

วิทยุชุมชนญี่ปุ่น: เยส-เอฟเอ็ม โอซาก้า ตอบสนองความต้องการของชุมชน และความเข้มแข็งต่อภัยพิบัติ

JAPANESE COMMUNITY RADIO :
YES-FM OSAKA - SERVING COMMUNITY
NEEDS AND DISASTER RESILIENCE

วีรพงษ์ พลนิกรกิจ

Weerapong Polnigongit

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี นครราชสีมา 30000

Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima 30000 Thailand

Corresponding E-mail : weerap@sut.ac.th

Received Date July 08, 2025
Revised Date September 15, 2025
Accepted Date October 24, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาพัฒนาการ โครงสร้างการบริหารจัดการ และบทบาทของสถานีวิทยชุมชน ประเทศญี่ปุ่น ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพจากแหล่งข้อมูลหลายประเภท ผลการศึกษาพบว่า เยส-เอฟเอ็มเป็นสถานีวิทยชุมชนเชิงพาณิชย์ ดำเนินการโดยองค์กรเอกชนที่แสวงหากำไร 1 ใน 3 ตามโมเดลวิทยุชุมชนของญี่ปุ่น ก่อตั้งขึ้นตามความจำเป็นที่ต้องมีสื่อชุมชนเพื่อป้องกันภัยพิบัติหลังเหตุการณ์แผ่นดินไหวใหญ่ฮันชิน ด้านการบริหาร มีบริษัทที่ทำธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่เป็นเจ้าของและหุ้นส่วนหลักเป็นกลุ่มธุรกิจการศึกษา มีบุคลากรหลัก 5 คน และอาสาสมัคร ว่าจ้างบริษัทภายนอกดูแลงานควบคุมด้านเทคนิค ออกอากาศในระบบแอนะล็อก เครื่องส่ง 10 วัตต์ เสาส่งตั้งบนอาคาร 32 ชั้น ครอบคลุมเมืองโอซาก้าและพื้นที่ใกล้เคียง แม้เผชิญปัญหาด้านรายได้จากภาวะการแข่งขันในชุมชนเมืองที่มีสื่อจำนวนมาก และการเข้าถึงสื่อสังคมและวิทยุบนเว็บไซต์ของกลุ่มผู้ฟัง แต่สถานียังคงมีหน้าที่สำคัญในการป้องกันและแก้ปัญหาภัยพิบัติพร้อมกับให้ความบันเทิงผ่านเพลงหลากหลายแนวที่โดดเด่นคือ ความบันเทิงผ่านคอเมดี้ นอกจากการให้ข้อมูลข่าวสารภายในชุมชนเมืองและความรู้เพื่อผู้ฟัง รายการแทบทั้งหมดเป็นภาษาญี่ปุ่น มีรายการภาษาอังกฤษ 1 ชั่วโมง อีกด้านยังสวมบทบาทการเป็นสื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของเจ้าของและหุ้นส่วน ผู้เช่าเวลา และผู้สนับสนุน ความท้าทายสำคัญ คือ การขยายบทบาทเพื่อส่งเสริมพหุวัฒนธรรม

คำสำคัญ: วิทยุชุมชนญี่ปุ่น เยส-เอฟเอ็ม โอซาก้า บทบาทวิทยุชุมชน ความเข้มแข็งต่อภัยพิบัติ พหุวัฒนธรรมนิยม

Abstract

This article examines the development, administrative structure, and roles of YES-fm, a commercially operated community radio station in Japan, using a multi-source qualitative approach. The findings indicate that YES-fm is operated by a for-profit organization and represents one of Japan's three recognized models of community radio. It was established in response to the need for community-based disaster-prevention media following the Great Hanshin Earthquake. The station is owned by a well-established entertainment company, with a major educational corporation serving as its principal shareholder. It operates with five core staff members and volunteer contributors, while technical operations are outsourced to an external firm. Broadcasting in analog via a 10-watt rooftop transmitter installed on a 32-story building, the station covers Osaka City and the surrounding areas. Despite financial constraints in the face of intense competition in a media-saturated urban environment—combined with the audience's increasing exposure to social media and web radio—YES-fm continues to play a vital role in fostering disaster resilience. It also offers diverse musical programming, with comedy as a distinctive element, and provides local news, information, and knowledge for Japanese residents, foreign nationals, and tourists. Most programs are in Japanese, with just one hour of English-language content each day. Additionally, the station serves as an advertising and public relations platform for its owner, partner, airtime purchasers, and sponsors. A key challenge for YES-fm lies in expanding its role in promoting multiculturalism.

Keywords: Japanese community radio, YES-fm Osaka, community radio's role, disaster resilience, multiculturalism

1. บทนำ

วิทยุชุมชนไทยเริ่มต้นขึ้นประมาณ พ.ศ. 2544 ในขณะที่ยังไม่มีกฎหมายลำดับรองตามมาตรา 40 รัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2540 ที่กำหนดให้มืองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)) ปัจจุบันการประกอบกิจการวิทยุชุมชนดำเนินการโดยกลุ่มคนหรือองค์กรที่ได้รับอนุญาตให้ทดลองออกอากาศ เช่น วิทยาศาสตร์ดำเนินการโดยวัดหรือกลุ่มคน วิทยุภาคประชาชน วิทยุภาคประชาสังคม และวิทยุองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินการโดยกลุ่มคน ฯลฯ (วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, 2568) มีบทบาทแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์และการดำเนินการจริงตามการออกอากาศ รายการและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เช่น การเผยแพร่ศาสนา ให้ความบันเทิง และข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น ฯลฯ

การเรียนรู้จากลักษณะและการประกอบกิจการของนานาประเทศเพื่อเป็นบทเรียนที่สะท้อนความคิด และประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ เป็นวิถีทางหนึ่งของการพัฒนา ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีประสิทธิภาพ และความก้าวหน้าหลายด้านที่เป็นต้นแบบที่ดี เช่น ระบบสวัสดิการและระบบบำนาญที่รองรับการเป็นสังคม สูงวัยระดับสุดยอด (super aged society) (อนันต์ อนันตกุล, ม.ป.ป.) และนโยบายและยุทธศาสตร์ Cool Japan ด้วยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนที่เข้มแข็งหนุนเสริมซอฟต์พาวเวอร์ (soft power) ส่งผลต่อเศรษฐกิจ ของประเทศ (วาสนา ปานนวม, 2555) ทั้งนี้ การศึกษาทำได้ทั้งมิติของความสำเร็จ ความล้มเหลว อุปสรรค ข้อจำกัด หรือประเด็นที่ปรับปรุงและพัฒนาได้

วิทยุชุมชนในประเทศญี่ปุ่นแตกต่างจากประเทศอื่น หลายประเทศมีกฎหมายรับรองสถานภาพของวิทยุ ชุมชนแยกส่วนจากกิจการกระจายเสียงประเภทอื่น รวมถึงการพิจารณาให้ใบอนุญาตและระบบการให้ ทุนสนับสนุน แม้ว่าในทศวรรษ 1980 ญี่ปุ่นเคยมีวิทยุท้องถิ่นไม่เชิงพาณิชย์ แต่วิทยุชุมชนทั้งหมดที่เรียกว่า community housoukyoku ต่างเป็นวิทยุชุมชนเชิงพาณิชย์ ในขณะที่บางสถานีดำเนินการด้วยองค์กร ไม่แสวงหากำไร (Hadl, 2010 : 159) นอกจากลักษณะดังกล่าวแล้ว วิทยุชุมชนญี่ปุ่นยังมีลักษณะเด่น โดยเฉพาะด้านวารสารศาสตร์ชุมชน (community journalism) และสภากำกับรายการ (program council) ของแต่ละสถานีด้วย (Matsuura, 2016) สะท้อนคุณค่าแก่การเรียนรู้

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพัฒนาการ โครงสร้างการบริหารจัดการ และบทบาทของวิทยุชุมชนเยส-เอฟเอ็ม (YES-fm) ประเทศญี่ปุ่น

3. วิธีการศึกษา

ใช้วิธีเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์แหล่งข้อมูลหลายประเภท (multi-source qualitative approach) ได้แก่ การสัมภาษณ์คุโบะ โทชิโกะ (Kubo Toshiko) รองผู้จัดการ นาโอโกะ ซากิ (Sakai Naoko) ตำแหน่ง ประธานสัมพันธ์และการวางแผน และเลขานุการสภากำกับรายการ (program council) และโซอิ ฟุรุกะวะ (Zoe Furukawa) นักจัดรายการ The English Guide to Minami สถานีวิทยุชุมชนเยส-เอฟเอ็ม (YES-fm) ณ อาคาร YES-Theater ถนนนัมบะเซ็นนิจิมะอะ แขวงชูโอ เขตโอซาก้า เมืองโอซาก้า ซึ่งเป็นที่ตั้งสถานี เมื่อวันที่พฤหัสบดีที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 รวมทั้งศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์และการรับฟังรายการสดและ ย้อนหลังของสถานีช่วงเดือนเมษายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2568 ผ่านทางเว็บไซต์ <https://www.yesfm.jp/> ตลอดจนเอกสารทางการและทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

4. การทบทวนวรรณกรรม

4.1 วิทยุชุมชน: สื่อกระจายเสียงทางเลือกสำคัญของชุมชน

วิทยุชุมชน “เป็นของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน” สะท้อนจากการเป็นเจ้าของการบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เน้นการดำเนินการเพื่อการพัฒนาและประโยชน์ของชุมชน โดยเฉพาะการหนุนเสริมพลังของคนในชุมชน โดยไม่แสวงหากำไร (World Association of Community Radio Broadcasters, 2023) มีรายได้จากการบริจาค เงินจากสมาชิก โฆษณาและ/หรือเงินสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม และค่าบริการที่สถานีจัดให้บริการด้านต่าง ๆ ดำเนินการโดยกลุ่มพลเมืองหรือองค์กรไม่แสวงหากำไร (วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, 2567) ทั้งนี้ กิจการบริการชุมชน (community service) ทางวิทยุกระจายเสียงนี้ แต่ละพื้นที่ ประเทศ และภูมิภาคของโลกมีลักษณะการดำเนินงานและบทบาทแตกต่างกันตามบริบทของชุมชนและประเทศนั้น ๆ

4.2 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ประชากร สังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นและจังหวัดโอซาก้า¹

