

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“การอ่าน” กำลังเป็นวาระแห่งชาติที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เนื่องจาก คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2552 กำหนดให้วันที่ 2 เมษายนของทุกปี เป็น “วันแห่งการรักการอ่าน” พร้อมทั้งมีการลงนามแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการอ่านเพื่อสร้าง สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต และ 1 ใน 3 ยุทธศาสตร์หนึ่งที่คณะกรรมการส่งเสริมการ อ่านฯ มุ่งพัฒนาให้เป็นรูปธรรมคือการเปลี่ยนทัศนคติเรื่องการอ่านของเด็กไทยให้มินิรักการ อ่าน หรือผลักดันให้เด็กไทย “อ่านเพราะชอบอ่าน” ไม่ใช่ “จำใจอ่าน” (นวรรตน์ รามสูต และนางสิลินี โมสิกะ, พฤษภาคม 2552) ซึ่งจากงานวิจัยของเอคอรัน มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ รีเสิร์ช คอลเลจแลนส์ จำกัด (รายงานวิจัยต่อสำนักงานอุทยานการเรียนรู้, 2551) ที่ได้สำรวจทัศนคติและพฤติกรรม การอ่านของคนไทย ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ 1,600 ตัวอย่าง ระหว่าง มิถุนายน 2551 – กันยายน 2551 พบว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้คนไทยอ่านหนังสือในอัตราน้อยมากส่วนหนึ่งเกิดจากพื้นฐาน ความรู้สึกที่มีต่อ “หนังสือ” นั่นคือคนไทยรู้สึกว่ “ต้องอ่าน” ตามหน้าที่ เช่นการอ่านหนังสือเรียน เพื่อสอบ ไม่ได้อ่านเพราะเกิดจากความสนใจด้วยตัวเอง และจากงานวิจัยดังกล่าวก็ยังมี ประเด็นที่น่าสนใจอีกว่าในบรรดาสิ่งพิมพ์ที่เด็กและเยาวชนไม่จำใจอ่าน แต่เลือกอ่านด้วย ตัวเองมากที่สุดก็คือ “การ์ตูน” โดยไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้สนใจการอ่านมาก หรือกลุ่มผู้สนใจการ อ่านน้อย ต่างเลือกอ่านประเภทหนังสือ “การ์ตูน” สูงสุดเหมือนกัน (กลุ่มสนใจการอ่านมากเลือก อ่านการ์ตูนร้อยละ 34 กลุ่มสนใจการอ่านน้อยเลือกอ่านการ์ตูนร้อยละ 42) รายงานวิจัย ข้างต้นจึงช่วยชี้ให้เห็นความสำคัญของการ์ตูนในฐานะสื่อกระตุ้นการอ่านที่เริ่มจากตัวเด็กและ เยาวชนเอง ซึ่งจะกลายเป็นการปลูกฝังให้กลายเป็นผู้ใหญ่ที่รักการอ่านอย่างยั่งยืนในอนาคต

นอกจากความสำคัญของการ์ตูนในมิติทางสังคมที่มีส่วนในการพัฒนาเยาวชนผู้ เป็นอนาคตของชาติแล้ว สื่อการ์ตูนยังมีความสำคัญในมิติทางเศรษฐกิจของชาติอีกทางหนึ่งด้วย เพราะการ์ตูน และแอนิเมชันกลายเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ที่ภาครัฐให้การ สนับสนุนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทย

“เมื่อก่อนรัฐบาลให้ความสนใจแรงงานราคาถูกกับปัจจัยทรัพยากรที่มีเหลือเพื่อ

แต่ปัจจุบันมันเปลี่ยนไปเป็น *creative economy* หันมาสนใจสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเกิดจากรากฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของตัวเองแทน...การตูนเองก็จัดอยู่ในสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพช่วยเศรษฐกิจของชาติได้” (วัฒนชัย วินิจจะกุล, 25 กรกฎาคม 2552)<sup>1</sup>

