บทที่ 4

การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทย

เพื่อวิเคราะห์ให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ และโครงสร้างของระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทยว่ามีลักษณะอย่างไร ผู้วิจัยจึงขอแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นประเด็นหลัก รวมทั้งสิ้น 3 ประเด็น คือ

1. โครงสร้างของระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทย
2. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบสำคัญในระบบและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
3. หน้าที่ต่างๆของระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทย

โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงรายละเอียดการศึกษาในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างของระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทย

ตามแนวคิดที่ว่าสังคมนั้นถูกพิจารณาว่าเป็นระบบหนึ่งที่ส่วนต่างๆหรือระบบย่อยมีความเกี่ยวเนื่องติดต่อถึงกัน โดยมีสื่อมวลชนเป็นส่วนหนึ่งของระบบด้วย ระบบย่อยๆเหล่านี้แต่ละระบบจะช่วยกันผดุงรักษาระบบใหญ่ไว้ (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ ,2531)

การระบุถึงโครงสร้างของระบบใดๆจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสำคัญของระบบย่อยที่มารวมตัวกัน ระบบเหล่านี้ได้แก่กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นซ้ำซาก และกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ถูกจัดรวมขึ้นในรูปความเป็นสถาบัน (Merton 1957)

ผู้วิจัยขอวิเคราะห์ถึงโครงสร้างระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในไทยตามแนวคิดดังกล่าว โดยถือว่า ระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทยเป็นระบบหนึ่งภายในระบบใหญ่ที่ประกอบกันเป็นสังคมไทย ระบบย่อยๆที่มารวมกันคือองค์กรสื่อซึ่งมีองค์ประกอบต่างๆของตนเอง มีกิจกรรมคือการผลิต และแจกจ่ายเพื่อการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ดังที่ Farace,

Monge, Russell (1977) ได้แจกแจงขั้นตอนการศึกษาตามแนวคิดนี้ไว้ โดยให้ระบุถึงองค์กรสื่อ องค์ประกอบต่างๆและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ โครงสร้างหรือรูปแบบกิจกรรมภายในและหน้าที่หรือวัตถุประสงค์ของกิจกรรมเหล่านั้น

ระหว่างปี 2538-2539 ซึ่งเป็นช่วงระยะที่ทำการวิจัย องค์กรสื่อมวลชนญี่ปุ่นในไทยประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ 11 ฉบับ เป็นนสพ. 4 ฉบับ หนังสือข่าว 3 ฉบับ นิตยสาร 2 ฉบับ สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ 2 ฉบับ สื่ออีเลคโทรนิคส์ คือวิทยุ 1 รายการ รายการโทรทัศน์ 1 รายการและรายการวิดีโอจำนวนมาก ที่นำเนื้อหามาจากรายการทางสถานีโทรทัศน์ญี่ปุ่นมาทำซ้ำและเผยแพร่ตามร้านวิดีโอญี่ปุ่นประมาณ 10 ร้าน

สื่อ	แหล่งข้อมูล	ที่มาของรายได้	กรรมสิทธิ์/ผู้ประกอบการ	ผู้รับสาร/เป้าหมาย
สิ่งพิมพ์ 11 ฉบับ	แหล่งข่าว, นสพ.รายวันไทย อังกฤษ, ข่าวแจก, บริษัท ห้างร้าน หรือองค์กรที่ต้องการเผยแพร่กิจกรรม	โฆษณา การขาย, ค่าสมาชิก, กิจกรรมอื่นๆ	บริษัทธุรกิจเอกชน หรือเอกชนร่วมหุ้นไทย/ญี่ปุ่น	ชาวญี่ปุ่นในไทย, นักธุรกิจ, หัวหน้าครอบครัว
อิเลคโทรนิคส์,, TV	รายการจากสถานี NHK ทาง IBC9	ค่าสมาชิก	บริษัทเอกชน	ชาวญี่ปุ่นในไทย
วิทยุ	ข่าวจากสถานีวิทยุประเทศไทย	งบประมาณรัฐ	รัฐบาลไทย	ชาวญี่ปุ่นในญี่ปุ่น / ในไทย
VDO	รายการจากสถานีต่างๆในญี่ปุ่น	ค่าสมาชิก ค่าเช่า	บริษัทธุรกิจเอกชน	ชาวญี่ปุ่นในไทย เน้นกลุ่มแม่บ้านและครอบครัว

ตารางที่ 1 สื่อญี่ปุ่นในประเทศไทย

ตารางที่ 2 สื่อสิ่งพิมพ์ญี่ปุ่นในประเทศไทย

ที่	รายชื่อสื่อ	ประเภท	ผู้ผลิต	เจ้าของ / บรรณาธิการ	ขนาด	เนื้อหา	จุดเด่น / จุดขาย
1	นสพ.บางกอกชูโฮ	นสพ.รายสัปดาห์	บ.บางกอกชูโฮ จก.	Mr.Hikaru Kerns	Broad sheet	คุณภาพ, ข่าวทั่วไป, บทความ, สังคม, ศิลปวัฒนธรรม, บริการ	ที่พิมพ์จำหน่ายนาน 22 ปี (2540), เนื้อหาเกี่ยวกับสังคมไทย, ได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่าน
2	นสพ.สยามนิสเนส นิวส์	นสพ.ราย 3 วัน	บ.สยามธุรกิจ และการตลาด	สมนึก วิทยารังสรรค์	Broad sheet	คุณภาพ, เศรษฐกิจ, ธุรกิจ ข้าราชการ, บริการ	เน้นเนื้อหาข่าวและประกาศของทางราชการ
3	หนังสือข่าวนิวส์เน็ตเอเชีย	รายวัน	บ.นิวส์เน็ตเอเชีย (ไทย)จก.		A-4	หนังสือข่าวในประเทศ/ต่างประเทศ โดยบริษัทระหว่างประเทศในเอเชีย	ระบบ Paperless ทันสมัยรวดเร็วที่สุด / มีข่าวจาก Newsnet จากต่างประเทศ / เน้นข่าวอุตสาหกรรม และยานยนตร์
4	หนังสือข่าวกรุงเทพเจอนัล	รายวัน	Mr.Nagashima		A-4	หนังสือข่าวในประเทศ แปลจาก Clipping นสพ.	สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ
5	หนังสือข่าวจิจิเพรส	รายวัน (เช้า/บ่าย)	ฝ่ายข่าวในประเทศ	สำนักข่าวจิจิเพรส	A-4	หนังสือข่าวในประเทศ/ต่างประเทศ โดยสำนักข่าวระดับชาติ	เสนอข่าวรวดเร็วกว่าสื่ออื่น มีหน้าข่าวเกี่ยวกับเมืองไทยซึ่งเป็นสื่อกลางความเคลื่อนไหวของสังคมชาวญี่ปุ่นในไทย มีความน่าเชื่อถือสูงเพราะเป็นสำนักข่าวระดับชาติ
6	วารสารกรุงเทพ	วารสารรายเดือน	สมาคมญี่ปุ่นในประเทศไทย (ฝ่ายวารสาร)		A-4	นิตยสารสมาคม (Association Magazine)	เป็นสื่อระหว่างชาวญี่ปุ่นในไทยโดยรายงานข่าวสารต่าง ๆ กิจกรรมของสมาชิกและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคมศิลป วัฒนธรรมไทย
7	หนังสือพิมพ์ Web	นสพ.รายสัปดาห์	บ.คอมเซส ประเทศไทย จก.	บ.คอมเซส /Kaigai Kigyo Service.	Tabloid	นสพ.เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิง และแจ้งราคาข่าวสินค้า	มีเนื้อหาหลากหลายน่าอ่านโดยเฉพาะข่าวธุรกิจบันเทิง, การท่องเที่ยว, พักผ่อน, ให้ฟรี
8	หนังสือพิมพ์ Voice Mail	นสพ.รายสัปดาห์	บ.เชียร่า ประเทศไทย จก.		Tabloid	นสพ.เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิง และแจ้งราคาข่าวสินค้า	เป็นสื่อโฆษณาธุรกิจบันเทิงและ ท่องเที่ยวโดยตรง, แจกฟรี
9	Super Guide	นสพ.รายเดือน	-	-	8 1/2"x11"	นสพ.เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิง และแจ้งราคาข่าวสินค้า	เป็นสื่อโฆษณาธุรกิจบันเทิงและ ท่องเที่ยวโดยตรง, แจกฟรี
10	Bangkok Monthly Guide	นสพ.รายเดือน	Bangkok Leisure service Co.;Ltd.		Sunday Supplement	นสพ.เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิง และแจ้งราคาข่าวสินค้า	เป็นสื่อโฆษณาธุรกิจบันเทิงและ ท่องเที่ยวโดยตรง, แจกฟรี
11	นิตยสารมารูโกะโทะ ส่องฟากฟ้าเมืองไทย	นิตยสารราย 2 เดือน	บ.เซอิอูน	Mr.Jun Maruyama	A-4	นิตยสารภาพ (Picture Magazine) เพื่อการท่องเที่ยว	ให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวและบันเทิง เน้นการเสนอภาพถ่ายจากแหล่งท่องเที่ยวเน้นการประชาสัมพันธ์ ไม่สนับสนุนเพศพาณิชย์

สื่อมวลชน

หนังสือพิมพ์บางกอกซูโฮ

เริ่มต้นจากหนังสือข่าวภายในกลุ่มชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยกลุ่มหนึ่ง เมื่อปี 2518 ผู้ริเริ่มคือสุภาพสตรีชาวญี่ปุ่น มิโดริ ยามาโมโต้ และสามีซึ่งเคยเป็นผู้รับผิดชอบการผลิตนิตยสารภาษาไทยของสถานทูตญี่ปุ่นมาก่อนจะลาออกมาประกอบกิจการโรงพิมพ์ส่วนตัว

ในช่วงแรก เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับศิลปะและข่าวในประเทศทั่วๆไป เช่น บทกวีโดยนักเขียนสมัครเล่น ร้อยกรองที่แปลจากเพลง" เมด อิน ไทยแลนด์ "ของวงคาราบาว แนะนำตำราอาหารไทย ฯลฯ โดยใช้ชื่อว่า "ชิวกัง บางกอก" หรือนสพ.บางกอก เมื่อเริ่มก่อตั้งมีพนักงาน ๕ คน

ต่อมาเมื่อเศรษฐกิจไทยเริ่มตื่นตัว มีการลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น ชาวญี่ปุ่นจำนวนมากได้เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยเพื่อประกอบธุรกิจ เนื่องจากต้องพักอาศัยอยู่นานพอสมควร ทำให้เกิดความสนใจในสังคมไทยที่แวดล้อมอยู่

ช่วงนี้เองบางกอกซูโฮได้ยกระดับจากหนังสือข่าวกลุ่มย่อยๆ มาเป็นสื่อระดับชุมชน และเปลี่ยนรูปแบบ เนื้อหา รวมทั้งเปลี่ยนมาใช้หัวหนังสือใหม่จาก ชิวกัง บางกอก มาเป็นบางกอก ซูโฮ ซึ่งหมายความถึง "กรุงเทพ รายสัปดาห์" ผู้อ่านต่างให้ความนิยมหน้าศิลปวัฒนธรรมและหน้าสังคมเป็นพิเศษจึงช่วยให้กิจการนสพ.ดำเนินไปโดยมีการพัฒนาเรื่อยมาจนเป็นหนังสือพิมพ์เต็มรูปแบบ ขนาดแทบลอยด์จำนวน 12 หน้า ในปี 2530

1996年9月13日～19日号

レンタルビデオ案内
宅配料金無料
月極め料金
毎日1本…1180バーツ
毎日2本…1950バーツ
毎次交換料金
貸出期間＝3泊4日
料金＝14-60バーツ
日泰ビデオ株式会社
TEL 256-6328, 6745
256-6878, 6871
FAX 256-6872

バンコク週報

1部60B 1996年9月13日 716号 BANGKOK SHUHO
9th Floor, Sivadon Building, 1 Convent Road, Silom, Bangkok 10500 Tel: 237-8024-9, 233-4148, 235-4221, 237-8021 Fax: 237-1287, 237-8020

KLOSTER BIER
HAPPINESS YOU CAN DRINK

タイ株式市場

救済ブレーキ効かず、再急落

日の出産業の資金調達に障害に恐れも

タイの株価が再び急落した。輸出不振、経常収支の悪化、政情不安など経済悪要因から「売り切り売り」の嵐が広がっていたところに、三日、米国の格付け機関ムーディーズがタイの債務の格付けを検討、投資家の動揺が収まらない要因だけの上昇、タイ株式市場は前週末比で55ポイント安の一、〇〇〇ポイントを割り込んだ。（水谷 祥 記者）

九三年十月から急上昇を続けたタイの株価は、九四年半ばに、SETインデックスで一、〇〇〇ポイントを割り込むまで落ちるとの見方は少なかった。

株価の水準を測る指標として、株価収益率（PER＝株価／一株当たりの税引き後利益）がある。ジャーディン・フレーミング証券のアーチャラーチャシーマー・パンよると、バンルー段階が最生した時七月に全セクター平均二二・一倍だったPERは九月初めで一六・七倍（一週間前）まで低下。セクター毎では電子（八・二倍）、電機（八・四倍）、証券（一〇・二倍）、銀行（一〇・九倍）、自動車・部品（一一・〇倍）などが投入って低くなっている。

タイ経済は、斜陽化の著しい衣類や食品などの労働集約的産業から、より付加価値の高い知識・知恵集約的産業へと転換している。ところが、SETインデックスに採用されている株式は依然として繊維、食品などの比重が高いままだ。

また、企業の資金調達がうまくいかないとなれば、タイ産業の構造転換も遅まる。株式市場以上に株式発行企業、ひいては九九六年利益予想値）までの水準に

ในปี 2529 ผู้ก่อตั้งได้ขายกิจการหนังสือพิมพ์บางกอกชูโฮให้แก่ Mr.Hikaru Tsuruoka Kerns ผู้อำนวยการคนปัจจุบันร่วมกับหุ้นส่วนโดยยังให้คำปรึกษาและมีบทบาทในการผลิตเนื้อหาอยู่อีกระยะหนึ่ง ก่อนจะถอนตัวไปประกอบกิจการสำนักพิมพ์ส่วนตัว คือ Creative Green Studio Co.Ltd.

หนังสือพิมพ์บางกอกชูโฮขยายขนาดและเพิ่มจำนวนหน้าขึ้นตามความต้องการของผู้อ่าน จนเป็นหนังสือพิมพ์ขนาด broadsheet ความหนา 24-28 หน้า ในปี 2535 เนื้อหาจัดเป็นหนังสือพิมพ์แบบผสม เน้นรายงานข่าวธุรกิจและการลงทุนในประเทศไทย อินโดจีนและพม่า ข่าวการเมือง ข่าวในประเทศทั่วไป ข่าวสังคม ศิลปวัฒนธรรม เศรษฐกิจ บทความ เนื้อที่โฆษณารวมทั้งข่าวบริการต่างๆ

ขณะนี้บางกอกชูโฮจดทะเบียนประกอบการเป็นบริษัทบางกอก ชูโฮจำกัด ผลิตหนังสือพิมพ์บางกอกชูโฮตีพิมพ์จำหน่ายเป็นรายสัปดาห์ วางตลาดทุกวันศุกร์ ยอดตีพิมพ์ประมาณสัปดาห์ละ 10,000 ฉบับ มีพนักงานฝ่ายต่างๆและผู้สื่อข่าว นักเขียนประจำชาวญี่ปุ่น รวมประมาณ 40 คน ปัจจุบันหนังสือพิมพ์บางกอกชูโฮมีเครื่องเรียงพิมพ์ภาษาไทย อังกฤษ ญี่ปุ่นที่ใช้ระบบเรียงพิมพ์ด้วยแสง ๑ เครื่อง ใช้ในการผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นหลัก นอกจากนี้ การทำงานของกองบรรณาธิการยังใช้เครื่องเวิร์ด โปรเซสเซอร์ภาษาญี่ปุ่นที่เรียกว่า "วาโป" ผลิตงานทั้งหมด โดยผู้สื่อข่าวจะเขียนข่าวหรือบทความด้วยเครื่องวาโปแล้วตรวจแก้/จัดต้นฉบับในเครื่องแล้วพิมพ์ ออกมาเป็นต้นฉบับพิมพ์ที่เรียบร้อยสวยงาม สามารถนำไปใช้ใน Layout ได้ทันที ขณะนี้ มีประมาณ 10 เครื่อง

ส่วนใหญ่หนังสือพิมพ์บางกอกชูโฮจะจำหน่ายอยู่ภายในเขตกรุงเทพมหานคร ย่านสุขุมวิทและสีลม เพราะผู้อ่านส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในบริเวณนี้ อย่างไรก็ตามยังคงมีปัญหาบ้างในการใช้วิธีการจัดจำหน่ายถึงผู้รับโดยตรง (พนักงานเอกสารและส่งไปรษณีย์)

ปัญหาใหญ่ของบางกอกชูโฮขณะนี้คือไม่มีบุคลากรมารองรับงาน นักข่าวชาวญี่ปุ่นมักไม่มีประสบการณ์การทำงานสื่อสารมวลชนมาก่อน และมักจะขาดความรู้ภาษา

ไทย อัตราการเข้าออกสูงมากเพราะผู้ที่มีความรู้ความสามารถมักจะมีโอกาสได้ทำงานกับองค์กรขนาดใหญ่ที่ให้ผลตอบแทนสูง

บางกอกซูโฮมีกลยุทธและใช้วิธีการต่างๆเข้าช่วยในการทำตลาดและโฆษณา จึงประสบความสำเร็จพอสมควรในปัจจุบันเมื่อพิจารณาจากการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของกิจการ ผู้อ่านบางกอกซูโฮแม้จะอยู่ในวงจำกัด แต่ก็มีกำลังซื้อสูงมาก และจัดว่ามีฐานะทางสังคมสูง เนื่องจากเป็นนักธุรกิจหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ในระดับผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร จนถึงประธานบริษัท บุคคลเหล่านี้ย่อมมีอำนาจในการตัดสินใจที่มีผลกระทบต่อกิจการของบริษัทของตนที่ประกอบธุรกิจกับคนไทย มีลูกจ้าง พนักงานเป็นคนไทยไม่โดยทางตรงก็ทางอ้อม ตลาดของบางกอกซูโฮคงไม่มีโอกาสขยายตัวออกไปมากนัก แต่เป็นตลาดที่เอื้ออำนวยต่อการใช้คุณสมบัติพิเศษของตลาดรองรับการขยายธุรกิจสู่ธุรกิจประเภทอื่นในตลาดนี้ (Diversify) ต่อไป

ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าในบรรดาสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์บางกอกซูโฮมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานถึงยี่สิบปีนับแต่เกิดขึ้นภายในชุมชนด้วยความต้องการของชาวญี่ปุ่นในเมืองไทย ปัจจุบันนอกจากจะเป็นหนังสือพิมพ์ญี่ปุ่นที่เก่าแก่ที่สุดในเมืองไทย ยังจัดว่าเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นที่ก่อตั้งมาได้ยาวนานที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ องค์กรมีความมั่นคง เนื่องจากมีโครงสร้างและระบบต่างๆที่ดำเนินมาอย่างราบรื่นในระดับหนึ่ง รูปแบบและเนื้อหาจัดเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน

การดำรงอยู่ของบางกอกซูโฮจึงเป็นการพิสูจน์ว่าเป็นสื่อที่ทุกฝ่ายยอมรับ มีบทบาทหน้าที่รับใช้สังคมด้วยดี และน่าจะจัดได้ว่า เป็นสื่อญี่ปุ่นที่มีความสำคัญที่สุดในประเทศไทย

หนังสือพิมพ์ สยามบิสเนสนิวส์

หนังสือพิมพ์สยามบิสเนสนิวส์ เป็นหนังสือพิมพ์ที่ก่อตั้งขึ้นในปี 1987-1988 โดยนักธุรกิจการพิมพ์ชาวไทยคือคุณสมนึก วิทยารังสรรค์ เนื่องจากมีกิจการโรงพิมพ์ขนาดใหญ่ รับพิมพ์งานต่างๆ และมีเพื่อนฝูงเป็นชาวญี่ปุ่นให้คำแนะนำว่าในช่วงนั้น มีนักธุรกิจญี่ปุ่นหลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทยอย่างมาก โดยยังขาดความรู้ความเข้าใจในการทำงานนอกประเทศ น่าจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทั้งที่เป็นข่าวต่างๆและข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบธุรกิจในรูปแบบบริษัทขนาดเล็กซึ่งไม่มีความสามารถในการหาข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นดีเท่าผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีเงินทุนและทรัพยากรบุคคลในการแสวงหาข่าวสารพร้อม จึงเริ่มทดลองตลาดประมาณ 6 เดือน โดยมีนักข่าวไทย1 คน ญี่ปุ่น 1 คน ผลิตหนังสือข่าวเพื่อกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นนโยบายการให้ข่าวสารเพื่อช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจสังคมไทยและเศรษฐกิจไทยได้ดี โดยเฉพาะในแง่ของโครงสร้างสำคัญๆ อาทิเช่น ระบบกฎหมาย และสถาบันต่างๆ

กลุ่มเป้าหมายของสยามบิสเนสนิวส์ แต่ต้นจนปัจจุบัน คือสมาชิกบอกรับหนังสือพิมพ์ในรูปบริษัท นอกจากนี้คือนักธุรกิจ จำนวนพิมพ์สูงสุดแต่ละฉบับขณะนี้ คือ 15,000 ฉบับ แต่แรกเริ่ม เคยพิมพ์ยอดต่ำสุดเพียง 500 ฉบับเท่านั้น

ปัจจุบัน ราคาจำหน่ายปลีกของสยามบิสเนสนิวส์ ฉบับละ 100 บาท ค่าสมาชิกมีหลายราคา ขึ้นกับระยะเวลาที่บอกรับ ซึ่งต่างกันไปตั้งแต่ 3 เดือนถึง 1 ปี

บุคลากรในกองบรรณาธิการ มีทั้งสิ้น 10 คน ไม่นับรวมบรรณาธิการ นักข่าวไทยจะเป็นผู้หาข้อมูล ทำข่าว เขียนข่าว 7 คน และพนักงานชาวญี่ปุ่นจะทำงานแปลอีก 3 คน พนักงานส่วนใหญ่ในกองบก.จะเป็นผู้มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี การหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานจัดว่าสูง เนื่องจากช่วง 8 ปี นี้ มีผู้ลาออกและสมัครเข้าทำงานใหม่ราว 20 คน อย่างไรก็ตามพนักงานที่มีอายุการทำงานนานที่สุดคือนักข่าวไทยคนหนึ่ง ทำงานมานาน 6 ปี และบรรณาธิการเองก็ทำหน้าที่มาแต่แรกเริ่ม

サイアム・ビジネス・ニュース
SIAM BUSINESS NEWS
FRIDAY
1996年6月14日～16日[金曜]号 VOL.8 NO.915
SBP 発行：サイアム・ビジネス・パブリッシング(株) 週3回発行（月・水・金） 100 B
81 MOO 6 ,SOI ONNUT 44, SUKHUMVIT 77, SUANLUANG, BANGKOK 10250 TEL.741-1900 FAX : 741-1930

タイの人間国宝（第八七回）
ソムシアン・パーントーン
【芸能部門／作曲・歌唱】

「ルークトゥン」とはタイの歌謡曲の一分野であり、その名前のごとく、タイ人口の大部分を占める農民の日常生活から恋愛、貧困、遊戯など様々な分野の題材を得て作曲されるもので、大半は牧歌的なタイの農村に相応しい、のんびりとしたリズムが特徴となっている。昨今は地方都市などでもカラオケスナックなどは隆盛を極めており、「カラオケ」はタイ語と化した観さえあるが、こうしたカラオケスナックでも人々がマイクを握って歌う歌の多くはこの「ルークトゥン」である。

今回紹介するソムシアン・パーントーン氏は、別名チャーイ・ムアンシンと言えば、「ルークトゥン（野良の子）」歌謡を愛するタイ国民ならば誰でもが知っている存在である。その歌声と歌唱スタイルは他に比類ない特徴を醸し出し、現在までに手掛けた曲は一〇〇〇曲をくだらないと言われる。そしてそのいずれもが国民に愛される名曲として現在も歌い継がれている。またシントーン・シーサイ、ドゥアンチャイ・ムアンシンなど彼に教えを請い、現在のルークトゥン歌手としての地位を築き上げた歌手も少なくない。そんな彼の半生を紹介しよう。

ソムシアン・パーントーン氏、別名チャーイ・ムアンシン氏は一九三九年一〇月二四日、シンブリ県ムアン郡に生まれた。五人兄妹という大家族で生まれた彼は、小学校を地元のワットフアワオ小学校で卒業し、その後高校までをシンブリ県内の名門校と呼ばれるラートシリウィタヤー中学校、シンハワタナバー高等学校で過ごした。一九五七年、一八歳でバンコクに出、ポ・チャーン芸術学校に入学。この時から芸術家としての彼の人生がスタートするのである。

一九六一年同校を卒業した彼は、モンコン・アマタヤクン氏が団長だった楽団チュラーラットの専属歌手となり、この頃からルークトゥン歌手としての才能を発揮し始める。一九六八年八月九日、生涯初めて自分の楽団であるカオプラユック楽団を設立。作曲、歌唱の両面で遺憾なく才能を発揮した彼は、同楽団をタイ国民に当時最も人気がある楽団の一つに育て上げた。

しかし一九八二年以降は事情あって、田舎に戻り芸能活動を一時停止している。農業に携わる傍ら、各地の祭やレストランなどでの臨時の仕事以外にはその歌声を聴く機会は滅多になくなった。

しかし人々は彼を決して忘れはしなかった。一九八九年九月一六日、「タイ・ルークトゥンの半世紀」と名付けられた記念行事で、彼は最優秀曲二曲の作曲と歌唱部門で表彰され、シリントン王女殿下より賞を授与する栄誉に輝いたのである。「幼子の父（ポー・ルークオン）」、「国民よ功徳を積もう（タムブン・ルアムチャート）」という二曲がこの時の受賞曲である。ルークトゥンの半世紀を記念するに相応しい人物が表彰されたと言えるだろう。

二年後の一九九一年七月七日には再び「タイ・ルークトゥンの半世紀」祭で「誰の娘だろう（ルークサオ・クライ・ノー）」という彼の曲が最優秀曲に選出されている。この一度の受賞を契機に、彼の音楽家としての活動が本格的に再開され、この時期彼が吹き込んだレコードも多数発売されている。

さらに一九九一年には国家文化委員会によって彼に文化功労賞が授与された。

彼の作曲や歌唱における秀でた能力は国民に根強い人気を維持し続けているが、それ以上に彼が人々に賞賛されるのは歌を通じて社会に貢献しようとし続けてきた芸術家としてのその姿勢であろう。とりわけ自分の楽団を率いていた時代には、タイ全土から仕事もなく貧困に苦しんでいた家庭の子供たちを連れて来ては ルークトゥンの歌唱法を教え込み、舞台に立たせるなどして彼らの生活の糧を生み出したこともある。芸術を通じて雇用機会を創出するという、非常に奇抜でかつ効果的な社会救済の方法を彼は実行してきたのである。

私生活では二度の結婚を経験し、全部で六人の子供をもうけた彼だが、生活様式自体は質素で目上の人を重んじる謙虚な人柄で知られる。酒、煙草はもとより博打などにも興味なく、慈悲深い人格者として、彼は周囲の尊敬を集めている。

「歌手は歌をもって社会に貢献するのが義務」とする彼は、あらゆる行事に歌手としての立場に参加し、歌声を披露してきた。タイの伝統文化の一つとしてのルークトゥン歌謡やその他の分野の伝統歌謡曲の保護といって小さいものではないだろう。彼の創造性溢れる作品群とその歌声は確かに伝統的な歌謡曲の王道を行くものだ。タイの国民的財産としてのこれら歌謡の数々は、国家文化委員会によって人間国宝に認定されたのは一九九五年一一月八日のことである。

彼がそうした業績を評価され、ことはないだろう。

ベストセラー
IN BANGKOK

①脳内革命
春山 茂雄 （サンマーク出版）

②超勉強法
野口 悠紀雄 （講談社）

③パソコン超仕事法
野口 悠紀雄 （講談社）

④幸せの記憶
ダニエル・スティール （アカデミー出版）

⑤日本の盲点
竹村 健一 （太陽企画出版）

（6月6日～12日／バンコク紀伊國屋書店）

ワン・コンベントロード
カリフォルニア料理

レストラン
RESTAURANT

カリフォルニアっていうのは行ったことはないから偉そうなことは言えないが、太陽燦々、青い海で、決して田舎ではない、一つのアメリカの象徴のような感じがするのですが、どうでしょうか。当然人も集まるわけで、流通は都会のそれだからなんでもある。食べる処にかけては、かなり自信があるというような印象を、日本であったカリフォルニア出身のアメリカ人から受けた。その人、大の日本晶屓でお寿司が大好物。いかにカリフォルニアといえども、日本のそれにはかなうべくもないと思っていたが、なんのカリフォルニアはとにかく米が美味しい。魚も豊富。何といってもアボカドがリーズナブル。日本の高いばっかりの店は負けてしまう。寿司一つとってもそうだから、他の料理も推して知るべし。かなりのレベルということだ。

