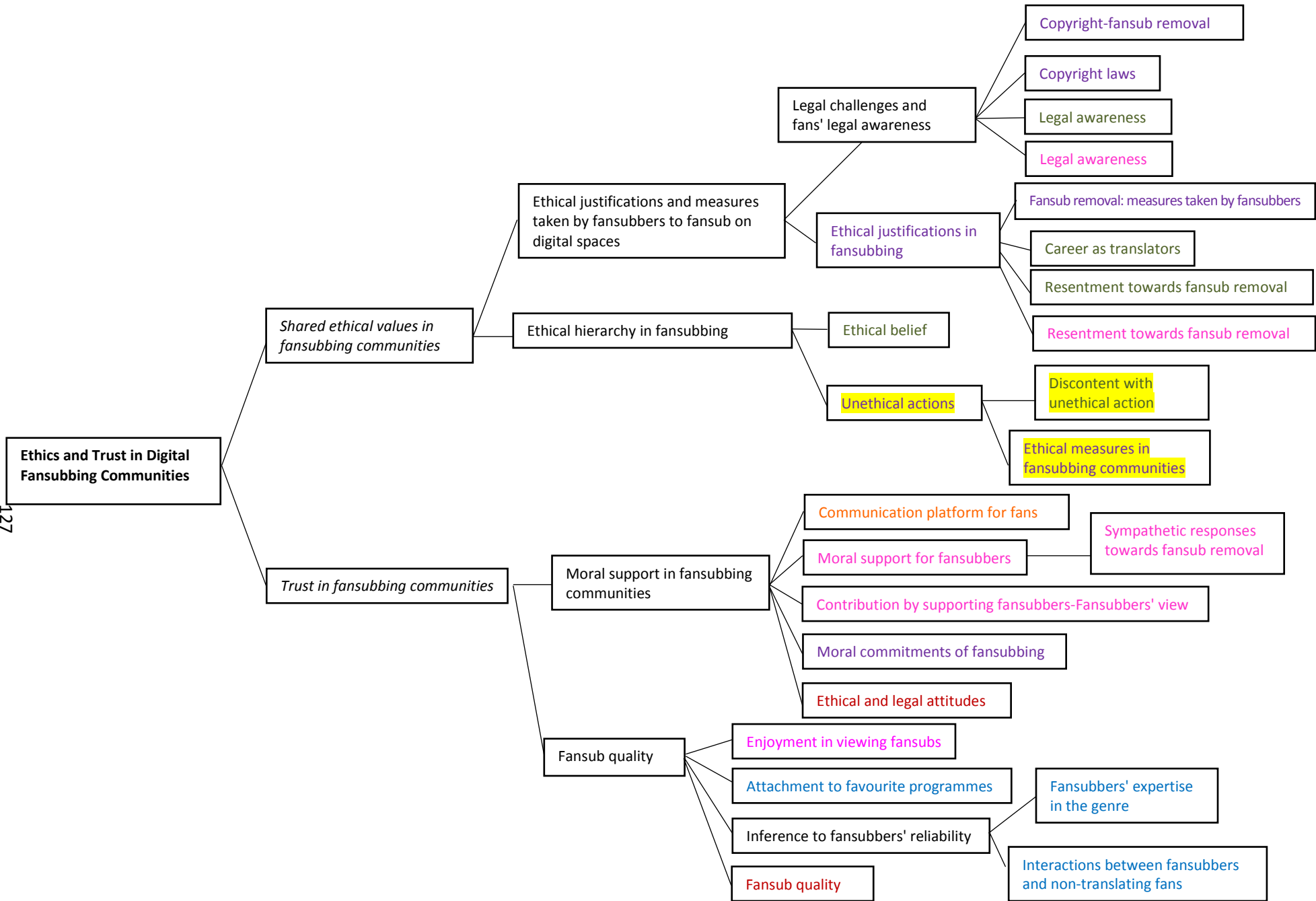


Figure 6.19: The nodes in the theme of Ethics and Trust in Digital Fansubbing Communities

6.3 Concluding Remarks

The fan and non-fan surveys and interviews with fansubbers were analysed within the ANT framework by focusing on the interactions of actors in the fansubbing network. Key human and non-human actors in fansubbing and the non-actors were identified. The key actors include Korean TV programmes, fansubbers, non-translating fans, fansubs, digital infrastructure, technological tools, and legal structures. While Korean TV programmes are treated as an intermediary whose role is not transformed, the remaining actors are mediators which enrol and mobilise fansubbing practices when they interact with one another in fansubbing communities. Non-fans who are treated as non-actors are also analysed in order to compare the data with the interrelationships with the human actors, fansubbers and non-translating fans, in the communities.

The interactions of these human and non-human actors in fansubbing were coded into descriptive labels. During the first-level coding, the roles of each actor and the way in which they engage in the practices were coded with the consideration of the three theoretical concepts, affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015), and epistemic trust (e.g. Origi 2013, 2012). For the non-actors, the data involving non-fans' media viewing behavior and attitudes towards fansubbing were coded in order to compare them with community fans (see further discussions in Sections 7.1.1 and 8.2).

These codes in the first-level coding were then reorganised and grouped into emerging themes. The main two themes in the second-level coding respond to the sub-questions in the present research to demonstrate collaboration in Thai fansubbing, which involves (1) the interactions between human actors, especially fansubbers, and non-human actors, especially digital technologies, in fansubbing, and (2) the shared ethical values and mutual trust fostered between fansubbers and non-translating fans in online communities. These two themes in the second-level are further discussed in detail in Chapters 7 and 8, respectively.

Chapter 7 Collaboration in Digital Fansubbing Communities

This chapter is in response to the first sub-question of the present research: how fansubbers exploit technology and work in collaboration with their community members in the production and circulation of fansubs in fansubbing communities (see Section 1.2). The discussions in this chapter draw on the first theme ‘Collaboration in Digital Fansubbing Communities’ from the second-level coding (see Section 6.2.2). Each section in this chapter corresponds to the headings and nodes illustrated in Figure 6.18 and demonstrates the interrelationships of fans (e.g. fansubbers and non-translating fans) with digital infrastructure, technological tools and fansubs in forming fansubbing practices. In particular, interactions of these actors are discussed mainly in terms of the concepts of affinity spaces (Gee and Hayes 2011) and networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015). The changes in media consumption of fans in online platforms are firstly addressed to show the importance of digital infrastructure in fansub circulation. Fans’ preferences for watching fansubs are taken into account to acknowledge the shared emotional connection among fans which influence fansubbers to produce fansubs to satisfy the fans’ viewing needs. Next, this chapter explains the way in which fans gain knowledge and enhance their skills on digital platforms to become fansubbers. The chapter ends with a discussion of collaboration between fansubbers and their interactions with technological resources, both infrastructure and tools, in producing and circulating fansubs in online communities. To this end, the findings discussed in this chapter show the interactions between fans, especially fansubbers, and technology in producing and circulating fansubs, thus demonstrating collaboration in fansubbing.

7.1 Fansubs and Media Consumption

This section discusses how fans, both fansubbers and non-translating fans, interact with fansubs and digital technologies in media consumption. Digital infrastructure becomes a viewing platform for fans who share the same interests to access their favourite programmes, while technological tools facilitate fans who act as translators to create fansubs which can serve fans’ viewing satisfaction. Fansubs are a key non-human actor as fans form strong attachment to their favourite content when they watch fansubs, and in turn fansubbers produce fansubs to fulfil their emotional connections to their favourite programmes. Details of these interactions are discussed below.

7.1.1 Changes in fans' media consumption

The survey data provide information on the viewing devices fan audiences used to watch foreign programmes. Respondents were able to select multiple answers. The data show that a great number of fans selected mobile phones (68, 81%) and laptops (61, 73%) (see Figure 7.1). These results highlight a growing importance of these technological viewing devices in Thai fans' media consumption. The data demonstrate the changes in the interrelationship between fans and media viewing devices with fans indicating less reliance on television and desktop computers.

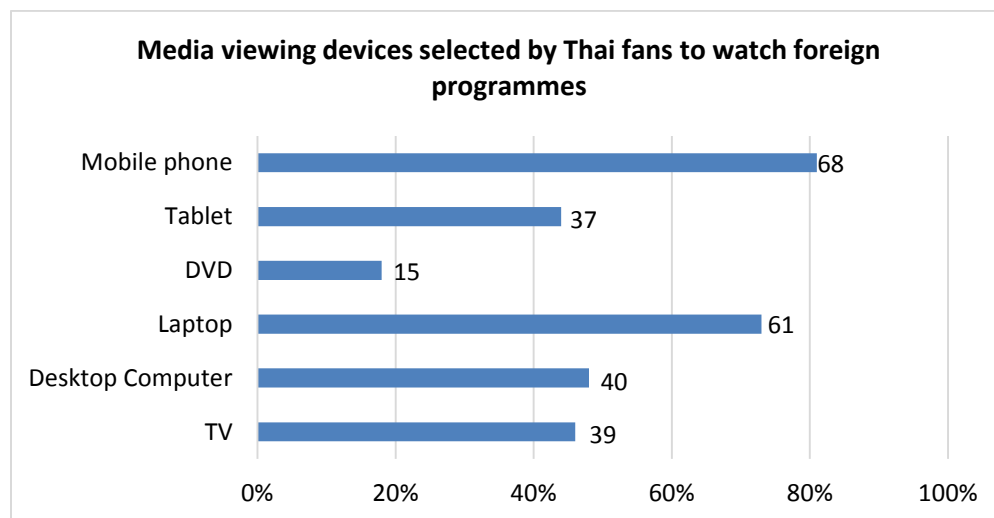


Figure 7.1: Media viewing devices used to watch foreign programmes selected by Thai fans

This result suggests that technological devices, such as mobile phones and laptops, have become a major alternative for fans to access their favourite programmes. Such behaviours correlate with the data in Thailand Internet User 2015, where it was reported that a high proportion of Internet users relied on mobile phones when they surfed the Internet (see Section 2.1.1). A wider range of media viewing devices has resulted in a change of fan audiences' behaviours when consuming media.

Not only do technologies influence the fans' viewing behaviour when choosing the devices to watch foreign programmes, they also have an impact on fans' choice of viewing channels. The comparison of

survey results in media viewing channels between the fan and non-fan respondents is illustrated in Figure 7.2. Respondents had the opportunity to select multiple answers to this question. The results show that only 23% of the fans watch foreign programmes on TV broadcast channels, compared to 34% of the non-fan respondents. This suggests that both groups of respondents prefer other viewing channels to watch foreign programmes because there is a wider selection of channels available to them thanks to technological advances, as illustrated in Figure 7.2.

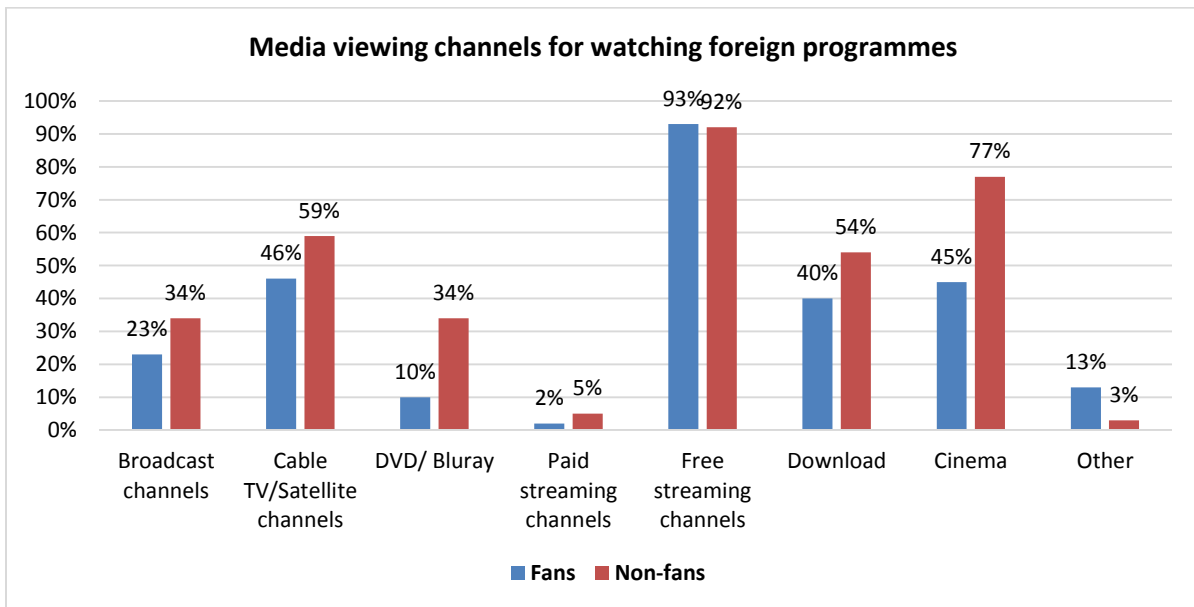


Figure 7.2: Media viewing channels for watching foreign programmes

There is a marked difference between fans and non-fans when watching foreign media content in the cinema, with 45% of fan respondents compared with 77% of non-fan respondents choosing this option. Similarly for DVD/Blu-ray, relatively fewer fans (10%) selected this option than non-fans (34%). These results imply different preferences in media consumption between fans and non-fans, which can possibly be related to the types and country of origin of their favourite programmes. Figures 6.7 and 6.8 suggest that a majority of non-fan respondents prefer watching movies from western countries, which are available in cinemas or on DVD/ Blu-ray. In contrast, the availability of Korean TV programmes, which were the predominant choice of fan respondents (see Figure 6.8), is mostly restricted to online viewing.

As illustrated in Figure 7.2, a high proportion of respondents from both groups access media content via free streaming channels (93% of fan respondents and 92% of non-fan respondents). Moreover, among those who selected 'Other' in the fan community survey (13%), the fan respondents indicated that their other viewing channels refer to webpages, blogs and Facebook, which are considered as part of free streaming channels. This shows a growing importance of free online viewing platforms among Thai audiences, both for fans and non-fans alike.

Despite their preferences for online viewing platforms, fewer fan respondents download foreign programmes than non-fans (40% of the fan respondents, compared to 54% of the non-fan respondents) (see Figure 7.2). This lower proportion of fans who download foreign programmes indicates a link to the ethical values shared among fan audiences, where they believe that illegally downloading direct copies of their favourite audiovisual material is the least ethical action (Condry 2010), which is further discussed in Section 8.1.

The overall results in Figure 7.2 show that, according to fans, free streaming channels stand out from other viewing channels, as the majority of the fans chose the former while the latter were selected by fewer of them. In comparison, more than half of the non-fans watch foreign programmes on other more conventional channels, such as at the cinema (77%) and on cable TV or satellite channels (59%). These results indicate a heavy reliance among fans in particular on digital platforms for media consumption.

Considerable reliance on the Internet when watching foreign programmes is echoed by the way in which both fan and non-fan survey respondents access fan-translated programmes, as illustrated in Figure 7.3 below.

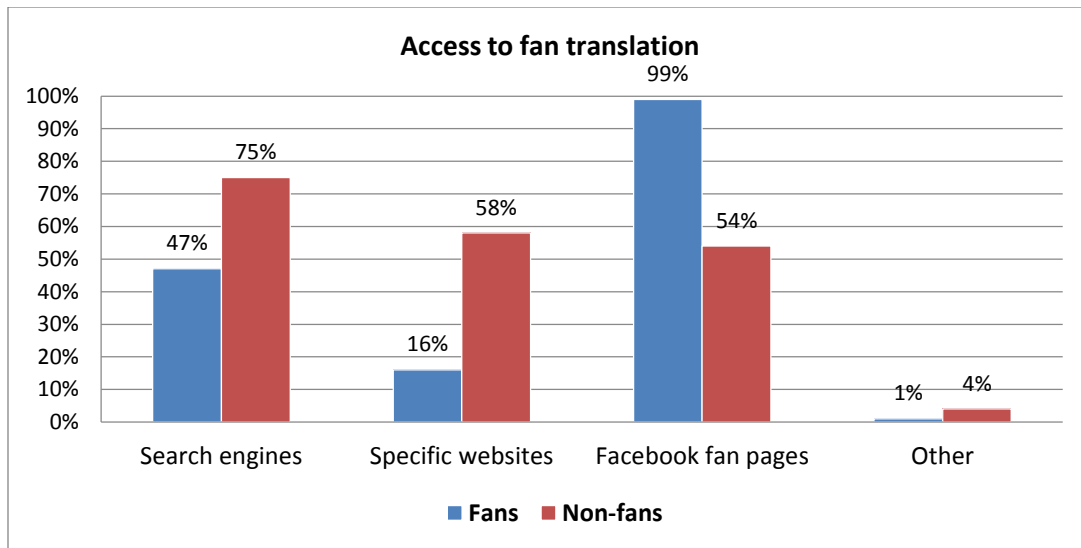


Figure 7.3: Access to fan translation

Among the 79 fan respondents who were aware of fan translations, 99% access fan-translated audiovisual material via Facebook fan pages. By comparison, among the 76 non-fans who were aware of fan translation, 75% rely on search engines to watch fan-translated programmes. These results indicate that although both fans and non-fans rely on the Internet to watch fan-translated programmes, they access them differently. While most fans know specific sources, most often interest-driven spaces such as fan pages on Facebook, more non-fans use search engines as a tool to seek fan translations.

This is similar to the platforms which the fans use to watch the *Running Man* variety show as illustrated in Figure 7.4 below. The response is to an open-ended question where the respondents filled in their answers in a blank space. From 84 fan respondents, the majority of them (94%) watch the programme on Facebook fan pages. By comparison, from the 40 non-fans who watch *Running Man*, a smaller proportion of them (60%) access the programmes via fan pages. On the other hand, more non-fans (40%) who were surveyed watch the programme on TV than the fans (18%) who were surveyed. These results show that although the programme has been available on television channels, a high proportion of the fans prefers to watch the programme online, especially on selected fan programme pages.

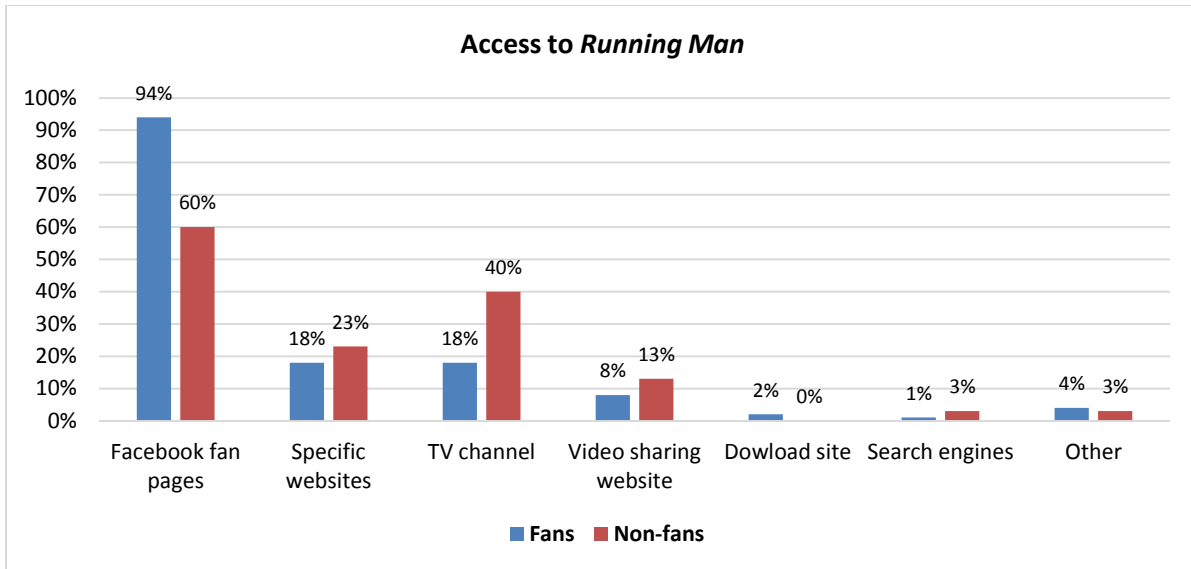


Figure 7.4: Access to the *Running Man* programme

These results suggest that in order to access fan-translated programmes, *Running Man* in particular, both fans and non-fans rely heavily on digital infrastructures as a platform for viewing media. This shows a close interrelationship between fans, both fansubbers and non-translating fans, and digital infrastructure in accessing fansubs. The results also demonstrate that the popularity of social networking sites, i.e. Facebook, in Thailand (see Section 2.1.1) has influenced media consumption behaviours. That is, Facebook has changed its role as a communication platform into a viewing platform for audiences, especially fans, to watch fansubs. This marks a shift of media consumption onto online platforms, where fans know a particular online channel to access the translated version of their favourite programmes by relying on fan communities of their favourite content, i.e. Facebook fan pages. This transformation of social networking sites such as Facebook into fan communities shows that online spaces have become online interest-driven spaces for fans.

7.1.2 Fan attachment to favourite content: features of fansubs

Figure 7.5 shows the fans' preferred method of watching fansubs on digital platforms. When asked to select the preferred translated version of the Korean programme, *Running Man*, the majority of the fans

(81 respondents, 96%) stated that they prefer the fansubbed version. Only 3 fan respondents (4%) said that they have no preference, while none of the fans chose the official dubbed version.

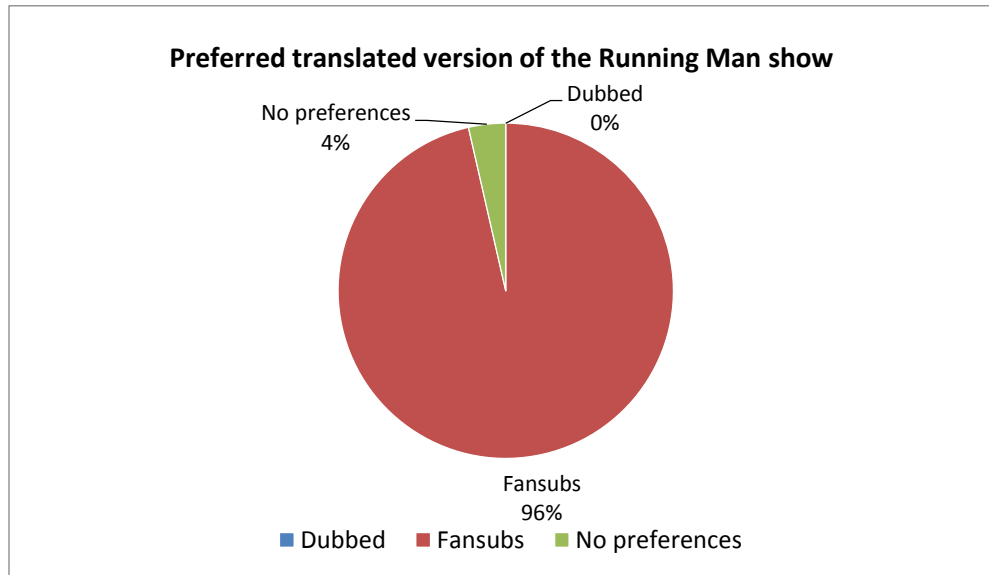


Figure 7.5: Fans' preferred translated version of the Running Man TV show

This suggests that the subtitles created by fansubbers satisfy fans' viewing preferences. Fans' preferences are reflected in the characteristics of fansubs, known in the present study as features of fansubs. The following sections focus on these features of fansubs which have been produced by translation fans using technological tools on digital platforms to fulfil fans' emotional involvement in their favourite content, showing the networked affect which is further highlighted below.

Timing of release

Although the Korean programme *Running Man* has been officially broadcast on television in Thailand, the fans prefer the fansubbed version partly because it is released more quickly compared to the official dubbed version. Many fan respondents, such as Fan Respondents 1, 3, 16, 17, 23, mentioned the fast release of fansubs as part of their answers when asked why they prefer fansubs on *Running Man*. This suggests that fansubbers, driven by their strong interest in the programme, act independently to produce fansubs in order to serve their desire to gain access to their favourite materials faster by

exploiting the online environment. The fansub circulation of the particular programme helps fans to watch the most recent original episodes without a lengthy delay.

Thanks to digital environments, Thai fansubs are available online with an interval of one to two weeks, following the online release of English fansubs, which fansubbers use as a pivot language, after the original broadcast of the show in Korea. Once the Korean programmes are released, there are fansubbers translating the programmes into English. Then Thai fansubbers rely on such English fansubs to translate their favourite programmes into Thai. The official Thai dubbed versions are broadcast on television around one year after the original broadcast of the programme, in contrast to a timely release of fansubs. The latter meets the viewing demands of the fans and is hence appreciated by the fans. Thai fans' interactions with digital technologies in producing Thai fansubs, as seen from the access to source materials and English fansubs available online, allow them to fulfil the emotional connection between fans and their favourite content. The timing of fansub releases shows that fansub production and distribution are driven by networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) as the Thai fans' strong interest in their favourite content available online encourages fansubbers to interact with digital technologies to produce Thai fansubs. This is demonstrated through accessing source materials and English fansubs online, and distributing these fansubs in a timely manner.

Subtitling mode

It is evident that the surveyed fans prefer the subtitling mode to dubbing as illustrated in their responses in Figure 7.6. The survey indicates that 79 fan respondents (94%) prefer the subtitling mode when viewing their favourite foreign programmes. Meanwhile, although fandubs or a dubbed version made by fans of many foreign programmes are available on the Internet and the official dubbed version is available in the case of *Running Man* in Thailand, the dubbed version seems unable to satisfy the viewing expectations of the surveyed fans; only 1 fan respondent selected dubbing as his/her preferred translation mode. The fans' preference for a subtitled translation mode can be another reason why the fan respondents rely less on television as a viewing platform (see Section 7.1.1), given that foreign programmes broadcast on Thai television are typically dubbed (see Section 2.1.2).

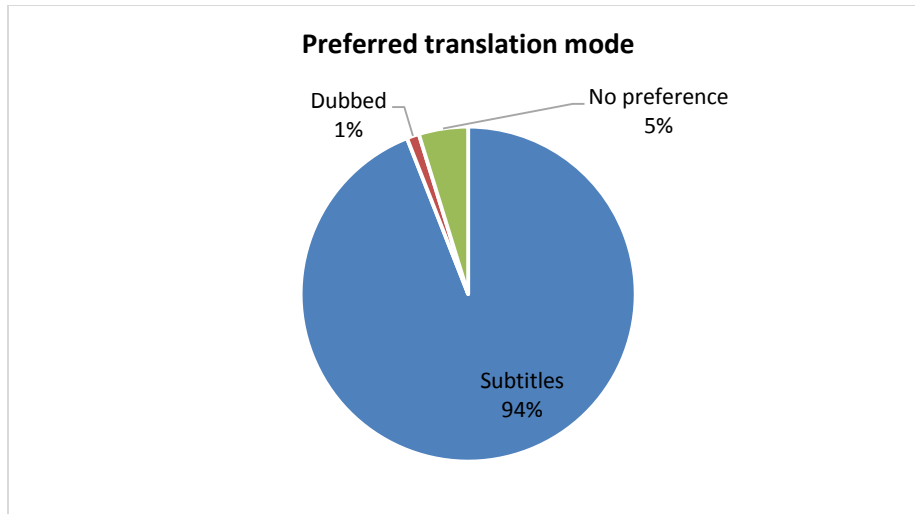


Figure 7.6: Fans' preferred translation mode of foreign programmes

Fan respondents provided several reasons for why they prefer the subtitling mode. Many of them expressed the view that the subtitled version allows them to listen to the original soundtrack of their favourite programmes. The surveyed fans believe that listening to the original soundtrack helps them to improve their language skills. In addition, these fans believe that when reading the subtitles, it is easier for them to understand the content and the contexts of the programmes than when simply listening to the dubbed version. Some of them even complained about the dubbing mode, as they believe that this mode is unable to express the emotions of each cast member in the programmes. Such viewpoints are manifest in the following extracts:

When watching the programme, [the subtitled version] is more pleasurable than the Thai dubbed version. That is because I can listen to the original soundtrack and understand the feelings which are expressed [in the programme]. This is more enjoyable than the dubbed version. [Fan Respondent 25]

[The subtitled version] is more enjoyable. We can have a better understanding of the roles and feelings of the actors, emcees, etc. as well as the content in the programmes than the dubbed version. Normally, there are not many professional dubbers [in the Thai media business]. Therefore, one professional has to be responsible for dubbing many characters. This makes viewers feel bored. [Fan Respondent 31]

The subtitled version is the best way to transfer the meanings. Normally, I watch English subtitles because I would like to watch the programme without delay. Sometimes re-watching the programme in Thai subtitles

helps me realise that some meanings in Thai subtitles were transferred differently from English subtitles. The dubbed voices ruin the pleasure in viewing the programme. Due to the time constraints, the dubbing cannot synchronise with the dialogues of the original materials. [Fan Respondent 55]

I can listen to the original soundtrack [in the subtitled version]. It gives more pleasure in watching the programmes. The dubbed voices in Thai express different tone and style [as compared to the original version], making me feel irritated. [The subtitled version] helps me have more opportunity to learn foreign languages. [Fan Respondent 77]

The interviewed fansubbers also shared very similar views towards the translation mode as the surveyed fans. For example, Interviewee 2 said:

...I admit that the officially dubbed version by *True* [the name of the Thai media company] is alright. However, the casts in *Running Man* talk a lot. Therefore, the dubbed version by *True* is pretty confusing. Dubbers cannot catch up with the speakers in the original version, so it is not quite enjoyable. That is why I prefer the subtitling mode.

The preferences for a subtitled version stress the fact that fans prioritise their enjoyment when watching their favourite foreign programmes, and the dubbed version does not seem to meet their viewing expectations. Fans' preferences in translation mode show the impact of networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) in fansubbing. That is, the subtitling mode makes fans feel that they are better able to understand the content when watching the programmes online, allowing them to form strong attachments to their favourite programmes. This emotional connection between fans and fansubs in turn triggers fansubbers, who also take on roles as fan viewers, to use available technological tools to collaboratively create fansubs of their favourite programmes in subtitling mode, which can fulfil the fans' emotional involvement with their favourite content.

Treatment of impact captions

Another feature of fansubs is the translation of 'impact captions'. Impact captions are intralingual captions inserted at the bottom of the TV screen by the directors of the programmes in various fonts and colours (Park 2009, p.550) (see the highlighted captions on the bottom right of the screen in Figure

7.7). Impact captions function as textual props on the screen (Sasamoto 2014) and they have been widely adopted in Japanese, Chinese, and Korean television programmes (O’Hagan 2010). The use of impact captions is not common in Thailand, and they are rarely translated in the officially dubbed version of the foreign TV programmes.

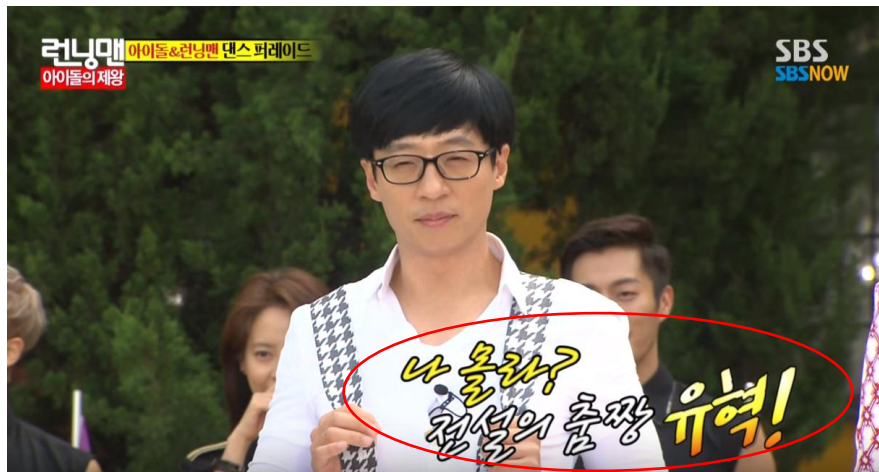


Figure 7.7: Impact caption example in *Running Man* Episode 162, SBS TV Channel (Broadcast 8 September 2013) [my own highlight]

Although the translation of impact captions is not usually provided on TV in Thailand, Figure 7.8 indicates that a high proportion of the fan respondents expect such additional foreign texts to be explained either in subtitles or as annotations (such as headnotes or glosses) (together making up 95%). Only 1 fan respondent (1%) stated that no explanation would be needed. By comparison, a higher number of non-fans stated that such an explanation is not necessary (11%), although 87% of non-fans do expect an explanation of additional foreign texts.

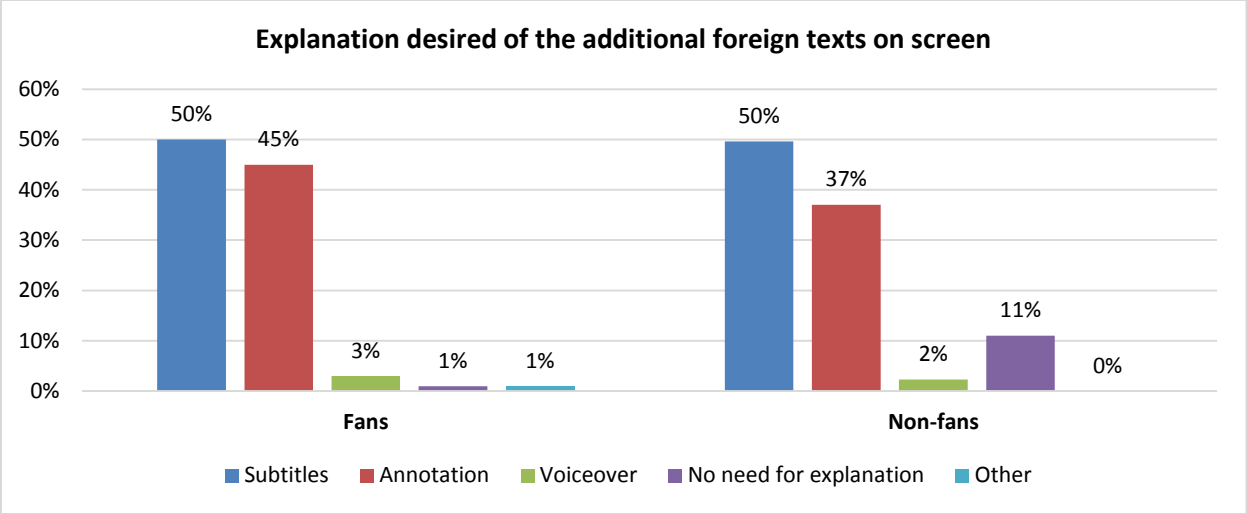


Figure 7.8: Preferred translation methods in the treatment of additional foreign texts on screen

In the case of the preferred translation methods of non-verbal items or images appearing on screen, such as the images of food, fans gave similar responses to the previous one. As shown in Figure 7.9, the majority of fans expect such items or images to be translated either in subtitles or annotations (together making up 93%). While 6% of fan respondents believe that no translation would be needed, a larger number of the surveyed non-fans (30%) share the same view.

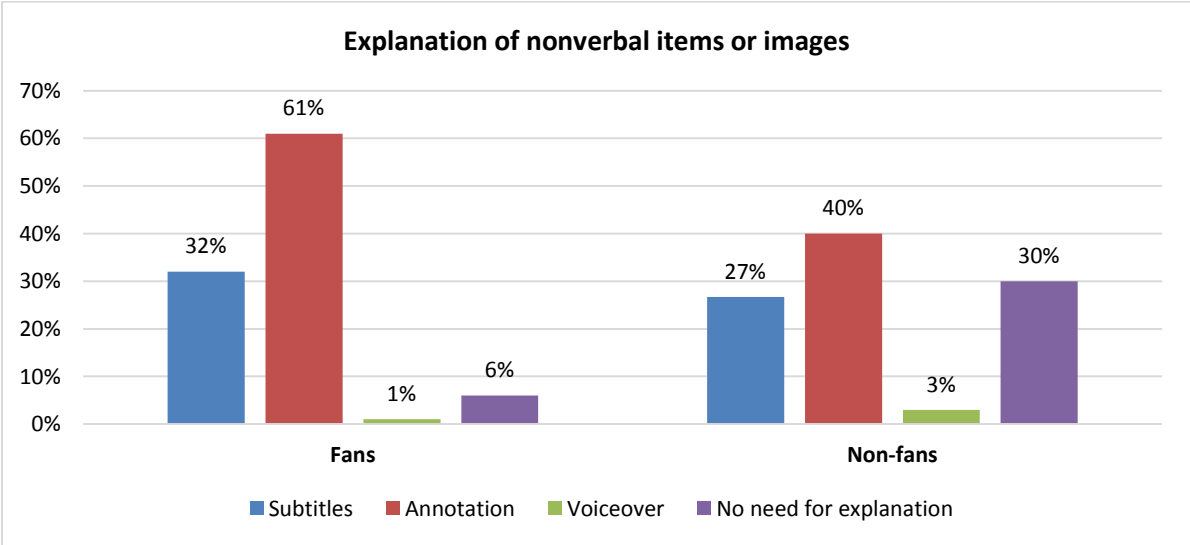


Figure 7.9: Preferred translation methods in the treatment of non-verbal items or images on screen

These results imply that a strong interest in the programmes makes fans expect to understand all information which appears on screen. This may also be linked to the fact that fans seek immersive experiences while watching their favourite programmes (Pérez-González 2013, 2012, 2007). Such a reason is echoed by the extract below:

I personally think the translation of impact captions is needed... That is because such impact captions can help us have a better understanding of the dialogues or contexts of the programmes. The translation can also help us gain more enjoyment in watching the programmes. [Fan Respondent 2]

Culture, language and some expressions in other countries can be different from us. So, the explanation of such elements helps us gain a better understanding. [Fan Respondent 7]

In my opinion, more details given in the translations help me feel more attached to the programme. [Fan Respondent 16]

[The translation] helps me gain a better understanding of humour and game rules in the programmes. [Fan Respondent 20]

As shown in the above extracts, fans believe that the impact captions are important elements which explain the contexts of the programmes, including humorous effects, culture-specific references, and details of the games and guests. A humorous effect of impact captions for viewers, as expressed by Fan Respondent 20, can be manifested in the impact caption in Figure 7.7, which can be translated as, “Don’t you know me? The legendary king of dancers, Yoo Hyeok!”. This scene shows the main cast of *Running Man*, Yoo Jae Suk, known among fans as a dance lover, dressed similarly to a female K-Pop singer group and dancing to the same choreography as that singer group. The impact caption is meant to exaggerate the dancing skills of this main cast member, who seems to be overconfident in his skills. In addition, some of the fans, such as Fan Respondent 7, stated that they have the opportunity to enhance their cultural knowledge from the translation of impact captions.

The functions of the impact captions seem to work well among fan audiences as the fan respondents stated that the translation of impact captions assists them in gaining a better understanding of the original contents. This can be because such translations provide them with additional information and enable them to hear the original soundtrack of the programmes. In turn, the impact captions of Korean variety shows, including *Running Man*, pose a challenge for fansubbers when they produce fansubs

because such captions use various styles of visual elements (see Figure 7.7). Moreover, the translation of the captions involves spatial and temporal constraints in producing fansubs since translators need to insert both subtitles of dialogues and translation of impact captions on screen in the same limited time. When translating impact captions, the interviewed fansubbers mentioned that they use technological tools such as those discussed in Section 7.2.1 to keep the visual elements similar to the original content as much as possible. Interviewee 3, for example, stated:

In translating the dialogues, I choose the visual styles of fansubs which are easy to read. That is because they [viewers] have to read a lot. In the case of Korean impact captions, I try to select similar styles [to the original], such as simple or curved styles, depending on the original.

The comment above indicates that despite the challenges of translating impact captions, Thai fansubbers pay close attention to these translations. The treatment of impact captions discussed in this section can be called ‘innovative subtitling’ (Künzli and Ehrensberger-Dow 2011). Such a style of subtitling demonstrates the experimentation and translator agency demonstrable in subtitling, which can be traced to strong fan attachment to their favourite content and to the understanding of the viewing experiences desired by fellow fans (Nornes 2007; Díaz-Cintas 2010). Fans, driven by a strong interest in the programme, expect to know the content of the programme as much as possible from the translated impact captions so that they can be emotionally connected to their favourite content. Having such expectations, fansubbers pay attention to the translation of impact captions when they produce fansubs, leading to the invention of new styles in subtitling. Fans’ viewing expectations and the translation of impact captions can be considered a result of the networked affect (Hillis, Paasonen, and Petit 2015) as the fans’ strong attachment to their favourite content, formed when watching fansubs online, can encourage them to collaboratively produce fansubs and translate the impact captions that appear in their favourite programmes by using the available technological tools.

User-generated translation produced by fans

The invention of their own subtitling styles is shown not only in the way in which fansubbers have treated impact captions, but also in their visibility as demonstrated in the linguistic and visual elements of fansubs. In terms of linguistic elements, for example, some interviewed fansubbers keep Korean honorifics by transliterating rather than translating them into Thai honorifics:

I decide to transliterate some words, such as *nuna* [older sister], *hyeong* [older brother]... or *nunim* to show respect to older sister. For example, when Gary [the name of a cast member of *Running Man*] calls Choi Min Soo [the name of a Korean actor] *hyeongnim*, a respectful older brother, I don't want to translate that into Thai. That is why I decided to transliterate it.

[Interviewee 2]

I keep some words in Korean [by transliteration], such as *oppa* [the female use to call older brother] and *hyeong* [the male use to call older brother].

[Interviewee 5]

In terms of visual elements, the interviewed fansubbers also maintain their uniqueness in subtitling. For example, they choose font styles which they believe match the genre of the programmes, and keep such styles as standard when producing fansubs:

I set this font [showing the font on mobile phone] for only fansubs of *Running Man*. It is a little rounded font... But, I will use a simple font style when creating fansubs of advertisements or interview clips. [Interviewee 2]

I have used the same fonts [of fansubs] because I feel that they are like my signature. When the viewers have seen them, they can know which fansubbing team made these fansubs. [Interviewee 3]

The above extracts show how fansubbers do not follow the professional AVT norms and guidelines which are determined by the media industry, as discussed in Section 2.1.2, and the intervention of fansubbers in fansub production (Pérez-González 2012, 2007). These extracts can also be considered a demonstration of the networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) in fansubbing. By watching fansubs in online platforms, the interviewed fansubbers deepen their emotional involvement with their favourite programmes. As a result, they pay minute attention to their favourite content when producing fansubs, as shown in the extracts above. In order to serve their attachment to the programme, these fansubbers, empowered by the technological tools, make a concerted effort to develop their own linguistic and visual styles of subtitles.

In turn, the fan respondents recognise the fansubbing styles of fansubbers and explain how fansubs are more suited to meeting their needs when watching their favourite content:

[Fan] translators pay more attention to the details in translation due to their interest in the programme. They use various colours and styles of

subtitles. Simple word choices are selected so that the viewers can feel more enjoyment when watching the programme. [Fan Respondent 24]

[Fansubs] help us understand the contents in each episode [of the programme], and gain enjoyment with the unique and various translation styles of each fan page. [Fan Respondent 49]

These responses from fans mark the mutual understanding between fansubbers and non-translating fans that the creation of fansubs is driven by the strong interest of the fansubbers in order to serve the viewing expectations of fans seeking deep engagement with their favourite content.

According to non-translating fans, fansubs are created by translators who are also fans of the programmes being subtitled and who share the same passion for the programmes' content as they do. Such passion drives these translators to voluntarily produce fansubs and distribute them for free:

Fan translations are made by those who have the same interest without seeking any monetary profits. The translators create fansubs for pleasure. [Fan Respondent 63]

If they don't like the programme, they wouldn't translate it without any monetary rewards. [Fan Respondent 76]

Every fansub made by fansubbing teams can express the passion and preferences towards the programme. [These fansubs] are created by fans who also love the programme. [Fan Respondent 79]

The extracts above emphasise the fan status of the audience, driving them to become subtitlers for their favourite programmes. This fan status indicates how fansubs can be considered user-generated translation (O'Hagan 2009; Perrino 2009) which is created by the fans' deep emotional involvement with their favourite content.

This section mainly shows the networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) in fansubbing by emphasising the affordance of fansubs which serve or respond to fans' strong emotional connection or 'affect' towards their favourite content (Mackley and Karpovich 2012). Watching fansubs with features on digital platforms, fans have developed an emotional involvement, including enjoyment and attachment, to their favourite content. This strong attachment encourages fansubbers to take advantage of available technological tools to collaboratively produce fansubs with features which can

serve other fans' deep emotional involvement in the programmes. The results of networked affect are shown in the invention of new ways of subtitling by fansubbers in fansubbing communities outside the control of the media industry. Such novel ways of subtitling discussed in this section include when the subtitles are released, translation mode and linguistic and visual styles of subtitles. The agency of fansubbers shown in their visibility in specific linguistic and visual elements of fansubs can also be attributed to fan subtitles as creative work (e.g. McClarty 2013; Pérez-González 2013). The fansubs exist due to the fans' strong emotional connection to their favourite content, and their aim to provide users' (fans) with subtitles so that they can enjoy watching their favourite programmes. This highlights the impact of affects on fansubbers in producing fansubs where their strong attachment to their favourite content promotes fansubbing creativity shown in the form of various fansub features.

7.2 Digital Technologies and Skills in Fansubbing

Some fans have such a strong attachment to their favourite programmes that they decide to transform their role from being a viewer to being a translator or a creator of fansubs. In order to become fan translators, would-be fansubbers need to improve their translation and technical skills, especially the knowledge in using technological tools, since the tools are important resources for fansubbers to produce creative fansubs as briefly addressed in the previous section. This section mainly discusses the interactions of fansubbers, technological tools and digital infrastructure in relation to available resources in fansub production and the way in which fansubbers gain knowledge in fansubbing from their peers in digital spaces.

7.2.1 Available technological tools for fansubbing

Not only does the digital infrastructure become a viewing platform for fans as discussed in Section 7.1, it is also a space for accessing technological tools, which include software for fansubbers to produce and distribute fansubs. The interviewed fansubbers outlined which tools they generally use to subtitle, including software for fansubbing, MT and online dictionaries, and search engines.

Software for fansubbing

BitTorrent is a content distribution application where digital media files are shared through peer-to-peer networking technology. By using particular software, the files of desired content are broken up into small segments, and can be downloaded from many people who host such files with the intention of using them legally (Culzac 2014). The main goal of the protocol, as stated by the company which invented *BitTorrent*, is to empower cooperation between creators and consumers in accessing the data in an efficient way (BitTorrent 2016). This aim is altered in fansubbing, since fansubbers, without permission of the content owner, take advantage of this download site to access up-to-date source materials of the programme they would like to fansub.

Aegisub, originally developed for typesetting in anime fansub, is a customisable subtitle editing program which features many functions, including timing, typesetting, editing and translating subtitles as well as creating karaoke effects (Goynes 2016). Typesetting involves translating additional texts on screen and presenting the translation in various font styles, colours, and effects (ibid. 2016). *Aegisub* supports Advanced Substation Alpha format (.ass) file, which is a commonly used subtitle file format, and is well-known among Thai fansubbers of the *Running Man* programme. This can be seen, for example, in the interviews where all fansubbers stated that they use this software to make fansubs. This shows that *Aegisub* has not only been used in fansubbing of anime programmes, but also other genres of programmes, including Korean TV shows. Its simple user interface and various functions for fansubbing are reasons why fansubbers, such as Interviewees 4 and 10, use this software. This subtitling software can facilitate fansubbers in subtitling, especially the translation of impact captions in *Running Man* or other Korean TV shows (see Figure 7.7).

Format Factory is originally a file-converter program which maintains the visual quality of original audiovisual files while reducing the file size (Softonic Editorial Team 2016). The interviewed fansubbers, such as Interviewee 6, used a function of this program to split the source material into smaller segments. Interviewee 6 stated that Facebook, the site for fansub distribution, limits the length of posted video file to no more than 20 minutes. Therefore, a whole video file of Thai fansubbed materials needs to be divided into many parts. *Format Factory* helps split the video file so that fansubbers are able to post the fansubbed materials on Facebook.

AVI Recomp is a program with many features, including recompressing AVI files, embedding subtitles into a video, and adjusting subtitle settings (AVI Recomp 2015). *VirtualDub* is a video capture and

processing software, with features that allow a video to be converted into a desired size, noise reduction, reading and writing AVI clips (VirtualDub.org 2013). These programs are the tools which the interviewed fansubbers use for embedding fansubs into the source materials after they finish translating the subtitles.

AVS Video Editor, which supports many video formats, such as AVI, MP4, etc., is video editing software, which serves to add video effects and insert audio, text comments and subtitles (AVS4YOU 2016).

Fansubbers, such as Interviewee 3, use this program to embed the logo of their fansubbing group into the video file.

Machine translation (MT) and online dictionaries

When fansubbing Korean programmes into Thai, the interviewed fansubbers mostly rely on English fansubs as a pivot language as discussed in Section 7.1.2. Not many Thai fansubbers know the Korean language. Among the interviewed fansubbers, only Interviewees 5 and 6 stated that they were learning Korean. They admitted that their proficiency level is limited to being able to make fansubs of a short clip, but not the whole episode of the programme. In most cases, the interviewed fansubbers use MT and online dictionaries when they wish to check the meaning of impact captions and culture-specific references, such as the names of foods. *Google Translate* is a free online MT site provided by Google powered by its own machine translation engine. When the fansubbers do not understand any English translation or they wish to add fansubs of untranslated impact captions into Thai, the fansubbers, such as Interviewees 1, 2 and 4, check the meanings of the impact captions using *Google Translate*. Some fansubbers, such as Interviewees 3 and 6, also use online dictionaries, e.g. *Naver Korean-English Dictionary*, to help them translate.

Search engines

Search engines, e.g. *Google*, take pervasive roles in fansubbing. In media consumption, it is a tool to search for fansubs available on the Internet as previously mentioned in Section 7.1.1. In fansubbing, the interviewed fansubbers, such as Interviewees 3 and 4, use this tool to connect to other online sources of information, including the download websites of source materials and the websites which provide tips for subtitling.

It is possible that each fansubbing team uses a different mix of the software to produce fansubs. Nevertheless, their choice of programs is mostly based on whether the tools and software are free and available online. The aforementioned tools demonstrate how technologies have developed from a point where only expensive subtitling software was available and formerly used only among professionals, into freely available software being made available of which Internet users can take advantage (Díaz-Cintas 2015).

These tools and software are key actors and play a critical role in the fansubbing process. They support fans in the production of self-styled subtitles, which forms a significant part of user-generated translation (O'Hagan 2009). The tools help fansubbers during the whole process of fansubbing, starting from accessing the source materials, timing, typesetting, translating, editing, to embedding fansubs and a logo of the fansubbing team. The functions in these tools, such as *BitTorrent*, *Format Factory*, and *AVS Video Editor*, have been applied for the benefits of fansub production by fansubbers. In turn, these technological tools and software make fans learn how to use them in order to obtain relevant skills so that they can become fansubbers and create fansubs. This shows the affordances of the tools which impact fansubbers while fansubbing. Technical know-how becomes one of the qualifications which would-be subtitlers are expected to have (Díaz-Cintas 2015). The way in which fansubbers acquire knowledge and skills in fansubbing is discussed in the next section.

7.2.2 Knowledge-sharing environments

The previous section noted that fans who would like to become fansubbers need to have technical skills for fansub production and circulation. The fan survey results of the fansubbing experience revealed that only 8 fan respondents (10%) had experience in producing fansubs themselves. Such a small number of fans who become fansubbers is rather understandable when taking into account fansubbers' contribution in time, skills, and effort to the practices. The survey findings correlate with the insights given by many scholars (e.g. Jenkins, Ford and Green 2013; Beamish 2010; Nonnecke and Preece 2000) that the number of active participants is reduced when a higher level of commitment in skills, effort, and time is required.

The interviewees were motivated to become fansubbers for various reasons. Many were driven by their strong attachment to their favourite programmes and their desire to provide subtitles for other fans as the following extracts suggest:

I would like to create a high quality of subtitles for other viewers. I used to feel upset when watching subtitles with low quality. It ruins the viewing mood. Sharing subtitles with others also make me feel happy. [Interviewee 7]

I like watching a Korean drama series, so I started fansubbing this series in 2011. I have also been watching *Running Man* since the first episode... I began making fansubs of *Running Man* when the actors in my favourite drama series appeared as guests of *Running Man*. [Interviewee 8]

I was a member of a fan page of Song Joong Ki and Song Ji Hyo [Korean stars and the casts of *Running Man* programme]. Then there was a movie which one of my favourite stars played, so I volunteered to make fansubs. [Interviewee 9]

Some of the interviewees became fansubbers due to the encouragement of their fellow fans whom they interacted with on online platforms:

My friends from the fan group of Korean TV programmes on *Pantip* [Thai fan discussions board] encouraged me [to become a fansubber]. [Interviewee 6]

I was talked into it by my friend on Facebook fan page to become a fansubber... [Interviewee 10]

These extracts illustrate that fansubbers are driven by the networked affects, as their emotional connections with fansubs available online and close relationships with other fans on digital platforms encourage them to engage in fansubbing practices. Fansubbers' shared experiences of watching fansubs and interactions with other fans can motivate would-be fansubbers to learn fansubbing skills. The interviewees explain that by becoming fansubbers, they acquire knowledge and skills by accumulating their experience in fansubbing on digital platforms. An example of this is provided by Interviewee 10:

I started from being a fan, but now I can split the videos, create subtitles, photoshop images, etc. I have gained these skills after I become a fan. [Interviewee 10]

Such an extract suggests that fans attempt to gain skills in fansubbing so that they can interact with their favourite content in order to serve their fandom in online communities. This supports the idea that the motivations of individuals to gain skills in affinity spaces are mainly driven by the desire to fulfil their passion related to their favourite content rather than for their own merits (Duncan 2012). In fansubbing, skills needed to produce and to distribute fansubs can be divided into two main aspects: translation skills which involve competency in a given foreign language and technical skills which require a knowledge base of using technological tools in fansubbing.

In terms of translation skills, since most Thai fansubs of Korean programmes are translated by the use of English as a pivot language (i.e. Korean-English-Thai), fansubbers mainly require English-Thai translation skills. In most cases, fansubbers already have a certain level of competency in the English language for fansubbing. This can be seen by the interviewees' self-evaluation of their language proficiency with particular attention to those who are responsible for translation within the communities (see Table 6.1). The development of translation skills of fansubbers usually depends on their own initiative and self-improvement, echoing the interest-driven motivation in learning skills in affinity spaces (Duncan 2012). In some cases, other fansubbers give suggestions in relation to translations, such as a reference book for translation. For example, Interviewee 6 bought a Korean dictionary which had been recommended by her fellow fansubber, and also sought advice from those who are more experienced in Korean when she had a problem with the translation.

Technical skills are considered equally important as translation skills when fansubbing. As discussed in the previous section, technological tools are used during the entire fansubbing process. Such circumstances seem to differ from professional Thai subtitling, which puts more emphasis on translation skills as elaborated before (see Section 2.1.2). Since various technological tools are required in fansubbing practices, fansubbers need to gain some technical skills in order to be able to participate in the activities.

To acquire such technical skills, the interviewed fansubbers mentioned that online platforms contributed considerably as shown below:

I have learned [fansubbing techniques] from webpages which give instructions about subtitling. [Interviewee 1]

I have learned [subtitling techniques] from websites. It is not difficult to find. They gave us a lot of tips and techniques. [Interviewee 5]

I totally relied on Google when learning how to make fansubs. There were some clips available on YouTube teaching how to fansub. [Interviewee 6]

The above extracts reveal that fansubbers learned various subtitling techniques from websites and/or via the Google search engine, which linked to websites or YouTube clips giving instructions and suggestions on subtitling posted by other experienced fansubbers. This in turn can show the affordances of digital infrastructure to learning fansubbing skills, highlighting its supportive environment for knowledge sharing in affinity spaces (Lindgren 2012).

In addition, the interviewed fansubbers developed their technical skills by directly receiving advice in relation to subtitling from other fansubbers who had more experience with fansubbing in digital spaces as illustrated below:

When I was fansubbing, the experienced ones would tell me where and how I should improve. [Interviewee 1]

[Some fansubbers] contacted me and asked for advice about fansub decoration. [Interviewee 3]

I learned [fansubbing] from [name of fansubber]... I asked her about the techniques in fansub decoration, such as techniques to make two-coloured fansubs, animated functions, setting up of fansub styles, etc. [Interviewee 4]

At first, my friend from the fan page of movie fansubs taught me [fansubbing]. Then I asked for advice in decorating fansubs from [name of fansubber] because she is an expert. [Interviewee 9]

The extracts above show how interviewed fansubbers improved their technical skills, by receiving advice and feedback from other fansubbers, and some in turn acted as mentors, giving suggestions to other fansubbers themselves. These extracts present the 'mentor-student' relationship among community members where experienced fansubbers give advice to fans with little experience in order for them to enhance their fansubbing skills. Fansubbers take on roles as both an adviser and a learner in the exchange of their experience and knowledge in relation to fansubbing in the interest-driven spaces online. This collegial spirit within the fansubbing community also shows a trustful relationship among fansubbers, which is built from the membership and shared skills and experiences in communities in terms of epistemic trust (Daukas 2006). As discussed previously in relation to epistemic trust (Origgi 2012), a person with higher status in the group, for example the role of mentor of fansubbers, can build

trust with fansubbers in the mentor-student relationship in online communities due to the reliance of the less experienced fansubbers on their mentors to acquire knowledge in fansubbing. Such a relationship is not limited to fansubbing skills only; it also includes the choice of technological tools. For example, Interviewee 3 uses *AVIRecomp* and *AVS Video Editor* because a more experienced subtitling member in her fansubbing team recommended it to her. This shows that the digital platforms become a space of learning where Internet users, i.e. fans, can share and gain knowledge on their topics of interest (Hayes and Gee 2010).

Learning from other fansubbers is not limited to directly receiving advice from them. For example, some fansubbers, such as Interviewees 2 and 6, checked the works done by other fansubbing communities in order to improve their fansubbing skills. For example, Interviewee 6 stated:

...I have checked other fan pages which produce fansubs, such as Triple fan page and *Running Man*, on which fonts are nice and how captions should be placed. Then I keep on revising my styles.

Fansubbers put in significant amounts of time and effort to improve their fansubbing skills and in doing so they become experts at creating fansubs. Many of them already have fansubbing experience as they were members of other fansubbing teams before becoming members of their current ones:

Yes, [I mostly learned fansubbing by myself]. I had already made fansubs before setting up this fan page. I have been fansubbing the *Running Man* programme since the 7th episode, so I have fansubbed for many years. [Interviewee 3]

At the time I started making fansubs, I struggled a lot. I remembered that it took me 2 weeks to finish fansubbing the 15-minute clips. [Interviewee 4]

I have made fansubs for other fan page(s)... Then I decided to create my own fan page... I have mostly translated *Running Man*, but also created fansubs of other Korean programmes, such as *We Got Married*, *Infinite Challenge* and other short clips. [Interviewee 5]

These interview results indicate that the expertise in fansubbing skills of the fansubbers is acquired by the concept of 'learning by doing' and learning from peers. Fansubbers have mostly acquired the skills in fansubbing by self-learning from online platforms, receiving advice from other experienced fansubbers whom they directly interact with, and studying fansubbing styles from other fansubbing

teams. Then they improve their skills by having hands-on experience with fansubbing as seen in the aforementioned extracts. The digital infrastructure becomes a learning site for both would-be and experienced fansubbers given the amount of interaction between the two groups throughout the process. This highlights the way in which fansubbers form affinity spaces (Gee and Hayes 2011) in online communities, a place where fansubbers can “rearrange these skills, experiences, and achievements creatively ... in order to define themselves anew (as competent and worthy) for changed circumstances” (Gee and Hayes 2011, p.109).

These interview results show that school is not the only space for people to gain knowledge (King 2012). Skills and experience can be acquired from social interactions in interest-driven groups (Gee and Hayes 2011, p.109). Exchanging knowledge and expertise in relation to fansubbing in digital spaces demonstrates a knowledge-sharing environment (Duncan and Hayes 2012; O’Hagan 2008), where fansubbers, driven by their motivations to serve their fandom, exchange their fansubbing experience and voluntarily help each other in order to gain skills to become translation fans.

7.3 Creation and Circulation of Fansubs

The collaboration of fansubbers facilitated by digital technologies is not limited to the way in which they gain knowledge in fansubbing, but also includes the way they produce and distribute fansubs in fansubbing communities. The discussions in this section have particular focus on the interactions among fansubbers in fansub production and distribution in affinity spaces. This also links to fansubbers’ interactions with technological tools in the process of fansubbing, and digital infrastructure as a platform which facilitates fansubbers when producing and circulating fansubs.

7.3.1 Cross functional team of fansubbers in fansubbing

Not only do digital platforms become a learning platform for fansubbers, they are spaces for fansubbers to produce and circulate fansubs. Facebook is one such popular platform which most of the interviewed fansubbers use when they produce and distribute fansubs:

Yes, we have posted our fansubs on Facebook... We have also created a group [on Facebook] to submit work to the team. [Interviewee 1]

Yes, I use Facebook in fansub production and distribution. That is because Facebook is convenient. [Interviewee 2]

Yes, I have communicated with the team members on Facebook. [Interviewee 5]

As shown in these extracts, the interviewed fansubbers use Facebook as a communication platform to discuss fansub production with other team members and also a distribution platform for fansubs. This in turn makes this social networking site a viewing platform for other fans to watch fansubs of their favourite programmes as discussed in Section 7.1.1, illustrating the dynamic roles of Facebook which serve fan community members. Apart from Facebook, Interviewee 7, for example, uses emails or *Line*, a free online communication application, to discuss the fansubbing tasks with her team members:

When we divide fansubbing work, we mainly contact each other through emails. When we get [English] fansubs, we distribute work through emails... In the past, we used only emails. However, currently there is the *Line* application, so we use *Line*...

The use of Facebook and Line by fansubbers as platforms to interact with their team members in producing fansubs as shown in the above extracts demonstrates how fansubbers take advantage of available digital platforms which they normally use in their daily lives (see Section 2.1.1) to serve their fansubbing activities. These platforms become a communication platform for fansubbers to discuss their collaborative work in fansubbing. Moreover, fansubbers also have specific online sources to access English fansubs, which are used to produce Thai fansubs:

[Link to the website] This website provides English fansubs in .ass file for anyone to download. [Interviewee 6]

I got free [English] fansubs from [name of the website]. [Interviewee 8]

This demonstrates the use of digital infrastructure as a downloading platform to get access to the original materials which are used to produce fansubs. The use of digital infrastructures as

communication and downloading platforms by fansubbers emphasises the important role played by digital platforms as affinity spaces for fansubbers to fulfil their strong interests.

Using digital platforms, fansubbers work collaboratively with their community members to produce and circulate fansubs. The process of fansub production and distribution can be summarised from the interview data as follows: (1) downloading the source material from a Torrent; (2) downloading or finding the English fansubs of the programme; (3) translating the programme into Thai; (4) timing or spotting of the source materials; (5) decorating fansubs; (6) editing fansubs; (7) embedding fansubs and the logo of the fansubbing team; (7) circulating fansubs in the fansubbing communities. This process does not have to be followed in a chronological order. Some works can be done at the same time due to the shared responsibilities of fansub creation among the members:

The average number of dialogues in an episode is around 700 lines. These dialogues are divided for 2-4 translators. After the translation is completed, the editor gathers all translations and starts editing. [Interviewee 7]

It usually takes 4-5 days [in fansub production]. English fansubs of *Running Man* are released on Tuesdays. I am responsible for the translation. Then I send it to the fansub decoration team on around Wednesday night. The members then divide their work to decorate the fansubs. When fansubs are done, [Name of fansubber] uploads on Friday. [Interviewee 8]

Based on the fansubbers' skills, fansub creation is divided into two main responsibilities which are translation and technical work, which can be seen from the interview responses:

Currently in my group, there are 3 timers, 3 fansub decorators and 4 translators. However, our free time often does not match each other's. [Interviewee 1]

In my team, there are 5 core members, including 2 timers, 2 translators and another one who is both editor and uploader. [Interviewee 4]

The above extracts show that an equal number of fansubbers is divided within the team, echoing the importance of technical skills of translators (Díaz-Cintas 2015) at a similar level of translation skills in fansubbing as mentioned in Section 7.2.1. In addition, the work division in fansub production is based on the fansubbers' skills in the communities. For example, those who are usually responsible for technical work stated:

[In the work division,] we normally decide based on skills. I mostly time and decorate fansubs. I rarely translate because I am not good at translating humour. [Interviewee 1]

I think translation is difficult, but the translators said that fansub decoration is difficult. I think embedding and uploading fansubs are the easiest. [Interviewee 8]

On the other hand, Interviewee 9 who is a translator for the team explained:

[Name of fansubber] always told me that fansub decoration is not difficult. I always argued that it is. I used to try [decorating fansubs], but I can't. It took me 5 hours to finish a 30-minute clip... It might be because I am not an expert in this type of work. I enjoy translation, but fansub decoration is very detailed and it is so stressful.

These extracts demonstrate that the work division in the fansubbing team is based on the expertise of fansubbers. Each contribution of knowledge and skills among fansubbers form a working team in fansub production and distribution, showing the way in which individuals have formed a cross-functional team in affinity spaces on digital platforms (Gee and Hayes 2011).

Furthermore, responsibilities in the team are shared based on each fansubber's fansubbing experience. That is, the more experienced fansubbers are, the more likely it is that they will take a leadership role within the group. For example, having been with the team since the early stages, Interviewee 1 is responsible for managing the work in the group:

Yes, I am also responsible for managing the fan page, apart from timing... [In fansub production,] I am the one who determines the number and length of each segment when producing fansubs of an episode of the programme.

From the point of view of the fansubber who has the least experience in the team, Interviewee 9 noted,

In fansubbing, the final product would be handed to [Name of fansubber]... I am like a newcomer, while she has been fansubbing for a long time.

The extracts above indicate that the leadership in fansubbing teams is implicitly decided by the experience and skills of the fansubbers. This underlines the social interactions in digital spaces where experience is valued among members in the shared interest groups (Gee and Hayes 2011). A similar

situation applies to Interviewee 7. In her team, fansubbers who have proven themselves as being responsible and creating high quality translations are usually promoted to become an editor on the condition that they are approved by the senior members of the team:

Editors in the team are those who got promoted because of their good translation skills and responsibility. For example, you have helped me translate many episodes of the programmes and your work is rarely corrected. I will tell the seniors that you are good and can be an editor.

The extracts above indicate that the interdependence of fansubbers working collaboratively is on the basis of their knowledge and experience. Their level of experience can determine the trustworthiness within the group (Gee and Hayes 2011). Those who have more experience and expertise in fansubbing mostly gain trust among their fellow fansubbers in a cross-functional team. The extracts show that trust is built when the less experienced community members place a strong belief in the expertise and skills of the more experienced members in terms of epistemic trust (Origgi 2012).

The working styles of fansubbing teams depend on the close relationships shared among members in the team. For example, Interviewee 5 who works for a large fansubbing team said that she is only responsible for translating the programmes for the team, and did not know much about other matters in the team. In her case, a work schedule was made and provided for the team members in the case of fansubbing of popular programmes. On the other hand, in a smaller team like Interviewee 8's, the collaboration between community members in fansub production is more flexible where fansubbers are merely bound by mutual agreements with no fixed rules:

You can say the collaboration between many fansubbing teams is possible. To put it simply, I contact a member who is in another team, asking whether he/she is interested in translating while I am responsible for decorating fansubs. We can help each other. If he/she agrees [to translating], I will then decorate and upload fansubs.

It is also true that some fan translation groups set up extremely tight time-frames in an effort to achieve a timely release with the minimum time lag. However, many groups have set a relatively flexible deadline in completing fansub production, depending on the negotiations among fansubbers:

It depends. If such an episode is made by only our house [team], its fansubs will be distributed a little faster. If there are any other teams posting fansubs already, our team will not work on it in a hurry. [Interviewee 1]

Mostly the deadline for work submission is within 7 days. However, if some fansubbers have some errands, the deadline can be postponed. Mostly, it is no later than 15 days. But, if they are really unavailable, others will take over the responsibilities instead. [Interviewee 4]

There is no deadline [in our team]... We make an agreement that we will do [make fansubs] what we can, based on our interest. [Interviewee 9]

The working styles in the above extracts show the voluntary nature and cooperation as well as compromises permitted in fansubbing, which is mostly driven by the fansubbers' shared interest in the audiovisual content (O'Hagan 2013; Fernández Costales 2012). The flexibility of negotiations permitted in the team on a mutually-agreeable basis indicates close social connections between fansubbers when producing fansubs in an online communicative space. Such close connections show mutual trust among the community members, specifically in terms of epistemic trust (Origi 2013; Grasswick 2010).

The various responsibilities considered in the collaboration of fansubbers in a cross-functional team discussed in this section highlight the wisdom of crowds (Surowiecki 2004) and collective intelligence (Jenkins 2002). That is, each Internet user, i.e. fan, shares their knowledge and experience gained from social interactions (see Sections 7.2.1 and 7.2.2) to form rules and guidelines within the team and ultimately contributes expertise to benefit the group as discussed in this section. The rules and working styles determined by the members of the team also mark the empowerment of translators on digital platforms where translators are not controlled by the industry. Such collaboration on a voluntary basis in online communities indicates fansubbing as a community translation in Web 2.0 (O'Hagan 2011).

7.3.2 *Engagement of fansubbers in fansubbing*

Fansubbers' voluntary efforts to produce fansubs in a cross functional team as discussed in the previous section is driven by emotional connections to their favourite content (see Section 7.1.2) and fansubbing. Such emotionally-driven efforts shared among their community members on digital platforms are manifested in the way fansubbers make agreements in fansub production. When choosing the

programme to be fansubbed, fansubbers select the TV programmes or the episode of the TV show they wish to fansub based on their personal interests shared in the group as shown in the following extracts:

We have no rules at all. [Laughing symbol] We discuss among the members whether we want to make fansubs of this episode. If we agree, we give it a go. [Interviewee 1]

We discussed in our team whether any of us would like to make fansubs. We decided to make fansubs of many episodes based on our members' interests. [Interviewee 4]

When making fansubs, such as drama series, it depends on our team members whether we have the same interest. If some of us do not like such a programme, they are not forced to create translations and we can work separately. It also depends on our free time. [Interviewee 10]

These decisions based on the interests of fansubbers emphasise a flexible form of interaction in affinity spaces where individuals come up with their own style of conducting their activities (Gee and Hayes 2011). Similar decision making which is influenced by affects can also be seen in the work division within the cross-functional team. Every member does not necessarily have to be responsible for producing fansubs of the episodes or programmes which are selected by the group. Fansubbers are provided with a task on a voluntary basis driven by the personal interest of fansubbers as mentioned earlier. As long as the members who express their desire to produce fansubs are certain that they can accomplish the work, fansubs can be produced:

[Among the 9 members in the team], if there are 4 volunteer members, we agree to make fansubs of that episode. Sometimes, having 2 members is enough. [Interviewee 1]

There used to be three, two and one fansubber making the fansubs. It depends whether we have the same interest in that programme. Each of us already has a job too. [Interviewee 10]

The fansubbers' comments illustrate the way in which affects make an impact on an individual's decision-making, social interaction, and behaviour (Calvo and D'Mello 2011). In turn the collaborative production of fansubs by fansubbers based on their personal interest on digital platforms can develop positive affects, especially passion, in fansubbing and vice versa where an emotional connection in the form of engagement can encourage fansubbers to continue their voluntary efforts in fansubbing

activities. This shows the way in which digitally-mediated interactions can develop networked affects among users (Karppi 2015), as shown in the following extracts:

I produce fansubs because of love. I will continue fansubbing. I don't know when I will stop. I won't say that I will continue fansubbing for the next few years. Let's just say I will continue producing fansubs. [Interviewee 2]

[Fansubbing] is fun. If I watch fansubs made by other groups, I have to download the file. Watching my own fansubs is enjoyable. [Interviewee 8]

I just think that translation is fun, and I can learn new vocabularies. I am also a fan of *Running Man*, and love the programme. So, I would like to create good fansubs. [Interviewee 9]

In our fansubbing team, we do it [produce fansubs] because of love and interest. We share the same interest in the actors and TV programmes. We produce fansubs and share with each other. It is like a fan club. If we don't love and share interest in [fansubbing], we cannot complete the tasks. That is because [fansubbing] requires considerable time and effort. It is exhausting, but we do it because of love. So, I don't feel exhausted. [Interviewee 10]

These abstracts demonstrate that fansubbers serve their own interests by producing fansubs and engaging deeply in fansubbing practices. Such a form of engagement can suggest fansubbing as a ludic practice (Schules 2012). Fansubbers' emotional involvement in fansubbing can be determined from the time and effort they spend fansubbing:

The team takes around 24-30 hours only on the timing of an episode of the programme. [Interviewee 1]

I take around 5-6 hours to translate an episode of *Running Man*, while I spend 4-5 hours for the translation of drama series. I usually translate a whole episode at once. [Interviewee 9]

Sometimes I am really busy, but I feel obliged to spare some time [to fansub]. I also post a live report of Korean programmes on *Pantip*. If I am not motivated myself, I don't think I can do it. [Interviewee 10]

Engagement in translation encourages translators to volunteer in community translation practices as addressed by Olohan (2014). The time and effort fansubbers put into fansubbing as shown in the extracts can underline such a statement that engagement in fansubbing drives fansubbers to continue

with their fansubbing activities voluntarily. Close relationships among the fansubbers, which have been developed from negotiating and collaborating in fansubbing (as discussed in Section 7.3.1) are the driving force behind fansubbers' willingness to produce fansubs. Such close relationships of fansubbers on digital platforms are demonstrated in the form of bonds which fansubbers have with their community members as shown in the following extracts:

I have still never met many members in the team in person although we have worked together for many years. I am close to some of them with whom I chit chat about Korean idols. I also went to Korea with one of them. She is the one I am the closest with. [Interviewee 1]

In the past, fansubbers from each team mostly knew each other... I am close to [names of fansubbers]. We have known one another since we began creating a webpage. [Interviewee 4]

It is fun to work together. Enjoyment in fansubbing is one thing, but having a good teammate is also a great encouragement... We have conversed through Facebook because each of us live in different provinces [Interviewee 9]

These extracts suggest the extent of engagement and solidarity formed between fansubbers within the cross-functional team on digital platforms, irrespective of physical location. Bonds between the members from their collaboration in fansubbing can show a sign of trust among fansubbers in online communities which has been fostered from close social connections and attachments between each other on digital platforms in terms of epistemic trust (Fonagy and Allison 2014; Origgi 2013). Trust among fansubbers is shown when for example Interviewees 1 and 4 extend their interactions from online digital spaces to meeting in person after they have produced fansubs together. This can show that not only engagement in fansubbing encourages fansubbers to continue fansubbing, but also trust between fansubbers encourages them to continue their work within the online community, as mentioned above by Interviewee 9.

In summary, the discussions in this chapter highlight the dynamic roles played by digital infrastructure when fan community members interact with it while fansubbing. The digital infrastructure becomes a space which serves individuals with shared common interests to form various types of interactions with one another in relation to fansubbing. More specifically, the roles of digital infrastructure, a key non-human actor in fansubbing, have been transformed into a platform for media consumption (See Section 7.1), accessing technological tools (See Section 7.2.1), knowledge sharing (See Section 7.2.2), and fansub

production and distribution (See Section 7.3). These pervasive roles of digital infrastructure help individuals who share common interests to collectively make contributions in relation to media production and consumption, showing digital spaces as collaborative media (Löwgren and Reimer 2013). With the link to distributed creativity (Glăveanu 2014) as discussed in Section 3.3.2, these affordances of digital technologies present ‘material distribution’ of the technologies in the development of creativity. Moreover, fansubbers who are both audiences and creators of fansubs, encouraged by their emotional involvement with fansubbing, make ‘social distributions’ to fansubbing by inventing novel forms of subtitling as shown in the features of fansubs (see Section 7.1.2). The interdependence between fansubbers in knowledge sharing and fansub production as demonstrated in Sections 7.2.2 and 7.3 also presents ‘social distributions’ of fansubbers in fansubbing practices. These interactions among fansubbers driven by their common interests can show fansubbing communities as affinity spaces (Pérez-González 2014). Online collaboration among fans in fansubbing communities is considered a new form of participatory culture where fans make collective efforts and exploit technological resources to reproduce their favourite audiovisual texts, i.e. fansubs, on digital platforms (Mittel 2013; Lee, H 2011; Jenkins 2002). The interrelationships of fansubbers and other key actors which have been developed over a period of time within fansubbing communities can signify ‘temporal distribution’, which can foster bonds and tacit understandings among community members in the communities, building a supportive environment for producing creative fansubs in fansubbing communities. These interrelationships in fansubbing communities, which demonstrate social, material and temporal distributions of human and non-human actors in fansubbing, show that collaboration between fansubbers and other human and non-human actors in the Thai fansubbing network can give rise to creativity in fansubbing.

7.4 Concluding Remarks

The chapter answered the first sub-question of the current study of how fansubbers exploit technology and collaborate with their community members to produce and circulate fansubs. Technology, both digital infrastructure and technological tools, plays a huge role in facilitating fans, especially fansubbers, to conduct fansubbing activities. The role of digital infrastructure, particularly social networking sites, has been transformed into a viewing platform to help fans to access their favourite programmes, i.e.

Korean programmes, in fansubbed versions. This transformation resulted in new viewing behaviours of fans who now rely more on digital platforms such as Facebook.

Fans have certain expectations when viewing fansubs on their favourite programmes. Digital infrastructure and technological tools enable fansubbers to produce fansubs with features which can meet fans' expectation. These features of fansubs reward fans with increased enjoyment when watching their favourite programmes, and thus develop the fans' attachment to the content. The development of fans' emotional involvement with their favourite content from watching fansubs with features on digital platforms illustrates the networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) in fansubbing communities. Such an affect can in turn drive some fans to transform their role as viewer to fan translator, e.g. fansubber.

Some fans are so motivated by the attachment to their favourite content and encouragement from their peers that they want to acquire relevant skills, including translation and technical skills, in order to become fansubbers. Technical skills are considered equally as important as translation skills since fansubbers normally use a variety of tools in fansubbing, namely subtitling software, MT and online dictionaries, and search engines. In dedication to their fandom, would-be fansubbers or newcomers learn fansubbing skills from the more experienced fansubbers on digital platforms whereby the former build trust in the latter based on their belief in the skills and experiences of other members in the communities (Origgi 2012; Daukas 2006). This way of learning by fansubbers means that the digital infrastructure can be seen as an affinity-based learning space (Duncan 2012; O'Hagan 2008), facilitating any willing fans, who are usually not trained as translators, to develop their skills in fansubbing.

When fansubbers collaborate, produce and distribute fansubs voluntarily, they use social networking sites, such as Facebook, to communicate and share responsibilities among community members. Responsibilities involved in producing fansubs, such as typesetting, translating, editing, are divided based on fansubbers' experience and expertise, forming a cross-functional team (Gee and Hayes 2011) in fansubbing. Outside the control of the media industry, such interdependence of fan translators who take advantage of available online technological resources and assume various responsibilities in fansub production is considered to be user-generated translation (O'Hagan 2009; Perrino 2009).

When fansubbers collaboratively produce and distribute fansubs in online communities, the emotional connections shared among fansubbers can influence their working styles in the fansubbing team. This is shown through the numerous agreements made within the team, which are often decided on the basis

of the fansubbers' emotional involvement in fansubbing. This emotional involvement can focus in particular on the favourite programmes and the close relationships among the community members (see Section 7.3.2). Such collaborative fansub production from digitally-mediated interactions between fansubbers is likely to result in a deeper engagement in fansubbing by fansubbers, showing the networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) in fansubbing, which in turn serves to encourage the voluntary efforts of translators in translation (Olohan 2014). In addition, the close relationships between fansubbers in a given community, developed via their collaborative productions, as shown in the form of fansubs, can begin to foster trust in online communicative platforms (Fonagy and Allison 2014; Origgi 2013), and thereby help maintain fansubbers' contributions to fansubbing.

This chapter showed that fansubbers exploit technology by using the digital infrastructure as a viewing, learning and production platform and the readily available fansubbing tools, such as subtitling software and MT, are used to produce and circulate fansubs in a cross-functional team. The multiple roles played by the digital infrastructure give rise to collaborative media in fansubbing, where the digital platforms, i.e. Facebook, are redesigned by the Internet users, i.e. fans, to serve their own goals (Löwgren and Reimer 2013). Fansubbers have the opportunity to produce fansubs collaboratively through the use of digital technologies and this production is driven by fansubbers' affects, such as attachment to fansubs and engagement in fansubbing, which are shared among fansubbers alike. The interrelationships of fansubbers with other key actors, especially digital technologies, in fansub production and circulation characterise collaboration in fansubbing communities, which gives rise to creativity in fansubbing. These fansubbing affinity spaces also allow fan community members, both fansubbers and non-translating fans, to forge their interrelationships in fansubbing, which are further discussed in Chapter 8.

Chapter 8 Ethics and Trust in Digital Fansubbing Communities

This chapter aims to address the second sub-question of the present study: how do fansubbers and non-translating fans as community members forge interrelationships in specific socio-technical settings of Thai fansubbing communities? (see Section 1.2). This question stems from the recognition of the interdependence of fan community members influenced by external factors, i.e. the legal framework and digital technologies. The discussion in this chapter corresponds to the second theme of the second-level coding as illustrated in Figure 6.19 (see Section 6.2.2). Firstly, shared ethical principles in fansubbing communities are discussed, showing that these shared values forge the interrelationships of fan community members and encourage them to continue their collaboration despite the legal implications in fansubbing. The ethical hierarchy in fansubbing communities is explained under this section, presenting the cultural influence on fans' ethical values to Thai fansubbing. Next, the issue of trust is discussed with a comparison made between fans in fansubbing communities and non-fans who are not part of the communities, showing bonds and tacit understandings between fansubbers and non-translating fans which foster their interrelationships in the networked environment. The interrelationships of fan community members forged through trust are explained in relation to non-translating fans' moral support in fansubbing communities and their favourable views on fansub quality. To this end, this chapter shows that fan community members' own ethical values and mutual trust serve to keep the group as one community and, in turn, to sustain their collaboration in fansubbing.

8.1 Shared Ethical Values in Fansubbing

This section mainly discusses shared ethical values in fansubbing relating to the interactions of fansubbers, the legal framework and digital infrastructure. Fansubbing encroaches on the legal framework as fans typically use copyright materials in fansub production and distribution without permissions of the content owners. The legal framework has in turn impacted fansubbers in terms of preventing the circulation of unauthorised materials by fansubbers in digital platforms. Therefore, fan community members, especially fansubbers, have justified the practices with their own ethical principles to continue their fansubbing practices by interacting with digital technologies, despite the possibility of legal challenges. This section addresses how shared ethical values are developed in online

communities that encourage fan community members who are influenced by the fans' attitudes concerning legal issues and cultural beliefs, such as Buddhism, to sustain their collaboration in fansubbing practices.

8.1.1 Ethical justifications and measures taken by fansubbers to fansub on digital spaces

Thai fansubbers take advantage of available technological tools as mentioned in Section 7.2.1 to produce and circulate fansubs typically as a hardsub version in which subtitles are embedded in the licensed materials. As the source audiovisual content is used without the consent of the copyright holders, these practices generally constitute copyright infringement.

In the case of the Thai fansubbing of *Running Man*, such legal reasons led to the fansubbed materials being removed from the Internet several times, including the major incidents in November 2013, July 2014, and July 2015 during the course of this study. The discussions on many Thai *Running Man* Facebook fan pages show how fans believe that the removal was implemented from a US server³³. A similar view is also shared among the interviewed fansubbers:

My fansubs were once swept out by MBC³⁴ when I created fansubs of previews or drama series for a fan page of Korean series. [Interviewee 6]

Yes, SBS removed fansubs... They took the action very seriously. Some fan pages even got a warning notice, but our page didn't get any, though. [Interviewee 10]

These are examples of attempts made by the copyright holders to control the circulation of fansubbed materials in the hardsub version as explained in Section 3.2.3. A similar incident occurred with Thai fansubs of Korean programmes in 2016 as mentioned in Section 1.1. Reasons for the removal of fansubs can vary in different social settings. For example, the removal of copyright audiovisual contents in Thailand is believed to be initiated by the media industry, while in China, it was the State that took control of online activities and forced the closure of fansubbing communities (Chen 2014; Li 2013).

³³ <https://www.facebook.com/RunningManLand?fref=ts> (Last accessed 23 November 2013); <https://www.facebook.com/pages/KSfunny-runningman-Fan/498337666906080#> (Last accessed 12 December 2013)

³⁴ The name of a Korean broadcasting company [<http://www.imbc.com/>]

Additionally, the protection of copyrighted materials is implemented by social networking sites, including Facebook, YouTube, and Dailymotion, which are the most well-known distribution platforms of fansubbed materials. These sites have the capability to automatically detect the use of licensed content made without the permission of the copyright holders. Such measures demonstrate social networking sites' legal responsibilities in support of the content owners.

Legal measures are also implemented by the social networking sites against the use of unauthorised content on online platforms with direct implications for fansubbing activities. In the case of Thai fansubbing, Facebook is a very popular choice as an online platform for fansubbing communities (see discussions in Chapter 7). However, the site has a policy involving copyright issues which can affect fansubbing practices. When posting the licensed content, which is alleged to be a copyright violation, a warning message is issued as illustrated in Figure 8.1 with the automatic removal of such content. Moreover, Interviewee 6 stated that the user's account can be blocked according to the Facebook's legal policy.

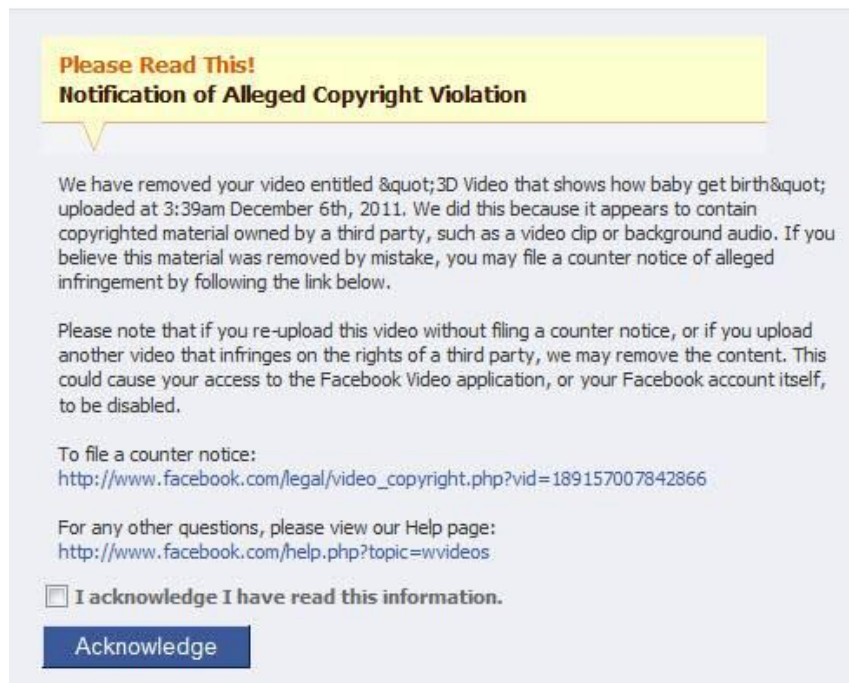


Figure 8.1: Example of Facebook Notification of Alleged Copyright Violation

Although the interviewed fansubbers are aware of copyright issues in fansubbing, they justify their practices by providing their own ethical reasons. These reasons are predominantly driven by the fansubbers' deep emotional involvement with their favourite content, which is shared in online communities, presenting the networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) as shown in the following discussion.

The interviewed fansubbers emphasise that their intention is to produce and distribute fansubs to serve their fandom and for other fans who share these common interests:

Fansubbers are only a few out of all fans of *Running Man*. But, they put a lot of effort in for every fan, those who love *Running Man* to view the programme. [Interviewee 3]

We translate because we admire the actors/actresses in the drama series... Actually, we do not intend to violate copyright laws at all. [Interviewee 7]

We are fan clubs. We don't have any hidden motives and gain any profits from fansubbing... We are *Running Man* fans, and create fansubs because of the love [of the programme]. [Interviewee 10]

These extracts, in which fansubbers stress their love for the programme, show the fansubbers' justification based on the strong attachment to their favourite content, which was discussed in Section 7.1.2. This affect can influence fansubbers to believe that conducting fansubbing activities is not morally wrong as they produce and circulate fansubs to serve their fandom and other fans, and that it is not a selfish act driven by personal gain. In their view, these moral reasons override the legal issues in fansubbing.

The fansubbers' ethical justifications are also related to the lack of financial rewards or profits from fansubbing. The interviewed fansubbers note that they have not received any monetary gains from distributing fansubs:

Our intention is to create fansubs for those who would like to watch them for free. We can improve our language skills and watch fansubs for entertainment. Actually, [fansubbing] can be wrong from a legal perspective. However, I believe that if we distribute fansubs for only a limited number of viewers and not for commercial purposes, [fansubbing] should be acceptable. [Interviewee 4]

We have to admit that although what we did [making fansubs] is based on non-monetary intention and it seems that we did nothing wrong, [fansubbing] is still

copyright violation. I just hope that KBS³⁵ and MBC will understand us.
[Laughing symbols] I mean please do not remove our fansubs too harshly.
[Interviewee 6]

These extracts demonstrate that fansubbers justify their fansubbing practices by emphasising the non-commercial purposes for producing and circulating fansubs, implying that they do not conduct fansubbing practices for personal monetary gains or to harm the media industry.

In addition, since fansubbers rely heavily on digital technologies as a fansub distribution platform for other fan community members to watch their favourite programmes (see Section 7.1.1), some fansubbers believe that fansubs being made available online can help promote their favourite programme and for the cast members who appear on the programme to be better known overseas:

We create fansubs so that Thai people have opportunity to watch a good programme. Actually, it is like we promote the programme for the broadcasting Channel... [Interviewee 9]

Actually, the actors/actresses can gain advantage from fansubbing communities as they become well-known. We can see that from the fan meeting. I think fan clubs should get credit [from their popularity] too. I don't think that the programmes alone, without fansubs, can help the actors/actresses become so popular. [Interviewee 10]

These extracts demonstrate fansubbers' belief that their fansubbing activities can be justified as an act of passion for their favourite content, which can ultimately benefit their favourite cast members and the programme itself. This shows that the justifications made by fansubbers not only focus on serving their own and other fans' interests, but also the belief that their actions ultimately support their favourite programmes.

As discussed so far, these justifications highlight fansubbers' ethical values in fansubbing which evolve around the concept of sharing in fansubbing communities, to which they are deeply connected at an emotional level. Such ethical values result in fansubbers contributing collectively and voluntarily to support fansub production and distribution. This shows the impact of networked affect (Hillis, Paasonen, Petit 2015), which leads to a form of immaterial labour where individuals, driven by shared emotional attitudes, collaboratively contribute their voluntary efforts and knowledge in cultural

³⁵ The name of Korean broadcasting company [<http://english.kbs.co.kr/>]

production on digital platforms (Terranova 2013). These ethical justifications are in agreement with the discussions on the ethics of fansubbing found in the literature (e.g. O'Hagan 2013; Ito 2012; Pantumsinchai 2012) as discussed in Section 3.2.3. Fansubbers' ethical beliefs can also be part of the participatory culture where fansubbers make a voluntary effort to collaborate in fansubbing on digital platforms (Lee 2010). These shared values in fansubbing communities are also similar to those in community translation practices which focus on the shared values and commitment in communities, building supportive environments to create translations (Drugan 2011; Pym 2012) and showing a sense of collective identity in fansubbing groups formed in digital platforms (Li 2015).

The interviews show that when fansubbers were asked whether they were interested in becoming a professional translator, fansubbers, such as Interviewees 2, 7 and 10, stated that they have no intention of becoming one. This suggests that fansubbers are often driven by their shared emotional involvement in fansubbing and motivated by the intention to produce translation to serve the community first and foremost rather than earning a reputation to participate in the translation industry as professionals. Such emotionally-driven actions by fansubbers to produce fansubs in digital platforms can emphasise the impact of networked affect (Hillis, Paasonen and Petit 2015) in fansubbing that encourages fansubbers to voluntarily continue their collaboration in fansubbing activities. These results align with the motivations of volunteer translators who were observed in a community translation example, such as Wikipedia (McDonough Dolmaya 2012) as discussed in Section 3.1.2.

Not only do positive affects, such as strong attachments to favourite content and engagement in fansubbing, have an impact on fansubbers' ethical justifications in fansubbing, but also culture plays a crucial role in their ethical attitudes when producing and circulating fansubs in the communities. It is evident that the interviewed fansubbers have an awareness that the use of unauthorised content in fansub production and distribution involves copyright infringement:

Actually, we seem to participate in an illegal activity because we don't purchase the copyright. [Interviewee 3]

[When fansubs were removed,] we have to accept it...Although it is like we did nothing wrong, [fansubbing] can be considered copyright violation... [Interviewee 6]

[Removal incidents of fansubs] are normal because of copyright issues... [Interviewee 8]

Such awareness is also shared among non-translating fans. When the surveyed fans were asked about their feelings towards the incidents of fansubs removals, they expressed the following opinions:

I feel frustrated, but it is related to a copyright issue. [Fan Respondent 31]

I feel sorry [that the subtitles were removed], but I understand that it involves the legal implications. [Fan Respondent 41]

I feel frustrated, but I understand the reason why fansubs are removed. [Fan Respondent 70]

Although both fansubbers and non-translating fans are aware of the legal issues, they continue to participate in fansubbing practices. They make the best use of available technological tools to come up with an alternative solution following the removal of fansubs. The study data show that fansubbers pursue all technological avenues to best serve their emotional involvement in fansubbing. Measures which fansubbers have resorted to following the removal of fansubs reveal how Thai fansubbers deal with the legal issues in their own way through the savvy use of technology as discussed below.