ลักษณะเฉพาะทางภูมิอากาศและภูมิประเทศของญี่ปุ่น เช่น ความแปรปรวนสูงของสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศเป็นภูเขาสูงชันและมีรอยเลื่อนจำนวนมากและอยู่ในแนวแผ่นดินไหวแปซิฟิก จึงมีความเปราะบางต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นพิเศษ ประเทศญี่ปุ่นจึงเกิดแผ่นดินไหว ใต้ฝุ่น และภัยพิบัติอื่น ๆ มาแล้วนับไม่ถ้วน (Ministry of Foreign Affairs of Japan, n.d.-a) ด้านประชากร ตั้งแต่ พ.ศ. 2553 มีจำนวนลดลงจากอัตราการเกิด การตาย และการย้ายถิ่นระหว่างประเทศ โดยคาดการณ์ว่าใน พ.ศ. 2613 ประชากรจะลดลงเรื่อย ๆ จากประมาณ 126,146,000 คน เหลือ 86,996,000 คน หรือลดลงร้อยละ 69.0 (National Institute of Population and Social Security Research, n.d.) ทั้งนี้ นโยบายการรับชาวต่างชาติเข้าประเทศเพื่ออยู่อาศัยมีผลต่อจำนวนประชากร ในรายงานผลการสำรวจชาวต่างชาติที่อาศัยในญี่ปุ่นของสำนักสถิติ กระทรวงมหาดไทย และการสื่อสารระบุว่า ชาวต่างชาติมาจากประเทศต่าง ๆ ทุกภูมิภาคทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา สาธารณรัฐเปรู สหราชอาณาจักร ราชอาณาจักรสเปน สาธารณรัฐฝรั่งเศส สหพันธรัฐรัสเซีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สหพันธ์สาธารณรัฐไนจีเรีย และเครือรัฐออสเตรเลีย โดยประเทศในเอเชียมากที่สุดมาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (8 แสนกว่าคน) สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (5 แสนกว่าคน) และสาธารณรัฐเกาหลี² (4 แสนกว่าคน) ส่วนสหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล (ประเทศในอเมริกาใต้) อยู่ในลำดับถัดมา (2 แสนกว่าคน) (Ministry of Internal Affairs and Communications, n.d.-a)

¹ มีบทความ หนังสือ ตำรา และเอกสารอื่น ๆ ที่สามารถศึกษารายละเอียดของประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ได้แต่อดีตถึงปัจจุบันได้ เช่น โครงสร้างสังคมญี่ปุ่น โดย บุญยง ชันสุวิมล (2538) และประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นสมัยใหม่ โดย สุรางค์ศรี ดันเสียงสม (2551) รวมถึงด้านศาสนา เช่น เซนกับวัฒนธรรมญี่ปุ่น (Zen and Japanese Culture) โดยโดซซัง คี. สุกุจิ; แปลโดย จอห์น กองประเสริฐ (2547)

² ชาวเกาหลีอพยพมาอาศัยอยู่ในญี่ปุ่น ตั้งแต่สมัยที่เกาหลีเป็นอาณานิคมของญี่ปุ่น (Queen's University, 2025)

สังคมญี่ปุ่นแบบเดิมให้ความสำคัญกับความคิด “กลุ่มสำคัญกว่าปัจเจกชน” “ความสัมพันธ์แบบแนบแน่น” และ “ข้างในกับข้างนอก” (มณฑา พิมพ์ทอง, 2543, น. 4) โดยพื้นที่ “ข้างใน” หรือภายใน “เป็นพื้นที่เฉพาะของคนภายในครอบครัวและเครือญาติ” ส่วนพื้นที่ “ข้างนอก” หรือภายนอก “เป็นพื้นที่ที่สมาชิกทุกคนในชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกัน” สังคมจึงเป็นสังคมที่เน้นการอยู่ร่วมกัน ผูกพัน เอื้ออาทร เกื้อกูล และพึ่งพาอาศัยกันและกัน แต่ละบุคคลเป็นสมาชิกหนึ่งในสังคมที่มีบทบาทและหน้าที่รับผิดชอบ แต่ปัจจุบันเปลี่ยนไปตรงกันข้าม อยู่ในภาวะการปลีกวิเวกทางสังคมที่สัมพันธ์กับการกลายเป็นชุมชนเมือง การอยู่และตายโดดเดี่ยว ปัญหาการฆ่าตัวตาย อาชญากรรมและความรุนแรง ฯลฯ (นรินุช ดำรงชัย, 2564) ประเทศญี่ปุ่นมีหนี้สาธารณะต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) สูงที่สุดในโลก มีค่าใช้จ่ายทางการแพทย์และการบริหารผู้สูงวัยสูงขึ้น และอยู่ในภาวะการขาดดุลงบประมาณอย่างต่อเนื่องจากรายจ่ายที่มาจากโครงสร้างและพัฒนาระบบสาธารณสุขโลก ประกันสังคม การป้องกันประเทศ และการจัดสรรงบประมาณท้องถิ่น (สำนักงานแรงงานในประเทศญี่ปุ่น, 2568) อีกด้านหนึ่งกล่าวได้ว่า ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีหลักประกันส่วนบุคคลและทางสังคมที่ดี เพราะชาวญี่ปุ่นนิยมการออมและการลงทุนเพื่ออนาคต ในขณะที่รัฐบาลได้วางระบบสวัสดิการและบำนาญที่ดี (อนันต์ อนันตกุล, ม.ป.ป., น. 5)

สังคมญี่ปุ่นมีลักษณะความเป็นชาติพันธุ์เดียวเชื้อชาติเดียว (homogeneous) ที่ไม่มีกฎหมายรองรับและการปฏิบัติใดๆ ที่ชี้ให้เห็นถึงการรับเอาพหุวัฒนธรรมนิยม (multiculturalism) ตัวอย่างประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสื่อ คือ การไม่กำหนดหลักการการนับรวมทุกกลุ่มคน (inclusion) โดยเฉพาะในส่วนของตัวแทนของชนกลุ่มน้อย กลุ่มชาติพันธุ์ และผู้ย้ายถิ่นเข้าประเทศและความอ่อนไหวทางวัฒนธรรมไว้ในพันธกิจของสื่อสาธารณะ [บรรษัทกระจายเสียงและแพร่ภาพญี่ปุ่น (Nippon Hōsō Kyōkai หรือ Japan Broadcasting Corporation: NHK) หรือข้อกำหนดด้านการอนุญาตให้ประกอบกิจการสื่อ โดยเฉพาะสื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพ (Queen's University, 2025) ในขณะที่ยังคง “โดดเด่นในเรื่องการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมจารีตที่สืบทอดมาแต่ครั้งโบราณ” (นรินุช ดำรงชัย, 2563, น. 1) ศิลปวัฒนธรรมประชาานิยมที่กลายเป็นสินค้าในตลาดโลก เช่น มังงะ อะนิเมะ และเกมดิจิทัล ส่งผลต่อเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งทางตรงและโดยอ้อม

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่นกับอีกหลายประเทศ ญี่ปุ่นเป็นประเทศพัฒนาแล้วหรือประเทศที่มีความก้าวหน้าในหลายด้านอย่างมาก รวมทั้งด้านการศึกษา จึงมีผู้สนใจทั่วโลกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในประเทศญี่ปุ่นจำนวนมากรวมทั้งคนไทย อีกด้านหนึ่งนอกจากคุณภาพของการศึกษาแล้ว Gavari-Starkie et al. (2021) ยอมรับระบบการศึกษาของญี่ปุ่นที่เน้นส่งเสริมวัฒนธรรมการลดความเสี่ยงภัยพิบัติด้วยการจัดการเรียนรู้เกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติในท้องถิ่นและการปฏิบัติตัวก่อน ระหว่าง และหลังภัยพิบัติ โดยเชื่อมโยงชุมชนกับโรงเรียนผ่านการศึกษาในระบบ นอกกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย Nomoto (2009) กล่าวว่า ในญี่ปุ่นมีนโยบายและแนวทางการปฏิบัติด้านการศึกษาเชิงพหุวัฒนธรรม (multicultural education) โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเสมอภาคทางการศึกษาและลดการเลือกปฏิบัติต่อชนกลุ่มน้อย ซึ่งนโยบายและแนวทางฯ ดังกล่าวส่วนใหญ่พัฒนาขึ้นในภูมิภาคคันไซ (1 ใน 8 ภูมิภาค)

โอซาก้าเป็น 1 ใน 6 จังหวัดของภูมิภาคคันไซหรือภูมิภาคคิงกิ (Kinki) มีประชากรเป็นอันดับ 2 และต่อมาเป็นอันดับ 3 ของประเทศ มีประชากรชาวต่างชาติจากหลากหลายประเทศอาศัยอยู่มากที่สุดคือ จีน ซึ่งสอดคล้องกับตัวเลขระดับประเทศ รองลงมาคือเกาหลีและเวียดนาม สลับลำดับกับสถิติของประเทศ โดย 5 เขตที่มีชาวต่างชาติอาศัยอยู่มากที่สุดในเมือง คือ อิคุโนะ (Ikuno) นิชิinari (Nishinari) นานิวะ (Naniwa) ชูโอ (Chuo) และโยโดงาวะ (Yodogawa) (Osaka City, n.d.) ส่วนหนึ่งของชาวต่างชาติเหล่านี้ทำงานเป็นพนักงานต้อนรับและแม่บ้านในโรงแรม พนักงานขายในร้านขายสินค้า เช่น ในแหล่งช้อปปิ้งชินไซบาชิ-นัมบะและพนักงานเสิร์ฟแถวนั้น คนไทยอาศัยอยู่ในญี่ปุ่นจำนวนมากเช่นกัน มีกลุ่ม สมาคม และเครือข่ายคนไทยในญี่ปุ่น คนไทยเปิดร้านอาหารไทย ร้านนวดไทย เป็นมัคคุเทศก์ ล่าม ทำงานฝีมือและงานทั่วไป ฯลฯ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจและเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศญี่ปุ่นโดยรวม

โอซาก้านอกจากเป็น “ครัวแห่งชาติ” แหล่งรวมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศและมีชื่อเสียงในฐานะการเป็นเจ้าภาพจัดงานเวิลด์เอ็กซ์โป 3 ครั้ง โอซาก้ากำลังก่อสร้างรีสอร์ทแบบครบวงจร (Integrated Resort: IR) บนเกาะยูเมะชิมะ เกาะเทียมหรือเกาะถมอยู่ในอ่าวโอซาก้า มีทั้งคาสิโน โรงแรม ศูนย์การค้า ศูนย์ประชุมและนิทรรศการ ฯลฯ โดยบริษัท เอ็มจีเอ็ม รีสอร์ท อินเตอร์เนชันแนล (MGM Resorts International)³ ร่วมลงทุนในนามบริษัทเอ็มจีเอ็ม โอซาก้า คอร์ปอเรชั่น (MGM Osaka Corporation) ก่อตั้ง พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นปีเดียวกับที่โอซาก้าได้ตั้งคณะกรรมการส่งเสริมเมืองการเงินโลกที่ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคธุรกิจ และองค์กรต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้เมืองโอซาก้าก้าวสู่การเป็นเมืองการเงินระดับโลก

