

ชื่อเรื่อง	ความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวอรุษา พงษ์รักษา รหัสนักศึกษา 05520672
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์นาคยา อยู่คง
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2555
คำสำคัญ	ชาตินิยม อุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น

บทคัดย่อ (Abstract)

งานวิจัยเรื่องความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่นและกระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิง ซึ่งมีการศึกษาด้วยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ อาทิเช่น หนังสือ บทความจากวารสาร และข้อมูลจากสื่อออนไลน์ต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่าลักษณะของความเป็นชาตินิยมที่ปรากฏในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ยุค คือ

ยุคที่ 1 : ยุคบทบาทของอุตสาหกรรมบันเทิงกับการความเป็นญี่ปุ่น (ค.ศ.1930-1940)

ยุคที่ 2 : ยุคบทบาทของอุตสาหกรรมบันเทิงกับความเป็นตะวันตก (ค.ศ.1940-1950)

ยุคที่ 3 : ยุคอุตสาหกรรมบันเทิงเป็นจักรวรรดินิยมของญี่ปุ่น (ค.ศ.1950-2000)

ยุคที่ 4 : ยุคกระแสตอบรับและต่อต้านวัฒนธรรมเกาหลี (ค.ศ.2000-ปัจจุบัน)

และจากการศึกษาพบว่ากระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมดังกล่าวมีการใช้วิธีการที่แตกต่างกันไปตามบริบทของสังคมในแต่ละยุคสมัย โดย มีการใช้วิธีการหรือกระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมดังต่อไปนี้

ยุคที่ 1 : ยุคญี่ปุ่นบนทิศทางของรัฐบาลทหาร และชาติตะวันตก

- การตรากฎหมายภาพยนตร์และการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์
- การเซ็นเซอร์ที่เป็นส่วนหนึ่งของกฎหมาย

ยุคที่ 2 : ยุคญี่ปุ่นสร้างชาติและก้าวสู่ความทันสมัย

- การจัดตั้งองค์กรต่างๆ อาทิเช่น องค์กร UNIJAPAN และองค์กร Japan Creative Centre (JCC) ในประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น
- นโยบาย COOL JAPAN (นโยบายการเรียกคืนความแข็งแกร่งรวมญี่ปุ่น)

ยุคที่ 3 : ยุคญี่ปุ่นขอคืนพื้นที่

- การจัดเทศกาลภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บทนำ(Introduction)

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศหมู่เกาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ตั้งอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิก ทางตะวันตกติดกับคาบสมุทรเกาหลีและสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีทะเลญี่ปุ่นกั้น ส่วนทางทิศเหนือติดกับประเทศรัสเซีย มีทะเลโอคอตสค์เป็นเส้นแบ่งแดน ตัวอักษรคันจิของชื่อญี่ปุ่น "日本" แปลว่าถิ่นกำเนิดของดวงอาทิตย์จึงทำให้บางครั้งถูกเรียกว่า "ดินแดนแห่งอาทิตย์อุทัย" (wikipedia, ม.ป.ป.: ออนไลน์) ในสมัยโบราณคนญี่ปุ่นมีความเชื่อว่าทั้งเกาะญี่ปุ่นและชาวญี่ปุ่นล้วนสืบเชื้อสายจากเทพบนสวรรค์ ทั้งสิ้น และองค์จักรพรรดิและราชวงศ์ต่างไม่ใช่มนุษย์ธรรมดา แต่ทรงเป็นเทวดาที่เสด็จลงมาจากรสวรรค์โดยตรง องค์จักรพรรดิญี่ปุ่นเท่ากับเป็นหัวหน้าครอบครัวของคนทั้งชาติ ชาวญี่ปุ่นเป็นครอบครัวเดียวกันหมด ชาวญี่ปุ่นทั้งชาติจึงยกย่องเทิดทูนเคารพบูชาองค์จักรพรรดิยิ่งกว่าชีวิต (ลิขิต ธีรเวคิน ,2544: ไม่ปรากฏเลขหน้า) ซึ่งความเชื่อเหล่านี้มีปรากฏให้เห็นอยู่ในเทวดานานของญี่ปุ่นที่ ชื่อว่า "โคจิกิ (Kojiki)" เป็นหนังสือที่มีความสำคัญและน่าสนใจมาก เพราะเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของชนชาติญี่ปุ่น โดยรวบรวมอยู่ในรูปแบบของเทพนิยายหรือตำนานธรรม (baanjomyut,2548: ออนไลน์) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อแบบชินโต อันเป็นรากฐานทางวัฒนธรรมของชนชาติญี่ปุ่น จากความคิดเหล่านี้เอง ที่ทำให้ชาวญี่ปุ่นนั้นมีความภาคภูมิใจในเผ่าพันธุ์ของตนและนำไปสู่การดูถูกดูแคลนชาติอื่นในส่วนลึกของความรู้สึก ซึ่งเป็นลักษณะของเผ่าพันธุ์นิยม (ethnocentrism) จึงไม่แปลกที่ความรู้สึกเผ่าพันธุ์นิยมมาแปรเปลี่ยนชาตินิยมอย่างแรงกล้าของคนญี่ปุ่นในสมัยต่อมา (ลิขิต ธีรเวคิน,เรื่องเดิม)

ชาตินิยมเป็นอุดมการณ์ วางแนวทางที่จะปฏิบัติแก่ผู้ยึดมั่นในอุดมการณ์ เชื่อมโยงผู้ที่ยึดมั่นในอุดมการณ์เข้าด้วยกันและแยกผู้ยึดมั่นเหล่านี้ออกจากผู้อื่น (กุลยา วิวิตเสวี ,2554: 27) ลัทธิชาตินิยมเกิดขึ้นครั้งแรกภายหลังสงครามฝรั่งเศส-ปรัสเซีย (Franco-Prussia) ระหว่าง ค.ศ. 1870-1871 ซึ่งเกิดจากการแย่งชิงอำนาจทางการเมืองระหว่างฝรั่งเศสกับปรัสเซีย ผลของสงครามก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในทวีปยุโรป ทำให้เกิดลัทธิชาตินิยมในฝรั่งเศส เยอรมัน และอิตาลี ในเวลาอันใกล้เคียงกันก็เกิดลัทธิชาตินิยมในคาบสมุทรบอลข่านขึ้นเป็นครั้งแรกของโลก (ชาติชาย พนานานนท์ ,2551: 81) สำหรับประเทศญี่ปุ่นลัทธิชาตินิยมก่อตัวขึ้นเป็นครั้งแรก ในศตวรรษที่ 20 ที่เกิดขึ้นพร้อมกันในหลายๆประเทศทั้งเยอรมนีและอิตาลี และความเป็นชาตินิยมในสังคมญี่ปุ่นได้รับการเสริมแรงในปลายยุคโตกุกาวะเมื่อญี่ปุ่นถูกสหรัฐฯบังคับให้ต้องเปิดประเทศ ชาวญี่ปุ่นต้องเสียศักดิ์ศรียอมให้กับชาวต่างชาติ สังคมญี่ปุ่นมีชาวต่างชาติเข้ามาวุ่นวายมากขึ้น ครั้นเมื่อเกิดการปฏิรูปในสมัยเมจิ ลัทธิชาตินิยมถูกปลุกขึ้นมาอย่างเต็มตัว ชาวญี่ปุ่นปรับปรุงตนเองและประเทศเลียนแบบจากการพัฒนาในประเทศตะวันตก จนมีความเจริญทัดเทียมกับประเทศตะวันตก (ทรายแก้ว ทิพากร ,2548 : ออนไลน์) ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นได้สร้าง "มหัศจรรย์ในการพัฒนาประเทศ" จากการเป็นสังคมที่ล้มล้างมาเป็นสังคมที่มีความโดดเด่นทั้งทางด้านเทคโนโลยี การผลิต และการ

จัดจำหน่าย ซึ่งเป้าหมายในการฟื้นฟูประเทศของญี่ปุ่นนั้น คือ การกอบกู้สถานภาพทางเศรษฐกิจและพัฒนาเศรษฐกิจให้ก้าวหน้า โดยการส่งเสริมการส่งออก เก็บภาษีส่งออกในอัตราที่ต่ำ และยังส่งเสริมให้บริษัทธุรกิจใดที่ส่งออกสินค้ามากก็จะลดภาษีส่งออกลง อีกทั้งยังใช้มาตรการกีดกันสินค้าต่างประเทศ โดยการเก็บภาษีในอัตราที่สูง และจำกัดโควตาสินค้า เพื่อเป็นการควบคุมไม่ให้สินค้าต่างประเทศเข้ามาในประเทศมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ญี่ปุ่นได้เปรียบทางการค้าจากต่างประเทศ (Economy Animal) จนได้ชื่อว่าเป็น "สัตว์ทางเศรษฐกิจ" พร้อมทั้งญี่ปุ่นได้ใช้อำนาจอ่อน (Soft Power) เป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อ และให้ทุนการศึกษาและทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้ที่ได้รับทุนรู้สึกผูกพันกับประเทศของตน (ไชยวัฒน์ คำชู, 2549) จากการที่ประเทศญี่ปุ่นสามารถฟื้นฟูประเทศได้อย่างรวดเร็วจนกลายเป็นมหาอำนาจของโลกได้นั้น ก็ยังสืบเนื่องมาจากคนญี่ปุ่นเชื่อในเรื่องเอกพันธุ์หรือเป็นเชื้อชาติที่เป็นหนึ่งเดียว จึงทำให้เกิดความรักความสามัคคีและความภาคภูมิใจในชาติของตน กลายมาเป็นอีกหนึ่งแรงผลักดันที่ทำให้ญี่ปุ่นก้าวมาเป็นมหาอำนาจของโลกได้อย่างเช่นทุกวันนี้

ความเป็นชาตินิยมของญี่ปุ่นยังปรากฏในรูปแบบของการทำให้เป็นญี่ปุ่น คือ สังคม ญี่ปุ่นเป็นสังคมที่เปิดรับสิ่งใหม่ๆ จากภายนอก โดยไม่รับมาใช้โดยตรง แต่จะดัดแปลงให้เหมาะสมกับสภาพสังคมของตน ซึ่งอาจจะเรียกว่าเป็น "การทำให้เป็นญี่ปุ่น" สิ่งหนึ่งที่น่าสนใจอีกอย่างก็คือ การที่ประเทศญี่ปุ่นเปิดรับเอาสิ่งต่างๆ จากภายนอกเข้ามา แต่คนญี่ปุ่นก็ยังรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของตนไว้มิให้สาบสูญไปด้วย เช่น ตัวหนังสือที่ญี่ปุ่นใช้ก็มีรากฐานมาจากตัวหนังสือจีน ภาษาเขียนที่เรียกว่า "漢字 (คันจิ)" ก็คือตัวหนังสือจีนที่อ่านออกเสียงเป็นภาษาญี่ปุ่นแต่คงความหมายของภาษาจีนไว้ นอกจากนี้คำพังเพยหรือโคลงกลอนที่สำคัญที่มีความหมายต่อชีวิตประจำวันก็ลอกเลียนแบบมาจากจีน อีกทั้งในวันวาเลนไทน์ซึ่งจะเป็นวันที่คนรักให้ของขวัญแก่กันและกันตามประเพณีตะวันตก ก็กลายเป็นวันที่หญิงสาวจะให้ช็อกโกแลตกับชายหนุ่มเพื่อบอกความในใจ (ดำรงค์ ฐานดี, 2545 : 110, 120-121) และรอให้ชายหนุ่มตอบรับในวันไวท์เดย์ ซึ่งตรงกับวันที่ 14 มีนาคม 1 เดือนหลังจากวันวาเลนไทน์ เป็นเทศกาลที่จัดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น โดยในไวท์เดย์ผู้ชายที่ได้รับช็อกโกแลตจะมีการมอบของขวัญตอบแทนให้กับฝ่ายหญิง ซึ่งจะเรียกว่า "三倍返 (ซันไบกาเอชิ)" (wikipedia, ม.ป.ป.: ออนไลน์) เป็นต้น

สำหรับในอุตสาหกรรมบันเทิงพบว่าในปัจจุบันกระแส Korean Wave หรือ กระแสฮันรยู (Hallyu) ได้เข้ามามีอิทธิพลในประเทศญี่ปุ่นมากยิ่งขึ้น เป็นผลมาจากการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี ตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา เห็นได้ว่ากระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้รับความนิยมอย่างท่วมท้นใน ทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นละครทีวี ภาพยนตร์ เพลงป๊อป รวมทั้งเหล่าบรรดาคนดังชาวเกาหลีด้วย วัฒนธรรมเกาหลีสามารถครองใจและมีอิทธิพลต่อผู้คนในประเทศต่างๆ แถบเอเชียตะวันออกและตะวันออกเฉียงใต้ได้อย่างมหาศาล (kyotoreviewsea, 2554 : ออนไลน์) เช่นเดียวกับในประเทศญี่ปุ่น กระแสวัฒนธรรมเกาหลีในปัจจุบันนี้มีอิทธิพลและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ในประเทศที่ซึ่งขึ้นชื่อได้ว่าเป็นประเทศที่มี "ความเป็นชาตินิยม" สูง ถึงแม้ว่ากระแสวัฒนธรรมเกาหลีจะมีอิทธิพลมากขึ้นในญี่ปุ่น แต่ในอีกด้านหนึ่งก็เกิดกระแสต่อต้านขึ้นดังที่

