

แนวทางการปรับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยเพื่อคุ้มครองงานมัลติมีเดีย

เนื่องจากปัจจุบันงานมัลติมีเดียยังคงเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาสื่อแบบต่างๆ ให้มีความเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น เช่น เทคโนโลยี ดีวีดี (DVD) หรือ ซีดี-รอม (CD-ROM) ทั้งนี้เพื่อให้มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับมนุษย์ได้โดยสะดวกรวดเร็ว และเข้าใจได้ง่าย ในขณะที่การพัฒนาทางด้านกฎหมายยังล่าช้ากว่าเทคโนโลยีดังกล่าว เห็นได้จากปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่ได้มีการกล่าวถึงการนำกฎหมายประเภทใดมาปรับใช้กับงานมัลติมีเดียไว้อย่างชัดเจนเหมือนกับประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ หรือ ประเทศออสเตรเลีย ผู้เขียนจึงได้นำพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาปรับใช้เพื่อความคุ้มครองแก่งานมัลติมีเดีย ส่วนการปรับใช้กฎหมายดังกล่าวจะมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร คงต้องพิจารณาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปรับใช้กฎหมาย และแนวทางการแก้ไขปัญหาคงจะได้นำเสนอต่อไป

จากการศึกษาถึงวิธีการนำกฎหมายลิขสิทธิ์มาปรับใช้กับงานมัลติมีเดีย สามารถแยกพิจารณาได้เป็น 2 ความเห็น ดังนี้

แนวความเห็นแรก มองว่า มัลติมีเดียเป็นวิวัฒนาการของสื่อซึ่งถือว่าเป็นเพียงวิธีการนำเสนอองานประเภทหนึ่งโดยใช้เทคโนโลยีแบบใหม่หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า มัลติมีเดียเป็นการนำเอางานที่เกิดขึ้นใหม่ งานอันเป็นสาธารณสมบัติ หรืองานที่มีอยู่ก่อนแล้ว หลากๆ ประเภทที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการสร้างสรรค์งานที่ทำร่วมกัน หรือเกิดจากการรวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันของงาน หรืองานที่เกิดขึ้นจากการดัดแปลงงาน มาสื่อสารให้บุคคลทั่วไปเข้าใจได้โดยใช้วิธีการของมัลติมีเดีย จากการพิจารณาโดยนำพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาปรับใช้แล้ว จะเห็นว่า กฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับนี้สามารถนำมาปรับใช้เพื่อรองรับวิธีการนำเสนอองานโดยใช้มัลติมีเดียได้อยู่แล้ว ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นเรื่ององงานอันมีลิขสิทธิ์ วิธีการในการให้ความคุ้มครองแก่งานอันมีลิขสิทธิ์ และตัวบุคคลผู้สร้างสรรค์งาน รวมทั้งในเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหรือไม่ได้เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวทั้งหมด แต่อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายลิขสิทธิ์ หากแต่ว่ามีบางส่วนของกฎหมายฉบับนี้ยังขาดความชัดเจนอยู่บ้างเล็กน้อย

ในความเห็นนี้จึงเห็นว่า มัลติมีเดีย หมายถึง วิธีการนำเสนอองานที่ประกอบด้วยงานหลายประเภทตามมาตรา 6 อันได้แก่ วรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม

โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะของผู้สร้างสรรค์ ไม่ว่าจะงานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างไร โดยงานทั้งหลายนั้นได้ถูกนำเสนอออกมาพร้อมกัน ในคราวเดียวกันและถือเป็นงานเพียงชิ้นเดียว กล่าวคือ ไม่ถือว่ามัลติมีเดียเป็นงานประเภทใหม่แยกต่างหากออกจากงานที่มีลิขสิทธิ์ประเภทอื่น ดังนั้น ปัญหาว่ามัลติมีเดียควรได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทใด ให้พิจารณาว่างานที่บรรจุอยู่ในมัลติมีเดียส่วนใหญ่เป็นงานอะไร มัลติมีเดียก็ควรได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทนั้นด้วย เพราะมัลติมีเดียเป็นเพียงวิธีการนำเสนอของงานเท่านั้น ตัวอย่างเช่น งานสารานุกรม (Encyclopedia) ที่อยู่ในรูปของ CD-ROM หากมีการนำเสนอในลักษณะที่มีข้อความเป็นจำนวนมาก และมีภาพประกอบอยู่บ้าง น่าจะถือว่าเป็นงานวรรณกรรมที่อยู่ในรูป CD-ROM เช่นเดียวกับงานสารานุกรมที่มีข้อความจำนวนมากและมีภาพประกอบอยู่ในหนังสือซึ่งถือเป็นงานวรรณกรรมคงจะแตกต่างกันเฉพาะแต่ในเรื่องของรูปแบบของการแสดงออกให้ปรากฏในรูปของ CD-ROM หรือในรูปของหนังสือเท่านั้น แต่หากมีภาพประกอบอยู่เป็นจำนวนมากและมีข้อความอธิบายภาพอยู่บ้าง น่าจะถือเป็นงานโสตทัศนวัสดุมากกว่า แต่ถ้าเป็นสารานุกรมในรูปแบบมัลติมีเดีย เช่น สารานุกรมของ Britannica จะมีทั้งข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ รวมถึงความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ กล่าวคือ เป็นวิธีการนำเสนอที่ยกตัวอย่างข้างต้น โดยใช้วิธีการนำเสนอแบบใหม่ที่เรียกว่ามัลติมีเดีย นั่นเอง

เพราะฉะนั้น ถ้าถือตามความเห็นนี้จะมีปัญหาในการปรับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์กับมัลติมีเดียเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 สามารถนำมาปรับใช้ได้อยู่แล้ว เพียงแต่ยังมีความไม่ชัดเจนอยู่บ้างในมาตรา 6 วรรคแรก บัญญัติว่า “งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่ งานสร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ไม่ว่างานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือในรูปแบบใด”

ดังนั้น ในความเห็นนี้จึงเห็นสมควรแก้ไขเฉพาะแต่ข้อความในมาตรา 6 วรรคแรกเท่านั้น กล่าวคือ ให้เพิ่มเติมคำว่า “โดยจะสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้หรือไม่ก็ตาม” วรรคท้ายของมาตรานี้ เป็นดังนี้ “งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่ งานสร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียงงานแพร่เสียงแพร่ภาพหรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ไม่ว่างานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างไร โดยจะสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้หรือไม่ก็ตาม”

แนวความเห็นที่สอง เห็นว่ามัลติมีเดีย คือ งานชิ้นใหม่ที่แยกต่างหากจากงานที่มีอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้จากการสร้างสรรค์งานที่เข้าร่วมกัน การรวบรวมหรือประกอบเข้า

กันของงาน หรือการดัดแปลงงานหรือการสร้างสรรค์งานสืบเนื่อง จากงานหลายๆ ประเภท ไม่ว่าจะเป็น ข้อความหรือตัวอักษร เสียง วิทัศน์ รูปภาพ ภาพการ์ตูนหรือภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก รวมถึงประเภทของงานต่างๆ ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 6 ตลอดจนงานประเภทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากงานเหล่านั้น ซึ่งงานดังกล่าวอาจจะเป็นงานที่เกิดขึ้นใหม่ หรือเป็นงานที่มีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้ว หรือเป็นงานสาธารณสมบัติของแผ่นดินก็ได้

หากถือตามความเห็นนี้ จะเห็นว่ากฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับปัจจุบัน สามารถนำมาปรับใช้กับงานมัลติมีเดียได้เช่นเดียวกับความเห็นแรก แต่การปรับใช้กฎหมายดังกล่าวยังมีความไม่ชัดเจนอยู่มาก เห็นได้จากปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้เขียนต้องศึกษาโดยละเอียดถึงการปรับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์กับงานมัลติมีเดีย ดังนี้

1. การใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ในการคุ้มครองส่วนประกอบของงานมัลติมีเดีย

เมื่อก้าวถึงงานหรือผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียหนึ่งชิ้น จะประกอบไปด้วยงานหลายๆ ชนิดที่ถูกนำเข้ามารวมหรือประกอบไว้ในงานมัลติมีเดีย ซึ่งงานดังกล่าวจะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทต่างๆ ตามที่กฎหมายบัญญัติให้ความคุ้มครองไว้ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 และมาตรา 6 ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับส่วนประกอบของงาน มัลติมีเดียได้ ดังนี้

1.1 เนื้อหาของงานมัลติมีเดีย (multimedia content)

1.1.1 ข้อความหรือตัวอักษร (text)

ปัญหาว่าข้อความหรือตัวอักษรควรได้รับความคุ้มครองจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 ในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรมหรือไม่ ต้องพิจารณาจากคำนิยามของคำว่า “วรรณกรรม” ตามมาตรา 4 วรรคสาม

“วรรณกรรม” หมายความว่า งานนิพนธ์ที่สร้างขึ้นทุกชนิด เช่น หนังสือ จุลสาร สิ่งเขียน สิ่งพิมพ์ ปาฐกถา เทศนา คำปราศรัยสุนทรพจน์ และให้หมายความรวมถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้วย

จากคำจำกัดความของ “วรรณกรรม” ที่กำหนดไว้ในมาตรา 4 จึงกล่าวได้ว่างานวรรณกรรมได้แก่ งานอันเกี่ยวกับการประพันธ์ทางลายลักษณ์อักษรทุกอย่างไม่่ว่าด้วยภาษาใดๆ และงานนิพนธ์ที่กำหนดไว้ในบทนิยามตามมาตรา 4 นี้ เป็นเพียงตัวอย่างซึ่ง

กฎหมายได้ยกมาแสดงแต่สิ่งที่ปรากฏแพร่หลายเท่านั้น เพราะกฎหมายใช้คำว่า “เช่น”¹ เป็นผลให้งานใดที่เข้าลักษณะดังกล่าว แต่ไม่ได้เป็นไปตามตัวอย่างก็ถือว่าเป็นงานที่ได้รับความคุ้มครองในฐานะงานวรรณกรรมเช่นเดียวกันด้วย

ดังนั้น ข้อความหรือตัวอักษรที่ได้เขียนหรือพิมพ์ขึ้น ไม่ว่าจะปรากฏอยู่ในรูปแบบของหนังสือหรือในแผ่น diskette หรือการพิมพ์ข้อความหรือตัวอักษรอันเกี่ยวกับงานประพันธ์ใดๆ โดยการใช้อุปกรณ์การพิมพ์ของคอมพิวเตอร์ให้ปรากฏบนจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์หรือการพิมพ์ข้อความหรือตัวอักษรในสื่อประเภทอื่นใดก็ตาม จึงควรได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์ในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรม ซึ่งถือว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่งตามมาตรา 6

1.1.2 เสียง (sound or audio)

ในกรณีของเสียงที่ปรากฏอยู่ในงานมัลติมีเดียจะได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทใดคงต้องพิจารณาด้วยว่า เสียงนี้เป็นเสียงอะไร เช่น เสียงพูด, เสียงเพลง, เสียงที่ปรากฏอยู่ในคำบรรยายเพื่อประกอบการเรียนการสอนหรือเสียงที่ปราศรัยตามสถานที่ต่างๆ, เสียงคำบรรยายประกอบภาพยนตร์ เป็นต้น สาเหตุที่ต้องพิจารณาว่าเสียงที่ประกอบอยู่ในงานมัลติมีเดียเป็นเสียงประเภทใดก็เนื่องมาจากการให้ความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 ให้ความคุ้มครองแก่เสียงไว้แตกต่างกัน แม้ว่ากฎหมายดังกล่าวจะไม่ได้เขียนไว้อย่างชัดเจนว่าเสียงประเภทใดควรจะได้รับคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทอะไรก็ตาม แต่สามารถเทียบเคียงเสียงนั้นได้กับงาน 2 ประเภทดังนี้

(1) ถ้าเป็นเสียงเพลง ต้องพิจารณาจากคำนิยามของคำว่า “ดนตรีกรรม” ตามมาตรา 4 วรรคเจ็ด และ “สิ่งบันทึกเสียง” ตามมาตรา 4 วรรคสิบ ดังนี้

“ดนตรีกรรม” หมายความว่า งานเกี่ยวกับเพลงที่แต่งขึ้นเพื่อบรรเลงหรือขับร้องไม่ว่าจะมีทำนองและคำร้องหรือทำนองอย่างเดียวและให้หมายความรวมถึงโน้ตเพลงหรือแผนภูมิเพลงที่ได้แยกและเรียบเรียงเสียงประสานแล้ว

“สิ่งบันทึกเสียง” หมายความว่า งานอันประกอบด้วยลำดับของเสียงดนตรีเสียงการแสดง หรือเสียงอื่นใด โดยบันทึกลงในวัสดุไม่ว่าจะมีลักษณะใดๆ อันสามารถที่จะนำ

¹ ไชยศ เหมะรัชตะ, กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา, (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด พี.เจ. เพลทโปรดักส์เซอร์, มิถุนายน 2540), หน้า 38.

มาเล่นซ้ำได้อีกโดยใช้เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการใช้วัสดุนั้น แต่ทั้งนี้มิได้หมายความรวมถึงเสียงประกอบภาพยนตร์หรือเสียงประกอบโสตทัศนวัสดุอย่างอื่น

จากคำจำกัดความนี้ทำให้กล่าวได้ว่า งานดนตรีกรรม คือ งานสร้างสรรค์ประเภทที่เกี่ยวกับเพลงเพื่อบรรเลงหรือขับร้อง ทั้งนี้ไม่ว่าเพลงนั้นจะมีเนื้อร้องหรือทำนองหรือไม่ หรือว่ามีทั้งเนื้อร้องและทำนอง หรือเป็นเพลงบรรเลงที่มีเฉพาะผู้ขับร้องเพียงคนเดียวหรือขับร้องประสานเสียงหลายคน หรือผู้ขับร้องเพียงคนเดียวหรือหลายคนโดยไม่มีเครื่องเล่นดนตรีประกอบ นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง โน้ตเพลง แผนภูมิเพลงที่แสดงถึงการบรรเลงที่ได้แยกแยะและเรียบเรียงประสานเสียงแล้ว หากปรากฏว่าการแต่งคำร้องของเพลงที่มีลักษณะเป็นงานวรรณกรรมอยู่ด้วย แต่ถ้การแต่งคำร้องนั้นเพื่อขับร้องเป็นเพลงมิได้ประสงค์จะได้เป็นเพียงโคลง กลอน เช่นนี้ไม่ถือว่าเป็นงานวรรณกรรม แต่ถือว่าเป็นงานดนตรีกรรม² ซึ่งเสียงเพลงหรือเสียงขับร้องนี้จะมีการบันทึกลงในสิ่งบันทึกเสียงประเภทต่างๆ เช่น เทป หรือ CD เป็นต้น

ดังนั้น ถ้าเป็นเสียงเพลงหรือเสียงขับร้องที่ประกอบอยู่ในงานมัลติมีเดีย ถือว่าเป็นงานเกี่ยวกับเพลงจึงได้รับความคุ้มครองจากพระราชบัญญัติ ลิขสิทธิ์ในฐานะที่เป็นดนตรีกรรม และสิ่งบันทึกเสียง

(2) ถ้าเป็นเสียงพูด หรือเสียงที่ปรากฏอยู่ในคำบรรยายเพื่อประกอบการเรียนการสอน หรือเสียงที่ปราศรัยตามสถานที่ต่างๆ หรือเสียงคำบรรยายประกอบภาพยนตร์ ควรพิจารณาจากคำนิยามของคำว่า “วรรณกรรม” ตามที่กล่าวมาแล้วในข้อ 1.1.1 เนื่องจากถ้อยคำตามตัวบทกฎหมายใช้คำว่า “งานนิพนธ์” ซึ่งตามพจนานุกรมได้ให้ความหมายสำหรับใช้เป็นคำนามว่า เรื่องที่แต่งขึ้น และถ้าใช้เป็นคำกริยา หมายถึง ร้อยกรอง เป็นหนังสือ แต่งหนังสือ³ ซึ่งอาจจะทำให้มีความเข้าใจผิดได้ว่า งานดังกล่าวจะต้องมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรด้วยจึงจะถือว่าเป็นวรรณกรรมซึ่งได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย แต่ในความเป็นจริงแล้ว การบันทึกงานเป็นลายลักษณ์อักษรไม่ใช่สาระสำคัญ เพียงแต่มีการแปลงเสียงให้ได้ยินไม่ว่าจะเป็นเสียงพูดหรือเสียงที่ปรากฏอยู่ในคำบรรยายประกอบการเรียนการสอน หรือเสียงที่ปราศรัยตามสถานที่ต่างๆ หรือเสียงคำบรรยายประกอบภาพยนตร์ก็ควรได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรมประเภทหนึ่ง

² ปริญญา ตีผดุง, คดีละเมิดลิขสิทธิ์ (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ศรีสมบัติการพิมพ์, 2528), หน้า 15

³ ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 , (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานพิมพ์อักษรเจริญทัศน์ จำกัด, 2538), หน้า 448

1.1.3 วิดิทัศน์ (video)

ถ้าจะพิจารณาจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 จะไม่ปรากฏคำว่า วิดิทัศน์ ในประเภทของงานที่ได้รับความคุ้มครอง แต่อาจจะให้ความคุ้มครองแก่วิดิทัศน์ โดยเทียบเคียงกับงานประเภทโสตทัศนวัสดุ ซึ่งได้รับความคุ้มครองจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ตามมาตรา 4 วรรคแปด

คำว่า “โสตทัศนวัสดุ” (audiovisual work) หมายความว่า งานอันประกอบด้วยลำดับของภาพโดยบันทึกลงในวัสดุ ไม่ว่าจะมัลักษณะอย่างไรอันสามารถที่จะนำมาเล่นซ้ำได้อีกโดยใช้เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการใช้วัสดุนั้นและให้หมายความรวมถึงเสียงประกอบงานนั้นด้วย ถ้ามี

จากคำจำกัดความดังกล่าวจะเห็นว่า งานโสตทัศนวัสดุเป็นงานสร้างสรรค์ที่ปรากฏขึ้นด้วยการได้ยิน ได้เห็น หรือทั้งได้เห็นและได้ยิน และประกอบด้วยลำดับแห่งภาพ และหรือเสียงที่บันทึกไว้ในที่ที่เหมาะสมนำออกมาเล่นแสดงได้ด้วยเครื่องกลหรือเครื่องมือบางชนิด

ดังนั้น วิดิทัศน์หรือวีดีโอ ซึ่งถือเป็นงานที่ประกอบด้วยลำดับของภาพและเสียง ซึ่งผู้ใช้สามารถนำมาเล่นได้ซ้ำแล้วซ้ำอีกโดยเล่นผ่านเครื่องฉายวิดิทัศน์หรือวีดีโอ จึงควรได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายในฐานะที่เป็นงานโสตทัศนวัสดุ

1.1.4 ภาพกราฟิก (graphics)

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 ไม่ได้บัญญัติให้คำจำกัดความของภาพกราฟิกไว้ว่ามีความหมายอย่างไร อีกทั้งไม่ปรากฏอย่างชัดเจนว่า ภาพกราฟิกควรจะได้รับคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทใด ทำให้เกิดปัญหาว่าควรจะเทียบเคียงภาพกราฟิกกับงานประเภทอะไร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าการสร้างภาพกราฟิกได้น่าองค์ประกอบในการสร้างภาพมาจากงานประเภทใด ก็ควรที่จะได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทนั้นๆ เช่น ถ้าการทำภาพกราฟิกเกิดจากการสร้างรูปทรงที่ประกอบด้วยเส้น แสงสี ใดๆ อย่างหนึ่งหรือรวมกัน ลงในวัสดุประเภทใดๆ ก็ตามจะถือว่าภาพกราฟิกนั้นเป็นศิลปกรรมซึ่งมีลักษณะเป็นงานจิตรกรรม ตามคำจำกัดความของคำว่า “ศิลปกรรม” ในมาตรา 4 วรรคหก

“ศิลปกรรม” หมายความว่า งานอันมีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

(1) งานจิตรกรรม ได้แก่ งานสร้างสรรค์รูปทรงที่ประกอบด้วยเส้น แสง สี หรือ สิ่งอื่น อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน ลงบนวัสดุอย่างเดี่ยวหรือหลายอย่าง ฯลฯ นอกจากนี้ ภาพกราฟิก อาจหมายถึง งานอื่นใดในแผนกศิลปะของผู้สร้างสรรค์ไม่ว่างานนี้จะแสดงออกด้วยวิธีหรือรูปแบบอย่างไรก็ตาม หากปรากฏว่าไม่สามารถจัดภาพกราฟิกเป็นงานประเภทใดได้ต้องพิจารณาจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 6 “งานอันมี

ลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่งานสร้างสรรค์ประเภท วรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดใน แผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ ไม่ว่าจะงานดังกล่าวจะ แสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างไร”

เพราะฉะนั้น ภาพกราฟิกอาจจะถือเป็นงานศิลปกรรมได้หากเข้าตามลักษณะ ของงานอันเป็นศิลปกรรม (1) - (7) แต่ถ้าหากไม่สามารถถือว่าเป็นงานกราฟิกเป็นงาน ศิลปกรรมได้ ก็คงจัดประเภทให้งานกราฟิกเป็นงานอื่นใดในแผนกศิลปะของผู้สร้างสรรค์ตาม มาตรา 6

1.1.5 ภาพการ์ตูน หรือภาพเคลื่อนไหว (animation)

ในการพิจารณาว่าภาพการ์ตูนหรือภาพเคลื่อนไหวควรจะได้รับคุ้มครอง ในฐานที่เป็นงานประเภทอะไร ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ต้องพิจารณาจาก มาตรา 4 ซึ่งมาตรานี้มิได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ภาพการ์ตูนหรือภาพเคลื่อนไหว” ว่ามี ความหมายอย่างไร แต่อาจจะเทียบเคียงได้กับคำจำกัดความของคำว่า “ภาพยนตร์” ตาม มาตรา 4 วรรคแปด และ “โสตทัศนวัสดุ” ตามมาตรา 4 วรรคเก้า ดังนี้

“ภาพยนตร์” มีความหมายว่า “โสตทัศนวัสดุอันประกอบด้วยลำดับของภาพซึ่ง สามารถนำออกฉายต่อเนื่องได้อย่างภาพยนตร์ หรือสามารถบันทึกลงบนวัสดุอื่นเพื่อนำออก ฉายต่อเนื่องได้อย่างภาพยนตร์ และให้หมายความรวมถึงเสียงประกอบภาพยนตร์นั้นด้วย ถ้ามี”

“โสตทัศนวัสดุ” หมายความว่า “งานอันประกอบด้วยลำดับของภาพโดยบันทึกลง ในวัสดุ ไม่ว่าจะมึลักษณะอย่างไรอันสามารถที่จะนำมาเล่นซ้ำได้อีก โดยใช้เครื่องมือที่จำเป็น สำหรับการใช้วัสดุนั้น และให้หมายความรวมถึงเสียงประกอบงานนั้นด้วย ถ้ามี”

เมื่อพิจารณาจากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้นแล้วจะเห็นว่า ภาพการ์ตูน หรือ ภาพเคลื่อนไหวถือเป็นโสตทัศนวัสดุที่ประกอบด้วยลำดับของภาพหลายๆ ภาพ ประกอบต่อเข้า ด้วยกันและนำออกฉายได้อย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับภาพยนตร์ กล่าวคือ ภาพจะเคลื่อนไหวไป อย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา โดยภาพการ์ตูนหรือภาพเคลื่อนไหวนี้อาจจะมีเสียงประกอบหรือ ไม่มีก็ได้ ดังนั้น จึงควรให้ความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์แก่ภาพการ์ตูนหรือภาพเคลื่อนไหว ในฐานที่เป็นงานประเภทภาพยนตร์ ตามคำจำกัดความในมาตรา 4 ซึ่ง ภาพยนตร์ถือเป็นงาน อันมีลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่ง ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 6

1.1.6 รูปภาพ (image or picture)

ถ้าพิจารณาตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 คำว่า “รูปภาพ” ไม่มีกฎหมายบัญญัติคุ้มครองไว้โดยตรง แต่หากพิจารณาจากคำจำกัดความของคำว่า ศิลปกรรมตามมาตรา 4 วรรคหก (3), (5) และ (6) อาจจะทำแบ่งประเภทของรูปภาพออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

(1) งานภาพพิมพ์ (work of lithography) ได้แก่ งานสร้างสรรค์ภาพด้วยกรรมวิธีทางการพิมพ์ และหมายความรวมถึงแม่พิมพ์หรือแบบที่ใช้ในการพิมพ์ด้วย งานภาพพิมพ์นี้เป็นงานในลักษณะ 2 มิติ แต่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์เพื่อใช้ในการพิมพ์ และควรเป็นการวาดหรือเขียนลงบนวัสดุจากการพิมพ์ด้วยหมึก

(2) งานภาพถ่าย (photographic work) ได้แก่ งานสร้างสรรค์ภาพที่เกิดจากการใช้เครื่องมือบันทึกภาพโดยให้แสงผ่านเลนส์ไปยังฟิล์มหรือกระจก และล้างด้วยน้ำยาซึ่งมีสูตรเฉพาะ หรือด้วยกรรมวิธีใดๆ อันทำให้เกิดภาพขึ้นหรือการบันทึกภาพโดยเครื่องมือหรือวิธีการอย่างอื่น งานภาพถ่ายนี้ไม่คำนึงถึงสิ่งที่ถูกถ่ายภาพไว้จะเป็นสิ่งใด ไม่ว่ารูปคน ภูมิประเทศ เหตุการณ์ใดๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งไม่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการถ่ายภาพ

(3) งานภาพประกอบ แผนที่ โครงสร้าง ภาพร่าง หรืองานสร้างสรรค์รูปทรงสามมิติอันเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศ หรือวิทยาศาสตร์

ซึ่งงานทั้งสามประเภtdังกล่าวได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายในฐานะที่เป็นงานศิลปกรรม (artistic works) ดังนั้น รูปภาพที่ประกอบอยู่ในงานมัลติมีเดียไม่ว่าจะเป็นรูปภาพประเภทใด ก็จะได้รับคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานศิลปกรรม ไม่ว่าภาพเหล่านั้นจะเป็นภาพถ่าย, ภาพพิมพ์, ภาพวาด หรือภาพประกอบก็ตาม

1.2 เทคโนโลยีมัลติมีเดีย

โดยทั่วไปคำว่า “เทคโนโลยีมัลติมีเดีย” หมายถึง ซอฟต์แวร์ทั้งหลายที่นำมาใช้ในงานมัลติมีเดียอัน ได้แก่ ซอฟต์แวร์ที่ใช้สร้างหรือติดต่อหรือดัดแปลงเนื้อหาสำหรับงานมัลติมีเดียเพื่อใช้ประกอบเป็นส่วนหนึ่งในผลิตภัณฑ์มัลติมีเดีย, ซอฟต์แวร์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้ควบคุมการใช้การสืบค้นข้อมูล หรือการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ และซอฟต์แวร์ที่ใช้งานทั่วไปเช่น โปรแกรมการพิมพ์งาน, โปรแกรมจัดทำระบบฐานข้อมูล, โปรแกรมนำเสนองาน เป็นต้น รวมถึงซอฟต์แวร์ที่จัดเก็บไว้กับผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียที่สำเร็จสมบูรณ์แล้ว เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียชิ้นนั้นสามารถทำงานได้ เพราะฉะนั้น ในการให้ความคุ้มครองแก่เทคโนโลยีมัลติมีเดียจึงน่าจะเทียบเคียงได้กับการให้ความคุ้มครองแก่โปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ของประเทศไทย ซึ่งได้ให้นิยามของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ไว้ในมาตรา 4 วรรคสี่ ว่า “โปรแกรมคอมพิวเตอร์” หมายความว่า คำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใดที่นำไปใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์

เพื่อให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานหรือเพื่อให้ได้รับผลอย่างหนึ่งอย่างใด ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นภาษาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในลักษณะใด

เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า เทคโนโลยีมัลติมีเดียถือเป็นโปรแกรมหรือชุดคำสั่งที่นำไปใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงาน จึงถือได้ว่าเทคโนโลยีมัลติมีเดีย เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างหนึ่งซึ่งได้รับความคุ้มครองจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 วรรคสาม ตอนท้าย ในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรม ซึ่งถือเป็นงานที่มีลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่งตามมาตรา 6

1.3 ผลิตภัณฑ์มัลติมีเดีย

คำว่า ผลิตภัณฑ์มัลติมีเดีย หรือในบางครั้งเรียกว่า งานมัลติมีเดีย หมายถึง การนำเนื้อหาของงานประเภทต่างๆ อันได้แก่ ภาพวาด, รูปถ่าย, เพลง, โสตทัศนวัสดุ, ภาพยนตร์ และงานประเภทอื่นๆ พร้อมกับซอฟต์แวร์ ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่ถูกนำรวมหรือประกอบกันขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว ก่อให้เกิดปัญหาว่าผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียจะได้รับความคุ้มครองจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 6 ในฐานะที่เป็นงานประเภทอะไร หากผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียไม่อาจจัดอยู่ในงานประเภทใดประเภทหนึ่งใน มาตรา 6 ได้ ผลิตภัณฑ์นี้จะยังคงได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์หรือไม่ เมื่อพิจารณาจากมาตรา 6 ซึ่งบัญญัติว่า “งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่ งานวรรณกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ไม่ว่างานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างใด” จากบทบัญญัติดังกล่าวจะเห็นว่า กฎหมายใช้คำว่า “งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่” แสดงว่าในมาตรานี้จะต้องเป็นงานแต่ละประเภทตามที่กฎหมายได้บัญญัติให้ความคุ้มครองไว้อย่างชัดเจนตามประเภทของงานในมาตรา 6 เท่านั้น แต่ผู้เขียนมีความเห็นว่า ประเภทของงานดังกล่าวไว้ในมาตรา 6 เป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งที่สามารถนำมารวมหรือประกอบเข้ากันเป็นงานมัลติมีเดียได้ ซึ่งโดยลักษณะของงานมัลติมีเดีย ควรจะได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์ในฐานะที่เป็นงานหรือผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียเองมากกว่า ซึ่งในต่างประเทศก็ยังมีข้อถกเถียงกันอยู่ว่าผลิตภัณฑ์หรืองานมัลติมีเดียควรได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรม, โปรแกรมคอมพิวเตอร์, โสตทัศนวัสดุ หรือภาพยนตร์ ซึ่งในปัจจุบันก็ยังหาข้อสรุปไม่ได้ แต่โดยทั่วไปแล้วเห็นว่า กฎหมายลิขสิทธิ์ควรให้ความคุ้มครองแก่ผลิตภัณฑ์หรืองานมัลติมีเดียในฐานะที่เป็นผลิตภัณฑ์หรืองานมัลติมีเดีย นั่นเอง

2. ลักษณะของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย

ลักษณะการเกิดของงานมัลติมีเดียอาจจะเกิดขึ้นได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับว่าผู้ทำหรือก่อให้เกิดงานมัลติมีเดียต้องการที่จะให้งานนั้นมีลักษณะเช่นใด กล่าวคือ งานมัลติมีเดียอาจเกิดจาก

ผู้สร้างสรรค์หลายคนร่วมกันสร้างงานขึ้นมา หรือเกิดจากบุคคลเดียวหรือหลายคนช่วยกันรวบรวมงานหลายๆ ประเภทจนประกอบกันขึ้นเป็นงานมัลติมีเดีย หรือเกิดการดัดแปลงงานที่มีอยู่ก่อนแล้วก็ได้ เพราะฉะนั้นลักษณะของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียจึงแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

2.1 งานมัลติมีเดียที่เกิดจากงานที่ทำร่วมกัน

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ได้บัญญัติถึงผู้สร้างสรรค์ร่วมไว้ในมาตรา 19 วรรคสอง ว่า “ในกรณีที่มีผู้สร้างสรรค์ร่วม ลิขสิทธิ์ในงานดังกล่าวให้มีอยู่ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ร่วมและมีอยู่ต่อไปอีกเป็นเวลาห้าสิบปีนับแต่ผู้สร้างสรรค์ร่วมคนสุดท้ายถึงแก่ความตาย” และมาตรา 19 วรรคสาม “ถ้าผู้สร้างสรรค์หรือผู้สร้างสรรค์ร่วมทุกคนถึงแก่ความตายก่อนที่ได้มีการโฆษณางานนั้นให้ลิขสิทธิ์ดังกล่าวมีอายุห้าสิบปีนับแต่ได้มีการโฆษณาเป็นครั้งแรก”

เมื่อพิจารณาจากบทบัญญัติดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่ากฎหมายไม่ได้กำหนดไว้ว่า กรณีเช่นใดที่จะถือว่าเป็นผู้สร้างสรรค์ร่วมที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ และเมื่อพิจารณาประกอบกับพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 จะเห็นว่ากฎหมายให้คำจำกัดความไว้เฉพาะกรณีของผู้สร้างสรรค์ว่า “ผู้สร้างสรรค์” หมายความว่า “ผู้ทำหรือก่อให้เกิดงานสร้างสรรค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้”

แสดงให้เห็นว่า กฎหมายมิได้ให้คำจำกัดความไว้อย่างชัดเจนว่า กรณีเช่นใดจึงจะถือว่าเป็นผู้สร้างสรรค์ร่วม แต่กฎหมายกำหนดเฉพาะกรณีเช่นใดที่จะถือว่าเป็นผู้สร้างสรรค์งาน และกฎหมายได้กล่าวถึงผู้สร้างสรรค์ร่วมไว้เฉพาะในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ในส่วนที่ 4 เรื่อง อายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ มาตรา 19 วรรคสอง และสาม ซึ่งผู้เขียนเห็นว่า การสร้างสรรค์ร่วมกันในงานมัลติมีเดีย อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีที่มีบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาตกลงกันด้วยความสมัครใจที่จะสร้างสรรค์งานมัลติมีเดียร่วมกัน โดยแต่ละคนอาจจะนำบางส่วนในงานของตนที่มีอยู่แล้วมามอบให้หรืออาจจะเพียงออกความคิดในการสร้างสรรค์งานมัลติมีเดียให้มีลักษณะแตกต่างไปจากงานอื่นๆ ที่มีอยู่แล้ว แต่ความคิดนี้จะต้องมีการแสดงออกมาให้เห็น เนื่องจากกฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ได้คุ้มครองความคิด แต่คุ้มครองการแสดงออกซึ่งความคิดของผู้สร้างสรรค์งาน คำว่า “บุคคลตั้งแต่สองคน” หมายความว่า ผู้สร้างสรรค์ตั้งแต่สองคนขึ้นไป หรือผู้พัฒนางานมัลติมีเดียตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาร่วมกันสร้างงานมัลติมีเดีย หรือผู้สร้างสรรค์งานกับผู้พัฒนามัลติมีเดีย หรือในกรณีของผู้ผลิตและผู้พัฒนางานมัลติมีเดียร่วมมือกันสร้างสรรค์งานก็ได้ ซึ่งการสร้างสรรค์งานนี้อาจจะเกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ทั้งหมดซึ่งอาจจะเรียกว่า “งานชิ้นใหม่” หรืออาจจะเป็นการนำงานที่มีอยู่ก่อนแล้ว (preexisting work) หรืองานที่เป็นสาธารณสมบัติมาใช้ในการสร้างสรรค์งานมัลติมีเดียก็ได้

นอกจากนี้ในเรื่องสิทธิและหน้าที่ระหว่างผู้สร้างสรรค์ร่วมกันเอง และระหว่างผู้สร้างสรรค์ร่วมกับบุคคลภายนอกในกฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ได้มีบัญญัติไว้ ทำให้ต้องนำหลักเกณฑ์ทั่วไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เรื่องเจ้าของร่วมในกฎหมายเรื่องกรรมสิทธิ์มาตรา 1356-1366 มาใช้โดยอนุโลม กล่าวคือ ผู้สร้างสรรค์ร่วมแต่ละคนมีสิทธิและหน้าที่เท่าๆ กัน ในกรณีที่มีการอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานมัลติมีเดียที่เกิดจากการสร้างสรรค์ร่วมโดยผู้สร้างสรรค์ร่วมคนหนึ่งแล้ว ยังคงต้องได้รับความยินยอมจากผู้สร้างสรรค์ร่วมคนอื่นด้วย หากผู้สร้างสรรค์ร่วมคนใดอนุญาตให้บุคคลภายนอกใช้สิทธิในงานมัลติมีเดียโดยปราศจากความยินยอมของผู้สร้างสรรค์ร่วมคนอื่น จะทำให้การอนุญาตดังกล่าวไม่มีผลใช้บังคับได้ แต่เจ้าของร่วมคนหนึ่งจะใช้สิทธิเพื่อปกป้องหรือเรียกค่าเสียหายจากผู้ทำละเมิดได้เสมอ และในกรณีที่ผู้สร้างสรรค์ร่วมทุกคนยินยอมที่จะอนุญาตให้บุคคลใดใช้สิทธิในงานมัลติมีเดียโดยได้รับค่าตอบแทนจากการอนุญาตดังกล่าว ค่าตอบแทนที่ได้นี้จะต้องนำมาแบ่งปันให้แก่ผู้สร้างสรรค์ร่วมทุกคนเป็นส่วนเท่าๆ กัน แต่ถ้าหากผู้สร้างสรรค์ร่วมคนใดได้กระทำความผิดเงื่อนไขในข้อตกลงหรือสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ ผู้สร้างสรรค์ร่วมทุกคนต่างต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกเป็นส่วนเท่าๆ กัน

ส่วนในกรณีอายุความของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียที่มีผู้สร้างสรรค์ร่วมจะมีกำหนดระยะเวลาเช่นใด คงต้องพิจารณาจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์มาตรา 19 วรรคสอง และวรรคสาม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียที่เกิดจากการสร้างสรรค์ร่วมจะมีอยู่ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ร่วม และมีต่อไปอีกห้าสิบปีนับแต่ผู้สร้างสรรค์ร่วมคนสุดท้ายถึงแก่ความตาย

2. ในกรณีที่ผู้สร้างสรรค์ร่วมในงานมัลติมีเดียทุกคนถึงแก่ความตายก่อนที่จะได้มีการโฆษณาตามมาตรา 8 (1) ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้สร้างสรรค์งานเป็นผู้มีลิขสิทธิ์ในงานที่ตนได้สร้างสรรค์ขึ้น ลิขสิทธิ์เช่นนี้จะมีอายุห้าสิบปีนับแต่ได้มีการโฆษณางานครั้งแรก

2.2 งานมัลติมีเดียที่เกิดจากการรวบรวม

การรวบรวมงานหลายประเภทเข้าไว้ในงานมัลติมีเดียหรือบางครั้งเรียกว่า การรวบรวมเนื้อหาต่างๆ ไว้ในงานมัลติมีเดียจะเป็นผลให้บุคคลผู้รวบรวมงานได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียที่เกิดขึ้นจากการรวบรวมหรือไม่ต้องพิจารณาจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 12 บัญญัติไว้ว่า

“งานใดมีลักษณะเป็นการนำเอางานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ มารวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันโดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือเป็นการนำเอาข้อมูลหรือสิ่งอื่นใดซึ่งสามารถอ่านหรือถ่ายทอดได้โดยอาศัยเครื่องกลหรืออุปกรณ์อื่นใดมารวบรวมหรือประกอบเข้ากัน หากผู้ที่ได้รวบรวมหรือประกอบเข้ากันได้รวบรวมหรือประกอบเข้ากันซึ่งงานดังกล่าวขึ้นโดยการคัดเลือกหรือจัดลำดับในลักษณะซึ่งมิได้ลอกเลียนงานของบุคคลอื่น ให้ผู้ที่ได้รวบรวมหรือประกอบเข้ากันนั้นมีลิขสิทธิ์ในงานที่ได้รวบรวมหรือประกอบเข้ากันตาม

พระราชบัญญัตินี้ แต่ทั้งนี้ไม่กระทบกระเทือนสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีอยู่ในงานหรือข้อมูลหรือสิ่งอื่นใดของผู้สร้างสรรค์เดิมที่ถูกนำมารวบรวมหรือประกอบเข้ากัน”

จากบทบัญญัติของมาตรานี้ จะเห็นว่า งานที่ถูกนำมารวบรวมหรือประกอบเข้ากันนี้อาจจะเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์หรือเป็นงานอันไม่มีลิขสิทธิ์ก็ได้ เนื่องจากกฎหมายได้แยกสิ่งที่ถูกนำมารวบรวมเป็นสองส่วน คือ 1) งานอันมีลิขสิทธิ์หรือข้อมูลหรือสิ่งอื่นใดซึ่งสามารถอ่านหรือถ่ายทอดได้โดยอาศัยเครื่องกลหรืออุปกรณ์อื่นใด และ 2) การรวบรวมหรือประกอบเข้ากันจากงานอันมีลิขสิทธิ์ ผู้รวบรวมหรือประกอบเข้ากันจะต้องกระทำการในลักษณะที่เป็นการสร้างสรรค์งานด้วยโดยการคัดเลือกหรือจัดลำดับในลักษณะที่ไม่ลอกเลียนงานของบุคคลอื่น หากเป็นการรวบรวมงานที่ไม่ถือว่าผู้ใดมีลิขสิทธิ์หรืองานที่ตามกฎหมายลิขสิทธิ์กำหนดไว้ว่าเป็นงานอันไม่มีผู้ใดมีลิขสิทธิ์ ผู้รวบรวมหรือประกอบเข้ากันก็สามารถมีลิขสิทธิ์ในงานที่ตนได้จัดทำขึ้นได้ เช่น การค้นคว้ารวบรวมตำราแพทย์แผนโบราณ หรือการรวบรวมเพลงพื้นบ้านไว้ในรูปแบบของมัลติมีเดียบน CD-ROM