แต่เมื่อหันมาดูศักยภาพของสื่อการ์ตูนไทยในปัจจุบัน ความเห็นต่อไปนี้เป็นมุมมองของนักเขียน-นักวิจารณ์การ์ตูน ในบ้านเราที่เมื่อ “การ์ตูนไทย” “การ์ตูนไทยส่วนใหญ่ ไม่สนุก เพราะไม่มี *conflict* (ปะทะแย้ง) ไม่มี *drama* (การสร้างอารมณ์ร่วมไปกับเรื่อง)” (นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์, 15 พฤษภาคม 2552)<sup>2</sup>

“ผมว่าเรื่องลายเส้นนักเขียนการ์ตูนไทยไม่ใช่ปัญหา เราสู้ชาติไหนๆ ก็ได้อยู่แล้ว แต่ปัญหาก็คือวิธีเล่าเรื่องยังไงให้สนุก” (สุรพล พิทยาสกุล, 3 กรกฎาคม 2552)<sup>3</sup>

“เนื้อเรื่องการ์ตูนไทยส่วนใหญ่ยังอ่อน ไม่เป็นปรัชญา มันไม่ได้อะไร แต่การ์ตูนญี่ปุ่น เขามีข้อคิดของมันอยู่ทุกเรื่อง” (สิทธิพร กุลวโรตตมะ, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2548)<sup>4</sup>

และจากการค้นคว้าของผู้วิจัยเรื่องสถานะของหนังสือการ์ตูนไทยในปัจจุบัน (นับทอง ทองใบ, 2548) ซึ่งได้สัมภาษณ์ผู้จัดการสถาบันการ์ตูนไทยและประธานสมาคมการ์ตูนไทย รวมทั้งงานวิจัยเรื่องการ์ตูนความรู้ไทย: ความเป็นมา สถานการณ์ และแนวทางการพัฒนา (วรัชญ์ ครุจิตต์ และนับทอง ทองใบ, 2552) ซึ่งได้สัมภาษณ์เชิงลึกนักเขียนการ์ตูน 10 คน ต่างก็ได้บทรสรุปตรงกันว่าจุดอ่อนในการสร้างงานของนักเขียนการ์ตูนไทยคือ “การเล่าเรื่อง” และ “การ

<sup>1</sup> วัฒนชัย วินิจจะกุล ผู้จัดการฝ่ายวิชาการสำนักอุทยานแห่งการเรียนรู้ หรือ ทีเค ปาร์ค ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อการ์ตูนในการแถลงข่าวและการเสวนา “หลักสูตรการ์ตูนสร้างชาติ : เปิดมิติสังคมแห่งการเรียนรู้” เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2552 ณ ศูนย์พัฒนาทุนมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

<sup>2</sup> นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์ คือแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตเวช และนักวิจารณ์การ์ตูน แอนิเมชัน “การ์ตูนที่รัก” ในมติชนสุดสัปดาห์ มีผลงานหนังสือวิเคราะห์วิจารณ์การ์ตูนออกมามากหลายเล่ม เช่น ตามหาการ์ตูน มังงะคลาสสิก ฯลฯ และคำพูดข้างต้นได้กล่าวไว้ในงานสังสรรค์เสวนา “ทิศทางการ์ตูนความรู้เพื่อสังคมไทย” ในงานแถลงผลการวิจัยเรื่องการ์ตูนความรู้ไทย : ความเป็นมา สถานการณ์ และแนวทางการพัฒนา วันที่ 15 พฤษภาคม 2552 ณ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้

<sup>3</sup> สุรพล พิทยาสกุล หรือ พล ขาวสด นักเขียนการ์ตูนการเมือง “หนูนากับป่าแจ่ม” ในหนังสือพิมพ์ข่าวสด และหนึ่งในกลุ่มการ์ตูนเบญจรงค์ ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มนักเขียนการ์ตูนฝีมือดีรุ่นเก่า