ได้ปรากฏในปัจจุบัน เช่น ในอุตสาหกรรมบันเทิงได้เกิดกระแสต่อต้านการฉายซีรีส์ญี่ปุ่นเรื่อง 99 Days with the star ที่นำแสดงโดยนางเอกสาวเกาหลีอย่าง คิมแตฮี , เกิดการประท้วง บู้บอยคอตต์ Fuji TV ที่แพร่ภาพรายการของเกาหลีได้มากขึ้นเรื่อย ๆ , โซซึเกะ ทากาโอกะ (Sousuke Takaoka) นักแสดงหนุ่มชาวญี่ปุ่น ถูกไล่ออกเพราะเขียนวิจารณ์กระแสเกาหลีเฟเวอร์ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชาตินิยมญี่ปุ่น ได้มีผู้ที่ศึกษาอยู่ก่อนแล้วจำนวนหนึ่งคือเรื่อง "ความคิดความเชื่อทางด้านศาสนาของคนญี่ปุ่นที่ส่งผลต่อขบวนการชาตินิยม " ของ ภัทราวดี งามนุรักษ์ (2551) "ปฏิสัมพันธ์ระหว่างชาตินิยมจีนกับญี่ปุ่นในประเด็นสงครามจีน-ญี่ปุ่นครั้งที่ 2 (1937-1945) " ของ ธเนศ ฤดีสุนันท์ (2553) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น ได้มีผู้ที่ศึกษาอยู่ก่อนแล้ว คือเรื่อง "แนวคิดบริบททางสังคมและบริบททางวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ปรากฏในภาพยนตร์การ์ตูนของสตูดิโอจิบลิ " ของ เกรียงไกร พัฒนกุลโกเมธ (2549) "การศึกษาภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ของญี่ปุ่นที่ สร้างใหม่จากสื่อภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ของเกาหลี" ของ ชีรภัทร์ เพิ่มประยูร (2550) "แนวความคิดชาตินิยมญี่ปุ่นในภาพยนตร์เรื่องจดหมายจากอิโวจิมา" ของ Chayanit Thananarapong (2554) แต่ยังไม่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น จากความน่าสนใจนี้เป็นเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่นว่าเกิดขึ้นเมื่อไหร่ อย่างไร และมีวิธีการสร้างความเป็นชาติในอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างไร พร้อมทั้งศึกษาถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันด้วยเพื่อนำมาวิเคราะห์และพิจารณาถึงความเป็นชาตินิยมในสังคมญี่ปุ่นที่ปรากฏอยู่ในอุตสาหกรรมบันเทิงแขนงต่างๆ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น
- 2.2 เพื่อศึกษาวิธีการสร้างความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น

3. วิธีการวิจัย

ศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยศึกษาจากเอกสารชั้นรอง ประกอบด้วยเอกสารที่เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ทั้งในรูปแบบของหนังสือ บทความทางวิชาการ และการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัย

ความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศมีลักษณะภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะ ตั้งอยู่มหาสมุทรแปซิฟิก จากทัศนคติความเชื่อในเรื่องของการให้กำเนิดประเทศญี่ปุ่น ที่เชื่อว่าทั้งเกาะญี่ปุ่นและชาวญี่ปุ่นล้วนแล้วแต่สืบเชื้อสายมาจากเทพบนทรวงสวรรค์ทั้งสิ้น และองค์จักรพรรดิและราชวงศ์ต่างก็ไม่ใช่มนุษย์ธรรมดา ชาวญี่ปุ่นทั้งชาติจึงยกย่องเทิดทูนเคารพบูชาของจักรพรรดิยิ่งกว่าชีวิตและถือว่าชาวญี่ปุ่นเป็นครอบครัวเดียวกัน จากความศรัทธาความเชื่อเหล่านี้ จึงทำให้คนญี่ปุ่นมีความภาคภูมิใจในชนชาติของตน ว่ามีความ มั่งใจใหญ่ไม่น้อยกว่าชนชาติใดๆในโลก จากความภาคภูมิใจยิ่งใหญ่นี้ ทำให้คนญี่ปุ่นมีเลือดรักชาติอย่างเต็มตัว จนก่อเกิดเป็นพลังของความเป็นชาตินิยม ในอดีตความเป็นชาตินิยมจะปรากฏในเรื่องรูปแบบของความรักชาติ ในช่วงภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อญี่ปุ่นพ่ายแพ้สงครามให้แก่ฝ่ายสัมพันธมิตร ญี่ปุ่นตกอยู่ภายใต้อำนาจของอเมริกา ตั้งแต่ค.ศ. 1945-1952 เป็นระยะเวลายาวนานกว่า 7 ปี จากการศึกษาที่ต้องตกอยู่ภายใต้อำนาจและอิทธิพลของอเมริกา ทำให้ญี่ปุ่นจึงต้องจำนนและยอมเสียดัชนีศรีให้กับชาวอเมริกัน สหรัฐอเมริกาได้เข้ามาช่วยเหลือพัฒนาและปรับปรุงประเทศญี่ปุ่น ให้มีความเจริญทัดเทียมประเทศตะวันตก เปลี่ยนจากสังคมที่ล้าหลังมาเป็นสังคมที่โดดเด่นได้อย่างเช่นทุกวันนี้ ในปัจจุบันความเป็นชาตินิยมในประเทศญี่ปุ่น ได้แปรเปลี่ยนรูปแบบจากความรักชาติ มาแสดงออกผ่านทางรูปแบบต่างๆแทน และการแสดงออกผ่านทางรูปแบบของอุตสาหกรรมบันเทิง ก็เป็นอีกหนึ่งในรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นชาตินิยมได้อย่างชัดเจน

ลักษณะของความเป็นชาตินิยมที่แสดงออกผ่านอุตสาหกรรมบันเทิง ไม่ได้มีลักษณะรูปแบบที่ปรากฏชัดเป็นรูปธรรมมากนัก แต่จะเป็นเพียงการแสดงออกโดยการเลือกที่จะไม่รับสื่อต่างๆจากภายนอก อีกทั้งยังรวมถึงการสนับสนุนส่งเสริมสินค้าทางอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่นมากขึ้น ความเป็นชาตินิยมที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมบันเทิงนั้น ไม่มีการระบุดังว่าเกิดขึ้นเมื่อใด แต่ด้วยความที่เป็นชาตินิยมที่หล่อหลอมความเป็นญี่ปุ่นเอาไว้แล้ว ทำให้คนญี่ปุ่นมีความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์และวัฒนธรรมของตนเองเป็นอย่างมาก จึงเป็นผลให้คนญี่ปุ่นมีความรู้สึกนึกคิดอยู่ลึกๆว่าเหตุใดจึงต้องเสพหรือบริโภคสื่อของชาวต่างชาติ ทั้งๆที่สื่อของญี่ปุ่นเองนั้นดีอยู่แล้ว ความเป็นชาตินิยมที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมบันเทิงนั้นจะถูกปลุกขึ้นอย่างเต็มตัวอีกครั้งก็ต่อเมื่อพื้นที่ทางวัฒนธรรมถูกรุกรานจากกระแสวัฒนธรรมภายนอก เมื่อใดที่ญี่ปุ่นรู้สึกว่าการกำลังสูญเสียพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้แก่กระแสจากภายนอก ญี่ปุ่นก็รีบปลุกตัวเองให้ตื่นเพื่อเรียกร้องความแข็งแกร่งบนพื้นที่ทางวัฒนธรรมกลับคืนมา จากการศึกษาลักษณะของความเป็นชาตินิยมที่ปรากฏในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ยุค คือ

ยุคที่ 1 : ยุคบทบาทของอุตสาหกรรมบันเทิงกับการความเป็นญี่ปุ่น (ค.ศ.1930-1940)

ยุคที่ 2 : ยุคบทบาทของอุตสาหกรรมบันเทิงกับความบันเทิงตะวันตก (ค.ศ.1940-1950)

ยุคที่ 3 : ยุคอุตสาหกรรมบันเทิงเป็นจักรวรรดินิยมของญี่ปุ่น (ค.ศ.1950-2000)

ยุคที่ 4 : ยุคกระแสตอบรับและต่อต้านวัฒนธรรมเกาหลี (ค.ศ.2000-ปัจจุบัน)

ยุคที่ 1 : ยุคบทบาทของอุตสาหกรรมบันเทิงกับการความเป็นญี่ปุ่น (ค.ศ.1930-1940)

ประเทศญี่ปุ่นในช่วงระหว่างสภาวะสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นช่วงเวลาที่สภาพสังคมญี่ปุ่นเต็มไปด้วยความวุ่นวาย ประชาชนต่างมีสภาพจิตใจที่ว้าวุ่น ประเทศชาติเริ่มขาดความสามัคคีในหมู่ประชาชนด้วยกันเอง รัฐบาลทหารในขณะนั้นได้เล็งเห็นว่าประเทศชาติอยู่ในความไม่สงบเช่นนี้ ประชาชนหวาดกลัวต่อสงครามจึงไม่ลุกขึ้นสู้ รัฐบาลทหารจึงได้ใช้สื่อมวลชนเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้สภาพจิตใจของประชาชนหันมาใส่ใจกับสภาวะสงครามและรักชาติกันมากขึ้น จึงทำให้สื่อมวลชนในช่วงนี้ ได้ทำหน้าที่รับใช้ประเทศมาอย่างนับไม่ถ้วน บทบาทของสื่อมวลชนในยุคระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นไปอย่างแน่นิ่ง ไร้เสรีภาพ และถูกควบคุมโดยรัฐบาลทหาร ในขณะนั้น ประเภทของสื่อมวลชนที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการแพร่เผยอุดมการณ์ชาตินิยมของรัฐบาลทหารระหว่างสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ,ภาพยนตร์ เป็นต้น ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอศึกษาเรื่องของภาพยนตร์เป็นหลัก เนื่องจากเป็นสื่อบันเทิงที่มีอิทธิพลมากที่สุดในขณะนั้น และถือว่าเป็นสื่อบันเทิงประเภทแรกที่ก่อกำเนิดขึ้นในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2

ภาพยนตร์

ภาพยนตร์ ถือกำเนิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น และมีประวัติศาสตร์อันยาวนานมาร่วมร้อยกว่าปี ประเทศญี่ปุ่นถือได้ว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่เก่าแก่และใหญ่ที่สุดในโลก จุดเริ่มต้นของภาพยนตร์ในช่วงยุคเริ่มต้น คือช่วงประมาณปี 1898 ภาพยนตร์ที่ถือกำเนิดขึ้นเป็นภาพยนตร์เงียบ ภาพยนตร์เงียบเรื่องแรกของญี่ปุ่น คือ ภาพยนตร์เรื่อง *Bake Jizo* และ *Shinin no sosei*(1898) จนกระทั่งเข้าสู่ปี 1930 ญี่ปุ่นก็เข้าสู่ยุคของภาพยนตร์เสียง ส่วนหนังเสียงเรื่องแรกคือเรื่อง *The Neighbor's Wife And Mine* (1931) กำกับโดยเฮอิโนสุเกะ โทโซ

ในช่วงทศวรรษที่ 1930-1940 เป็นช่วงเวลาที่ประเทศญี่ปุ่นอยู่ในระยะระหว่างก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นยุคสมัยที่ญี่ปุ่นเกลียดชังตะวันตกเป็นอย่างมาก จึงทำให้ภาพยนตร์ในยุคก่อนสงครามนั้น จึงเป็นภาพยนตร์ที่มุ่งสร้างจิตสำนึกให้กับคนในชาติว่าชาติตะวันตกเป็นชาติที่ค้ำทราวมเห็นแก่ตัวและสว้างสำนึก

ที่ทุกคนยอมเสียสละแม้กระทั่งชีวิตเพื่อปกป้องประเทศชาติไว้ได้ ภาพยนตร์ในช่วงนี้จะมีเนื้อหาที่หลากหลาย ตั้งแต่หนังซามูไร หนังเกอิชา หนังรัก หนังตลก จนถึงหนังเพลง แต่เมื่อในปี 1937 ประเทศญี่ปุ่นได้ทำสงครามกับจีน จึงทำให้เกิดหนังโฆษณาชวนเชื่อและหนังปลุกใจ จักรชาติขึ้นเป็นจำนวนมาก ในช่วงทศวรรษที่ 1930 จะเห็นได้ว่า รัฐบาลได้เข้ามามีส่วนร่วมในภาพยนตร์มากขึ้น โดยผ่านกระบวนการด้านกฎหมาย ก็คือ เกิดกฎหมายภาพยนตร์ 1937 (Film Law) ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ตกอยู่ภายใต้อำนาจและการควบคุมจากรัฐบาล ต่อมาในปี 1939 รัฐบาลญี่ปุ่นได้เข้าไปส่งเสริมรูปแบบภาพยนตร์ โดยการสร้างภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อและส่งเสริมภาพยนตร์สารคดีหรือที่เรียกว่า Bunga Eiga (ภาพยนตร์วัฒนธรรม) เพื่อใช้ในการเผยแพร่เนื้อหาปลุกใจประชาชนให้รักชาติ เป็นต้น ถึงแม้ว่าประชาชนจะต้องจำใจชมภาพยนตร์ที่รัฐเป็นผู้จัดหามาให้ และเห็นสมควรว่าสามารถชมได้ก็ตาม แต่จำนวนผู้ชมภายในประเทศในช่วงปี 1930 ได้มีการบันทึกไว้ว่ามีจำนวนมากถึง 250 ล้านคนต่อปี

จะเห็นได้ว่าลักษณะของภาพยนตร์ในช่วงทศวรรษที่ 1930-1940 จะเป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาปลุกใจให้รักชาติ สอดแทรกความเกลียดชังชาติตะวันตกเอาไว้ ทำให้เห็นภาพของความยิ่งใหญ่ของจักรวรรดิญี่ปุ่น ผู้ที่มีส่วนในการผลักดันทิศทางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ก็คือ ภาครัฐ ที่ได้เข้ามาร่างกฎหมายภาพยนตร์ 1937 ขึ้น ซึ่งถือเป็นการใช้อำนาจผ่านกฎหมาย อีกทั้งยังได้เข้ามาจัดรูปแบบภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อ หรือ ภาพยนตร์วัฒนธรรม จะต้องฉายภาพยนตร์วัฒนธรรมก่อนการฉายหนังทุกครั้ง ภาพยนตร์ในช่วงนี้จึงเป็นภาพยนตร์ที่สะท้อนความรักชาติ เป็นเสมือนการสร้างความเป็นญี่ปุ่นให้เข้มแข็ง



รูปภาพที่ 1 ภาพยนตร์เรื่อง *Humanity and Paper balloons*

ที่มา : http://en.wikipedia.org/wiki/Humanity_and_Paper_Balloons



รูปภาพที่ 2 ภาพยนตร์ *Naniwa erejii*

ที่มา : http://en.wikipedia.org/wiki/Osaka_Elegy

ยุคที่ 2 : ยุคบทบาทของอุตสาหกรรมบันเทิงกับความเป็นตะวันตก (ค.ศ.1940-1950)