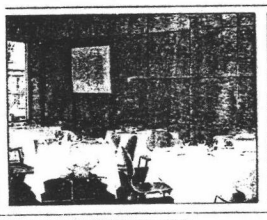
ここシーロムのコンベント通り。外国人の多く集まる店がちらほらある。バンコクのヤングエグゼクティブの集合場所でもある。

本日の店はシーロムからソイを入って、すぐ左側。入口はあっさりとガラスとコンクリートの組み合わせ。知らずに通り過ぎるほどさりげない。ギャラリーの風情だからだ。中も明るい。高い天井、白っぽいコンクリートに壁、椅子、テーブルの類いは全て白木。一番奥にソファー席があって、これだけがロイヤルブルー。すごくお洒落なアクセントで、店全体が一枚の絵に納まりそうだ。このモノトーンが妙に落ち着く。オーナーは建築家でありました。

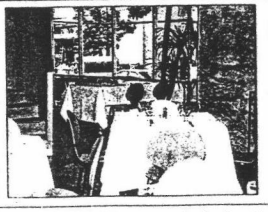
カリフォルニアにある店をイメージして、明るくお洒落に大人の店にしたいという。料理も「らしさ」に気を遣い、リーズナブルで美味しいと、三拍子揃える努力を惜しまない。これまた頃合の値段のカリフォルニアワインをいただきながら、お料理を待つ。

Black San Francisco Mussels in Hot Tomato Sause
二二〇B

サンフランシスコからの直輸入ムール貝。タイのそれとはコクも全然違う。プリンと新鮮だ。トマトベースに少しチリを入れたピリ辛いソースが食欲を



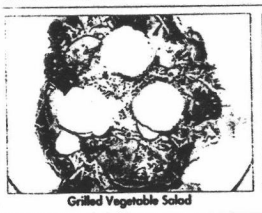
Lamb Rump with Roasted Potatoes Jalapeno Preserve



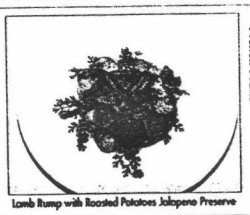
Grilled Vegetable Salad
一五〇B

焼いたピメント（あまとうがらし…肉厚のピーマンと思ってください）はほのかに甘みが増して、香りもほどよく美味しい。赤や黄色のピメントと下敷きのグリーン野菜。カリッと揚げたフランスパンの角切り。決め手は山羊のチーズ。山羊の乳から作ったチーズは独特の風味と凝縮されたコクがチーズファンにはこたえられないもの。ここでのドレッシングは酢とオイルだけで十分。彩り、味、香りの調和のとれた逸品。ごく単純な組み合わせが意外な深みを見せると、本当に嬉しくなります。

ピメント、チーズはやはり輸入もの。



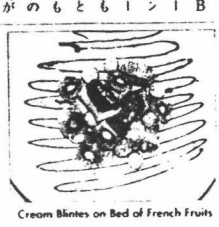
Grilled Vegetable Salad



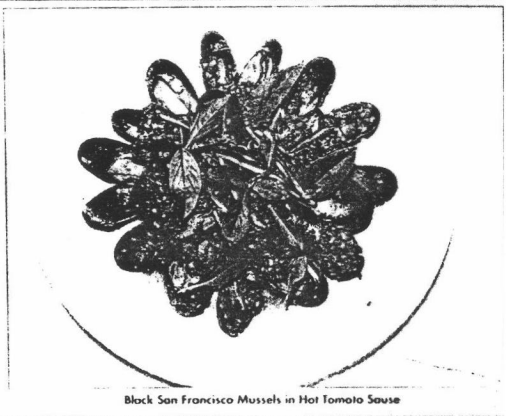
Lamb Rump with Roasted Potatoes Jalapeno Preserve

デザート。
Cream Blintes on Bed of French Fruits
二八〇B

オーストラリアまたはニュージーランドから来るラムのランプ…お尻のお肉。ジューシーかつ柔らかい。いやな臭みもまったくない。子はどうも…と言っていた我タイ人スタッフもパクパクやっている。ラムのソースはミントソースと相場が決まっているが、ここでは酢漬のハラペーニョという唐辛子を使う。これがまたピリッと締まって美味しい。



Cream Blintes on Bed of French Fruits



Black San Francisco Mussels in Hot Tomato Sause

【ONE COVENT ROAD】
1/1 CONVENT ROAD, SILOM, BANGKOK
（シーロム通りソイ1とソイ3の間のコンベント通り）
営業時間／11時30分～14時
18時～22時
金・土は23時まで
☎266・7162

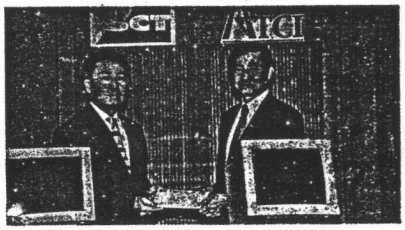
ภาพที่ 2 หนังสือพิมพ์สยามบิสเนสนิวส์

ペトロ・ベトナム97

ベトナム国営石油ガス会社ペトロベトナム（グエン・ヒエップ副総裁〔右から2人目〕）は見本市運営のリード・トレーデクス社（ブリチャー・サナンワタナノン社長〔右端〕）と共に天然資源探査・発掘・生産に関する技術見本市"第3回ペトロ・ベトナム97"を来年3月、ホーチミン市の国際見本市・会議センターにおいて開催することを発表した。

マニュファクチャリング・テクノロジー・タイランド96

6月13日、シリキット国立会議センターにおいて工業技術見本市"マニュファクチャリング・テクノロジー・タイランド96"ならびに繊維衣料関係の見本市"ガーメント・マシナリー、ファブリック&アクセサリー、テキスタイル・マシナリー96"が開催され、開会式にはチャイワット・シンスウォン工業相が出席した。



SCTコンピュータ

SCTコンピュータ（ヤンヨン・ソンティマート社長〔写真左〕）は地方教育機関のための情報技術普及プロジェクトのため、34台のコンピュータを同プロジェクトを主催するタイ情報技術連盟（マヌー・オラディドンチェート会長〔右〕）に寄付した。

インテル・マイクロエレクトロニクス

インテル・マイクロエレクトロニクス（タイランド）社（ドゥンヤラート・ラタナモンコン社長〔左〕）は先頃"インテル・ポップマテリアル・トレーニング"と題する技術セミナーをアマリ・ウォーターゲート・ホテルにおいて行った。

BUSINESS CIRCLE

「ビジネス・サークル」の頁では皆様からの情報をお待ちしています。新事務所の開設、事務所の移転、プレス発表、開印式、新製品の発表等
貴社のPRを無料で掲載いたしますのでご利用ください。　掲載ご希望の場合は写真にキャプションを添えて弊社までお送りください。　また、事前にご連絡くだされば取材に伺います。

パール・ビレッジ

チャワリット・ヨンチャイユット副首相は、先頃タイを訪れた中華人民共和国の朱鎔基副首相一行を歓迎するパーティーをプーケットのパール・ビレッジ・ホテルにおいて開催した。

オートパーツ&アクセサリー・フェア96

5月23～26日、シリキット国立会議センターでは自動車関連部品に関する見本市"タイランド・オートパーツ&アクセサリー・フェア96"が開催され、開会式には主賓としてモントリー・ダンバイプーン副商業相（写真左から2人目）が出席した。

トリアータブン・インダストリー

プラスチック製品メーカーのトリアータブン・インダストリー社は国王在位50周年を記念し、同社従業員による献血運動を実施した。

モナーク・リー・ガーデン

シーロム通りのモナーク・リー・ガーデン・ホテル内レストラン"パリ・ド・モナーク"では、先頃同ホテルのディーテル・ローウィ支配人主催の顧客謝恩パーティーが開催された。

ภาพที่ 3 ข่าวธุรกิจหนังสือพิมพ์สยามบิสเนสนิวส์

พนักงานญี่ปุ่นทุกคนมีครอบครัวอยู่ที่นี่ จึงมีความรู้ภาษาไทยระดับอ่านออกเขียนได้ และพูด-ฟังภาษาไทยได้อย่างคล่องแคล่ว อายุเฉลี่ยของกองบก.คือ 30 ปี อย่างไรก็ตามการบริหารงานของเจ้าของผู้ก่อตั้ง ทำให้สยามบิสเนส นิวส์ ไม่มีกองงานด้านอื่นเป็นของตัวเองอีกเลย เนื่องจากงานต่างๆ ถูกแยกไปผนวกเข้ากับกิจการหนังสือพิมพ์ พิมพ์ไทย ซึ่งถูกซื้อเข้ามาผนวกเป็นกิจการของโรงพิมพ์เดียวกันนี้เมื่อต้นปี 2538 ด้วย ทั้งงานด้านการจัดการ จัดจำหน่าย และงานบัญชี

อัตราค่าโฆษณา ตามที่กำหนดไว้จัดว่าเป็นราคาค่อนข้างต่ำ ส่วนใหญ่ ลูกค้าจะติดต่อเข้ามามากกว่าจะทำการตลาด เนื่องจากมีนโยบายในตอนแรกว่า จะไม่มีการลงพิมพ์โฆษณาเลย ทั้งการหาโฆษณาต้องลงทุนมาก สัดส่วนของโฆษณาต่อเนื้อหาในปัจจุบันเท่ากับ 20 : 80 เท่านั้น ลูกค้าส่วนใหญ่เชื่อว่าการลงโฆษณาจะช่วยเพิ่มยอดขายได้

ในด้านการพิมพ์ ปัจจุบันใช้การออกแบบจัดหน้าด้วยคอมพิวเตอร์ DTP การพิมพ์ใช้ระบบออฟเซ็ท 2 สี นับแต่แรกเริ่ม โดยให้โรงพิมพ์ SIAM BUSINESS & PRINTING จัดพิมพ์ให้ แต่ขณะนี้ ใช้โรงพิมพ์เดียวกับนสพ.พิมพ์ ไทย ซึ่งเป็นกิจการเดิมแต่จัดซื้อแท่นพิมพ์ใหม่ๆมาใช้เพิ่มเติมตามการขยายตัวของธุรกิจการพิมพ์

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานที่เป็นภาระหนักใจตลอดมา คือ การจัดส่ง ซึ่งต้องส่งสัปดาห์ละ 3 ครั้ง มีปัญหา มักจะได้รับคำตำหนิจากลูกค้าว่า หนังสือพิมพ์ไม่ถึงมือ

การถ่ายทอดข้อมูลจากภาษาไทยเป็นภาษาญี่ปุ่น ก็เป็นอีกปัญหาที่ต้องประสบโดยตลอดเนื่องจากเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจและสังคมส่วนใหญ่จะหนัก มีศัพท์เฉพาะด้าน ทำให้แปลยาก นอกจากนี้ โครงสร้างที่แตกต่างกันของภาษา ทำให้การทำงานข้ามภาษาลำบากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสยาม บิสเนสนิวส์แล้ว เห็นว่าหลังจากดำเนินกิจการมาได้นานถึง 9 ปี การบริหารงานของนสพ.ฉบับนี้ยังคงมีปัญหามาก ทั้งในด้าน

บุคลากรที่มีการเข้าออกสูง เนื้อหาของนสพ.เน้นแต่สาระที่หนัก ข้อมูลด้านบันเทิงหรือสนองความสนใจอื่นๆมีน้อย แม้แต่ภาพข่าวประกอบก็ไม่มี รูปแบบที่ใช้ไม่มีการจัดหน้าให้น่าอ่านหรือดึงดูดใจ และแทบไม่มีโฆษณาซึ่งที่มาของรายได้หลักของสื่อมวลชน แม้ว่าจะมีกลุ่มสมาชิกผู้อ่านประจำเป็นแหล่งรายได้ แต่ผู้อ่านส่วนใหญ่ก็เห็นว่า สยามบิสเนสนิวส์ยังต้องปรับปรุงอีกมาก

ในระยะต่อไปผู้ประกอบการคงจะต้องทบทวนการดำเนินการเพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง หรือปรับเปลี่ยนลักษณะต่างๆเพื่อให้เหมาะสมกับภาวะต่างๆในอนาคต

หนังสือข่าว นิวส์เน็ต เอเชีย (ไทย)

นิวส์เน็ต ไทยเป็นหนังสือข่าวที่ผลิตขึ้นเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารรายวันที่ใหม่ สด ทันเหตุการณ์ แก่สมาชิก แม้ว่านิวส์เน็ต ไทยเพิ่งจะเริ่มกิจการได้เพียง2 ปี ในขณะที่มีผู้ผลิตและให้บริการข่าวรายวันลักษณะนี้อยู่แล้ว เช่น กรุงเทพเจอร์นัล และสำนักข่าวจิจิเพรส แต่ก็มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นน่าสนใจเป็นพิเศษหลายประการรวมกัน ดังที่จะกล่าวต่อไป

นิวส์เน็ต เอเชีย ประเทศไทย ถือเป็นบริษัทลูก (affiliated company) ของบริษัทชื่อเดียวกันนี้ในฮ่องกง ซึ่งดำเนินการผลิตหนังสือข่าวธุรกิจรายวันในประเทศเอเชียรวมทั้งหมด 5 ประเทศ เจ้าของกิจการเป็นชาวญี่ปุ่นซึ่งมีธุรกิจในฮ่องกง และได้เล็งเห็นถึงความต้องการข้อมูลข่าวสารในหมู่นักธุรกิจญี่ปุ่น ซึ่งขยายการลงทุนไปยังฮ่องกงและจีนแผ่นดินใหญ่เมื่อประมาณ 5 ปีที่แล้ว จึงจัดตั้งบริษัทขึ้น ผลิตหนังสือข่าวโดยรวบรวมข่าวรายวันจากสื่อต่างๆที่เสนอข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวทางธุรกิจในท้องถิ่นมาสรุปสั้นๆ จัดส่งให้ลูกค้าที่บอกรับเป็นสมาชิก ซึ่งมักจะบอกรับเป็นรายเดือนในรูปบริษัท เน้นการใช้ระบบสื่อสารสมัยใหม่เข้าช่วยในการบริการทุกด้าน กิจการของนิวส์เน็ตเอเชียประสบความสำเร็จดีมาก จนสามารถจะขยายบริษัทออกไปยังประเทศอื่นที่มีการลงทุนของญี่ปุ่นอยู่สูงต่อไปอีก คือเปิดบริษัทดำเนินกิจการเหมือนกันและใช้โครงสร้างการผลิต

และจัดจำหน่ายเดียวกันในมาเลย์เซีย ไทย สิงคโปร์และฟิลิปปินส์ด้วย รวมทั้งมีสำนักงานในญี่ปุ่นเพื่อควบคุมดูแลการบริหารและการตลาดอีกส่วนหนึ่ง

นิวส์เน็ต เอเชีย จำกัด ประเทศไทย ก่อตั้งขึ้น โดยจดทะเบียนเป็นบริษัทไทย ในปี 2537 โดยเป็นกิจการร่วมหุ้นระหว่างนิวส์เน็ต เอเชียฮ่องกง และคุณปรีชา เทียมบุญประเสริฐ นักธุรกิจไทย กรรมการรองผู้จัดการนิคมอุตสาหกรรมบางปะกงซึ่งมีความคุ้นเคยและมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกันอยู่ นอกจากนี้ ผู้ถือหุ้นฝ่ายไทยยังมีกิจการเกี่ยวข้องกับธุรกิจญี่ปุ่นอื่นๆอยู่ด้วย เช่น กิจการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ นับว่าเป็นผู้มีความเข้าใจในสภาพความต้องการข่าวสารของนักลงทุนและนักธุรกิจญี่ปุ่นในประเทศไทยเป็นอย่างดี

ขณะนี้ บริษัทนิวส์เน็ต เอเชีย (ไทย) จำกัด ผลิตหนังสือข่าวรายวัน 12 หน้า กระดาษ A4 ส่งให้สมาชิกสัปดาห์ละ 5 วัน โดยจะรวมเล่มสรุปข่าวประจำวันทั้งในประเทศและสรุปข่าวจากนิวส์เน็ตเอเชียประเทศต่างๆออกส่งให้สมาชิกและวางจำหน่ายในร้านหนังสือญี่ปุ่นทั้งใน และนอกประเทศเป็นรายปักษ์อีกครั้ง นิวส์เน็ตเอเชียฉบับรวมเล่ม หนา 250 - 300 หน้า ส่วนของข่าวจากประเทศไทยจะมีเนื้อหาราว 30 หน้า

ปัจจุบันมีสมาชิกผู้รับบริการหนังสือข่าวรายวันจากนิวส์เน็ต ไทยรวม 300 กว่าราย ทั้งหมดเป็นบริษัทญี่ปุ่นที่มีกิจการในประเทศไทย บางบริษัทก็เป็นมีกิจการอยู่ในหลายประเทศและเป็นลูกค้าของนิวส์เน็ตเอเชียประเทศอื่นอยู่ด้วย

ระบบการผลิตทั้งหมดใช้การรวบรวมข่าวแล้วจัดรูปแบบในคอมพิวเตอร์ ทำต้นฉบับแล้วส่งให้ลูกค้าทาง FAX เกือบทั้งหมด มีเพียงส่วนน้อยที่ส่งด้วยไปรษณีย์ แล้วจากนั้นจะส่งต้นฉบับชุดเดียวกันไปให้บริษัทนิวส์เนตประเทศต่างๆ ทาง INTERNET ระบบนี้ บริษัทแม่เป็นผู้วาง และใช้เป็นมาตรฐานการทำงานของสำนักงานนิวส์เน็ต เอเชียทุกแห่งตลอดมา

亜細亜情報

月2回発行　編集発行元　株式会社ニュースネット・アジア

ニュースネットアジア縮刷版

アジア7ヵ所の支局から35名の編集員が精選した、日系企業に必要な政治・経済・社会記事を地域・日付毎に分類して掲載。総数900本。北京、上海、広州、香港、シンガポール、マレーシア、タイランド、フィリピンで週5回発行される【ニュースネットアジア紙】全記事を完全収録。

1996
8.16–31

■香港初の公式GNP成長率、94年は4.9%
■中国政府、台プラのBOT発電所から電力購入
■シンガポール、40年計画で未来型都市空間開発
■マ首相訪中でマ中事業契約複数成立
■タイ自動車販売数、3カ月連続で前年割れ
■フィリピン、今年の誘拐件数早くも100件突破

ภาพที่ 4 หนังสือข่าวนิวส์เน็ต

8月16日　第448号

Page 150~

- 中銀、労働集約型産業への融資奨励
- ホープウェル、電車システムの購入契約調印
- イタリアンタイ、来年4月に新社屋完成
- ビニタイ社、原料プラント稼働で業績好転か
- Apexペトロ、石化上流事業で日本企業と合弁交渉
- インペリアル・ホテル、全日空とマーケティング協力
- グラミーとセントラル、小売部門で提携
- タイに東南アジア最大の貨幣鋳造所
- カンヨン・エレクトリック、リストラと円安で収益拡大
- アジアセメント、南部にセメント工場建設
- コスモ石油、南部での小売網構築に15億バーツ
- バーンチャーク石油、上半期48%増益
- イスズ・ハジャイの頭金15%販売、幹部が事実否定
- プラナコンとGM、オートローン会社を設立
- 国際格付け機関、タイ・カーズ社に「AAA」
- ヨーグルト市場が急成長
- 冷凍食品市場、バンコクで沸騰
- 地域外国為替フォーラム、プーケットで開催へ
- バランタム党の政権離脱、様々な憶測が飛び交う

8月19日　第449号

Page 153~

- 大手2行、小口顧客への貸出金利引き下げ
- バンコク企業の財務諸表、6万件に脱税の疑い
- 証取委、証券会社への融資依存を投資家に警告
- 空売り、利益を得た時のみ課税へ
- 最低賃金引き上げ、娯楽・医療費への影響大
- ベンツ中古車販売センターがオープン、中級市場を開拓
- ニッサン・ディーゼル、タイをアセアン統括拠点に
- 環状道路南ルート建設、国道局がコンサルタント会社と調査契約
- 地下鉄建設業者選定、BCKTと第1回交渉
- 電話公団、テレコムアジアとPHS事業で契約
- サブミクロン・テクノロジーのウエーハ工場、来年完成
- 消費財のユニリーバー、「経済成長率の4倍の売上高達成を」
- セントラル=ロビンソン、持ち株会社「CRCホールディング」設立
- バランタム離脱でスコータイ精油所認可が微妙に
- 「ソニー・アベニュー」、来月19日開催
- TAT、国内ツアーを奨励
- タイ広告協会、新会長を選出
- チャオプラヤー河口のマングローブ、堤防の影響で瀕死
- チャイワット元工業相、1年間の貯金額4千バーツ

8月20日　第450号

Page 156~

- 今年7カ月の自動車販売台数、4.6%増の33万台
- 7月の自動車輸入台数1400台、日本車は155台に低迷
- 三菱「ランサー」新発売、45日間で1万台の販売目標
- ダンロップ、中級市場に参入
- クライスラー、チョンブリー県にショールーム新設
- EGAT、原子力発電所の実現に向け調査開始
- トラックターミナル建設、民間3社と建設契約調印
- 発電公団、タービン故障で三菱に賠償請求の構え
- 消費財大手のオーソトサパー、欧州の飲料品市場に照準
- ナコンタイ・スチール、熱延鋼コイル事業への外資獲得に期待
- 通信機器のオキ、プリンタ生産の拡大へ
- 中銀総裁「バーツ・レート維持には市場介入も辞さず」
- 中銀がバンコク商業銀行に再増資を通達
- 知的所有権問題、米国側が再調査へ
- 保険局、手数料比率の規定改正へ

8月21日　第451号

Page 159~

- 半導体のアルファテック、生産拡大に1千億バーツ
- アルファテック、保険免許の買収を計画
- レームチャバン拡張計画、港湾公団が収入分配免除を要請
- 石油公団のヤダナ・パイプライン、12月に着工か
- 上半期の石油輸入、715億バーツ
- サラブリー工業団地、投資恩典引き上げを要請
- ドンムアン・トールウェイ、IFCTの融資受け入れを拒否
- サイアム・タイヤとミシュラン、生産能力倍増を計画
- ヨントラキット、景気低迷でも販売好調
- 自動車保険、不正支払い請求が増加
- 経済安定委員会、不動産業界救済の第2弾打ち出す
- 株価救済基金、貸出金利で合意
- 「米国金利との決別」エコノミストが指摘
- カードの支払い遅延金利、来春から計算方法を統一
- タイ工業製品展示会、ジャカルタで来月末開催
- 西友1号店、来月末オープン
- サイアムパーク、英レジャー企業の出資獲得に失敗
- タイ工業連盟、新部会設立で機構改革
- ドリアン輸出倍増、5カ月で9億バーツ
- インドシナの保健衛生レベル向上、タイの主導に期待

8月22日　第452号

Page 162~

- 反ダンピング法、閣議承認
- タクシン前副首相、ソンブン副首相に「ダイムラー」贈呈
- 商品先物市場法、20日の閣議で承認
- リーボックとナイキ、シェアトップを巡る熱い闘い
- タイのマングローブ破壊、ワースト10入り
- カンヨン・エレクトリック、冷蔵庫生産に重点シフト
- CPとサハファーム、低価格食肉を提供
- グッド・チョイス・スーパー、2年内に10店舗
- ベトナムのホテル建設事業に1874万米ドルの協調融資
- ベトナムでの競技場建設、タイ政治家グループが参加
- 高速アユタヤ線建設、BECLが新会社設立
- 対インドシナ貿易額、昨年は500億バーツ
- 今年度のタバコ販売、470億本の見込み
- バンコク・エンターテイメント、ケーブル事業契約を破棄
- 地方150万電話回線、2カ月内に敷設完了の見込み
- バンコクの一流ホテル、一泊6450円が常識に
- 生涯学習局、地方都市にプラネタリウムを設置

8月23日　第453号

Page 164~

- サイアム・モーターズ、米企業と部品合弁生産
- ホンダ・ビックアップ、来月3日に新発売
- 新型「ランサー」、5日間で5千台受注
- エカラット・ダイヘン、変圧器の生産拡大へ
- サハウィリヤ、2工場のオープン式典開催
- ステンレス・スチール、新工場稼働で上場に弾み
- ビア・チャーン、金メダリスト・ソムラック選手を起用
- 国家経済社会開発委員会、幹部流出で弱体化
- 不動産業界救済策、財界の不興買う
- 国内商業銀行、インベストメント・バンキングに注目
- 株価10%シーリングの撤廃、証取委は時期尚早と判断
- 中銀副総裁のクレジットカード、ギャングが不正使用
- 銀行間金利、6%に急落
- 行政センター構想、首都圏4ケ所に建設か
- グラミーの上半期業績、28%の増収

ภาพที่ 5 หน้าแรกหนังสือข่าวนิวส์เน็ต

นอกจากนี้ รายชื่อของลูกค้าผู้บอกรับบริการข่าว ก็เป็นผลจากการหาลูกค้าของบริษัทแม่โดยตรงด้วย นิวส์เน็ต ไทยรับผิดชอบเฉพาะการผลิตหนังสือข่าวรายวันและบริการจัดส่งเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม นิวส์เน็ตเอเชียฮ่องกงเพิ่งจะตัดสินใจเมื่อไม่นานนี้ว่าจะใช้นิวส์เน็ตไทยเป็นฐานการผลิตหนังสือข่าวฉบับรวมเล่มรายปักษ์ เนื่องจากต้นทุนการผลิตในไทยต่ำกว่าที่เคยตีพิมพ์อยู่ในฮ่องกงมาก ผลงานที่ได้ทดลองก็มีความเรียบร้อยสวยงาม คาดว่าภายในปลายปี 2539 นิวส์เน็ตเอเชียไทยจะต้องรับผิดชอบการจัดพิมพ์ ซึ่งจะจ้างโรงพิมพ์มารับงานและเป็นศูนย์กลางจัดส่งหนังสือข่าวฉบับรวมเล่มรายปักษ์ ให้แก่สมาชิกในฮ่องกง มาเลเซีย สิงคโปร์และฟิลิปปินส์ รวมทั้งสิ้นกว่า 2,000 บริษัท

ผู้จัดการนิวส์ เน็ตไทยคือ Mr.Omotehara บรรณาธิการผู้รับผิดชอบเนื่อหานิวส์เน็ตไทยอีกคนที่จะกล่าวถึง คือ Mr.Yohei Okuse เป็น Cheif Editor เข้าทำงานกับที่นี่มา 1 ปี แต่เป็นคนเดียวในกองบรรณาธิการที่มีประสบการณ์ด้านงานสื่อสารมวลชนมาก่อน โดยเคยทำงานกับบริษัทสยามธุรกิจและการตลาด (ผู้ผลิตสยามบิสเนสนิวส์) นานหลายปี เป็นผู้รับผิดชอบนิตยสารท่องเที่ยวชื่อไทยแลนด์ โจโฮ (เลิกกิจการแล้ว)

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการผลิตหนังสือข่าวนิวส์เน็ตเอเชียของ Mr.Omotehara ได้แก่ การที่พนักงานกองบรรณาธิการยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมไทยอย่างลึกซึ้ง ทำให้การตัดสินใจเลือกประเด็นข่าว การสรุปความสำคัญ การเพิ่มเติมรายละเอียดของสรุปข่าวที่จะเสนอนั้นขาดความสมบูรณ์ จึงคิดว่าในอนาคตคงจะต้องหานักข่าวไทยที่มีความสามารถและมีประสบการณ์มาเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำแก่กองบรรณาธิการ

นอกจากนี้ การใช้ระบบ OFFICE AUTOMATION ร่วมกับการผลิตต้นฉบับและพิมพ์ด้วย COMPUTER แม้ว่าจะสะดวกรวดเร็วทันสมัยเป็นระบบในฝันของผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่ บางครั้งก็มีปัญหาที่ทำให้การผลิตต้องหยุดชะงักลง หรือล่าช้าไป เช่น

ไฟฟ้าดับ หรือการใช้ระบบสื่อสารโทรคมนาคม เช่น การส่ง FAX ให้แก่สมาชิก หรือส่งข่าวทาง INTERNET สื่อสารระหว่างบริษัทในประเทศต่างๆก็ขลุกขลักได้ง่ายๆหากเกิดโทรศัพท์เสียขึ้นมา หรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของ KSC INTERNET ช่องสัญญาณไม่ว่าง ปัญหาทางเทคนิคที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกเหล่านี้เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่พ้นในการใช้ระบบสมัยใหม่ที่พึ่งพาเทคโนโลยีมากและคงไม่มีทางแก้ในระยะอันใกล้

