

กระบวนการสากลาณูวัตร์ของวัฒนธรรมญี่ปุ่น



จากท่าพระจันทร์
ถึงสนามหลวง

รังสรรค์ ภิรมย์-พรทิพย์
Rangsan@manager.co.th

วัฒนธรรมญี่ปุ่นเติบโตขึ้นมาเป็นวัฒนธรรมโลก (Global Culture) แล้วอย่างปราศจากรังสีงา แม้จะมีอาจเทียบเทียมอิทธิพลของวัฒนธรรมแองโกลแซกซัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมอเมริกัน แต่อิทธิพลของวัฒนธรรมญี่ปุ่นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปรากฏให้เห็นโดยทั่วไป

การที่ญี่ปุ่นสามารถเติบโตขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ เทียบปาเทียมไต่กับสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ก่อนที่ภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่จะแตกสลายในปี 2534 นับเป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่ทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้าสู่กระบวนการสากลาณูวัตร์ การเติบโตของการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศมีผลอย่างยิ่งในการผลักดันให้ภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาสากล

ผู้คนที่ดีต่อคำขายและลงทุนร่วมกับธุรกิจญี่ปุ่นมีเพียงแต่ต้องเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นในระดับหนึ่งเท่านั้น หากยังต้องซึมซับวัฒนธรรมญี่ปุ่นในบางระดับอีกด้วย เมื่อกองทัพนักลงทุนชาวญี่ปุ่นยกตราเข้าไปสู่ภูมิภาคใด ร้านอาหารและสถานพักผ่อนหย่อนใจย่อมผุดขึ้นเพื่อรองรับชาวญี่ปุ่นในภูมิภาคนั้น

ในยุคสมัยที่ญี่ปุ่นรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ นับตั้งแต่ทศวรรษ 2510 จนถึงต้นทศวรรษ 2530 ญี่ปุ่นเดินทางเป็น 'รัฐสันทนาการ' (Recreation State) ประชาชนชาวญี่ปุ่นนำต่อผลจากความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจมาจับจ่ายใช้สอยในการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างประเทศ สนามกอล์ฟและสถานตากอากาศริมขอบสมุทรแปซิฟิก นับตั้งแต่เกาหลีใต้ ไต้หวัน ออสเตรเลีย รวมตลอดจนออสเตรเลีย ผุดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อุปสงค์ในการท่องเที่ยวต่างประเทศของประชาชนชาวญี่ปุ่น มิได้จำกัดเฉพาะเอเชียแปซิฟิก หากแต่ครอบคลุมถึงยุโรปและอเมริกาด้วย ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ อาหารญี่ปุ่นเข้าสู่กระบวนการสากลาณูวัตร์ นักลงทุนและนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นยกตราเข้าไปสู่ภูมิภาคใด ร้านอาหาร และภัตตาคารญี่ปุ่นผุดขึ้นในภูมิภาคนั้น

บรรดาประเทศที่ต้องการขอแบ่งปันดอกผลจากความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจจาก 'เอเชีย' จากญี่ปุ่น ส่วนต้องปรับโครงสร้างการผลิตของ

ขอความต้องการของนักลงทุนและนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น วัฒนธรรมญี่ปุ่นจึงสามารถแผ่อิทธิพลและแทรกซึมเข้าสู่วัฒนธรรมพื้นเมืองได้โดยไม่ยาก ในยุคสมัย Japan as Number One ผู้นำญี่ปุ่นผลักดันโครงการส่งออกคนชราไปอยู่ต่างประเทศ เพื่อแก้ปัญหาความแออัดภายในประเทศญี่ปุ่น คอนโดมิเนียมผุดขึ้นในประเทศขอบสมุทรแปซิฟิกที่ค่าครองชีพต่ำเพื่อรองรับคนชราจากญี่ปุ่น แต่แล้วโครงการ 'ส่งออก' คนชราชาวญี่ปุ่นก็ต้องหยุดชะงักลงเมื่อภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ในญี่ปุ่นแตกสลายในปี 2534

อำนาจและอิทธิพลทางเศรษฐกิจมิใช่ปัจจัยเดียวที่รับวัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้าสู่กระบวนการสากลาณูวัตร์ ญี่ปุ่นเองมีฝีมือในการพัฒนาเทคโนโลยีและประยุกต์ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาหาประโยชน์เชิงพาณิชย์ สินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) หลายนับหลายประเภทถือกำเนิดในประเทศญี่ปุ่น และด้วยการขับเคลื่อนของกระบวนการสากลาณูวัตร์ ก็แปรสภาพเป็นสินค้าโลก (Global Products)