ประเทศญี่ปุ่น ได้รับเอาวัฒนธรรมแบบตะวันตกเข้ามาอย่างเต็มที่ ในช่วงของการเปลี่ยนผ่านไปสู่ความทันสมัย ก็คือ ในยุคของการปฏิรูปเมจิ ภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง ประเทศญี่ปุ่นตกอยู่ในสภาวะการณ์ที่ต้องฟื้นฟูประเทศอย่างเร่งด่วน การรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกมาปรับใช้ให้เข้ากับตนเองนั้น เป็นเครื่องมือที่รวดเร็วและเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำพาญี่ปุ่นไปสู่ความรุ่งเรืองอีกครั้ง เมื่อประชาชนมีสภาพจิตใจที่ย่ำแย่ ต้องรับการเยียวยารักษา สื่อมวลชนที่คอยทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง จึงเป็นเสมือนหมอนที่ช่วยรักษาสภาพจิตใจอันย่ำแย่ของคนญี่ปุ่นให้กลับมามีอีกครั้ง และชาติตะวันตกที่เข้ามามีอิทธิพลมากในช่วงนี้ นั่นก็คือ สหรัฐอเมริกา เนื่องจากญี่ปุ่นแพ้สงครามจึงทำให้ต้องตกอยู่ภายใต้การยึดครองของสหรัฐอเมริกา เป็นระยะเวลายาวนานถึง

สภาพสังคมของญี่ปุ่นภายหลังการแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นช่วงเวลาที่ประเทศญี่ปุ่นตกต่ำและสูญเสียมากที่สุด ญี่ปุ่นจึงต้องการสร้างชาติกันใหม่อีกครั้ง เป็นเสมือนการชำระจิตใจให้หลุดพ้นจากความชั่วร้ายของลัทธิทหาร โดยภาพยนตร์ในยุคนี้จะเน้นความเป็นประชาธิปไตย สิทธิเสรีภาพ เนื้อหาในภาพยนตร์มักจะมีตัวละครที่ค้นหาความเป็นมนุษย์และมีการชี้ให้เห็นถึงการถูกกดขี่ทางเพศของผู้หญิง และนอกจากนี้ละครชุดทางโทรทัศน์จากต่างประเทศก็มีหลากหลายมากขึ้น เข้ามาพร้อมกับความทันสมัยและเทคโนโลยีต่างๆจากสหรัฐฯได้นำเข้ามาให้แก่ประเทศญี่ปุ่น

ภาพยนตร์



รูปที่ 3 ภาพยนตร์เรื่อง Late Spring

ที่มา : http://en.wikipedia.org/wiki/Late_Spring



รูปที่ 4 ภาพยนตร์เรื่อง Stray Dog

ที่มา : http://en.wikipedia.org/wiki/Stray_Dog_%28film%29

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่นในช่วงนี้จะอยู่ในสภาวะขาลง อันเนื่องมาจากการเกิดขึ้นของโทรทัศน์ที่ได้กลายมาเป็นสื่อทางเลือกอีกหนึ่งทาง ที่ทำให้ชาวญี่ปุ่นตื่นตัวและรอคอยสื่อประเภทนี้เป็นอย่างมาก และในขณะเดียวกัน บทบาทของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ก็ตกอยู่ภายใต้การควบคุมของชาติตะวันตกอย่างสหรัฐอเมริกาแทบทั้งสิ้น จากการเคลื่อนเข้ามาของศูนย์บัญชาสูงสุดฝ่ายสัมพันธมิตร (SCAP) จึงทำให้

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงนั้น ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดเป็นอย่างมาก สหรัฐอเมริกาได้เข้ามาควบคุมกระทรวงมหาดไทยของญี่ปุ่น และได้มีคำสั่งประกาศห้ามฉายภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสงครามและความรักชาติของญี่ปุ่น รวมทั้งหนังข่าวและหนังวัฒนธรรมที่เคยบังคับให้ฉายคู่กับภาพยนตร์ทุกเรื่อง อีกทั้งยังให้ผู้กำกับหรือผู้สร้างภาพยนตร์จะต้องนำบทภาพยนตร์ที่แปลเป็นภาษาอังกฤษ มาให้แก่ CIE (กองข่าวสารและให้การศึกษาแก่ประชาชน) ตรวจสอบก่อนการถ่ายทำ เมื่อถ่ายทำภาพยนตร์เสร็จก็ต้องนำมาให้แก่ CCD (กองเซ็นเซอร์กิจการพลเรือน) เพื่อเซ็นเซอร์อีกครั้งหนึ่ง จึงจะเห็นได้ว่าภาพยนตร์ในช่วงนี้แทบจะไม่มีการพูดถึงสงครามหรือความรักชาติ ใดใดของญี่ปุ่นทั้งสิ้น เนื่องจากอยู่ภายใต้การควบคุมของสหรัฐอเมริกาอย่างเด็ดขาด

ละคร

นอกจากสื่อประเภทภาพยนตร์ที่มีรูปแบบเป็นไปตามความต้องการสหรัฐอเมริกาแล้ว สื่อประเภทโทรทัศน์ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ถูกควบคุมจากสหรัฐอเมริกามากเท่าสื่อภาพยนตร์นั้น แต่ก็สะท้อนความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้จากความปรารถนาของอเมริกาที่ต้องการเห็นสื่อโทรทัศน์เกิดขึ้นก่อนที่อเมริกาจะถอนตัวกลับออกไปหลังจากที่เข้ามาครองญี่ปุ่นอยู่นาน จึงทำให้สื่อโทรทัศน์ จึงเป็นสื่อที่มีความเป็นตะวันตกมากกว่าสื่อประเภทอื่นมากที่สุด

ละครโทรทัศน์ที่นำมาฉายในยุคเริ่มแรกนั้น มักจะได้รับอิทธิพลมาจากละครคาบูกิ หรือละครโนะ เป็นส่วนมาก เช่น ละครเรื่อง *Hanshichi* ซึ่งเป็นละครที่ดัดแปลงมาจากละครคาบูกิที่ผสมผสานความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น ต่อมาก็เริ่มมีรูปแบบละครที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ละครแบบ Home Drama จะเป็นละครที่เน้นเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว ละครแบบ Home Drama เรื่องแรกคือ เรื่อง *Waga ya no nichiyō nikki* ที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ NTV ต่อมา NHK ได้นำเสนอละครเรื่อง Home Drama อย่างเรื่อง *Kofuku e no kifuku* โดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชีวิตสมัยสงครามโลก แล้วแต่ละครญี่ปุ่นรุ่งเรืองอยู่ได้ไม่นาน ในปี 1960 ความนิยมของละครญี่ปุ่นเริ่มซาลงไป อันเนื่องมาจากคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ยังไม่เข้าถึงโทรทัศน์ โดยโทรทัศน์ในช่วงนั้นมีราคาแพงมากต่อหนึ่งเครื่อง จึงทำให้กระแสของละครโทรทัศน์ซาลงไป กอปรกับละครชุดตะวันตกเข้ามาแทนที่ สถานีโทรทัศน์ของญี่ปุ่นหลายๆช่อง ได้เห็นว่าละครชุดจากสหรัฐอเมริกามีราคาถูกกว่าที่จะผลิตเองและมีเนื้อหาที่หลากหลาย จึงได้นำเอามาฉายแทนที่ละครญี่ปุ่น จนทำให้ช่วงยุคปี 1960 เป็นยุคที่ละครตะวันตกเฟื่องฟูมากในญี่ปุ่น โดยภาพยนตร์ชุดเรื่องแรกจากอเมริกา เรื่องแรกคือ "Cowboy G-men" ออกอากาศในปี 1956 ต่อจากนั้นภาพยนตร์ชุดจากอเมริกาได้หลั่งไหลเข้ามาอย่างท่วมท้น จนมีสัดส่วน 90% ของรายการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด จนกลายเป็นแบบอย่างของการทำภาพยนตร์ชุดและละครโทรทัศน์ของญี่ปุ่นในเวลาต่อมา



รูปภาพที่ 5 ละครซีรีส์เรื่อง Cowboy G-men

ที่มา : http://www.westernclippings.com/remember/cowboyg-men_doyouremember.shtml

เพลง

ต่อมาเมื่อญี่ปุ่นได้เปิดประเทศติดต่อกับโลกภายนอกราวค.ศ. 1868 ญี่ปุ่นได้รับเอาอิทธิพลทางด้านดนตรี จากทั้งจีน เกาหลีและอินเดีย รวมไปถึงดนตรีแบบตะวันตกเข้ามาในประเทศญี่ปุ่น จึงทำให้ดนตรีญี่ปุ่นแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ดนตรีดั้งเดิม ดนตรีคลาสสิกตะวันตก และดนตรีสมัยใหม่ รูปแบบดนตรีอีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญมาก คือ "เ็งกะ" ซึ่งเป็นรูปแบบดนตรีที่มีการผสมผสานระหว่างแนวดนตรีแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นกับแนวเพลงป๊อปของญี่ปุ่นที่มีกลิ่นอายของเพลงสไตล์คันทรี่แบบอเมริกันผสมอยู่ด้วย ผลจากการทำสงครามของญี่ปุ่นกับประเทศต่างๆ ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงเป็นผลให้วัฒนธรรมจากต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาในญี่ปุ่นอย่างไม่ขาดสาย นอกจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมแล้ว ด้านวัฒนธรรมการบริโภคดนตรีของคนญี่ปุ่นก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย

ภายหลังการจากที่อิทธิพลดนตรีตะวันตกเริ่มเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้น ในช่วงนั้นแนวดนตรีแบบอเมริกันมีผลอย่างมาก หากถ้านดนตรีแบบอเมริกันเปลี่ยนแปลงไป ดนตรีแบบญี่ปุ่นก็เปลี่ยนแปลงไป เช่นเดียวกัน ดนตรีญี่ปุ่นในช่วงนั้นจึงมีแนวดนตรีที่เป็นการผสมผสานของดั้งเดิมกับแนวดนตรีแบบป๊อปรีคแอนด์โรลล์ของอเมริกา ศิลปินอเมริกา อย่าง The Beatles และ The Rolling Stone กลายเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นอย่างมาก เพลงญี่ปุ่นกลายเป็นที่รู้จักมากขึ้น เมื่อเพลง "Ue O Muite Arukou" หรือที่เรียกว่า "Sukiyaki" ที่ขับร้องโดยเกียวกุ ซากาโมโด้ กลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เหตุที่ต้องใช้ชื่อเพลง คำว่า "Sukiyaki" เนื่องจากในสมัยนั้นชื่อเพลงภาษาญี่ปุ่นจะออกเสียงยากไปสำหรับคนต่างชาติ จึงมีการนำเอาอาหารที่เป็นหน้าตาของประเทศอย่างสุกี้ ยาก็มาเป็นเพลง เพื่อแสดงถึงความเป็นญี่ปุ่นอีกด้วยและมีการ

เกิดขึ้นของเครื่องคาราโอเกะเครื่องแรกของโลกในปี 1970 จึงทำให้คาราโอเกะ ได้กลายเป็นวัฒนธรรม บริโภคเพลงแบบใหม่ ถือว่าดนตรีร่วมสมัยของญี่ปุ่น ได้เติบโตขึ้นอย่างเป็นทางการเป็นรูปเป็นร่างและการเป็นที่รู้จักใน วงการดนตรีทั่วโลก จะเห็นได้ว่าในช่วงนี้ ญี่ปุ่น ได้รับเอาวัฒนธรรมดนตรีแบบตะวันตกมาอย่างเข้มข้น จึง ทำให้รูปแบบเพลงดั้งเดิมของญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไป ความเป็นญี่ปุ่นถูกครอบงำจากชาติตะวันตกผ่าน วัฒนธรรมดนตรี แต่ญี่ปุ่นก็สามารถกลับมาขึ้นหิ้งได้อีกครั้ง เมื่อเพลง "sukiyaki" ได้โด่งดังไปทั่วโลก จึงทำ ให้ความเป็นญี่ปุ่นถูกถ่ายทอดผ่านบทเพลง ไปยังผู้ฟังทั่วโลกได้อย่างดี ซึ่งถือได้ว่ายุคนี้เป็นยุคของการ เปลี่ยนแปลงของญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก อีกทั้งการกำเนิดขึ้นของเครื่องคาราโอเกะเครื่องแรกของโลก จึงทำให้ ทุกคนรับรู้ว่าเป็นวัฒนธรรมคาราโอเกะ เป็นวัฒนธรรมแบบญี่ปุ่น ได้กลายเป็นวัฒนธรรมการบริโภคเพลงแบบ ใหม่ของคนทั่วโลก เราจึงเห็นได้ถึงความเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ของญี่ปุ่นผ่านการประสบความสำเร็จของ ไค สุกะ อิโนะวาเอะ ที่สามารถผลิตเครื่องคาราโอเกะเครื่องแรกของโลกได้



รูปภาพที่ 6-7 หน้าปกเพลง Ue O Muite Arukou

ที่มา : <http://www.tumblr.com/tagged/japanese%20oldies>

ยุคที่ 3 : ยุคอุตสาหกรรมบันเทิงเป็นจักรวรรดินิยมของญี่ปุ่น(ค.ศ.1950-2000)

ภายหลังจากที่ญี่ปุ่นต้องตกอยู่ภายใต้การครอบครองของสหรัฐอเมริกายาวนานถึง 7 ปี หลังจาก สหรัฐอเมริกาได้ถอนกำลังออกไปในปี 1952 จึงทำให้ประเทศญี่ปุ่น ได้กลายเป็นอิสระจากสหรัฐอเมริกา อย่างสิ้นเชิง แต่การจากไปของสหรัฐอเมริกาก็ไม่จากไปอย่างเสียเปล่า สหรัฐอเมริกายังได้วางรากฐานใน ด้านต่างๆ ไว้ให้แก่ประเทศญี่ปุ่น นอกจากการช่วยเหลือของสหรัฐอเมริกาแล้ว อีกหนึ่งปัจจัยที่ยังเป็นปัจจัย สำคัญที่ทำให้ญี่ปุ่นประสบความสำเร็จทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จนกลายเป็นมหาอำนาจทาง เศรษฐกิจอีกประเทศหนึ่งของ โลกได้ ก็คือ คนญี่ปุ่นมีความขยันขันแข็งและมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน จึงทำให้คนญี่ปุ่นสามารถร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียว เพื่อพัฒนาประเทศชาติร่วมกัน ได้อย่างไม่ยาก หลังจาก

การสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นได้ก้าวเข้าสู่ยุคสมัยใหม่ มีเทคโนโลยีต่างๆที่ทันสมัยมากขึ้น จึงทำให้ญี่ปุ่นในยุคนี้ก้าวหน้าเติบโตได้ทัดเทียมชาติมหาอำนาจอื่นๆได้อย่างไม่เกรงกลัว อีกทั้งยังมีการใช้สื่อมวลชนต่างๆในการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นไปพร้อมๆกัน หรือที่เรียกว่า "จักรวรรดินิยมของญี่ปุ่น" ภาพยนตร์

