

คอลัมน์ “จากท่าพระจันทร์ถึงสนามหลวง”

ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันพฤหัสบดีที่ 14 มิถุนายน 2544

กระบวนการสากลานวัตกรรมของวัฒนธรรมญี่ปุ่น

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์

วัฒนธรรมญี่ปุ่นเติบโตขึ้นมาเป็นวัฒนธรรมโลก (Global Culture) แล้วอย่างไร้ปราศจากข้อกังขา แม้จะมีอาจเทียบเทียมอิทธิพลของวัฒนธรรมแองโกลแซกซัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมอเมริกัน แต่อิทธิพลของวัฒนธรรมญี่ปุ่นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกปรากฏให้เห็นโดยทั่วไป

การที่ญี่ปุ่นสามารถเติบโตขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ เทียบเท่าเทียมไต่กับสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปก่อนที่ภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่จะแตกสลายในปี 2534 นับเป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่ทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้าสู่กระบวนการสากลานวัตกรรม การเติบโตของการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศมีผลอย่างยิ่งในการผลักดันให้ภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาสากล ผู้คนที่ติดต่อกับค้าขายและลงทุนร่วมกับธุรกิจญี่ปุ่นมิเพียงแต่ต้องเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นในระดับหนึ่งเท่านั้น หากยังต้องซึมซับวัฒนธรรมญี่ปุ่นในบางระดับอีกด้วย เมื่อกองทัพนักลงทุนชาวญี่ปุ่นยাত্রาเข้าสู่ภูมิภาคไต้หวัน ร้านอาหารและสถานพักผ่อนหย่อนใจย่อมผุดขึ้นเพื่อรองรับชาวญี่ปุ่นในภูมิภาคนั้น

ในยุคสมัยที่ญี่ปุ่นรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ นับตั้งแต่ทศวรรษ 2510 จวบจนต้นทศวรรษ 2530 ญี่ปุ่นเดินหน้าเป็น ‘รัฐสันทนาการ’ (Recreation State) ประชาชนชาวญี่ปุ่นนำดอกผลจากความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจมาจับจ่ายใช้สอยในการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างประเทศ สนามกอล์ฟและสถานตากอากาศริมขอบสมุทรแปซิฟิก นับตั้งแต่เกาหลีใต้ ไต้หวัน ออสเตรเลีย รวมถึงออสเตรเลีย ผุดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อุปสงค์ในการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นมิได้จำกัดเฉพาะเอเชียแปซิฟิก หากแต่ครอบคลุมถึงยุโรปและอเมริกาด้วย ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ อาหารญี่ปุ่นเข้าสู่กระบวนการสากลานวัตกรรม นักลงทุนและนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นยাত্রาเข้าสู่ภูมิภาคไต้หวัน ร้านอาหารและภัตตาคารญี่ปุ่นผุดขึ้นในภูมิภาคนั้น

บรรดาประเทศที่ต้องการแบ่งปันดอกผลจากความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจจาก ‘เอเชีย’ จากญี่ปุ่น ล้วนต้องปรับโครงสร้างการผลิตสนองต่อความต้องการของนักลงทุนและนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น วัฒนธรรมญี่ปุ่นจึงสามารถแผ่อิทธิพลและแทรกซึมเข้าสู่วัฒนธรรมพื้นเมืองได้โดยไม่ยาก ในยุคสมัย *Japan as Number One* ผู้นำญี่ปุ่นผลักดันโครงการส่งออกคนชราไป

อยู่ต่างประเทศ เพื่อแก้ปัญหาความแออัดภายในประเทศญี่ปุ่น คอนโดมีเนียมผุดขึ้นในประเทศ
 ขอบสมุทรแปซิฟิกที่ค่าครองชีพต่ำเพื่อรองรับคนชราจากญี่ปุ่น แต่แล้วโครงการ 'ส่งออก' คนชรา
 ชาวญี่ปุ่นก็ต้องหยุดชะงักลง เมื่อภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ในญี่ปุ่นแตกสลายในปี 2534

อำนาจและอิทธิพลทางเศรษฐกิจมิใช่ปัจจัยเดียวที่ขับเคลื่อนวัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้าสู่
 กระบวนการสากลานุวัตร ญี่ปุ่นเองก็มีฝีมือในการพัฒนาเทคโนโลยีและประยุกต์ความก้าวหน้าทาง
 เทคโนโลยีมาหาประโยชน์เชิงพาณิชย์ สินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) หลายต่อหลาย
 ประเภทถือกำเนิดในประเทศญี่ปุ่น และด้วยการขับเคลื่อนของกระบวนการสากลานุวัตร ก็แปรสภาพ
 เป็นสินค้าโลก (Global Products)