In the case of Interviewee 7, her fansubbing team did not want to be involved in copyright violation. The leader and her team members therefore agreed to circulate fansubs only in the softsub version, where the subtitles are distributed in a text file without being embedded in the licensed audiovisual materials. In contrast, other interviewed fansubbers who circulated fansubs in hardsub version resorted to various measures including:

- (1) Re-uploading fansubs on their fansubbing communities [Interviewees 5, 8, 9]
- (2) Seeking another platform for sharing [Interviewees 1, 3, 4]
- (3) Limiting access within a closed group [Interviewee 1]
- (4) Creating another user account in case of being blocked [Interviewees 2, 3, 6]
- (5) Using a URL shortening service before accessing fansubbed materials [Interviewee 8, a fansubbing community stated by Interviewee 6]

In most cases the interviewed fansubbers decided to continue using Facebook as a distribution platform of fansubs even after incidents where the fansubs had been removed, and re-uploaded their fansubs to their fansubbing communities on Facebook:

I have the original fansubbed file stored on my desktop computer. So, I split the file into segments, and re-upload them. [Interviewee 3]

If the fansubs are removed, I can re-upload them. It is the spirit of a fansubber. [Laughing symbol] This problem occurs very often for fansubbers. [Interviewee 5]

If my fansubs are removed, I will just re-upload them. It [Re-uploading] takes only a few minutes. I have fast-speed Internet. [Laughing symbol]. [Interviewee 8]

Selecting the same platform to redistribute fansubs shows that fansubbers take into account the viewing behaviours of non-translating fans since this platform is considered popular among fans as discussed in Section 7.1.1. The redistribution of fansubs also underlines the determination of fansubbers, driven by their emotional involvement in fansubbing, to continue serving other fans despite the legal challenges. This high priority for preserving fandom and the defiance for the copyright laws are summed up by Interviewee 5, when she describes the act of reuploading fansubs as “the spirit of fansubbers”.

Another measure which fansubbers have resorted to is to seek other distribution platforms, such as *BitTorrent*, free peer-to-peer video file sharing sites, or rented servers so that they can continue their interest-driven practices of fansubbing. Realising that they were being monitored by copyright holders, the interviewed fansubbers circulated fansubs on other platforms in order to avoid their fansubs being removed:

We once thought of uploading fansubs on another platform because of the copyright issue. [Interviewee 1]

After fansubs were removed by SBS, I mainly upload fansubs on the weblog and use Facebook page for updating news... Normally, I upload fansubs on many platforms as a precaution. So, I didn't get affected in the latest removal incident because not all of my fansubs had been removed. [Interviewee 4]

In addition, fansubbers attempt to tighten fansub circulation to prevent their fansubs from being taken down. They take advantage of Facebook's function, which allows users to create a private group online. Fansubbers then form a separate closed group for fansub circulation:

Our fansubbing team discussed where we should upload our work [fansubs]. We actually have our separate group for handling and managing

our work. So, we consulted whether we should create a private group like that. We learned that the uploaded works within a private group, despite being shared outside the group, cannot be viewed if you are not the member. So, we think this measure is quite safe [for fansub circulation]. [Interviewee 1]

Interviewee 8 also said that some fansubbing communities even set a password for gaining access to the fansubbed materials. Such a measure is expected to limit the number of non-translating fans who can access fansubs in order to control the number of fansub circulation elsewhere online.

Some fansubbers, such as Interviewees 2, 3 and 6, took a precautionary measure by creating multiple user accounts on Facebook. When one account is blocked due to the involvement of unauthorised content, they can still use another account to continue their fansubbing activities:

I have another account for posting my fansubs. If that account is blocked, I can still keep another as my fan page. [Interviewee 3]

Yes, I have another account as a backup. [Interviewee 6]

Another measure is to add a link to their fansubs by using the URL shortening service. This is to prevent the viewers from directly sharing the fansubbed materials outside the fansubbing communities. The interviewed fansubbers, including Interviewees 6 and 8, believe that this method makes it more difficult for copyright holders to take down their fansubbed materials:

We may add the URL shortening link to hide our fansubbed materials, and select the option which does not add the advertisements on the link because we have no intention to gain monetary profits. [Interviewee 8]

Moreover, non-translating fans are willing to help fansubbers to implement these measures. For example, Interviewee 1 said that the team sought help from non-translating fans in the closed group, asking the fans not to redistribute fansubs elsewhere. Moreover, Interviewee 3 stated that some non-translating fans voluntarily offered to help to reupload fansubs on their own fan page. Such assistance from non-translating fans supports the interrelationships between fansubbers and non-translating fans to keep their fansubbing communities in operation, despite the legal challenges that exist in fansubbing.

These measures highlight the way in which fansubbers seek new ways to serve their ethical beliefs towards fansubbing, to help other community fans to access favourite content, and to protect their fansubbing communities despite copyright implications. Resorting to alternative measures means that fansubbers consult with the team members and interact with non-translating fans. Being tech-savvy, fansubbers also exploit any available functions in the digital infrastructure and technological tools to test new ideas to handle the legal measures so that they can continue the practice. These interactions between fansubbers and digital technologies can deepen fansubbers' emotional involvement in fansubbing and foster the interrelationships between fansubbers and non-translating fans who are united by shared ethical values in fansubbing, which encourage these fans to continue their collaboration in fansubbing practices. This shows the networked affect where the interactions between human actors (i.e. fansubbers) and non-human actors (i.e. digital technologies) as discussed above can emotionally drive fan community members to continue their collective efforts in online activities (Hillis, Paasonen and Petit 2015). These attempts by fansubbers also demonstrate how fansubbers respond to the legal framework by exploiting the affordances of digital technologies in fansubbing practices. That is, fansubbers keep abreast of technological developments in order to continue fansubbing and controlling the use of unauthorised content in view of any legal implications.

The legal awareness shared in fansubbing communities and measures resorted to by Thai fansubbers can potentially be linked to the relatively relaxed attitudes towards legal issues in general in Thailand, which can be traced back to the historic trajectory of piracy of copyright contents rampant in the country. The copyright issue is often not perceived as the priority issue for the Thai government sector; hence, the domestic and international laws related to copyright have not widely been discussed among Thai people (Bhattarakosol 2007). Although legal actions have been taken against fansubbing activities in various social settings, such as the US and China, as addressed in Section 3.2.3, there have rarely been serious legal cases taken against online activities in Thailand as mentioned in Section 2.3.1. Therefore, Thai fansubbers might think that they would not be involved in such a legal case. With such carefree attitudes towards the use of unauthorised content in fansubbing, Thai fansubbers' ethical values in fansubbing seem to focus more on the benefit to the community, which is to serve other fan community members. These values on the interrelationships among fan community members and sharing benefits in the communities imply an underlying cultural influence of Buddhist belief in Thailand, i.e. the concept of compassion (Hongladarom 2014). The determination by Thai fansubbers to continue fansubbing in online communities despite legal challenges can arguably be traced to such deep-seated cultural

influences which affect shared ethical values of fansubbers to serve their fan community members, sustaining their collaboration in fansubbing practices.

8.1.2 Ethical hierarchy in fansubbing

The cultural impact on shared ethical values of fansubbers can also be addressed in the ethical hierarchy in Thai fansubbing practices, which shows the applicability of a pluralistic view (Ess 2014) in ethical consideration of the practices on digital platforms. Ethical pluralism takes into account culturally variable views of shared universal norms or values. As discussed in Section 8.1.1, fansubbers generally justify their fansubbing practices by focusing on the concept of sharing in fansubbing communities. Thai fansubbers also share similar ethical values in fansubbing to other fansubbing communities. However, the shared ethical values as addressed in Section 8.1.1 can lead to different interpretations, for example, as reflected on the beliefs extended by Thai fansubbing communities in response to legal issues and also on their use of technological resources available in digital environments. The ethical pluralistic view in Thai fansubbing is reflected in the methods Thai fansubbers use to produce and circulate their fansubs, which can be arranged into an ethical hierarchy. The hierarchy in Thai fansubbing according to the present study data is shown below (Table 8.1) in comparison with the ethical hierarchy proposed by Condry (2010) (see Section 3.2.3), starting from the least problematic to the most problematic:

Condry' ethical hierarchy in fansubbing (2010)	Thai ethical hierarchy in fansubbing
1. Fansubs of unlicensed shows	1. Fansubs in softsub version
2. Fansubs of shows licensed but not yet released	2. Fansubs in hardsub version
3. Fansubs of shows licensed and released as DVDs	3. Fansubs distributed with advertisements
4. Rips (i.e., direct copies) of released DVDs	4. Fansubs shared without permission or credits of fansubbers
	5. Fansubs sold for profits or bootlegging

Table 8.1: Comparison of ethical hierarchy proposed by Condry (2010) and in Thai fansubbing

As presented in Table 8.1, Condry's ethical hierarchy (2010) focuses on format and distribution of source texts. It takes into consideration the interrelationships between fansubbers and the legal framework by focusing on the extent of fan involvement with the licensed materials. This hierarchy generally shows key concerns to be the licensing of the shows and the release of the translation of copyright materials to the public as fansubs of unlicensed shows are considered to be the least problematic legally while the direct copies ('rips') of released DVDs is the most unacceptable action (see Table 8.1). Compared to the hierarchy by Condry (2010), the ethical hierarchy in Thai fansubbing communities has a particular focus on format and distribution of target texts. It also seems to be based on the extent of ethical values on serving community fans with no monetary gains. This could be interpreted according to a culturally-nuanced ethical view in that Thai fansubbers prioritise the consideration of their interrelationships with other fan community members and the benefit to the community. This in turn relates to the issue of personal gain through monetary reward for the fansub work which is considered by the Thai fansubbing communities as the lowest in their ethical hierarchy.

The least problematic hierarchy in Thai fansubbing is fansub circulation by providing a separate subtitle file (see no. 1, Table 8.1). As mentioned earlier in Section 8.1.1, Interviewee 7 and team members use this method. It is seen as the least problematic solution because fansubbers can share translations of their favourite content with other fans, and they are not involved in the distribution of the unauthorised materials which is considered as copyright violation. However, many fansubbers do not use this method, probably because they think that it is inconvenient for non-translating fans to separately download the source materials, as Interviewee 7 mentioned:

Most people view that downloading the source materials to watch with softsub is too difficult. They prefer watching through online streaming.

The above comment shows that this way, although having the least involvement in the legal issues, might not be able to serve other fans fully. By comparison, the production and distribution of fansubs in hardsub version (see no. 2, Table 8.1) can solve the above issue for non-translating fans, as fans can immediately watch fansubbed materials on online streaming. However, since subtitles are embedded into copyright materials, fansubs in hardsub versions are most likely to be considered as copyright infringement from a legal perspective, as mentioned in Section 8.1.1.

The methods of fansub circulation in 1 and 2 (see Table 8.1) serve the ethical justifications of fansubbing, which aim to help other fans to watch their favourite content for non-commercial purposes. These

methods imply a possible link between the ethical considerations of Thai fansubbing and the value of interrelationships between individuals in the community which is encouraged in Buddhism (Hongladarom 2014; Bhattarakosol 2007), as shown from examining Thai fansubbers' interrelationships with other fan community members.

The focus on the interdependence of individuals in the communities possibly influences Thai fansubbers' points of views on whether an action is considered ethical in fansubbing. That is, the more an action serves only personal monetary gains and disregards the collaborative efforts of fan community members, especially fansubbers, the more unethical such an action is deemed to be. This can be seen from 3, 4, and 5 in Thai ethical hierarchy (see Table 8.1), which are discussed below.

In some cases, fansubbers produce fansubs in hardsub version, and attach fansubs to the advertisement links or post the advertisements on their sites when they distribute the fansubs as mentioned in 3. Some fansubbing communities which have sought this method claim that the monetary profits gained from the advertisements help relieve the burden of the costs associated with renting distribution servers. They believe that renting such a server on the Internet helps prevent their fansubs from being removed by the third party due to the legal issues, thus, the justification for the cost. Such discussions concerning a way of producing and distributing fansubs often trigger different opinions among fansubbers. Some fansubbers believe that this can be acceptable as long as they link the advertisements to their own fansubs:

It is okay [to gain profits from advertisement links]. But, I am just afraid of getting a notice from SBS. [Interviewee 8]

Meanwhile, although Interviewee 9 does not seem to be against such a method, she thinks that the fansubbing team has to show a strong commitment by releasing fansubs faster than other groups:

I am a fan and love *Running Man*, so I want to create pleasing styles of fansubs. I do not expect to gain any profits from advertisements because now we make fansubs without any pressure to rush. If we add advertisement links and aim to attract viewers to gain profits from that, we have to release our fansubs faster. [Interviewee 9]

On the other hand, some believe that fansubbers should uphold their ethical values for fansubbing by not receiving any financial gain from the practices:

Actually, there is a 'Boost' function on Facebook, which we can link to our credit card. If there is a person clicking 'Like' to our clips, we can earn money from that. However, I do not want to do that because it is business-like. We do [set up fansubbing communities] because of our interest... [Interviewee 2]

I don't think [gaining money from posting the advertisement links] is appropriate. It is like earning profits at the expense of copyright holders. [Interviewee 10]

The above extracts show that distributing fansubs with advertisements (see no. 3, Table 8.1) trigger somewhat different opinions among fansubbers. That is probably because fansubbers can gain some monetary profits from attaching fansubs to advertisement links even though some would claim that those monetary gains are spent on renting servers to distribute fansubs to other fans. Therefore, there are fansubbers who believe that taking this approach and earning money cannot be fully deemed as serving the benefits of the community as a whole.

Sharing fansubs without permission or without giving any credit to the creators of fansubs (see no. 4, Table 8.1) is considered unethical by many fansubbers. They share their disdain towards such a method. For example, Interviewee 2 thinks that those who share the links to fansubs altogether in one website disrespect the laborious effort of fansubbers in fansub production. Similarly, Interviewee 6 strongly disagrees with people who copy fansubs created by another fansubbing group and distribute them as their own work. Interviewee 7 expressed her discontent by saying that those who take fansubs without permission and who do not give any credit to the fansubbers "have no manners and no ethics". These opinions among many fansubbers show their shared values on the collaborative effort in producing and distributing fansubs, suggesting fansubbers' belief in the interrelationships of the members in the communities. That is why individuals who disregard these values are viewed as unethical.

Finally, bootlegging (see no. 5, Table 8.1) is considered the most problematic and unethical practice in fansubbing. All of the interviewed fansubbers expressed their opposition against such an action. That is because bootleggers do not create translations of their own, but simply sell fansubs made by fansubbing teams for their own financial benefit without permission from the fansubbers. This method can be

considered as a clear contradiction against the ethical justifications of fansubbing to serve the fandom and for other fans with non-commercial purposes.

The Thai ethical hierarchy in fansubbing shows that Thai fansubbers have shared ethical values in agreement with other fansubbing communities which focus on producing and distributing fansubs for other fans to serve their fandom with non-monetary rewards as discussed in Section 8.1.1. Still, the cultural influence on Thai fansubbers gives rise to diverse interpretations of such shared ethical values in producing and circulating fansubs. As shown in this section, Thai fansubbers are likely to have more relaxed attitudes regarding legal issues and to focus on the interdependence of the members in the communities when conducting fansubbing activities. Thai fansubbers' attitudes towards legal implications possibly influence the way they avail of most proficient technological tools to produce fansubs in various forms, including softsubs and hardsubs, and distribute them using various methods, such as with or without the links to advertisements, based on their ethical values to fansubbing.

Ethical beliefs in fansubbing mean that Thai fansubbers show a strong opposition to actions which are against their own ethical justifications to fansubbing. However, in response to unethical actions, such as bootlegging, fansubbers seem helpless and unable to take any proactive action towards those who take their fansubs without their permission:

It [bootlegging] is terrible, but we cannot do anything about it. It depends on the ethical values of each person. [Interviewee 5]

There are a lot of those who reupload fansubs and sell them for their own profits. I am tired of fighting against them and decide to let it go by believing that such a decision is an act of merit-making.³⁶ [Interviewee 8]

These comments show the complexity of the impact of digital technologies on fansubbers and the legal framework. That is, the digital infrastructure and technological tools help fansubbers to fulfil their emotional involvement in fansubbing despite legal issues, by forming the communities where they influence one another, illustrating the networked affect in fansubbing. At the same time, the online technologies also provide an opportunity for those actions which are considered against their ethical values of fansubbing, such as reuploading fansubs without permission or selling fansubs for commercial purposes. For example, Interviewee 1 stated that there are some members in her closed group who

³⁶ Merit-making is a concept from Buddhism referring to doing good deeds for others in the hope that such deeds can benefit the person in the future or in the next life.

reuploaded fansubs outside the group, and some even created an application for selling fansubs online. The 'democratic' impact of digital technologies, where any individuals, both fans and bootleggers, can take advantage of technology to serve their own purposes in relation to fansubbing, can further support the ethical considerations in the use of available technological resources in translation practices at present (Kenny 2011). In addition, an extract from Interviewee 8, which links her decision to ignore the bootlegging to merit making in Buddhism echoes the implications of the influence of deep-seated cultural belief, i.e. Buddhist belief, on the ethical values of Thai fansubbers in fansub production and circulation.

Fansubbers attempt to take measures against unethical actions by seeking help from non-translating fans in their fansubbing communities. They use subtitling software to incorporate a message on fansubbed materials to communicate with other fans, stressing that the fansubs were created for free distribution, in the hope that the viewers who read the message would stop purchasing the materials from bootleggers:

There is no measure available to completely stop those who sell fansubs for commercial purposes. All we can do is to promote the fact that these fansubs are intended for free distribution. You don't have to buy them. If fans know that, they will probably stop buying [fansubs]. Those who steal fansubs for sale finally won't have any buyers. [Interviewee 9]

This shows the interdependence between fans, especially fansubbers, and technology where the latter facilitates the former to execute in action their values, i.e. ethical beliefs, and to interact with others on digital platforms. The digital infrastructure, i.e. social networking site, is also a communication platform for fansubbers to put pressure on the bootleggers. The following extract from Interviewee 1 demonstrates that fansubbers seek assistance from non-translating fans in the hope that fans will help stop bootlegging by not buying fansubs from the bootleggers. The extract also illustrates the actions fansubbers will take in order to deter the bootleggers (e.g. direct warning message and pressure from non-translating fans):

When we know the sites of bootleggers, we would send a request message [to stop selling our fansubs]. If we could not reach an agreement, we would use the mass [with non-translating fans] to put pressure on them.

This marks the interdependence between fansubbers and non-translating fans who have shared ethical values in fansubbing practices, where both parties together cooperate to stop unethical actions in fansubbing practices. These measures taken for unethical actions highlight the cooperation within fansubbing communities where fansubbers seek assistance from non-translating fans as well as the use of technological tools in handling the actions which are against fan community members' ethical beliefs. The measures demonstrate that shared ethical values in fansubbing communities can drive fan community members, especially fansubbers, to find a way to sustain their collaborative practices of fansubbing by forming cooperation between fansubbers and non-translating fans with the assistance of technologies.

8.2 Trust in Fansubbing Communities

Fan community members have not only shared ethical values, which help maintain collaboration in fansubbing communities, but also a shared mutual trust that strengthens and reinforces their interdependence in the communities. This section explains how fan community members, both fansubbers and non-translating fans, have formed and fostered their interrelationships in the networked environment of online communities through discussions of trust in terms of epistemic trust (e.g. Origi 2013, 2012).

8.2.1 Moral support in fansubbing communities

As discussed in Section 3.2.1, when translators adhere to ethics in translation, they gain the trust of other translation agents (Abdallah 2010; Chesterman 2009). This shows how ethical values can play a significant part in developing trust between translation agents. In the case of fansubbing practices, the ethical values in fansubbing discussed in Section 8.1 are not only shared among fansubbers, but also permeate among non-translating fans in the communities. The ethical values shared between fansubbers and non-translating fans can lead to trust in online communities. As fansubbers conduct fansubbing practices in line with their ethical values to serve their fandom and other fans in the communities, they show moral commitment to fansubbing activities. Fansubbers' commitments can

influence other community members and build trust in fansubbers which can be explained in terms of epistemic trust (Origgi 2012).

The fan survey shows that non-translating fans believe in the moral commitments of fansubbers, knowing that fansubbers produce and circulate fansubs to fulfil their own ethical justifications for fansubbing as discussed in Section 8.1.1. These are expressed in the following extracts:

[Fansubs] can raise the viewing ratings of the programmes and help promote the members or guests in the programmes. [Fan Respondent 1]

[Fansubs] might not affect the programme ratings [in the origin of the programme]. However, if there is a fan meeting, there will be many fans participating in the event. The programme also becomes well-known. [Fan Respondent 7]

[Fansubs] promote the programme and the actors/actresses who appear in the programme. They can pave the way for Korean media companies to have more channels to increase their income overseas and every sector can gain benefits. (For example, there are more people interested in visiting the programme's settings. Fan meetings can be held.) [Fan Respondent 43]

[Fansubs] help expand the fan base of the programme. Formerly, the fan base is limited to Korea or those who can understand Korean or English. Currently, the programme can gain fan clubs around the world. [Fan Respondent 78]

The above extracts relate to ethical values shared among community fans. As discussed in Section 8.1.1, one ethical justification for fansubbing is that fansubs can benefit the programmes and the cast of the programmes internationally. The viewpoints above demonstrate that non-translating fans support the ethical justifications presented by fansubbers for fansubbing, showing non-translating fans' beliefs in the moral commitments of fansubbers in fansubbing.

In addition to the belief that fansubbing helps promote their favourite programmes in a global context, non-translating fans believe that fansubbers help other fan community members to gain access to their favourite programmes:

[Fansubs] help fellow fans understand the programmes in their own language, and realise the charm of the programmes, developing love towards the programmes. [Fan Respondent 10]

[Fansubs] help viewers understand the programme and continue showing their support for the programme. [Fan Respondent 11]

If there are no fansubs, viewers would never understand the programme and finally lose interest in the programmes. That is because they cannot understand the foreign languages, making them unable to fully enjoy the programmes. [Fan Respondent 24]

The opinions of fan respondents demonstrate that non-translating fans believe in the moral commitments of fansubbers as the latter fulfil the ethical justification for fansubbing by producing and circulating fansubs for other fan community members.

Non-translating fans' belief in the moral commitment of fansubbers in fansubbing can result in their moral support for fansubbers in producing and distributing fansubs. The support given by non-translating fans can be shown in the form of emotional responses to the incidents of fansubs being removed from online platforms. The majority of fans stated that they were extremely sorry to hear that the fansubs had been removed. They also gave their sympathetic responses regarding such incidents:

It is terrible. I feel sorry and pity for fansubbers who sacrifice many things to make fansubs for others without gaining any profits. If the removal is caused by the owners of the programme, I can get over it. However, if fansubs are removed because someone breaks rules in fansubbing communities: by sharing links to other websites, reuploading elsewhere, copying for profits, I feel really pity for fansubbers. [Fan Respondent 20]

I don't understand why fansubs are removed. I want to rebuke anyone who removes fansubs. Fansubbers sacrifice their time and effort to create fansubs, but those who remove fansubs do not seem to care about such efforts. Viewers lose the chance to watch fansubs, and fansubbers probably feel resentment [Fan Respondent 27]

[I] feel sorry for fansubbers because they have no intention to violate copyright laws. They do it because they truly love the programme and want to share it with other fans. [Fan Respondent 37]

[I] feel very sorry and pity for fansubbers as they earnestly create fansubs. Some have to work, study, but they sacrifice their time to produce fansubs. I feel sympathy for them and would like to give them my support. [Fan Respondent 63]

These extracts of moral support from the non-translating fans for fansubbers highlight trust within fansubbing communities which is developed from the shared ethical values or moral commitments among fan community members. Non-translating fans believe that fansubbers contribute tremendously to produce and distribute fansubs for other members of fan communities. These contributions to fulfil the expectations of other members can build trust in the communities (Grasswick 2010). Furthermore, having shared values in fansubbing and a mutual interest in digital content allows non-translating fans and fansubbers to develop emotional connections in the form of attachments and can build trust within their communities (Fonagy and Allison 2014).

As Origgi (2013, 2012) explains epistemic trust, in addition to moral commitments, can be built from social interactions and personal relationships between individuals. The trust between non-translating fans and fansubbers in online communities can be illustrated through non-monetary rewards offered by non-translating fans. Examples of such rewards are social plugins, such as the 'Like' button on Facebook, comments, or conversations between fansubbers and non-translating fans. This gift exchange value through digitally-mediated interactions can develop the networked affect (Jarrett 2015) as such a form of reciprocity in turn can affect fansubbers' emotional attitudes, which motivate them to feel encouraged and maintain their voluntary efforts in fansubbing:

I feel proud that they click 'Like' [on my work], but I do not expect to get a large number of 'Like' supports. I prefer the comments from them, to have interactions with each other. I think it is better this way. When someone clicks 'Like', I will check my fansubbing community. However, I do not intend to count or view the number of those who clicked 'Like', but I want to read their feedback. [Interviewee 2]

The more I received 'Like', feedback and thanks [from non-translating fans], the more I want to make fansubs. [Interviewee 5]

Friends on my fan page are really nice. I have a good friendship with them. One of my followers on the fan page even messaged me, calling herself 'mom' [the term to show endearment and close relationship in Thai]. ... She wrote to me every day and we have become friends. This is the relationship which I have experienced. I feel delighted and happy to know that they [non-translating fans] gain happiness when they view my work... Whatever I post, my followers would show their appreciation and send me support, giving me the strength to continue fansubbing. [Interviewee 6]

I am practicing translation by simplifying my choice of words because my translation choices are too difficult to understand... My fellow fans made comments on that. [Interviewee 10]

The feedback and comments, including constructive criticism, from non-translating fans and fansubbers' reactions and viewpoints towards such feedback, as shown in the above extracts, illustrate trusting interrelationships among peers who have the same interests on digital platforms. The interfaces on social networking sites like Facebook also allow fan community members, especially fansubbers, to build relationships with each other, leading to engagement through the online interactions and discussions in terms of networked affect (Karppi 2015). Such engagement can encourage fans to continue their participations in fan activities (Jenkins, Ford and Green 2013).

These interrelationships between fansubbers and non-translating fans emphasise the critical importance of the interactive space of digital platforms in terms of generating networked affect, where peers' encouragement for each other in online spaces drive them to gain more experience in relation to topics of interest (Lindgren 2012). This highlights fansubbing communities as the affinity spaces (Gee and Hayes 2011), which further encourage fansubbers to enhance their skills and to participate in the practices. While fansubbers contribute their knowledge and skills to translation and to the technical aspects of fansubbing, non-translating fans show their support to encourage fansubbers, underlining the supporting role played by fan viewers in the communities (Ito 2012). This expands the concept of cross-functional team in affinity spaces (Gee and Hayes 2011) beyond those who are creators and also to those who are supporters in the same interest group. These close interrelationships of fansubbers and non-translating fans in the affinity spaces of fansubbing communities reflect mutual trust among fan community members which, as discussed in terms of epistemic trust, is built from the close social relations or bonds between individuals from their interactions in digital environments (Origgi 2013).

The trust shared among fan community members can also be seen from a comparison of the attitudes between fans and non-fans towards the impact of fansubs on the original programmes. The survey results illustrated in Figure 8.2 show that a majority of the fans (71%) believe fansubs have no negative impact on the foreign programmes. By comparison, the opinions of non-fans are clearly more divisive as 27% of the non-fans think that there would be a potential negative impact while 33% of non-fans are unsure of the impact of fansubs. The remaining non-fan respondents (40%) do not believe that there would be a negative impact on the programmes due to fansubs.

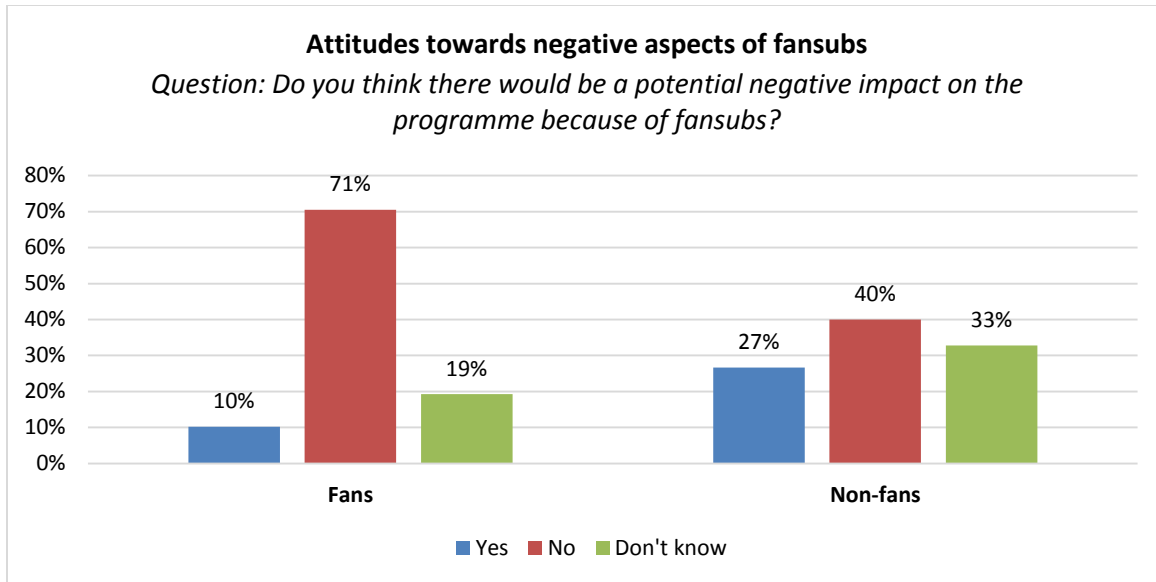


Figure 8.2: Fans' attitudes towards negative impact on the programme because of fansubs

Both the fan and non-fan respondents who think fansubs potentially could have a negative impact on the original programme were asked about the reasons for such attitudes. The survey results show that the non-translating fans made sympathetic and appreciative remarks about the fans' efforts to produce fansubs:

Some people take advantage of [fansubs] in a wrong way. There are ones who create fansubs for free, but some people snatch them and sell for their own profits. This is like a two-edged sword. [Fan Respondent 6]

There might be a certain loss [from selling the licence of the programmes]. While some countries/ companies purchase a licence to broadcast the programmes, fansubbing teams create fansubs for viewers for free. [Fan Respondent 9]

The above extracts suggest that despite knowing fansubs can negatively affect the copyright holders, non-translating fans seem to lean towards justifying fansubbing by giving ethical reasons in support for fansubbers. This suggests a sense of trust between non-translating fans and fansubbers, which has been developed from the bonds between fansubbers and fan members in the communities and their tacit understandings in terms of ethical beliefs or moral commitments (Origgi 2012) in fansubbing. By

comparison, the surveyed non-fans made comments from a more detached legal perspective with a focus on the benefits of copyright holders:

[Fansubs] involve copyright issues. The income from selling copyright materials can reduce. [Non-fan Respondent 56]

The income of the programme reduces because of copyright infringement. The sales of products in relation to the programmes also decrease. [Non-fan Respondent 65]

In the case where the licence of the programme has already been purchased, if fansubs are still made and circulated, some people will decide not to buy the product of the programme. They will also violate copyright law by watching fansubs. [Non-fan Respondent 121]

[Fansubs] are considered copyright violation. The copyright holders lose the opportunity to gain income because the programmes are available for free on the Internet. [Non-fan Respondent 122]

The non-fan respondents noted that the fansub production and distribution can cause the loss of income for the copyright holders and violate copyright laws. The remarks from non-fans reflect a different level of attachment to fansubs and less close relationships with fansubbers, compared to non-translating fans. Because non-fans have not had any interactions with fansubbers in the communities, they are not likely to have shared tacit understandings of the ethical values in fansubbing. This is shown in the lack of trust by non-fans towards fansubbers in producing and distributing fansubs since non-fans have not had shared experiences with members in the communities. These contrasting viewpoints between non-translating fans and non-fans highlight the interdependence formed by the former with the members of the fan communities where the moral commitments of individuals as well as their shared attitudes and experiences can build trust in the communities, as explained in terms of epistemic trust (Origgi 2012; Grasswick 2010; Daukas 2006). This form of trust arguably helps drive and sustain collaboration in fansubbing as the moral support shown by non-translating fans clearly encourages fansubbers to continue their voluntary efforts to produce and distribute fansubs.

8.2.2 Fansub quality

Trust in fansubbing communities is not only shown in the form of moral support given by non-translating fans to fansubbers, but is also reflected in non-translating fans' perceptions of fansub quality. This section discusses the way in which personal interactions between fan community members and their shared emotional involvement in fansubbing can build trust in online communities in terms of epistemic trust (Origgi 2012), leading to the non-translating fans' high regard for fansub quality.

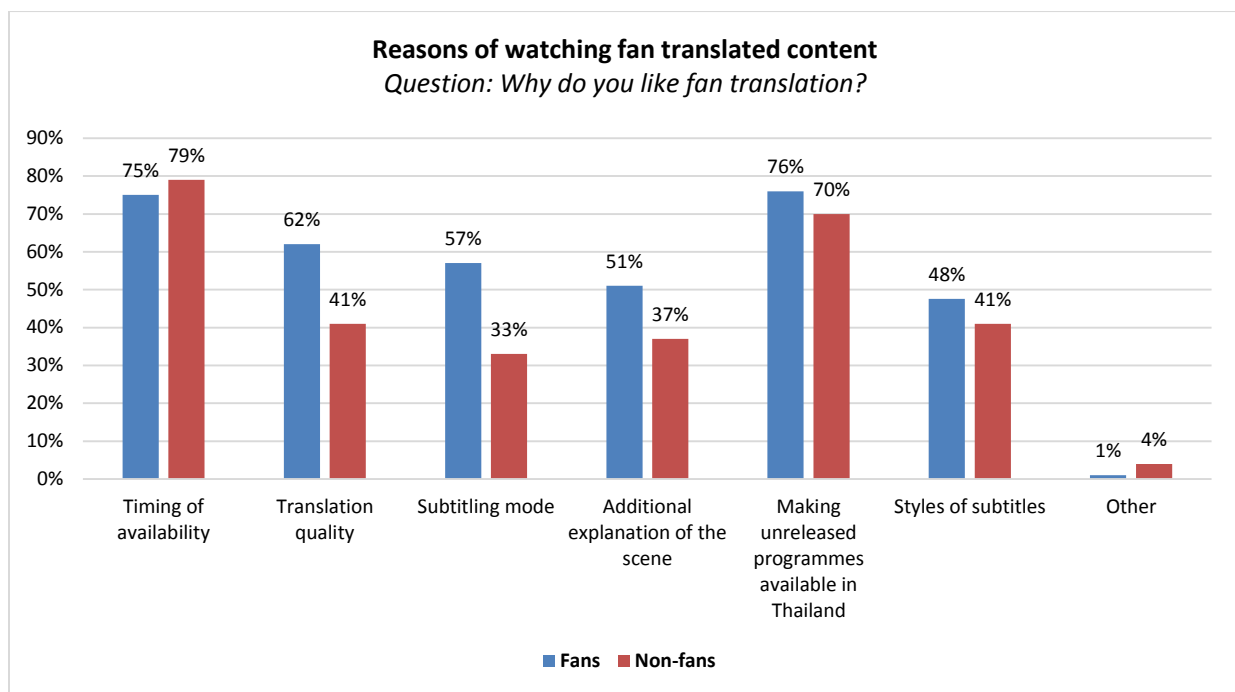


Figure 8.3: Reasons for the fan and non-fan respondents in watching fan-translated content

Figure 8.3 shows the reasons why the surveyed respondents like fan-translated content. Of the 79 fan respondents who were aware of fan translation, their top two reasons why they watch fansubs are: making unreleased programmes available in Thailand (76%) and timing of the release (75%). These results are not much different from those of non-fans and suggest that both groups believe that fansubs can solve the constraints in the official media distribution of foreign programmes in Thailand.

In terms of subtitle styles, the difference of results between both fans and non-fans is not significant, suggesting that nearly half of them appreciate the particular translation styles created by fansubbers

(48% of fans and 41% of non-fans). However, fans and non-fans seem to think differently about some features of fansubs. While the majority of the fans chose the subtitling mode (57%) and additional explanation of the annotation (51%) as their reasons for why they like watching fan translations, less than half of the non-fans share the same point of view (33% and 37% respectively). As discussed in Section 7.1.2, the subtitling mode and additional explanation of the annotation or translation of impact captions serve to fulfil fans' enjoyment when watching fansubs in the communities since fans believe they can gain a better understanding of the programmes, which shows their attachment to their favourite content. By comparison, non-fans seem to think differently and it is likely to reflect the different level of attachment between fans and non-fans to the content.

The attachment to foreign programmes which develops from watching fansubs with features as discussed in Section 7.1.2 seems to also affect the perceptions of fansub quality between fans and non-fans. As shown in Figure 8.3, 62% of fans selected translation quality as a reason why they like watching fan-translated content, whereas 41% of non-fans chose this aspect. Such a discrepancy in opinions is probably due to non-fans' distrust of non-professional translation. This could then be reflected on the issue of trust in fansub quality.

Unlike non-fans, many interviewed fansubbers and fan respondents think that fansubs are of high quality because of the fact that translations created by fansubbers meet the viewing expectations of the fans. As fansubbers fulfil the viewing expectations of their fan community members, a trust can be fostered among these members in terms of epistemic trust (Grasswick 2010) as shown in the following extracts:

I like watching fansubs created by [the name of fansubbing group] because I think they translate well and have pleasing styles of subtitles. [Interviewee 3]

The translation is created to serve our preferences. That is why it has high quality. The meaning is clear and easy to understand [Fan Respondent 12]

Translators pay more attention to the details in translation due to their interest in the programme. They use various colours and styles of subtitles. Simple word choices are selected so that the viewers can enjoy watching the programme [Fan Respondent 24]

[Fansubs] have eye-pleasing subtitles and high translation quality [Fan Respondent 59]

[Fansubs] are released quickly and the translation quality is excellent. I don't like the fact that a Thai TV broadcaster bought the copyrights for the

programme and produced a poor quality dubbed version. The dubbed version fails to express the feelings of the casts, and dubbers just dub without paying any attention to the dialogue. [Fan Respondent 76]

These extracts confirm that when fans enjoy watching fansubs on their favourite programmes, they feel engaged in these programmes. Many fan respondents, such as Fan Respondents 54, 58, and 63, also stated clearly that watching fansubs is “enjoyable” and helps them “gain viewing pleasure”. Not only are fans’ perceptions regarding translation quality related to their viewing expectations, but also their perceptions relate to the extent to which they can develop a range of strong emotional responses or affects to their favourite content. Fans’ engagement can be developed into a further attachment to their favourite content. If fans feel an attachment to their favourite programmes, it makes them feel emotionally linked to the fansubs and the quality of the fansubs. As discussed in Section 4.4.3 in relation to epistemic trust, such emotional involvement with one’s favourite content can build trust among individuals (Origgi 2012). This can be taken as evidence to show how fan community members hold a high regard on fansub quality based on their positive emotional reactions towards their favourite programmes.

Moreover, trusting the quality of the fansubs can also be linked to the interrelationships between fansubbers and non-translating fans in fansubbing communities as non-translating fans know that fansubbers use their expertise to produce high quality subtitles. Close connections between fansubbers and non-translating fans in fansubbing communities also affect the latter’s positive attitudes regarding fansub quality. These aspects can be seen in the following extracts:

[Fansubs] can better portray the feelings of each member in the programme [than the official translation]. That is because [fansubbers] normally have a thorough understanding of the personalities of each member. Therefore, they can translate by selecting the appropriate word choices for the members’ characteristics. [Fan Respondent 20]

[I like fansubs] because they are of a high standard. There is also communication between fansubbers and non-translating fans through comments. [Fan Respondent 38]

Fansubbing teams have experience in translating the humour in the programme. This helps the translation to be easily understood and to be able to convey the sense of humour in the programme. [Fan Respondent 82]

The above extracts show that non-translating fans assume that fansubbers have a deep understanding of the personalities and characteristics of the cast members in the programme. This suggests that fansubbers demonstrate genre expertise in their translations (O'Hagan 2013). Non-translating fans' belief in the expertise of fansubbers can possibly form trust in the eyes of the community members as addressed in terms of epistemic trust (Origgi 2012), leading fans to assume the subtitles are of a high standard. Furthermore, the shared communication environments in fansubbing communities, as mentioned above by Fan Respondent 38, can also strengthen the relationships between fansubbers and non-translating fans, leading non-translating fans to trust that they are watching high quality fansubs. This implies an environment of shared experiences and bonds in the communities which can foster trust among community members (Fonagy and Allison 2014; Daukas 2006), and the reputational cues of fansubbers gained from the interactions in an online communicative space, i.e. fansubbing communities, can also build trust among community members (Origgi 2013).

On the contrary, as illustrated in Figure 8.3, the survey results show that non-fans share the opposite views towards fansub quality. Non-fans who do not belong to fansubbing communities seem to question the quality of the translations produced by fansubbers. This is demonstrated in the following extracts:

The meaning in fansubs can be inaccurate. It is possible that viewers are misled by the fansubs. [Non-fan Respondent 8]

There are occasionally some errors in translation. For example, the misinterpretation of the content can lead to mistranslations. This results in low quality subtitles and the translated contents are not the same as the original. [Non-fan Respondent 10]

Fansubs can be mistranslated because their accuracy is not approved by the professionals. [Non-fan Respondent 47]

The content [in the original] can be misleading. Sometimes the translation [in fansubs] is of very low quality. Therefore, instead of appreciating [fansubs], some viewers stop watching [the fansubbed materials]. [Non-fan Respondent 88]

The above extracts reveal that there are some suspicions over the accuracy of translations made by fansubbers, signalling the uncertainty of the language skills of fansubbers in fansub production. This indicates that the credibility of fansubbers is quite low in the eyes of non-fans, leading to their mistrust in the translation quality of the fansubs.

The survey results manifest the different attitudes towards fansub quality between fans and non-fans. Non-translating fans show their trust in fansubbers through a combination of praise for the fansubbers' work and talk of close relationships with the fansubbers as they share an emotional involvement and have social interactions among community members as Origgi's discussion (2012) on epistemic trust predicts. That is, non-translating fans believe in high quality subtitles because fansubs can fulfil their viewing needs and provide an attachment to their favourite content. Moreover, they trust that fansubbers can produce high quality fansubs because of the fansubbers' expertise in the genre and close relationships with fansubbers in the online communities. The trust in fansub quality of non-translating fans shares similarities to the fan perceptions of fansub quality identified in Švelch (2013), where non-translating fans may overlook translation errors in the fansubs in their desire to show the 'silent gratitude' for fansubbers' efforts. In contrast, non-fans are not emotionally attached to the programmes, and they have not developed any close relationships with fansubbers in fansubbing communities. These are likely to be the reasons why non-fans pay more attention to translation errors in fansubs, and as a result show mistrust towards fansub quality.

Driven by the attachment to their favourite programmes when producing fansubs, fansubbers understand fans' viewing preferences, and produce translations with features which can meet the fans' expectations (see Section 7.1.2). That is one of the reasons why non-translating fans place their trust in the quality of the fansubs. This suggests that translation quality can be perceived socially from the interrelationships between actors in a translation network (Abdallah 2012). Trustful relationships in fansubbing communities, among fansubbers (see Section 7.3) and between fansubbers and non-translating fans as discussed in this section, point to high social value in this community translation practice, encouraging fansubbers to maintain their collaboration and continue with their fansub production and circulation in fansubbing communities.

8.3 Thai Fansubbing Community Actor Network

On the basis of the collected research data, each human and non-human actor and their interactions were identified in the first-level codes as discussed in Section 6.2.1. Then these first-level codes were reorganised into two themes as presented in Section 6.2.2. Based on the second-level codes, Chapter 7 discussed how fansubbers use digital technologies to collaboratively produce and circulate fansubs with

other community members, while this chapter has so far focused on the interdependence of fan community members in fansubbing which has formed shared ethical values and mutual trust that seems to be the key to sustaining collaboration in the activities. These interrelationships of fansubbers with other key human and non-human actors in fansubbing communities can be shown in the form of an actor network in fansubbing, titled *The Fansubbing Community Actor Network*, which is represented in a graphic form in Figure 8.4.

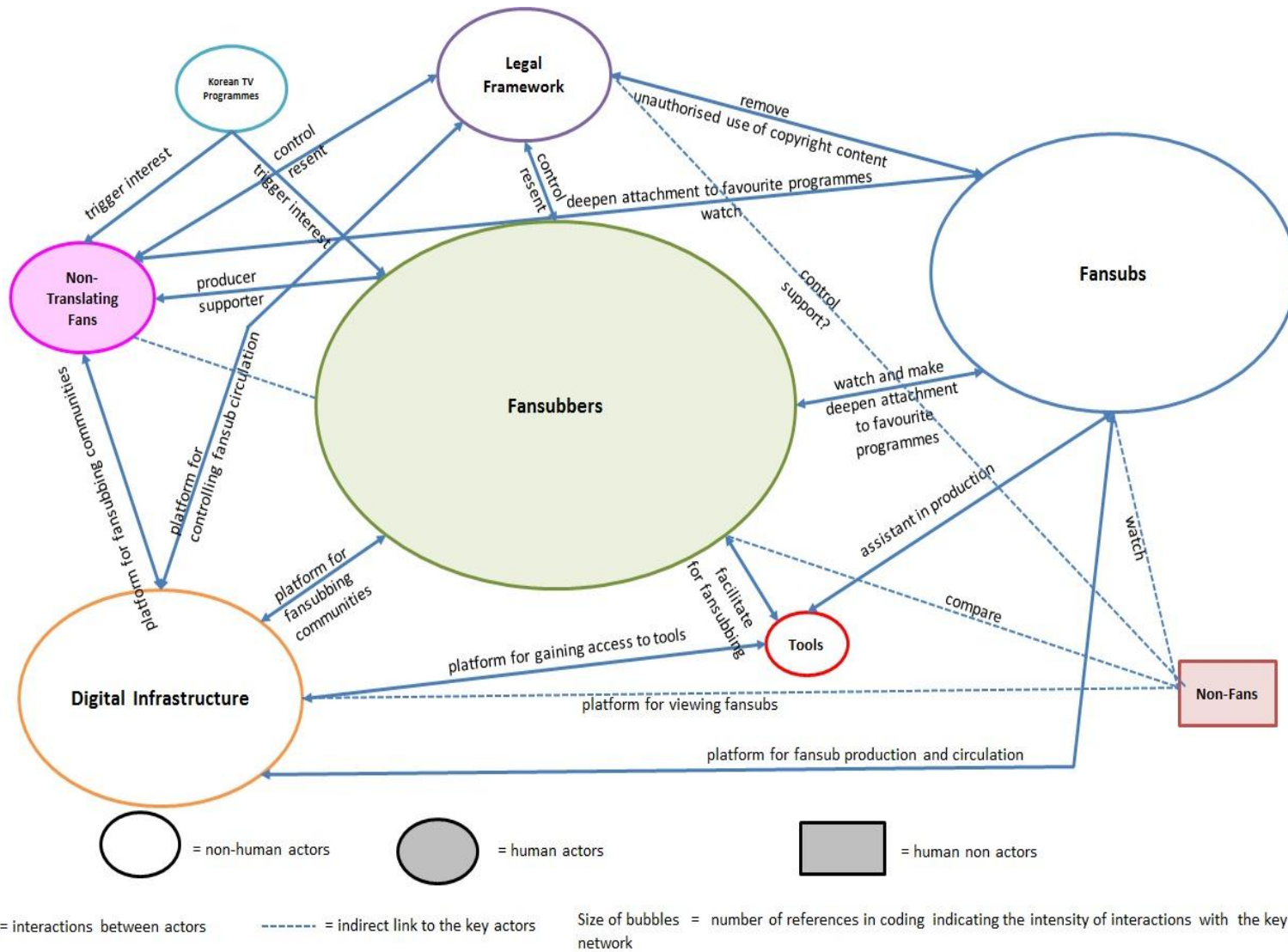


Figure 8.4: Thai Fansubbing Community Actor Network

Each key human and non-human actor in fansubbing communities in Figure 8.4 is presented in the colours as used in the first-level codes in Section 6.2.1 (see Figure 6.9). As identified in Section 6.1.3, these actors, illustrated in the bubble shapes, include fansubbers, non-translating fans, fansubs, digital infrastructure, technological tools, legal framework and Korean TV programmes. The node of non-fans is presented in a rectangular shape as a non-actor which does not belong to fansubbing communities. The interactions of non-fans with the actors in the fansubbing network are illustrated by a dashed line, indicating an indirect link with the key actors as a comparative dataset. The unidirectional link in the *Thai Fansubbing Community Actor Network* shows the roles of the actor as an intermediary which triggers other actors to take part in the practice, but its roles remain unchanged. The bidirectional link shows the roles of the actors as mediators whose roles are negotiated and transformed when interacting with other actors.

The size of the diameter of the shape representing each actor is shown in proportion to the number of counts when the collected data were coded under each node in the first-level coding. The node of fansubbers is the largest since fansubbers have the most interactions with other actors in the network, demonstrating their significant role in 'mobilising' fansubbing practices. Korean TV programmes, shown as an intermediary in fansubbing practices, trigger fan community members, both fansubbers and non-translating fans, to seek a platform to access translated versions of their favourite programmes. These fan community members interact with digital infrastructures, leading to the transformation of the latter's role from a communication platform into a viewing platform (see Section 7.1.1).

When fans interact with fansubs by watching them on an online viewing platform, some of the fans mobilise fansubbing practices by transforming their role from viewer to fan translator or fansubber. The interactions between fansubbers in the fansubbing team have transformed individual fansubbers to take various roles in the fansubbing network. Fansubbers become either learners or mentors when they share knowledge of fansubbing on online platforms, and as a result, the role of digital infrastructure has been transformed also into a learning platform for fansubbers (see Section 7.2.2). Each fansubber also takes on different roles, such as translator, editor, and typesetter when they collaboratively produce and distribute fansubs albeit primarily in non-professional translation contexts (see Section 7.3.1).

Technological tools are another key non-human actor in fansub production and circulation. Their roles are 'negotiated' when interacting with fansubbers through the fansubbing process by becoming facilitating tools for accessing source materials, translation, typesetting, etc. (see Section

7.2.1). The use of these technological tools in fansub production and circulation emphasises their indispensable role in fansubbing practices.

Fansubs are products made by fansubbers to fulfil their own expectations as viewers and to serve other members of the community such as non-translating fans who do not understand the source language when watching their favourite programmes. Fansubs also further promote and enhance fansubbers' and non-translating fans' pre-existing attachments to favourite content (see Section 7.1.2) and encourage both groups to engage in fansubbing practices.

Meanwhile, a legal framework serves to control the circulation of fansubs as fansubbing practices encroach on copyright issues which may rely on functions of digital infrastructure to remove fansubs from digital platforms. This causes a transformation in the network, for example, when removing fansubs forces fansubbers to use digital infrastructures and technological tools to resort to different measures so that they can continue with their fansub production and circulation (see Section 8.1.1). This also means that the legal issues function to stimulate the ability of the community members to exploit various technological solutions to the problem.

As fansubbers and non-translating fans share the same strong interest in Korean programmes, they have formed strong ties through interactions in fansubbing communities by using the digital infrastructure as their communication platform. These interrelationships between fansubbers and non-translating fans can develop into a trustful relationship and make an impact on the latter to take on the role as supporters for the former in fansubbing (see Section 8.2).

By comparison, non-fans are outsiders of the network in fansubbing and have not formed interactions with fansubbers and non-translating fans. As a result, non-fans do not share affects and values in fansubbing like fan community members although some of them have watched fansubs (see Sections 8.2). The non-fans also tend to display negative attitudes towards fansubbing practices. Such a difference in attitudes between fan community members and non-fans emphasises the special interrelationships which develop between fansubbers and non-translating fans within the network of fansubbing communities. This highlights the 'association' of heterogeneous elements in the communities, where not only humans (i.e. fansubbers and non-translating fans) but also non-humans (i.e. fansubs, digital infrastructure, tools, legal frameworks) become actors which have a tangible impact on fansubbing practices through their interactions with other actors. The 'enrolment' of these actors gives rise to the transformation of their roles and mobilises fansubbing practices in the communities, showing the association of these human and non-human actors in fansubbing. Such an association forges trustful relationships among fan

community members, especially fansubbers, encouraging them to engage in fansubbing practices, and sustaining their collaboration in fansubbing.

8.4 Concluding Remarks

This chapter addressed the second-sub question of how fan community members forge their interrelationships in fansubbing practices. It focused on the interrelationships of fansubbers and non-translating fans in fansubbing communities supported by strong evidence of shared ethical values and mutual trust which develop among fan community members. Shared ethical values among fansubbers are developed in the context of the attachment to their favourite content and engagement in fansubbing. Fansubbers value sharing as is evident in fansub production and circulation and justify their practices as ethical. They then exploit technological resources in finding solutions so that they can continue their practices although fansubbers constantly face potential legal challenges in producing and distributing fansubs due to the use of unauthorised copyright content.

In addition to the impact of fan affects on Thai fansubbers' ethical values, broader cultural beliefs are likely to influence Thai fansubbers as reflected in the ethical hierarchy in fansubbing. As explained in Section 8.1.2, the ethical hierarchy in Thai fansubbing emphasises the fansubbers' contribution without personal gains to other fan community members and the appreciation of other fan community members whose moral support contributes towards fansubbers' collaborative effort. This ethical hierarchy in Thai fansubbing is possibly linked to the generally relaxed attitudes of Thai people about legal matters and their values placed in the interrelationships of individuals as well as benefits of the communities as encouraged in Buddhism beliefs (Hongladarom 2014). The different interpretations of shared ethical values in fansubbing as manifested in the ethical hierarchy in Thai fansubbing support a more culturally nuanced view of ethics, which depends on the underlying cultural beliefs by individuals in a particular social setting (Ess 2014).

The analysis also showed that in fansubbing communities non-translating fans share similar ethical values in fansubbing. Non-translating fans believe in fansubbers' ethical reasons for producing fansubs, and place their trust in fansubbers, showing their belief in moral commitments of the latter in conducting the activities which lead to the building of epistemic trust (Origgi 2012). Fansubbers in turn gain trust from non-translating fans based on the contributions they make, i.e. fansub

production and circulation, to the communities (Grasswick 2010). Non-translating fans' trust is shown in the form of moral support which they have provided for fansubbers. In turn, non-translating fans' support is appreciated by fansubbers, revealing tacit understandings shared between fan community members. These close relationships among the members, including fansubbers and non-translating fans, foster further trust in the communities (Fonagy and Allison 2014). By comparison, those who do not belong to the communities are likely to show mistrust in the fan practices by discrediting them as dubious relating to the copyright issues.

Looking at the survey data, non-fans' perception of fansub quality reflects their mistrust of fansubbers and/or fansubbed materials. Many non-fans express negative views regarding translation quality of subtitles created by fansubbers. This contrasts clearly to fans in fansubbing communities, who believe that fansubbers can produce high quality translation. Non-translating fans seem to attribute their perceptions of the quality of fansubs to the fansubbers' established track record to produce subtitles which meet fans' requirements, and to act as experts on their favourite programmes. Such high regard for the quality of fansubs is likely due to close relationships forged between the fansubbers and non-translating fans based on their online interrelationships developed through interactions, stemming from the shared passion towards and understanding of their favourite content.

The study illustrated that fan community members, fansubbers and non-translating fans, share ethical values and develop mutual trust which are formed and fostered from shared affects, close social relationships and tacit understandings from within the communities. These values and trust forged among fan community members are at the heart of collaboration in fansubbing and its long-term survival in the face of various challenges, such as legal issues.

Chapter 9 Conclusion

9.1 Research Question Revisited: Collaboration in Thai Fansubbing

The present research set out to gain insight into collaboration in fansubbing practices. On the basis of empirical data, this study explored the under reported practice of fansubbing in Thai contexts as a non-professional translation activity performed by fans. The present research cast a spotlight on Thai fansubbers when they collaborate with other members in online communities of fans (see Section 1.2) with a focus on the way in which they use technology. The study further examined the way in which community members forge their interrelationships. In particular, it paid close attention to the largely overlooked role played by non-translating fans and that of digital technologies, as well as legal and ethical factors in consideration of wider socio-cultural contexts in Thailand.

The present research explored Thai fansubbing from a socio-technical perspective with its focus on the impact of digital technologies as a significant factor affecting interactions among fan community members. This lens allowed the researcher to examine the interrelationships formed between technology and human actors in some detail. It also treated as a key element the roles played by the technology which can be transformed by human actors in a social practice (Matthewman 2011, Latour 1991). To investigate the interactions between human actors and digital technologies within fansubbing communities, virtual ethnography (Hine 2008, 2000) was adopted as a data collection approach. The data consist of interviews with fansubbers, the online fan survey, and the non-fan survey as comparative data. The researcher's 'insider' status enabled her to draw on her own fandom and professional experience from the AVT industry in Thailand. This proved to be beneficial when approaching the study participants to collect the data. Since the interviewees and the researcher shared an interest in the same media text, the 'conversations' during the interviews could proceed unhindered, allowing the researcher to gain rich data of fansubbing practices. This could be seen from the duration of the interviews which lasted up to 4 hours for a single session (see Section 5.1.2). At the same time, the researcher was aware of her potentially subjective engagement and constantly reminded herself of the role of the objective researcher while collecting the interview data.

Collected data were analysed within the framework of Actor-Network Theory (ANT) (Latour 2005, 1987). ANT facilitated the exploration of the interactions of the actors forming a given practice with the equal inclusion of both human and non-human actors in this social practice. The framework guided the researcher to identify the key human and non-human actors in the fansubbing network and to probe at some depth the interactions of these actors in fansubbing communities. The application of ANT in the present study therefore helped to explicitly address the roles of digital technologies, treating the latter as one of the key actors in fansubbing. In addition, ANT enabled the current study to home in on the interactions of fansubbers with other key actors, such as non-translating fans, in online communities. The framework of ANT also allowed the researcher to consider the external factor, i.e. legal framework, as another key actor in the Thai Fansubbing Community Actor Network (see Figure 8.4). The focus on the legal dimension in the fansubbing network led the present study to look into the effect of legal issues on fan community members and vice versa, as shown in the way the members dealt with legal challenges by availing of the technology and emphasising their shared ethical values to justify their fansubbing practices.

The present study investigated in-depth collaboration in fansubbing by applying three concepts as interpretative tools in the analysis: affinity spaces (Gee and Hayes 2011), networked affect (Hillis, Paasonen, Petit 2015), and epistemic trust (e.g. Origgi 2013, 2012). They enabled the researcher to further illuminate the interactions of the key actors involved in fansubbing by focusing on the interdependence between fansubbers and non-translating fans as well as the interactions between fan community members and technologies. While affinity spaces highlighted the collaboration among individuals who had common interests facilitated by digital platforms, networked affect focused on affects which were developed from the interrelationships shared between humans connected on digital networks. Epistemic trust helped to underline the impact of shared affects and interrelationships between individuals relating to trust which is considered a potential key factor to sustain collaboration of fan community members in the networked environment.

The main research question of this thesis was:

How does collaboration develop in online communities of Thai fansubbers?

Collaboration in fansubbing was in turn investigated by answering two sub-questions and these are elaborated on in the next sections.

1.1 How do Thai fansubbers exploit technology and collaborate with other community members in the production and circulation of fansubs?

The study presented a micro observation of the interactions between fan community members, especially fansubbers, and digital technologies served as an essential tool and infrastructure in the *Thai Fansubbing Community Actor Network*. Fansubbers made the best use of online technologies, including software tools, online dictionaries and search engines, to fulfil their fansubbing purposes (see Section 7.2.1). Throughout the collaborative process of fansubbing, these tools assisted fansubbers to access the source materials for fansubbing, to translate their favourite programmes, to decorate subtitles, and to upload their finished products (fansubs) online for distribution. These tools also allowed fansubbers to produce fansubs with specific features, such as the timeframe for release, subtitling style and translation of impact captions, which met the viewing needs of other fan community members, as discussed in Section 7.1.2. In addition to playing an assisting role in fansub production and circulation, the technology became a facilitating tool for fansubbers to devise a solution for when their fansubs had been removed due to legal matters (see Section 8.1.1). In turn social networking sites, such as Facebook, became a collaborative platform for fansubbers and other community members to have digitally-mediated interactions where they shared their responsibilities and formed a cross-functional team for fansub production (see Section 7.3.1). The interactions of fansubbers on digital platforms not only led to fansub production but also to the formation of their interdependence in learning and improving fansubbing skills where newbie fansubbers gained knowledge of fansubbing from the more experienced members through communicating on digital platforms or sharing advice which was stored in digital archives like websites or video sharing sites (i.e. YouTube) (see Section 7.2.2). In addition to providing such a knowledge sharing space, the social networking sites became a platform for fan community members to access fansubs of their favourite programmes immediately after the original version was broadcast and to allow them to share the passion for their favourite content (see Sections 7.1.1 and 7.1.2).

The research findings demonstrated that these interactions between fan community members and digital technologies fostered deep emotional involvement or affect in fansubbing among fan community members. Since the fansubs made available online satisfied the fans' viewing expectations, these fansubs served to develop and increase shared affects among fan community members in the form of strong attachments to their favourite programmes (see Section 7.1.2). Some members acted on such affects by voluntarily becoming fansubbers and contributing their translation and technical skills to produce and distribute fansubs collaboratively. This collaboration

of fansubbers was found to further deepen their engagement in fansubbing and this was something which likely drove fansubbers to continue with their fansubbing activities despite the legal challenges (see Section 7.3.2).

The study found that collaboration in Thai fansubbing practices arises from the interactions between fan community members and digital technologies. This was shown specifically by the ways in which fansubbers used digital technologies: to gain knowledge of fansubbing, to produce and circulate fansubs, to take measures to circumvent the legal issues when fansubs were taken down, to develop interrelationships with other fan community members, and ultimately to satisfy fans' viewing needs through the consumption of fansubs, as discussed above. These interactions also deepened fansubbers' strong attachment to their favourite programmes and engagement in fansubbing, encouraged them to voluntarily collaborate in producing and distributing creative fansubs for other fan community members and allowed them to make creative use of technological solutions to sustain their fansubbing communities.

1.2 How do fansubbers and non-translating fans as community members forge their interrelationships in specific socio-technical settings of Thai fansubbing communities?

The study found that in addition to the interactions between fansubbers and digital technologies, collaboration in Thai fansubbing was demonstrated by the interdependence between fansubbers and non-translating fans that was formed within the *Thai Fansubbing Community Actor Network*, even when faced with legal challenges. Such interdependence was shown in the way they forged their relationships by having common ethical values in fansubbing (see Section 8.1) and building mutual trust in online communities in the process of fansubbing-related activities (see Section 8.2). The strong attachments fans have to their favourite programmes, which were developed when fans watched fansubs freely available on digital platforms, encouraged fan community members to believe in the ethical values of fansubbing that fansubs are produced and distributed to serve fandom and fan community members without seeking personal monetary gain. Such shared ethical beliefs were demonstrated when the interviewed fansubbers justified their fansubbing practices citing their own ethical reasons (see Section 8.1.1). In turn many surveyed fans expressed sympathetic views towards fansubbers when fansubs were suddenly removed due to legal reasons (see Section 8.2.1), suggesting that these fans also viewed fansubbing practices as ethical. These shared ethical values in fansubbing expressed by fan community members seemed to encourage

fansubbers to maintain their collaboration in fansubbing practices, as demonstrated in the way they persistently sought alternative avenues by using digital technologies to continue with their fansub production and circulation, despite potentially significant legal challenges (see Section 8.1.1).

In the particular Thai context addressed in this research, Thailand has a history of piracy with a generally relaxed attitude concerning legal issues while interrelationships between people in the community and communal good are prioritised in society, which most likely stems from underlying Buddhism beliefs and their focus on the benefit of the wider community. These underlying traits arguably help explain the ethical values of Thai fansubbers in fansubbing, and the interrelationships among the community members (see Section 8.1.2). The different methods used by the interviewed fansubbers in producing and circulating fansubs, such as fansubs in softsub and hardsub versions, could illustrate the decisions of fansubbers which were possibly derived from these socio-cultural impacts. These ingenious methods demonstrated the desire to fulfil the common good for the fan communities as a whole in that the fansubbers were determined to distribute fansubs to other fan community members, despite the possible legal repercussions involved. Meanwhile, these fansubbers showed strong opposition to their fansubs being distributed and sold to fans by other groups of fansubbers without permission and for their own personal gain. This was because these actions disrespected the spirit behind the collaborative effort in fansubbing and they went against the fansubbers' ethical values of distributing fansubs to serve their fandom and the benefit of fan communities.

The research indicated that shared ethical values in fansubbing in turn culminated in mutual trust among fansubbers and non-translating fans in online communities. The fan survey illustrated that non-translating fans believed in the moral commitments of fansubbers and the latter's contribution in producing and circulating fansubs. They also shared strong emotional connections with fansubbers through the treatment of their favourite content. These shared affects as well as ethical values which seemed to develop between fansubbers and non-translating fans possibly elevated non-translating fans' sense of gratitude towards fansubbers who are seen to be genre experts with the necessary language skills. This was shown by the non-translating fans' high regard for the perceived quality of fansubs in contrast to that by non-fans (see Section 8.2.2). Furthermore, non-translating fans rendered their moral support in the form of feedback and comments as a sign of their gratitude, albeit non-monetary, for fansubbers. In turn fansubbers gained encouragement from the unwavering support of non-translating fans to continue with their fansubbing practices (see Section 8.2.1). These responses from fansubbers and non-translating fans indicated a kind of mutual

trust that formed within the communities, forging interrelationships in fansubbing practices. This mutual trust between fansubbers and non-translating fans in fansubbing communities seemed to act as a catalyst to further encourage fansubbers to continue with their voluntary efforts in fansubbing, which led to the continuation of their collaboration in fansubbing communities on digital platforms.

In conclusion, the answer to the main research question lies in the *Thai Fansubbing Community Actor Network* (see Figure 8.4) which elicits the intricate interrelationships formed between human and non-human actors, with the deterring legal factors contributing in some way to the strengthening of the network, and to unleashing and sustaining fan collaboration in the digital era. Collaboration in Thai fansubbing was demonstrated as arising from the trustful interrelationships between fansubbers and non-translating fans in the networked environment of fansubbing communities. Such interrelationships have been forged by deep emotional involvement in fansubbing shared within the communities, further forming shared ethical values in fansubbing which were also likely influenced by the members' socio-cultural contexts. Mutual trust in these fansubbing communities encouraged fansubbers to voluntarily engage in fansubbing practices and to continue their engagement, despite some legal challenges or the lack of monetary rewards, by availing of digital technologies as tools and platforms to collaboratively produce fansubs in online communities and to circulate them for other members.

9.2 Contributions of the Present Research to the Existing Body of Knowledge

This thesis tackled collaboration closely intertwined with technology as the central notion of fansubbing. This empirical study examined in some detail the interrelationships between digital technologies and translation agents, i.e. fansubbers and non-translating fans, and also explored the interdependence between these translation agents in this non-professional translation practice. It found that collaboration in Thai fansubbing arose from the trustful interrelationships of fans who are driven by their deep emotional involvement with their activities, which channel their creativity to invent novel products, i.e. fansubs, and come up with novel ideas to seek the best use of technologies to continue with their translation practices despite legal implications.

The present study is an attempt to advance translation research in the direction of a socio-technical approach, which has not yet been adopted fully in translation studies. The application of the ANT framework in this study enabled the researcher to show the pervasive roles of technologies as tools

and platforms, forming essential micro as well as macro environments for human actors, especially fan translators, in non-professional translation practices (see Chapters 7 and 8). The diagram of *Thai Fansubbing Community Actor Network* (see Figure 8.4) as a research product helps visualise the anatomy of the interrelationships formed in the heterogeneous fansubbing network of actors within the ANT framework. This visualisation of often intangible webs of relationships makes a major contribution in the body of existing research on fan translation. Although the study was based on a relatively limited sample, it can be compared to or further built upon in other research which focuses on the socio-technical dimension in translation, for example, with a new set of data and a larger data sample or by developing a more sophisticated network analysis tool, such as Social Network Analysis (Risku, Rogl and Pein-Weber 2016).

The focus on affect and trust in this thesis provides a hitherto relatively unexplored dimension in translation studies research in terms of the human roles in technology-mediated collaboration. The empirical data in the current study showed affect as a key factor which drives fan translators to make a voluntary effort in community translation practices in Web 2.0. Trust was found to pave the way for sustaining the collaboration between translation agents, including translators and audiences, in translation practices albeit a non-professional kind. Although the current study discussed the issues of affect and trust within the limited scope of the three theoretical concepts (see Section 4.4), the findings in this study contribute to highlighting the importance of human factors in the technology-induced translation practices, which is becoming an area of interest among scholars working in the domain of translation technologies (Kenny 2017). This line of inquiry could complement the focus on the cognitive dimension of translation (Risku and Windhager 2013) in digital environments where distributed cognition plays a part in giving rise to and sustaining the collaboration in technology-mediated distributed translation practices.

The current study focused on the specificity of the local context and its influence on the actors in the fan translation communities, which in turn served to contribute to the continuing enlargement of the boundaries of translation studies beyond Euro-centric perspectives (Tymoczko 2009b). Little-known Thai translation practices were introduced in the current study, which is situated in the relatively new research area of non-professional translation in the form of fan translation. This thesis on Thai fansubbing can be considered the first such work carried out in the area in translation studies to provide valuable empirical data. It can contribute to setting the scene for future similar studies developing in Thailand or neighbouring Asian countries. The International Asian Translation Traditions Conference in Malaysia, which the researcher attended and at which she gave a

presentation, was evidence of an increasing interest in translation studies in Southeast Asia and it is anticipated that more contemporary forms of translation, such as non-professional translation (e.g. fan translation), will likely attract scholarly attention in the future.

In particular, the present study made a novel contribution to scholarship in the way in which it linked the discussion on ethical values especially tied to digital media ethics (Ess 2014) to non-professional translation. It took into account less apparent yet deep-seated influences of local cultural contexts in which the given translation practice takes place. The present research considered underlying factors such as the generally relaxed attitudes of Thai people towards copyright issues and the overall importance of interrelationships with people in communities in view of widely held beliefs that focus on the benefit to the community as highlighted in Buddhism (Hongladarom 2014). It suggested that these factors possibly influenced Thai fansubbers when they developed their shared ethical values to produce and circulate fansubs (see Section 8.1.2).

9.3 Limitations of the Present Research and Implications for Future Studies

9.3.1 Limitations of the present research

The research data were limited in terms of the sample size of the fan surveys and interviewees. The interview data were also collected within the limited scope of fansubbing communities. Since fansubbing practices are mainly conducted online and considered illicit activities, it was not possible to pin down the practitioners from every fansubbing community. Thus, the present research focused on a group of fansubbing communities centred on a particular media text, i.e. Korean TV programmes, and relied on the method of snowball sampling to approach the interviewed fansubbers. This small-scale study of the 10 Thai interviewed fansubbers therefore does not claim to be representative of the experiences of all fansubbers participating online, but it is hoped that the study provided some in-depth insight into the experiences and attitudes of real fansubbers currently engaged in fansubbing.

Moreover, the fansubbed materials were not presented in the current study although these materials could help provide a greater understanding of the creative works produced by collaboration in fansubbing communities. As fansubbers availed of unauthorised materials to produce fansubs, the use of fansubbed products has pointed to a potential issue in the researcher's conduct: whether access to such material was allowable even in the context of academic purposes.

Such an issue relating to research ethics remains a grey area according to the researcher's experience in preparing to seek ethical approval. The researcher consulted on this issue with both her funded institution in Thailand and home institution in Ireland with the assistance of her supervisors. While the former indicated no problem with the use of fansubbed materials for academic purposes, the latter provided no definite answer. The researcher's supervisor, Dr Minako O'Hagan, also mentioned that in Japan there are research rules in universities which disallow the researcher from accessing fansubs if they contain any illegal content (O'Hagan 2016, personal communication, 18 June). This information was given by participants who attended her talk in Tokyo for the Japanese Association for Interpreting and Translation Studies. To maintain integrity in research conduct, the researcher, therefore, decided not to use fansubbed materials in the current study.

In addition, the use of the ANT framework for analysis remains limited in translation studies, as mentioned by scholars, such as O'Hagan 2017, Risku and Windhager 2013, and Buzelin 2007, 2005. Therefore, the present research was conducted without the benefit of a large body of previous research in the discipline. The researcher is aware that she may not have used the capacity of the ANT framework to its full extent in applying it to the present study. The literature noted that the equal treatment of human and non-human actors in the implementation of the ANT framework can possibly undermine the subjectivity of the human actors because ANT does not differentiate between human and non-human actors and focuses particularly on the actual interactions between actors in the network. Due to such a focus, the ANT framework could overlook the impact of the human actors' historical experience in producing translations (Hekkanen 2009) and the impact of pre-existing social structures in translation practices (Buzelin 2007). Despite such criticisms, the use of the ANT framework in the analysis proved to be useful in the present research as the framework allowed the current study to identify actors and gain detailed observations of the interactions between agents of translation and digital technologies in translation practices.

9.3.2 Implications for future studies

Virtual ethnography adopted in the current study enabled the researcher to explore in-depth the interactions between fan participants and online technologies, which served as tools and platforms, within the fansubbing communities. This method allowed the data to be collected from direct experiences of the participants, helping the researcher to capture the transformation of the key

human and non-human actors' roles within the Thai fansubbing community actor network. The empirical virtual ethnographic data collected in this research provided an understanding of this non-professional translation as a social practice which is influenced by technological environments and the Thai contexts in particular. As manifested in the current study, the virtual ethnographic method can be usefully applied in future studies which aim to investigate community translation in Web 2.0 with a focus on the interactions of participants in digitally-mediated environments.

The discussions on the interrelationships between humans and digital technologies in producing and distributing translations in this thesis (see Chapter 7 and Section 8.1.1) showed the creative use of technologies by fan translators. Fansubbers availed of technological tools to produce fansubs with novel styles of visual and linguistic elements (see Section 7.1.2). In addition, fansubbers, who have the same ethical values to serve their fandom and other fan community members, relied on digital tools and platforms to come up with novel measures to continue fansubbing, even though there are legal implications related to this non-professional translation practice (see Section 8.1.1). The nature of fan creativity in technology-mediated translation environments calls for further investigation into developing aspects of the legal framework that can help serve the growth of creativity in non-professional translation practices in the digital era. The growing importance of technologies in translation practices as discussed in this thesis also supports future research into ethical considerations in the use of technology to produce and distribute translations.

The focus of this thesis on the interdependence between human actors, i.e. fansubbers and non-translating fans, was discussed in terms of trust (see Section 8.2). This thesis showed that trust can be fostered by close relationships between fansubbers and non-translating fans in affinity spaces and shared ethical values in fansubbing communities. Trusting relationships between fansubbers and non-translating fans can then create supportive environments for the former to maintain their voluntary efforts in producing translations. In professional translation contexts, trust built from negotiations between translators and audiences has been found to help improve translation quality (Risku, Weber and Milošević 2016). This suggests that translation quality can be perceived socially (Abdallah 2012), meaning that the interrelationships between actors in a translation network can affect translators to produce high quality translations. Future studies can therefore extend the investigation of trust building among translation agents with the aim of improving translation quality and working environments for professional translators.

References

- Abdallah, K. 2012. *Translators in production networks: reflections on agency, quality and ethics*. PhD thesis. University of Eastern Finland.
- Abdallah, K. 2010. Translator's agency in production networks *IN*: Kinnunen, T. and Koskinen, K. (eds.) *Translator's agency*. Tampere: Tampere University Press, pp.11-46.
- Abdallah, K. and Koskinen, K. 2007. Managing trust: translating and the network economy. *Meta* *LII*, 52(4), pp.673-687.
- Abercrombie, N. and Longhurst, B. 1998. *Audiences: a sociological theory of performance and imagination*. London: SAGE Publications.
- Ainslie, M.J. 2016. K-dramas across Thailand: constructions of Koreaness and Thainess by contemporary Thai consumers. *The Asia-Pacific Journal*, 14(7), pp.1-13.
- Allen, R.C. and Hill, A. 2004. Introduction to part seven *IN*: Allen, R.C. and Hill, A. (eds.) *The television studies reader*. London and New York: Routledge, pp.535-541.
- Amabile, T.M., Barsade, S.G., Mueller, J.S. and Staw, B.M. 2005. Affect and creativity at work. *Administrative Science Quarterly*, 50, pp.367-403.
- Anime News Network 2015. *Shueisha, Animate, Kodansha, Kadokawa, Shogakukan launch joint venture to promote anime, manga in Asia* [Online]. Available from: <http://www.animenewsnetwork.com/news/2015-09-02/shueisha-animate-kodansha-kadokawa-shogakukan-launch-joint-venture-to-promote-anime-manga-in-asia/.92429> [Accessed 6 August 2016].
- Antonini, R. and Bucaria, C. 2015. NPIT in the media: An overview of the field and main issues *IN*: Antonini, R. and Bucaria, C. (eds.) *Non-professional interpreting and translation in the media*. Frankfurt am Main: Peter Lang, pp.7-20.
- Aragon, C.R. and Williams, A. 2011. Collaborative creativity: a complex systems model with distributed affect. *IN*: *Chi 2011*. ACM Press, pp.1875-1884.
- AVI Recomp 2015. *Feature list* [Online]. Available from: <http://www.avirecomp.com/page.php?2> [Accessed 12 May 2016].
- AVS4YOU 2016. *AVS video editor 7.2* [Online]. Available from: http://www.avs4you.com/AVS-Video-Editor.aspx?__c=1 [Accessed 12 May 2016].
- Bachmann, R. 2011. At the crossroads: future directions in trust research. *Journal of Trust Research*, 1(2), pp.203-213.
- Baker, M. 2011. *In other words: a coursebook on translation*. 2nd ed. London and New York: Routledge.

- Baker, M. 2006. Translation and activism: emerging patterns of narrative community. *The Massachusetts Review*, 47(3), pp.462-484.
- Bangkok Post and Reuters 2016. NLA approves amended cybercrime bill 168-0. *Bangkok Post* [Online]. Available from: <http://www.bangkokpost.com/news/general/1161345/computer-crime-changes-rubber-stamped> [Accessed 19 December 2016].
- Banks, J. and Deuze, M. 2009. Co-creative labour. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), pp.419-431.
- Barra, L. 2009. The mediation is the message: Italian regionalization of US TV series as co-creational work. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), pp.509-525.
- Beamish, A. 2010. Contributors and lurkers: obstacles to content creation in a professional online community IN: Foster, J. (ed.) *Collaborative information behavior: user engagement and communication sharing*. Hershey and New York: Information Science Reference, pp.36-54.
- Bhattarakosol, P. 2007. Interactions among Thai culture, ICT, and IT ethics IN: Hongladarom, S. and Ess, C. (eds.) *Information technology ethics: cultural perspectives*. Hershey: Idea Group Reference, pp.138-152.
- BitTorrent 2016. *About BitTorrent* [Online]. Available from: <http://www.bittorrent.com/company/about> [Accessed 5 May 2016].
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C. and Taylor, T.L. 2012. *Ethnography and virtual worlds: a handbook of method*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Bogucki, Ł. 2009. Amateur subtitling on the internet IN: Díaz Cintas, J. and Anderman, G. (eds.) *Audiovisual translation: language transfer on screen*. London: Palgrave Macmillan, pp.49-57.
- Bold, B. 2011. The power of fan communities: an overview of fansubbing in Brazil. *Tradução Em Revista*, 11(2), pp.1-19.
- BSA 2016. *Seizing opportunity through license compliance: BSA global software survey*.
- Burk, D.L. 2007. Privacy and property in the global datasphere IN: Hongladarom, S. and Ess, C. (eds.) *Information technology ethics: cultural perspectives*. Hershey: Idea Group Reference, pp.94-107.
- Buzelin, H. 2011. Agents of translation IN: Gambier, Y. and Doorslaer, L.v. (eds.) *Handbook of Translation Studies: Volume 2*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pp.6-12.
- Buzelin, H. 2007. Translations "in the making" IN: Wolf, M. and Fukari, A. (eds.) *Constructing a sociology of translation*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp.135-169.
- Buzelin, H. 2005. Unexpected allies: how Latour's network theory could complement Bourdieusian analyses in translation studies. *The Translator*, 11(2), pp.193-218.P

- Byun, E.M. 2014. Impact of K-pop celebrity endorsement on Thai brand image. *IN: Zhu, J. (ed.) American society of business and behavioral sciences 21st Annual Meeting, February 20-23, 2014.* pp.134-147.
- Cadwell, P. 2015. *Translation and trust: a case study of how translation was experienced by foreign nationals resident in Japan for the 2011 great east Japan earthquake.* PhD thesis. Dublin City University.
- Callon, M. 1986. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay *IN: Law, J. (ed.) Power, action and belief: a new sociology of knowledge?* London: Routledge, pp.196-223.
- Callon, M. and Latour, B. 1981. Unscrewing the big Leviathan: how actors macro-structure reality and how sociologists help them to do so *IN: Knorr-Cetina, K. and Cicourel, A.V. (eds.) Advances in social theory and methodology: Toward an integration of micro- and macro-sociologies.* Boston: Routledge and Kegan Paul, pp.277-303.
- Calvo, R.A. and D'Mello, S.K. 2011. Introduction *IN: Calvo, R.A. and D'Mello, S.K. (eds.) New perspectives on affect and learning technologies.* New York: Springer, pp.3-10.
- Calvo, R.A. and D'Mello, S.K. 2010. Affect detection: an interdisciplinary review of models, methods, and their applications. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 1(1), pp.18-37.
- Chaffey, D. 2016. *Global social media research summary 2016* [Online]. Available from: <http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/> [Accessed 3 August 2016].
- Chapman, P. 2015. *Japan manga alliance seeks to expand overseas market* [Online]. Available from: <http://www.crunchyroll.com/anime-news/2015/09/06-1/japan-manga-alliance-seeks-to-expand-overseas-market> [Accessed 6 August 2016].
- Cheung, M. 2006. *An anthology of Chinese discourse on translation, volume 1: from earliest times to the Buddhist project.* Manchester: St Jerome Publishing.
- Chen, A. 2014. China cracks down on unofficial fan groups who subtitle hit American TV shows. *South China Morning Post.* [Online]. Available from: <http://www.scmp.com/news/china/article/1656544/china-cracks-down-unofficial-fan-groups-who-subtitle-hit-american-tv> [Accessed 8 December 2014].
- Chesterman, A. 2009. Ethics of translation *IN: Baker, M. (ed.) Translation studies, volume 3.* Abingdon and New York: Routledge, pp.34-43.
- Chesterman, A. 2007. Bridge concepts in translation sociology *IN: Wolf, M. and Fukari, A. (eds.) Constructing a sociology of translation.* Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp.171-183.
- Chesterman, A. 2006. Questions in the sociology of translation *IN: Duarte, J.F., Rosa, A.A. and Seruya, T. (eds.) Translation studies at the interface of disciplines.* Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp.9-27.

- Chiyasak, P. 2010. Copyright of Thailand. Available from:
www.teca.co.th/dmdocuments%5CBrief_Introduction.pdf [Accessed 19 November 2013].
- Choi, J. and Maliangkay, R. 2015. Introduction: why fandom matters to the international rise of K-pop *IN*: Choi, J. and Maliangkay, R. (eds.) *K-pop - The international rise of the Korean music industry*. Abingdon and New York: Routledge, pp.1-18.
- Clough, P.T. 2012. War by other means: what difference do(es) the graphic(s) make? *IN*: Karatzogianni, A. and Kuntsman, A. (eds.) *Digital cultures and the politics of emotion: feelings, affect and technological change*. Hampshire: Palgrave Macmillan, pp.21-32.
- Condry, I. 2013. *The soul of anime: collaborative creativity and Japan's media success story*. Durham and London: Duke University Press.
- Condry, I. 2010. Dark energy: what fansubs reveal about the copyright wars. *Project Muse*, 5, pp.193-208.
- Creative Commons 2016. *What we do* [Online]. Available from: <https://creativecommons.org/about/> [Accessed 16 December 2016].
- Creative Commons 2014. *About the licenses* [Online]. Available from: <http://creativecommons.org/licenses/> [Accessed 8 May 2014]
- Cressman, D. 2009. *A brief overview of actor-network theory: Punctualization, heterogeneous engineering & translation* [Online]. Available from: <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Cressman-ABriefOverviewofANT.pdf> [Accessed October 19 2017].
- Cresswell, K.M., Worth, A. and Sheikh, A. 2010. Actor-network theory and its role in understanding the implementation of information technology developments in healthcare. *BMC Medical Informatics & Decision Making*, 10(67), pp.1-11.
- Crunchyroll. 2014. *Premium membership plan comparison* [Online]. Available from: http://www.crunchyroll.com/premium_comparison [Accessed 8 May 2014].
- Culzac, N. 2014. What is BitTorrent? A short description of the file sharing protocol... *Independent [Online]*, 26 September. Available from: <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/what-is-bittorrent-a-short-description-of-the-file-sharing-protocol-9758805.html> [Accessed 11 May 2016].
- Czikszentmihalyi, M. 2013. *Creativity: the psychology of discovery and invention*. New York: Harper Perennial Modern Classics.
- Daukas, N. 2006. Epistemic trust and social location. *Episteme*, 3(1-2), pp.109-124.
- De Barra-Cusack, F. 2014. *A user-oriented study of metadata in focal.ie*. PhD thesis. Dublin City University.

- Denison, R. 2011. Anime fandom and the liminal spaces between fan creativity and piracy. *International Journal of Cultural Studies*, 14(5), pp.449-466.
- Department of Intellectual Property 2015. *Annual report 2015*. Nonthaburi: Department of Intellectual Property, Ministry of Commerce.
- Department of Intellectual Property 2014. *Annual report 2014*. Nonthaburi: Department of Intellectual Property, Ministry of Commerce.
- Dharmniti 2009. *Creative commons agreement launched in Thailand at Bangkok art centre*. [Online]. Available from: <https://www.dlo.co.th/node/190> [Accessed 15 January 2016].
- Dhipayos, R. 2016. *Digital TV ratings: what channels succeed or fail?* [Online]. Available from: <https://goo.gl/PBf9bj> [Accessed 15 January 2016].
- Díaz-Cintas, J. 2015. Technological strides in subtitling *IN*: Chan, S. (ed.) *The routledge encyclopedia of translation technology*. London and New York: Routledge, pp.632-643.
- Díaz-Cintas, J. 2010. The highs and lows of digital subtitles *IN*: Zybatow, L.N. (ed.) *Translationswissenschaft-Stand und Perspektiven: Innsbrucker Ringvorlesungszure Translationswissenschaft VI*. Frankfurt am Main: Peter Lang, pp.105-130.
- Díaz-Cintas, J. and Muñoz Sánchez, P. 2006. Fansubs: audiovisual translation in an amateur environment. *The Journal of Specialised Translation*, 6, pp.37-52.
- Digital Advertising Association (Thailand) 2014. *Thailand social media landscape 2014* [Online]. Available from: <http://www.daat.in.th/index.php/thailand-social-media-landscape-2014/> [Accessed 11 January 2016].
- DramaFever 2016. *About us* [Online]. Available from: <https://www.dramafever.com/company/about.html> [Accessed 15 January 2016].
- Drugan, J. 2011. Translation ethics wikified: how far do professional codes of ethics and practice apply to non-professionally produced translation? *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 10, pp.111-127.
- Duncan, S.C. 2012. Kongregating online: developing design literacies in a play-based affinity space *IN*: Hayes, E.R. and Duncan, S.C. (eds.) *Learning in video game affinity spaces*. New York: Peter Lang Publishing, pp.51-83.
- Duncan, S.C. and Hayes, E.R. 2012. Expanding the affinity space: an introduction *IN*: Hayes, E.R. and Duncan, S.C. (eds.) *Learning in video game affinity spaces*. New York: Peter Lang Publishing, pp.1-22.
- Dwyer, T. 2012. Fansub dreaming on Viki. *The Translator*, 18(2), pp.217-243.
- Electronic Transactions Development Agency (Public Organisation) 2015. *Thailand Internet User Profile 2015*. Bangkok: Ministry of Information and Communication Technology.

- Ess, C. 2014. *Digital media ethics: digital media and society series*. 2nd ed. Cambridge: Polity.
- Fernández Costales, A. 2012. Collaborative translation revisited: exploring the rationale and the motivation for volunteer translation. *Forum - International Journal of Interpretation and Translation*, 10(1), pp.115-142.
- Fiske, J. 1992. The cultural economy of fandom *IN*: Lewis, L.A. (ed.) *The adoring audiences: fan culture and popular media*. London: Routledge, pp.30-49.
- Flick, U. 2007. *Designing qualitative research*. London: SAGE Publications.
- Folaron, D. and Buzelin, H. 2007. Introduction: Connecting translation and network studies. *Meta* *LII*, 52(4), pp.605-642.
- Fonagy, P. and Allison, E. 2014. The role of mentalizing and epistemic trust in the therapeutic relationship. *Psychotherapy*, 51(3), pp.372-380.
- Fricker Jr, R.D. 2008. Sampling methods for web and e-mail surveys *IN*: Fielding, N., Lee, R.M. and Blank, G. (eds.) *The SAGE handbook of online research methods*. London: SAGE Publications, pp.195-216.
- Froman, M.B.G. 2015. *2015 special 301 report*. The United States Trade Representative.
- Gauntlett, D. 2015. *Making media studies: the creativity turn in media and communication studies*. New York: Peter Lang.
- Gauntlett, D. 2011. *Making is connecting: the social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and web 2.0*. Cambridge: Polity Press.
- Gee, J.P. 2012. Afterword *IN*: Hayes, E.R. and Duncan, S.C. (eds.) *Learning in video game affinity spaces*. New York: Peter Lang Publishing, pp.235-242.
- Gee, J.P. and Hayes, E.R. 2011. *Language and learning in the digital age*. London and New York: Routledge.
- Gibbs, G.R. 2007. *Analyzing qualitative data*. London: SAGE Publications.
- Gibson, W.J. and Brown, A. 2009. *Working with qualitative data*. London: SAGE Publications.
- Glăveanu, V.P. 2014. *Distributed creativity: thinking outside the box of the creative individual*. New York: Springer.
- Gouanvic, J. 2005. A bourdieusian theory of translation, or the coincidence of practical instances. *The Translator*, 11(2), pp.147-166.
- Goyne, T. 2016. *Aegisub manual* [Online]. Available from: <http://docs.aegisub.org/manual/About> [Accessed 12 May 2016].

- Grasswick, H.E. 2010. Scientific and lay communities: earning epistemic trust through knowledge sharing. *Synthese*, 177(3), pp.387-409.
- Hammersley, M. and Atkinson, P. 1995. *Ethnography: principles in practice*. 2nd ed. New York: Routledge.
- Harding, S. 2012. Making a difference? *The Translator*, 18(2), pp.339-361.
- Hartley, J. 2004. Democratainment *IN*: Allen, R.C. and Hill, A. (eds.) *The television studies reader*. London and New York: Routledge, pp.524-533.
- Hatcher, J.S. 2005. Of otakus and fansubs: a critical look at anime online in light of current issues in copyright law. *Script-Ed*, 2(4), pp.514-542.
- Hayes, E.R. and Gee, J.P. 2010. Public pedagogy through video games: design, resources and affinity spaces *IN*: Sandlin, J.A., Schultz, B.D. and Burdick, J. (eds.) *Handbook of public pedagogy: education and learning beyond schooling*. New York and London: Routledge, pp.185-193.
- Heine, C. 2014. *Korean dramas hook millennial viewers who speak Spanish and English: DramaFever viewership jumped 440% in a year* [Online]. Available from: <http://www.adweek.com/video/korean-dramas-hook-millennial-viewers-who-speak-spanish-and-english-157679> [Accessed 11 January 2016].
- Hekkanen, R. 2009. Fields, networks and Finnish prose: a comparison of Bourdieusian field theory and Actor-Network theory in translation sociology *Selected Papers of the CETRA Research Seminar in Translation Studies 2008*. [Online]. Available from: <https://www.arts.kuleuven.be/cetra/papers/files/hekkanen.pdf> [Accessed 12 August 2016].
- Hendriks, F., Kienhues, D. and Bromme, R. 2016. Trust in science and the science of trust *IN*: Blöbaum, B. (ed.) *Trust and Communication in a Digitized World: Models and Concepts of Trust Research*. Münster: Springer, pp.143-159.
- Hillis, K., Paasonen, S. and Petit, M. 2015. Introduction: networks of transmission: intensity, sensation, value *IN*: Hillis, K., Paasonen, S. and Petit, M. (eds.) *Networked affect*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, pp.1-24.
- Hills, M. 2002. *Fan cultures*. London and New York: Routledge.
- Hine, C. 2008. Virtual ethnography: modes, varieties, affordances *IN*: Fielding, N., Lee, R.M. and Blank, G. (eds.) *The SAGE handbook of online research methods*. London: SAGE Publications, pp.257-270.
- Hine, C. 2000. *Virtual ethnography*. London: SAGE Publications.
- Hongladarom, S. 2014. Buddhism and intellectual property rights: the role of compassion. *Journal of Buddhist Ethics*, 21, pp.435-452.