สิทธิของผู้รวบรวมหรือประกอบเข้ากันจะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่อยู่ในงานหรือข้อมูลหรือสิ่งอื่นใดของผู้สร้างสรรค์ที่ถูกนำมารวบรวมหรือประกอบเข้ากัน กล่าวคือ บุคคลผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานเดิมก่อนที่จะมีการรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันก็ยังคงเป็นผู้มีลิขสิทธิ์ในงานเดิมนั้นเช่นเดียวกับกรณีของผู้ดัดแปลงงานตามมาตรา 11

คำว่า “งานรวบรวม” (collective works) ได้แก่ การนำงานอันมีลิขสิทธิ์หลายๆ งานมารวมกันไว้ในที่เดียวกัน โดยแต่ละงานเดิมนำมารวบรวมเข้าด้วยกันนี้ ต่างยังคงสภาพและเอกภาพของตัวเองไว้ เช่น การรวบรวมเอกสารรายคาบมาเย็บเป็นเล่มเดียวกันเพื่อสะดวกในการค้นคว้า การรวบรวมบทประพันธ์ร้อยแก้วและโคลงฉันทของนักเขียนหลายคนไว้ในเล่มเดียวกัน หรือที่รวบรวมเหตุการณ์ สถานที่ และบุคคลสำคัญๆ ที่เรียกว่า เอนไซโคลปีเดีย (encyclopedia) เป็นต้น

ส่วนคำว่า “ประกอบเข้ากัน” (compilation) ได้แก่ การรวบรวมงานหรือข้อมูลหรือสิ่งอื่นใดซึ่งสามารถอ่านหรือถ่ายทอดได้ที่มีลิขสิทธิ์อยู่แล้ว เอามาผสมกลมกลืนเข้าเป็นงานใหม่ที่มีสภาพและเอกภาพของตัวเองขึ้นอีกงานหนึ่ง เข้าลักษณะเป็นการทำหรือก่อให้เกิดงานขึ้นโดยความคิดริเริ่มของตนเอง เช่น การรวบรวมคำศัพท์ต่างๆ มาจัดหมวดหมู่เป็นเล่มอย่างพจนานุกรม หรือดิคชันนารี เป็นต้น

ส่วนวิธีการรวบรวมหรือประกอบเข้ากันนี้จะใช้เครื่องกลหรืออุปกรณ์อื่นใดก็ได้ และงานที่รวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันตามมาตรานี้จะต้องอยู่ในบังคับของมาตรา 8, 9 และ 10 ซึ่งเป็นไปตามมาตรา 13 กล่าวคือ ต้องเป็นงานสร้างสรรค์โดยมีความคิดริเริ่มของตนเอง และมีหลักสัญชาติ หรือถิ่นที่อยู่ประจำของผู้สร้างสรรค์เป็นเงื่อนไขประกอบ (มาตรา 8) ถ้า

เป็นการสร้างสรรค์ตามวัตถุประสงค์แห่งการจ้างแรงงานก็เป็นลิขสิทธิ์แก่ผู้สร้างสรรค์หรือพนักงานหรือลูกจ้าง (มาตรา 9) หรือถ้าเป็นงานที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยการรับจ้างบุคคลอื่น ลิขสิทธิ์ตกอยู่แก่ผู้ว่าจ้าง (มาตรา 10) และทั้งนี้ผู้กรณีอาจทำความตกลงเป็นอย่างอื่นได้⁴

2.3 งานมัลติมีเดียที่เกิดจากการดัดแปลงงานอื่น (derivative work)

การดัดแปลงงานอื่นหรือบางครั้งเรียกว่า “การสร้างสรรคงานสืบเนื่อง” เป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างงานมัลติมีเดียขึ้น และวิธีการนี้มักจะเป็นวิธีการที่ในต่างประเทศมักจะนิยมนำมาใช้กับการสร้างงานมัลติมีเดีย กล่าวคือ ในประเทศสหรัฐอเมริกาผู้ให้ความเห็นว่าการเกิดของงานมัลติมีเดียควรจะได้รับควบคุมครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์ ในฐานะที่เป็นการดัดแปลงงานหรือการสร้างสรรคงานสืบเนื่อง⁵ จึงจะมีความเหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากงานมัลติมีเดียมักจะเกิดจากการนำงานที่มีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้วหลาย ๆ ประเภทมารวมเข้าไว้ด้วยกัน และมีการดัดแปลงหรือเปลี่ยนแปลงงานเหล่านั้นเพื่อให้เกิดเป็นงานมัลติมีเดียขึ้นใหม่ ซึ่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ได้กำหนดเรื่องการดัดแปลงงานไว้ในมาตรา 11 ว่า “งานใดมีลักษณะเป็นการดัดแปลงงานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระบัญญัตินี้โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ให้ผู้ที่ดัดแปลงนั้นมีลิขสิทธิ์ในงานที่ได้ดัดแปลงตามพระราชบัญญัตินี้ แต่ทั้งนี้ไม่กระทบกระเทือนสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีอยู่ในงานของผู้สร้างสรรค์เดิมที่ถูกเปลี่ยนแปลง”

หากพิจารณาจากหลักเกณฑ์ดังกล่าวจะเห็นว่า กฎหมายให้ความคุ้มครองเฉพาะการดัดแปลงงานที่มีลิขสิทธิ์โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์เท่านั้น ถ้าเป็นการดัดแปลงงานอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้ดัดแปลงงานจะไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียที่เกิดจากการดัดแปลง และจะต้องรับผิดชอบละเมิดลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย มาตรา 32-43 ในกรณีของการดัดแปลงงานที่มีลิขสิทธิ์โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น การนำเนื้อหาเค้าโครงของงานเดิมแต่ละประเภทมารวมเข้าด้วยกัน โดยผู้ดัดแปลงงานได้มีการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ขึ้นจากการดัดแปลง ต่อเติมหรือตัดทอน ทำให้มีรูปแบบต่างออกไปจากงานเดิมจนเกิดเป็นงานมัลติมีเดีย แม้จะมีเนื้อหาเดิมอยู่เป็นจำนวนมาก แต่เมื่อได้รับความยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในเนื้อหาแต่ละประเภทแล้ว การดัดแปลงงานดังกล่าวจะไม่ถือเป็นการละเมิด เป็นผลให้ผู้ดัดแปลงงานเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียที่เกิดจากการดัดแปลง แต่สิทธิดังกล่าวของผู้สร้างงานมัลติมีเดียที่เกิดจากการดัดแปลงจะมีลิขสิทธิ์เฉพาะในงานมัลติมีเดียที่สร้างขึ้นใหม่เท่านั้นไม่ได้มีสิทธิในเนื้อหาเดิมด้วย ดังนั้น สิทธิในเนื้อหาเดิมยังคง

⁴ สมพร ทรมหิตาธร, กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักงานพิมพ์วิญญูชน จำกัด, 2538), หน้า 42

⁵ อิชชัย สุภผลศิริ, คำอธิบายกฎหมายลิขสิทธิ์ (กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักงานพิมพ์วิญญูชน จำกัด, 2539), หน้า 141.

เป็นผู้สร้างสรรค์งานเดิมอยู่ เช่นเดียวกับกรณีของผู้รวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันของงานตามมาตรา 12 นั้นเอง

ในการดัดแปลงงานอื่นหรือการสร้างสรรค์งานสืบเนื่องจนเกิดเป็นงานมีลิขสิทธิ์เดียวนี้ อาจเกิดจากการดัดแปลงงานซึ่งมีลิขสิทธิ์หรือไม่มีลิขสิทธิ์ก็ได้ หากเป็นการดัดแปลงงานซึ่งไม่มีลิขสิทธิ์จะไม่อยู่ภายใต้การคุ้มครองของพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 11 ซึ่งในกรณีดังกล่าวผู้ดัดแปลงงานจะได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมีลิขสิทธิ์เดียวที่เกิดจากการดัดแปลงงานซึ่งไม่มีลิขสิทธิ์ตามกฎหมายไทยได้ ถ้าปรากฏว่าการดัดแปลงนั้นมีลักษณะเป็นการสร้างสรรค์โดยใช้ความรู้ความสามารถตามสมควรตามหลักเกณฑ์ขององค์ประกอบของงานอันมีลิขสิทธิ์ (originality) กล่าวคือ งานนั้นจะต้องมีที่มาหรือมีต้นกำเนิดจากผู้สร้างสรรค์โดยมิได้ลอกมาจากงานอื่นใด แต่ผู้สร้างสรรค์ได้กระทำขึ้นโดยหุ้มเทศความรู้ วิจารณ์ญาณ ฝีมือ แรงงาน หรืออื่นๆ ของตนเองลงไปในระดับหนึ่งจนถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดงานนั้นขึ้นได้เทียบเคียงได้กับคำพิพากษาฎีกาที่ 508/2508 ที่วินิจฉัยว่า ผู้แปลตัวบทกฎหมายเป็นภาษาอังกฤษย่อมได้ลิขสิทธิ์ในคำแปลนั้นเพราะตัวบทกฎหมายก็เป็นสิ่งที่ไม่มีลิขสิทธิ์ การแปลก็เป็นการดัดแปลงประการหนึ่ง จากหลักเกณฑ์นี้ก็นำมาปรับใช้กับงานมีลิขสิทธิ์เดียวด้วยเช่นกัน

มีข้อสังเกตว่า งานอันมีลิขสิทธิ์ที่เกิดจากการดัดแปลงงานตามมาตรา 11 หรืองานอันมีลิขสิทธิ์ที่เกิดจากการรวบรวมตามมาตรา 12 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์นี้ ไม่ได้กำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ในทั้งสองกรณีว่า ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ หรือความชำนาญของผู้สร้างงานในการกระทำให้เกิดงานในลักษณะที่เป็นสิ่งที่คิดขึ้นใหม่ด้วย เพราะตามกฎหมายกำหนดแต่เพียงว่า ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อนเท่านั้น ดังนั้น เมื่อได้รับอนุญาตแล้วกฎหมายก็ให้ความคุ้มครองแก่งานดังกล่าวทันที

3. บุคคลที่ควรได้รับความคุ้มครองในงานมีลิขสิทธิ์เดียว

3.1 เจ้าของส่วนประกอบในงานมีลิขสิทธิ์เดียว

เมื่อกล่าวถึงเจ้าของส่วนประกอบในงานมีลิขสิทธิ์เดียวตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ไม่ได้มีการกำหนดเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้โดยตรง แต่อาจเทียบเคียงได้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานประเภทต่างๆ ตามที่กฎหมายได้ให้ความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ตามมาตรา 6 บัญญัติว่า “งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่ การสร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะของผู้สร้างสรรค์ ไม่ว่าจะงานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างไร” หากพิจารณาจากข้อความของมาตรานี้ทำให้เข้าใจได้ว่า บุคคลจะเป็นเจ้าของงานอันมีลิขสิทธิ์ได้ต่อเมื่องานสร้างสรรค์นั้นเป็นงานตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 6 เท่านั้น แต่งานมีลิขสิทธิ์เดียวไม่ได้ถูกกำหนดให้ถือว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ตามมาตรา 6 ทำให้เกิดปัญหาว่า งานมีลิขสิทธิ์เดียวควรจัดอยู่ใน

งานประเภทใดประเภทหนึ่งตามมาตรฐานหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อทำให้งานมัลติมีเดียได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์

คำว่า “เจ้าของส่วนประกอบในงานมัลติมีเดีย” หรืออาจจะเรียกได้ว่า “เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่มีอยู่ก่อนแล้ว” หมายถึง

(1) บุคคลผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในเนื้อหาประเภทต่างๆ ที่ถูกนำมารวมหรือประกอบเข้าไว้ในงานมัลติมีเดีย เช่น เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานวรรณคดี, ท่าเต้น, เพลง, ภาพถ่าย เป็นต้น ซึ่งบุคคลเหล่านี้อาจจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้สร้างสรรค์งานเองหรือผู้รับโอนลิขสิทธิ์มาจากผู้สร้างสรรค์งานก็ได้ และ

(2) ผู้ถือสิทธิในงานประเภทต่างๆ ที่ถูกนำมารวมไว้ในงานมัลติมีเดีย

เจ้าของส่วนประกอบในงานมัลติมีเดียจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทต่างๆ ที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ หรือพัฒนา หรือผลิตงานมัลติมีเดีย ซึ่งได้แก่ ภาพถ่าย, ภาพเคลื่อนไหว, วีดิโอ, เพลง, ภาพกราฟิก และงานประเภทอื่นๆ อีก ถ้ามีการนำงานประเภทต่างๆ นั้นมารวมหรือประกอบเข้ากันหรือนำมาดัดแปลงให้เกิดเป็นงานมัลติมีเดีย เจ้าของสิทธิหรือผู้ถือสิทธิในงานที่ถูกนำมาใช้สร้างงานมัลติมีเดียยังคงเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์แต่ละประเภทอยู่ ส่วนงานมัลติมีเดียจะตกเป็นลิขสิทธิ์ของผู้สร้างสรรค์ ผู้พัฒนา หรือผู้ผลิตแล้วแต่กรณี

ดังนั้น ในการสร้างงานมัลติมีเดียไม่ว่าจะสร้างในฐานะผู้สร้างสรรค์ ผู้พัฒนา ผู้ผลิต หรือผู้ใช้งานมัลติมีเดีย จะต้องตรวจสอบให้ดีกว่า ในขณะที่ตนต้องการจะสร้างงานมัลติมีเดียมีบุคคลใดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิที่จะต้องทำการเจรจาและตกลงทำสัญญาขออนุญาตใช้สิทธิหรือรับโอนสิทธิในงานประเภทต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น เพื่อนำมาใช้ในการสร้างงานมัลติมีเดีย ทั้งนี้ต้องพิจารณาให้ดีด้วยว่า งานที่จะนำมาใช้นั้นมีบุคคลใดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิร่วมอยู่ด้วยหรือไม่ ถ้าหากมีบุคคลใดต้องการใช้งานนั้นจะต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิร่วมทุกคน มิฉะนั้น การทำสัญญาขออนุญาตใช้สิทธิหรือสัญญารับโอนลิขสิทธิ์อาจจะไม่มีผลใช้บังคับ ซึ่งจะมีผลทำให้การนำงานเหล่านั้นมาใช้ในการสร้างงานมัลติมีเดียเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิได้ นอกจากนี้ในสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิหรือสัญญารับโอนสิทธิดังกล่าวจะต้องระบุข้อความให้ชัดเจนเกี่ยวกับส่วนของงานจะให้นำมาใช้ ระยะเวลาในการใช้ รวมถึงตลอดถึงค่าตอบแทนในการใช้งานนั้นด้วย

3.2 บุคคลที่เป็นผู้สร้างงานมัลติมีเดีย (author or creator)

การสร้างงานมัลติมีเดียอาจจะเกิดขึ้นได้จากการสร้างงานใหม่ทั้งชิ้น หรืออาจเกิดจากการนำงานที่มีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้ว หรืองานอันเป็นสาธารณะสมบัติของแผ่นดินมาใช้ในการสร้างงานก็ได้ ส่วนบุคคลที่เป็นผู้สร้างงานมัลติมีเดียนี้ ได้แก่ ผู้สร้างสรรค์งาน (creator)

ผู้พัฒนางาน (developer) หรือผู้ผลิตงาน (producer) ซึ่งตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความไว้เฉพาะแต่ในกรณีของผู้สร้างสรรค์งานเท่านั้น แต่คำว่า ผู้ผลิตหรือผู้พัฒนาไม่ได้ให้คำจำกัดความไว้แต่อย่างใด จึงทำให้เกิดปัญหาว่า ผู้สร้างสรรค์งานนี้ หมายความว่ารวมถึง ผู้พัฒนาและผู้ผลิตด้วยหรือไม่

ในกรณีนี้คงต้องพิจารณาจากคำจำกัดความของคำว่า “ผู้สร้างสรรค์” หมายความว่า “ผู้ทำหรือผู้ก่อให้เกิดงานสร้างสรรค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้”

หากพิจารณาจากคำจำกัดความดังกล่าวแล้วจะเห็นว่า ผู้สร้างสรรค์ หมายถึง ผู้ทำหรือผู้ก่อให้เกิดงานสร้างสรรค์ เพราะฉะนั้น ไม่ว่าจะผู้พัฒนา หรือผู้ผลิต หรือบุคคลอื่นใด ที่เป็นผู้ทำหรือผู้ก่อให้เกิดงานมัลติมีเดียด้วยวิธีการใดๆ ก็จะเป็นผู้สร้างสรรค์งานทั้งสิ้น แต่บุคคลที่เป็นผู้สร้างสรรค์งานนี้จะได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นผู้สร้างงานมัลติมีเดียอันมีลิขสิทธิ์หรือไม่ ต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบของงานที่ทำให้ได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ด้วย เนื่องจากการสร้างงานมัลติมีเดียถือเป็นการสร้างงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่ง จึงควรอยู่ภายใต้กฎหมายซึ่งถือเป็นองค์ประกอบมูลฐานของงานอันมีลิขสิทธิ์ดังนี้

3.2.1 งานที่จะได้รับความคุ้มครองโดยกฎหมายลิขสิทธิ์นั้นอย่างน้อยต้องเป็นการแสดงออกซึ่งความคิด (expression of idea) ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ไม่ใช่เป็นเพียงนามธรรมซึ่งถือเป็นเพียงความคิดเท่านั้น จะไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์แต่อย่างใด ซึ่งกรณีนี้ได้มีพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 6 วรรคสอง กำหนดว่า “การคุ้มครองลิขสิทธิ์ไม่คลุมถึงความคิดหรือขั้นตอน กรรมวิธี หรือระบบ หรือวิธีใช้หรือทำงาน หรือแนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ หรือ คณิตศาสตร์”

จากมาตรานี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ากฎหมายลิขสิทธิ์ไม่คุ้มครองความคิด หมายถึง กฎหมายไม่คุ้มครองความคิดที่ได้แสดงออกโดยปราศจากการใช้ความรู้ความสามารถตกแต่งให้เป็นระบบ หรือให้มีลักษณะสร้างสรรค์ตามที่กฎหมายต้องการ ส่วนการแสดงออกซึ่งความคิด หมายถึง การแสดงออกหรือแปรสภาพความคิดด้วยความรู้ความสามารถจนปรากฏลักษณะสร้างสรรค์ (creative) หรือปรากฏระดับความรู้ความสามารถ (The degree of skill and labor) ตามที่กฎหมายกำหนดกฎหมายจึงให้ความคุ้มครอง มิได้หมายความว่า ความคิดใดๆ ได้แสดงออกแล้ว กฎหมายจะให้ความคุ้มครองเสมอไป⁶

⁶ ภูมิพันธ์ บุญนางเสวี, “วัตถุแห่งลิขสิทธิ์: ศึกษาธรรมชาติและลักษณะของงาน,” วารสารนิติศาสตร์, 19 (3:กันยายน 2532): 97

3.2.2 การสร้างงานมัลติมีเดียต้องเข้าตามหลักเกณฑ์ในเรื่องของ originality กล่าวคือ ผู้สร้างสรรค์งานจะต้องสร้างสรรค์งานนั้นขึ้นโดยความคิดริเริ่มของตนเอง โดยมีได้มีการลอกเลียนงานมาจากงานอื่นใด ซึ่งองค์ประกอบในเรื่องนี้จะเห็นได้จาก พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 ได้ให้การวิเคราะห์ศัพท์คำว่า “ผู้สร้างสรรค์” หมายถึง ผู้ทำหรือก่อให้เกิดงานโดยความคิดริเริ่มของตนเอง