การผลิตเนื้อหาข่าวที่อาศัยแหล่งข่าวหนังสือพิมพ์เป็นหลักยังไม่น่าพอใจ แต่เนื่องจากทรัพยากรจำกัด การจะลงทุนหาข่าวเองจึงทำไม่ได้ อีกทั้งยังไม่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากนักจึงไม่มีความสัมพันธ์กับแหล่งข่าวกว้างขวาง คาดว่าเมื่อทำต่อไปอีกระยะหนึ่งจะปรับปรุงให้มีความพร้อมในการเปิดรับข่าวจากแหล่งข่าวหลายๆแห่ง และทำข่าวเองมากกว่าเดิม

ในอนาคต กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการคงจะเพิ่มขึ้นอีกแม้ว่าจะไม่มากมายนัก แต่ก็คาดว่าบริษัทญี่ปุ่นที่จะเข้ามาลงทุนประกอบการในไทยโดยเฉพาะต่างจังหวัดจะเพิ่มขึ้นตามกระแสการลงทุน ซึ่งยังคงต้องบริโภคข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจด้านธุรกิจอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับนิวส์เน็ตเอเชีย ผู้วิจัยเชื่อว่าแม้ นิวส์เน็ตเอเชียจะเป็นสื่อที่มีอายุน้อยที่สุดและใช้ทรัพยากรการผลิตน้อยมาก แต่มีโอกาสที่จะเติบโตแพร่หลายยิ่งขึ้นในระยะยาว เนื่องจากมีความพร้อมในทุกด้าน ทั้งด้านเงินทุน การจัดการ วัตถุดิบ แม้แต่บุคลากรซึ่งรับสมัครและส่งตรงมาจากญี่ปุ่น นอกจากนี้ด้วยการสนับสนุนและวางแผนที่ดีของบริษัทแม่ทำให้นิวส์เน็ตเอเชียไม่มีปัญหาด้านฐานลูกค้าและรายได้เช่นสื่ออื่นๆอีกด้วย จึงคาดว่าเมื่อปรับปรุงเนื้อหาให้ดีขึ้นแล้วนิวส์เน็ตเอเชียจะสามารถก้าวหน้าและพัฒนาขึ้นเรื่อยๆจนกระทั่งมีบทบาทสำคัญในการให้ข่าวสารแก่ชุมชนในอนาคตต่อไป

หนังสือข่าวกรุงเทพเจอร์นัล

ก่อตั้งโดย Mr.Nagashima อดีตนักน.ส.พ. ซึ่งเคยทำงานให้กับ น.ส.พ. ASAHI EVENING NEWS มาก่อนจะเข้าทำงานให้ UNICEF เมื่อย้ายมาอยู่ประเทศไทย Mr.Nagashima มีจุดประสงค์จะดำเนินกิจการบริการ Electronic News แต่เนื่องจากไม่พร้อมจึงผลิตได้เพียง Newsletter เรื่อยมา

กรุงเทพเจอร์นัล มีพนักงานกองบรรณาธิการทั้งสิ้น 4 คน วัตถุดิบใช้ข่าวจากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยแบ่งงานตามเนื้อหาข่าว เช่น Mr.Nagashima รับผิดชอบแปลข่าวการเมือง Murayama แปลข่าวเศรษฐกิจ โดยเริ่มงานประมาณ 10.00 น. และจะทำงานเสร็จประมาณเที่ยงโดยใช้การพิมพ์บทแปลลง "Vapo "แล้วจัดหน้าทำเพลทง่าย ๆ ด้วยวิธีตัดแปะ แล้วถ่ายเอกสาร เย็บรวมเล่มส่งให้กับลูกค้าโดยใช้พนักงานส่งเอกสารหรือ Fax ไป เนื้อหาของกรุงเทพเจอร์นัลจะมี 4 หน้า กระดาษพิมพ์หรือราว 10-15 หัวข้อเรื่อง และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ แทรกอยู่เป็นครั้งคราว

ปัจจุบันมีลูกค้าบอกรับกรุงเทพเจอร์นัลประมาณ 180 ราย ส่วนใหญ่เป็นบริษัทธุรกิจต่างๆ

แนวโน้มตลาดอาจดีขึ้นแต่กรุงเทพเจอร์นัลกลับมีลูกค้าน้อยลงเรื่อย ๆ นอกจากนี้ยังไม่มีการเติบโตที่น่าพอใจ อาจเนื่องเป็นกิจการซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของเจ้าของเพียงคนเดียว รับผิดชอบการบริหาร การจัดการ และการผลิต หากไม่มีความสามารถทางธุรกิจเท่าที่ควร จึงไม่ประสบความสำเร็จในด้านตลาดและรายได้

ผู้วิจัยเห็นว่าองค์กรหนังสือข่าวกรุงเทพเจอร์นัล มีลักษณะคล้ายกับสื่อขนาดเล็กชื่ออื่น ๆ อีกหลายอย่าง ซึ่งเป็นกิจการของเจ้าของคนเดียว ต้องต่อสู้ดิ้นรนในการทำงานหลายด้านที่ไม่ถนัด ขาดทรัพยากรที่จำเป็น และไม่สามารถจะระดมมาจากแหล่งอื่นได้เนื่องจากไม่มีหุ้นส่วนหรือพันธมิตรสนับสนุน ปัญหาและอุปสรรคที่นับวันจะมากขึ้นแต่จะกดดัน

สื่อญี่ปุ่นประเภทนี้ให้ค่อยๆ เสื่อมโทรมลง เช่น เดียวกับสื่อต่างๆ ที่ต้องทยอยปิดกิจการไปในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมา

วารสารกรุงเทพ

วารสารกรุงเทพเป็นนิตยสารสมาคม (Association Magazine) จัดทำขึ้นโดย Publishing Department ของสมาคมญี่ปุ่นในประเทศไทย ซึ่งก่อตั้งเมื่อปี 1914 เพื่อช่วยให้ชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยมีการรวมตัวกันและใช้ชีวิตในประเทศไทยอย่างเป็นสุข จึงมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย วารสารกรุงเทพกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างสมาชิก และมีความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับสมาคมอย่างลึกซึ้ง

ปัจจุบันวารสารมีอายุ 70 กว่าปี เป็นวารสารซึ่งมีคณะกรรมการฝ่ายจัดพิมพ์รับผิดชอบในการผลิต พิมพ์แจกจ่ายให้สมาชิกกว่า 7,000 คน เป็นประจำทุกเดือน นอกจากวารสารกรุงเทพแล้วสมาชิกจะได้รับรายชื่อสมาชิกประจำปีอีก 1 เล่ม ในตอนต้นปี ทุก ๆ ปี ผู้ดำเนินงานหนังสือนี้เป็นพนักงานของสมาคมญี่ปุ่น บรรณาธิการเป็นชาวญี่ปุ่นที่สมรสกับคนไทยและอยู่ในประเทศไทยมานานมาก มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการสมาคมด้วย

สมาคมจัดการบริหารสมาคมโดยแบ่งเป็นกลุ่มย่อยและชมรมต่าง ๆ ดำเนินงานโดยสมาชิกอาสาสมัครที่สนใจในด้านนั้น ๆ เช่น ร้องเพลง, ชงน้ำชา, การละคร, กีฬาต่าง ๆ เช่น กอล์ฟ เคนโด้ วอลเลย์บอล และมีกิจกรรมอื่น ๆ อีกหลากหลายมาก บทบาทของวารสารคือการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาคมและให้ความรู้ความเข้าใจต่อสังคมไทยในด้านต่าง ๆ บรรณาธิการมีหน้าที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารกิจกรรมสมาคมในรอบเดือนเช่น ภาพถ่าย, ข่าว รวมทั้งติดตามหรือเสาะหาข้อเขียน จากนักเขียนทั้งอาชีพและสมัครเล่นมาลงพิมพ์ เนื้อหาจัดว่าเป็นสาระที่น่าสนใจทั่วไป (General interest) รวมกับข่าวกิจกรรมสมาคม, กิจกรรมสมาชิก, รายงานประจำเดือนของสมาคม และองค์กรเกี่ยวข้องกับญี่ปุ่น เช่น สมาคมนักเรียนเก่านานาชาติ (ชาวญี่ปุ่นที่เคยไปศึกษาต่อต่างประเทศ)

ภาพที่ 6 วารสารกรุงเทพ

รูปแบบปัจจุบันเป็นนิตยสารขนาด 60-80 หน้า ปก 4 สี ส่วนใหญ่เป็นภาพวาด ซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิตชาวญี่ปุ่นในสังคมไทย เช่น ฤดูร้อนในกรุงเทพฯ หรือมีบรรยากาศไทย ๆ เช่นอาหาร, ผลไม้, ดอกไม้ไทย ฯลฯ มีภาพวาดประกอบบทความต่าง ๆ ทั้งภาพวาดแบบสมจริงและแบบการ์ตูน

นับแต่เริ่มก่อตั้ง วารสารกรุงเทพไม่เคยหยุดพิมพ์เลย เพราะไม่มีปัญหาใดๆในทุกด้าน

แหล่งเงินทุนของวารสารกรุงเทพคือค่าสมาชิก และมีค่าโฆษณาจากผู้อุปถัมภ์ วารสารเล็ก ๆ น้อย ๆ หน้าโฆษณาในวารสารไม่มี แต่มีโฆษณาแทรกหน้าเล็ก ๆ ประมาณ 6-10 ชิ้น / เล่ม ผู้ให้การสนับสนุนส่วนใหญ่เป็นกิจการธุรกิจของสมาชิกเอง หรือบริษัทห้างร้านใหญ่ ๆ เช่น บ.ไทยบุนโด, Berlitz เป็นต้น

นักเขียนของวารสารกรุงเทพส่วนใหญ่เป็นสมาชิก ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ มีอาชีพด้านสื่อสารมวลชนอยู่แล้ว หรือเป็นนักเขียนสมัครเล่น สิ่งเดียวที่ บ.ก. ระมัดระวังคือไม่เสนอเนื้อหาที่ขัดแย้งกับนโยบายรัฐบาลเด็ดขาด เพื่อรักษาความเป็นกลางและไม่เกี่ยวข้องกับการเมืองภายในประเทศไทย

ข่าวและภาพกิจกรรมสมาคมส่วนใหญ่จะตีพิมพ์อยู่ในหลังปกหน้า / หลังด้านใน โดยมีการรายงานความเคลื่อนไหว เช่น ผลการประชุมกรรมการอำนวยการสมาคมประจำเดือน, ประชุมคณะกรรมการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ผลการแข่งขันกีฬาภายในสมาคม เช่น แข่งกอล์ฟ, แข่งโบว์ลิ่ง, แข่งซอฟท์บอลล์, กิจกรรมสังสรรในกลุ่มสมาชิก และข่าวสังคม

ผู้วิจัยเห็นว่าแม้ว่าจะเป็นนิตยสารสมาคมที่ให้ฟรีแก่สมาชิก วารสารกรุงเทพก็มีคุณค่าต่างๆตามหลักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ เช่น มีรูปแบบเฉพาะ มีการตีพิมพ์ติดต่อกันมานานีการจัดโครงสร้างองค์กร ระบบการทำงานและองค์ประกอบต่างๆครบถ้วน มีบทบาทในการให้สภานภาพแก่สมาชิกชุมชนสืบทอดวัฒนธรรมญี่ปุ่นในหมู่สมาชิกและให้การศึกษา

เกี่ยวกับสังคมไทยทุกด้าน และเป็นสื่อกลางของสังคมญี่ปุ่นในไทยมาเกือบแปดสิบปี ชุมชนได้มีวารสารกรุงเทพเป็นสื่อที่ทำหน้าที่ต่างๆรับใช้ชุมชนโดยไม่เคยขาดช่วง ปัจจุบัน ผู้อ่านยังคงให้ความเชื่อถือและสนใจอ่าน โดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้านญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นสื่อกลาง โดยเฉพาะด้านกิจกรรมสังคมของญี่ปุ่นในไทยอย่างแท้จริง

หนังสือพิมพ์ข่าวบันเทิง WEB

หนังสือพิมพ์ WEB เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ เพื่อการประชาสัมพันธ์และแจ้งข่าวราคาสินค้า ตีพิมพ์เป็นภาษาญี่ปุ่นโดยไม่ระบุชื่อบรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาเพียงแต่ระบุว่า บ. COMSES หรือ COMMUNICATION SERVICE & SUPPORT (THAILAND) Co.Ltd. เป็นเจ้าของ ไม่จำหน่ายแต่จะแจกฟรี เนื้อหาของหนังสือพิมพ์เน้นข่าวประชาสัมพันธ์ธุรกิจและกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง

COMSES ประเทศไทย เป็นบริษัทลูกของ KAIGAI KIGYO SERVICE CENTER,INC. บริษัทญี่ปุ่นระดับนานาชาติ ผู้ประกอบกิจการขนย้าย รับ-ส่งพัสดุและสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีบริษัทลูกและสาขาอยู่ในหลายประเทศได้แก่ ฝรั่งเศส ซาอุดิอาระเบีย อิหร่าน ฟิลิปปินส์และไทย

แรกเริ่ม ประธานบริษัท KKSC ซึ่งมีการติดต่อกับสำนักข่าวเกียวโด นิวส์ในญี่ปุ่น ได้เจรจาเพื่อขอเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ของสำนักข่าวเกียวโดนิวส์ ประเทศไทย โดยวิธีเดียวกับการผลิตหนังสือพิมพ์เกียวโดนิวส์ญี่ปุ่น คือ รับซื้อข้อมูลและข่าวจากเกียวโดมาโดยขอลิขสิทธิ์ถูกต้อง ทำการตลาด หาสมาชิก และดำเนินการจัดส่งเอง

หลังจากจัดตั้ง COMSES ประเทศไทยขึ้น ก็ได้จดทะเบียนขอหัวหนังสือพิมพ์กับกองกำกับการสันติบาลใช้ชื่อว่า KYUDO NEWS รายสัปดาห์ โดยน.ส.วชิรา ประพฤติ นายณัฐวุฒิ วิเศษศิริ เป็นผู้พิมพ์ผู้โฆษณา เมื่อพ.ศ.2534 และได้ดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์

ของสำนักข่าวเกียวโดนิวส์เรื่อยมาแต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากปัญหาต่างๆ จึงจำต้องเลิกไปในที่สุด หลังจากการปิดตัวหนังสือพิมพ์เกียวโดนิวส์ประเทศไทยแล้ว สำนักงานแม่ของคอมเซสเห็นว่า สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ข่าวสารไม่จำเป็นมากต่อไป ตรงข้าม สื่อเพื่อชุมชนญี่ปุ่นในประเทศไทยยังมีน้อย ที่มีอยู่ก็ยังไม่มีการเจาะตลาดข่าวประเภทบันเทิงและกิจกรรมนันทนาการ จึงต้องการจะผลิตสื่อของตัวเองขึ้นมาตอบสนองกลุ่มชุมชนญี่ปุ่นในประเทศไทยแทน

จุดประสงค์หลักของกิจการคือการให้ข้อมูลข่าวสารชุมชนญี่ปุ่นในประเทศไทย เนื้อหา เน้นข่าวสังคม วัฒนธรรมและบันเทิง และมีนโยบายหลักว่า จะไม่เกี่ยวข้องกับการเมืองและศาสนาเด็ดขาด

มิกิโอะ นูมาดาเตะ บรรณาธิการคนแรก เป็นผู้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดรูปแบบ แนวคิดด้านการทำงาน นโยบายการผลิตและแนวหนังสือ เนื่องจากได้รับความเชื่อถือจากบริษัทแม่อย่างสูง ส่วนบรรณาธิการปัจจุบันคือนาคาโนริ อิชิเคยร่วมงานกับบรรณาธิการคนเดิมมาก่อนจนเลื่อนขึ้นมารับตำแหน่งแทน

บรรณาธิการบริหารคือคุณเมธาวีได้ทำงานกับหนังสือพิมพ์เวบตั้งแต่เริ่มต้น บุคคลสำคัญอีกคนคือคุณวชิรา เป็นบรรณาธิการผู้ยื่นขอหัวหนังสือและปัจจุบันเป็นผู้บริหารงานการเงินของบริษัท

ปัจจุบันเว็บมีพนักงานประจำทั้งสิ้น 10 คน อายุเฉลี่ย 25-30 ปี ในส่วนกองบรรณาธิการเป็นชาวญี่ปุ่น 3 คน พนักงานส่วนใหญ่จบการศึกษาด้านศิลปะและบริหารธุรกิจ ระดับปวช.ถึงปริญญาตรี ตั้งแต่ก่อตั้ง มีพนักงานเข้าใหม่ 2 คน ผู้ลาออกมีเพียงพนักงานไทย 2 คน ญี่ปุ่น 2 คน พนักงานญี่ปุ่นนั้น ลาออกเพื่อไปประกอบกิจการส่วนตัว นับว่าเป็นอัตราการเข้าออกงานที่ต่ำ

グッドセンス
メンズ&レディスカジュアルウェア
ヤオハン サ・モール タイ・人礼
ロビンソン MERRY KINGSにショップ展開中
タイ代理店 M UNION CO., LTD
TEL 884-5320~3 FAX 884-5328

5th Floor, Ussa Asia Bldg., 226 Phahol Yothin Rd., BKK 10400 ☎ 271-4332

仲介は
TEL. 233-9870-1, 267-6408-9
FAX. 267-6546

9月28日号
VOL. 34
14 SEP
to
5 OCT
1996

主の情報満載

■ 今号のチケット・ウェブ情報
■ アラジンと魔法のランプ公演
■ スティング来タイ
■ 納涼演舞会
■ 室内楽コンサート

アラジンと魔法のランプ

幼少の頃、アラビアン・ナイトの『アリババと40人の盗賊』や、『アラジンと魔法のランプ』を読んでまた見めベルシャの妙凌に思いを馳せ、できることなら自分も絨毯に乗っかって大立ち回りを演じてみたいと思った方もいるのではないでしょうか？（いないかもしれない）

さて、この『アラジンと魔法のランプ』の人形劇公演がバンコクにやってきます。公演を行うのは日本の劇団『飛行船』で昭和55年の初来タイに続き、今回は2度目のバンコク公演となる。劇団『飛行船』は1966年の創立以来、日本各地を公演し、日本の文部省より推薦され、学校教育の一環として幼稚園・小学校・中学校関係者から支持されているという。述べ観客動員数は何と1600万人にも上る。

今回の『アラジンと魔法のランプ』バンコク公演は「アジアの子供たちに夢を！」をポリシーに公演するため、言葉はすべてタイ語となるが、公演中、1日のみタイに住む日本人のために、日本語公演が行われる。また、劇は人形を使うのではなく、精巧にできた縫いくるみの中に人間が入り、リアルな動きでの劇となるため臨場感や迫力は通常の人形劇とはまったく違ったものとなり、舞台の装飾等も3m近い大人形を使ったり、カックリ等もふんだんに使われ、大人でも十分楽しめる内容とのことだ。

また、今回、縫いくるみを着て演じるのは日本人だが、劇団『飛行船』では現在タイ人研修生を養成中で、近い将来タイ人団員のみでタイ国中を公演できるよう計画しているという。

公演日時：1996年10月20日(日) 午前11時～12時まで
公演場所：THE MALL BANGKAPI 4F CONVENTION CENTER
日本語公演に関するお問い合わせは
☎ 259-5285, 01-491-0526 MEDIA CAMP
☎ 271-4136, 321-4382

今号のチケット・ウェブ情報

10月14日
スティング来タイ

TICKET
WEB
お電話一本
ご予約、ご配達
☎

在泰情報

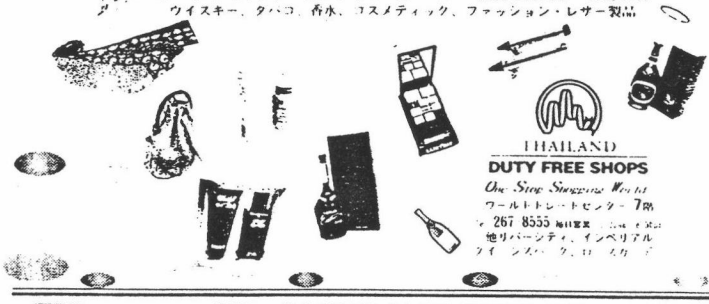
タイ観光局 TAT

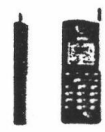
■ 10月12日

■ 10月13日

現在WEBではインターネット上にホームページを公開しています。アクセス先はhttp://www.rms.th.com/~web

タイランドデューティーフリーショップ
オープン1周年 20%オフセール 期間9月16日～10月20日
ウイスキー、タバコ、香水、コスメティック、ファッション・レザー製品




●P&Pでは、各種携帯電話を月額B3,000でレンタルしています
●アフターケア万全、消耗品、付属部品の交換サービスもP&Pのレンタルなら無料です。
●購入も承っております
●無線電話のレンタルサービスも承っております
通話レンタル携帯電話
MOBIFA CITYMAN 5006
■借りたい時に借り、返したい時に返せるP&P携帯電話レンタルサービス
☎271-0057, 2397, 4122, 619-1103 FAX 271-4836

海外宅配便（小荷物/書類/お土産）、タイ国内宅配便（各工業団地）
担当：HISATAKE / MOCI
届くのがあたりまえなら、
早く安く確実に届けるのがOCS
OCS
Tel: 255-9957-60 Fax: 254-4320-1 Sawai Brown Bldg.,G/F 22 Soi 1,Sukhumvit Rd.,Bangkok 10110 OVERSEAS COURIER SERVICE

ภาพที่ 7 หนังสือพิมพ์ WEB

YAOHAN MEMBER CARD
新規入会員募集中

新システム変更に伴い新入会員を募集しております。
入会メンバー登録料100バーツ（会員特典あり）
詳しくは、各店サービスカウンターまでお越しください。

Yaohan

第12回タイ国海外子女を考える会
◆日時：1996年10月12日（土）
第1部 8:45～10:30
・帰国受験と帰国編入の現状（高校）
・国際校受験と国際校編入の現状
・ボーディングスクール（ISE）
・今後の入試展望について
第2部 10:30～12:15
・帰国枠大学受験入試概況
・国際校生の高校編入の現状
・秋学期入試の現状
・帰国枠特別選抜大学入試の出願資格の現状
◆場所 インペリアル・クイーンズ・パーク・ホテル 3F サイチップルーム
◆費用：無料
◆参加方法：定員と資料に限りがありますので電話にて先着順とさせて頂きます。
タイ国海外子女教育を考える会（ライトハウスバンコク）
TEL. 258－5536、662－0077～9
FAX. 260－3761

いつまで家の紹介するの？
儲った時までサ
アパート・マンション探しなら小林（株）へ
電話：233-3602-3 FAX: 237-4072
3rd Fl. TDI Bldg. 42 Surawong Rd.

蘭の花 日本宅配 日本国内運賃込み
1 JS－1 デンファレ 50本 B1800
2 JS－2 デンファレ 30本 B1200
オミヤゲBOX バンコク市内お届け
1 OS－1 デンファレ40本 B480
2 OS－2 デンファレ20本 B280（2箱以上）
3 OS－3 デンファレ10本 B200（3箱以上）
（いずれも輸出用の一般品です。）
CLASSIC MANA CO LTD（担当クマガイ）
Tel：236－9111 Fax：236－9115

本
東京堂書店
東京堂ガムウォンワン店
再オープン！
火災のため一時閉鎖していましたザ・モール ガムウォンワン店3Fに再オープンしました。
お近くの方、どうぞお立ち寄り下さい。
スクムビット店（ランスーパーマーケット前）
第2フジスーパー店（第2フジスーパー2F）
ココナッツランド店（スクムビットSOI 33/1中間）
アマリンプラザ店（そごうデパート3F向い側）
フォーチュンタウン店（ヤオハンデパート横2F）
シーロム店（シーロムコンプレックス4F）
ラムカムヘン店（ザ・モールⅡラムカムヘン店3F）
バンカピ店（ザ・モール バンカピ店3F）
ガムウォンワン店（ザ・モール ガムウォンワン店3F）
チェンマイ店（チェンインプラザ2F）
チェンマイ空港店（エアポートプラザ4F）
☎本社事務所 TEL. 662-0130 FAX. 260-3296

All That's Entertainment's NEWs!

※ 本誌記載中のアルファベット記号は会場及びチケット購入場所を示します。右下一覧表を御参照下さい。

EVENT

"タイクラフト"セール

● 9/21(土) 10:00～13:00
ランドマークホテル1階
タイの手作り製品が、大変安いお値段で提供されます。タイクラフト協会は、山岳民族、福祉施設、都市スラムの住民など、タイ各地の50以上の工芸品制作グループを支援しているボランティア団体。売り上げを商品の生産者に直接還元することで、彼らの自立生計の手助けをしています。伝統的なすばらしい技術とデザインのオリジナル工芸品にあふれるのは、手作りの温もり。それらに接することでタイの人々への思いやりが生まれてくることでしょう。
☎391-6018 タイクラフト協会

剣道演武会

● 9/24(火) 13:00～
チェンマイ総合大学
● 9/26(木) 10:30～
シンフラート・ウィッタヤー学校（バンコク）
● 9/28(土) 13:00～15:00
国立競技場第2体育館

国際交流基金・日本文化センターは、日本文化紹介事業の一環として伝統の武道・剣道の演武会を国内3会場で行います。日本剣道連盟より8名の師範を迎え演じられるのは、居合、日本剣道形、杖道、剣道基本打突等の演武を含めた幅広の模様と、気合いの入った模範試合。厳かな雰囲気の中、剣道の真髄が力強く披露されます。タイの方々も誘って、武の精神とその誇り高さに酔って下さい。
☎無料
☎－⑧

劇団飛行船バンコク公演 アラジンと魔法のランプ

●10/20(日) 11:00～12:30
ザ・モール バンカピ
4階コンベンションセンター

製品でおなじみの『アラジンと魔法のランプ』の人形劇が、ここバンコクで日本語で演じられます。今年創立30周年を迎える劇団飛行船のタイ公演は、好評だった1980年公演に続く2度目。「アジアの子供たちに夢を」「心に感動と夢を育む人形劇」を劇団ポリシーに、バンコクの子供たちにも楽しさいっぱい、夢いっぱいのすてきな休日を届けてくれます。迫力の3m近い大人形や不思議なカラクリなど目を引く演出がふんだんにちりばめられ、子供たちはもちろんのこと大人でも十分におとぎの世界に浸ることができそうです。ご家族でみずみずしい感動を味わって下さい。
☎ 400B
☎チケットウェブ

日本映画 ウィークエンドシアター

バンコク日本文化センター
(Soi Asoke Serm-Mit Tower)
● 9/20(金) 18:30～
『キネマの天地』 117分
松竹蒲田撮影所が全盛だった大戦前後の時代を背景に、映画製作に夢を燃やす人々の熱い情熱を描く。活動小屋の売り子が監督に見いだされ、女優として成功を収めていく。
● 9/27(金) 18:30～
『男はつらいよ 寅次郎の休日』 105分
寅の甥、満男の憧れの少女・泉（後藤久美子）が、愛人と同棲している父親を探しに九州へと向かう。これに満男がついて行ったから、とらやは大騒ぎに…。
☎無料
☎－⑧

MUSIC

The Royal Jubilee Swing Band

● 9/21(土) 18:30～
（ショータイム 21:00～）
アマリ・ウォーターゲート・ホテル
グランド・ボールルーム

雨季の盛りの憂鬱なこの時期ですが、雨に負けずにさわやかにジャズでスイングして下さい。ジャズ好きな国王陛下の即位50周年を祝して、スイスから22人のトップ奏者が集い、ヘニー・グットマンの名曲や国王の作品をしなやかにきらびやかに届けてくれます。約20年ぶりの来タイを飾る名手ベベ・リュンハートをサックス奏者に、50年以上のキャリアを誇るジャズの大御所ハジー・オスターワルドをクインテッドリーダーに迎え、円熟の境地の聴きごたえある名演が堪能できそう。骨抜かつエモーショナルな、ビッグスケールの演奏にどうご期待！
☎ 1,200B（ホテルチケット）
2,200B（ホテルチケット、宿泊）
☎653-9000 (EXT. 5401)
アマリ・ウォーターゲート・ホテル

室内楽コンサート

● 9/29(日) 15:00～
オリエンタルホテルが送る心休まる室内楽の午後。アメリカのベテランクラリネット奏者ロンダ・スミスを中心としたメンバーが、ピアノ、チェロの豊かな音色と晴れやかなソプラノの歌声を卵かしく響き渡らせます。演奏曲目はフラームス、シューベルト、ヘートーベンなど多彩なラインナップ。耳を澄ませて、いきいきと広がる音楽世界を感じて下さい。
☎ 500B、350B
（㊀㊁㊂で販売）
☎－㊆