- Hongladarom, S. 2007. Analysis and justification of privacy from a Buddhist perspective *IN: Hongladarom, S. and Ess, C. (eds.) Information technology ethics: cultural perspectives*. Hershey: Idea Group Reference, pp.108-122.
- Hongladarom, S. 1999. Global culture, local cultures and the internet: the Thai example. *AI & Society*, 13, pp.389-401.
- Hongladarom, S. and Britz, J. 2009. Intercultural information ethics. *International Review of Information Ethics*, 11(10), pp.2-5.
- Hung, E. 2006. 'And the Translator Is -': translators in Chinese history *IN: Hermans, T. (ed.) Translating Others: Volume 1*. Manchester: St. Jerome Publishing, pp.145-160.
- Hung, E. 2005. Translation in China - an analytical survey: first century B.C.E. to early twentieth century *IN: Hung, E. and Wakabayashi, J. (eds.) Asian translation traditions*. Manchester: St. Jerome Publishing, pp.67-107.
- Ito, M. 2012. Contributors versus Leechers: fansubbing ethics and a hybrid public culture *IN: Ito, M., Okabe, D. and Tsuji, I. (eds.) Fandom unbound: Otaku culture in a connected world*. New Haven and London: Yale University Press, pp.179-204.
- Ivarsson, J. and Carroll, M. 1998. *Subtitling*. Simrishamn: TransEdit.
- Jarrett, K. 2015. "Let's Express Our Friendship by Sending Each Other Funny Links instead of Actually Talking": gifts, commodities, and social reproduction in Facebook *IN: Hillis, K., Paasonen, S. and Petit, M. (eds.) Networked affect*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, pp.203-219.
- Jenkins, H. 2010. *Fandom, participatory culture and web 2.0 - A syllabus* [Online]. Available from: http://henryjenkins.org/2010/01/fandom_participatory_culture_a.html [Accessed 30 March 2014].
- Jenkins, H. 2006. *When piracy becomes promotion*. Los Angeles: Reason Foundation.
- Jenkins, H. 2002. Interactive audiences? The 'Collective Intelligence' of media fans *IN: Harries, D. (ed.) The New Media Book*. London: British Film Institute.
- Jenkins, H. 1992. *Textual poachers: television fans & participatory culture*. New York and London: Routledge.
- Jenkins, H., Ford, S. and Green, J. 2013. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York and London: New York University Press.
- Jiménez-Crespo, M.A. 2016. Collaborative and volunteer translation and interpreting *IN: Angelelli, C.V. and Baer, B.J. (eds.) Researching translation and interpreting*. London and New York: Routledge, pp.58-70.
- Jin, D.Y. and Yoon, K. 2014. The social mediascape of transnational Korean pop culture: *Hallyu 2.0* as spreadable media practice. *New Media & Society*, pp.1-16.

- Johnson, D. and Grayson, K. 2005. Cognitive and affective trust in service relationships. *Journal of Business Research*, 58, pp.500-507.
- Karatzogianni, A. 2012. Wikileaks affects: Ideology, conflict and the revolutionary virtual IN: Karatzogianni, A. and Kuntsman, A. (eds.) *Digital cultures and the politics of emotion: feelings, affect and technological change*. Hampshire: Palgrave Macmillan, pp.52-73.
- Karppi, T. 2015. Happy accidents: Facebook and the value of affect IN: Hillis, K., Paasonen, S. and Petit, M. (eds.) *Networked affect*. Cambridge: The MIT Press, pp.221-234.
- Kartoon-Discovery.com 2007. *Revealing history of licensed manga in Thailand* [Online]. Available from: <http://www.kartoon-discovery.com/history/history3.html> [Accessed 5 August 2016].
- Keltner, D. and Haidt, J. 1999. Social functions of emotions at four levels of analysis. *Cognition and Emotion*, 13(5), pp.505-521.
- Kemp, S. 2016. *Digital in 2016: we are social's compendium of global digital, social and mobile data, trends, and statistics* [Online]. Available from: <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016> [Accessed 8 August 2016].
- Kendall, L. 2011. Community and internet IN: Consalvo, M. and Ess, C. (eds.) *The handbook of internet studies*. Oxford: Wiley-Blackwell, pp.309-325.
- Kenny, D. 2017. Introduction IN: Kenny, D. (ed.) *Human issues in translation technology*. London and New York: Routledge, pp.1-7.
- Kenny, D. 2011. *The ethics of machine translation*. Paper presented at the New Zealand Society of Translators and Interpreters Annual Conference, Auckland, New Zealand, 4th-5th of June.
- Kenny, M. A. (2008). Discussion, cooperation, collaboration. *The Interpreter and Translator Trainer*, 2(2), pp.139-164.
- King, E.M. 2012. The productive side of playing in the great indoors IN: Hayes, E.R., and Duncan, S.C. (eds.) *Learning in video game affinity spaces*. New York: Peter Lang Publishing, pp.103-128.
- Kinnunen, T. and Koskinen, K. 2010. Introduction IN: Kinnunen, T. and Koskinen, K. (eds.) *Translators' agency*. Tampere: Tampere University Press, pp.4-10.
- Kishimoto, M. 2008. TV Tokyo to stream Naruto via Crunchyroll worldwide. *Anime News Network* [Online]. Available from: <http://www.animenewsnetwork.com/news/2008-11-17/tv-tokyo-to-also-stream-naruto-through-crunchyroll> [Accessed 8 May 2014].
- Koulikov, M. 2010. Fighting the fan sub war: conflicts between media rights holders and unauthorized creator/distributor networks. *Transformative Works and Cultures* [Online]. Available from: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/115/171> [Accessed 10 July 2014].
- Kozinets, R.V. 2010. *Netnography: doing ethnographic research online*. London: SAGE Publications.

- Künzli, A. and Ehrensberger-Dow, M. 2011. Innovative subtitling: a reception study *IN: Alvstad, C., Hild, A. and Tiselius, E. (eds.) Methods and strategies of process research.* Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp.187-200.
- Lakarnchua, O. 2015. Examining the potential of fansubbing as a language learning activity. *Innovation in Language Learning and Teaching*, pp.1-13.
- Latour, B. 2005. *Reassembling the social: an introduction to Actor-Network-Theory.* Oxford and New York: Oxford University Press.
- Latour, B. 1991. Technology is society made durable *IN: Law, J. (ed.) A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination.* London: Routledge, pp.103-131.
- Latour, B. 1987. *Science in action: how to follow scientists and engineers through society.* Cambridge and Massachusetts: Harvard University Press.
- Law, J. 2007. Actor network theory and material semiotics pp. 1-21. [Online]. Available from: <http://www.heterogeneities.net/publications/Law2007ANTandMaterialSemiotics.pdf> [Accessed 24 January 2016].
- Law, J. 2004. *After method: Mess in social science research.* London and New York: Routledge.
- Lee, H. 2011. Participatory media fandom: a case study of anime fansubbing. *Media, Culture & Society*, 33(8), pp.1131-1147.
- Lee, H. 2010. Cultural consumer and copyright: a case study of anime fansubbing. *Creative Industries Journal*, 3(3), pp.235-250.
- Lee, S.J. 2011. The Korean wave: the Seoul of Asia. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2(1), pp.85-93.
- Leonard, S. 2005. Progress against the law: anime and fandom, with the key to the globalization of culture. *International Journal of Cultural Studies*, 8(3), pp.281-305.
- Lessig, L. 2008. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy.* London: Bloomsbury.
- Lévy, P. 1997. *Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace.* Cambridge: Perseus.
- Lewis, D.J. and Weigert, A. 2012. The social dynamics of trust: theoretical and empirical research, 1985-2012. *Social Forces*, 91(1), pp.25-31.
- Lewis, D.J. and Weigert, A. 1985. Trust as a social reality. *Social Forces*, 63(4), pp.967-985.
- Li, D. 2015. *Amateur translation and the development of a participatory culture in china - a netnographic study of the last fantasy fansubbing group.* PhD thesis. The University of Manchester.

- Li, D. 2013. *China's fansubbing community: a jianghu of underground heroes- (1) ten years' ups and downs* [Online]. Available from: <https://citizenmediamanchester.wordpress.com/2013/12/06/chinas-fansubbing-community-a-jianghu-of-underground-heroes-1-ten-years-ups-and-downs/> [Accessed 28 November 2014].
- Lindgren, S. 2012. 'It took me about half an hour, but I did it!' media circuits and affinity spaces around how-to videos on YouTube. *European Journal of Communication*, 27(2), pp.152-170.
- Löwgren, J. and Reimer, B. 2013. *Collaborative media: production, consumption, and design interventions*. Cambridge: The MIT Press.
- Luhmann, N. 2000. Familiarity, confidence, trust: problems and alternatives IN: Gambetta, D. (ed.) *Trust: making and breaking cooperative relations*, pp.94-107. Available from: <http://www.sociology.ox.ac.uk/papers/luhmann94-107.pdf> [Accessed 1 October 2016].
- Mackley, K.L. and Karpovich, A. 2012. Touching tales: emotion in digital object memories IN: Karatzogianni, A. and Kuntsman, A. (eds.) *Digital cultures and the politics of emotion: feelings, affect and technological change*. Hampshire: Palgrave Macmillan, pp.127-143.
- Manager 360° Magazine 1994. *Japanese mangas: billion-worth light stories* [Online]. Available from: <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=5193> [Accessed 16 December 2016].
- Mäntylä, T. 2010. *Piracy or productivity: unlawful practices in anime fansubbing*. Diplomityö. Aalto-yliopisto.
- Massidda, S. 2012. *The Italian fansubbing phenomenon*. PhD thesis. Università degli Studi di Sassari.
- Matichon 2016. *Analysis of new computer act: blocking for "public security-morality" still maintained* [Online]. Available from: <http://www.matichon.co.th/news/130357> [Accessed 9 May 2016].
- Matthewman, S. 2011. *Technology and Social Theory*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- McClarty, R. 2013. In support of creative subtitling: contemporary context and theoretical framework. *Perspectives: Studies in Translatology*, pp.1-15.
- McDonough Dolmaya, J. 2012. Analyzing the crowdsourcing model and its impact on public perceptions of translation. *The Translator*, 18(2), pp.167-191.
- McDonough Dolmaya, J. 2011. The ethics of crowdsourcing. *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 10, pp.97-110.
- McIntyre, P. 2012. *Creativity and cultural production: issues for media practice*. New York: Palgrave Macmillan.

- McLeod, C. 2015. Trust *IN*: Zalta, E.N. (ed.) *The Stanford Encyclopaedia of Philosophy*. Available from: <http://plato.stanford.edu/archives/fall2015/entries/trust/> [Accessed 22 July 2016].
- Meylaerts, R. 2008. Translators and (their) norms: towards a sociological construction of the individual *IN*: Pym, A., Shlesinger, M. and Simeoni, D. (eds.) *Beyond descriptive translation studies: investigations in homage to Gideon Toury*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp.91-102.
- Mikey-san. 2011. *Question corner: does FUNimation have the right to seek legal action against consumers?* [Online]. Available from: <http://www.onepieceatimeblog.com/2011/01/question-corner-does-funimation-have.html> [Accessed 28 November 2014].
- Milton, J. and Bandia, P. 2009. Introduction: agents of translation and translation studies *IN*: Milton, J. and Bandia, P. (eds.) *Agents of translation*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp.1-18.
- Mittel, J. 2013. Wikis and participatory fandom *IN*: Delwiche, A. and Henderson, J.J. (eds.) *The Participatory Cultures Handbook*. New York and Abingdon: Routledge, pp.35-42.
- Moorkens, J. 2012. *Measuring consistency in translation memories: A mixed-methods case study*. PhD thesis. Dublin City University.
- Munday, J. 2012. *Introducing translation studies: Theories and applications*. London and New York: Routledge.
- Nonnecke, B. and Preece, J. 2000. Lurker demographics: counting the silent. *CHI Letters*, 2(1), pp.73-80.
- Nornes, A.M. 2007. *Cinema babel translating global cinema*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Nornes, A.M. 1999. For an abusive subtitling. *Film Quarterly*, 52(3), pp.17-34.
- O'Brien, S. 2011. Collaborative translation *IN*: Gambier, Y. and van Doorslaer, L. (eds.) *Handbook of Translation Studies, volume 2*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp.17-20.
- O'Hagan, M. 2017. Deconstructing translation crowdsourcing with the case of a Facebook initiative: a translation network of engineered autonomy and trust? *IN*: Kenny, D. (ed.) *Human issues in translation technology*. London: Routledge, pp.25-44.
- O'Hagan, M. 2016a. Reflections on professional translation in the age of translation crowdsourcing *IN*: Antonini, R. and Bucaria, C. (eds.) *Non-professional interpreting and translation in the media*. Frankfurt am Main: Peter Lang, pp.115-131.
- O'Hagan, M. 2016b. *Translation studies 2.0 - how to study illegal and unethical translation in dynamic digital environments*. Keynote presentation ed. IUED Institute of Translation and Interpreting, Winterthur: 3rd International Conference on Non-Professional Interpreting and Translation.

- O'Hagan, M. 2016c. Game localisation as emotion engineering: Methodological exploration *IN*: O'Hagan, M. and Zhang, Q. (eds.) *Conflict and Communication: A Changing Asia in a Globalising World*. New York: Nova Science Publishers, pp.1-15.
- O'Hagan, M. 2013. Understanding fan-translation: pop culture and geeks too cool for translation schools? *IN*: Bayó Belenguer, S., Ó Cuilleain, C. and Ní Chuilleanáin, E. (eds.) *Translation right or wrong*. Dublin: Four Courts Press, pp.230-245.
- O'Hagan, M. 2012. From fan translation to crowdsourcing: consequences of web 2.0 user empowerment in audiovisual translation *IN*: Remael, A., Orero, P. and Carroll, M. (eds.) *Audiovisual translation and media accessibility at the crossroads: media for all 3*. Amsterdam and New York: Rodopi, pp.25-41.
- O'Hagan, M. 2011. Community translation: translation as a social activity and its possible consequences in the advent of web 2.0 and beyond. *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 10, pp.11-23.
- O'Hagan, M. 2010. Japanese TV entertainment: framing humour with open caption telop *IN*: Chiaro, D. (ed.) *Translation, humour and the media translation and humour, volume 2*. London: Continuum, pp.70-88.
- O'Hagan, M. 2009. Evolution of user-generated translation: fansubs, translation hacking and crowdsourcing. *The Journal of Internationalisation and Localisation*, 1, pp.94-121.
- O'Hagan, M. 2008. Fan translation networks: an accidental translator training environment? *IN*: Kearns, J. (ed.) *Translator and interpreter training: issues, methods and debates*. London: Continuum International Publishing Group, pp.158-183.
- Olohan, M. 2014. Why do you translate? Motivation to volunteer and TED translation. *Translation Studies*, 7(1), pp.17-33.
- Olohan, M. 2012. Altruism and voluntarism in the context of a nineteenth-century scientific periodical. *The Translator*, 18(2), pp.193-215.
- Olohan, M. 2011. Translators and translation technology: the dance of agency. *Translation Studies*, 4(3), pp.342-357.
- Olohan, M. and Davitti, E. 2015. Dynamics of trusting in translation project management: leaps of faith and balancing acts. *Journal of Contemporary Ethnography*, 26(1), pp.1-26.
- O'Reilly, K. 2009. *Key concepts in ethnography*. London: SAGE Publications.
- Origi, G. 2014. Epistemic trust *IN*: Capet, P. and Delavallade, T. (eds.) *Information evaluation*. Hoboken: John Wiley & Sons Inc, pp.35-54.
- Origi, G. 2013. Democracy and trust in the age of the social web *IN*: Bovero, M. (ed.) *Teoria politica: nuova serie annali III*. Madrid: Marcial Pons, pp.23-38.

- Origgi, G. 2012. Epistemic injustice and epistemic trust. *Social Epistemology*, 26(2), pp.221-235.
- Orrego-Carmona, D. 2015. *The reception of (non)professional subtitling*. PhD thesis. Universitat Rovira I Virgili.
- Orrego-Carmona, D. 2011. *The empirical study of non-professional subtitling: a descriptive approach*. Minor dissertation. Universitat Rovira i Virgili.
- Pantumsinchai, P. 2012. *Fans turned prosumers: a case study of an online fansubbing community*. Master of Arts in Sociology. University of Hawai'i At Mānoa.
- Park, J.S. 2009. Regimenting languages on Korean television: subtitles and institutional authority. *Text & Talk*, 29(5), pp.547-570.
- Pearson, R. 2010. Fandom in the digital era. *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*, 8(1), pp.84-95.
- Pederson, J. 2011. *Subtitling norms for television: an exploration focusing on extralinguistic cultural references*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Pérez-González, L. 2014. *Audiovisual translation theories, methods and Issues*. London and New York: Routledge.
- Pérez-González, L. 2013. Co-creational subtitling in the digital media: transformative and authorial practices. *International Journal of Cultural Studies*, 16(1), pp.3-21.
- Pérez-González, L. 2012. Amateur subtitling and the pragmatics of spectatorial subjectivity. *Language and Intercultural Communication*, 12(4), pp.335-352.
- Pérez-González, L. 2009. Audiovisual translation IN: Baker, M. and Saldanha, G. (eds.) *The routledge encyclopedia of translation studies*. 2nd ed. London and New York: Routledge, pp.13-20.
- Pérez-González, L. 2007. Intervention in new amateur subtitling cultures: a multimodal account. *Linguistica Antverpiensia*, 6, pp.67-80.
- Pérez-González, L. and Susam-Saraeva, Ş. 2012. Non-professionals translating and interpreting. *The Translator*, 18(2), pp.149-165.
- Perrino, S. 2009. User-generated translation: the future of translation in a web 2.0 environment. *The Journal of Specialised Translation*, 12, pp.55-78.
- Phetwirojchai, S. 2015. *JEDIYUTH IS (YOUR) BLOGGER: (master)youth movie guru in online world* [Online]. Available from: <http://goo.gl/rB341j> [Accessed 3 August 2016].
- Phillips, G. 2003. Legality of fansubs [Online]. Available from: <http://www.animenewsnetwork.com/feature/2003-06-08/3> [Accessed 31 July 2016].
- Picard, R.W. 1997. *Affective computing*. Massachusetts: The MIT Press.

- Picard, R.W. 1995. *Affective computing*. Cambridge: MIT Media Laboratory Perceptual Computing Section Technical Report No 321.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. and Tacchi, J. 2016. *Digital ethnography: principles and practice*. London: SAGE Publications.
- Premrsirat, U. 2010. *Thai research on the influence of South Korean culture and media on Thai society*. Academic Journal of Ratchaphruek College, 1, pp.1-13.
- Pym, A. 2012. *On translator ethics*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Pym, A. 2011. Translation research terms: a tentative glossary for moments of perplexity and dispute *IN*: Pym, A. (ed.) *Translation Research Projects 3*. Tarragona: Intercultural Studies Group, pp.75-110.
- Pym, A. 2010. *Exploring translation theories*. London and New York: Routledge.
- Pym, A. 2006. On the social and cultural in translation studies *IN*: Pym, A., Shlesinger, M. and Jettmarová, Z. (eds.) *Sociocultural aspects of translating and interpreting*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pp.1-25.
- Pym, A. 2001. Introduction. *The Translator*, 7(2), pp.129-138.
- Raído, V.E. 2014. *Translation and web searching*. New York: Routledge.
- Rananand, R.P. 2007. Information privacy in a surveillance state: a perspective from Thailand *IN*: Hongladarom, S. and Ess, C. (eds.) *Information technology ethics: cultural perspectives*. Hershey: Idea Group Reference, pp.124-137.
- Rembert-Lang, L.D. 2010. Reinforcing the tower of babel: the impact of copyright law on fansubbing. *Intellectual Property Brief*, 2(2), pp.21-33.
- Risku, H., Pein-Weber, C. and Milošević, J. 2016. "The task of the translator": comparing the views of the client and the translator. *International Journal of Communication*, 10, pp.989-1008.
- Risku, H., Rogl, R. and Pein-Weber, C. 2016. Mutual dependencies: Centrality in translation networks. *The Journal of Specialised Translation*, 25, pp.232-253.
- Risku, H. and Windhager, F. 2013. Extended translation: a sociocognitive research agenda. *Target*, 25(1), pp.33-45.
- Rodphothong, S. 2011. *Revolution of copyright infringement in computer software* [Online]. Available from: http://www.ecdpolice.com/index.php?modules=article&f=view&cat_id=1&id=20 [Accessed 5 August 2016].

- Roettgers, J. 2012. *DramaFever nabs \$4.5M to stream the world's TV shows* [Online]. Available from: <https://gigaom.com/2012/03/16/dramafever-series-b/> [Accessed 11 January 2016].
- Russ, S.W. and Wallace, C.E. 2013. Pretend play and creative processes. *American Journal of Play*, 6, pp.136-148.
- Saiyasombut, S. 2015. *Thailand's new (and controversial) cyber laws - part 1: Introduction* [Online]. Available from: <https://asiancorrespondent.com/2015/02/thailands-new-and-frankly-terrifying-cyber-laws-part-1-introduction/> [Accessed 11 August 2015].
- Saldaña, J. 2016. *The coding manual for qualitative researchers*. 3rd ed. London: SAGE Publications.
- Saldaña, J. 2013. *The coding manual for qualitative researchers*. 2nd ed. London: SAGE Publications.
- Saldanha, G. and O'Brien, S. 2013. *Research methodologies in translation studies*. Manchester & Kinderhook: St. Jerome Publishing.
- Salmons, J. 2016. *Doing qualitative research online*. London: SAGE Publications.
- Sandvoss, C. 2005. *Fans: the mirror of consumption*. Cambridge: Polity Press.
- Sasamoto, R. 2014. Impact caption as a highlighting device: attempts at viewer manipulation on TV. *Discourse, Context and Media*, pp.1-10.
- Schules, D.M. 2012. *Anime fansubs: translation and media engagement as ludic practice*. PhD thesis. The University of Iowa.
- Schulze, M. 2013. Korea VS. K-dramaland: the culturalization of K-dramas by international fans. *Acta Koreana*, 16(2), pp.367-397.
- Secară, A. 2011. R U ready 4 new subtitles? Investigating the potential of social translation practices and creative spellings. *Linguistica Antverpiensia*, 10, pp.153-171.
- Shim, D. 2006. Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1), pp.25-44.
- Simeoni, D. 1998. The pivotal status of the translator's habitus. *Target*, 10(1), pp.1-39.
- Siriyuvasak, U. and Shin, H. 2007. Asianizing K-pop: production, consumption and identification patterns among Thai youth. *Inter-Asia Cultural Studies*, 8(1), pp.109-136.
- Softonic Editorial Team 2016. *Understanding quality settings in format factory* [Online]. Available from: <http://features.en.softonic.com/understanding-quality-settings-in-format-factory> [Accessed 12 May 2016].
- Somachriyakul, W. 2012. *An analysis of English-Thai translation of cartoon motion pictures*. PhD thesis. La Trobe University.

- Sperber, D., Clément, F., Heintz, C., Mascaro, O., Mercier, H., Origgi, G. and Wilson, D. 2010. Epistemic vigilance. *Mind & Language*, 25(4), pp.359-393.
- Sue, V.M. and Ritter, L.A. 2007. *Conducting online surveys*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Surowiecki, J. 2004. *The wisdom of crowds: why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies and nations*. New York: Doubleday.
- Švelch, J. 2013. The delicate art of criticizing a saviour: 'silent gratitude' and the limits of participation in the evaluation of fan translation. *Convergence*, pp.1-8.
- Taibi, M. and Ozolins, U. 2016. *Community translation*. London: Bloomsbury.
- Terranova, T. 2013. Free labor *IN*: Scholz, T. (ed.) *Digital labor: the internet as playground and factory*. New York: Routledge,
- Thai Netizen Network. 2016. *About Thai Netizen Network* [Online]. Available from: <https://thainetizen.org/about/> [Accessed 15 January 2016].
- Thai Netizen Network 2015. *Public statement: the government must encourage public scrutiny* [Online]. Available from: <https://thainetizen.org/2015/12/netizen-statement-public-scrutiny-en/> [Accessed 6 August 2016].
- Thairath 2013. *Ini3 requests government assistance to tackle copyright infringement in online games for fair competition in the industry* [Online]. Available from: <https://www.thairath.co.th/content/391361> [Accessed 8 May 2016].
- Thairakulpanich, A. 2016. K-drama addicts panic as top pirate site stops streaming. *Khosod English* [Online]. Available from: <http://www.khaosodenglish.com/culture/net/2016/11/17/k-drama-addicts-panic-top-pirate-site-stops-streaming/> [Accessed 19 December 2016].
- The Publishers and Booksellers Association of Thailand 2015. *Resorting measures for Japanese manga crisis in Thailand: interview with Worawut Worawitthayanont, keyperson of Vibulkij* [Online]. Available from: <http://www.pubat.or.th/index/pages/News%20Feed/4dabc1d4e19116854486d6e5d259ccbe> [Accessed 5 August 2016].
- Tymoczko, M. 2009a. Translation, ethics and ideology in a violent globalizing world *IN*: Bielsa, E. and Hughes, C.W. (eds.) *Globalization, political violence and translation*. New York: Palgrave Macmillan, pp.171-194.
- Tymoczko, M. 2009b. Why translators should want to internationalize translation studies. *The Translator*, 15(2), pp.401-421.
- UK Anime Network News. 2011. *FUNimation files lawsuit against 1,337 illegal uploaders of One Piece* [Online]. Available from: http://www.uk-anime.net/newsitem/FUNimation_files_lawsuit_against_1,337_illegal_uploaders_of_One_Piece.html [Accessed 28 November 2014].

- Viki. 2014. *Fun in any language* [Online]. Available from: <http://www.viki.com/about> [Accessed 8 May 2014].
- VirtualDub.org 2013. *VirtualDub features* [Online]. Available from: <http://www.virtualdub.org/features.html> [Accessed 12 May 2016].
- Wakabayashi, J. 2005. Translation in the east Asian cultural sphere *IN*: Hung, E. and Wakabayashi, J. (eds.) *Asian translation traditions*. Manchester: St. Jerome Publishing, pp.17-65.
- Wang, D. and Zhang, X. 2015. The cult of dubbing and beyond: fandubbing in China *IN*: Antonini, R. and Bucaria, C. (eds.) *Non-professional interpreting and translation in the media*. Frankfurt am Main: Peter Lang, pp.173-192.
- Welsh, E. 2002. Dealing with data: using NVivo in the qualitative data analysis process [12 paragraphs]. *Forum: Qualitative Social Research*, 3(2), Art 26 [Online]. Available from: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0202260> [Accessed 10 May 2016].
- WIPO 2016a. *Thailand* [Online]. Available from: <http://www.wipo.int/wipolex/en/profile.jsp?code=TH> [Accessed 15 January 2016].
- WIPO 2016b. *Treaties and contracting parties* [Online]. Available from: http://www.wipo.int/treaties/en/remarks.jsp?cnty_id=1035C [Accessed 15 January 2016].
- Whittle, A. and Spicer, A. 2008. Is actor network theory critique? *Essai*, 29(4), pp.611-629.
- Wolcott, H.F. 2008. *Ethnography: a way of seeing*. 2nd ed. Lanham, MD: Altamira Press.
- Wolf, M. 2007. Introduction: the emergence of a sociology of translation *IN*: Wolf, M. and Fukari, A. (eds.) *Constructing a sociology of translation*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pp.1-36.
- World Health Organisation 2016. *Trade-related aspects of intellectual property rights (TRIPS)* [Online]. Available from: <http://www.who.int/trade/glossary/story091/en/> [Accessed 15 January 2016].
- Yuan, T. 2011. *Fansub cyber culture in China*. Master of Arts in Communication, Culture and Technology. Georgetown University.
- Yus, F. 2005. The linguistic-cognitive essence of virtual community. *IBÉRICA*, 9, pp.79-102.
- Zhang, W. and Mao, C. 2013. Fan activism sustained and challenged: participatory culture in Chinese online translation communities. *Chinese Journal of Communication*, 6(1), pp.45-61.
- Zhang, X. 2015. *Main actors and the network of digital game localisation in China*. PhD thesis. Universität Wien.

APPENDICES

Appendix A: DCU Ethical Approval in Conducting Survey

Ollscoil Chathair Bhaile Átha Cliath
Dublin City University



Thandao Wongseree
School of Applied Language and Intercultural Studies

8th May 2014

REC Reference: DCUREC/2014/095
Proposal Title: Survey on subtitled/dubbed foreign media consumption
Applicants: Thandao Wongseree, Dr Minako O'Hagan, Dr Ryoko Sasamoto

Dear Thandao,

This research proposal qualifies under our Notification Procedure, as a low risk social research project. Therefore, the DCU Research Ethics Committee approves this research proposal. Materials used to recruit participants should state that ethical approval for this project has been obtained from the Dublin City University Research Ethics Committee. Should substantial modifications to the research protocol be required at a later stage, a further submission should be made to the REC.

Yours sincerely,

A handwritten signature in black ink that reads 'Donal O'Mathuna'.

Dr. Donal O'Mathuna
Chairperson
DCU Research Ethics Committee



Taighde & Nuálaíocht Tacaíocht
Ollscoil Chathair Bhaile Átha Cliath,
Baile Átha Cliath, Éire

Research & Innovation Support
Dublin City University,
Dublin 9, Ireland

T +353 1 700 8000
F +353 1 700 8002
E research@dcu.ie
www.dcu.ie

Appendix B: DCU Ethical Approval in Conducting Interviews

Ollscoil Chathair Bhaile Átha Cliath
Dublin City University



Ms. Thandao Wongseree
School of Applied Languages and Intercultural Studies

9th December 2014

REC Reference: DCUREC/2014/229

Proposal Title: Creativity in Thai fansubbing practices: A case study of the Korean TV programme *Running Man*

Applicant(s): Ms. Thandao Wongseree, Dr Minako O'Hagan, Dr Ryoko Sasamoto

Dear Thandao,

This research proposal qualifies under our Notification Procedure, as a low risk social research project. Therefore, the DCU Research Ethics Committee approves this research proposal. Materials used to recruit participants should state that ethical approval for this project has been obtained from the Dublin City University Research Ethics Committee. Should substantial modifications to the research protocol be required at a later stage, a further submission should be made to the REC.

Yours sincerely,



A handwritten signature in black ink that reads 'Donal O'Mathuna'.

Dr. Donal O'Mathuna
Chairperson
DCU Research Ethics Committee

Taighde & Nuálaíocht Tacaíocht
Ollscoil Chathair Bhaile Átha Cliath,
Baile Átha Cliath, Éire

Research & Innovation Support
Dublin City University,
Dublin 9, Ireland

T +353 1 700 8000
F +353 1 700 8002
E research@dcu.ie
www.dcu.ie

Appendix C: List of Survey Questions in English

Survey on subtitled/dubbed foreign media consumption

[Translated Version (The survey will be distributed in the Thai language.)]

The purpose of the survey

This survey is conducted as part of my PhD research at Dublin City University (DCU) in Ireland. My research topic is “fan translation” which refers to translation practices by media consumers to share their favourite content with others. The survey is aimed at understanding broad contexts in which fan translation in Thailand is created and received.

This survey is anonymous and your participation is voluntary. The information you provide will only be used for my research. All answers will be kept confidential. If you have any questions or concerns about the survey, please contact ethics@dcu.ie. This survey is approved by DCU’s Ethics Committee.

- I have read the above information and consent that the survey results are used for research purposes.

Respondent Information

1. Your gender
 - Male
 - Female
 - Prefer not to specify

2. Your age group
 - 20 or under 20
 - 21-30
 - 31-40
 - 41-50
 - Over 51
 - Prefer not to specify

3. What is your occupation?
 - Student
 - Employee working for a private company
 - Government or state enterprise employee

- Self-employed
 - Unemployed
 - Other: (please specify)
4. Access to TV
- TV belonging to the whole family
 - TV of your own
 - Any other arrangements (please specify):
 - No TV
5. How long do you spend on watching TV (hours/week)?
- less than 5
 - 5 – 10
 - 11 – 15
 - 16 – 20
 - More than 20

Behaviour of watching foreign programmes

For some questions in this section when specified you are able to select a multiple number of answers for some of the items.

6. Do you watch foreign programmes?
- Yes
 - No
7. Which types of subtitled/dubbed foreign programmes do you normally watch?
You can choose multiple answers for this item.
- Films/movies
 - Documentary
 - Drama series
 - Sitcom
 - Animation/cartoon series
 - Entertainment shows (including variety shows, game shows, talk shows: American Idol, TV Champion, Running Man)
 - Other: (please specify)
8. What is the country of origin of your favourite programme(s)?
You can choose multiple answers for this item.
- USA, UK or Europe
 - China
 - Japan
 - Korea
 - Other: (please specify)

9. Which language(s) do you know to the level at which you can follow foreign TV programmes without subtitles/dubbed?

You can choose multiple answers for this item.

- English
- Chinese
- Japanese
- Korean
- None (Thai translation needed)
- Other: (please specify)

10. Which is your preferred mode of translation of foreign programmes?

- Subtitles
- Dubbed
- No preference

11. Why?

12. If there are any texts in foreign languages on screen, how would you like them to be dealt with? (For example, street names, billboards, letters, game instructions, etc.)

- Explained by voiceover
- Explained by subtitles
- Explained by annotation
- No need for explanation
- Other: (please specify)

13. With a nonverbal item/image you do not understand on screen, how would you like it to be dealt with? (For example, *dango* refers to Japanese dumpling and sweet made from rice flour.)

- Explained by voiceover
- Explained by subtitles
- Explained by annotation
- No need for explanation
- Other: (please specify)

14. Which of the following mediums do you normally watch subtitled/dubbed foreign programmes on?

You are able to choose a multiple number of answers.

- Broadcast channels (e.g. Channel 3, 5, 7; Workpoint TV, MCOT HD)
- Cable/satellite channels (e.g. TrueVisions)
- DVD/Blu-ray
- Paid streaming channels (e.g. Netflix, Doonung.com)
- Free streaming channels (e.g. Youtube, Dailymotion)
- Download

- Cinema
- Other: (please specify)

15. Which of the following devices do you normally use to watch subtitled/dubbed foreign programmes?

You are able to choose a multiple number of answers.

- TV
- Desktop Computer
- Laptop
- DVD
- Tablet
- Mobile phone
- Other: (please specify)

16. How long would you normally spend watching subtitled/dubbed foreign programmes (hours/week)?

- less than 5
- 5 – 10
- 11 – 15
- 16 – 20
- More than 20

Fan translation

Fan translation refers to translations of television programmes performed and distributed by fans, such as translations created by fans of Chinese, Japanese or Korean drama series, of TV programmes, or of foreign artists, etc.

17. Are you aware of fan-translated/subtitled programmes? (If the answer is 'No', please skip to Item 23)

- Yes
- No

18. (If yes) How do you know which one is a fan translation or not?

19. How do you access fan-translated programmes?

You can choose multiple answers for this item.

- By searching on search engines (e.g. Google, Yahoo)
- By using specific websites
- Via Facebook fan pages
- Other: (please specify)

20. (If choosing websites and Facebook fan pages) Please specify the name of your favourite websites/ Facebook fan pages.

21. Why do you like fan translation?

You can choose multiple answers for this item.

- Timing of availability
- Quality of translation
- Subtitling mode rather than dubbed
- Additional explanation of the scene on screen
- Making unreleased programmes available in Thailand
- Styles of subtitles (such as selections of fonts or colours of the subtitles)
- Other: (please specify)

22. From Item 21, which one do you like the most?

Running Man fansubs

23. Have you watched the variety show called “Running Man” before? (If the answer is ‘No’, please skip to Item 34)

- Yes
- No

24. If answered yes to the previous question, what do you like about the programme? (e.g. game themes, members, translation)

25. How do you access the “Running Man” programme?

(e.g. TrueVisions’ channel, KShownow, Facebook group pages, other websites, etc.)

26. In which language do you normally watch this programme?

You can choose multiple answers for this item.

- Korean original without translation
- Korean original subtitled in English
- Korean original subtitled in Thai
- Korean original dubbed in Thai
- Other: (please specify)

27. What is your favourite mode of viewing this programme?

- (Officially) dubbed
- (Unofficial) fan subtitles
- No preference

28. Why?

29. When there are additional texts (e.g. comments, game rules) appearing on “Running Man” programme, do you read the translations of such texts?

- Yes

- No

30. Do you think the translations of such texts are helpful?

(e.g. adding the comedic effect of the show, facilitating better comprehension and authentic experience)

- Yes
- No

31. Why do you think so?

32. Do you have any favourite group(s) of fan translators?

- Yes
- No
- I don't know

33. If yes, please specify the names of your favourite group(s)

Subtitling/ dubbing experiences

34. Have you ever been involved in creating fan subtitles yourself? (If the answer is 'No', please skip to Item 41)

- Yes
- No

35. If yes, what are the names of the programmes you subtitled?

36. Why did you start subtitling?

37. How did you learn the subtitling skills?

38. When you subtitle, do you do it alone or as a group?

- Alone
- Group
- Both

39. What do you do with your subtitles or subtitled videos?

(e.g. upload them on video sharing websites, distribute them only in closed groups, keep them only for yourself)

40. In your opinion, what are the rewards you get from making fansubs?

Ethics and Legal issues

41. How do you view fansubs?

- Positively

- Negatively
- I don't know

42. When your favourite fansubbed materials are removed, how do you feel about it?

43. Who do you think should make a decision to remove fansubs?

44. Who do you think should be blamed for the removal of fansubs?

45. Do you think fansubs can contribute to the programme in any way?

- Yes
- No
- I don't know

46. If yes, what do you think it is?

47. Do you think there would be a potential negative impact on the programme because of fansubs?

- Yes
- No
- I don't know

48. If yes, what would that be?

If you are a fansubber and willing to give an interview, please leave your email below. (It is on a voluntary basis.)

If you have any additional comments, please email me: thandao.wongseree2@mail.dcu.ie

This is the end of the survey. Thank you very much for your participation.

Appendix D: First Page of the Fan Survey in Thai

แบบสำรวจการแปลโดยกลุ่มแฟน (fan translations)

วัตถุประสงค์
แบบสำรวจนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยระดับปริญญาเอกที่มหาวิทยาลัย Dublin City University ประเทศไอร์แลนด์ หัวข้องานวิจัย คือ "การแปลของกลุ่มแฟน" ซึ่งหมายถึงการแปลโดยกลุ่มผู้ชมรายการต่างๆ ที่ต้องการแบ่งปันเนื้อหาที่ตนเองชื่นชอบให้กับบุคคลอื่นๆ แบบสำรวจนี้มุ่งหวังที่จะทำความเข้าใจภาพโดยรวมของการแปลของกลุ่มแฟนในประเทศไทยว่ามีแนวโน้มอย่างไร

แบบสำรวจมีประมาณ 40 ข้อจัดทำขึ้นโดยผู้ตอบไม่ต้องลงชื่อ และการตอบแบบสำรวจเป็นไปด้วยความสมัครใจ ข้อมูลที่ท่านตอบจะใช้เพื่องานวิจัยของข้าพเจ้าเท่านั้น คำตอบทุกข้อจะเก็บไว้เป็นความลับ หากมีข้อสงสัยหรือข้อสอบถามใดๆ เกี่ยวกับแบบสำรวจ กรุณาติดต่ออีเมล ethics@dcu.ie แบบสำรวจนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมของมหาวิทยาลัย Dublin City University แล้ว

*จำเป็น

*

ข้าพเจ้าได้อ่าน ข้อมูลข้างต้นและอนุญาตให้ใช้ข้อมูลจากแบบสำรวจเพื่องานวิจัยดังกล่าว

ข้อมูลของผู้แบบสอบถาม

เพศ *

ชาย

หญิง

ไม่ระบุ

ช่วงอายุ *

20 หรือน้อยกว่า

21-30

31-40

41-50

51 ขึ้นไป

ไม่ระบุ

อาชีพ *

นักเรียน นักศึกษา

พนักงานบริษัท

ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ

อาชีพส่วนตัว

ทำงาน

ไม่ระบุ

อื่นๆ:

Appendix E: Implied Consent Form of the Interviewed Fansubbers in Thai

หนังสือแสดงเจตนายินยอม

I. ชื่องานวิจัย

ชื่องานวิจัย: ความคิดสร้างสรรค์ของการแปลซับไตเติ้ลโดยกลุ่มแฟนในประเทศไทย: กรณีศึกษาของรายการโทรทัศน์ "รันนิ่งแมน"

หน่วยงาน: School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University

ผู้วิจัย: ธารดา วงศ์เสรี [thandao.wongseree2@mail.dcu.ie; +353-87-337-1526]

อาจารย์ที่ปรึกษา: Dr Minako O'Hagan [minako.ohagan@dcu.ie]; Dr Ryoko Sasamoto [ryoko.sasamoto@dcu.ie]

ทุนวิจัย: การดำเนินการในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้รับทุนสนับสนุนเพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

II. คำอธิบายวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนิยามความคิดสร้างสรรค์ในการแปลโดยการวิเคราะห์ผ่านกระบวนการแปลซับไตเติ้ลโดยกลุ่มแฟน การวิจัยจะศึกษามุ่งเน้นที่นักแปลอิสระซึ่งเป็นแฟนรายการโทรทัศน์ และอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรมไทยต่อกระบวนการแปลดังกล่าว

III. การยืนยันข้อกำหนดที่ระบุไว้ในคำชี้แจงงานวิจัย

ข้าพเจ้าเข้าใจขั้นตอนการสัมภาษณ์ว่าจะมีการตอบแบบสอบถามสั้นๆ ตอบคำถามสัมภาษณ์ โดยอนุญาตให้มี (การบันทึกข้อความที่ใช้ในการสัมภาษณ์) การอัดเสียงสัมภาษณ์ รวมถึงให้ข้อมูลติดต่อทางอีเมลเพื่อให้ผู้วิจัยติดต่อสอบถามเพิ่มเติมภายหลังจากการสัมภาษณ์

ผู้ให้การสัมภาษณ์ – กรุณาอ่านข้อความข้างล่างเพื่อตรวจสอบยืนยันว่าผู้วิจัยได้ดำเนินการขั้นตอนดังกล่าวแล้ว

ข้าพเจ้าได้อ่านคำชี้แจงงานวิจัยแล้ว (หรือมีผู้อ่านให้ฟัง)

ข้าพเจ้าได้รับทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยโดยคร่าวๆ แล้ว

ข้าพเจ้าได้ซักถามข้อสงสัยอันเกี่ยวข้องกับการวิจัยแล้ว

ข้าพเจ้าได้รับคำตอบต่อคำถามเป็นที่น่าพอใจแล้ว

ข้าพเจ้ารับทราบว่ามีการบันทึกข้อความที่ใช้ในการสัมภาษณ์

IV. การยืนยันว่าการเข้าร่วมงานวิจัยเป็นไปด้วยความสมัครใจ

ข้าพเจ้าตระหนักว่าสามารถถอนตัวจากการวิจัยเมื่อใดก็ได้โดยไม่มีข้อเรียกร้องใดๆ และรับทราบว่าหากถอนตัวจากการวิจัยแล้ว ข้อมูลใดๆ ที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้จะถูกทำลาย

V. คำชี้แจงในการรักษาข้อมูลเป็นความลับ รวมถึงประเด็นด้านข้อจำกัดทางกฎหมาย

ข้าพเจ้าเข้าใจว่าผู้วิจัยจะพยายามทุกวิถีทางภายใต้ข้อจำกัดทางกฎหมายเพื่อรักษาข้อมูลที่ให้สัมภาษณ์ไว้เป็นความลับ

*จำเป็น

*

ข้าพเจ้าอ่านข้อมูลในหนังสือยินยอมนี้แล้ว ผู้วิจัยได้ตอบคำถามหรือข้อสงสัยใดๆ เรียบร้อยแล้ว และข้าพเจ้าได้รับสำเนาของหนังสือยินยอมนี้ ดังนั้นจึงยินยอมที่จะเข้าร่วมในการวิจัยดังกล่าวนี้

กรุณาตอบแบบสอบถามสั้นๆ ดังต่อไปนี้

ชื่อที่ใช้ในการแปล *

โปรดระบุช่วงอายุของท่าน *

โปรดระบุเพศของท่าน *

โปรดระบุอาชีพของท่าน *

- นักเรียน นักศึกษา
- พนักงานบริษัท
- ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ
- อาชีพส่วนตัว
- ว่างาน
- ไม่ระบุ

ท่านคิดว่าความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษของท่านอยู่ในระดับใด *

1 2 3 4 5

ไม่ดี ดีมาก

ท่านคิดว่าความสามารถทางด้านภาษาเกาหลีของท่านอยู่ในระดับใด *

1 2 3 4 5

ไม่ดี ดีมาก

กรุณาระบุหน้าที่ของท่านในกลุ่มแปลฉบับใดก็ได้โดยกลุ่มแฟน *

ส่ง

ห้ามส่งรหัสผ่านใน Google ฟอรม

Appendix F: List of Interview Questions for Fansubbers in English

For fansubbers

General Questions

(To understand whether they view fansubbing practice purely as a leisure activity, but after doing it for quite a while, would their attitude change?)

1. How did you get started with fansubbing and what made you think of doing fansubs?
2. How long do you spend on your current fansubbing community or fan page?
3. When did you start fansubbing practice?
4. How many TV programmes have you translated in Thai? What are they?
5. How did you join your current fansubbing community?
6. What is your responsibility in your fansubbing community? Is it your initial role or it has changed over time?
7. Do you enjoy performing fansubbing activities? Why?

Subtitling

1. What is the biggest challenge when translating the programme?
2. If there is any pre-existing translation of the programmes you are subtitling, i.e. English subtitled versions, do you rely much on them when making subtitles?
3. If you rely on the pre-existing translation, i.e. English subtitled versions, what do you do when there are some untranslated additional texts in the scene?
4. In the case of translating Running Man, from which language (English or Korean) do you translate the programme into Thai? *(To investigate how they take advantage of the Internet in order to access the English versions, which leads to the use of a pivot language)*
 - a. If you rely on English subtitles, how could you know about the existence of this version of the programme?
 - b. Do you have any desire of learning the source language (Korean) and/or the culture? If so, how are you going to do it?
5. What do you think are the similarities and differences between English versions and Thai versions?
6. What do you do in case you do not understand some parts of the English version?

7. When you see additional texts on the screen, what do you do about them? Why do you do this?
8. Do you have any deadlines for creating subtitles?
9. How do you store your Thai fansubs clips or videos?

Use of technologies in assisting fansubbing activities

1. Is Facebook the only tool that your fansubbing community uses to communicate or interact with fansubbers and other fans? *(To view the nature and importance of a collaborative platform online)*
 - a. If so, why do you use only Facebook and how does this online platform help you to perform fansubbing activities?
 - b. If not, what other platforms do you use and how do those platforms help you conduct the activities?
2. Apart from online platforms, what software or programs do you use in conducting fansubbing activities?
 - a. What is the purpose of this software/program (e.g. making subtitles, translation aid)?
 - b. Where did you learn how to use it?

Interactions between fansubbers

1. Within your group, how do you recruit a fansubber?
2. How many fansubbers are there in your fansubbing group?
3. Have you met the fansubbers in your group offline? *(To examine whether an online platform is the only form of communication)*
4. How do you share your work within the group? *(To examine their work process)*
 - a. Could you list fansubbers' responsibilities within your group? *(To seek details of their shared responsibilities)*
5. Do you have a head or leader in your group? *(To examine whether there is hierarchy within the group)*
 - a. If so, what are his/her roles?
 - b. If not, how do you reach an agreement relating to fansubbing practices, such as which content to be posted on the community's fanpage?

6. Does your group set any rules or guidelines when making subtitles? If yes, what are they? Do you implement any measures for quality control?
7. How were these guidelines set up?
8. In the case of subtitling the *Running Man* programme, how do you decide on the episode to subtitle in Thai?
9. Does your fansubbing group make any contact with other Thai fansubbing groups for the *Running Man* programme?

Interactions with fans/viewers

1. Do you give more weight to translation or interacting with other fans?
2. How do you select contents to post online in order to communicate with fans?
3. Do you think your fansubbing community is aimed at meeting the expectations of fans or yourself?
4. How could you deal with any disagreement which occurs within the community, either between fansubbers or fans?

Ethics of the practice

1. If your fansubs are removed, what would you do?
2. Do you get paid for performing fansubbing practices?
3. In your opinion, what are the similarities and differences (if any) between the official translated version and your fansubbed version?
4. Do you like the official dubbed version?
5. What do you think is the most important principle that volunteer translators should follow?
6. What do you think you can achieve from conducting this activity?
7. What do you think about the cooperation between media companies and volunteer translators in making subtitles?

Appendix G: Survey Responses of Fans

3/9/2557

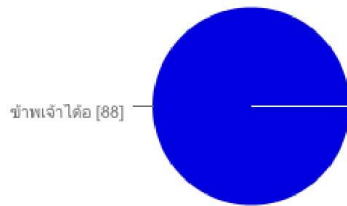
แบบสำรวจการแปลโดยกลุ่มแฟน (fan translations) - Google ฟอรม

thandaow@gmail.com
เด็กเซฟฟอร์มนี้

88 คำตอบ

ดูคำตอบทั้งหมด เผยแพร่การวิเคราะห์

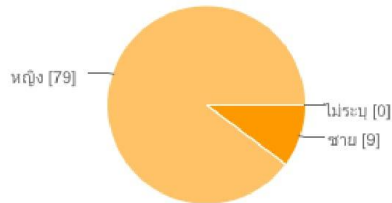
ข้อมูลสรุป



ข้าพเจ้าได้อ่านข้อมูลข้างต้นและอนุญาตให้ใช้ข้อมูลจากแบบสำรวจเพื่องานวิจัยดังกล่าว 88 100%

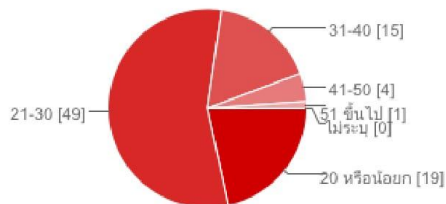
ข้อมูลของผู้แบบสอบถาม

1. เพศ



ชาย	9	10%
หญิง	79	90%
ไม่ระบุ	0	0%

2. ช่วงอายุ

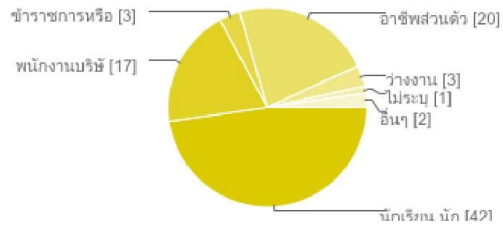


20 หรือน้อยกว่า 20 19 22%

21-30 49 56%

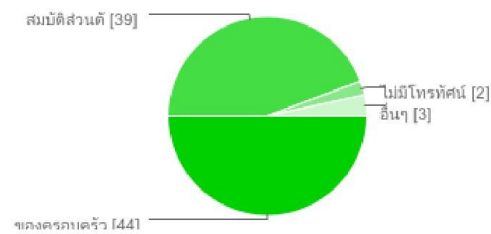
31-40	15	17%
41-50	4	5%
51 ขึ้นไป	1	1%
ไม่ระบุ	0	0%

3. อาชีพ



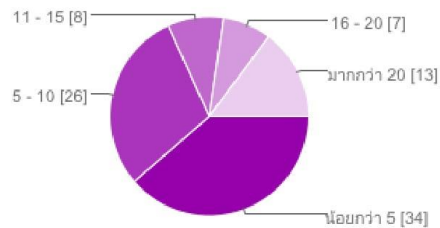
นักเรียน นักศึกษา	42	48%
พนักงานบริษัท	17	19%
ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	3%
อาชีพส่วนตัว	20	23%
วางงาน	3	3%
ไม่ระบุ	1	1%
อื่นๆ	2	2%

4. โทรศัพท์ที่ท่านใช้เป็น



ของครอบครัว	44	50%
สมบัติส่วนตัว	39	44%
ไม่มีโทรศัพท์	2	2%
อื่นๆ	3	3%

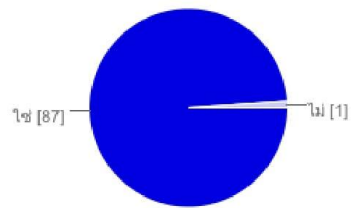
5. ท่านรับชมโทรศัพท์กี่ชั่วโมงต่อสัปดาห์



น้อยกว่า 5	34	39%
5 - 10	26	30%
11 - 15	8	9%
16 - 20	7	8%
มากกว่า 20	13	15%

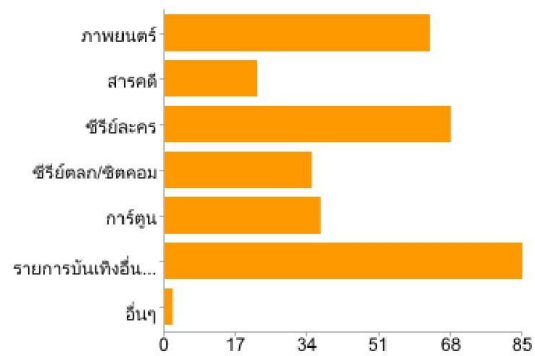
พฤติกรรมการรับชมรายการต่างประเทศ

1. ท่านรับชมรายการต่างประเทศหรือไม่



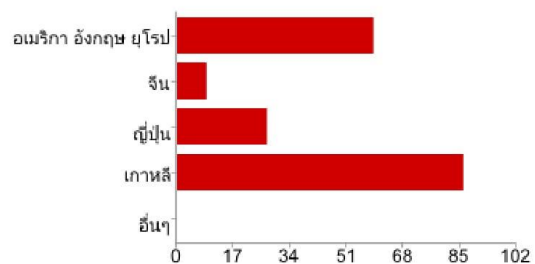
ใช่ 87 99%
ไม่ 1 1%

2. รายการต่างประเทศประเภทใดที่ท่านรับชมเป็นประจำ



ภาพยนตร์	63	72%
สารคดี	22	25%
ซีรีส์ละคร	68	77%
ซีรีส์ตลก/ซิตคอม	35	40%
การ์ตูน	37	42%
รายการบันเทิงอื่นๆ (ได้แก่ วาไรตี้โชว์ เกมโชว์ ทอล์กโชว์เช่น American Idol, TV Champion, Running Man)	85	97%
อื่นๆ	2	2%

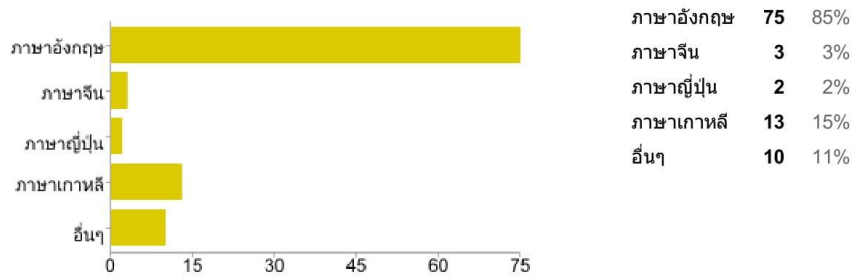
3. ท่านชอบรับชมรายการต่างประเทศของประเทศใด



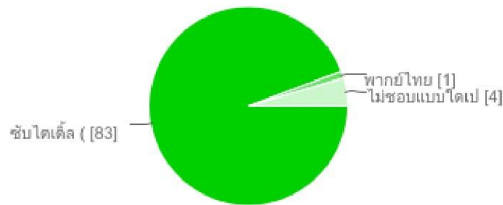
อเมริกา อังกฤษ ยุโรป	59	67%
จีน	9	10%

ญี่ปุ่น	27	31%
เกาหลี	86	98%
อื่นๆ	0	0%

4. ท่านสามารถรับชมรายการต่างประเทศในภาษาใด โดยไม่ต้องมีบทแปล



5. ถ้ารับชมรายการต่างประเทศแบบมีบทแปล ท่านชอบวิธีการแปลแบบใด



ซับไตเติ้ล (บรรยายไทย)	83	94%
พากย์ไทย	1	1%
ไม่ชอบแบบใดเป็นพิเศษ	4	5%

เพราะเหตุใด

ไต่อร์รกรสในการชมมากกว่าดูแบบพากย์ และได้เรียนรู้ภาษาด้วย
 มีอารมณ์ร่วมมากกว่าการพากย์ไทย
 เพราะยังได้ยินเสียงที่เป็นอารมณ์จริงๆของนักแสดงอยู่
 ต้องการที่จะฟังสำเนียงของภาษาต้นฉบับ เพื่อการเรียนรู้และนำไปใช้ได้จริง
 ชอบดูแบบซับไตเติ้ล มากกว่า ไต่อารมณ์ไต่กว่า สนุกกว่าคะ
 ฟังเสียงต้นฉบับเข้าถึงอารมณ์มากกว่า
 แบบซับไตเติ้ล สามารถเข้าถึงอารมณ์ ของผู้พูดหรือตัวละครมากกว่าคะ ถ้าเป็นแบบพาก บางครั้งเสียงพากย์ก็ทำให้เสียบรรยากาศในการดูได้คะ
 ไต่อร์รกรสมากกว่า และเรียนรู้ภาษาไปในตัว
 อ่านออกภาษาเดียว
 ไต่ฟังเสียงของคนนั้น ๆ จริง แหละ ก็ได้ฝึกอ่าน ซับ ไปในตัว
 เพราะบางครั้งในการดูโทรทัศน์ บางครั้งถ้าบรรยายไทยกรณีนักแสดงพูดเร็วจะอ่านซับตามไม่ค่อยทัน
 จะได้ฝึกภาษาไปในตัว

ไต่ถรรสมากกว่าแบบพากษ์
 การพากษ์ ทำให้ถรรรสนให้กรรับชม ด้อยลงไป
 เรียนรู้ภาษาไปด้วย
 เสียงจริงไต่ถรรรสนกว่า
 สนุกมากกว่า เรียนรู้ภาษาไปด้วย
 ไต่ถรรรสมากกว่า
 เข้าใจง่ายดี
 เสียงพูดของนักแสดงจริงๆ ไต่ถรรรสนในการชมมากกว่า
 สนุกกว่าพากษ์ไทย
 ไต่ถรรรสนในการดูมากกว่าแล้วก็เป็นการฝึกภาษาภายในตัว
 ไม่ชอบเสียงพากษ์ของไทย
 สามารถไต่ถรรรสนที่แท้จริง ทำให้ไต่ถรรรสนในการดูมากขึ้น การพากษ์ไทย โทนเสียง สไตส์เสียงคนละ
 แบบ ฟังแล้วเสียหูตึง และทำให้ไต่ถรรรสนรู้เรื่องภาษาเพิ่มเติม ความหมายเดียวกันแต่มีหลายคำที่ใช้
 แตกต่างกัน
 คิดว่าเริ่มแรกที่ติดตามนั้นเราอาจจะยังไม่รู้ในเรื่องของภาษา จึงต้องมีบรรยายไทยแล้วก็ไต่ถรรรสนจริงๆ
 ของนักแสดง/พิธีกรมากกว่าการพากษ์เสียง
 ชับไต่ถรรรสน ทำให้เข้าใจความหมายไต่ถรรรสนที่ชัด เจนที่สุดจริงๆปกติจะดูซับอังกฤษคิดมากกว่า เพราะอยากดูเร็วๆ และ
 บางครั้งก็ดูซับไทยซ้ำอีกครั้ง ซึ่งจะทำให้รู้เลยว่า บางประโยคซับไทยความหมายไม่ตรงกับซับอังกฤษก็
 มี -เสียงพากษ์ไทยมักจะทำให้เสียถรรรสนในการดู เช่น เสียงไม่ไพเราะ -คนพากษ์อาจไม่สามารถพูดบท
 พูดทั้งหมดให้ครบตามเวลาได้
 ความจริงคือชอบทั้งสองแบบ แล้วแต่ว่าเป็นประเภทใด ถ้าเป็นภาพยนตร์ ชอบแบบพากษ์มากกว่า ถ้าเป็น
 รายการวาไรตี้ ชอบแบบซับมากกว่า
 ไต่ถรรรสนเสียงจริง ทำให้ไต่ถรรรสนของตัวละครที่แท้จริง
 มันเข้าถึงอารมณ์กว่าคะ
 บรรยายไทย สื่ออารมณ์ของตัวละครไต่ถรรรสนดีกว่าพากษ์ไทย และยังเป็นการฝึกภาษา
 ไต่ถรรรสนเสียงที่แท้จริงของตัวละคร
 สามารถเข้าถึงอารมณ์ของรายการหรือซีรีส์ที่ดูไต่ถรรรสนดีกว่าแบบพากษ์ไทยและเป็นการฝึกภาษาต่างประเทศ
 ด้วย
 พากษ์ไทยไม่ไต่ถรรรสน เสียงพากษ์แปร่งๆ แปลกๆ สู้ดูซับเอาดีกว่าเยอะ อ่านทันบ้างไม่ทันบ้าง ไม่เป็นไร
 สมจริงกว่าเสียงพากษ์
 ฟังสำเนียงและภาษาพูด ของต้นฉบับไต่ถรรรสนกว่า
 เราจะได้เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆ
 ฟังจากเสียงจริงไต่ถรรรสนมากกว่าแบบพากษ์ไทย
 ไต่ถรรรสนภาษาต้นฉบับ และดูบรรยายข้างล่างในกรณีที่ไม่เข้าใจ
 ไต่ถรรรสนที่เป็นจริง
 ดูไต่ถรรรสนรูปแบบ
 ไต่ถรรรสนในการรับชม
 ไม่ชอบเสียงพากษ์ไทย ทำให้สนุกน้อยลง
 ไต่ถรรรสนในการชม
 ชอบฟังเสียงที่เคาโดยตรงไม่ชอบเสียงพากษ์แต่อยากเข้าใจในสิ่งที่เคาสื่อสารกันซับไทยง่ายกว่า
 ไต่ถรรรสนเสียงของนักแสดงจริงๆ มันไต่ถรรรสนมากกว่าแปลเป็นเสียงพากษ์
 ฟังด้วย อ่านด้วย ไต่ถรรรสนศัพท์

เสียงดั้งเดิมให้อารมณ์เป็นธรรมชาติกว่าเสียงพากย์
บางทีพากย์ไทยเสียงทำให้อารมณ์ในการดูแตกต่าง
ได้ธรรมชาติมากกว่า
ได้ธรรมชาติ มากกว่าการพากย์
เพราะเขาใจง่ายกว่า ไม่ชอบเสียงพากย์ มันน่ารำคาญกว่า แย่งกันพูดเลย เสียงพากย์ห่วยแตกหมด
อารมณ์ได้
เพราะได้ธรรมชาติมากกว่าแบบพากย์
ได้ธรรมชาติมากกว่าพากย์เสียงไทย และได้ฝึกภาษาไปในตัว
การรับชมรายการด้วยภาษาตั้งเดิม ให้อารมณ์ในการรับชมมากกว่าการพากษ์ไทย และเพื่อเพิ่มความ
เข้าใจที่มากขึ้น จึงนิยมรับชมรายการแบบมีซับไตเติล
เพราะได้ฟังเจ้าของภาษาและได้ธรรมชาติมากกว่าพากย์เสียงคะ
ได้อารมณ์รวมมากกว่า พากย์ไทย
ชอบฟังเสียงจริงๆของเจ้าของเสียงเอง
มันสนุกกว่าเข้าถึงอารมณ์
ฟังแบบซับไตเติลจะได้ธรรมชาติมากกว่าเพราะจะได้ยินเสียงคนพูดแบบเป็นเจ้าตัวพูดเอง
เข้าใจเรื่องราวมากยิ่งขึ้น
สนุกกว่าบรรยายไทย
เข้าใจง่ายและได้บรรยากาศจริงๆในรายการ
ได้ฟังเสียงจากบุคคลเจ้าของเสียงจริงๆ อีกทั้งยังสามารถได้ยินหรือเรียนรู้การใช้ภาษาต่างประเทศนั้นๆจาก
คนในประเทศต้นแบบจริงๆ
เหมือนจริงมากกว่าตามความรู้สึก
สนุกกว่าพากย์ไทย
การอ่านซับไตเติลฟังคำพูดจากนักแสดงจริงๆไม่ใช่นักพากย์ทำให้การดูชิลรี่หรือว่าไรดีสนุกกว่าการดูแบบ
พากย์
ไม่เสียอารมณ์ในการชม
เสียงของบุคคลจริงๆ อารมณ์ความรู้สึกที่ถ่ายทอดโดยตรง
ได้ศึกษาภาษาด้วย และได้อารมณ์มากกว่า เพราะได้รู้ถึงอารมณ์ของผู้แสดง
ฝึกภาษา
ไม่ค่อยชอบดูพากย์ไทย
สามารถได้ยินเสียงตัวละครจริงๆได้ เพราะบ้างที่ เสียงที่พากย์ทำให้หมดอารมณ์ในการดู
ดูแล้วสนุกกว่าพากย์
ได้ธรรมชาติกว่า และเข้าใจ
ได้ฟังเสียงดั้งเดิมของตัวเองได้ฝึกภาษาไปในตัว ได้เรียนรู้คำศัพท์ง่ายบางคำ
เพราะเวลานำมาพากย์ไทย บางครั้งคนพากย์มักจะพากย์เกิน ชอบใส่มุขนอกเหนือจากบทมา อีกทั้ง
อารมณ์ทางน้ำเสียงก็ไม่ได้ด้วย
สามารถฝึกการฟังภาษาไปด้วย
สนุกกว่า เข้าถึงบทบาทและความรู้สึกของนักแสดง พิธีกร ฯลฯ ทำให้มีอารมณ์ร่วมกับสิ่งที่ดีมากกว่าแบบ
พากย์ และส่วนใหญ่ภาพยนตร์ ละคร รายการต่างๆจะใช้คนพากย์ไม่กี่คนทำให้รู้สึกเบื่อได้ง่าย
funny
ชอบทั้งสอง ได้หมด ที่ได้แล้วเราเข้าใจมากขึ้น
ได้ฝึกทักษะทางภาษา
มันเข้าถึงอินเนอร์ของนักแสดงมากกว่ามาพากย์ด้วยเสียงอื่น

ฝึกการฟังสำเนียงจากเจ้าของภาษา

เป็นการฝึกการฟัง ถ้าไม่เข้าใจถึงจะดูซับไตเติ้ล

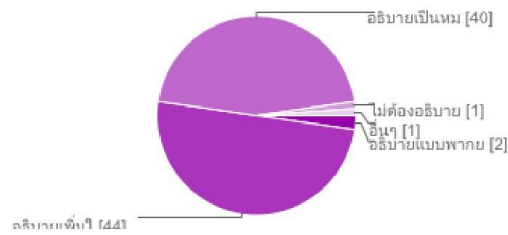
เพราะดูแล้วมีความรู้สึกว่ามันสนุกกว่าฟังเสียงพากย์ของคนไทย แล้วทำให้สามารถเรียนรู้ภาษาต่างประเทศจากสิ่งที่เราชอบไปในตัว

แบบใดก็ได้ถ้าพากย์ก็ดี แต่ชอบคุณเห็นที่ทำซับคะ

ดูแล้วได้อารมณ์กว่า พากย์ไทย

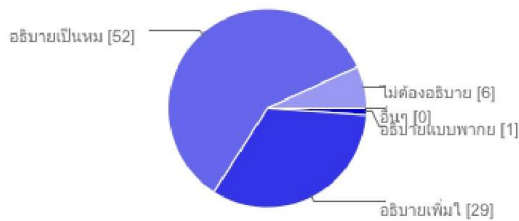
เราได้ฟังเสียงจริงๆของเค้า ทำให้สนุกมากขึ้น

6. ถ้ามีข้อความที่เกี่ยวข้องกับรายการปรากฏขึ้นในภาษาต่างประเทศนอกเหนือจากบทพูดระหว่างตัวละคร ท่านต้องการให้จัดการข้อความนั้นอย่างไร



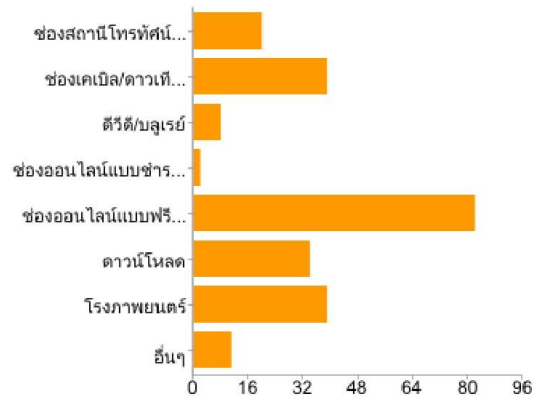
อธิบายแบบพากย์ไทย	2	2%
อธิบายเพิ่มเติมในซับไตเติ้ล	44	50%
อธิบายเป็นหมายเหตุแยกจากซับไตเติ้ล	40	45%
ไม่ต้องอธิบาย	1	1%
อื่นๆ	1	1%

7. ถ้ามีภาพวัตถุที่เกี่ยวข้องกับรายการปรากฏขึ้นในภาษาต่างประเทศ ท่านต้องการให้จัดการข้อความนั้นอย่างไร



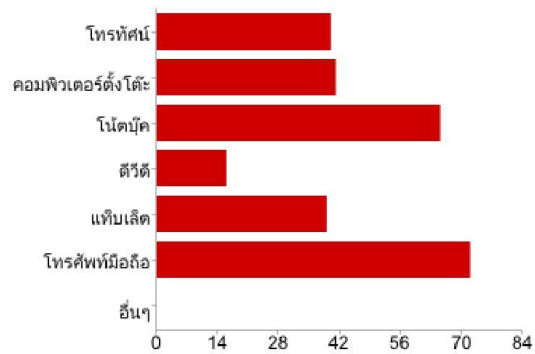
อธิบายแบบพากย์ไทย	1	1%
อธิบายเพิ่มเติมในซับไตเติ้ล	29	33%
อธิบายเป็นหมายเหตุแยกจากซับไตเติ้ล	52	59%
ไม่ต้องอธิบาย	6	7%
อื่นๆ	0	0%

8. ท่านรับชมรายการต่างประเทศแบบพากย์ไทย/ซับไตเติ้ล (บรรยายไทย) จากช่องทางใด



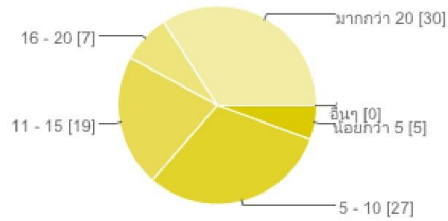
ช่องสถานีโทรทัศน์ (เช่น ช่อง 3, 5, 7, Workpoint TV, MCOT HD)	20	23%
ช่องเคเบิล/ดาวเทียม (เช่น ทูริชั่นส์)	39	44%
ทีวีดี/บลูเรย์	8	9%
ช่องออนไลน์แบบชำระเงิน (เช่น Netflix, Doonung.com)	2	2%
ช่องออนไลน์แบบฟรี (เช่น YouTube, Dailymotion)	82	93%
ดาวนโหลด	34	39%
โรงภาพยนตร์	39	44%
อื่นๆ	11	13%

9. ท่านรับชมรายการต่างประเทศแบบพากย์ไทย/ซับไตเติ้ล (บรรยายไทย) ผ่านเครื่องมือใด



โทรทัศน์	40	45%
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	41	47%
โน้ตบุ๊ก	65	74%
ทีวีดี	16	18%
แท็บเล็ต	39	44%
โทรศัพท์มือถือ	72	82%
อื่นๆ	0	0%

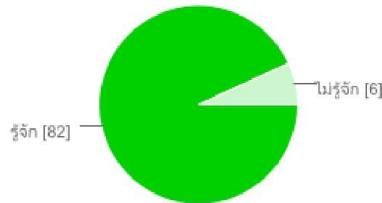
10. ท่านรับชมรายการต่างประเทศแบบพากย์ไทย/ซับไตเติล (บรรยายไทย) กี่ชั่วโมงต่อสัปดาห์



น้อยกว่า 5	5	6%
5 - 10	27	31%
11 - 15	19	22%
16 - 20	7	8%
มากกว่า 20	30	34%
อื่นๆ	0	0%

การแปลโดยกลุ่มแฟน*

1. ท่านรู้จักการแปล/ทำซับไตเติลโดยกลุ่มแฟนหรือไม่



รู้จัก	82	93%
ไม่รู้จัก	6	7%

การแปลโดยกลุ่มแฟน* (ต่อ)

2. ถ้ารู้จัก ท่านรู้ได้อย่างไรว่าเป็นการแปลโดยกลุ่มแฟน

เพราะเนื้อหาในการแปลรายการนั้นเพียงอย่างเดียว

จากการตามในเฟสบุค

เพราะติดตามมาตลอด

จาก การเข้าไปดูในแต่ละบ้านซับที่ทำ

มีชื่อกลุ่มที่แปลเฉพาะ

มีการบอกและแชร์ผ่านโซเชียลมีเดียเช่นเฟสบุคหรือทวิตเตอร์ และมีการแนะนำตัวของผู้แปลเองว่าจะแปลเฉพาะแค่เรื่องใดบ้าง

ผ่านกลุ่มแฟนเพจทางเฟสบุค

โลกที่ฟังในวีดีโอ

facebook

เป็นสมาชิกกลุ่มแฟน

การประชาสัมพันธ์ของเพจหรือจากการแชร์ผ่าน social network ในกลุ่มเพื่อน

เป็นเพจที่มีกลุ่มแฟนคลับรวมตัวกัน พูดคุยเรื่องเดียวกัน

เขาจะแปลโดยไม่ได้คิดเรื่องค่าตอบแทน จะเผยแพร่แค่ในกลุ่มเฉพาะและไม่เป็นเชิงพาณิชย์

มีเครดิตขึ้น

เครดิตใน VDO ที่ดู

ก็เป็นแอดมินอะ

ดูจากreference ในคลิปนั้นๆ

Adminได้บอกว่าจะแปลชั้นรายการอะไร

จากการอ่านและการติดตามเรื่องราวของกลุ่มที่ชอบจะไปในทิศทางเดียวกันเสมอ

การอยู่ร่วมกันในกรุป หรือ แฟนเพจ

เครดิต

เพราะจะมีรูปสัญลักษณ์ และเอกลักษณ์ ของสมาชิก ของรายการนั้น ๆ หรือมีการพรินต์ ว่าตัวเองได้ทำรายการนั้น

-

มันจะขึ้นชั้นไว้ตอนเริ่มแรกว่าเป็นกลุ่มแฟนๆของแต่ละบ้านที่จัดทำขึ้นมา

การแปลโดยกลุ่มแฟน คือการแปลในสิ่งที่ชื่นชอบแล้วก็ไม่หาผลประโยชน์จากสิ่งนั้น ทำแล้วมีความสุขคะ

ชื่อหรือรูปภาพสื่อ

มีความชอบที่เหมือนกัน เวลารายการที่ชอบเหมือนกันจะทำการแปลตามที่รายการออกอากาศ

หากเป็นการแปลโดยกลุ่มแฟน จะมีการใช้ภาษา และตัวหนังสือที่แตกต่างกันออกไปในแฟนของแต่ละกลุ่ม รวมถึงช่องทางในการเผยแพร่ให้ได้รับชม ส่วนใหญ่จะมาจากเฟสบุ๊ค หรือยูทูป มากกว่า มีบ้างบางกลุ่มที่จะเปิดเป็นเว็บไซต์ ที่แปลพวกซีรีส์หรือหนังโดยเฉพาะ

ก็ถ้าค่าไม่ชอบไม่ยอดดู ค่าก็คงไม่มานั่งแปล ไม่ได้สิ่งตอบแทนเช่น เงิน ด้วย

เพราะทำจากแฟนเพจ

เพราะจะมีตัวบอกค้วารายการนี้กลุ่มไหนทำคะ

อ่านจากเว็บบอร์ด ผู้ชมมักกล่าวขอบคุณผู้แปลที่แปลรายการต่างๆ

ตามรายการที่ ผลิต. ที่ชอบไปออก ก็จะมีกลุ่มแฟนๆนั้นอยู่แล้ว ถ้าแปลทั่วไป มันก็จะแค่แปล จะถาแปลโดยกลุ่มแฟนมันจะสามารถเพิ่มความฟินได้อีก

Google search /comment /พันทิป

ดูจากเครดิต

ภาษาที่ใช้มักจะไม่ถูกหลักการ หรืออาจเป็นภาษาที่ดูไม่เป็นทางการ เช่น การเลือกคำที่ง่าย และการใช้สีของซับไตเติ้ล

มีแฟนเพจของแต่ละรายการ หรือแต่ละวงไอดอลที่จัดทำโดยเฉพาะ

ดูจากหัวมุด้านบนของรายการที่เราดูว่าเป็นการแปลของกลุ่มใด

มีการตั้งเพจขึ้นเป็นกลุ่มหรือเป็นบ้านที่ทำซับต่างๆ

เพราะชื่นชอบในรายการเดียวกัน และอยากให้คนอื่นที่เริ่มเป็นแฟน ได้รู้จักรายการนั้นมากขึ้น

รู้สึกขอบคุณที่แปลมาให้ได้ชม นอกเหนือจากซับEng เป็นภาษาไทยที่เราเข้าใจง่ายและดูสนุกขึ้น

ติดตามจากแฟนเพจศิลปินที่ชอบ

อัปเดตความเคลื่อนไหวให้ทราบเป็นระยะ ๆ

มีการเขียนบอกว่าใครแปล

facebook

เพราะเป็นการแปลโดยไม่หวังผลกำไร แปลให้ชมฟรี

เพราะดูจากแฟนเพจของรายการและคนทำซับเป็นแฟนรายการ

เป็นการนำเสนอโดยกลุ่มๆหนึ่ง ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่าเป็นการร่วมมือกันทำ

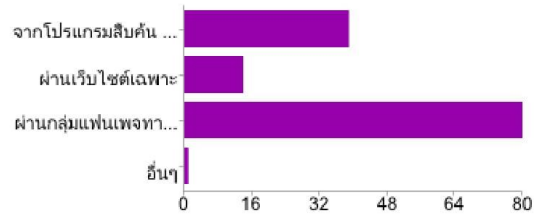
อ่านcomment

เพราะว่าการซื้อลิขสิทธิ์จะทำให้การแปลล่าช้า การแปลแต่ละตอนใช้เวลานานกว่าแปลโดยกลุ่มแฟน

จากเครดิต ว่าการแปลนี้มาจากเพจไหน และ เป็นซับที่กลุ่มแฟนคลับ ทำให้รับชมแบบฟรีๆ

เริ่มจากเซ็ดหาก่อนแล้วก็ติดตามไปเรื่อยๆ ในเฟซบุ๊ก
 ติดตามทาง facebook
 คนทำมักจะบอกว่าเป็นแฟนคลับถึงแปล
 รู้โดยการบอกต่อแบบปากต่อปาก
 เพราะเป็นการแปลที่จัดทำขึ้นในเพจเฟซบุ๊ก
 อยู่ในกลุ่มด้วย
 เพราะส่วนใหญ่คนที่แปลจะชอบรายการที่ตนเองแปลอยู่เป็นพิเศษ
 I don't know
 จากข้อความที่โพส
 ผ่านทางเฟซบุ๊ก
 เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบรายการเหมือนกัน
 มีเครดิต
 กลุ่มแฟนคลับรายการโทรทัศน์ ที่ชื่นชอบในตัวรายการหรือศิลปินนั้นๆตามเพจต่างๆ
 มีโลโก้แจ้ง
 แฟนเพจจากเฟซบุ๊ก
 เซ็ททุกเกิ้ลหาเรื่อง/รายการที่อยากดู กดไลค์เพจ ลิ้งค์ไปหาเพื่อนบ้านอื่นๆ เจอกกลุ่มแฟนรายการอื่นๆ เจอบ้านซั่มอื่นๆ เพียงบนบนบนบน ไม่ใช่พวกเวปที่เอาลิงค์ขวามันเค้าไปแปะ นิสัยไม่ดี
 มีเครดิต
 ติดตามความต่อเนื่องของการแปลในแต่ละ EP. ไม่ว่าจะเป็นรายการต่างๆ หรือซีรีส์
 อ่านใน comment
 คำที่ใช้ในการแปล แปลเร็ว มีคุณภาพของการแปล
 ระบุเครดิตทีมซั่มใดเด็ลไว้ในตัววิดีโอ
 ดูจากการกดไลค์ในเพจเฟซบุ๊ก และเพื่อนแชร์มา
 เพราะติดตามข่าวสารมาจากเวปแฟนคลับโดยตรง จึงติดตามขั้วสารมาจากเวปแปลจากแฟนคลับ
 เพราะว่าเป็นกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบรายการนั้นๆและต้องการแบ่งปันใหม่คนอื่นได้รู้จักและชื่นชอบไปด้วย
 - บางกลุ่มใส่ความรู้สึกส่วนตัวกับพวกอิโมชั่น เช่น >///< - บางรายการแปลไม่ตรงกับที่ตัวละครพูด และมี การใส่สิ่งที่เป็นกระแสในช่วงนั้นๆลงไป เช่น ตัวละครในซีรีส์ร้องเพลงภาษาเกาหลีแต่คนทำซั่มใส่เนื้อเพลงของหญิงลี เพราะช่วงที่เพลงของหญิงลีกำลังดัง - มีเครดิตกับโลโก้กลุ่มในรายการหรือละคร - ทำซั่มตัวเต็งหรือบางที่มีหมายเหตุอธิบายเพิ่มให้ด้วย อันนี้เปรียบเทียบกับซั่มของทรูที่ปกติจะทำซั่มเฉพาะเวลาคนพูดเท่านั้น - ในหนึ่งรายการหรือหนึ่งตอนของละครจะต้องแบ่งเป็นหลายๆพาร์ท
 จากแฟนเพจในเฟซบุ๊ก
 รู้ได้จากแหล่งที่มาของรายการที่รับชม เช่น ดูรายการ running man ที่มีการแปลไทยโดยกลุ่มแฟน จากเวปเพจหรือบล็อกของกลุ่มคนที่เป็นแฟนของรายการ
 จะมีสัญลักษณ์ของแต่ละกลุ่มปรากฏในรายการ
 เห็นตามเว็บแฟนคลับ
 เพราะตัวเพจที่ได้ดูนั้น Admin ได้แสดงตัวอยู่แล้วว่าเป็นแฟนคลับกลุ่มใด
 มีเครดิตอยู่ที่รายการ

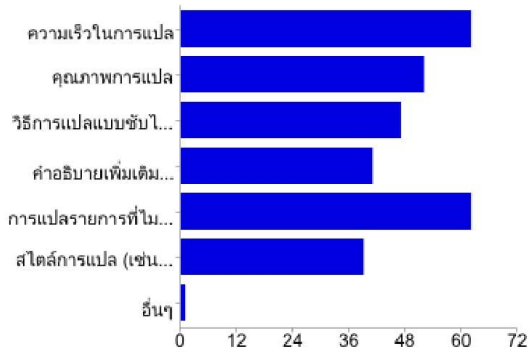
3. ท่านค้นหารายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนผ่านช่องทางใด



จากโปรแกรมสืบค้น (เช่น Google, Yahoo)	39	44%
ผ่านเว็บไซต์เฉพาะ	14	16%
ผ่านกลุ่มแฟนเพจทางเฟสบุ้ก	80	91%
อื่นๆ	1	1%

โปรดระบุชื่อเว็บไซต์หรือชื่อกลุ่มแฟนเพจที่ท่านชื่นชอบ

4. เหตุใดท่านจึงเลือกชมการแปลโดยกลุ่มแฟน



ความเร็วในการแปล	62	70%
คุณภาพการแปล	52	59%
วิธีการแปลแบบซับไตเติ้ล	47	53%
คำอธิบายเพิ่มเติมนอกเหนือจากซับไตเติ้ล	41	47%
การแปลรายการที่ไม่ได้ออกอากาศในไทย	62	70%
สไตล์การแปล (เช่น การเลือกใช้ฟอนต์ สีของซับไตเติ้ล)	39	44%
อื่นๆ	1	1%

5. จากข้อ 4 ข้างต้น ปัจจัยใดที่ท่านชอบมากที่สุด

ความรวดเร็ว

ความเร็วในการแปล แปลรายการที่ไม่มีในไทย

ความเร็วในการแปล

คุณภาพการแปล

สไตล์

คำอธิบายเพิ่มเติม

3

1

5

ความรักสามัคคีของกลุ่มแฟนซึ่งอยู่กันแบบครอบครัว

ความรวดเร็วในการแปล

การแปลรายการที่ไม่ได้ออกอากาศในไทย

ปัจจัยที่ชอบที่สุดคือ การแปลโดยกลุ่มแฟนจะมีเสน่ห์มากกว่า สนุกมากกว่า ละเอียดยิ่งกว่าคะ ดูสนุกมากคะ

ความเร็วในการแปล

ทุกอย่าง

เร็ว

คุณภาพการแปล

ลงลิ่งค์ที่สามารถดูได้ง่ายและไว

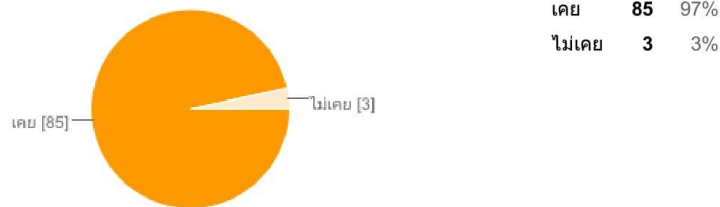
ความสามารถของทุกคนที่ทำออกมาด้วยความจริงใจ และตั้งใจ

คุณภาพในการแปล

คุณภาพ
 ความเร็วแล้คุณภาพการแปล
 เป็นรายการที่ไม่ออกอากาศในไทย
 วิธีการแปล ส่วนวนตลกและทันสมัย
 วิธีการแปลแบบซับซ้อนได้เต็ม
 ความเร็วในการแปล
 คุณภาพของการแปล
 คำอธิบายเพิ่มเติมนอกเหนือจากซับซ้อนได้เต็ม
 ซับซ้อนได้เต็ม
 สไตส์การแปล
 ความเร็ว
 คุณภาพการแปล
 คุณภาพของการแปล ได้ถูกต้องตามที่บุคคลนั้นพูด คุณภาพของภาพที่ชัดเจน จะทำให้อ่านง่ายขึ้น
 แปลรายการที่ไม่ได้ออกอากาศในไทย
 สไตส์การแปล
 ดูรายการที่หาดูไม่ได้

การแปลรายการ "รันนิ่งแมน" โดยกลุ่มแฟน

1. ท่านเคยรับชมรายการ "รันนิ่งแมน" มาก่อนหรือไม่



การแปลรายการ "รันนิ่งแมน" โดยกลุ่มแฟน (ต่อ)

2. ท่านชอบอะไรเกี่ยวกับรายการนี้

- สมาชิกในรายการรับบทของตัวเอง ช่วยกันรับส่งมอบได้อย่างเป็นธรรมชาติ - เกมที่เล่นในรายการส่วนใหญ่ค่อนข้างแปลกใหม่ เช่น เกมดิงปายชื่อที่กลายเป็นสัญลักษณ์รายการ
 ชอบสมาชิกทุกคน คิดว่ารายการสร้างคาแรคเตอร์ของแต่ละคนได้น่าสนใจ รายการสนุกเกมส์ก็แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา
 สมาชิกในรายการ เกมที่เล่นแต่ละเกมมีความแปลกใหม่และแตกต่างจากที่เราเคยเล่น
 จังหวะการคุยกัน ความสัมพันธ์ของพิธีกร ความคิดสร้างสรรค์ของทีมงานในการคิดเกมส์ การไม่ห่วงหน้าตาของตัวเองเหมือนดารไทยหลายคน
 สมาชิก การเล่นเกม
 เกมที่เล่นในรายการมีความหลากหลาย ไม่ซ้ำซากจำเจ

ชอบทุกอย่างที่เป็นร้านนั่งแมน

ทุกอย่าง เช่น สมาชิกรายการ สดาฟ ดากล่อง การสร้างสรรค์เกมที่เล่น แกร็บเชิญ เป็นต้น

รายการเกม

รายการมีเสน่ห์ โดยที่พิธีกรแต่ละคนมีคาแร็กเตอร์ไม่เหมือนกัน เกมที่เล่นในรายการหลากหลาย

สนุกสนาน ไม่เครียด และมีความอบอุ่นของพิธีกรทุกคนที่มีต่อกันในฐานะพี่น้อง ทำให้ชอบดูรายการนี้

รูปแบบรายการที่สนุกสนาน และ คิมจงกุก

สมาชิกในรายการ

ชอบคาบฮา คลายเครียด ชอบศิลปิน

เกมส์

ชอบความคิดสร้างสรรค์ของเกมส์และ character ของ MC ในรายการ สร้างเสียงหัวเราะ มอมรอยยิ้มให้

กับคนดู

ชอบสมาชิกทุกคน มีความรู้สึกว่าคุณคนอยู่กันเป็นครอบครัว ทั้งเมมเบอร์ พีดี วีเจ ฝ่ายคอสดูม ทุกคน

แสดงออกถึงความอบอุ่น ทำให้ดูแล้วเหมือนเราเป็นหนึ่งในสมาชิก

สมาชิกและเกม

สมาชิก PD และรูปแบบเกมส์ รวมถึงแกร็บเชิญ

เกมที่เล่น สนุก และสร้างสรรค์

รูปแบบของรายการที่คอยขยับจะแปลกใหม่ต่างจากรายการอื่นๆ มีสมาชิกตัวหลักที่น่าสนใจ และการ

แสดงออกที่สนุกสนานจากการทำกิจกรรมของรายการ

เกมที่เล่น

ชอบทุกอย่าง

รูปแบบรายการสนุก และความสัมพันธ์ของสมาชิกในรายการ

ความเป็นกันเองของสมาชิกในรายการ

สมาชิกในรายการ

เกมที่เล่นและสมาชิก

ชอบสมาชิกทุกคนโดยเฉพาะคู่รักวันรักวันจันทร์ ฟินอะ กวางชุกกอดलग รักทุกคนเลยคะ

สมาชิก เกมส์ แกร็บเชิญ รูปแบบกิจกรรมที่หลากหลายหลากหลาย

สมาชิกในรายการและรูปแบบรายการที่เน้นความบันเทิง

สมาชิก รูปแบบของรายการ ฮา

สมาชิกมีคาแรคเตอร์เป็นของตัวเองอย่างโดดเด่นและเล่นกันอย่างสนิทสนม เกมที่เล่นดูครีเอทีฟทำออกมา

มาได้ตื่นเต้นและलग ชาวต่างประเทศ+เอฟเฟ็คต์ต่างๆบางครั้งทำให้รายการดูलगยิ่งขึ้น

คู่รักวันจันทร์

สมาชิกรายการ และรายการเป็นรายการที่สนุกสนานสร้างรอยยิ้มใ

สมาชิก + เกมส์ที่เล่น

สมาชิกทุกคนเลย สนุกสนาน ไหวพริบดี लगแต่ไม่หยาบคาย เกมส์สนุกไม่น่าเบื่อ

การประยุกต์เอาของใช้ในชีวิตประจำวันมาเล่นในเกม สมาชิกในรายการมีไหวพริบในการรับส่งलगได้ดี มี

ความलगแต่สุภาพกับผู้หญิง

สมาชิกในรายการ เกมที่เล่นในรายการ

ความलगของนักแสดง

สมาชิกรายการ โดยจเพราะ Kim jong kook

เกมที่เล่นกันในรายการ ดูแล้วสนุกตื่นเต้นलग ดูแล้วอารมณ์ดีขึ้น การแปลอ่านเข้าใจง่าย

สมาชิก และ รูปแบบของรายการแปลกใหม่ สนุก लग

ความสัมพันธ์ของสมาชิกในรายการ

รูปแบบรายการ และสมาชิก

ขอบเขตที่แข่ง มุกที่เล่นในรายการ เกมที่ทางรายการทำ

สมาชิกในรายการและรูปแบบรายการที่มีความสนุกสนาน ผ่อนคลาย หัวเราะได้เวลาดู

ทุกอย่าง

เริ่มแรกขอวิธีการคิดเกมส์แต่ละภารกิจ รู้จักยูแฉชอกนานมากและ และหลังๆดูมาเรื่อยๆรู้สึกรักขงจ๊อย และสมาชิกคนอื่นๆ ที่ทำงาน และดูแลกันเหมือนครอบครัว จนหลงรักรายการนี้ มีครบทุกอย่าง สนุก เฮฮา น่ารัก

วิธีการเล่นเกมที่แปลกเกินคาดเดา และความน่าสนใจของสมาชิกในรายการที่มีความตลกแบบแปลกๆ

สมาชิก / แขกรับเชิญ / เกมที่เล่นในรายการ / PD / ความเป็นเรียลลิตี้

รูปแบบรายการ และเอกลักษณ์ของเมมเบอร์แต่ละคน

เกมที่เล่นและดารารับเชิญ

ขอบเขตของรายการและสมาชิกในรายการ

ขอบเขตที่เล่น และสมาชิกในรายการ

เกมตั้งป้ายชื่อ

สมาชิก และความจริงจัง

สมาชิก เกมที่เล่น แขกรับเชิญ

ขอบเขต ขอบดู สนุกดี

ขอบทุกอย่างที่เกี่ยวกับรันนิ่งแมน

ครั้งแรกขอแค่อธิกร ยูแฉชอกตั้งแต่รายการX manและติดตามผลงานมาเรื่อยๆ จนมาที่รันนิ่งแมน รวมถึงสมาชิกคนอื่นๆ จนกระทั่งขอทีมงานรายการทุกคน ที่ทำให้มีรายการดีๆสนุก และที่สำคัญ รายการนี้ ทำให้ทุกคนที่บ้านร่วมตัวกันที่ของทุกวันอาทิตย์คะ เพื่อรอดูรายการนี้กันทั้งบ้านคะ(ส่วนใหญ่ที่บ้านจะดูพากทไทยที่ทรูคะ)

ความหลากหลายของเกมส์ ความแตกต่างจากรายการอื่นๆ ความเป็นครอบครัวของรายการนี้คะ ฯลฯ

ความสนุกสนานในการเล่นเกมส์แต่ละเกมส์ ,สมาชิกของรายการมีความลงตัวในทุกๆด้าน มีความพอดีในการนำเสนอทำให้ติดตามได้ตลอดไม่น่าเบื่อ

สมาชิกในรายการ การอยู่รวมกันเป็นครอบครัว ไม่มีคดียทำร้ายกรรม เป็นตัวของตัวเองสามารถทำได้ทุกอย่างไม่ห่วงภาพลักษณ์

สนุก และคลายเครียด

การจัดรูปแบบเกมมีความสนุก น่าสนใจ พิธีกรในรายการ

เกมที่เล่นในรายการ

รันนิ่งแมนในความรู้สึกของเราไม่ใช่แค่รายการวาไรตี้แต่เรารู้สึกเหมือนว่าพวกเขาคือครอบครัวรักกัน เหมือนพี่เหมือนน้องคอยช่วยเหลือกันทั้งในบทแล้วก็นอกบท เขาเป็นมากกว่ารายการวาไรตี้ทั่วไปเขาอยู่เป็นเพื่อนเราเวลาที่เราเหงาหรือเวลาที่เรเศร้าพอได้เปิดดูพวกเขาทำให้เราหายเศร้าหายเครียด ทำให้เรายิ้มได้อย่างมีความสุข ขอคุณ member Runningman ทุกคนโดยเฉพาะ อีกวางซู ที่ทำให้เราแล้วก็หลายๆคนยิ้มได้ในวันที่รู้สึกไม่ดี นี่เป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของความรู้สึกดีๆที่เรามีให้รายการนี้ และมันมีความรู้สึกอีกมากมายที่ไม่สามารถบรรยายออกมาเป็นคำพูดได้ ขอคุณ SBS ขอคุณ PD และทีมงานทุกคนที่ทำให้เรามีรายการดีๆดู ขอคุณมากๆคะ

สมาชิก ความสนุก

สนุก ดาราเกาหลีเวลาออกวาไรตี้ จะไม่ค่อยมาห่วงสวย ห่วงหล่อ เล่นจริง สนุกจริง เหนื่อยจริง สมาชิกก็ลงตัว

แกรี

game

ทั้งตัวสมาชิกในรายการ รูปแบบเกมส์ ความสนุกสนานเฮฮา คู่รักวันจันทร์ / race start / จอมทรยศ / โป

โรโรระ / เจ้าตึกแดน / พี่เสือ

เกมส์ที่เล่นในรายการและสมาชิก

ชอบสมาชิกและการเอนเตอร์เทนของสมาชิกและการแปลที่มีคุณภาพ ชัดเจนและเข้าใจง่าย

สมาชิกในรายการ การนำเสนอรายการและcharacterของสมาชิกแต่ละคน บทพูดที่ส่งเสริมให้ตัวสมาชิก และกิจกรรม(เกม)ในรายการมีบุคลิกที่โดดเด่น สนุกสนาน และแปลกใหม่ ซึ่งทั้งหมดนั้นนอกจากจะเกิด จากความสามารถเฉพาะตัวของดารานักแสดงหรือพิธีกรในรายการแล้ว ยังต้องอาศัยความละเอียดอ่อน และมีประสิทธิภาพในการผลิตหรือการอ่านรายการสร้างของสต๊าฟเบื้องหลังด้วย

สมาชิก เกม ภารกิจ

ชอบความแปลกใหม่ของรายการ และสมาชิกทุกคน

'คู่รักวันจันทร์' และความสนุกสนานของรายการ

สมาชิก และเกม รวมไปถึงการแปลที่สวยงาม และความสนุกสนาน รวมถึงมุขที่สอดแทรกเข้าไปแบบ ไทย

สมาชิก ความเป็นธรรมชาติของสมาชิก

3. ท่านรับชมรายการนี้ผ่านช่องทางใด (โปรดระบุ)

แฟนเพจ

แฟนเพจ facebook กับ

แฟนเพจ facebook

โน้ตบุ๊ก

Facebook dailymotion

facebook, youtube

Torrent

Facebook

facebook Fanpage

ทูร์ และ facebook

ในเพจเฟสบุ๊คมีหลายเพจมากกกก ส่วนใหญ่จะ

แฟนเพจทางFacebook

fanpage facebook

ทางแฟนเพจ facebook

Facebook

แฟนเพจทางเฟสบุ๊ค

แฟนเพจทาง facebook

และ แฟนเพจทางfacebook

แฟนเพจทางเฟสบุ๊ค

Facebook และ

เพจทางเฟสบุ๊ค

แฟนเพจfacebook

แฟนเพจใน facebook

แฟนเพจ Facebook

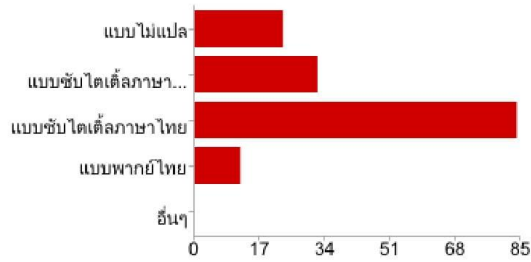
ทุกช่องทางที่สามารถรับชมได้

Facebook true xzyte

แฟนเพจทาง Facebook

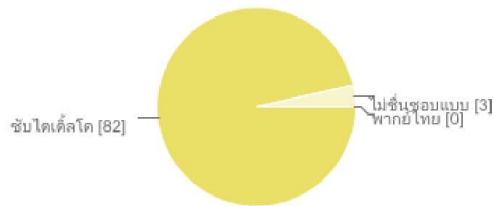
true xzyte facebook
 ทูริเอ็กซ์ไซด์ ทูริเท็น แฟนเพจทางเฟซบุ๊ก
 แฟนเพจในเฟซบุ๊ก
 , dalimotion
 facebook
 True Xzyte , แฟนเพจทาง Facebook
 แฟนเพจเฟซบุ๊ก
 True Xzyte, แฟนเพจ Facebook
 เริ่มแรกชมจาก True แต่พอรู้จักแฟนเพจที่แปลซบนี้ออกมา ก็รับชมทางบ้านแฟนต่างๆ มากกว่า ตามดูไป
 แต่ละบ้านที่ทำซบแต่ละตอน ไม่ดูตามเว็บรวมเพราะไม่อยากจะให้การสนับสนุนเว็บรวม แล้วทำให้บ้าน
 ซบต่างๆ ถูกตามลบคลิป เพื่อที่เราจะได้ดูรายการนี้ต่อไป และย้อนกลับไปดูตอนเก่าๆ เมื่อไหร่ก็ได้
 แฟนเพจ ทาง Facebook
 แฟนเพจทางเฟซบุ๊ก
 Tru xzyte,tru ten ,facebook
 Facebook www
 แฟนเพจใน facebook,
 ผ่านทางfacebook
 Facebook Youtube Google
 Facebook True
 แฟนเพจ facebook หรือออนไลน์สตรีมออกอากาศ
 แฟนเพจทาง facebook และ
 facebook
 facebook แฟนเพจ ,
 แฟนเพจทาง Facebook
 ส่วนตัวดูทางแฟนเพจ(ทุกบ้านที่ทำซบ)ด้วยและทางช่องทูริด้วย
 ช่อง True แฟนเพจทางFacebook
 แฟนเพจในเฟซบุ๊ก
 Facebook Dailymotion
 ช่อง True Xzyte และแฟนเพจทางFacebook
 แฟนเพจทางเฟซบุ๊ก และผ่านการดาวน์โหลดไฟล์ raw จากบีทอทเรนท
 True xzyte Youtube
 ทูริ แฟนเพจทุกเพจที่ทำร้านนึ่งแมน
 แฟนเพจเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์อื่นๆ

4. ปกติแล้วท่านรับชมรายการนี้ในภาษาใด



แบบไม่แปล	23	26%
แบบซับไตเติ้ลภาษาอังกฤษ	32	36%
แบบซับไตเติ้ลภาษาไทย	84	95%
แบบพากย์ไทย	12	14%
อื่นๆ	0	0%

5. ท่านชอบวิธีการแปลแบบใด



พากย์ไทย	0	0%
ซับไตเติ้ลโดยกลุ่มแฟน	82	93%
ไม่ชื่นชอบแบบใดเป็นพิเศษ	3	3%

เพราะเหตุใด

เป็นซับไตเติ้ลธรรมดาดีกว่า

เหตุผลคล้ายกับข้อที่เคยตอบไปแล้ว

แปลดี

ได้ยินเสียงของสมาชิก/ทีมงานได้รายการเลยได้ความสนุกสนานมากกว่า

เพราะดูแบบพากย์ไทย แล้วไม่สนุก เท่ากับดูซับแล้วได้ยินเสียงเมมเบอร์พูดกันเอง

ดูใส่ใจในรายละเอียด ทำให้การดูสนุกมากยิ่งขึ้น

โดยส่วนตัว เป็นคนชอบซับไตเติ้ลอยู่แล้ว

ได้ฟังน่าเสียงและสำเนียงของคนคนนั้นจริงๆ

ได้ความสนุกเต็มที่ อีกทั้งการพากย์เสียงทำได้ไม่ดีเท่าไร อาจเพราะทำได้ยาก เพราะแย่งกันพูดเหลือเกิน

แค่แปลให้ดูก็เป็นพระคุณอย่างมาก

เร็ว และแปลได้ถูกต้องได้ใจความมากที่สุด

แปลได้ดี และมีการพูดคุยกันในคอมเม้นระหว่างแฟนคลับ และคนทำคลับ

อ่านง่าย

สนุกเข้าใจง่าย

รวดเร็ว กะทัดรัด

สนุกกว่า บรรยายไทย

ง่ายต่อการรับชม และได้รรถรสมากกว่าพากย์เป็นเสียง

เข้าใจง่าย และรวดเร็ว

คลับสวย และมีคุณภาพ

รวดเร็วกว่า มีการปรับแต่งรายละเอียดต่างๆให้สวยงาม

กลุ่มแฟนจะให้ความสำคัญของการพูดของนักแสดงทุกคน

อ่านเข้าใจง่าย ได้รรถรสได้การรับชม

รวดเร็วและวิธีการแปลน่าสนใจ

มันได้อารมณ์ที่มันกว่าดูแบบพากย์ไทยอะ

เสียงพากย์ทำให้ความสนใจในการดูลดลง

กลุ่มแฟนมีประสบการณ์ด้านมุกตลก ช่วยให้แปลเข้าใจง่ายและตลก

สนุกกว่าพากษ์ไทย

ชอบเสียงจริงของพิธีกรมากกว่า

รู้สึกขอบคุณความพยายามรวมถึงเสียสละเวลามาแปลให้ดู

มีความรู้และเข้าใจในภาษานั้น ๆ

ทุกตัวอักษรของคลับโดยกลุ่มแฟนมันคือความรักและความชอบในรายการ ที่ถ่ายทอดให้คนที่รักและชอบรายการได้รับชม

ทำให้เข้าใจว่าคุยอะไรกันมากขึ้น

พากย์ไทยทำให้เสียอารมณ์การดู

เร็วกว่าที่จะรอดูในเคเบิลทีวี

สนุกกว่า

สนุก

มันเร็ว และแปลได้ดีมาก ไม่ชอบที่ทีวีประเทศไทยชอบเอารายการนี้มา แล้วพากษ์เสียงห่วยมากคะ โคตรไม่ได้อารมณ์พากษ์ตามใจตัวเองสุดๆ คาเรคเตอร์ทั้งในเกมส์และซีรีส์หายไปหมด ไม่ชอบ!!