ดังนั้น ในการสร้างงานมัลติมีเดียของผู้สร้างสรรค์จะต้องใช้ความละเอียดอ่อน ทุ่มหาความรู้ วิจารณ์ญาณ ใช้ฝีมือ ใช้การตัดสินใจ ใช้แรงงาน และความอดสาหะอดทนในการทำงานด้วยกระบวนการอันประณีตและยากลำบาก รวมถึงใช้แรงงานหรืออื่นๆของตนลงไปในระดับหนึ่งจนถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดงานนั้นขึ้นมาได้ แนวทางในการพิจารณาเช่นนี้มักจะเป็นที่เข้าใจในนามของ skill labor and judgment principle ซึ่งก่อให้เกิดเป็นงานใหม่แตกต่างไปจากงานของบุคคลอื่น จึงจะทำให้ผู้สร้างสรรค์ได้ลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียที่สร้างขึ้น ถ้าหากเป็นการดัดแปลงงานของบุคคลอื่นเพียงเล็กๆ น้อยๆ โดยผู้สร้างสรรค์มิได้ลงมือลงแรงของตนจนถึงขนาดเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดงานนั้นขึ้นมาแล้ว ก็ต้องถือว่างานนั้นขาด originality และผู้สร้างสรรค์จะไม่ได้ลิขสิทธิ์ในงานชิ้นนั้น ส่วนงานบางชนิด เช่น คำขวัญ (slogan) คำโฆษณา (advertisement) กลุ่มคำหรือวลี (words or phrases) ชื่อเรื่อง (title) ฉลาก (labels) โดยทั่วไปจะถือว่างานเหล่านี้ไม่มีลิขสิทธิ์ เพราะขาด originality แต่ในบางกรณีถ้างานเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าถูกสร้างขึ้นมาจากสติปัญญาและความสามารถชั้นสูงของผู้สร้างสรรค์ ถึงขนาดมี originality ในงานนั้น ผู้สร้างสรรค์ก็อาจมีลิขสิทธิ์ในงานนี้ก็ได้⁷

โดยสรุปแล้วการทำงานจะต้องมีต้นกำเนิดจากผู้สร้างสรรค์เอง หรือ originality มีส่วนประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ

- (1) ต้องใช้ความอดสาหะ (creativity) ส่วนหนึ่ง และ
- (2) ไม่ได้ลอกเลียนงานมาจากงานอื่น (non - copying) อีกส่วนหนึ่ง

3.2.3 ในประเทศไทยไม่ได้มีการบัญญัติในเรื่องของ creativity ไว้อย่างเช่นกฎหมายของต่างประเทศ ซึ่งต่างประเทศมักจะถือว่า creativity เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งต่างหากจาก originality โดยศาลมองว่า ผู้สร้างสรรค์ต้องใช้ความอดสาหะในการทำงานนั้นบ้างบางส่วน นอกเหนือไปจากการที่งานนั้นต้องมีที่มาหรือต้นกำเนิดจากผู้สร้างสรรค์เอง⁸ นอกจากนี้คุณภาพและความใหม่ของงานก็ไม่ใช่ว่าจะสำคัญองงานอันมีลิขสิทธิ์ รวมถึงการได้มาซึ่งงานอันมีลิขสิทธิ์ตามกฎหมายไทยไม่จำเป็นต้องมีการจดทะเบียนงานนั้นก่อนแต่อย่างใด เพียงแต่ผู้สร้างสรรค์ได้มีการแสดงออกซึ่งความคิดของตนเองก็จะได้รับความคุ้มครองจากกฎหมาย

⁷ อิชชัย ศุภผลศิริ, “องค์ประกอบมูลฐานของงานอันมีลิขสิทธิ์,” วารสารกฎหมายจุฬาลงกรณ์, 9 (1: มิถุนายน 2527): 177-179

⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 180

ลิขสิทธิ์แล้ว คล้ายคลึงกับต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา ในปัจจุบันงานที่จะมีลิขสิทธิ์ตามกฎหมายได้ไม่จำเป็นต้องมีการจดทะเบียนที่สำนักงานลิขสิทธิ์ (Copyright Office) เสียก่อน เพียงแต่การจดทะเบียนถือเป็นเงื่อนไขในการฟ้องร้องคดีละเมิดลิขสิทธิ์ กล่าวคือ ถ้าบุคคลใดต้องการจะฟ้องร้องคดีละเมิดลิขสิทธิ์ในงานที่มีต้นกำเนิดในประเทศสหรัฐอเมริกา จะต้องนำงานดังกล่าวมาจดทะเบียนที่สำนักงานลิขสิทธิ์ก่อนจึงจะฟ้องร้องคดีได้

3.2.4 ในเรื่องของการบันทึกงานให้ปรากฏเป็นรูปร่าง (fixation) จะถือเป็นเงื่อนไขของการได้มาซึ่งงานมัลติมีเดียอันมีลิขสิทธิ์ตามกฎหมายไทยหรือไม่ ต้องพิจารณาจากระบบกฎหมายซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

- (1) ประเทศที่ใช้ระบบกฎหมายคอมมอนลอว์ (Common Law) หรือประเทศที่ใช้กฎหมายแองโกลแซกซอน (Anglo-Saxon) จะกำหนดให้การบันทึกงานเป็นเงื่อนไขของการได้มาซึ่งงานอันมีลิขสิทธิ์ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา
- (2) ประเทศที่ใช้ระบบกฎหมายซีวิลลอว์ (Civil Law) หรือประเทศภาคพื้นยุโรป การบันทึกงานไม่ใช่เงื่อนไขของการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ เว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายของประเทศนั้นจะระบุไว้โดยเฉพาะเจาะจงว่า งานประเภทใดบ้างที่ต้องมีการบันทึกงานไว้โดยเฉพาะเจาะจง เช่น ประเทศฝรั่งเศส และประเทศเยอรมัน⁹

ในกรณีของประเทศไทย กฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ได้บัญญัติในเรื่องการบันทึกงานไว้เป็นองค์ประกอบของการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ ดังนั้น เมื่อมิได้มีการบัญญัติในเรื่องดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน จึงควรพิจารณาให้สอดคล้องกับกฎหมายของต่างประเทศในระบบกฎหมายเดียวกัน กล่าวคือ ประเทศไทยใช้ระบบกฎหมายซีวิลลอว์ จึงมีผลให้การบันทึกงานไม่ถือเป็นเงื่อนไขแห่งการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

3.3 ผู้สร้างสรรค์งานมัลติมีเดียในฐานะลูกจ้าง

การสร้างสรรค์งานมัลติมีเดียในฐานะลูกจ้างหรือพนักงานตามกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยถือเป็นหลักเกณฑ์เฉพาะซึ่งยกเว้นหลักทั่วไปที่ให้ลิขสิทธิ์ตกแก่ผู้สร้างสรรค์โดยปราศจากเงื่อนไข ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภท

3.3.1 การสร้างสรรค์งานมัลติมีเดียของพนักงานหรือลูกจ้าง

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 9 บัญญัติว่า “งานที่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ขึ้นในฐานะพนักงานหรือลูกจ้าง ถ้ามิได้ทำเป็นหนังสือตกลงกันไว้เป็นอย่าง

⁹ อิชชัย ศุภผลศิริ, “การบันทึกงาน (fixation) เป็นเงื่อนไขของลิขสิทธิ์หรือไม่,” บทบัญญัติ 43 ตอน 2 (มิถุนายน 2530) : 62-63.

อื่นให้ลิขสิทธิ์ในงานนั้นเป็นของผู้สร้างสรรค์ แต่นายจ้างมีสิทธิในงานนั้นออกเผยแพร่ต่อสาธารณชนได้ตามที่เป็นวัตถุประสงค์แห่งการจ้างแรงงานนั้น”

จากบทบัญญัตินี้จะเห็นว่าเป็นกรณีที่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์งานขึ้นในฐานะลูกจ้างตามสัญญาจ้างแรงงาน ซึ่งจะต้องประกอบด้วยหลักเกณฑ์ดังนี้

- (1) นายจ้างมีอำนาจเลือกตัวลูกจ้างของตนเองได้
- (2) นายจ้างมีสิทธิกำหนดอัตราค่าจ้างแรงงานได้
- (3) นายจ้างมีสิทธิควบคุมงานที่ลูกจ้างทำ
- (4) นายจ้างมีสิทธิสั่งให้ลูกจ้างหยุดงานหรือปลดออกจากงานได้¹⁰

ทั้งนี้ คำว่าลูกจ้างและนายจ้างตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มิได้กำหนดให้คำจำกัดความไว้อย่างใด คงจะต้องพิจารณาคำจำกัดความดังกล่าวจากกฎหมายแรงงาน ดังนั้น คำจำกัดความของคำว่าลูกจ้างและนายจ้างในกรณีของงานมัลติมีเดียก็ต้องใช้กฎหมายแรงงาน ส่วนหลักเกณฑ์การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ของลูกจ้างที่เป็นผู้สร้างสรรค์งานมัลติมีเดีย คงต้องใช้หลักเกณฑ์ในมาตรา 9 กล่าวคือ ลูกจ้างที่เป็นผู้สร้างสรรค์งานมัลติมีเดียจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่ตนทำขึ้นในฐานะลูกจ้าง โดยที่นายจ้างมีสิทธิในงานนั้นออกโฆษณาตามวัตถุประสงค์ของการจ้างแรงงานนั้นได้ ข้อยกเว้นที่ทำให้ลูกจ้างจะไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แต่ผู้เดียว ก็คือ ลูกจ้างและนายจ้างได้ทำหนังสือตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น เช่น ให้นายจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แต่ผู้เดียวหรือนายจ้างและลูกจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์กรรมสิทธิ์ร่วมกัน¹¹

ส่วนขอบเขตความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างรวมทั้งการปฏิบัติหน้าที่ในทางการที่จ้างหรือตามสัญญาจ้างแรงงาน ถ้าลูกจ้างได้สร้างสรรค์งานมัลติมีเดียขึ้นในระหว่างเวลาทำงานตามสัญญาจ้างแรงงานก็จะใช้หลักเกณฑ์ตามมาตรา 9 แต่ถ้าลูกจ้างได้สร้างสรรค์งานมัลติมีเดียขึ้นในเวลาว่างหรือเวลาส่วนตัวของลูกจ้างไม่ว่าจะได้ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกใดๆ ของนายจ้างหรือไม่ หรือถ้าลักษณะของงานมิใช่เป็นงานที่โดยปกตินายจ้างได้จ่ายค่าจ้างให้กระทำ นายจ้างจะอ้างว่างานนั้นเป็นงานสร้างสรรค์ที่ลูกจ้างได้ทำขึ้นในหน้าที่ทางการที่จ้างได้หรือไม่ ในกรณีเช่นนี้ จะต้องพิจารณาถึงสัญญาจ้างแรงงานว่าได้กำหนดไว้อย่างไร โดยเฉพาะในเรื่องของลักษณะของงานที่ตกลงกันให้ลูกจ้างกระทำ และสภาพของงานที่ได้รับการสร้างสรรค์นั้นเป็นไปตามลักษณะของงานนั้นหรือไม่¹² หากไม่ได้เป็นงานที่ตกลงกันให้ลูกจ้างกระทำ และสภาพของงานที่ลูกจ้างสร้างสรรค์ขึ้นไม่ได้เป็นไปตามลักษณะของงาน

¹⁰ สมพร พรหมพิตร, กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา, หน้า 35

¹¹ อธิชัย สุภผลศิริ, คำอธิบายกฎหมายลิขสิทธิ์, หน้า 139

¹² ไชยยศ เหมะรัชตะ, กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา, หน้า 53

ตามสัญญาจ้างแรงงานแล้ว ลูกจ้างจะได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียที่สร้างสรรค์ขึ้น แต่เพียงผู้เดียว และไม่ต้องตกอยู่ภายใต้บังคับของมาตรา 9 นี้แต่อย่างใด

โดยสรุปแล้ว ความหมายของคำว่าในทางการที่จ้างย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของการจ้างแรงงานและขอบเขตของสิ่งที่นายจ้างได้จ้างให้กระทำตามหน้าที่เป็นหลักในการพิจารณา

3.3.2 งานมัลติมีเดียที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยการจ้างหรือตามคำสั่งของกระทรวง ทบวง กรมหรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐ

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 14 บัญญัติว่า “กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐ หรือของท้องถิ่นย่อมมีลิขสิทธิ์ในงานที่สร้างสรรค์ขึ้น โดยการจ้างหรือตามคำสั่งหรือในความควบคุมของตน เว้นแต่จะได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น เป็นลายลักษณ์อักษร” จากบทบัญญัตินี้จะครอบคลุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างสรรค์ซึ่งอาจจะเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานของรัฐ รวมตลอดถึงลูกจ้างกับหน่วยงานของรัฐหรือของท้องถิ่น ไม่ว่าจะโดยสัญญาจ้างหรือโดยคำสั่งแต่งตั้งหรือโดยคำสั่งบรรจุ

ปัญหาในทางปฏิบัติที่จะเกิดขึ้น ได้แก่ ข้อโต้แย้งกันว่างานนั้นได้ทำขึ้นโดยการจ้างหรือตามคำสั่งหรือในความควบคุมของหน่วยงานของรัฐหรือของท้องถิ่นหรือไม่ ซึ่งจะต้องพิจารณาเป็นกรณีๆ ไป¹³

3.4 การสร้างสรรค์งานมัลติมีเดียในฐานะผู้รับจ้าง

ในกรณีนี้ ต้องพิจารณาจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 10 บัญญัติว่า “งานที่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ขึ้นโดยการรับจ้างบุคคลอื่น ให้ผู้ว่าจ้างเป็นผู้มีลิขสิทธิ์ในงานนั้น เว้นแต่ผู้สร้างสรรค์และผู้ว่าจ้างจะได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น” เมื่อพิจารณาจากหลักเกณฑ์ดังกล่าวแล้วจะเห็นว่า สัญญาจ้างตามมาตรานี้ คือ สัญญาจ้างทำของ (commissioned works) ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 587 ซึ่งสัญญาจ้างทำของ หมายถึง สัญญาซึ่งบุคคลหนึ่งเรียกว่า “ผู้รับจ้าง” ตกลงจะทำการงานสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนสำเร็จให้แก่บุคคลอีกคนหนึ่ง เรียกว่า “ผู้ว่าจ้าง” และผู้ว่าจ้างตกลงจะให้สินจ้างเพื่อผลสำเร็จแห่งการที่ทำนั้น มาตรานี้จึงเป็นกรณีที่ผู้ว่าจ้างประสงค์ในความสำเร็จของงาน และจะให้สินจ้างเพื่อความสำเร็จของงานนั้น และงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการรับจ้างบุคคลอื่นตามมาตรา 10 นี้ ถือเป็นข้อยกเว้นหลักทั่วไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 587 กล่าวคือ คู่สัญญาจะตกลงกันให้งานที่สร้างสรรค์ขึ้นตกเป็นของผู้รับจ้างหรือผู้สร้างสรรค์แทนที่จะตกเป็นของผู้ว่าจ้างก็ได้ โดยไม่มีข้อยกเว้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 587

¹³ อชชัย ศุภผลศิริ, คำอธิบายกฎหมายลิขสิทธิ์, หน้า 140

ข้อแตกต่างระหว่างการสร้างสรรค์งานของพนักงานหรือลูกจ้างตามสัญญาจ้างแรงงาน (มาตรา 9) กับการสร้างสรรค์งานของผู้รับจ้างตามสัญญาจ้างทำของ (มาตรา 10) คือ ในกรณีของการจ้างแรงงาน ลูกจ้างกับนายจ้างจะตกลงกันให้ลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียเป็นของนายจ้างก็ได้ โดยต้องทำความตกลงเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของนายจ้างและลูกจ้าง ในขณะที่การจ้างตามสัญญาจ้างทำของผู้รับจ้างกับผู้ว่าจ้างอาจตกลงกันให้ลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์เป็นของผู้รับจ้างด้วยวาจา

3.5 การสร้างงานในฐานะ ผู้พัฒนา, ผู้ผลิต และผู้ใช้งานมัลติมีเดีย

เมื่อพิจารณาจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 แล้ว จะเห็นว่าไม่ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ผู้พัฒนา ผู้ผลิต และผู้ใช้ไว้แต่อย่างใด จึงเกิดปัญหาว่าจะให้ความคุ้มครองแก่ผู้พัฒนา ผู้ผลิต และผู้ใช้งานมัลติมีเดียโดยอาศัยหลักเกณฑ์อะไร ผู้เขียนมีความเห็นว่า ควรให้ความคุ้มครองโดยอาศัยหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับกรณีของผู้สร้างสรรค์งานมัลติมีเดีย คือ ผู้พัฒนา ผู้ผลิต หรือผู้ใช้งานมัลติมีเดียอันจะได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ในงานจะต้องเป็นผู้ทำหรือผู้ก่อให้เกิดงานโดยความคิดริเริ่มของตนเอง มิได้ลอกเลียนงานมาจากบุคคลอื่นใด แต่การสร้างงานมัลติมีเดียนี้อาจจะเกิดขึ้นจากงานที่มีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้ว หรืองานที่ไม่เคยมีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนเลย หรืองานอันเป็นสาธารณสมบัติก็ได้

ในกรณีของการใช้งานซึ่งมีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้ว ผู้พัฒนา ผู้ผลิต และผู้ใช้งานมัลติมีเดียจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานหรือได้รับโอนสิทธิทั้งหมดหรือบางส่วนในงา ก่อนที่จะนำงานนั้นมารวบรวมไว้ในงานมัลติมีเดีย เพราะหากบุคคลทั้งหมดดังกล่าวได้ใช้งานซึ่งมีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้วโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือไม่ได้รับโอนสิทธิมาอย่างถูกต้องตามกฎหมายแล้ว บุคคลเหล่านี้จะกลายเป็นผู้กระทำละเมิดลิขสิทธิ์ในงานของบุคคลอื่น

สำหรับผู้พัฒนาและผู้ผลิตงานมัลติมีเดียอาจจะว่าจ้างลูกจ้าง หรือผู้รับจ้างทำของเป็นผู้สร้างงานมัลติมีเดียแทนตนเองก็ได้ ในกรณีเช่นนี้ ผู้พัฒนาหรือผู้ผลิตงานมัลติมีเดีย ควรจะมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรระบุไว้อย่างชัดเจนให้งานมัลติมีเดียที่สร้างขึ้นตกเป็นลิขสิทธิ์ของผู้พัฒนาหรือผู้ผลิตงานมัลติมีเดียแต่เพียงผู้เดียว หรือถ้าต้องการให้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ร่วมระหว่าง ผู้พัฒนา และ/หรือผู้ผลิต กับลูกจ้างหรือผู้รับจ้างอิสระก็ให้ระบุไว้ในสัญญาว่าจ้างให้ชัดเจนเช่นกัน เพื่อป้องกันปัญหาข้อโต้แย้งในเรื่องใครเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียในภายหลัง

4. สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย

เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียมีสิทธิเช่นเดียวกับเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทอื่นๆ ซึ่งตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 มิได้ให้คำนิยามคำว่า

“เจ้าของลิขสิทธิ์” ไว้ แต่ได้นิยามคำว่า “ลิขสิทธิ์” หมายความว่า สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ ตามพระราชบัญญัตินี้เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น

ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่า เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย คือ เจ้าของสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เจ้าของลิขสิทธิ์คือ ผู้ถือสิทธิในงานสร้างสรรค์ซึ่งอาจจะเป็นตัวผู้สร้างสรรค์เอง หรือบุคคลที่ผู้สร้างสรรค์ได้มอบโอนสิทธิของตนให้แล้ว หรือเป็นผู้ได้รับสิทธินั้นโดยทางมรดกตามกฎหมาย มีสิทธิที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานนั้นก็ได้

ดังนั้น สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย จึงมีสิทธิเช่นเดียวกับสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์โดยทั่วไป ดังนี้

4.1 สิทธิแต่เพียงผู้เดียวหรือสิทธิเด็ดขาด (exclusive right) เป็นสิทธิที่เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถใช้อำนาจแห่งลิขสิทธิ์ในการห้ามปรามมิให้ผู้อื่นกระทำการที่ตนมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวได้หรือเรียกร้องค่าเสียหาย หรือการชดเชยความเสียหายโดยวิธีอื่นๆ อันเนื่องมาจากการล่วงละเมิดลิขสิทธิ์ของตนได้ ซึ่งกฎหมายได้บัญญัติรับรองสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ไว้ในมาตรา 4 ในคำจำกัดความของคำว่า “ลิขสิทธิ์” และมาตรา 15 ได้บัญญัติว่า

“ภายใต้บังคับมาตรา 9 มาตรา 10 และมาตรา 14 เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวดังต่อไปนี้

- (1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (3) ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียง
- (4) ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น
- (5) อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตาม (1) (2) หรือ (3) โดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดหรือไม่มีก็ได้ แต่เงื่อนไขดังกล่าวจะกำหนดในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมไม่ได้