ด้วยความเป็นเมืองท่าตั้งแต่อดีตที่มีการคมนาคมหนาแน่น มีผู้คนจากที่ต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศทั่วโลกเดินทางเข้ามา เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้า และนำไปสู่การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม จนกลายเป็นวัฒนธรรมเฉพาะของเมือง ในขณะเดียวกันโอซาก้ายังมีศิลปะการเล่าเรื่องตลก (warai) พร้อมภาษาถิ่นโอซาก้ามาอย่างยาวนาน (Ministry of Foreign Affairs of Japan, n.d.-b) สะท้อนลักษณะเฉพาะของเมืองที่แตกต่างจากเมืองและจังหวัดอื่น

5. ผลการศึกษา

5.1 พัฒนาการและลักษณะของวิทยุชุมชนญี่ปุ่น

หลังจากการเคลื่อนไหวทศวรรษเพื่อให้มีการกระจายเสียงชุมชน รัฐบาลญี่ปุ่นได้ออกกฎหมายการกระจายเสียงชุมชนใน พ.ศ. 2535 [รัฐบาลพรรคเสรีประชาธิปไตย (Liberal Democratic Party: LDP)] วิทยุชุมชนหรือในญี่ปุ่นเรียกว่า เอฟเอ็มชุมชน (community FM) จึงได้เริ่มต้นขึ้นครั้งแรกใน ฮาโกดาเตะ จังหวัดฮอกไกโด ด้วยกำลังส่ง 1 วัตต์ จากนั้นมีอีกหลายสถานีได้รับใบอนุญาตในลักษณะเดียวกัน แต่จากเหตุการณ์แผ่นดินไหวใหญ่ฮันชินหรือแผ่นดินไหวโกเบใน พ.ศ. 2538 [ปลายสมัยของรัฐบาลพรรคสังคมนิยมญี่ปุ่น (Japan Socialist Party)] วิทยุชุมชนในโกเบมีบทบาทสำคัญในการบรรเทาภัยพิบัตินี้ โดยเฉพาะชาวต่างชาติ

³ บริษัท เอ็มจีเอ็ม รีสอร์ท อินเตอร์เนชันแนล บริษัทขนาดใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจบริการครบวงจร ประสบความสำเร็จในหลายรัฐในสหรัฐอเมริกา และหลายประเทศ เช่น สาธารณรัฐสิงคโปร์ และหลายเมืองในสาธารณรัฐประชาชนจีน และมีความสนใจลงทุนในโครงการ Entertainment Complex ของรัฐบาลภายใต้การนำของพรรคเพื่อไทย

ที่ไม่รู้ภาษาญี่ปุ่น หลังจากนั้น รัฐบาลเพิ่มกำลังส่งเป็น 10 วัตต์ เป็นผลทำให้ต่อมากลายเป็นยุคทองของวิทยุชุมชน เพราะมีสถานีที่ถูกจัดตั้งขึ้นเป็นจำนวนมาก ต่อมา พ.ศ. 2542 กำลังส่งขยายเป็น 20 วัตต์ [ในสมัยรัฐบาลพรรคเสรีประชาธิปไตย (LDP)] รัฐบาลท้องถิ่นเริ่มเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการกระจายเสียงท้องถิ่น เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการป้องกันและจัดการกับภัยธรรมชาติ เพราะสื่อกระแสหลักไม่ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารเชิงลึกครอบคลุมตอบสนองต่อความจำเป็นของผู้ประสบภัย (Kanayama, 2007) ประมาณ 13 ปีต่อมา (พ.ศ. 2555) ได้มีข้อยกเว้นสำหรับบางพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตให้ออกอากาศมากกว่า 20 วัตต์ ได้แก่ FM Wappy 76.1MHz เมืองวักกาโน จังหวัดฮอกไกโด ออกอากาศ 50 วัตต์ เครื่องส่งตั้งอยู่บนหออนุสรณ์สถานครบรอบ 100 ปีของเมืองวักกาโน บนเนินเขา และ FM Kumejima 89.7MHz บนเกาะคูเมะจิมะ จังหวัดโอกินา ออกอากาศ 80 วัตต์ เครื่องส่งตั้งบนชั้น 2 ของตึกศูนย์ปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมชนบท [ปลายสมัยพรรคประชาธิปไตยญี่ปุ่น (Democratic Party of Japan)] (Japan Community Broadcasting Association, n.d.-a)

ในยุคแรกรัฐบาลให้ใบอนุญาตแก่องค์กรที่แสวงหากำไรเท่านั้นบนฐานคิดเพื่อให้สถานีสามารถบริหารจัดการได้โดยไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ในการดำเนินงาน ดังนั้นวิทยุชุมชนในญี่ปุ่นกลุ่มแรก คือ วิทยุชุมชนที่ดำเนินการโดยองค์กรเอกชนที่แสวงหากำไร โดยจำแนกย่อยออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ วิทยุชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลท้องถิ่น ซึ่งมีจำนวนประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนวิทยุชุมชนทั่วประเทศ และมักมีรายการที่ผลิตโดยเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานในท้องถิ่น และวิทยุชุมชนที่ไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลท้องถิ่น ต่อมารัฐบาลได้ให้ใบอนุญาตแก่องค์กรที่ไม่แสวงหากำไรจึงเกิดเป็นประเภท 2 คือ วิทยุชุมชนที่ดำเนินการโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ที่เน้นบทบาทในด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยและประชาสังคม เริ่มต้นขึ้นใน พ.ศ. 2546 (Kanayama, 2007) คือ สถานีวิทยุชุมชนเกียวโต เซนโจ เรดิโอ คาเฟ่ (อ่านรายละเอียดกรณีศึกษาได้ที่ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, 2567, น. 74-81) วิทยุชุมชนในญี่ปุ่นจึงขยายเวลาโฆษณาได้ (ต่างจากในสหรัฐอเมริกา) แต่มีพันธกิจในการตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนท้องถิ่นและต้องออกอากาศรายการที่ผลิตเองไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 โดยอนุญาตให้มีรายการภาษาต่างประเทศได้ (Bradley, 2025)

ท่ามกลางการให้บริการวิทยุกระจายเสียงภาคบริการสาธารณะ (public service) คือ บริษัทกระจายเสียงและแพร่ภาพญี่ปุ่นหรือ NHK [สามารถรับฟังผ่านเครื่องรับวิทยุและเครื่องรับโทรทัศน์] และภาคบริการธุรกิจ (commercial service) ทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับชาติ สำนักโทรคมนาคม กระทรวงมหาดไทย และการสื่อสาร ระบุว่า สถานีวิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุเชิงพาณิชย์ ใช้กำลังส่งสัญญาณไม่เกิน 20 วัตต์ ณ พ.ศ. 2567 มีสถานีวิทยุชุมชนที่ได้รับใบอนุญาตจำนวน 345 แห่ง ในทุกจังหวัด (47 จังหวัด บางจังหวัดมี 1 สถานี จังหวัดที่มีสถานีมากที่สุดคือ ฮอกไกโด เกาะที่ใหญ่เป็นอันดับสองของญี่ปุ่น มี 29 สถานี) คุณลักษณะสำคัญคือการเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ฟังในชุมชน การผลิตรายการและเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน และการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสารเฉพาะในท้องถิ่น โดยเฉพาะการตอบสนองต่อภัยพิบัติและภาวะฉุกเฉิน ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ในชุมชน จังหวัดโอซาก้ามีวิทยุชุมชน 6 สถานี หนึ่งในนั้น คือ เยส-เอฟเอ็ม (Ministry of Internal Affairs and Communications, n.d.-b)

5.2 เอฟเอ็มชุมชน เยส-เอฟเอ็ม โอซาก้า

5.2.1 ความเป็นมาและข้อมูลทางเทคนิคของเยส-เอฟเอ็ม

เยส-เอฟเอ็มก่อตั้งขึ้นหลังเหตุการณ์แผ่นดินไหวใหญ่ฮันชิน 1 ปี ตามกระแสความจำเป็นที่ต้องมีสื่อชุมชนเพื่อการป้องกันภัยพิบัติ จัดตั้งในลักษณะบริษัทจำกัดชื่อบริษัท เอฟเอ็มชูโอ จำกัด (FM Chuo Co., Ltd.) มีบริษัท โยชิโมโตะ โคเกียว จำกัด (Yoshimoto Kogyo Co., Ltd.) บริษัทขนาดใหญ่ที่ทำธุรกิจบันเทิงมายาวนานหลายประเภทกิจการ เช่น คอเมดี้ (comedy) ติวและคู่ ผลิตรายการโทรทัศน์ โรงละคร (รวมทั้ง YES Theater) และกลุ่มไอดอลหญิง NMB48⁴ (NMB ย่อมาจาก นัมบะ ชื่อเขตหนึ่งในจังหวัดโอซาก้า) บริษัท โยชิโมโตะ โคเกียว เริ่มต้นทำคอเมดี้และได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เป็นเจ้าของ ต่อมาจึงลงทุนทำวิทยุชุมชน เยส-เอฟเอ็มด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 150 ล้านเยน มีผู้ถือหุ้นเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงหลายคน ในระยะเริ่มต้นสถานีได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่นบางส่วน แต่เงินทุนส่วนใหญ่บริษัทลงทุนเอง โดยได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อลงทุนในอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะสตูดิโอ ที่มีขนาดและมาตรฐานเทียบเท่ากับสถานีวิทยุภูมิภาคขนาดใหญ่

ปัจจุบันสถานีมีสตูดิโอตั้งอยู่ที่อาคาร YES Theater มินามิ (ตอนใต้ของเมืองโอซาก้า) ย่านบันเทิง ร้านอาหาร และร้านค้า ออกอากาศด้วยความถี่เอฟเอ็ม 78.1 MHz สัญญาณเรียกขาน JOZZ7AF-FM เครื่องส่ง 1 เครื่อง ไม่มีสถานีทวนสัญญาณ⁵ กำลังส่ง 10 วัตต์ ตั้งอยู่บนดาดฟ้าของอาคารชื่อ อาคารระหว่างประเทศโอซาก้า (Osaka International Building) 32 ชั้นเหนือพื้นดิน ความสูง 125.11 เมตร⁶ ห่างจากสตูดิโอประมาณ 2 กิโลเมตร สถานีออกอากาศในระบบการกระจายเสียงแอนะล็อก สัญญาณกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่เมืองโอซาก้าและพื้นที่ใกล้เคียง



ภาพที่ 1 ภายในสตูดิโอรายการ เอฟเอ็มชุมชนเยส-เอฟเอ็ม โอซาก้า

ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้เขียนเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2568

⁴ ถูกรวมกลุ่มภายหลังความสำเร็จของกลุ่มไอดอล AKB48 ในยุคเฟื่องฟูที่สุดของอุตสาหกรรมบันเทิงด้านการสร้างไอดอล

⁵ วิทยุชุมชนในญี่ปุ่น บางสถานีมีสถานีทวนสัญญาณ เช่น วิทยุชุมชน ชิมาบาระ 88.4 MHz เมืองชิมาบาระ (Shimabara) ตั้งอยู่ในจังหวัดนางาซากิ (Nagasaki) ออกอากาศด้วยกำลังส่ง 20 วัตต์ มีสถานีทวนสัญญาณ 4 สถานีใน 4 จุดพื้นที่ กำลังส่ง 3 และ 10 วัตต์ และ 20 วัตต์ 2 สถานี (FM Shimabara, 2025)