<sup>4</sup> สิทธิพร กุลวโรตตมะหรือครูอ๋า นักวาดการ์ตูนแนวสร้างสรรค์สังคม มีผลงานสอนเขียนการ์ตูนมากมาย เช่น ตวัดเส้นเป็นการ์ตูนรูปคน ความลับของเส้นสีนรมิตรการ์ตูน อักษรซ่อนจินตนาการ นิทานป่าอมยิ้ม ฯลฯ

สร้างคาแร็คเตอร์” หรือการสร้างบุคลิกลักษณะตัวการ์ตูนให้น่าสนใจ ในขณะที่การออกแบบลายเส้นนั้นนักเขียนการ์ตูนไทยสามารถสู้ต่างชาติเช่น ญี่ปุ่น หรือเกาหลีได้แบบไม่อายใคร

ด้านทัศนศาสตร์ (2543: 15-17) ซึ่งได้ทำการวิจัยถึงเบื้องหลัง

ความสำเร็จของการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีต่อเด็กและเยาวชนไทย และได้ออกแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับหนังสือการ์ตูนไทยเปรียบเทียบกับการ์ตูนญี่ปุ่นนั้นก็พบว่าเด็กไทยมองการ์ตูนไทยมีเนื้อเรื่องซ้ำซาก เดดตอนจบได้ง่าย ต่างจากการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีแนวเรื่องหลากหลาย ตัวละครเหมือนจริง โครงเรื่องชวนติดตาม และสนุกตื่นเต้นกว่า

ความเห็นของนักวิเคราะห์ทวิจาร์ณ นักเขียนการ์ตูน รวมทั้งงานวิจัยที่กล่าวมานี้จึงอาจสรุปได้ว่าหากการ์ตูนไทยต้องการจะเข้าไปนั่งอยู่ในใจเด็กไทยให้ได้นั้นคงต้องหันมาใส่ใจวิธีการเล่าเรื่อง รวมถึงการสร้างตัวละครให้มีเสน่ห์มากขึ้น แต่การสร้างเรื่องและตัวละครให้มีเสน่ห์ มัดใจผู้อ่านได้นั้นควรเป็นเช่นไร นี่คือคำถามที่นักวาด-เขียนการ์ตูนไทยยังยากจะอธิบาย ผู้วิจัยจึงเห็นว่าน่าจะลองหันไปศึกษาตัวอย่างการ์ตูนที่มีกลวิธีเล่าเรื่องที่ได้รับการยอมรับจากทั้งคนไทยและหลายๆ ประเทศทั่วโลก ซึ่งแน่นอนว่าหนีไม่พ้นการ์ตูนสัญชาติญี่ปุ่น

“เด็กประถมถึงกว่าร้อยละ 97 ชอบอ่านการ์ตูนญี่ปุ่น” (สุวรรณ สันคติประภา, 2532) นี่คือผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการอ่านและเลือกอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของเด็กไทยในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 จากโรงเรียน 10 แห่ง และจากรายงานการวิจัยของบริษัท Ai Thailand ที่ได้ศึกษาทัศนคติพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการ์ตูนในตลาดเมืองไทย ซึ่งศึกษากลุ่มผู้อ่านอายุ 6 ปีขึ้นไป จนถึงผู้ปกครองอายุ 31-40 ปี ก็พบว่า ตัวการ์ตูนที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรก ล้วนเป็นการ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นทั้งสิ้น คือ อันดับ 1 ไดร่าเอมอน อันดับ 2 ดราก้อนบอล อันดับ 3 ซินจัง อันดับ 4 อิคคิวซัง และอันดับ 5 เซลเลอร์มูน (ทีวีแมกกาซีน, 2541, อ้างถึงใน พรพลัย เบญจรัตน์ศิริโชติ, 2549: 4)