สืบเนื่องมาจากอิทธิพลทางเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตขึ้นเป็นอย่างมากตั้งแต่ปี 1950 จึงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เติบโตขึ้นตามไปด้วย และถึงแม้ว่าภาพยนตร์ญี่ปุ่นจะเจริญรุ่งเรืองมาก แต่ประเทศญี่ปุ่นเองก็ยังคงไม่ค่อยมีการส่งออกไปฉายในต่างประเทศอย่างภาพยนตร์ในประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นเพื่อฉายในประเทศเพียงเท่านั้น แต่เมื่อในปี 1951 ภาพยนตร์เรื่อง "ราโซมอน" ของผู้กำกับคุโรซาวะ อกิระ ได้รับรางวัลกรังปรีซ์ในงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่เมืองเวนิส จึงทำให้งานภาพยนตร์ญี่ปุ่นได้กลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก จึงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในยุคนี้เฟื่องฟูมาก จึงทำให้บริษัทยักษ์ใหญ่ 6 บริษัทที่เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์ชั้นนำของประเทศได้เข้ามาครอบครองอุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่นเกือบทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีการเปิดตลาดเสรีมากขึ้น มีการนำภาพยนตร์ญี่ปุ่นออกฉายยังต่างประเทศมากขึ้นและนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศมากขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้รับความนิยมนจากคนญี่ปุ่นมากยิ่งขึ้น



รูปภาพที่ 8-10 โปสเตอร์ตัวอย่างภาพยนตร์ที่ถ่ายทำและมีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น

ที่มา : http://en.wikipedia.org/wiki/Category:Foreign_films_shot_in_Japan

นอกจากจะเป็นการนำเข้าและส่งออกภาพยนตร์ญี่ปุ่นแล้ว ประเทศญี่ปุ่นยังได้ถูกใช้เป็นสถานที่ในการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ อาทิเช่น ภาพยนตร์สัญชาติอเมริกัน อย่าง *Kill Bill, The Last Samurai, Memoirs of a Geisha, The Fast and the Furious: Tokyo Drift* หรือภาพยนตร์สัญชาติฝรั่งเศส อย่าง *La Petite*

moutarde qui monte au nez หรือ *Wasabi* และภาพยนตร์สัญชาติฮ่องกง อย่าง *Tokyo Raiders* เป็นต้น
อุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่น ก็คึกคักขึ้นอีกครั้งเมื่อภาพยนตร์เรื่อง *okuribito (Departures)* ได้รับรางวัลออสการ์ในสาขาภาพยนตร์ต่างประเทศยอดเยี่ยม จึงทำให้เป็นการเปลี่ยน โฉมหน้าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก เนื่องจากภาพยนตร์ต่างประเทศยอดเยี่ยมจากออสการ์ มักจะตกเป็นของภาพยนตร์จากฝั่งยุโรปแทบทั้งสิ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่น ได้กลายมาเป็นที่น่าจับตามองของต่างประเทศมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ต่างชาติได้หันมาร่วมทุนสร้างภาพยนตร์กับประเทศญี่ปุ่นกันมากขึ้น เช่น *Black Night : ลาง - หลอก-หลอน* เป็นการร่วมทุนสร้างระหว่างไทย ฮ่องกงและญี่ปุ่น , เรื่อง *My Way* ที่เป็นการร่วมทุนสร้างระหว่างจีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ นอกจากนี้ยังได้นักแสดงจากทั้งสามประเทศมาแสดงร่วมกันอีกด้วย เป็นต้น นอกจากนี้จะเป็นใบเบิกทางให้แก่นักแสดงและผู้กำกับในแต่ละประเทศได้ทำร่วมกันแล้ว ยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศนั้นๆผ่านสื่อภาพยนตร์อีกด้วย

ละคร

ภายหลังจากที่ญี่ปุ่นก้าวเข้าสู่ยุคสมัยใหม่ โทรทัศน์ได้กลายมาเป็น วัฒนธรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของคนญี่ปุ่น ได้เป็นอย่างมาก รูปแบบของรายการโทรทัศน์ได้ถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นความบันเทิงและมีความหลากหลายของรูปแบบมากยิ่งขึ้น จึงทำให้วงการโทรทัศน์ของญี่ปุ่นเฟื่องฟูมาก กอปรกับเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำมีการถ่ายทอดเผยแพร่ไปยังนานาประเทศได้ผ่านดาวเทียมสื่อสารต่างๆ จึงทำให้ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่วงการโทรทัศน์ที่ตื่นเต็นและก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว พร้อมๆไปกับความต้องการที่จะพัฒนาประเทศและความต้องการที่จะเห็นญี่ปุ่นยิ่งใหญ่ขึ้นอีกครั้ง หลังจากที่ต้องฝ่า วิกฤตต้มยำกุ้งจากสงครามโลกครั้งที่ 2 รูปแบบของละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นเริ่มมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น แนวเทรนดี้ดราม่า (Trendy Drama) หรือละครนำสมัย เน้นกลุ่มคนดูที่เป็นวัยรุ่น เป็นเรื่องราวรักๆใคร่ๆของพระเอกกับนางเอก รวมไปถึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตหรือครอบครัว ผู้สร้างละครมักจะยกกอง ไปถ่ายในต่างประเทศ เพราะรู้ว่าวัยรุ่นญี่ปุ่นเห่อฝรั่ง ปรากฏว่าส่งผลให้เมื่อละครจบ วัยรุ่นก็แห่ไปซื้อทัวร์เพื่อไปดูจากสถานที่ในเรื่องด้วยตัวเอง(วิภา อุดมฉันทน์,เรื่องเดิม) หรือละครแนวอิงประวัติศาสตร์ หรือที่เรียกว่า ละครไทเกะ (Taiga Drama) เป็นละครที่นำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่มีประวัติศาสตร์จริงที่น่าสนใจมาถ่ายทอดเป็นบทละครเรื่องยาว โดยละครไทเกะ แท้จริงแล้วเกิดขึ้นครั้งแรกตั้งแต่ปี 1960 โดยละครไทเกะจะเป็นชื่อเฉพาะเรียกละครอิงประวัติศาสตร์ของช่อง NHK จะเป็นละครรายปีเรื่องใหญ่ของ NHK ที่ทุ่มทุนสร้างปีละเรื่องและออกอากาศทั้งปี (Molecularkitten,2551: ออนไลน์) ในปัจจุบัน (2013) NHK ได้ผลิตละครไทเกะ ออกมาทั้งหมด 52 เรื่อง โดยเรื่องแรกคือเรื่อง *花の生涯 (Hana no shogai)* ออกอากาศในปี 1963 ในปัจจุบันละครไทเกะ ได้กลับมาได้รับความนิยมมากขึ้นอีกครั้ง ละครไทเกะ เปรียบเสมือนภาพที่บอกเล่าประวัติศาสตร์ของญี่ปุ่น

อย่างที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย จึงทำให้คนญี่ปุ่นหันมาให้ความสนใจในประวัติศาสตร์ของประเทศมากยิ่งขึ้น เป็นเหมือนการย้อนภาพกลับไปหาอดีตอันรุ่งเรืองอีกครั้งของญี่ปุ่น

วงการละครโทรทัศน์ได้ก้าวเข้าสู่ความบันเทิงอย่างเต็มรูปแบบ เมื่อครั้งที่ได้มีการนำเสนอรายการที่หลากหลายรูปแบบ นอกเหนือไปจากละครโทรทัศน์ อาทิเช่น รายการเพลง , การแสดงดนตรีสด , รายการวาไรตี้เกมส์โชว์ ฯลฯ เป็นต้น โดยแต่ละรายการก็มักนิยมนำเอาหนัง นักแสดงที่เป็นที่ นิยมมาออกรายการ เพื่อเป็นการสร้างเรตติ้ง จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันรายการโทรทัศน์ไม่ได้เพียงต้องการที่จะสร้างรูปแบบรายการที่เป็นเอกลักษณ์หรือเป็นแบบแผนเดิมๆอย่างแต่ก่อนหากแต่เป็นเพียงการสร้างรายการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างเรตติ้งจนนำมาสู่การรายได้ในยุคแห่งความบันเทิงเต็มรูปแบบนั้น จะเห็นได้ว่ารูปแบบของรายการโทรทัศน์ หรือแม้แต่ละละครโทรทัศน์ ถูกปรับเปลี่ยนให้มีความหลากหลายมากขึ้น เนื่องด้วยสภาพสังคมที่ก้าวเข้าสู่ความเป็นสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าญี่ปุ่นจะพยายามก้าวไปสู่วิถีทางแห่งความก้าวหน้ามากเท่าไร แต่ญี่ปุ่นเองก็ไม่เคยที่จะทิ้งวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่นได้เลย เห็นได้จากการสร้างละครอิงประวัติศาสตร์ หรือ ละครไทงะ เพื่อนำเสนอประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่ของญี่ปุ่นในอดีต เป็นเสมือนสิ่งที่คอยเตือนใจคนญี่ปุ่นอยู่เสมอว่า ญี่ปุ่นจะก้าวหน้าได้แต่ต้องรักษาแบบแผนดั้งเดิมไว้ โดยไม่ลืมอดีตอันน่าขมขื่นที่ญี่ปุ่นเคยผ่านมา เพื่อเป็นแรงผลักดันให้ญี่ปุ่นต้องสู้ต่อไป กลับมายิ่งใหญ่อย่างในอดีตให้ได้ และทุกวันนี้ประเทศญี่ปุ่น ก็ได้ถือว่าเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมบันเทิงที่เติบโตและมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองอย่างมากอีกประเทศหนึ่ง จนเมื่อได้ดูแล้วก็สามารถรู้ได้ทันทีว่า นี่คือละครญี่ปุ่นอย่างแท้จริง อีกทั้งในช่วงนี้ อุตสาหกรรมโทรทัศน์ของญี่ปุ่นก็คึกคักไม่แพ้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เลย หลายๆประเทศได้มีการซื้อลิขสิทธิ์ละครญี่ปุ่น โดยนำทำใหม่โดยแปลเป็นภาษาต่างๆ อาทิเช่น เรื่อง *Itazura na Kiss* ที่สร้างมาจากการ์ตูนญี่ปุ่น ได้ถูกซื้อลิขสิทธิ์ไปทำใหม่ในเวอร์ชันใต้หวัน (It's start with a kiss)และเกาหลีใต้ (Playful Kiss) , เรื่อง *Dr.Jin* ที่สร้างมาจากหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ได้ทางประเทศเกาหลีใต้ได้นำไปสร้างในเวอร์ชันเกาหลี โดยใช้ชื่อว่า *Time Slip Dr.Jin* ฯลฯ เป็นต้น



รูปภาพที่ 11-13 ละครญี่ปุ่นเรื่อง *Itazura na Kiss* ที่ถูกนำไปทำใหม่ในเวอร์ชันได้หวันและเกาหลีได้ตามลำดับ

รูปที่ 11 ที่มา : http://www.asianpopcorn.com/default.asp?display=It_started_with_a_kiss_vs_Itazura_na_kiss-81102

รูปที่ 12 ที่มา : <http://www.dramacrazy.net/it-started-with-a-kiss-2-images/734/Image/1275>

รูปที่ 13 ที่มา : <http://en.wikipedia.org/wiki/File:PlayfulKissPoster.jpg>

เพลง

ต่อมาเมื่อญี่ปุ่นได้ปรับเปลี่ยนและนำเอาวัฒนธรรมทางดนตรีแบบตะวันตก มาปรับใช้กับตนเอง แล้วจึงทำให้เกิดวัฒนธรรมดนตรีป๊อปแบบญี่ปุ่นขึ้น หรือที่เราเรียกว่า "J-POP" หมายถึง แนวดนตรีของประเทศญี่ปุ่น ที่มีลักษณะดนตรีผสมผสานจากทางตะวันตก ซึ่งรวมถึงดนตรีในลักษณะป๊อป ร็อก แคนซ์ ฮิปฮอป และ โซล ในช่วงยุคปี 80 แนวเพลงแบบซิดีป๊อป (City POP) เริ่มเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ในประเทศญี่ปุ่น เป็นแนวเพลงที่ให้ผู้ฟังได้สัมผัสกับกลิ่นไอของเมืองใหญ่ในญี่ปุ่น โดยกรุงโตเกียวถือว่าเป็นเมืองหลักที่สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดเพลงแนวนี้ขึ้นมาหลายเพลง (wikipedia, ม.ป.ป.: ออนไลน์) จนกระทั่งในยุคปี 90 คำว่า "J-POP" ได้ถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการและได้กลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก โดยประเทศญี่ปุ่นได้เลือกใช้อุตสาหกรรมดนตรีเป็นสินค้าส่งออก อีกทั้งเนื่องจากเจป๊อป ยังเป็นแนวเพลงที่ถูกปรับให้เข้ากับยุคสมัยและวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นได้ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นอนิเมะ โฆษณา ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์หรือรายการวิทยุ จึงทำให้รูปแบบรายการเหล่านี้ได้เลือกใช้แนวเพลง J-POP เป็นเพลงประกอบทั้งเปิดและปิดรายการ ในช่วงยุคปี 90 เป็นช่วงเวลาที่ยุคเพลงได้ญี่ปุ่นได้ผลิตนักร้อง J-POP ออกเป็นจำนวนมาก จึงถือได้ว่ายุคนี้ได้กลายเป็นยุคไอคอลลญี่ปุ่นอย่างแท้จริง