⁶ อาคารสำนักงานที่เคยเป็นอาคารที่สูงที่สุดในเมืองโอซาก้า



ภาพที่ 2 ภายนอกสตูดิโอ เอฟเอ็มชุมชนเอส-เอฟเอ็ม โอซาก้า ขณะออกอากาศรายการสด เวลา 16.00–17.00 น.
จัดโดยกลุ่มนักจัดรายการชาย มีแฟนรายการผู้หญิงยืนด้านนอก 2 คน

ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้เขียนเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2568

เอส-เอฟเอ็ม เป็น 1 ใน 6 สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัด ตั้งอยู่ในเขตซูโอที่มีชาวต่างชาติอาศัยอยู่มากที่สุดเป็นอันดับ 4 ของเมือง สัญญาณกระจายเสียงครอบคลุมหลายเขตสำคัญที่มีชาวต่างชาติอาศัยอยู่จำนวนมาก เช่น เขตนาไนวะ

5.2.2 โครงสร้างการบริหารจัดการ

สถานีบริหารจัดการโดยแบ่งเป็น 5 ฝ่าย ได้แก่ ธุรการ การบัญชี การขาย การผลิต และประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันสถานีมีโครงสร้างการดำเนินงานอย่างเป็นทางการโดยจำแนกเป็น 2 ฝ่ายหลัก คือ

- 1) ฝ่ายการจัดผังรายการและการผลิตรายการ ดูแลการวางแผนผังรายการและกระบวนการผลิตรายการ
- 2) ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการวางแผน ดูแลการประชาสัมพันธ์ของสถานี การวางแผนรายการ และการหาผู้สนับสนุนสถานี

สถานีดำเนินการด้วยบุคลากรจำนวน 5 คนที่ได้รับการฝึกฝนให้สามารถทำหน้าที่ของทุกงานในแต่ละฝ่ายได้ บุคลากรทุกคนจึงรับผิดชอบงานที่คล้ายกัน ทั้งนี้ งานควบคุมด้านเทคนิคการกระจายเสียง (master control) สถานีว่าจ้างบริษัทภายนอกดูแล นอกจากนี้ยังมีอาสาสมัครเข้าช่วยงานสถานีบางส่วนด้วย

องค์ประกอบสำคัญของการดำเนินการสถานี คือ การมีสภากำกับรายการตามกฎหมายที่กำหนดให้ สถานีวิทยุชุมชนต้องประชุมสภากำกับรายการที่ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน เพื่อเป็นหลักประกันการทำหน้าที่ในฐานะสื่อกระจายเสียงอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อชุมชนท้องถิ่น ที่สำคัญของสภากำกับรายการ คือ การตรวจสอบและให้คำแนะนำเพื่อให้รายการที่ออกอากาศมีความเหมาะสมกับชุมชนท้องถิ่น มีความเป็นกลางและความเป็นธรรม โดยปกติสถานีเอส-เอฟเอ็มจัดประชุมสภาฯ จำนวน 2 ถึง 4 ครั้งใน 1 ปี

สถานีมีรายได้มาจากการเก็บค่าธรรมเนียมในการออกอากาศ การเทียบเวลา และค่าผลิตรายการ ดังรายละเอียดอัตราจัดเก็บต่อไปนี้

ตารางที่ 1 อัตราค่าธรรมเนียมออกอากาศ การเทียบเวลา และการผลิตรายการ

ค่าธรรมเนียมออกอากาศและค่าผลิต (เยน) ⁷			
ระยะเวลา	ต่อ 1 ครั้ง	3 เดือน	ค่าผลิต
5 นาที	10,000	130,000	50,000
10 นาที	20,000	260,000	
15 นาที	30,000	390,000	
ครึ่งชั่วโมง	50,000	650,000	
60 นาที	80,000	1,040,000	60,000
90 นาที	115,000	1,495,000	125,000
120 นาที	150,000	1,950,000	
ค่าธรรมเนียมและค่าผลิตการเทียบเวลา (เยน) ⁸			
จันทร์-ศุกร์	50,000	650,000	50,000
เสาร์-อาทิตย์	20,000	260,000	
ทุกวัน	60,000	780,000	

ทั้งนี้ ค่าผลิตตามตารางข้างต้นคิดต่อ 1 ตอน รวมค่าเช่าสตูดิโอ การบันทึกเสียง และตัดต่อ โดยสัญญาขั้นต่ำ 3 เดือน

ส่วนการประกาศเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารออกอากาศเฉพาะวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ราคา 10,000 เยน 2 นาที/ครั้ง และ 45,000 เยน 2 นาที/5 ครั้ง มีค่าผลิตต้นฉบับรายการ 20,000 เยน สปอตโฆษณาที่มีช่วงเวลา 20, 30, 40 และ 60 วินาที ราคา 5,000, 7,000, 9,000, 13,000 เยน ตามลำดับ มีค่าผลิต 50,000 และ 65,000 ตามความยาว เฉพาะค่าเช่าสตูดิโอพร้อมวิศวกรเสียง 25,000 เยน/ชั่วโมง

จากการวิเคราะห์ผังรายการที่มีการปรับผังทุก 3 เดือน ส่วนใหญ่เป็นปรับรายการย่อย ๆ จากผู้ผลิตรายการเฉพาะทางตามสไตล์ของนักจัดรายการ เช่น รายการเน้นการส่งเสริมการให้กำลังใจกันและกัน และรายการโดยศิลปินเร็กเก้ ที่เสนอเรื่องราวของจาเมกา ศิลปะการเต้น และวัฒนธรรมเร็กเก้ในญี่ปุ่น แต่รายการหลักระหว่างวันจันทร์ถึงศุกร์ช่วงสายถึงช่วงบ่าย (ประมาณ 10.00–14.00 น.) เป็นรายการให้ข้อมูลข่าวสารในพื้นที่ ส่วนช่วงเย็น (ระหว่าง 16.00–19.00 น.) เป็นรายการคอเมดี้และไอดอล ส่วนวันเสาร์และอาทิตย์ส่วนใหญ่เป็นรายการเพลง โดยเฉพาะการเปิดเพลงระหว่างวันโดยไม่มีนักจัดรายการและรายการย่อยที่นำมาออกอากาศซ้ำในช่วงเย็น โดยสถานีออกอากาศตั้งแต่เวลา 08.00 น. ถึง 01.00 น. (ของอีกวัน) (ยกเว้นวันอาทิตย์ระหว่าง 08.00–09.00 น. และ 24.00–01.00 น. สถานีไม่ออกอากาศ) รายการส่วนใหญ่เป็นเทปรายการที่บันทึกไว้

⁷ และ ⁸ อัตราขายทีวีเฉลี่ย 23.18 บาทต่อ 100 เยน ณ วันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 ตรวจสอบอัตราแลกเปลี่ยนได้ที่ <https://www.bot.or.th/th/statistics/exchange-rate.html>

ล่วงหน้าและรายการเพลงจากทางสถานี ส่วนรายการที่ออกอากาศสด (live) มีจำนวน 3 รายการออกอากาศเวลา 10.00–14.00 น. และเวลา 16.00–17.00 น. บางรายการ สถานีติดต่อรายการแบบไม่มีเพลงไว้ในคลังรายการ เพื่อให้ฟังและชมย้อนหลังผ่านสตรีมมิง (streaming) และสื่อสังคม (social media) โดยรวมเป็นรายการที่ผลิตเอง

รายได้หลักมาจากผู้ถือหุ้น คือ จีเค กรุ๊ป (Jikei Group of Colleges) กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจ การศึกษาเอกชนหลายสาขา ตั้งแต่พื้นฐานสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น สาขาสายวิชาชีพและวิชาการ เช่น วิทยาศาสตร์ สุขภาพ (เช่น แพทย์ พยาบาล) นิเทศศาสตร์ (เช่น การเต้นและการแสดง การกระจายเสียงและแพร่ภาพ) เทคโนโลยี สารสนเทศและการออกแบบ แอนิเมชันและอีสปอร์ต และอุตสาหกรรมบริการ (เช่น โรงแรม ศิลปะการทำอาหาร) ตัวอย่างสาขาวิชาดังกล่าวมีโรงเรียนและวิทยาลัยของกลุ่มบริษัทเปิดสอนในโอซาก้า เช่น โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่น และโรงเรียนดนตรีโอซาก้า (และยังมีสาขาในเมืองสำคัญทั่วประเทศญี่ปุ่น) กลุ่มบริษัทยังดำเนินกิจการบ้านพัก คนชรา ซึ่งบริษัทในเครือเหล่านี้มีรายการผลิตเฉพาะเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เกี่ยวข้องออกอากาศทาง เยส-เอฟเอ็มด้วย นอกจากออกอากาศผ่านคลื่นความถี่แล้ว สถานียังออกอากาศเวลาจริง (real time) ผ่าน USEN และโปรแกรมประยุกต์ หรือแอปพลิเคชัน (application) FM++ (เอฟเอ็ม プラス) พัฒนาโดยบริษัทญี่ปุ่น Smart Engineering Inc. ที่สตรีมเสียงผ่านอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ตโฟน (smartphone) พร้อมให้บริการ แจ้งเตือนแบบพุช (push notification) เพื่อให้ข้อมูลภัยพิบัติและสถานการณ์ฉุกเฉินแบบทันทีส่งตรงไปถึงผู้ฟัง แม้ขณะอยู่โหมดหยุดพักการทำงาน (sleep mode) โดยเชื่อมโยงข้อมูลจาก เครือข่ายป้องกันภัยพิบัติโอซาก้า (osaka disaster prevention net) ครอบคลุมการประกาศแจ้งเตือนภัยพิบัติ คำแนะนำและคำเตือนเกี่ยวกับ สภาพอากาศ เช่น คำเตือนภัยและคำเตือนฉุกเฉิน ข้อมูลแผ่นดินไหวและสึนามิ ข้อมูลการอพยพ และข้อมูลที่ พักพิง (ศูนย์หลบภัย) รวมทั้งข้อมูลจากตำรวจจังหวัดโอซาก้า⁹ ครอบคลุมเรื่องอาชญากรรม เช่น แจ้งเตือน โทรศัพท์ของมิจาซึพลอกเป็นเจ้าหน้าที่ตำรวจ แจ้งเตือนข้อความอัตโนมัติมากกว่าเป็นบริษัทผู้ให้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์ แจ้งเหตุลักขโมยบนถนนและการจับกลุ่มผู้ก่อเหตุ รวมทั้งเรื่องอุบัติเหตุและการจราจร ผู้ใช้แอปยังสามารถดูผังรายการและส่งข้อความไปยังสถานีเพื่อสอบถาม รายงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับ เหตุการณ์ (นอกจากส่งคำถามและความคิดเห็นทั่วไป) แม้ในขณะที่มีข้อจำกัดในการรับฟังผ่านทางเครื่องรับวิทยุ ทั้งในพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณกระจายเสียงหรือนอกเขตพื้นที่ แอปยังเชื่อมโยงเว็บไซต์และสื่อสังคมของสถานี อันเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างสถานีกับผู้ฟัง ในสถานการณ์ปกติสามารถให้ข้อมูลข้อความเพิ่มเติม จากการติดตามรับฟังรายการปกติได้ บางรายการออกอากาศผ่านช่องทางเสียง stand.fm ของญี่ปุ่นที่ทำงาน ได้เหมาะกับการผลิตสื่อเสียง