ความสำเร็จของการ์ตูนญี่ปุ่นมีผู้วิเคราะห์เอาไว้หลายประการ ฟุซาโนะซุกะ นัตซึเมะ (Fusanosuke Natsume) นักวาดและวิจารณ์การ์ตูนชาวญี่ปุ่น ได้รวบรวมข้อมูลลักษณะเด่นของการ์ตูนญี่ปุ่น อิทธิพลของการ์ตูนญี่ปุ่นในต่างประเทศ และก็ได้เดินทางมาประเทศไทยเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เกี่ยวกับอิทธิพลของการ์ตูนญี่ปุ่นในบ้านเรา เขาวิเคราะห์ว่า ความสำเร็จของการ์ตูนญี่ปุ่นในหลายๆ ประเทศเป็นเพราะมีเนื้อหาหลากหลาย ถูกใจคนอ่านหลายกลุ่ม ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ คือมีทั้งเรื่องผจญภัยสำหรับเด็ก เรื่องความรักโรแมนติกสำหรับเด็กสาว เรื่องการต่อสู้ของวีรบุรุษสำหรับเด็กหนุ่ม ไปจนถึงเรื่องเกมการแข่งขันบาสเกตบอล ที่ซับซ้อนสำหรับผู้ใหญ่ (วันดี สันติวุฒิเมธ, 2544: 38-44)

ส่วนเฟรดเดอริค ชอดท์ (Schodt, 1989: 39-41) นักเขียน และนักแปลการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นภาษาอังกฤษผู้เผยแพร่ผลงานของปรมาจารย์การ์ตูนอย่างเท็ตสึเกะ โอซามุ (Tezuka Osamu) ให้โด่งดังในหมู่นักอ่านชาวตะวันตกนั้นก็ได้อธิบายถึงสาเหตุที่การ์ตูนญี่ปุ่นเข้าถึงใจชาวอเมริกันได้ว่า ไม่ใช่แค่เพียงความแตกต่างของวัฒนธรรมที่เป็นเสน่ห์ดึงดูดใจผู้อ่านเท่านั้น แต่เป็นเพราะการ์ตูนญี่ปุ่นผลิตและแปลออกมาในช่วงที่การ์ตูนอเมริกันกำลังย่ออยู่กับที่ วนเวียนสร้างตัวละครซ้ำซากที่เก่งเกินมนุษย์ โครงเรื่องล้าสมัย และตอกย้ำแค่เพียงแก่น “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” ในขณะที่การ์ตูนญี่ปุ่นมีความสร้างสรรค์ มีพลังเคลื่อนไหว แตกต่างออกไปอย่างเด่นชัด

ขณะที่เอริ อิซาวะ (Izawa, 1997 อ้างถึงในทัศน สลัดยะนันท์, 2543: 10) นักออกแบบเกมมืออาชีพในสหรัฐอเมริกาและผู้เชี่ยวชาญเรื่องการ์ตูนและแอนิเมชันญี่ปุ่น (manga and anime) ก็เห็นว่า การ์ตูนญี่ปุ่นได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางเป็นเพราะกลวิธีเล่าเรื่องที่สามารประสานศิลปะ บทสนทนา ตัวละคร และเล่าเรื่องได้ลื่นไหลแบบภาพยนตร์ การแสดงออกทางสีหน้าของตัวละครเล่าเรื่องได้ดี และใบหน้าตัวละครก็มีลักษณะสากล ไม่ได้มีลักษณะเป็นญี่ปุ่นโดยเฉพาะ