スティング・コンサート

●10/14(月)
開場：19:30 開演：20:30
クイーン・シリキット・コンベンションセンター

「光と真実」という一見ヘヴィなテーマを軽やかにソウルフルに表現した、約3年ぶりの新作『マーキュリー・フォーリング』が大ヒット中のスティング。本国イギリスはもちろん、ここタイでも圧倒的人気を誇る彼が、世界ツアーの一環としていよいよ"天使の都"に上陸！ニューアルバムでのソウル・ミュージックへの接近がライブでどう表現されるか、ポリス時代のヒット曲をどう聴かせてくれるか…期待は高まる一方ですが、魂をゆさぶる情感たっぷりのスティングならではの大人の歌の魅力は、いつものようにあなたの心にゆるやかに流れ込んでくることでしょう。
☎ 1,200B、1,500B
☎チケットウェブ

ART

My Joyful Life in Bangkok

● 9/21(土) ～ 10/24(木)
10:00～18:00（月曜休館）
アジア・コレクターズハウス
（スクムビット71付近のバス停そば）

バンコクでの駐在生活の傍ら、目に映る印象的な風景を水彩画や油絵に描き続ける木村文明氏。過去に日本でも2度の個展会を開き、神奈川県教育委員会百やヤンケイ新聞社百などの受賞経験を持つ氏が、この地で描きためてきた作品の個展会を開きます。柔らかな線と優しい色彩が特徴の作品群。そこには外国人として、ビジネスマンとしての視点が微妙に含まれており、見る者に新鮮な感動を与えてくれます。タイトル通りの木村氏の楽しく穏やかなバンコク生活がうかがえるような気持ちのいい個展会です。
☎無料
☎－㊈

30編集部で一度確認してありますが興味のあるプロモーションについては再確認ください。ここをおすすめ致します。

a	アイスホッケーセンター	247-0026
b	ヤンゲル・アラ	229-1345
c	A.I.A.	252-1670-3
d	サヘン・フォーDDM	237-0077 a
e	B&M ユニック	391-7429
f	ベルクシンフォニー オーケストラ	229-0871-2
g	エキゲートセンター	512-0093-9
h	DKフォース・サイアム	251-6335-6
i	アンアラーム・スクムビット	252-7277
j	フェニーエレクトイメント	259-4540
k	ソサエティコンベンション	229-3000
l	サイアムシティー ホテル	247-0120
m	イサリヤ ホテル	236-0400-9
n	ロイヤルターイレイト	399-0873
o	アコースティックハウス	259-1436
p	M-LINE	291-6100 4
q	インターコンチネンタル	253-0355
r	ヌーサイ ホテル	287-0222
s	センチュリー ホテル	234-8060
t	ル・メリディアン ホテル	253-0444
u	センタラ ホテル	234-5599
v	トゥッキー ホテル	236-0450
w	インペリアル ホテル	254-0111
x	シャンバルクセンター	260-8560

STING

最高の世界を奏でるスティング、新作「マーキュリー・フォーリング」を携えての来タイ。大人のロックが期待できます。
場 所：クイーンシリキットコンベンションセンター
日 時：1996年10月14日 開場 19:30
チケット：B1200、1500

お電話一本、すばやくご予約、ご配達！
チケットウェブでは、予約代行料と配達料として50Bを各チケット毎に頂いています。ご了承ください。
なお、一度ご予約頂いたチケットの払い戻し、日時の変更はご容赦ください。
☎279－3136 271－4332

アラジンと魔法のランプ
アラジンと魔法のランプの人形劇、ユキノ・ドックなバンで、コキゾチックな中世アラブの世界に浸りましょう。
場 所：ザ・モール バンカピ
4階コンベンションセンター
日 時：1996年10月20日 11:00～12:30
チケット：B400
TICKET WEB

ภาพที่ 8 หน้าข่าวบันเทิงหนังสือพิมพ์ WEB

นโยบายการทำงานของเว็บซึ่งมีผลต่อการทำหนังสือทั้งหมดและการบริหารการรับพนักงาน คือ การทำงานร่วมกันโดยสร้างความเข้าใจที่ชัดเจน พนักงานญี่ปุ่นทุกคนรู้ภาษาไทย แม้ว่าจะพูดได้ แต่ไม่มีความรู้ระดับอ่านเขียนได้ ในการหาข้อมูลต้องพึ่งพาพนักงานไทยซึ่งทุกคนไม่รู้ภาษาญี่ปุ่น

เนื้อหาของเว็บนอกจากจะมีข่าวและบทความที่เขียนโดยกองบรรณาธิการแล้ว ยังมีนักเขียนประจำอีกส่วนคอยเขียนคอลัมน์ต่างๆ ส่วนใหญ่ เป็นนักเขียนเก่าที่เคยร่วมงานในกองบรรณาธิการ และบางส่วนก็เป็นนักเขียนอิสระและผู้อ่านที่มีใจรักงานด้านการเขียน นักเขียนคอลัมน์ประจำของเว็บไม่มีประสบการณ์งานเขียนหรืองานด้านสื่อมาก่อนเลย แต่เป็นผู้รักและสนใจงานด้าน entertain

ปัจจุบัน จำนวนพิมพ์ของเว็บคือ 20,000 ฉบับ จำนวนพิมพ์ต่ำสุดตั้งแต่เริ่มกิจการคือ 10,000 ฉบับ ต้นทุนค่าจัดพิมพ์ประมาณ 3 บาท

ระบบการพิมพ์ ใช้การเตรียมต้นฉบับ ทำ Artwork ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วจึงส่งพิมพ์ ที่โตกิวาการพิมพ์ ปัญหาและอุปสรรคในการทำหนังสือพิมพ์เว็บนั้น ด้านสำคัญที่สุดคือ การทำงานระหว่างไทย-ญี่ปุ่น บางครั้งพนักงานทำความเข้าใจกันไม่ได้หรือบางเรื่องก็ขัดแย้งกันอย่างจริงจัง

จุดเด่นอีกอย่างของเว็บ คือ โฆษณา จะเลือกรับโฆษณาเฉพาะกิจกรรมบันเทิงที่ไม่ใช่เพศพานิชย์ เพราะต้องการจะให้เว็บเป็นสื่อที่ " สะอาด " สำหรับแม่บ้านและเยาวชน

นสพ.โยมิอูริ และเดอะ เนชั่น มีการสำรวจความนิยมของผู้อ่านชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี และเว็บติดอันดับหนึ่งนานหลายปีต่อเนื่องกัน

จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยเห็นว่า เว็บเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงมาก แหล่งสำคัญๆที่ชาวญี่ปุ่นในเมืองไทยนิยมไป เช่น ภัตตาคารญี่ปุ่น ร้านอาหาร ธนาคาร มักจะมี

หนังสือพิมพ์ WEB เตรียมไว้บริการ และเป็นสื่อที่คนอ่านสนใจกันมากโดยมักจะหยิบติดมือกลับไปอ่านที่บ้าน มากกว่านั่งอ่านเล่นฆ่าเวลาชั่วคราว นอกจากเนื้อหาที่เน้นข่าวสารบันเทิง นันทนาการซึ่งเป็นเรื่องที่ทุกคนสนใจแล้ว การที่เว็บไม่ได้ขายแต่แจกฟรีก็มีส่วนสำคัญ ตามนิสัยชาวญี่ปุ่นทั่วไปชอบอ่านหนังสือ เมื่อมีหนังสือแจกฟรีจึงไม่ต้องหยุดคิด เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เปิดรับสารจากเว็บสูง

ผู้วิจัยได้พบว่าการจัดองค์กรและระบบการทำงานของเว็บมีลักษณะยืดหยุ่นสูง แต่มีประสิทธิภาพ เป็นสื่อที่มีข้อดีหลายด้านและมีจุดขายที่ดีกว่าสื่ออื่น ผู้บริหารให้ข้อมูลว่าเว็บประสบความสำเร็จด้านธุรกิจทั้งการขายโฆษณาและทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีและมีผู้อ่านติดต่อสอบถามเรื่องราวต่างๆ ร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น รวมทั้งติชมเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน จึงสรุปได้ว่า เว็บเป็นสื่อที่ประสบความสำเร็จอย่างมากและมีโอกาสจะพัฒนาด้านรูปแบบและอื่นๆต่อไปในอนาคต

หนังสือพิมพ์ข่าวบันเทิง Voice Mail

หนังสือพิมพ์ Voice Mail ผลิตโดย บริษัทเซียร่า จำกัด มี Chikashi Nakano เป็นกรรมการผู้จัดการและบรรณาธิการบริหาร จดทะเบียนบริษัทเมื่อปี 2536

ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ Voice Mail ตีพิมพ์ครั้งละ 8 หน้าจำนวนพิมพ์ครั้งละ 10,000 ฉบับ การจัดจำหน่าย จะส่งให้สมาคมญี่ปุ่น 6,300 ฉบับ เสียค่าจัดส่งส่วนนี้ 30,000 บาท/เดือน อีก 3,700 ฉบับจัดส่งโดยพนักงานฝ่ายจัดส่งโดยส่งไปญี่ปุ่นทางไปรษณีย์ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นบริษัท และจัดส่งให้ตามที่มีผู้ต้องการ และติดต่อเข้ามา

ปริมาณโฆษณามีผู้ลงโฆษณาฉบับละ 50 - 60 บริษัทหากคิดเนื้อที่โฆษณาจะรวมกับประกาศได้ราว 2 หน้า

~Direct Mail Service for YOU~
★ご自由に
お持ち帰り下さい
FREE COPY
10 April 1996
Vol.1 No. 30
Published every 2nd & 4th Wednesday!

the Voice Mail

Published by
SIERRA Co.,Ltd.
tel. 634-0429
fax. 238-5161
Voice Mail : Supplement for Bangkok Benricho

ボイスハンター

Help!!
Voice Hunter

今号の真実
Hard-Boiled 直言!!
卵なしでは、生きられない!!
(タマゴだけでも、生きていけない)

【あるボイスハンターの回想】

【ボイスハンター豆知識】

★ひとり不思議に思っている事、何故か気になるタイの現象、明るい悩み等ある方はご相談下さい。ボイスハンターが無料で調査致します ★

Design Thai
デザインタイ
タイシルク…
それは一つの伝説
DESIGN THAI
Design Thai
SILOM RD
エキゾチックな輝きをいつも身にまとう贅沢
自然の風合いを生かしたタイシルクは、思わず
触れてみたくなるほどなめらかで、艶やかにゆ
らめく美しさがあります。
シルク生地、スカーフ、ウェア、アクセサリー、
ティーバッグ、デザイン、タイがお届けする
最高級のタイシルクを貴女に
◆ヤオハン、バンパシフィックホテルメーナムホテル、ホリディ・イン
ホテル内の各直営店も是非ご利用下さい
304 SILOM ROAD, BANGKOK
TELEPHONE : 235-1553 FAX : (662) 237-1456
FOR TAXI : 305 บ.สีลม โทร.ผ่านพนักงานขับรถ

一誠堂
宝石の原点は
こだわりと質感です
グランドハイアットエラワン
ホテル地下アーケード
TEL.254-6354
10 00~19 00
(月~土)

チェンマイ
ローヤルゼリー
10周年記念セール実施中
ヤオハンラチャダー店1階
Tel 248-4199Ext 129
SOGO前アマリンプラザ2階
Tel 256-9549
日本への生ローヤルゼリーの
宅配も受け付けております。

COSMO ACADEMY
日本語・タイ語・英語コース
各コース、スタディプログラムがあります
タイ語コースには、日本語ができる先生が、
当校でも、自宅でも、オフィスでも、
個人でも、グループでも
(コスモアカデミー)
Royal City Avenue
Block D

COOL tango
MUSIC CLUB & RESTAURANT
Open Daily
Sun-Thur 6:00p.m.-02:00a.m.
Fri-Sat till 03:00a.m.
Happy Hour
6:00p.m.-9:30p.m.
Every drinks Discount 50% off
Every bottle of whisky or wine
Discount 20% off
RAMA IX
COOL TANGO
NEW PETCHBURI RD.
SUKHUMVIT139
SUKHUMVIT136
ASOKE
BLOCK F ROYAL CITY AVENUE
23/51 BLOCK F ROYAL CITY AVENUE
RAMA IX SOON-VIJAI RD. HUAI KHWANG
TEL.203-0724/5 FAX.512-3754

開店4周年記念感謝セール
4月15日まで好評開催中
15% OFF
エラワンそごう4階
東京メガネ
TEL.255-0783 (直通)
日本人スタッフ児玉まで
営業時間 : 10 00~21 00

一本のある毎日はとても、愉快だ。
レンタル・コミック
家族会員 : 入会金300B
(年会費無、無期限)
1冊10B・・・4泊5日
(延滞金は1日1泊2B)
レンタル・コミックは
メンバーシステムです。
リサイクル・ブック販売
一日も早く地元密着型で文庫
本地を販売してまいります。
本の買受けしております。
御不要の本、お持ち下さ
いませ。
D.D.BOOK SHOP

ภาพที่ 9 หนังสือพิมพ์ Voice Mail

Voice Mail 96.4.10.

バンコク ホイホイ!!

提供：アース・ケミカル(タイランド)株式会社

Part-5. 《サルでも使える"アース・レッド"》

お問い合わせの多い『アース・レッド』(バル○ンではないの使用方法や使用上の注意点についてお話しさせていただきます。まず"サルでも使える程簡単"といわれる使用方法ですが、

1.お部屋を閉め切り、戸棚や引き出しは開放(薬剤を効果的にかけるため)

2.水容器の底から約1cmの黒線まで水を入れ(水の入れ過ぎに注意…蒸発不良の原因)、

3.缶の上蓋の薬剤缶を取り出し水につけます

4.ゴム栓を約1分後、3分間開けます。(缶(薬剤容器)を吸い込んでしまうため)

5.部屋の外に出て2~3時間は入室しないでおきます。…という具合に5つの大きな使用上の安心簡単さで、サルでも使えるとの謳い文句にも思わず納得してしまいます。

次に使用上の注意点を挙げておきます

1.金魚、観賞魚及びペットの爬虫類は部屋の外に

2.ミツバチ、カブトムシ、クワガタ、スズムシなどの飼育昆虫も

3.ゴキブリ、ハエ、カなどの駆除には効果がありますが、

4.プラスチック製品は、必ずケースや箱にご保管下さい

5.食品などには薬剤がかからないよう新聞紙などで覆ってください

6.屋内の火災報知器は念のためビニール袋などで覆ってください

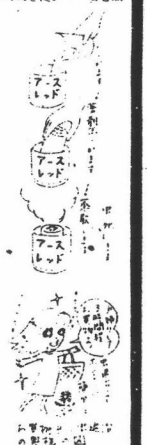
7.食器類は一応新聞紙などを上にかけるなどして、薬剤が直接かからないようにご使用下さい。もしかかった場合は使用前に水洗いをお願いします

8.衣類、ふとんはそのままでOK。変色はありません。ただし、布製品や和・洋などは直接薬剤がかからないように、和ダンスの引き出しは閉めたままでご使用下さい。ご使用後のお部屋の拭き掃除などは特に必要ありません。

使用量の目安は、約1.5~1.6畳(20~25㎡)で内容量80gの缶1個です。一般的な1LDKの場合は大体1個から2個の使用になります。

ゴキブリ、ダニ、ノミなどの飛翔性昆虫やハエやカの成虫といった飛び回る虫の駆除に効果があります。(接触上位ハエやカの巣穴などには薬剤が行き渡らないためアリ退治には不向きです。アリ駆除には

下記の様なコロリをお試し下さい。安心簡単のアースの製品で、害虫のいない快適な住まいや職場づくりを!!



<このコラムに関しての素朴な質問、疑問、納得できない事等、何でも結構です。
下記までお問い合わせ下さい>

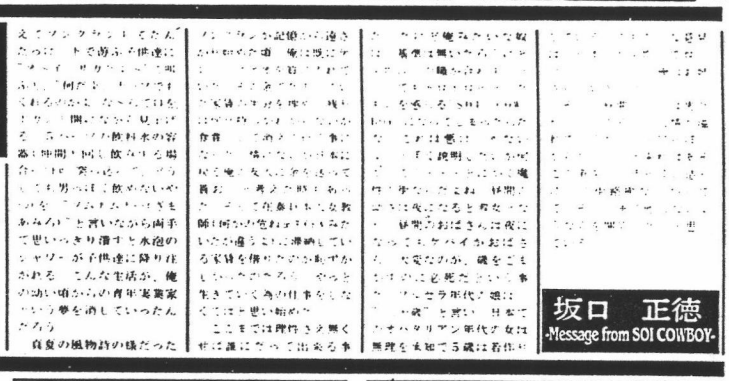
アース
ARS CHEMICAL (THAILAND) CO., LTD.
27 Soi Phiphat, Silom Rd., Bangrak, Bangkok 10500
Tel. 235-5341-2, 235-2623-5, 235-4515, 235-8804

タイ主婦が行く!!

すずきれいこ

通称"SAKA"の 何ぼのもんじゃい

-俺の愛する国、タイ-



坂口 正徳

-Message from SOI COWBOY-

SHINDAI
SHINDAI COSMO CO., LTD.
‥お気軽にお問い合わせ下さい‥
■航空券、ホテル、各ツアー等のご予約・ご手配
■ワークパミットの申請手続き
■タイ国ビザ一般諸々の申請手続き
SHINDAI COSMO CO., LTD.
4th FL., Charn Issara Tower
942/119 Rama 4 Rd. Bangkok 10500
TEL: 267-5020 FAX: 267-5027
担当/吉谷、増田、チャンユット

印刷
日本で得られる最高技術を導入
高品質で
安い値段
トキワA.P.(タイランド)
HEAD OFFICE & FACTORY
TEL : 811-9127/8, 431-3187/8 FAX : 431-3188
BANGKOK SALES OFFICE
TEL : 661-2460/1,

美味しいものを、少し、いろいろ、安く
YAC'S HIDEAWAY
LUNCH - 幕の内弁当
ヤキニク、サバ、サイコロ、てんぷら
(スープ付き) 50B~
好評のミニどんぶり
(カツ丼・天丼・鉄火丼)
天ぷらうどん、そば 30B~
WORLD YAC'S (THAILAND) LTD.
C.P. Tower Building B1 Floor 313 Silom Road,
Bangkok 10500, Thailand Tel 231-0406-8

居酒屋
nonki
呑嬉
Tel:392-3481
スクムビット通り
ブルンナット
呑嬉
ロイヤルアンバシ
スクムビット・ソイ55
スクムビット・ソイ9
スクムビット・ソイ55 (トンロー・ソイ9)
午後6時~午前1時

SOI55 THONGLOR
石亭
CHAN ISSARA II
SOI63 EKAMAI
NEW PETCHBURI RD.
日本料理
石亭
電話 308-2998, 308-2989
営業時間 11:30-14:00
17:00-22:00
チャーンイッサラタワーII
地下1階

ภาพที่ 10 หน้าบันเทิงหนังสือพิมพ์ Voice Mail

การเรียงพิมพ์ใช้ระบบ DTP การผลิตใช้ระบบจ้างเหมาพิมพ์ โดยผลิต Artwork เอง แล้วส่งพิมพ์ที่โตกิวาการพิมพ์

พนักงานประจำในบริษัทปัจจุบันมีผู้บริหาร 1 คน กองบก. 2 คนและจัดจำหน่าย 2 คน พนักงานธุรการทั่วไปอีก 1 คนทำหน้าที่บริหารสำนักงานและจัดการทั่วไป อายุเฉลี่ยของพนักงานยังน้อยคือ เพียง 25-30 ปีเท่านั้น

ผู้รับผิดชอบเนื้อหาทั้งหมดคือบก. ส่วนใหญ่ผู้อ่านสนใจวัฒนธรรมไทย Voice Mail จึงพยายามสนองตอบ นอกจากนี้ก็มีการสร้างความสัมพันธ์ในหมู่ผู้อ่าน โดยมีคอลัมน์เป็นสื่อเช่น คอลัมน์อาหาร แวะชิมตามบ้านเพื่อนชาวญี่ปุ่นโดยแต่งชุดซูโม่และใช้นามปากกาเขียนแนะนำตำราว่า ซูโม่ เป็นต้น หน้าอื่นๆเป็นผลงานของนักเขียนสมัครเล่นอิสระ เช่น หน้า 3 Azumi เขียนคอลัมน์ VDO.แนะนำการเลือกเช่า VDO และ Book review โดย Mitsumari หน้า 5 Comics โดย Suzuki เป็นการ์ตูนชุดที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากสะท้อนชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัวญี่ปุ่นในไทยได้สนุกสนาน ผู้อ่านมักโทรศัพท์หรือส่งโทรสารเข้ามาชื่นชม 2 หน้านี้เสมอ

ผู้วิจัยเห็นว่า แม้ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์และแจ้งราคาสินค้าที่เลียนแบบมาจากเว็บ แต่ผู้ผลิตก็พยายามจะสร้างรูปแบบและเนื้อหาให้น่าอ่านและสร้างเอกลักษณ์ของตนเองขึ้น การทำงานแม้จะมีปัญหาและอุปสรรคบ้างแต่ก็ยังมีรายได้จากโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ หากได้ปรับปรุงเนื้อหา เพิ่มหน้าและเสริมสาระต่างๆให้มากขึ้น รวมทั้งมีการวางนโยบายในการทำงานและการจัดการที่ดี ก็จะเป็นสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่อยู่รอดและประสบความสำเร็จเชิงธุรกิจอีกฉบับ

นิตยสาร มารุโกะโทะ
ส่องฟากฟ้าเมืองไทย

บริษัทเซอิอูน (ประเทศไทย) จำกัด เป็นเจ้าของนิตยสารมารุโกะโทะ ส่องฟากฟ้าเมืองไทย จดทะเบียนบริษัทเมื่อ 18 มกราคม 2533 นิตยสารมารุโกะโทะเป็นนิตยสารรายสองเดือน เริ่มตีพิมพ์จำหน่ายตั้งแต่ปี 1990 ผู้อำนวยการหนังสือซึ่งเป็นประธานบริษัทด้วยคือ คุณจุน มารุยามาชาวญี่ปุ่น จบการศึกษาปริญญาตรีด้านถ่ายภาพจากมหาวิทยาลัยโตเกียว มีความรู้ภาษาไทยอยู่ในขั้น ฟัง อ่าน เขียนและพูดได้พอใช้ ก่อนหน้าที่จะมาดำเนินกิจการนี้เป็นช่างภาพและคอลัมน์นิสต์ที่เดินทางท่องเที่ยวถ่ายภาพในเอเชียหลายประเทศและได้เคยทำนิตยสารชื่อเดียวกันนี้ในญี่ปุ่นและฮ่องกงมาก่อน

ปัจจุบัน อาภา เทียมสิงห์ มีตำแหน่งเป็นหัวหน้ากองบรรณาธิการ นิตยสารมารุโกะโทะ ทำหน้าที่บริหารและรับผิดชอบทั่วไป ทั้งมารุโกะโทะ และแจแปน เวิร์ลด ส่องฟากฟ้าอาทิตย์อุทัยซึ่งเป็นนิตยสารสำหรับผู้อ่านชาวไทยที่สนใจเรื่องราวต่างๆเกี่ยวกับญี่ปุ่น รวมทั้งหนังสือ Guidebook ต่างๆที่เซอิอูน ผลิตจำหน่ายอีกด้วย

จุดประสงค์หลักของมารุโกะโทะคือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและสร้างความรู้ความเข้าใจในประเทศไทยให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยมีนโยบายว่ามารุโกะโทะเป็นนิตยสารภาพที่มุ่งจะเสนอข่าวสารข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวให้แก่ผู้อ่านชาวญี่ปุ่น เน้นการส่งเสริมให้ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่พักอยู่ในประเทศไทย รวมทั้งนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มาเมืองไทยให้สนใจในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม การพักผ่อน เล่นกีฬา และการเที่ยวชมสถานที่ที่น่าสนใจในด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรมโดยไม่มีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเพื่อหาความสำราญทางเพศ และพยายามประชาสัมพันธ์สร้างภาพพจน์ที่ดีของประเทศไทยในทุกด้าน

ภาพถ่ายภายในเล่มเป็นจุดเด่นที่ทำให้มารุโกะโทะเหนือกว่านิตยสารนำเที่ยวภาษาญี่ปุ่นอื่นๆ เนื่องจากผู้อำนวยการเป็นช่างภาพที่มีความรู้ความสามารถ ภาพถ่ายของ

มารุโกะโทะจึงเป็นภาพที่สวยงามมีศิลป์น่าสนใจ ส่วนการจัดรูปเล่ม การใช้ภาพวาดประกอบก็ทำได้กลมกลืนน่าอ่านและใช้ระบบการพิมพ์ที่ประณีต สวยงาม

นอกจากนี้ จุดเด่นอีกอัน คือ เนื้อหาของมารุโกะโทะ นอกเหนือจากสารคดี บทความและภาพถ่ายที่ผลิตขึ้นเองแล้ว มารุโกะโทะยังได้รับความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ใช้บทความและภาพถ่ายของการท่องเที่ยวแปลเป็นภาษาญี่ปุ่นมาตีพิมพ์ได้โดยตรงอีกด้วย ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ผู้อ่านได้รับถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ องค์กรอื่นที่ให้ความร่วมมือแก่มารุโกะโทะอย่างเป็นทางการเช่นกัน คือสถานกงศุลญี่ปุ่นและสมาคมญี่ปุ่นในประเทศไทย

ขณะนี้จำนวนจำหน่ายของ มารุโกะโทะ คือ 26,000 ฉบับ โดยยอดพิมพ์สูงสุดในยุคเริ่มแรกเคยพิมพ์สูงถึง 35,000 เล่ม ส่วนยอดพิมพ์ต่ำสุดนั้นเคยพิมพ์เพียง 22,000 เท่านั้น เพราะช่วง 2 ปีแรก ไม่ได้พิมพ์จำหน่ายแต่แจกให้สมาชิกสมาคมชาวญี่ปุ่นในไทย และหอการค้า โดยส่งให้ถึงบ้าน และยังส่งให้โรงแรมต่าง ๆ ด้วย จำนวนหน้าของ มารุโกะโทะปัจจุบันอยู่ประมาณ 180 หน้า

การจัดจำหน่ายของมารุโกะโทะ มีแบ่งเป็นการจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ราคาขายปลีกเล่มละ 150 บาท ราคาขายส่งไม่แน่นอนเพราะให้ส่วนลดแก่ร้านหนังสือไม่เท่ากัน ส่วนใหญ่จะส่งราว 85 บาท หรือลด 20-30% ต้นทุนการผลิตและจัดส่งรวมแล้วเล่มละ 60 บาท ต้นทุนแพงขึ้นนับแต่กระดาษขึ้นราคา และก็คงจะแพงขึ้นอีก

ขณะนี้ มารุโกะโทะ เป็นนิตยสารเล่มเดียวในเมืองไทยที่มีการจัดพิมพ์อย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพที่สุด ไทยแลนด์ โจโฮ ซึ่งเป็นนิตยสารท่องเที่ยวเช่นกันนั้นหยุดพิมพ์จำหน่ายไปแล้วระยะหนึ่งนานพอควร