การพิจารณาว่าเงื่อนไขตามวรรคหนึ่ง(5)จะเป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมหรือไม่ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง”

จากบทบัญญัติของมาตรานี้ในตอนต้น ทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียอาจจะไม่ได้สิทธิแต่เพียงผู้เดียวอย่างสมบูรณ์ หากกรณีเข้าตามมาตรา 9 เรื่อง การว่าจ้างลูกจ้างตามสัญญาจ้างแรงงาน ลูกจ้างจะได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่ลูกจ้างได้ทำขึ้นแต่นายจ้างยังมีสิทธินำงานนั้นออกเผยแพร่ต่อสาธารณชนได้ตามที่เป็นวัตถุประสงค์แห่งการจ้างแรงงาน หรือถ้าได้ตกลงกันเป็นหนังสือในเรื่องความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ให้แตกต่างจากที่กฎหมายกำหนดไว้ ส่วนมาตรา 10 เป็นกรณีการว่าจ้างบุคคลอื่นตามสัญญาจ้างทำของคู่สัญญาอาจตกลงกันเป็นพิเศษ

เกี่ยวกับขอบเขตของการใช้ลิขสิทธิ์ และมาตรา 14 อาจจะมีข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับสิทธิของผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ แต่โดยทั่วไปแล้วเจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการ ดังนี้

4.1.1 สิทธิในการทำซ้ำหรือดัดแปลงงานมัลติมีเดีย

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มิได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนว่ากรณีเช่นใดที่ถือได้ว่าเป็นการทำซ้ำหรือดัดแปลงในงานมัลติมีเดีย แต่มีการกำหนดหลักเกณฑ์เป็นการทั่วไปเพื่อพิจารณาว่าการกระทำอย่างไรจึงจะถือได้ว่าเป็นการทำซ้ำหรือดัดแปลง ซึ่งนำมา ปรับใช้กับงานมัลติมีเดียด้วย โดยพิจารณาจากบทวิเคราะห์ศัพท์ในมาตรา 4 วรรคสี่สาม และสี่

“ทำซ้ำ” หมายความว่ารวมถึง คัดลอกไม่ว่าโดยวิธีใดๆ เลียนแบบ ทำสำเนา ทำแม่พิมพ์ บันทึกเสียง บันทึกภาพ หรือ บันทึกเสียงและภาพจากต้นฉบับ จากสำเนา หรือจากการโฆษณาในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ ทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับในส่วนที่เกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้หมายความถึง คัดลอกหรือ ทำสำเนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์จากสื่อบันทึกใดไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ โดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำขึ้นใหม่ ทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

“ดัดแปลง” หมายความว่า ทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปใหม่ ปรับปรุง แก้ไขเพิ่มเติม หรือจำลองงานต้นฉบับในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ โดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำขึ้นใหม่ ทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

(1) ในส่วนที่เกี่ยวกับวรรณกรรม ให้หมายความรวมถึง แปลวรรณกรรม เปลี่ยนรูปวรรณกรรม หรือรวบรวมวรรณกรรมโดยคัดเลือก และจัดลำดับใหม่

(2) ในส่วนที่เกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ให้หมายความรวมถึง ทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปใหม่ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ โดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำขึ้นใหม่

(3) ในส่วนที่เกี่ยวกับนาฏกรรม ให้หมายความรวมถึง เปลี่ยนงานที่มีใช้นาฏกรรมให้เป็นนาฏกรรม หรือเปลี่ยนนาฏกรรมให้เป็นงานที่มีใช้นาฏกรรม ทั้งนี้ ไม่ว่าในภาษาเดิมหรือต่างภาษากัน

(4) ในส่วนที่เกี่ยวกับศิลปกรรม ให้หมายความรวมถึง เปลี่ยนงานที่เป็นรูปสองมิติหรือสามมิติให้เป็นรูปสามมิติหรือสองมิติ หรือทำหุ่นจำลองจากงานต้นฉบับ

(5) ในส่วนที่เกี่ยวกับดนตรีกรรม ให้หมายความรวมถึง จัดลำดับเรียบเรียงเสียงประสานหรือเปลี่ยนคำร้องหรือทำนองใหม่

ดังนั้น การทำซ้ำในงานมัลติมีเดีย หมายถึง การคัดลอก การทำสำเนา การเลียนแบบไม่ว่าด้วยวิธีการใดๆ แก่เนื้อหาและหรือซอฟต์แวร์ที่ถูกรวบรวมไว้ในงานมัลติมีเดีย ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน และไม่ว่าจะกระทำแก่สื่อบันทึกประเภทเดียวกันหรือต่างประเภทกัน

ก็ตาม ส่วนการดัดแปลงงานมัลติมีเดีย หมายถึง การทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปแบบ ปรับปรุง แก้ไขเพิ่มเติม หรือ จำลองงาน เนื้อหาของงานมัลติมีเดีย ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ ซึ่งไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำขึ้นใหม่ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ งานมัลติมีเดียควรจัดเป็นงานประเภทอะไรตามคำวิเคราะห์ศัพท์ ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 ซึ่งในกรณีนี้แบ่งเป็น 2 ความเห็น

ความเห็นแรก เทียบเคียงงานมัลติมีเดียกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เนื่องจากงานมัลติมีเดียอาจจะประกอบด้วยซอฟต์แวร์ และซอฟต์แวร์ก็คือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งถือเป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งในงานมัลติมีเดียเท่านั้น ดังนั้น ในการทำซ้ำและการดัดแปลงงานมัลติมีเดีย อาจจะพิจารณาเทียบเคียงได้กับ การทำซ้ำ และการดัดแปลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ความเห็นที่สอง เทียบเคียงมัลติมีเดียกับโสตทัศนวัสดุ เนื่องจากงานมัลติมีเดียประกอบด้วยเนื้อหาของงานจำนวนมากซึ่งมีทั้งภาพและเสียงรวมทั้งส่วนประกอบอื่นๆ หรือนัยหนึ่งคือ ไฟล์ (file) มีขนาดใหญ่ ทำให้ต้องบันทึกงานมัลติมีเดียนั้นในรูปแบบของ CD-ROM ฉะนั้น ในความเห็นนี้อาจจะเทียบเคียงกับการทำซ้ำ ดัดแปลงงานมัลติมีเดีย เช่นเดียวกับการทำซ้ำหรือดัดแปลงโสตทัศนวัสดุ

ในกรณีนี้ผู้เขียนเห็นว่า งานโสตทัศนวัสดุมีข้อแตกต่างจากงานมัลติมีเดียในเรื่องของการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ กล่าวคือ งานมัลติมีเดีย สามารถตอบโต้กับผู้ใช้ได้ เช่น ในกรณีแบบการเรียนการสอนภูมิศาสตร์ในรูปของมัลติมีเดีย ในบทเรียนถ้าหากเด็กนักเรียนต้องการที่จะรู้จักประเทศใดประเทศหนึ่ง อาจจะเข้าไปค้นหาได้โดยการคลิก (click) ส่วนใดส่วนหนึ่งของทวีปในรูปของลูกโลก ทวีปที่นักเรียนกดก็จะใหญ่ขึ้นมาและจะมีคำอธิบายของทวีปนั้นๆ ถ้านักเรียนยังกดไปยังส่วนใดส่วนหนึ่งของภาพทวีปที่ขยายใหญ่แล้วนั้น ก็จะนำมาซึ่งส่วนขยายของประเทศที่อยู่ในบริเวณทวีปนั้น หรือในท้ายที่สุดถ้านักเรียนกดลงไปแต่ละประเทศก็จะมีคำอธิบายทั้งในเรื่องของภูมิศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือแม้กระทั่งตัวอย่างภาษาของประเทศนั้นๆ เพื่อไว้ฝึกออกเสียงคำที่จำง่าย ๆ ในขณะที่โสตทัศนวัสดุไม่มีลักษณะเช่นนี้

4.1.2 สิทธิในการเผยแพร่งานมัลติมีเดียต่อสาธารณชน

ในการพิจารณาถึงสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่งานมัลติมีเดียต่อสาธารณชน ให้พิจารณาจากความหมายของการเผยแพร่ต่อสาธารณชน ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 วรรคสี่ห้า

“การเผยแพร่ต่อสาธารณชน” หมายความว่า ทำให้ปรากฏต่อสาธารณชน โดยการแสดงการบรรยาย การสวด การบรรเลง การทำให้ปรากฏด้วยเสียงหรือภาพ การก่อสร้าง การจำหน่าย หรือโดยวิธีอื่นใดซึ่งงานที่ได้จัดทำขึ้น

ฉะนั้น การเผยแพร่งานมัลติมีเดียต่อสาธารณชน คือ การที่เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียได้ทำให้ปรากฏแก่บุคคลทั่วไปเป็นจำนวนมากในที่สาธารณะ ซึ่งบุคคลใดจะเข้าไปฟังและหรือชม การแสดงดังกล่าวนี้ก็ได้

4.1.3 สิทธิในการให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนางานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียง

ปัญหาว่าสิทธิในการให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนางานดังกล่าวนี้ จะหมายความรวมถึงสิทธิในการให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนางานมัลติมีเดียด้วยหรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่างานมัลติมีเดีย จัดอยู่ในงาน 4 ประเภทดังกล่าวข้างต้นหรือไม่ หากถือว่างานมัลติมีเดียสามารถจัดอยู่ในงานประเภทใดประเภทหนึ่งใน 4 ประเภทนี้แล้ว เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียก็สามารถให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนางานมัลติมีเดียได้

ในกรณีนี้ผู้เขียนเห็นว่า งานมัลติมีเดียเป็นงานที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากงานทั้ง 4 ประเภท ถึงแม้ว่างานมัลติมีเดียอาจจะนำเสนอโดยผ่านซอฟต์แวร์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แต่ซอฟต์แวร์นี้ก็ถือเป็นส่วนประกอบหนึ่งของงานมัลติมีเดียเท่านั้น เพราะตัวงานมัลติมีเดียจะประกอบด้วยเนื้อหาของงานหลายๆ ชนิดมาประกอบเข้าด้วยกัน อันได้แก่ ภาพวาด, ภาพถ่าย, เสียงเพลง, ภาพยนตร์, ท่าเต้นรำ หรือโสตทัศนวัสดุอื่นๆ กล่าวคือ งานมัลติมีเดียมีลักษณะการนำเข้า (input) จากงานหลายๆ ประเภทมาประกอบเข้าด้วยกัน แต่เมื่อนำเสนอออกมา (output) จะออกมาเป็นงานมัลติมีเดียเพียงชิ้นเดียว โดยใช้ระบบดิจิทัลเป็นเครื่องมือช่วยในการทำงานของมัลติมีเดีย นอกจากนี้งานมัลติมีเดียก็มีลักษณะเด่นแตกต่างจากงานประเภทอื่นๆ อีกตรงที่ งานมัลติมีเดียสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ (interactive multimedia) บางครั้งเรียกว่า ตอบโต้กับผู้ใช้ได้ และการนำเสนอของมัลติมีเดียอาจจะอยู่ในรูปของโปรแกรมมัลติมีเดียหรือมัลติมีเดียบน CD-ROM ก็ได้

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากบทบัญญัติของกฎหมายผู้เขียนเห็นว่า สิทธิในการเข้าต้นฉบับหรือสำเนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียงนี้ ไม่ได้มีความหมายรวมถึงสิทธิในการเข้าต้นฉบับหรือสำเนางานมัลติมีเดีย เป็นผลให้เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียไม่ได้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนางานมัลติมีเดียได้

ส่วนสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ตามมาตรา 15 (4) สิทธิในการให้ประโยชน์ อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น และ มาตรา 15 (5) สิทธิในการอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตาม (1) (2) หรือ (3) นี้ โดยความเป็นจริงแล้วไม่ใช่สิทธิแต่เพียงผู้เดียวในทางลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวกับงานลิขสิทธิ์ของตน ซึ่งแสดงถึงอำนาจในทางทรงกันมิให้ผู้อื่นกระทำการตามที่ตนมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวอยู่ แต่

เป็นสิทธิต่างๆ ไปของเจ้าของลิขสิทธิ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่จะให้ประโยชน์ หรือหาประโยชน์จากสิทธิของตนได้

4.2 สิทธิในฐานะเจ้าของสิทธิซึ่งเป็นทรัพย์สิน

4.2.1 สิทธิในการให้ประโยชน์อันเกิดแก่ลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น

เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียอาจจะให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่บุคคลใดก็ได้ หมายถึง การที่เจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิที่จะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการใช้ลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียของตนที่พึงได้รับให้แก่บุคคลอื่นได้ เช่น เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียมีสิทธิได้รับค่าตอบแทนในการอนุญาตให้บุคคลใดในงานมัลติมีเดียของตนไปใช้หรือนำไปพัฒนาเพื่อให้เกิดงานมัลติมีเดียชิ้นใหม่ขึ้นโดยได้แสดงความประสงค์แก่บุคคลผู้ขออนุญาตใช้สิทธิในงานมัลติมีเดียว่า ให้นำเงินจำนวนค่าตอบแทนที่ตนจะได้รับให้แก่บุคคลอื่นแทน เป็นต้น

4.2.2. สิทธิในการอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิมาตรา 15 (1) (2) หรือ (3)

เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียมีสิทธิที่จะอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิของตนตามมาตรา 15 (1) สิทธิในการทำซ้ำหรือดัดแปลง, มาตรา 15(2) สิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน ส่วนสิทธิตามมาตรา 15 (3) ไม่น่าจะนำมาปรับใช้กับงานมัลติมีเดียได้เป็นไปตามเหตุผลเดียวกับข้อ 4.1.3 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ในการอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานมัลติมีเดียเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานจะอยู่ในฐานะผู้ให้อนุญาตสามารถกำหนดเงื่อนไขอย่างใด ๆ ในการอนุญาตก็ได้ เช่น อนุญาตให้ทำซ้ำหรือดัดแปลงงานมัลติมีเดียได้เฉพาะกับสื่อบางประเภทอันได้แก่ CD-ROM เท่านั้น ดังนั้น บุคคลผู้ขออนุญาตใช้สิทธิจะทำซ้ำหรือดัดแปลงงานมัลติมีเดียลงในสื่อประเภทอื่นไม่ได้ หากผู้ขออนุญาตได้กระทำโดยฝ่าฝืนจะมีความผิดฐานละเมิดลิขสิทธิ์ของเจ้าของงานมัลติมีเดียอันมีลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ อาจจะมีเงื่อนไขเกี่ยวกับระยะเวลาในการอนุญาต, ขอบเขตและข้อจำกัดในการอนุญาต, เขตแดนหรือสถานที่ในการให้อนุญาต รวมถึงการกำหนดค่าตอบแทนในการอนุญาต ซึ่งมาตรา 15 วรรคท้ายได้วางข้อจำกัดว่า ผู้ให้อนุญาตจะกำหนดเงื่อนไขในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมไม่ได้ ส่วนกรณีเช่นใดถือเป็นเงื่อนไขในลักษณะที่ต้องห้ามคงต้องพิจารณาจากหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

ในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียได้อนุญาตให้บุคคลใดใช้สิทธิในงานมัลติมีเดียของตนแล้วยังสามารถอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้สิทธิดังกล่าวได้อีกภายใต้เงื่อนไขของมาตรา 16 บัญญัติว่า “ในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ได้อนุญาตให้บุคคลใดใช้สิทธิตามมาตรา 15 (5) ย่อมไม่ตัดสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่จะอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธินั้นได้ด้วย เว้นแต่ในหนังสือได้ระบุเป็นข้อห้ามไว้” กล่าวคือ ถ้าไม่มีการทำเป็นข้อตกลงหรือสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิระบุห้ามผู้อื่นใช้สิทธิด้วยแล้ว เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียซึ่งได้อนุญาตให้บุคคลใดใช้สิทธิแล้วยังสามารถอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้สิทธิอันเดียวกันนั้นได้อีก ดังนั้น ถ้าผู้

ขออนุญาตใช้สิทธิต้องการจะเป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานมัลติมีเดียแต่เพียงผู้เดียว แล้วจะต้องทำเป็นข้อตกลงหรือสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิระบุข้อห้ามการอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิไว้อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ได้กำหนดแบบของการทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิไว้ เป็นผลให้สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธินั้นไม่จำเป็นต้องทำเป็นหนังสือหรือมีหลักฐานเป็นหนังสือ ดังนั้น สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิจึงอาจเกิดขึ้นได้โดยการตกลงกันด้วยวาจา และการอนุญาตนี้อาจจะเป็นการอนุญาตโดยชัดแจ้งหรือโดยปริยายก็ได้

4.2.3 สิทธิในการโอนลิขสิทธิ์

เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียมีสิทธิที่จะโอนลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียของตนให้แก่บุคคลใดก็ได้ และการโอนลิขสิทธิ์นี้อาจจะโอนลิขสิทธิ์ทั้งหมดหรือบางส่วนก็ได้ ทั้งนี้ต้องกระทำภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 17 บัญญัติว่า

“ลิขสิทธิ์ย่อมโอนให้แก่กันได้

เจ้าของลิขสิทธิ์อาจโอนลิขสิทธิ์ของตนทั้งหมดหรือแต่บางส่วนให้แก่บุคคลอื่นได้ และจะโอนให้โดยมีกำหนดเวลาหรือตลอดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ก็ได้

การโอนลิขสิทธิ์ตามวรรคสองซึ่งมิใช่ทางมรดกต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้โอนและผู้รับโอน ถ้าไม่ได้กำหนดระยะเวลาไว้ในสัญญาโอน ให้ถือว่าเป็นการโอนมีกำหนดระยะเวลาสิบปี”

เมื่อพิจารณาจากบทบัญญัติในมาตรานี้จะเห็นว่าการโอนลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียสามารถกระทำได้ใน 2 ลักษณะ คือ

(1) การโอนโดยทางนิติกรรม

การได้ลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียมาโดยวิธีนี้ เป็นกรณีที่ทำไปเพื่อประโยชน์ทางการค้าเป็นส่วนใหญ่ เพราะลิขสิทธิ์ถือว่าเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งซึ่งผู้มีลิขสิทธิ์สามารถจำหน่ายจ่ายโอนด้วยวิธีการต่างๆ ได้ เช่น การโอนโดยมีค่าตอบแทนหรือไม่มีค่าตอบแทน ซึ่งการโอนลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียให้แก่บุคคลอื่น จะเป็นผลให้ลิขสิทธิ์ในงานนั้นเปลี่ยนมือจากผู้โอนไปเป็นของผู้รับโอนทันที และผู้รับโอนสามารถนำไปโอนต่อ หรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิในงานนั้นได้อีก

ดังนั้น เจ้าของลิขสิทธิ์จึงควรคิดค่าลิขสิทธิ์ในการโอนให้สูงกว่าค่าลิขสิทธิ์ในการอนุญาตให้ใช้สิทธิ เพราะผู้โอนลิขสิทธิ์จะไม่สามารถเรียกร้องผลประโยชน์ใดๆ จากงานนั้น

ได้อีกแล้ว¹⁴

อย่างไรก็ตาม การโอนลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียไม่ว่าจะทำโดยทางพินัยกรรมหรือทางมรดกก็ต้องมีการระบุไว้เป็นสัญญาอย่างชัดเจนว่า เป็นการทำนิติกรรมในรูปแบบใด เพื่อป้องกันไม่ให้มีข้อโต้แย้งในเรื่องความไม่ชัดเจนของสัญญา

ในการโอนสิทธิโดยทางนิติกรรมจะต้องทำตามแบบที่กำหนดไว้ คือ ต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อทั้งผู้โอนและผู้รับโอน ถ้าคู่สัญญาได้ทำการโอนลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย อย่างถูกต้องตามแบบแล้ว ผู้รับโอนลิขสิทธิ์จะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ไปจนกว่าจะได้มีการโอนลิขสิทธิ์ต่อไปอีก หรือระยะเวลาในการโอนสิ้นสุดลงตามสัญญาหรือตามกฎหมาย หรือลิขสิทธิ์หมดอายุ การคุ้มครองแล้วแต่กรณี แต่หากคู่สัญญาได้ทำการโอนลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียโดยไม่ได้กระทำตามแบบที่กฎหมายกำหนดไว้ นิติกรรมการโอนลิขสิทธิ์ที่ทำขึ้นนี้จะตกเป็นโมฆะตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 152

มีข้อน่าสังเกตว่า สัญญาโอนลิขสิทธิ์ที่ต้องตกเป็นโมฆะเพราะไม่ทำตามแบบจะสมบูรณ์ในฐานะเป็นสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (license) ได้หรือไม่ เพราะว่าการโอนลิขสิทธิ์โดยมีกำหนดเวลานั้นมีส่วนคล้ายคลึงกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิอยู่มากในแง่สิทธิของผู้รับโอนหรือผู้รับอนุญาต คงแตกต่างกันเพียงว่าใครเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เท่านั้น ซึ่งในปัญหานี้น่าจะปรับใช้กับประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 174 ที่ว่า “การใดเป็นโมฆะแต่เข้าลักษณะเป็นนิติกรรมอย่างอื่นซึ่งไม่เป็นโมฆะ ให้ถือตามนิติกรรมซึ่งไม่เป็นโมฆะ ถ้าสันนิษฐานได้โดยพฤติการณ์แห่งกรณีว่า หากคู่กรณีได้รู้ว่าการนั้นเป็นโมฆะแล้วก็คงจะได้ตั้งใจมาตั้งแต่นั้นที่จะทำนิติกรรมอย่างอื่นซึ่งไม่เป็นโมฆะนั้น”¹⁵

ดังนั้น ถ้าการโอนลิขสิทธิ์เป็นโมฆะเพราะไม่ได้กระทำตามแบบก็อาจจะส่งผลสมบูรณ์ในฐานะที่เป็นสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิได้ ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวนี้ก็น่าจะนำมาปรับใช้กับกรณีของงานมัลติมีเดียด้วยเช่นกัน เนื่องจากงานมัลติมีเดียถือเป็นงานซึ่งมีลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่งจึงควรได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์ ตัวอย่างเช่น นายดำได้โอนลิขสิทธิ์ในการทำซ้ำงานมัลติมีเดียบางส่วนให้แก่นายแดงเป็นระยะเวลา 3 ปี แต่สัญญาโอนลิขสิทธิ์นี้มีได้ทำเป็นหนังสือ หรือทำเป็นหนังสือโดยลงลายมือชื่อนายดำแต่เพียงฝ่ายเดียว ดังนี้ สัญญาโอนลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียจะตกเป็นโมฆะ แต่นายแดงยังคงมีสิทธิตามสัญญานั้นในฐานะที่เป็นผู้

¹⁴ สุภรณ์ อิศวสันโสภณ, “แง่ความคิดเห็นและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลิขสิทธิ์”, เอกสารเผยแพร่ลิขสิทธิ์.8 (กันยายน 2533) : 6.