บะหมี่สำเร็จรูป (Instant Noodles) นับเป็นตัวอย่างของสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่
 ถีบตัวขึ้นมาเป็นสินค้าโลกในเวลาอันรวดเร็ว โดยที่มันมีความเป็น Fast Food ยิ่งกว่า Fast Food
 ประเภทใด เพราะเสียเวลาในการเตรียมและประกอบอาหารน้อย สามารถบริโภคที่ใดก็ได้ และ
 บริโภคเมื่อไรก็ได้ นับเป็นอาหารที่ช่วยประหยัดเวลาในการบริโภคได้เป็นอันมาก

วิทยุสเตอริโอพกติดตัวที่เรียกกันว่า Walkman Personal Stereo อันเป็นผลผลิต
 ของ Sony ในปี 2522 นับเป็นสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นอีกประเภทหนึ่งที่ถีบตัวเป็นสินค้าโลก ผู้ฟัง
 สามารถฟังเพลงหรือข่าว ณ ที่ใดก็ได้ และเมื่อไรก็ได้ โดยที่ไม่รบกวนผู้อื่น

Karaoke เป็นสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่สำคัญและทรงอิทธิพลยิ่ง ชนทุกชาติ
 ทุกศาสนาสามารถคลาดเครียดด้วยการ 'แหกปาก' ร้องเพลง โดยมีต้องอายุฟ้าอายุดิน ไม่ว่าจะ
 เป็นการร้องให้ตัวเองฟัง หรือขับขานให้ผู้อื่นฟัง โดยที่ในกรณีหลังมีส่วนช่วยบ่มเพาะขันติธรรม
 ในการฟังเสียงร้องของผู้อื่นด้วย ในขณะที่ Karaoke เป็นสินค้าวัฒนธรรมสำหรับชนเกือบทุกชั้น
 Home Theatre เป็นสินค้าวัฒนธรรมสำหรับชนชั้นสูง ด้วยการนำ 'โรงภาพยนตร์' เข้ามาไว้ในบ้าน

อิทธิพลของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นปรากฏทั่วเอเชียแปซิฟิก และ Pokemon เป็น
 ประดิษฐกรรมที่ชาวญี่ปุ่นภาคภูมิใจยิ่ง ไม่ต่างจาก Doraemon และหนังสือการ์ตูนชุดอื่นๆ เมื่อ
 ญี่ปุ่นก้าวเข้าไปผลิต VDO Games และ Computer Games ในเวลาต่อมา ตัวละครในหนังสือ
 การ์ตูนชื่อดังเหล่านี้ถูกนำไปพัฒนาเป็นเกมส์ด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญยิ่งในการพัฒนาสินค้าวัฒนธรรม โดย
 เฉพาะอย่างยิ่งด้านอาหารการกินและบันเทิงนาการ การส่งออกสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นเหล่านี้จึงมีผล
 ในการขยายพรมแดนของกระบวนการสากลานุวัตรของวัฒนธรรมญี่ปุ่นด้วย

ท้ายที่สุด กระบวนการโทรทัศน์านุวัตรมีบทบาทไม่น้อยที่เกื้อกูลการแผ่อิทธิพล
 ของวัฒนธรรมญี่ปุ่น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรคมนาคมผสมผสานกับเทคโนโลยีอวกาศทำ
 ให้การถ่ายทอดรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศเป็นไปได้ด้วยความสะดวกและอย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพยนตร์ญี่ปุ่นและรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ญี่ปุ่นถ่ายทอดวิถีการดำรงชีวิตของชาวญี่ปุ่น รวมถึงตลอดจนวัฒนธรรมญี่ปุ่นในด้านต่างๆ อิทธิพลของรายการเหล่านี้ก่อผลในด้านการเปลี่ยนแปลงการบริโภค (Demonstration Effect) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่วัยรุ่นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การเปลี่ยนแปลงแฟชั่นการแต่งกาย การพัฒนารสนิยมในการนิยมชมชอบดนตรีญี่ปุ่น อาหารญี่ปุ่น และหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น รวมถึงตลอดจนการคลังดาราศาสตร์ญี่ปุ่น ปรากฏให้เห็นโดยทั่วไป

บัดนี้ ญี่ปุ่นมีเพียงแต่เกินดุลทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากยังเกินดุลทางวัฒนธรรมอีกด้วย ถึงญี่ปุ่นจะต้องเผชิญกับความอ่อนล้าทางเศรษฐกิจและยังไม่สามารถหลุดจากกับดักสภาพคล่อง (Liquidity Trap) แต่อิทธิพลของวัฒนธรรมญี่ปุ่นมีเพียงแต่มีได้บรรเทาเบาบางลงเท่านั้น หากกระบวนการสากลानุวัตรของวัฒนธรรมญี่ปุ่นยังคงขยายตัวต่อไปอย่างมีอาจหยุดยั้งได้อีกด้วย