ชอบเสียงในฟิล์ม

ดูรู้เรื่อง

สามารถรับฟังเสียงจริงของดาราหรือพิธีกรในรายการ

ดูได้ทุกแบบ

เพราะดูแล้วสนุกกว่าแบบอื่น

เข้าใจง่าย

ทั้งๆที่ฟังภาษาเกาหลีไม่ออก แต่ดูคลับดีกว่าพากย์ไทยแน่ๆ ได้ฟังน้ำเสียงพอเดาได้ว่านักแสดงอยู่ในอารมณ์ไหน

อ่านคลับแล้วฟังเสียงเต็มที่มาทับทางรายการรู้สึกเป็นธรรมชาติกว่า

ชอบที่เป็นคลับได้เต็มเพราะเราจะได้ฟังเสียงจริงๆ ได้ฝึกภาษาไปในตัว ที่สำคัญเสียงพากษ์ไทยมันฟังตลก

สามารถแปลด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย และเข้าถึงคนไทยในเรื่องความรู้สึก

ละเอียด พยายามเก็บหมอบ ให้ข้อมูลเพิ่มเติม

ได้อารมณ์ร่วมมากกว่าพากย์

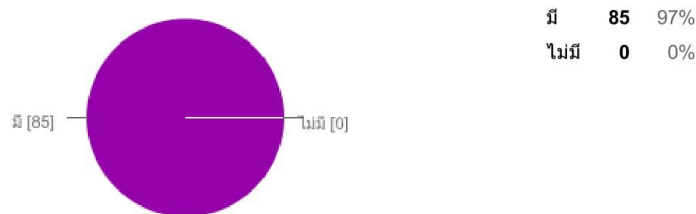
ได้รรถรสในการรับชม

ได้รอรกรมากกว่า เสียงจริง
 เพราะมันทำให้รู้สึกสนุก และทำให้เราได้เรียนรู้ภาษาไปในตัวด้วย
 พากย์ไทยไม่สามารถบรรยาย ตัวหนังสือที่ขึ้นในคลิปได้ และไม่ได้รับรู้ถึงอารมณ์ของพิธีกร และดารารับเชิญ
 ได้อารมณ์ในการดูมากกว่า
 สนุกและมีเสน่ห์ในการดูมากกว่า
 - รวดเร็ว เช่น รายการออนแอร์วันอาทิตย์ อีก2-3วันก็ดูออนไลน์ฉบับไทยได้แล้ว - มีการใส่ข้ออธิบายเพิ่มเติม - ใช้ภาษาพูดในฉบับ เช่น ช่องต่างๆที่ซื้อลิขสิทธิ์รายการมาทำฉบับ มักใช้ภาษาทางการดูแล้วไม่ค่อยอิน
 เหมือนชอบแบบเดียวกัน ดูจบ แล้วมาอ่าน คอมเมนต์ ยิ่งสนุกใหญ่
 เพราะรวดเร็ว แถมนี่หลายบ้านทำให้สามารถเลือกดูในแบบที่ชอบได้
 มีคุณภาพและรวดเร็ว
 ชอบฟังเสียงต้นฉบับได้อารมณ์มากกว่าพากษ์และชอบอ่านแปลให้เข้าใจ
 รู้รายละเอียด ของสมาชิกรายการ รู้ข้อมูลของแขกรับเชิญ รู้ศัพท์เก๋ๆอย่างแท้จริง
 ทำให้เราเข้าใจเนื้อหาของรายการในแต่ละตอน และสนุกสนานกับรูปแบบการใช้คำที่มีเสน่ห์และสนุกสนานแตกต่างกันไปในแต่ละเพลง
 เร็วและเข้าใจง่าย
 จะได้ยินเสียงของเจ้าของภาษาจริงๆ
 ไม่ชอบพากย์ไทย ช่องทรู โครดห่วย ฉบับไทย บ้านฉันออกเร็ว
 ภาษาเข้าใจง่าย ใช้คำพูดที่ทำให้หัวเราะ
 เข้าถึงอารมณ์ของสมาชิกแต่ละคนมากกว่า เพราะกลุ่มแฟนมักจะรู้จักลักษณะบุคลิกของสมาชิกแต่ละคนดี ทำให้คำแปลที่ใช้เหมาะสมกับแต่ละคน
 ขอให้เข้าใจความหมายในรายการค่ะจะวิธีใดก็ได้
 ใส่ใจในทุกรายละเอียด
 เป็นการแปลเพราะความชอบ ทำให้ผลงานออกมามีคุณภาพ ชัดเจน เข้าใจง่าย
 ไม่เสียอารมณ์ในการชม
 ใช้ฟอนต์สวย มีคำอธิบายเพิ่ม
 เร็ว เข้าใจง่าย
 ผู้แปลจะใส่ใจรายละเอียดการแปลมากกว่าเนื่องจากขึ้นขอบในรูปแบบรายการเหมือนกัน มีการเล่นสีตัวอักษรและปรับปรองคำแปลให้เข้าใจง่ายทำให้คนดูรู้สึกสนุกไปกับรายการมากยิ่งขึ้น
 รู้สึกได้ถึงความบันเทิงครบครันจากเพลง
 มันพินกว่า
 funny
 ดูแล้วสนุกกว่าพากย์ไทย
 แปลได้เร็ว และใส่ใจกับทุกรายละเอียด
 ได้รอรกรในการดูมากกว่าแบบพากย์ไทย
 เพราะมีการแปล และความเข้าใจที่ดี
 เพราะรู้สึกเข้าใจง่ายกว่า พากย์เสียงแล้วดูไม่รู้เรื่องเลยเสียอารมณ์มาก
 มีจุดเด่นที่การเติมแต่งท่าศัพท์วัยรุ่นที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น หรือ ใช้ชื่อเรียกสมาชิกในแบบที่แฟนคลับเรียก ทำให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมมากขึ้น
 เพราะเมื่อดูรายการประกอบจะได้อารมณ์มากกว่าการพากย์ไทย เพราะได้ฟังน้ำเสียงจริงและอารมณ์ต่างๆที่แสดงออกมาให้ความรู้สึกสนุกสนานมากกว่าการพากย์

6. หากมีข้อความเพิ่มเติม (เช่น คำสั่งหรือคำอธิบายเกม คอมเมนต์ ชื่อหรือฉายาแซกรับเชิญ) เป็นภาษาเกาหลีในรายการ ท่านอ่านคำแปลของข้อความดังกล่าวหรือไม่



7. ท่านคิดว่าคำแปลข้อความดังกล่าวเป็นภาษาไทยมีประโยชน์หรือไม่



เพราะเหตุใดท่านจึงคิดเช่นนั้น

- ทำให้รับรู้ข้อความมีความหมายว่าอย่างไร และทำให้เข้าใจรายละเอียดในจุดนั้น
- ทำให้เข้าใจเกมมากขึ้น
- วัฒนธรรม ภาษา ส่วนบางอย่างในต่างประเทศก็อาจจะไม่เหมือนกับของประเทศที่เราอยู่ ดังนั้นการมีคำอธิบายหรือเปรียบเทียบจะทำให้เราเข้าใจมากขึ้น
- ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น
- เพราะป้ายสถานที่ต่างๆหรือป้ายบางอย่าง ทางรายการจัดทำขึ้น ซึ่งหากได้รู้ความหมายก็น่าจะเข้าใจเกมมากขึ้น
- ทำให้เราเข้าใจขดลกของรายการ ทำให้เพลิดเพลินในการรับชมมากขึ้น
- ทำให้เข้าใจและสนุกขึ้น
- ถ้าย่อละเอียดมากเท่าไรก็จะมีส่วนร่วมกับรายการมากเท่านั้น ในความคิดเห็นคะ
- ทำให้รู้รายละเอียดเกี่ยวกับเกม/แซกรับเชิญ มากขึ้น
- เป็นการเพิ่มความเข้าใจในการกระทำนั้นๆ
- เข้าใจเนื้อหามากขึ้น
- เข้าใจเนื้อรายการมากขึ้น เข้าใจมุกมากขึ้น
- ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น
- เพราะคำอธิบายต่างๆ บางทีมันไม่เหมือนกับคำแปล ช่วยให้เข้าใจได้มากขึ้น
- ได้รู้คำศัพท์หรือฉายา/ชื่อที่เราอ่านไม่ออก
- มันทำให้เข้าใจเนื้อหาของรายการ เกมที่เล่น รู้จักดารานักร้องมาร่วมรายการมากขึ้น
- ทำให้เข้าใจสิ่งที่พูด
- ทำให้เรา เข้าใจ ภาษา ของเขามากขึ้น
- ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาในรายการมากขึ้น บางครั้งสิ่งที่เราไม่เข้าใจมักเกี่ยวกับวัฒนธรรมของเขา ก็ได้เรียนรู้มันไปด้วย

เราจะได้รับความฮา หรือความคิด มากขึ้น
ช่วยให้เข้าใจเนื้อหามากขึ้น
ไม่เก่งภาษาเกาหลีเท่าไร แปลทำให้เข้าใจง่ายและดูสนุกมากขึ้น
ทำให้เข้าใจมากขึ้นในสิ่งที่รายการนำเสนอ
เพราะถ้าเป็นซับEngเข้าใจในระดับหนึ่ง ที่อาจจะยังไม่ชัดเจน เพราะภาษาไทยเข้าใจง่ายกว่า
ทำให้เข้าใจดึกา มุขตลกมากขึ้น
เพราะมันมี
เพราะมันคือส่วนที่ทำให้เราเข้าใจได้ว่ากำลังพูดถึงอะไรกัน
เข้าใจรายละเอียดเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มอรรถรสในการรับชม
ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น ดูสนุกมากขึ้น
ทำให้เราได้เข้าใจถึงมุข หรือรายละเอียดของเกมส์ หรือสิ่งของที่แสดงนั้นมากขึ้น
ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น
เนื่องจากบางมุขตลก เราอาจไม่เข้าใจว่าตลกอย่างไร
บางทีความฮาที่แฝงอยู่ในตัวตั้งพวกนั้น และบางทีสมาชิกก็ไม่ได้พูดประโยคนั้นๆ ถ้าไม่แปล เราก็พลาด
ไป
ทำให้เรารู้วัฒนธรรมการเล่นของเขาแล้วทำให้เราดูรายการได้แบบไม่ต้องงง
ช่วยให้เข้าใจมุขบางมุขมากขึ้น ช่วยให้เข้าใจดึกาในการเล่นเกมนั้นๆ
ได้รู้เรื่องราวมากขึ้นของแซกริมเซ็ญ
เข้าใจภาษาที่คำสื่อสารกัน
ได้ความเข้าใจมากขึ้น
สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น บางทีเป็นมุกค่าของประเทศเกาหลี มีการอธิบายจึงเข้าใจได้ง่ายขึ้น
เพราะเราจะได้เข้าใจว่านั่นคืออะไร และทำไมถึงเรียกแบบนั้น เป็นการเรียนรู้ไปในตัว
ทำให้เข้าใจเนื้อหามากขึ้น
ทำให้เข้าใจมากขึ้นหากเป็นการอธิบายเกม หรือ ชื่อต่างๆ และข้อความเด่นส่วนใหญ่ ก็เป็นข้อความแซว
ฮาๆเกี่ยวกับสมาชิกในรายการ
ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาในรายการมากขึ้น
ช่วยให้เราเข้าใจมากขึ้น เพราะวัฒนธรรมและบริบททางภาษาต่างกัน การมีคำแปลจะช่วยให้เราเข้าใจมากขึ้น
ทำให้เข้าใจชัดเจนขึ้นกว่าเดิมและได้รู้เรื่องทั้งหมดได้อย่างถูกต้อง
ทำให้เข้าใจรูปแบบเกมได้มากขึ้น และรู้จักประเทศเกาหลีดีขึ้น
ทำให้รายการตลกมากขึ้น และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ไปในตัว
ทำมให้เราเข้าใจรายละเอียดของรายการมากขึ้น ทำให้การดูของเราสนุกขึ้นด้วย
ช่วยให้เราเข้าใจในเนื้อหาของรายการมากยิ่งขึ้น ถ้าไม่มีเลย มันทำให้เราดังคาใจว่าตรงนี้เค้าว่าอะไร ก็
อาจจะเกิดอาการ งง นิดๆ
ทำให้เข้าใจเนื้อหามากขึ้น และได้ความรู้เพิ่มเติม
ช่วยให้เข้าใจได้มากขึ้น เพราะวัฒนธรรมที่ต่างกัน
เข้าใจเนื้อหารายการ และมีสีสันมากขึ้น
ทำให้เข้าใจเนื้อหา
ช่วยให้เข้าใจเนื้อหา
เข้าใจเนื้อหา
เข้าใจง่ายขึ้น
ทำให้รายการตลกมากขึ้น ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาในรายการมากขึ้น

ทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น

ทำให้รายการดลกมากขึ้น ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาในรายการมากขึ้น ทำให้รายการมีสีสันมากขึ้น

มันเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศอื่นๆไปในตัว ว่าเค้ามีเกมส์ที่ต่างจากเราอย่างไรบ้าง

เป็นรายละเอียดที่มองข้ามไม่ได้

ทำให้รู้รายละเอียดมากขึ้น

ทำให้เข้าใจมากขึ้น

ได้เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมประเทศต่าง ๆ มากขึ้น

เข้าใจมากขึ้น

ฝึกภาษา

เนื่องจากไม่มีความรู้ในภาษาเกาหลี ดังนั้นข้อความคำอธิบายต่างๆที่เป็นภาษาเกาหลีจึงไม่สามารถอ่านหรือทำความเข้าใจ ซึ่งส่วนตัวแล้วคิดว่าข้อความเหล่านี้ควรถูกแปลด้วยเหมือนกัน นอกเหนือจากการแปลคำพูดหรือบทสนทนาที่เกิดขึ้น เนื่องจากอาจจะเป็นข้อความที่ทำให้เราเข้าใจบทสนทนานั้นๆ หรือบริบทอื่นๆ ได้ดีขึ้น และอาจจะเพิ่มอรรถรสในการรับชมรับฟังรายการให้สนุกมากขึ้น

บางครั้งอยากรู้ และเป็นข้อมูลเพิ่มเติม ทำให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

ทำให้เข้าใจมากขึ้น

funny

เป็นการเรียนรู้คำแปลกๆในรายการ เช่นการหัวเราะ ㅋㅋㅋ, ㅎㅎㅎ

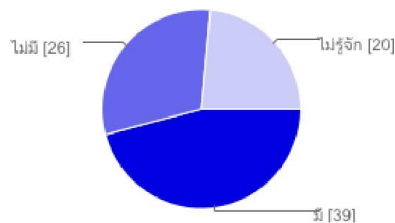
เพราะเป็นการให้เกียรติทีมงานที่ทางรายการใส่เข้ามา

เข้าใจรายการมากขึ้น

จะได้มีอารมณ์ร่วมกับสิ่งที่สนทนากันอยู่ และเข้าใจตามไปด้วย

เข้าใจมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสุขในการรับชม

8. ท่านมีกลุ่มนักแปลรายการนี้ที่ท่านชื่นชอบหรือไม่

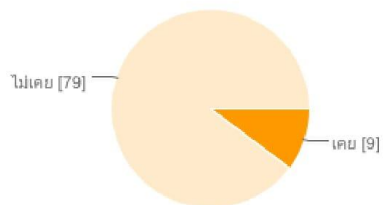


มี	39	44%
ไม่มี	26	30%
ไม่รู้จัก	20	23%

ถ้ามี โปรดระบุชื่อกลุ่มนักแปลที่ท่านชื่นชอบ

ประสบการณ์การทำซับไตเติ้ล

1. ท่านเคยทำซับไตเติ้ลมาก่อนหรือไม่



เคย	9	10%
ไม่เคย	79	90%

ประสบการณ์การทำซับไตเติ้ล

2. ท่านเคยทำซับไตเติ้ลรายการใดบ้าง

Running Man

รันนิ่งแมน แบบคัดซับ IC แบบคัดซับ

ซีรีส์อเมริกา เรื่อง criminal minds, NCIS

จำไม่ค่อยได้ เมื่อนานมาแล้วเคยทำซับของรายการที่ให้ไอตอลมาเลี้ยงเด็ก

running man infinite challenge

wgm / rm / hello baby b1a4 / mblaq

ประวัติความเป็นมาของบริษัท
Game of Thrones
Runningman , infinity chalange

3. เพราะเหตุใดท่านจึงเริ่มทำซับไตเติ้ล

ติดซีรีส์ อยากดูเร็วๆ
ดู m แล้วอยากทำ สมัยนั้นยังไม่ดังมาก ไปสมัครบ้านไหนไม่มีใครรับ เสียใจ
ความชื่นชอบซีรีส์ทั้งเรื่องนี้ส่วนตัว
เพื่อนชวน เห็นว่าได้ฝึกภาษาพร้อมกับดูรายการไปด้วย น่าสนุกดี
เพราะเราอยากดูและ หาดูได้ยากจึงตัดสินใจทำเอง
เริ่มทำเพราะความรักมันนิ่งแมน
เรียนรู้ภาษา
ได้รับมอบหมายให้ทำ
ความชอบส่วนตัว

4. ท่านเรียนการทำซับไตเติ้ลจากที่ใด

Youtube และ google
ไม่เคย
ทำเอง
จากที่เคยทำประจำอยู่แล้ว และอินเตอร์เน็ต
เรียนเอง จากใน youtube
ศึกษาจากใน internet
จากเพื่อนๆที่เคยทำ
ไม่ได้เรียนการทำซับไตเติ้ลโดยตรง แต่อาศัยทักษะทางด้านภาษาอังกฤษที่เรียนมา

5. ท่านเคยทำซับไตเติ้ลคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม



6. ท่านทำอย่างไรกับซับไตเติ้ลหรือวิดีโอซับไตเติ้ลที่ท่านทำขึ้น

อัพขึ้นเว็บไซต์
อัพขึ้น facebook
youtube
อัพโหลดขึ้นบนเว็บไซต์
อัพโหลดลงเวป
อัพโหลดในเฟซบุค

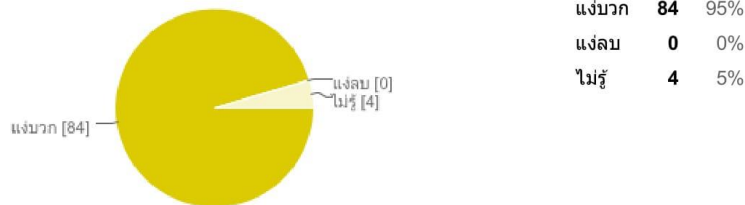
อัปโหลดรูป
เผยแพร่ในเว็บไซต์
อัปโหลด facebook

7. ในความคิดของท่าน สิ่งตอบแทนที่ท่านได้จากการทำซับไตเติ้ลคืออะไร

สุขใจล้วนๆ ทำแล้วมีคนดู ทำแล้วมีคนไลค์ พอใจแล้ว
ความพอใจ
แคคนเข้ามาดูก็พอ
การฝึกฝนความสามารถทางด้านการแปล
ความภูมิใจที่ได้แบ่งปันหรือทำให้คนอื่นรับชมและร่วมสนุกไปกับเราและความชื่นชอบส่วนตัว
ความสนุก ความภูมิใจ
ประสบการณ์
คนดูชอบ ในสิ่งที่เราทำ
คนดูสนุกไปกับซีรีส์

ประเด็นเรื่องจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวกับแฟนซับ*

1. ท่านคิดอย่างไรเกี่ยวกับแฟนซับ



2. เมื่อรายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนถูกลบ ท่านรู้สึกอย่างไร

ก็เข็งเล็ก แต่คงไม่มากเท่ากับคนทำซับ
เสียดาย สงสาร เพราะแฟนเองก็ต้องตั้งใจทำมันอย่างมาก
รู้สึกโกรธที่คนทำซับตั้งใจทำซับอย่างดีแต่โดนลบไป
เป็นสิ่งที่สมควรทางด้านลิขสิทธิ์ แต่เมื่อไหร่เจ้าของลิขสิทธิ์จะหาช่องทางทำให้เป็นสิ่งที่ถูกต้องซะที เช่น - สนับสนุนจัดดำเนินการแปลอย่างเป็นทางการถูกต้องไปเลย - เปิดให้ดูโดยไม่ติดลิขสิทธิ์(ไม่รู้ได้หรือไม่) และหากถ้าจากวิธีอื่น(ขายของ, แฟนมีดตั้ง) เพราะไม่ว่าจะไปประเทศไหน ก็มีแต่คนรู้จัก น่าจะเป็นสิ่งที่ทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์คิดว่า ผู้คนเหล่านั้นรู้จักรายการได้อย่างไร
เสียดายและเห็นใจผู้แปล
รู้สึกว่าจะลบทำไม อยาค่าคนลบมาก คนทำซับอุตสาหะเสียสละเวลาทำให้ดูยังจะมัลบ คนดูก็อดดู คนทำก็ค้งเขง
เสียใจมากจริงๆเลย มากถึงที่สุด มันเหมือนแบบว่างานที่เราทำมาทั้งชีวิต กลับสูญหายภายในพริบตา
เสียใจแทน เพราะพวกเขาเหล่านั้นไม่ได้คิดจะละเมิดลิขสิทธิ์รายการใดๆทั้งสิ้น แต่ทำเพื่อรายการที่พวกเขาชื่นชอบอย่างแท้จริง และต้องการที่จะแบ่งปันให้กลุ่มคนที่ชื่นชอบเหมือนกัน

รู้สึกผิดหวังเสียใจ บางรายการบางตอนเราประทับใจและเราต้องการดูอีกซ้ำๆ และเราอยากดูรายการที่
 สื่อสารเข้าใจโดยมีการแปล
 เสียต่ายมากไม่หน้าทำกันได้
 รู้สึกเสียใจที่รายการที่แปลถูกลบ เพราะว่ากว่าจะทำอะไรหลายๆอย่างมันใช้เวลานาน
 รู้สึกไม่ค่อยพอใจ แต่ก็เข้าใจว่ามันผิดกฎหมาย แต่ก็ไม่สามารถหาดูรายการนี้อย่างถูกกฎหมายได้จาก
 ที่ไหน
 รู้สึกเสียต่ายขึ้นงาน และเวลา เน้นผู้ทำซ้ำ
 ตกใจและก็เสียใจเนื่องจากผู้ทำซ้ำทุ่มเทให้ผลงานนี้ออกมากให้ดีเพื่อผู้ที่ชื่นชอบเหมือนกันได้เข้าใจ
 ความหมายและความสนุกของรายการนั้นๆ
 เจยๆ
 เข้าใจทั้งสองฝ่ายแต่เอนเอียงไปทางกลุ่มแฟน เพราะทำการแปลด้วยเจตนาดี
 เสียต่ายมาก
 ผิดหวัง
 รู้สึกเสียใจมากคะ แล้วก็รู้สึกสงสารคนทำซ้ำ เพราะเค้าทำด้วยใจ บางคนทำงาน บางคนเรียน แต่แบ่ง
 เวลามาทำซ้ำ เลยทำให้รู้สึกสงสารคนที่ซ้ำ และอยากเป็นกำลังใจให้คะ
 เสียใจ สลด
 ไม่น่าติดตาม อาจแปลโดยทำให้เข้าใจไปในอีกความหมายหนึ่ง คือความหมายในแง่ลบ
 รู้สึกเสียต่าย
 เสียใจ แต่ก็อยากช่วยให้ไมล์โดนลบ
 เสียใจที่ไม่สามารถดูย้อนหลัง และเสียใจกับการที่เขาได้เสียเวลาทำมาให้ชมแต่กลับถูกลบไป
 เสียใจ แต่ก็เข้าใจเหตุผลคะ
 เสียใจไป
 เสียต่ายแทน
 เสียใจคะ
 รู้สึกเสียใจกับคนที่ทำซ้ำ
 เสียต่าย เพราะรู้ว่าทุกคนมีความพยายามและตั้งใจทำอย่างมาก
 โกรธ เพราะเค้าทิ้งหลังคดหลังแข็งเพื่อมาทำให้ แล้วอยู่ดีก็มาลบไปเนี่ยนะ
 เสียต่าย โอกาสที่จะได้ดูซ้ำหายาก
 รู้สึกคับข้องใจเพราะต้องการอยากดูต่อ
 เห็นใจ
 เสียต่าย คนทำสุดส่าตั้งใจทำ
 ชั่ง... แต่ก็เป็นเรื่องลืขสิทธิ์
 เศร้าใจ
 รู้สึกเสียต่าย คนเข้าอุตสาทำ แต่กลับโดนลบ :(
 ตีจะ
 ความคิดแรกคือ ใครเอาออกไป... เฟล
 รู้สึกขอบคุณมากที่เสียเวลามาทำซ้ำ ให้พวกเราได้ดูกัน
 เฟล
 เสียใจที่คนทำซ้ำพยายามทำให้ดูต้องถูกลบเพราะบุคคลที่ไม่ฟังกฎที่แอดมินบอกไว้
 เสียใจแทนทีมงานซ้ำเพราะต้องใช้เวลาหลายชั่วโมง/วัน ในการทำซ้ำขึ้นมา
 เฟวมมากอยากจจะร้องไห้
 เสียต่ายนิดๆ แต่เรื่องจริงก็เป็นการแปลที่ผิดกฎหมาย เพราะได้จัดทำขึ้นมาเองโดยไม่ได้รับการอนุญาต

จากเจ้าของลิขสิทธิ์ เราเป็นแฟนรันนึ่งที่ดูและเก็บไวเเองด้วย เมื่อมีการดูขับเสร็จเราจะขอโหลดอ์ฟนั้นไว้เพื่อไว้ดูคราวหลัง

เสียดาย สงสารคนทำขั้บ

เสียใจเสียดายสงสัคนทำขั้บคะ

เสียดาย

เสียใจมาก

อยากสาปแข่ง โมโหแทนคนทำขั้บ

เซ็ง

ก็เสียใจนะ แต่ก็เข้าใจสาเหตุที่ถูกลบ

เสียใจ

เสียดายนะ

แย่มากกกกก แอบคิดแ่งลบว่ารายแม่งดังได้ คนรู้จักเยอะขึ้นก็เพราะแฟนขั้บป่าววะ เข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์นะแต่แบบเหยก็อยากดูอะ มันรอให้ถูกลิขสิทธิ์หมดอารมณ์หมด

เสียดาย เพราะกว่าจะทำเสร็จต้องใช้เวลาและความอดทน

เสียใจแทนเพราะเข้าใจว่าแต่ละขั้บตอนต้องใช้เวลา

เซ็ง พยายามหาใหม่

ถ้ายังไม่ได้ดูก็เสียดายนะ

รู้สึกเซ็ง เพราะจะไปหาตอนเก่าๆ ได้ที่ไหน

เสียดาย เพราะกลุ่มที่แปลตั้งใจทำออกมาเพื่อให้ผู้ที่ชื่นชอบได้ชมฟรีๆ และการทำการแปลแต่ละครั้งต้องใช้เวลาค่อนข้างจะมาก และการจะอัปโหลดลงให้ได้อุแต่ละครั้งก็ใช้เวลานาน การดูแบบขั้บได้เต็มจะได้อารมณ์ความรู้สึกของตัวคนพูดทั้งเสียงและการกระทำมากกว่าการพากษ์เป็นภาษาไทย

เสียใจ และก็ต้องทำใจ

เสียดาย!!

เสียดาย เพราะ กลุ่มทำขั้บตั้งใจทำมาให้แฟนๆ ด้วยกันรับชม และบางรายการกว่าจะอัปโหลดสำเร็จ ใช้เวลานาน

เสียใจ อยากดูแต่หาไม่ได้แล้ว

เสียใจ ไม่น่าโดนลบเลย

เป็นบ้า

เสียใจ

เซ็ง แต่ก็เข้าใจเหตุผลที่ถูกลบ

เสียใจ และ เสียดาย

เสียดายที่แก้ปัญหาไม่ถูกจุด

cry

แย่มาก สงสาร เห็นใจแฟนขั้บที่เสียสละหลายๆอย่างเพื่อมานั่งทำขั้บให้คนอื่นๆได้ดูแบบไม่คิดค่าใช้จ่าย หากการโดนลบเป็นเพราะตัยสังกิดมาเจอ โดยบังเอิญแล้วโดนลบ ยังพอเข้าใจได้ แต่ถ้าโดนลบจากการทำผิดกฎ ไม่เคารพกติกา ที่ไม่อนุญาตให้นำไปแชร์ที่เว็บรวม นำไปรีอัฟที่อื่น นำไปก็อปหารายได้ อันนี้เห็นใจแฟนขั้บสุดๆคะ

เข้าใจว่าเป็นลิขสิทธิ์ แต่ก็เสียดายแทนคนทำ

เจ็บกระดองใจ

เซ็ง และเสียใจ

เสียใจ เซ็ง อารมณ์เสีย

เสียใจ แต่ก็เข้าใจ เพราะมันเป็นเรื่องของกฎหมาย

แบบแข็ง เพราะ บ้านซัน เค๋ลัดสาห์ เสียสละ มาทำซันให้เรารู้ เราก็น่าจะ รอ อย่างมี มารยาท ไม่ใช่ไป ทวงซัน

3. ท่านคิดว่าใครควรเป็นผู้ตัดสินใจว่ารายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนควรถูกลบหรือไม่

ฉันก็หุตยากเพราะ มันก็มีทั้ง แงบวกและลบ

no

ต้นสังกัดรายการที่แปลเจ้าของลิขสิทธิ์

เนื่องจากรายการมีลิขสิทธิ์ จึงไม่ขอแสดงความคิดเห็น

ไม่ควรมี

บริษัท เจ้าของลิขสิทธิ์

เจ้าของลิขสิทธิ์รายการ

ใครกลุ่มใด ก้อได้ แต่ ควรพิจารณาเรื่องข้อผิดพลาด หรือ ความไม่เหมาะสม หรือ เหตุผล ที่ควรถูกลบ มากกว่า

-

สถานีโทรทัศน์เจ้าของลิขสิทธิ์รายการ เพราะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย กลุ่มแฟนอาจจะ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น แต่ถ่าลองในแง่เจ้าของลิขสิทธิ์ คิดถึงเหตุผลจริงๆที่เกิดรายการ ต่างๆขึ้นมาก็เพราะเรื่องธุรกิจ (ทำรายการ -> คนดูเยอะ -> รายการดัง -> ผู้สนับสนุนรายการมีมากขึ้น -> ขายลิขสิทธิ์ให้ต่างประเทศ) ประเทศที่มีกลุ่มแฟนทำซัน รู้ว่ารายการไหนดังจากกลุ่มแฟน แต่ถ้า ปลอมใจกลุ่มแฟนทำซันไปเรื่อยๆโดยไม่ลบ รายการดังก็จริงแต่เจ้าของลิขสิทธิ์ก็ขายลิขสิทธิ์ยากหรือ อาจจะไม่ได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจเลย จึงต้องมีการจัดการลบรายการที่กลุ่มแฟนทำซันไว้เพื่อให้คน หันไปดูรายการที่ฉายแบบซื่อลิขสิทธิ์ถูกต้องแทน

ทางช่องของรายการ

ไม่สมควร มีใคร เป็นคนลบ นอกจาก บ้านซันนั้นๆจะลบเอง โดยเหตุ ใดใด ก็ตาม

SBS ควรตัดสินใจ และขอให้เข้าใจและแยกแยะเจตนาของกลุ่มแฟน กับ ผู้แสวงหาผลประโยชน์จากซัน ของกลุ่มแฟนให้ออก กลุ่มแฟนแปลซันและอัปโหลดให้แฟนของรายการได้ดูไม่ได้มีเจตนาจะหาผล ประโยชน์หรือกำไร แต่ทำไปเพื่อให้คนรักกันนั่งแมนได้ดูหนังนั่งแมนในภาษาที่พวกเขาเข้าใจ

ทางต้นสังกัด

จริงๆแล้วก็ควรจะเป็นบุคคลที่สร้างรายการนี้ขึ้นมา หรือเจ้าของลิขสิทธิ์

ผู้ชม

ไม่ควร เพราะเป็นความบันเทิงของหลายๆ คน และรู้สึกเสียใจแทนคนที่ทำซันให้คนอื่นอ่าน

เจ้าของลิขสิทธิ์โดยแท้จริง แต่อยากให้เห็นใจ เพราะถ่าไม่มีแฟนซันรายการคงไม่เป็นที่รู้จักขนาดนี้

จากคนดูส่วนใหญ่

ไม่มี ยกเว้น เจ้าของลิขสิทธิ์

เจ้าของรายการ หรือผู้จัดรายการ

บ้างครั้งในทางทรัพย์สินทางปัญญา มันอาจจะทำให้พวกแฟนห่วยร้ายมากแต่คนที่ตัดสินใจน่าจะเป็นคนที่ชม มากกว่า ว่าถ่าสิ่งที่แฟนซันทำมันไม่ถูกต้อง หรือ ผิดหลักมากเกินไปก็ควรลบ

จริงๆคิดว่าไม่ควรจะถูกลบด้วยเพราะ ไม่ใช่การทำในเชิงพาณิชย์ และแฟนคลับก็มีความสุขในการได้ดู ส่วนถ่าจำเป็นจะต้องลบจริงๆคิดว่าน่าจะเป็น คนที่เป็นแอดมินในเพจต่างๆ ในการแปล

ผู้แปล

คนทำซัน

ผู้ที่เป็นแฟนคลับที่ต้องการชมรายการโดยเข้าใจในการสื่อสารกับตัวผู้จัดทำรายการนั่งแมน

ไม่มี

ไม่รู้สิ

ไม่

อันนี้ไม่ฟันธงค่ะ เพราะ ต้นสังกัดเค้าคงคำนึงถึงเรื่องลิขสิทธิ์มากกว่า ทางแฟนซึบก็ไม่ได้ขออนุญาตมาแบบถูกต้อง 100% เลย ไม่ขอเจาะจงค่ะ

ก็น่าจะเป็นเจ้าของแหละค่ะ

สถานีเจ้าของรายการ

เจ้าของลิขสิทธิ์

ต้นสังกัดของรายการ

เจ้าของลิขสิทธิ์

ผู้จัดทำซึบซึน

เจ้าของลิขสิทธิ์ของรายการนั้นๆ

ไม่ควรมีใครมาตัดสิน อะไรทั้งนั้น

กลุ่มแฟน

ไม่ควรมีใครมาตัดสิน

รายการ

แฟนรายการ

ไม่มีใครมาตัดสินได้นอกจากตัวคนแปลเค้าสุส่าห้เจียดเวลาของตัวเองมาทำซึบให้ดูถ้าให้ใครลบก็ควรเป็นคนที่ทำซึบนั้นแหละ

ลิขสิทธิ์

เจ้าของรายการ

PD RM และสมาชิก RM

ไม่ควร

เจ้าของรายการค่ะ

เจ้าของรายการ (ช่อง)

ตัวเจ้าของเพจ

ไม่ควรมีใครตัดสินใจให้ถูกลบ

เจ้าของลิขสิทธิ์ เพราะนั่นมันสิทธิ์ของเค้า

ทางสถานี

ส่วนตัวไม่คิดว่าการแปลโดยกลุ่มแฟนควรถูกลบ แต่ถ้ามีการตัดสินใจให้ลบจริงๆควรจะเป็นทางทีมผู้ผลิตรายการมากกว่า เพราะคิดว่าการแปลออกมาโดยกลุ่มแฟนไม่ได้ทำเพื่อหวังผลกำไรแต่เป็นการแปลเพื่อให้ผู้ที่ไม่เข้าใจในภาษาต่างประเทศสามารถรับรู้และเข้าใจได้ง่ายขึ้นและสามารถสนุกไปกับรายการโดยที่ 'ไม่ต้องงงว่าตอนนี้ตัวผู้ร่วมรายการกำลังทำอะไรกันอยู่'

แฟนซึบ

เจ้าของรายการหรือบริษัทเจ้าของรายการ

อันนี้ไม่ทราบจริงๆค่ะ

ไม่ทราบ รู้แต่ว่าทุกคนมีความชื่นชอบด้วยกันทั้งนั้น ทุกคนมีสิทธิ์ที่จะคิดและทำ

น่าจะเป็นกลุ่มที่ไม่ได้รับผลประโยชน์ใดเลย

คนที่ทำซึบ

เจ้าของผู้ผลิตรายการ โดยควรพิจารณาว่าการแปลดังกล่าวมีการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์หรือไม่ โดยพิจารณาเป็นรายกรณี

คนดู

เจ้าของลิขสิทธิ์

ไม่ควรมีใครเป็นคนตัดสินใจ เพราะว่าเขาทำขึ้นมาเพื่อกลุ่มคนโดยไม่ได้แสวงหาผลกำไร แถมยังถือ

เป็นการโพรโมตให้กับรายการนั้นๆอีกด้วย

4. ท่านคิดว่าใครควรเป็นผู้รับผิดชอบต่อการลบรายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนนั้น

องค์กรที่ลบ

บุคคลที่นำไปจำหน่าย

เว็บรวม

ผู้บริหารของสถานีที่ออกอากาศ เพราะนี่ถือว่าการช่วยโพรโมทรายการในต่างประเทศ

ไม่มีใครสามารถรับผิดชอบได้ทั้งนั้น นอกจากพวกที่นำการแปลขึ้นไปอัปโหลดผ่านเว็บไซต์ของตนเอง ทำให้หายได้ง่ายขึ้น รวมถึงเจ้าของลิขสิทธิ์

ไม่ขอตอบนะค่ะ งง นิดหน่อย

เจ้าของลิขสิทธิ์ + ผู้ดูแล เว็บไซต์

ไม่รู้

คนที่ลบ

-

pd

ไม่ทราบ

ผู้ลบ

ทางช่องของรายการ

ผู้ที่นำลิงก์ไปแขวนไว้ในเว็บรวมลิงค์

คนลบรายการ

ผู้ทำซ้ำ ..เราต้องยอมรับ หากเจ้าของเค้าไม่อนุญาต เราก็ทำอะไรไม่ได้ เหมือนกับเว็บบางแห่งที่เอาลิงค์ไปแปะรวม นั่นก็ไม่สมควร คนทำซ้ำไม่อนุญาต ก็ไม่ต้องเอาของเค้าไป เพราะมันนั่นแหละ ต้นตอทำให้ซ้ำโดนลบ

พวกเราทุกคนทั้งที่เป็นคนดูและเป็นคนทำ

รายการ

คนที่ลบคลิปวิดีโอ

หน้าเพจ

ทุกๆคนค่ะ

คนแปลในแง่ลบนั้นๆ

ไม่มีความคิดเห็นในจุดนี้

ไม่สามารถกำหนดได้

ไม่แน่ใจอาจจะเป็นทั้งคู่ก็ได้ก็ขอเข้านี้ ลิขสิทธิ์นี้

ไม่มี

บุคคลที่น่าคลิปลอกไปปล่อยนอก ฟฟ.

ไม่รู้สิ

SBS

ผู้นำไปเผยแพร่และนำไปขายโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่คิดว่าควรจะมีใครเป็นผู้รับผิดชอบ หากการลบนั้นถูกร้องขอมาจากทางเจ้าของลิขสิทธิ์ ทุกฝ่ายควรจะเข้าใจ

คนที่นำซ้ำออกไปแชร์ในเว็บรวม

หากโดนลบโดยพวกที่มักง่ายนำไปแชร์ ไปลงเว็บรวม อันนี้ แอดมินเว็บนั้นๆควรรับผิดชอบค่ะ แต่มันก็ขึ้น

อยู่กับว่า ต้องการสำหรับผิดขแบบใหม่ ปิดเว็บ รีอัฟให้ใหม่ หรือต้องการให้ออกมาขอโทษ

ทุกคนควรรับผิดชอบร่วมกัน

เจ้าของลิขสิทธิ์

Admin

ไม่รู้ลิจจะ ลิขสิทธิ์มั่ง

ไม่มีความเห็น

คนแปล

ไม่มี ไม่ควรลบ

กลุ่มแฟน

คนที่เอาไปลิงค์ไปลงในเว็บรวม

คนที่ทำให้โดนลบ จำพวกที่ชอบก็อปลิงค์ไปไว้เว็บรวมลิงค์

ลิขสิทธิ์

เจ้าของรายการ

ผู้ที่ทำการลบ โปรดคืนรายการนั้นมา

คนที่ทำให้รายการถูกลบไป

ผู้ที่ทำให้ถูกลบ

แฟนเพจ(ซึ่งจับตัวไม่ค่อยได้)

พวกที่ไม่มีการขาท โดยเฉพาะพวกที่พยายามหาทางหากินกับการที่คนอื่นแปลซัแล้วเอาไปขายเอง หรือว่า พวกที่ชอบนำ ลิงค์ไป ไว้ในเพจตัวเองเพื่อหาผลประโยชน์ คนพวกนี้สมควรรับผิดชอบต่อสิ่งที่เกิดขึ้น หาก ชันั้นๆโดนลบไป

คนลบ

ทางสถานี

เว็บไซต์รวมลิงค์ เพราะสามารถโดนตามลบได้ง่าย

คนที่เป็นเจ้าของค่าแปล หรือหัวหน้าแฟนซั

แฟนซั?

คนที่สั่งลบ

คนที่นำไปใช้ในทางธุรกิจ

ผู้เผยแพร่ออกนอกกลุ่ม

บางครั้งการที่ซัถูกลบนั้นมันอาจจะไม่เป็นความรับผิดชอบ ของส่วนใด เพราะบางครั้งมัน อาจจะผิดกฎหมายสิทธิทางปัญญา

ผู้ที่นำไปขาย หารายได้เข้าตัวเอง นั่นคือการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างแท้จริง

คนที่เอาไปใส่ในเว็บรวม

หาด้รับผิดชอบไม่ได้ เพราะถ้าเจ้าของลิขสิทธิ์ลบก็คงต้องปล่อย

ไม่ทราบ รู้แต่ว่าทุกคนมีความซัชอบด้วยกันทั้งนั้น ทุกคนมีสิทธิที่จะคิดและทำ

เจ้าของผู้ผลิต ตลอดจนกลุ่มบุคคลที่แสวงหาประโยชน์จากการทำซัของผู้แปล

ตัวผู้ที่ทำการแปลรายการนั้นโดยตรง

ไม่ทราบ อาจเป็นพวกหน่วยงานคัดกรองการละเมิดลิขสิทธิ์?

ไม่มี เพราะการทำซัของกลุ่มแฟนเป็นการแก้ไขดัดแปลงรายการที่มีลิขสิทธิ์ กลุ่มแฟนทั้งคนทำซัและคนดูต้องหาวิธีไม่ให้ผิดโอนันถูกลบ ควรมีข้อตกลงระหว่างกันและต้องปฏิบัติตาม

ผู้ที่ไม่ทักตึกาที่กลุ่มแฟนได้ตั้งไว้

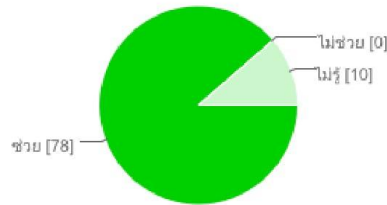
คนดู

ไม่มีความเห็นคะ

เจ้าของลิขสิทธิ์

คนที่เห็นแก่ตัว เอาไปแชร์

5. ท่านคิดว่าแฟนช่วยรายการในทางใดบ้างหรือไม่



ช่วย	78	89%
ไม่ช่วย	0	0%
ไม่รู้	10	11%

ถ้าช่วย ท่านคิดว่าช่วยอย่างไร

ทำให้รายการเป็นที่รู้จัก

ช่วยให้คนที่ไม่รู้จักรายการ รู้จักและรับชมได้ง่ายขึ้น

ช่วยทำให้หลายคนรู้จักประเทศนั้นๆ มากขึ้น

ช่วยให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ช่วยให้มีคนชมรายการมากขึ้น

ถ้าไม่มีแฟนช่วยแปลรายการ ผู้ที่ต้องการรับชมก็จะไม่รู้จักรายการนั้นๆ และเลิกที่จะสนใจรายการดังกล่าวเนื่องจากไม่เข้าใจภาษาและไม่รู้ถึงสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นจากผู้ร่วมรายการ ไม่สามารถที่จะสนุกไปกับรายการอย่างเต็มที่

ถ้าไม่มีบ้านช่วยแปล รายการคงไม่เป็นที่รู้จักในประเทศอื่นๆแน่นอน และคงไม่ดังเท่านี้ เพราะถ้ารอให้นำเข้ามา ถึงตอนนั้นรายการก็เก่าและไม่ทันสมัยไปแล้ว

ช่วยเป็นกำลังใจและเคารพต่อการทุ่มทำซ้ำ

ช่วยให้มีคนรู้จักรายการมากขึ้น

ช่วยทำให้รายการเป็นที่รู้จักของประเทศนั้นๆเพิ่มมากขึ้น

Like ใน Facebook ก็พอ

ช่วยสร้างฐานแฟนคลับในต่างประเทศ เพราะถ้าไม่ได้แฟนช่วยแปลออกมาให้ดูแล้ว แฟนคลับบางกลุ่มคงจะไม่สามารถหาชมเองได้

ช่วยเผยแพร่รายการและศิลปินให้เป็นที่รู้จัก

อย่างแรกเลยก็ต้องให้กำลังใจและสนับสนุนกันต่อไป เราโหดเก็บไว้ดูแล้ว ถ้ามีการอนุญาตให้อัพเราก็คงยินดี

ทำให้รายการได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ทำให้มีคนรู้จักรายการนี้เพิ่มขึ้น

ก็เหมือนช่วยโปรโมตอีกทางหนึ่งจะได้มีแฟนคลับในใจคะ

ช่วยให้ดูเรื่อง เข้าใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้คนติดตามต่อและชื่นชอบสนับสนุนรายการ

ทำให้คนรู้จักรายการมากขึ้น

ช่วยโปรโมทให้มีคนดูเยอะขึ้น ในต่างประเทศ

ในการโปรโมทรายการให้คนส่วนมากรู้จักมากขึ้น เพราะถ้าไม่มีซัน จันก็อาจไม่รู้จักเราราย นี้ก็เป็นได้

ทำให้คนที่ไม่รู้ภาษาของรายการเข้าใจในรายการและสนุกกับรายการไปด้วย

ขยายกลุ่มแฟนคลับให้กว้างขึ้น จากแค่ในประเทศเกาหลี รี หรือคนที่อ่านเกาหลี และ ภาษาอังกฤษออกไปเป็นภาษาอื่นๆอีกทั่วโลก จึงได้แฟนคลับที่เพิ่มไปทั่วโลก

ช่วยให้เรดดิ้งของรายการสูงขึ้น และมีคนชอบสมาชิกในรายการและแขกรับเชิญมากขึ้น

ช่วยเผยแพร่และโฆษณารายการให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ไม่น่าไปรีอัฟในเว็บรวม

เหมือนช่วยโปรโมทรายการให้มีคนขึ้นชอบในตัวรายการมากยิ่งขึ้นและชอบในตัวพิธีกรของรายการเพิ่มมากขึ้น

ทำให้รายการดังในกลุ่มชาวต่างชาติ

ช่วยส่งเสริมให้รายการมีความนิยมมากยิ่งขึ้น

ทำให้รายการและสมาชิกเป็นที่รู้จักมากขึ้น

โปรโมทรายการให้ดังยิ่งขึ้น ทำให้ต่างประเทศรู้จักรายการ

แรงกระตุ้น กำลังใจ

แฟนคลับบางรายการจะแปลทุกคำและตัวอักษร มันจะละเอียดกว่าซับที่อื่น บางครั้งก็มีอธิบายเพิ่มเติมในวงเล็บ

ช่วยในการกระจายฐานแฟนคลับ ทำให้สมาชิกและรายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ทำให้หลาย ๆ คนที่ไม่รู้จัก หรือไม่มีโอกาสได้ดู มีช่องทางในการติดตามมากขึ้น รายการก็ฮิตขึ้น สมาชิกในรายการก็ฮอตขึ้น

ทำให้รายการนำดูมากขึ้น เพราะแฟนคลับจะมีฟอนต์และสีของฟอนต์สวยงาม คล้ายคลึงกับรายการจริงมาก

มีคนดูเยอะขึ้น

ช่วยเผยแพร่ให้รายการนั้นๆ ให้คนกลุ่มอื่นๆ ได้เข้าถึงดูมากขึ้น เป็นการโปรโมทให้อย่างดี

ช่วยโปรโมทรายการให้รู้จักมากกว่าประเทศประเทศเดียว

เรตติ้งอาจจะไม่เพิ่ม แต่ว่าหากมีงานมีตติ้งก็จะมีแฟน ๆ มาเข้าร่วมงานเยอะ รายการจะเป็นที่รู้จักโดยกว้าง

ช่วยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งตัวรายการ สมาชิก แขกรับเชิญ รวมทั้งทีมงานด้วย

ช่วยให้การสนับสนุนรายการ ให้แฟนคลับได้ดูในภาษาต่างๆ

ช่วยให้ได้รู้จักคน ๆ นั้นมากขึ้น

เมื่อมีการแปลหลายภาษาทำให้เจาะคนได้หลายประเทศ

- ทำให้รายการและผู้เกี่ยวข้องในรายการเป็นที่รู้จัก - สามารถเป็นช่องทางสร้างรายได้ & สร้างผลประโยชน์ให้กับทุกฝ่าย(ประเทศเกาหลี มีคนอยากไปตามรอยรายการ, จัดแฟนมีตติ้ง ได้ผลประโยชน์กับทุกฝ่าย)

โปรโมทรายการ และทำให้รายการนั้นเป็นที่รู้จักในประเทศต่างๆ

ให้กำลังใจ

เผยแพร่รายการให้คนต่างประเทศ/ต่างภาษารู้จักมากขึ้น

เพิ่มแฟนรายการ

ช่วยให้กลุ่มแฟนคลับเข้าถึงศิลปิน หรือรายการที่ขึ้นชอบง่ายขึ้น

คงได้แต่ส่งกำลังใจให้

ทำให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น และทำให้รายการเข้าถึงแฟนในประเทศนั้นได้อย่างง่ายดาย

เผยแพร่รายการให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

ช่วยให้คนอื่นที่ไม่ใช่แฟนโดยตรง เข้ามาดูแล้วเข้าใจ สามารถสนุกไปกับรายการได้

ทำให้รายการนั้นเป็นที่รู้จักมากขึ้น เหมือนเป็นการโปรโมทให้รายการทางนี้เลยก็ว่าได้ โดยปกติการเช็คเรตติ้งอาจจะจัดขึ้นเฉพาะทางโทรทัศน์ภายในประเทศ แต่หาก นับจากต่างประเทศแล้ว การตรวจสอบจากสมาชิก แฟนคลับ จะสามารถดูได้เลยว่า เรตติ้ง ของรายการเป็นอย่างไร

ช่วยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและสามารถเพิ่ม จำนวนผู้ติดตามผลงานที่ออกมาของรายการ เนื่องจากเขาเข้าใจคำพูดและความหมายของรายการที่แสดงออกมา

บางครั้งก็ช่วยแชร์และเก็บไฟล์เพื่อมีการลบและที่สำคัญไม่ควรนำไปทำการค้าขายเพื่อหากำไรใส่ตัวเองคะ

ช่วยให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น สนับสนุนให้มีการถ่ายทำต่อไป

ทำให้คนต่างประเทศดูรายการเข้าใจมากขึ้น

เคยคิดจะโอนเงินให้ แบบให้ฟรีๆ เพราะรู้สึกเค้าทำเพราะใจล้วนๆ แคกดิลค์กะคอมเม้นต์มันไม่พอหรอก

ช่วยให้รายการดังไปทั่วโลก

ช่วยให้แฟนรายการได้ดูรายการในภาษาที่พวกเขาเข้าใจ

ก็ช่วยโปรโมตรายการไปทั่วโลกนะ คงมีน้อยคนที่จะอ่านเกาหลีออก

ช่วยประชาสัมพันธ์รายการทางอ้อม และขยายกลุ่มคนดูได้หลากหลายประเทศ

ช่วยให้รายการมีชื่อเสียง มีคนรู้จักมากขึ้น

ทำให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ช่วยโปรโมตรายการให้คนรู้จักมากขึ้น

ทำให้รายการมีเรตติ้งเพิ่มขึ้น และได้ดูไปนานๆ เมื่อมีคนดูเยอะ

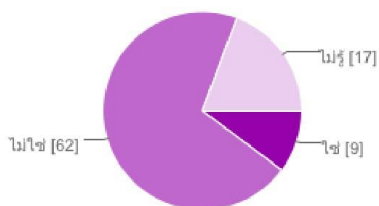
ทำให้มีคนสนับสนุนรายการมากขึ้น

แม้ว่าซัซบที่ตัวเองทำถูกลบก็ยังมีกำลังใจใหม่ได้

ช่วยในการทำให้คนติดตามและเข้าใจได้ง่ายขึ้นในภาษาที่เค้าสื่อสารทำให้เห็นถึงเสน่ห์และแปลให้คน

เข้าใจและรักรายการนี้มากขึ้น

6. ท่านคิดว่าแฟนซัซบก่อให้เกิดผลเสียใดต่อรายการบ้างหรือไม่



ใช่ 9 10%

ไม่ใช่ 62 70%

ไม่รู้ 17 19%

ถ้าใช่ ท่านคิดว่าผลเสียนั้นคืออะไร

อาจจะมียอดการดูออนไลน์ของต่างประเทศ ลดลง เพราะ แฟนๆคิดว่าคอยดูตอนมีซัซบก็ได้ การเผยแพร่เนื้อหาเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

-

ไม่มีผลเสียเลย มีแต่ผลดีต่อรายการ

อาจจะขาดรายได้(จากส่วนลิขสิทธิ์)ไปบ้าง เพราะบางประเทศ/บริษัทต้องซื้อลิขสิทธ์มาฉาย แต่ว่าทีมซัซบทำให้คนดูฟรี

--

อาจมีผลต่อการขายลิขสิทธ์

ไม่มี

แปลมั่ว หรือแปลแบบส่งๆรายการเรตติ้งก็ตก

ในแง่ของลิขสิทธ์

บางคนก็นำมาใช้ในทางที่ผิด บางคนทำฟรีแต่บางคนก็ฉวยโอกาสนำมาขาย เหมือนดาบสองคมอะคะ

อาจทำโดยไม่ได้คิด

Appendix H: Survey Responses of Non-fans

20/10/2559

แบบสำรวจการแปลโดยกลุ่มแฟน (fan translations) - Google ฟอร์ม

thandaow@gmail.com ▾

แก้ไขฟอร์มนี้

131 คำตอบ

ดูคำตอบทั้งหมด เผยแพร่การวิเคราะห์

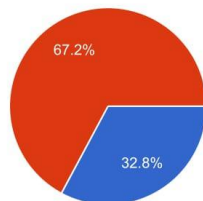
ข้อมูลสรุป



ข้าพเจ้าได้อ่านข้อมูลข้างต้นและอนุญาตให้ใช้ข้อมูลจากแบบสำรวจเพื่องานวิจัยดังกล่าว 131 100%

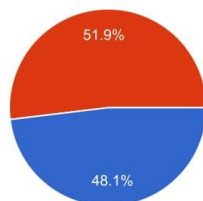
ข้อมูลของผู้แบบสอบถาม

เพศ



ชาย	43	32.8%
หญิง	88	67.2%
ไม่ระบุ	0	0%

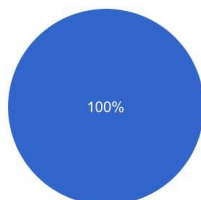
ช่วงอายุ



20 หรือน้อยกว่า 20	63	48.1%
21-30	68	51.9%
31-40	0	0%
41-50	0	0%
51 ขึ้นไป	0	0%

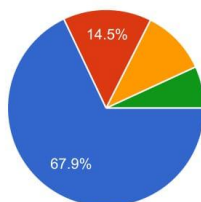
ไม่ระบุ 0 0%

อาชีพ



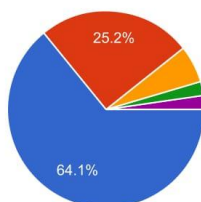
นักเรียน นักศึกษา	131	100%
พนักงานบริษัท	0	0%
ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0%
อาชีพส่วนตัว	0	0%
ว่างงาน	0	0%
ไม่ระบุ	0	0%
อื่นๆ	0	0%

โทรทัศน์ที่ท่านใช้เป็นของใคร



ของครอบครัว	89	67.9%
สมบัติส่วนตัว	19	14.5%
ไม่มีโทรทัศน์	14	10.7%
อื่นๆ	9	6.9%

ท่านรับชมโทรทัศน์กี่ชั่วโมงต่อสัปดาห์

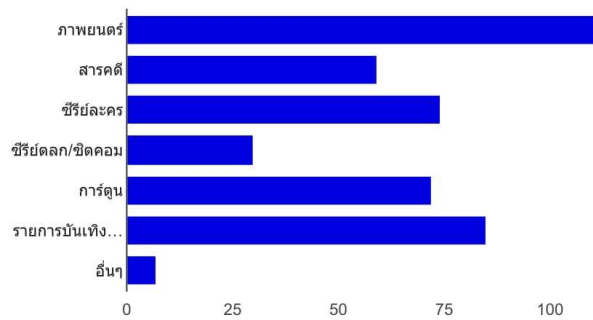
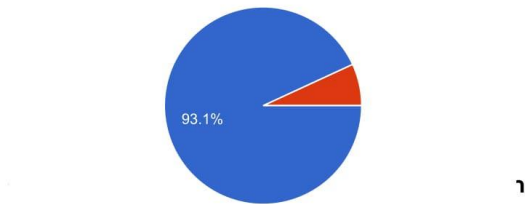


น้อยกว่า 5	84	64.1%
5 - 10	33	25.2%
11 - 15	8	6.1%
16 - 20	3	2.3%
มากกว่า 20	3	2.3%

พฤติกรรมการรับชมรายการต่างประเทศ

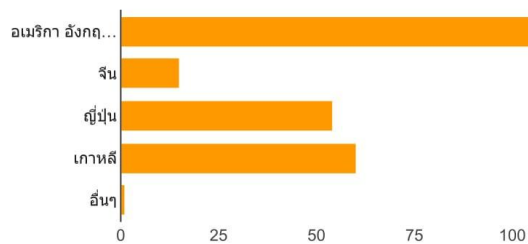
ท่านรับชมรายการต่างประเทศหรือไม่

ใช่	122	93.1%
ไม่	9	6.9%



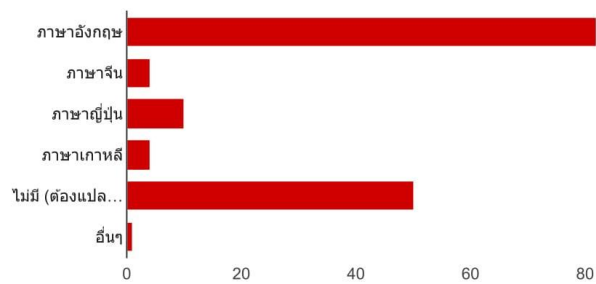
ภาพยนตร์	111	84.7%
สารคดี	59	45%
ซีรีส์ละคร	74	56.5%
ซีรีส์ตลก/ชีวิตคอม	30	22.9%
การ์ตูน	72	55%
รายการบันเทิงอื่นๆ (ได้แก่ ว่าเป็นไต่โชว์ เกมโชว์ ทอล์กโชว์เช่น American Idol, TV Champion, Running Man)	85	64.9%
อื่นๆ	7	5.3%

ท่านชอบรับชมรายการต่างประเทศของประเทศใด



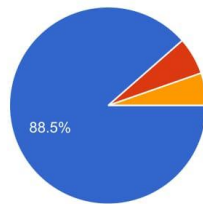
อเมริกา อังกฤษ ยุโรป	120	91.6%
จีน	15	11.5%
ญี่ปุ่น	54	41.2%
เกาหลี	60	45.8%
อื่นๆ	1	0.8%

ท่านสามารถรับชมรายการต่างประเทศในภาษาใด โดยไม่ต้องมีบทแปล



ภาษา	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ภาษาอังกฤษ	82	62.6%
ภาษาจีน	4	3.1%
ภาษาญี่ปุ่น	10	7.6%
ภาษาเกาหลี	4	3.1%
ไม่มี (ต้องแปลเป็นภาษาไทย)	50	38.2%
อื่นๆ	1	0.8%

ถ้ารับชมรายการต่างประเทศแบบมีบทแปล ท่านชอบวิธีการแปลแบบใด



วิธีการแปล	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ซับไตเติ้ล (บรรยายไทย)	116	88.5%
พากย์ไทย	8	6.1%
ไม่ชอบแบบใดเป็นพิเศษ	7	5.3%

เพราะเหตุใด

(ไม่ได้ตอบ)

(No answer)

ได้อรรถรสมากกว่า

(No Answer)

ได้รับเสียงภาพยนตร์จริงๆ

ได้อรรถรสในการชมมากกว่าพากย์ไทย

เพราะยังสามารถฟังเสียงที่เป็นต้นฉบับ เป็นการฝึกฟังไปในตัว

เพราะยังได้ยินเสียงเดิม ทำให้ได้อรรถรสในการชมมากกว่าการพากย์

ซับไทยจะช่วยให้เข้าใจสิ่งที่ผู้พูดมากขึ้นและได้ภาษาจากการดูด้วย

จะได้ฟังเสียงของเจ้าของภาษาทำให้สนุกมากกว่า

พากย์ไทยใส่อารมณ์ความรู้สึกได้ไม่ตีพ้อเท่าเสียง original ถ้าจะดูจึงชอบดูแบบมี sub หรือไม่มีไปเลย

ได้ฝึกภาษามากกว่าชมพากย์ภาษาไทยเลยและยังช่วยให้เข้าใจหากมีคำที่แปลไม่ออกหรือฟังไม่ทัน

เป็นการฝึกฟังไปในตัว

เพราะบางครั้งก็ไม่สามารถฟังภาษาอังกฤษในภาพยนตร์ สื่อที่กำลังรับชมได้อย่างชัดเจน อีกทั้งในบางครั้งก็ไมค่อยเข้าใจบางสำนวนภาษาต่างประเทศ

ได้ฝึกฟังบทสนทนา น่าเสียงจริงๆ รู้สึกสนุกกว่ามีเสียงพากย์ทับ

รู้สึกอารมณ์ของคนในรายการได้มากกว่า (ได้อรรถรส)

เสียง soundtrack ให้ความสมจริงมากกว่า

ได้ฝึกภาษา แต่อยากดูรายการแบบซับได้เต็มภาษาอังกฤษมากกว่า จะได้ทราบวาพูดคำใด

ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อ เช่น ถ้าเป็นภาพยนตร์ดลกก็จะชอบดูแบบพากย์ไทย แต่ถ้ารูปแบบรายการที่มีเนื้อหาที่จริงจังขึ้น เช่น สารคดี ก็ชอบแบบที่เป็นซับได้เต็มมากกว่า เป็นต้น

เพราะเวลาอ่านซับแล้วฟังเสียง soundtrack จะได้อรรถรสในการรับชมมากกว่า และพอฟังไปนานๆ ก็จะได้สำเนียงของภาษานั้นๆ ด้วย

จะได้คำศัพท์ ได้ฝึกแปลไปในตัว บางทีก็ได้รู้สำนวนใหม่ รับรู้ถึงอารมณ์ของตัวละครได้มากกว่า

ได้ฝึกแปลความไปในตัวขณะที่กำลังดู

ฝึกการฟังภาษาไปในตัว

เข้าใจง่าย ดูพากย์ไทยแล้วเสียอรรถรส

สนุกกว่าพากย์ไทย

ฟังเสียงตัวละครแล้วรู้สึกมีอารมณ์ร่วมมากกว่า

ได้เรียนรู้ไปในตัว

สามารถอ่านตามได้และฟังเจ้าของภาษาได้

เพราะจะได้ยินเสียงจริงของนักแสดงด้วย

ได้ยินเสียงจริงของนักแสดง อ่านซับได้เต็มสนุกกว่าพากย์ไทย

ได้ฟังเสียงจริงๆ ของนักแสดง

ได้ฟังภาษาและสำเนียงเดิมของรายการนั้น

ได้ฟังสำเนียงที่แท้จริงและรู้ความหมายจากการอ่านซับ

รู้สึกอินกว่าเพราะเป็นต้นฉบับ

เสียงพากย์ไทยไม่สนุก ไม่ได้อารมณ์

ตอบสองอย่างทั้งซับและพากย์ ฟังภาษาอื่นไม่ออกนอกจากภาษาไทย

อ่านไม่ทัน ต้องพากย์ไทย

เวลาอ่านซับไทยนานๆ แล้วมีน ขอพากย์เป็นไทยแล้วกัน

พากย์ไทยไม่มีอารมณ์ร่วมเท่าต้นฉบับ

เพราะสามารถได้ยินเสียงบรรยากาศต้นฉบับแทนที่การพากย์ซึ่งเสียอรรถรสในการรับชม

ฝึกฝนการฟังภาษาอังกฤษ

ไม่เสียอรรถรสในการฟังคำพูดจากเจ้าของภาษาและได้เรียนรู้ศัพท์ใหม่

ได้อรรถรสในการรับชม

ชอบฟังเสียง soundtrack

บางประโยคที่ไม่เข้าใจก็สามารถอ่านจากซับได้

เพราะได้ฝึกทักษะการฟังภาษาอังกฤษ

เพราะหากไม่เข้าใจบางประโยคก็สามารถอ่านซับได้และทำให้เกิดการเรียนรู้ และการพากย์ไทยมักจะแตงน่าเสียงเกินจริง ทำให้เสียอรรถรสในการรับชม

ได้อรรถรสในการรับชมมากกว่า ได้รับความรู้ทางด้านภาษามากกว่า

เพราะได้อารมณ์มากกว่า เสียงเพราะกว่าเสียงพากย์

ได้อ่านและฟังการพูดภาษานั้นประกอบไปด้วย

ชอบฟังเสียงแบบ soundtrack มากกว่า

ชอบฟัง soundtrack

เข้าถึงตัวต้นฉบับจริง โดยที่เข้าใจสิ่งที่สื่อออกมา

ชอบ subtitle เป็นภาษาอังกฤษมากกว่า

ขึ้นอยู่กับชนิดของรายการว่าเป็นรายการประเภทใด

อยากฟังสำเนียง พากย์ไทยนำเมื่อมากๆ

เนื่องจากได้ฝึกภาษา ได้อารมณ์มากกว่าฟังเสียงพากย์

เสียงพากย์ไทยดลก เสียงจริงได้อารมณ์กว่า ได้ฝึก listening ด้วย

ชอบสำเนียง native

ได้รู้ศัพท์/ ส่วนวนที่ไม่รู้

การพากย์ของคนไทยไม่นำฟัง ดลก บางครั้งไม่ถูกกาลเทศะ หนึ่งกำลังเครียดแต่มีแทรกการพากย์ที่ดลก ทำให้เสียบรรยากาศและการพากย์ไม่สมจริง

จะได้ฝึกฟังสำเนียงโดยต้นฉบับของประเทศนั้นๆ

เข้าใจได้เหมือนกัน

อยากลองฟังดูว่าจะแปลหรือเข้าใจตรงซึบได้เต็มไปเลย

ได้เรียนรู้ภาษา ฟังเสียงจาก native language

ชอบฟังเสียงจริงๆ ของนักแสดง

ได้ฟังเสียงภาษาเค้าได้อรรรถสกว่า พากย์เสียงมักไม่เหมาะกับหน้าตาตัวละครเลยไม่สนุก

ง่ายต่อการทำความเข้าใจ อาจเป็น subtitle ภาษาอังกฤษ

อยากฟังเสียงสดของนักแสดง (ผู้พูด) อยากฟังภาษาต่างประเทศ

ได้อรรรถสมากกว่าเมื่อชมสื่อในระบบเสียงภาษาอังกฤษและมีบรรยายไทย

ยังคงได้รับอรรรถสจากเสียง แต่ก็สามารถเข้าใจเรื่องที่รับชมได้

เข้าใจง่าย

บางทีก็ฟังไม่ฟัง และมีศัพท์เฉพาะที่เราไม่รู้

เพราะรู้สึกว่าเสียงต้นฉบับแสดงถึงอารมณ์ได้ดีกว่าเสียงพากย์

เพราะดูแบบซึบได้เต็มยังได้ฟังเสียงของตัวละครจริง ทำให้มีอารมณ์ร่วมมากกว่าเสียงพากย์ไทย

เป็นการฝึกทักษะฟังภาษาต่างประเทศไปด้วย และในบางกรณีเจอคำศัพท์ที่ไม่รู้ความหมายสามารถเดาคำศัพท์จาก subtitle ได้

สามารถนำคำศัพท์ที่ได้ยินมาเทียบกับซึบที่แปลว่าตรงกันหรือไม่ ได้เรียนรู้ศัพท์ใหม่ ฝึกการฟังภาษา ถ้าไม่เข้าใจค่อยอ่านซึบ

เพราะได้ฝึกฟังภาษาไปด้วย

ได้อารมณ์ในการรับชมมากกว่าพากย์ไทย

จะได้ฝึกภาษาไปในตัว เช่นว่าคำศัพท์บางคำออกเสียงยังไง และบางทีฟังไม่ทัน พออ่านซึบก็ทำให้พอเข้าใจ ไม่ชอบการแทรกมุกของทีมพากย์ บางครั้งบรรยายภาคในหนังหรือละคร ฯลฯ กำลังเครียด ก็แทรกมุกดลก ซึ่งมันไม่ดลก

เพราะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาทั้งหมดได้

ต้องการรู้ความหมายเพราะฟังไม่เข้าใจ

เพราะได้ฟังเสียงจริงๆ ของนักแสดงและได้ฝึกภาษา อีกทั้งอารมณ์ที่แสดงผ่านน้ำเสียงชัดเจนกว่าการพากย์ไทย

ต้องการฟังเสียงต้นฉบับภาษาจริงๆ ได้อรรรถสในการรับชมมากกว่า

พากย์ไทยไม่ค่อยสนุก ชอบฟังสำเนียงดั้งเดิมมากกว่า

เป็นการฝึกทักษะการฟังการสื่อสารภาษาต่างประเทศ

เพราะได้ฝึกฟังภาษา

สิ่งที่เราฟังบางครั้งก็ฟังไม่รู้เรื่อง จึงต้องการบรรยายไทยเพื่อให้เข้าใจมากขึ้น

ฟังเป็นภาษาดั้งเดิมได้ใจความกว่า แต่ถ้าคำไหนฟังไม่ออกก็ใช้ซับช่วย

ได้ธรรมมากกว่าฟังคนพากย์ - UK US ชอบอ่านซับ (คนไทยพากย์ห่วยมาก) - Asia ชอบให้พากย์ เพราะคนไทยพากย์ได้อารมณ์กว่า

เพราะชอบที่จะได้ฟังเสียงของต้นฉบับจริงๆ อีกทั้งยังช่วยฝึกภาษาไปในตัวด้วย

- เสียงตัวละครจะเป็นเสียงต้นฉบับ เป็นธรรมชาติกว่า - ได้เรียนรู้สำเนียง (accent) และวิธีการออกเสียงคำศัพท์ - มีบรรยายไทยทำให้มั่นใจว่าตัวละครพูดถึงอะไร เพราะบางทีก็ฟังไม่ออกหรือฟังไม่รู้เรื่อง

เพราะจะได้ฝึกการฟังภาษาต่างๆ จากเจ้าของภาษาทำให้เริ่มคุ้นชินกับสำเนียงการพูดที่หลากหลาย หากไม่เข้าใจก็อ่านซับได้เต็มแทน ดีกว่าการพากย์ไทยซึ่งจะไม่ได้ฝึกการฟัง

นักพากย์บางคนพากย์ไม่สมจริงฟังแล้วขัดๆ

ได้อารมณ์มากกว่าบรรยายไทย ได้ฝึกภาษา

อยากฟังสำเนียงจากนักแสดงเจ้าของภาษา

ทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายกว่าการแปลวิธีอื่น

ชอบฟังเสียงจริงๆ

ไม่เสียเวลาในการอ่านซับ และทำให้ดูภาพยนตร์สนุกขึ้น

ได้รับฟังเสียงที่เป็นเสียงจริงๆ จากผู้พูด การสื่ออารมณ์ต่างๆ ก็จะสมจริงมากขึ้น

ทำให้เข้าใจมากขึ้น และฝึกภาษา

มันสามารถฝึกฟังภาษาอังกฤษไปในตัว

ทำให้เข้าใจคำแปล และความหมายของภาษาที่ไต่ยีน

ฟังง่ายกว่า

ชอบเสียงพากย์ต้นฉบับมากกว่า การอ่านซับเป็นการฝึกภาษาไปในตัว

ได้ฝึกทักษะการฟัง

ชอบฟังเสียงจริง

เพราะเวลาดูรายการหรือภาพยนตร์ต่างๆ จะได้ไม่ต้องอ่านซับซึ่งต้องใช้สายตาในการชมภาพและการเคลื่อนไหวของรายการแทน เพราะฉันพากย์ไทยจึงดีกว่า

ชอบเสียงต้นฉบับ

พากย์ไทยแล้วไม่ได้อารมณ์

ชอบฟังเสียงต้นฉบับมากกว่าเสียงพากย์

ได้อารมณ์ความรู้สึกและความเข้าใจมากขึ้นและมากกว่าไม่แปล

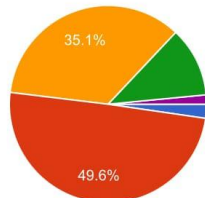
ได้อารมณ์จากภาษาหลักของภาพยนตร์นั้นๆ

เสียงที่พากย์ทับไม่สามารถทดแทนเสียงพูดจริงๆ ได้

เพราะจะได้ยินเสียงของตัวละครจริงๆ และเข้าใจภาษาและเนื้อหา

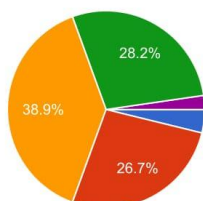
การดูโดยซับได้เต็มจะทำให้ได้เรียนรู้ภาษานั้นๆ ไปในตัวและยังเข้าใจอารมณ์ของตัวแสดงผ่านน้ำเสียงของตัวแสดงได้ดีกว่าพากย์เสียง

ถ้ามีข้อความที่เกี่ยวข้องกับรายการปรากฏขึ้นในภาษาต่างประเทศนอกเหนือจากบทพูดระหว่างตัวละคร ท่านต้องการให้จัดการข้อความนั้นอย่างไร



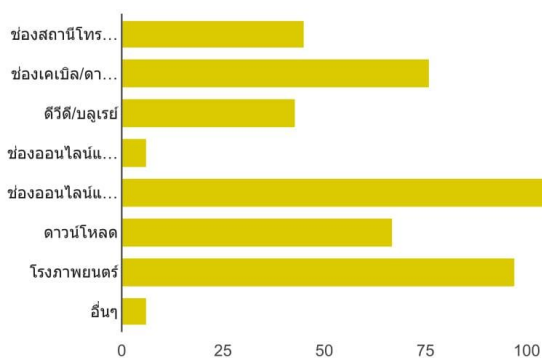
อธิบายแบบพากย์ไทย	3	2.3%
อธิบายเพิ่มในซับไตเติ้ล	65	49.6%
อธิบายเป็นหมายเหตุแยกจากซับไตเติ้ล	46	35.1%
ไม่ต้องอธิบาย	15	11.5%
อื่นๆ	2	1.5%

ถ้ามีภาพวัตถุที่เกี่ยวข้องกับรายการปรากฏขึ้นในภาษาต่างประเทศ ท่านต้องการให้จัดการข้อความนั้นอย่างไร



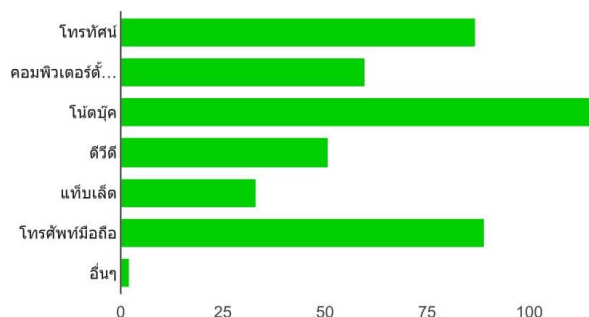
อธิบายแบบพากย์ไทย	5	3.8%
อธิบายเพิ่มในซับไตเติ้ล	35	26.7%
อธิบายเป็นหมายเหตุแยกจากซับไตเติ้ล	51	38.9%
ไม่ต้องอธิบาย	37	28.2%
อื่นๆ	3	2.3%

ท่านรับชมรายการต่างประเทศแบบพากย์ไทย/ซับไตเติ้ล (บรรยายไทย) จากช่องทางใด



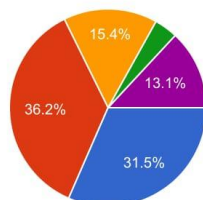
ช่องสถานีโทรทัศน์ (เช่น ช่อง 3, 5, 7, Workpoint TV, MCOT HD)	45	34.4%
ช่องเคเบิล/ดาวเทียม (เช่น ทริวิชั่นส์)	76	58%
ดีวีดี/บลูเรย์	43	32.8%
ช่องออนไลน์แบบชำระเงิน (เช่น Netflix, Doonung.com)	6	4.6%
ช่องออนไลน์แบบฟรี (เช่น YouTube, Dailymotion)	116	88.5%
ดาวน์โหลด	67	51.1%
โรงภาพยนตร์	97	74%
อื่นๆ	6	4.6%

ท่านรับชมรายการต่างประเทศแบบพากย์ไทย/ซับไตเติ้ล (บรรยายไทย) ผ่านเครื่องมือใด



โทรทัศน์	87	66.4%
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	60	45.8%
โน้ตบุ๊ก	115	87.8%
สตรีม	51	38.9%
แท็บเล็ต	33	25.2%
โทรศัพท์มือถือ	89	67.9%
อื่นๆ	2	1.5%

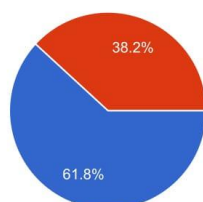
ท่านรับชมรายการต่างประเทศแบบพากย์ไทย/ซับไตเติ้ล (บรรยายไทย) ที่ชั่วโมงต่อสัปดาห์



น้อยกว่า 5	41	31.3%
5 - 10	47	35.9%
11 - 15	20	15.3%
16 - 20	5	3.8%
มากกว่า 20	17	13%

การแปลโดยกลุ่มแฟน*

ท่านรู้จักการแปล/ทำซับไตเติ้ลโดยกลุ่มแฟนหรือไม่



รู้จัก	81	61.8%
ไม่รู้จัก	50	38.2%

การแปลโดยกลุ่มแฟน* (ต่อ)

ถ้ารู้จัก ท่านรู้ได้อย่างไรว่ารายการนั้นแปลโดยกลุ่มแฟน

(ไม่ได้ตอบ)

กลุ่มแฟนนั้นจะมีบอกไว้

ในเว็บไซต์ที่รับชมมีการระบุไว้ว่าแปลโดยอาสาสมัครแปลหรือแฟนคลับ

มีชื่อ/สัญลักษณ์กลุ่มแปล

มีการโพสต์เรื่องราวดาราที่กลุ่มแฟนติดตาม

มีเว็บไซต์เฉพาะรายการ

ปกติเวลา download มักจะมีชื่อกลุ่มแฟนนำหน้าไฟล์ เช่น

ตอนที่รับชมจะปรากฏชื่อของกลุ่มแฟน (credit) อัฟโหลดผ่านกลุ่มหรือเว็บเพจของกลุ่มแฟนเอง

ส่วนมากจะมีบอกขึ้นว่าแปลโดยใคร/กลุ่มไหน

มีชื่อเพจบอกอยู่ว่าเป็น fansub และหน้าไฟล์ที่ดาวน์โหลดจะมีวงเล็บเขียนชื่อผู้แปลหรือกลุ่มแปลข้างใต้ติดอยู่

มีการตั้งเพจสำหรับรายการนั้นโดยเฉพาะ

จัดทำขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบรายการนั้นๆ และไม่มีรายได้หรือโฆษณาตอบแทน

มี credit บอกตอนจบเรื่อง

มักจะมีชื่อของค่ายแฟนคลับอยู่ช่วงต้นหรือท้ายรายการอยู่

เพราะจะถูกอัฟโหลดลงเพจของแฟนกลุ่มนั้นๆ เช่น บ้าน fanbase ของ Running Man

มีเขียนต่อท้ายชื่อ VDO หรือในช่องบรรยายว่า จัดทำโดย Fansub หรือกลุ่มนักแปลต่างๆ

ดูพรีตามช่องทางต่างๆ Facebook, YouTube เป็นต้น แล้วก็ได้ออกเป็นหมายเหตุไว้ มีการใส่เครดิตไว้ด้วย

เป็นสมาชิกแฟนคลับนั้นๆ ด้วย

เป็นการแปลจากผู้ที่ชื่นชอบรายการ ดารา หรือศิลปิน แล้วนำมาข่มขืนกันภายในเว็บบอร์ด

จะมีเครดิตของผู้แปลติดอยู่

ดูจากเครดิตจากวิดีโอและเว็บที่ดู

ดูจาก credit

ภาษาจะไม่ค่อยทางการ แปลผิดบ้างเป็นบางครั้ง

ดูจากเพจการ์ตูน

มี credit ตอนเริ่มหรือตอนท้าย

จะมีภาษาที่ค่อนข้างวัยรุ่นและไม่ได้มีการเรียบเรียงมากนัก แต่ก็พอเข้าใจและเดาทางของเรื่องออก