¹⁵ อีชชัย ศุภผลผลศิริ, คำอธิบายกฎหมายลิขสิทธิ์, หน้า 143-144.

รับอนุญาตให้ใช้สิทธิได้ เพราะสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่ได้กำหนดแบบของนิติกรรมไว้แต่อย่างใด

ส่วนในเรื่องของระยะเวลาในการโอนลิขสิทธิ์โดยทางนิติกรรมเป็นไปตามมาตรา 17 วรรคท้าย ซึ่งสรุปได้ว่า การโอนโดยทางนิติกรรมเป็นกรณีที่สัญญาโอนลิขสิทธิ์ไม่ได้มีการโอนลิขสิทธิ์ตลอดอายุของการคุ้มครอง และสัญญาไม่ได้แสดงโดยชัดแจ้งหรือโดยปริยายว่าการโอนมีกำหนดระยะเวลาเท่าใด จะมีผลเท่ากับสัญญาโอนลิขสิทธิ์ไม่ได้กำหนดระยะเวลาในการโอนไว้ให้ถือว่าการโอนนั้นมีการกำหนดระยะเวลาสิบปี

(2). การโอนลิขสิทธิ์โดยทางมรดก

การโอนในกรณีนี้จะเกิดขึ้นเมื่อ ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ได้ถึงแก่ความตายลง แต่งานสร้างสรรค์นี้ยังได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามกำหนดระยะเวลาในการให้ความคุ้มครองลิขสิทธิ์ ด้วยเหตุนี้เมื่อเจ้าของลิขสิทธิ์ถึงแก่ความตาย ลิขสิทธิ์ย่อมโอนไปยังทายาทตามกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์โดยถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของกองมรดก¹⁶ การโอนโดยทางมรดกนี้หมายรวมถึง กรณีที่ลิขสิทธิ์ตกทอดไปยังทายาทโดยสิทธิตามกฎหมายและโดยพินัยกรรม ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1603 การโอนโดยวิธีการนี้ไม่อาจนำหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในมาตรา 17 วรรคสามมาใช้ได้ เพราะมาตรา 17 วรรคสาม กำหนดไว้สำหรับโอนลิขสิทธิ์โดยวิธีการใดๆ ที่มีใช้โดยทางมรดกต้องทำเป็นหนังสือ

ดังนั้น การโอนทางมรดกต้องเป็นไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 6 ว่าด้วยมรดก เช่น ในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์โอนสิทธิให้ทายาทโดยพินัยกรรม การทำพินัยกรรมก็ต้องทำให้ถูกต้องตามที่กฎหมายว่าด้วยมรดกกำหนดไว้ นอกจากนี้ผู้ที่ได้รับโอนลิขสิทธิ์มาโดยถูกต้องในฐานะทายาทโดยธรรม หรือผู้รับพินัยกรรมจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่รับโอนมาจนกว่าจะได้มีการโอนลิขสิทธิ์ต่อไปให้แก่บุคคลอื่นหรือลิขสิทธิ์ได้หมดอายุการคุ้มครองลง

การโอนลิขสิทธิ์ให้แก่บุคคลอื่นไม่ว่าจะโอนโดยทางนิติกรรมตาม (1) หรือโอนโดยทางมรดกตาม (2) เจ้าของลิขสิทธิ์ผู้โอนอาจจะโอนลิขสิทธิ์ที่ตนมีอยู่ในงานมีลิขสิทธิ์อันได้แก่ สิทธิในการทำซ้ำ สิทธิในการดัดแปลง สิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชนทั้งหมดหรือแต่เพียงบางส่วนให้แก่บุคคลอื่นก็ได้ เพราะเจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว และระยะเวลาในการโอนอาจจะกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนไว้ หรือโอนโดยไม่มีกำหนดระยะเวลาก็ได้ หากเป็นการโอนลิขสิทธิ์โดยมีกำหนดระยะเวลา เมื่อถึงกำหนดเวลาตามสัญญาแล้ว สัญญาโอนลิขสิทธิ์นั้นจะไม่สามารถใช้บังคับได้อีกต่อไป โดยลิขสิทธิ์ที่โอนไปจะกลับมาเป็นของ

¹⁶ ไชยยศ เหมะรัชตะ, *กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา*, หน้า 52.

ผู้โอนในทันที โดยผู้รับโอนไม่ต้องแสดงเจตนาโอนกลับอีก ส่วนในกรณีของการโอนตลอดอายุ ลิขสิทธิ์ผู้รับโอนก็จะได้รับสิทธิ์ทั้งหมดหรือแต่บางส่วนไปจนหมดอายุของลิขสิทธิ์

5. การกระทำละเมิดในงานมัลติมีเดีย

เนื่องจากงานมัลติมีเดีย ถือเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่ง ในการพิจารณาเรื่องการ ทำละเมิด ในงานนี้จึงต้องอาศัยหลักเกณฑ์ในเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ในงานโดยทั่วไปมาปรับใช้

การละเมิดลิขสิทธิ์ หมายถึง การกระทำของบุคคลอื่นที่มากกระทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ งานต่อสาธารณชน และกรณีอื่นๆ ที่กฎหมายกำหนดการใช้งานของผู้สร้างสรรค์โดยมิได้รับอนุญาตจากผู้สร้างสรรค์ก่อน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เป็นการกระทำที่ใช้งานลิขสิทธิ์โดยไม่ชอบธรรม กล่าวคือ การกระทำดังกล่าวข้างต้นไม่ได้อยู่ในขอบเขตแห่งข้อยกเว้นในเรื่องการใช้งานโดยชอบธรรม และการกระทำที่จะถือได้ว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์จะต้องกระทำต่อสิ่งที่ปรากฏออกมาเป็นรูปร่างทางความคิดแล้วหรือเป็นการแสดงออกซึ่งความคิด (expression of idea) มิใช่เป็นการกระทำซ้ำหรือคัดลอกในส่วนที่เป็นความคิด เพราะกฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ได้คุ้มครองความคิด นอกจากนี้การกระทำที่ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์จะต้องกระทำต่องานสร้างสรรค์อันมีลิขสิทธิ์ตามที่กฎหมายคุ้มครองตามมาตรา 6 ซึ่งได้แก่ งานวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ หากเป็นการกระทำแก่ งานที่กฎหมายไม่ได้ให้ความคุ้มครองไว้ หรือกระทำแก่งานที่ไม่มีลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย เช่น รัฐธรรมนูญ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง ข้าราชการประจำ รวมทั้งข้อเท็จจริงต่างๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสาร ดังนี้ไม่ถือเป็นการกระทำอันละเมิดลิขสิทธิ์

ดังนั้น หลักเกณฑ์เบื้องต้นในการพิจารณาถึงการกระทำที่ถือได้ว่าเป็นการละเมิดงานอันมี ลิขสิทธิ์มี 2 ประการ

- (1) งานนั้นได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์หรือไม่ และ
- (2) บุคคลอื่นได้กระทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยมิได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือไม่ ซึ่งการพิสูจน์ในส่วนนี้ คือการนำสืบความเกี่ยวข้องระหว่างงานของโจทก์ และจำเลย ว่า งานทั้งสองมีความเหมือนกันหรือไม่ และเหมือนกันในส่วนสาระสำคัญหรือไม่

ข้อสังเกตสำหรับการกระทำละเมิดลิขสิทธิ์

1) การรู้หรือไม่รู้ว่างานนั้นมีลิขสิทธิ์ หรือไม่รู้ว่าจะละเมิดในงานอันมีลิขสิทธิ์ไม่ถือเป็น องค์ประกอบของการละเมิดลิขสิทธิ์ เพราะฉะนั้น ในการต่อสู้คดีลิขสิทธิ์จำเลยจะยกข้อต่อสู้ว่า ตนได้กระทำโดยสุจริตใจหรือกระทำโดยเข้าใจผิดคิดว่าตนมีอำนาจที่จะกระทำได้และมีได้ กระทำให้ผู้อื่นเสียหายมาเป็นข้ออ้างเพื่อให้ตนไม่ต้องรับผิดชอบคดีละเมิดลิขสิทธิ์ไม่ได้ กรณี ดังกล่าวใช้ได้กับคดีแพ่งที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์โดยตรงเท่านั้น ถ้าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์โดย

ทางอ้อม เรื่องรู้หรือไม่รู้ถึงการกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ยังเป็นองค์ประกอบในการพิจารณาคดี ละเมิดลิขสิทธิ์อยู่

2) กฎหมายไม่ได้กำหนดให้ผู้กระทำจะต้องกระทำด้วยความจงใจหรือประมาทเลินเล่อ เหมือนอย่างกรณีละเมิดธรรมดา ซึ่งในกรณีนี้น่าจะนำมาใช้กับคดีแพ่งเท่านั้น จะนำไปใช้ในคดีอาญาทั่วไปไม่ได้ เพราะหลักกฎหมายอาญาโดยทั่วไปกำหนดว่า บุคคลจะต้องรับโทษทางอาญาก็ต่อเมื่อกระทำโดยเจตนาเท่านั้น เว้นแต่จะมีกฎหมายบัญญัติเป็นอย่างอื่น ซึ่งตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์มิได้มีบทบัญญัติให้เห็นเป็นพิเศษดังกล่าว¹⁷

3) ความเสียหายไม่ใช่องค์ประกอบของการละเมิดลิขสิทธิ์

หากพิจารณาจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ส่วนที่ 5 เรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์แล้ว สามารถนำมาปรับใช้กับงานมัลติมีเดียได้ โดยแบ่งลักษณะของการกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

5.1 การละเมิดลิขสิทธิ์ขั้นต้น (primary infringement)

การละเมิดลิขสิทธิ์ขั้นต้น หรือในบางครั้งเรียกว่า การละเมิดลิขสิทธิ์โดยตรง (direct infringement) หมายถึง การกระทำใดๆ แก่งานซึ่งกฎหมายบัญญัติว่าเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของลิขสิทธิ์¹⁸ โดยไม่ได้รับอนุญาตหรือมอบหมายจากเจ้าของลิขสิทธิ์ยอมถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของเจ้าของลิขสิทธิ์¹⁹ หรือการกระทำที่บุคคลอื่นมากระทำต่องานลิขสิทธิ์ที่ปรากฏเป็นรูปร่างโดยตรง²⁰ ในลักษณะที่บุคคลนั้นไม่มีสิทธิที่จะกระทำได้ และเป็นการกระทำที่ไม่มีข้อยกเว้นให้กระทำได้ตามกฎหมาย ในการพิจารณาถึงการกระทำอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดียในขั้นต้นนี้ ต้องพิจารณาจากมาตรา 27 ได้บัญญัติไว้ว่า

“การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้โดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 15(5) ให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำให้ดังต่อไปนี้

- (1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน”

¹⁷ จริญญา ภักดีธนากุล, “ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2521,” หน้า 100 - 101.

¹⁸ สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 15

¹⁹ ไชยยศ เหมะรัชตะ, ปัญหากฎหมายลิขสิทธิ์, รายงานผลการวิจัยทุนรัชดาภิเษกสมโภช, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แสงสีห์การพิมพ์, ครั้งที่ 2, 2528 หน้า 164.

²⁰ ปริญญา คิมตุง, คดีละเมิดลิขสิทธิ์, จัดพิมพ์โดยบริการส่งเสริมงานตุลาการ กระทรวงยุติธรรม (กรุงเทพมหานคร : บริษัทศรีสมบัติการพิมพ์, 2528), หน้า 25.

จากบทบัญญัติข้างต้น ถ้าบุคคลใดกระทำซ้ำหรือดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิในงานมัลติมีเดียแล้ว การกระทำนั้นจะไม่ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ส่วนสิทธิและหน้าที่ของผู้ให้อุญาต (licensor) และผู้รับอนุญาต (licensee) จะมีเพียงใดต้องพิจารณาจากข้อตกลงหรือสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ ในการตัดสินว่าการกระทำอย่างไรที่ถือว่าเป็นการทำซ้ำ หรือดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ต้องพิจารณาจากคำจำกัดความของคำว่า “ทำซ้ำ” “ดัดแปลง” “เผยแพร่ต่อสาธารณชน” มีบัญญัติไว้ในคำวิเคราะห้ศัพท์ มาตรา 4 วรรคสี่สาม, สิบสี่ และ สิบห้า²¹ ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

5.1.1 การทำซ้ำหรือดัดแปลง

การกระทำซ้ำ คือ การบันทึกของงานอันมีลิขสิทธิ์ขึ้นมาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง อาจจะเป็นการคัดลอก เลียนแบบ ทำสำเนา ทำแม่พิมพ์ บันทึกเสียง บันทึกภาพ หรือบันทึกเสียงและภาพ รวมถึงการกระทำในลักษณะเช่นเดียวกับที่กล่าวมาทั้งหมด ไม่ว่าจะได้กระทำแก่งานทั้งหมดหรือบางส่วนในส่วนที่เป็นสาระสำคัญ เช่น บุคคลใดสร้างแม่พิมพ์คัดลอกงานมัลติมีเดียของบุคคลอื่นขึ้นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิในงานมัลติมีเดียก่อน แม้บุคคลนั้นจะยังไม่ได้ใช้แม่พิมพ์ที่คัดลอกงานออกสู่สาธารณชนก็ตาม ในกรณีนี้ถือได้ว่าเป็นความผิดสำเร็จจนละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นแล้ว เนื่องจากกฎหมายใช้คำว่า “ทำซ้ำ หมายรวมถึง...” ดังนั้น การกระทำที่กำหนดไว้ทั้งหมดจึงเป็นเพียงแค่วิธีอย่างเท่านั้น

การดัดแปลง คือ การทำซ้ำโดยการเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือจำลองงานต้นฉบับ โดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำงานชิ้นใหม่ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เช่น การเปลี่ยนรูปงานมัลติมีเดียที่อยู่ในรูปของ diskette มาอยู่ในรูปของ CD-ROM หรือ การปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมข้อความในสารานุกรมซึ่งอยู่ในรูปแบบมัลติมีเดียให้ทันสมัย

ความแตกต่างระหว่างการทำซ้ำและการดัดแปลง คือ การทำซ้ำเป็นการทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่ไม่ได้แตกต่างไปจากงานสร้างสรรค์เดิม เพราะเป็นการกระทำในลักษณะคัดลอกหรือเลียนแบบ ส่วนการดัดแปลงเป็นการทำให้เกิดสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปจากงานเดิมโดยมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้มีลักษณะหรือรูปแบบแตกต่างกันไปไม่มากนักน้อย แต่ต้องไม่ใช่เป็นการจัดทำงานชิ้นมาใหม่

โดยทั่วไป ลักษณะที่สำคัญของการทำซ้ำหรือดัดแปลง มีดังนี้

²¹ ดูคำจำกัดความดังกล่าวจากบทที่ 4 หน้า 24-25.

1) มีการลอกเลียนงานลิขสิทธิ์ (copying) ไม่ว่าจะเป็นการลอกเลียนงานโดยตรง เช่น ผู้ละเมิดได้ทำซ้ำงานมัลติมีเดียโดยคัดลอกงานมัลติมีเดียที่อยู่ในรูป CD-ROM ของเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือการลอกเลียนงานโดยทางอ้อม เกิดขึ้นเมื่อมีการลอกเลียนจากงานหนึ่งซึ่งเป็นงานสืบเนื่องหรือการดัดแปลงงาน (derivative work) จากงานอื่นอีกต่อหนึ่ง

2) จะต้องมีการลอกเลียนในสาระสำคัญ (substantiality) กล่าวคือ ส่วนที่ถูกลอกเลียนจะต้องเป็นสาระสำคัญของงาน (vital part of the work) แม้ว่าส่วนที่ถูกลอกเลียนนั้นจะไม่ใช่ส่วนใหญ่หรือทั้งหมดของงาน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ปริมาณที่ถูกลอกเลียนไม่ได้ชี้ขาดว่าเป็นการทำซ้ำหรือดัดแปลงเสมอไป หากแต่ต้องพิจารณาถึงเนื้อหาที่ถูกลอกเลียนว่าเป็นส่วนสำคัญในงานนั้นๆ หรือไม่ ส่วนกรณีเช่นใดจึงถือว่าเป็นการลอกเลียนในสาระสำคัญต้องพิจารณาจากข้อเท็จจริงเป็นเรื่องๆ ไป

5.1.2 การเผยแพร่งานมัลติมีเดียต่อสาธารณชน

แม้ว่าพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2537 ไม่ได้กำหนดนิยามของคำว่า “สาธารณชน” ไว้ แต่โดยทั่วไปจะมีความเห็นเหมือนกันว่า สาธารณชน หมายถึง การกระทำใดๆ ที่ไม่มีลักษณะเป็นการดำเนินการเพื่อเฉพาะบุคคลเป็นการภายในหรือเพื่อบุคคลอันเสมือนเป็นบุคคลภายใน เช่น การแสดงหรือเล่นให้บุคคลในครอบครัวหรือภายในบ้าน ซึ่งมีผู้ชมไม่มากนัก เป็นต้น²²

การเผยแพร่งานมัลติมีเดียต่อสาธารณชนที่จะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ คือ การทำให้ปรากฏโดยวิธีต่างๆ โดยไม่จำเป็นต้องปรากฏในรูปแบบที่เห็นได้ หรือจับต้องได้เสมอไป แต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นกรณีที่เห็นได้และจับต้องได้ เช่น ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ จะมีตู้บริการข้อมูล (kiosk) ที่นอกจากจะบรรจุข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกับในห้างสรรพสินค้านั้นๆ แล้ว ยังมีข้อมูลที่เป็นเรื่องทั่วๆ ไปที่เป็นประโยชน์กับบุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้ตู้บริการข้อมูล

5.2 การละเมิดลิขสิทธิ์ชั้นรอง (secondary infringement)

การละเมิดลิขสิทธิ์ชั้นรองหรือบางครั้งเรียกว่า การละเมิดลิขสิทธิ์โดยทางอ้อม (Indirect Infringement) หมายถึง การกระทำที่สืบเนื่องจากการละเมิดลิขสิทธิ์ขั้นต้นและมีลักษณะเป็นการส่งเสริมให้งานที่ละเมิดลิขสิทธิ์มีการแพร่หลายออกไป หรือเป็นการละเมิดที่มีได้กระทำต่อตัวงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่น แต่เป็นการกระทำแก่งานที่รู้อยู่แล้วว่าได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์²³ ซึ่งตามกฎหมายถือว่าเป็นการคุ้มครองผลประโยชน์ที่เจ้าของลิขสิทธิ์ควรจะได้รับจากงานสร้างสรรค์ที่ทำหรือก่อกำเนิดโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของตน และจะต้องเป็นผลประโยชน์ที่

²² ไชยยศ เหมะรัชตะ, กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา, หน้า 68

²³ ปริญญา ตีผดุง, คดีละเมิดลิขสิทธิ์ (กรุงเทพมหานคร : บริการส่งเสริมตุลาการ, 2528), หน้า 25-26.