บะหมี่สำเร็จรูป (Instant Noodles) นับเป็นตัวกลายของสินค้า

อำนาจและอิทธิพลทางเศรษฐกิจมิใช่ปัจจัยเดียวที่ขับเคลื่อนวัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้าสู่กระบวนการสากลาณูวัตร์ ญี่ปุ่นเองมีฝีมือในการพัฒนาเทคโนโลยีและประยุกต์ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาหาประโยชน์ เชิงพาณิชย์ สินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) หลายนับหลายประเภทถือกำเนิดในประเทศญี่ปุ่น และด้วยการขับเคลื่อนของกระบวนการสากลาณูวัตร์ก็แปรสภาพเป็นสินค้าโลก (Global Products)

วัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เติบโตขึ้นมาเป็นสินค้าโลกในเวลาอันรวดเร็ว โดยที่มิใช่ความเป็น Fast Food ยิ่งกว่า Fast Food ประเภทใด เพราะเสียเวลาในการเตรียมและประกอบอาหารน้อย สามารถบริโภคที่ใดก็ได้ และบริโภคเมื่อไรก็ได้ นับเป็นอาหารที่ช่วยประคับประคองให้ชาวโลกได้เป็นอันมาก

วิทยุสเตอริโอพกติดตัวที่เรียกกันว่า Walkman Personal Stereo อันเป็นผลผลิตของ Sony ในปี 2522 นับเป็นสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นอีกประเภทหนึ่งที่เติบโตเป็นสินค้าโลก ผู้ฟังสามารถฟังเพลงหรือข่าว ณ ที่ใดก็ได้ และเมื่อไรก็ได้ โดยที่ไม่ว่าใครผู้ใด

Karaoke เป็นสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่สำคัญและทรงอิทธิพลยิ่ง

ชนทุกชาติทุกศาสนาสามารถคลายเครียดด้วยการ 'แหกปาก' ร้องเพลง โดยไม่ต้องอาศัยพาดิน ไม่ว่าจะเป็นการร้องให้ตัวเองฟัง หรือขับขานให้ผู้อื่นฟัง โดยที่ในการนี้ทั้งมีส่วนช่วยขมเฝะขันติธรรมในการฟังเสียงร้องของผู้อื่นด้วย ในขณะที่ Karaoke เป็นสินค้าวัฒนธรรมสำหรับชนเกือบทุกชั้น Home Theatre เป็นสินค้าวัฒนธรรมสำหรับชนชั้นสูง ด้วยการนำ โรงภาพยนตร์ เข้ามาไว้ในบ้าน

อิทธิพลของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นปรากฏทั่วเอเชียแปซิฟิก และ Pokemon เป็นประติศูกรรมที่ชาวญี่ปุ่นภาคภูมิใจยิ่ง ไม่ต่างจาก Doraemon และหนังสือการ์ตูนชุดอื่นๆ เมื่อญี่ปุ่นก้าวเข้าไปผลิต VDO Games และ Computer Games ตัวละครในหนังสือการ์ตูนชื่อดังเหล่านี้ถูกนำไปพัฒนาเป็นเกมส์ด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญยิ่งในการพัฒนาสินค้าวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านอาหารการกินและสันทนาการ การส่งออกสินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นเหล่านี้ จึงมีผลในการขยายพรมแดนของ

กระบวนการสากลาณูวัตร์ของวัฒนธรรมญี่ปุ่นด้วย

ท้ายที่สุด กระบวนการโทรทัศน์านูวัตร์มีบทบาทไม่น้อยที่เกื้อกูลการแผ่อิทธิพลของวัฒนธรรมญี่ปุ่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโทรคมนาคมผสมผสานกับเทคโนโลยีอวกาศ ทำให้การถ่ายทอดรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศเป็นไปได้ด้วยความสะดวกและอย่างมีประสิทธิภาพ ภาพยนตร์ญี่ปุ่นและรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ญี่ปุ่นถ่ายทอดวิธีการดำรงชีวิตของชาวญี่ปุ่น รวมตลอดจนวัฒนธรรมญี่ปุ่นในด้านต่างๆ อิทธิพลของรายการเหล่านี้ก่อผลในด้านการเลียนแบบการบริโภค (Demonstration Effect) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่วัยรุ่นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การเลียนแบบแฟชั่นการแต่งกาย การพัฒนาสกีโยมในการนิยมชมชอบคนตรีญี่ปุ่น อาหารญี่ปุ่น และหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น รวมตลอดจนการคลังสารญี่ปุ่น บราวถูกให้เห็นโดยทั่วไป

บัดนี้ ญี่ปุ่นมีเพียงแต่เกินดุลทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากยังเกินดุลทางวัฒนธรรมอีกด้วย ถึงญี่ปุ่นจะต้องเผชิญกับความอ่อนล้าทางเศรษฐกิจ และยังไม่สามารถหลุดจากกับดักสภาพคั่ง (Liquidity Trap) แต่อิทธิพลของวัฒนธรรมญี่ปุ่นมิเพียงแต่มีได้บรรเทาเบาบางลงเท่านั้น หากกระบวนการสากลาณูวัตร์ทางวัฒนธรรมญี่ปุ่นยังคงขยายตัวต่อไปอย่างมีอาจหยุดยั้งได้สักด้วย ■