"มารุโกะโทะ" ส่องฟากฟ้าเมืองไทย

まるごとタイランド

ウォッチング

MARUGOTO WATCHING THAILAND

CLEAN BLUE / MAITON ISLAND

アンダマン海の離れ小島

泰国冒険大視行 モン族 ⑧

LOVE PEOPLE / DUSITA ANUCHITCHANCHAI

SHOPPING IN BANGKOK / PENINSULA PLAZA

NEW DESTINATION / カーンチャナ・ブリー第1回

クウェー・ノーイ川とジャングル・ラフツ

新連載 タイ歴史年表

日本人のための現地情報満載

THAILAND LOCAL MAGAZINE

7 YEARS, SINCE 1990

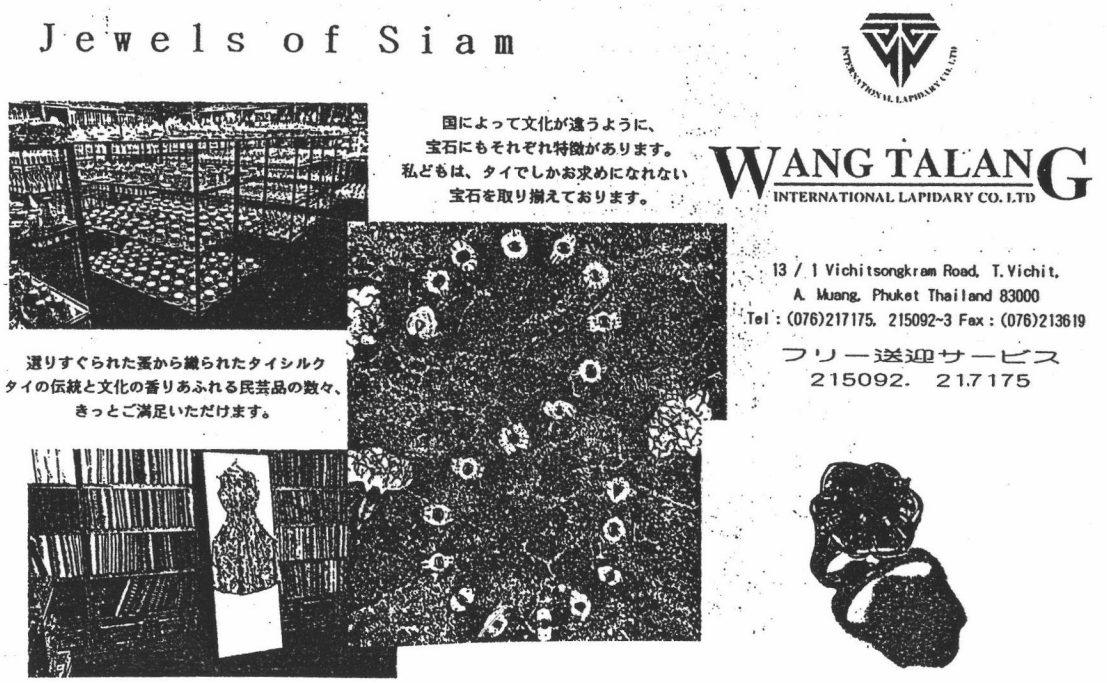
NO.38

150 BAHT 日本販売価格 1,000円(消費税含む)

ภาพที่ 11 นิตยสารมารุโกะโทะ

รายได้เกือบทั้งหมดมาจากการโฆษณา รายได้จากการขายนั้นจัดเป็นอัตราส่วนไม่ถึง 20 % อัตราค่าโฆษณาของมารุโกะโทะจัดว่าสูง ปัจจุบันมีโฆษณาประมาณ 13-15 หน้า ส่วนใหญ่เป็นโฆษณาขนาดครึ่งหน้าและเต็มหน้า ขณะที่สัมภาษณ์มารุโกะโทะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซทสี่สี แต่มีหน้าขาวดำอยู่ 2 เพลท และวางแผนจะเปลี่ยนเป็น 4 สีตลอดทั้งเล่ม หากมีโฆษณาเพิ่มมากขึ้นจนมีรายได้เพียงพอ

โฆษณาของมารุโกะโทะส่วนใหญ่จะเป็นกิจการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคารและร้านค้า เนื่องจากมีนโยบายเข้มงวดในการขายโฆษณา มารุโกะโทะจะไม่มีโฆษณาสถานเริงรมย์เชิงเพศพานิชย์เลย แต่จะเลือกขายโฆษณากิจการขนาดเล็กในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆแทน แม้ว่าค่าโฆษณาจะสูงก็มีกิจการท้องถิ่นไม่น้อยที่ต้องการเพิ่มยอดขายกลุ่มลูกค้าญี่ปุ่น โดยมารุโกะโทะจะช่วยออกแบบงานโฆษณาและผลิต Artwork เพื่อลงพิมพ์ให้ด้วย



ภาพที่ 12 โฆษณาย่อยในนิตยสารมารุโกะโทะ

กระจายเสียงต่างประเทศได้ริเริ่มการกระจายเสียงภาคภาษาต่าง ๆ ในเอเชียขึ้นอีกครั้ง รวมทั้งภาคภาษาญี่ปุ่นโดยเปลี่ยนแปลงรายการต่าง ๆ พัฒนา ไปในรูปแบบที่เป็นสากลมากขึ้น

อัมพร สโมสร หัวหน้ากองวิทยุกระจายเสียงต่างประเทศปัจจุบัน กล่าวถึงรายการภาคภาษาญี่ปุ่นว่า รวมอยู่กับการกระจายเสียงภาคภาษาอังกฤษ 3 ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ตามตารางออกอากาศโดยจะมีการกระจายเสียงรายการเป็นประจำ เว้นวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 20.55 น. หรือ 13.55 น.(GMT) เป็นเวลาประมาณ 12.15 นาที ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยไทย ความถี่ 7145 Kthz (คลื่นสั้น) แต่เดิมในอดีต เนื้อหารายการจะเป็นข่าวล้วน ๆ แต่ปัจจุบันมีบทความสั้นด้วย แต่ละวันจะเสนอข่าวประมาณ 7 ข่าวและบทความ 1 บทความ ซึ่งห้องข่าวจะเป็นผู้คัดเลือกแปลมาเป็นภาษาอังกฤษแล้วมอบให้ผู้รับผิดชอบชาวญี่ปุ่น 2 คนแปลเป็นภาษาญี่ปุ่น แล้วจึงอ่านบันทึกเทปไว้เพื่อออกอากาศตามเวลา

โครงสร้างรายการจะมีการประกาศ Station Identification ภาษาไทยและญี่ปุ่น 2 ภาษาหัวและท้ายรายการ

นับแต่มีการปรับปรุงใช้เครื่องส่งของ VOA เป็น Relay Station คลื่นแรงขึ้น กลุ่มเป้าหมายหลักคือชาวญี่ปุ่นในญี่ปุ่นมีจดหมายเข้ามาแจ้งผลการรับฟังวันละ 2-3 ฉบับ เป็นประจำ

ผู้รับผิดชอบในการแปลและประกาศข่าวจะเป็นชาวญี่ปุ่น ซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจ้างเป็นพนักงาน part time 2 คน แต่ผู้ที่ทำงานนี้มาอย่างต่อเนื่องเพียงคนเดียวตลอดเวลาเกือบ 20 ปีคือ ยาสุฮิโร มูรายามา มูรายามาเป็นชาวญี่ปุ่นที่คลุกคลีอยู่ในวงการสื่อมวลชนญี่ปุ่นมานาน มีโอกาสร่วมงานกับสื่อต่างๆมาแล้วครบทุกรูปแบบ จึงเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกคนหนึ่งที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์

ปัญหาของการกระจายเสียงภาคภาษาญี่ปุ่นของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคือรัฐไม่เคยให้ความสนใจแก่กิจการด้านนี้เลย การพัฒนาจึงมีน้อยและช้ามาก นอกจากนี้ยังขาดงบประมาณสนับสนุน ไม่มีการปรับปรุงในทุกด้าน รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ฟังได้รู้จักเพื่อจะได้ใช้ประโยชน์เต็มที่ โดยเฉพาะในกรณีผู้ฟังญี่ปุ่นในประเทศไทยแม้จะไม่ใช่เป้าหมายหลัก แต่เป็นกลุ่มที่น่าจะมีโอกาสรู้จักและได้รับฟังรายการดังกล่าวเพื่อประโยชน์สูงสุดของทางราชการผู้ส่งกระจายเสียงและตนเอง

ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้ทำให้การออกอากาศไม่น่าจะได้ผลเท่าที่ควร คือการใช้รายการเป็นสื่อให้ข่าวสารและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทยทั้งแก่ ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายหลักในต่างประเทศ และเป้าหมายรอง คือผู้ฟังในประเทศ จึงน่าจะมีการพิจารณาปรับปรุงในด้านต่างๆเพื่อให้สามารถใช้สื่อมวลชนของรัฐเช่นรายการข่าวภาคภาษาญี่ปุ่นนี้ให้เป็นประโยชน์สูงสุดต่อไป

รายการข่าวภาคภาษาญี่ปุ่น IBC Cable T.V.

รายการข่าวภาคภาษาญี่ปุ่นเป็นรายการที่ IBC Cable T.V.ถ่ายทอดจากรายการข่าว 7 O'clock News ของสถานีโทรทัศน์ NHK เพื่อออกอากาศในเวลา 17.00 น. (Bkt) เป็นประจำทุกวัน ความยาวประมาณ 1 ชั่วโมง โดยมีที่มาจากเมื่อปี 1990 ซึ่ง IBC Cable T.V.ได้จัดแบ่งรายการข่าวออกเป็นช่อง 1 โดยมีรายการข่าวของ CNN และ ABC เป็นหลัก เมื่อออกอากาศได้ระยะหนึ่งเห็นว่า การถ่ายทอดรายการจากสถานีข่าว CNN ทุกรายการตลอดวันทางช่อง 1 ไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร ผู้ชมไม่ค่อยสนใจ เพราะเป็นข่าวภายในประเทศของสหรัฐอเมริกาเสียส่วนใหญ่ จึงเปลี่ยนนโยบายหันมาสนใจจะมีรายการข่าวที่มีเนื้อหาสาระใกล้ตัวกลุ่มผู้ชมเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นรายการของประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสัมพันธ์กันใกล้ชิด เช่นญี่ปุ่น ประกอบกับการหาแนวทางขยายกลุ่มสมาชิกให้ได้ฐานลูกค้ากว้างขวางขึ้นและเห็นว่ากลุ่มชุมชนญี่ปุ่นในไทยมีศักยภาพสูง ผู้บริหาร IBC Cable T.V จึงได้ติดต่อกับ NHK เพื่อจัดหารายการข่าวโทรทัศน์ที่เหมาะสมมาออกอากาศทางช่อง 1 เป็นบริการเพิ่มเติมเพื่อจูงใจลูกค้ากลุ่มนี้

เนื่องจากยังไม่แน่ใจว่า รายการสำหรับชาวญี่ปุ่นโดยเฉพาะจะมีผู้ชมมากพอ ทาง NHK แนะนำว่า IBC Cable T.V. ควรทดลองออกอากาศรายการข่าวในประเทศญี่ปุ่น Today's Japan ซึ่งเสนอข่าวภาษาอังกฤษดูก่อน เพราะรายการนี้น่าจะมีผู้ชมมากกว่า เนื่องจากผู้สนใจความเคลื่อนไหวภายในญี่ปุ่นมีทั้งชาวญี่ปุ่นเอง ชาวไทยหรือชาติอื่นที่มีธุรกิจกับญี่ปุ่น และผู้ชมทั่วไป ปรากฏว่ารายการนี้เป็นรายการที่ได้รับความนิยมไม่น้อย เมื่อ Karuna Chinsho ผู้ประกาศข่าวประจำรายการขณะนั้นได้รับเชิญมาประเทศไทยก็มีผู้ชมจำนวนมากไปห้อมล้อมต้อนรับ

เมื่อประสบความสำเร็จอย่างดีจาก Today's Japan IBC Cable T.V ก็หวังว่าจะหาแนวทางขยายกลุ่มสมาชิกให้ได้ฐานลูกค้ากว้างขวางขึ้น ในปี 1992 มีการศึกษาวิจัยโดยบริษัทวิจัยในเครือชินวัตร (ชินวัตร โพลล์) ซึ่งได้ผลว่าชุมชนญี่ปุ่นในไทยมีชาวญี่ปุ่นจำนวนมาก ส่วนใหญ่ยังไม่ได้บอกรับเป็นสมาชิกเคเบิลทีวี เนื่องจากทราบดีว่าชุมชนญี่ปุ่นในไทยมีศักยภาพสูง IBC จึงหวังว่าน่าจะดึงกลุ่มลูกค้าได้จากชุมชนนี้ประมาณครึ่งหนึ่ง จึงติดต่อขอซื้อรายการที่เหมาะสมเพิ่มจาก NHK โดยเลือกรายการข่าว 7 O'clock News เพราะเป็นรายการข่าวประจำวันที่ดีที่สุดและตรงต่อความต้องการพอดี

ปัญหาในการนำรายการมาออกอากาศโดยถ่ายทอดสด ได้แก่ ต้องจัดการขออนุญาตต่ออสมท.ผ่าน กบว.(ขณะนั้น)เพื่อออกอากาศรายการนี้เป็นภาษาญี่ปุ่นเป็นกรณีพิเศษ เนื่องจากตามกฎหมายห้ามออกอากาศรายการภาษาอื่นๆ นอกจากไทยและอังกฤษ IBC Cable T.V. จึงขอออกอากาศโดยจัดทำ Sub Titleภาษาอังกฤษประกอบข่าว ขั้นตอนเป็นไปอย่างไม่สะดวกนัก เพราะขั้นตอนการทำงานคือก่อนออกอากาศ NHK จะต้อง fax หัวข้อข่าวและเนื้อข่าวย่อๆมาให้ IBC จัดการแปลเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อขึ้นหน้าจอในระหว่างออกอากาศสด Sub Titleนี้จะได้เนื้อหาราว 60 %ของข่าวทั้งหมดเท่านั้น ก่อนจะเริ่มออกอากาศรายการ IBC ได้เตรียมการ Promotion โดยลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งบางกอกซูโฮและสยามบิสเนสนิวส์

ต่อมา NHK มีนโยบายจะออกอากาศรายการในระบบ Bilingual โดยออกอากาศภาษาญี่ปุ่นใน Channel A และออกอากาศบทแปลภาคภาษาอังกฤษทาง Channel B IBC จึงปรับเปลี่ยนผังรายการใหม่ IBC นำรายการมาออกอากาศเป็น 2 ครั้งต่อวัน (repeat) โดยถ่ายทอดสดในเวลา 17.00น. ตามเดิมและออกอากาศเสียงภาษาญี่ปุ่นเป็นหลัก เสียงภาษาอังกฤษเป็นช่องที่ผู้ชมเลือกรับฟังได้ ส่วนในภาคดึก เวลา 22.00 น. IBC จะออกอากาศเสียงภาษาอังกฤษ โดยให้ผู้ฟังเลือกรับเสียงภาษาญี่ปุ่นได้ การทำ Sub Title ประกอบข่าวก็เลิกไป NHK ผลิตรายการออกอากาศสัปดาห์ละ 5 วันมาจนกระทั่งถึงปี 1995 จึงเพิ่มข่าวความยาว 30 นาทีขึ้นอีกทุกเสาร์ - อาทิตย์

ปี 1996 IBC จำต้องย้ายรายการมาอยู่ช่อง 9 เนื่องจาก CNN ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบรายการแล้วยื่นคำขาดว่าไม่ต้องการให้มีข่าวจากแหล่งข่าวอื่นออกอากาศในช่องเดียวกันด้วย

ปัจจุบัน IBC เสียค่าใช้จ่ายในการถ่ายทอดรายการ 2 ส่วนคือค่าลิขสิทธิ์ (license) และค่าเช่าช่องสัญญานดาวเทียม

เมื่อผู้วิจัยสัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นทั่วไป พบว่า มีผู้ติดตามชมรายการทาง IBC CABLE T.V. เป็นจำนวนมากและพอใจกับการจัดการออกอากาศของ IBC ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า เป็นสมาชิกรายการ IBC CABLE T.V.อยู่แล้ว การที่จะเปลี่ยนไปรับรายการของ NHK ที่ออกอากาศทาง UTV นั้นมีปัญหาขัดข้องหลายอย่างทำให้ไม่สะดวกแม้ว่าการสำรวจความนิยมอย่างเป็นทางการจะทำได้ยาก เนื่องจากผู้ชมไม่มี feed back กลับมาถึง IBC โดยตรง เนื่องจาก IBC และ NHK มีความสัมพันธ์ต่อกันเป็นอย่างดี จึงคาดว่า จะมีการนำรายการอื่นๆจากNHKเข้ามาเพิ่มอีก ขณะเดียวกันผู้บริหาร IBC ยังมีนโยบายที่จะขยายตลาดลูกค้าญี่ปุ่นเพิ่มเติม จึงคาดว่าในอนาคตอันใกล้ IBC อาจจะผลิตรายการสำหรับชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยโดยเฉพาะด้วย

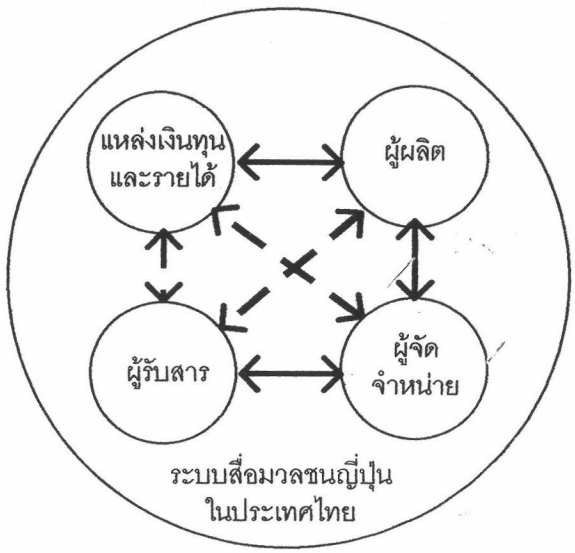
รายการ VDO

มีให้เช่าทั่วไปตามร้านต่างๆ แบ่งตามเนื้อหาได้2ประเภทใหญ่ๆด้วยกัน คือ รายการสาระ และบันเทิง ผู้ชมนิยมละครชีวิตที่สุด นอกจากนี้ยังมีภาพยนตร์ทั้งฝรั่งพากย์ญี่ปุ่น หรือมี Subtitle และภาพยนตร์ญี่ปุ่น และรายการปกิณกะบันเทิง รายการละครและปกิณกะทั้งหมดเป็นรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆของญี่ปุ่น เลือกมาเฉพาะรายการที่ได้รับความนิยมสูง ทางร้านจะอัดรายการดังกล่าวมาให้เช่าเร็วมากจึงเป็นจุดขายสำคัญของทางร้านที่ช่วยให้ลูกค้าติดตามรายการบันเทิงได้ทันการ สามารถพูดคุยกับเพื่อนฝูงหรือครอบครัวทางญี่ปุ่นได้รู้เรื่อง

2. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบสำคัญในระบบและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

ระบบสื่อสารมวลชนญี่ปุ่นในไทยมีองค์ประกอบที่สำคัญในระบบคือ แหล่งเงินทุนและรายได้ ผู้ผลิต ผู้รับสาร และผู้จัดจำหน่าย ผู้จัดจำหน่ายสำคัญๆได้แก่ ร้านหนังสือญี่ปุ่น ร้านวิดีโอและสมาคมญี่ปุ่นในประเทศไทย องค์ประกอบเหล่านี้มีกิจกรรมระหว่างกันและกันสม่ำเสมอซึ่งมีรูปแบบความสัมพันธ์ที่สังเกตได้ โดยมีรายละเอียดของโครงสร้างดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบสำคัญในระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในไทย



แผนภูมิที่ 3 องค์ประกอบสำคัญในระบบ

ผู้ผลิต

เมื่อกล่าวถึงงานสื่อสารมวลชนผู้มีบทบาทต่อกระบวนการสำคัญในระบบ คือนักสื่อสารผู้ผลิตเนื้อหาและจัดการภายในสื่อต่างๆ จัดเป็นผู้มีบทบาทสูงสุดในกิจกรรมองค์กรสื่อ ผู้ผลิตในระบบผู้ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหา ได้แก่บรรณาธิการ นักเขียน นักข่าว นักแปล นักวาดภาพประกอบ พนักงานประจำกองบรรณาธิการ ในกรณีสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ผลิตรายการ ผู้แปล และผู้ประกาศ ในกรณีสื่ออิเลคโทรนิคส์

จากการสัมภาษณ์และสังเกตุการณ์พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะมีทั้งชาวไทยและชาวญี่ปุ่น อายุระหว่าง 25-35 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ความรู้ภาษาไทยและอังกฤษจัดอยู่ในขั้นพอใช้ได้ เพราะเป็นคุณสมบัติสำคัญที่จำเป็นที่สุดในการทำงาน

ผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์งานสื่อสารมวลชนมาก่อน และมักต้องพึ่งพาอาศัยเพื่อนร่วมงานคนไทยในการเข้าถึงข้อมูล และเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆอย่างมาก ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะในการทำงานและไม่มีโอกาสพัฒนาตนเองเท่าที่ควร

สื่อต่างๆมักประสบปัญหาขาดผู้ผลิตอยู่เสมอ โดยเฉพาะผู้ที่จะมาปฏิบัติงานประจำกองบรรณาธิการ

แหล่งเงินทุนและรายได้

1.นายทุน/เจ้าของกิจการ/ผู้บริหาร

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าองค์กรสื่อส่วนใหญ่ในประเทศไทยเป็นกิจการขนาดเล็ก กิจการส่วนใหญ่ แม้ว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของนิติบุคคลในรูปบริษัทเอกชน แต่มีเจ้าของกิจการทั้งหมดเพียงผู้เดียวหรือเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ที่ เป็นผู้บริหารและดำเนินงานหลายๆด้านเอง ผู้วิจัยพบว่านายทุน/เจ้าของกิจการและผู้บริหารของสื่อเกือบทั้งหมดมีลักษณะร่วม

กันคือ เป็นชาวญี่ปุ่น มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจากประเทศญี่ปุ่น อายุประมาณ 35 ปีขึ้นไป มีความรู้ภาษาไทยพอใช้ได้ไปจนถึงระดับดี มีความรู้ความเข้าใจในสังคมไทยพอใช้ มีความสามารถพิเศษเฉพาะตัวหรือมีประสบการณ์ในงานสื่อสารมวลชนมาบ้างพอสมควร เนื่องจากต้องใช้คุณสมบัติต่างๆเหล่านี้ในการริเริ่มและดำเนินงาน กรณีที่นายทุนเป็นคนไทย ก็มักเป็นนักธุรกิจที่มีกิจการด้านใดด้านหนึ่งเกี่ยวข้องกับญี่ปุ่น เช่น สมนึก วิทยารังสรรค์ เจ้าของกิจการสยามบิสเนส นิวส์ เป็นเจ้าของกิจการพิมพ์และมีธุรกิจอื่นเกี่ยวกับญี่ปุ่นอยู่แล้ว ณัฐวุฒิ วิเศษศิริ ผู้ถือหุ้นใหญ่ของคอมเซสประเทศไทย ผู้ผลิตเว็บ ก็มีธุรกิจเกี่ยวกับญี่ปุ่นอยู่เช่นกัน นายทุน/เจ้าของกิจการและผู้บริหารเหล่านี้คือ ผู้มีบทบาทสำคัญที่สุดในด้านการกำหนดนโยบายหลักขององค์กร อำนวยการผลิตเนื้อหาสื่อ ระดมทุนและการแสวงหารายได้ เพราะทุนดำเนินการที่เข้าสู่ระบบมักจะเป็นเงินสะสมส่วนตัว หรือเงินจากหุ้นส่วนธุรกิจที่คุ้นเคยกับบุคคลเหล่านี้ ในบางกรณีเท่านั้นเป็นเงินทุนดำเนินการที่บริษัทแม่จากต่างประเทศนำมาลงทุนตั้งบริษัทร่วมกับผู้ถือหุ้นไทย

2. ผู้โฆษณา

ผู้โฆษณาในสื่อญี่ปุ่นนั้นมีลักษณะเด่นคือ มีกิจการหรือบริการที่ต้องการจะขายให้แก่ลูกค้าชาวญี่ปุ่น ไม่ว่าผู้โฆษณาจะเป็นไทยหรือญี่ปุ่น หรือแม้แต่บริษัทห้างร้านนานาชาติ แบ่งผู้โฆษณาได้เป็นสองประเภทหลัก คือ เจ้าของกิจการ และตัวแทนโฆษณา (Agency)

เจ้าของกิจการเป็นกลุ่มที่ลงโฆษณาขนาดเล็ก กระจายในหลายสื่อสิ่งพิมพ์และลงโฆษณาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ส่วนใหญ่มักติดต่อกับสื่อโดยทางโทรศัพท์และโทรสารบางครั้งก็จะซื้อโฆษณาเพื่อช่วยเหลือสื่อหรือรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน ตัวอย่างผู้โฆษณาประเภทนี้ได้แก่ เจ้าของโรงแรมขนาดเล็กในแหล่งท่องเที่ยว คลีนิคแพทย์ ร้านเสริมสวย

ตัวแทนโฆษณาส่วนใหญ่เป็นบริษัทญี่ปุ่นเช่น เดนสึ ฮักกุโฮโด ชูโอเซนโกะ ซึ่งดูแลลูกค้าญี่ปุ่นต่างๆ บริษัทตัวแทนมักจะติดต่อกับสื่อผ่านทางพนักงานขายโฆษณาและจะมีการวางแผนลงโฆษณาอย่างรัดกุมกว่ากลุ่มเจ้าของกิจการ เช่น ตัวแทนโฆษณาของสายการบินจะจองซื้อพื้นที่โฆษณาเต็มหน้าหนังสือพิมพ์บางกอกชูโฮในช่วงก่อนวันหยุดพักผ่อนประจำปี (Golden weeks) ของญี่ปุ่นและพิจารณาซื้อตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์สูงสุดของกิจการที่เป็นลูกค้ามากกว่า

ผู้จัดจำหน่ายและเผยแพร่สื่อต่าง ๆ

องค์ประกอบผู้จัดจำหน่ายคือผู้จัดจำหน่ายสำคัญ 5 ราย ทำหน้าที่เป็นแหล่งจัดแสดงและเผยแพร่สื่อไปถึงผู้รับสารได้แก่

- ร้านไทยบุนโด จำหน่ายหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ฟรี
- ร้านคิโนคุนิยะ จำหน่ายหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ฟรี
- ร้านโตเกียวโด จำหน่ายหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ฟรี
- ร้านนิตไทย ผู้ให้เช่า VDO
- สมาคมญี่ปุ่นในประเทศไทย รับจัดจำหน่ายให้แก่หนังสือพิมพ์วอยซ์เมล์ แจกวารสารกรุงเทพให้แก่สมาชิกและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆเป็นครั้งคราว

โดยมีรายละเอียดดังนี้

ร้านไทยบุนโด

ไทยบุนโด เป็นร้านหนังสือญี่ปุ่นร้านแรกที่เปิดกิจการในเมืองไทย เมื่อเดือนมิถุนายน 2508 โดยผู้ดำเนินกิจการนำเข้าหนังสือพิมพ์ญี่ปุ่น OCS แนะนำให้เจ้าของร้านมา

เปิดกิจการในเมืองไทย ขณะนั้นมีชาวญี่ปุ่นประมาณ 2,000 - 3,000 คน

ร้านไทยบุนโดร้านแรกเป็นตึกแถว ใช้ชั้นบนเป็นสำนักงาน ตั้งอยู่ที่ถนนสีลม ยอดจำหน่ายวันแรกขายได้ประมาณ 500 กว่าบาท ขณะนั้นมีพนักงาน 2 คน ช่องทางการขายของร้านใช้ขายหน้าร้าน และจัดส่งโดยพนักงานจัดส่ง ทางร้านทำโฆษณาเป็นใบปลิวแทรกไปกับหนังสือพิมพ์ที่ OCS ส่งให้สมาชิก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการต่ำกว่าในปัจจุบันมาก

ราคาหนังสือพิมพ์ญี่ปุ่นขณะนั้นราคาฉบับละ 7 บาท หนังสือนวนิยายขนาดบาง (ประมาณ 500 หน้า) ราคาประมาณ 20 บาท ปัจจุบันราคาฉบับละ 200 - 250 บาท

ขณะนี้ร้านไทยบุนโดมีพนักงาน 19 คนแบ่งเป็น 4 สาขา คือสาขาห้างสรรพสินค้าโซโก้ (อมรินทร์พลาซ่า) สาขาธนิยะ สาขาเยาฮัน รัชดาภิเษก และสาขาเยาฮัน (ฟิวเจอร์พาร์ค) บางแค

ส่วนใหญ่การเปิดสาขาจะร่วมกับห้างสรรพสินค้าเพราะเล็งเห็นประโยชน์ในด้านจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อสินค้าในห้าง โดยจะพิจารณาที่ตั้งของแต่ละห้างเป็นหลัก ลูกค้าของร้านส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น ยกเว้นสาขาห้างเยาฮัน (ฟิวเจอร์พาร์ค) บางแค กลุ่มเป้าหมายจุดนี้เป็นคนไทย หนังสือที่ขายได้ดีคือหนังสือเกี่ยวกับมอเตอร์ไซค์ รถยนตร์ แฟชั่น เกมส์คอมพิวเตอร์ หนังสือเสริมทักษะเด็ก เช่น ระบายสี วาดรูป และอื่นๆ

สาขาโซโก้ เป็นสาขาที่ขายดีที่สุด โดยเฉพาะแมกกาซีนแฟชั่น และรถยนตร์ รวมทั้งหนังสือเกมส์คอมพิวเตอร์ด้วย ลูกค้าสาขานี้ 70% เป็นชาวญี่ปุ่น

สำนักงานใหญ่ของไทย บุนโด อยู่ที่พันธุ์ทิพย์พลาซ่า เป็นห้องขนาดเล็กๆแต่มีความสำคัญเพราะทำหน้าที่บริหารงานสาขาทั้งหมด สั่งซื้อหนังสือจากญี่ปุ่น และจัดส่งให้ลูกค้า มีรายได้รวมเดือนละประมาณ 2 ล้านบาท