มีชื่อของผู้แปล

จะมีชื่อคนแปลกำกับ

มีชื่อเครดิตของผู้แปลและดูจากบล็อกส่วนตัว

มีการลงชื่อของกลุ่มแฟนในตอนท้ายเรื่อง

จะแปลโดยใช้ภาษาต่างๆ และบางครั้งอาจมีศัพท์เฉพาะที่เข้าใจกันในกลุ่มแฟนคลับกันเอง หรืออาจใส่มุกตลกเพิ่มลงไป

ชื่นชอบรายการนั้น ท้ายรายการก็จะมีเครดิตผู้แปลขึ้นมา

มี credit ตอนท้ายว่ากลุ่มแฟนเป็นผู้แปล/ บางครั้งมี credit ขึ้นตอนต้นเรื่อง

การใช้ภาษา

เป็นเว็บไซต์ไม่แสวงผลกำไร/ มีคลิปจากกลุ่มแฟนหลายกลุ่มให้เลือกชม

ดูจากรูปแบบภาษาที่ใช้

จะมีโพสต์ไว้ใน Facebook หรือเว็บเพจว่าแปลโดยใคร

มี credit sub ขึ้นตอนจบ

มีหมายเหตุบอก

ในตอนต้นของรายการ ภาพยนตร์ การ์ตูน ฯลฯ จะมีการหมายเหตุแบบข้างใต้ติดก่อนเริ่ม

ยกตัวอย่างเช่น ซีรี่ย์เกาหลี ที่รู้จักเพราะว่าได้อัปซีรี่ย์จะมีการให้ credit แก่คนที่แปล และมีการตอบ พุดคุยกับคนที่มีความชอบเหมือนกันอย่างเป็นกันเอง

เป็นเว็บกลุ่มแฟน

บางรายการมักจะมีบอกไว้ว่าทำจากผู้ชื่นชอบ ให้ชมฟรี ห้ามขาย

ชื่อเว็บ () มีการรับสมัครนักแปล

ผู้เผยแพร่งานแฟนซับใส่ชื่อตนเองลงในผลงานด้วย

credit ของผู้แปล subtitle

การให้เครดิตตอนท้ายรายการ

จากการบรรยายได้อัปรายการนั้นๆ

จะมีการเขียนบอกว่า fansub

จะมีศัพท์เฉพาะที่ใช้เรียกตัวละครหรือดาราที่รู้จักในกลุ่มแฟน

ผ่าน fan page ใน Facebook

มีการให้เครดิตกับการแปลไว้ในตอนท้ายของรายการ

มีชื่อบอก

อินเตอร์เน็ต

มีเขียนกำกับไว้ว่าแปลโดย fansub และส่วนงานการแปลบางครั้งไม่ดีเท่าที่ควร

เวลาดูซีรี่ย์แล้วจะมีเครดิตของกลุ่มเหล่านี้ขึ้นมา

เพราะชื่อซับระบุว่า เป็น fansub

เคยดูรายการนั้นๆ เช่น รายการ We Got Married หรือในเว็บไซต์ เช่น แล้วเว็บเหล่านี้จะมี credit บอกว่าเอาให้แฟนฯ

จะมีการบอกกลุ่มที่ซับตอนเริ่มรายการ

เพราะเป็นการแปลที่ทำโดยกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ไม่ได้มีจุดประสงค์ในทางการค้า

สังเกตจากเว็บที่แจกจ่าย link, credit ผู้แปลตอนต้นหรือท้ายเรื่อง

ดูซีรี่ย์แล้วผู้แปลเขียนบอกว่าแปลโดยกลุ่มแฟนเพจ

ตัวผู้แปลมีการแสดงตัว และปฏิกริยาตอบสนองต่อ feedback จากผู้เข้าชม

เพราะมีเพจ

ผ่านเว็บไซต์

เป็นกลุ่มเฉพาะ มีเพจเป็นของตนเอง มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง (เกาหลี)

มีชื่อ Fansub บอกในรายชื่อรายการที่ดู

มีชื่อผู้แปลใส่ไว้ในซับไตเติ้ลช่วงท้ายของภาพยนตร์

การแปลมักมีการดีสเครดิตก่อนหรือจบรายการนั้นๆ และการโพสมักมาจากเว็บบอร์ดหรือเพจเฟสบุ้กของกลุ่มแฟนคลับ

เขียนว่า subbed by

จะมีชื่อค่ายหรือคนทำแปลอยู่ตรงมุมต่างๆ ของวิดีโอคลิป

มีแฟนเพจของกลุ่มแฟนนั้นๆ

เครดิต

มีชื่อแฟนคลับติดไว้หน้าชื่อไฟล์หรือช่วงต้นของคลิป

มีเครดิต

มีเครดิตติดที่ตัวรายการหรือเว็บนั้นๆ

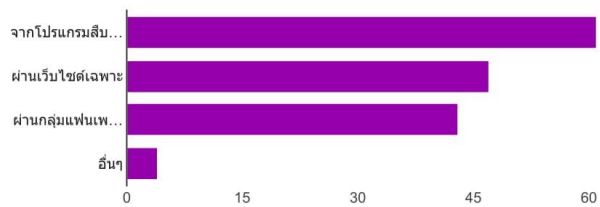
รู้เพราะมี credit

เพราะดูรายการผ่านทางแชนแนล Youtube ของคนแปลนั้นๆ

มีการจัดทำให้ดูฟรี แต่ห้ามเผยแพร่เพื่อเป็นการนำไปหาเงินเข้ากระเป๋าตัวเองและอัปโหลดนอกเหนือจากที่แฟนคลับอนุญาต

ติดตามจากเพจเฟซบุ๊กของกลุ่มแฟน

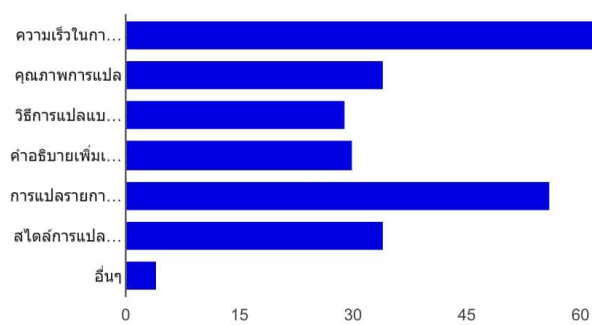
ท่านค้นหารายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนผ่านช่องทางใด



จากโปรแกรมสืบค้น (เช่น Google, Yahoo)	61	75.3%
ผ่านเว็บไซต์เฉพาะ	47	58%
ผ่านกลุ่มแฟนเพจทางเฟซบุ๊ก	43	53.1%
อื่นๆ	4	4.9%

โปรดระบุชื่อเว็บไซต์หรือชื่อกลุ่มแฟนเพจที่ท่านชื่นชอบ

เหตุใดท่านจึงเลือกชมการแปลโดยกลุ่มแฟน



ความเร็วในการแปล	62	76.5%
คุณภาพการแปล	34	42%
วิธีการแปลแบบฉบับได้เต็ม	29	35.8%

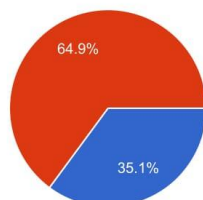
คำอธิบายเพิ่มเติมนอกเหนือจากซับไตเติ้ล	30	37%
การแปลรายการที่ไม่ได้ออกอากาศในไทย	56	69.1%
สไตล์การแปล (เช่น การเลือกใช้ฟอนต์ สีของซับไตเติ้ล)	34	42%
อื่นๆ	4	4.9%

จากคำตอบข้างต้น ปัจจัยใดที่ท่านชอบมากที่สุด

ความเร็วในการแปล
 การแปลรายการที่ไม่ได้ออกอากาศในไทย
 คุณภาพการแปล
 การแปลที่ไม่ได้ออกอากาศในไทย
 ความเร็ว
 (ไม่ได้ตอบ)
 สไตล์การแปล
 คำอธิบายเพิ่มเติมนอกเหนือจากซับไตเติ้ล
 วิธีการแปลแบบซับไตเติ้ล
 'ความเร็ว
 การแปลแบบซับไตเติ้ล
 'คุณภาพ
 'ความเร็วในการแปล
 บางรายการไม่มีออกอากาศในประเทศไทย
 'คุณภาพการแปล
 รวดเร็ว
 ใช้เวลาแปลไว หันใจ
 -
 เร็วและอ่านได้ชัดเจน
 นักแสดง
 ความบันเทิง

การแปลรายการ "รันนิ่งแมน" โดยกลุ่มแฟน

ท่านเคยรับชมรายการ "รันนิ่งแมน" มาก่อนหรือไม่



เคย	46	64.9%
ไม่เคย	85	35.1%

การแปลรายการ "รันนิ่งแมน" โดยกลุ่มแฟน (ต่อ)

ท่านชอบอะไรเกี่ยวกับรายการนี้

(ไม่ได้ตอบ)

เกมที่เล่นในรายการ

เกม

สมาชิกในรายการ

เกม แหกธีมเชิญ

สมาชิกในรายการ เกมในรายการ รูปแบบของรายการ แหกธีมเชิญในรายการ

สมาชิกรายการ เกม

เกมที่เล่น ความตลกของสมาชิกรายการ

เกมส์ที่เล่น การแปล

เกมที่เล่นในรายการ (แต่ปัจจุบันไม่ได้ดูมาราวๆ ครึ่งปีแล้ว)

เกม สมาชิก รูปแบบรายการ

รูปแบบรายการมีความสนุกสนาน

การเล่นเกมในรายการ

เกมส์ในรายการ คาแร็คเตอร์ของสมาชิกในรายการ การถ่ายภาพที่สวยงาม

รายการนี้เอา Idol ที่เราชอบมาเล่นเกมสนุกๆ ทำให้เราได้เห็นอีกมุมของ Idol คนนั้น

ชอบสมาชิก ชอบกว้างซุ ชอบเกมส์ที่สรรหามาเล่น ชอบที่เชิญศิลปินดารามา ชอบความตลก

ตลก สนุกสนาน เอาดารากะหลึมาเล่นเกมทำให้น่าสนใจ

เกมที่เล่น การเอนเตอร์เทนของพิธีกร

สมาชิกในรายการ เกม มุกตลก

พิธีกรที่ตลกและเกมที่สนุก

มุกตลกต่างๆ สาวเกาหลี

รูปแบบรายการ ความสนุกสนานของเกม แหกธีมเชิญมีความตลก สามารถสร้างสีสันและเสียงหัวเราะให้คนดู

ได้ การแปลได้อรรถรส

แหกธีมเชิญในรายการ เกมส์

prop ของรายการและความคิดสร้างสรรค์ของรายการ

เป็นรายการคลาดเครียด ตลก

เกมที่เล่นในรายการ และสมาชิกในรายการ

ความ creative

สมาชิกในรายการ ชอบซงจียอย เกมที่เล่นสนุกดี เป็นรายการบันเทิง ชอบเวลามีแหกธีมเชิญมาร่วมด้วย คลาย

เครียดดีค่ะ

สมาชิกในรายการ ชอบกว้างซุ (ตลกดี) เกมในการเล่น เหมือนเกมวิ่งไล่จับหรือ hide and seek แต่มีกติกาน่าสนใจและน่าติดตาม

น่าสนใจและน่าติดตาม

เกมที่เล่น สมาชิก

เกมที่เล่นในรายการ แหกธีมเชิญ

ชอบพิธีกรในรายการ และบางครั้งก็จะมีดารารับเชิญเป็นศิลปินที่ชอบ เกมที่เล่นก็สนุกเกือบทุกครั้งที่ได้ดู การ

แปลก็ทำให้เราเข้าใจและสนุกหรือตลกไปกับรายการ

ไม่ชอบรายการนี้เท่าไร

สมาชิกในรายการและเกมที่ใช่เล่น

สมาชิก แหกธีมเชิญและเกม

สนุกดี

สมาชิกในรายการ เกมที่เล่นในรายการ มุกตลกที่ตัวละครแสดง

ความบันเทิงของรายการผ่านการทำภารกิจต่างๆ

เขกรับเชิญในรายการและความตกลง

สมาชิกในรายการที่มีความสนิทสนมกันและสามารถทำให้เราหัวเราะตามได้

ท่านรับชมรายการนี้ผ่านช่องทางใด (โปรดระบุ)

แฟนเพจทาง Facebook

True Xzyte

Facebook

(ไม่ได้ตอบ)

แฟนเพจ Facebook

True Xzyte, Fanpage Facebook

แฟนเพจทางเฟสบุ๊ค เว็บไซต์อื่นๆ

Facebook,

True XZyte, Facebook, YouTube

Facebook, True Xzyte

YouTube, Facebook ของคนที่ขึ้นขอบแล้วเขาทำซ้ำให้ฟรี

เคเบิลทีวี

True XZyte, Facebook

google

เว็บไซต์อื่นๆ

เว็บไซต์ต่างๆ

fanpage Facebook

DVD, Website

True Xzyte,

website

เว็บไซต์อื่นๆ ทางเคเบิลทีวีบางช่อง

Facebook Fanpages

แฟนเพจทางเฟสบุ๊ค

ใน YouTube

YouTube

TV

แฟนเพจ True Xzyte

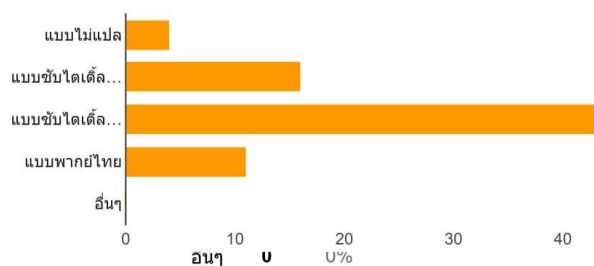
Facebook, Youtube

True and Youtube

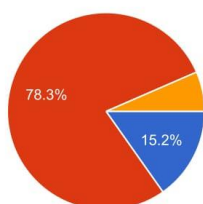
True Xzyte, Facebook fanpage

Facebook fanpages and

ปกติแล้วท่านรับชมรายการนี้ในภาษาใด



ท่านชอบวิธีการแปลแบบใด



พากย์ไทย	7	15.2%
ซับไตเติ้ลโดยกลุ่มแฟน	36	78.3%
ไม่ชื่นชอบแบบใดเป็นพิเศษ	3	6.5%

เพราะเหตุใด

(ไม่ได้ตอบ)

ได้ฟังเสียงต้นฉบับ

ชอบฟังเสียงเดิม

ได้รู้ภาษาเกาหลีและเข้าใจ

มีสไตล์การใช้คำที่ตลก ทำให้ดูแล้วสนุก

ดูที่อยากดูไม่ได้เจาะจงว่าต้องแปลแบบไหน

ได้รรถรสมากกว่าซับไทย

รวดเร็วและให้ความเพลิดเพลิน

อยากฟังเสียงพิธีกรจริงๆ มากกว่าฟังเสียงพากย์

เพราะมีความรวดเร็ว ทำสวย เข้าใจง่าย

เพราะได้ฟังเสียงจริงๆ ด้วย รับรู้ถึงอารมณ์ได้มากกว่า

ความรวดเร็ว ความละเอียด

ฟังง่ายดี

เร็ว มีภาษาที่ทันสมัย ตลก

พ่อแม่จะได้ดูด้วย

จะได้ฟังเจ้าของภาษาและสำเนียงภาษา

อินกับภาษาของต่างประเทศ

อินกว่า

ทำให้รู้สำเนียงภาษาอังกฤษที่ถูกต้องและรู้คำแปลของคำนั้นๆ

วิธีการแปลให้ภาษาง่าย ใช้คำศัพท์และรูปแบบประโยคที่ใช้จริงในชีวิตประจำวัน

ได้อรรถรสดี สนุกสนาน วิธีการแปลสนุก

ชอบฟังเสียง soundtrack

ฟังง่ายกว่าอ่าน

มีมดลกที่ทำให้รายการมีสีสันมากขึ้น

ชอบฟังเสียงคนพูดจริงๆ

เร็ว เข้าใจง่าย

สนุกและไม่เสียฟิลลิ่งในการรับชม เป็นการฝึกฟังภาษาเกาหลีไปด้วย

พากย์ไทยเพราะเสียงพากย์ดลก

ได้ฟังเสียงจริง บรรยากาศจริงของรายการ

เพราะขึ้นชอบการแปลโดยกลุ่มแฟน

สามารถเข้าใจในคำศัพท์บางคำที่ไม่ทราบในบทสนทนาในรายการ

ถึงแม้เราจะไม่เข้าใจภาษาเกาหลี แต่เวลาเราดูในขณะที่เราพูดเกาหลี แต่เราเข้าใจเพราะมีแปลซับ มันได้อรรถรสมากกว่าพากย์ไทย และบางทีก็เป็นการฝึกภาษาไปในตัวด้วย

เร็ว

ไม่ชอบเสียงคนเกาหลี เสียงดัง ฟังไม่รู้หนู

ชอบแบบเสียงจริงมากกว่า

ชอบฟังเสียงจริงๆ ของเกาหลีเพราะมันได้ feel กว่าพากย์ไทย แล้วอ่านซับเอา

รู้สึกว่ามันสนุกมากกว่าแบบอื่นๆ

เข้าใจง่าย

(No Answer)

ไว

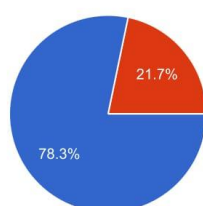
มันจะได้ฟังภาษาเกาหลีออกพร้อมแปลไปในตัว

ดูเพื่อความบันเทิงเลยไม่ได้สนใจเป็นพิเศษ

เพราะต้องการฟังเสียงที่เป็นแบบออริจินอลและมีซับไตเติ้ล ทำให้ช่วยได้เข้าใจมากขึ้น

รวดเร็วและภาษาที่ใช้เป็นภาษาที่ทันสมัย

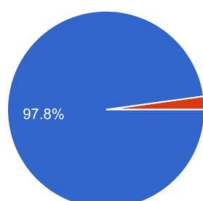
หากมีข้อความเพิ่มเติม (เช่น คำสั่งหรือคำอธิบายเกม คอมเมนต์ ชื่อหรือฉายาแชรรับเชิญ) เป็นภาษาเกาหลีในรายการ ท่านอ่านคำแปลของข้อความดังกล่าวหรือไม่



อ่าน	36	78.3%
ไม่อ่าน	10	21.7%

ท่านคิดว่าคำแปลข้อความดังกล่าวเป็นภาษาไทยมีประโยชน์หรือไม่

มี	45	97.8%
ไม่มี	1	2.2%



ทำให้เข้าใจเกมในรายการมากขึ้น
 ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น
 วัฒนธรรมของแต่ละประเทศต่างไม่เหมือนกัน การอธิบายเพิ่มเติมสร้างความเข้าใจในรายการมากขึ้น
 ทำให้ดลก รายการมีสีสันมากขึ้น รู้คำศัพท์ของภาษานั้นมากขึ้น
 ทำให้เราเข้าใจเนื้อหาของรายการมากขึ้น
 หากไม่มีการแปล เราจะไม่รู้ว่าจะเล่นอย่างไรและช่วยให้ไม่ต้องกลับมาดูอีก
 ให้ช่วยเข้าใจรูปแบบ และกติกาภายในเกม
 ทำให้รายการดลกมากขึ้น เพราะบางทีก็ใช้คำไทยทำให้เนื้อหาดลกมากขึ้น
 เพราะช่วยให้เข้าใจคนที่สมาชิกเล่นด้วย ทำให้มีความสุขมากขึ้น
 ช่วยให้เราเข้าถึงอารมณ์สนุกของรายการได้มากขึ้น
 เพราะเราเข้าใจภาษานั้นได้
 ทำให้ง่ายสะดวกขึ้น
 ทำให้มีความเข้าใจในรายการและสนุกไปด้วย
 จะได้รับความหมาย
 เพิ่มความดลกมากขึ้น
 จะได้เข้าใจความหมาย
 ให้เข้าใจและรู้เรื่อง สนุกกับเนื้อหามากขึ้น
 (ไม่ได้ตอบ)
 ถ้าไม่แปลจะค้างคาใจ อยากรู้
 ทำให้เข้าใจเนื้อหาของรายการมากขึ้น
 ทำให้เข้าใจรายการมากขึ้น
 ช่วยให้เข้าใจรายการชัดเจนขึ้น
 ได้รู้วัฒนธรรมที่เกาหลีสจากคำศัพท์ slang
 เพราะช่วยให้มีความเข้าใจในตัวเรื่องราวมากขึ้น
 บางรายการ (running man) ต้องดูพากย์ไทย เสียงไทยจะสนุกกว่า ได้รับอรรถรสกว่าเพราะเสียงพากย์ดลก
 (โดยเฉพาะของ True)
 ช่วยให้เข้าใจรายการมากขึ้น
 ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาในรายการ
 สามารถเข้าใจในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะในด้านวัฒนธรรม หรือภูมิศาสตร์
 เพราะช่วยให้เข้าใจเนื้อหาที่ค่อนข้างหนักในนั้นได้ดียิ่งขึ้น
 เมื่อเข้าใจก็จะเพิ่มอรรถรส
 จะได้ว่าคนในรายการเขาทำอะไรกัน เพิ่มอรรถรสให้กับการชม
 จะได้ทราบความหมายถึงอะไร
 มันทำให้เรารู้และเข้าใจเหตุการณ์ ณ ขณะนั้นมากขึ้น
 ทำให้เข้าใจในการดู
 (No Answer)
 เข้าใจมากขึ้น

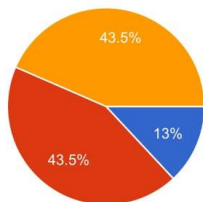
เข้าใจเนื้อหา

ถ้าไม่มีประโยชน์ค่าคงไม่ใสมา อาจจะช่วยเพิ่มรสชาติในการชมรายการ

เพราะมันช่วยให้เข้าใจ

ทำให้เข้าใจวัฒนธรรมต่างประเทศมากขึ้นและทำให้เข้าใจเนื้อหามากขึ้นเมื่อมีการอธิบาย และนี่ก็ภาพปริบท แวดล้อมได้ดียิ่งขึ้น

ท่านมีกลุ่มนักแปลรายการนี้ที่ท่านชื่นชอบหรือไม่

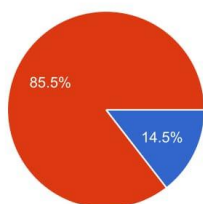


มี	6	13%
ไม่มี	20	43.5%
ไม่รู้จัก	20	43.5%

ถ้ามี โปรดระบุชื่อกลุ่มนักแปลที่ท่านชื่นชอบ

ประสบการณ์การทำซับไตเติ้ล

ท่านเคยทำซับไตเติ้ลมาก่อนหรือไม่



เคย	19	14.5%
ไม่เคย	112	85.5%

ประสบการณ์การทำซับไตเติ้ล

ท่านเคยทำซับไตเติ้ลรายการใดบ้าง

อนิเมชันตอนสั้นๆ PV เพลง (OP-BD) จากภาษาญี่ปุ่นเป็นไทย

ทำซับรายการเพลงของ Big Bang

ซีรีส์ Dodohara

พฤติกรรมของเด็ก

Game of Thrones (American Series)

เป็นซับไตเติลของ short movie

NCIS

ภาษา Plaza

เคยไปแปลใน Thaisubtitle เพียงไม่กี่ครั้ง

หนังสือวิชา Psycho Daily Life เนื่องจากต้องทำส่ง การทำหนังสือบางครั้งอาจมีเสียงรบกวน ซึ่งไม่สามารถแก้ไขได้ จึงต้องเพิ่มซับไตเติลลงไป แต่เป็นซับไทย-ไทย

เป็นผลงานตัวเอง เช่น หนังสือ

เพลงภาษาจีน

Video ที่ถ่ายทำเอง

ทำซับไตเติลวิดีโอ ฟรีเซนดงาน

anime

ทำพวก movie trailers and games

การ์ตูน

Nine Muses Idol

จำชื่อรายการไม่ได้

เพราะเหตุใดท่านจึงเริ่มทำซับไตเติล

อยากฝึกทักษะการแปล และคิดว่าการทำ subtitle น่าจะมีประโยชน์ในการทำงานบ้างไม่มากก็น้อย

เพราะอยากทำซับเพลงที่ชอบบ้าง

อยากฝึกการแปล หารายได้

ช่วยเพื่อนทำรายงาน

ติด series เรื่องนี้

ใช้เวลาว่างและฝึกทักษะการแปลของตัวเอง ทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้

อยากดู series เร็วๆ

งานส่งอาจารย์

อยากลองฝึกฝน

เนื่องจากต้องทำงานส่งเพื่อเอาคะแนนจึงต้องทำให้มีคุณภาพมากที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้

ทำ sub Eng ทำให้คนต่างชาติดูเรื่อง

ฝึกภาษา อยากรู้ความหมาย

เป็นส่วนหนึ่งของงาน

เพราะต้องฟรีเซนดงาน

อยากลองทำเล่นๆ ดู

เพราะชอบในภาพยนตร์หรือด้านภาพในนั้น

ความชอบการ์ตูนเรื่องนั้น

อยากรู้เนื้อหาในรายการ อยากทราบรายละเอียดคำพูดที่เขาใช้สื่อสารกัน

ความชื่นชอบและต้องการให้ผู้ที่ชื่นชอบคนอื่นรับรู้เนื้อหาด้วย

ท่านเรียนการทำซับไตเติลจากที่ใด

เพื่อน

เรียนเองจากเว็บไซต์ที่เขียนบทความสอน วิธีการทำ (How to...)

Google

เว็บไซต์ต่างๆ แฟนเพจ

ไม่เคย

จากรุ่นพี่ที่มีประสบการณ์

website

(ไม่ได้ตอบ)

จากเพื่อนๆ ในกลุ่มเดียวกันและกลุ่มอื่นๆ บ้าง เพราะเพื่อนๆ แต่ละคนจะใช้โปรแกรมที่สร้างสรรค์ผลงานต่างกัน แล้วเลือกที่เราชอบที่สุด

หัดทำเองจากในเน็ต

ศึกษาด้วยตัวเอง

หาความรู้เองใน Internet

เพื่อนสอน

Youtube and websites

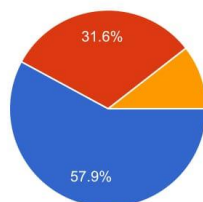
ศึกษาเอง

เว็บไซต์ Youtube

Google ชับจากรายการอื่นๆ

ศึกษาการทำจากอินเทอร์เน็ต

ท่านเคยทำซับไตเติ้ลคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม



คนเดียว	11	57.9%
กลุ่ม	6	31.6%
ทั้งเดี่ยวและกลุ่ม	2	10.5%

ท่านทำอย่างไรกับซับไตเติ้ลหรือวิดีโอซับไตเติ้ลที่ท่านทำขึ้น

เก็บไว้เอง

แจกในกลุ่มปิด

อัปโหลดขึ้น Youtube

อัปโหลดบนเว็บ แจกในกลุ่มปิด

อัปโหลด YouTube

อัปโหลดขึ้น website

เอาส่งให้ผู้กำกับ short movie

ฟรีเซนต์หน้าชั้นเรียน

(ไม่ได้ตอบ)

นำเสนอเป็นวิดีโอในชั้นเรียน เพื่อให้กลุ่มอื่น comment

อัปโหลดขึ้นบนเว็บไซต์

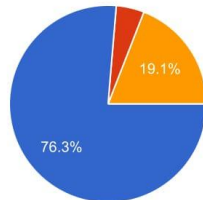
แจกในกลุ่มปิด และ upload ขึ้นบน website

ฉายในวีทอาร์ในชั่วโมงเรียน

Uploading on Youtube

ในความคิดของท่าน สิ่งตอบแทนที่ท่านได้จากการทำซับไตเติลคืออะไร

สนุกที่ได้ทำ คำที่ใช้ในการแปลมีเยอะ (มีคลังคำศัพท์เยอะขึ้น) ทักษะการฟังดีขึ้น
 ความภูมิใจ ความเพลิดเพลิน
 ทักษะ รายได้เล็กน้อย
 ความรู้ในการแปลภาษาอังกฤษ
 ได้ดูรายการที่ชื่นชอบเร็ว
 ทักษะทางด้านภาษา ความมีไหวพริบ
 ได้ดู series เร็วขึ้น
 เสียงหัวเราะ
 (ไม่ได้ตอบ)
 ก็ช่วยให้เรามีสมาธิในการฟังเพื่อแปลให้ตรงที่สุด แต่ถ้าจะพัฒนามากขึ้นถ้าหากเป็นภาษาต่างประเทศเป็น
 ภาษาไทย
 ไม่ได้
 คำศัพท์และความรู้ใหม่ ความสนุก
 การพัฒนาความสามารถตนเอง
 การที่มีการปรับแต่งงานที่ดีและได้คะแนนตามความคาดหวัง
 เพื่อความบันเทิงส่วนตัว และได้ฝึกทำซับไตเติล
 ไม่มีนอกจากใจรัก
 ความท้าทาย แปลกใหม่
 ความรู้ ได้ศึกษาภาษาไปในตัว
 ความสนุก ความรู้ในศัพท์ภาษาใหม่ๆ

ประเด็นเรื่องจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวกับแฟนซับ***ท่านคิดอย่างไรเกี่ยวกับแฟนซับ**

แงบวก	100	76.3%
แงบลบ	6	4.6%
ไม่รู้	25	19.1%

เมื่อรายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนถูกลบ ท่านรู้สึกอย่างไร

(ไม่ได้ตอบ)
 เจ็บๆ
 เจ็บๆ
 เสียหาย
 รู้สึกแย้
 เสียใจ
 (No Answer)

เสียใจ ทำดีแล้วโดนด่า
 รู้สึกแย่นิดหน่อย เพราะรายการที่แปลโดยแฟนคลับมีความรวดเร็วกว่าที่จะรอนักแปลมืออาชีพ
 ทำไม่ถึงรีบลบ ยังไม่ได้ดูเลย
 เศร้าเพราะไม่มีรายการสนุกๆ ให้อดู
 กลุ่มแฟนช่วยให้คนดูรู้เรื่องมากขึ้น หากโดนลบคงน่าเสียดาย
 เจຍာ เพราะดูสด (ไม่มีซั้บก็ไต่)
 รู้สึกเสียดายเพราะจะไม่ได้รับชม
 ไม้รู้สึ้อะไร
 สงสัยและต้องการทราบเหตุผลที่รายการนั้นถูกลบ
 เจຍာ เพราะสามารถดูได้โดยไม่ต้องมีซั้บไต่เดิ้ล
 รู้สึกแย่ เพราะอาจมีคนอื่นยังไม้ไต่ดู
 เสียดายโอกาสกับคนที่ซั้บชอบแล้วไม้ไต่ดู
 ้เจຍာ แต่ถ้าถูกลบก็จะหาดูรายการที่อยากดูแล้วมีซั้บไต่ยาก
 เป็นเรื่องที่ช่วยไม้ไต่ เพราะถ้ามีลิขสิทธิ์แล้วก็ต้องยอมรับตามกฎหมาย
 เสียใจ เสียดายที่ไม้ไต่โหลดเก็บไว้
 เจຍာ ไม้ไต่เดิ้ลดรอ้นอะไร
 ใจแค้นมาก!!!! (ที่จริงก็เข้าใจว่ามันดีด Copy right T__T)
 อาจจะทำให้ในความรู้สึกสนใจหนังนั้นอยู่แล้วทำให้แปลหนังออกมาไต่อารมณ์มากกว่าเดิม
 แຍ
 เห็นใจ
 ไม้ค่อยมีผลกับตัวเอง อาจจะผลกับคนกลุ่มอื่นที่ชอบดูซั้บกลุ่มแฟน
 หงุดหงิดและหาบบบติดต่อกันไต่ยาก
 เสียใจ ไม้รู้จะไปหาดูซั้บไต่ที่ไหน
 เจຍာ หาสิ้บก็ใหม่ดู
 รู้สึกสงสารกลุ่มแฟน
 ราคากัญ โม่โห ซั้บ
 รู้สึกเสียดายความรู้สึกแทนผู้แปล
 ก็เจຍာ นะ แต่แอบคิดว่าเค้าทำมาให้แล้วก็ถือเป็นเรื่องดี
 รู้สึกซั้บแทนเจ้าของผลงาน
 ไม้เห็นด้วย เพราะคนอื่นที่สนใจในรายการนั้นมีจำนวนมาก การแปลออกมาโดยกลุ่มแฟนจะทำให้เขาเข้าใจ
 เจຍာ เพราะสามารถดูและเข้าใจโดยไม้ต้องใช่ subtitles
 เสียดาย รายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนหาดูยาก ไม้ค่อยมีฉายในโทรทัศน์
 รู้สึกไม้ดี
 รู้สึกเจຍာ
 หงุดหงิด
 แຍ เสียใจ เสียดาย
 ไม้รู้สึก
 เจຍา เนื่องจากไม้ไต่มีผลต่อดตัวเอง
 เสียดาย ทำร้ายจิตใจผู้แปล
 ไม้ดี
 เสียดายแต่ก็ไม้รู้สึกไม่พอใจ เพราะการทำแฟนซั้บเป็นเรื่องที่ติดลิขสิทธิ์ (ในความเข้าใจ)
 รู้สึกว่าเจ้าของค่านึงถึงการค่ามากเกินไป
 รู้สึกเสียดายถ้าหากเป็นาเรื่องหรือซั้บไต่ที่ต้องการจะดู แล้วเราไม้สามารถตีความหรือแปลไต่

สงสาร เสียหายวันเวลาและการลงแรงตั้งใจทำ
 เสียใจและเสียตายนี่จะไม่ได้ดู
 รู้สึกว่าผู้แปลคงกำลังเสียใจ
 เจ๊ๆ ค่ะ
 แม้จะรู้สึกเสียตายนะ แต่ข้าพเจ้าสามารถยอมรับได้ เพราะมันเข้าข่ายละเมิดลิขสิทธิ์
 เจ๊ๆ หาใหม่
 เสียตายนะ และสงสัยว่าทำไมต้องถูกลบ
 รู้สึกเจ๊ๆ เพราะรายการโทรทัศน์ถ้าจะออกอากาศทางประเทศอื่นๆ ก็จะมีผู้เชี่ยวชาญแปลให้อยู่แล้ว
 รู้สึกเสียตายนะ เนื่องจากฉันคิดว่ากลุ่มแฟนต้องรักหรือชอบรายการนั้นมาก และอยากให้ผู้อื่นที่ชื่นชอบได้ชมสิ่ง
 ที่เขาชอบเช่นกัน
 เสียตายนะความตั้งใจของผู้จัดทำ
 เข้าใจเพราะลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่สำคัญ
 รู้สึกแยหากรายการนั้นเรากำลังติดตาม สงสัยว่าลบทำไม
 เซ็ง
 เสียตายนะ และต้องค้นหาการแปลอื่น
 ก็รู้สึกเสียตายนะ เพราะเค้าอุตส่าห์แปลให้ได้ดู อีกทั้งเค้ายังใช้ความรู้ที่มีมาทำให้เกิดประโยชน์
 รู้สึกเสียตายนะเพราะคนที่ทำก็ตั้งใจและใช้เวลา
 เสียโอกาสของผู้ที่สนใจในเรื่องนั้นๆ
 ไม่เป็นไร
 เสียตายนะ และสงสารคนแปลที่เค้าอุตส่าห์พยายามทำขึ้นมา
 เจ๊ๆ เพราะก็จะมีรายการอื่นๆ ที่มีการแปลเพิ่มขึ้นมา แต่ก็รู้สึกเสียตายนะหากถูกลบ
 น่าสนใจในตัวกลุ่มแฟนที่มีความชอบจนเกิดแรงผลักดันในการแปล
 รู้สึกเสียตายนะที่คนเหล่านั้นไม่ได้แสดงความสามารถให้คนอื่นเห็น ถ้ามีคนช่วยวิจารณ์หรือติชม เขาจะรู้ว่า
 งานเขาต้องปรับปรุงตรงไหน จะได้พัฒนา และมีกำลังใจที่จะทำให้อุดมคติขึ้นเมื่อมีคนเป็นกำลังใจให้
 เสียใจ อยากรู้ว่าทำไม
 ไม่ค่อยไวใจ
 เจ๊ๆ แต่ก็แอบกังวล
 ไม่รู้สึกใดๆ เพราะอาจมีเหตุผลทางกฎหมาย
 อาจจะเป็นข้อผิดพลาดที่เขาทำไปโดยลืมให้ความสำคัญกับลิขสิทธิ์
 ขึ้นอยู่กับเหตุที่โดนลบ ว่ามาจากตัวรายการหรือว่าการแปล
 เจ๊ๆ เพราะโดยปกติก็ไม่ได้รับชมอยู่แล้ว
 อาจจะเป็นเพราะมีลิขสิทธิ์
 แย่มากเพราะหนังบางเรื่องก็มีศัพท์แสงเยอะจนไม่เข้าใจ ทำให้ดูหนังไม่รู้เรื่อง
 ไม่พอใจ
 เสียใจ สงสัยว่าทำไม
 เสียตายนะ แต่ก็เข้าใจว่ามีลิขสิทธิ์
 เสียตายนะแต่ก็รอให้กลับมาทำใหม่
 ไม่ได้เพราะเสียกำลังใจ
 รู้สึกเสียใจ และเสียตายนะที่แฟนคลับอุตส่าห์แชรและแบ่งปันให้ดู
 เจ๊ๆ แต่ถ้าหนักมากก็จะเป็นเดือตเป็นร้อนแทน อาจช่วยแชรข้อความหรือโพสข้อความช่วยเหลือ
 ติชม เรียนภาษาอังกฤษเพิ่มเติม
 ไม่
 ไม่รู้สึกเสียใจเพราะเป็นการตัดสินใจของเจ้าของแฟนคลับ

ไม่ดีใจ รู้สึกเสียใจ

อาจมีลิขสิทธิ์ เพราะเป็นความเสี่ยง

เฉยๆ เพราะที่ถูกลบเป็นเพราะติด LC เลยเฉยๆ เมื่อกลุ่มแฟนซึ้นนั้นถูกลบ

เสียใจ เพราะจะไม่สามารถหาแฟนคลับรายการที่ชอบได้

หากเป็นการลบโดยฝ่ายแฟนซึ้นเองหรือแอดมิน เพจทำการลบโดยความเต็มใจของฝ่ายแฟนซึ้นก็ไม่รู้สึกอะไร

หากภายในประเทศมีการซื้อลิขสิทธิ์แล้ว

เสียตาย เพราะหากอยากดูอีกก็ไม่สามารถหาดูได้

ในความคิดของท่าน ใครควรเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจว่ารายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนควรถูกลบหรือไม่

(ไม่ได้ตอบ)

ผู้ชม

เจ้าของลิขสิทธิ์

เจ้าของรายการ

เจ้าของลิขสิทธิ์รายการ

ไม่ทราบ

ผู้รับชม

ไม่มี

ผู้ชมรายการ

ต้นสังกัด/เจ้าของลิขสิทธิ์

ทางเจ้าของรายการของประเทศนั้น

หน่วยงานที่ดูแลเรื่องลิขสิทธิ์

แอดมินหรือผู้ที่ทำงานตรวจสอบเว็บเพจ เว็บไซต์ต่างๆ

เจ้าของลิขสิทธิ์ รายการหรือการ์ตูนเรื่องนั้นๆ

ทางบริษัท

คสช

เจ้าของลิขสิทธิ์ในประเทศนั้น

แฟนคลับ

เจ้าของรายการนั้น

ตัวกลุ่มแฟนซึ้นเอง

เจ้าของลิขสิทธิ์ต้นฉบับ

ไม่ควร

คนดูและเจ้าของลิขสิทธิ์

เจ้าของลิขสิทธิ์หรือเจ้าของรายการ

ผู้ดู เพราะใกล้ชิดที่สุด

ผู้ถือลิขสิทธิ์ต่างๆ

ผู้ชมหลายคน

ต้นสังกัดของละครหรือซีรี่ย์นั้นๆ

เจ้าของลิขสิทธิ์การทำรายการ

กองเซนเซอร์ เจ้าของเว็บไซต์

เจ้าของ website

ผู้ที่อนุญาตให้เผยแพร่รายการ

กระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้ได้รับอนุญาตในการเผยแพร่รายการนั้น

ผู้ที่อนุญาตให้รายการเผยแพร่

เจ้าของเว็บไซต์ ในกรณีที่แปลซั่มได้เต็มที่ไต่หยาบคายมากเกินไป

ผู้ดูแลเว็บไซต์ ผู้ที่รับชมสามารถแจ้งลบ

คนที่ทำงานด้านลิขสิทธิ์ของรายการ

ผู้ผลิต

ไม่รู้

ควรเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์รายการหรือเรื่องนั้นๆ

ไม่มี แต่ควรมีการระบุชัดเจนว่าอันนี้แปลโดยแฟนไม่ใช่ official

เจ้าของเว็บไซต์

ทางรายการโดยตรง

เจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้เช่าลิขสิทธิ์

เจ้าของลิขสิทธิ์เดิมและผู้แปล ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการแปล

ถ้าหากแปลตามความหมายเพลงหรือซั่มให้ผู้ชมเข้าใจตามบทที่หนึ่งหรือเพลงสั่มออกมาก็ไม่ควรถูกลบ ในทางกลับกันถ้าแปลไม่ตรงหรือเพื่อความขบขัน สร้างความเพลิดเพลินให้เฉพาะกลุ่ม ก็ควรพิจารณาว่าจะลบหรือไม่ หากมีการตัดแปลงมากเกินไป

ผู้จัดทำ (ผู้แปล)

ลิขสิทธิ์

ผู้แปล

องค์กรด้านวัฒนธรรม ควรหยุดออกอากาศรายการที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของสังคม

หน่วยงานราชการ ต้นสังกัดของเรื่องนั้นๆ

ผู้ที่รู้เนื้อหาและมีความรู้ด้านภาษาศาสตร์

ตามกฎหมายลิขสิทธิ์

การแจ้งลบโดยประชาชนทั่วไป

เจ้าของรายการโทรทัศน์นั้นๆ

กระทรวงวัฒนธรรม เมื่อแปลด้วยคำที่หยาบคายและรุนแรง

Host ของเว็บฝากไฟล์

กลุ่มแฟนด้วยกันเอง พวกเขาไม่พอใจ

คนเข้าชม เพราะถือว่าการแปลออกมาเป็นของสาธารณะที่หากมีความเสียหายหรือพาดพิง หรือนำไปใช้ในทางเสื่อมเสีย คนเข้าชมก็คงกดแบนเอง

ผู้บริโภค ผู้ดู

บางครั้งเป็นเรื่องลิขสิทธิ์ของหนังหรือภาพยนตร์นั้นๆ แต่การแปลในหลายๆ ภาษา ก็เป็นการเปิดโอกาสของคนที่สนใจในเรื่องนั้นๆ ได้ศึกษา

เจ้าของลิขสิทธิ์, webmaster

เจ้าของเพจ

เจ้าของรายการต่างๆ ตามความเหมาะสมของทัศนคติของเจ้าของ และถ้าไม่ได้ละเมิดและไปทำสิ่งด้านลบให้กับรายการต่างๆ ก็ถือว่าเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางหนึ่งแก่สังคม (เกิดการเรียนรู้)

คนดู เพราะคนดูคือผู้เสพ การที่กลุ่มแฟนแปลทำให้เกิดความหลากหลายของรายการ ลดการผูกขาดจากสื่ออื่น

คนจัดทำซั่มและแฟนฯ (หากมีสิ่งที่ไม่เหมาะสม)

ไม่ควรมี ถ้าไม่มีใครดู มันจะหยุดไปเอง

ทางต้นสังกัด หรือเจ้าของลิขสิทธิ์

เจ้าของเพจ และเจ้าของลิขสิทธิ์หนึ่งนั้นๆ ตกลงกันเอง

ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์รายการ ซีรีส์

เจ้าของผลงานตามกฎหมาย

เจ้าของรายการ ผู้เชี่ยวชาญภาษาจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือระดับประเทศ

ผู้ชมรายการนั้นๆ

เจ้าของหนัง

ผู้ที่จัดทำ subtitle อย่างเป็นทางการและมีสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ผู้จัดทำผลงาน

ประชาชน

ไม่ควร เพราะบางทีเราก็ต้องการรับชมรายการต่างประเทศ โดยมีการอ่านซับและฟังภาษาเขาไปด้วย

(No Answer)

เจ้าของลิขสิทธิ์ของผลงานนั้น

เจ้าของแฟนซับ

กลุ่มแฟน

แฟนคลับที่ติดตาม

เจ้าของรายการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้ถือลิขสิทธิ์รายการ

เจ้าของลิขสิทธิ์และผู้ซื้อลิขสิทธิ์

เจ้าของลิขสิทธิ์รายการ ซึ่งก็คือบริษัทผู้ผลิตรายการ

ท่านคิดว่าหากรายการที่แปลโดยกลุ่มแฟนถูกลบ ใครควรเป็นผู้รับผิดชอบต่อการลบรายการนั้น

(ไม่ได้ตอบ)

ไม่รู้

ไม่ทราบ

เจ้าของเว็บ

ผู้ลบ

ไม่มี

คนที่ลบ

เจ้าของลิขสิทธิ์รายการ

เจ้าของลิขสิทธิ์

คนลบ

ผู้แปล

(No Answer)

เจ้าของเว็บไซต์/เจ้าของสถานีโทรทัศน์

Youtube

กลุ่ม Fansub

ผู้ที่ลบและตัวกลุ่มแฟน

หน่วยงานของภาครัฐ เช่น กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ

เจ้าของแฟนซับ

ผู้ที่ลบคลิปนั้นๆ

ผู้จัดทำ

คสช

ตัวเจ้าของที่ทำซ้ำ ควรพิจารณาเองโดยเคารพต่อกฎหมาย เพื่อสนับสนุนของแท้ในกรณีที่มีลิขสิทธิ์ในไทยแล้ว

เจ้าของกลุ่มแฟนที่ทำซ้ำนั้น อาจจะแจ้งมาให้ลบก็ได้

เจ้าของรายการนั้น

กลุ่มแฟนซ้ำ

เจ้าของเว็บเป็นคนลบ

เจ้าของแฟนเพจ เจ้าของลิขสิทธิ์

สาเหตุ ดันเหตุคนที่ทำให้ถูกลบ

รัฐบาล

ไม่รู้ ช่วยเอง

เจ้าของรายการ

ผู้ดูแลเว็บไซต์หรือ Admin

ไม่มี เพราะเพื่อความบันเทิง การปิดกั้นการแปลอิสระทำได้ยากและไม่ค่อยเกิดประโยชน์ ดันสังกัดสามารถเพิ่มโฆษณาเข้าไปในรายการได้โดยไม่ต้องปรับคนแปลอิสระ

owner of website

ผู้ที่อนุญาตให้เผยแพร่รายการ

กระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้อง

คนที่แปลเอง เพราะไม่ได้เป็นการแปลแบบเป็นทางการ

ผู้อำนวยการของช่องที่เผยแพร่

เจ้าของเว็บไซต์ ผู้แปล

ผู้ดูแลเว็บไซต์

กระทรวงไอซีที

website

ทางรายการโดยตรง

คำถามไม่ชัดเจน

เจ้าของลิขสิทธิ์เดิม

ทางเว็บไซต์หรือผู้ที่ควบคุมดูแลสื่อที่แฟนซ้ำแปลผ่าน หรือใช้พื้นที่ในการแชร์

-

ลิขสิทธิ์

ผู้ที่ลบทิ้ง

ผู้ที่ทำการลบและผู้ที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มผู้ทำแฟนซ้ำ

ผู้ที่รับผิดชอบเรื่องลิขสิทธิ์

ผู้แปลและผู้เผยแพร่

เว็บนั้นๆ

เจ้าของรายการโทรทัศน์นั้นๆ

ผู้ที่แจ้งลบรายการ

ผู้แจ้งลบ

ไม่ต้องมีใครรับผิดชอบเพราะมันเป็นเรื่องของลิขสิทธิ์

เจ้าของเพจหรือผู้เผยแพร่

แฟนเพจ

กลุ่มแฟน

เจ้าของเว็บไซต์ แต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับว่าการแปลนั้นดีหรือไม่ (ตามเนื้อเรื่อง) ถ้ามันไม่ดีคือเสื่อมเสีย การถูกลบก็
คงไม่น่าแปลก แต่ถ้ามันดี แต่กลับถูกลบ เจ้าของเว็บไซต์ก็คงต้องรับผิดชอบ และให้เหตุผลว่าลบทำไม

หากแปลโดยผิดกฎหมายหรือเนื้อหาที่สื่อให้เกิดความรุนแรง ชัดแจ้งในกลุ่มทางสังคม ก็ควรมีการระงับโดยผู้
มีอำนาจที่เหมาะสม (การระงับนั้นต้องไม่เป็นการปิดบังซ่อนเร้นข้อเท็จจริงของสังคม)

กลุ่ม fansub

สถานที่เผยแพร่รายการนั้นหรือเว็บไซต์ที่เผยแพร่

เจ้าของเพจ

กลุ่มแฟนเอง

คือไม่ทราบว่ามีใครเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

ไม่มี ถ้ามันจะหยุดมันจะหยุดไปเอง

แฟนคลับ

เว็บไซต์ที่ลบ

ผู้ที่ตัดสินใจลบรายการนั้นๆ

ฝ่ายกฎหมายของผู้ถือลิขสิทธิ์

บุคคลที่แจ้งลบ

เจ้าของผลงานตามกฎหมายและผู้แปลซับ

ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์

กลุ่มแฟนที่เป็นผู้แปล

ช่องหรือเว็บไซต์ที่เผยแพร่

ผู้เผยแพร่

ผู้ลบรายการ

รับผิดชอบด้านไหนคะ ถ้าด้านผลงานที่ถูกลบ ไม่ต้องมีใครรับผิดชอบหรอกค่ะเพราะมันควรโดนลบซึ่งมัน
ละเมิดลิขสิทธิ์ แต่ถ้าด้านจิตใจของคนดูกลุ่มแฟนควรแอบอัพให้ลูกเพจโหลดค่ะ (ล้อเล่นค่ะ)

กลุ่มแฟน ในกรณีที่การแปลนั้นผิดกฎหมาย

ไม่มีใคร

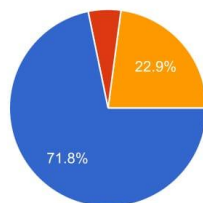
โทษใครไม่ได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

รับผิดชอบทุกฝ่าย

ไม่มีใครควรรับผิดชอบ

ท่านคิดว่าแฟนคลับช่วยรายการในทางใดบ้างหรือไม่



ช่วย	94	71.8%
ไม่ช่วย	7	5.3%
ไม่รู้	30	22.9%

ถ้าช่วย ท่านคิดว่าช่วยอย่างไร

(ไม่ได้ตอบ)

โปรดรายการ

โปรโมตรายการเนื่องจากแฟนคลับที่ทำการแปลก็มีเครือข่ายแฟนคลับอีกทีและด้วยความรวดเร็วในการแปล
 ทำให้รายการเป็นที่นิยมมากขึ้น
 ช่วยให้มีแฟนๆ ดูรายการมากยิ่งขึ้น
 สร้างให้คนรู้จักรายการมากขึ้น
 ทำให้มีกลุ่มผู้ชมรายการในหลายประเทศ
 ช่วยให้คนที่ฟังไม่ออกดูรู้เรื่อง
 ในการเข้าถึงง่ายของผู้ชมและเพิ่มผู้ชมให้กับรายการมากขึ้น
 ช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงและมีอารมณ์ร่วมกับสื่ออื่นๆ มากกว่าการแปลโดยใช้คำหรือภาาอย่างห้วนๆ ตรงๆ
 ไม่มีการใช้สำนวนทางภาษา
 ช่วยโปรโมตรายการให้มีชื่อเสียงได้กว้างและเร็ว
 ช่วยให้รายการมีคนติดตามมากขึ้น
 ทำให้เพิ่มโอกาสในการรับชมของผู้ชมต่างประเทศมากขึ้น
 ช่วยทำให้รายการสนุกขึ้นเพราะฟังเรื่องแล้วมีซบให้อ่านทำให้เข้าใจว่ารายการพูดอะไร
 ทำให้มีคนที่รู้จักรายการเยอะขึ้น
 ช่วยทำให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น
 ช่วยทำให้รายการเป็นที่รู้จัก โดยชาวต่างชาติมากขึ้น
 โปรโมตรายการนั้นๆ ให้มีคนที่รู้จักมากขึ้น
 Advertising โปรโมทใจ
 ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น
 ช่วยให้รายการกระจายไปได้ไกล และให้ผู้ชมได้เข้าใจในภาษาของตนและรับชมรายการต่อไป
 ช่วยให้ผู้ที่ไม่เข้าใจภาษานั้นสามารถรับชมได้เข้าใจ
 ให้ความรู้
 แปลภาษาที่ไม่เข้าใจ
 ช่วยทำให้คนต่างประเทศที่ติดตามรายการได้เข้าใจความหมาย
 ทำให้ผู้ชมดูรายการนั้นเข้าใจ และมีเรตติ้งดีขึ้น
 โปรโมทรายการนั้น
 โปรโมท
 ช่วยทำให้รายการนั้นๆ เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
 ช่วยให้เข้าใจการสื่อสารมากขึ้น
 ทำให้คนเข้าใจในการชม
 ช่วยให้ได้ดูเร็วขึ้น
 ทำให้คนดูมากขึ้นเพราะเข้าใจเนื้อเรื่องผ่าน subtitle
 คนดูเยอะขึ้นเพราะง่ายต่อการรับชม
 ทำให้มีผู้ชมและผู้ติดตามรายการเพิ่มมากขึ้น
 ความแพร่หลายของการรับชม คนชมมากขึ้น
 ช่วยให้ผู้ที่ไม่เก่งภาษาที่ 2 เรียนรู้ภาษาได้
 เรียกฐาน fan club
 ช่วยทำให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีคนที่สามารถเข้าถึงมากขึ้น
 ทำให้คนที่ไม่รู้อีกภาษาอื่นๆ เข้าใจเนื้อหามากขึ้น
 เป็นที่รู้จักมากขึ้น
 เป็นการโปรโมทอีกช่องทางหนึ่ง
 ช่วยให้ผู้ที่ไม่เข้าใจภาษาต่างประเทศพอเข้าใจเรื่องราว
 ในบางทีการมีแฟนคลับอาจทำให้เรารับข่าวสารหรือข้อมูลได้เร็วขึ้นเพราะไม่ต้องรอ

ให้คนเข้าถึงได้เร็ว ดัดดลาดเร็ว
คนจะติดตามสม่ำเสมอ
สร้างความบันเทิง
ช่วยในการฝึกภาษาต่างประเทศ
ช่วยให้รายการเข้าถึงผู้ชมในภาษาอื่นได้มากขึ้นและเปิดโอกาสให้ทั้งผู้ผลิตในการเข้าถึงและผู้ชมในการรับชม
ช่วยให้เราเข้าใจในการกระทำของบุคคลในซีรีส์หรือทำเต็มประกอบเพลงมากขึ้น ทำให้เข้าใจถึง Theme or plot ที่สร้างขึ้นแบบนั้น เพราะอะไร ที่สำคัญแฟนคลับจะแปลเร็วถึงแม้ซีรีส์หรือเพลงที่เข้ามาจะใหม่ล่าสุดก็ตาม
ให้ผู้คนจากต่างแดนเข้าถึงรายการ
ช่วยให้คนอื่น ๆ มากมายที่ได้สามารถดูรายการโดยตรงสามารถรับชมความสนุกนี้ได้ ทำให้รายการเป็นที่รู้จักในวงกว้าง
ชวนให้คนไปเที่ยวหรือได้รับความรู้ใหม่ๆ และได้รับความบันเทิง
ทำให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น
เพราะทุกงานก็อาจจะมีคนแปลและใช้ภาษาที่ดีกว่า เหมาะสมกว่า
โปรโมตรายการ และสมาชิกในรายการให้เป็นที่รู้จัก
promote ได้กับคนต่างภาษาที่ผลิต
ทำให้เข้าใจมากขึ้น ในบางพฤติกรรมการใช้ชมทำให้เข้าใจในพฤติกรรมที่แตกต่างมากขึ้น
ช่วยเพิ่มผู้ชมในหลายๆ ภาษา
เราคิดว่าแฟนคลับจะเป็นพวกประมาณ "ดั่ง" ที่ใช้ในปัจจุบัน คำก็น่าจะมีความละเอียดปราณีต ช่างจดช่างจำในเรื่องที่เกี่ยวกับศิลปินหรือรายการที่เค้าชอบ เมื่อเค้าทำออกมา มันคงดีมากกว่ารายการที่ถูกแปลแบบผ่านๆ อ่านขี้บองงอะไรมากกว่า
ขยายความรู้ในรายการนั้นๆ ให้เกิดความรู้อีกขึ้น ไม่ได้แค่เฉพาะรายการบันเทิงเท่านั้น แต่เกมรายการประเภทอื่นๆ ด้วย
ช่วยให้รายการมีกลุ่มคนชมเพิ่มขึ้น รายการนั้นมีชื่อเสียงมากขึ้น
ทำให้เข้าใจเรื่องต่างๆ
ทำให้รายการเป็นที่รู้จักคนในหลายชาติหลายภาษามากขึ้น และช่วยให้คนผู้เป็นแฟนคลับของรายการต่างๆ ได้ดูรายการอย่างเข้าใจ
เพิ่มผู้ชม หากไม่มีการแปลและทำซับ กลุ่มผู้ชมอาจมีจำนวนจำกัด
เผยแพร่รายการ และสร้างความสนุกมากขึ้น
โปรโมทรายการอีกทางหนึ่ง
เป็นการเผยแพร่ สร้างกระแสให้คนเข้าถึงและสนใจรายการ
ช่วยให้เราเข้าใจ และมีอรรถรสใน...
เพิ่มความรวดเร็ว น่าสนใจ นำไปสู่การเพิ่มจำนวนผู้ชม
ช่วยให้มีจำนวนผู้ชมรายการหรือเรื่องนั้นๆ มากขึ้น
ช่วยเผยแพร่ผลงานได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการรับชมตามภาษาที่ต้องการ ทำให้มีผู้ชมมากขึ้นและหลากหลายขึ้น
แปลภาษาให้ผู้สนใจสามารถรับข่าวสารได้ดียิ่งขึ้น
ช่วยสื่อเนื้อหาให้กลุ่มคนที่ชื่นชอบรายการเดียวกันให้เข้าใจง่าย
ทำให้ผู้ชมประเทศนั้นๆ ของแฟนคลับได้เข้าใจถึงเนื้อหาของรายการ
ช่วยโปรโมตรายการ
ทำให้ดูหนังรู้เรื่อง
ช่วยให้เข้าใจความหมาย และดูสื่อได้อย่างสนุกมากขึ้น
ช่วยในการแปลในส่วนที่เราฟังคำพูดไม่ทัน

(No Answer)

โปรโมทรายการหรือภาพยนตร์ที่ยังไม่ได้ลิขสิทธิ์ในไทยให้เป็นที่รู้จัก มีซับไทย มีแฟนรายการเป็นชาวไทย

โฆษณารายการ

ทำให้คนรู้จักมากขึ้น

ให้เข้าใจและสนุกมากขึ้น

ฝึกภาษาไปในตัว เรียนรู้เข้าใจ

สนับสนุนให้คนดูรายการนั้น (แปลไม่ออกใครจะไปดู)

ช่วยทำให้รายการนั้นเป็นที่รู้จักมากขึ้น

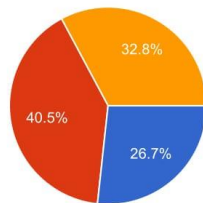
ช่วยให้เพิ่มช่องทางให้กับบางคนที่ไม่ชอบในบางอย่างของความเป็น original ของรายการ

ช่วยให้มีคนรู้จักมากขึ้น

ทำให้รับรู้เนื้อหาก่อนที่จะซื้อหรือไม่มีความคุ้มค่าในการซื้อหรือไม่ และเป็นการดึงดูดรายการที่น่าสนใจหรือไม่และน่าติดตามหรือไม่

ทำให้รายการเข้าถึงผู้ชมได้จำนวนมาก เพราะดูได้ฟรีและผ่านอินเทอร์เน็ต และทำให้รายการมีฐานแฟนคลับซึ่งเป็นแรงสนับสนุนของรายการเพิ่มมากขึ้น

ท่านคิดว่าแฟนซับก่อให้เกิดผลเสียใดต่อรายการบ้างหรือไม่



ใช่	35	26.7%
ไม่ใช่	53	40.5%
ไม่รู้	43	32.8%

ถ้าใช่ ท่านคิดว่าผลเสียนั้นคืออะไร

(ไม่ได้ตอบ)

(No Answer)

เสียลิขสิทธิ์

แฟนซับอาจมีความคลาดเคลื่อน ทำให้ผู้ชมได้รับข้อมูลผิดๆ

ในบางครั้งอาจมีข้อผิดพลาด เช่น การเข้าใจภาษาผิด ซึ่งสามารถทำให้แปลผิด สดท้าย subtitle ที่ออกมาก็ไม่มีความหมาย เนื้อหาไม่ตรงกับต้นฉบับ

หากเป็นในกรณีของญี่ปุ่นมักมีการขาย DVD Re-Run รายการอยู่แล้วซึ่งทำให้เสียรายได้ของรายการ

เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของรายการนั้นๆ

อาจแปลความหมายไม่ตรงกับรายการ

อาจมีข้อผิดพลาด

บางทีอาจมีการผิดพลาด ส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดกับรายการที่ได้

หากมีคำหยาบคายก็ไม่ได้

รายการนั้นอาจถูกนำมาเผยแพร่โดยไม่ได้ดำเนินการเรื่องลิขสิทธิ์

แฟนซับอาจแปลไม่ถูกต้อง เพราะไม่ได้การรับรองความถูกต้องจากผู้รู้จริง

ผิดลิขสิทธิ์

บางทีแปลมั่ว

อาจแปลผิดหรือแปลไม่ได้ความ เป็นทางการ ถูกต้อง

แปลมั่ว เปลี่ยนความหมายของหนังบางฉาก

กระทบเรื่องลิขสิทธิ์ รายได้ในการขายลิขสิทธิ์ลดลง
เมื่อถูกดัดแปลงเพื่อการค้าของคนที่ไม่ใช่เจ้าของลิขสิทธิ์
อาจแปลและสื่อสารผิดๆ
บางครั้งอาจมีการแปลผิดพลาด ทำให้ข้อมูลผิดพลาด
รายได้ของรายการลดลง เนื่องจากเจอปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้ขายสินค้าของรายการได้น้อยลง
แปลผิด
เสียรายได้ (ผู้ซื้อลิขสิทธิ์)
ละเมิดลิขสิทธิ์
บิดเบือนข้อมูลจริง และบางครั้งก็แปลเกรียนหรือกากเกินไป เพราะฉะนั้นแทนที่คนจะชอบหรือชื่นชมกลับเกลียดหรือเลิกดูไปเลย
เกิดได้หากมีการแปลที่ผิดพลาด และเสียรายได้หากแฟนคลับเอามาแจกจ่ายฟรีของที่ถูกลิขสิทธิ์ก็จะถูกละเมิด
หากผู้แปลไม่มีความรู้มากพอทำให้บรรณารักษ์ในการรับชมผิดเพี้ยนจากต้นฉบับได้
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ต้นสังกัด
ทำให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์
ไม่ทราบ
เรื่องเงินทองและทรัพย์สินทางปัญญาแหละค่ะ ผู้ผลิตจะไม่ได้ในส่วนนี้ (มังคะ)
ทำให้เสียรายได้และโดนละเมิดลิขสิทธิ์
ทำให้รายได้ของรายการลดลงจากการแปลซ้ำ
บางทีก็แปลไม่ตรงตามสภาวะอารมณ์ของรายการ
หากมีการซื้อลิขสิทธิ์เข้ามาแต่แฟนคลับยังทำการเผยแพร่และแปลซ้ำอยู่จะทำให้มีกลุ่มบางกลุ่มไม่ซื้อของหรือดูรายการนั้นๆ โดยละเมิดลิขสิทธิ์
เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของรายการ โดยทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์รายการเสียเปรียบ จากการที่ไม่ได้ค่าตอบแทนจากการนำรายการไปให้คนอื่นดูฟรีบนอินเทอร์เน็ต

Appendix I: Interviews with Thai Fansubbers

Interviewee 1

5/11/2014

สวัสดีค่ะ ชื่อเปานะคะ พอดีตอนนี้กำลังทำวิจัย ป.เอกที่มหาวิทยาลัย Dublin City University ที่ไอร์แลนด์ เรื่องการแปลโดยกลุ่มแฟน ซึ่งจะเจาะไปที่รายการรันนิ่งแมนอยู่ (เพราะชอบรายการนี้มากๆ ^^) เราเคยโพสต์แบบสอบถามที่แฟนเพจรันนิ่งแมนแล้ว และพอลูกเพจเพจที่ขึ้นชอบ หลายคนตอบว่าบ้าน นะคะ (โดยส่วนตัวเราก็ชอบบ้านนี้มากๆ ด้วย) เลยอยากจะถามว่าถ้าจะขอสัมภาษณ์ ไม่ทราบว่าจะสะดวกไหม ขอโทษด้วยนะคะที่รบกวน แล้วก็ขอบคุณมากๆ ค่ะ

สวัสดีค่ะ มีอะไรถามได้ค่ะ แต่ต้องสักช่วง สามทุ่มได้ไหมคะ

โอ้ ขอขอบคุณค่ะ ถ้าจะขอนัดเจอจะสะดวกมั๊ยคะ พอดีอยากจะอัดเสียงเฉยๆ นะคะ กับมีเอกสารเรื่องจะเก็บข้อมูลเป็นความลับกับวัตถุประสงค์งานวิจัยนะคะ เราจะกลับบ้านช่วงเดือน ม.ค. นะคะ พอดีไม่ได้อยู่กรุงเทพฯค่ะ

โอ้ เหนื่อยค่ะ ถ้ายังไงจะขอเป็น skype ได้มั๊ยคะ หรือถ้าไม่สะดวกจริงๆ จะเป็นพิมพ์ผ่านเฟสแบบนี้ก็ได้ค่ะ

11/11/2014 18:08

สวัสดีค่ะ ขอโทษที่รบกวนอีกรอบนะคะ ไม่ทราบว่าจะสัมภาษณ์แบบพิมพ์ผ่านเฟสแบบนี้จะสะดวกมั๊ยคะ เรายังเพิ่งวางโครงคำถามไว้คร่าวๆ อยู่ แต่อยากลองติดต่อไว้ก่อนนะคะ ขอขอบคุณนะคะ

โอ้ลืมไปเลยคะ พอดีงานยุ่ง ได้จ้า แต่เหมือนทำเรื่องนี้กันเยอะนะคะ มีมาติดต่อทําเรื่องนี้หลายคน

ขอบคุณอีกครั้งนะคะ โอ้ จริงหรอคะ ใจจ้า

พอจะทราบมั๊ยคะ ว่าเค้าทำแนวไหน พอดีเรากลัวว่าจะขำนะคะ T T เรื่องวัฒนธรรมเกาหลีในไทยประมาณนี้จ้า

อ้อ คํา ของเราดังใจเน้นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของนักแปลที่เป็นกลุ่มแฟนคะ แต่งานนั้นก็ น่าสนใจมากๆ เหมือนกัน



^^

18/12/2014 09:27

สวัสดีค่ะ ตอนนี้เรากลับบ้านมาเก็บข้อมูลนะคะ และถ้าจะรบกวนขอเวลาสักชั่วโมง ขอสัมภาษณ์ทางเฟส ประมาณอาทิตย์หน้า พอจะสะดวกวันไหนรีเปลาคะ หรือเป็นหลังปีใหม่ก็ได้ค่ะ ถ้าช่วงหลัง2ทุ่มได้ทุกวันคะยกเว้นวันที่24

ขอบคุณมากค่า ถ้าอย่างนั้น ขอเป็นสัปดาห์ที่ 26 นะคะ ^ ^
ค่า

(Thumbs up with flowers)

26/12/2014 19:56

สวัสดีค่ะ ไม่ทราบว่าตอนนี้พอจะสะดวกให้สัมภาษณ์มั๊ยคะ
ได้ค่า

เย่ ขอบคุณค่า
ไม่รู้ว่าจะช่วยได้รีเปลานะคะ 55555

555 ช่วยได้แน่นอนเลยคะ อันนี้เป็นเอกสารคร่าวๆ ที่บอกเกี่ยวกับงานวิจัยของเราะคะ

เปิดไฟล์ ·

ดาวนโหลด

หนังสือชี้แจงงานวิจัย.docx

เพื่อเอาไว้อ่าน

แล้วรบกวนช่วยติ๊ก กับตอบแบบสอบถามสั้นๆ ออนไลน์ด้วยได้มั๊ยคะ แฮะแฮะ

https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMqdhH5Blzd8VPoiqcHrIVVebFzCPAWKFemV8yM/viewform?usp=send_form

หนังสือแสดงเจตนายินยอม

docs.google.com

I. ชื่องานวิจัย ชื่องานวิจัย: ความคิดสร้างสรรค์ของการแปลซับไตเติ้ล โดยกลุ่มแฟนในประเทศไทย: กรณีศึกษาของรายการโทรทัศน์ "รันนิ่งแมน" หน่วยงาน: School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University ผู้วิจัย: ธารดาว วงศ์เสวี [thandao.wongseree2@mail.dcu.ie; +353-87-337-1526] อาจารย์...

ได้ค่า

อันนี้เป็นสิ่งค่า ขอขอบคุณค่ะ ถ้าสงสัยอะไรถามได้เลยนะคะ
ไม่มีอะไรสงสัยค่า กรอกเรียบร้อยแล้วค่ะ

โอ้ค่า ขอขอบคุณค่ะ จันทขอเริ่มถามเลยนะคะ
ค่า

55 ค่า ปกติแล้วจะใช้เวลาในออนไลน์ประมาณกี่ชั่วโมงต่อวันหรือคะ เอาหลายๆ ก็ได้ค่ะ
แล้วแต่วันเลยคะ ถ้าวันไหนงานไม่ยุ่งก็ประมาณ 4-5 ชั่วโมง แต่ถ้าวันไหนยุ่งไม่ได้ออนไลน์ก็มีคะ
ออนไลน์ในที่นี้คือเวลาที่อยู่ทำซ้ำใช่ไหมคะ

โอ้ ค่ะ หมายถึงทั่วๆ ไปนะคะ
โอ้จันทถูกแล้วคะ 555

555 ค่า จันทถ้าเวลาที่ใช้ในการทำซ้ำละคะ คือ แสดงว่าแล้วแต่อาทิตย์ที่จะทำซ้ำหรือว่าปกติ
แล้วก็เข้าไปในเพจทุกวันรีเปล่าคะ
ถ้าตีเวลารวมนะคะ จับไหม้มึงอย่างเดี๋ยวดู 1 อีพีจะใช้เวลาประมาณ 24-30 ชั่วโมงคะ เข้าเพจนี้
เข้าทุกวันคะ เข้าไปตอบคำถามที่เข้ามาถามกัน

อ้อ ค่า แสดงว่านอกจากไหม้มึงแล้ว จะทำหน้าที่ดูแลเพจด้วยใช่ไหมคะ
ใช่คะ

หน้าที่ดูแลเพจนี่จะเป็นของสมาชิกทุกคนรีเปล่าคะ หรือว่ามีคนดูแลเพจต่างหาก หมายถึง
สมาชิกที่เป็นแอดมินนะคะ
ไม่คะ จะเป็นเฉพาะทีมซ้ำแรกๆ ที่มีกันอยู่ 4 คน แต่ตอนนี้มีคนเพื่อดูแลเพจจริงๆ อยู่ 3 คน
ผลัดเปลี่ยนกันไปแล้วแต่ว่าใครว่าง

โอ้ ค่า แต่ นี่เริ่มทำมานานมากเลย เพราะเท่าที่ดูตอนแรกซ้ำไทยเราก็ดูจาก
ขอบคุณคะ

55 ค่า เราชอบเพราะดูทำซ้ำแบบเอาใจใส่แล้วก็ละเอียดมากๆ นะคะ ตอนแรกก็เริ่มทำ 4 คน
เลยหรือคะ แล้วแบ่งหน้าที่กันยังไงคะเนี่ย
ตอนแรกเลย มีคนทำคนเดียวคะ แล้วอีพีต่อๆ มากี่เริ่มรับคนมาเพิ่มช่วยกัน แบ่งกันตามความ
ถนัดคะ ว่าใครถนัดอะไร

อ้อ คนเดียวทำทั้งหมดเลยหรือคะเนี่ย แต่ จะทำเฉพาะรายการรันนิ่งแมนอย่างเดียวเลย
ตั้งแต่ต้นใช่ไหมคะ
ใช่คะ เริ่มทำรันนิ่งแมนคะ

ไม่ได้เริ่มตั้งแต่ family outing ใช่ไหมคะ ขอโทษคะพอดีเราจำไม่ค่อยได้
อ้อ ค่า
เปล่าจันท้องนัทคนที่เป็นคนเปิดบ้านเริ่มที่รันนิ่งแมนคะ

อ้อ ค่าา ถ้านับตั้งแต่เปิดบ้านแล้วนี่ก็ปีแล้วอะคะ ประมาณ 4 ปีได้ไหมคะ
น่าจะประมาณ 3 ปีนะคะไม่แน่ใจ 55555

555 คำ แล้วคุณ เข้ามารวมทีมได้ยังไงเธอคะ
คือเป็นคนดูมาก่อนแล้ว พอน้องนันทเค้าเปิดรับคนช่วยก็ตกลงสมัครเลยคะ

โ้ว คำ แล้วมีทดสอบอะไรรีเปล่าคะ
ก็มีนะคะ เค้าให้ลองก่อนว่าโอเคไหมทำได้ดีรีเปล่า

คือให้ลองทำจริงๆ เลยใช้มั้ยคะ แล้วตอนนั้นคุณ รู้วิธีการใหม่มีกับแต่งขับมาก่อน
แล้วใช้มั้ยคะ
ใช่คะ เคยช่วยทำกับเว็บๆ นึงมาก่อน

คำ แล้วตอนแรกเรียนรู้วิธีการใหม่มีได้ยังไงเธอคะ เพราะเราเคยลองทำดู แคนาทีเดียวนี้ใช้
เวลานานมากๆๆ เลยอะคะ
คือเริ่มจากอยากลองคะ อยากรู้ว่าเค้าทำกันยังไง เลยศึกษาตามเว็บต่างๆ ที่เค้ามีสอนกัน แล้ว
เวลาทำจริงๆ คนที่เค้าทำเป็นก็จะบอกคะว่าควรแก้ตรงไหนปรับยังไงให้ดีขึ้น

โ้ว คะ แล้วมีกฎหรือเกณฑ์อะไรตอนทำมั้ยคะ อย่างตอนทำร้านนึ่งแมนนะคะตอนนี้ใช้โปรแกรม
Aegisub รีเปล่าคะ
กฎไม่มีเลยคะ 5555 เราจะมาลงความเห็นในทีมกันว่าอีพีนี้อยากทำไหม ถ้าอยากทำเราก็คำ
เลยคะ

โปรแกรมใช้ Aegisub อยู่คะ

5555 คำ ถ้าอย่างนั้นตอนนี้มีคนทำ 3 คนใช้มั้ยคะ
ตอนนี้มีคนช่วยเยอะขึ้นคะ ในทีมตอนนี้มีอยู่ 9 คน แต่ไม่ค่อยว่างกันซะส่วนใหญ่ 5555

อ้าว 5555 งั้นตอนตัดสินใจว่าจะทำตอนหนึ่งนี้ได้ทำทั้งหมด 9 คนเลยรีเปล่าคะ
ไม่คะ ถ้ามีสัก 4 คน ก็ตกลงทำแล้ว บางที 2 คนก็มี 5555

หาวา 2 คนเธอคะ
ใช่คะ

ทำทั้งตอนนี้เยอะมากเลยนะคะเนี่ย อย่างนี้แบ่งหน้าที่กันยังไงเธอคะ
ใช่คะ ก็จะดูว่าใครทำอะไรได้ ส่วนมากปุ้ยจะใหม่ แล้วก็แต่งขับ ไม่ค่อยจะแปล เพราะใส่มุกไม่
ค่อยเป็น

เรื่องใส่มุกนี้ยากจริง
ใช่คะ บางมุกเราไม่เก็ตก็แปลไม่เข้า ต้องให้คนมีจินตนาการแปลคะ 5555

จริงคะ ต้องคิดมุกเก่งๆ ด้วย แล้วอย่างนี้แปลจากขับอิงหรือเกาหลีเธอคะ
แปลจากอิงคะ บางตัวที่เค้าไม่แปลมากก็ต้องอาศัยเปิดดิกเอา

โ้ว ดิกเกาหลีเธอคะ
ใช่คะ

เพราะของ เราเห็นว่าแปลละเอียดมาก ขนาดชื่อตอนหรือข้อความบนหน้าจอยังแปล
แล้วอย่างนี้คนแปลรู้ภาษาเกาหลีรีเปล่าคะ

น้องที่เพจมีรูปร่างคะ พอฟังได้ในประโยคที่ไม่ยากเกินไป

อ้อออ

ขอถามกลับไปที่ขั้นตอนการทำนะคะ งั้นแสดงว่าถ้า แต่งขับแล้วก็ใหม่แล้ว มีคนแปลอีก คนก็พอใช้มั๊ยคะ อย่างนั้น 24 -30 ชั่วโมงที่คุณบ่ยว่าตอนแรกนี่หินมากๆ เลยนะคะ คะ ถ้าในตอนที่ยากทำมากๆ นะคะ ใช้คะเรียกว่าถ้าว่างใหม่มีงอย่างเดียวนะคะ ไม่รวมแต่งขับ แต่งขับหินพอๆ กัน

ใช้เลยอะคะ ไหนจะแต่งฟอนต์เลือกสี รวมถึงวางขับที่เป็นข้อความบนจอด้วยใช้มั๊ยคะ ใช้คะ บางตัวต้องมาแบ่งสีไล่สี

ถ้ารวมแต่งขับด้วย คิดว่าตอนนี้น่าจะใช้เวลาประมาณเท่าไรหรือคะ 3-5 ชั่วโมงต่อ 1 พาร์ทคะ

โอ้คะ ใช้เลยอะคะ อย่างนี้เวลาตัดสินใจเลือกสีไล่สีนี่คือคุณบ่ยตัดสินใจเลือกเองเลยใช้มั๊ยคะ บ่ยจะดูตามต้นแบบแล้วทำให้เหมือนที่สุดอะคะ

อืมๆ คะ อย่างนี้คนใหม่กับแต่งขับที่บ้าน ก็คนหรือคะ คนใหม่ตอนนี้มี 3 คนคะ คนแต่งขับมี 3 เหมือนกัน แต่จะไม่ค่อยว่างตรงกันพร้อมๆ กันเลยสัก ครั้ง 555

แล้วคนแปลอีก 3 รีเปล่าคะ 555 อันนี้เข้าใจคะ คนแปลมี 4 คะ

งั้นหน้าที่หลักๆ ก็จะมีแปล ใหม่มีง กับแต่งขับรีเปล่าคะ ใช้คะ

เวลาโหลดไฟล์ต้นฉบับกับแบ่งเป็นพาร์ทนี่จะให้คนใหม่ทำหรือคะ บ่ยจะเป็นคนบอกคะ ว่าอีพีนี่จะทำกี่พาร์ท พาร์ทละกี่นาที ไฟล์ต้นฉบับคนแต่งขับกับใหม่ต้องโหลดคะ คนแปลจะไม่มี

อ้อๆ คะ อย่างนี้ จะเป็นคนกำหนดด้วยมั๊ยคะว่าใช้ฟอนต์กับสีอะไรให้ตรงกันเวลาแต่ง ขับนะคะ น้องคนที่เป็นคนเริ่มแต่งขับมาก่อนจะเป็นคนส่งสไตล์มาให้คะ ถ้าอันไหนไม่มีก็ดูตามความเหมาะสมคะ

ค่า ถามเยอะหน่อยนะคะ (แหะแหะ) อย่างนี้เวลาทำมีเดดไลน์อะไรมั๊ยคะ หรือแล้วแต่ว่าใครว่าง พอจะทำเสร็จได้ตอนไหน แล้วแต่คะ ถ้าอีพีไหนที่บ้านเราทำบ้านเดียวก็จะเร็วหน่อย แต่ถ้ามีบ้านอื่นออกมาแล้วบ้านเราก็จะไม่รีบคะ ทำตามเวลาที่ว่างไม่กดดัน แต่ส่วนมากเราจะไม่ก้าวก่าหน้าที่กัน ถ้าอีพีนี้ใครบอกว่าจะทำบ้าง เราก็จะรอให้เค้าส่งงานมาไม่ไปเร่งอะไรคะ

อืม อย่างนี้ดีจังคะ แล้วทีบอกว่ายางตอนที่ชอบเป็นพิเศษอาจจะเร็วขึ้นนี่ คือแล้วแต่เนื้อหาหรือว่าชอบใครใน RM เป็นพิเศษรีเปล่าคะ ^ ^ ต้องบอกว่าชอบแขกรับเชิญคนไหนเป็นพิเศษรีเปล่าคะ 5555555

ของ มักจะแปลตอนพิเศษของ RM ตลอดเลยเท่าที่สังเกต เราขอตอนที่พาร์กจีของ
มานะคะ

555555

ขอบคุณมากคะ

อย่างนี้ตั้งแต่แปลมา จะใช้แต่เฟสบุ๊คเป็นช่องทางโพสอย่างเดียวเลยใช้มั๊ยคะ
ใช่คะ เคยมีช่วงนึงที่คิดจะเปลี่ยนไปโพสที่อื่นเพราะโดนเรื่องลิขสิทธิ์เล่นงาน แต่ความเสี่ยงโดน
ลบก็ยังมีอยู่ เลยทำเป็นแบบกลุ่มปิดคะ

อืมๆ คะ ตอนนั้นเราก็ดกใจ

ใช่คะ โดน 2 รอบ ในปีเดียวกันเป็นอะไรที่ช็อคมากกก

อืม จริงง เราว่ารอบแรกก็ตกใจแล้ว ไม่คิดว่าจะมีอีกรอบด้วย

แต่ทำไมถึงคิดที่โพสที่เฟสบุ๊คต่อหระคะ เพราะที่เคยบอกว่าเคยคิดไปช่องทางอื่นด้วย ตอนนั้น
ที่มีบางบ้านเปลี่ยนไปที่ google เปลี่ยนไปที่ dailymotion ใช้รีเปล่าคะ
เพราะคิดว่าคนที่ติดตามเราส่วนมากก็นัดในการดูที่เฟสบุ๊คมากกว่าอะคะ บ้านเราเป็นบ้านที่ริเริ่ม
ไปใช้ยูทูปแล้วคะ

อ้อๆ ใช่ๆ คะ

แต่เนื่องด้วยมาคิดได้ว่ามันลึกลับๆแบบนี้ น่าเลยเล็กคะ เกรงว่าจะเสียแรงเปล่า

อ้อ อืมๆ เราก้ได้ยินมา เราว่าคงได้ยินจากบ้าน นี้แหละ 555
555555

แต่ตั้งแต่มีกลุ่มปิดเราก้ว่าโอซันรีเปล่าคะ หมายถึงหลังจากโดนมาสองรอบ ก้เริ่มไม่มีการแชร์
ลิงค์ คิดว่าแบบนี้ช่วยป้องกันไม่ให้ถูกลบได้มั๊ยคะ

คือก่อนจะเปิดกลุ่ม ทีมซันได้ปรึกษากันว่าจะเอางานไปอัพที่ไหนกันดี เรามีกลุ่มที่ไว้ส่งงาน
ภายในทีมอยู่แล้ว เลยศึกษามาว่าถ้าเราเปิดกลุ่มแบบปิดนี้ดีไหม แล้วก็รู้ว่างานที่เราอัพใน
กลุ่มถึงจะมีการแชร์ออกไปแต่ถ้าไม่ได้อยู่ในกลุ่มก็ไม่สามารถดูได้ ทำให้เราคิดว่ามันน่าจะ
ปลอดภัยระดับนึง และด้วยการขอร้องและมีกฎกันภายในกลุ่มทำให้ทุกอย่างดีขึ้นคะ ถึงจะมีคน
อ่านน้อยมากก็ตาม 5555

อืมๆ เราเพิ่งรู้ว่าถ้าทำแบบนี้ แล้วแชร์ออกไปจะดูไม่ได้นะเนี่ย

ใช่คะ 55555

55555 เราว่าหลังจากโดนสองรอบทั้งคนทำกับคนดูก็ระวังมากซันรีเปล่าคะ กลัวอดดู
ไม่คะ ถ้าในกลุ่มอาจจะใช่ แต่คนที่เข้ามาดูต้อออกไปรีอัพก็ยังมี

อย่างนี้เคยดูที่พากย์ของทอรี่เปล่าคะ

เคยคะ แต่ไม่ค่อยจะอินสักเท่าไร เพราะไม่ค่อยชอบเสียงที่พากย์คะ

โ้ ยังมีคนดูต้อออกไปอีกหระคะ

มีคะ

เอ๋ม

เพิ่งเป็นประเด็นมาไม่นาน มีมาบอกกันเรื่อยๆ

อย่างนี้คนที่ไปสมาชิกกลุ่มมาบอกเธอคะเนี่ย แล้วทำยังไงเธอคะ
เปิดทำเป็นแอฟขายราคาแพงๆ ยังมีเลยคะ ก็เริ่มแรกต้องสืบก่อนคะ พอรู้ว่าใครทำก็จะเริ่มจาก
ส่งข้อความไปขอร้องก่อนคะ ถ้าคุยกันไม่รู้เรื่องก็จะใช้มวชนกดดัน

อ้ออ เราเคยได้ยินแต่ซีรีส์เกาหลี รันนิ่งแมนก็เอาอะเค้าด้วยเธอเนี่ย
เยอะมากคะ

อืมมๆ แล้วได้ผลมั้ยคะ

เอาจริงๆ พอๆ กับซีรีส์เลย ส่วนมากก็จะไม่ได้ผลคะ บอกจะลบให้แต่ก็ไม่ลบอยู่ดี เลยได้แต่ทำ
ใจ

อ่าว แล้วกัน

และแอบแข่งนิดหน่อย

แย่มากๆ

55555

55555

อืม ก็สมควรอยู่ เคยคิดจะเลิกทำมั้ยคะเนี่ย
เคยคะ แต่ก็นึกนะคะ ว่าเราชอบก็อยากทำ

เพราะดูแล้วเป็นงานที่ใช้เวลากับทุ่มเทศุดๆ

ใครจะเอาไปทำอะไรเรื่องของเค้า

อืมม

คือยิ่งคนที่ไปซื้อเค้าดูเนี่ยในคลิปก็มีบอกว่าดูฟรี คุณยังอยากจะเสียดวงค์ก็ทำอะไรไม่ได้

อืม จริง เฮ้อออ

อย่าเพิ่งเหนื่อยใจแทนเค้า 55555

55555 ให้กำลังใจๆ

ขอบคุณคะ

คิดว่าที่ทำขั้บนี้มีข้อดีอะไรบ้างคะ

ได้ฝึกสมอง ได้ความสนุกที่ได้ทำ

ค่าาาา อย่างนี้เคยเจอคนในทีมขับตัวจริงบ้างมั้คะเนี่ย หรือว่าคุยทางออนไลน์กันอย่างเดียว
ยังเลยคะ 55555 ทำกันมาหลายปียังไม่เคยเจอกันเลย

5555 แต่ก็สนิทกันอยู่รีเปล่าคะ หมายถึงส่วนใหญ่คุยกันแต่เรื่องรันนิ่งแมนหรือคุยเรื่องอื่นด้วยรี
เปล่าคะ

สนิทมากกับบางคนคะ เว้นเวอร์เรื่องไอดอล 5555 แต่ที่ไปเที่ยวเกาหลีด้วยกันมา มี 1 คนคะ จะ
สนิทที่สุดในกลุ่ม

อืมๆ ที่ตามรอยรันนิ่งแมนที่เคยจัดทัวร์ไข่มั้คะ
ใช่คะ

ตอนนั้นเราไปเรียนแล้ว เลยอด

แต่อันนั้นต้องล้มเลิกไป เพราะคนไม่พอ เลยแบกไปเที่ยวกันเอง

อ้าว เทรอคะ น่าเสียดาย

แต่ รู้สึกสนุกกว่านะคะ

โ้ สดุดอด แล้วไปตามรอยเหมือนเดิมีรีเปล่าคะ

อืมๆ คนน้อยๆ ก็ดีไปอีกแบบนะ

ไปบางที่คะ แต่ได้ไปร้านฮาฮาได้เจอตัวจริงด้วย

โ้ จริงอะ

ไม่เสียแรงที่ไปกัน 2 รอบ ไปจนสนิทกันพนักงานที่ร้าน 555555

555555 อันนี้คือแฟนพันธุ์แท้ อยากรูไปบ้าง

ไปครั้งนั้นถือว่าคุ้มมาก เพราะตอนที่ไปร้านฮาฮาทำเสร็จพอดี เพิ่งเปิดไม่นาน

555 อันนี้ไม่เกียง อืมๆ ดีจัง

แต่เสียดายที่เรากลับมาปั๊บ ร้านเปิดเป็นทางการ ฮาฮา กับ จองก็ก็เป็นพนักงานเสิร์ฟ เสียดายกัน
มากนึกกันว่าทำไมไม่อยู่อีกวัน

ห๊ะ

555555

อืม แต่อย่างน้อยก็ได้เจอฮาฮานะ ต้องกลับไปอีก 5555

นัดกันแล้วคะ บอกปีหน้าต้องไป ไปหน้าหนาวด้วยจะไปตะลุยตั้ง

สดุดอดอะ

ทั้งรันนิ่งทั้งไอดอล 555555

55555555 อย่างนี้ชอบกลุ่มไหนอยู่อะ

ตอนนี้เลยต้องเก็บเงินขยันเข้า

ไอดอลเทรอกะ มากมายคะ

อืมๆ ยังมีเวลาๆ หาเวลาไปดูคอนด้วยเลย

555

ใช่ค่ะ 5555 แล้วในร้านนี้ล่ะคะ
กะไปให้ตรงงานประกาศรางวัลค่ะ ในร้านนี้ชอบทุกคนค่ะ แต่ที่เทใจมากที่สุดคือแกรี่อุป้า 555

โ้ เราเข้าไปในงานประกาศรางวัลได้มั้ยอะคะ
ได้ค่ะ แต่ต้องหาตัวนิดนึง

555 เนอะๆ ทั้งดลกทั้งน้ารัก
ใช่มีเสน่ห์แบบบอกไม่ถูก 555

5555 จริง อืมๆ ขอให้ได้ๆ (หมายถึงตัว)
ต้องรอใกล้ค่ะ ต้องรอลุ้น 5555

อืมๆ 55555
555555

โ้ กลับมาเรื่องสัมภาษณ์ 55555 ถ้าเราจะขอติดต่อคนในกลุ่มคนอื่นจะได้มั้ยอะคะ หรือพอจะมี
ใครแนะนำบ้างมั้ยคะ
ได้ค่ะ เตี่ยว ถามน้องเค้าก่อน

คนที่ไปเกาหลีด้วยกันรีเปล่าคะ 555 ขอขอบคุณนะคะ
ใช่ค่ะ

ขอบคุณที่ให้สัมภาษณ์ด้วยค่ะ เราอาจขอเวลาถามอะไรเพิ่มเติมอีกหน่อยหลังจากนี้ ขอขอบคุณ
มากๆ อีกทีนะคะ

โ้ ขอขอบคุณค่าา

ขอบคุณมากๆ เลยค่า
ค่า

แล้วไวค์ยเรื่องร้านนี้กันต่อด้วยนะคะ
ได้เลยค่า

Interviewee 2

18/01/2015

จับคำถามแรกนะคะ

ครับ คำถามแรก

คำถามแรก พี่ เริ่มแปลตั้งแต่เมื่อไหร่ เริ่มมาจากอะไร

ตอนแรก การแปลของพี่นะครับ เริ่มมาจากทำซับให้กับพ่อ เพราะว่าพ่อเค้าจะเอาคลิปของฝรั่ง มา แล้วก็ จะมาแปลเป็นภาษาไทย เกี่ยวกับเรื่องการสอนสอนนะครับ แล้วก็พ่อพี่จะเป็นวิทยากร ให้ทางนั้นดู...ทางคนที่มาฟังดู แต่ไม่รู้จะทำยังไง เราเลยต้องมาแปลให้เค้า เอ้ย ไม่ใช่มาแปล มาทำซับให้เค้า ส่วนคนแปลก็จะเป็นคนรู้จักกัน

แล้วอย่างนี้ตอนเริ่มแรก พี่ มีพื้นที่เกี่ยวกับโปรแกรมที่ใช้ทำซับ

ใช่ๆ ก่อนหน้านั้นพ่อพี่ทำซับนั้นเสร็จแล้ว พี่ก็เริ่มมา...เมื่อก่อนพี่จะดูการ์ตูนนารูโตะ เป็นตัวการ์ตูน แล้วมันมีแปลมา แต่พี่ไม่ชอบ พี่ไม่ชอบสไตล์มัน ซับไม่สวย พี่ก็เลยมาแปะ มาเปลี่ยนแปลงเอง เป็นซับสวยๆ พี่ก็เริ่มจากตรงนั้นมา ตั้งแต่แปลให้พ่อ แล้วก็มาเริ่มกับการ์ตูน แล้วก็เลิกไป เพราะว่ารู้สึกว่ามันนานมาก

แค่ระยะเวลาครึ่งชั่วโมงใช้เวลาเนาน รู้สึกเบื่อ เราแค่อยากปรับเปลี่ยนเฉยๆ เท่านั้นแหละ แต่พอ มาเริ่มเกี่ยวกับรันนิ่งแมน เกิดด้วยความชอบส่วนตัว ก็เลยคิดว่าจะแปล ตอนแรกเราก็ไม่ยอมทำ เราเป็นได้แค่แฟนเพจอย่างเดียว แต่ว่ามีแอดมินอีกคน แอดเจมส์ซึกขวนให้ทำ เราก็เลยมา ทำกัน ได้ลองทำมาสองตอน ตอนที่ 174 และ 179 นะครับ

ก็ประสบความสำเร็จ มียอดไลค์หลายคนเหมือนกัน

เสียดายนะคะ

ครับ

แสดงว่านับตั้งแต่แปลให้พอมาระยะเวลาที่ปีแล้วคะ พอลจะจำได้มั๊ยคะ

จำไม่ได้แล้ว ตั้งแต่พี่ยังไม่ทำงานเลย

แล้วตอนนั้นใช้โปรแกรมอะไร จำได้มั๊ยคะ

ตอนนั้นเริ่มจากจับผิดจับถูก ใช้ sub workshop บ้าง ใช้ sub effect บ้าง จำชื่อโปรแกรมไม่ค่อยได้นะครับ แล้วพอมามาจับได้ตอน Aegisub

อ้อ ค่ะ เอจิสซึบนี้ ทำตั้งแต่่นารูโตะเลยหรือว่า...