เยส-เอฟเอ็ม ทำงานร่วมกับองค์กรชุมชนท้องถิ่นและเป็นสมาชิกของสมาคมการกระจายเสียงชุมชน ญี่ปุ่น (Japan Community Broadcasting Association: JCBA)¹⁰ องค์กรที่เกิดจากการรวมกลุ่มของผู้ประกอบ กิจการวิทยุชุมชน ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 ประมาณ 2 ปี หลังจากมีการตั้งสถานีวิทยุชุมชนแห่งแรกท่ามกลางกระแส

⁹ วิทยุชุมชนในพื้นที่อื่นกำหนดนโยบายและขอบเขตการให้บริการแตกต่างกัน เช่น วิทยุชุมชนโอคาตะ FM 81.4 MHz นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมตัว รับมือภัยพิบัติ เส้นทางการอพยพ และมาตรการความปลอดภัย อัคคีภัย ดินถล่ม แผ่นดินไหวและหิมะตกหนัก น้ำท่วม และแผ่นดินไหว (ความรุนแรงระดับ 5 ขึ้นไป) รวมทั้งการแจ้งเตือนอาชญากรรม ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน และแจ้งเตือนหนี (สัตว์ป่าดุร้าย) บนเขาและบริเวณที่พักอาศัย

¹⁰ ในญี่ปุ่นมีองค์กร คือ สมาคมผู้ประกอบการกระจายเสียงและแพร่ภาพวิทยุญี่ปุ่น (Japan Commercial Broadcasters Association: JBA) ที่เกิดจากการรวมตัวของบริษัทผู้ดำเนินกิจการวิทยุ โทรทัศน์ หรือทั้ง 2 กิจการสื่อทั้งภาคพื้นดินและดาวเทียม (Japan Commercial Broadcasters Association, n.d.)

ความสนใจของรัฐบาลท้องถิ่น ผู้เตรียมการและสนใจตั้งวิทยุชุมชน และประชาชนทั่วไป สมาคมฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสนับสนุนด้านการบริหารจัดการสถานีและด้านเทคนิคระหว่างสมาชิก เช่น การออกแนวทางการดำเนินงานระหว่างการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และแนวทางในการดำเนินการเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยไซเบอร์ ยกย่องจริยธรรมในการกระจายเสียงและการส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นและสวัสดิการสาธารณะผ่านการกระจายเสียง (Japan Community Broadcasting Association, n.d.-b)

5.2.3 บทบาทสำคัญ

บทบาทของวิทยุสะท้อนจากการนำเสนอรูปแบบ (format) และเนื้อหา (content) ซึ่งวิทยุชุมชน เอส-เอฟเอ็มนำเสนอรายการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รายการพูดคุยโดยตรงกับผู้ฟัง รายการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินรายการ รายการสัมภาษณ์ รายการคอมเมดี้ รายการอภิปรายโต้แย้ง และรายการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีผู้ดำเนินรายการเดี่ยว ผู้ดำเนินรายการ 2 คน บางรายการมีผู้ดำเนินรายการ 3-4 คน ผู้ดำเนินรายการที่มีความหลากหลายทั้งชาย หญิง นักเรียน นักศึกษา ครูหรืออาจารย์ แพทย์ พยาบาล และเจ้าของกิจการร้านค้าในชุมชน แต่ละคนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวนำเสนอเนื้อหารายการด้านต่าง ๆ เช่น ความบันเทิง ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และความคิดเห็นหลากหลายแง่มุม โดยเฉพาะรายการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินรายการนั้นมีการแลกเปลี่ยนมุมมองและความคิด โดยภาพรวมเอส-เอฟเอ็มมีบทบาทสำคัญ ดังนี้

1) ให้ความบันเทิงผ่านเพลง ซึ่งมีสัดส่วนค่อนข้างมาก โดยเฉพาะเมื่อนำรายการเพลงช่วงวันเสาร์และอาทิตย์มารวมคำนวณ นอกจากนี้ รายการรูปแบบต่าง ๆ มักมีเพลงสลับระหว่างรายการ โดยมีทั้งรายการเพลงคลาสสิก ซิมโฟนี แจ๊ส เร็กเก้ เพลงในตำนานหรือเพลงที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงยุค 70s และ 80s และเพลงใหม่ ทั้งเพลงญี่ปุ่น เพลงต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ) และเพลงในละครเพลง รวมทั้งรายการดนตรีของศิลปินในภูมิภาคคันไซ อันเป็นการส่งเสริมเพลงและศิลปินในภูมิภาคคันไซ

นอกจากนี้ ยังมีรายการ “Okinawa Hour” โดยสำนักงานจังหวัดโอกินาวาประจำโอซาก้า และเครือข่ายธุรกิจชาวโอกินาวาทั่วโลก (worldwide uchinanchu business network) นำเสนอเพลงจากโอกินาวาแบบต่อเนื่อง (nonstop) และรายการนำเสนอผลงานเพลงของวงการอินดี้ ที่รายการเชิญชวนให้ศิลปินส่งโปรไฟล์และผลงานเพลง มายังรายการเพื่อพิจารณาออกอากาศและสัมภาษณ์ศิลปินเจ้าของผลงานในรายการ รวมทั้งรายการ NMB48 รายการที่ดำเนินรายการโดยสมาชิกกลุ่มไอดอลหญิงตั้งชื่อเดียวกัน พร้อมเปิดเพลงที่เป็นผลงาน

2) ให้ความบันเทิงผ่านคอมเมดี้ จากมุกตลกที่มีความสนุกสนานตามสไตล์ของผู้ให้ความบันเทิงหรือเรียกว่าเป็นนักแสดงคอมเมดี้ ในสังกัดของบริษัทเจ้าของสถานี คือ บริษัท โยชิโมโตะ โคเกียวก จำกัด ผู้ทำหน้าที่สร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ฟังโดยสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการเปิดรับข้อความแสดงความเห็นจากผู้ฟังเพื่ออ่านออกอากาศตามประเด็นกำหนดโดยโปรดิวเซอร์รายการ (program producer) และประเด็นแนะนำจากผู้ฟังที่ถูกคัดเลือก

3) ให้ข้อมูลข่าวสารในชุมชนและข่าวสารจากหน่วยงานต่าง ๆ ในท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กิจกรรมของร้านค้าในชุมชน สำนักงานเขตซูโอ สวนสัตว์เท็นโนจิ สถานศึกษา และบ้านพักคนชรา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งช้อปปิ้งและกิจกรรมในเมือง เช่น งานเอ็กซ์โปโลก (มีการสัมมนาเกี่ยวกับอาคารแสดงประเทศไทย (Thailand Pavilion) ในงานเอ็กซ์โปโลก (ก่อนเปิดงาน)) งานวันแห่งเทศกาลทานาบาตะ (Tanabata) จัดวันที่ 7 กรกฎาคม ในโอซาก้า สัตว์และกิจกรรมของสวนสัตว์ และข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์การรับสมัครงานในสถานศึกษาในเครือจีเค รวมทั้งข่าวสารการแสดงที่โรงละคร YES Theater ของบริษัทเจ้าของสถานี

4) ให้ความรู้ทั่วไปที่ครอบคลุมโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ สัตว์สวนของผู้สวมหมวกนิรภัยขณะขี่จักรยาน กัญชา คือ ยาเสพติดผิดกฎหมาย และการปรับปรุงบ้านหรืออาคารและการพัฒนาเมือง ฯลฯ จากมหาวิทยาลัยของรัฐ โรงพยาบาลรัฐและเอกชน สถานีตำรวจโอซาก้า และบริษัทเอกชน

5) ให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันและลดผลกระทบจากภัยพิบัติ ตั้งแต่แนวทางในการป้องกันการสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประสบภัย รวมทั้งการใส่ใจและดูแลกลุ่มเปราะบางต่อภัยพิบัติ เน้นที่การเชื่อมโยงผู้คนในการดำเนินการ โดยผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์วิจัยวิทยาศาสตร์เมืองและการป้องกันภัยพิบัติ และสถาบันวิจัยหน่วยยามฝั่งญี่ปุ่น (japan coast guard research institute) โดยสถานีให้ความสำคัญกับแนวคิด “การผนึกความสัมพันธ์ร่วมมือที่จำเป็นในยามวิกฤติ จำเป็นต้องวางรากฐานไว้ตั้งแต่ในยามสงบสุข” (connections in times of crisis must be built during times of peace)

6) เป็นเวทีแสดงออกของเยาวชนโดยเฉพาะที่เป็นนักเรียนและนักศึกษาของสถานศึกษาในเครือจีเค เช่น รายการของนักศึกษาจากภาควิชาการแพร่ภาพและกระจายเสียง โดยนักศึกษาเป็นผู้วางโครงสร้างกำกับคัดสรรเพลง ดำเนินรายการ นำเสนอมุมมอง โดยมีผู้รับเชิญเป็นนักศึกษาจากภาควิชาอื่น คณาจารย์และศิษย์เก่า และรายการที่มีนักเรียนต่างชาติดำรงศึกษาอยู่ในโรงเรียนสอนภาษาในเครือบริษัทร่วมรายการเพื่อบอกเล่าเรื่องราวประเทศบ้านเกิด การเรียนที่ญี่ปุ่น พร้อมทั้งเปิดเพลงจากประเทศนั้น ๆ มีตอนหนึ่งที่มีนักเรียนไทยร่วมรายการด้วยการพูดภาษาญี่ปุ่นและพูดแนะนำเพลงไทยด้วยการพูดภาษาไทย

บทบาทสำคัญดังกล่าวเกิดจากรูปแบบและเนื้อหารายการที่ออกอากาศทั้งจากการผลิตรายการโดยสถานีและผลิตโดยผู้เช่าเวลา สอดคล้องกับคำขวัญของสถานี คือ “เสียงดนตรี ข้อมูลข่าวสาร และเสียงหัวเราะของโอซาก้า แบบเรียลไทม์” ส่วนบทบาทการให้ข้อมูลข่าวสารและให้ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และรายการจากเครือบริษัทเจ้าของและหุ้นส่วนสำคัญของสถานี ด้านหนึ่งเอส-เอฟเอ็มจึงเป็นสื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หน่วยงานดังกล่าว