รูปที่ 14 : ศิลปิน J-POP

ที่มา : <http://tanyason.blogspot.com/2010/08/j-pop.html>

โดยปัจจุบันประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้ถือว่าเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมเพลงใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากสหรัฐอเมริกา และมีการรายงานอันดับเพลงที่ยิ่งใหญ่และน่าเชื่อถือเทียบเท่าได้กับการรายงานอันดับเพลงบิลบอร์ดชาร์ต (Billboard Chart) ของอเมริกาก็ว่าได้ จากการเติบโตของอุตสาหกรรมเพลงในประเทศญี่ปุ่น จึงทำให้รัฐบาลญี่ปุ่น ได้สังเกตเห็นถึงศักยภาพทางดนตรี จึงเลือกใช้อุตสาหกรรมดนตรีเป็นเครื่องมือหนึ่งในการส่งเสริมวัฒนธรรมญี่ปุ่นและการสร้างรายได้ให้กับประเทศ พร้อมทั้งยังส่งเสริมให้ประชาชนชาวญี่ปุ่นหันมานิยมบริโภคเพลงญี่ปุ่นกันมากขึ้น โดยการซื้อแผ่นซีดีและดีวีดีที่ถูกลิขสิทธิ์ เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีกฎหมายลิขสิทธิ์ที่เข้มแข็งเป็นอย่างมาก ประกอบกับที่ชาวญี่ปุ่นเองมีกำลังทางการเงินพอจะซื้อแผ่นซีดีหรือดีวีดีได้อย่างเต็มใจ จึงเป็นเหตุผลส่วนหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมเพลงญี่ปุ่นมีความเข้มแข็งและแข็งแรงเป็นอย่างมาก ตลาดเพลงญี่ปุ่นเป็นตลาดเพลงที่มี ขนาดใหญ่มากรองจากสหรัฐอเมริกา จากความน่าสนใจนี้จึงทำให้นักร้องต่างประเทศพยายามจะเข้ามาตีตลาดเพลงญี่ปุ่นให้เป็นผลสำเร็จ แต่เนื่องด้วยความสนใจของชาวญี่ปุ่นและตลาดเพลงที่มีขนาดใหญ่มาก จึงทำให้นักร้องต่างประเทศน้อยคนนักที่จะประสบความสำเร็จในวงการเพลงญี่ปุ่น

เนื่องด้วยเวลาที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีสังคมเป็นเอกภาพ มีความเป็นหนึ่งเดียว ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลญี่ปุ่นได้สนับสนุนให้ประชาชนในประเทศหันมาบริโภคสินค้าที่ผลิตจากภายในประเทศของตัวเอง เพื่อทำให้เศรษฐกิจของญี่ปุ่นดีขึ้น จึงทำให้เป็นสาเหตุ หนึ่งที่ทำให้คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะบริโภคเพลงที่เป็นเพลงญี่ปุ่นมากกว่าเป็นเพลงตะวันตกหรือเพลงชาติอื่นๆ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าในช่วงยุคปี 80-90 เป็นช่วงที่ญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมเพลงเป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมเพลงมีการเติบโตขึ้นอย่างมาก จนทำให้วงการเพลงและตลาดเพลงของญี่ปุ่น ได้กลายเป็นยักษ์ใหญ่ของวงการดนตรีระดับโลกได้อย่างไม่น่าเชื่อในเวลาอันรวดเร็ว จากการที่อุตสาหกรรมดนตรีในญี่ปุ่น

ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ส่วนหนึ่งมาจากการที่รัฐบาลญี่ปุ่น เน้นส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีให้เป็น ที่รู้จัก เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นพร้อมๆ กับการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ผ่านตัวละครอย่าง ไอคอลลหรือนักร้องญี่ปุ่น ซึ่งได้ถูกกลายเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่น และวัฒนธรรมญี่ปุ่นก็ ได้กลายเป็นสินค้าเพื่อใช้ในการส่งออกอุตสาหกรรมดนตรีญี่ปุ่นอีกด้วย

จะเห็นได้ว่าในยุคที่ 3 จะเป็นยุคที่ประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในการขยายจักรวรรดินิยมผ่าน สื่อสารมวลชนเป็นอย่างมาก จึงทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงของญี่ปุ่น ได้กลายเป็นตลาดอุตสาหกรรมบันเทิงที่ ยิ่งใหญ่อีกประเทศหนึ่งได้ การส่งออกวัฒนธรรมของญี่ปุ่น สืบเนื่องมาจากการที่ภาวะเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ชบเซาในช่วงทศวรรษ 1990 จึงทำให้เกิดความคิดในการส่งออกวัฒนธรรม นำวัฒนธรรมของตนเองมาขาย และทำกำไร ในเมื่อปี 1988 ญี่ปุ่นจึงได้เริ่มวางนโยบายส่งออกรายการโทรทัศน์ มีการสร้างแรงจูงใจด้าน การศึกษาและการเงิน โดยรัฐบาลมองว่าวิธีเผยแพร่วัฒนธรรมนี้เป็นวิธีแผ่ขยายความเป็นญี่ปุ่นในยุคใหม่ เป็นรูปแบบของอำนาจอย่างอ่อน (Soft Power) ญี่ปุ่นมีกลยุทธ์การกระจายสินค้า โดยการสนับสนุนทุนการ แปรและการพากย์ทำให้คนท้องถิ่นเข้าถึงง่ายขึ้น ใช้วิธีการขายหรืออนุญาตให้ ผลิตหรือเผยแพร่ การผลิต รายการร่วมหรือการร่วมทุนระหว่างญี่ปุ่นกับบริษัทท้องถิ่น หรือวิธีการขายรูปแบบรายการ ให้โทรทัศน์ใน ท้องถิ่นแต่ละประเทศเป็นผู้ซื้อรูปแบบไป (Matiochon, 2555: ออนไลน์) จนทำให้ญี่ปุ่นได้กลายเป็นชาติ มหาอำนาจทั้งด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมก็ว่าได้ ที่กล้าที่จะส่งออกวัฒนธรรมของตนเองให้เป็นสินค้า ให้แก่ประเทศต่างๆ ได้รับชมและได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมของญี่ปุ่นผ่านหน้าจอโทรทัศน์ได้โดยไม่จำเป็นต้อง ไปไกลถึงประเทศญี่ปุ่น

ถึงแม้ว่าประเทศญี่ปุ่นจะมีความเข้มแข็งในแง่ของตลาดอุตสาหกรรมบันเทิงมากเท่าไรก็ตามแต่ เมื่อก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 20 อุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่นก็ต้องหยุดชะงัก เมื่อการมาถึงของประเทศเกาหลีใต้ กับการส่งออกอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างเต็มรูปแบบ ที่เรารู้จักในนามของ "กระแสนันยูหรือ Koreanwave" ที่แพร่สะพัดไปทั่วเอเชียและทั่วโลก จนทำให้เราต้องหันมองไปยังประเทศที่นำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลง อย่าง "เกาหลีใต้" อีกครั้ง

ยุคที่ 4 : ยุคกระแสตอบรับและต่อต้านวัฒนธรรมเกาหลี (ค.ศ. 2000-ปัจจุบัน)

เกาหลี กลายเป็นประเทศที่รู้จักของคนทั่วโลกเป็นครั้งแรก ในช่วงปี 1950 เป็นช่วงที่เกิดสงคราม เกาหลี และต่อมาเกาหลีได้กลายเป็นที่รู้จักอีกครั้งในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 ที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมา แปรเปลี่ยนให้กลายเป็นสินค้าเพื่อใช้ในการส่งออกและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ในช่วง 10ปีที่ผ่านมา ประเทศเกาหลีได้ถือว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่กำลังขยายตัวในด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก สืบเนื่องมาจาก

ความต้องการพัฒนาประเทศให้มีความทันสมัยและได้รับการช่วยเหลือจากสหรัฐอเมริกาจึงทำให้ประเทศเกาหลีได้กลายเป็นอีกหนึ่งประเทศที่น่าจับตามอง และอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกาหลีได้กลายเป็นประเทศที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดในศตวรรษที่ 21 ก็คือ นโยบายการส่งออกวัฒนธรรมร่วมสมัย (Korean Pop Culture) ผ่านละคร เพลง ภาพยนตร์ จนกลายเป็นปรากฏการณ์ที่เรียกว่า Korean Wave หรือคลื่นกระแสเกาหลี ที่ในภาษาเกาหลีเรียกว่า Hallyu (ฮันรยู)



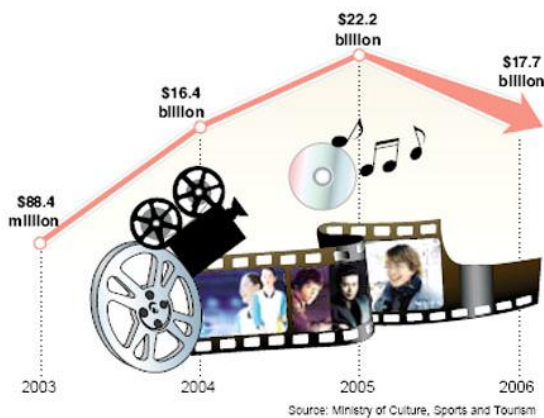
รูปภาพที่ 15 กระแส Korean Wave

ที่มา : <http://shutupletmespeak.wordpress.com/2011/06/13/the-new-korean-wave/>

กระแสคลื่น วัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมข้ามชาติที่ข้ามพื่นอิทธิพลทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมของชาติมหาอำนาจ อย่างเช่นสหรัฐอเมริกา ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ใน โลกยุคดิจิทัลได้อย่างน่ามหัศจรรย์ (วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ ,2555 :ออนไลน์) โดยฉากหลังของกระแสคลื่น วัฒนธรรมเกาหลี ผู้ที่อยู่เบื้องหลังในความประสบความสำเร็จนี้เป็นอย่างมาก ก็คือ รัฐบาลเกาหลีได้ ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของรัฐบาลเกาหลีได้ใช้ก็คือ การใช้ "ทุนวัฒนธรรม " ในการกอบกู้วิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งมีเป้าหมายทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับเป้าหมายทางการเมืองและวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ในด้านของเศรษฐกิจวิธีการนี้ได้ช่วยให้อุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีฟื้นตัวจากการล้มละลายได้และยังเป็นแรงกระตุ้นในการกอบกู้ระบบเศรษฐกิจโดยรวม ในส่วนของด้านการเมืองและวัฒนธรรมก็คือรัฐบาลเกาหลีต้องการป้องกันการครอบงำจากวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นที่มีกระแสนิยมสูงในหมู่วัยรุ่นเกาหลีที่ผ่านมากทั้งมีการซื้อขายสินค้าซีดีหนัง เพลงและละครญี่ปุ่นกันกว้างขวางใน ตลาดมืด ในปี 1998 หลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจเพียง 1 ปี กระทรวงวัฒนธรรมของเกาหลีได้วางนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการ 5 ปีและแผน 10 ปีเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของเกาหลี มีการจัดงบประมาณจำนวนมาก และส่งเสริมให้รัฐและเอกชนลงทุนจัดการศึกษาด้าน อุตสาหกรรมวัฒนธรรม เช่น คณะหรือสาขาวิชาด้านการผลิตภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง การออกแบบ เป็นต้น ต่อมาในปี 2002

กระทรวงวัฒนธรรมของเกาหลีได้จัดตั้งหน่วยงานใหม่ที่ชื่อว่า "การวัฒนธรรมและเนื้อหาสื่อแห่งเกาหลี (Korea Culture and Content Agency)" เพื่อส่งเสริมการส่งสินค้าวัฒนธรรมไปเกาหลี เช่น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และดนตรีไปสู่ต่างประเทศ และ 2 ปีต่อมา ในปี 2004 คำว่า "คลื่นเกาหลี หรือ Korean Wave" ก็ได้แผ่กระจายออกไปทั่วทั้งเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์ , 2548: 35-36) ซึ่งเราจะเห็นได้ว่า ทิศทางการพัคของกระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี ในช่วงแรกจะเริ่มจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกก่อน แต่แท้จริงแล้วการส่งออกวัฒนธรรมไม่ได้มีที่ประเทศเกาหลีใต้เป็นที่แรก แต่หากเริ่มจากสหรัฐอเมริกา ที่ได้นำพาให้ Hollywood ประสบความสำเร็จมาแล้วอีกทั้งยัง รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านของเกาหลีใต้อย่างจีนและญี่ปุ่น ที่ได้ส่งออกอุตสาหกรรมวัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงมาก่อนหน้าทีเกาหลีใต้เป็นเวลาหลายสิบปี อาทิเช่น Hello Kitty, Doraemon เป็นต้น แต่เมื่อกระแสของคลื่นเกาหลีเริ่มซาลง จึงทำให้กระแสคลื่นใหม่อย่าง Korean Wave ก็ยิ่งพัคแรงยิ่งขึ้น จึงสามารถเปิดประตูเข้าไปอยู่ในประเทศต่างๆ ได้อย่างไม่น่าเชื่อ อีกหนึ่งประเทศที่คลื่นกระแสเกาหลีฟีเวอร์นี้สามารถเกาะประตูเข้าไปหาได้เป็นที่แรกๆ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น

Exports of Korean Cultural Products



รูปภาพที่ 16 ตัวอย่างกราฟแสดงตัวเลขการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี

ที่มา : <http://asadalthought.wordpress.com/category/korean-wave/>

ถึงแม้ว่าประเทศญี่ปุ่นจะได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีความเป็น ชาตินิยมสูงมาก แต่ ถึงอย่างไรก็ตาม ไม่ได้แปลว่าวัฒนธรรมจากประเทศอื่นๆ จะไม่สามารถเล็ดลอดผ่านเข้ามาได้ ตลอดระยะเวลาที่วัฒนธรรมญี่ปุ่นเริ่มเข้มแข็งขึ้น จน สามารถ ทำให้ญี่ปุ่นได้ก้าวขึ้นมาเป็นชาติมหาอำนาจทัดเทียมชาติตะวันตกได้ หลังจากที่ต้องแพ้ภัยสงครามมา จึงได้ทำให้ชาวญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จากแต่เดิมที่บริโภคสินค้าต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ก็หันมาบริโภคสินค้าที่ผลิตภายในประเทศมากขึ้น เนื่องมาจากนโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่นที่ต้องการให้คนประเทศบริโภคสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ เพื่อเป็นการสร้าง

รายได้ให้กับคนในประเทศและเงินทุนต่างๆ ไม่รู้ว่ไหลออกไป จึงทำให้วัฒนธรรมการบริโภคของคนญี่ปุ่น รวมไปถึงสินค้าประเภทบันเทิงต่างๆ เช่น ภาพยนตร์,ละคร,เพลง เป็นต้น เข้มแข็งมากอยู่ช่วงหนึ่ง แต่แล้วเมื่อกระแสวัฒนธรรมของญี่ปุ่นเริ่มถึงคราวที่แผ่วเบาลง จึงทำให้กระแสคลื่นวัฒนธรรมอย่าง Korean Wave สามารถเข้ามากลายเป็น วัฒนธรรมอีกรูปแบบหนึ่งของญี่ปุ่นได้



รูปภาพที่ 17 แฟนคลับราว 5,000 คนมารอต้อนรับนักแสดงนำเบของจุน จากเรื่องWinter Sonata ในเดือนเมษายน ปี2004