บุคคลอื่นได้ไปโดยรู้ว่าเป็นผลประโยชน์ที่เกิดจากงานที่ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นด้วย ในกรณีนี้ต้องพิจารณาจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 31 บัญญัติว่า “ผู้ใดรู้ อยู่แล้วหรือมีเหตุอันควรรู้อย่างงานใดได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น การกระทำอย่างใด อย่างหนึ่งแก่งานนั้นเพื่อหากำไร ให้ถือว่าผู้นั้นกระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำการดังต่อไปนี้

- (1) ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (3) แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์
- (4) นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร”

จากบทบัญญัติดังกล่าวทำให้สามารถกำหนดหลักเกณฑ์ที่เป็นองค์ประกอบของการกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ขึ้นรองในงานมัลติมีเดียได้ ดังนี้

5.2.1 ผู้กระทำจะต้องรู้หรือมีเหตุอันควรรู้อย่างงานใดได้กระทำแก่งานมัลติมีเดียอัน เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น ในกรณีนี้เป็นหน้าที่ของโจทก์หรือผู้ถูกระทำละเมิดต้อง พิสูจน์ว่า จำเลยหรือผู้กระทำละเมิดได้กระทำโดยรู้หรือควรรู้อย่างงานนั้น แต่ถ้าโจทก์พิสูจน์ได้ว่า ก่อนฟ้องได้ยื่นคำทักท้วงไปยังจำเลยแล้วว่างานนั้นละเมิดลิขสิทธิ์ของโจทก์ หรือได้ประกาศให้ ทราบโดยทั่วไปแล้วว่างานนั้นละเมิดลิขสิทธิ์ของโจทก์ ดังนี้หากจำเลยยังชินกระทำการตามที่ กำหนดไว้ในมาตรา 31 (1)-(4) ก็เป็นอันเพียงพอที่จะถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของโจทก์ ทั้งนี้เพราะการรู้หรือไม่รู้ของจำเลยเป็นข้อเท็จจริงมิใช่ข้อกฎหมายที่ศาลต้องรู้อย่าง²⁴ นอกจากนี้ การที่ตัวแทนได้รู้ถึงงานอันละเมิดลิขสิทธิ์แล้วต้องถือว่าตัวการได้รู้ถึงข้อเท็จจริงนั้นด้วย แต่ถ้าผู้ กระทำไม่รู้ว่าป็นงานอันละเมิดลิขสิทธิ์หรือสำคัญผิดว่าเป็นงานที่ถูกต้องตามกฎหมายแล้ว ย่อมไม่เป็นการละเมิดโดยทางอ้อมแต่อย่างใด

5.2.2 จะต้องกระทำแก่งานอันได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของเจ้าของลิขสิทธิ์ คนใดคนหนึ่งโดยตรง เช่น การทำซ้ำหรือดัดแปลง หรือเผยแพร่งานมัลติมีเดียต่อสาธารณชน โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ตามมาตรา 15 (5)

5.2.3 ผู้กระทำความผิดตามมาตรานี้จะต้องกระทำโดยมีเจตนาหรือมีความ มุ่งหมายเพื่อหากำไรจากการกระทำนั้น กล่าวคือ การกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ขึ้นรองนี้มักจะเป็น การกระทำในทางการค้า

²⁴ สมพร พรหมพิตร, กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา, หน้า 70.

5.2.4 ผู้กระทำได้กระทำการในลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ขยาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ

ในกรณีนี้ไม่จำเป็นต้องมีผู้ซื้อ ผู้เช่าซื้อ เพียงแต่ผู้กระทำได้กระทำการเสนอขาย เสนอให้เช่า เสนอให้เช่าซื้อ ก็ถือว่าเป็นละเมิดลิขสิทธิ์ชั้นรองแล้ว

(2) เผยแพร่ต่อสาธารณชนเป็นไปตามคำวิเคราะห์ตามศัพท์ตามมาตรา 4 วรรคสี่บท²⁵

(3) การแจกจ่ายในลักษณะที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์

ในกรณีนี้ควรพิจารณาจากจำนวนของการแจกจ่ายเป็นเกณฑ์ เพราะหากทำการแจกจ่ายมากก็ยังมีแนวโน้มว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ หากเป็นการแจกจ่ายเพียงเล็กน้อยภายในครอบครัวหรือในหมู่เพื่อนสนิทเพียงไม่กี่คน ย่อมไม่น่าจะเป็นการก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้ แต่ในกรณีที่บุคคลใดได้นำงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่นมาแจกเป็นของชำร่วยแก่ผู้ที่มาซื้อสินค้าในร้านของตนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจให้ประชาชนมาซื้อสินค้าในร้าน ซึ่งก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางการค้าอย่างหนึ่ง จึงควรจะถือว่าเป็นการแจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้²⁶ และความเสียหายที่เกิดแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ต้องเป็นความเสียหายที่ผู้แจกจ่ายได้รู้หรือควรจะรู้ว่าเกิดขึ้นได้หรือไม่ด้วย นอกจากจำนวนของการแจกจ่ายแล้ว ควรพิจารณาถึงปริมาณที่แจกจ่ายรวมถึงขอบเขตของการแจกจ่าย เช่น การทำแจกในงานวันเกิด งานศพ ถือได้ว่าเป็นการแจกจ่ายจำนวนมากพอที่จะเกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้ แม้ว่าการแจกจ่ายนี้จะมีค่าตอบแทนก็ตาม นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการแจกจ่าย กล่าวคือ ถ้าเป็นการแจกจ่ายโดยมีวัตถุประสงค์ในทางการค้าย่อมถือว่าเป็นการทำให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์เสมอ

(4) นำหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อการใดๆ นอกจากเพื่อใช้เป็นการส่วนตัว

ลักษณะของงานที่สั่งหรือนำเข้ามาจะต้องเป็น “งานสร้างสรรค์” ที่ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นไม่ว่าจะเป็นลิขสิทธิ์ตามกฎหมายของประเทศไทยหรือกฎหมายต่างประเทศที่งานสร้างสรรค์ได้ถูกสั่งเข้ามา ตัวอย่างเช่น นายดำเป็นคนสัญชาติไทยได้สร้างผลิตภัณฑ์มัลติมีเดีย ในรูปแบบของ CD-ROM โดยใช้ส่วนประกอบของงานหลายประเภทที่อยู่ต่างประเทศ อันได้แก่ ภาพวาด, เสียงเพลง, เสียงพูดของตัวละครในภาพยนตร์ ขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อการจำหน่าย ต่อมานายแดงรัฐจึงแอบเลียนแบบผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียของนายดำและนายแดงได้ร่วมมือกับนายขาว โดยให้นายขาวเป็นผู้ส่งผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียที่นายแดงเป็นผู้ทำเลียนแบบเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยในราคาที่ถูกลงกว่าของนายดำ ดังนั้นนายดำได้

²⁵ ดูรายละเอียดประกอบหน้า 27 ...

²⁶ ไชยยศ เหมะรัชตะ, กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา, หน้า 16.

ลิขสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียของตนตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์มาตรา 8 (1) ส่วนนายแดง เป็นผู้ทำละเมิดลิขสิทธิ์ของนายดำในฐานะกระทำข้างงานอันมีลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นตามมาตรา 27 (1) และนายขาวได้ทำละเมิดลิขสิทธิ์ของนายดำตามมาตรา 31 (4) ฐานสั่งหรือนำเข้าซึ่ง ผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียที่นายแดงได้ทำขึ้นโดยนายขาวรู้อยู่แล้วว่านายแดงได้ละเมิดลิขสิทธิ์ของ นายดำ

6. ปัญหาที่เกิดจากการปรับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยกับงานมัลติมีเดีย

ตามที่คุณเขียนได้ศึกษาถึงการนำพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาปรับใช้กับงาน มัลติมีเดีย ปรากฏว่า กฎหมายดังกล่าวสามารถนำมาใช้เพื่อให้ความคุ้มครองแก่งานมัลติมีเดีย ได้อย่างไม่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาดังนี้

6.1 ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 ไม่ได้ให้คำจำกัดความคำว่า งานมัลติมีเดียไว้ ทำให้เกิดปัญหาของการให้ความหมายหรือคำจำกัดความแก่งานมัลติมีเดีย เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ให้คำจำกัดความไว้ในหลายความหมาย ทำให้เกิดปัญหาตามมาว่า งาน มัลติมีเดียควรจะได้รับคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทใด เมื่อเทียบเคียง กับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่น่าจะนำมาปรับใช้กับงานมัลติมีเดียได้ คือ งานวรรณกรรม, งาน โสตทัศนวัสดุ, งานภาพยนตร์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ถ้าหากไม่สามารถจัดอยู่ในงาน 4 ประเภทที่กล่าวนี้แล้วอาจจะทำให้เกิดปัญหาวางานมัลติมีเดียนี้ถือเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภท ใด เพราะถ้าไม่ใช่งานอันมีลิขสิทธิ์แล้ว จะไม่ได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์

6.2 ในกฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ได้กำหนดให้คำนิยามคำว่า ผู้พัฒนา, ผู้ผลิต และผู้ใช้งานไว้ แต่อย่างใด มีแต่ให้นิยามของคำว่า ผู้สร้างสรรค์ไว้ ทำให้เกิดปัญหาว่า ผู้พัฒนา ผู้ผลิต และ ผู้ใช้งานมัลติมีเดียนั้นแตกต่างกันอย่างไร และบุคคลดังกล่าวควรจะได้รับคุ้มครองจาก กฎหมายลิขสิทธิ์โดยอาศัยหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับผู้สร้างสรรค์งานอันมีลิขสิทธิ์หรือไม่ หรือควร ที่จะให้ความคุ้มครองแก่บุคคลดังกล่าวในลักษณะที่แตกต่างกันอย่างไร เพราะการสร้างงาน มัลติมีเดียอาจจะเกิดขึ้นได้จากบุคคลที่กล่าวข้างต้น หากกฎหมายไม่กำหนดให้ชัดเจนอาจจะ ทำให้เกิดความคุ้มครองที่ไม่ทั่วถึงหรือไม่เป็นธรรมได้

6.3 ลักษณะของงานมัลติมีเดียควรจะได้รับคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์ ในฐานะที่เป็นงานที่เกิดจากการรวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 12 หรือควรจะเป็นงานสร้างสรรค์สืบเนื่อง หรืองานดัดแปลงตามมาตรา 11 เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปรับใช้กฎหมาย โดยไม่ต้องตีความว่างานมัลติมีเดียมี ลักษณะของการสร้างงานที่ถือว่าเป็นงานรวบรวมหรืองานดัดแปลง

6.4 กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในเรื่องการบันทึกงาน (fixation) ไว้เป็นองค์ประกอบมูลฐานของงานอันมีลิขสิทธิ์ ทำให้เกิดปัญหาว่า เมื่อไหร่หรือจุดใดที่งานมัลติมีเดียจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ถึงแม้ว่ากฎหมายลิขสิทธิ์จะกำหนดให้ต้องมีการแสดงออกซึ่งความคิดจึงจะได้รับความคุ้มครอง แต่กรณีเช่นใดที่ถือเป็นการแสดงออกซึ่งความคิดในการสร้างงานมัลติมีเดียหากไม่มีการบันทึกงาน กล่าวคือ การบันทึกงานให้ปรากฏเป็นรูปร่างจะทำให้บุคคลทั่วไปทราบได้ว่างานมัลติมีเดียที่ตนสร้างขึ้นจะได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์เมื่อใด

6.5 ปัญหาว่าบุคคลใดที่ต้องการจะสร้างงานมัลติมีเดีย ไม่ว่าจะเป็นคนสร้างในฐานะผู้สร้างสรรค์ ผู้พัฒนา ผู้ผลิต หรือผู้ใช้งานมัลติมีเดียก็ตาม บุคคลดังกล่าวจะทราบได้อย่างไรว่างานที่ตนต้องการจะนำมาใช้ในงานมัลติมีเดียมีบุคคลใดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิที่แท้จริง เนื่องจากงานมัลติมีเดียเกิดจากการนำงานหลายๆ ประเภทมารวมเข้าไว้ด้วยกัน ตลอดจนงานดังกล่าวมาดัดแปลงแก้ไข ทำให้มีบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ดังนั้น บุคคลผู้สร้างงานมัลติมีเดียไม่ว่าจะสร้างในฐานะใดก็ต้องขออนุญาตใช้สิทธิหรือขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือผู้ถือสิทธิให้ครบถ้วน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำดังกล่าวข้างต้นเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลใด

6.6 ในเรื่องของการอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานมัลติมีเดีย ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ของไทย ไม่ได้กำหนดให้การทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิต้องทำเป็นหนังสือ ทำให้เกิดปัญหาว่า บุคคลทั่วไปจะรู้ได้อย่างไรว่า งานชิ้นใดได้มีการอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ส่วนใดหรือทั้งหมด ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบการมีอยู่ของสิทธิในงานมัลติมีเดียได้ว่าผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยังคงมีสิทธิในการอนุญาตอยู่หรือไม่ ถ้าหากผู้อนุญาตไม่มีสิทธิในการอนุญาตแล้ว จะมีผลทำให้งานมัลติมีเดียที่สร้างขึ้นจากงานที่ขออนุญาตใช้สิทธิดังกล่าวไม่มีลิขสิทธิ์ไปด้วย

6.7 เมื่องานมัลติมีเดียเกิดขึ้นจากการรวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันของงาน หรืออาจเกิดจากการดัดแปลงงานอันมีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้ว เป็นผลให้งานมัลติมีเดียส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากงานที่มีเจ้าของลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้วเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดปัญหาในการติดต่อขออนุญาตใช้สิทธิหรือขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิคนปัจจุบัน เนื่องจากงานมีหลายประเภท อีกทั้งเจ้าของงานอันมีลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิในงานแต่ละประเภทอาจจะมีคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ทำให้เกิดความยุ่งยากในการค้นหาตัวเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิในงานคนปัจจุบัน

ความเห็นของผู้เขียน

จากการศึกษาถึงการปรับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาแล้ว ผู้เขียนมีความเห็นเช่นเดียวกับแนวความเห็นที่สองซึ่งเห็นว่า มัลติมีเดียถือเป็นงานชิ้นใหม่แยกต่างหากจากงานเดิม เนื่องจากงานแต่ละประเภทที่นำมารวมหรือประกอบเข้า

กันไว้ในงานมัลติมีเดียหรือนำงานเหล่านั้นมาดัดแปลงแก้ไข ไม่ว่าจะงานนี้เป็น รูปภาพ เสียง ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ ภาพยนตร์ วรรณกรรม โสตทัศนวัสดุ หรืองานอื่นๆ ที่ กฎหมายกำหนดให้เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ หากผู้สร้างสรรค์ได้สร้างงานขึ้นโดยมีองค์ประกอบของการได้มาซึ่งงานอันมีลิขสิทธิ์อย่างครบถ้วนก็จะทำให้ผู้สร้างสรรค์เป็นเจ้าของงานอันมีลิขสิทธิ์ได้

เพราะฉะนั้น เมื่องานแต่ละประเภทโดยตัวของมันเองได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์ในฐานะที่เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ได้อยู่แล้ว หากมีการนำงานดังกล่าวมาใช้ในการสร้างมัลติมีเดียแล้ว ผู้เขียนจึงเห็นว่า ควรที่จะถือว่า มัลติมีเดียที่เกิดจากการนำงานดังกล่าวข้างต้นมาใช้เป็นงานชิ้นใหม่แยกต่างหากจากงานเดิม

เพื่อความสะดวกแก่ผู้อ่าน ในการพิจารณาหลักเกณฑ์ของการปรับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์กับงานมัลติมีเดียในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ทั้งกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีรายละเอียดอยู่ในบทที่ 3 และกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยซึ่งมีรายละเอียดปรากฏอยู่ในบทที่ 4 ผู้เขียนจึงขอแนะนำเสนอตารางสรุปการใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ในการคุ้มครองมัลติมีเดียในประเด็นต่างๆ ซึ่งปรากฏรายละเอียดในหน้าถัดไป ดังนี้

ตารางสรุปการใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ในการคุ้มครองงานมัลติมีเดีย

ประเด็นพิจารณา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยตามความเห็นของผู้เขียน
1 เนื้อหาของมัลติมีเดีย 1.1 ข้อความหรือตัวอักษร	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรม (literary work) ตาม 17 U.S.C. 101	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรมตามมาตรา 4 วรรคสาม และมาตรา 6
1.2 เสียง 1.2.1 เสียงเพลงหรือเสียงดนตรี	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็น sound recording ตาม 17 U.S.C. 101	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นดนตรีกรรมและเป็นสิ่งบันทึกเสียงตามมาตรา 4 วรรคเจ็ด และสิบ และมาตรา 6
1.2.2 เสียงพูด, เสียงที่ใช้ในการบรรยายประกอบภาพยนตร์, เสียงที่ใช้ในการแสดงละคร หรือเสียงที่ใช้ในการบรรยายประกอบการเรียนการสอน	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรมตาม 17 U.S.C. 101	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นวรรณกรรมตามมาตรา 4 วรรคสาม และมาตรา 6
1.3 วีดิโอ หรือวีดิทัศน์	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานโสตทัศนวัสดุ (audio visual) ตามมาตรา 17 U.S.C. 101 (ในประเทศอังกฤษให้ความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานภาพยนตร์))	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นโสตทัศนวัสดุตามมาตรา 4 วรรคแปด และมาตรา 6
1.4 ภาพกราฟิก	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานกราฟิกตาม 17 U.S.C 101 (ในประเทศอังกฤษได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานศิลปะ (Artistic Work))	ให้พิจารณาองค์ประกอบในการสร้างภาพนั้นเกิดขึ้นจากงานประเภทใดก็ควรที่จะได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทนั้นๆ เช่น อาจจะเป็นงานศิลปกรรมตามมาตรา 4 วรรคหกและมาตรา 6
1.5 ภาพการ์ตูนหรือภาพเคลื่อนไหว	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานกราฟิกประเภทหนึ่งตาม 17 U.S.C 101	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทภาพยนตร์ตามมาตรา 4 วรรคเก้า และมาตรา 6
1.6 รูปภาพ	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานที่แสดงด้วยภาพ (pictorial)	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานศิลปกรรมตามมาตรา 4 วรรคหกและมาตรา 6

ประเด็นพิจารณา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทย ตามความเห็นของผู้เขียน
2. เทคโนโลยีมัลติมีเดีย หมายถึง ซอฟต์แวร์ทั้งหลายนำมาใช้ใน งานมัลติมีเดีย	ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งถือเป็นงานวรรณกรรม ตาม 17 U.S.C. 101 (ประเทศอังกฤษได้ให้ความคุ้มครองเช่นเดียวกัน)	เทียบเคียงได้กับการให้ความคุ้มครองแก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งถือเป็นงานวรรณกรรมประเภทหนึ่งตามมาตรา 4 วรรคสามและสี่ ประกอบด้วยมาตรา 6
3. ผลิตภัณฑ์มัลติมีเดีย หรืองานมัลติมีเดีย	ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายกำหนดให้ ความคุ้มครองไว้อย่างชัดเจน แต่มีการเทียบเคียงมัลติมีเดียกับงานวรรณกรรม, โปรแกรมคอมพิวเตอร์, ภาพยนตร์ และสื่อบันทึกข้อมูล ซึ่งในขณะนี้ยังไม่สามารถสรุปได้ว่า มัลติมีเดียควรได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทอะไร แต่มีความเห็นว่าควรที่จะกำหนดให้ความคุ้มครองแก่มัลติมีเดียในฐานะที่เป็นงานมัลติมีเดียเอง	ในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายให้ความคุ้มครองแก่งานมัลติมีเดียไว้อย่างชัดเจนควร จะกำหนดให้ความคุ้มครองแก่มัลติมีเดีย ในฐานะที่เป็นงานประเภทหนึ่งต่างหาก จากงานประเภทอื่นๆ
4. ลักษณะของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย 4.1 งานมัลติมีเดียที่เกิดจากงานที่ทำร่วมกัน (joint works)	งานที่ถูกผลิตโดยผู้สร้างสรรค์ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีความตั้งใจที่จะให้มีการรวมกันโดยแบ่งแยกออกจากกันไม่ได้หรืองานย่อยแต่ละชิ้นที่รวมเป็นงานชิ้นใหญ่ ผู้สร้างสรรค์ดังกล่าวจะเป็นเจ้าของร่วมกันและแต่ละคนจะมีกรรมสิทธิ์ในงานต่างๆ กัน ตาม 17 U.S.C. 101 และ 201 (a)	กฎหมายไม่ได้กำหนดให้คำจำกัดความของงานที่ทำร่วมกันหรือผู้สร้างสรรค์ร่วมไว้ และมาตรา 19 วรรคสองและสามได้กำหนดไว้เฉพาะแต่อายุของงานลิขสิทธิ์ที่มีผู้สร้างสรรค์ร่วมกันเท่านั้น ดังนั้นควรจะนำคำว่า “ผู้สร้างสรรค์” ตามมาตรา 4 มาปรับใช้ด้วย กล่าวคือ บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปตกลงกันด้วยความสมัครใจที่จะสร้างมัลติมีเดียร่วมกัน โดยการนำงานที่มีอยู่ก่อนแล้วของตนมามอบให้หรือเป็นเพียงการแสดงออกซึ่งความคิด ส่วนสิทธิ์และหน้าที่เป็นไปตาม ป.พ.พ. มาตรา 1356-1366