ทำตั้งแต่แรกๆ เพราะว่าตอนนั้นทำซัพพอร์ทกันมันทำได้ มันผนวกกันได้ แต่ว่าเราใช้แค่พื้นฐาน เราไม่เอาสวยงาม เราเอาพื้นฐานเฉยๆ แต่แรกๆมันเริ่มต้องทำสวยๆ เราอยากทำให้สวยๆ เข้ากับการ์ตูน

ตอนนั้นก็คือทำฟอนต์ ทำอะไรเป็นสี่ๆ เหมือนกันใช้มั้ยคะ
ใช่

แต่รันนิ่งแมนนี่มันฮัพเลเวลขึ้นมา
ใช่ ด้วยความชอบส่วนตัวด้วย

แล้วพวกตัวแดง ที่เป็นตัวบรรยาย
ตัวบรรยายก็ใช้เอจิบเหมือนกัน

แต่รันนิ่งแมนใช้เอจิบอย่างเดี่ยวรีเปล่าคะ
ใช่ครับ

แล้วตอนฝั่งซัพซะคะ

ตอนฝั่งซัพใช้ AVS Video Editor เป็นตัวฝั่งซัพ...เป็นตัวฝั่งโลโก้ พุดผิด ตัวฝั่งโลโก้ แล้วก็... เดี่ยวก่อน เวลาฝั่งซัพใช้โปรแกรม... เดี่ยวก่อน...AVI อะไรนะ จำไม่ได้ละ

เปานี้กว่าตอนที่ทำฝั่งซัพกับโลโก้นี้...
ฝั่งโลโก้ตัวนึง ทำซัพ ฝั่งซัพก็อีกตัวนึง

เปานี้กว่าเราสามารถฝั่งโลโก้ไปได้พร้อมกับฝั่งซัพเลย

โอ พี่ทำหลายอย่าง พี่จำไม่ได้แล้วว่าใช้โปรแกรมอะไร AVI อะไร แป็บนึงนะครับ
คะ

ของพี่ แล้วรันนิ่งแมนอยู่ดีๆ มารู้อีกได้ยังไงคะ

รันนิ่งแมนพี่ดูตั้งแต่ตอน...ตอนนั้นพี่ชอบ เกิร์ลเจเนอเรชั่น 16 ไง ตอนนั้นพี่ชอบเกิร์ลเจเนอเรชั่น 16 พี่ก็เริ่มดูตั้งแต่ตอนที่ 16 ที่ยูริมา เริ่มดูตอนที่ 16 แล้วไปดูตอนที่ 39 ที่มีชัชนี่กับยุนา แล้วกลับไปดูตอนที่ 5 กับ 6 หรือ 4 กับ 5 ไม่รู้ ที่เจสสิก้ามา แล้วไปดูอีกที ตอน 63 14 พอดูไปดูมา

เรารู้สึกว่า เอ...เค้าเรียกว่าอะไรนะ เสน่ห์ของรายการนี้ไม่ได้อยู่ที่สาว ๆ ไม่ได้อยู่ที่คน เขาก็เลย
เริ่มดูตั้งแต่เทปแรก เทปแรกแล้วตอนนั้นเราก็ดูเรื่อยๆ มาเลย แล้วเกิร์ลเจเนอเรชั่นพีไม่สนใจละ
ตอนนี้

ก็ดูทุกอาทิตย์ใช้มั้ยคะ

พีก็เป็นแฟนรันนิ่งแมนแล้วตอนนี้ ไม่ใช่แฟนของเกิร์ลเจเนอเรชั่นละ

ตอนเริ่มแรกพี เป็นคนตั้งคนแรก คนเดียวเลยใช้มั้ยคะ

ใช่ ใจ ที่ตั้งอันแรกเลย

คะ แล้วก็ค่อยมีคนเข้ามา พี ประกาศรับสมัครใช้มั้ยคะตอนนั้น

ตอนนั้นรู้สึกว่าจะยังไม่ประกาศ พี่จะพิมพ์ว่าเราเป็นแฟนเพลงนะ เราจะอัฟเฉยๆ แต่พอ
เสนอให้ทำซัฟ เราก็คำซัฟมาเรื่อยๆ เราก็อประกาศไป เราไม่ใช่แฟนเพลงนะ เราจะทำซัฟ
อย่างเดียวแล้วตอนนี้

แสดงว่าพี เข้ามาก่อน แล้วก็ ก็เริ่มเข้ามา

ครับ ะไรนี้ ตอนนั้นต่างคนก็มีธุระส่วนตัว พีก็เลยดูแลคนเดียว

ใช่คะ

ก็น่าสงสารนะ

ตอนนั้นแบ่งงานกันยังไงคะ

เราแบ่งงานกันว่า ตอนแรก...มันจะมีปัญหา...พีว่า เราอยากให้... อยากให้คนนี้ทำ
หน้าที่หนึ่งไปเลยนะครับ คนนึงทำหน้าที่หนึ่งไปเลยจะได้เหมือนกันทุกอย่าง ส่วนแอ๊ด เค้า
จะไม่ค่อยพอใจ บอกว่าอย่างนั้นมันช้า ต่างคนต่างทำไปเลย อย่างนี้ดีกว่า...แล้วก็ออกมาว่าตรง
นี้ให้เป็นอะไร ยิ่งใจ แอ๊ด ก็ไม่ค่อยชอบเท่าไร เราก็ต้องทำตามใจผู้หญิง ไอนี้มันห้าวๆ
พีมันเฉยๆ ะไรก็ได้ ไม่มีปัญหานานแล้ว ปวดหัวอยู่คนเดียว ทะเลาะกันประจำ

ตอนหลังๆ ก็หายไป

หายไป

สรุปโดยรวมแล้ว ขั้นตอนคร่าวๆ มีอะไรบ้างคะ ตั้งแต่ดาวน์โหลดไฟล์

อ้อ ขั้นแรกนะคะ เข้าในเทอร์เรนต์เพื่อหาไฟล์เทอร์เรนต์ของร้านนิ่งแมนตอนล่าสุดนะคะ อย่างแรกนะคะ แล้วก็โหลดมา อย่างที่สอง พอได้ไฟล์เทอร์เรนต์แล้ว ก็เอามาฝังกับโลโก้ โดยใช้ AVS Video Editor

คะ

เดี๋ยวก่อนนะคะ

ได้ค่า

แล้วก็จะได้ไฟล์ พอฝังโลโก้ต้องทำเป็นไฟล์ AVI ด้วยนะคะ

อ้อ ใช่ แล้วก็พอเสร็จแล้วเราก็จะแปลง โดยแบ่งเป็นพาร์ทๆ แล้วก็แปลงซ้ำ ทาง จะแปลงซ้ำ แล้วทางเราก็จะทำซ้ำ พิมพ์เข้าไปทำให้รูปสวยงาม พอเสร็จแล้ว พอจะฝังซ้ำ เราก็จะโปรแกรม AVI Recompile ตัวนี้ เพื่อจะฝังซ้ำเข้าไป ให้งานนั้นเสร็จสมบูรณ์

แล้วตอนแบ่งพาร์ทอิงจากอะไรมั๊ยคะ

เราจะอิงตาม Dailymotion ตามที่เค้าอัปตาม Dailymotion สมมุติว่าเดลีโมชันนี้มีกี่พาร์ท เราก็จะแบ่งตามเค้าไป ให้งานครบตรงนั้น

อันนี้คืออิงมาจากซ์อังกฤษ

ใช่ๆ ของ นะ

แสดงว่าเวลาแปล ก็แปลจากอังกฤษ

ใช่ๆ

ไม่ใช้แปลจากเกาหลีใช่มั๊ยคะ

พีนะแปลจากเกาหลีด้วย พี่ใช้โปรแกรมนี้

พี่พี่กรุณาหาหีด้วยเหวอคะ

ส่วนตัวของพี่นะ พี่จะมีตัวนี้ Google Translate นะครับ แล้วพี่จะบวภาษาเกาหลีเข้าไปด้วย

สมมุติว่าพี่จะหาคำว่า แทบ็ค (เกาหลี) อย่างนี้

ทำเป็น ให้มีคีย์บอร์ดของเกาหลีด้วยเหวอคะ

ไช่ๆ

อย่างนี้จำได้แล้วรีเปล่าคะว่าควรจะสะกดยังไง

แทบ็คมันต้องเป็นตัวอย่างนี้ด้วย (โชว์ให้ดู)

อย่างนี้เลยทำให้สนใจภาษาเกาหลีเลยรีเปล่าคะ หรือว่าก็เฉพาะในรายการ...

แล้วแต่ บางทีพี่ก็อยากให้งานมันสมบูรณ์จริงๆ บางทีเราเห็นว่ามันไม่น่าจะไช่ เราก็หาค่า

หมายถึงว่าบางทีจากซบอึ้งมันไม่น่าจะเปลอย่างนี้ไช่มั้ยคะ

ไช่ๆ

ดูซบอึ้งแล้วก็มีเช็คความหมายอีกทีหนึ่ง

ไช่

อย่างนี้ เอเกียว แปลว่าน่ารัก แต่ความจริงมันคือ แอ็บแบ้ว นะแหละ อย่างตอนนั้น รู้จักชั้นนี้รี
เปล่า ชั้นนี้ เกิร์ลเจเนอเรชั่น

รู้จักคะ

มันต้องบอกแอ็บแบ้วนะ ความเอเกียวนะ ก็คือ แอ็บแบ้ว

*เพราะบางทีเวลาเปลไปแล้ว พี่ เป็นเหมือนเอดิทเตอร์ ที่ต้องเช็คความหมายแล้วก็
ปรับเปลี่ยนคำอีกทีหนึ่งไช่รีเปล่าคะ*

ไช่ๆ

แล้วบางที พี่ ดัดสินใจยังไง เวลาเลือกใช้ภาษาที่บางทีก็จะกลายเป็นคำพูด หรือว่าบางทีก็จะทับศัพท์เป็นภาษาเกาหลีเลยอะไรอย่างนี้

อ้อ อย่างภาษาที่จะทับ ก็มีไม่ก็ความหมาย เช่น นูน่า พี่สาว ฮยอง แค่นั้นแหละ อาจจะมีเช่น นูนิม พูดถึงพี่ที่เคารพ ยกตัวอย่าง อย่างชอยมินซูอย่างนี้ ก็เรียกว่าชอยงนิม รุ่นพี่ที่เคารพ พี่ก็ไม่อยากจะพูดภาษาไทยก็เรียก ฮยองนิมไปเลย เวลาแกรีเรียก ประมาณนั้นแหละครับ

แล้วจะมีเครื่องหมายบางอย่าง พวกที่คล้ายๆ อีโมติคอน พี่ ก็จะเพิ่มไปด้วยไข่ม้อยคะ ไข่ๆ

ให้เหมือนกับเค้าไข่ม้อยคะ ตั้งใจให้เหมือนภาษาต้นฉบับไข่ม้อยคะ ไข่ๆ ครับ

ตารางมันไม่เหมือน ไข่ (สมุด)...

เดดไลน์มีม้อยคะ

ส่วนมากพี่ไม่ทำเดดไลน์ ถ้าเราทำเป็นกลุ่ม เราก็ต้องมีเดดไลน์ แต่พอพี่มาเริ่มทำคนเดียว พี่ว่าตายละ เราทำงานด้วย เกิดมันมีเดดไลน์ ถ้าเราทำซัปเป็นอีพีอย่างนี้ เราทำไม่ไหว เราก็จะมาเริ่มจับเหมือนศุกร์วันจันทร์ พี่ว่าอย่างนี้นั้นได้เรื่อยๆ เราไม่ต้องรีบมาก อย่างซัป ตอนสั้นๆ อย่างที่มีตอนสนุกสนาน อย่างเช่นว่า ที่จกูกเอาหัวจุ่มโคลนอะไรอย่างนี้ ประมาณนั้นนะครับ ตอนสั้นๆ ที่ดูฮาๆ สนุกสนาน เราเป็นแฟนก็จริง แต่ว่าเราต้องดูแลตัวเองด้วย นอนดึกนี้ไม่ไหว พี่ก็เริ่มอายุเยอะแล้ว 35 แล้วปีนี้

อย่างนี้ใช้เวลาานม้อยคะ ตอนแรกที่ทำทั้งตอนใช้เวลาานม้อยคะ

ทำตอนหนึ่งที่มี 5 ตอนไข่ม้อย

ไข่ม้อยคะ

โห ไข่ม้อย 2-3 วัน นอนดี 4 ดี 5 จริงๆ เลย 2-3 วัน ดี 4 ดี 5

ทำนี้ ตั้งแต่ดาวนโหลดเลยรีเปล่าคะ

ดาวนโหลด

ดาวนโหลด แล้วก็มาทำฝงโลโก้

เดี๋ยวนี้พีไม่ทำแบบนั้นแล้ว ทำเป็นแบบน่าสนใจดีกว่า

ตอนแรกที่ทำเป็นทั้งตอน ทำซับ ฝงซับ แล้วก็เช็ค

ฝงซับนี้ เมื่อก่อนพีก็ทำไม่ค่อยเป็น เมื่อก่อนใช้โปรแกรม Sony Mega แต่ตอนนี้มาใช้โปรแกรมแป็บเดียวก็เสร็จแล้ว เพราะอันนั้นฝงแล้วออกมาเป็นกิ๊ก (GB) หลายกิ๊ก เป็นสิบกิ๊ก แต่ตอนนี้ก็เหมือนปกติ

แล้วพี ไปเรียนโปรแกรมพวกนี้มาจากไหนคะ

โปรแกรมไหน

โปรแกรมพวกฝงซับนะคะ เรียนเองหรอคะ

โปรแกรม AVI Recomp นี่แจ่มส์บอก ส่วนโปรแกรม AVS Video Editor ก็บอกอีกทีนึง ส่วน Aegisub นี่ทำเองอยู่แล้ว

อันนี้คือตั้งแต่ตอนแรกทีรู้ นี่เรียนเองใช้มั้ยคะ

ใช่ๆ

จาก ยูทูป หรอคะ หรือเสิร์ชกูเกิลเอา

เอจิสับเรียนรูด้วยตัวเอง

โหลดไฟล์มาแล้วก็ลองทำหรอคะ

ใช่ ตั้งแต่แรกนูโตะเป็นต้นมา ก็ลองทำ แต่พวกซับลอยนี้ เราจะมีประสบการณ์ตั้งแต่ตอนที่ทำอีพี 174 179 แล้วเราก็ค่อยๆ เรียนรู้ ว่าเวลาทำซับลอยอย่างนี้ มีการเอาฟอนต์ใหม่ๆ เข้ามาใช้ โปรแกรมของเอจิสับก็เริ่มพัฒนาขึ้นจาก 2 เป็น 3 3 แล้ว .1 .2 มันก็เริ่มมีเงา มีอะไรของมัน แล้วก็ทำเลียนแบบไป

ตอนที่ทำเป็นกลุ่ม ตอนที่มีคนทำเยอะกว่านี้ พยายามจะออกกฎเกณฑ์อะไร จะได้อ่านออกมาเหมือนๆ กันรีเปล่าคะ

กฎเกณฑ์นะหรอ พุดตามตรงพีเป็นคนไม่ค่อยมีกฎเกณฑ์อะไรอยู่แล้ว ซิลๆ สบายๆ แต่แจ่มส์ชอบคุยกับพี ว่าพีต้องออกกฎอะไรอย่างนี้นะ พีก็เลยว่ามันไปว่าอ่านาจมันมีก็ใช้ให้มันถูก คนเรา

มันต่างพ่อต่างแม่ จะไปออกกฎไม่ได้ พี่คิดในใจว่างานทำซับซ้อนอยู่ที่ความรักของคนรั้นนิ่งแมน เราคุยกับเค้าดีๆ ว่าให้ทำอย่างนี้จะดีกว่า จริงมั๊ย

จริงค่ะ

ความคิดคนเราไม่เหมือนกัน พ่อ แม่ ลูกยังคิดไม่เหมือนกันเลย ก็ให้คุยกับเค้า เค้าอยากทำอะไรก็ให้ทำไป ให้งานออกมาดีก็พอ

แล้วยังได้คุยกับ อยู่มั๊ยคะ

เธอ ไปไหนแล้วไม่รู้ ตอนนี้รู้สึกวอกหวั่นแล้วมีกิกใหม่อีกแล้ว ตามดูในเฟซมัน แปล ล่าสุด ก็ตอนเอาหัวจุ่มโคลน แค่นั้นแหละ ล่าสุด แล้วก็หายไปเลย

เคยคิดอยากมีคนเข้ามาใหม่ แล้วลองทำอีกสักตอนมั๊ยคะ

ไม่ทำแล้ว

หรือว่าไม่ไหวแล้ว ไขมั๊ยคะ

ไม่ไขไม่ไหว แต่ว่าพี่ดูแลลำบาก คือ คนทำงาน พี่เข็ด ไขคำว่าเข็ดดีกว่า เรารับคนมา เราให้ใจเค้า แต่ว่าอยู่ดีๆ เค้าออกไปอย่างจี้ เราก็ไม่อยากจะทำว่าเค้าอะนะ เค้าคงมีธุระ แต่เราก็ลองดู เราคิดอีกที เรารับเค้าเข้ามาอีก เค้าออกไปอีกจะทำยังไง เราเข็ดกับตรงนั้น ถ้าเกิดว่ามารับเราไปช่วยนี้โอเค อย่างน้องเอ็มมาให้พี่ไปช่วย พี่ช่วยได้ คือให้พี่ไปช่วยพี่ช่วยได้ ให้ทำฟอนต์นี้เราทำได้ แต่เราก็ไม่กล้าไปเสนอเค้าอะนะ เพราะว่าเราก็เป็นแอดมินตรงนี้ด้วย แต่ส่วนมากพี่เคยเห็นอะนะ รู้จัก ชับรีเปลา แล้วก็ นั่นเค้าช่วยเหลือกันนะ

จริงเธอคะ

จริง เค้าช่วยเหลือกัน จะแปล จะทำ แล้วเค้าจะแชร์ผลงานซึ่งกันละกัน แต่ว่าใครจะไปทำซับซ้อนอะไรก็เรื่องของเค้า อย่างตอน...ตอนที่ไปเป็นแคนต์ไกรล์...ตอนที่...โกอารามา อันนั้น ก็ทำ ก็ทำ แต่ ทำออกมาก่อน ออกมาทีหลัง

หมายถึงว่าทำเป็นพาร์ท หรือทำออกมาคู่กัน

ทำออกมาทีเดียวเลย ไม่มีพาร์ท แต่ จะทำออกมาเป็นพาร์ทๆ ก่อนแล้วก็ปล่อยให้ดาวนโหลด แต่ ปล่อยให้ดาวนโหลดไปทีเดียวเลย เพิ่งปล่อยให้ออกมาเมื่อเดือนที่แล้วเอง

เปาไม่ได้ตาม กับ เลยอะคะ

เธอ

ยังตามอยู่หรือคะ

ตอนนี้ เค้าไม่ค่อยทำแล้ว จะไปเอาตัวลิงก์ทอร์เรนต์มาใส่หน้าเพจเค้าซะส่วนมาก ส่วน
เค้า... เค้าไม่ออกทางเฟสแล้ว เพราะว่าไปโดนขโมย เค้าเกลียด เค้าเบื่อแล้ว เข้าก็เลย
ออกเป็นเว็บไซต์ของเค้า

ไปทำเป็น blogspot แทนแบบนี้หรือคะ

ใช่

แต่ก็ยังแปลเรื่อยๆ หรือคะ

ทำเรื่อยๆ

เป่านึกว่าตอนนี้เราจะอยู่ในเฟสบุ๊คอย่างเดียว ตอนนี่ยังเลยกลายเป็น...

ทางเค้า เค้าเบื่อใจ เค้าโดนขโมยผลงานไปแล้วเอาไปรีอัฟอะไรต่างๆ

แต่ ก็ยังคิดจะใช้เฟสบุ๊คของทางเดียวอยู่ไหมคะ

ใช่ เฟสบุ๊คมันง่าย อีกอย่างเราไม่ได้ทำทั้งอีพี ไม่ต้องกลัวใครมาขโมย ล่าสุดนี่ที่ แปลให้พี่
ตอนมันเคยคัปปี้เปลนะ

อันนั้นพี่กำลังเก็บรายละเอียดอยู่ มันยากมาก

นั่นสิ

มันมีตัวข้างล่าง ที่เป็นขับลอย พี่จะใส่เข้าไป มันยาก

บางที่ขับลอยเค้าจะแปลไม่หมด ยิ่งของจีน

พี่ใช้กูเกิล ทรานสเลตนี่แหละแปล

คือ บางที่มันมีความหมาย พี่ลองไปหา สมมติว่ามันมีคำนี้ คำว่าอะไรดี ... พี่ก็ลองเปิดดูในนี้แต่
ว่ามันไม่มี พี่ลองไปเปิด "มิหนาด" ทรานสเลตมันนี่ "ไปแบบว่า make up without" ก็คือแปลว่า
หน้าสดๆ นี่แหละ หน้าที่ไม่เมคอัพอย่างนี้

ใช้กุเกิลเสิร์ชด้วยใช้มัยคะ

บางทีเราก็หาไม่เจอ แต่เราไปเจอในลีกของเพลงของวัยรุ่นต่างๆ เราก็ไปหาดูว่ามันแปลว่าอะไร

*พี่ หาเยอะมากเลย กูเกิลทรานสเลตไม่เจอ มากูเกิลเสิร์ชดูมินนี่ แล้วก็ดูในลิงก์เพลง อย่างนี้
เธอคะ*

เออ ไม่ต้องจดก็ได้ บอกว่าหาตามเว็บไซต์ก็พอ

อันนี้มันสำคัญคะ เดี่ยวนะคะ

เขินๆ

พวกนี้ก็น่าสนใจมากเลยนะคะ

พี่ดูแล้วว่าคลิปสั้นๆ ของพี่ มันอาจจะดูแป๊บเดียว แต่พี่จะใส่ใจกับทุกอย่าง ด้วยความรักของพี่ ด้วย รักมันนิ่งแมน รักอะไรต่างๆ ส่วนมากพี่อยากจะทำคลิปของแจชอก คลิปของจงกุก แต่มันไม่มี มันเคยดับเบิลมันแรงอะ

ใช่ๆ

เราก็ต้องทำคลิปของตัวเอง

แต่มีอยู่ช่วงหนึ่งที่พี่ คิดจะ ดูทั้งเอพีโสด แล้วจะเลือกตอนบางส่วนแปลออกมาใช้มัยคะ

ใช่ แต่ช่วงนี้มันไม่ค่อยมีน่าสนใจ ส่วนมากตอนนี้ พี่ซัซซี่ก็จบทำแล้ว เราก็เลยตัดคลิป บางส่วน แล้วเราก็พิมพ์ใส่เข้าไป อย่างของตอนล่าสุด นั้นแหละ ตอนล่าสุดที่มันทำงาน นะ มนุษย์เงินเดือนนะ ที่แกรีเข้าไปให้จีฮโย กระซิบๆ นะ แล้วแกรีก็บอก ก็เธอบอกว่ารักฉันด้วย แหละ เออ นั้นแหละ พี่ก็พิมพ์ๆ เอา

อันนั้นก็ใช้เวลาน้อยกว่าอย่างนั้นรีเปล่าคะ

ใช้เวลาน้อยกว่า แต่บางทีพี่ก็ซัซซี่ก็จบทำ พี่ก็ทำงานมาเหนื่อยๆ เราก็อยากพักใจ

ส่วนมากที่ทำจะใช้เวลาช่วงไหนคะ ช่วงเลิกงานหรือว่า...

ช่วงเลิกงาน หกโมงเป็นต้นไป

แล้วอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์ หกโมงถึงประมาณเก้าโมง

ถ้าทำก็ถึงประมาณสี่ห้าทุ่ม เดียวนี้ชักไม่อยากจะทำ อยากอยู่เฉยๆ บ้าง เวลาอยากจะทำแล้วค่อยก็ทำที่ ไม่ใช่ที่เราไม่รักนะ แต่เราก็ต้องพักบ้าง ดูทีวีบ้าง อะไรอย่างนี้ไป

ตอนรถไฟดีลิ่งก็ยังไม่ได้โพสต์เลย ยังไม่ได้ทำอะไรเลย แต่คิดว่าถ้าปล่อยไว้นานกว่านี้แล้วมาโพสต์น่าจะได้อดไลค์มากกว่า เพราะว่าตั้งแต่ห้าปีได้แล้ว มีตอนนี้ตอนเดียวที่ไม่เหมือนใคร คิดว่านะ ถ้าเราปล่อยไปที่เดียว ต้องมีอีพีเท่าไหร่คะ ชัวร์เลย คนเราชอบเป็นอย่างนี้ ลูกเพจ อีพีเท่าไหร่ เวลาโพสต์ไปก็ไม่อ่านหรอก

บางทีเราก็จะดูอย่างเดียว แล้วก็อยากกลับไปดู ก็ไม่ได้อ่าน

มันเกิดความอยาก

เมื่อก่อนพี่ทำเฉพาะตัวซัฟ แล้วมีซัฟลอยบ้างนิดหน่อย แล้วพี่เห็นว่าทางลูกเพจเค้าว่ามา ว่าอีพีอะไรไม่เห็นบอกเลย โอ้เราเกิดความรำคาญ ขอพูดคำหยาบนะ มีงอยากเล่นอย่างนี้ใช่ไหม ได้ใส่แถบสีต่างๆ ไปด้วยเลย ตอนอะไร

อ้อ ใช่ คือละเอียดมาก

พอเราละเอียดแล้วก็...ถ้าจันเราก็ทำซัฟลอยไปด้วย อันไหนที่เราแปลไม่ได้ เราก็เปิดดิคไป พี่คิดในใจอย่างนี้ ก็กลายเป็นว่าต้องละเอียดทุกอย่าง

แต่พอตั้งมาตรฐานว่าเราต้องละเอียดทุกอย่างแล้ว ต่อไปเราก็เลยต้องทำอะไรละเอียดไปด้วย

ใช่

แล้วอย่างนี้ ดูแล้วว่าเราไม่ได้ทำตอนไหน ถ้ามีบ้านไหนทำตอนเดียวกับเรา เราก็ไปดูบ้านเค้าด้วยมั้ยะคะ

บางทีก็ต้องมีบ้าง อย่างตอนที่ 162 ของพี่ที่ทำสวนพาร์ท 10 นาทีอย่างนั้น บางตอน บางทีพี่ดูแล้วมันแปลกๆ พี่ก็จะกลับไปดู มันจะมีของ อีกที่หนึ่งที่เค้าทำ ตามไปดูของพี่ก็ดู เอ๊ะ มันแปลกๆ สงสัยเว้ย ก็กด สดท้ายเราก็ลงที่นี้อยู่วันยังค่ำ พี่ก็ดู

แต่ก็คือ หมายถึงว่าอาจจะศึกษาของบ้านอื่นบ้างว่ายังไงใช่ไหมคะ

ใช่

แต่เราก็ไม่ได้ลอกเค้าใจ เราก็ดู แต่อันไหนเราไม่ได้จริงๆ ก็ต้องเอามาบ้าง

แล้วปัญหากระทบกระทั่งกับบ้านอื่น

ไม่น่ามีนะ อย่างเคยมีก็มี แต่พีไม่ได้เป็นคนเดินเรื่อง ตอนนั้นรู้สึกจะเป็น เค้าโดนว่า มา แต่อันนั้นก็จบไปแล้ว แล้วมีอีกเรื่องหนึ่งของ พีไปตัดคลิปของเค้ามาแล้วเอามา โปสต์ใน กวางชูจอมทรยศ จำได้รีเปล่า นั้นแหละ โปสต์คลิปไป เค้าก็ว่า เค้าก็เข้ามาในกระทู้ว่า เอ้อออกนะ ว่าเป็นคลิปของเค้า พีก็โปสต์กลับไปหาเค้า เค้าก็ไปโปสต์หน้าवलของเค้าเลย นะ พีก็...คุณเล่นอย่างนี้ไข่ม้อย ได้ พีก็เลย...ผมจะเอาคลิปของคุณออกทุกอย่าง เค้าไม่ พุดกลับมาในกระทู้ แต่มาพุดในข้อความของพี เค้าก็ว่าพีอีก เอ๊ะ อะไร เราอุตส่าห์ทำตามทุก อย่าง เหมือนกับว่าเค้าเป็นคนผิด เค้าคงรู้สึกผิด พีว่าเค้าน่าจะรู้สึกผิด แต่ว่าเค้าก็อยากจะมาว่า เรา

เค้าคงไม่รู้ทำไมรีเปล่าคะ

แต่พีก็ไม่อะไร เราไม่เคยมีปัญหา เค้าไม่ให้เราทำ เราก็กไม่ทำ แต่พี ไม่ได้ออนบนเฟสบุ๊ค พีจะไปอัฟโหลด แล้วก็ใส่แทน ของกวางชูนะ อัฟโหลดของวันทูลัพ

ก็อัฟโหลดของวันทูลัพเข้าไปด้วยเหรอกะ

ก็กวางชูที่ลบไปแล้วในเฟสบุ๊ค

อ้อๆ แล้วพี ก็เข้ามาบอกว่าใครอยากได้

ใครอยากได้ก็...ใครจะมาดาวน์โหลดก็มาโหลดไปได้ แต่ว่าไม่มีในเฟสบุ๊คนะ

แต่บ้าน ก็แอบนิดนึงนะ

ก็หายไปแล้ว ไม่มีอะไร เราไม่ได้คุยกันอีก พีเป็นคนไม่ชอบมีปัญหากับใคร ชิลๆ ดีกว่า

แล้วงานส่วนไหนที่พี คิดว่ามันยากมากที่สุดคะ

ยากเหรอก ก็คงเป็นเรื่องแปล

แต่พี ก็ละเอียดรีเปล่าคะ เป่านึกว่าจะเป็นพวกฝั่งซ้าย ทำซั่มมันก็ยาก

คือ พวกนี้ ถ้าเรียกว่ายาก มันยากในเรื่องของการอดทนมากกว่า เราเป็นคนแบบ...พีเกิดปีสิงโง อยู่เฉยไม่ได้ แป็บเดียวเบื่อละ สักครึ่งชั่วโมง พีก็ไปเล่นเกมละ แล้วเวลาไปเล่นเกมก็ไปเล่น ชั่วโมงนึง แล้วก็กลับมาทำต่อ คือเป็นคนเบื่อง่าย แต่ว่าพุดถึงซั่มไหนที่อยากทำ ก็ทำยาวได้ เลย เป็นคนแล้วแต่อารมณ์ แต่ว่าเวลาพีทำก็ทำจริงๆ

แล้วชอบแบบไหนมากกว่ากันคะ แบบเอาวิดีโอมาโปสต์หรือคุยกับลูกเพจ

คุยกับลูกเพจมันก็เป็นการโปสต์ธรรมดา แต่ว่าพีชอบทำเป็นซั่มมากกว่า

แล้วคิดว่าอะไรคือ เพราะเราทำแบบไม่เอาตั้งค์ ไม่เคยได้อะไรเลย คิดว่าอะไรคือรางวัล

มันอยู่ที่ความชอบนะ ความชอบ ความรัก สิ่งที่ได้มาคือ ความภูมิใจที่เคามาไลค์ เราไม่ได้ต้องการยอดไลค์หรอก แต่เราต้องการกระตู่จากเคามากกว่า ยอดไลค์ไม่ต้องการ ต้องการที่เคามาคุยด้วยกัน ว่าอันนี้ดีนะ อันนี้เราอยากให้เป็นอย่างนี้ เราชอบตรงนั้นมากกว่า เวลาใครไลค์เพจ พี่ พี่จะดู ยอดไลค์พี่ไม่ดูหรอก แต่จะดูว่าเคาพูดว่าอะไรบ้าง ฟีดแบ็คอะไร เปาจะเห็นไข่ม้อยว่า ฟอนต์มันไม่เหมือนกัน ฟอนต์ของซัปไม่เหมือนกัน

คะ

ถ้าเป็นของ... เดี่ยวพี่เปิดให้ดู

คะ

ถ้าเป็นอย่างนี้

เคยเห็นตัวอย่างนี้รีเปลา ตัวนี้พี่จะกำหนดไว้ว่าเป็นรันนิ่งแมน เห็นรีเปลา จะเป็นตัวรันนิ่งแมน จะเป็นตัวปอกๆ ของอะไรไม่รู้ ฟอนต์นั้นนะ ตัวอย่างนี้จะเป็นตัวรันนิ่งแมน อันนี้ไม่ต้องเขียนก็ได้ แต่ให้เปารู้ไว้นะครับ แต่ถ้าเป็นตัว...

พี่ จะทำเป็นสีด้วยรีเปลาคะ

ต้องแล้วแต่

แต่ถ้าเป็นฟอนต์อย่างนี้ ฟอนต์แบบเรียบๆ อย่างนี้ พี่จะกำหนดไว้ว่าเป็นโฆษณา คลิปสัมภาษณ์ หรืออะไรต่างๆ ที่ไม่ไขว่ไรตี้ เล็กๆ น้อยๆ อย่างนี้...

ก็จะเป็นอีกฟอนต์นึง

แต่ถ้าเป็นคลิปของศุกร์วันจันทร์ ก็จะเป็นฟอนต์แบบน่ารักๆ เดี่ยวเปิดให้ดู ครุ่กวันจันทร์มีอยู่ในนี้ แป็บนึง

ส่วนใหญ่ทำในพีซีรีเปลาคะ

ใช่

จะเป็นฟอนต์แบบนี้ เพราะค่าน่ารักใจสองคนนี่ แล้วก็ต้องคิด ฟอนต์จะไม่เหมือนกัน

สมมติว่า ตอนนั้นที่มีโฆษณาของแจชอก พี่ก็ใช้ฟอนต์เรื่อยๆ ไม่มีสี ไม่มีอะไรอย่างนี้ โฆษณา
ตอนนี้ยังหาโฆษณาของคูร์กวันจันทร์ซับซ้อนเลย จะได้มาทำ ที่โฆษณายา

แล้วปกติเวลาหาอย่างนั้น หากทางไหนหาคะ

มันจะมี สมมติของคูร์กวันจันทร์ก็จะหาใน

ถ้าเป็นในกูเกิลจะเป็น

เออๆ

นี่เป็นเฟสบุ๊คของเค้า แต่ว่าถ้าเป็นเว็บไซต์ของเค้าจะเป็น

อันนี้คืออยู่ที่จีนใช้รีเปล่าคะ

อะไรนะ

น่าจะอยู่ที่จีนรีเปล่าคะ

น่าจะใช่จีนนะแหละ เพราะเค้าใช้ baidu weibo เค้าก็แปลซับจีน อย่างที่พวกรันนิ่งแมนไปเล่น
กับคนจีน นั้นแหละ เค้าก็ทำ

*แล้วคิดอย่างไรกับการ...ถามอีกรอบ ที่ถูกถอดนะคะ ที่รายการที่เราแปลบางที่ ถูกถอด เค้า
เรียกว่าอะไรนะ โดนถอดออก รวมเว็บ รวมลิงก์พวกนั้น*

รวมลิงก์ โท พุดคำนี้ได้มั้ย

มีการบอกใกล้ที่อัดด้วยนะ

เอ้า เรื่องจริงนะ เราอุตสาหทำตั้งนาน อุตสาหนั่งหลังขดหลังแข็งทำด้วยความรักรันนิ่งแมน พี่
เชื่อว่า ประชากรในประเทศไทยมีกี่คนนะ ประมาณ 1 ใน 3 นะ รักรันนิ่งแมนทั้งนั้น พี่ว่าเยอะนะ
รักรันนิ่งแมน อาจจะรักใครก็ตาม รักหนึ่งในสมาชิก หนึ่งในเมมเบอร์ แต่เค้าก็รักรันนิ่งแมน พี่ว่ามีถึง
1 ใน 3 ไม่ใช่ครึ่ง ครึ่งนะเยอะไป แล้วคนที่เป็ทีมซับอาจจะมีส่วนนิดส่วนน้อย แต่ว่าเค้าก็
ทำมาเพื่อให้ทุกคนที่เป็นสาวก ทุกคนที่รักรันนิ่งแมนได้ชมกัน การทำซับมันไม่ใช่ทำงานๆ ที่พี่
บอก ต้องอดทนมากกว่าจะทำมาได้ แล้วการที่ขโมยลิงก์มาแปะ เพื่อเอายอดบล็อกสปอด การ
ทำบล็อกสปอดมันก็ต้อง...บางที่เค้าจะเอาเงินช่วยติดกับบัตรเครดิตอะไรด้วยอย่างนี้ เวลากด
ลิงก์เข้าไปก็มีค่าโฆษณาเข้ามา มันได้นะครึบ เค้าก็เลยแอนตี้กันใจ แล้วอีกอย่างยังงี้พวกนี้ก็
ยังน้อยกว่าพวกที่เอามาขายทางเน็ตเลย อย่างนี้ไม่ดี แล้วพวกในร้านที่ขายรันนิ่งแมนอีก
ต่างหาก ยิ่งไม่ดีใหญ่เลย พี่อาจจะเป็นส่วนน้อย พี่ไม่ได้ทำแต่พี่ก็ไม่เห็นด้วยนะครึบ

แล้วระหว่างกับที่แปลที่ฉายทางทรล่ะคะ

ฉายทางทรนี่ถือเป็นเรื่องลิขสิทธิ์ เค้าเป็นเรื่องปกติ ถ้าจะให้คอมเมนต์ ก็มีคอมเมนต์เดียวที่ว่า
อยากฟังชัดมากกว่า ฟังชัดมันได้อารมณ์มากกว่า

เคยคิดอยากจะไปเป็นนักแปลให้ทรบ้างมั๊ยคะ

ไม่ๆ ๑ ๑ เสียงเรานี้ไม่ดี นักพากย์อะไรไม่ถึงขนาดนั้น

หรือไปเป็นนักแปลล่ะคะ แปลขับให้ทร

โอย ไม่ถึง

ไม่เอาเหอคะ

ถ้าทำก็ต้องทำเป็นอาชีพหลักเลย แต่พี่มีอาชีพหลักอยู่แล้ว อันนี้อยู่ที่ความรักมากกว่า

*แล้วนอกจากพวกพากย์กับบรรยายไทย ระหว่างทรกับพวกแฟนขับของเราแล้ว คิดว่ามีอะไรที่
แตกต่าง ของเราที่แตกต่างออกไปอีกมั๊ยคะ*

ก็ถ้าพูดถึงพากย์ไทยกับขับนะครับ ไม่ว่าจะป็นหนังหรืออะไรก็ตาม พี่ว่า original ดีที่สุด อาจจะ
มีค่าแปลข้างล่างเพื่อให้เราเข้าใจ อย่างนี้ดีกว่า เพื่อจะได้รู้ว่าอารมณ์ยังไง บางทีที่เราเข้าใจว่า
การพากย์ก็อยู่ที่คนพากย์ด้วยว่าพากย์ดีไม่ดี คนพากย์ดีก็ดีไป คนที่พากย์ไม่ดีก็...ทำให้คลิปนั้น
ขับนั้น วิดีโอ นั้นเสียไป ยอมรับว่าทรพากย์ดีนะครับ แต่รันนิ่งแมนมีแต่คนวุ่นวายทั้งนั้น แย่งกัน
พูด เพราะจันบางครั้ง การพูด การทำขับ เอ้ย การแปล การพากย์ในทร มันเลยดูวุ่นวาย ไม่ทัน
เค้า ก็เลยไม่ค่อยสนุก เหมือนที่เรา... เพราะจันพี่ถึงชอบที่เป็นขับมากกว่า

จะทำต่อไปมั๊ยคะ

ทำต่อๆ ไม่มีเงินพี่ก็ทำ ความจริงเว็บไซต์อย่างเพ็ญนี่จะมีค่าว่าบุสต์ข้างล่าง เราสามารถพ่วงกับ
บัตรเครดิตเราได้ ใครมาไลค์เรา เราก็ได้ตั้งค้ออย่างเจี๊ย แต่พี่ไม่อยากทำอย่างนั้น มันเหมือนทำ
ธุรกิจเกินไป เราทำเพราะใจเรารักใจครับ ก็ทำต่อไปเรื่อยๆ แต่ว่าจะสิ้นสุดเมื่อไหร่ยังไม่รู้ พี่ก็
ไม่ได้บอกว่าจะทำหลายๆ ปี ก็ทำต่อไปเรื่อยๆ แล้วกัน ถ้าเกิดว่าตอนไหนที่เลิกทำแล้ว พี่ก็ยังจะ
ติดตามรันนิ่งแมนต่อ อาจจะไม่ได้ทำแล้วก็จะติดตามอยู่

เคยคิดอยากจะทำรายการอื่นนอกจากรันนิ่งแมนมั๊ยคะ

พี่รักรายการรันนิ่งแมน พี่ไม่ทำรายการอื่นแน่นอน นอกจากเมมเบอร์คนนั้นอยู่ในรายการอื่น

แล้วสนุกสนาน อย่างล่าสุด พี่มีคลิปของแจชอกกับฮาฮาในรายการอินฟินิตี้ ชาเลนจ์ ของเอ็มบีซี พี่ก็จะทำ แต่ในช่วงนั้นคลิปจะเป็นผีหลอก ขานตาเฟ้เค้าบอกจะทำ พี่ก็เลยไม่ทำ พี่ดูของเค้าดีกว่า เพราะว่าเค้าทำเค้าก็ทำละเอียด ก็ปล่อยเค้าทำไป เค้าบอกมาแล้วว่าเค้าจะทำ ชับสั้นๆ อย่างจีฮโยอย่างจี ก็ไปอยู่ในรายการ เกิดบิวตี้ พี่ก็จะทำ พี่ไม่ได้เจาะจงว่าจะไม่ทำรายการอื่นเลย แต่พี่อยากจะทำรายการที่เมมเบอร์ของรันนิ่งแมนไปอยู่ตรงนั้น อันไหนมันสนุกๆ เราก็จะทำตรงนั้น เสน่ห์มันอยู่ที่เมมเบอร์ ไม่ได้แอนตี้รายการไหน

สรุปฉีกมาจากไชยอนซิดเด ฉีกมาจากเกิร์ลเจเนอเรชั่น มาเป็นรันนิ่งแมนเลยนะคะ

ครับ

คือความแตกต่างมันมีใจ ใจนั้นมันสวยอย่างเดียว สวยตลก อันนี้มันตลกด้วย บางทีคุยกันทำให้เราสนุกไปด้วย บางทีพี่โหลดคลิปปมา วันอาทิตย์อย่างวันนี้ ช่วงประมาณสี่โมงเป็นต้นไป มันจะมีละคร ดูออนไลน์ แล้วช่วงประมาณหกโมงพี่จะโหลด เพราะคลิปกว่าจะมา หกโมง พอโหลดมา ดูแล้วก็ ขนาดเราแปลไม่ออก เรายังเข้าใจ

อ้อ อันนี้คือดูแบบต้นฉบับ ไม่แปลก่อนเลยเธอคะ

อืม เรายังเข้าใจ

เปาพยายามไม่ดูต้นฉบับก่อนเลยคะ เปากลัวจะรู้ว่าใครชนะแล้วมันไม่ลุ้น

อ้อ พี่ไม่เคยดูจนจบหรอก จะหาดูเฉพาะตอนที่อันไหนมันฮาๆ บ้าง อันไหนฮา เราก็จะทำซับขึ้นมาให้ดู แล้วก็ตัดช่วงนั้นแหละ จะได้มาทำ แต่บางทีเราดู เราก็ไม่รู้ใจว่าเค้าพูดกันว่าอะไรทำไมเค้าถึงซำกัน เราก็ไม่กล้าตัดมา

อย่างที่เห็นชัดๆ ว่า ที่ต้องการทำ ตอนที่จงกุกกินเปโรโรเกมกับเด็กคนนั้นนะ ที่พี่ทำ อันนั้นฮาจริง

ตอนนั้นก็ตลกนะ ตอนที่จงกุกกินน้ำแข็ง เปโรโรกับ ตอนไหนนะ ตอนก่อนหน้านี้ ที่จงกุกกินกับจีฮโย

อ้อ นั่นตอนล่าสุดเลย กินแล้วหัก

ใช่ๆ อันนั้นก็ตลก

คู่เก่งสองคน

Interviewee 3

17/01/2015

ในตอนี่ เริ่มทำแฟนคลับมาเนี่ยคะ ขอเรียกว่าแฟนคลับ แล้วคุณ เริ่มมาจากรายการอะไร หรือว่าอยู่ดีๆ วันหนึ่งตัดสินใจที่จะทำขึ้นมาอะคะ

ก็จริงๆ ก็เหมือนกับเราดู We Got Married ก่อน เหมือนก็พอเริ่มดูแล้วก็เลยเริ่มติด ก็เลยหารายการอื่น แล้วพอดีว่าไปรู้จักกับพี่แอดมินเพจเว็บๆ หนึ่ง ก็เลย เค้าก็เลยแนะนำการทำคลับมา โดยตอนแรกที่ทำจะเป็นดรัมทีม แล้วก็เลยมาเป็นรันนิ่งแมน

อย่างนี้หมายถึงว่าพี่เพจนั้นสอนทำคลับให้หมดเลยหรอคะ

ก็คือ อันนั้นเป็นเว็บอะคะ ไปรู้จักเค้า เค้าก็เลยแนะนำว่าต้องใช้โปรแกรมอะไร ทำยังไง แล้วก็ค่อยทำเอง หัดทำไปเรื่อยๆ

แล้วตอนศึกษาโปรแกรมพวกนั้นนี่คือ ศึกษาจากยูทูป หรือว่าเว็บที่เค้าแนะนำให้มันมีวิธีทำอยู่อะคะ

คือหาอ่านในเว็บ มันจะมีบล็อกๆ หนึ่งที่เค้าเขียนถึงวิธีการแต่งคลับ การไทม์มิง อะไรวงๆ นี่คะ ตรงไหนสงสัยก็ถามจากพี่ที่รู้จักกัน

นานไหมคะ กว่าจะทำได้

ก็ไม่นานนะคะ แต่แรกๆ ทำก็อาจจะแบบ ภาษาก็จะแปลกๆ บ้าง ชับก็จะชี้เหร่หน่อย ก็คือจะแต่งไม่ค่อยเป็น

อ้อๆ ก็คือค่อยๆ พัฒนาสกิลมาเรื่อยๆ

ใช่

ขั้นตอนแรกที่ทำ คือ เริ่มจาก วีจีเอ็ม หรือ ดรัมทีม

ทำจากดรัมทีม

แล้วค่อยขยับมารันนิ่งแมน

ค่อยขยับมารันนิ่งแมน

แล้วก็ขยับไปอีกขั้นมั๊ยคะ ตอนนี่ไม่ใช้แคร์รันนิ่งแมนอย่างเดียว

ใช่ ก็ถ้ามีเวลาก็อยากทำอะไรก็ทำอะไรได้เลย

ฉันทำคนเดียววีเปล่านั้นคะ

ทำคนเดียวคะ...

ปัจจุบันคือทำคนเดียวคะ คือเมื่อก่อนจะอยู่ที่เว็บอีกเว็บนึงอะคะ แต่ว่าที่นี้ก็ เหมือนเข้ากับในเว็บไม่ค่อยได้ ก็เลยแยกตัวออกมา แล้วก็เปิดเพจขึ้นมาใหม่

แต่ทำหลายตอนมากเลยนะคะ

ใช่

มันมีอยู่ช่วงนึงที่ตอนแรกๆ ก่อนที่จะถูกลบไป อันนั้นนี่แบบ...(เยอะมาก)

ใช่ๆ อันนั้นคือ ทำอาทิตย์เว้นอาทิตย์

แล้วเล็กลงใจอะคะ หมายถึงว่าตั้งใจกำหนดกับตัวเองว่าจะทำอาทิตย์เว้นอาทิตย์อย่างนั้นรีเปล่านั้น

ตอนนั้นก็เพราะว่าเราใช้เวลาทำตอนนึงก็สองสัปดาห์ ก็เลยพอทำตอนนึงเสร็จ มันก็จะหายไปอาทิตย์นึงใช่ไหมคะ ก็ให้บ้านอื่นทำ พอตอนใหม่มาเราก็จะทำได้พอดี

คือ ดัดสันใจเอาเองว่าเราจะทำอย่างนี้

ก็อยากทำ เพราะพอดีว่าช่วงนั้นเป็นช่วงที่เพิ่งเรียนจบ แล้วก็อยู่บ้านเฉยๆ ยังไม่ได้ทำงาน ก็เลยจะมีเวลาว่างตลอดทั้งวัน

ถ้าเป็นบ้านอื่น เขาก็จะมีหลายคนทำ บางคนแปล บางคนแต่งขับ อันนี้ทำอยู่คนเดียว

คะ

แล้วเคยดูของบ้านอื่นบ้างมั้คะ

เคยดูคะ ปกติก็ดูของบ้านอื่นตลอดนะ ถ้าตอนที่ตัวเองไม่ได้ทำอย่างนี้

แต่บางทีเดี๋ยวนี้ก็มีตอนที่ทำซ้ำเนอะ

ใช่ ส่วนใหญ่จะดูก็จะเลือกบ้านที่เรารู้สึกว่าเค้าทำดีอะไรอย่างนี้ เราก็จะเลือก

บ้านที่ชอบคือบ้านอะไรหรอคะ

ที่ชอบก็ นะคะ เพราะรู้สึกว่าคุณแปลดี ทำซับสวยด้วย

เพราะเราไปสัมภาษณ์ อยู่คนนึง แล้วเค้าเป็นคนแต่งซับ เค้าก็ยังทำเป็นทีมเนอะ อันนี้ทำ
อยู่คนเดียว

คนแต่งซับบ้าน ก็เคยมาขอคำแนะนำ

จริงหรอ

ใช่ค่ะ

แสดงว่าก็เคยมีคนจากบ้านอื่นมาขอคำแนะนำเหมือนกันใช่มีัยคะ
ก็มีบ้างค่ะ

นอกจาก แล้วยังมีบ้านไหนอีกที่เปล่าคะ ที่มาขอคำแนะนำคะ
รู้สึกจะเหมือนจะมีนะ แต่จำเพลงไม่ได้ว่าเป็นเพลงอะไร

แต่เค้าก็มาถามอย่างนี้หรอคะ

ใช่ค่ะ มาทำฟอนต์บ้าง ถามว่าแต่งอย่างนี้แต่งยังไง

อย่างนี้ก็ใช้วิธีเรียนรู้เอาเองส่วนใหญ่

ใช่ค่ะ เพราะทำซับไม่ได้เพิ่งทำตอนเปิดเพจ คือทำมาก่อน รั้นิ่งแมนตอนที่ทำตอนแรกเป็น
ตอน 7 ตั้งแต่อีพี 7 เลย หลายปีแล้ว

อ้อๆ ใช่ รั้นิ่งแมนตอนนี้ก็ 5 ปีแล้ว

ใช่ ตั้งแต่สมัยนู่น ตั้งแต่ซับยังกากๆ ...ตั้งแต่ช่วงนั้นเลย

แล้วโปรแกรมที่ใช้มีอะไรบ้างหรอคะ

ก็จะใช้ เอจิชับ เป็นหลัก แล้วก็ฝั่งซับจะใช้ Virtual Dub

อันนี้เป็นฝั่งซับ แล้วยเอจิชับนี่คือ

เป็นโปรแกรมทำซับ ไทม์มิ่ง แต่งสีอะไรพวกนี้

เรานึกว่าเอจิชับนี้ทำได้ทั้งหมด รวมถึงฝั่งซ้ายด้วย ฝั่งซ้ายเราก็ต้องไปอีกโปรแกรมหนึ่ง
ใช่ค่ะ

แล้วเวลาแปลล่ะคะ ก็แปลลงไปในเอจิชับเลยหรอคะ
ใช่ค่ะ

ก็จะใช้สองโปรแกรม
ใช่ค่ะ หลักๆ

แล้วเวลาแปลคือแปลจากซ้ายอึ่งหรือว่าจากต้นฉบับ
ซ้ายอึ่งค่ะ

ปกติจะดู
ใช่ เอา

แล้วตอนแรกๆ ล่ะคะ ที่มีของ นั้นได้ดูรีเปล่าคะ
เมื่อก่อนทำจากของ เพราะตอนเก่าๆ เค้ายังไม่ได้ทำ

ใช่ๆ
ก็เป็น

อ้อ
อันนั้นจะละเอียดมาก

ตอนนั้นเราก็ดูของ มาก่อน แล้ว ก็เลิกไปใช้มัยคะ
ใช่ค่ะ

แล้วก็

ท่าจาก จะเหนื่อยกว่าเพราะว่ามันเยอะ เยอะมาก

แล้วทางมีส่วนไหน เช่น หน้าเพจ ที่มันจะมีตัววิ่งขึ้น หรือว่าตัวคำพูด คำบรรยาย บางทีถ้า
เดี๋ยวนี้ ไม่แปล คุณ ก็จะไม่แปลไปด้วยหรือว่ายังไงหรือคะ

ถ้าเค้าไม่ได้แปลก็ไม่แปลค่ะ เพราะไม่ได้ภาษาเกาหลีเลย

เราก้ไม่ได้เหมือนกัน แล้วเวลาแปลใช้ตัวช่วยอะไรบ้างมั้คะ อย่างเช่น ภูเก็ตทรานสเลต

ใช้ค่ะ บางทีมันเป็นศัพท์เฉพาะด้านอาหาร ก็ต้องเสิร์ชกูเกิลหาว่ามันคืออะไร จะได้แปลให้ถูก
ส่วนใหญ่ก็แค่เป็นพวกโปรแกรมดิกชันนารีทั่วไป เปิดเป็นซับ(ตัวช่วย)

เคยมีคนมาขออยู่ด้วยอะไรอย่างนี้มั้คะ

จริงๆ ตอนแรกคิดจะรับทีมซับ แต่ว่าเหมือนตัวเราเองก็ไม่ค่อยว่างก็เลยลัมโปรเจกต์ไป ก็เลย
ไม่ได้รับใครมาเพิ่ม เพราะช่วงนี้เพจก็จะเจียบๆ เพราะไม่มีเวลาทำ ก็กลับมาเป็นช่วงๆ

ตอนนีงใช้เวลา 2 สัปดาห์หรือคะเวลาทำ

ก็ประมาณ ก็แล้วแต่ ขึ้นอยู่กับว่าเยอะน้อยแค่ไหน ประมาณ แต่ว่าชั่วโมงนึ่งสำหรับรันนึ่งแมนทำ
ได้ประมาณ 2 นาทีอะคะ 2-3 นาที ใช้ ใช้เวลานานมาก

แล้วเวลาทำแบ่งยังงใอะคะ หมายถึงว่าอาจจะแปลให้เสร็จก่อนแล้วค่อยมาแต่งซับ หรือว่าทำ
พร้อมกันไปเลย

ทำพร้อมกัน ก็คือจะได้ 2 นาที 3 นาที ใช้ เพราะมีคนเดี่ยวคะ ทำทีเดียว สมมุติว่าถ้าแปลก่อน
แล้วค่อยมาใหม่มีงอะไรอย่างนี้คือเราต้องนั่งดูไฟล์เข้าไปเข้ามาหลายรอบมาก ก็คือพยายาม ไม่
จันจะเสียเวลา

เคยแบบไม่ไหวละ เพราะมันเยอะมาก ก็หยุดพักก่อนอย่างนั้นหรือคะ

ใช่คะ เราต้องหยุด ใช้

คือเริ่มจากชอบว่าอยากทำรายการนี้ อยากทำอันนี้ก็เลยทำ

ชอบแล้วก็ว่างคะ ใช้ ก็เลยทำ

คิดว่าอย่างพวกคุณภาพ เวลาคิดเราก้ต้องทวนเอาเอง เวลาทำเสร็จมีทวนอะไรอย่างนี้บ้างมั้คะ

มีคะ ก็คือพอทำเสร็จทุกอย่างก็นั่งดูไฟล์ที่ตัวเองทำ ดูว่าตรงไหนพิมพ์ผิดรีเปลาหรือว่าลืมอะไรรีเปลา ก็แก้ไข เหมือนเราได้อ่านของตัวเองอีกรอบ คือเราก็จะรู้ว่าตรงนี้มันแปลกๆ อ่านแล้วงง อย่างนี้ก็จะได้แก้ไข บางทีเวลาแปลคนละวันก็จะใช้คำไม่เหมือนกันแล้ว

ใช่ ก็คือทำเสร็จทีหนึ่งก็จะมาทวนอีกครั้งนึง แล้วเคยมีแบบคอมเมนต์จากพวกแฟนเพจ ลูกเพจ ส่วนใหญ่เค้าจะเมนต์ขอบคุณมากกว่า จะไม่ค่อยมีแบบคอมเมนต์ที่ติชมซ้ำเท่าไร

แต่คิดว่าจะทำต่อไปเรื่อยๆ มั้ยคะ

ก็ถ้ามีเวลาก็ทำต่อไปเรื่อยๆ

แล้วตอนที่ไฟล์ถูกลบไปตอนนั้น

เชิง แต่ว่ามีไฟล์ต้นฉบับเก็บไว้ในเครื่องอยู่แล้วคะ ก็คือต้องมาแบ่งไฟล์แล้วก็อัปโหลดใหม่ แต่ว่าช่วงนั้นมีคนมาช่วยอัป ก็เป็นลูกเพจมาอาสาช่วยอัป

คิดอย่างไรคะ ตอนนั้น

ตอนนั้น

นอกจากเชิงแล้ว พุดยากเนอะ

ก็คิดแค่ว่าทำยังไงให้เพจเรายังอยู่ เพราะถ้าเพจเราหายไปก็เหมือนเราต้องเริ่มนับหนึ่งใหม่ ใช่ว่าก็เลยเป็นที่มาของ เป็นหน้าใหม่ไลน์ชื่อ ที่เป็นภาษาไทย เคยเห็นมั๊ย

เหมือนเราก็ไป แต่ส่วนใหญ่เราจะเข้าที่เป็นภาษาอังกฤษมากกว่า

แต่อันนั้นจะไม่ใช้เพจแต่เป็นเหมือนเฟสบุ๊คส่วนตัว จะใช้ชื่อ ก็เอาไว้อัปในนั้น จะได้ไม่ ถ้าโดนลบก็ลบแอดเคาท์นั้นไป ให้เก็บเพจไว้ ใช

แล้วนอกจากเฟสบุ๊คแล้วใช้อย่างอื่นบ้างมั๊ยคะ

จริงๆ ก็มีบล็อกอยู่นะคะ มีบล็อกเอาไว้ให้เข้าไปดาวน์โหลดไฟล์

เป็นบล็อกสปอตเทรอกะ

ใช่ค่ะ บล็อกสเปด ลองไปดูในไฟล์จะมีตัววิ่ง จะมีชื่อบล็อกอยู่

อันนี้คือไว้สำรอง สำหรับเวลาเฟสบุ๊คถูกปิด

ใช่ก็เป็นช่องทางนึงด้วย

แต่สำหรับตัวบล็อกนั้นไว้ให้ดาวนโหลดอย่างเดียวรีเปล่าคะ

ก็ใช่ค่ะ ไว้ดาวนโหลด คือมันจะมีลิงก์ไปหาวิดีโอด้วย แล้วก็ลิงก์เป็นไฟล์เต็มด้วย

แต่ก็จะเป็นงานของคุณ คนเดียวรีเปล่าคะ

ใช่ค่ะ

แต่ตอนแรกๆ ก็ ยิ่งตอนที่ไฟล์หายด้วยอะคะ ตอนแรกๆ เราก็ดูของคุณ แล้วเราก็ โ๊ะะ โชคดีที่ยังอัปไฟล์ใหม่ เพราะบางที่เค้าก็จะไม่อัปไฟล์ใหม่แล้ว

ใช่ ตอนเก่าๆ นี่น่าจะหายากแล้วนะ

ใช่ๆ เสียหาย

ใช่

อย่างนี้ทำเพราะชอบรายการ แล้วชอบแปลบ้างมัยคะ ชอบภาษามัย

จริงๆ ภาษาก็ ไม่นัดเท่าไหร่นะ ก็แปลได้ กึ่งบ้างอะไรบ้าง ไม่รู้ว่าแปลผิดแปลถูกรีเปล่า

ก็ไม่นะ เคยคิดอยากเป็นนักแปลบ้างมัย

จริงๆ ก็เคยคิดอยู่นะ ว่ารับเป็นอาชีพเสริม แปลงานแปลอะไรอย่างนี้ แต่ว่าเวลามันไม่เอื้ออำนวย เพราะงานประจำบางที่ โอทีก็เลิกสามทุ่มแล้ว เข้านงาน 7.50 เลิกงาน 17.30

มีนาช่วงนี้ถึงหายไป

หายเลย ไม่ไหว ไม่สามารถจริงๆ

หนักนะคะ

หนักอยู่ ไข้ นอกจากมีเวลาเสาร์อาทิตย์ถึงได้ทำซ้ำ แต่ว่าช่วงนี้ วางคืออยากพักมากกว่า

นั่นสิ

คือถ้าทำซ้ำก็คือใช้เวลา 8-9 ชั่วโมงทั้งวันนะ

แล้วเวลาแปล พยายามจะแปลให้เหมือนซับอังกฤษมั๊ยคะ หรือคิดว่ามันควรจะมียะไรแตกต่างออกไป เหมือนเป็นเอกลักษณ์ของเรา

จริงๆ ก็เหมือนเราทำความเข้าใจกับประโยคที่เค้าพูดเป็นภาษาอังกฤษ แล้วก็มาเรียบเรียงให้เป็นภาษาของเรา ให้เค้าเข้าใจง่าย

แต่ก็คือ เวลาแปลที่เป็นทางการ เค้าก็จะมีห้ามใส่เครื่องหมายตกใจ ห้ามภาษาพูดอะไรอย่างนั้น ไม่ ไม่ขนาดนั้น คือบางทีมันก็ต้องมีบ้างที่เป็นภาษาพูด เพราะว่าเป็นรายการตลก ไข้

ตอนแรกๆ นี่คือ เลือกฟอนต์ยังเงิหรือคะ สี คือพยายามให้เหมือนกับต้นฉบับมั๊ย หรือว่า พยายามคิดขึ้นมาเอง ว่าตัวนี้น่ารักดี

ถ้าเป็นตัวคำพูดก็จะเอาตัวที่อ่านง่าย เพราะว่าเค้าต้องอ่านกันเยอะ แต่ว่าตัวที่เป็นภาษาเกาหลีที่แต่งที่หน้าจอ ก็จะพยายามเลือกที่มันดูแนวๆ สไตลเดียวกัน ตัวเรียบๆ หรือตัวหวัดๆ อะไรอย่างนี้ ก็แล้วแต่ พยายามเลือกให้มันใกล้เคียง

แต่ทุกตอนพยายามจะทำให้เหมือนกันมั๊ยคะ หมายถึงว่าถ้าตั้งแต่แรกเราใช้ฟอนต์นี้ ต่อไปเราก็คจะใช้ฟอนต์นี้ด้วย หรือว่าก็แล้วแต่

ใช้ฟอนต์เดิมทุกครั้งคะ เพราะรู้สึกว่ามันเป็นลายเซ็นเรานะ เวลาคนดูจะนึกออกว่า อันนี้มันของบ้านนี้นี่นา ไข้มั๊ย จะเป็นมั๊ย ดูแล้วจะนึกออก

แล้วใครเป็นคนทำโลโก้ล่ะคะ

โลโก้ก็ทำเอง ตอนนั้นก็ไม่ได้คิดอะไรมาก คิดไม่ออก ก็เลยพิมพ์ ไป จบ

แต่ที่ไข้ชื่อตัวเองว่าเป็น นี่ ก็อย่างที่เคยบอกว่ายเคยอยู่บ้านนิ่งเนอะ แล้วก็ไม่อยากมีปัญหากับ
เค้า ก็เลยเปลี่ยนเป็นชื่อ ไปเลย จริงๆ เคยอยู่บ้าน มาก่อน

รู้จักไข้มั๊ยคะ

ไข้ แต่อันนั้นค่อนข้างแบบเคร่งป่าวคะ

ก็เครื่องอะคะ แอดมินเค้าจะสไตล์เดียวกัน คือสไตล์โหดอะ ค่อนข้างดุนิดนึง

มันกฎเยอะมั้ยคะ บ้าน นะคะ

ก็จริงๆ กฎก็ปกติทั่วไปนะคะ ก็ไม่ได้ยุ่งยากหรืออะไร แต่ว่าคือจริงๆ ก็เป็นแอดมินในบ้านเลย แต่ว่าขึ้นอยู่กับทีมงานนะคะ ทีมงานจะแบบว่า...ถ้าคนเคยเข้าไปจะรู้ว่าเวลาไปโพสต์ถาม บางทีจะโดนเหวี่ยง โดนบ่นอะไรอย่างงี้ คือจะดูๆ นิดนึง

ก็เลยรู้สึกอึดอัดแล้วก็ออกมา

ใช่

แต่ทำคนเดียวก็รู้สึกสบายดีกว่ารีเปล่าคะ

สบายกว่า เพราะอันนั้นมันหลายสิ่งหลายอย่าง

เวลาทำตอนหนึ่งจะมีเดดไลน์มั้ยคะ หรือว่าจะทำเฉพาะเวลาที่เราวางนั้นแหละ

ก็คือ ทำตอนที่ว่าง

ก็คือ เสร็จก็เสร็จ ไม่เสร็จก็ไม่เสร็จ

แต่จริงๆ ก็คือพยายามเลือกทำในช่วงที่คิดว่าตัวเองมีเวลาทำ ก็จะพยายามกำหนดว่าไม่ควรจะเกินกี่สัปดาห์อะไอย่างนี้คะ ถ้าติดตามจะเห็นว่าจะมีบางช่วงที่ซบซ้ ก็จะไม่บอกว่าจะออกมาประมาณวันไหน

ใช่ๆ

ใช่เหมือนต้องทำหมด ก็เข้าใจว่าคนรอ เค้าก็อยากดูนะ ก็จะพยายามกำหนด แล้วก็พยายามทำให้เสร็จ

แต่ไม่เคยคิดที่จะรับสมัครสมาชิกอีกแล้วใช่มั้ย

ตอนนี้คิดว่ายังอะคะ เต็มพอเจ้าของเพจหายหน้า คนที่เค้าเข้ามา ก็จะแบบ เอ แล้วจะรับมาทำไม รับแล้วไม่ทำ

เรากำหนดด้วยตัวเองหมดเลยใช่มั้ย

ใช่

แล้วอย่างในเฟสบุ๊คเราจะมีการคอมเมนต์อะไรมั๊ยคะ

ไม่มีนะคะ ก็อิสระ ส่วนใหญ่ก็ไม่เจอแบบเกรียนๆ เท่าไหร่

ส่วนใหญ่พวกลูกเพจก็...

เค้าก็ดี ไม่ค่อยมีปัญหา

ตอนที่ถูกถอดนั้นนะคะ มีลูกเพจเข้ามาแบบให้กำลังใจอะไรแบบนี้มั๊ยคะ มีอยู่สี่ห้ามั๊ย

ก็มีบ้างนะคะ แต่ช่วงโดนลบมันเป็นช่วงที่เราไม่ค่อยทำซับพอดี้ ก็เลยจะแบบ...ถ้าช่วงทำซับคนจะเข้ามาเยอะ มาติดตามเยอะ แต่ว่าช่วงที่เราหายไป คนดูก็หายไปด้วย ก็จะน้อยลงนิดนึง

แล้วคิดว่าเราทำโดยที่ไม่ได้เงินอะนะ คิดว่าอะไรเป็นแรงขับเคลื่อนให้ทำต่อไปเรื่อย

จริงๆ เรามีความสุขกับสิ่งที่ทำอะนะคะ เหมือนเราได้ทำอะไรให้เค้าดู เราเห็นผลงานตัวเองก็ดีใจ คนดูก็ชมตอนนี้สนุก ตอนนี้ซับดี หรืออะไรอย่างนี้

คิดว่าพวกนี้ คล้ายๆ กับเป็นรางวัลให้เราอย่างนี้มั๊ยคะ

ใช่ๆ เหมือนเราก็ดูยอดไลค์ ดูคอมเมนต์ หลักๆ

แล้วคิดว่าการลบ ตอนที่ถูกถอด คิดว่าเป็นเรื่องที่ควร พุดยากเนาะ

ใช่ ความจริงก็เหมือนเราทำผิดอยู่ เพราะเราไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์เค้ามา

อย่างนี้คิดว่าจะเป็นหมายถึงว่า...แต่ตอนนั้นคือ ที่ถูกถอดเพราะว่ามันมีการแชร์ลิงก์

ใช่ค่ะ เหมือนเค้าเจอบ้านรวมลิงก์ แล้วเค้าก็ตามลบจากลิงก์นั้นได้หมดเลย

เท่าที่เรารู้ก็เป็นอย่างนี้ แสดงว่าก็รู้มาเหมือนกัน

ใช่

คิดว่าอย่างนี้เราควรจะทำบ้านรวมลิงก์มั๊ยคะ (หัวเราะ)

(หัวเราะ) จริงๆ มันก็ จะว่าเค้าผิดมันก็ได้ขนาดนั้นนะค่ะ เพราะว่าเค้าก็อยากรวมให้ทุกคนดู เหมือนเราอยากดูตอนไหนนะ บางทีมันก็หายากนะถ้าไม่มีคนรวมให้เนะ อาจจะเป็นเพราะความไม่รู้นะ เราก็ไม่คิดว่าอยู่ๆ วันนึงจะเอาลิงก์ที่คนรวมไว้มาไล่ลบ

อย่างนี้หมายความว่า คุณ ก็ไม่ได้ห้ามใช้มัยคะ ถ้าจะมีการแชร์ลิงก์

แชร์ไปก็เอาไปแชร์ได้ค่ะ หลังๆ นี้ถ้าไม่ได้เอาไปตั้งหน้ารวมก็จะดีกว่า เพราะว่าไม่จั่นเดี่ยวโดนลบอีก เพราะว่าอัปโหลดนี้ก็ใช้เวลานานเหมือนกัน ต้องมานั่งอัปโหลดใหม่

กว่าจะอัปโหลดได้นี้ใช้เวลา...ตั้งแต่ไฟล์ด้วยใช้รีเปล่าคะ

ก็คือฝั่งขับออกมาใช้มัยคะ เราก็ต้องแบ่งตอน

ตอนที่ทำนี่ทำเป็นไฟล์เดี่ยวเลยหรอคะ

คือ มันแล้วแต่เรานะคะ คือมันทำได้สองอย่าง เสร็จคือถ้าปล่อยที่ละพาร์ท คือทำเสร็จพาร์ทหนึ่งก็ฝั่งทีนึง แล้วก็อัปเลยก็ได้ แต่ว่า หรือว่าจะทำเสร็จทั้งรายการแล้วค่อยมาตัดวิดีโอก็ได้ ทำได้สองอย่าง

ตอนที่เอาต้นฉบับมานะคะ ต้นฉบับจะเป็นไฟล์เดี่ยว เป็นไฟล์ใหญ่ๆ เลยหรือว่าเป็นไฟล์ที่แยกออกมาเป็นพาร์ทแล้ว

เป็นไฟล์เดี่ยว ไฟล์ใหญ่เลย

แล้วตอนแบ่งนี้พยายามจะแบ่งให้เหมือนกับภาษาอังกฤษมัยคะ หรือว่าก็แล้วแต่ ก็กะเอา

กะเอา ก็เฉลี่ยๆ กันว่าความยาวเท่าไร เพราะเฟสบุ๊คมันจำกัด 20 นาทีเนาะ

อ้อ

ก็จำกัด 20 นาที ก็พยายามแบ่ง มันประมาณชั่วโมงครึ่งก็จะได้ไฟล์ประมาณ 18 นาทีอย่างนี้

อันนี้เวลาเราโพสต์จะเป็นวิดีโอของเฟสบุ๊ครีเปล่าคะ

ใช่

ชื่อไฟล์จะเป็น MPEG หรือว่าอะไร หมายถึงว่าที่เราทำจากไฟล์จริงจะมีชื่อไฟล์มัยคะ บางทีจะเป็น MPEG 4

อ้อ เวลาชื่อที่ขึ้นใช้มัย

ใช่ค่ะ

ตอนที่เราทำจะมีนามสกุล ปกติตอนเราทำก็จะมีชื่อใช่มีค่ะ พอเราอัปโหลดเฟสบุ๊ค ชื่อมันก็เปลี่ยนไปเอง ต้องไปแก้ชื่อใหม่

แล้วตัวสกุลไฟล์ล่ะคะ ไฟล์ที่ได้

ที่ฝั่งซ้ายออกมาที่ได้จะเป็น AVI

แต่ถ้าอัปโหลดเฟสบุ๊คก็จะเป็น MP4 มันแปลงไฟล์ไปเอง

แล้วตัววิดีโอก็จะเป็นของเฟสบุ๊คยังงั้นรีเปลา่ะคะ

ใช่ค่ะ เป็นของเฟสบุ๊ค

อย่างนี้ตอนเริ่มทำไปหาไฟล์ต้นฉบับมาจากไหนหรือคะ

กุเกิล เสิร์ชกุเกิลอย่างเดียว คือจะพิมพ์ชื่อรายการภาษาอังกฤษใช่มีค่ะ เพื่อไปหาภาษาเกาหลี แล้วก็เอาชื่อไฟล์ภาษาเกาหลีไปเสิร์ช จะเอาตอนไหนก็ลงวันที่ไป แล้วก็ไปหา เพราะว่าจะเป็น บิตจากเว็บเกาหลี มันจะเยอะ ชื่อภาษาอังกฤษมันจะหายากกว่า ต้องใช้ชื่อเกาหลี

อ้อ เพิ่งรู้นะคะ

ใช่ต้องหาแบบนั้น ก็อย่างเวลาแปลอย่างนี้นะคะ ถ้าเป็นตัวแต่งที่เราไม่เข้าใจ ก็หาเว็บพิมพ์เกาหลี แล้วก็พิมพ์ตามที่เราเห็น ก็ไปแปลด้วยก็มี เฉพาะที่ไม่เข้าใจนะคะ บางทีถ้าพิมพ์เกาหลี ทั้งหมดแล้วแปลอย่างนี้ มันจะยาว ใช้เวลานาน พยายามใช้ซ้ำอ้อ แต่ถ้าไม่เข้าใจถึงจะลองไปพิมพ์ดู

เว็บนั้นมันเป็นเว็บอะไรหรือคะ ที่พิมพ์เกาหลี

เป็นเว็บพิมพ์เกาหลีนะคะ

พิมพ์เกาหลีอย่างนี้เลยหรือคะ หมายถึงว่าเสิร์ชในกูเกิลมันก็จะลิงก์ไปให้ในเว็บเพจนี้

ก็ลองเสิร์ชในกูเกิลว่าเว็บพิมพ์ภาษาเกาหลีอย่างนี้ มันก็มีเว็บนี้ขึ้นมา

แล้วเค้าก็จะแปลให้หรือคะ

ไม่ค่ะ เค้าจะพิมพ์ให้เป็นภาษาเกาหลีเฉยๆ แล้วก็ถือปจากในนั้น ถือปจากเกาหลีมาใส่ในกูเกิล
กูเกิลทรานสเลต

อ้อ มาใส่ในกูเกิลทรานสเลต

ใช่ แปล

แล้วก็มาแปลเป็นไทย

ใช่ เอาไว้เช็คเวลาไม่เข้าใจ

*คิดยังไงเกี่ยวกับพวกเพจวิกิอะไรอย่างนี้คะ ที่มันเดี่ยวนี่มันจะเป็นความร่วมมือระหว่างคนสร้าง
เพจกับพวกเจ้าของลิขสิทธิ์อะไรอย่างนี้นะคะ*

ที่เค้าจะซื้อลิขสิทธิ์แล้วก็...แต่รู้สิกริกิ (VIKI) เค้าจะบล็อกประเทศไทยด้วยนี่

ใช่ ถูก พ้อยสำคัญนั่นแหละ

บล็อกประเทศไทย ก็คือจริงๆ ก็รู้สึกเสียดายนะเพราะเค้ามีขั้บเยอะ แต่ว่าไม่สามารถเข้าไปดูได้
ไม่สามารถเข้าไปเอาอะไรมาได้เลย

แล้วถ้าดูรายการเกาหลีอื่นๆ ส่วนใหญ่จะดูจากขั้บอังกฤษหรือจากขั้บไทยคะ

ขั้บไทยคะ

แล้วอย่างนี้ดูซีรีส์เกาหลีอะไรบ้างมั้คะ หรือว่าส่วนใหญ่ดูแต่รายการทีวี

ส่วนใหญ่จะดูรายการมากกว่า ซีรีส์ก็ไม่ค่อยได้ดู

แต่คุณ ทำซีรีส์

ซีรีส์ เพราะชอบพระเอก

ชอบพระเอกก็เลยทำ เหตุผล

คะ น่าจะประมาณนี้นะคะ แต่ถ้าอย่างนี้ถ้าเรามีถามอะไรเพิ่มเติม ถามที่เฟสได้ไหมมั้คะ

ได้คะ

ขอบคุณนะคะ

มีใครแนะนำบ้างมั๊ย

เพราะเจ้านี้ทำเร็วด้วย แล้วเค้าแปลจากเกาหลี

เราไปติดต่อยังไงได้ ลองเสิร์ชไปที่เพจเค้าหรือเฟสบุ๊คเค้าก็ได้ค่ะ

หมายถึงว่าก็ลองถามไปได้เลย

เค้าทำกันหลายคนรีเปล่าคะ

ไม่แน่ใจว่าทำคนเดียว หรือว่ามีคนช่วยทำไหมมั้ง แต่ว่าเจ้าตัวนาจะเป็นคนแปลเอง

ใช่มั๊ยคะ

ใช่

เดี๋ยวเราลองติดต่อดู

อันนี้แปลจากเกาหลีด้วย

อ้อ แปลจากเกาหลีเลย

ใช่ค่ะ เค้าแปลจากเกาหลีเลย เพราะว่าทำเร็วมาก

แต่ตอนหลังๆ ก็ไม่ค่อยได้แปลรันนิ่งแมนเหมือนกัน

ใช่

เหมือนตอนหลังๆ ก็มีแต่บ้านใหม่เค้ามามาทำเนาะ

บ้านเก่าๆ เดียวนี้ไม่ค่อยทำกันแล้วเนาะ

ทำไมเนาะ

หาย

คือ เหมือนพูดกันตามตรง เหมือนบ้านใหม่ๆ เน้นเร็ว ออกมามากกว่า ถ้าสังเกตดู เน้นให้คนมาดู เยอะๆ ให้คนมาไล่ค้ออะไรอย่างนี้ บ้านเก่าๆ จะทำนาน กว่าจะออกมา แล้วพอออกมาทีหลังเนี่ย

คนก็ดูไปแล้ว

ใช่

เสียดายเนาะ บางทีบ้านเก่าๆ ก็ทำดี

ใช่ บ้านใหม่ก็แล้วแต่ว่าใหม่ขนาดไหน

ใช่ๆ นอกจากบ้านนี้มีบ้านไหนอีกมั๊ยคะ

อ้อ เรากลัวแล้วว่า ลุ้นว่าเค้าจะตอบมั๊ย เค้าน่าจะตอบอยู่เนาะ สองบ้านนี้คุณ เคยคุยด้วยใช่มั๊ย
ไม่เคยคุย แต่ เหมือนจะเคยคุยเรื่องอะไรสักอย่าง

แล้วเวลาติดต่อกัน ก็คุยทางเฟสกันอย่างจั้นหรือคะ

ใช่คะ แต่ส่วนใหญ่ก็ไม่ค่อยได้คุย นอกจากมีอะไรไปถาม

แล้วเค้าก็ตอบมา โอเค

ใช่

...