5.2.4 รายการเด่น

รายการที่ออกอากาศมีทั้งรายการความยาวครึ่งชั่วโมง รายการ 1 ชั่วโมง และรายการที่มีความยาวมากกว่า 1 ชั่วโมง รายการหลักของสถานี เช่น ข่าวข้อมูลข่าวสาร “maido station” ความยาว 3 ชั่วโมง รายการ “maido@station” ความยาว 2 ชั่วโมง ออกอากาศทุกวันจันทร์ถึงพุธและวันศุกร์ และรายการ “Minami de Ookini” ความยาว 1 ชั่วโมง ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี รายการเหล่านี้ ออกอากาศสดตั้งแต่ พ.ศ. 2561 แต่รายการโดดเด่น ได้แก่ รายการ Onst และรายการ The English Guide to MINAMI

1) รายการ Onst รายการที่ผลิตและออกอากาศทางสถานีมาอย่างยาวนานและมีผู้ฟังจำนวนมาก ความนิยมของรายการนี้เกิดจากรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างการพูดคุยของนักจัดรายการที่เป็นนักแสดงคอเมดี้สังกัดบริษัท โยชิโมโตะ โคเกียว จำกัด เจ้าของสถานี ความสนุกสนานจากมุกตลกแบบกวน ๆ และสร้างสรรค์ หรือแบบจริงจังผสมผสานข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับการมีส่วนร่วมของผู้ฟังที่ส่งข้อความแสดงความคิดเห็นและข้อมูลตามหัวข้อกำหนดในแต่ละสัปดาห์ของแต่ละรายการตามสไตล์ของนักจัดรายการ มีโปรดิวเซอร์รายการควบคุมดูแล รวมทั้งประเด็นหัวข้อแนะนำจากผู้ฟัง บางตอนมีการจัดลำดับข้อความและบางตอนคัดเลือกข้อความเพื่อให้รางวัลหรือแต้มเพื่อสะสมรับรางวัลเป็นรูปภาพ ใบรับรองพร้อมลายเซ็นหรือการ์ดหายาก ฯลฯ ตัวอย่างหัวข้อเช่น “ในกระเป๋ามีดที่ 4 ของโดราเอมอนมีอุปกรณ์ลับใดที่เขายังไม่เคยหยิบออกมาใช้” “สถานการณ์ใดที่ทำให้รู้สึกอึดอัดใจมากกว่าการนัดบอดที่ได้เจอแฟนเก่า” และ “ความทรงจำเกี่ยวกับสวนสนุก” รายการออกอากาศ 2 ชั่วโมงทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 16.00–18.00 น. (มีรายการสัมภาษณ์นักเรียน/นักศึกษาสาขาต่าง ๆ ที่เรียนกับบริษัทในเครือจีเคแทรกระหว่างกลาง) ในแต่ละวันมีนักแสดงคอเมดี้แตกต่างกันไม่ซ้ำวัน รายการยังถูกนำไปเผยแพร่ทางฐานช่องทางดิจิทัล ได้แก่ แอปเปิลพอดแคสต์ (apple podcasts) อเมซอนมิวสิก (amazon music) และสปอติฟาย (spotify)

2) รายการ The English Guide to MINAMI รายการภาษาอังกฤษรายการแรกของสถานี ออกอากาศครั้งแรกกลาง พ.ศ. 2567 ด้วยต้องการมีรายการที่ให้ข้อมูลข่าวสารในหลายภาษาเพื่อตอบสนองความต้องการของชาวต่างชาติที่มาเยือนและพำนักอยู่ในย่านมินามิซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก สถานีจึงเริ่มต้นที่รายการภาษาอังกฤษ ในขณะที่คนญี่ปุ่นเองก็สามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้ด้วย ผลิตรายการโดยโซอี้ (Zoe) ลูกครึ่งผู้เกิดที่ฮาวายและเติบโตที่แคลิฟอร์เนียและโอซาก้า รายการออกอากาศเวลา 08.00–09.00 น. 1 ชั่วโมงทุกวัน ยกเว้นวันเสาร์และอาทิตย์ รายการบันทึกเทปและออกอากาศซ้ำทุกวันโดยจะเปลี่ยนรายการที่ผลิตใหม่ทุกวันจันทร์ กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ชาวต่างชาติ เช่น นักศึกษา แรงงานพลัดถิ่น และนักท่องเที่ยว ที่อาศัยอยู่ในมินามิและคนในชุมชนในพื้นที่ เนื้อหารายการครอบคลุมข้อมูลสำคัญในการอยู่และปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมและธรรมชาติสิ่งแวดล้อมในญี่ปุ่นโดยเฉพาะในมินามิ เช่น กฎหมายแรงงาน ระบบการศึกษา ระบบประกันสุขภาพ การเช่าหรือซื้อสิ่งของหรือทรัพย์สิน ระบบการจัดการขยะและสัตว์เลี้ยง (สุนัขและแมว) การเสียภาษี การใช้จักรยาน กระเป๋าฉุกเฉิน สายด่วนต่าง ๆ การใช้ชีวิตของคู่รักเพศเดียวกัน และวิธีการปรับตัวเข้ากับสังคมญี่ปุ่น และเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และสถานที่ยอดนิยม เช่น พิพิธภัณฑ์ ศาลเจ้าและวัด สวนสาธารณะ ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ร้านกาแฟ บอร์ดเกม และอีเวนต์ (event) สถานีคาดหวังว่ารายการนี้จะได้รับการสนับสนุนจากบริษัท เช่น เอ็มจีเอ็ม รีสอร์ท อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล และบริษัท แอร์บีแอนด์บี (Airbnb) แต่ขณะนี้ยังไม่เป็นผล

6. การอภิปรายผล

6.1 ปัญหาด้านรายได้สื่อจำนวนมากและหลากหลายในชุมชนเมืองและการเข้าถึงสื่อสังคมและวิกิบนเว็บ

แม้วิทยุเอฟเอ็มชุมชนของญี่ปุ่นมีมากกว่า 30 ปีแล้ว แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สถานีหลายแห่งเริ่มทยอยปิดตัวลง บางสถานีสามารถวางแผนและควบคุมรายรับ-รายจ่ายเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ แต่ก็ไม่สามารถมีเงินเหลือพอสำหรับการเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ล้าสมัย บางสถานีไม่สามารถดำเนินการต่อได้หลังจากที่เงินสนับสนุนจากรัฐบาลในแต่ละปีที่มีมูลค่าหลายสิบล้านเยนถูกตัด Tomoko Kanayama ได้กล่าวถึงประเด็นนี้เมื่อ พ.ศ. 2550 ว่า รายได้จากโฆษณาตกลง วิทยุชุมชนบางแห่งหน่วยงานรัฐท้องถิ่นตัดลดงบประมาณ (Kanayama, 2007; 2012) Satoko Matsuura ทำวิจัยภาคสนามและสำรวจสถานภาพของวิทยุชุมชนทั่วประเทศญี่ปุ่นครั้งแรกพร้อมกับภาคีเครือข่าย ระหว่าง พ.ศ. 2555–2558 พบว่า สถานีต้องรับภาระในการเตรียมการรับมือกับอุบัติเหตุและภัยพิบัติ ทั้งที่ไม่มีทรัพยากรเพียงพอ (Matsuura, 2016) ปัญหาทางการเงินเป็นปัญหาที่มีมาอย่างยาวนาน เช่นเดียวกับวิทยุชุมชนในหลายประเทศ

ในระบบนิเวศสื่อ (media ecosystem) ในเขตเมืองที่มีสื่อหลายประเภทและจำนวนมาก (ไม่นับรวมสถานีวิทยุผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนมากขึ้นเช่นกัน) การแข่งขันระหว่างสื่อจึงสูงกว่าเมืองหรือเขตอื่นที่มีจำนวนและความหลากหลายน้อยกว่า ทำให้โมเดลธุรกิจวิทยุกระจายเสียงแบบเดิมที่ทั้งวิทยุชุมชนและสถานีวิทยุขนาดใหญ่ใช้ในลักษณะเดียวกัน ไม่สามารถช่วยให้สถานีวิทยุอยู่รอดในระยะยาวได้ เอส-เอฟเอ็มจึงเลือกใช้โมเดลธุรกิจการผลิตเนื้อหาเสียง (audio content production) โดยการตัดต่อรายการหลักและเผยแพร่ผ่านฐานช่องทางดิจิทัลเพื่อเป็นแหล่งรายได้ใหม่ เพื่อลดการพึ่งรายได้จากโฆษณาเพียงแหล่งเดียว

ในขณะที่ปัจจุบัน หน่วยงานท้องถิ่นหันไปให้ความสำคัญกับสื่อสังคมมากกว่าวิทยุกระจายเสียงต่างจากอดีต แต่ในความเป็นจริง การพึ่งพาสื่อสังคมเพียงอย่างเดียวทำให้ผู้สูงวัยเข้าถึงข้อมูลได้ยาก ดังนั้นบนฐานของแนวคิดสังคมแห่งการเกื้อกูลและการนับรวมทุกกลุ่มคน หน่วยงานท้องถิ่นพึงคำนึงถึงความสำคัญของทั้ง 2 สื่อ คือ ทั้งวิทยุและสื่อสังคมควบคู่กัน เพื่อให้สื่อเดิมกับสื่อดิจิทัลทำหน้าที่เพื่อชุมชนและสังคมโดยรวมอย่างหนุนเสริมกันและกัน

6.2 การยกระดับความพร้อมในการรับมือภัยพิบัติ

ตั้งแต่เริ่มดำเนินการสถานีวิทยุชุมชนเมืองแห่งนี้ยังไม่เคยเกิดภัยพิบัติครั้งใหญ่ในพื้นที่ สถานีจึงยังไม่เคยรับมือในสถานการณ์จริง แต่สถานีมีคู่มือการออกอากาศในยามเกิดภัยพิบัติที่ยังไม่เคยได้นำมาใช้งานจริง โดยทุกวันที่ 17 มกราคมของทุกปี ซึ่งเป็นวันครบรอบเหตุการณ์แผ่นดินไหวฮันชิน-อวาจิ สถานีจัดการฝึกซ้อมการออกอากาศเพื่อรับมือภัยพิบัติเสมอมา อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า เรื่องการป้องกันภัยพิบัติควรสร้างการรับรู้ในระดับกว้างจากภาครัฐและประชาชนผ่านการทำงานร่วมกันระหว่างกระทรวงต่าง ๆ ไม่เพียงกระทรวงกิจการภายในและการสื่อสารเท่านั้น และเป้าหมายเร่งด่วน คือ การยกระดับสถานะของอุตสาหกรรมวิทยุชุมชนโดยรวม ไม่ใช่เพียงสถานีใดสถานีหนึ่ง