ประเด็นพิจารณา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยตามความเห็นของผู้เขียน
<p>4.2 การเรียบเรียงและรวบรวมงาน (compilation and collective works)</p>	<p>collective work คือ งานที่ประกอบไปด้วยงานซึ่งมีลิขสิทธิ์อยู่แล้วเป็นจำนวนมาก สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้และมีอิสระโดยตัวของมันเอง ซึ่งลิขสิทธิ์ในงานที่มีอยู่ก่อนแล้วจะแยกต่างหากจากลิขสิทธิ์ในงานที่เกิดจากการรวบรวม</p> <p>compilation work คือ รูปแบบของงานที่เกิดจากการรวบรวมและประกอบเข้าด้วยกันของวัตถุหรือข้อมูลที่มีอยู่ก่อนแล้วจนเกิดเป็นผลผลิตของงานที่เป็นต้นฉบับของงานสร้างสรรค์ซึ่งรวมถึง collective work ด้วย</p>	<p>งานที่เกิดจากการรวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันตามมาตรา 12</p> <p>คำว่า “รวบรวม” (collective works) คือ การนำงานอันมีลิขสิทธิ์หลายๆ งานมารวมกันไว้ในที่เดียวกัน โดยงานเดิมแต่ละงานยังคงสภาพของตัวเองไว้</p> <p>คำว่า “ประกอบเข้ากัน” (compilation) คือ การรวบรวมงานหรือข้อมูลที่มีลิขสิทธิ์อยู่แล้วนำมาผสมกลมกลืนเข้าเป็นงานชิ้นใหม่ที่มีเอกภาพของตนเอง ซึ่งงานดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นงานที่มีลิขสิทธิ์หรือไม่ก็ได้ แต่ต้องเป็นการสร้างสรรค์งานโดยการคัดเลือกหรือจัดลำดับโดยไม่ได้ลอกเลียนงานของบุคคลอื่น ส่วนสิทธิของผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่มีอยู่ก่อนที่จะมีการรวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันยังคงเป็นของเจ้าของเดิม แยกออกจากลิขสิทธิ์ของผู้รวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกันของงานชิ้นใหม่</p>
<p>4.3 การสร้างสรรค์งานสืบเนื่องหรือการดัดแปลงงานอื่น (derivative work)</p>	<p>งานที่มีพื้นฐานมาจากงานที่มีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้วงานเดียวหรือหลายงาน โดยมีการเปลี่ยนรูปใหม่, แปลงสภาพหรือการดัดแปลงงานในส่วนที่เป็นสาระสำคัญ เจ้าของลิขสิทธิ์ในงานแต่ละประเภทยังคงเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานนั้นอยู่และไม่ถือว่าเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์ที่มีผลเกิดขึ้นจากการดัดแปลง</p>	<p>พิจารณาจากมาตรา 11 กำหนดให้การดัดแปลงงานอันมีลิขสิทธิ์จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ผู้ดัดแปลงจึงจะมีลิขสิทธิ์ในงานที่ดัดแปลง แต่ไม่กระทบถึงสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีอยู่ในงานสร้างสรรค์เดิม</p>

ประเด็นพิจารณา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทย ตามความเห็นของผู้เขียน
<p>5. บุคคลที่ควรได้รับความคุ้มครองในงานมัลติมีเดีย</p> <p>5.1 เจ้าของส่วนประกอบในงานมัลติมีเดีย (owner or right holder)</p>	<p>หมายถึง บุคคล 2 ประเภท คือ</p> <p>(1) บุคคลผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในเนื้อหาประเภทต่างๆ ที่ถูกนำมารวบรวมหรือประกอบเข้าไว้ในงานมัลติมีเดีย ซึ่งอาจจะเป็นผู้สร้างสรรค์งานเองหรือผู้รับโอนลิขสิทธิ์มาจากผู้สร้างสรรค์ก็ได้</p> <p>(2) ผู้ถือสิทธิในงานประเภทต่างๆ ที่ถูกนำมารวมไว้ในงานมัลติมีเดีย บุคคลผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิในงานประเภทต่างๆ ที่มีอยู่แต่ดั้งเดิม ซึ่งอาจจะได้รับสิทธิของตนมาโดยผลของกฎหมายหรือโดยข้อกำหนดของสัญญาที่เกี่ยวข้องกับตัวงานและวิธีการใช้งาน</p>	<p>ตามกฎหมายไม่ได้กำหนดเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้โดยตรง แต่เทียบเคียงได้กับตัวบุคคลผู้เป็นเจ้าของงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทต่างๆ ตามมาตรา 6</p>
<p>5.2 บุคคลที่เป็นผู้สร้างงานมัลติมีเดีย (author or creator)</p>	<p>(1) มีการแสดงออกซึ่งความคิด (expression)</p> <p>(2) ต้องสร้างงานขึ้นโดยความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง มิได้ลอกเลียนแบบมาจากงานที่มีอยู่ก่อนแล้ว คือ ต้องมีลักษณะเป็นต้นฉบับของงาน (Originality)</p> <p>(3) งานได้ถูกบันทึกลงในสื่อที่มีการแสดงออกซึ่งความคิดที่มีรูปร่าง</p>	<p>(1) ต้องมีการแสดงออกซึ่งความคิดในรูปแบบหนึ่ง ไม่ใช่เป็นเพียงความคิดซึ่งจะไม่ได้ได้รับความคุ้มครองตามมาตรา 6 วรรคสอง</p> <p>(2) การสร้างมัลติมีเดียต้องเข้าตามหลักเรื่อง originality คือ ผู้สร้างสรรค์ต้องสร้างงานขึ้นโดยความคิดริเริ่มของตนเองโดยไม่ได้ออกเลียนงานอื่นผู้สร้างงานมัลติมีเดีย อาจจะเป็นผู้สร้างสรรค์, ผู้พัฒนา หรือ ผู้ผลิตก็ได้ ซึ่งตามมาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความไว้เฉพาะในกรณีของผู้สร้างสรรค์ หมายถึง ผู้ทำหรือก่อให้เกิดงานสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ จึงควรที่จะขยายรวมถึงบุคคลดังกล่าวข้างต้นทั้งหมดด้วย</p>

ประเด็นพิจารณา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยตามความเห็นของผู้เขียน
<p>5.3 ผู้สร้างสรรค์งาน มัลติมีเดียตามหลักการว่าจ้าง (work made for hire) - งานที่สร้างขึ้นโดยลูกจ้าง</p>	<p>ผู้ว่าจ้างลูกจ้างจะเป็นเจ้าของงานนั้นทั้งหมดตาม 17 U.S.C. 201(a) เว้นแต่ว่าจะมีการตกลงกันโดยทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย</p>	<p>พิจารณาจากมาตรา 9 ถ้าไม่ได้ทำเป็นหนังสือตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น งานที่สร้างขึ้นจะตกเป็นของลูกจ้างข้อสังเกต : ความแตกต่างระหว่างงานที่สร้างขึ้นตามมาตรา 9 และมาตรา 10 คือ มาตรา 9 การตกลงกันเป็นอย่างอื่นต้องทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อคู่สัญญา ในขณะที่มาตรา 10 สามารถตกลงกันเป็นอย่างอื่นได้โดยวาจา</p>
<p>- งานที่สร้างขึ้นโดยผู้รับจ้างอิสระ</p>	<p>1. งานนั้นต้องได้รับคำสั่งให้ทำขึ้นเป็นพิเศษ และต้องเป็นงานประเภทใดประเภทหนึ่งใน 9 ประเภทที่กฎหมายกำหนด 2. คู่สัญญาได้ตกลงกันอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร และลงลายมือชื่อคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายกำหนดให้งานที่ทำขึ้นอยู่ภายใต้หลักการว่าจ้างผู้ว่าจ้างจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในลิขสิทธิ์ที่สร้างขึ้น แต่หากไม่เข้าตามหลัก 2 ข้อที่กล่าวมาแล้วผู้รับจ้างอิสระจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่ได้สร้างขึ้น</p>	<p>พิจารณาจากมาตรา 10 ผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้มีลิขสิทธิ์ในงาน เว้นแต่จะมีการตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น สัญญาว่าจ้างตามมาตรา 9 นี้ คือ สัญญาจ้างทำของตาม ป.พ.พ. มาตรา 587 แต่มาตรา 10 เป็นข้อยกเว้นของ ป.พ.พ. มาตรา 587</p>
<p>5.4 ผู้พัฒนา ผู้ผลิต และผู้ใช้งานมัลติมีเดีย</p>	<p>กฎหมายไม่ได้ให้คำจำกัดความไว้อย่างชัดเจน แต่มีผู้กล่าวว่า ผู้ผลิต หมายถึงนิติบุคคลหรือบริษัทซึ่งเป็นผู้ลงทุนในการผลิตอุตสาหกรรมมัลติมีเดีย ผู้พัฒนา หมายถึง บุคคลที่นำเอางานอันมีลิขสิทธิ์อยู่ก่อนแล้วมาดัดแปลงหรือปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดเป็นงานชิ้นใหม่ ผู้ใช้งาน : Copyright Collective ควรจะมีรูปแบบของการให้ความคุ้มครองแก่สิทธิในการแสดงหรือ เผยแพร่เช่นเดียวกับงานเพลงตาม 17 U.S.C. 116 (2) (3)</p>	<p>กฎหมายไม่ได้ให้คำจำกัดความหรือให้ความคุ้มครองไว้อย่างชัดเจน ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าควรให้ความคุ้มครองโดยอาศัยหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับผู้สร้างสรรค์งานมัลติมีเดียผู้ผลิต ผู้พัฒนา และผู้ใช้ ควรขออนุญาตใช้สิทธิหรือขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่จะนำมารวม หรือนำมาดัดแปลงไว้ในงานมัลติมีเดีย</p>

ประเด็นพิจารณา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยตามความเห็นของผู้เขียน
6. สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย (สิทธิแต่เพียงผู้เดียวหรือสิทธิเด็ดขาด)	1) สิทธิในการทำซ้ำ สำเนา และ phonorecords 2) สิทธิในการดัดแปลง 3) สิทธิในการจัดจำหน่าย 4) สิทธิในการแสดงงานต่อสาธารณชน 5) สิทธิในการเปิดเผยหรือโชว์งานต่อสาธารณชน	พิจารณาจากมาตรา 15 1) สิทธิในการทำซ้ำหรือดัดแปลง 2) สิทธิเผยแพร่ต่อสาธารณชน 3) สิทธิในการให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น 4) อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิในการทำซ้ำหรือดัดแปลงหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน 5) สิทธิในการโอนลิขสิทธิ์โดยทางนิติกรรมตามมาตรา 17 วรรคสามหรือโอนโดยทางมรดกตามมาตรา 17 วรรคสอง
7. การละเมิดและข้อยกเว้นของการละเมิดลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย	1) การลอกเลียนหรือทำสำเนาที่ได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายและ 2) การลอกเลียนนี้มีความเหมือนหรือคล้ายคลึงในสาระสำคัญระหว่างงานที่ได้รับความคุ้มครองกับงานที่ถูกล่าว่าหาว่าเป็นการกระทำละเมิด ข้อยกเว้นของการละเมิด 1) หลักการขายครั้งแรก ตาม U.S.C. 106(3) และ 109 (a) 2) หลักการใช้งานลิขสิทธิ์โดยชอบธรรมตามมาตรา 107 และหลักการใช้ความยุติธรรมแห่งเหตุผลอาศัยดุลยพินิจของศาลในการพิจารณา	1) งานนั้นได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ และ 2) บุคคลอื่นได้กระทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่งานต่อสาธารณชนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ การละเมิดลิขสิทธิ์นี้แบ่งออกเป็น 1) การละเมิดลิขสิทธิ์ขั้นต้นหรือการละเมิดลิขสิทธิ์โดยตรงตามมาตรา 27 2) การละเมิดลิขสิทธิ์ชั้นรองหรือการทำละเมิดโดยอ้อมตามมาตรา 31 ในประเทศไทยยังไม่มีคำพิพากษาให้เห็นว่าควรนำข้อยกเว้นของลิขสิทธิ์ในเรื่องใดมาปรับใช้กับงานมัลติมีเดียเหมือนกับประเทศสหรัฐอเมริกา
8. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปรับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์	1) งานมัลติมีเดียควรได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานวรรณกรรมหรืองานโสตทัศนวัสดุ (ประเทศออสเตรเลีย มีการพิจารณาว่าควรให้ความคุ้มครองในฐานะเป็นภาพยนตร์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในขณะที่ European Council Directive	1) มัลติมีเดียควรได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทใด แยกเป็น 2 ความเห็น คือ - มัลติมีเดียถือเป็นงานชิ้นใหม่แตกต่างหากจากงานเดิม จึงควรให้ความคุ้มครองแก่มัลติมีเดียในฐานะที่เป็นงานมัลติมีเดียเอง

ประเด็นพิจารณา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทย ตามความเห็นของผู้เขียน
	<p>ได้พิจารณาเทียบเคียง มัลติมีเดียกับ database)</p> <p>2) ควรกำหนดให้ความคุ้มครองแก่ ลักษณะของลิขสิทธิ์ในงานมัลติมีเดีย อย่างไรจึงจะเหมาะสมชัดเจนระหว่าง collective and compilation กับ derivative</p> <p>3) งานมัลติมีเดียถือเป็นสื่อของการ แสดงออกที่มีรูปร่างหรือไม่ และจุดใด คือ จุดบันทึกของงานที่มีรูปร่าง</p> <p>4) นักพัฒนางานมัลติมีเดียถือเป็น บุคคลที่มีคุณสมบัติในเรื่องของการ สร้างสรรค์ และการเป็นต้นฉบับของ งานเพียงพอที่จะได้รับความคุ้มครอง หรือไม่ และผู้พัฒนามีภาระผูกพันต่อผู้ จัดการข้อมูลและผู้ถือสิทธิเดิมอย่างไร</p> <p>5) การทำซ้ำในสื่อประเภทเดียวกัน แตกต่างจากการทำซ้ำในสื่อต่าง ประเภทอย่างไร</p> <p>6) ใครเป็นผู้สร้างสรรค์งานมัลติมีเดีย ที่แท้จริงระหว่างนักพัฒนากับผู้ สร้างสรรค์ข้อมูล และใครเป็นผู้สร้าง ผลผลิตของมัลติมีเดียในกรณีที่มีการ ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์</p>	<p>-มัลติมีเดียถือเป็นเพียงวิธีการนำเสนอ งานไม่ใช่การสร้างงานชิ้นใหม่ จึงสามารถ นำกฎหมายลิขสิทธิ์มาตรา 6 มาปรับใช้ได้ โดยเพิ่มเติมคำว่า “ไม่ว่างานดังกล่าวจะ สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้หรือไม่ก็ ตาม”</p> <p>2) ไม่สามารถกำหนดให้ชัดเจนได้ว่าควร จะได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นการ รวบรวมหรือประกอบเข้ากันตามมาตรา 12 หรือเป็นงานดัดแปลงตามมาตรา 11 เพราะอาจจะเกิดขึ้นได้ทั้ง 2 กรณี ขึ้นอยู่กับ ว่าผู้สร้างมัลติมีเดียจะใช้วิธีการใด</p> <p>3) เมื่อไหร่หรือจุดใดที่มัลติมีเดียจะได้รับความคุ้มครอง เนื่องจากกฎหมายไทยไม่ได้ กำหนดหลักเกณฑ์ในเรื่องของการบันทึก งานไว้ ผู้เขียนจึงควรใช้หลักเกณฑ์ในเรื่อง ขององค์ประกอบมูลฐานของงานอันมี ลิขสิทธิ์มาใช้</p> <p>4) ผู้พัฒนา ผู้ผลิต และผู้ใช้งานมัลติมีเดีย ควรได้รับความคุ้มครองเช่นเดียวกับผู้สร้าง สรรค์งานอันมีลิขสิทธิ์หรือไม่ ควรใช้หลัก เกณฑ์ในการพิจารณาเช่นเดียวกับการได้ มาซึ่งงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้สร้างสรรค์</p> <p>5) -</p> <p>6) -</p>

ประเด็นพิจารณา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา	กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยตามความเห็นของผู้เขียน
	<p>7) ปัญหาในเรื่องความซ้ำซ้อนของเจ้าของสิทธิ, ความซ้ำซ้อนของสิทธิหรือความคาบเกี่ยวของสิทธิ รวมถึงความไม่รู้ถึงการมีอยู่ของสิทธิในงานมัลติมีเดีย</p>	<p>7) -</p> <p>8) บุคคลที่ต้องการจะสร้างมัลติมีเดียจะรู้ได้อย่างไรว่างานที่ตนต้องการจะนำมารวมไว้ในมัลติมีเดียมีบุคคลใดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิ</p> <p>9) บุคคลทั่วไปจะรู้ได้อย่างไรว่างานชิ้นใดมีการอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ ส่วนใดบ้างเพราะกฎหมายไม่ได้กำหนดให้การทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิต้องทำเป็นหนังสือ</p> <p>ผู้เขียนเห็นว่าควรแก้ไขให้มีการกำหนดแบบของการอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยให้ทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้ให้อนุญาตและผู้ขออนุญาต</p> <p>10) ปัญหาในการติดต่อขออนุญาตใช้สิทธิหรือขอโอนสิทธิจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ถือสิทธิคนปัจจุบัน ผู้เขียนเห็นควร จัดให้มีองค์กรหรือหน่วยงานกลางที่คอยควบคุมดูแลงานอันมีลิขสิทธิ์หลายๆ ประเภทไว้ในที่เดียวกัน</p>

ตารางสรุปการให้ความคุ้มครองงานมัลติมีเดียตามหลักกฎหมายลิขสิทธิ์ระหว่างประเทศ

ประเด็นที่ควรพิจารณา	ความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการค้า (TRIPS)	WIPO COPYRIGHT TREATY ที่ออกตามอนุสัญญากรุงเบิร์น ค.ศ. 1971	ความเห็นของผู้เขียน
<p>งานมัลติมีเดียควรได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานประเภทใด แยกพิจารณาเป็น 2 กรณี</p> <p>1. เทคโนโลยีมัลติมีเดีย</p> <p>2. ผลิตภัณฑ์มัลติมีเดีย</p>	<p>ไม่ได้มีการกำหนดไว้โดยตรงแต่พิจารณาเทียบเคียงได้กับข้อ 10. เรื่อง โปรแกรมคอมพิวเตอร์และการรวบรวมข้อมูล</p> <p>1. ได้รับความคุ้มครองตามข้อ 10 วรรคหนึ่งในฐานะที่เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์</p> <p>2. ได้รับความคุ้มครองตามข้อ 10 วรรคสองในฐานะที่เป็นการรวบรวมข้อมูลหรือวัสดุ</p>	<p>ไม่ได้มีการกำหนดเรื่องนี้ไว้โดยตรงแต่พิจารณาเทียบเคียงได้กับข้อ 4 และข้อ 5</p> <p>1. ได้รับความคุ้มครองโดยถือว่าเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งถือเป็นวรรณกรรมมาตราข้อ 4</p> <p>2. ได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นการรวบรวมข้อมูล ตามข้อ 5</p>	<p>1. เห็นควรให้ความคุ้มครองโดยถือว่าเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์</p> <p>2. เห็นควรให้ความคุ้มครองในฐานะที่เป็นตัวผลิตภัณฑ์หรืองานมัลติมีเดีย</p>