คิดยังไงกับแบบพายุคะ

มันแปลกๆ อะ ฟังแล้วมันตลก

แสดงว่าเคยดูของทูลี่ใช่มั๊ย

เคยดู เคยเปิดไปเจอ ก็ดู แต่มันไม่ใช่อะ อารมณ์มันไม่ได้

แล้วคิดยังไงกับที่เค้าจะไม่แปลตัวแดงออกมา สังเกตมั๊ย

ใช่ มันก็เสียอรรถรสไปส่วนหนึ่งนะ เพราะตรงตัวแดงมันก็มีแซว มีอะไรอย่างนี้

Interviewee 4

21/07/2015

สวัสดีค่ะ ชื่อเปานะคะ พอดีตอนนี้กำลังทำวิจัย ป.เอกที่มหาาลัย Dublin City University ที่ไอร์แลนด์ เรื่องการแปลโดยกลุ่มแฟน ซึ่งจะเจาะไปที่รายการร็นนิ่งแมนอยู่ (เพราะชอบรายการนี้มากๆ ^^) เคยติดตามผลงานของคุณ ที่แปลขั้บไทยร็นนิ่งแมนด้วย เลยอยากรบกวนถามว่าถ้าจะขอสัมภาษณ์คุณ ทาง Skype หรือผ่านข้อความทางเฟสก็ก็ได้ค่ะ ไม่ทราบว่าจะสะดวกไหมคะ คำถามจะเกี่ยวกับเรื่องประสบการณ์การทำแฟนขั้บแล้วก็ความคิดเห็นต่างๆ ไปกับการทำแฟนขั้บและเป็นแฟนรายการคะ ขอโทษด้วยนะคะที่รบกวน แล้วก็ขอบคุณมากๆ ค่ะ

รบกวนแอดมาที่

จะสะดวกที่สุดคะ

ขอบคุณมากๆ เลยค่ะ ไม่ทราบว่าคุณ สะดวกให้สัมภาษณ์ทาง Skype มั้ยคะ ถ้าไม่สะดวกก็ทางเฟสก็ได้ค่ะ

ไม่ได้เล่น skype อ่าคะ ทางเฟสง่ายกว่าคะ

โอ้ ได้เลยคะ ไม่ทราบว่าปกติคุณ จะสะดวกช่วงเวลาไหนหรือคะ สักสามทุ่มถึงเที่ยงคืนคะ ดึกไปมั้ยคะ

โอ้ ไม่เลยค่า พอดีตอนนี้เราอยู่ไอร์แลนด์คะ เวลาเลยห่างจากไทย 6 ชั่วโมง ตอนนี้ที่นี้กะลังจะบ่ายโมงค่า 555 ถ้ายังงัยสักวันศุกร์นี้ สามทุ่ม คุณ สะดวกมั้ยคะ หรือจะเป็นวันไหนที่สะดวกก็ได้ค่า ได้ค่า วันศุกร์นะคะ ค้าา ขอขอบคุณอีกทีนะคะ

24/7/2015 15:01

สวัสดีค่า ^^ ไม่ทราบว่าตอนนี้พอจะสะดวกให้สัมภาษณ์มั้ยคะ ค่ะ เตียวอีกสัก 20 นาทีนะคะ พอดีเพิ่งถึงบ้านคะ

โอ้ ได้เลยค่าา ตอนไหนที่สะดวกก็ได้ค่า

ถ้ายังงัยรบกวนช่วยดักแบบสอบถามสั้นๆ นี้ด้วยได้มั้ยคะ ลิงก์นี้คะ

https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMQdhH5Blzd8VPoiqchRiVVeBfzCPAWKFemV8yM/viewform?usp=send_form



ผลงานเขียน

ศูนย์ภาษาและวัฒนธรรมนานาชาติ มหาวิทยาลัย
School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University
โทร: +353-87-337-1526
อีเมล: thandao.wongseree2@mail.dcu.ie

หนังสือแสดงเจตนายินยอม

I. ชื่องานวิจัย ชื่องานวิจัย: ความคิดสร้างสรรค์ของการแปลขั้บไตเติ้ลโดยกลุ่มแฟนในประเทศไทย: กรณีศึกษาของรายการโทรทัศน์ "ร็นนิ่งแมน" หน่วยงาน: School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University ผู้วิจัย: ธาววดาว วงศ์เสรี [thandao.wongseree2@mail.dcu.ie; +353-87-337-1526] อาจารย์...

docs.google.com

ขอบคุณนะคะ

มาแล้วค่ะ

โ้ว ค้าา โทษทีนะคะที่รบกวน เลยไม่ได้พักเลย
ไม่เป็นไรค่ะ

ขอบคุณค่า แบบสอบถามที่อยู่ในลิงก์จะบอกถึงงานวิจัยของเราว่าๆ ด้วยนะคะ
ทำเสร็จแล้วนะคะ

ขอบคุณนะค้าา 5555 กลายเป็นขอบคุณหลายรอบเลย ไม่ทราบว่าคุณ เริ่มทำซ้ำมาก็ปีแล้วคะเนี่ย
ประมาณ 5 ปีคะ ตั้งแต่รันนิ่งแมนตอนแรกๆ

แสดงว่าเริ่มทำซ้ำรายการแรกจากรันนิ่งแมนเลยใช่ไหมคะ
เปล่าคะ ทำซ้ำก่อนคะ แล้วค่อยมาเริ่มทำรันนิ่งแมน

อ้อ จันเริ่มจากซีรีส์เกาหลีไปละคะ
ใช่ค่า เรื่องแรกที่ทำคือ crime squad ที่จีฮโยเล่นค่า แต่ทำไม่จบคะ 555+

อ้อๆๆ ที่เล่นกับซงอินกุกใช่ไหมคะ เลิกมาทำรันนิ่งแมนก่อนใช่ไหมคะ 5555 ตอนที่เริ่มทำซ้ำนี้มีแรงจูงใจ
มาจากอะไรหรือคะ

ช่วงนั้นเรียนหนักคะ เลยไม่ได้ทำต่อ คนดูน้อยด้วยแหละ 555+ ส่วนรันนิ่งแมนเริ่มจากอยากทำตอนที่ยูอี
มาคะ แต่ไม่มีบ้านไหนทำ เลยไปหัดทำ แรกๆทำไหมมีมิงไม่เป็นเลย

หาวิธีทำจากยูทูปแล้วก็เริ่มหัดทำคะ ทำแรกๆก็สะดุดบ้าง ทำซ้ำมาก จำได้ว่า 15 นาที ทำอยู่ 2 อาทิตย์

นั่นสิคะ เรว่าไหมมีมิงนี้ยากมากๆๆ ใช้โปรแกรม Aegisub ใช่ไหมคะ
ใช่คะ

เราเคยลองทำแล้วไม่ไหว มือหึงเลยคะ 555 สองนาทีนี่เป็นชั่วโมง



จันเริ่มแรกก็ชอบรายการรันนิ่งแมนเป็นทุนเดิมอยู่แล้วเลยลองทำดูใช่ไหมคะ
ใช่คะ

ชอบใครเป็นพิเศษไปละคะ หรือว่าชอบที่รายการ
ชอบกว้างซุกะจีฮโยคะ

อ้อ ค้าาา แหวกแนวนิดๆ นะคะ เพราะส่วนใหญ่ชอบคู่รักวันจันทร์ 5555
555+

อย่างนี้ตอนทำนี่เริ่มทำคนเดียวเลยไปละคะ หรือว่าทำเป็นกลุ่ม
ขอบคุณพี่น้องคะ แรกๆ มงจี้จะนิ่งๆ กว้างซุกก็กวน พอนางเป็นอาเจ็ดบหัวแล้วลบหลัง กว้างซุกก็ยิ่งกวน แต่เจี
สั่งเจียบ กว้างซุกก็เจียบ

แรกๆ ทำคนเดียวค่ะ มาเริ่มเป็นทีมตอนหลังๆค่ะ

5555 เราก็คอบนะคะ ตอนที่จิสัยกับกวางจูจับคู่กันแล้วชนะเกมอะคะ แต่จำไม่ได้ว่าตอนไหน อ้อ



อย่างนี้ตอนแปล แปลจากซบั้งรีเปล่าคะ หรือว่ารู้ภาษาเกาหลีด้วย
แปลจากซบั้งค้คะ แต่แก็กอันไหนที่อิงค์ไม่แปลก็แปลจากเกาหลีอะ ไปจิ้มเอาทีละตัวในเว็บแปลภาษา
จากเกาหลีเป็นอิงค์แล้วมาแปลเป็นไทย

อ้อ ใช้เว็บ google translate รีเปล่าคะ หรือว่ามีเว็บอื่นๆ ด้วยนะคะ
ใช่คะ อาจุแปลได้ทุกภาษายกเว้นแปลเป็นไทย 555+

555555 จริง อันนี้เห็นด้วยคะ ตอนตั้งกลุ่มนี้ คุณ เริ่มตั้ง ตั้งแต่เมื่อไหร่หรือคะ
ประมาณปี 2011 มั้งคะ อีพี 49 อ่าคะ เป็นทีม SUBSPACE ทำรันนิ่งแมนอยู่ 2 อีพี แล้วก็ไปทำรายการอื่น
คะ แต่มาทำเพลงช่วงที่ blog โดนเก็บกันเยอะๆ อ่าคะ ซบั้งไทยย้ายมาเพลงกัน เดียวนี้ก็พากันย้ายจากเพลง
ลงบล้อก วนไปมา ตลกดี ตอนย้ายมาเพลงก็ทำคนเดียวเหมือนเดิมคะ มีคนมาช่วยอีพี 114 ทีมกันยง
มา จนถึงปัจจุบันคะ

ในทีมถ้าหลักๆก็จะมี 5 คนคะ ไทม์ 2 คน แปล 2 คน อีกคนคอยเช็คแล้วก็อัพคะ แต่หลายๆอีพีก็มีคน
ช่วยหลายคนคะ บางครั้งคนหลักๆก็ไม่ว่าง เลยมีหลายคนมาช่วยแปลคะ จะเห็นว่าเครดิตบางตอนคน
แปล คนไทยมีชื่อแทบไม่ซ้ำ 555+

555 ค่า แล้วยังรีรับคนเข้ามาช่วยทำยังไงหรือคะ
แรกๆก็ประกาศรับคนทำช่วยคะ แต่ไม่ได้รับเพิ่มนานแล้วคะ เพราะรู้สึกจะเยอะแล้ว เพียงแต่บางช่วงเค้า
ไม่ว่างทำคะ

อืม แล้วคนที่รับเข้ามาคือมีประสบการณ์ทำซบั้งกันอยู่แล้วหรือว่าคุณ มาช่วยสอนก่อนคะ
เค้าทำเป็นอยู่แล้วคะ

อ้อๆ แล้วมีหลักคร่าวๆ ที่กำหนดในการแปลมั้ยคะ ประมาณว่าตัวฟอนต์ ค่าเรียกชื่อ ประมาณนั้นนะคะ
ก็มีชื่อเรียกคะ ซงจิสัย คิมจงกุก คะ บ้านอื่นจะเป็นชองจิสัย คิมจงกุก ไรบแบบนี้คะ จองกุก บ้าง อะคะ
แต่นิ่งเขียนตามที่เพื่อนที่อ่านเกาหลีออกอะคะ ถ้าตอนไหนที่มีแขกรับเชิญมา ก็จะปรึกษากันคะ หรือพวก
คำยากๆ ที่นึกศัพท์ไม่ออกก็มาแชร์ๆ ข้อมูลกันคะ

อ้อๆ ค่า แสดงว่าคุณ จะเป็นคนกำหนดแล้วบอกสมาชิกก่อนตอนแรกๆ ใช่มั้ยคะ แต่พอหลังๆ ก็ปรึกษากัน

ใช่คะ อ้อแล้วก็เวลาแปล แปลแยกซบั้งพูดกะแท็กคนละไฟล์คะ เพราะมันสะดวกตอนเอามาลงไฟล์คะ
เพราะไทม์แท็กกะพูดแยกกันอยู่แล้ว

โอ้ หรือคะ แท็กคือหมายถึงซบั้งลอยใช่มั้ยคะ
ใช่คะ

โอ้ เป็นความคิดที่ดีนะคะเนี่ย เพราะตอนที่เราเคยแปล คนแปลจะแปลหมดเลย แล้วแบ่งเป็นพาร์ทๆ เอา
อย่างนี้ที่บ้าน คนแปลคำพูดจะเป็นคนเดียวกันเลยรีเปล่าคะ หรือว่าแบ่งกันเป็นพาร์ทๆ เรื่อง
ไทม์ด้วยอะคะ

แล้วแต่สะดวกคะ ถ้ามีหลายคนก็แบ่งๆ กัน ถ้ามีไม่กี่คนก็แปลคนละ 2 พาร์ท ไทม์ก็แท็กกะพูดคนละคน
คะ ไทม์แต่ซบั้งพูดอย่างเดียวจะเร็วมากคะ

โอ้ หรือคะ งั้นอย่างนี้ตอนฝั่งซบั้งจะรวมกันยังไงหรือคะ คือ ฝั่งซบั้งพูดก่อนแล้วค่อยฝั่งแท็กหรือคะ
เปล่าคะ ก็จะเอามารวมกันอ่าคะ

[รูป]

อย่างในรูปแท้ก็จะเริ่มบรรทัดที่ 1225 อ่าคะ

โอ้ เล่นเอาเรามึนเลยคะ 555 ปกติเราเคยแต่แปล เพราะใหม่ไม่ไหว
บางทีถ้าคนใหม่ทำเสร็จไว คนที่แปลก็เอาไปแปลลงในที่ใหม่ไว้เลยคะ ประหยัดเวลาไม่ต้องจับจับใส่
ใหม่อีกรอบ

อย่างนี้ คือ พอคนใหม่พูดเสร็จก็ส่งให้คนใหม่แท้ก็หาคะ พอดีอยากรู้คะ เพราะเป็นวิธีที่น่าสนใจ
มากๆ
เปล่าคะ ก็ทำแยกกันคะ แล้วส่งมาคนละไฟล์แล้วค่อยเอามาใส่คะ

โอ้ๆ ดีจังคะ เราสงสัยตอนรวมนะคะ คือตอนฟังก็ฟังแบบคนละไฟล์ก็ได้ใช่ไหมคะ 555 ถ้ามองมัยคะเนี่ย
หมายถึง ฟังพูดแล้วค่อยฟังแท้ก็ใหม่คะ

ใช่ค่า

ไม่ใช่คะ ตอนฟังก็ฟังทีเดียวคะ แต่อันที่จริงตอนฟังมันเลือกขับได้หลายอันนะคะ ปกติจะฟังเป็นขับไทย
กับเครดิตแยกกันคะ เพราะเครดิตจะพวก fx karaoke บรรทัดเลยเยอะคะ

อ้อๆ อย่างนี้เอง ได้ความรู้ใหม่เลยคะ แล้วตอนจะตัดสินใจว่าจะขับอีพีไหนนี้ กลุ่มช่วยกันตัดสินใจ
ใหม่คะ หรือมีวิธีตกลงกันยังไงหาคะว่าจะขับรันนิ่งแมนอีพีไหนคะ แล้วก็ขับรายการอื่นๆ ด้วยนะคะ
ก็จะถามๆ กันคะว่าอยากทำมัย หลายๆ ตอนก็ทำจากตอนที่สมาชิกชอบคะ อย่างในทีมจะชอบซุจี ไอยู ยู
อี เอสเจ ดงบัง ถ้ามีคนในกลุ่มนี้มา ส่วนใหญ่ก็ทำคะ

อ้ออ แล้วรายการเกาหลีอื่นๆ อย่าง WGM ก็เป็นทีมเดียวกันใหม่คะ
ทีมเดียวกันคะ ในทีมเมนอีจันคะ Mblaq คะ รายการนี้เอง เป็นแปลหลักคะ คนใหม่คือ
แฟนลีดคะ

อ้ออ งั้นตอนอีจันออกจาก Mblaq ก็เศร้ากันรีเปล่าคะเนี่ย

อ้อๆ

เฉยๆ กันคะ เพราะจันเหมือนจะส่งสารบอกนานแล้วว่าอยากมุ่งด้านการแสดง แต่ยังไงก็ตามกันอยู่ดีคะ

อืมๆ คะ เราชอบ Heard it as rumour มากๆ เลยคะ 5555+



อย่างนี้สมาชิกขับเคยนัดเจอกันข้างนอกบ้างมัยคะเนี่ย หรือว่าคุยกันทางเฟสอย่างเดียว
พวกคนหลักๆ 5 คนที่สนิทๆ กันอ่าคะ เคยนัดกินข้าวกันแล้วคะ

[รูป]

อันนี้จะเป็น ไฟล์ดิบคะ เพื่อไม่เห็นภาพ ที่คนในทีมส่งๆ มา แล้วมาจับรวมที่ไฟล์ใหญ่ๆ อีกทีคะ ที่เป็นชื่อ
เกาหลีอ่าคะ อันไหนคือไฟล์ใหญ่เอาไว้รวม

ปกติคุณ คือคนรวมใหม่คะ
ใช่คะ

แล้วแสดงว่าแปลใส่ notepad กันก่อนใหม่คะ
ใช่คะ บางคนก็ใส่ word

อ้อๆ อย่างนี้ตอนแยกไฟล์นี้ยึดตามซัพอิงรีเปล่าคะ หรือว่าแล้วแต่กลุ่ม หมายถึงตอนแบ่งเป็นพาร์ทนะคะ ตามซัพอิงค์คะ ซัพอิงค์ออกมาที่พาร์ทก็แบ่งกันตามนั้น แต่ใหม่ ใหม่จากไฟล์เดี่ยวคะ ที่ ลง เป็นไฟล์วีดีโออันเดียวจบอะคะ เอา idm จิ้มออกมา แล้วแบ่งใหม่ตามเวลาคะ ถ้ามีหลายคนก็แบ่งกันคน ละ 30 นาที ถ้ามีสองคน ก็แบ่งใหม่กะพูด คนละอัน

โอ้ๆ คะ เคยทำกันสองคนด้วยเหรอะคะเนี่ย หนักมากเลยนะคะ อย่างนี้ปกติใช้เวลาเท่าไรในการทำอื ฟีนึงอะคะ

ถ้าทำแบบแรงก็ประมาณ 2 อาทิตย์คะ ถ้าทำเรื่อยๆ ก็ 3 อาทิตย์คะ ส่วนใหญ่จะนัดส่งงานภายใน 7 วันคะ แต่ถ้าบางคนมีธุระก็เลทได้ ส่วนใหญ่ไม่เกิน 15 วันคะ ถ้าไม่ว่างจริงๆ ก็แบ่งให้คนอื่นทำคะ

โอ้ อันนี้คือกำหนดกันตั้งแต่เริ่มตั้งกลุ่มเลยใช่มั้ยคะ ไซคะ

อย่างนี้พวกสืซัพกับฟอนต์ของแท็กก็ตั้งไว้ก่อนใน Aegisub ด้วยใช่มั้ยคะ ไซคะ

อ้อ ค้า อย่างนี้ปกติคุณนั่งแบ่งเวลาระหว่างทำงานกับทำซัพหรือดูเพลงยังเงิเหรอะคะ เพราะเราเห็นว่ากลุ่ม มีบล็อกด้วยใช่มั้ยคะ

ไซคะ บล็อกเก่าคะ ตั้งแต่สมัยยังไม่มีเพลง เอาไว้เก็บงานคะ แต่ตั้งแต่ sbs เก็บคราวนั้นก็ลงในบล็อกเป็น หลักคะ ในเพลงเอาไว้อัปเดตข่าวสารไร้คะ

อ้อ แล้วคุณ เป็นคนอัปเดตทั้งเพลงทั้งบล็อกเลยรีเปล่าคะ หรือว่าช่วยๆ กันในกลุ่มหลัก เพลงช่วยๆ กันคะ บล็อก ทำคะ

อ้อ อย่างนี้เคยเหนื่อยบ้างมั้ยคะ เพราะทำซัพที่ อัปเดตทีบางทีก็ใช้เวลาพอสมควรเลย หรือเคยคิดอยาก เลิกบ้างมั้ยคะ ยิ่งตอนโดนเก็บคราวนั้น เราเห็นบางกลุ่มก็เลิกทำไปเหมือนกัน

ก็หายไปนานนะคะ 555+ จริงๆ มานี้ ทำเฉพาะตอนที่ชอบอะคะ ว่างมีเวลาทำก็ทำตามใจ ดอง ไว้ ปีนี้แจกยังมีเลยคะ

555555 อืมๆ คะ คือ เอาตอนที่เราว่างกับมีตอนที่เราชอบก็ทำใช่มั้ยคะ

ไซคะ หลังๆ มา ทำงานแล้วเงิคะ เวลาว่างไม่เหมือนตอนเรียน บางทีกลับบ้านมาเปิดคอมก็เลือกดูซีรีย มากกว่าทำซัพคะ

555555 อันนี้เห็นด้วยอย่างแรงคะ ดูซีรียนี้ช่วยผ่อนคลายได้สุดๆ เลยคะ เราต้องดูทุกวัน 555 ไซคะ ตอนนีกำลังติด Mark กับ ผีสาว คะ

อ้อๆ อีอิ เราก็ดูผีสาวค๊าา ไม่ดู scholar เหรอะคะ มาร์กส์จะจบแล้วนิคะ

ดูคะ แต่รอดูจากเพลง คะ พอดีชอบเพลงนี้แปลคะ เลยตั้งใจรอไม่ดูจากทีมอื่น แหะๆ scholar เหมือน ซีรียแปลจะทำรีเปล่าคะ เราไม่ดูบ้านนี้อะ ไม่ชอบแอดมินเป็นการส่วนตัว 555+

โอ้ๆ คะ แสดงว่าปกติดูจากซัพไทยใช่มั้ยคะ รวมถึงรายการรันนิงด้วยรีเปล่าคะ ปกติเราดูจากซัพอิงอะคะ แหะแหะ

ไซคะ ดูซัพไทยเป็นหลักคะ พากย์ไทยไม่ค่อยดูคะ แปลชอบเปิดให้แม่ดู อ้อ ซัพอิงค์เฉพาะเวลาที่หา ซัพไทยไม่ได้คะ

อืมๆ คะ เราดู อะคะ เราไม่เห็นซัพไทย scholar เลยดูจากซัพอิงนะคะ อย่าง 1 Night 2 Days หาซัพไทยไม่ได้ก็ดูซัพอิงค์คะ

อืมๆ เราก็ชอบรายการนี้เหมือนกันอะคะ

แนะนำเพลงนี้คะ แปลดีมากกกกกกก

ตั้งแต่ miseng คะ แปลดีมาก เว็บบอื่นแปลไม่รู้เรื่องเลย

ตามมา

โอ้ๆ ขอบคุณค่า อย่างนี้มีเวลาดูรันนิ่งจะดูจากซัพอิงหรือซัพไทยคะเนี่ย
ซัพไทยคะ

มีบ้านไหนที่ชอบหรือติดตามเป็นพิเศษมั๊ยคะ
ถ้ารันนิ่งแมนชอบบ้านพี่ คะ ตอนเริ่มทำซัพเรียนจากพี่ นี่แหละคะ เดียวนี้พี่
ไม่ทำแล้ว

โอ้ ไซ้คะ นี่ทำเป็นกลุ่มแรกๆ เลย
ไซ้คะ

ที่เรียน คือ ขอคำปรึกษาไซ้มั๊ยคะ
ไซ้คะ วิธีแต่งซัพอะไรพวกนี้คะ เทคนิคทำซัพสองสี ทำซัพเลื่อน เซตสไตล์ อะไรพวกนี้อ่าคะ

โอ้ ค้าา อย่างนี้ก็ปรึกษากันทางเฟสเหมือนกันไซ้มั๊ยคะ
ไซ้คะ บ้านซัพที่ทำแรกๆ จริงๆ รู้จักกันเกือบหมดคะ มีแต่บ้านที่มาหลังๆอ่าคะที่ไม่ได้สนิทกัน

อย่าง จะสนิทกับพี่ อ่าคะ กลุ่มนี้คือรู้จักกันมานานแล้ว เห็นทำ
เว็บกันมาตั้งแต่แรกๆ ประมาณเนี่ยคะ

อืมๆ ดีจังคะ เดียวนี้มีกลุ่มใหม่ๆ มาเยอะมาก
ไซ้คะ มาเยอะจนบางทีก็ตามไม่หมด ทำไวด้วยคะ สามวันเสร็จ เอาเวลาไหนไปนอน ><

555 จริงคะ เรายังสงสัยว่าทำกันไดยังไง
เราทำแบบนั้นไม่ได้คะ เพราะเราทำงาน เคยแบบปั่นกันสุดชีวิต ซัพอิงค์ออกวันจันทร์ ทำเสร็จวันอาทิตย์
เหนื่อยมากคะ รู้สึกจะอีพี 114 ตั้งแต่นั้นเลยคุยกันว่าไม่เอาแล้วละ เหนื่อยเกินไป คนในทีมส่วนใหญ่จะ
ทำงานแล้วคะ เวลาทำซัพคือช่วงดึกๆ คะ

อืมๆ คะ แล้วกลับจากงานมาก็หมดแรงแล้วด้วย มานั่งทำซัพตอนนี้นับถือจริงๆ คะ เราเพิ่งเห็นด้วยว่าบาง
บ้านที่อัพซัพลงเว็บโดนเก็บไป คุณ ได้ข่าวบ้างมั๊ยคะ
ได้ข่าวคะ ไม่ได้ลงเฟสบุ๊คเลยคะ ตั้งตอนที่โดนเก็บคราวนั้น ลงแต่ vimeo กับ G+ คะ แต่ vimeo ฟัง
โดนเก็บไปคะ เหลือแต่ G+ กะ เดลี่โมชั่น

ปกติ อัพทั้งไว้หลายอันคะ เอาไว้เป็นตัวเลือก ตอนที่โดนคราวที่แล้วเลยไม่กระทบมากนัก เพราะไม่ได้
โดนหมดคะ

โอ้ คะ แต่คราวนี้แปลก เราเช็คว่าบ้านที่อัพลงเฟสเหมือนจะยังอยู่ แต่บ้านที่อัพลงเว็บหายไปหมด
จริงๆ เราว่ามันน่าจะเกี่ยวกับ adf คะ เพราะเหมือน adf บางทีก็สุ่มๆ ตรวจสอบอ่าคะ พอเจอคลิกเยอะๆ เลย
ตรวจสอบ

อ้อ อย่างนี้เอง เราก็สงสัย อย่างนี้คิดยังไงกับเรื่องที่ซัพถูกลบบ้างคะ
ก็เสียดายคะ แต่เสียใจแทนคนทำ เพราะกว่าจะทำ กว่าจะอัพ มานานมากคะ แล้วหายทีเดียวหมดเลย
คงมีน้อยสิคะ

อืม จริงคะ อีพีนี้ก็ใช้เวลาทำนานมากๆ แล้วคิดยังไงกับพวกขายแฟนซัพบ้างคะ
ถ้าทำเอง ขายเองก็เฉยๆ คะ แต่ถ้าไปเอาของคนอื่นมาขายไม่ชอบเลยคะ รู้สึกเหมือนเค้าเอาไปหาเงิน
เข้ากระเป๋าตัวเองคะ เพราะเจตนาคือเราทำเพื่อให้คนที่อยากดูกันฟรีๆ เพื่อพัฒนาทักษะทางภาษาแล้ว
ก็ดูเพื่อความบันเทิงคะ
จริงๆ การทำเว็บจะมองในแง่กฎหมายมันก็ผิดนะคะ แต่มันมีช่องว่างอยู่ตรงที่ ถ้าทำให้ดูเฉพาะกลุ่มไม่ได้
นำไปหารายได้ ไม่ผิดคะ แต่ถ้าทำไปหารายได้อันนี้ผิดลิขสิทธิ์คะ ถ้ามีการฟ้องขึ้นมา พวกที่เอาไปขาย
จะโดนไม่เท่าคนทำคะ

อืม คะ อย่างนี้อะไรเป็นกำลังใจให้ทำเพจหรือทำซัพต่อคะ

พวกเพื่อนๆ ค่ะ บอกว่าอยากให้เราทำอีก ดูเข้าใจขึ้นเยอะ บางอันก็ไม่แจกในเพลงค่ะ แจกในเฟสให้เพื่อนๆ ดูแทน

โอ้ เทรอคคะ ดีจัง เพื่อนๆ นี่คือกลุ่มที่เจอกันเพราะเป็นแฟนรายการเกาหลีสรีเปล่าคะ หรือเป็นเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้ว
เพื่อนๆ กลุ่มแฟนรายการเกาหลีสรีคะ

อืม ค่ะ คิดว่าอะไรที่ยากที่สุดในการแปลซัปดาห์คะ
เพลงคะ บางเพลงไม่เคยฟังมาก่อน แปลๆไปแล้วรู้สึกแปลกๆ

แปลเพลงนี้ยากจริงๆ ค่ะ โดยเฉพาะถ้าทำคาราโอเกะไปด้วย อันนั้นขั้นเทพ



เคยคิดอยากจะเป็นนักแปลอาชีพบ้างมั๊ยคะ
เคยคะ แต่คิดว่ายังเก่งไม่พอ

โอ้ ถ้าทำซัปดาห์ได้ระดับนี้แล้วก็ถือว่าประสบความสำเร็จเยอะแล้วนะคะ คิดว่ายังทำซัปดาห์ต่อไปเรื่อยๆ มั๊ยคะ
คงเรื่อยๆ ค่ะ แต่คงไม่ได้ทำเร็วเหมือนเดิม เพราะด้วยอะไรหลายๆ อย่าง หายไปนานๆ ก็ดีนะคะ คัดคน
ได้เยอะเลย แต่ก่อนคนเยอะๆ มีดราม่าเกือบทุกวัน เดียวนี้คนน้อย เหลือแต่คนที่ตามจริงๆ

5555 อืม ค่ะ ยิ่งช่วงที่โดนเก็บนี้ ดราม่าเยอะเลยใช่มั๊ยคะ
ใช่คะ

มีแบบไหนบ้างคะเนี่ย แล้วจัดการยังไง คิดแล้วปวดหัวแทนคะ
ก็แบบเกรียนๆ อะคะ ทวงซัปดาห์ เร่งซัปดาห์ เทียบเรากับบ้านอื่นประมาณบ้านนั้นเสร็จแล้วนะ บ้านนี้ทำไมยังไม่
เสร็จ (กรณีในตอนมันตอกันอะคะ) แต่ก่อนมีแปลข่าวด้วยอ่าคะ พอลงข่าววงที่ไม่ถูกใจก็มาเมนต์ดราม่า
คะ ที่เยอะสุด ตอนข่าวไอยูกะอินฮยอกอ่าคะ อันนั้นดราม่าที่สุดตั้งแต่ลงข่าวมาเลย

อืม เรื่องทวงซัปดาห์นี้เราก็ไม่เห็นด้วยนะคะ โอ้ ตอนข่าวนั้นมีดราม่ากันด้วยเทรอคคะเนี่ย ตอนนั้นจัดการยังไง
อะคะ
ก็ให้เตือนคะ แล้วก็ขอร้องโพสที่ดราม่า ถ้ายังไม่หยุดก็แบนเลยคะ เพราะเราประกาศเป็นกลางอะคะ ชมได้
แต่ห้ามมาดราม่า ศิลปินใคร ใครก็รักคะ

อืม จริงคะ โอ้ จะเที่ยงคืนแล้วใช่มั๊ยคะเนี่ย ขอขอบคุณมากๆ เลยนะคะที่ให้สัมภาษณ์
ค่า ที่หนูคงจะเข้าใจแล้วเน้อๆ เลย ขอโทษนะคะที่ให้รอ

มายเลยค่า ที่นี้ห่างจากไทย 6 ชั่วโมงคะ ตอนนี้หกโมงเย็นพอดี ลีคะ เลยต้องนอนดึกเลย อย่างนี้
มีใครพอจะแนะนำให้เราไปขอสัมภาษณ์ได้อีกบ้างรีเปล่าคะ หะหะ
รายการนี้นิ่งแมนหรือคะ หรือรายการอื่นด้วย

รายการนิ่งแมน หรือจะรายการอื่นด้วยก็ได้ค่า
เดี่ยวถามให้นะคะ

โอ้ ขอขอบคุณมากๆ เลยค่า
ขอคำถามสุดท้ายได้มั๊ยคะ คิดว่าการทำแฟนซัปดาห์ทำให้เราได้อะไรบ้างคะ หมายถึงประโยชน์ที่ได้จาก
แฟนซัปดาห์คะ
รู้สึกว่าภาษาดีขึ้นคะ แต่ก่อนต้องเปิดดิกแทบทุกคำ หลังๆ มา ไม่ต้องเปิดก็แปลออกคะ
แนะนำให้ลองไปถาม นะคะ น่าจะมีคนสะดวกให้สัมภาษณ์อยู่คะ พอมีคนในที่นี้ไม่สะดวกคะ

โอ้ ค่ะ ไม่เป็นไรค่า ขอขอบคุณมากๆ อีกครั้งนะคะ
ยินดีค่า

Interviewee 5

29/07/2015

สวัสดีค่ะ ชื่อเปานะคะ พอดีตอนนี้กำลังทำวิจัย ป.เอกที่มหาวิทยาลัย Dublin City University ที่ไอร์แลนด์ เรื่องการแปลโดยกลุ่มแฟน ซึ่งเจาะไปที่รายการร็อนนิ่งแมนอยู่ (เพราะเป็นแฟนรายการนี้ค่ะ ^^) พอดีเห็นเครดิตขึ้นตอนดูซับไทยร็อนนิ่งแมนของ ว่าได้แปลรายการนี้ เลยอยากสอบถามว่า ถ้าจะขอสัมภาษณ์ทาง Skype หรือแชตผ่านเฟสก็ได้ค่ะ ไม่ทราบว่าสะดวกไหมคะ คำถามจะเกี่ยวกับเรื่องประสบการณ์การทำแฟนซับแล้วก็ความคิดเห็นต่างๆ ไปกับการทำแฟนซับและเป็นแฟนรายการค่ะ ขอโทษด้วยนะคะที่รบกวน แล้วก็ขอบคุณมากๆ ค่ะ

สะดวกเป็นแชตค่า ยินดีค่าๆ ขอโทษที่ตอบช้าค่ะ

โอ้ขอบคุณมากนะคะ ไม่ทราบว่าอาทิตย์หน้าสะดวกมั๊ยคะ วันไหนก็ได้ค่ะ แล้วจะสะดวกช่วงเวลาไหนดี ค่ะ ^^

อาทิตย์หน้าวันพุธได้ค่ะ เย็นๆได้ค่ะ หรือเสาร์อาทิตย์นี้ก็เย็นๆได้ตลอดค่ะ

อ้อ ค่า ันเป็นวันเสาร์ได้มั๊ยคะ สักห้าโมงเย็นตีมั๊ยคะ ได้ค่า

ค่า ขอขอบคุณอีกทีนะคะ
ยินดีค่า
(Thumbs up)

1/8/2015 10:57

สวัสดีค่า ไม่ทราบว่าตอนนี้พอจะสะดวกให้สัมภาษณ์มั๊ยคะ ตามแนบเป็นหนังสือชี้แจงงานวิจัยค่า

หนังสือชี้แจงงานวิจัย.docx

เปิดไฟล์ · ดาวน์โหลด

กับขอกวนตึ๊กแบบสอบถามสั้นๆ ด้วยนะคะ

ตามลิงก์นี้นะคะ

https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMqdhH5Blzd8VPoiqchRiVVeBfzCPAWKFemV8yM/viewform?usp=send_form

ขอบคุณนะคะ

สัมภาษณ์นานมั๊ยคะ ถ้าเป็นมีดๆ ได้มั๊ยเอ่ย

คงนานเหมือนกันนะคะ ได้เลยค่า หรือถ้าไม่สะดวกจะเป็นวันพุธหรือพรุ่งนี้ก็ได้นะคะ ค่า เดี๋ยวคินนี้บอกอีกทีนะคะ พอดียังอยู่ข้างนอก

ได้เลยค่า ขอขอบคุณค่า

(Smiley)

ตอนนี้ว่างแล้วนะคะ

โอ้ คำ รบกวนช่วยตีแบบสอบถามให้ด้วยนะคะ

ซึกครูนะคะ

ได้คำ ขอบคุณค่า

เรียบร้อยค่ะ

ขอบคุณค่า ฉันขอเริ่มถามเลยนะคะ

ค่า

เริ่มมาแปลแฟนซึบไต้ย้งใจหะคะ แล้วเข้ากลุ่มที่อยู่ตอนนี้ไต้ย้งใจอะคะ

ตอนแรกเคยแปลให้อีกเพคะ ด้วยการที่เคยเรียนภาษาเกาหลีมาเลยอยากใช้ เพราะถ้าไม่ใช้ก็จะลืม แล้วก็เริ่มมาเปิดเพลงตัวเอง พอเปิดเพลงตัวเองก็มีเพลงอื่นๆมาขอให้ไปช่วยแปลบ้าง มีช่วงหนึ่งที่หายไปจากการทำซึบเพราะเวลาอะไรไต้ย้งใจด้วยคะ

เข้ากลุ่มนี้ได้ก็เพราะว่า ตอนแรกเห็นว่าเพนั้นเค้าทำซึบเร็ว ซึบดี แล้วว่างๆอยู่ เลยอยากลองทำดู ก็เลยไปสมัครดูคะ

ค่า อย่างนี้เริ่มแปลมานานเท่าไรแล้วหะคะ

ประมาณสองปีคะ

เวลาแปลจะแปลจากเกาหลีมาเป็นไทยเลย หรือว่าดูจากซึบอังกฤษคะ เพราะรู้ภาษาเกาหลีด้วยไหม๊คะ

อ้อ มีทั้งแปลซึบเกาหลีเลย แล้วก็ซึบอิงคะ

อ้อ ค่า อย่างนี้เคยแปลรายการอะไรมาบ้างแล้วหะคะ

ถ้าคลิปสั้นๆ ที่ไม่ค่อยมีซึบอิงก็จะแปลโดยตรง ถ้าคลิปยาวส่วนมากก็จะหาซึบอิงคะ

โอ้ๆ ค่า

ตอนนี้ที่แปลก็มี runningman ค่ะ ที่แปลมาเยอะสุด มี we got married มี คลิปสั้น infinite challenge แล้วก็พวก แผลดสาม

โอ้ๆ ค่ะ เราก็ชอบแผลดสามค่า ^^ ถ้าตอนแปล runningman นี้จะแปลจากซึบอิงไหม๊คะ

ค่า ใช่คะ

บางทีเวลาซึบอิงไม่แปลตัวซึบลอยมา จะแปลจากเกาหลีไต้เลยไหม๊คะ หรือว่าเปิดดิกด้วย หรือจะยึดตามซึบอิงแล้วข้ามไปเลยคะ

ก็ถ้าทำของเพลงตัวเองก็จะแปลทั้งหมดคะ มีเปิดดิกบ้าง แต่ถ้าเป็นเพลงใหญ่ที่อัฟซึบเร็วๆ เค้าก็อาจจะไม่ค่อยไต้สนใจเรื่องตัวแต่งมาก ก็อาจจะข้ามๆคะ เน้นความเร็วมากกว่า ยึดตามซึบอิง

อ้อๆ ค่า ปกติที่แปลให้เพใหญ่จะใช้เวลาแปลเท่าไรหะคะ เพราะเราเคยดูแล้วเค้าอัฟเร็วมากๆ ยกนิ้วให้เลยคะ

เค้าจะแบ่งแปลกันเป็นพาร์ทๆนะคะ ก็คือ พาร์ทหนึ่งประมาณ 500 บรรทัด ใช้เวลาประมาณ 2-3 ชั่วโมงต่อพาร์ทคะ

อย่างนี้เวลาคุณ แปลตอนนี้จะแปลก็พาร์ทหะคะ

ถ้าเวลาเยอะก็ 2 ค่ะ ไม่เกินนั้น เพราะทีมซึบจะมีหลายคนคะ

พอจะรู้ไหม๊คะ ว่าในกลุ่มแบ่งงานกันย้งใจนะคะ แล้วมีประมาณกี่คน เพราะทำไต้ไว้มาก

จะมีคนที่ใหม่มีงคะ ไม่นั่นใจว่าทั้งหมดก็คน เพราะใหม่มีงจะใช้เวลานานสุด แปลก็น่าจะเยอะอยู่นะคะ 55555 อันนี้ไม่นั่นใจ

555 คำ อย่างนี้พอแปลครั้งนึง กลุ่มก็จะติดต่อมาให้แปลให้เธอคะ แล้วแปลใส่โปรแกรมอะไรรีเปล่าคะ ไซค์คะ ก็จะแจกไฟล์ซิปกันเป็นตารางๆ ว่ามาเมื่อไหร่ แล้วแต่รายการคะ ใช้aegisubแปลคะ

อ้อ คือมีคนใหม่มาให้ก่อน แล้วก็แปลง aegisub เลยไซมัยคะ ไซค์คะ

แล้วแบ่งงานเป็นตารางงานเลยเธอคะ คะ ถ้ารายการหลักจะมีตาราง

สุดยอดเลยคะ ทำเหมือนมืออาชีพเลย อย่างนี้เคยพูดคุยกับคนในกลุ่มบ้างมัยคะ ของ ไม่นั่นมีค่า ถ้าทีมเล็กๆ บางทีก็มีบ้าง

อ้อ คำ หมายถึงกลุ่มใหญ่อย่าง จะติดต่อแค่ตอนแจกงานรีเปล่าคะ คำ ไซค์คะ คือ ไม่ได้เป็นทีมหลักของเค้าด้วยคะ เลยอาจจะไม่มีการติดต่อส่วนตัวบ่อยๆ

อืมๆ คำ อย่างนี้เริ่มมาแปลได้ยังไงคะเนี่ย หมายถึงอะไรเป็นแรงจูงใจให้ติดต่อกลุ่มมาสมัครแปลนะคะ ก็อย่างที่บอกคะว่าอยากใช้ภาษาเกาหลี ก็แบบภูมิใจด้วยคะ มีซิปที่ตัวเองแปลเองให้คนอื่นดู555

อืมๆ คำ มีชอบรายการเกาหลีเป็นพิเศษมัยคะ หรือว่าอยากฝึกภาษาอย่างเดียว

ก็ชอบทั่วไปนะคะ รั้นนึ่งแมน ซีรีส์ อะไรพวกนี้ ดูได้เกือบหมดเลยคะ

อืม คำ ตอนแรกมีแรงจูงใจอะไรในการเรียนภาษาเกาหลีเธอคะ พอจะถามได้มัยคะว่าเรียนเกาหลีมาก็ปี แล้วนะคะ เรียนเพราะอยากรู้ภาษามากขึ้นคะ ไม่ได้มีแรงจูงใจอะไรมาก 555555 เรียนมาประมาณ 3 ปี แต่ตอนนี้ ไม่ได้เรียนแล้วคะ

5555 คำ เราเห็นว่าบางคนชอบรายการเกาหลีมาก่อนแล้วอยากเรียนนะคะ อืมๆ คำ

อย่างนี้เวลาติดต่อกับกลุ่ม ก็ติดต่อกันทางเฟสอย่างเดียวไซมัยคะ ไซค์คะ

เวลาทำงานก็จะมีกลุ่มแยกต่างหากรีเปล่าคะ หมายถึงยังไงคะ

หมายถึง เราอยู่บ้านซิปบ้านนึงแล้วเค้าจะมีกลุ่มแยกต่างหากเอาไว้คุยเฉพาะแอดมินนะคะ เลยไม่รู้ว่่า กลุ่ม จะเป็นอย่างเดียวกันรีเปล่า ก็อย่างที่บอกคะว่าไม่ได้เป็นคนทำซิปหลักเลยอาจจะไม่ได้อยู่ในนั้น เค้าอาจจะมัยคะ

อ้อๆ คำ แล้วตอนแปลเค้ามีกฎอะไรกำหนดไว้มัยคะ เช่น การสะกดชื่อสมาชิกในรายการอะไรแบบนี้คะ หรือว่าแปลได้ฟรีสไตล์เลย ก็จะมีค่าแทนตัวเอง ต้องดูตามอายุ บางคำก็ให้คงเกาหลีไว้ อย่างพวก อปป้า ฮยอง พวกนั้นคะ

ค่า แล้วตอนนี้เราเห็นว่าทางกลุ่มโดนลบไฟล์ไป กับจะปิดบล็อกชั่วคราว อย่างนี้คุณ มีผลกระทบอะไรมั๊ยคะ หมายถึงว่าจะหยุดแปลชั่วคราวรีเพล่า หรือว่าแปลตามปกติ อันนั้นก็ต้องแล้วแต่ทางเพจจะตัดสินใจค่า เพราะแค่แปลเฉยๆ

อืมๆ ค่ะ แล้วรู้สึกยังไงกับที่ไฟล์โดนลบไปคะเนี่ย เพราะเราก็อดส่าห์แปลโดนลบก็อัฟใหม่ได้ค่า สปีริตคนทำซบอยู่แล้ว 555555 เพราะปัญหาแบบนี้มาบ่อยๆ ค่ะ สำหรับคนทำซบ

น่าสนิคะ แต่สู้สู้คะ 5555 อย่างนี้ชอบทำงานกับกลุ่มใหญ่ หรือว่าแปลคลิปสั้นๆ เองมากกว่ากันอะคะ แล้วตอนแปลคลิปสั้นๆ นี่ทำเองคนเดียวทั้งหมดเลยมั๊ยคะ ทำงานกับกลุ่มใหญ่ๆ ง่ายกว่าคะ อะไรๆ ก็พร้อมกว่า เคยโหลดไฟล์มาทำเอง สรุปรวาลงแล้วโดนลบเพราะไฟล์ติดลิขสิทธิ์ กว่าจะทำใหม่มีงกนานอีกคะ ถ้าคลิปที่ลงให้เพจก็ทำเองคะ

โอ้ค่า นั่นสิคะ ไท่มมีงนี้ใช้เวลาสุดๆ อย่างนี้เรียนวิธีใช้ Aegisub หรือพวกไท่มมีงมาจากไหนหระคะ หาตามเว็บเอาคะ ไมยากก มีวิธีสอนเยอะ

โอ้ ค่า คิดว่าอะไรยากที่สุดในการแปลซบคะ น่าจะเป็นเลือกค่าให้เข้าใจง่ายที่สุดคะ

อืม ค่ะ คิดอยากจะเป็นนักแปลอาชีพบ้างรีเพล่าคะ ถ้ามีโอกาสก็น่าสนใจคะ

ค่า แต่ตอนนี้คิดจะทำซบไปเรื่อยๆ ใม่มั๊ยคะ ยังไม่เบื่อนะ 5555
ยังค่า 555

อืมๆ ดีแล้วค่า ถ้ามอีกหนอยได้มั๊ยคะ อย่างนี้จะใช้เวลาช่วงไหนแปลซบหระคะ ยิ่งถ้าทำคลิปสั้นๆ ที่ต้องทำเองทั้งหมดด้วยนะคะ น่าจะใช้เวลาหลายชั่วโมงเลยใช้รีเพล่าคะ ก็ เสาร์อาทิตย์หรือช่วงบ่าย ที่ว่างจากเรียนคะ

อืมๆ ค่า แล้วเพจที่ทำเองตอนนี้ก็ดูแลคนเดียวเลยใม่มั๊ยคะ ใม่ค่า เลยไม่ค่อยได้อัฟเท่าใไหร่55555

55555 ค่า แต่ก็ดีออกคะ ให้ความรู้ภาษาเกาหลีสั้นๆ ไปด้วย ทำคลิปสั้นๆ ไปด้วย โดยเฉพาะแปลสามนารีคดีค่า
ขอบคุณค่า 5555555

อย่างนั้นนอกจากฝึกภาษาแล้ว คิดว่าการทำซบหรือทำเพจมีประโยชน์อะไรอีกบ้างมั๊ยคะ ก็ได้ประสบการณ์คะ มันเป็นอะไรใหม่ๆ ที่ได้เรียนรู้ ได้รู้จักคนใหม่ๆ ด้วยคะ

อืมๆ ค่า อย่างนี้ก็มีคนติดตามผลงานเยอะเลยใม่มั๊ยคะ อีอิ

ใม่ค่อยหระค่า 555 ยังเริ่มต้น

ค่อยๆ ทำไปคนก็จะรู้จักขึ้นค่า คิดว่ากำลังใจจากคนติดตามผลงานเราช่วยได้เยอะมั๊ยคะ แล้วที่แปลให้ ด้วยค่า ก็ได้เยอะ ไลค์เยอะ ผลตอบรับเยอะ ค่าขอบคุณเยอะก็ทำให้เราอยากทำมากขึ้นนะคะ

อืมคะ แล้วคิดยังไงกับคนที่เอาแฟนซบไปขายคะ ก็ถือว่าแยคะ 5555555 แต่เราก็ทำอะไรเค้าไม่ได้ ขึ้นอยู่กับจิตสำนึกนะคะ

อืม จริงค่ะ ขอขอบคุณนะค่าที่ให้สัมภาษณ์ ใช้เวลานานหน่อย
ค่า ยินดีค่ะ
ค่า

Interviewee 6

02/08/2015

สวัสดีค่ะ ชื่อเปานะคะ พอดีตอนนี้กำลังทำวิจัย ป.เอกที่มหาวิทยาลัย Dublin City University ที่ไอร์แลนด์ เรื่องการแปลโดยกลุ่มแฟน ซึ่งเจาะไปที่รายการร็อนนิ่งแมนอยู่ (เพราะเป็นแฟนรายการนี้ค่ะ ^^) พอดีเพิ่งสัมภาษณ์ จากเพจ ไปแล้ว ก็แนะนำเพจนี้มานะคะ เลยอยาก รบกวนถามว่าถ้าจะขอสัมภาษณ์ทาง Skype หรือแชตผ่านเฟสก็ได้ค่ะ ไม่ทราบว่าจะสะดวกไหมคะ คำถามจะเกี่ยวกับเรื่องประสบการณ์การทำแฟนคลับแล้วก็ความคิดเห็นต่างๆ ไปกับการทำแฟนคลับและเป็น แฟนรายการค่ะ ขอโทษด้วยนะคะที่รบกวน แล้วก็ขอบคุณมากๆ ค่ะ

ได้ค่ะ ยินดีค่ะ ไม่รบกวนเลยคะ เพียงแต่ว่า skype อาจจะไมสะดวกคะ เพราะว่า เครื่องที่บ้านไม่ได้ลง skype ไว้คะ ลงแต่ที่ออฟฟิต เฟสบุค หรือไลน์ เป็นโทร หรือข้อความ หรืออีเมลล์ ก็ได้คะ

ขอบคุณมากนะคะ เป็นข้อความทางเฟสก็ได้ค่ะ ไม่ทราบว่าสะดวกวันไหนคะ กับช่วงเวลาไหนดี จะ เป็นสัปดาห์หน้าก็ได้คะ

สะดวกคะ คุณเปาวางก็แชตมาถามได้เลยคะ ยินดีค่ะ ชื่อ นะคะ จะไม่ค่อยสะดวกแค่ตอนเช้าๆ ค่ะ ส่วนมากมีประชุม แต่ถ้าเย็นๆหลัง 18 น.ไปแล้วก็สะดวกได้ทุกวันคะ ยกเว้นวันศ เรียนเกาหลีค่ะ

โอ้ เรียนเกาหลีอยู่ด้วยหรอคะเนี่ย ขอขอบคุณค่า งั้นเราขอเป็นวันอังคารเย็นๆ ได้มั๊ยคะ ได้คะ เก่งจังคะเรียนป.เอก ที่ไอร์แลนด์

5555 ค่า หนักอยู่เหมือนกันคะ หรือจะสัมภาษณ์ตอนนี้ คุณ จะสะดวกมั๊ยคะ จะกวนรีเปลา หรือว่าจะ เป็นวันอังคารเหมือนเดิมก็ได้คะ

ได้คะ คุยได้เลยคะเพิ่งเสร็จภารกิจโพสคลิปพอดี้คะ 5555 ไม่กวนคะ ยินดีด้วยซ้ำคะ

5555 เราเพิ่งดูไปคะ เราก็ชอบดูรายการนี้เหมือนกันค่า

ชอบร็อนนิ่งแมนเหมือนกันแต่ไม่ได้ว่างดูแล้วเพราะทำเพจสามแสบนี่ละคะ 5555

อันนี้เป็นหนังสือชี้แจงงานวิจัยของเราคะ

หนังสือชี้แจงงานวิจัย.docx

เปิดไฟล์ · ดาวน์โหลด

55555 อืมๆ ค่ะ กว่าจะทำคลิป ตามข่าว ค่ะ

เห็นภาพเลยคะ

รบกวนดีกแบบสอบถามตามลิงก์นี้ให้ด้วยนะคะ

https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMqdhH5Blzd8VPoiqHrIVVebFzCPAWKFemV8yM/viewform?usp=send_form



ผลงานเขียน

ศูนย์วิจัยภาษาและวัฒนธรรมการศึกษาด้าน
ของ Applied Language and Intercultural Studies, Dublin
City University
Tel: +353 1 703 7711
Email: language@dcu.ie | www.dcu.ie

หนังสือแสดงเจตนายินยอม

I. ชื่องานวิจัย ชื่องานวิจัย: ความคิดสร้างสรรค์ของการแปลซ้ำไตเติ้ลโดยกลุ่ม
แฟนในประเทศไทย: กรณีศึกษาของรายการโทรทัศน์ "รันนิ่งแมน" หน่วยงาน:
School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University ผู้วิจัย: ธาร
ดาว วงศ์เสวี [thandao.wongseree2@mail.dcu.ie; +353-87-337-1526] อาจารย์...

docs.google.com

ขอบคุณค่า

ทำวิจัยต้องเอาไปแปลอีกทีลึะเนี่ย ..ตอน เรียนโท ที่บอสตันก็ จี้เลยคะ แต่มัวเองก็เยอะ
5555555555 เจอเคสชันแนร์เยอะๆ มีน

ข้ายเลยคะ เรามีสัมภาษณ์กับทำเซอร์เวย์ด้วยนะคะ ต้องแปลเป็นอังกฤษหมดเลย

ผู้วิจัยได้รับทุนสนับสนุนเพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ -- -โอย์แก่งจิง

โปรดระบุชื่อที่ใช้ในการเป็นนักแปลอิสระ -- อันนี้ใส่นามปากกาหรือว่าใส่ชื่อนามสกุลจริงคะ

ใส่นามปากกาเลยคะ เพราะจะไม่ใส่ชื่อจริงลงในงานวิจัยเลยค่า

ใส่ชื่อเพจไปนะคะ แล้วส่งแบบฟอร์มกลับไปเรียบร้อยแล้วคะ

555 ค่าได้ทุนจาก มช นะคะ เหนอเหอ

ขอบคุณมากค่า

น่าภูมิใจกว่าเรียนเองคะ

อ๊อ อย่างนี้พี่ เริ่มแปลซ้ำไต่ยังไงเธอคะ

เริ่มจากกูเกิ้ลคะ

อ้อๆ หมายถึงทำไมถึงตัดสินใจมาทำซ้ำไต่ล่ะคะ

พอดีว่า ชอบดูซีรีส์เกาหลี แล้วก็ชอบ แทฮันมินกุกมันเช มีโอกาสก็เลยไปเรียนภาษาเกาหลีคะ ก่อนนี้
เป็นแอดมินเพจ ดาราเกาหลีอยู่คะ มาทำเพจ แทฮันมินกุกมันเช ก็เลยอยากทำซ้ำด้วย

โ้อ ค่า ชอบคนไหนอยู่คะเนี่ย อ๊อ

ชอบ จางฮยอก กับนิชคุณคะ 5555

อ้ม ค่ะ ตั้งเพจแทฮันมินกุกมันเชมาได้ไม่นานเท่าไรแล้วเธอคะ

3 เดือนกว่าคะ เปิดเพจ 5 เมษายน

จางฮยอกจะรับเล่นซีรีส์เรื่องใหม่แล้วไข่ม้อยคะ (ขออนอกเรื่องนิดนึงคะ) 555

ไข่ม้อย หนึ่ง ซากี้ก the inn

ค่า รอดๆ เป้าชอบเรื่อง Fated to love you อะคะ

555 เหมือนกันคะชอบมาจาก FTLY ค่ะ

5555 ค่า

อย่างนี้ศึกษาการทำซ้ำมาจากไหนเธอคะ

ศึกษาจากกูเกิ้ลล้วนๆคะ ว่าทำซ้ำต้องทำยังไงบ้าง มีคนทำคลิปสอนไว้ใน ยูทูป ค่ะ

เปาเคยลองทำซับเหมือนกันคะ คือนอกจากแปลแล้วยังต้องทำไทป์มิ่ง ฟังซับ ใช้เวลาเยอะมากเลยอะคะ คือมีจุดไหนที่ทำให้ตัดสินใจว่าอยากทำซับลงเพจคะ
อย่างน้องเปาจะรู้ว่า อย่างซีรีส์เกาหลี ซับไทยจะออกไว้มาก วันนี้ออนแอร์พุงนี้ก็มีให้ดู แต่รายการวาไรตี้ มีคนแปลน้อย และแปลช้ามาก ยิ่งถ้ารอซับอิงค์ เป็นวีค

อืม จริงคะ อย่าง Return of the Superman นี่หาซับไทยดูยาก
อยากทำซับสั้นๆ ให้เพื่อนๆ ที่อยากรู้ไฮไลท์บางช่วงบางตอนได้สนุก ได้หัวเราะไปกับเด็กๆ เลยอยากทำ cut sub สั้นๆออกมาคะ เพราะไม่มีเพจไหนทำเลย

ใช้เวลาฝึกนานมั๊ยคะ

ไม่นานคะ ก็หัดทำแล้วก็โพสเลย แล้วก็ค่อยไปดู ว่าเพจอื่นที่เค้าทำซับกัน ไม่ว่าจะสามแสบหรือรันนิ่งแมน เค้าใช้ ฟอนประมาณไหนสวย แคปชั่นวางแบบไหนดูดี ก็แก้ไขมาเรื่อยๆคะ

พี่ ต้องทำคนเดียวเลยรีเปล่าคะ
คะ ทำคนเดียวเอฟเวอร์ดิ้ง จิงกาเบล 555555

555555 สุดยอด ใช้โปรแกรมอะไรอยู่หรือคะ
มีน้อง เคยมาช่วยแปล 1 ตอน แต่พี่เอามาทำไทป์มิ่งต่อ

อ้อๆ ไทป์มิ่งนี้ใช้เวลาสุดๆ เลยคะ
โหลดไฟล์ - bittorrent ดัดไฟล์- format factory ทำซับ - aegisub ฟังซับ-avirecom

อย่างนี้ตอนแปลแปลลงไป aegisub เลยใช้มั๊ยคะ
ใช่คะ คนแปลเท่าที่คุยมาทุกคนเบื่อกัน timing

จริงคะ
ตอนแปลแปลลงไป aegisub เลยใช้มั๊ยคะ -ใช่คะ

ตอนที่ แปลแปลจากซับอิงค์รีเปล่าคะ หรือว่าแปลจากเกาหลีเลย
แปลจากเกาหลีเลยคะ เพราะถ้ารอซับอิงค์คือ ประมาณ 1 สัปดาห์

โ้ อย่างนี้เรียนเกาหลีมานานเท่าไรแล้วหรือคะเนี่ย
อย่างตอนของวันนี้ (อาทิตย์) ออกอากาศ พุงนี้พี่ก็ออกซับไทย (สั้นๆ) ไปจนถึงวัน พุธ คะ ค่อยๆทำ ได้วันละนิดหน่อย จะได้ตอนละประมาณ 3-5 คัท
เรียนมา 8 เดือนคะ แปลไปเปิดดิกไป 55555

สุดยอดอะคะ 8 เดือนแล้วแปลได้เนี่ย ชื่อดิกเกาหลีมาไว้เลยใช้มั๊ยคะ
ดิกเกาหลีเพิ่งซื้อคะ กร๊ากกกกกก น้อง แนะนำมา แต่ที่ผ่านมาใช้ดิกออนไลน์คะ

55555 ค่า ดิกออนไลน์ใช้เว็บไหนหรือคะ
มีบ้างบางค่าที่ไม่เข้าใจก็ถามอาจารย์บ้าง หรือว่าถามเพื่อนคนที่เรียนเกาหลีเก่งกว่าเราเอาคะ

แต่ถึงอย่างนั้นก็ต้องฟังออกอยู่ดี ถึงจะแปลได้ ยิ่งฟังก็สุดยอดอะคะ
<http://endic.naver.com/>

naver แปลเป็นคำๆคะ มโนน้อยกว่า กูเกิลทราน เยอะ

โ้ คำ ที่เป็นไลน์แล้วพิมพ์ไปใช้มั๊ยคะ เปาไม่เคยลองเลยคะ ความรู้ใหม่ๆ
ไม่ใช่คะ ก็เป็นดิกแบบเราพิมพ์เกาหลีเป็นคำใส่ไป แล้วแปลมาเป็นอิงค์คะ

โ้ หรือคะ

ดึกในไลน์ ก็มีคะ แต่อาจจะไม่เปะ

เพิ่งคลิกไปดูคะ อืมๆ

อย่างนี้พี่ ก็ดูแลเพจคนเดียวเลยใช้มั้ยคะ ทั้งทำคลิป์ ตอบคอมเมนต์ เคยคิดอยากหาคนช่วยมั้ยคะ หรือว่าชอบทำคนเดียวมากกว่า

5555 อยากหาคนช่วยมากๆ คะ เพราะว่า เหนื่อยมาก

น่านสิคะ 555 ปกติใช้เวลากับเพจประมาณเท่าไรหรือคะ

ไม่คิดว่าเปิดเพจแล้ว คนจะไล่เคาะขนาดนี้ด้วยคะ 3 เดือนกับ 5.4 หมื่นไลค์ ก็ตกใจอยู่คะ

อืม ค่า แผลตสามนารักมากกอะคะ แล้วอย่างนี้พี่ บอก หาช่วยด้วย มีพี่ เสียสละทำให้ดูใจคะ ^ ^

ใช้เวลาเยอะคะในแต่ละวัน น่าจะมีวันละ 2-3 ชม ต่ำๆ ไม่เคยวัดเวลาที่แน่นอนเพราะว่า แวะๆ เข้าๆ ออกๆ อุ้งงาน 5555

5555 ค่า ผ่อนคลายใจคะ มีอะไรเป็นแรงจูงใจให้ทำต่อหรือคะ

55555 ผ่อนจน เดี่ยวนี้ไม่ได้เงยหน้าไปดูซีรีส์เรื่องไหนเลย แรงจูงใจคือ รักเด็กๆคะ คำนารักมาก รอคอยที่จะดูเค้าทุกๆวัน แล้วทำเพจมา เพื่อนๆในเพจก็นารักมากๆคะ ได้มิตรภาพที่ดี

อืมๆ ค่า เลยต้องเลื่อนการดูซีรีส์ไปก่อนใช้มั้ยคะ 555

อย่างนี้ตอนแปลจะพยายามแปลข้อความให้ครบบริบูรณ์เลยคะ อย่างพวกตัวแดง ที่ขึ้นบ่อยๆอยู่เหมือนกัน เล่านอกเรื่องนะคะ มีลูกเพจคนหนึ่ง เขียนมาคุยด้วย แล้วเค้าแทนตัวเองว่าแม่ (อายุ 65) คุยไปคุยมารู้ว่า พี่คนนี้(แม่) เป็นมะเร็ง แล้วก็นารักมาก เป็นแฟนคลับบิกแบง ด้วย กลายเป็นว่าทุกวันนี้แม่เขียนมาคุยด้วยทุกวัน ได้เป็นเพื่อนกัน ในยามที่คุณแม่พักรักษาตัว ที่รพ. คะ

มันก็เป็นความผูกพันที่เราได้เจอ แล้วก็ยินดีแล้วก็มีความสุขนะคะที่ได้รู้ว่า เค้ามีความสุขที่ได้ดูสามแสบนะ

โอ้ จริงหรือคะ ดีจังคะ แสดงว่ารายการนี้มีคนดูหลากหลายวัยมากเลยนะคะ ดีจังๆ ได้รู้จักคนเยอะเลยรีเปล่าคะ ตั้งแต่ทำเพจ

อย่างพวกตัวแดง ที่ขึ้นบ่อยๆอยู่เหมือนกัน ---- คะ ยากตรงตัวแดงนี้แหละคะ บางทีก็ใช้คำที่เราไม่รู้ ค่า แสลง แปลงเล่นคำ แบบที่คนเกาหลีชอบ

ใช่คะ มีลูกเพจหลายคนที่ยืนยันมาคุย แล้วก็มิตรภาพที่ดีต่อกัน

อืมๆ คะ อย่างนี้คงต้องเลื่อนดูซีรีส์ยาวแล้วละคะ

55555 ก็บอกเพื่อนว่าออกจากวงการซีรีส์แล้วคะ

5555 ค่า แต่ไม่มีลูกเพจคนไหนที่เป็นปัญหาอะไรใช้มั้ยคะ

ยังไม่เคยเจอแบบที่ต้องแบน หรือดิสทักข้อความทิ้งเลยคะ ถ้าที่เคยเจอคือ เป็น newfan ที่จะมาถามซ้ำๆ ว่า อันนี้อีพีไหน ดูซับไทย(ตอนเก่า) ได้ที่ไหน ซับไทยออกหรือยัง

อืม คะ อันนี้เป่าพอจะเข้าใจเลย

แต่ลูกเพจดี ๆ ก็เยอะใช้มั้ยคะ อย่างนั้นนอกจากคนป้าแล้วก็มีคนอื่น ๆ ส่งข้อความมาคุยด้วยอีกใช้มั้ยคะ ส่วนใหญ่จะติดต่อกันทางเฟสรีเปล่าคะ เคยมีนัดเจอกันข้างนอกบ้างมั้ยคะ

ใช่คะลูกเพจนารักมากๆคะ //ติดต่อกันแต่ทางเฟสคะ แต่ก็มีหลายคนที พี่ส่งของขวัญไปให้ เป็นกรอบรูปเด็ก ๆ มุลค่าอาจจะไม่ได้มากอะไร แต่เราให้เพราะว่ารู้สึกดีด้วย

โอ้ พี่ ทำเป็นกรอบรูปด้วยหรือคะ นารักจังคะ เป่าว่าเพจพี่ ดูใกล้ชิดกันดีจังคะ เคยคิดจะจัดแฟนมีตติ้งมั้ยคะ หรือไปเกาหลีตามรอยสามแสบนะคะ เป่าเคยเห็นบางคนเคยไป

แฟนมิดไม่เคยเลยคะ // ตัวพี่เองว่าจะไปตามรอยที่เกาหลีเร็วๆนี้คะ ที่ยังไม่ได้ไปสักทีเพราะว่ารอวันที่จะได้ไปนานๆละคะ อยากไปสัก 10 วัน

อืมๆ ค่า ต้องกลางงานอีกใช้มั้ยคะ

แฟนชอบบางรายการทั้งซีรีส์ กับรายการทีวีเคยเจอปัญหาไฟล์วีดีโอโดนลบนะคะ พี่ ดียังไงกับเรื่องนี้ (นอกเรื่อง ตอนเป่าตุลละอยากไปกินบุฟเฟต์ที่แฝดสามไปกินจังคะ)

ทำใจคะ เพราะว่าเราต้องยอมรับว่าสิ่งที่เราทำแม้จะไม่ได้ทำการค้า หวังเงิน เหมือนเราไม่ได้ทำผิดอะไร แต่มันคือการทับลิขสิทธิ์ หวังเพียงแต่ KBS MBC จะเข้าใจเราบ้าง 55555555555555
หมายถึงว่าอย่าตามกวาดตามล้างน้กเลย

อืมๆ จริงคะ 55555 พี่ คิดว่าระหว่างดูแลเพลงกับทำแฟนคลับอย่างไหนยากกว่ากันคะ 555

เชิงตรงที่เวลาโดนลบไฟล์เราจะโดนแบนไปหลายวันด้วยโพสวีดีโอไม่ได้นะคะ ทำชั้ยยากกว่าคะ เพราะใช้เวลามากจริงๆ

พี่ เคยโดนลบไฟล์แล้วหรือคะ

เคยสมัยทำเพจเกาหลีคะ พวกพีริว ซีรีส์ โดนลบแหกกลาญคะ MBC

โอ้ ไม่น่าเชื่อ พีริวก็โดนหรือคะเนี่ย

พวก short cut แม้ไม่มีชั้ยไทยก็โดนคะ เท่าที่ฟังๆเล่ามาคือ แล้วแต่ช่วงคะว่าช่องเค้าตามกวาดแคไหน

อืม ค่ะ ตอนนั้นก็โดนลบจากเฟซหรือคะ เป่างงเลยคะว่าเค้าตามลบได้ยังไง

พี่โดนบ่อยมากคะช่วงนี้ แต่ถ้าทำพวก MV ประกอบเพลง ภาษาอังกฤษตั้งๆมานี้ ไม่ต้องหวงคะโดนแน่นอน เค้าดีเทค จากเสียงคะ ... ยูทูบก็ด้วยคะ

แล้วที่พี่ บอกว่าโดนแบนนี้เป็นยังไงหรือคะ อืม แล้วแปลกที่มาเป็นช่วงๆ อย่างที่พี่ บอกด้วย

ถ้าเราโดนคือ มีสองแบบ 1. คือ โพสปีป ลูกเพจไม่เห็นได้เห็น จะมี ป็อปปัซขึ้นมาออกเลยคะว่าเราทับลิขสิทธิ์ ให้เราด ยอมรับ แล้วเราจะโดนแบนไป สามวันโดยประมาณ โพสคลิปไรไม่ได้อีก โพสอื่ก็จะมีป็อปปัซออกมาว่า เราโพสไม่ได้นะเพราะที่ผ่านมาเราทับลิขสิทธิ์

2. จู่ๆคลิปหายไปจากเพจคะ อันนี้จะไม่มีเตือนมา แค่คลิปหายไปกับสายลม 5555

555 ชอบคำว่าหายไปกับสายลมคะ เห็นภาพสุดๆ อย่างนี้พอเจอแบนหลังจากสามวันก็จะโพสอะไรไม่ได้ อื่แล้วอย่างนั้นหรือคะ

โพสรูปได้คะ สเตตัสได้ แต่คลิปไม่ได้

โอ้ โทดมาก ตอนที่เจอตอนนั้นพี่ ทำยังไงหรือคะ หมายถึงเก็บเพจนั่นต่อหรือว่าเลิกไปเลยนะคะ

คือจะแค่โพสไม่ได้ชั่วคราวคะ วิธีแก้ไขคือ 1. เราก้ไม่โพสวีดีโอ จนกว่าจะไม่โดนแบน เพราะถ้าตันทุรัง โพสอื่ ก้โดนอื่ 5555 2. สมัคร user อื่เพื่อไว้แล้วตั้งเป็นแอดมินไว้คะ ไว้เพื่อตองโพสคลิปอื่ ใช้ user อื่โพสได้คะ

อ้อ อย่างนี้ถ้าเป็นข้อ 1 เราจะรู้ได้ยังไงหรือคะว่าเค้าไม่แบนแล้ว

มันจะมาแบบนี้คะ Facebook Copyright Notifications

Please Read This!

Notification of Alleged Copyright Violation

We have removed your video entitled "3D Video that shows how baby get birth" uploaded at 3:39am December 6th, 2011. We did this because it appears to contain copyrighted material owned by a third party, such as a video clip or background audio. If you believe this material was removed by mistake, you may file a counter notice of alleged infringement by following the link below.

Please note that if you re-upload this video without filing a counter notice, or if you upload another video that infringes on the rights of a third party, we may remove the content. This could cause your access to the Facebook Video application, or your Facebook account itself, to be disabled.

To file a counter notice:

http://www.facebook.com/legal/video_copyright.php?vid=189157007842866

For any other questions, please view our Help page:

<http://www.facebook.com/help.php?topic=wvideos>

I acknowledge I have read this information.

Acknowledge

เราจะรู้ได้ยังไงหรือคะว่าเค้าไม่แบนแล้ว -- ลองโพสคลิปอะไรก็ได้คะ (ที่ไม่เสี่ยงว่าจะโดนแบน) 55555 มันจะบอกเลยว่าเราโพสคลิปไหนก็โมง ถึงโดนแบน ขอลาอะไร

โอ้วววว เห็นอย่างนี้แล้วก็เซ็งเหมือนกันนะคะ

ทำใจคะ 55555 น้องเปาเคยเห็น ในยูทูปที่บางคลิปเสียงเพี้ยนๆคะ พวกซีรีส์เกาหลี เค้บิดเสียงให้เพี้ยนจากเสียงปกติ เพื่อหลีกหนี การไลลบคลิปคะ

แต่เพลงนี้ พี่ ยังโอเคขี้มัยคะ คือเห็นแล้วก็กังวลนิดๆ เฉยๆ ค่ะ

พี่ก็ตอบซะ หยั่งกะกูรูด้านการทับลิขสิทธิ์ 55555555

อย่างเพลงนี้พี่ สมัคร user อื่นไว้เป็นแอดมินเพื่อไว้ด้วยรีเปลาคะ

มีคะ มีสำรองไว้คะ // คือ มันไม่ได้กระทบการทำเพลงเลยคะ เพียงแต่ว่า โดนลบก็ทำใจ

เหมือนเป็นมาตรการป้องกันไว้ก่อนนะค่า

คะ ก็มี user สำรองคะ

อืมๆ ค่ะ (เป่าว่าเน็ตเปาแล้กนะคะ เลยอาจจงงๆ หนอยนะคะ แหะแหะ)

อืมๆ แต่พี่ รู้สึกจริงมากอะคะ เคยคิดอยากให้กม.เปลี่ยนบ้างมัยคะ 5555

แล้วคิดยังไงกับแฟนคลับในไทยที่ก็ค่อยๆ มีเยอะขึ้นนะคะ คิดว่าเป็นเรื่องดีมัยคะ หรือมีผลเสียอะไรรีเปลา

ไม่เป็นไรคะ // บางเพลงเค้าจะเอาไฟล์ไป ทำยอลิงค์ Adf.ly เพื่อให้คนไม่แชร์คลิปตรงๆ คลิปจะได้โดนลบยากขึ้นคะ

เคยคิดอยากให้กม.เปลี่ยนบ้างมัยคะ --กฎหมายอะไรคะ เรื่องทับลิขสิทธิ์หรือคะ ไข่คะ

แล้วคิดยังไงกับแฟนชั๊บในไทยที่ก็ค่อยๆ มีเยอะขึ้นนะคะ คิดว่าเป็นเรื่องดีมั๊ยคะ หรือมีผลเสียอะไรไปเล่า
---- พี่ว่าดี ตรงที่ว่า คนดูมีทางเลือกเยอะขึ้นนะคะ แล้วคนทำก็ได้ฝึกภาษาด้วย ข้อเสียคือ บางเพจ บาง
เว็บ แพลได้ปวดหัวมากคะ 5555555 ไม่มีมาตรฐานเลยว่ แพลแบบนี้มาแปลได้ยังไง เหมือนไขกุ
เกล็ดทรานสเลทมา
5555 อะค่า

กฎหมาย จริงๆ อยากให้เข้มงวดนะคะ เพราะไทยแย่มากมายเรื่องนี้... แต่ ณ จุดที่ตัวเองยืนอยู่ แพลทับ
ลิขสิทธิ์อยู่ จริงๆก็ไม่ถูกต้อง แต่ว่าทำเพื่อความบันเทิงในครัวเรือน เพื่อ พวกเรา คนไทยด้วยกันคะ
ฮ่าาา

อืมๆ คะ แล้วกรณีที่มีคนบางกลุ่มที่เอาแฟนชั๊บไปขาย พี่ คิดยังไงคะ
แย่มากนะคะ ทำเองไม่เป็นแล้วยังไปเอาของคนอื่นที่เค้าทำไว้ฟรีๆไปขาย

เห็นด้วยเลยค่า
ขอย้อนไปเรื่อง adfly นิดนึงนะค่า เรื่อง adfly นี้เป็นความรู้ใหม่เลยคะว่าป้องกันการลอลิงก์ได้ อย่างนี้
พอจะรู้มั๊ยคะว่าจะเชื่อมกับ adfly ยังไงนะคะ แล้วเราจะได้ค่าโฆษณาจากการเชื่อมกับ adfly มั๊ยคะ พอดี
เป่าสงสัยนะค่า
เรื่องได้เงินนี้พี่ไม่รู้อะไรเหมือนกันนะคะว่าได้มากน้อยยังไง แต่อย่างเรื่องลิงค์คือ เต่วพี่หาตัวอย่างให้ดูแปล

ค่าา
อ้อ เค้าลบไปแล้ว 555555 คือเค้าจะเอา ลิงค์คลิปจากเฟสบุคไปฝากกับ adfly คะ พี่ว่าสงสัยมันจะไม่
ได้ผล เพราะมันโดนลบไปแล้วอยู่ดี

ไม่เป็นไรค่าา เดียวนี้เค้าคุมเข้มเหมือนกันนะคะ ขนาดเป่าจะพิมพ์ adfly เมื่อกี้ยังส่งไม่ได้เลย 5555
เออใช่ๆ พี่ก็เจอคะพี่ก็ว่า ทำไมโดน 5555

555555 น่านสิคะ ตอนแรกเป่าก็สงสัยว่าเราก้ไม่ได้ส่งลิงค์อะไรนี่ มาดูอีกที อ้อ เพราะ adfly นี้เอง
คำถามสุดท้ายนะค่า พี่ ยังจะทำเพจนี้ต่อไปเรื่อยๆ ใช่มั๊ยคะ แล้วอาจจะช้านิดนึง แต่อะไรเป็นสิ่งที่
ประทับใจที่สุดตั้งแต่ทำแฟนชั๊บกับทำเพจมาคะ
- คะ ยังคงทำต่อไปเรื่อยๆคะ - ประทับใจ ตรงที่ ลูกเพจน่ารักมากๆคะ มีมิตรภาพที่ดีต่อกัน ไม่ว่าเราจะ
โพสอะไรไป ก็มีลูกเพจมาขอบคุณ มาให้กำลังใจ ทำให้เรามีแรงและพลังที่อยากจะทำต่อไปคะ (ตอน
ทำเพจดาราเกาหลีมาไม่เจอแบบนี้คะ)

อืมๆ ค่าาา ขอขอบคุณมากๆ เลยคะ พี่ แล้วก็ขอเป็นลูกเพจด้วยคนนึงนะคะ 55555
ขอบคุณคะ มีไรให้พี่ช่วยก็บอกได้เช่นกันคะ น้องเป่าต้องสัมภาษณ์ก็เคสคะ ครบหรือยัง
แล้วก็ขอเป็นลูกเพจด้วยคนนึงนะคะ พี่แพม -- ยินดีมากจ้

คืออยากจะสัมภาษณ์ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้นะคะ พี่ อจะรู้จักคนทำแฟนชั๊บที่เป่าพอจะขอ
สัมภาษณ์ได้บ้างมั๊ยคะ
มีคะ ชื่อ ทำ เต่วพี่ให้ลิงค์ไปนะคะ

โอ้ ขอขอบคุณมากๆ เลยค่า

แปลซีรีส์เกาหลีจาก อิงค์

นะคะ

ค่า เป่าส่งข้อความติดต่อน้อง ตามเพจนี้ได้เลยใช่มั๊ยคะ
ติดต่อแอดมิน ได้เลยคะ บอกพี่ แนะนำมา เต่วพี่ไปบอกน้องเค้าไว้ให้ แล้วพี่มี พี่ที่สนิทกันอีก
เค้าเป็นทีมทำชั๊บไทย จากเว็บ " " ไม่รู้น้องเป่าเคยได้ยินไหม เว็บนี้แจกชั๊บไทยฟรี ซึ่ง
แปลดีมากคะ

ไอ้ไม่รู้จักค่ะ ขอขอบคุณมากๆ นะค้าพี่
อย่างนี้เป่าจะติดต่อพี่จาก

ไต่ยังไงเหรอกะ

แล้วเดี๋ยวเป่าจะติดต่อ

เลยค้า

คือ งี้ค่ะ

เค้าจะทำพวก ชับไทยซีรีส์เกาหลี ทำแต่ชับนะแต่ไม่อัฟโหลด แล้วใคร
อยากได้ก็ไปดาวโหลดมา แล้วเอามาอัฟไฟล์เอง ซึ่งมี เยอะเวบเยอะเพจมากๆ ใช้ ชับไทยของ

แล้วเค้าจะมีทีมแปลค่ะ เรื่องนี้แปลหลายคน แล้วก็มีแผนกคิวซี ตรวจสอบค่าผิดอะไรพวกนี้ก่อนแจกให้คน
โหลด ซึ่งถ้าเป็นพวกหนังซีรีส์เกาหลีโบราณ เค้าแปลดีที่สุดแล้วค่ะ
พี่ขอถามพี่เค้าดูก่อนนะคะ ถ้าพี่เค้าโอเค จะมาบอกค่ะ

ไอ้ ค้า เป่าลองเข้าไปดูตามลิงก์ที่พี่ ให้แล้วดูทำเป็นระบบมากเลยคะ

ค้าาา ขอขอบคุณมากๆ นะค้า -/|-

พี่เคยแปล ซีรีส์เกาหลีจาก ชับอิงค์มาไทยคะ แต่ไม่ทำ timing 55555

แต่แค่นี้ก็ตอน ค่ะ เพราะว่า ก็ต้องแข่งกับเวลาเหมือนกันเพราะมีเพจแปลซีรีส์เกาหลีเยอะ

อืมๆ ค้า เป่าว่าแปลซีรีส์ก็กดดันเหมือนกันนะคะ

ถึงกับมีเพจจริงเพจปลอมกันเลยแหละ 55555555555555555555

เป่าว่าให้ทำ timing เยอะก็มายหาห่วยอะค้า เป่าเคยลองสองสามนาที่นี้ใช้เวลาเป็นชั่วโมง
หืมม มีเพจจริงกับเพจปลอมด้วยเหรอกะ 5555 แล้วมันต่างกันยังไงอะคะ
เด๋วให้ดู

อืมๆ ค้า

เกาหลีชับไทย

อันไหนจริงอันไหนปลอม 5555555

เอ้อออออ o_o 55555 ดูยังไงอะคะเนี่ย

อันแรก เพจจริงค่ะ อันที่สองเพจก๊อป

เป่ากะสั่งพยายามศึกษาอยู่เลยคะ 55555 กะสั่งเทียบกันไปเทียบกันมา

คือ ---- ตัว พิมพ์เล็ก คือเพจที่ตั้งก่อน แล้วมีทีมแปลเองคะ

หมายถึงอันที่สองก๊อปเอางานของอันแรกไปเหรอกะ

แต่ คือก๊อปชื่อมา แต่เวลาแปล ใช้ชับ จาก

คะ

อ้อออออ อย่างนี้เอง โอยยย วงการแปลซีรีส์นี่ทำจะปวดหัวอยู่เหมือนกันนะคะ

ไม่เอางานไป แต่ว่าตั้งชื่อซ้ำเค้า แล้วงาน ก็ออกแนวเหมือนแค้ไปเอาของคนอื่น เวบอื่นมาอัฟโหลด

พี่ คเคยแปลชับที่บ้านไหนเหรอกะ หรือว่าจากเวบผู้
คะ

คะ อืมมมม แนวๆ บล็อกนี้รีเปล่า

ลองกดดูนะคะ เป่าจะเห็นว่า เป็นคลิปของ เวบ

เหมือนเป่าจะเคยๆ ได้ข่าว
แต่อัฟโหลดบนเพจ ก็อบ 555 (งงเนอะ)

อืม เห็นละคะ โอยยย ปวดหัวเหมือนกันนะคะเนี่ย เป็นภารกิจที่ซ้ำซ้อนมากๆ
ทั้งชื่อ ทั้งบทแปล 5555 ลิงก็อีกต่างหาก พี่ เคยอยู่บ้าน เทรอคะ หรือแปลให้เว
เคยช่วยแปล ทีม ค่ะ งง ชื่อใหม่ เพลงเยอะมาก 55555

5555 ตอนแรกๆ ก็นิดนึงค่า เป่าลองเขียนข้อความไปที่เพจ ละค่า เดียวรอ ตอบ

เดี๋ยวไว้ไปขอความรู้พี่ ตอนทำ ต่อหนอยนะค่า แต่เป็นวันอื่นก็ได้ค่า เดียวพี่ ม'ได้พัก
สักที พรุ่งนี้ต้องไปทำงานไข่ม้อยค่า
ถามได้คะ นั่งตัดไฟล้อยู่ 5555 นี้อยู่ไอร์แลนด์หรืออยู่ไทยคะ ตอนนี่

5555 ทุ่มเทมากๆ อะคะ

ตอนนี้ไปอยู่ไอร์แลนด์ค่า เวลาห่างจากไทย 6 ชั่วโมง ที่นี่ตอนนี้บ่ายสามคะ

อย่างนี้ตอนทำ พี่ แบ่งงานกันยุ่งใจเทรอคะ

พี่ไม่ได้ทำเต็มตัวคะ แคมป์แปลจากอังกฤษเป็นไทย แล้วส่งให้น้องเค้าไป

จิงๆน้องเค้าก็ชวนแปลคะ แต่พี่ปฏิเสธเองตอนนั้นเพราะไม่คิดจะเข้าวงการแปล เต็มตัวคะ..แต่ตอนนี้คือ
อะไร ทำไมมาอยู่ตรงนี้ก็ไม่รู้ 555555555

55555555 นานสิคะ จะถามต่อด้วยว่าจากแปลชั้บมาถึงจุดนี้ได้ยังไง

ตอนเรียนเกาหลีมาใหม่ๆคะ ก็ชอบมาอัฟคลิก (+แปลบรรยายสั้นๆ นอกคลิก) สามแสบ ในเฟสบุคตัวเอง
จนเพื่อนๆบอกเปิดเพจเถอะ

อ้อๆ ค่า ได้แรงใจจากเพื่อนๆ นี้เอง เพื่อนๆ นี้คือเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้วไข่ม้อยคะ
เพื่อนๆในเฟสส่วนตัวนี้แหละคะ เขียร์ให้เปิดเพจ

อย่างนี้เริ่มแปลให้บ้าน ได้ยังไงเทรอคะ

เริ่มแปลให้บ้าน ได้ยังไงเทรอคะ ---ก็มาจากก๊วนเพื่อนๆ ที่ อยู่วงการซีรีส์เกาหลีที่พันทิปคะ

อ้ออ อย่างนี้คือเคยไปคุยมาแล้วน้องเค้าก็ชวนพี่ แปลจากพันทิปเทรอคะ

คือก็เป็นเพื่อนกันมาคะ แล้วเค้าก็รู้ว่าพี่ได้ภาษา แล้วพี่เคยช่วยเพจ จางฮยอกแปลชาวอยู่ พอดีขาดคน
แปลคะ พี่ก็เลยลองแปลดู

อ้อ ค้าา ตอนที่แปลนี้แปลใส่โปรแกรมอะไรมั้ยคะ แล้วแปลทั้งอีพีเลยรีเปลา หรือว่าแบ่งกันเป็นพาร์ทๆ
นะคะ

แปลทั้งอีพีคะแต่ไม่ได้timing

โหยยย ตอนนั้นก็ใช้เวลาเยอะเหมือนกันเลยสิคะเนี่ย พี่ ชอบแบบไหนมากกว่ากันคะ ระหว่างทำคสป
สั้นๆ เองทั้งหมด หรือว่าแปลอย่างเดียวกั้ตอน

ทำสั้นๆคะ นาที่สองนาที่สิบสุด 555555555 ถ้าทำไฟล์ยาวนะคะ ก็ฝึ่ขั้บและอัฟโหลดนานมากตาม
ระยะเวลาไปอีกด้วย

อืมๆ ค่า ถ้าแปลอย่างเดียวกั้ตอนนั้นแปลใส่เวิร์ดเทรอคะ หรือว่า notepad
เวิร์ดคะ

ตอนนี้ไฟล์ที่กำลังตัดกั้นาที่สองนาที่ไข่ม้อยคะ 55555

คือถ้าซีรีส์นะคะ โหลดซับอิงค์มา เปิดในโปรแกรม aegi มันจะมีบรรทัดๆมา ลบแล้วเติมไทยได้เลย ไม่ต้อง timing แล้ว
ก็ต้องโหลด บีทมา 1.20 ชม (ทั้งรายการ) แล้วมาตัดออกเฉพาะสามแสบเก็บไว้ก่อนคะ

โอ้ววว เทรอคะเนี่ย เปานี้กว่าจะต้องมา timing กันใหม่
ถ้าซีรีส์ไม่ต้องนะคะถ้ารอแบบมีซับอิงค์แล้วมาแปลไทย
ถ้าอย่างพวกวาไรตี้ คือต้องมาไทมิ่งกันเองคะ ต่อให้มีซับอิงค์แล้ว เพราะมันไม่มีให้โหลด ซับอิงค์เป็น ass มาคะ

อ้อวว ไอ อย่างนี้ปกติคือ พี่ โหลดทั้งรายการมาก่อน ดูแล้วตัดคลิปสามแสบ เสร็จแล้วค่อยแปล
แต่งซับ ฟังแล้วก็ปล่อยไข่ม้อยคะ

- โอ้ เปาเพิ่งรู้ แล้วย่างซีรีส์นี้จะมาเป็นไฟล์อะไรเทรอกะ พอเข้า aegi ถึงไม่ต้อง Timing ใหม่คะ พี่
พอจะรู้มั๊ยคะ
คือ 1. ไฟล์ที่มาทำซับไทย ต้องเป็นไฟล์ดิบ ไม่มีซับ 2. ไปเอาซับอิงค์ (ไฟล์ ass) โหลดมา แปล
ass เปิดใน aegi ได้เลยคะ เป็นซับอิงค์ ไทมิ่งมาแล้วเรียบร้อย

เนี่ยคะ อย่างเว็บนี้มีซับอิงค์ให้โหลด โหลดมาจะเป็น ass file

อ้อออ เข้าใจละค่า นึกภาพออกละ ตอนแรกยังงงๆ ขอขอบคุณมากๆ นะค่าา
วาไรตี้กับละครจะ ต่างกันแบบนี้แหละคะ คะ มีไรที่พี่พอช่วยได้ก็ยินดีนะคะ

ช่วยได้เยอะมากๆ เลยค่า วันนี้เปารู้ข้อมูลใหม่ๆ เยอะเลยค่า คินนี้ไม่กวนพี่ ละคะ ขอขอบคุณอีกที
นะค่าา
ยินดีคะ ขอให้เรียนจบไวๆนะคะ จะได้เป็นดอกเตอร์คนสวย

Interviewee 7

03-04/08/2015

สวัสดีค่ะ พี่ พอดีตอนนี้เปากำลังทำวิจัย ป.เอกที่มหาลัย Dublin City University ที่ไอร์แลนด์ เรื่อง การแปล โดยกลุ่มแฟน ซึ่งเจาะไปที่รายการรึนนิ่งแมนอยู่ (เพราะเป็นแฟนรายการนี้คะ ^^) พอดีเป่า สัมภาษณ์พี่ แล้วพี่ เล่าว่าพี่ ดูแลเว็บ อยู่ เลยอยากสอบถามว่าถ้าจะขอ สัมภาษณ์ทาง Skype หรือแชตผ่านเฟสก็ได้คะ ไม่ทราบว่าจะสะดวกไหมคะ ค่าถามจะเกี่ยวกับเรื่อง ประสบการณ์การทำแฟนคลับแล้วก็ความคิดเห็นทั่วๆ ไปกับการทำแฟนคลับและเป็นแฟนรายการคะ ซึ่งเป่า จะไม่ลงชื่อจริงลงตอนเขียนงานเลยคะ ขอโทษด้วยนะคะที่รบกวน แล้วก็ขอบคุณมากๆ ค่ะ

ขอบคุณที่รับแอดนะค้า

ไม่ทราบว่า พอจะสะดวกให้เป่าสัมภาษณ์มั้ยคะ จะเป็นวันหรือเวลาไหนที่พี่ สะดวกได้เลยคะ

ยินดีคะ พี่ นะคะ
ขอโทษทีค้าา พี่

ตอนนี้ว่างคะ ได้เลย
ขอบคุณค้า

ที่แนบเป็นหนังสือชี้แจงงานวิจัยของเป่าคะ

หนังสือชี้แจงงานวิจัย.docx

เปิดไฟล์ · ดาวน์โหลด

รบกวนพี่ ช่วยติ๊กแบบสอบถามสั้นๆ ด้วยได้มั้ยคะ ตามลิงก์นี้นะคะ
https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMQdhH5Blzd8VPoiqcHrIVVebFzCPAWKFemV8yM/viewform?usp=send_form

แต่พี่ไม่ได้แปลรึนนิ่งแมนนะคะ
ไม่เป็นไรเลยค้า

แปลแต่ซีรีส์คะ

พอดีเป่าอยากจะเปรียบเทียบการทำงานของกลุ่มแปลระหว่างซีรีส์กับรายการวาไรตี้ด้วยนะคะ
มันมีปมกตสง พี่กตสงไปแล้วได้ไหมคะ

ได้แล้วค้า ขอบคุณนะค้า เป่าขอเริ่มถามเลยนะคะ
(Thumbs up)

ไม่ทราบว่าพี่ เริ่มแปลซึบกับอีดิธมานานเท่าไรแล้วหรือคะ
3 ปีคะ เกือบๆ

โอ้ ค่ะ มีแรงจูงใจอะไรให้เริ่มแปลซีรีส์หรือคะ แล้วเริ่มแปลจากเรื่องอะไรหรือคะ
เริ่มดูซีรีส์เกาหลี แล้วซัดใจคนแปลภาษา เลยเริ่มหาดูพอรู้อาแปลจากภาษาอังกฤษเลยอาสาเข้าไปแปล
คะ เรื่องแรกๆ ช่วยคนที่มาก่อนแปล ไปก่อน เตี่ยวนะพี่จำชื่อเรื่องเปะๆไม่ได้รอแป็บ

555 ค่ำ

nail shop paris ค่ะ อัย เพิ่งรู้ว่าสองปีกว่าเอง จำไม่ถึงสาม 555 เหมือนนานเลย

แต่ก็นานอยู่ดิเนคะเนี่ย 555 ทำไม่ถึงแปลเรื่องนี้ได้หรือคะ ตอนนั้น หมายถึงเพราะพี่ ชอบเรื่องนี้ หรือ

ทีมช่วยขอให้ช่วยแปลเรื่องนี้คะ

ทีมช่วยขอคะ แปลปีแรกนี้ ตามคำขอทั้งนั้นเลย

โอ้ อืมๆ แต่ก็ได้มีโอกาสดูไปด้วยใหม้ยคะ 555

คะ แต่ที่เริ่มฮิตได้รับผิดชอบเต็มตัวคือ empire of gold ก็ตามคำขอเหมือนกัน

หลังจากนั้นก็แปลให้เพจนี้มาตลอดเลยใหม้ยคะ

ใช่คะ

โอ้ ค่ะ อย่างนี้แสดงว่าตอนก่อนจะแปลได้ ทางเพจมีแบบทดสอบให้เหมือนตอนนี้รีเปล่าคะ มีคะ แปล หัวลิบบรรทัด มั้ง

แล้วถ้าผ่านเค้าจะติดต่อมาว่าให้แปลได้หรือคะ

คะ

อย่างนี้พอจะทราบมั้ยคะว่าเวลาแจกจ่ายงานแปลจะแบ่งกันยังไงเนคะ

จะติดต่อกันทางอีเมลเป็นหลักคะ เวลาเข้ามา ก็จะแจกกันทางอีเมล ใครรับก็บรรทัดก็ตอบกลับไปคะ

โอ้ แบ่งเป็นบรรทัดหรือคะ อย่างนี้ต้องแปลใส่โปรแกรมอะไรหรือคะ แล้วเวลาแปลที่ ดูวีดีโอเทียบไปด้วยรีเปล่าคะ หรือว่าแปลจากซับอังกฤษเลย

ใช่ program subtitle editor ค่ะ ดูวีดีโอเทียบด้วยคะ แปลจากซับอังกฤษเลยจะใช่ไม่ได้ เพราะจะไม่รู้ว่าใครเป็นคนพูด ญ.หรือ ข. ประโยคยาวหรือสั้น เพราะในหนังพูดสั้น เข้ามาชะยาวเลย ต้องตัดคำให้ใกล้เคียงกับหนังคะ

แสดงว่าพอซับอังกฤษมาแล้วก็ต้องมาตัดซับเองอีกทีใหม้ยคะ

ตัดตอนแปลเป็นไทยคะ คือรู้ใช่ไหมคะว่าคนที่แปลอังกฤษก็เป็นคนอาสาเหมือนกัน ไม่ใช่จากช่องที่ทำโดยตรง

ค่ำ

เพราะฉะนั้นซับอังกฤษถ้าคนแปลมาดี เราจะแปลเร็วมากสินมาก

อืมๆ ค่ะ อย่างนี้จะโหลดซับอังกฤษจากเว็บเดียวเลยหรือว่าหาจากหลายๆ เว็บหรือคะ

จะมีพีในทีมอยู่คนหนึ่งที่แกะอ่านภาษาจีนได้ บางทีซับอังกฤษมาแบบป่วยแกลจะช่วยดูเทียบจากซับจีนให้อีกที เจ้าที่ทำซับอังกฤษมีแค่สองหรือสามเจ้าเท่านั้นคะ

โอ้ สุดยอดเลยคะ เป้ารู้ว่าซับจีนจะมาไวมากๆ

ไม่ว่าช่องไหนก็มีแค่นี้

โอ้ ค่ะ เพราะปกติที่ไปดูซับอังกฤษจะมาจากเว็บที่ฝังซับอังกฤษไปแล้วนะคะ อย่างนี้ทีมทำซับเรื่องนึงจะมีสักกี่คนหรือคะ แล้วทำหน้าที่อะไรกันบ้าง เพราะดูแล้วทำงานกันเป็นระบบมากเลยนะคะ

2-4 คนคะ สลับกันไปคะ คือคนแปลซับที่ยังแอดคิฟกันอยู่มีประมาณเกือบสิบคน แต่บางทีก็ไม่ว่าง มีปัญหาสุขภาพบ้าง ไม่ชอบเรื่องที่แปลบ้าง ก้อไม่ได้กะเกณฑ์ว่าจะต้องแปลกันทุกคน

จากสิบคนที่แปลประจำ ประมาณ 6-7 คนคะ แต่ละตอน ซับสัน จะประมาณ 4-500 บรรทัด ยาวคือ 900-1000 บรรทัด เกินก็มีบ้างแต่ไม่มากนัก เฉลี่ยคือประมาณ 700 บรรทัด ก็จะแบ่งกันประมาณ 2-4 คนในแต่ละตอน เสร็จแล้ว อีดิทเตอร์จะรวบรวม แล้วก็เริ่มอีดิท ค่ะ ตรวจสอบข้อตรงกันทั้งเรื่องใหม่ สรรพนามผิดใหม่ แปลได้ใจความใหม่ เข้าใจหรือเปล่า

โอ้ ค้า แสดงว่าคนแปลซัพแต่ละคนก็จะแปลลง subtitle editor แล้วก็อีดิทเตอร์เป็นคนรวบรวมและเช็คความถูกต้องไข่ม้อยคะ แล้วเวลาแปลใครจะเป็นคนตัดสินใจเลือกเรื่องที่จะแปลหรือคะ หรือว่าช่วยๆ กันเลือก

ใช่คะ เดียวนี้อีดิทเตอร์จะเลือกคะ มีถามบ้างแต่จะตามใจอีดิทเตอร์มากกว่า แต่อีดิทเตอร์ก็จะถามคนอื่นด้วยไม่จั้นคนช่วยน้อยก็ต้องแปลเยอะก็จะหนักคะ

อืมๆ ค่ะ คนที่เป็นอีดิทเตอร์ต้องแปลด้วยรีเปล่าคะ หรือว่าอีดิทอย่างเดียว

ส่วนใหญ่จะแปลด้วยคะ ยกเว้นว่ายังติดพันตอนก่อนหน้านี้อยู่ คนอื่นช่วยแปลหมดแล้วก็แค่อีดิทคะ

อย่างนี้คือคนนึงจะเป็นอีดิทเตอร์เรื่องนึงแล้วอาจจะเป็นคนแปลอีกเรื่องรีเปล่าคะ เพราะทีมงานมี 7-8 คนเอง แล้วมีวิธีการเลือกใครเป็นอีดิทเตอร์ยังไงหรือคะ

ใช่คะ ช่วยแปลเรื่องอื่นด้วย คนเป็นอีดิทเตอร์คือจะได้รับการโปรโมท เลื่อนขั้นขึ้นมาคะ 555 คือแปลดี มีความรับผิดชอบ

โอ้ ค้า แสดงว่าพี่ เข้าชั้นเชี่ยวชาญแล้วไข่ม้อยคะ คือคนที่เป็นทีมงานก่อนหน้าจะเป็นคนบอกไข่ม้อยคะ ว่าให้ช่วยอีดิทนะคะ

ใช่คะ คือสมมติเป่าช่วยพี่แปลมาหลายตอน พี่เป็นอีดิทเตอร์แทบไม่ต้องแก้เลย ก็จะไปบอกรุ่นพี่ว่านี่เป่าแปลดีนะ เป็นอีดิทเตอร์ได้ ถ้าใครแย้งก็จะบอกเหตุผลกันว่าดีหรือไม่ดีตรงไหนคะ

โอ้ ค่ะ แสดงว่าต้องมีเว็บบอร์ดไว้คุยกันรีเปล่าคะ หรือว่าคุยกันทางอีเมลอย่างเดียว

เมื่อก่อนอีเมลอย่างเดียวคะ เดียวนี้มีไลน์ก็ใช้ไลน์กันคะ แต่อีเมลจะหาประวัติได้ง่ายกว่าคะ

อ้อ ค้า แสดงว่าทุกคนที่เป็นทีมงานจะรู้จักกันหมดเลยไข่ม้อยคะเนี่ย แล้วก่อนแปล จะต้องมีคนทำหน้าที่โหลดซัพอังกฤษหรือวีดิโอที่ใช้เทียบตอนแปลแยกต่างหากรีเปล่าคะ หรือว่าคนแปลเป็นคนรับผิดชอบส่วนนี้

วีดิโอโหลดกันเองคะ แต่ซัพจะแจกให้เพราะ จะมีต้องปรับไหมมึงให้ตรงกับวีดิโอก่อนจะได้เหมือนกันคะ ทีมงาน ไม่รู้จักกันมาก่อนคะ

แล้วเวลาแปลมีหลักเกณฑ์หรือข้อกำหนดอะไรก่อนมัยคะ เช่น การเลือกใช้ภาษา หรือจำนวนคำนะคะ หรือว่าแล้วแต่นักแปลเลย

แล้วแต่คนแปลกับอีดิทเตอร์เลยคะ

แต่จะเป็นข้อตกลงตั้งแต่แรกของบ้านนี้ว่าจะเน้นใช้ภาษาไทยที่ถูกต้อง ไม่ใช่เครื่องหมายอื่นๆ ในประโยค เช่น ? จะไม่ใช้ แปลไปเลย ไหม/ เหนือ/ ใช้แสงได้พอเหมาะ ไม่ใช่ภาษารับดี เทอ. แทน เธอ อะไรอย่างนี้เป็นต้น

โธ่ ค่า มีเกณฑ์เหมือนกับนักแปลอาชีพเลยคะ อย่างนี้พอจะทราบมั๊ยคะว่าในทีมมีใครทำงานแปลอาชีพมาก่อนหรือทำอยู่รึเปล่าคะ พอดีเปาเคยเป็นฟรีแลนซ์อิสระรับมาช่วงนึงนะคะ ค่ามีเกณฑ์แบบนี้เลยคะ 5555
เท่าที่รู้ก็ไม่มีนะคะ

สุดยอดเลยคะ แล้วใครจะเป็นคนดูแลเว็บไซต์หรือพิจารณาเรื่องรับคนใหม่หรือคะ หรือว่าทีมทำงานทุกคนช่วยๆ กัน
มีคนทีก่อตั้งเว็บนี้ละคะดูแลอยู่ แต่เดี๋ยวนี้อาจจะไม่ค่อยรับคนใหม่เท่าไรเพราะมาแล้วก็ไปเยอะมากคะ เลยพอใจเท่าที่อยู่นี้กันแล้ว5555

5555 ค่า เพราะเปาก็คิดว่าต้องอาศัยกำลังใจมากๆ เลยนะคะที่จะทำต่อเรื่อยๆ นะคะ ไข่คะ

พี ต้องแปลซัปดาห์ทุกวันเลยรึเปล่าคะ วันหนึ่งๆ ต้องใช้เวลากี่ชั่วโมงคะเนี่ย
พอดีช่วงนี้หนังยังไม่ค่อยถูกใจกัน แล้วไม่ค่อยมีเวลาได้ดูกันเท่าไร เลยตกลงกันว่าจะชะลอเรื่องใหม่กันก่อน ขอไปชาร์จแบตเตอรี่ก่อน พีแปลวันนึงประมาณ3-5 ชั่วโมง แต่ไม่ได้แปลอย่างเดียวคะ ทั้งแปลทั้งอ่านพันทิป เล่นเฟส ดูหนัง 555 อาทิตย์นึงช่วงแปลกันเยอะๆ ก็ทุกวันคะ