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2567 กระทรวงกิจการภายในและการสื่อสารภายใต้การนำของรัฐมนตรีจากพรรคเสรีประชาธิปไตย (LDP) ลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับสมาคมวิทยุชุมชนแห่งประเทศไทย (JCBA) (ก่อนการเลือกตั้งทั่วไป 1 เดือน วันเลือกตั้งวันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2567) ในการจัดตั้งและดำเนินการสถานีวิทยุชั่วคราวเพื่อเตรียมการและรับมือในยามภัยพิบัติ อันเป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงฯ สมาชิกของสมาคมฯ กับองค์กรปกครองท้องถิ่นและองค์กรอื่น ๆ (Ministry of Internal Affairs and Communications, 2024) หลังจากพรรคเสรีประชาธิปไตยได้เป็นแกนนำรัฐบาลและรัฐมนตรีกระทรวงกิจการภายในและการสื่อสารยังคงเป็นผู้แทนจากพรรคเสรีประชาธิปไตย แต่โครงการความร่วมมือดังกล่าว ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า ยังมีช่องว่างเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา เช่น ความร่วมมือขององค์กรปกครองท้องถิ่น และส่งเสริมหรือสนับสนุนการเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์และด้านเทคนิคต่าง ๆ

6.3 วิทยุชุมชนกับความเปราะบางวัฒนธรรม

ไม่ว่ารัฐบาลหรือคนญี่ปุ่นจะยอมรับความเป็นพหุวัฒนธรรมอย่างเป็นทางการและจริงจังหรือไม่ แต่สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมและพหุชาติพันธุ์ ด้วยมีกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไอนุ (Ainu) ที่อาศัยอยู่ตอนบนของฮอกไกโดและชาวเกาหลีที่อาศัยอยู่มาอย่างยาวนานแล้วเช่นกัน และนับตั้งแต่ทศวรรษ 1990 (พ.ศ. 2533–2542) ญี่ปุ่นต้องอาศัยแรงงานข้ามชาติและรับเข้าประเทศจำนวนมาก เช่น ชาวบราซิลและเปรู รวมทั้งคู่สมรสต่างชาตินักเรียนและนักศึกษาต่างชาติ และชาวญี่ปุ่นที่สำเร็จการศึกษาหรือทำงานในต่างประเทศแล้วเดินทางกลับญี่ปุ่น ส่งผลให้ความหลากหลายทางสังคมปรากฏชัดเจนามากขึ้น (Nomoto, 2009; Tsuneyoshi, 2018) จึงส่งผลต่อเนื่องถึงบทบาทของสื่อในสังคมเดี่ยวหรือวัฒนธรรมเดี่ยว (monoculture) ที่ต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนที่มีผู้คนหลากหลายวัฒนธรรม

ปรากฏการณ์ที่สะท้อนการเปิดรับสังคมพหุวัฒนธรรม เช่น การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการภาคธุรกิจสถานีเอฟเอ็มภาษาต่างประเทศ (Foreign language FM stations) ในเมืองใหญ่ที่มีผู้อาศัยและนักท่องเที่ยวนานาชาติ เช่น สถานีเพลง FM CoCoLo ในโอซาก้า มีนักจัดรายการที่มีภูมิลำเนาจากอินโดนีเซีย ไทย เวียดนาม อินเดีย ศรีลังกา เกาหลี สหรัฐอเมริกา และบราซิล ฯลฯ และในอุตสาหกรรมเพลง เช่น วงบอยแบนด์ของญี่ปุ่นที่มีสมาชิกในวงเป็นลูกครึ่งและสัญชาติอื่น หรือนักเต้นที่หลากหลายของคิซึนฟูจิอิ คาเซะ (Fujii Kaze) ในมิวสิกวิดีโอทางการ (official video) เพลง Matsuri สื่อเหล่านี้ช่วยเพิ่มมุมมองและการโอบรับพหุวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นรุ่นใหม่ คำถามต่อวิทยุชุมชน คือ จะสามารถขยายขอบเขตบทบาทในการส่งเสริมพหุวัฒนธรรมนี้ได้อย่างไร เพราะรายการภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาญี่ปุ่นอย่างเช่นรายการ 1 ชั่วโมง The English Guide to MINAMI ของ YES-fm ที่เน้นให้ข้อมูลข่าวสาร ไม่ใช่เรื่องใหม่ของวิทยุชุมชนญี่ปุ่น เพราะ Kanayama (2007) ได้กล่าวถึงรายการเพื่อชาวต่างชาติในญี่ปุ่นที่มีก่อนนี้ ซึ่งเป็นรายการที่ผลิตโดยนักจัดรายการที่เป็นแรงงานพลัดถิ่น มีบทบาทสำคัญทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาษา ดนตรี ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตที่แตกต่าง Hadl (2010: 160) ยกตัวอย่างสถานี FM YY ในโกเบที่ออกอากาศ 11 ภาษา มีบทบาทในการส่งเสริมการสื่อสารพหุวัฒนธรรมและในช่วงแผ่นดินไหวโกเบ สถานีได้ช่วยเหลือชาวเวียดนามและชาวเกาหลีที่อยู่ในพื้นที่ด้วย

6.4 วิทยุชุมชนดิจิทัล?

การเปลี่ยนจากแอนะล็อกสู่ดิจิทัล (Digital Switchover: DSO) ในกิจการโทรทัศน์เสร็จสมบูรณ์เมื่อ พ.ศ. 2555 แต่สำหรับวิทยุชุมชนและวิทยุกระจายเสียงประเภทอื่นในญี่ปุ่นยังคงดำเนินการในระบบแอนะล็อก ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า เนื่องจากอาคารส่วนใหญ่ในญี่ปุ่นสร้างจากคอนกรีตเสริมเหล็ก ทำให้สัญญาณดิจิทัลไม่สามารถเข้าถึงภายในอาคารได้ จึงมีความเป็นไปได้ไม่น้อยที่วิทยุในญี่ปุ่นจะเปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัล

7. ข้อสรุป

โมเดลวิทยุชุมชนเชิงพาณิชย์ที่ดำเนินการโดยองค์กรเอกชนที่แสวงหากำไร โดยไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลท้องถิ่นเยส-เอฟเอ็ม สถานีกำลังส่งต่ำของประเทศญี่ปุ่น เป็น 1 ใน 3 โมเดลวิทยุชุมชนของญี่ปุ่น รูปแบบหนึ่งในอีกหลายแบบของวิทยุชุมชนที่ดำเนินการทั่วโลก แม้จะเป็นอิสระจากรัฐบาลท้องถิ่นโดยตรงต่างจากวิทยุชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลท้องถิ่น แต่ต้องดำเนินการด้วยการหารายได้จากการขายเวลาออกอากาศในหลายแบบ รวมทั้งการขายเวลาให้แก่หน่วยงานรัฐในท้องถิ่น ส่วนรายการหลักเป็นรายการของเจ้าของและหุ้นส่วนสถานที่ใช้วิทยุชุมชนเป็นสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์กิจการในเครือข่ายเพื่อทดแทนการลงทุนในงบประมาณการสร้างการรับรู้กิจการและภาพลักษณ์องค์กร

ด้วยความเป็นประเทศที่เผชิญปัญหาภัยพิบัติธรรมชาติบ่อยครั้ง วิทยุชุมชนจึงมีหน้าที่สำคัญเพื่อการสื่อสารในภาวะวิกฤติและบริหารจัดการปัญหาดังกล่าว พร้อมใช้สื่อดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันให้บริการเสียงและข้อความเสริม เพื่อเพิ่มช่องทางการรับฟังผ่านรายการปกติที่ออกอากาศทางคลื่นความถี่ปกติสู่การรับฟังผ่านอินเทอร์เน็ต และการให้บริการเสียงและข้อความเพื่อการบริหารจัดการในภาวะวิกฤติ YES-fm ยังมีบทบาทสำคัญคือ การให้ข้อมูลข่าวสารสำคัญในพื้นที่ รวมทั้งความบันเทิงผ่านเสียงเพลงเก่าและใหม่ เพลงญี่ปุ่นและเพลงสากล เพลงของศิลปินอิสระ และเพลงในท้องถิ่น ตลอดจนความบันเทิงผ่านคอเมดี้ รวมทั้งความรู้ ครอบคลุมเนื้อหาหลากหลาย เช่น การศึกษา สุขภาพ สังคม โฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยนำเสนอผ่านรายการหลากหลายรูปแบบ เช่น การพูดคุย การสัมภาษณ์ และการโต้ว่าที่ จากนั้นจัดรายการหลากหลายทั้งมิติทางเพศ อายุ และอาชีพ สะท้อนถึงการเป็นสื่อทางเลือก (alternative media) ของคนในชุมชนเมืองทั้งชาวญี่ปุ่นและคนเชื้อชาติอื่น แม้สัดส่วนรายการจะแตกต่างกันมาก เพราะรายการภาคภาษาอังกฤษมีรายการเดียว แต่ก็สะท้อนถึงการเริ่มต้นของการโอรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านสื่อชุมชนนี้ (นอกเหนือจากรายการเพลงสากลหลายแนวที่ออกอากาศ) สถานีดำเนินการภายในบริบทสื่อกระจายเสียงในจังหวัด ภูมิภาค และประเทศ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตและฐานช่องทางดิจิทัลแวดล้อมอย่างหนาแน่น

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

โมเดลการดำเนินการวิทยุชุมชนที่แตกต่างในแต่ละประเทศและภูมิภาคของโลกขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น สภาพการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ และสังคม หรือหน่วยย่อยในระดับชุมชนที่ต่างกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เอื้ออำนวยต่อการบริหารจัดการและการทำหน้าที่ในฐานะสื่อชุมชน ทำให้บทเรียนมีมากมายและหลากหลายมิติ ดังนั้นการศึกษาวิทยุชุมชนนานาชาติเพิ่มเติมจะยิ่งช่วยเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดหรือแนวปฏิบัติที่ไม่มีประสิทธิภาพ เพื่อประยุกต์ให้เหมาะสมเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมโดยรวม

8.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกิจการสื่อสารดิจิทัล

วิทยุชุมชนของไทย สื่อเสียงแอนะล็อกที่ปัจจุบันอยู่ในบริบทที่สื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญมากและมากขึ้นเรื่อย ๆ ในสังคมและชุมชน ไม่ต่างจากญี่ปุ่น (ยกเว้นชุมชนไทยที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงและหรือไม่สามารถจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตได้) จากผลการศึกษาข้างต้นนำมาสู่ข้อเสนอแนะ ดังนี้

8.2.1 วิทยุชุมชนควรมีบทบาทในการรับมือภัยพิบัติในระดับชุมชน จากการส่งเสริมและสนับสนุนของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) และความร่วมมือจากเครือข่ายวิทยุชุมชน ภาครัฐ เอกชน องค์กรภาคประชาสังคม และองค์กรไม่แสวงหากำไร เช่น อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถานีตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรม กระทรวง สมาคม มูลนิธิ และกลุ่มอาสา ฯลฯ เพื่อทำงานเชิงบูรณาการความร่วมมือทั้งในเชิงป้องกันและแก้ปัญหา มีคู่มือในการทำงานในแต่ละส่วนรับผิดชอบ โดยเฉพาะคู่มือวิทยุกระจายเสียงเพื่อความเข้มแข็งต่อภัยพิบัติ มีการดำเนินการเชิงป้องกันตลอดทั้งปีและมีการซ้อมการรับมือเป็นประจำทุกปี