ความสำเร็จของการ์ตูนญี่ปุ่นได้รับความสนใจในต่างประเทศจนมีงานวิจัยวิจารณ์ถึงจุดเด่นของผลงานออกมาเป็นจำนวนไม่น้อย แต่งานวิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นในบ้านเรา ยังคงมุ่งเน้นศึกษาเรื่องผลกระทบ อิทธิพล ของสื่อที่มีต่อผู้เสพ/ผู้รับสาร รวมทั้งประเด็นการศึกษาว่าเนื้อหาของการ์ตูนได้สะท้อนจริยธรรม คุณธรรมหรือเหมาะสมต่อสังคมหรือไม่อย่างไร โดยมองข้ามการศึกษาตัวรูปแบบ และเนื้อหาที่จะพัฒนาตัวสื่อการ์ตูนอย่างจริงจังไป เช่น งานวิจัยของ พรพลัย เบญจรัตน์ศิริโชติ (2549) ที่ศึกษาการนำเสนอเกณฑ์การพิจารณาในการจัดระดับหนังสือการ์ตูนที่แปลจากภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาไทยในฐานะสื่อการศึกษาสำหรับเยาวชน งานวิจัยของเอนก รัตนจิตบรรจง (2548) ศึกษาการ์ตูนในฐานะสื่อแห่งการสร้างเสริมคุณธรรมใน “บทบาทของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทกีฬากับการเสริมสร้างคุณธรรมแก่เด็กและเยาวชน”

ส่วน “การสื่อสารเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศในการ์ตูนญี่ปุ่น” ของนนทยา พงศ์ฝกกาย (2544) ก็มองหาการ์ตูนญี่ปุ่นในแง่ลบที่นำเสนอเรื่องเพศแบบไม่ปกปิด ในขณะที่หากย้อนลงไปอีกราว 9-10 ปีก่อนหน้านี้ งานวิจัยการ์ตูนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มักเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เช่น “เบื้องหลังความสำเร็จของการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีต่อเด็กและเยาวชนไทย” โดย ทัศน สลัดยะนันท์ (2543) “การเปิดรับหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหาทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครกับทัศนคติต่อเพศสัมพันธ์” โดยจุติมา เพชรรัตน์ (2541) หรือ “การศึกษาระดับ

ความชอบและพฤติกรรมการบริโภคหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของเด็กและเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานคร” ของธรรมจักร อยู่โพธิ์ (2539) เป็นต้น

ตัวอย่างของงานวิจัยเกี่ยวกับการ์ตูนในประเทศไทยข้างต้นชี้ให้เห็นว่ายังมี “ช่องว่าง” คือการมองข้ามความสำคัญ “ภายใน” ตัวสื่อการ์ตูนเองอันได้แก่รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอ เพราะงานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การค้นหาเนื้อหาสาระ “ภายนอก” ตัวสื่อที่ฝังแฝงอยู่ในตัวสื่อเป็นส่วนใหญ่ นั่นจึงเท่ากับเป็นการละเลยคุณค่า เพิกเฉยต่อการพัฒนาตัวสื่อไปโดยปริยาย (ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์ และคณะ, 2543)

งานวิจัยกลวิธีการเล่าเรื่องและการสร้างบุคลิกลักษณะของตัวละครในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นจึงขออาสาเป็นผู้มองเห็นค่าของ “ตัวสื่อการ์ตูน” โดยมุ่งศึกษาจากตัวอย่างของสื่อการ์ตูนชั้นครูที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลกในแง่เทคนิค กลวิธีการเล่าเรื่อง และการสร้างบุคลิกลักษณะตัวละครอย่างการ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้นอกจากจะช่วยเป็นแนวขยายส่องสำรวจให้กลุ่มผู้ผลิต กองบรรณาธิการนักวาดภาพ-นักเขียนเรื่องการ์ตูนไทย ได้เข้าใจรูปแบบและเนื้อหาของการ์ตูนญี่ปุ่นที่ไม่ใช่แค่ระดับผิวเผินแต่สามารถเข้าไปนั่งอยู่ในใจของเด็กไทยอย่างลึกซึ้งมากขึ้น แล้ว ยังเป็นการพัฒนา “ต้นน้ำ” ของอุตสาหกรรมการ์ตูนที่มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจ นั่นเพราะของที่ได้ดีนั้นแม้จะมีปัจจัยด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ เป็นแรงหนุนสำคัญก็ตามแต่สิ่งสำคัญอันดับแรกคือตัวสินค้าต้องเป็น “ของดี” เสียก่อน การศึกษาตัวสื่อการ์ตูนในเชิงวิชาการอย่างจริงจังจึงเป็นการเริ่มต้นพัฒนาที่ “ต้นน้ำ” ของอุตสาหกรรมชนิดนี้