555 ค่าา ตอนแปลมีเบ็ดตกอะไรบ้างมั๊ยคะ แล้วอย่างถ้ามีค่าที่เป็นเกาหลี เช่น ชื่ออาหาร ค่าเรียกพีหรือน้อง จะแปลทับศัพท์ไปเลยรึเปล่าคะ ขอโทษนะคะ เปาถามยาวหน่อยนะคะ ครอบคลุมเวลาที่ พักผ่อนรึเปล่าคะเพราะพุงนี้ต้องทำงานด้วย ถ้ายังงั้นเปาขอถามต่อพุงนี้หรือวันอื่นก็ได้คะตอนที่พี สะดวกก็ได้คะ ที่ไทยตอนนี้เกือบห้าทุ่มแล้วด้วยไข่มั๊ยคะ พอดีตอนนี้อยู่ที่ไอร์แลนด์นะคะ
เปิดอากูตลอดคะ ส่วนค่าเรียก พีหรือน้อง ก็จะใช้พี หรือน้องคะ ไม่ได้ใช้ ฮยองหรือ นูน่า กำลังจะนอนแล้วเหมือนกันคะ นึกอะไรได้ ถามไว้ก่อนได้คะ พีเปิดมาเห็นจะตอบกลับไปให้คะ

ค่าา ขอขอบคุณมากๆ นะค่า
(Symbol Hug)
(Symbol Love)

4/8/2015 11:34

สวีสวีค่า พี พอจะว่างตอนนี้มั๊ยคะ จะสะดวกมั๊ยคะถ้าเปาจะขอสัมภาษณ์ต่อ แต่ถ้ายังไม่ว่างไม่เป็นไรเลยค่า
ได้คะ ok

ขอบคุณค่าา ต่อจากที่ถามเมื่อวานนะคะ พี คิดว่าอะไรเป็นแรงกระตุ้นให้แปลซัปดาห์มาเรื่อยๆ คะ อืม นั่นสิ 5555

5555

อยากให้มีซัปดาห์ ให้คนดูรู้เรื่อง คือตอนตัวเองดู แล้วเจอซัปดาห์ มันเสียอรรถรสในการดูนะคะ แล้วแบ่งปันให้คนอื่นได้ดู เราก็มีความสุขคะ

อืมๆ ค่าา เปาเห็นบางบ้านเค้าแจกเป็นวิดีโอพร้อมซับไปเลย แถมได้ข่าวว่าบางบ้านก็ใช้บทแปลของบ้านพี ด้วย พี คิดยังไงเกี่ยวกับเรื่องนี้คะ

คือเรา แปลฟรีอยู่แล้ว ไม่ได้รับค่าจ้าง หวังให้คนอื่นได้ดู สาธารณะ แต่คนส่วนใหญ่ จะมองว่าการโหลดหนังมาใส่ซอฟต์แวร์ซัปดาห์มันยุ่งยาก สะดวกแบบออนไลน์มากกว่า トラบไตที่เขาไม่ตัดเครดิตชื่อผู้แปลออกไปเราก็พอใจแล้วคะ

อืมๆ ค่ะ เปาก็เห็นอย่างที่ว่า ว่าหลายคนคิดว่าดูแบบฮาร์ดขับไปเลยจะสะดวกกว่า อย่างนี้บ้านพี่ เคยคิดจะทำเป็นฮาร์ดขับมั้ยคะ
ไม่ค่ะ เพราะ ผู้ก่อตั้ง ไม่อยากมีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ ถ้าจะทำ คงทำตั้งแต่แรก

อืม จริงค่ะ พี่ คิดยังไงกับเรื่องการทำกลุ่มเอาขับของเราไปใช้โดยไม่ให้เครดิตคะ
ไม่มีมารยาท และไร้จรรยาบรรณคะ

อืม ค่ะ แถมยังมีบางกลุ่มที่เอาขับไปขายเอากำไรด้วย
ใช่ค่ะ บางบ้านก็ขับขับเจ็บบๆ ใครเอาไปขายขอให้ล่มจม อะไรทำนองนั้น 5555 ส่วนใหญ่จะเห็นจากหนังญี่ปุ่นนะคะ

5555 เดียวนี้ก็มีหลายบ้านขับขับแบบนั้นเหมือนกันคะ ของรายการรันนิ่งแมนก็ขับ 555 ที่นี้อย่างรายการรันนิ่งแมน เคยมีกรณีไฟล์โดนลบด้วยคะ เพราะปัญหาด้านลิขสิทธิ์ พี่ คิดยังไงกับเรื่องนี้คะ
จริงๆแล้ว พี่ว่ามันเปลี่ยนไปตามยุคคะคะ เมื่อก่อน หาดูกันยาก ต้องอาศัย ขับแบบที่พวกเราทำกัน แต่ตอนนี้ เปลี่ยนเป็นที่วีดิโด้ลแล้ว ทางเลือกของคนมากขึ้น คนแปลขับอย่างพวกเราคง ลดลงเรื่อยๆ เพราะหนังเร็วกว่าเมื่อก่อนมาก คนดูได้กำไรที่สุด เราแปลเพราะชื่นชมพระ-นาง ที่เราชอบ แต่ถ้าที่ริมาเร็วขึ้น ไม่ต้องข้ามปีเหมือนเมื่อก่อน ขับดีมีคุณภาพ เราคงไม่ต้องมาทำกันหรือคะ คนแปลก็มีอยู่สองทาง คือไปแปลได้เงินอยู่กับขงนั้นๆเลย หรือเลิกแปลไปเลย เป็นผู้ดูอย่างเดียว สบายใจ การที่เรามาแปลไม่ได้ตั้งใจที่จะละเมิดลิขสิทธิ์เขาอยู่แล้ว

ใช่ค่ะ พอดีเปาไม่ได้กลับไทยมาสักพักแล้ว ไม่รู้ว่าตอนนี้พวกซีรี่ย์ต่างประเทศเค้าฉายแบบมีขับไทยรึยังคะ หรือว่ายังเป็นแบบพากย์อยู่
มีทั้งสองคะ แต่ถ้าเป็นช่องใหญ่ จะพากษ์คะ ตอนนี้ที่มาแรงคือหนังจีนคะ คนเริ่มอืมหนังเกาหลีแล้ว และหลายๆเรื่อง หนังเกาหลี เริ่มดี แต่ปลายออกทะเล นำผิดหวังเยอะ แต่หนังจีนปีนี้มาแรงมาก แม้จะเป็นหนังกำลังโบราณ เกินครึ่ง แต่เนื้อเรื่องดี ดูจบแล้ว ประทับใจ

อืมๆ ค่ะ เปาก็ดูซีรี่ย์เกาหลีเหมือนกันคะ แต่เดี๋ยวนี้ก็ดูน้อยลง 555 พี่ว่าจะเปลี่ยนเป็นแฟนซีรี่ย์จีนแล้วรึเปล่าคะ
ซีรี่ย์ ค่ะ น้องเปา ไม่ใช่ ซีรี่ย์ พี่ก็เพิ่งรู้ตอนมาแปลนี่ละคะ เขียนแบบเปา ตั้งนาน

555 อ้าว เหนอะคะ เปาก็เขียนแบบนี้มาตั้งนาน 5555
ซีรี่ย์จีน ดูอย่างเดียวนะคะ แต่สังเกตดู บ้านที่แปลซีรี่ย์จีน จะอยู่ในเฟส แล้วก็ เอื้อเฟื้อกันมาก เรื่องนี้บ้านไหนแปล ก็จะไม่แปลซ้ำกันคะ ส่วนวนดี ดูสนุกคะ

โธ่ เทรอคะ พี่อุ้มบ้านไหนแนะนำมั๊ยคะ 555 เปาเคยพยายามลองหาดูแล้วเห็นว่าซีรีส์จีนหายากกว่า เกาหลีนะคะ

ดูบ้านที่เขาไปกดไลก์นะคะ จะขึ้นมาหลายบ้านเลย

ขอบคุณมากๆ เลยค่า 5555 อย่างนี้ที่พี่ บอกว่าทางกลุ่มแปลจะพักเดิมพลัง คิดว่าจะหยุดยาวเลยรีเปล่าคะ หรือเคยคิดว่าจะไม่ทำต่อบ้างรีเปล่าคะ
คิดวนาจะยังทำอยู่นะคะ แต่จริงๆคะ ว่าไม่มีเวลาได้ดู บางเรื่องที่ช่วยแปลก็แค่ สแกนดูผ่านๆเท่านั้น

อืม ค่ะ เปวานั่งดูแบบสบายๆ กับนั่งดูตอนแปลซัปปิดด้วยมันก็ต่างกันเยอะ อย่างที่เปาเคยทำฟรีแลนซ์หลายคนจะคิดว่ามีโอกาสดูซีรีส์ด้วยน่าจะสนุก แต่พอตอนทำงานกับนั่งดูสบายๆ ก็ต่างกันอยู่ดี 555 เป็นกำลังใจให้นะคะ พี่ แล้วก็ขอบคุณมากๆ เลยคะที่ให้สัมภาษณ์ คำถามสุดท้ายได้มั๊ยคะ คิดว่าการมาแปลซัปปิดให้ประโยชน์อะไรกับเราบ้างคะ แล้วเคยคิดจะแปลอาชีพบ้างมั๊ยคะ
ที่แน่ๆคือได้ความรู้ วิธีการทำซัปปิดได้เล็ก ได้ใช้ความรู้ที่เรามีอยู่ ได้ฝึกฝน เรียนรู้ ได้ใช้สมอง ได้นึกคำ ภาษาเขียน ภาษาพูด ถ้าสามารถทำแบบฟรีแลนซ์ แล้วได้เงินด้วย ก็คงดีค่ะ แต่เรายังมีงานประจำที่รับผิดชอบอยู่ให้ไปทำเต็มตัวเป็นอาชีพคงไม่ได้ค่ะ

ยินดีค่ะน้องเปา

ค่า ขอบคุณมากๆ อีกครั้งนะคะ -/|-

Interviewee 8

04/08/2015

แต่งก็วนะจ๋า พอจะสะดวกตอนนี้มั๊ย หรือว่าจะเป็นช่วงค่าๆ ดี ถ้าวันนี้ไม่ว่างจะเป็นวันอื่นก็ได้จ๋า
ได้คะ ตามมาเลยคะ

จ๋า อ้อ ถ้ายังไงกวนให้ดีก็แบบสอบถามสั้นๆ ก่อนทีนะ ตามลิงก์นี้นะจ๋า

[https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMqdhH5Blzd8VPoiqcHrIVVebFzCPAWKFemV8yM/vi
wform?usp=send_form](https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMqdhH5Blzd8VPoiqcHrIVVebFzCPAWKFemV8yM/vi
wform?usp=send_form)



จดหมายยินยอม

จดหมายยินยอมฉบับนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นโดย
School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin
City University และได้รับการอนุมัติจาก
คณะผู้บริหารของโรงเรียนนานาชาติ
Dun Laoghaire International School

หนังสือแสดงเจตนายินยอม

I. ชื่องานวิจัย ชื่องานวิจัย: ความคิดสร้างสรรค์ของการแปลซับไตเติ้ลโดยกลุ่ม
แฟนในประเทศไทย: กรณีศึกษาของรายการโทรทัศน์ "รันนิ่งแมน" หน่วยงาน:
School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University ผู้วิจัย: ธาร
ดาว วงศ์เสรี [thandao.wongseree2@mail.dcu.ie; +353-87-337-1526] อาจารย์...

docs.google.com

แต่งก็จ๋า

แปลซับมานานเท่าไรแล้วหรือ

ซับแปลเองเป็นละครคะ รันนิ่งไม่นานคะ รันนิ่ง มีทำเองแค่ 166 175 188 251-255 ตอนคะ ทำเป็น
ช่วง ๆ คะ

*ก็เคยอยู่นะ 555 แล้วมีแรงจูงใจอะไรให้เริ่มแปลซับที่เป็นละครหรือ แล้วทำไมถึงตัดสินใจมาแปลรันนิ่ง
ด้วยได้*

ปรกติดูซีรีส์ญี่ปุ่นคะ ฮานาริโดงโกะ หรือเอฟ 4 ญี่ปุ่น แล้วมีเวอร์ชันเกาหลี เลยสนใจทำเรื่องนี้เป็นเรื่อง
แรกคะ 2011 รันนิ่งปรกติดูตลอดคะ ติดตามตั้งแต่พีแรก ๆ และสะสมเก็บไว้ใน USB มีตอนตั้งแต่ 1-
230 และข้ามมาตอน 251 คะ และที่ทำรันนิ่ง เพราะในละครที่ทำเพจอยู่ตอนนั้น ๆ คะ อย่าง ตอน 166 อุ
บินมา ก็ทำเพจ ทายาท

*อ้อ พอทำมาแล้วก็เลยทำตอนที่อุบินมาต่อใหม่คะ 555 เพราะ 188 ก็เป็นตอนที่ไปออสเตรเลียใช้รี
เบล่าคะ ถ้าพี่จ๋าไม่ผิด*

ช่วยคะ

แล้วตอนทำซับซีรีส์กับรันนิ่งใช้ทีมแปลเดียวกันมั๊ยคะ

ไมเคะ อย่างททายาท ทีมแปลเป็นทีมททายาท ตอน กงยู 175 ทีมแปลพันทิพบ้านกก

โอ้ แสดงว่า ช่วยแปลให้หลายกลุ่มเลยใช่มั้ยคะ
จะว่าโคกันหลายๆ กลุ่มมากกว่าคะ

อ้อ อืมๆ อย่างนี้มีวิธีแบ่งงานกันยังเงิเหรอคะ ยิ่งหลายกลุ่มมาช่วยกันทำนะคะ
คือเอาแบบง่ายๆ คือ เข้าไปคุยกับพี่ ที่เป็นกลุ่มตอนนั้น ว่าแปลไมเคะ จะแต่งซั้บให้ ช่วยกันทำ พี่
เค้าโอเคก็แปลมา ก็แต่งและก็อัพคะ

อ้อๆ อย่างนี้ตอนแปลก็อิงจากซั้บอังกฤษรีเปล่าคะ
คะจาก ซั้บฟรีที่แจกคะ

โอ้ ค่า แล้วตอนทำคือ จะแต่งซั้บทั้งตอนเลย์รีเปล่าคะ หรือว่าช่วยกันโดยแบ่งเป็นพาร์ทๆ
มีคนช่วยหลายคนคะ แบ่งกันเป็นหน้าที่คะ

อืม ค่ะ อย่างนี้มีเกณฑ์หรืออะไรกำหนดกันก่อนทำมั้ยคะ หรือว่าแต่ละคนแปลกับแต่งซั้บได้อิสระเลยนะ
คะ
แปลส่งงานมา ตอนแต่งและคิวซั้บต้องดูไปด้วย ต้องช่วยกันดูหลายๆ คน ขนาดนั้นยังพลาด 5555

555 อันนี้เป็นเรื่องธรรมดาคะ ทำซั้บมันจุกจิกเหมือนกันนะ ไหนจะแปล ไทม์มิง ตกแต่งอีก อย่างนี้
ตกแต่งซั้บแล้ว ไทม์มิงด้วยรีเปล่าเนี่ย
รวมหมดคะ แต่งทามฝั่งอัพ อย่างรันนิ่ง 251-255 คือเพื่อนอยากทำรันนิ่ง นางอาสาแปล อยากทำ โอเค
จัดให้คะ แบ่งกันแปล แบ่งกันแต่ง แต่ผ่านไปสามตอน นางบอกขอแปลอย่างเดียวคะ แต่งซั้บปาดหัว
5555

555 จริงคะ พี่เคยลองทำ ทำไปได้สองนาที่แล้วจะน็อก 5555 อย่างนี้ รุ้วิธีแต่งทาม ฝั่งซั้บพวกนี้ได้
ยังเงิเหรอคะ
ในเน็ตคะ ศึกษาจากในเน็ต วิธีทำ อย่างบ้าน เคยสอนในบลิ๊อค บ้าน ก็สอน วิธีตกแต่งซั้บ แต่
เค้าเล็กทำกันไปแล้ว 555

โอ้ ตามตั้งแต่บ้าน เลยเหรอคะ อืมๆ ไซ้ เดียวนี้ไม่เห็นทำต่อแล้ว กว่าจะเขี้ยวนี้ใช้เวลานานมัย แล้ว
ตอนนี้ไซ้โปรแกรมอะไรทำอยู่เหรอ
โปรแกรมทำซั้บธรรมดาคะ Aegisub

อืมๆ จ้า อย่างนี้ถ้าตัดสินใจจะแปลซั้บหรือรันนิ่งตอนหนึ่งนี้ มีคนทำประมาณกี่คนเหรอ
แปล อย่างให้เร็ว 3คน แต่งอย่างให้เร็วก็สามคนคะ 30 นาที่ไปเลย วันเดียวเสร็จคะ

เร็วมากๆ เลยนะนั่น
เหมือนบ้าน กะ ทำคะ ไมเน้นตัวแต่ง เน้นแปล เร็วคะ

น่านสิ ถึงอย่างนั้นตอนแรกพี่คิดว่าไซ้คนเยอะกว่านี้ซะอีก อย่างนี้มีกำหนดเดดไลน์ให้กันมั้ยตอนทำ

ก็ถ้ามีเวลาก็คงมีกำหนดมั้งคะ แต่อย่างบ้านเรา สไตลอินดี ว่างท่า แบบชีวๆ มีฟามสุขคะ ไม่นั่นยอดวิว เอาตั้งค์

อืมๆ อ้อ นี่มีเน้นยอดวิวเอาตั้งค์กันด้วยหรือเนี่ย แล้วเวลาติดต่อกันจะติดต่อกันทางเฟสอย่างเดียวยังไงเล่า แล้วมีตั้งเพจไว้สำหรับแอดมินไว้ต่างหากมัย
แชทกลุ่มคะ กดลิงค์ข้ามโฆษณา หมิ่นคลิกต่อ 5 ดอลคะ

โอ้ อย่างนี้เนี่ยเองเค้าเลยมีลิงค์ต่อไปที่บล็อก
ชายคะ

แต่ได้ข่าวว่าสองบ้านนี้ไฟล์โดนลบไป
เข้ากลุ่มลับคะ มีพาสด้วยในแต่ละตอนคะ

อืมๆ ปกติพี่ก็ได้อยู่ 555 แต่เข้า ไม่ทัน เพราะ มีปุ่มลับเลยยังเข้าได้ อย่างนี้ ก็ติดตามทั้ง
สองบ้านอยู่ไข่มัย
555 โหลดบิทสิคะ บ้าน เาไปปล่อยในสยามบิท โหลดมาเก็บสบายๆ ตอนเก่า ๆ เยอะแยะคะ ผึ่ง
ยังเอาพีเคไปปล่อยเลยคะ

5555 นี้แฟนตัวจริงเลยนะเนี่ย สืบข่าวรู้ได้ไงนะ โอ้ เหรอ พี่ไม่เคยโหลดบิตแฮะ ปกติดูแบบสตรีมตลอด
เลย 5555
โหลดหนังใน บิทโงคะ เจ้าของปล่อยเองเอาเรโซ ใครจะกลัวว่าคร้า ของบ้านอื่น เค้าเอามาแอบ
ปล่อยเยอะแยะคะ

งั้นหรอเนี่ย รู้สึกตกขาวยังไงก็ไมรู้ 5555 ถามนิดได้มัย เอาเรโซนี่คืออะไรหรอ 55555
อย่างการโหลดบิท คือการโหลดหนังโหลดอะไรที่ไฟล์ใหญ่ ๆ เป็นไฟล์เดียว อย่าง บิทคือแหล่ง
ฝาก เป็นตัวกลางให้เราดูจากเคนปล่อยคะ อย่างสมัครใหม่ไม่มีเรโซก็ต้องเสียตั้ง บริจาคถึงจะมีสิทธิ์
โหลดคะ อย่างถ้าเราปล่อยเองเราก็ได้เรโซ ได้ค่าอัพโหลดเองคะ

อ้ออ้อ อย่างนี้เนี่ยเอง อืมๆ แล้ว คิดยังงัยบ้างกับการที่ซบโดนลบนะ
เป็นเรื่องธรรมชาติคะ ดิดลิสสิทธ์แหม 555 เคยเห็น รั้นึง 188-189 พากย์ไทย ปล่อยบิทด้วยคะ 5555
คนไทยเก่งเวอร์

หืม พากย์ไทยของทรูนะหรอ หรือว่าพากย์เอง
คะ เค้าเอามาปล่อย ดูดมาปล่อยเอาเรโซเอาค่าอัพโหลด

อ้อ พี่นี้กว่าพากย์เองด้วย ถ้าอย่างนั้นยิ่งสุดยอดเข้าไปใหญ่ 5555
เคยมีบางเพจทำนะคะ เพจละคร พากย์เองด้วยคะ

โอ้ๆ จริงหรอเนี่ย คือทำซบยังพอนึกออกกว่าทำยังงัย แต่พากย์นี่คิดไม่ออกเลยแฮะ

(อ้อ แล้ว ต้องไปกินข้าวหรือทำธุระอะไรริเปล่า ไม่งั้นเดี๋ยวพี่ขอมากวนอีกทีตอนค่าก็ได้นะ โทษทีนะ
สัมภาษณ์นานหน่อยนะ)
นั่งทำรึนึ่งอยู่คะ ดูหนังไปด้วยคะ 5555 นางไม่ได้พากย์รึนึ่ง พากย์ที่เซอร์ละครคะ ฮวาจอนนี่แหละ

5555 จะทำตอนล่าสุดนี้หรือ ห๊ะ แล้วดูหนังไปด้วย 5555 ทำได้ไงเนี่ย โอ้ ทำที่เซอร์ของฮวาจอนหรือ
โอมั้ยอะ
ต้องถามพี่อีกคนคะ ค่าไปดูมา 55555555 เห็นว่าโอะคะ พากได้เสียงหล่อกมาก

อ้อๆ งั้นไม่เป็นไร เสียงหล่อด้วยหรือ ยิ่งอยากฟังเลยแฮะ เดี่ยวไปลองหาๆ ดู 555555 งั้นพี่ขอถามต่อไป
เรื่อยๆ นะ วางแล้วก็ตอบก็ได้จ้า 555555
555

อะแฮ่ม ต่อจากเรื่องที่ซับโดนลบนะ อย่างนี้เพจที่ ทำ มีมาตรการอะไรป้องกันซับโดนลบมัย
ไม่คะ อาจจะมีการซ่อนลิงค์ Adfty แต่ไม่มีโฆษณาไม่ได้หาตั้ง 555 บริการยอลิงค์เจ๋งๆ คะ หรือถ้า
โดน ก็ลงใหม่คะ แป็บเดียวเองคะ เนตแรงส์คะ 555555555555

5555 สุดยอด เน็ดบ้านที่นี้อย่างเต่า เลยไม่เคยโหลดบิตเพราะโหลดไม่ได้ 5555 ตอนนี้อยู่ไอร์แลนด์
แต่ adfly นี้มีแบบไม่ได้ตั้งด้วยหรือเนี่ย เพิ่งรู้
เข้าลิงค์กดตรงเพิ่มเติมว่า ไม่มีโฆษณาคะ เป็นการยอลิงค์ ซอนลิงค์เจ๋งๆ คะ

โอ้ๆ อย่างนี้ทำให้ถูกตามยากไข่มัย
ใช่คะ

แล้ว คิดยังไงกับการได้เงินจากค่าโฆษณานะ
ก็ดีคะ 555555 แต่ก็กลัวเมลล์จาก SBS

555555 อืมๆ ๆ แต่ sbs คงแค่ลบไฟล์ไปอย่างเดียวแหละ อ้อ แล้วพวกที่แอบเอาแฟนซับไปขายละ
ดูดไปอัพใหม่ ดูดไปขายแผ่น เยอะคะ ถือว่า ทำบุญ ซึ่เกี่ยวไปสูรับตบมือคะ อยากรถามแค่ว่า ทำไมซับ
โดนลบ แล้วเวปแก้ทำไม่โดนนะ

5555 เออ จริง คิดไปคิดมาทำไมพวกนี้ไม่โดนแฮะ
555

อย่างนี้เพื่อนที่แปลซับด้วยกันรู้จักกันมาก่อนริเปล่า หรือว่ามารู้จักกันทางเฟสเพราะซีรีส์
ทางเฟสคะ แซทไปชวนคุย แหหลไปเรื่อยคะ 555555

55555555 อืมๆ คุยไปคุยมาก็ชวนๆ กันทำซับนะหรือ ดีเนอะ แล้วเคยนัดเจอกันข้างนอกบ้างมัยเนี่ย หรือ
ว่าคุยกันแค่ทางเฟส
ไม่มีโอกาส บางคนพี่ๆ ค่าไปไปมิตตั้งกันมาแล้ว เจอตามหนุ่มๆ เกามาแล้ว ก็มีคะ อยู่บ้านนอกคะ
5555

555555 อืมๆ แล้วคิดจะรับคนมาช่วยแปลซับใหม่ๆ ริเปล่า หรือว่าตอนนี้ก็มีคนพออยู่แล้ว

รับเรื่อย ๆ ค่ะ แต่ไม่ค่อยมีคนอยากทำ อยากดูอย่างเดียว 555

555 อืม เวลาทำมันใช้เวลาอะเนอะ ปกติ ก็ใช้เวลาทำหลังเลิกงานไข่ม้อย เคยรู้สึกเหนื่อยแล้วคิดจะเลิกทำบ้างมัย

5555 แบบไม่มีเจ้านายใจคะ เหนื่อยก็หยุด ย้ำกะทุกคนที่ทำด้วยกัน สบายๆ แบบอินดี้คะ บางคนขยันมาก ยังถามตัวเองว่า ได้ค่าจ้างสองพันวอนไข่ม้อยถึงขยันจัง 555

5555 น่านสิ มีอะไรเป็นแรงกระตุ้นให้ทำต่อมาเรื่อยๆ นะ

มันสนุกใจคะ อย่าง ดูของคนอื่นก็ต้องโหลดมาอยู่ดี ดูของตัวเองทำเอง ตลกสนุกเองคะ

555

555 อืม แล้วยังกลับบ้านตัวเองแล้ว มีชอบบ้านไหนเป็นพิเศษอีกรึเปล่า

บ้านรุ่นเก่า ๆ ค่ะ แต่งซั๊บสวยมากคะ บ้าน บ้าน บ้าน บ้าน

อืมๆ แล้วยังลูกเพจละ เคยมีปัญหาอะไรบ้างมัย

ไม่คะ บ้านเราไม่ค่อยเน้นสนใจลูกเพจ 55555 ใครจะบ่นก็ช่างคะ 555555555

555555 ดีแฮะ คิดว่าอะไรยากที่สุดในการทำซั๊บนะ

พอ ๆ กันคะ ว่าแปลยาก คนแปลบอก ว่า แต่งยาก 555 ถามว่าอันไหนง่ายสุดดีกวาคะ ฝั่งและอัฟคะ

555555 พี่ก็ว่าแต่งยากนะ เอ้อ จริงสิ เวลาคนแปลแปลมานี่ คำแปลใส่เวิร์ดมาหรือว่าไหม้ก่อนแล้วแปลลง Aegisub เลยนะ

แปลในทามมาเลยคะ ซั๊บฟรีที่แจกมีทามด้วย แต่ไม่ตรงอยู่แล้ว ของรันนิ่งต้องมาทำทามใหม่คะ

อ้อๆ สรุปคือ โหลดไฟลร์นึ่งมาจากบิทก่อน ไทม์ แปลจากซั๊บอั้ง แต่งซั๊บกับคิวซี ฝั่งแล้วก็อัฟริเปล่า

555 นีพี่เข้าใจถูกป่าวเนี่ย

ช่ายคะ

อืมๆ อย่างนี้ดูรันนิ่งพากย์ไทยบ้างรึเปล่าหรือว่าดูแต่ซั๊บไทยตามแต่ละบ้านอย่างเดียวนะ

ดูคะ ทูร์ แต่ปวดหัวกะเสียงพากย์ จอแจแข่งกันมากคะ

อืม เห็นด้วย ดูซั๊บสนุกกว่า คำถามสุดท้ายละจ๋า คิดว่าทำแฟนซั๊บให้อะไรกับเราบ้าง แล้วคิดว่ามีข้อเสียอะไรมัย

ได้ความสนุกของรายการ ได้ความรู้ ในการทำ ข้อเสียคือ ทำให้เราต้องนั่งอยู่กะแต่หน้าจอคะ

55555 อืมๆ ตอนนี้นั่งอยู่หน้าจอไข่ม้อย

ดูเรื่องอื่นคะ

555 จ้าา แต่งกั๊วมากๆ นะที่ให้สัมภาษณ์

Interviewee 9

04/08/2015

สวัสดีค่ะ พี่ชื่อเปานะคะ พอดีตอนนี้กำลังทำวิจัย ป.เอกที่มหาวิทยาลัย Dublin City University ที่ไอร์แลนด์ เรื่องการแปลโดยกลุ่มแฟน ซึ่งเจาะไปที่รายการรันนิ่งแมนอยู่ (เพราะเป็นแฟนรายการนี้คะ ^^) พอดีที่เพิ่งสัมภาษณ์ จากบ้าน ไปแล้ว ก็แนะนำ มา เลยอดอยากสอบถามว่าถ้าจะขอสัมภาษณ์ ทาง Skype หรือแชตผ่านเฟสก็ได้คะ พอจะสะดวกไหมคะ คำถามจะเกี่ยวกับเรื่องประสบการณ์การทำแฟนคลับแล้วก็ความคิดเห็นต่างๆ ไปกับการทำแฟนคลับและเป็นแฟนรายการคะ ขอโทษด้วยนะคะที่รบกวน แล้วก็ขอบคุณมากๆ ค่ะ

ขอบคุณที่รับแอดจ้า

อ้อ ค่ะ แชตผ่านเฟสได้นะคะ แต่สไกป์ไม่ได้โหลดคะ ถ้าเป็น teamspeak3 มีคะ

โอ้ พี่ไม่เคยใช้ teamspeak เลย เพิ่งเคยได้ยินนะเนี่ย แชตผ่านเฟสก็ได้จ้า 5555 ได้จ้า teamspeak3 มีไว้พวกเล่นเกมคุยกันนะคะ คล้ายสไกป์เลย แต่เป็นแชตก็ได้คะ

5555 นี่เล่นเกมด้วยหรือ ทำหลายอย่างเลยนะเนี่ย มีเล่นบ้าง นานๆทีคะ

อย่างนี้คืนนี้สะดวกให้พี่สัมภาษณ์เลยมั๊ยหรือว่าเป็นวันพรุ่งนี้ก็ได้อ้อ เพราะอาจจะใช้เวลาไม่นานน้อยนะ น่าจะประมาณชั่วโมงกว่าๆ นะ
ถามเลยก็ได้คะ ก่อนอื่นแนะนำตัวก่อน นะคะ

โอเคจ้า

งั้นฝาก ดีกแบบสอบถามสันตามลิงก์นี้ก่อนทีนะ

https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMqdhH5Blzd8VPoiqchRrIVVebFzCPAWKFemV8yM/viewform?usp=send_form



จดหมายยินยอม

จดหมายยินยอมฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการวิจัย และใช้
ที่ Applied Language and Intercultural Studies, Dublin
City University
Dublin 9, Ireland
Tel: +353 1 337 1526
Email: thandao.wongseeree2@mail.dcu.ie

หนังสือแสดงเจตนายินยอม

I. ชื่องานวิจัย ชื่องานวิจัย: ความคิดสร้างสรรค์ของการแปลซับไตเติลโดยกลุ่มแฟนในประเทศไทย: กรณีศึกษาของรายการโทรทัศน์ "รันนิ่งแมน" หน่วยงาน: School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University ผู้วิจัย: ธารดาว วงศ์เสวี [thandao.wongseeree2@mail.dcu.ie; +353-87-337-1526] อาจารย์...

docs.google.com

คะๆ

แล้วก็เป็นหนังสือชี้แจงงานวิจัยของพี่จ้า

หนังสือชี้แจงงานวิจัย.docx

เปิดไฟล์ · ดาวนโหลด

จ๋า แต่งนะ
ตอบอันแรกไปแล้วคะ

จ๋า อีกอันเป็นรายละเอียดงานวิจัยที่เฉยๆ จ๋า
เคคะอ่านคร่าวๆ แล้ว 55

5555 จ๋า จินที่เริ่มถามเลยนะ
คะ เริ่มเลย

แปลซับซ้อนมานานเท่าไรแล้วหรือ แล้วเริ่มจากแปลเรื่องอะไร
แปลครั้งแรกเหมือน 2 ปีที่แล้วคะ เรื่องแรกคะ Penny Pinchers เป็นภาพยนตร์

โอ้ เริ่มแปลจากหนังหรือเนี่ย แล้วแปลให้บ้านซับริเปลาตอนนั้น
ตอนนั้นเป็นแฟนเพจของ คู่ซงซงคะ ซงจุงกิ ซงจีฮโย แต่เรื่องที่แปล จุงกิเล่นหลังพอดี้ ตอนนั้นเลย
อาสาไปช่วยแปลคะ

อ้อ แสดงว่าเริ่มสนใจแปลซับริจากตุรันนึ่งก่อนใช่มี๊
ใช่คะ ซับริไทยรายการแรกทีดู รันนึ่งแมนเลย

โอ้ๆ แล้วตอนนั้นคิดยังไงถึงเริ่มไปอาสาช่วยแปลหรือ
ก็ส่วนตัวอยากดูเรื่องนี้ด้วยคะ แต่ไม่มีคนแปลเลย เลยหักแอดมินเพจไปขอให้ช่วยมี๊ เค้ก็บอกขาดคน
แปลพอดี้

เพจนันเป็นเพจที่แปลซีรีส์หรือหนังเกาหลีใช่มี๊ หรือว่าเป็นเพจแปลรันนึ่งด้วย
เค้ไม่ได้แปลอะคะ แค้เป็นเพจแฟนคลับธรรมดา จะมีแปลข่าวของ จุงกิ กับ จีฮโย บ้าง แต่ไม่ได้แปล
รายการอะไรหรือซีรีส์อะไรเลย

อ้อ จันตอนนั้นก็แปลหนังเรื่องนี้ให้เพจนันอย่างเดียวเลยใช่มี๊
หลังจากตอนนั้นก็หยุดแปลไปคะ แล้วบังเอิญมาเจอ ซีรี่ที่ จีฮโยแสดง เลยมาเจอกับ แล้วก็ชวนกัน
ทำซับริ ซีรี่เรื่อง exgirlfriends แล้วก็ทำรันนึ่งแมนมา 3-4 ตอนด้วย

อ้อๆ อี้มี๊ แล้วเจอกับ ได้อย่างไรนะ ตามเพจนะหรือ แสดงว่า ก็อยู่ตั้งแต่เริ่มตั้งเพจ เลย์ใช่มี๊
ป้าวคา เพิ่งมาเจอ ตอนหลังแล้ว น่าจะสัก 3 เดือนได้

อ้ออ เสียตาย exgirlfriends โดนลดตอนไป แสดงว่า แปลซีรีส์เรื่องนี้ก่อนแล้วเลยมาแปลรันนึ่งแมน
ด้วยใช่มี๊
ใช่คะ

คิดว่าการแปลซีรีส์กับรายการวาไรตี้ต่างกันยังไงให้ความรู้สึกต่างกันมี๊
ก็ต่างอยู่นะคะ ถ้าเป็นซีรีส์เราจะพอเดาอารมณ์ของ ซับริได้ ว่าเดี๋ยวต่อไปจะเป็นยังไง มันเลยค่อนข้างง่าย
กว่าแปลวาไรตี้ ที่เราจะเจอคำศัพท์ใหม่ๆอยู่เรื่อยๆ เปลี่ยนไปทุกสัปดาห์ แล้วก็ต้องคอยดูซับริอิงไปด้วย
ว่า ประโยคไหนใครพูด เราต้องใส่คำลงท้ายให้ตรง บางทีผู้หญิง ผู้ชายพูดคำลงท้ายไม่เหมือนกันคะ

อี้มี๊ แต่แปลซีรีส์กับวาไรตี้จากซับริถึงทั้งคู่เลยใช่ริเปลา
ใช่คะ

อ้อ จ๋า ตอนแปลนี่แปลลง Aegisub เลยหรือว่าแปลใส่เวิร์ดหรือโปรแกรมอื่นก่อนนะ
ลง agis คะ

แสดงว่าก่อนหน้านั้นจะมีคนใหม่มาให้ก่อนใหม่มั้ย แล้วมีหลักเกณฑ์อะไรในการแปลรีเปลา

จะแปลก่อนค่ะ แล้ว เค้าไปจับใหม่กับแต่งซ้ำอีกที

ส่วนหลักการแปลก็คือ ใช้สำนวนของตัวเองค่ะ เน้นภาษาที่เป็นธรรมชาติ แล้วก็ต้องถูกต้องตามต้นฉบับด้วย เวลาแปลจะฟังเสียงเกาหลีไปด้วยค่ะ เพื่อให้ชัวร์ว่าเค้าหมายถึงอะไร แต่ไม่ได้รู้ศัพท์เกาหลีเยอะค่ะ แค่วงคำที่เราฟังออก

โ้ แล้วมีเปิดดิกเกาหลีบ้างมั้ย หรือเสิร์ชเอาตามเน็ต เพราะอย่างรันนิ่งแมนจะมีตัวแต่งหรือซับซ้อนขึ้น เยอะมากๆ

ถ้าเป็นตัวแต่ง คืออิงก็เอาตามซับซ้อนลยค่ะ ประกอบกับดูชิ้นนั้นๆ เพราะอ่านเกาหลีไม่ออก ได้แค่ฟัง ค้างๆ ในซีรียใช้บ่อยๆ

อืมๆ แล้วในตอนๆ หนึ่ง จะแปลทั้งตอนเลยหรือว่าแบ่งๆ กันนะ ใช้เวลาทำที่หนึ่งประมาณกี่ชั่วโมง เคยแปลรันนิ่งประมาณ 5-6 ชม. ค่ะ แต่ถ้าเป็นซีรียก็ 4-5 ชม. ส่วนมากจะแปลทีเดียวให้เสร็จค่ะ เว้นแต่ถ้าไม่ว่างหรือ ติดงานจะทยอยแปลครั้งละ 30 นาที ประมาณนี้ค่ะ

อย่างนี้ใช้เวลาช่วงไหนแปลหรือ แล้วตกลงกันยังไงว่าเราจะแปลรันนิ่งตอนไหน หรือซีรียเรื่องนี้นะ ก็แปลช่วงหลังเลิกงานค่ะ ประมาณ 6 โมงเย็น เป็นต้นไป แต่จะแปลเรื่องไหน หรือ ep อะไร ก็แล้วแต่ ทีมค่ะ ถ้าเพื่อนๆ บอกโอเคแปลก็แปล แต่ จะรับจากความชอบของตัวเองก่อน ถ้า running ก็แปลได้ทุกอีพี แต่ซีรียจะเลือกเรื่องที่เรารอบ หรือ มีศิลปินที่เราตาม

อืมๆ เพราะชอบรันนิ่งอยู่แล้วใช้มะ 555 ยังจ้แสดงว่าเพลง ก็ไม่มีเดดไลน์กำหนดว่าต้องส่งเมื่อไหร่ ด้วยใช้มั้ย

ไม่มีค่ะ เค้าจะเป็นคนรับหน้าที่แต่งซ้ำ จับใหม่ QC คือทุกอย่างจะไปจบที่ แล้ว ก็ไม่เคยเร่งเลย แบบเรตกลงกันว่าเราจะทำตามที่กำลังเราทำได้ ทำด้วยความชอบ ก็ทำเรื่อยๆค่ะไม่เน้น ไปแข่งกับใคร

อืมๆ ดีจัง ตอนนี่ ก็แปลให้พีเคเพลงเดียวเลยใช้มั้ย

ขำค่า สนุกดีทำงานด้วยกัน ชอบซ้ำก็เป็นส่วนหนึ่งแต่เพื่อนร่วมงานดีทำให้มีกำลังใจมาก

อืมๆ แล้วได้เจอกันช่วงนอกบังรีเปลา หรือว่าคุยกันทางเฟสอย่างเดียว

คุยกันทางเฟสค่ะ พอดี อยู่ ชุมพร เพื่อนๆ เค้าอยู่ กทม และ ก็โคราชค่ะ คนละทิศเลย

อ้อ สุดยอด 55555 เรื่องดูแลเพลง พวกอัพสเตตัสกับอัพซับนี่ จะช่วยๆ กันรีเปลาหรือแบ่งหน้าที่ให้ใครเป็นพิเศษ

ไม่ค่อยได้อัพความเคลื่อนไหวค่ะ ส่วนมากจะเป็นคนอื่นทำกัน เพราะเราเข้ามาหลังสุดด้วย ส่วนมากก็สนใจแต่แปล ค่ะ 55

อ้อ จ้าา อย่างนี้ที่แปลก็ฝึกเอาเองใช้มั้ย เคยลองๆ ทำอย่างอื่นนอกจากแปลบังรีเปลา เพราะอย่างน้อย อิงก็รู้วิธีใช้ Aegi ด้วย

เคยแต่งซ้ำค่ะ แต่ไม่ถนัดเลย แปลอย่างเดียว

อืมๆ ยากเนอะ แปลก็ยาก แต่งซ้ำก็ยาก ไปอีกแบบ แล้ววิธีใช้โปรแกรมได้ยังไงหรือ

ครั้งแรกคือ เพื่อนจากเพลงที่ทำซับนั่งสอนค่ะ แล้วเรื่องแต่งซ้ำก็ขอคำแนะนำจาก เพราะรายนั้นเค้าเขียน

อืมๆ จ้าา กับเรื่องที่ชอบรันนิ่งเคยโดนลบ มีความคิดเห็นยังไงเกี่ยวกับเรื่องนี้บ้างนะ

ก็เข้าใจนะค่ะ ว่าเป็นเรื่องของลิขสิทธิ์ค่ะ แต่ในมุมมองของเรา คือเราอยากให้เค้ายกเว้น กรณีที่เราไม่ได้ทำเพื่อการค้า เราแปลเพื่อให้ คนไทยได้มีโอกาสดูรายการดีๆ จะว่าไปมันก็เหมือนเป็นการ ตีตลาดให้กับ รายการของช่องเค้าด้วย แต่ถ้ามองในแง่ของช่อง อาจจะคิดว่าคนไทยดูไปก็ไม่ได้เพิ่มรายได้ให้กับช่อง

เพราะเค้านับเรตติ้งจากคนในเกาหลีเท่านั้นใช่ไหมคะ ตรงนี้เค้าอาจจะเห็นว่า เราเอามาแปลลงเว็บแล้ว เหมือนไขว้ของที่เป็นลิขสิทธิ์ในส่วนของเค้าอะคะ คือแปลทำไป อัฟไป แล้วโดนลบมันก็เพี้ยนอะคะ แต่ของพวก ทำกัน ไม่ได้เข้าเซฟเวอร์ คือ ลบไปเราก็อัฟใหม่ มันไม่ได้เตือนรอนกับเรามาก แต่บ้านใหญ่ที่แปลๆกัน เค้าคงกระทบมาก เห็นเลิกทำไปก็หลายเจ้าแล้ว

อืมๆ นั้นสิ ตั้งแต่โดนลบครั้งแรกแล้ว ถอดใจกันไปหลายราย ยิ่งโดนอีกก็ยิ่งหมดกำลังใจ อย่างนี้ เคยคิดจะเลิกทำซับบ้างมั๊ย หรือว่าอยากทำต่อไปเรื่อยๆ อย่างที่บอกคะ ว่าลบไปเราก็อัฟใหม่คะ 555 เพราะเราเป็นบ้านเล็ก แปลมายังไม่มากมาย เลยยังไม่ยอมหมดกำลังใจง่ายๆคะ

5555 อืมๆ ดีแล้วๆ ไฟต์ไฟต์
ค่า >,<

ออี จ้าว่า พี่เห็นบางบ้านก็ได้ตั้งจากค่าโฆษณาเหมือนกันนะ คิดยังไงบ้างนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ ตอนนี้ยังไม่ได้มองไปขนาดนั้นเลยคะ คิดแค่ว่าแปลแล้วสนุกเราได้รับศัพท์ใหม่ๆไปในตัว แล้วเราเองก็เป็นตึงอยู่แล้วเรารักมันนิ่งแมน แค่ออกมาทำออกมาให้ดีคะ เรื่องหารายได้จากโฆษณา ก็ไม่ได้หวังจะได้อยู่แล้ว เพราะรู้สึกที่เราจะทำซึลๆไป ถ้าจะหวังครอบงำก็ตั้งคนดูเอาค่าโฆษณา แบบนั้นเราคงต้องเร็วกว่านี้คะ ตอนนี้ทำแบบสบายๆมากๆเลย แบบมีความคิดว่า ถ้าทำสวยๆแปลดีๆ คนก็อาจจะอยากโหลดเก็บไว้ดู เพราะ ปกติ คนดูมันนิ่งแมน ก็จะดูซับบ้างที่ออกเร็วก่อนแล้ว ถ้าชอบก็จะหาบ้านที่ทำซับบ้าง โหลดเก็บ ซึ่งอยากทำออกมาให้ดีเพื่อกลุ่มคนที่รักมันนิ่งเหมือนกันได้มีซับบ้างไว้เก็บมากกว่าคะ

อืม เป็นความคิดที่ดีมากเลย พี่ว่ากลุ่มแฟนหลายๆ คนก็ชอบดูซับบ้างนะ พี่ก็คนนึงละ 5555 แต่ยังไงก็ มีบางกลุ่มที่เอาแฟนซับบ้างไปขายบ้าง ลงแอปเอาตั้งค์บ้าง คิดยังไงกับกลุ่มนี้นะ ในฐานะที่เราเป็นคนทำ ย่อมรู้สึกไม่ดีอยู่แล้วคะ เราเลยหาวิธีกันว่าจะป้องกันยังไงดี มันยังไม่มียวิธีที่จะป้องกันไม่ให้คนเอาไปทำเป็นเชิงการค้าได้แบบ 100 เปอร์เซนต์ เราก็คงได้แต่ช่วยกันโปรโมตว่า ซับบ้างทำฟรี ให้ดูฟรี ไม่จำเป็นต้องเสียสตางค์ซื้อคะ ถ้าคนที่ชอบดูว่ามีให้ดูฟรี เค้าก็คงเลิกซื้อกันไปเอง พวกที่ขโมยไปขาย ก็คงไม่รู้จะขายใคร

อืมๆ แล้วคิดว่าอะไรรายกที่สุดสำหรับคนที่ซับบ้าง
แต่งซับบ้าง+จับไหมค์ค่า แต่หลายคนบอกแปลยาก

555555 ตอบคล้ายๆ เลยนะ แต่สลับกัน บอกแปลยาก แต่คนบอกว่าแต่งซับบ้างจับไหมค์ยาก จะบอก ตลอดว่า แต่งซับบ้างไม่ยาก แต่ จะเถียงตลอดว่า มันยากนะ ทำไม่ได้ เคยลองแล้ว ความยาว 30 นาที ใช้เวลา 5 ชม. คือ เป็นคน ทำงานละเอียดไม่ได้ แบบให้จับเวลาตัวเอง หรือแต่งสีให้สวยๆ เราทำไม่ได้ อาจจะเพราะเราไม่ถนัดด้านนี้ด้วยคะ ถ้าแปลคือ เรายังได้สนุกไปกับมันแต่แต่งซับบ้างแล้วจุกจิก จะพาเครียดเลย

น่านสิ พี่ว่าคงขึ้นอยู่กับว่าเรถนัดอะไร เลยรู้สึกว่าที่ไม่ถนัดจะยากกว่า พี่เคยลองๆ ทำดู ก็คิดว่าแปลนี่เรายังทำได้ แต่แต่งซับบ้างขอบาย จุกจิกมากๆ อย่างที่ พี่ว่า
ใช่เนอะ

เนอะๆ 555
ตรงนี้เลยนับถือ กับพี่อีกคนมากคะ ค่าทำกันไว้มาก

อืมๆ อย่างนี้จะทำซับบ้างเสร็จตอนหนึ่งน่าจะใช้เวลาสักอาทิตย์ไหม้ๆ หมายถึงตอนที่ทุกคนว่างนะ แปลประมาณวันหนึ่ง แล้วก็มาแต่งซับบ้างอีกที ถ้าว่างกันหมด ประมาณ 5 วันเสร็จคะ อัฟให้ได้ดูกันก็ 5 วันพอดี ส่วนมากจะ 4-5 วันนะ เพราะ ว่า ซับบ้างมันออกวันอังคาร แปล ส่งให้ ทีมแต่งก็ประมาณ พุทธกลางคืน ค่าไปแบ่งกันแต่งซับบ้าง ก็เสร็จ อัฟวันศุกร์พอดี

ก็เร็วอยู่ดี 555 แสดงว่าในทีมมี แปลหลักๆ คนเดียวเลยรีเปลา
แปลรันนี่เป็นหลักคะ แต่ กับพี เค้าจะแปลซัพซีย์อื่นกันอยู่ คือทุกคนแปลได้หมด
เรื่องทำซัพอะ เหมือนเป็นน้องใหม่มากกว่า แต่ เค้าคร่ำหวอดมานานแล้ว เค้าแปลดีทั้งคู่คะ ทั้ง
ทั้งพี พอมมี มาช่วยเลยแบ่งๆกันไปทำอย่างอื่นบ้าง

อ้ออ จ้า คิดว่าการทำซัพให้อะไรกับเราบ้าง แล้วมีข้อเสียอะไรบ้างมัย
ที่ได้มาทำก็ดีตรงที่เราได้ทำในสิ่งที่เราชอบ ทำให้เราสนุกไปกับมัน ได้เห็นศัพท์ใหม่ๆ ได้ฟังเกาหลีสไป
ด้วย ก็จะได้ศัพท์เกาหลีสบ้างเล็กน้อย คือรวมๆแล้ว ได้ทำสิ่งที่ชอบคะ ได้เพื่อน ได้สังคมใหม่ๆ
ส่วนข้อเสียของการทำซัพจริงๆ ในแง่ของคนแปล มองไม่ออกจริงๆว่ามันมีข้อเสียยังไง ที่เห็นอย่างเดียว
คือ พอเราแปลมาแล้ว เป็นช่องทางให้มีคนเอาไปขายนี้แหละ ที่เหนื่อยๆใจ

อีม จริงๆ เป็นกำลังใจให้น้า
ค่า ชอบคุณมาก

แต่ตั้งกั๊วมากๆ ด้วยจ้าที่ให้พีสัมภาษณ์ นอกจาก แล้ว พอลจะรู้จักใครที่พีพอจะขอสัมภาษณ์ได้
อื่กมัยอะจะ
นี่เลยคะ ชื่อพี ทีมเดียวกัน มีเกริ่นกับพี ไว้บ้างแล้ว
แอดแล้วทักไปได้เลยคะ

โ้ จ้าา ชอบคุณมากๆ อื่กทีน้าา
ค่า ขอให้วิทยานิพนธ์ (หรือเปลา) สำเร็จเรียบร้อยดีนะคะ โชคดีคะ ฮีไวท์ตั้ง

แต่ตั้งกั๊วจ้าา ไซเลย วิทยานิพนธ์นี้แหละจะ 55555 ฮีไวท์ตั้งเหมือนกันจ้า
คะ >,<
^.^

Interviewee 10

04/08/2015

สวัสดีค่ะ ชื่อ เปานะคะ ตอนนี้กำลังทำวิจัย ป.เอกอยู่ที่ไอร์แลนด์ มหาลัย Dublin City University ค่ะ หัวข้อวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการแปลโดยกลุ่มแฟนคะ ซึ่งเจาะไปที่กลุ่มแปลรึนนิ่งแมน เพราะเป็นแฟนรายการนี้เหมือนกันนะคะ พอดีเพิ่งสัมภาษณ์ ไปนะคะ แล้ว ก็แนะนำให้ติดต่อ นะคะ ไม่ทราบว่า พอจะสะดวกให้สัมภาษณ์ทาง Skype รีเบลาคะ หรือแชตทางเฟสก็ได้คะ ถ้าไม่สะดวกก็ไม่ใช่ไรค่า ขอโทษนะคะที่รบกวน แล้วก็ขอบคุณมากๆ ค่ะ
ขอบคุณที่รับแอดค่า ไม่ทราบว่าพรุ่งนี้สะดวกให้สัมภาษณ์รีเบลาคะ จะเป็นช่วงไหนที่สะดวกก็ได้ค่า พี่ประชุมคะ ต้องเย็นๆ ประมาณหกโมง น้องจะฝากคำถามมาก็ได้นะคะ เดียวพี่ตอบได้ แต่ถ้าสัปดาห์ต้องรอพี่เลิกงานก่อนพรุ่งนี้พี่ยุ่งทั้งวันเลย

ถ้าเป็นวันศุกร์หรือวันอื่นๆ พี่ พอจะสะดวกมั้ยคะ เปารอให้พี่ วางก่อนได้คะ ถ้าพี่ ไม่สะดวกสัปดาห์ก็
แชตทางเฟสแบบนี้ก็ได้คะ แล้วก็พี่เป็นช่วงเย็นๆ ได้เลยค่า
ได้จ้า แต่ขออนอกเวลาราชการนะคะ

ค่า พอดีตอนนี้ไปอยู่ที่ไอร์แลนด์นะคะ เวลาจะห่างจากไทยประมาณ 6 ชั่วโมงพอดี
อ้อ แชตเฟสก็ได้คะ ตอนนี้ก็โม่งแล้วคะ จิงๆ พี่ก็เป็นเพื่อน

ตอนนี้ของเปาทำโม่งเย็นค่า 555 อ้าวเธอคะ ตอนแรกเปานึกว่าพี่ อายุประมาณ เลยเปลอเรียกชื่อ
ไปเลย
แทฮัน มินกุก มันเขนั่นละ แก่แล้วคะ 555 พี่กะ เท่ากัน รู้จักกันเพราะเป็นดั่งนี้ละ

5555 อ้อ งั้นต้องเรียกพี่แล้วละคะ แต่เปาขึ้นเลขสามละเหมือนกันละค่า
มาถามพี่แล้วว่าจะแนะนำน้อง ตอนแรกพี่คิดว่าพี่ไม่เก่ง เลยไม่ได้ให้สัมภาษณ์

อ้อ ไม่เลยค่าา เปาว่าเรื่องนี้อยู่ที่ประสบการณ์เลยคะ
แต่คิดว่าน้องอาจจะอยากได้กลุ่มตัวอย่างเยอะ

สุดท้ายก็วนมาเจอกันจนได้ 5555
55 พี่ทำเพจ กะ น้องมันคะยันคะยอมให้ตอบ

5555 จะได้เป็นพวกเดียวกันใจคะ เปาได้ข้อมูลจาก แล้วก็พี่ เยอะมากเลยคะ
พอดีพรุ่งนี้พี่ต้องตื่นเช้ารีบไปทำงาน พี่ต้องนอนก่อนน้า เดี่ยวพรุ่งนี้พี่ตอบให้ เป็นคนเก่งคะ

งานวิจัยของเปาเกี่ยวกับการแปล แล้วเปาเน้นจากมุมมองของนักแปลเป็นหลักนะคะ
อ้อ

แต่เก่งทุกคนเลยคะ
พี่ไม่ค่อยเก่งนะคะ 555

5555 ไม่เลยค่า ทำได้ขนาดนี้ต้องเก่งแน่ๆ ถ้ายัง ใจเป็นพรุ่งนี้ไปขอกวนสัมภาษณ์สักประมาณหกโมง
ของพี่ เป็นแชตทางเฟสนะคะ ขอขอบคุณมากๆ อีกทีคะ พี่ ผันดินะคะ
ได้จ้า
ค่าา

5/8/2015

สวัสดีค่า พี่ พอจะสะดวกตอนนี้มั้ยคะ

ทางเฟสบุ๊ค ถามเลยคะ แต่ ไม่เก่งนะคะบอกไว้ก่อนน้า พอดี วางถึงสองทุ่มนะคะ และวางอีกที่สามทุ่ม ทำกระตุ้ยงานสดซีรีส์เกาหลีในพันทิปอะคะ 555

ไม่เป็นไรเลยค่า เป้าคิดว่าสองทุ่มก็น่าจะเสร็จละคะ 5555 ว่าแต่รายงานเรื่องอะไรอยู่หรอคะ Scholar ใหม้ยคะ อ้อ

ถถถถถถถถถถ รู้ได้ไงคะ เคยเห็นหรอคะ 5555

ก็ดูอยู่พอดีเลยจำได้ว่าวันนี้มีเรื่องนี้แหละค่า เลยเดาเอา 555
ใช่แล้วคะทำทุกวันละคะ จะเลิกแล้วไม่มีเวลาทำชั้นเลย 5555

5555 ค่า
โอเคค่าถามเลย

อันนี้เป็นหนังสือชี้แจงงานวิจัยของเป้าค่า

หนังสือชี้แจงงานวิจัย.docx

เปิดไฟล์ · ดาวน์โหลด

แล้วเป้าฝากพี่ ดักแบบสอบถามสั้นๆ ตามลิงก์นี้ก่อนได้มั๊ยค่า

https://docs.google.com/forms/d/1B2qlzMqdhH5Blzd8VPoiqcHrIVVebFzCPAWKFemV8yM/vie/wform?usp=send_form



ดาวน์โหลด

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของ DCU
© Applied Language and Intercultural Studies Centre
AppliedLanguageandInterculturalStudies
School of Applied Language and Intercultural Studies, DCU
Website: <http://www.alic.dcu.ie>

หนังสือแสดงเจตนายินยอม

I. ชื่องานวิจัย ชื่องานวิจัย: ความคิดสร้างสรรค์ของการแปลซับไตเติ้ลโดยกลุ่ม
แฟนในประเทศไทย: กรณีศึกษาของรายการโทรทัศน์ "รันนิ่งแมน" หน่วยงาน:
School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University ผู้วิจัย: ธาร
ดาว วงศ์เสรี [thandao.wongseeree2@mail.dcu.ie; +353-87-337-1526] อาจารย์...

docs.google.com

ขอบคุณค่า

ได้จ้า ตอบแล้วค่า

เย่ ขอบคุณค่า เป้าขอเริ่มถามเลยนะคะ พี่ เริ่มทำซับมานานเท่าไรแล้วหรอคะ
พี่ เริ่มทำซับมานานเท่าไรแล้วหรอคะ>>>> ถ้าทำซับฟังทำได้ประมาณ สามเดือนเองค่า อาย

555 แต่ทำได้ก็เก่งแล้วค่า แล้วเรียนการทำซับมาจากที่ไหนหรอคะ

เรียนการทำซ้ำมาจากที่ไหนหระคะ>>> เรียนมาจากแฟนคลับด้วยกัน และถ้าติดขัดตรงไหนก็ google ค่ะ

ไปกินข้าวบ้านออมมา 10 นาทีหะคะ ถามมาได้เลยเดี๋ยวลับมาตอบคะ พี่พิมพ์ไวปานวีก และคิดเร็ว ปานแม่วีกคะ

555 ค้าา ปกติพี่ จะทำหน้าที่แต่งซ้ำกับจับไหม้หะคะ ถ้ายังไงเปามาถามพี่ ต่อสัปดาห์สามได้มัยคะ พอดีอยากจะถามแบบคุยกันนะค้า แล้วพี่ จะได้ไม่ต้องรีบด้วย
ปกติพี่ จะทำหน้าที่แต่งซ้ำกับจับไหม้หะคะ>>> แต่งซ้ำคะ แต่ว่าอันที่แปลจะเป็นซีรีส์

อ้อ ค้า เคยทำของรันนิ่งแมนบ้างรีเปล่าคะ

รันนิ่งแมนไม่ต้องจับไหม้หะคะ ค่อนข้างตรง แต่อันที่ไม่ตรงที่แต่งซ้ำ ต้องจับจังหวะแต่ง
ทำค้า คือบางทีมันแต่งไม่ตรง แต่ก็มบ้างที่จับไม่ตรงก็ต้องจับไหม้แต่ไม่เยอะ

จังหวะแต่งนี้ทำยากมากเลยนะคะเนี่ย พี่ คิดว่าการทำซ้ำซีรีส์กับรันนิ่งแมนแตกต่างกันมัยหะคะ อย่างไร
ยากกว่ากัน

ไม่ยากคะง่ายมาก

จังหวะแต่งนี้ทำยากมากเลยนะคะเนี่ย >>>> ง่ายหะคะ แต่ต้องใช้เวลามาก

คิดว่าการทำซ้ำซีรีส์กับรันนิ่งแมนแตกต่างกันมัยหะคะ>>>> ทำซ้ำรันนิ่งแมน กับซ้ำซีรีส์ไม่ต่างกันหะคะ
แต่จำนวนบรรทัดของรันนิ่งแมนจะน้อยกว่า ซีรีส์เกาหลีหะคะ

อย่างไรน่ายากกว่ากัน>>> คือซีรีส์จะยากกว่า ตรงเราต้องเขียนบทสนทนาให้อ่านง่าย เข้าใจง่าย คือมัน
คล้าย ๆ กับการเขียนนิยาย ไม่ใช่ซ้ำอิงมาแบบไหน ก็แปลไปแบบนั้น เพราะภาษาไทยจะมีการเล่นคำ
มากกว่าภาษาอังกฤษ แต่รันนิ่งแมนถ้าด้านการแปลจะซับซ้อนน้อยกว่า แต่การแต่งซ้ำไม่ยากแต่ใช้เวลา
มากกว่าหะคะ อยู่ที่ความชำนาญและเวลาว่างของคนทำด้วยหะว่าว่างทำไหม

โอ้ ค้าา

รันนิ่งแมน แบบแต่งซ้ำใช้เวลามากกว่าการแปลซีรีส์หะคะ แต่ถ้าไม่แต่งซ้ำก็ไม่นานหะคะ บางบ้านถึงไม่แต่ง
ซ้ำหะคะ

5555 กำลังจะถามเลยหะคะ

555 คือ ทีมทำรันนิ่งแมน เป็นแฟนคลับรายการหะคะ ก็อยากจะทำให้ดีที่สุด

โอ้ ค้า แสดงว่ามีทีมซ้ำซีรีส์กับรันนิ่งแมนแยกกันคนละทีมใช้รีเปล่าคะ

ป่าวหะทีมเดียวกันนี่ละ 5555 แต่ทำซ้ำซีรีส์ อยู่ที่ชอบเหมือนกันไหม ถ้าชอบไม่เหมือนกันก็ต่างคนต่าง
ทำหะคะ อยู่ที่เวลาว่างของแต่ละคน บ้าน แอดน้อย อย่างช่วงนี้ที่บ้านหายไป ไม่ได้กลัวลิขสิทธิ์หะคะ
ไม่ว่าง 555

5555 ค้าา มีต่างคนต่างทำด้วยหระคะเนี่ย อย่างนี้ซีรีส์เรื่องนี้มีคนทำประมาณกี่คนหระคะ แล้วทีม
ทำซ้ำรันนิ่งแมนมีประมาณกี่คน

เคยทำด้วยกัน สามคน สองคน และทำคนเดียวก็มีหะคะ แล้วแต่ว่าชอบเหมือนกันไหม แต่ว่า แต่ละคนมี
งานประจำ

มีทำคนเดียวด้วยหระคะเนี่ย แล้วทำซีรีส์จะใช้เวลาทำประมาณกี่ชั่วโมงต่อตอนหระคะ รายการรันนิ่ง
แมนด้วยหะคะ

แปลไม่เก่งหะคะใช้เวลานาน คือ ส่วนวนมันต้องนิยายด้วยหะคะ พี่ทำซ้ำได้ไม่นานหะคะ ก็เลยยังไม่เก่ง
ซ้ำซีรีส์หนึ่งเรื่องน่าจะใช้เวลาเฉพาะแปล น่าจะ หกชั่วโมงเลย 5555 แต่มันต้องโหลดซีรีส์มาด้วย ฝั่งอีก
คือนานหะคะ

โธ ก็ไม่นานนี่คะ ถ้าเทียบกับจำนวนบรรทัดที่ต้องแปลด้วยนะค่ะ

ประมาณเจ็ดร้อยคะ คือ แปล มันอ่านยากไปคะ มันอยู่ที่สำนวนของเราด้วย กำลังจะหัดให้มันอ่านง่าย ๆ ค่ะ ยกตัวอย่าง บัณฑิตแวมไพร์ที่เคยทำนะคะ อย่าง รัชทายาทตาย เค้าไม่ได้ใช้คำว่า สวรรคต จะใช้ คำว่าตายก็ดูแปลก ๆ แต่ราชาศัพท์ คือ ทิวคต โธ้ว คนอ่านเห็นแล้วเวียนหัวเลยคะ เพราะ ใช้ศัพท์ ยาก ฝรั่งเศสตาย death ก็จบ 5555 สมมตินะคะ 5555

คะ เพราะเราใส่ใจตอนที่กำลังแปลด้วยก็ต้องพิถีพิถันหน่อยรีเปล่าคะ แล้วเปว่าสำนวนการแปลก็เป็นของ เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ได้ออกคะ 5555

ขอบคุณนะคะ แต่อ่านยากคะ เพื่อนในวงการบินมา วงการคือวงการดั่งนะคะ 5555

5555 ค้าา พี่ยืมต้องไปเตรียมตัวรายงานสดรีเปล่าคะ ถ้ายังงไปชอบรบกวนอีกทีสิคะประมาณสามทุ่ม ได้มั๊ยคะ

น้องเปถามมาได้เลย พี่แคบได้ตอบได้ แต่อาจจะช้าลงคะ

โธ ค้าา สามารถคะ 5555 ขอขอบคุณค้า

5555 น้องเปพูดเก่งมาก สมกับที่แพมบอก พี่ก็มีเพื่อนในวงการดั่งเกาสี แบบไม่รู้จู้กันมาก่อน เพราะ เป็นดั่งนี้ละคะ พี่เป็น นะคะ 555555555555 ลืมบอก มีหลายคนนะ ที่เป็น แล้วมาเป็นดั่งนี้เยะ

555555 ค้า เป่าเป็นอาจารย์อยู่คะ ต้องเป็นดั่งแบบเจ๊บบๆ 555555

5555555555 นี้ว่าจะเปลี่ยนเฟสแล้วคะ เพื่อน อีกคนเขาใช้เฟสชื่ออื่นโพสเวลาเป็นดั่ง พอติดอนนี่ คือเริ่มโตแล้ว จะมาดั่งแบบนี้ไม่งาม

5555 เคยคิดอย่างเป่าเลย แต่ดอนนี่ยังอ้างได้ว่าเพื่อการศึกษา อีอิ

5555555555555555 เป่าเป็นแฟนรันนิ่งเธอคะ ดอนนี่แฟน ๆ ก็กำลังมีปัญหาเรื่องรันนิ่ง

ช่ายค้า เรื่องไฟล์โดนลบใช้รีเปล่าคะ หรือเป่าตกข่าวอะไรไปรีเปล่าเนี่ย

ใช้คะ sbs ตามลบคะ เอ sbs ใช้ใหม่คะ 5555 หรือ kbs นะ ตามลบหนัก บางเพลงก็โดนจดหมายเตือน แต่เพลง PK ยังนะคะ 555

555 sbs ค้า เพลง PK ไม่โดนดีแล้วคะ 555 โธ แต่มีจดหมายเตือนด้วยเธอคะ อันนี้เป่าไม่รู้เลย พี่ยืม พอจะรู้มั๊ยคะว่าเค้าเตือนมาว่ายังไง

เพลง นะคะโดนจดหมายมั้งนะเห็นบอกในเพลงคะ แต่เราเป็นแฟนคลับ คือไม่ได้มีส่วนได้เสียเลย คือ ไม่ได้ขายโฆษณาเลย แฟนรันนิ่งทำเพราะรักเลย น้องเป่าจะถามไรอีกคะ พี่กลัวทำน้องเสียเวลา 5555

โธ ตกข่าว ไม่เลยค้า คุยไปเรื่อยๆ อย่างนี้แหละค้า เป่าสิคะกลัวพี่ เสียสมาธิรายงานสด 5555 แล้วพี่ คิดยังงกับเรื่องที่เกิดกับเพลงอันของคะ

555 เรื่องนี้มีคนพากษ์คะ

มีคนพากษ์ด้วยเธอคะ

คือถ้าเรื่องที่ไม่มีคนคอยพากษ์ต้องพากษ์ด้วย ป่าวเธอคะ เวลาเราดูบ่อย ๆ เราจะรู้ว่า เค้ากำลังทำอะไร หมายถึงอะไร ค่าง่าย ๆ เราก็พอฟังออก อะไร ทำไม อย่าไป ไม่ ไรจ้คะ แต่ เดียวซีรีส์เล่าเรื่องทาง ภาพเออะคะ

โอ้ สุดยอด ความจริงคล้ายๆ กับกำลังล้ามอยู่เลยนะคะ
ดูมาประมาณสองปีคะ

เขี้ยวขานูแล้วไข่ม้อยคะเนี่ย พี่ เรียนเกาหลีอย่างพี่ อยู่รีเปล่าคะ
ไม่คะ พี่มีลูกเล็กคะ ต้องดูแล อย่งไปส่งเรียนพิเศษ เจ็ดวัน ค่าโสด 5555

55555 ค่า
แล้วส่งลูกเรียนอย่างบ้าคลั่งคะ

อย่างนี้แบ่งเวลายังไงคะเนี่ย ไหนจะดูแลลูก ทำซัปไปด้วยอีก ทำงานอีก
ลูกเรียนพิเศษตั้งแต่ 3 ขวบครึ่ง ไข่คะ บอกว่าพี่ไฮเปอร์

55555 ไม่อยากเห็นด้วยเลย
พี่ไม่ได้แบบ ทำแค่นั้นคะ พี่ทำขนมด้วย งานอดิเรก

55555 สุดยอดอะคะ
เค้ก ขนมปัง

ว่าละก็หิวเลยอะคะ 5555 อย่างนี้ลูกมีบ่นบ้างมัยคะเนี่ย หรือว่าสินบนด้วยเค้กกับขนมปัง อ้อ
ไม่คะ ส่วนใหญ่แจกอีกข้างคะ ครอบครัวยังไม่ให้อิน เพราะทุกคนในบ้านอ้วน แต่ขนมปัง ทำโฮลวีท ไว้กิน
เป็นแซนวิช

555 เป็นงั้นไป
ทำซัปเวลาวาง ๆ คะ มีเวลาก็ทำ

อย่างนี้เวลาทำซัปที่ ต้องหลังจากลูกเข้านอนรีเปล่าคะ 5555 พี่ มีเซนส์หรือสัมผัสที่ 6 รีเปล่าคะ
ก็ทำเวลากลับมาจากทำงาน ยังไงคะ เช่น

ตอบก่อนเป่าถามทุกทีเลย 555
5555 เราอาจจะเคมีตรงกัน

555 จริงคะ
พี่อยากเรียนภาษาเกาหลีคะ แต่เวลาไม่ได้เลย แต่ช่วงนี้พี่ไม่ว่างแปลเลย งานที่ทำงานเร่งคะ

เป่าก็อยากเรียนเหมือนกันคะ ว่ากลับไปแล้วจะไปเรียนเหมือนกันคะ
เรียนที่ เรียนอะคะดี แต่สมัครยาก ที่โคเรียนทาวน์

โอ้ ค่า แต่ดูกลุ่มพี จะทำกันแบบสบายๆ ดินะคะ เป่าว่าดีออกคะ อ้อ อยู่กรุงเทพฯ ไข่ม้อยคะ พอดีบ้าน
เป่าอยู่เชียงใหม่ 5555
คือเราทำเพราะความรักความชอบคะ เพราะรักเราก็ทำ แต่เราก็เข้าใจสภาพตัวเองด้วย เช่นมีงานต้องทำ
เราก็ไม่ได้แรงอะไร ทำแบบนั้นมันเครียด เราทำเพราะชอบ คือ ยิ่งใจเราก็ทำอยู่แล้ว

อ้อม ค่ะ อันนี้เป่าเห็นด้วย

คืออย่าไปฝืนตัวเอง ไม่ต้องแรงป้อนอดไลค์หรืออะไร เอาที่เราสะดวก เพราะเราทำมันเป็นงานอดิเรก ทำ
เพราะรัก

อ้อมๆ ค่า

ถ้าไม่มีเวลาก็ลงข่าวบ้างไรบ้างคะ แล้วน้องจะถามเรื่องอะไรไหมคะ พี่รู้สึกว่าการออกทะเลตลอด

555555 ไม่เป็นไรเลยค่า ปกติพี่ เป็นคนลงอัปเดตข่าวในเพจไข่ม้อยคะ เป่าเห็นข่าว scholar ลงในเพจ
ด้วย อ้อ
ใช่คะ มีบ้าง ถ้าว่างนะคะ แต่ตอนนี้ติดบงคะ

อ้ออ 555 ตอนนี้เป่าดูสองเรื่องนี้เหมือนกันเลยคะ บงกับบัณฑิต
แต่พี่เป็นแฟนคลับคังจุนคะ พี่ดูสวาจองด้วย 5555

อย่างนี้ในกลุ่มแบ่งกันมัยคะ ว่าใครจะเป็นคนอัปเดตข่าวลงเพจ หรือว่าใครอยากอัปเดตก็อัปเดตเลย อ้าว 5555
สวาจองเป่าไม่ได้ดูต่อเลยคะ ดูแค่ตอนแรกๆ
ไม่ได้แบ่งคะ อัปเดตเลยแต่ส่วนใหญ่พี่จะอัปเดตคะ เพราะพี่เล่นโซเชียลเยอะอย่างทวิตไร้ แล้วทวิตข่าวมัน
เร็วเนาะ อ้อแล้วพี่เป็นคลับคังโซราด้วยคะ เคยเจอด้วยสววยมาก ฟิน ปลื้ม เคยคุยด้วย

โอ้ววว พี่ เจอที่ไหนคะ

มีข่าวว่ามา พี่เลยสุมไปรับคะ รู้ว่ามาวันนี้แต่ไม่รู้ไฟล์ท เราก็เดาว่าควรจะไปไฟล์ทไหนแล้วไปยื่นรอ ไปรับ
ไปเฝ้าทำงานและไปส่งคะบ้างมาก

สุดยอดดด

แต่พี่ไม่ได้แปลข่าวโซราเพราะคนทำเขาเก่งคะ เพจโซรานั้นเองเขาได้ทั้ง เกา อั้ง สารพัด คือแอดมินเพจ
มันต้องทำได้หมด ภาษา ตัดต่อรูป คลิปวีดีโอ แปล ไร้

อ้อมๆ ค่ะ จริง ต้องทุ่มเทมากเลยนะคะ เป่านี้นับถือเลย อย่างนี้พี่ ทำซั้บให้เฉพาะกลุ่ม รีเปล่าคะ
หรือว่าทำให้กลุ่มอื่นด้วย
และเราไม่ได้เป็นมาก่อนนะคะ ทำกลุ่มเดียวคะโดนหลอก

55555 ค่า

ปกติก็ตั้งทั่วไปก่อน ตอนนี้ตัดต่อวีดีโอได้ ซั้บได้ โฟโต้ขอไปได้ หัดทุกอย่างหลังจากเป็นตั้ง

555 ค่ะ ใช้เวลาหัดนานมัยคะ กว่าจะทำได้อย่างที่ทำอยู่ตอนนี้คะ

ไม่นานคะ อยู่ที่ว่าเราตั้งใจ พยายามกับมันแค่ไหน แต่ถ้าเราทำไปเพราะรัก (เพราะหลง) ไม่ยากเลยคะ

555 อืมๆ ค่ะ อย่างนี้เจอกับกลุ่ม จากที่ไหนหรือคะ ตามเพจในเฟส หรือว่าในพันทิปคะ เฟสค่ะ ในพันทิปก็ล้อคอินปกติคะ ไม่ได้โฆษณาเพจ 555

5555 คำ

ค่อย ๆ ทำไปคะ 555 แต่ก็ตั้งใจว่าจะทำซ้ำที่บ้านอื่นไม่แปลนคะ คือแปลซ้ำกันไปมันก็เนาะ

อืมๆ ค่ะ อย่างนี้สำหรับเรื่องที่ทำซ้ำกันเป็นกลุ่ม เช่น แต่งซ้ำรันนิ่งแมน นี้มีกำหนดเกณฑ์อะไรมั๊ยคะ เป็นคนแปลคะ แต่ กับพี่แต่ง แต่หลังๆ มาพี่กำลังทำซ้ำ เลยแต่งคนเดียว ช่วย ๆ กันคะ แต่งไม่ยากคะแต่มันนาน

555 เป่าว่าแต่งยากนะคะ นานด้วย จุกจิกด้วยนะคะ ต้องอาศัยความอดทนกับพยายามมากๆ เรื่องนั้นพี่มีเต็มเปี่ยมคะ 5555

ยิ่งมากู้กับตัวแดงอีก 55555 อืมๆ อันนี้เป่าเห็นด้วยเลยคะ ดูจากกิจกรรมที่พี่ ทำนี้ เป่าว่าการทำซ้ำทั้ง แปล ทั้งแต่งนี้เหมาะกับพี่ มากเลยคะ ขอถกขออนุญาตไปนิดนึงนะคะ จากกรณีที่ซ้ำรันนิ่งโดนลบนะคะ พี่ คิดยังไงเกี่ยวกับเรื่องลิขสิทธิ์บ้างคะ

คือถ้าตามกฎหมายมันน่าจะผิดนะคะ แต่พี่ไม่แน่ใจว่า เราไม่ได้ทำเพื่อการค้ามันผิดไหม เราเป็นแฟนคลับ ทำเพื่อการศึกษาได้ไหมคะ 5555

555555

จริง ๆ ดาราก็ได้ประโยชน์จากพวกแฟนคลับที่ทำซ้ำ คือเป็นที่รู้จักกันนะคะ อย่างการมาติดตั้ง พี่ ว่า เพราะฐานแฟนคลับด้วย คือถ้าเฉพาะตัวผลงานเอง หากไม่มีการทำซ้ำ มันก็ไม่ได้แพร่หลายมากเออ เค้าจะว่าได้ไหม พี่ทำผิดกฎหมาย 555

อืมๆ ค่ะ ยิ่งในไทยซีรีส์กับรายการเกาหลีที่แปลก็ยังไม่เยอะ 5555 อันนี้ความเห็นส่วนตัว ไม่เป็นไรหรอกค่า แล้วเพจที่ได้เงินจากค่าโฆษณาละคะ พี่ คิดยังไง
จริง ๆ ก็ไม่ถูกต้องนะคะ เหมือนกับเป็นการหารายได้จากลิขสิทธิ์ของเขา

อืม ค่ะ แล้วคิดว่ากลุ่มนี้ต่างจากกลุ่มที่เอาแฟนซ้ำไปขายเอากำไรมั๊ยคะ

คือกลุ่มของเรา เราทำเพราะรัก เพราะชอบ เพราะชอบอะไรเหมือน ๆ กัน ชอบในตัวศิลปิน ชอบดูซีรีส์ ทำแล้วก็แบ่งกันดู เหมือนแฟนคลับของศิลปิน ถ้าไม่รักไม่ชอบทำไม่ได้เลย เพราะใช้เวลามาก ทุ่มเทมาก มันเหนื่อยนะคะ แต่เราทำเพราะรักมันเลยไม่เหนื่อย

อืม จริงคะ เป่าว่าเริ่มต้นทำว่ายากแล้ว การที่จะทำต่อไปเรื่อยๆ นี้ใช้แรงใจมากจริงๆ ค่ะ มันมีแบบ ไม่มีเวลาด้วยคะ ต้องหาเวลาทำ อย่างพี่ ตั้งทุกรายงานสดในพันทิป คือถ้าแรงใจไม่มีนี่ท้อมาก

เคยคิดจะเลิกบ้างมั๊ยคะ แบบมีจุดที่คิดว่า เอ ความจริงเรานั่งดูอย่างเดียวก็น่าจะได้สินานะคะ ยังไม่คิดนะคะ แต่คิดว่าจะแบ่งเวลายังไง แต่ตั้งกระทู้จะเลิกคะ

อืมๆ ค่ะ คิดว่าระหว่างทำซ้ำกับตั้งกระทู้อันไหนสนุกกว่ากันคะ เพราะว่าไม่มีเวลาใช้มัยคะ ที่คิดว่าจะเลิกตั้งกระทู้คะ
ใช่คะ เย็น ๆ ดูแลดูดีกว่า แป็บ ๆ ก็ทำมาสองปีแล้วนะคะ เมื่อก่อนคนทำเยอะ ก็แต่หายไปตามกาลเวลา ค่ะ ตั้งกระทู้คะ

ตอนนี้ก็รู้สึกสนุกกับการทำซ้ำมากกว่าใช้มัยคะ ถึงว่าจะหยุดตั้งกระทู้คะ
คือ พี่อยากเป็นนักเขียนด้วยคะ 55555555 ความฝันครั้งยิ่งใหญ่ คิดว่าการทำซ้ำ นอกจากชอบแล้วยังเป็นความฝันด้วย

โอ้วววว อืมๆ ค่ะ ภาษาดีออกคะ หมายถึงจากที่คุยกัน แล้วก็ดูท่าจะเล่าเรื่องเก่งด้วยคะ ไม่คิดจะเป็นนักแปลซ้ำอาชีพบ้างหรือคะ
555 ไม่เก่งเลยคะ พี่ไม่เก่งขนาดนั้นคะ อีกอย่าง การทำเพราะความรัก หากมีเงินเข้ามาเกี่ยวข้องกับอุดมการณ์เราก็จะเปลี่ยนไป แถม มันจะไม่ใช้ความรักเหมือนเดิมด้วยคะ ทุกวันนี้พี่เลี้ยงชีพได้อยู่แล้ว ถึงไม่รวยแต่ก็ไม่จนคะ 555

อืมๆ ตอบแล้วเห็นภาพเลยคะ เป้าชอบมมมองพี่ จังคะ หมายถึง ทำให้เราเข้าใจได้ถึงคำว่า แฟนซ้ำจริงๆ นะคะ
5555 อืมๆ ค่ะ
ชาย อย่างพวกสามแสบก็ใช่คะ หลาย ๆ คนก็คิดแบบนี้ แต่ถ้าวันนึงเค้าบอกว่าเราผิดจริง ก็คงเลิกทำแบบทำแฉก เราก็ทำดูของเราไป

5555 อืม ค่ะ พูดถึงสามแสบที่ไรแล้วเป่าดอมยัมไม่ได้ทุกทีเลยคะ หน้ามึนทุกดึกดีก็เลยลดยมา
อืมๆ ค่ะ
5555 พี่แฟนเจ๊ะ ค่ะ พี่เด็กเกรียน

อ้ออ้ออ 5555 ดีแล้วคะ ไม่แย่งกัน 55555
5555

อ้ออ คิดว่าทำแฟนซ้ำมีข้อเสียอะไรบ้างมัยคะ แล้วอาจจะซ้ำสักหน่อย แต่คิดว่าการทำแฟนซ้ำให้อะไรกับเราบ้างหรือคะ
ข้อเสียหรือ... อาจจะทำให้เวลาพักผ่อนของเราน้อยลง เพราะการพักผ่อนของเรากลายเป็นการทำซ้ำหรือทำกิจกรรมเกี่ยวกับซีรีส์
ข้อดีคือ เราได้ติดตามดาราที่เราชอบ เราได้ดูซีรีส์เกาหลีที่เราชอบ คือดูละครไทยไม่ติด เพราะมันต่างกัน เราได้ฝึกทำอะไร

ยางชันจบคะ ไปเก็บงาน พอนางตายแระ 5555

อ้าวววว พี่ สบอยล์อะคะ 55555 เป่าอุตสำหรับพยายามไม่ถามว่าจะเก็บไว้รอด
โอ้ยสบอยนิตเดียว 555 ยังไงดูทรงแล้วพอนางตายอยู่แล้ว 555 ชอบขางมิน (รัชทายาท)

5555 ก็จริง เป่าเลยพานอกเรื่องเลย 5555
555555 คือ ได้ฝึกภาษา ได้ทำในสิ่งที่ชอบ ได้ทำในสิ่งที่รัก ได้ดูซีรีส์เกาหลี
แต่อย่าถามเรื่องอย่างอื่นของเกาหลีนะคะ ไม่ชอบ ชอบแค่ซีรีส์ ว่าจะไรดีไรจ๊ะ 555

5555 เหมือนกันเลยคะ
เที่ยวยังไม่หนักเลย 5555

555 เรายังไม่เคยไปเกาหลีเลยคะ พี่ ไปมาก็รอบแล้วคะเนี่ย
ได้เพื่อนที่ชอบเหมือนกันเลยคะ รอบเดียวคะ แต่อยากไปเจจุนะคะ ขวนเพื่อนอยู่ อยากไปตามรอยซีรีส์
ไร้งี้ก็อยาก แต่เพื่อนอยากไปญี่ปุ่นกันคะ เพื่อน ๆ ชอบญี่ปุ่นกันมากกว่า

5555 จะถามอยู่ว่าไปตามรอยอะไรรีเปลา
เห็นมะใจตรงกัน มันต้องศึกษานิดนึงคะ 555

จริงคะ 555 อืมๆ คะ ตามรอย Warm and Cozy ลีคะ ที่คังโซราเล่น เปาจำชื่อถูกรีเปลาเนี่ย
ใช่คะ

เค้าไปถ่ายที่เจจุนรีเปลาคะ
ยิ้มแฟนคลับคังโซรา

อ้อ ค้าา พี่ ขอขอบคุณมากๆ นะค้าาที่ให้เปาสัมภาษณ์นะคะ
จ้า พี่รู้สึกไม่ได้ตอบไรเลย 555 ได้บ้างไหมคะ 555

บันทึกตจบกั้สัมภาษณ์เสร็จพอดี 5555 โอ้ ได้เยอะมากๆ เลยคะ
555 ขอขอบคุณนะจ๊ะ ตอนแรกพี่ไมยอมสัมภาษณ์ เพราะพี่ว่าพี่ไม่เก่ง 555

สัมภาษณ์กลุ่ม กับพี่ สนุกมากๆ เลยคะ 5555 ทั้งพี่ แล้วยัง ด้วย
ไม่เลยคะ เปาว่าทำซั้บพวกนี้ คือ ทำเป็นทำได้ก็เก่งแล้วคะ
ได้ไปเยอะไหมคะ หมายถึงกลุ่มตัวอย่าง

เพราะต้องทุ่มเทมากๆ แถมต้องศึกษาเองด้วย
ใช่คะ โหลดโปรแกรมทำซั้บ แต่พวกนี้แจกนะคะก็ดีอะคะ เออ จะถามไหมคะใช้โปรแกรมไร 5555 ใช่ตัว
นี้นะคะ Aegisub นะคะ 5555

เออ ใช่ เปาสัมไปเลยคะ 55555
โหลดจากเวปเขาเลยโหลดฟรี

ค้าา ส่วนเรื่องกลุ่มตัวอย่างตอนนี้ก็ได้พอสมควรคะ เพราะพี่ๆ น้องๆ ช่วยนี้แหละคะ
รวมไฟล์ใช้ AVIRecom โหลดฟรีเหมือนกัน

ค้าา พี่ พอรู้จักใครที่เปาพอจะหลอกมาสัมภาษณ์ได้อีกรีเปลาคะ 5555
5555 ส่วนใหญ่พี่รู้จักแต่เพจดาราคะ ถาม ลีคะ รู้จักคนเยอะ อยู่ในวงการมานานคะ ชอบหลอก
ให้คนเข้ามาทำ หลอกให้ แคปด้วยคะ แล้วก็หลอกมาทำซั้บ จากทำไม่เป็นเลยนะคะ

555 คำว่า *นี่ต้องยกนิ้วให้เลยคะ อ้อ แล้วตอนแปลซีรีส์ พี แพลลง Aegi เลย์รีเปล่าคะ*
ใช้คะ สะดวก เราโหลดซีรีส์มาด้วยคะ มันชอบผิดตรง ผม คุณ ขึ้น ไรจี้ ถ้าไม่ดูมันต้องเช็คหลยรอบ

อืมๆ คะ แล้วค่อยมาใหม่ทีหลังไข่ม้อยคะ
ใหม่จริง ๆ แล้ว ซีรีส์จะมีซับอิงมาให้คะ ค่อนข้างจะถูกหมด แต่เวลาตรวจรอบสุดท้ายเช็คอีกที ถ้ามีหลุด
ก็ขยับบ้าง เทคนิคคือ ต้องหาซับที่นามสกุลเดียวกับ ซีรีส์คะ คือค่ายเดียวกันไรจี้ เค้าจะดูใหม่มาแล้ว

หมายถึงพวก .ass อะไรแบบนี้หรือคะ
ไม่คะ เดี่ยวให้ดู

คำว่า
Running.Man.E254.150705.HDTV.XviD-LIMO คือพวกยืมจะเอาที่มีต่อด้วยคำว่า LIMO อย่างพวกให้
โหลดบิทเหมือนกันคะ ถ้าเป็นภาพ ก็ต้องต่อด้วยคำว่า LIMO มันจะดูใหม่มาแล้ว ไม่จั้นมันไม่ตรงคะ
น่าจะเป็นทีมที่ทำ อันนี้เดานะคะ

อ้อ อย่างนี้ตัวเอง แล้วซับอิงนี้ปกติโหลดจากเว็บไหนหรือคะ ซีรีส์กับรันนิ่งแมนจะโหลดซับมาจากที่
เดียวกันรีเปล่าคะ
ถ้าบอกไปแล้ว เวปเขาจะโดนปิดใหม่คะ 5555

5555 *อ้อๆ ไม่คะ เป่ายากรู้เองเฉยๆ นะคะ เป่าจะไม่เอาไปใส่ในวิจัยค่า*

ซีรีส์ก็โหลดจากเวปบิทต่าง ๆ คะ

อ้อ เข้าใจแล้วค่า รายการรันนิ่งก็เหมือนกันไข่ม้อยคะ
เหมือนกันคะ เวลาหา ถ้าหาไม่เจอลองเอาชื่อเกาหลีสี่หา อ้อแล้วเรื่องทุกรายงานสด อาจจะทำแค่เมนคะ
555 เมนก็มี คังโซรา ซอคังจุน และบยอลโยฝอัน บยอลโยฮัน และมีก็กคือ อีฟิลโม ถ้าได้เป็นพระเอกจะ
ทำซับเลย

555555 *พี ตัดใจไม่ลงไข่ม้อยคะ*
5555 ดูก่อนคะ จังหวะ แต่อยากดูแลลูกคะ ลูกสืบขบ ต้องใกล้ชิดนิดนึง

อืมๆ คะ สู้สู้นะค่า
5555 คือตอนนี้ตัดต่อวีดีโอยังไงได้ คือเมื่อก่อนลองหลายรอบทำไม่ได้ พอมาเป็นดั่ง ทำเป็นเลย

555 *อืมๆ คะ เคยคิดว่าพอลูกโตสักหน่อยจะสอนลูกให้ทำซับบ้างมัยคะ 555*

เป่าคิดว่าความจริงแล้วมันก็เป็นทักษะที่น่าสนใจนะคะ เคยคิดว่าขอฝึกตัวเองให้เชี่ยวชาญหน่อย แล้วถ้าทำได้ จะเอาไปสอนนักศึกษาด้วยนะคะ
มหาลัยที่เป่าเรียนที่นี้ตอนนี้ ซุปเป่าเค้ามีคาบนิ่งสอนวิธีการใช้โปรแกรมทำซับด้วยค่ะ แต่อาจารย์ใช้ subtitle workshop
ชวนคุยชะยาวเลย เป่าไม่กวนพี่ ละค่าา ขอขอบคุณที่ให้ความรู้อีกทีนะคะ
จ้า เดียวนี้เด็ก ๆ ต้องทำพรีเซ็นเทชันตัดต่อวีดีโออยู่แล้วค่ะ จะเห็นว่าดิงเด็ก ๆ มัธยมก็ทำซับกันแล้วก็มี

โอ้ ค่าา
พี่เข้าไปดู หาข้อมูลทำซับนี้ละ หาวิธีทำ รู้สึกว่าคนสอนจะเด็กมากเลย หรือทำส่งอาจารย์โรงแรงนี่งั้นคะ

how to ; วิธีการทำซับไตเติ้ล {แจกโปรแกรม + สอนครบแล้ว ! }

แนะนำตัวชื่อ ; อายุ . ๑๔ ขวบจุดประสงค์.- อาจจะมีใครอยากทำซับไปแจกคนอื่นคนนั้นคนนี้โปรแกรมที่ใช้ทำมีสามโปรแกรมนะครับ ^^ โหลดเอาได้เลยนะครับ - Subtitle Workshop : จับตามมิ่ง- AEGisub32 : ตกแต่งซับ

ผิด ๆ ค่ะ

555 ค่าา อืมๆ รู้สึกว่าตัวเองแกล้งยังงี้ก็ไมรู ตามเด็กไม่ทันละ 55555
แนะนำตัว ชื่อ อายุ . ๑๔ ขวบ ...เธณูเนเธณูเธณูเธณูเธณู

จริงป่าวไม่แน่ใจเลย

555 แต่คนที่ไปเรียนภาษาเกาหลีส่วนใหญ่มัธยมค่ะ 555

5555 อืมๆ ค่ะ ขอขอบคุณสำหรับลิงก์นะคะ