ที่มา : <http://web-japan.org/nipponia/nipponia31/en/trend/index.html>

สิ่งแรกที่ต้องถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกระแสเกาหลีฟีเวอร์ในประเทศญี่ปุ่น ก็คือ กระแสจากซีรีส์เกาหลี เรื่อง *Winter Love Song* หรือชื่อเรียกในภาษาญี่ปุ่นว่า *Winter Sonata* ที่ได้กลายมาเป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มแม่บ้านญี่ปุ่น ที่คลั่งไคล้ในตัวนักแสดงนำอย่าง เบของจุน หลังจากที่ได้ออกฉายในญี่ปุ่นเมื่อปี 2004 ทางสถานีโทรทัศน์ NHK ทำให้สถานีโทรทัศน์ช่อง NHK สามารถทำรายได้จากการออกอากาศในครั้ง นี้ถึง 100 ล้านเหรียญ และนอกจากนี้ สถาบันวิจัยสื่อมวลชนของญี่ปุ่นอย่าง The NHK Broadcasting Culture Research Institute ถึงกับระบุว่า "*Winter Sonata* ทำให้เกิดจุดเปลี่ยนทางวัฒนธรรมครั้งยิ่งใหญ่อีกครั้ง หลังจากที่เคยเกิดขึ้นครั้งหนึ่งเมื่อละคร "โอินท ที่ออกอากาศเมื่อประมาณ 20 ปีก่อน ซึ่งทำให้คนญี่ปุ่นหันมาสนใจวัฒนธรรมของชาติตัวเอง เพียงแต่คราวนี้ *Winter Sonata* ทำให้คนญี่ปุ่นหันมาสนใจวัฒนธรรมกิมจิมากขึ้น" (ประวิณมัย บ่ายคล้อย,2548) จากการที่ซีรีส์เกาหลีเรื่อง "Winter Sonata" ประสบความสำเร็จทั้งด้านราย ได้ และกระแสนิยมต่างๆอันเนื่องมาจากตัวนักแสดงที่เกิดขึ้น ในประเทศญี่ปุ่น นอกจากจะทำให้ซีรีส์เกาหลี เรื่องนี้ได้กลายมาเป็นเสมือนทูตวัฒนธรรมที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างญี่ปุ่นกับเกาหลีได้เป็นอย่างดี จากการที่เกาหลีใต้ต้องตกอยู่ภายใต้อาณานิคมของญี่ปุ่นเป็นระยะเวลากว่า 35 ปี (1910-1945) จึงทำให้เรื่องราวของประวัติศาสตร์ในอดีตได้กลายมาเป็นเสมือนกำแพงกั้นจิตใจของคนทั้งประเทศเอาไว้เห็นได้ จากการที่นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่นได้เชิญให้เบของจุนเข้าพบเมื่อครั้งที่เบของจุนได้เดินทางไปเปิดตัวผลงานเรื่องใหม่ที่ญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่าเบของจุนสามารถทำลายกำแพงที่กั้นไว้ระหว่างกันออกไปได้ จึงถือว่าเป็นก้าวแรก

ของกระแสเกาหลีในประเทศญี่ปุ่นที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากและก่อให้เกิดความนิยมชมชอบในตัวศิลปิน นักร้อง นักแสดงเกาหลีตามมา



รูปภาพที่ 18-19 แฟนคลับที่มารับของขวัญที่สนามบิน

ที่มา : http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2004/12/05/2004120561013.html

นอกจากความสำเร็จจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Winter Sonata แล้วเกาหลีใต้ไม่ได้หยุดเพียงแค่นั้น แต่ยังสามารถเดินทางไปเพื่อส่งศิลปินมายังประเทศญี่ปุ่นอยู่เรื่อยๆ และดูเหมือนว่ากระแส Korean Wave จะสามารถตีตลาดเพลงในประเทศญี่ปุ่นได้สำเร็จ จากการมาถึงของศิลปินบอยแบนด์เกาหลี 5 คนที่ชื่อว่า "Dong Bang Shin ki" หรือชื่อภาษาญี่ปุ่นที่ว่า "Tohoshinki" ซึ่งถือได้ว่าเป็นศิลปินเกาหลีที่ประสบความสำเร็จในญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก และถือได้ว่าเป็นศิลปินกลุ่มแรกที่สามารถตีตลาดเพลงญี่ปุ่นได้ นอกเหนือจาก BoA นักร้องหญิงเดี่ยวจากเกาหลีใต้ที่ได้เข้ามาตีตลาดญี่ปุ่นก่อนแต่ดูเหมือนว่าจะไม่ประสบความสำเร็จมากเท่า Tohoshinki แต่การที่ศิลปินเกาหลีจะสามารถเข้ามาตีตลาดเพลงญี่ปุ่นได้นั้น จะต้องมีสิ่งหนึ่งที่ต้องทำเป็นอย่างแรก นั่นก็คือ การเรียนรู้วัฒนธรรมญี่ปุ่นและภาษาญี่ปุ่นให้ได้เสียก่อน เราจะเห็นได้ว่าศิลปินต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศญี่ปุ่นแทบจะทุกคน จะสามารถพูดภาษาญี่ปุ่นได้ เป็นเสมือนการถูกทำให้แปรเปลี่ยนเป็นญี่ปุ่นและใส่ความเป็นญี่ปุ่นลงไปในการเป็นเกาหลี และนี่คือกุญแจอันสำคัญที่สามารถทำให้นักร้องหรือตัวศิลปินจากเกาหลีจึงสามารถประสบความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่นได้อย่างง่ายดาย

จะเห็นได้ว่า สู้ดท้ายญี่ปุ่นก็คือญี่ปุ่นชาติที่ยังคงมีความเป็นชาตินิยมไม่ว่าจะอยู่ในสภาพสังคมรูปแบบไหน หรืออยู่ในยุคสมัยไหน ญี่ปุ่นก็สามารถที่จะแปรเปลี่ยนวัฒนธรรมจากต่างชาติให้กลายเป็นวัฒนธรรมของตนเองได้ โดยการใส่ความเป็นญี่ปุ่นลงไปผ่านทางการใช้ภาษาญี่ปุ่นและการเข้าใจในวัฒนธรรมญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี เพราะถือว่าเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ตัวศิลปินสามารถเข้าถึงจิตใจของคนญี่ปุ่นและได้รับการยอมรับจากคนญี่ปุ่นได้ ถ้าศิลปินนักร้องหรือนักแสดงคนไหนที่สามารถทำได้ก็จะสามารถประสบความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่นได้เหมือนกัน

แต่ถึงอย่างไรก็ตามในบรรดาคนชอบก็ย่อมมีคนเกลียด กระแสเกาหลีพีเวอร์ก็เช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่ากระแสเกาหลีพีเวอร์จะประสบความสำเร็จมากแค่ไหนในญี่ปุ่นก็ตาม แต่อย่างนั้นก็ยังมีกลุ่มคนที่ต่อต้านกระแสเกาหลีด้วยเหมือนกัน กระแสเกาหลีเริ่มถูกต่อต้านจากคนญี่ปุ่น ในช่วงสองปีที่ผ่านมา (2011-2012) สาเหตุเนื่องมาจากกระแสเกาหลีที่เข้ามาครอบงำสื่อบันเทิงญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก ช่องรายการโทรทัศน์ต่างๆ นำเสนอแต่ซีรีส์ละครเกาหลี เพลงเกาหลี ภาษาเกาหลี จนทำให้ประชาชนหรือภาคประชาสังคมจำนวนหนึ่ง ที่เห็นว่าสื่อจากประเทศเกาหลีเริ่มรุกรานพื้นที่สื่อของญี่ปุ่นมากขึ้น ก็นำไป จนทำให้ไม่เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์หรือรูปแบบรายการของญี่ปุ่นอีกเลย ดังเช่น จากกรณีที่สถานีโทรทัศน์ Fuji TV มักจะแพร่ภาพของรายการเกาหลี ซีรีส์เกาหลี รายการสอนภาษาเกาหลี ถึง 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จึงทำให้กลุ่มกระแสสังคมที่ต่อต้านเกาหลีได้ออกมาประท้วงเพื่อเรียกร้องให้ทางสถานีโทรทัศน์ยุติการออกอากาศรายการเกาหลีต่างๆ เป็นต้น

ดังนั้นเพื่อให้ภาพของกระแสตอบรับและกระแสต่อต้านที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ทางผู้วิจัยขอกล่าวถึงปรากฏการณ์ที่แสดงออกถึงความป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น ดังนี้

- วันที่ 18 มกราคม 2554

คาร์่า (KARA) เผยแพร่ความเป็นเกาหลีผ่านละครญี่ปุ่น 'URAKARA' บทพูดภาษาเกาหลี 90%

'URAKARA' ผลงานละครเรื่องแรกของคาร์่าที่ออกอากาศผ่านทางช่อง TV Tokyo ตั้งแต่วันที่ 14 มกราคมที่ผ่านมา เล่าเรื่องการเติบโตในนามของหญิงสาวและศิลปิน ในระหว่างที่ต้องเก็บซ่อนความรักเอาไว้เป็นความลับ โดยละครเรื่องนี้มีความยาว 12 ตอน ออกอากาศรวม 3 เดือน

ถึงแม้ว่าละครเรื่องนี้จะออกอากาศในประเทศญี่ปุ่น แต่บทพูดของตัวละครนั้นกลับใช้ภาษาเกาหลีมากกว่า 90% ซึ่งนอกจากการที่พวกเขาต้องพูดเป็นภาษาญี่ปุ่นกับตัวละครญี่ปุ่นแล้วแทบทั้งหมดก็จะเป็นบทละครในภาษาเกาหลี นับเป็นอีกหนึ่งผลงานละครญี่ปุ่นที่ต้องใช้คำบรรยายเป็นภาษาญี่ปุ่นตั้งแต่เริ่มจนจบละครกันเลยทีเดียว ไม่เพียงเท่านั้น การที่ละครเรื่องนี้ต้องใช้จากการถ่ายทำทั้งในเกาหลีและญี่ปุ่น ส่งผลให้มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และอาหารเกาหลีรวมอยู่ในละคร ด้วย นับเป็นแผนการเผยแพร่ความเป็นเกาหลีให้ชาวญี่ปุ่น ได้สัมผัสอย่างเนบเนียน

กระแสเกาหลีพีเวอร์ก่อตัวขึ้นในประเทศญี่ปุ่นและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก นอกจากพื้นที่ทางเศรษฐกิจในการส่งออกวัฒนธรรมแล้วญี่ปุ่นยังต้องสูญเสียพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้แก่เกาหลีได้เป็นที่เรียบร้อย เห็นได้จากการที่นักร้องกลุ่มผู้หญิงจากเกาหลีได้ตั้งชื่อว่า "KARA" ได้เผยแพร่ภาษาเกาหลี อาหารเกาหลี สถานที่ท่องเที่ยวในเกาหลี เพื่อให้คนญี่ปุ่น ได้รู้จัก นอกจากนี้จะเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมแล้วยังเป็น

การหารายได้เข้าสู่ประเทศ เป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นสื่อหลักในการ โปร โมท และแปรเปลี่ยน วัฒนธรรมให้เป็นสินค้าได้อย่างเข้าถึงได้ง่าย

▪ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554

"สำนักข่าวต่างประเทศ รายงานว่า กระแส "เค-ป๊อป" มาแรงตลอดปีที่ผ่านมา ส่งผลให้รุ่น ที่อย่าง "เจ-ป๊อป" จากแดนอาทิตย์อุทัยต้องยอมสยบ สืบเนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลของ "โอริ-คอน" บริษัทจัดอันดับชื่อดัง ระบุว่า การจำหน่ายเพลงของศิลปินเกาหลีได้ มียอดจำหน่ายใน ประเทศญี่ปุ่นสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยปี 2011 ที่ผ่านมามี ยอดจำหน่ายทั้งซิงเกิ้ล อัลบั้ม ดีวีดี เพลง และบลูเรย์เพิ่มขึ้นจากปี 2010 ประมาณ 22.3 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้ วงการเพลงป๊อปแดนกิมจิ ได้รับความนิยมนับแต่ปี 2008 ขณะที่ยอดจำหน่ายผลงานเพลงของศิลปินในชาติ ตัวเอง ลดลงอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 5 ปี"

จากการรายงานข่าวของสำนักข่าวต่างประเทศญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่า กระแสเกาหลีพีแเวอร์ได้เข้ามาใน ประเทศญี่ปุ่นอย่างเป็นที่แน่นอนแล้ว ที่สามารถทำให้กระแสวัฒนธรรมเจป๊อปของญี่ปุ่นต้อง สยบ เมื่อพื้นที่ ทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นถูกแทนที่ด้วยวัฒนธรรมเกาหลี และนอกจากนั้นภาคประชาสังคมก็ดูเหมือนว่าจะ ยินดีและตอบรับกับกระแสวัฒนธรรม นี้ ดังที่เห็นได้จากยอดจำหน่ายเพลงของศิลปินเกาหลีได้มี ยอดจำหน่ายสูงสุดเป็นประวัติการณ์แต่ยอดจำหน่ายเพลงของศิลปินในชาติตัวเองกลับลดลงอย่างต่อเนื่องมาเป็น เวลา 5 ปีจากตัวเลขที่ตกลงอย่างน่าวิตกของศิลปินญี่ปุ่น สามา รทเป็นตัวอย่างชัดได้โดยว่า ภาคประชาสังคมให้ การตอบรับกับการมาถึงของกระแส Korean Wave ครั้งนี้มากแค่ไหน กระแสสังคมยินดีและตอบรับกับ วัฒนธรรมต่างชาติมากขึ้น เปิดใจที่ลองสัมผัสวัฒนธรรมใหม่ๆบ้าง จึงทำให้วัยรุ่นหัน ไปนิยมบริโภคเพลง เกาหลีมากขึ้น เป็นเหตุมาจากการเบียดจำหน่ายในวัฒนธรรมเพลงของตนเองจึงหัน ไปหาสิ่งที่กำลังเป็นที่นิยม อย่างเพลงเกาหลี