ยิ่งไปกว่านั้นนี่ยังเป็นงานวิจัยที่เชื้อเชิญให้วงวิชาการนิเทศศาสตร์หันกลับมาให้ความสำคัญในการศึกษา “ตัวสื่อที่ตัวสื่อ” ไม่ใช่ศึกษาสิ่งที่สื่อได้ส่งผ่าน หรือส่องสะท้อนสังคมวัฒนธรรมภายนอก นั่นเพราะตัวสื่อทุกชนิด ไม่เพียงเฉพาะการ์ตูน แต่หมายรวมถึงวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หรือแม้แต่เพลงนอกระแส ฯลฯ ต่างก็มีคุณค่าของตัวมันเองที่รอคอยให้นักวิจัย และวงวิชาการเข้ามาส่องสำรวจเพื่อร่วมกันพัฒนาตัวสื่อในแง่มุมที่หลากหลายมากขึ้น

## วัตถุประสงค์ □ การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลวิธีการเล่าเรื่องซึ่งหมายรวมถึงการออกแบบเนื้อหา และลายเส้นของการ์ตูนญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาการสร้างบุคลิกลักษณะ (character) ของตัวละครในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น

### คำถามการวิจัย

1. กลวิธีการเล่าเรื่องซึ่งหมายถึงการออกแบบเนื้อหา และลายเส้นของการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นอย่างไร
2. การสร้างบุคลิกตัวละคร (character) ของตัวละครในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

### สมมติฐานการวิจัย

-

### ขอบเขตการวิจัย

1. หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นหนังสือการ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับการแปล และตีพิมพ์เป็นภาษาไทยอย่างถูกต้องลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย
2. ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่แปลเป็นภาษาไทยประเภทเรื่องยาว (Comic Book) หรือที่ชาวญี่ปุ่น และนักอ่านการ์ตูนส่วนใหญ่เรียกว่า “มังงะ” (Manga) ที่ได้รับการรวมเล่มแล้ว (ไม่ได้หมายถึงหนังสือการ์ตูนรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน หรือนิตยสารการ์ตูน)
3. ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่แปลเป็นภาษาไทยจำนวน 6 เรื่อง คือ ยอดนักสืบจิ๋วโคนัน (Detective Conan) วันพีซ (One piece) ดราก้อนบอล (Dragon Ball) เดธโน้ต (Death Note) นารูโตะ นินจาคาถา อ๋โฮเฮะ (Naruto) และ ทเวนตี้เซนจูรี่บอยส์ (20<sup>th</sup> Century Boys) ซึ่งตีพิมพ์ตั้งแต่เล่มที่ 1 ไปจนถึงเล่มสุดท้าย (สำหรับเรื่องที่ตีพิมพ์จบแล้ว) และตั้งแต่เล่มที่ 1 ไปจนถึงจบตอนหรือจบภาค ภายในเดือนตุลาคม 2554 (สำหรับเรื่องที่ยังตีพิมพ์ไม่จบ)