8.2.2 กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ควรส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้วิทยุชุมชนและกิจการประเภทอื่นสามารถเพิ่มความเข้มแข็งต่อภัยพิบัติได้อย่างสมบูรณ์ เช่น โปรแกรมประยุกต์ เชื่อมโยงการทำงานแบบบูรณาการและการแจ้งเตือนประชาชน และระบบสารสนเทศและการสื่อสารดิจิทัลในภาวะวิกฤติ ฯลฯ เพื่อขยายขอบเขตการให้บริการ ไม่เพียงวิทยุแอนะล็อกแต่รวมถึงฐานช่องทางดิจิทัลที่ควบคู่กันเพื่อให้ประชาชนได้รับบริการอย่างทั่วถึง ทั้งนี้โปรแกรมหรือระบบดังกล่าวต้องรองรับการใช้ได้กับทุกอุปกรณ์ (device)

8.2.3 วิทยุชุมชนควรมีบทบาทในการส่งเสริมความเป็นพลวัตวัฒนธรรมของชุมชนและสังคม ด้วยการกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มความหลากหลายในทุกมิติของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เช่น การมีส่วนร่วมของตัวแทนจากเพศสภาพ อาชีพ และศาสนา ฯลฯ โดยเฉพาะวิทยุชุมชนในพื้นที่ที่มีต่างชาติอาศัยอยู่ทั้งที่เป็นแรงงานพลัดถิ่น ผู้พำนักระยะยาว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

8.2.4 การดำเนินการไม่ว่าอยู่ในโมเดลใด (ญี่ปุ่นมี 3 โมเดล คือ วิทยุชุมชนที่ดำเนินการโดยองค์กรเอกชนที่แสวงหากำไรที่ได้รับและไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลท้องถิ่น และวิทยุชุมชนที่ดำเนินการโดยองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร) วิทยุชุมชนควรตอบสนองความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่เป็นที่ตั้งเป็นสำคัญด้วยความเป็นสื่อทางเลือกจากสื่อกระแสหลัก โดยผังรายการและการดำเนินการจริงต้องสอดคล้องกันตามกฎหมายกำหนด อันเป็นความโปร่งใสและรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

8.2.5 แม้ดำเนินการโดยบริษัทขนาดใหญ่ เอส-เอฟเอ็มยังเผชิญปัญหาเรื่องการเงินและเรียกร้องการสนับสนุนจากรัฐทั้งในระดับท้องถิ่นและรัฐบาลกลาง สะท้อนความสำคัญของการสนับสนุนจากรัฐต่อการประกอบกิจการวิทยุชุมชน โดยเฉพาะในประเทศพัฒนาแล้วที่มีความก้าวหน้าอย่างมากในหลายด้าน แต่รวมถึงประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย ทั้งนี้ ต้องเป็นการสนับสนุนที่วิทยุชุมชนยังคงรักษาไว้ซึ่งอิสระ ไม่มีอิทธิพลทางการเมืองครอบงำทั้งทางตรงและทางอ้อม เป้าหมายเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งในทุกมิติทั้งข่าวสารความรู้ และภูมิปัญญาตามบทบาทที่พึงประสงค์ของสื่อกระจายเสียงเพื่อชุมชน

8.2.6 ในเชิงเทคนิค การกำหนดกำลังส่งและความสูงเสาอากาศของวิทยุชุมชนควรมีความยืดหยุ่นตามความจำเป็นและบริบทของแต่ละชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้ใช้ปัญญาประดิษฐ์ Notta แบบฟรี ในการบันทึกและแปลเสียงรายการจากภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาอังกฤษ และใช้ Google Translate และ ChatGPT ในการแปลข้อความภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาอังกฤษ และใช้ ChatGPT ในการปรับแก้ไขบทคัดย่อภาษาอังกฤษ โดยผู้เขียนเป็นผู้เลือกใช้ตามความถูกต้องของความหมาย

รายการเอกสารอ้างอิง

- จำนงค์ ทองประเสริฐ. (2547). *Zen and Japanese Culture* [เซนกับวัฒนธรรมญี่ปุ่น] (พิมพ์ครั้งที่ 2). ราชบัณฑิตยสถาน.
- นรินทร์ ดำรงชัย. (2563). “ญี่ปุ่นอย่างที่เป็น” ลำดับที่ 14 ญี่ปุ่นปัจจุบันกับการกลายเป็นสังคมแห่งความเหลื่อมล้ำ. โครงการสันติไมตรีไทย-ญี่ปุ่น (Japan Watch) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นรินทร์ ดำรงชัย. (2564). “ญี่ปุ่นอย่างที่เป็น” ลำดับที่ 15 ญี่ปุ่นสู่ความเป็นสังคมแห่งการปลีกวิเวก. โครงการสันติไมตรีไทย-ญี่ปุ่น (Japan Watch) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญยง ชื่นสุวิมล. (2538). *Nihon shakai kozo* [โครงสร้างสังคมญี่ปุ่น]. มุลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- มณฑา พิมพ์ทอง. (2543). *Unfolding Japanese traditions* [ธรรมเนียมญี่ปุ่น] (พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงเรียนสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วาสนา ปานนวม. (2555). การส่งเสริมการทุนของญี่ปุ่น: เครื่องมือเพิ่ม Soft Power และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, 29(1), 76–85. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/japanese/article/view/13739/12393>
- วิรพงษ์ พลนิกกิจ. (2567). สื่อชุมชน: วิถีชุมชนและโทรทัศน์ชุมชน เสาหลักที่สามของพลเมืองตื่นตัวและความหลากหลายภายในระบบนิเวศสื่อที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. <http://sutir.sut.ac.th:8080/jspui/handle/123456789/10002>
- วิรพงษ์ พลนิกกิจ. (2568). วิถุกระจายเสียง(3): วิถุชุมชน วิถุที่ใกล้สูญพันธุ์. ประชาไท. <https://prachatai.com/journal/2025/03/112338>
- สุรางค์ศรี ตันเสียงสม. (2551). *ประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นสมัยใหม่*. สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานแรงงาน ในประเทศญี่ปุ่น. (2568). *ดัชนีเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ณ วันที่ 16 มกราคม 2568*. สำนักงานที่ปรึกษาเศรษฐกิจและการคลัง ประจำกรุงโตเกียว. <https://japan.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/3/2018/10/ดัชนีเศรษฐกิจของญี่ปุ่นล่าสุด-as-of-16.01.2568.pdf>
- อนันต์ อนันตกุล. (ม.ป.ป.). *สังคมสูงวัย...ความท้าทายประเทศไทย*. สำนักธรรมศาสตร์และการเมือง ราชบัณฑิตยสภา. <http://legacy.orst.go.th/wp-content/uploads/2017/12/%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%A23.pdf>
- Bradley, M. (2025, June 8). *Radio in Japan*. REC Networks/Riverton Radio Project Association. <https://recnet.com/japan-radio>
- FM Shimabara. (2025). *Company profile* <https://www.shimabara.fm/company/>

- Gavari-Starkie, E., Casado-Claro, M. -F., & Navarro-González, I. (2021). The Japanese educational system as an international model for urban resilience. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(11), 5794. <https://doi.org/10.3390/ijerph18115794>
- Hadl, G. (2010). Media and civic engagement in Japan. In H. Vinken, Y. Nishimura, B. L. J. White, & M. Deguchi (Eds.), *Civic engagement in contemporary Japan: Established and emerging repertoires* (pp. 153–169). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1504-7_9
- Japan Community Broadcasting Association. (n.d.-a). *What is community broadcasting?*. <https://www.jcba.jp/community.html>
- Japan Community Broadcasting Association. (n.d.-b). *About JCBA*. <https://www.jcba.jp/about.html>
- Japan Commercial Broadcasters Association. (n.d.). *What is JBA?*. <https://j-ba.or.jp/category/english>
- Kanayama, T. (2007). Community ties and revitalization: The role of community radio in Japan. *Keio Communications Review*, 29, 5–24.
- Kanayama, T. (2012). Community radio and the Tōhoku Earthquake. *International Journal of Japanese Sociology*, 21(1), 30–36. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6781.2012.01157.x>
- Matsuura, S. (2016). *The creation conditions of Japanese-style community broadcast and prescriptive factors to enable its sustainability* (KAKENHI Grant-in-Aid for Scientific Research No. 24330167). Japan Society for the Promotion of Science. <https://kaken.nii.ac.jp/report/KAKENHI-PROJECT-24330167/24330167seika/>
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. (n.d.-a). *Disasters and disaster prevention in Japan*. <https://www.mofa.go.jp/policy/disaster/21st/2.html>
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. (n.d.-b). *Niponica: Osaka, Where the world meets* (Discovering Japan No. 37). https://web-japan.org/niponica/pdf/niponica37/no37_en.pdf
- Ministry of Internal Affairs and Communications. (n.d.-a). *Foreign national residents by nationality (2021 to 2023)*. <https://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/74nenkan/1431-02.html>
- Ministry of Internal Affairs and Communications. (n.d.-b). *Community broadcasting*. <https://www.tele.soumu.go.jp/j/adm/system/bc/now/index.htm>

- Ministry of Internal Affairs and Communications. (2024, September 26). *Conclusion of the agreement on cooperation in the establishment of temporary disaster broadcast stations, etc.* https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/eng/pressrelease/2024/9/26_1.html
- National Institute of Population and Social Security Research. (n.d.). *Population Projections for Japan: 2021 to 2070 (With long-range Population Projections: 2071 to 2120)*. https://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/e/zenkoku_e2023/pp_zenkoku2023e.asp
- Nomoto, H. (2009). Multicultural and Multiethnic Education in Japan. *Educational Studies in Japan: International Yearbook*, 4, 53–65. <https://doi.org/10.7571/esjkyoiku.4.53>
- Osaka City. (n.d.). *Basic resident register population/foreign population (FY2020)*. https://www.city.osaka.lg.jp/contents/wdu290/opendata/#cat-51_data-00000680
- Queen’s University. (2025). *Multiculturalism Policies in Contemporary Democracies*. <https://www.queensu.ca/mcp/immigrant-minorities/resultsbycountry-im/Japan-im>
- Tsuneyoshi, R. (2018). Understanding multicultural Japan: Four frameworks. In Y. -K. Cha, S. -H. Ham, & M. Lee (Eds.), *Routledge international handbook of multicultural education research in Asia Pacific* (pp. 188–200). Routledge.
- World Association of Community Radio Broadcasters. (2023). *What is community radio?*. <https://amarc-ap.org/about-us/what-is-community-radio/>