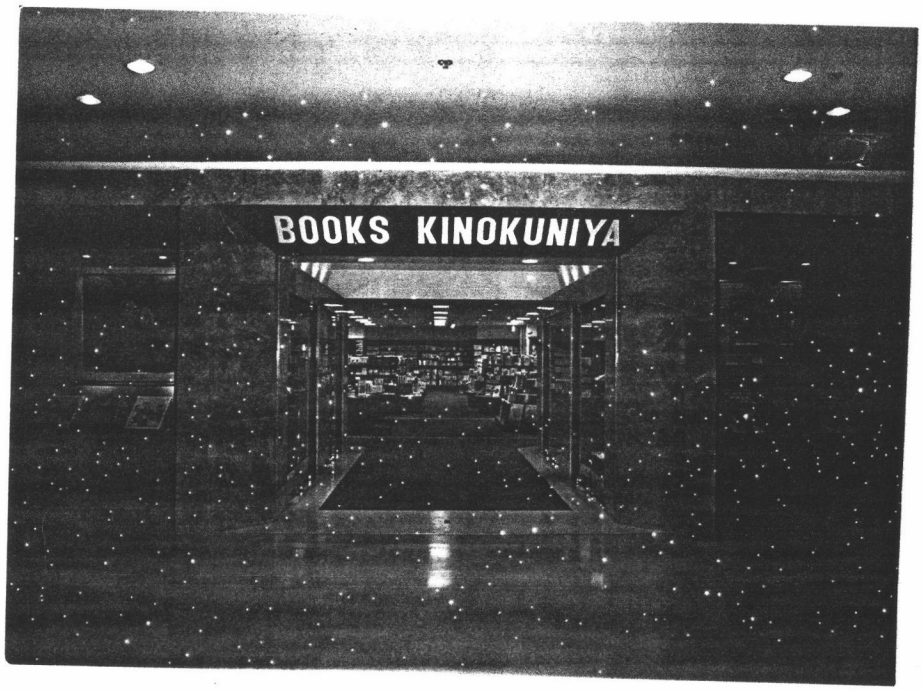
หนังสือต่างๆที่มีขายในร้านไทยบุนโดมีทั้งนิตยสาร หนังสือเล่มประเภทต่างๆ และหนังสือพิมพ์ ลูกค้าของไทยบุนโดส่วนใหญ่จะมากันเป็นครอบครัว ผู้ใหญ่ชายและหญิงจะมีความสนใจต่างกันอย่างเด่นชัด ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าแนวผู้ชายและแนวผู้หญิง หัวหน้าครอบครัวส่วนใหญ่จะซื้อหนังสือแนวผู้ชาย ซึ่งเน้นข่าวและเศรษฐกิจ กีฬา ธุรกิจ สรุปข่าวแบบวิเคราะห์ข่าวประจำสัปดาห์ แม่บ้านจะซื้อนิตยสารต่างๆ และเด็กๆซื้อหนังสือเกี่ยวกับการเรียนเช่นหนังสือเสริมทักษะต่างๆ และหนังสือการ์ตูน

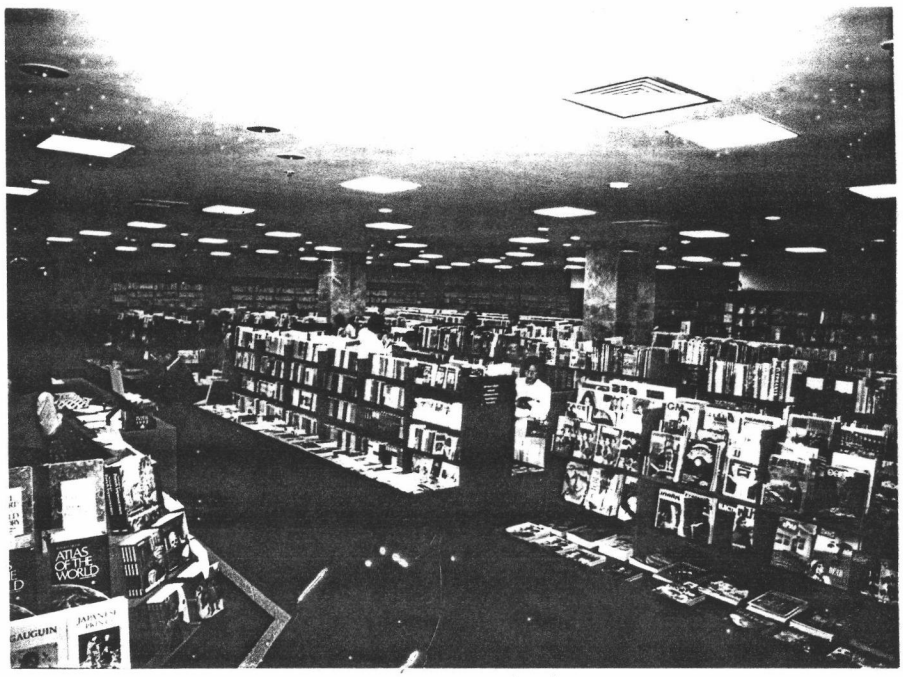
ลูกค้าจะมาซื้อหนังสือที่ร้านสัปดาห์ละหนึ่งครั้งเป็นอย่างต่ำ แต่ส่วนใหญ่จะมาสองสามครั้ง และจะซื้อหนังสือประมาณครั้งละ 200 - 300 บาท

อนาคตคาดว่าผู้อ่านหนังสือจะเพิ่มขึ้นแม้ว่าจะไม่มากนัก ตลาดมีขนาดเล็ก การขยายตัวน้อย เพราะผู้ที่มีศักยภาพต่างก็เข้ามาตั้งหลักแหล่งอยู่ในประเทศไทยกันหมดแล้ว คาดว่าการอพยพเข้ามาจะไม่เพิ่มขึ้นมากนัก ครอบครัวญี่ปุ่นก็มีการขยายตัวน้อย วัยรุ่นมักจะถูกส่งกลับไปศึกษาต่อและใช้ชีวิตในญี่ปุ่นโดยไม่กลับมาอยู่เมืองไทย ธุรกิจหนังสือ (ญี่ปุ่น) จัดว่ากำไรน้อย แม้จะมีคู่แข่งน้อยแต่ขนาดตลาดเล็กไม่เหมือนกับสินค้าอื่นๆ การที่จะขยายสาขาก็ทำได้ยากเพราะพื้นที่ในห้างแพงมาก

ร้านคิโนคุนิยะ

ร้านหนังสือคิโนคุนิยะเป็นร้านหนังสือญี่ปุ่นที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เป็นสาขาของคิโนคุนิยะญี่ปุ่นซึ่งเริ่มกิจการในปี 1937 โดยเปิดเป็นร้านย่อยตามชุมชนคล้ายกับร้านเซเว่นอีเลเว่น แต่ขนาดร้านจะค่อนข้างใหญ่เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลาย ร้านคิโนคุนิยะจัดว่าเป็นเครือข่ายร้านหนังสือที่ใหญ่เป็นอันดับหนึ่งในญี่ปุ่นโดยร้านใหญ่รองลงมาคือ Marusen





ภาพที่ 13 ร้านหนังสือคิโนคุนิยะ

ตัวแทนของร้านคิโนคุนิยะญี่ปุ่นเริ่มมาสำรวจตลาดเมื่อเดือน พค.1991 และเปิดดำเนินกิจการเมื่อกุมภาพันธ์1992 โดยเปิดในห้างสรรพสินค้าอิเซตันของญี่ปุ่นในศูนย์การค้าเวิลด์เทรดเซนเตอร์ เริ่มแรกมีพนักงาน 20 - 30 คนปัจจุบันมีพนักงาน 54 คน โดยมีผู้บริหารญี่ปุ่น 4 คน ปัจจุบัน 90% ของยอดขายที่ได้มาจากการขายหน้าร้าน ที่เหลือเป็นยอดขายตรงจากสำนักงานขายอาคารวานิสสา ซึ่งขายหนังสือโดยตรงให้แก่มหาวิทยาลัย และองค์กรการศึกษาต่างๆรวมทั้ง JICA ซึ่งต้องการหนังสือไปใช้ประกอบการศึกษาวิจัย

ร้านคิโนคุนิยะกำลังจะเปิดสาขาที่สองในเดือนเมษายน.2540 ที่ศูนย์การค้าเอ็มโพเรี่ยม สุขุมวิท 24 ซึ่งจัดเป็นครั้งแรกที่ได้ร่วมมือกับ The Mall

หนังสือในร้านจะเป็นหนังสือภาษาญี่ปุ่นประมาณ 55% และภาษาอังกฤษ 45% ยอดขายหนังสือภาษาอังกฤษกำลังเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เพราะเอกสารทางวิชาการสำหรับสถาบันการศึกษามักจะเป็นเอกสารภาษาอังกฤษ

กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสื่อญี่ปุ่นที่ผลิตในเมืองไทยพอจะแบ่งได้คร่าวๆเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน กลุ่มแรกเป็นชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะซื้อหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษและบางกอกชูโฮ แต่จะไม่ซื้อหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นฉบับอื่น กลุ่มที่สองคือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นแบ่งออกเป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือฮิปปี้ที่มีกำลังซื้อต่ำ มักจะมาเปิดดูหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆในร้านเพื่อติดตามเหตุการณ์ และหาข้อมูลใหม่ๆแต่ไม่ซื้อ กับกลุ่มที่มาเป็น Group Tour ซึ่งจะซื้อหนังสือบ้างโดยจะซื้อบางกอกชูโฮ ส่วนกลุ่มที่สามคือกลุ่มนักธุรกิจญี่ปุ่นที่ทำงานอยู่ในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เขมร ลาว อินโดนีเซีย ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่จะแวะหรือผ่านมาจึงซื้อหนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ในประเทศไทยอ่านเพื่อให้ทราบความเป็นไปในประเทศไทย

อนาคตของคิโนะคุนิยะในประเทศไทย คาดว่า จะขายหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้นได้อีกไม่มากนัก แต่ตลาดหนังสือเล่มยังคงเปิดกว้าง นอกจากนี้ สถานการณ์ธุรกิจปัจจุบันไม่แจ่มใส เท่าที่ทราบสื่อสิ่งพิมพ์หลายชื่อต่างก็ค่อยๆทยอยปิดตัวออกจากวงการไปเริ่มจากช่วง 2 -

3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะสื่อประชาสัมพันธ์ที่เคยมีมากในช่วงธุรกิจรุ่งเรือง สื่อที่คงอยู่ได้แสดงให้เห็นว่ามีความพร้อม มีความสามารถที่จะแข่งขันในตลาด และมีความสำคัญต่อสังคมญี่ปุ่นไทยอย่างแท้จริง

ร้านนิตไทย

ร้านนิตไทย เป็นร้าน VDO ภาษาญี่ปุ่น เพื่อลูกค้าชาวญี่ปุ่นโดยเฉพาะ ความสำคัญของร้านนิตไทยคือเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารและความบันเทิงที่ได้รับความนิยมสูงจากชาวญี่ปุ่นในไทยมานาน นอกจากครอบครัวญี่ปุ่นจะเช่า VDO ของทางร้านไปชมเป็นการหาความบันเทิงในบ้าน ร้านอาหารญี่ปุ่นและแหล่งบันเทิงต่างๆก็นิยมเช่า VDO ไปเปิดให้ลูกค้าดูอีกด้วย ผู้วิจัยเองเคยเห็นร้านอาหารในย่านซอยทานตะวัน ถ.สุรวงศ์ เช่ารายการละครชีวิตเรื่องยาวมาให้ลูกค้าเลือกชมระหว่างนั่งรับประทานอาหาร ร้านนิตไทยมี ๒ สาขา อยู่ในละแวกใกล้เคียงกันคือ ร้านแรกและสำนักงานใหญ่เป็นอาคารพานิชย์คูหาเดียวอยู่ใกล้กับอาคารโชคชัย ร้านที่สองอยู่ในอาคารสยามอรุณ ตรงข้ามฟูจิซุปเปอร์มาร์เก็ต แหล่งจับจ่ายอาหารใหญ่ของชาวญี่ปุ่นในเขตสุขุมวิท หน้าร้านติดป้ายพลาสติกเรียบๆบอกชื่อร้านและเวลาบริการไว้ด้วย

ผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตุการณ์ในร้านที่สองนี้พบว่าพนักงานในร้านเป็นคนไทยทั้งหมด ในร้านมีเคาน์เตอร์ให้ลูกค้าได้ยืนอ่านนิตยสารบันเทิงจากญี่ปุ่น แผ่นพับและใบปลิวโฆษณาธุรกิจอื่นๆ และมีเคาน์เตอร์ติดผนังสำหรับพนักงานบริการให้เช่าม้วน VDO ลูกค้าเมื่อเข้ามาในร้านแล้วจะเลือก VDO จากชั้นตามความพอใจเอามาส่งให้พนักงาน การตกแต่งในร้านเรียบง่าย โดยทางร้านสร้างชั้นวาง VDO ไว้ติดผนังสามด้าน และมีตู้เล็กๆอีก 1 ตู้ขณะเข้าสังเกตุมีลูกค้าชาวญี่ปุ่นทยอยเข้ามาไม่ขาดระยะ เพื่อเช่า VDO ซึ่งมีไม่ต่ำกว่า 2,000 ม้วน ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เห็นเป็นสามีภรรยาที่มาซื้อของในฟูจิซุปเปอร์มาร์เก็ตนั่นเอง

第 34 号
平成 8 年 8 月23日号
発行日 毎週金曜日

日泰ビデオだより

TEL. (258)4335
(258) 6741 (258)6874
(259) 6670 (259)6671
(261) 4498
FAX. (258) 9872

キルトに綴る愛 91611

キャストにもスタッフにも女性パワーがあふれている

断ち残しの端切れをひとつひとつ丹念に接ぎ合わせたパッチワークに、綿を入れてステッチをかけ、ふとんやベッド・カバーに作り上げていくキルト。キルトは、物を大切にする生活の知恵であると同時に、色も柄も違う受賞のアン・バンクロフトとオスカー女優を小さな布切れを集めて全く新しい布に生まれ変わらせる、素晴らしい芸術でもある。キルト作りは、開拓時代からのアメリカの女性の伝統の手仕事。近所の奥さんが家事の合間に集まって共同で作業する、恰好の場であった。嬉しいこと、苦しいこと、そして秘めた想い。一枚一枚の端切れ同様に、集まった女性たちの様々な感情も一緒に縫い込まれて、キルトは出来上がっていく。

ウィノナ・ライダーの最作「キルトに綴る愛」は、長い年月、共にキルトを作ってきた初老の女性たちが、これから結婚する若い世代に語る愛の物語。一枚の大きなキルトのように、彼女たちの喜びと悲しみで綴られた物語。原作はホイットニー・オニールがカリフォルニア大学の修士論文として書いた感動の小説。舞台は「あなたに贈る愛」のジョージア州の様だけでは語れないから、人の一生は単純なのだ。だから恐れずに前に前に踏み出しなさいという、優しいエールがこめられた映画なのだ。

ウィノナの役は、結婚を迷っている大学院生ファン。彼女の祖母ハイビ（アリスの恋）でアカデミー主演女優賞のエレン・バースティン、その娘グラディス（青春の人）で同賞受賞のアン・バンクロフトとオスカー女優を2人も揃えた豪華なキャスティングが話題。ファンの婚約者サムをキャスティングが話題。ファンの婚約者サムをキャスティングが話題。ファンの婚約者サムを

หลังจากการสังเกตุสภาพทั่วไปของร้านดังกล่าว ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ลูกค้าของร้านรายหนึ่งซึ่งกล่าวว่า ร้านนิตไทยนอกจากจะมีVDOให้เช่ามากมายยังมีบริการที่ลูกค้าชื่นชอบมากกว่าร้านอื่น คือการรับ - ส่ง VDO ถึงที่บ้านหรือที่ทำงานในแถบสุขุมวิทด้วย

อัตราค่าบริการ สมาชิกที่ใช้บริการเช่าเป็นรายเดือนจะได้รับ VDO 1 ม้วนเป็นประจำทุกวัน ค่าสมาชิก 1,180 บาท ถ้าต้องการเช่าวันละ 2 ม้วน ค่าบริการรายเดือนก็จะเพิ่มเป็น 1,950 บาท มีพนักงานนำส่งไปส่งและรับคืนโดยไม่คิดค่าบริการ หากมายืมที่ร้านค่าเช่า1 ม้วน 60 บาท ยืมได้นาน 3 วัน

นอกจากมีการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆอย่างสม่ำเสมอ ลูกค้ายังจะได้รับจดหมายข่าวของทางร้านเพื่อแจ้งรายการใหม่ๆและรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เป็นประจำอีกด้วย จดหมายข่าวยังมีโฆษณาและประกาศเกี่ยวกับธุรกิจและบริการหลายประเภท เช่น คอกเทลเล้าจน์ โรงเรียนสอนภาษา และห้างสรรพสินค้าญี่ปุ่นเป็นต้น

เมื่อผู้วิจัยติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้ดำเนินกิจการ เริ่มจากติดต่อทางโทรศัพท์เมื่อวันที่12 กรกฎาคม 2539 โดยแนะนำตัวว่าเป็นนิสิตซึ่งกำลังรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย เจ้าหน้าที่ร้านนิตไทยผู้รับโทรศัพท์แนะนำตัวเองว่าเป็นผู้จัดการทั่วไปได้บอกสั้นๆว่าทางร้านจ้างผู้อื่นมารับผิดชอบจัดพิมพ์สื่อประชาสัมพันธ์ขึ้นเพียงเพื่อแจ้งข่าว VDO รายการใหม่ๆให้แก่ลูกค้าในย่านสุขุมวิท แม้ว่าจะมีโฆษณาสินค้าและบริการอื่นๆอยู่ด้วยก็ไม่ได้มีรายได้จากโฆษณาเหล่านี้ เพียงแต่เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์กิจการที่เพื่อนฝูงของเจ้าของร้านนิตไทยเป็นเจ้าของ

เมื่อผู้วิจัยขอนัดสัมภาษณ์ ผู้จัดการร้านนิตไทย ปฏิเสธไม่ยอมให้ความร่วมมือโดยกล่าวว่า การเปิดเผยข้อมูลใดๆเกี่ยวกับกิจการนอกจากไม่มีประโยชน์กับธุรกิจแล้วยังอาจจะก่อให้เกิดปัญหากับทางร้านต่อไปอีกด้วย

แม้ว่าจะไม่ได้สัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการโดยตรงผู้วิจัยก็อาศัยข้อมูลที่รวบรวมมาดังกล่าววิเคราะห์ได้ว่า การไม่ได้รับความร่วมมือจากร้านนิตไทย น่าจะเนื่องจากมีการผลิตสื่อ VDO เพื่อเผยแพร่อย่างผิดกฎหมายได้แก่การลักลอบทำซ้ำ (Reproduction) โดยไม่ได้ขออนุญาตเจ้าของลิขสิทธิ์ถูกต้อง และละเมิดกฎหมายไทยโดยเผยแพร่รายการวิดิทัศน์ที่ไม่ผ่านการพิจารณาจากเจ้าพนักงานผู้ควบคุม แม้ว่าจะเป็นกระบวนการที่ร้าน VDOใช้เหมือนกันทุกร้าน แต่ก็ทำให้ไม่กล้าเปิดเผยข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้

สมาคมญี่ปุ่นในประเทศไทย

เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่สำคัญในการจ่ายแจกสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆสู่ชุมชนญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยส่วนใหญ่และมีการจัดทำรายนามสมาชิกไว้เรียบร้อย สื่อต่างๆมักใช้ข้อมูลรายนามสมาชิกนี้เป็นหลักในการจัดจำหน่ายหรือแจกสิ่งพิมพ์ของตน

เนื่องจากต้องส่งวารสารสมาคมให้แก่สมาชิกเป็นประจำทุกเดือน สมาคมจึงร่วมกับผู้ผลิตสิ่งพิมพ์บางรายจัดส่งสิ่งพิมพ์ให้แก่สมาชิก เช่น นสพ.Voice Mail โดยคิดค่าบริการรายเดือนจากผู้ผลิตบ้างแต่ไม่มาก นอกจากนี้ ยังมีเอกสาร แผ่นปลิว แผ่นพับ ทั้งที่ให้ข่าวสารข้อมูลและเพื่อการโฆษณาธุรกิจจำนวนไม่น้อย สมาคมยังจัดกระดานข่าวและจุดแจกเอกสารสำหรับสมาชิกไว้ในที่ทำการซึ่งมีผู้ใช้บริการรับ-ส่งข่าวสาร เช่น โฆษณาซื้อ-ขายสินค้า ให้เช่าอพาร์ตเมนต์ อยู่เสมออีกด้วย

ผู้รับสาร

ผู้รับสารจากสื่อมวลชนญี่ปุ่นในไทยมีลักษณะที่พอจะสรุปได้ต่อไปนี้คือ เป็นชาวญี่ปุ่นที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทยเพื่อประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นชาย มีตำแหน่งหน้าที่เป็นช่างเทคนิค ผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับสูง เจ้าของกิจการ

และแม่บ้านที่ติดตามสามีมาอยู่ประเทศไทย ลักษณะของผู้รับสารที่ประมวลได้นี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของขุนทอง อินทร์ไทย (2534) ซึ่งกล่าวว่า ชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยเข้ามาประกอบอาชีพการค้า อุตสาหกรรม และเป็นผู้เชี่ยวชาญ ส่วนใหญ่จะมีอายุในราว 44.2 ปี ซึ่งนับว่าอยู่ในวัยที่มีบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมสูงตามมาตรฐานด้านแรงงานในญี่ปุ่น มีตำแหน่งงานเป็นผู้จัดการมากที่สุด โดยเข้ามาอยู่ในเมืองไทยประมาณ 6 ปี แหล่งที่นิยมพักอาศัยได้แก่บริเวณถนนสุขุมวิท สีลม เพลินจิต ราชดำริ และผลการวิจัยของอังคณา วิชาดากุล (2537) ที่สรุปลักษณะของผู้เปิดรับสารญี่ปุ่นในงานวิจัยเรื่องสำนักข่าวจิจิเพรสและบทบาทที่มีต่อชุมชนคนญี่ปุ่นในไทยว่า ผู้รับสารส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทผู้ผลิตและมีตำแหน่งระดับผู้บริหาร พักอาศัยอยู่ในเมืองไทย 1-3 ปี และ 3-5 ปี (ระยะสั้นและระยะกลางตามมาตรฐานการส่งพนักงานเข้ามาทำงานในไทยของบริษัทญี่ปุ่น-ผู้วิจัย) ส่วนใหญ่คือร้อยละ 95 พูดภาษาไทยได้บ้าง แต่ไม่มีความสามารถในการเขียนและอ่านไทยเลย

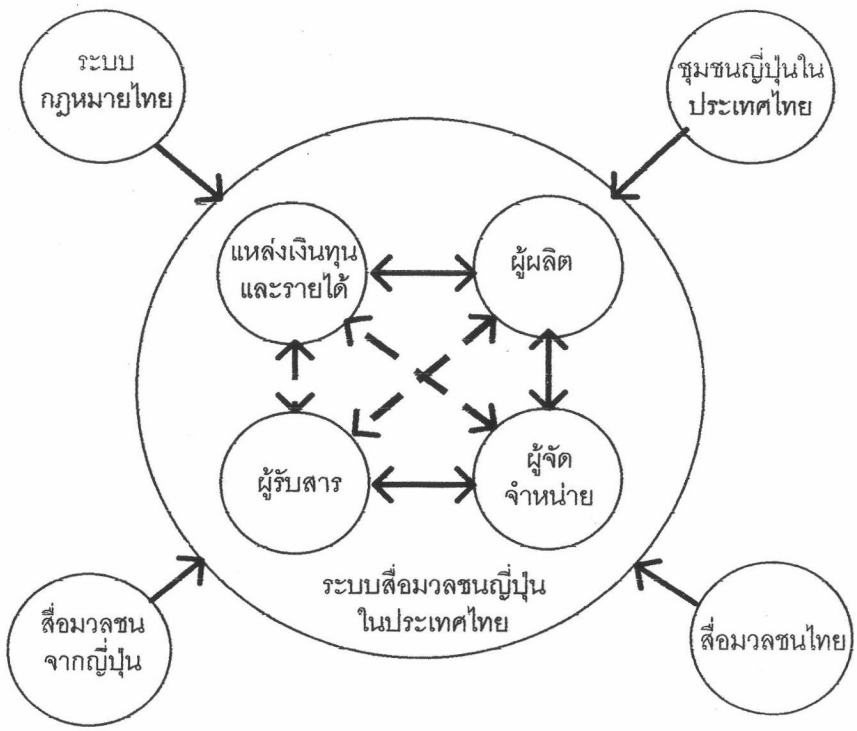
ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยที่อ้างและการสัมภาษณ์แล้วสรุปได้ว่า ผู้รับสารญี่ปุ่นในไทยมีการพึ่งพาข่าวสารจากสื่อญี่ปุ่นในไทยสูงมาก เนื่องจากมีความสามารถจำกัดในการเปิดรับสื่อมวลชนไทยทุกประเภท และมีปัญหาในการเปิดรับสื่อที่ใช้ภาษาสากลเช่น อังกฤษ อีกด้วย นอกจากนี้การสันทนาการ พักผ่อนและหาความบันเทิงในเมืองไทย รวมทั้งกิจกรรมครอบครัวในกรณีของผู้ที่มีภรรยาและบุตรจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากสื่อไม่น้อยไปกว่าการประกอบธุรกิจการงาน

2. สภาพแวดล้อมภายนอกระบบ (Environment)

เมื่อกล่าวถึงปัจจัยต่างๆที่แวดล้อมระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นไว้ร่วมกัน และมีผลเกี่ยวข้องกับระบบ ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าระบบสภาพแวดล้อมภายนอกที่สำคัญมีทั้งสิ้น 4 ระบบคือ

1. ระบบกฎหมายไทย
2. ชุมชนญี่ปุ่นในประเทศไทย
3. สื่อมวลชนไทย

4. สื่อมวลชนญี่ปุ่น



แผนภูมิที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างระบบสื่อมวลชนกับสภาพแวดล้อม

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบกฎหมายไทย

องค์กรสื่อมวลชนญี่ปุ่นและองค์ประกอบอื่นๆที่กล่าวถึงมาทั้งหมดแม้ว่าจะมีรายละเอียดแตกต่างไปจากระบบสื่อมวลชนไทยมาก แต่ก็ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของระบบสื่อมวลชนไทยและสังคมไทยอยู่ จึงอยู่ภายใต้ระบบกฎหมายไทย กฎหมายสูงสุดได้แก่รัฐธรรมนูญ ซึ่งได้ให้สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและรับรู้ข่าวสารของบุคคล และเป็นแม่บทของกฎหมายระเบียบข้อบังคับต่างๆ อื่นๆ ที่ใช้ควบคุมองค์กรสื่อและองค์ประกอบทั้งทางตรงและทางอ้อม

อย่างไรก็ตาม การควบคุมระบบสื่อสารมวลชนญี่ปุ่นนี้ ไม่อยู่ในความรับผิดชอบของผู้ใดผู้หนึ่งโดยตรง เท่าที่พบ ระบบย่อยต่างๆและองค์ประกอบจะพยายามระมัดระวังไม่กระทำผิดกฎหมาย เพื่อตัดปัญหาเสียแต่แรก เช่น การขอจัดตั้งบริษัทดำเนินกิจการต่างๆในระบบ การขออนุญาตเจ้าพนักงานการพิมพ์เปลี่ยนบรรณาธิการหรือขอจดทะเบียนหัวหนังสือ

2. ชุมชนญี่ปุ่นในประเทศไทย

มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบ เพราะเป็นสิ่งแวดล้อมแรกที่ระบบทั้งหมดดำเนินอยู่ภายใน ไม่ว่าจะเป็นระบบย่อยใดๆ ชุมชนญี่ปุ่นในประเทศไทยมีส่วนอย่างยิ่งในการเป็นแหล่งทรัพยากรการผลิตที่สำคัญ เช่น ข้อมูลข่าวสาร บุคลากร เงินทุน เพราะสื่อมวลชนญี่ปุ่นในไทยนั้น ผลิตเพื่อตอบสนองชุมชนญี่ปุ่นในไทยเป็นหลัก จึงถูกจำกัดด้วยลักษณะเฉพาะต่างๆจนแทบไม่สามารถจะแสวงหาทรัพยากรใดๆจากภายนอกได้ นอกจากนี้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือกิจกรรมต่างๆของระบบเกี่ยวเนื่องกันไม่มากก็น้อยโดยหลีกเลี่ยงไม่พ้น ลักษณะสำคัญต่างๆของชุมชนตามที่ผู้วิจัยบรรยายไว้โดยสรุปในบทนำมีส่วนอย่างมากต่อโครงสร้างระบบสื่อตามที่จะกล่าวต่อไป

3. สื่อมวลชนไทย

สื่อมวลชนไทยเป็นสภาพแวดล้อมที่มีความสำคัญในแง่เป็นแหล่งข้อมูลหลักของกระบวนการผลิตสื่อมวลชนญี่ปุ่นโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ทุกฉบับ สื่อที่มีความสำคัญที่สุดคือหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย รองลงมาคือนสพ.ภาษาอังกฤษทุกฉบับ หนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจมีความสำคัญรองลงมา ส่วนสื่ออื่นๆเช่นวิทยุ โทรทัศน์ไทยแทบจะไม่มีผลต่อการผลิตสื่อมวลชนญี่ปุ่นโดยตรงเลย