▪ วันที่ 11 สิงหาคม 2554

เป้าหมายที่ทางเกาหลีใต้ที่ต้องการเผยแพร่วัฒนธรรมในแดนอาทิตย์อุทัย ได้สร้างความไม่ พอใจต่อชาวญี่ปุ่นมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะกับสถานี โทรทัศน์ของชาติที่ร่วมปันกระแสอย่าง ไม่ลืมหูลืมตา ชาวญี่ปุ่นนับพันได้รวมตัวกันเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม เพื่อร่วมเดินประท้วงที่สำนักงานใหญ่ ของ Fuji Television สถานีโทรทัศน์ชื่อดังกลางกรุงโตเกียว เพื่อแสดงความไม่พอใจที่

สถานีโทรทัศน์ชั้นนำของชาติพยายามยึดเย็ดสื่อ บันเทิงจากต่างชาติอย่างกระแสฮอลลีวูด หรือคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีใต้ จนบังคับการให้ความสำคัญต่อผลงานของบุคลากรในชาติด้วยตนเอง

กระแสดังกล่าวเริ่มจากการทวิตของ โชชีเกะ ทากาโอกะ นักแสดงหนุ่มชาวญี่ปุ่น ที่วิจารณ์ Fuji TV ว่าใช้สื่อล้างสมองผู้ชมด้วยความบันเทิงจากเกาหลีใต้ ทำให้เขาถูกกดดันให้อินโบลากออกจากต้นสังกัด แต่นั่น ได้สร้างแนวร่วมต่อผู้คนที่เห็นด้วยกับเขา จนกระแสต่อต้านสถานีได้ลุกลามตลอด 2 สัปดาห์ที่ผ่านมา

มีการวิเคราะห์กันว่ากระแสเคป็อปทุกวันนี้ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลของเกาหลีใต้ ที่ทุ่มเงินหลายล้านดอลลาร์ซื้อเวลาของสถานีโทรทัศน์ในประเทศต่างๆ เพื่อเผยแพร่ วัฒนธรรมเกาหลีโดยล่าสุดมีการคาดการณ์ว่า Fuji TV มีผู้ถือหุ้นเป็นชาวต่างชาติถึง 28% ซึ่งเกินกว่ากฎหมายกำหนดไว้ที่ 20% โดยสถิติเผยว่าสถานีมีช่วงเวลาในการถ่ายทอดละครเกาหลีมากกว่าสถานีอื่น ถึง 40 ชั่วโมง

จากการรายงานข่าวจะแสดงให้เห็นถึงการต่อต้านกระแสเกาหลีในประเทศญี่ปุ่นอย่างเห็นได้ชัด สามารถมองเห็นกระแสจากภาคประชาสังคมที่เข้ามามีส่วนในการต่อต้านคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี เมื่อพื้นที่สื่อถูกระบบเงินทุนครอบงำ ไม่ว่าจะใครก็ตามสามารถซื้อสื่อได้ ประชาชนไม่มีสิทธิ์จะเลือกรับชมได้ ประชาชนทำได้แค่เสพสื่อที่สื่อป้อนให้ แต่เหตุการณ์ครั้งนี้ได้ทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งเห็นว่า พื้นที่ที่ถูกกระแสต่างชาติครอบงำมากจนแทบจะถูกล้างสมอง จึงได้ออกมาเรียกร้องให้สื่อยุติการกระทำเช่นนี้ แต่ท้ายที่สุดแล้วกระแสสังคมก็สู้กระแสของเงินไม่ได้ แต่การที่เราได้เห็นภาพของประชาชนออกมาเรียกร้องสิทธิในการรับชมของพวกเขา ก็ถือว่าเป็นเรื่องที่ดีที่อย่างน้อยเรารู้ว่าประชาชนก็ไม่ได้เต็มใจมากนักที่จะรับชมสื่ออย่างที่สื่อต้องการให้ชมได้

■ วันที่ 20 สิงหาคม 2555

ญี่ปุ่นแบนซีรีส์ *A Man Called God* หลัง "ซองอิลกุก" ร่วมวายนำไปเกาะทอคโด สถานีโทรทัศน์ของญี่ปุ่นได้ประกาศเมื่อกลางสัปดาห์ที่แล้วว่าจะมีการเลื่อนฉายซีรีส์ของเกาหลีใต้เรื่องหนึ่งออกไปก่อน ภายหลังจากหนึ่งในนักแสดงนำ "ซองอิลกุก" ได้ร่วมกิจกรรมวายนำไปยังเกาะที่ตั้งอยู่ระหว่างเขตแดนทางทะเลของเกาหลี และญี่ปุ่น ที่เป็นข้อพิพาทมานานหลายปี

จากกรณีข้อพิพาทเหนือหมู่เกาะทาเคชิมะหรือเกาะทอคโดในภาษาเกาหลี จึงทำให้กระแสเกาหลีในประเทศญี่ปุ่นค่อยๆแผ่ลง และดูเหมือนว่าจะกลายเป็นอุปสรรคของศิลปินเกาหลีใต้ในการเข้าไปสร้าง

ชื่อเสียงและรายได้ในประเทศญี่ปุ่นมาก เนื่องจากทั้งสองประเทศต่างก็อ้างสิทธิ์เหนือหมู่เกาะด้วยกันทั้งสิ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีใต้ที่เข้าไปสร้างรายได้ในประเทศญี่ปุ่นที่มีมูลค่าสูงถึง 6.8 ล้านล้านวอนซึ่งมากกว่ารายได้ในเกาหลีใต้ถึง 15 เท่าต้องหยุดชะงัก จากผลกระทบเรื่องกรณีพิพาท จึงทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงของทั้งสองประเทศได้รับผลกระทบไปด้วย และประเทศญี่ปุ่นด้วยเหมือนกันจะมีมาตรการขึ้นเค็ดขาดในการสั่งแบนซีรีส์เรื่อง A Man Called God ที่นำเสนอ โดยของฮอลลีวู้ดที่ได้อำนาจมาจากรัฐบาลญี่ปุ่นไปยังเกาะพิพาทนั้น จึงทำให้รัฐบาลญี่ปุ่นรับมือไม่ได้กับการกระทำเช่นนี้และมีคำสั่งห้ามฉายละครเรื่องนี้โดยเด็ดขาด จึงทำให้เห็นได้ว่าความเป็นชาตินิยมของคนญี่ปุ่นถูกฝังลึกในจิตใจและพร้อมที่จะแสดงออกมาให้เห็นได้ทุกครั้งเมื่อยามที่ประเทศประสบปัญหา เพราะคนญี่ปุ่นมีความเป็นหนึ่งเดียวกันและเห็นประโยชน์ของชาติมาก่อนประโยชน์ส่วนตัวก่อนเสมอ และจากการที่ญี่ปุ่นได้สั่งแบนซีรีส์เรื่องนี้ ทำให้กระแสต่อต้านเกาหลีใต้ในประเทศญี่ปุ่นยิ่งปรากฏชัดขึ้นในสังคมญี่ปุ่นที่เริ่มเล็งเห็นของการรุกรานพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้อีกจนเกินไป จนกลายเป็นว่าวัฒนธรรมของชาติตัวเองจะค่อยๆ หายไป



รูปภาพที่ 20-22 : กลุ่มผู้ต่อต้านกระแสเกาหลีใต้ไปประท้วงต่อต้านการกระทำของ Fuji TV

รูปที่ 20 ที่มา : <http://www.manager.co.th/entertainment/ViewNews.aspx?NewsID=954000096081>

รูปที่ 21 ที่มา : <http://kpopfashion.info/cgi-sys/suspendedpage.cgi>

รูปที่ 22 : <http://mamorenihon.wordpress.com/2011/09/26/japanese-against-fake-korean-movement/>

จากที่กล่าวเห็นได้ว่า ประเทศญี่ปุ่นมีความเป็นชาตินิยมในด้านอุตสาหกรรมบันเทิงตั้งแตในอดีตจนถึงปัจจุบัน ความเป็นชาตินิยมดังกล่าวไม่ใช่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น แต่เป็นปรากฏการณ์ที่ถูกสร้างทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และในปัจจุบันภาคประชาสังคมหรือภาคประชาชน ก็ได้มีส่วนร่วมสร้างกระแสความชาตินิยม ซึ่งจากอดีตจนถึงปัจจุบันพบว่า ได้มีรูปแบบกระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยม 2 ลักษณะคือ

1. กำหนดนโยบายหรือกฎหมายของรัฐ คือ การออกกฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบันเทิง การเซ็นเซอร์และการจัดตั้งองค์กรและนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงของญี่ปุ่นให้เป็นที่นิยม

2. ไม่ได้กำหนดเป็นนโยบาย เกิดการส่งเสริมของภาคเอกชน มีการจัดเทศกาลภาพยนตร์

กระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมดังกล่าวมีการใช้วิธีการที่แตกต่างกันไปตามบริบทของสังคม ในแต่ละยุคสมัย ซึ่งแต่ละช่วงเวลาของญี่ปุ่นมีการใช้วิธีการหรือกระบวนการสร้าง ความเป็นชาตินิยม ค้างต่อไปนี้

ยุคที่ 1 : ยุคญี่ปุ่นบนทิศทางของรัฐบาลทหาร และชาติตะวันตก

- การตรากฎหมายภาพยนตร์และการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์
- การเซ็นเซอร์ที่เป็นส่วนหนึ่งของกฎหมาย

ยุคที่ 2 : ยุคญี่ปุ่นสร้างชาติและก้าวสู่ความทันสมัย

- การจัดตั้งองค์กรต่างๆ อาทิเช่น องค์กร UNIJAPAN และองค์กร Japan Creative Centre (JCC) ในประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น
- นโยบาย COOL JAPAN (นโยบายการเรียกคืนความแข็งแกร่งรวมญี่ปุ่น)

ยุคที่ 3 : ยุคญี่ปุ่นขอคืนพื้นที่

- การจัดเทศกาลภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ยุคที่ 1 : ยุคญี่ปุ่นบนทิศทางของรัฐบาลทหารและชาติตะวันตก

ญี่ปุ่นในยุคของการเปลี่ยนถ่ายเข้าสู่สภาวะสงครามเป็นยุคที่รัฐบาลทหารเรื่องอำนาจ ญี่ปุ่นเป็นไปตามทิศทางของรัฐบาลทหาร ผู้ที่ซึ่งกำหนดชะตาญี่ปุ่นไว้ทั่วประเทศ เมื่อญี่ปุ่นได้ก้าวเข้าสู่สภาวะสงครามอย่างเต็มรูปแบบ และเมื่อคราวที่สภาพบ้านเมืองกลับเข้าสู่ภาวะปกติ หลังจากญี่ปุ่นเจ็บปวดกับการแพ้สงครามอย่างสาหัส ญี่ปุ่นต้องถูกตกให้อยู่ภายใต้อาณัติของสหรัฐอเมริกาในทุกๆด้าน และยังเป็นผู้มีอิทธิพลในการกำหนดทิศทางให้ญี่ปุ่นได้กลายเป็นมหาอำนาจอย่างเช่นทุกวันนี้ได้ พร้อมทั้งยังได้เข้ามามีส่วนในการกำหนดทิศทางของสื่อมวลชนที่ถูกปิดกั้นเสรีภาพจากรัฐบาลทหาร และทำให้สื่อญี่ปุ่นได้มีอิสรภาพมากขึ้น ดังเห็นได้จากการความคิดชาตินิยมที่ก่อตัวขึ้นจากลัทธิทหารนิยมก็ถูกปลุกขึ้นอีกครั้ง ความคิดแบบชาตินิยมได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานและถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างชาติ อีกทั้งความเป็นชาตินิยมในช่วงนั้นยังแสดงออกผ่านทางสื่อมวลชน อย่างการตรากฎหมายและการเซ็นเซอร์ ซึ่งผู้มีที่มบทบาทของทั้งช่วง 2 เวลานี้ อันได้แก่ รัฐบาลทหารของญี่ปุ่นกับชาติตะวันตกอย่างสหรัฐอเมริกา

การตรากฎหมายภาพยนตร์และการเซ็นเซอร์

กฎหมายภาพยนตร์ (Film Law) ถูกตราขึ้นเพื่อใช้แทนกฎหมายฉบับเก่า (ฉบับปี 1917) ในปี 1939 กฎหมายฉบับนี้เป็นผลพวงจากความคิดลัทธิชาตินิยมและลัทธิทหารอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากได้เอาอย่างกฎหมายภาพยนตร์ของนาซี(Nazi) ที่ได้นำสื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือโฆษณาชวนเชื่อให้กับนาซีเยอรมัน จะแบ่งการศึกษาการตรากฎหมายและการเซ็นเซอร์ออกเป็น 2 ยุค ก็คือ ยุคระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 และ ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

1. การตรากฎหมายภาพยนตร์และการเซ็นเซอร์ใน ยุคระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2

ในช่วงระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลญี่ปุ่นได้เข้ามากำหนดเป้าหมายและแนวทางในการสร้างภาพยนตร์ อุตสาหกรรมภาพยนตร์จึงตกอยู่ใต้การควบคุมของอำนาจรัฐ หรือ กฎหมายภาพยนตร์ จาก การออกกฎหมายภาพยนตร์ 1939 ฉบับนี้จึงทำให้เกิดการวางมาตรฐานเกี่ยวกับศีลธรรมและวิธีการดำเนินชีวิตของประชาชนให้ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการอุทิศตนเพื่อภารกิจสงครามอย่างไม่มีเงื่อนไข ซึ่งได้กลายมาเป็นข้อกำหนดแนวทางในการสร้างภาพยนตร์ในช่วงสงคราม (1940-1945) เกือบทุกเรื่อง

กฎหมายภาพยนตร์ 1939 ถูกใช้อย่างเข้มงวดมากในช่วงระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจาก รัฐบาลญี่ปุ่นได้ใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อในการเผยแพร่ภาพของความเป็นชาติให้เห็นว่าสงครามเป็นสิ่งที่ทำให้คนญี่ปุ่นสามัคคีกันและยอมเสียสละทุกอย่างเพื่อรักษาประเทศชาติของตนเองไว้ ดังเช่น ในภาพยนตร์เรื่อง "กองทัพ (Rikugun) เป็นเรื่องของเยาวชนลูกอาทิตยอยู่ที่ยกำลังจะจากบ้านไปสู่สมรภูมิตัวร์บ สมาชิกทุกคนในครอบครัวจะต้องแสดงออกให้เห็นถึงความภาคภูมิใจในเกียรติที่ได้รับ ไม่ใช่ร้องไห้คร่ำครวญแสดงถึงความอ่อนแอและเห็นแก่ตัว แต่ทว่าเคอิสุเคะ คิโนชิตะ ผู้กำกับได้เห็นว่า เป็นสิ่งที่ผิดวิสัยมนุษย์ปุถุชนธรรมดา จึงได้แทรกฉากอันน่าสะเทือนใจโดยให้ผู้เป็นแม่วิ่งตามลูกที่กำลังจะจากไปด้วยสีหน้าที่บ่งบอกความเจ็บปวดฝ่าฝืนชนที่ออกมาโบกธงแสดงความชื่นชมในวีรกรรมของเด็กหนุ่มเหล่านั้น หลังจากภายหลังที่ ภาพยนตร์เรื่อง ได้ถูกฉายออกสู่สายตาประชาชน คิโนชิตะ ผู้กำกับได้ถูกขึ้นบัญชีดำทันที ในขณะที่คนอีกส่วนหนึ่งได้ยกย่องคิโนชิตะว่าเป็นวีรบุรุษต่อต้านสงคราม (วิภา อุดมฉันท, เรื่องเดิม)