### นิยามศัพท์

**การ์ตูนญี่ปุ่น** ในที่นี้หมายถึง หนังสือการ์ตูนที่มีลักษณะเป็นรูปเล่มตีพิมพ์เป็นการ์ตูนเรื่องยาว โดยหลังจากตีพิมพ์เป็นตอนๆ ในนิตยสารการ์ตูนรายสัปดาห์ แล้วก็นำมารวมเล่มวางขายอีกครั้ง มีผู้วาดรูปและผู้เขียนเรื่องเป็นชาวญี่ปุ่น และสำนักพิมพ์ในประเทศไทยได้นำมาแปลเป็นภาษาไทย มีการนำเสนอภาพวาดในเชิงการ์ตูนที่ไม่เน้นความจริงของกายวิภาค มีความต่อเนื่องเป็นเรื่องราว มีคำบรรยาย บทสนทนา และนำเสนอผ่านช่อง จนเกือบมองเห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวได้โดยนำเสนอเรื่องราวในแต่ละช่องให้มีความต่อเนื่องกัน

**มังงะ (Manga)** หมายถึง คำที่ใช้เรียกหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น เป็นคำศัพท์ที่คนญี่ปุ่นใช้เรียกหนังสือการ์ตูนของตัวเองจนแวดวงนักเขียนและนักอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นทั่วโลกรู้จักกันดี

**การสร้างคาแร็คเตอร์** หมายถึง การสร้างบุคลิกลักษณะของตัวการ์ตูน ซึ่งผู้เขียนการ์ตูนสามารถนำเสนอผ่านการออกแบบลายเส้นหน้าตา รูปร่าง การแต่งกายของตัวการ์ตูน รวมทั้งยังหมายถึงการสร้างนิสัยใจคอของตัวการ์ตูน ซึ่งแสดงออกผ่านการกระทำของตัวการ์ตูน บทสนทนา ไปจนถึงการสร้างฉากแวดล้อมของเรื่อง

**การเล่าเรื่อง** หมายถึง การที่ผู้เล่าเรื่องนำข้อมูล ข่าวสาร ที่อาจเป็นทั้งเรื่องจริงหรือเรื่องแต่งมานำเสนอในรูปของชุดเหตุการณ์ที่มีการลำดับเหตุการณ์ นั่นคือมีจุดเริ่มต้น กลางเรื่อง จบเรื่อง มีตัวละคร สถานที่ และเวลา โดยผู้เล่ามีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารความคิดหรืออารมณ์ไปสู่ผู้รับสาร ผ่านการนำเสนอในรูปของสื่อต่างๆ ทั้งเรื่องแต่ง (fiction) เช่น นิยาย เรื่องสั้น นิทาน ภาพยนตร์ การ์ตูน และเรื่องจริง (non-fiction) เช่น รายการข่าว สารคดี เป็นต้น

**แนวเรื่อง** หมายถึง ประเภท รูปแบบของการ์ตูน (genre) ที่มีการแบ่งออกเป็นกลุ่มเนื้อหาที่มีจุดร่วมในแนวทางของตัวเองอย่างชัดเจน เช่น แนวการต่อสู้ ผจญภัย รัก โรแมนติก สืบสวนสอบสวน แฟนตาซี เป็นต้น

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ได้ทราบถึงกลวิธีการดำเนินเรื่อง การพัฒนาเรื่องของการ์ตูนญี่ปุ่น
2. ได้ทราบแนวทางการสร้างบุคลิกลักษณะของตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น
3. กลุ่มผู้ผลิต และนักเขียนการ์ตูนไทย ได้เห็นตัวอย่างในการเล่าเรื่องและการสร้างบุคลิกลักษณะตัวการ์ตูนซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาตัวการ์ตูนไทย
4. นักเขียนเรื่อง หรือนักสร้างสรรค์บทของสื่อชนิดอื่น เช่น นักเขียนบทวิทยุ โทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ไทย ได้เห็นแนวทางในการสร้างตัวละคร และกลวิธีเล่าเรื่องที่สามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน
5. เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ในการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ ด้านการเขียนบท การสร้างสรรค์เรื่องเล่า และการวิเคราะห์วิจารณ์สื่อ
6. เกิดองค์ความรู้ในด้านการสร้างสรรค์ อันจะเป็นประโยชน์ในการประยุกต์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของไทยต่อไป