สื่อมวลชนไทย เป็นแหล่งข้อมูลหลักที่ผู้ประกอบการทั้งหมดต้องพึ่งพาอาศัยมากที่สุด ดังที่กล่าวแล้วว่า ส่วนใหญ่ ความขาดแคลนหลายด้านทำให้สื่อมวลชนญี่ปุ่นใน

ไทยต้องหันมาอาศัยสื่อมวลชนไทยเป็นแหล่งข่าวใหญ่ เกือบทุกสื่อคัดลอกและแปลข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยไปเสนอโดยตรงและเป็นเนื้อหาส่วนใหญ่ของสื่อที่เน้นการเสนอข่าว การกระทำเช่นนี้ ช่วยให้ประหยัดทรัพยากรการผลิต ผู้ผลิตทำงานได้ง่ายและสะดวก แต่ผู้รับสารต้องได้รับข่าวสารข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพเต็มที่ การใช้ประโยชน์เช่นนี้หากมองในแง่ของความสัมพันธ์คงจะต้องสรุปว่า เป็นการพึ่งพาที่ไม่น่าชื่นชม แม้จะไม่ถือสากันเท่าไรก็ตาม

4. สื่อมวลชนญี่ปุ่น

เป็นสภาพแวดล้อมที่สำคัญอีกอัน สื่อมวลชนญี่ปุ่นจากประเทศญี่ปุ่นที่มีอยู่ในสังคมญี่ปุ่นในประเทศไทย ได้แก่หนังสือพิมพ์ญี่ปุ่น รายการโทรทัศน์และรายการวิทยุ

หนังสือพิมพ์ญี่ปุ่น ที่นำเข้าและจัดจำหน่ายในเมืองไทยโดยบริษัท OCS สุขุมวิทซอย 1 คืออาซาฮี นิเคอิ ไมนิจิ และโยมิอูริ ซึ่งกระจายสู่ผู้อ่านโดยตรงผ่านสายส่ง แต่ก็มีขายในร้านหนังสือต่างๆที่ผู้วิจัยกล่าวถึงแล้วอีกวันละหลายพันเล่ม

หนังสือที่พิมพ์ในต่างประเทศได้แก่ นิเคอิ และอาซาฮี พิมพ์ที่สิงคโปร์ ไมนิจิส่งตรงจากญี่ปุ่น มีเพียงโยมิอุริที่ราคาถูกกว่าเพื่อนเนื่องจากส่งเพลทผ่านดาวเทียมมาพิมพ์ในประเทศไทยโดยเดอะเนชั่น

หนังสือพิมพ์ญี่ปุ่นสำคัญในแง่ที่เป็นแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับบ้านเกิดของชาวญี่ปุ่นที่ขาดเสียมิได้ มาตรฐานหนังสือพิมพ์เหล่านี้สูง ทำให้เกิดการเปรียบเทียบกับสื่อท้องถิ่น นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ญี่ปุ่นยังมีบทบาทสำคัญต่อระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นเนื่องจากมีทรัพยากรหลายด้านที่ต้องร่วมใช้กับสื่อท้องถิ่นด้วย เช่น ตลาดที่มีอยู่ตลาดเดียวและมีขนาดเล็ก ผู้จัดจำหน่ายที่จำหน่ายทั้งสื่อญี่ปุ่นในไทยและนสพ.ญี่ปุ่น แม้จะเป็นเสมือนคู่แข่งโดยตรงในบางด้าน แต่ก็มีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างสนับสนุนซึ่งกันและกันด้วยเช่น นสพ.ญี่ปุ่นใช้สื่อญี่ปุ่นในไทยเป็น Supplement ตัวอย่างคือบางกอกชูโฮร่วมกับอาซาฮี และเว็บร่วมกับ โยมิอุริ เป็นต้น

พรุ่งนี้ไม่มี น. ส. พ. โยมิมะครับ

お客様各位

日ごろ読売新聞をご愛読いただき、まことに
有り難うございます。

さて、5月5日は新聞休刊日となりますので、
6日付け新聞を休ませていただきます。

なにとぞご了承下さいますようお願い申上げます。

ขอแสดงความขอบคุณที่ให้ความอุปการะคุณ

แก่บริษัทโยมิอูริด้วยดีเสมอมา

เนื่องด้วยพรุ่งนี้ 6 พ.ค. 38 เป็นวันหยุด

ไม่มี น.ส.พ. ออกวางตลาด

จึงเรียนขออภัยมา ณ. ที่นี้ด้วย

สบายดีไหม

โยมิมะครับ

読売ネーション・インフォメーション・サービス社
โยมิอูริ-เนชั่น อินฟอร์มเมชั่น เซอร์วิส จำกัด
44,Moo-10 Bangna-Trad Rd.KM4.5 Bangna Phrakhanong Bangkok 10260
TEL:317-1493～4、316-8652、FAX316-8677

ภาพที่ 15 แผ่นปลิวโฆษณาหนังสือพิมพ์โยมิอุริ

ลักษณะอีกด้านของความสัมพันธ์ที่จะกล่าวถึงคือ การที่ร่วมใช้ทรัพยากรด้านรายได้ด้วยกัน ซึ่งเกิดจากการที่บ.เดอะเนชั่น จำกัด ร่วมกับโยมิอุริ จัดตั้งบริษัทขึ้นเพื่อหารายได้จากการจัดหาโฆษณามาลงพิมพ์ในหน้าโฆษณาพิเศษของโยมิอุริที่ตีพิมพ์จำหน่ายในประเทศไทย ซึ่งมีผลกระทบต่อการหารายได้ของสื่อต่างๆที่ต้องอาศัยงบประมาณการโฆษณาจากแหล่งเดียวกันมากที่เดียว

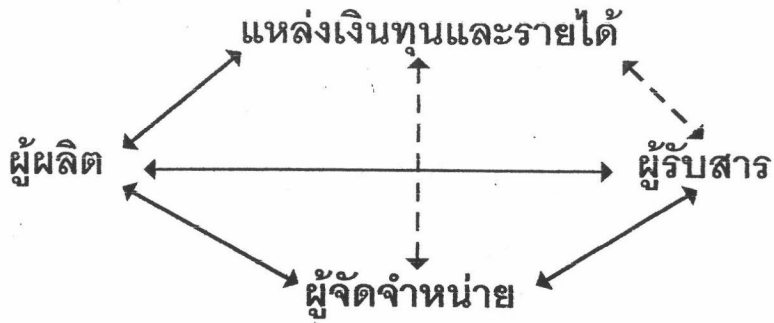
นอกจากนสพ.สื่อมวลชนจากญี่ปุ่นยังมีรายการโทรทัศน์ของ NHK. ซึ่งถ่ายทอดผ่านดาวเทียม มาออกอากาศทาง UTV ตลอด 24 ชั่วโมง และรายการวิทยุกระจายเสียงคลื่นสั้นเพื่อผู้ฟังชาวญี่ปุ่นในต่างประเทศ ของ RADIO JAPAN ซึ่งไม่แพร่หลาย และแทบไม่ได้รับความสนใจจากชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยเท่าใดนัก

3. **ความสัมพันธ์** (Relationship)

เพื่อศึกษาโครงสร้างของระบบสื่อมวลชนในประเทศไทยผู้วิจัยจะนำหลักของ Young มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ โดยพิจารณาตามหัวข้อดังนี้

1. การจัดลำดับช่วงชั้น (Stratification)

เมื่อพิจารณาตามหลักของ Young องค์ประกอบทั้งห้าส่วนของระบบจำเป็นและขึ้นอยู่กับกันและกัน เนื่องจากผลของปฏิกริยาที่เกิดขึ้นกับองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งจะมีผลสะท้อนต่อองค์ประกอบอื่นของระบบด้วย ส่วนระดับของการขึ้นอยู่กับกันและกันอธิบายตามแผนภาพได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 5 ระดับการขึ้นอยู่กับกันและกันขององค์ประกอบในระบบ

ตามที่ได้กล่าวถึงลักษณะขององค์ประกอบต่างๆไปแล้ว เห็นได้ชัดว่าองค์ประกอบทั้ง 5 มีความสำคัญแก่กันและกันมาก ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งสะท้อนไปถึงองค์ประกอบอื่นๆโดยตรง เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจซบเซา สื่อต่างๆมีรายได้จากโฆษณาลดน้อยลง ผู้ผลิตมีทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตเนื้อหาของสื่อจำกัด ทำให้ผู้รับสารต้องบริโภคสื่อที่มีคุณภาพน้อยลงหรือต้องซื้อสื่อในราคาที่สูงขึ้นระหว่างผู้ผลิตกับตัวแทนจำหน่าย ผู้ผลิตผลิตเนื้อหา และจะต้องเป็นผู้บริหารทรัพยากรการผลิตจนกระทั่งเสร็จสิ้นกระบวนการแล้วดำเนินการจัดจำหน่ายผลผลิตที่ร่วมกันสร้างขึ้น ส่วนใหญ่ก็จะต้องอาศัยการเผยแพร่โดยตัวแทนจำหน่ายอีกต่อหนึ่ง รูปแบบความสัมพันธ์จะเป็นไปโดยพึ่งพาอาศัยกันและกัน

ส่วนผู้โฆษณาและผู้รับสาร ก็มีความสัมพันธ์ต่อกันและกันคือ ผู้ใช้บริการโฆษณาต้องสื่อสารกับผู้รับสารเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเรื่องสินค้าและบริการของตน ขณะที่ผู้รับสารต้องอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบริการช่วยตัดสินใจเลือกบริโภคสิ่งที่ดีที่สุด จึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิตให้สะดวกสบาย

การโฆษณา ผู้โฆษณาต้องอาศัยสื่อเป็นช่องทางในการติดต่อ จึงต้องเกี่ยวข้องกับนายทุนและผู้ผลิตผู้ผลิตและกำหนดเนื้อหาสื่อ เพื่อตอบแทน ผู้ผลิตสื่อก็จะได้รับค่าโฆษณาเป็นรายได้ ในรูปแบบของการถ้อยทีถ้อยอาศัย

ผลสะท้อนที่เกิดขึ้นกับองค์ประกอบทั้งห้าจะมีผลจากองค์ประกอบนั้นไปยังองค์ประกอบอื่นโดยตรง จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้งห้ามีการขึ้นกับกันและกันมาก

พิจารณาการจัดลำดับช่วงชั้นขององค์ประกอบต่างๆแล้ว แต่ละองค์ประกอบมีสถานภาพของตัวเองที่จำเป็นต่อระบบมากและทดแทนได้ยาก เนื่องจากมีลักษณะเฉพาะที่ไม่สามารถนำองค์ประกอบอื่นใดเข้ามาทดแทนได้ เช่น กลุ่มผู้รับสารชาวญี่ปุ่นไม่อาจนำกลุ่มผู้อ่านอื่นเข้ามาแทนที่ได้ หรือผู้ผลิตในระบบก็มีลักษณะเฉพาะ เช่น มีความสามารถในการทำงานที่ต้องสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross Cultural Communication) เป็นต้น

2. การรวมเข้าสู่แหล่งกลาง (Centralization)

องค์ประกอบทั้งหมดมีอิสระในการดำเนินงานโดยไม่มีองค์กรใดๆเข้ามาบริหารหรือดำเนินงานของระบบเลย ไม่มีการรวมตัวเข้าเป็นสื่อมวลชน สมาคมหรือชมรมใดๆ ต่างก็ทำงานของตนอย่างอิสระ (Autonomous) ระบบย่อยภายในองค์ประกอบไม่มีการประสานงานหรือการรวมตัวเป็นองค์กรเพื่อบริหารหรือดำเนินงานสื่อมวลชนร่วมกัน ผู้ผลิต แหล่งเงินทุนและรายได้ก็ไม่มีการรวมตัวเข้าสู่ศูนย์กลางเช่นกัน แต่ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่มีการรวมตัวในรูปแบบต่างๆ เช่น สมาคมญี่ปุ่นในประเทศไทย หอการค้าญี่ปุ่น ชมรมจัดดอกไม้ กลุ่มแม่บ้านต่างๆ แต่กลุ่มต่างๆเหล่านี้ก็ไม่มีบทบาทในกิจกรรมที่สัมพันธ์แก่องค์ประกอบอื่นๆในระบบ หรือการรวมเข้าสู่แหล่งเดียวกัน จากลักษณะดังกล่าวสรุปได้ว่าองค์ประกอบของระบบมีการรวมตัวเข้าสู่ส่วนกลางต่ำมากหรือแทบจะไม่มีเลย ภายในแต่ละองค์ประกอบเองมีการรวมตัวเข้าสู่ส่วนกลางต่ำยกเว้นองค์ประกอบผู้รับสาร ซึ่งมีการรวมตัวในรูปต่างๆสูงตามวัฒนธรรมเฉพาะของชาวญี่ปุ่น การรวมตัวเข้าสู่ส่วนกลางของผู้รับสารนี้มีผลกระทบต่อผู้จัดจำหน่ายและสื่อในแง่ของการดำเนินงานเผยแพร่สื่อ (Distribution)

3. การรวมเป็นสถาบัน (Institutionalization)

เมื่อพิจารณาด้านการรวมเป็นสถาบันพบว่าไม่มีการจัดตั้งสถาบันใดๆขึ้นมารองรับระบบและองค์ประกอบระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทยอย่างถาวร แต่เมื่อพิจารณาแยกแยะองค์ประกอบต่างๆพบว่ามีการรวมตัวเป็นสถาบันชัดเจนในระบบย่อย สื่อทุกชนิดมีการจัดการผลิต ในรูปแบบองค์กร เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมดดำเนินการโดยบริษัทเอกชน วิทยุ

เป็นหน่วยงานของรัฐบาลในขณะที่รายการทาง Cable TV ผลิตโดยบริษัทมหาชน แม้แต่สื่อ VDO ทั่วๆไปก็มีการจัดการผลิตและเผยแพร่โดยผู้ประกอบการคือ ร้าน VDO ให้เช่า ส่วนแหล่งรายได้และเงินทุนกับผู้จัดจำหน่าย ก็มีการรวมเป็นสถาบันที่เห็นได้ชัดเจน ส่วนใหญ่เป็นบริษัทห้างร้านที่มีการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีการจัดองค์กรเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ หารายได้ในเชิงธุรกิจ

องค์ประกอบที่มีการรวมตัวเป็นสถาบันไม่เด่นชัดมากนัก ได้แก่ ผู้รับสารซึ่งแม้จะมีการรวมตัวเข้าสู่ส่วนกลางสูง แต่ก็ไม่มีการรวมตัวเป็นสถาบันที่มีจุดประสงค์จะแสดงบทบาทในระบบแต่อย่างใดๆ ทั้งที่ผู้บริโภคก็อาจรวมตัวขึ้นเป็นสถาบันได้ เช่น สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

4. การจำแนกความแตกต่าง (differentiation)

วัดได้จากการเปิดโอกาสให้มีการก้าวก่ายสิทธิและอำนาจซึ่งกันและกันว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้าการก้าวก่ายหรือลุกล้ำมีมากแสดงว่ามีการจำแนกความแตกต่างค่อนข้างต่ำ ตรงกันข้ามถ้าการก้าวก่ายมีน้อยหรือไม่สามารถมีได้จัดว่าระบบมีการจำแนกความแตกต่างค่อนข้างสูง จากข้อมูลที่ได้ศึกษาพบว่าการก้าวก่ายสิทธิ และอำนาจขององค์ประกอบต่างๆ ในระบบมีอยู่บ้างระหว่างองค์ประกอบบางองค์ประกอบ เช่น ระหว่างแหล่งเงินทุนและรายได้กับสื่อ ระหว่างผู้รับสารกับสื่อ และระหว่างนักสื่อมวลชนกับสื่อ แต่ก็ไม่มากนัก เนื่องจากแต่ละองค์ประกอบไม่ได้ควบคุมซึ่งกันและกันโดยตรง การก้าวก่ายที่เกิดขึ้นมักเป็นรูปแบบการเรียกร้องของฝ่ายที่มีทรัพยากรหรือมีคุณสมบัติที่อีกฝ่ายจำเป็นต้องพึ่งพา เช่น กรณีของสื่อญี่ปุ่นในไทย ส่วนใหญ่ รายได้จากโฆษณาเป็นรายได้หลักที่ช่วยให้ดำเนินกิจการต่อไปได้ ในกรณีสื่อที่มียอดขายน้อยหรือให้ฟรี เช่น Voice Mail รายได้ทั้งหมดมาจากการโฆษณาเท่านั้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสื่อกับผู้ใช้บริการโฆษณาจึงเป็นไปโดยผู้โฆษณาค่อนข้างจะมีอิทธิพลต่อผู้ผลิตสื่อ คือ ต่างฝ่ายต้องพึ่งพากัน แต่ผู้ผลิตสื่อไม่สามารถเลือกหรือกำหนดเงื่อนไขใดๆให้อีกฝ่ายปฏิบัติได้มากนัก แต่ผู้โฆษณานั้น นอกจากจะเสนอเงื่อนไขต่างๆให้ผู้ผลิตเลือกรับ เช่น เลือกลงหรือไม่ลงโฆษณา เลือกวิธีและระยะเวลาชำระค่า

โฆษณา ยังมีโอกาสเรียกร้องให้มีการปฏิบัติเป็นพิเศษต่างๆในฐานะที่นำรายได้มาให้สื่อ ซึ่งมีผลถึงขนาดที่บางครั้งทำให้ผู้ผลิตต้องเปลี่ยนแปลงรูปแบบ หรือเนื้อหาเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ลงโฆษณารายใหญ่เช่นให้เสนอเนื้อหาที่จะส่งผลดีแก่ผู้โฆษณา จัดพื้นที่โฆษณาให้ได้ตำแหน่งเฉพาะที่ต้องการในโอกาสพิเศษต่างๆ ซึ่งมีผลต่อทั้งสื่อ ผู้ผลิตและผู้รับสาร

รูปแบบการก้าวก่ายสิทธิระหว่างผู้รับสารกับสื่อน่าสนใจเป็นพิเศษเพราะจากการสัมภาษณ์ ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าถูกสื่อสิ่งพิมพ์ก้าวก่ายสิทธิอยู่บ่อยครั้งเพราะมีโฆษณามากเกินไป ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าถูกเอาเปรียบให้รับรู้ข่าวสารที่ไม่ต้องการ ผู้รับสารบางคนระบุว่าสื่อมีเนื้อหาน้อย รูปแบบไม่ประณีต และสื่อที่โฆษณาธุรกิจบันเทิงในเชิงเพศพานิชย์ก้าวก่ายสิทธิของผู้อ่านในลักษณะ “ดูถูก” เพราะผลิตผลงานคุณภาพต่ำไม่ได้มาตรฐาน ขาดจริยธรรม แต่ก็ไม่รุนแรงนัก ตรงข้ามเมื่อมีการก้าวก่ายสิทธิอำนาจของสื่อจากฝ่ายผู้รับสารก็มักจะเป็นเรื่องที่คุกคามต่อสื่ออย่างมาก ตัวอย่างคือ การเสนอข่าวอาชญากรรมเกี่ยวกับแก๊งยากูซ่า ของนสพ.บางกอกซูโฮ ปรากฏว่ามีโทรศัพท์เข้ามาข่มขู่กองบรรณาธิการหลายครั้ง แม้กระทั่งการโฆษณาธุรกิจต่างๆในสื่อ แล้วปฏิเสธไม่ชำระค่าบริการตามปกติ เมื่อติดตามทวงถามก็พบว่าเป็นกิจการของสมาชิกยากูซ่าเช่นกัน อย่างไรก็ตามพฤติกรรมก้าวก่ายดังกล่าวมีน้อยครั้ง และไม่มีผลกระทบถึงจุดประสงค์หรือนโยบายขององค์ประกอบเท่าไรนัก

จากการศึกษาองค์ประกอบระบบพบว่าการก้าวก่ายกันและกันมีไม่มาก แต่ละองค์ประกอบในระบบต่างก็ดำเนินกิจกรรมตามหน้าที่ของตนไป โดยเกี่ยวข้องกันตามที่จำเป็น ไม่มีองค์ประกอบใด ขึ้นอยู่กับกันและกัน ในลักษณะที่อำนวยให้ก้าวก่ายสิทธิอำนาจได้มากโดยตรง ระบบย่อยภายในของแต่ละองค์ประกอบเองก็ดำเนินงานโดยไม่อยู่ในอำนาจของสื่ออื่น โดยอยู่ใต้กฎระเบียบต่างๆที่ใช้กำกับดูแลสื่อมวลชนเท่าเทียมกัน สื่อที่มีสถานภาพแตกต่างออกไปบ้างคือวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ และ IBC CABLE T.V .ซึ่งในทางทฤษฎีเป็นส่วนหนึ่งขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย

เมื่อพิจารณาจากลักษณะขององค์ประกอบทั้ง 4 สรุปได้ว่า การก้าวก่ายสิทธิอำนาจขององค์ประกอบต่างๆต่อกันและกันมีน้อย ระบบย่อยภายในองค์ประกอบต่างๆก็มีการก้าวก่ายสิทธิอำนาจซึ่งกันและกันน้อย หากจะมองว่า สถาบันอื่นๆของสังคมสามารถจะเข้ามาก้าวก่ายสิทธิอำนาจขององค์ประกอบต่างๆได้ง่าย เช่นกฎหมายแรงงานไม่อนุญาตให้องค์กรสื่อต่างๆจ้างพนักงานญี่ปุ่นมาประจำกองบรรณาธิการ เนื่องจากแทบทุกสื่อมีพนักงานต่างชาติจำนวนมากกว่าที่กฎหมายอนุญาต หรือนสพ.บางกอกชูโฮเคยเสนอข่าวฆาตกรรมชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการค้ายาเสพติดระหว่างประเทศแล้วถูกสถานฑูตญี่ปุ่นขอร้องอย่างเป็นทางการให้ยุติการเสนอข่าว โดยให้เหตุผลว่าการเผยแพร่เรื่องของชาวญี่ปุ่นที่ทำผิดกฎหมายไทยอย่างร้ายแรงจะกระทบกระเทือนความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้

จากการวิเคราะห์ระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทยตามที่กล่าวมาแล้วพอจะสรุปได้ว่า โครงสร้างระบบสื่อมวลชนมีลักษณะดังนี้

1. องค์ประกอบของระบบสื่อสารมวลชนประกอบด้วยผู้ผลิต แหล่งเงินทุนและรายได้ ผู้รับสารและผู้จัดจำหน่าย

2. องค์ประกอบทั้งหมดขึ้นอยู่กับกันและกันมาก เนื่องจากผลสะท้อนของปฏิกริยาที่เกิดขึ้นกับองค์ประกอบจะมีผลโดยตรงไปยังองค์ประกอบอื่นโดยไม่ผ่านตัวกลาง องค์ประกอบแต่ละตัวมีสถานภาพที่จำเป็นต่อระบบ และทดแทนได้ยากเท่าเทียม

3. ระบบมีการรวมตัวเข้าสู่แหล่งกลางไม่เด่นชัด ไม่มีองค์กรใดๆเป็นศูนย์กลางการบริหารและดำเนินงานของระบบ ส่วนภายในแต่ละองค์ประกอบเองก็มีการรวมตัวเข้าสู่ส่วนกลางต่ำ ยกเว้นองค์ประกอบผู้รับสาร ซึ่งมีการรวมตัวเป็นกลุ่ม ชมรม สมาคม อย่างชัดเจนตามลักษณะเฉพาะของชาวญี่ปุ่น

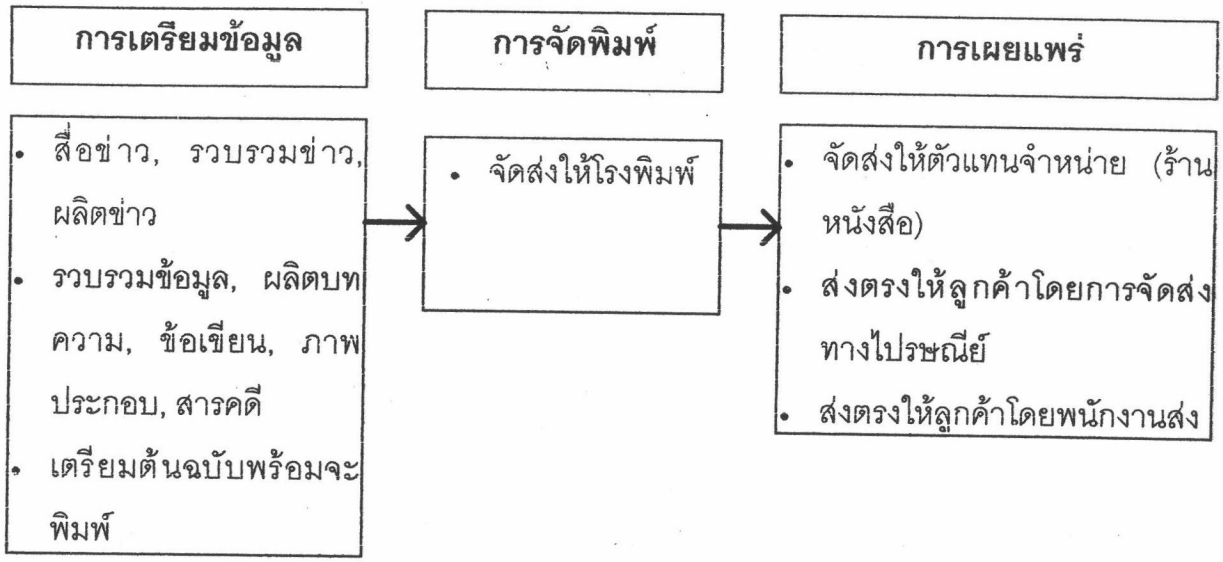
4. ไม่มีการรวมตัวเป็นสถาบันใดๆในระดับสูง แต่ในระดับระบบย่อยขององค์ประกอบมีการรวมตัวกันเป็นสถาบันชัดเจน เช่น สื่อต่างๆ นับแต่บางกอกซูโฮไปจนกระทั่งถึง กรุงเทพเจอร์นัล และ Voice Mail ซึ่งเป็นสื่อขนาดเล็กที่สุด ก็มีการจัดองค์กร การบริหารงานกิจกรรมการผลิตเช่นเดียวกัน ผู้จัดจำหน่ายดำเนินกิจการโดยจัดตั้งเป็นบริษัทและห้างร้านเช่นเดียวกับแหล่งรายได้ และเงินทุน ส่วนผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่มีความเป็นสถาบันน้อยแม้จะมีการรวมตัวเข้าสู่ส่วนกลางมากเพราะไม่มีการรวมผู้รับสารเข้าด้วยกันเพื่อการสื่อสารมวลชนโดยเฉพาะในรูปแบบขององค์กร

5. พิจารณาถึงความแตกต่างในองค์ประกอบพบว่าการก้าวก่ายสิทธิ และอำนาจระหว่างองค์ประกอบต่างๆมีขึ้นเป็นครั้งคราว ไม่มากนักเนื่องจากองค์ประกอบต่างๆไม่มีส่วนขึ้นอยู่กับกันและกัน ระบบย่อยในแต่ละองค์ประกอบเองจัดว่าไม่มีการก้าวก่ายสิทธิและอำนาจซึ่งกันและกัน ความแตกต่างภายในองค์ประกอบทั้งห้าประเภทค่อนข้างสูงและโอกาสที่จะถูกสถาบันอื่นก้าวก่ายก็ไม่มากนัก

3. <u>หน้าที่ต่าง ๆของระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในประเทศไทย</u>

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า องค์ประกอบต่างๆทำหน้าที่หลักๆคือ

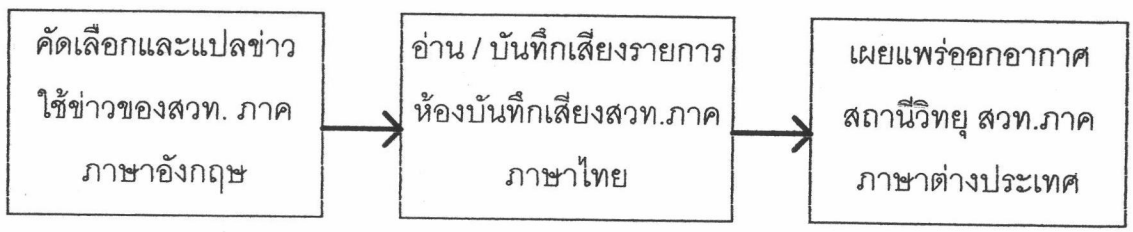
1. ทำการผลิต (Production) ระบบสื่อมวลชนญี่ปุ่นในไทยทำการผลิตสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมดคล้ายคลึงกันตามแผนภูมิ ต่อไปนี้



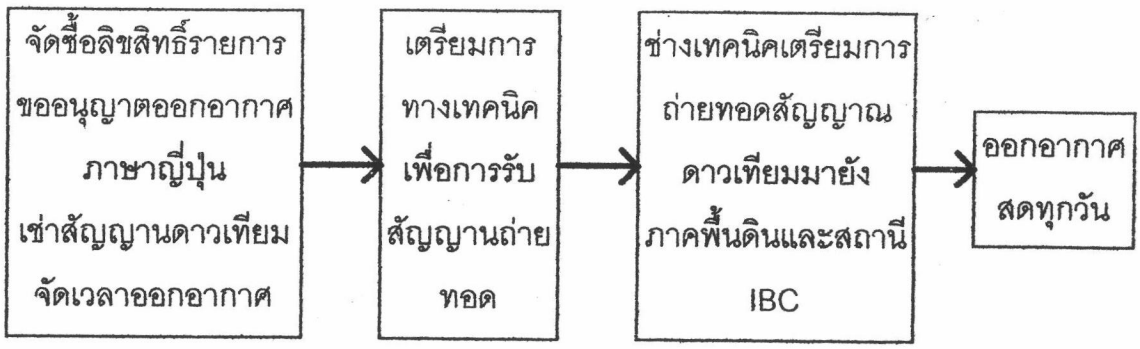
แผนภูมิที่ 6 กระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์

รวบรวมข่าวสื่อ	คัดเลือก	แปลและตรวจสอบ	ทำต้นฉบับ	จัดส่ง
JiJi ทำ และรวบรวมข่าวเองจากแหล่งต่างๆ News net และ KJ คัดเลือกข่าวจากแหล่งข้อมูลคือ นสพ.รายวันไทย	KJ ข่าวที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายในประเทศ News net และJiJi คัดเลือกข่าวสำหรับกลุ่มเป้าหมายใน / นอกประเทศ	NN และ KJ ใช้คนญี่ปุ่นแปลจากไทย หรืออังกฤษ JiJi ใช้คนไทยแปลเป็นญี่ปุ่น	ระบบ DTP	KJ และ JiJi จัดส่งโดยพนักงานเป็นหลัก NN ส่งโดยโทรสารและ Internet

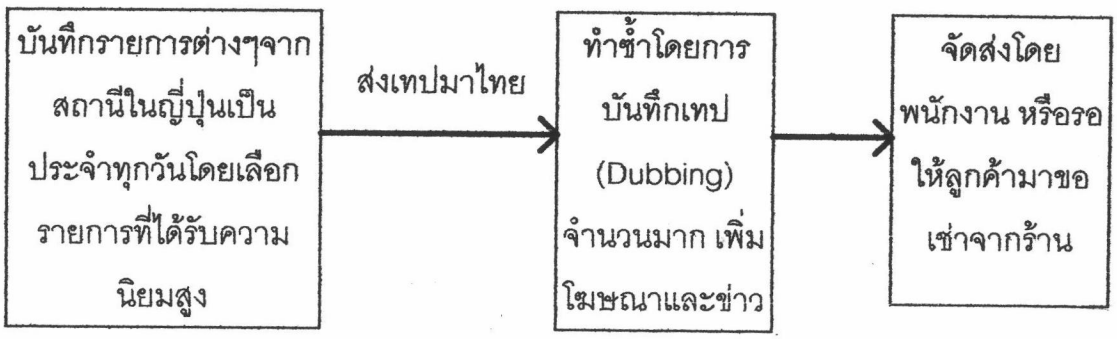
แผนภูมิที่ 7 กระบวนการผลิตหนังสือข่าว



แผนภูมิที่ 8 กระบวนการผลิตรายการวิทยุภาคภาษาญี่ปุ่นสวท.



แผนภูมิที่ 9 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ระบบบอกรับ NHK - IBC9



แผนภูมิที่ 10 กระบวนการผลิตสื่อ VDO

แม้จะไม่พบว่าผู้ผลิตมีการลอกเลียนเนื้อหาของกันและกันแต่มีการลอกเลียนรูปแบบกันเช่น Voice Mail เลียนแบบ WEB แล้วจึงพัฒนาเอกลักษณ์ต่างๆขึ้นภายหลัง หรือทำการผลิตสิ่งพิมพ์ที่คล้ายกันมากๆบ้าง เช่น บางกอกซูโฮเคยผลิตแมกกาซีนฉบับพิเศษเพื่อนำเที่ยว ซึ่งคล้ายคลึงกับมารุโกะโทะและไทยแลนด์โจโฮมากออกมาสองสามฉบับ โดยมีจุดประสงค์เพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดและขายโฆษณาให้แก่กลุ่มผู้สนใจเดียวกัน

2. ทำการเผยแพร่ (Distribution) สื่อที่ผลิตขึ้นโดยจัดจำหน่ายเองและผ่านผู้จัดจำหน่าย ผู้วิจัยเห็นว่ามีจุดเด่นที่น่าสนใจคือ นอกจากการเผยแพร่วิธีนี้แล้ว ยังมีการเผยแพร่ผ่านสมาคมญี่ปุ่นในประเทศไทยอีกด้วย โดยให้สมาคมจัดการส่งผ่านให้แก่สมาชิกและเหมาจ่ายค่าบริการนี้เป็นรายเดือนให้สมาคม เช่นที่ Voice Mail ใช้อยู่

ผลของกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายคือการเผยแพร่เนื้อหาสื่อซึ่งมีจุดประสงค์ต่างๆตามนโยบายของแต่ละสื่อ เมื่อวิเคราะห์จากกิจกรรมการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อต่างๆทำหน้าที่ต่อสังคมญี่ปุ่นในประเทศไทยคือ

การให้ข่าวสาร สื่อมวลชนญี่ปุ่นในไทยได้แสดงให้เห็นถึงหน้าที่ในการให้ข่าวสารอย่างเด่นชัด โดยรวบรวมข่าวและกระจายข่าวสารให้แก่กลุ่มชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ เนื้อหาของข่าวสารพอจะแยกได้เป็น ข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์และความเป็นไปในสังคม (News) และข้อมูลที่เป็นสาระประโยชน์ (Information)

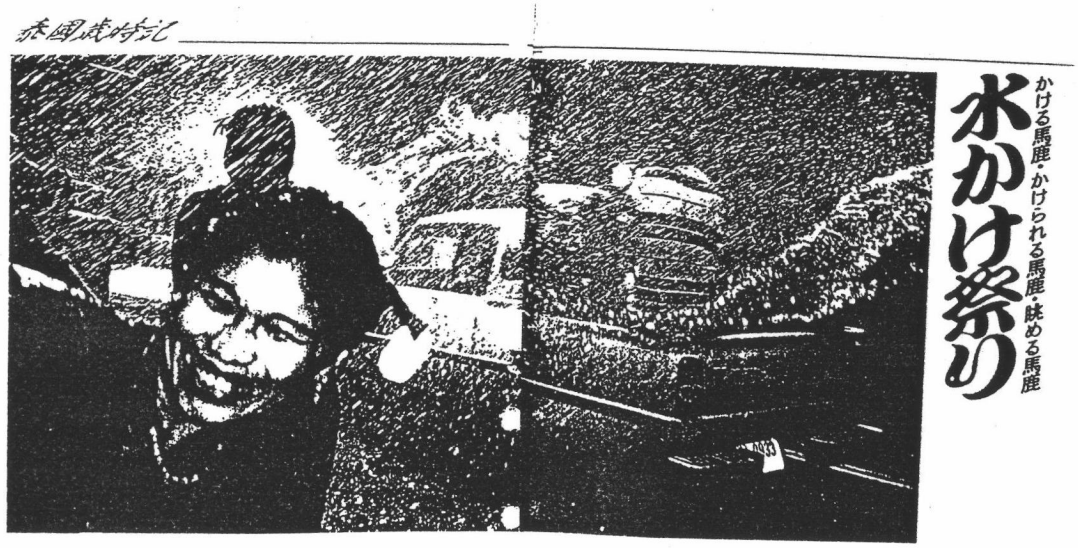
สื่อที่มีนโยบายหลักว่าจะทำหน้าที่นี้ ได้แก่สยามบิสเนสนิวส์ บางกอกชูโฮ หนังสือข่าว3 ฉบับ รายการข่าวIBC-NHK รวมทั้งรายการสวท.ภาคภาษาญี่ปุ่น บทบาทที่เด่นชัด คือ การเสนอข่าวเป็นประจำและเป็นเนื้อหาหลักที่ใช้พื้นที่และเวลาออกอากาศส่วนใหญ่หรือทั้งหมดของสื่อ ข่าวสารที่นำเสนอคล้ายคลึงกันคือ ข่าวทั่วไป สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง ในกรณีหนังสือข่าว มีข่าวพิเศษคือ นิวส์เน็ต มีข่าวอุตสาหกรรมรถยนต์ สยามบิสเนส นิวส์ เน้นข่าวและประกาศของราชการ สวท.เสนอข่าวจากกองข่าวกรมประชาสัมพันธ์

การประสานความสัมพันธ์ในสังคม สื่อที่มีบทบาทเด่นสุดในระบบด้านประสานความสัมพันธ์ในสังคม ได้แก่ วารสารกรุงเทพ ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มชาวญี่ปุ่นที่ใหญ่และมีบทบาทที่สุดในสังคมไทย เนื้อหาหลักคือ การประสานชาวญี่ปุ่นในไทยให้ได้รับรู้กิจกรรมของสมาชิกสมาคมที่แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ รายงานความเคลื่อนไหวทางสังคมนับแต่พิมพ์รายนามสมาชิกใหม่ กิจกรรมสมาคม ความเคลื่อนไหวของสมาชิก งานเลี้ยง ผลการแข่งขันกีฬา บทกวี เรียงความของเด็กญี่ปุ่นที่ชนะการประกวดของโรงเรียนสมาคมญี่ปุ่น เป็นต้น สื่ออื่นที่มีบทบาทด้านนี้โดยตรงเช่นกันคือนสพ. Voice Mail และ Webซึ่งเน้นจุดเด่นต่างกัน Voice Mail มีรูปแบบคล้าย Web แต่เน้นการให้อารมณ์ขัน เสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พักผ่อน สันทนาการ ในแนวตลก สนุกสนาน เช่น บก.แต่งชุดซูโม่ไปเยี่ยมชิมอาหารตามบ้าน ทั้ง2 ฉบับ มีบริการ Classified AD เป็นสื่อในการติดต่อ ซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า

ติดต่อ ซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าที่ผู้อ่านนิยม และได้กลายเป็นคอลัมน์ยอดนิยม บรรณาธิการนสพ.ทั้ง 2 ฉบับกล่าวว่ามีผู้อ่านติดต่อสอบถามเข้ามาถึงเรื่องที่สนใจ แสดงความคิดเห็น แนะนำตัวเองหรือเพื่อนฝูงเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่ทางนสพ.จัดขึ้นมากมาย

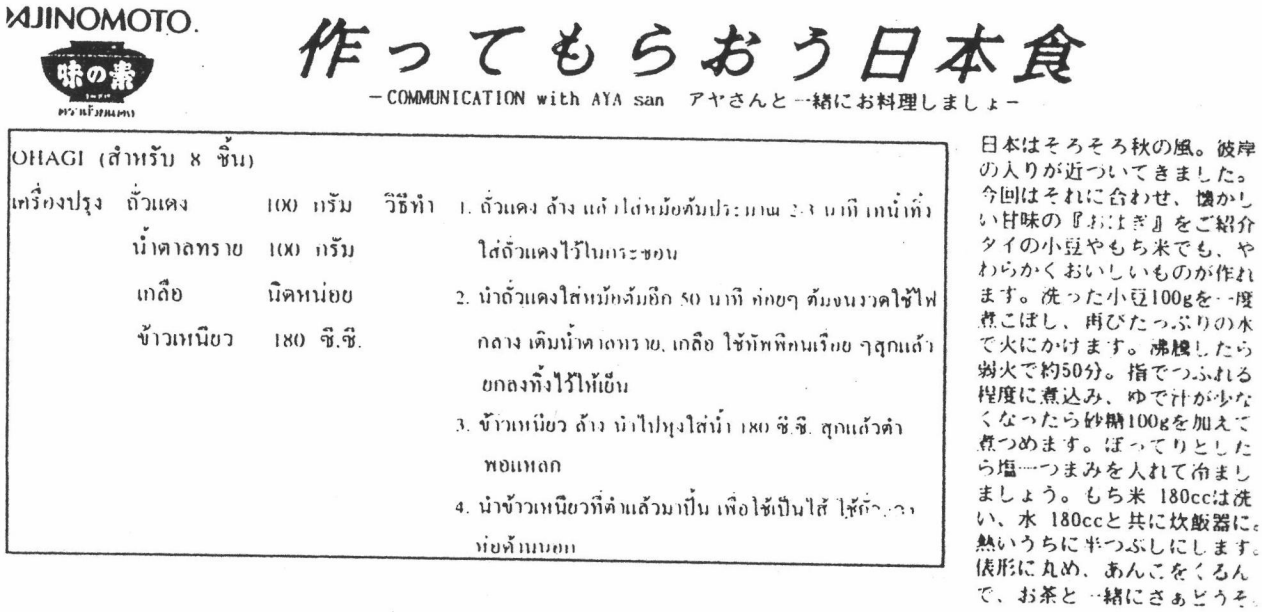
สื่อที่มีบทบาทด้านการประสานสัมพันธ์อีกอันคือ หนังสือข่าวจิจิเพรส ได้จัดหน้าส่วนหนึ่งไว้รายงานกิจกรรมสังคมญี่ปุ่นในประเทศไทยโดยเฉพาะ เพื่อบริการผู้อ่าน แต่เมื่อมีการสอบถามปรากฏว่า ผู้อ่านให้ความสำคัญแก่ข่าวสารข้อมูลเหล่านี้มากกว่าเนื้อหาอื่น "ข่าวหน้าเขียว"ของจิจิ ประกอบด้วยข่าวการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายตำแหน่งพนักงาน ข่าวมรณกรรม กิจกรรมเคลื่อนไหวทางสังคมของชาวญี่ปุ่น

ในแง่การถ่ายทอดวัฒนธรรมสร้างความต่อเนื่องทางสังคม เรื่องราวเกี่ยวกับชีวิต วัฒนธรรม สังคมไทยเป็นเนื้อหาสำคัญพบอยู่ในทุกสื่อ บทบาทด้านนี้เป็นบทบาทสำคัญที่สังคมญี่ปุ่นในไทยต้องการเนื่องจากการเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศที่ไม่ใช่บ้านเกิดเมืองนอน ทำให้ต้องพยายามรักษาศิลปวัฒนธรรม และรูปแบบชีวิตที่คุ้นเคยไว้ และต้องการให้คนรุ่นหลังได้รับสิ่งต่างๆเหล่านั้นต่อไป



ภาพที่ 16 บทความเรื่องสงกรานต์ นิตยสารมารุโกะโทะ

ในกรณีสื่อญี่ปุ่นในประเทศไทย วัฒนธรรมหลักที่แสดงออกในสื่อคือวัฒนธรรมไทย เนื่องจากเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องเรียนรู้เพื่อปรับตัวเข้ากับสังคมใหญ่ วัฒนธรรมญี่ปุ่นเป็นเพียงวัฒนธรรมย่อย เนื้อหาของสื่อญี่ปุ่นในประเทศไทยเป็นหลักฐานที่เห็นได้ชัด เช่น การรายงานข่าวปีกาญจนาภิเษกตลอดทั้งปี การเสนอข่าวและบทความตามเทศกาลต่างๆของไทย เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น แม้แต่ตำราอาหารญี่ปุ่นใน WEB ยังต้องเสนอทั้งภาษาไทยและญี่ปุ่น เพื่อให้แม่บ้านนำตำราไปสอนให้เพื่อนฝูงหรือผู้ช่วยแม่บ้านคนไทยทำได้ด้วย


AJINOMOTO.
味の素

作ってもらおう日本食

－COMMUNICATION with AYA san アヤさんと一緒にお料理しましょー

OHAGI (สำหรับ 8 ชิ้น)

เครื่องปรุง ถั่วแดง 100 กรัม
น้ำตาลทราย 100 กรัม
เกลือ นิดหน่อย
ข้าวเหนียว 180 ซี.ซี.

วิธีทำ
1. ถั่วแดง ล้าง แล้วใส่หม้อต้มประมาณ 2-3 เท่าของถั่ว ต้มให้เดือด ใส่ถั่วแดงไว้ในกระชอน
2. นำถั่วแดงใส่หม้อต้มอีก 50 นาที ต้มจนถั่วนิ่ม ใช้ไฟกลาง เติมน้ำตาลทราย, เกลือ ใช้ทัพพีคนเรื่อยๆ สุกแล้วยกลงทิ้งไว้ให้เย็น
3. ข้าวเหนียว ล้าง นำไปหุงใส่น้ำ 180 ซี.ซี. สุกแล้วตำพอแหลก
4. นำข้าวเหนียวที่ตำแล้วมาปั้น เพื่อใช้เป็นไส้ ใช้ถั่วแดงห่อด้านนอก

日本はそろそろ秋の風。彼岸の入りが近づいてきました。今回はそれに合わせ、懐かしい甘味の『おはぎ』をご紹介タイの小豆やもち米でも、やわらかくおいしいものが作れます。洗った小豆100gを一度煮こぼし、再びたっぷりの水で火にかけます。沸騰したら弱火で約50分。指でつぶれる程度に煮込み、ゆで汁が少なくなったら砂糖100gを加えて煮つめます。ぼってりとしたら塩一つまみを入れて冷ましましょう。もち米 180ccは洗い、水 180ccと共に炊飯器に。熱いうちに半つぶしにします。俵形に丸め、あんこをくるんで、お茶と一緒にさぁどうぞ。

ภาพที่ 17 คอลัมน์อาหาร หนังสือพิมพ์ WEB

การให้ความบันเทิงมีสื่อหลายสื่อที่มีจุดประสงค์โดยเฉพาะเช่น WEB, Voice Mail และ Marugoto ซึ่งเสนอเนื้อหาคล้ายคลึงกัน คือ ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้สื่ออื่นๆก็ยังเสนอเนื้อหาเพื่อความบันเทิงเป็นบางส่วนด้วย

การสร้างสถานภาพในสังคมให้บุคคล เห็นได้ชัดที่สุดในกรณีของ วารสารกรุงเทพ ซึ่งในขั้นแรกจะตีพิมพ์รายชื่อของสมาชิกที่สมัครใหม่ในแต่ละเดือน เป็นการยอมรับฐานะในสังคมญี่ปุ่น หลังจากนั้นเมื่อสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมของสมาคม วารสารกรุงเทพก็

จะรายงานกิจกรรม รายงานต่างๆลงในวารสารอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งให้โอกาสสมาชิกได้เข้าร่วมในการสร้างเนื้อหาเช่น การเขียนบทความ หรือ Column แสดงความคิดเห็นความรู้ความสามารถ และทัศนคติส่วนตัวซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างสถานภาพอย่างดี บรรณาธิการวารสารกรุงเทพกล่าวกับผู้วิจัยว่าสมาชิกส่วนใหญ่ที่มีเขียนลงในวารสารเป็นประจำ ล้วนแต่เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในสังคมญี่ปุ่นทั้งสิ้น ในด้านของการให้สถานภาพแบบอื่นๆแทบทุกสื่อจะกระทำเป็นประจำ เช่น การเสนอข่าวธุรกิจ กิจกรรมสังคม และข่าวการแต่งตั้งบุคคลเข้ารับตำแหน่ง เป็นต้น

3. ทำการบริโภค องค์ประกอบผู้รับสารจะทำหน้าที่นี้ โดยรับสื่อจากการเผยแพร่ของผู้จัดจำหน่ายมาใช้ประโยชน์ด้วยการอ่าน/ดู

ในการทำหน้าที่เหล่านี้ ระบบสามารถดำรงอยู่ได้แม้ว่าจะประสบปัญหาต่างๆบ้าง สรุปได้ว่าระบบดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการสังคมเรื่อยมา

การรักษาสมดุลของระบบย่อยต่าง ๆภายในโครงสร้าง

เช่นเดียวกับระบบอื่น การดำรงอยู่ขององค์กรสื่อและระบบย่อยขึ้นอยู่กันการรักษาสมดุลภายใน การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดกับสื่อญี่ปุ่นในไทยตลอดเวลาเพื่อให้อยู่รอดจึงเป็นกิจกรรมสำคัญของระบบด้วย

จากการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดกับสื่อญี่ปนในไทย ผู้วิจัยประมวลได้ว่าปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดกับระบบ คือ

ผลกระทบต่างๆจากสภาพแวดล้อมเช่น ชุมชนญี่ปุ่นในไทย สภาพเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มต่างๆในชุมชนมีส่วนสำคัญต่อการคงอยู่ของระบบโดยรวมสื่อมักจะต้องติดตามความเป็นไปของชุมชนและปรับตัวให้สอดคล้องอยู่ตลอดเวลา ปัญหาผลกระทบจากชุมชนที่กระทบถึงสื่อ มีทั้งค่าเงินเยนอ่อนตัว ธุรกิจต่างๆชะลอการลงทุนทำให้

ยอดขายซบเซา กลุ่มและสถาบันเข้ามาแทรกแซงสื่อมวลชน โดยมีการข่มขู่ให้ระงับรายงานข่าวบางเรื่องที่กระทบธุรกิจของยากูซ่าในประเทศไทย หรือสถานทูตขอร้องให้งดรายงานเรื่องที่เสื่อมเสียเกียรติภูมิของประเทศญี่ปุ่นโดยรวม เช่น ข่าวฆาตกรรมชาวญี่ปุ่นเนื่องจากพัวพันการค้ายาเสพติด สื่อมักจะแก้ปัญหาโดยการประนีประนอมกับกลุ่มสังคมในชุมชนในกรณีเหล่านี้ และพยายามปรับเปลี่ยนตนเองให้เข้ากับสภาพปัจจุบันของชุมชน เช่น ใช้แนวทางการบริหารช่วยลดต้นทุนการผลิตและตรึงราคาจำหน่ายในยามมีปัญหาเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การที่ระบบและสภาพแวดล้อมขาดแคลนทรัพยากรบางอย่างเหมือนๆกัน ทำให้ทรัพยากรที่มีจำกัดถูกดึงออกไปจากระบบ เช่น เงินทุนและบุคลากรที่มีความสามารถสูง ระบบจึงต้องดิ้นรนแก้ปัญหานี้อย่างลำบากเรื่อยมา วิธีแก้ปัญหาที่กระทำกันมักจะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเป็นครั้งคราว เช่น หาบุคลากรใหม่เข้าทดแทนโดยยอมรับผู้ที่มีความรู้ ความสามารถต่ำกว่าเดิมเป็นต้น

ในด้านของสื่อมวลชนไทย จัดว่าในระบบโครงสร้างของสื่อมวลชนไทยยังมีสื่อญี่ปุ่นในไทยเป็นส่วนย่อยอยู่ด้วย สื่อญี่ปุ่นในเมืองไทยต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับกฎระเบียบและกฎหมายสื่อมวลชนเช่นเดียวกันไม่มีข้อยกเว้น การลอกเลียนเนื้อหา การพึ่งพาทรัพยากรต่างๆจากแหล่งเดียวกันเป็นปัญหาที่สื่อญี่ปุ่นต้องพยายามดิ้นรนแก้ไขปรับปรุงตนเอง นอกจากนี้ การที่มีสื่อนสพ.ญี่ปุ่นซึ่งมีคุณภาพสูงเข้ามาจำหน่ายอาจไม่เป็นปัญหาในอดีต แต่ปัจจุบัน การดำเนินการเพื่อหารายได้และผลประโยชน์เช่น การที่โยมิอุริเข้ามาพิมพ์ในไทยแล้วรุกเข้ามาหาโฆษณาในท้องถิ่น คุกคามการดำรงอยู่ของระบบ ผู้วิจัยพบว่าสื่อต่างๆตระหนักถึงปัญหานี้และแก้ไขด้วยวิธีการต่างๆ ได้แก่ สร้างแหล่งข่าวของตนเองขึ้น สะสมทรัพยากรต่างๆ เช่นบุคลากรที่มีความสามารถ รวมทั้งสร้างจุดเด่นและจุดขายเฉพาะเพื่อความอยู่รอดและเป็นอิสระในอนาคต

ความต้องการของตลาดเป็นปัญหาที่ระบบต้องประสบตลอดเวลา ผู้วิจัยพบว่าตลาดของสื่อญี่ปุ่นในไทยนั้นเป็นตลาดที่ผู้บริโภคสื่อต่างก็คุ้นชินกับสื่อที่มีมาตรฐานสูงในสังคมญี่ปุ่น การผลิตสื่อจึงจำต้องสนองจุดนี้ ทำให้การลงทุนในด้านต่างๆสูง ขณะเดียวกันยังมีปัญหาขนาดของตลาดเล็กและการขยายตัวก็ต่ำ การลงทุนเพิ่มเพื่อปรับปรุงคุณภาพ

ด้านต่างๆมักจะไม่ค่อยคุ้ม ทางแก้ปัญหานี้คือ การขยับขยายหารายได้ทางอื่น เช่น ทำกิจการอื่นๆเพิ่มเติมโดยใช้ฐานลูกค้าของสื่อเท่าที่มี เช่น นสพ.WEBและทำกิจการต่อเนื่องจากเดิม เช่น บางกอกซูโฮ นอกจากนี้ก็มีการสร้างตลาดใหม่ เช่น มารุโกะโทะ เปิดตลาดใหม่โดยส่งไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย การปรับเข้าหาตลาดมากขึ้น เช่นหนังสือข่าวนิวส์เน็ต เน้นการรายงานข่าวอุตสาหกรรมรถยนต์เพิ่มจากข่าวแนวอื่นๆหรือมารุโกะโทะเปิดคอลัมน์บันเทิง โดยรายงานข่าวบันเทิงไทยๆ เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสได้รับสิ่งที่ดีกว่าเดิมก็เป็นการปรับตัวอีกวิธีด้วย

ปฏิกริยาโต้กลับ Feedback จากกลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ระบบสื่ออยู่รอดได้ เนื่องจากจะช่วยบอกให้ผู้ผลิตได้รับรู้ความต้องการของตลาดและปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้นได้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าบางสื่อในระบบจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับสารและมีการปรับตัวโต้ตอบกับ feedbackที่ได้รับ เช่น เว็บ วอยซ์เมล์และมารุโกะโทะ แต่บางสื่อกลับแทบไม่สนใจกับการสร้างสมดุลโดยเปิดรับ feedback เท่าไรนัก ผู้อ่านหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆแม้ว่าจะไม่เคยมี feedback กลับไปยังสื่อโดยตรง แต่ก็พอใจสื่อที่ให้ความสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้อ่านมากกว่า

ผู้วิจัยพบว่าสื่อที่ระบุว่าให้ความสำคัญแก่ feedback มาก เช่น นสพ.WEBนั้นประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจอย่างงดงาม ผู้บริหารมีความมั่นใจว่าการรับรู้ feedback สม่ำเสมอช่วยให้เข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายของตนเป็นอย่างดี การทำงานทุกด้านให้ความสำคัญต่อปฏิกริยาต่างๆจากผู้อ่านมาก ในขณะที่สื่อที่เพิกเฉยแม้ว่ายังคงอยู่ในระบบอยู่ได้ แต่เห็นได้ชัดว่าไม่ราบรื่นนัก

โครงสร้างและหน้าที่ต่างๆตามที่ได้พบ และก่อให้เกิดระบบขึ้นนั้น มีการกระทำหรือกิจกรรมรักษาสมดุลของระบบย่อยต่างๆภายในโครงสร้างอย่างสม่ำเสมอเพื่อทำให้ระบบอยู่รอดได้โดยไม่เสื่อมสลายลง การรักษาสมดุลดังกล่าวส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จ ในขณะที่บางส่วนสามารถประคับประคองระบบไปได้ในระยะสั้น แต่เป็นผลร้ายในระยะยาวได้ เช่น การยอมลดคุณภาพของบุคลากรลง

นอกจากนี้ เมื่อผู้เกี่ยวข้องในระบบเลือกเพิกเฉยต่อปัญหาบางข้อ แม้จะช่วยให้สถานการณ์คงอยู่ในสภาพเดิมที่อยู่ตัวแล้ว แต่ก็เท่ากับการยอมรับสิ่งที่เข้ามาทำลายสมดุลเดิมให้เติบโตขึ้นมาตามเวลาจนกระทั่งอาจถึงจุดที่ระบบรักษาสมดุลไม่ได้อีกต่อไปดัง ที่เคยเกิดขึ้นมาแล้ว เช่น การที่สื่อสิ่งพิมพ์หลายฉบับต้องปิดตัวลงในปี พ.ศ. 2536-38 เป็นผลถึงโครงสร้างของระบบอย่างรุนแรง