2. การตรากฎหมายภาพยนตร์และการเซ็นเซอร์ในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้ส่งนายพลดักลาส แมคอาเธอร์ (Douglas MacArthur) เข้ามาช่วยในการฟื้นฟูประเทศญี่ปุ่น ได้มีการจัดตั้ง SCAP (Supreme Commander for the Allied Powers) หรือศูนย์บัญชาการกองบัญชาการสูงสุดแห่งฝ่ายสัมพันธมิตรขึ้น และ SCAP ได้เข้ามาช่วยฟื้นฟูสิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชนญี่ปุ่นโดยการยกเลิก "กฎหมายภาพยนตร์" ที่คอยควบคุมสื่อภาพยนตร์ ในช่วงยุคก่อนสงคราม รวมไปถึงกำจัดกฎหมายต่างๆที่ตรอนเสรีภาพของสื่อ และได้มีการบรรจุลงใน

รัฐธรรมนูญฉบับปี ค.ศ.1946 มาตรา 21 หน้า 2 ว่า "ห้ามมิให้มีการเซ็นเซอร์และห้ามล่วงละเมิดความลับของการสื่อสารทุกชนิด" (วิภา อุตมฉันทน์, เรื่องเดิม)

อีกทั้ง SCAP ยังได้แนะนำให้ร่าง "หลักจรรยาบรรณในการผลิตภาพยนตร์" (Code of Ethics in Film Production) ขึ้นมาเพื่อใช้ควบคุมผู้สร้างภาพยนตร์ด้วยกันเอง โดยมีคณะกรรมการเป็นผู้ดูแลการปฏิบัติงานในปี 1947

จากการเข้ามาช่วยเหลือของ SCAP จึงทำให้สื่อมวลชนในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นี้มีเสรีภาพอย่างกว้างขวาง โดยไม่มีเงื่อนไขหรือข้อแม้ใดๆ สาเหตุนี้เองจึงเป็นลักษณะพิเศษของสื่อมวลชนหลังสงครามก็คือ "เสรีภาพ" เสรีภาพของสื่อมวลชนได้รับยกย่องว่าเป็นเกราะคุ้มกันการก่อตัวของลัทธิทหารและปัจจัยสำคัญในการปกป้องประชาธิปไตยของประเทศ โดยในปัจจุบันหลักจรรยาบรรณที่ใช้ในการควบคุมภาพยนตร์ได้มีการร่างขึ้นมาเป็นฉบับใหม่และยังมีองค์กรเอกชนอีกองค์หนึ่งชื่อว่า "คณะกรรมการธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณภาพยนตร์" (Committee for the Maintenance of Ethics in Motion Picture) หรือเรียกกันทั่วไปว่า "เออีเอ็ม (EEM)" ถูกก่อตั้งขึ้นมาแทนที่ โดยมีหน้าที่ในการตรวจสอบภาพยนตร์ทุกเรื่องก่อนทำการฉายในโรงภาพยนตร์ แต่วัตถุประสงค์ที่ตั้งขึ้นได้เปลี่ยนไป จากแต่เดิมที่เป็นเพียงการจำกัดเนื้อหาที่มีความเป็นตะวันตก ได้กลายเป็นการตรวจตราจากที่แสดงออกซึ่งความรุนแรงและลามกอนาจาร

จากการศึกษาจะทำให้เห็นถึงความแตกต่างถึงข้อจำกัดของสื่อมวลชนทั้ง 2 ยุค ทั้งในยุคก่อนสงครามและหลังสงครามโลก สิ่งที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด "เสรีภาพ" ในช่วงระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลญี่ปุ่นต้องการปลุกกระแสมกระแสดความรักชาติเพื่อให้ประชาชนลุกขึ้นสู้เพื่อประเทศชาติมากกว่าสิ่งใด จึงเป็นเหตุให้ภาพยนตร์ เป็นอีกหนึ่งทางเลือก ที่รัฐบาลญี่ปุ่นเลือกใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดกระแสดความรักชาติ เป็นเหตุให้ต้องมีการตรากฎหมายภาพยนตร์ 1939 ขึ้นมาเพื่อควบคุมภาพยนตร์ ทั้งในเรื่องเนื้อหา การถ่ายทำ และฉากต่างๆ เป็นต้น จากการเข้ามากำหนดเป้าหมายและแนวทางในการสร้างภาพยนตร์ของรัฐบาลญี่ปุ่น จึงทำให้ภาพยนตร์ในยุคนี้ขาดสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอ เนื้อหาส่วนใหญ่จึงเป็นเรื่องราวของสงครามเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแตกต่างจากภาพยนตร์ในช่วงยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งภาพยนตร์ในยุคหลังสงครามโลกนี้มีสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอเป็นอย่างมาก เนื่องมาจากการเข้ามาของกองกำลังยึดครองญี่ปุ่น ซึ่งหมายถึงสหรัฐอเมริกา ได้เข้ามามีบทบาทและจำกัดสิทธิหรือกฎหมายต่างๆ ที่ริดรอนเสรีภาพของสื่อ รวมไปถึงกฎหมายภาพยนตร์ 1939 ด้วย เป็นเหตุให้สื่อมวลชนในยุคนี้มีเสรีภาพอย่างกว้างขวางมากกว่าสื่อมวลชนในยุคระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2

การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ที่เป็นส่วนหนึ่งของกฎหมาย

การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ ปรากฏหลักฐานว่า รัฐบาลเมจิเริ่มใช้อำนาจเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 กล่าวคือ กระทรวงมหาดไทยได้ออกกฎหมายภาพยนตร์ ในปี 1917 ให้อำนาจแก่ตำรวจและข้าราชการในท้องถิ่น จนถึงปี 1925 จึงได้ออกกฎหมายที่ใช้ในระดับประเทศที่เรียกว่า "กฎหมายเซ็นเซอร์ภาพยนตร์" (Censorship Regulation of Films) ซึ่งกฎหมายฉบับนี้มีรายละเอียดที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน เช่น บังคับให้ผู้สร้างต้องส่งฟิล์มภาพยนตร์พร้อมบทที่เสร็จสมบูรณ์ให้ทางการเซ็นเซอร์ก่อน และสงวนสิทธิ์ที่จะสั่งตัดหรือฉายได้ สถิติในปี 1926 มีภาพยนตร์ที่ส่งเข้ารับการตรวจก่อนฉายถึง 15,348 เรื่อง (วิภา อุตมฉันทน์, เรื่องเดิม)

การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์เป็นไปด้วยความเข้มงวด เนื่องจากสภาพบ้านเมืองในช่วงก่อนสงครามเป็นช่วงที่การเมืองของญี่ปุ่นตกอยู่ใต้อำนาจเผด็จการ รัฐบาลญี่ปุ่นจึงสามารถออกกฎหมายห้ามหรือวางกฎเกณฑ์เพื่อนำภาพยนตร์ไปเป็นเครื่องมือเพื่อนำไปสู่เป้าหมายใดอย่างหนึ่งของรัฐบาลญี่ปุ่น อีกทั้ง ในยุคสมัยของรัฐบาลบากูฟูหรือรัฐบาลทหาร การเซ็นเซอร์จะเป็นไปในแนวทางของการควบคุมการแพร่กระจายของข้อมูล สื่อลามก การเผยแพร่ศาสนาคริสต์ แนวคิดแบบตะวันตก เนื่องจากในช่วงนั้นแนวคิดแบบตะวันตกได้ทะลักเข้ามาในญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง เป็นเหตุให้รัฐบาลทหารจำเป็นต้องเข้ามาควบคุมและรวมไปถึงการเขียนวิจารณ์ทางการเมืองเกี่ยวกับโชกุนและรัฐบาลทหาร จะแบ่งการศึกษาการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ออกเป็น 2 ยุคสมัย ก็คือ ยุคระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 , ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

1. การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ในยุคระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2

การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ในช่วงนี้จะมีกฎระเบียบที่เคร่งครัดเป็นอย่างมาก เช่น ผู้สร้างภาพยนตร์จะต้องส่งบทภาพยนตร์ให้แก่กองเซ็นเซอร์ก่อนทำการผลิตและจะต้องแก้ไขบท จนเป็นที่พึงพอใจของเจ้าหน้าที่กองเซ็นเซอร์ อีกทั้งทางด้านกฎหมายยังได้กำหนดให้ต้องฉาย "หนังข่าว " และ "หนังวัฒนธรรม " ควบคู่ไปกับภาพยนตร์ทุกๆเรื่อง ในช่วงระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลทหารต้องการเชิดชูสถาบันจักรพรรดิเพื่อเป็นศูนย์กลางความคิดคลั่งชาติ ดังนั้นจึงได้เลือกใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อหลักในการนำเสนอความคิดคลั่งชาตินี้ จึงสอดส่องเข้มงวดกวาดขันเป็นพิเศษ ถ้าหากมีสิ่งใดที่กระทบต่อสถาบันจักรพรรดิในทางลบแม้แต่น้อย เช่น แม้แต่ดอกเบญจมาศหรือสิ่งของที่มีรูปทรงเหมือนดอกเบญจมาศ ที่ปรากฏบนเสื้อผ้าหรือเป็นส่วนหนึ่งของฉากในภาพยนตร์ต้องถูกตัดออกให้หมด เพราะดอกเบญจมาศคือตราประจำราชตระกูลของจักรพรรดิ ทางกองเซ็นเซอร์จะลงแรงนั่งนับกลีบดอกไม้ที่คู่คล้ายดอกเบญจมาศเพื่อให้แน่ใจว่าไม่ได้มีจำนวนกลีบเท่ากับกลีบดอกของตราประจำราชตระกูล เป็นต้น อีกทั้งในช่วงของสงคราม ความคิด

ฝ่ายซ้ายหรือความคิดลัทธิคอมมิวนิสต์ ถือเป็นภัยร้ายแรงต่อประเทศชาติบ้านเมือง ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาไป
ในแนวนี้นี้จึงถูกกวาดล้างจนสิ้นซากตั้งแต่ต้นทศวรรษที่ 1930

นอกจากการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์แล้ว การเซ็นเซอร์อีกรูปแบบหนึ่งก็คือ ระบบ Screen Quota ซึ่ง
เป็นระบบที่บังคับใช้กับโรงภาพยนตร์ภายในประเทศ เช่น การจัดจำนวนรอบในการฉายหนังที่ผลิต
ภายในประเทศในแต่ละวัน แต่ระบบนี้ได้ถูกยกเลิกไปในปี 1945 ซึ่งเป็นไปตามกฎหมายภาพยนตร์ที่ถูกตรา
ขึ้นในช่วงก่อนยุคโซเวียต

2. การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

หลังจากที่ญี่ปุ่นแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นจึงตกอยู่ภายใต้การยึดครองของสหรัฐอเมริกา ภายใต้
การนำของนายพลแมคอาเธอร์ อเมริกาได้ประกาศยกเลิกกฎระเบียบและข้อจำกัดต่อเสรีภาพทุกอย่างที่มีผล
บังคับใช้ในระหว่างสงครามและร่างประกาศคำสั่งต่างๆของตัวเองขึ้นมาแทน อีกทั้งยังได้ตั้งหน่วยงาน
ขึ้นมา 2 หน่วยงาน คือ กองข่าวสารและให้การศึกษาแก่ประชาชนหรือ CIE(Civil Information and
Education Section) และ หน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการเซ็นเซอร์กิจการทางพลเรือนหรือ CCD(Civil
Censorship Detachment) โดย CIE ได้มีคำสั่งว่า การสร้างภาพยนตร์จะต้องปฏิบัติตามนโยบายและหลักการ
ที่ CIE กำหนดขึ้นใหม่อย่างเคร่งครัด เช่น จะต้องขึ้น โครงการและบทภาพยนตร์ที่แปลเป็นภาษาอังกฤษแล้ว
นำมาให้ CIE ตรวจสอบก่อนการถ่ายทำและเมื่อถ่ายทำเสร็จก็ต้องให้ CCD เซ็นเซอร์อีกครั้งหนึ่ง และ CIE
ยังได้ประกาศรายชื่อภาพยนตร์ 236 เรื่องที่ถ่ายทำในระหว่างปี 1931-1945 ให้เป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหา "
ชาตินิยมจัด โฆษณาระบอบศักดินาและลัทธิทหาร" ห้ามมิให้นำออกเผยแพร่สู่สาธารณชน จากการเข้ามา
อำนาจในกองเซ็นเซอร์ของสหรัฐอเมริกา ได้ทำให้บุคคลในวงการภาพยนตร์ได้เห็นว่าเป็นการปิดกั้น
เสรีภาพและสร้างความขุ่นเคืองใจให้แก่คนในวงการภาพยนตร์มากที่สุด แต่ทางกองเซ็นเซอร์สหรัฐอเมริกา
ได้ให้ความเห็นว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของญี่ปุ่นได้ถูกชักนำจากรัฐบาลทหารไปจนหลงผิดยากที่จะ
เยียวยารักษาได้ จึงจำเป็นต้องใช้ทั้งคำสั่ง ข้อห้ามและข้อเสนอแนะที่มีรายละเอียดจุกจิกเพื่อนำไปสู่การ
เปลี่ยนแปลงให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสื่อที่มีส่วนสำคัญในการสร้างอุดมการณ์ใหม่และ
สังคมแบบประชาธิปไตยให้แก่ประเทศญี่ปุ่น

การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ใน 2 ช่วงยุคสมัย ถึงแม้ว่าระยะเวลาในแต่ละช่วงจะห่างกันเพียงไม่กี่ปี แต่สิ่ง
หนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมาก นั่นก็คือ ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่สหรัฐอเมริกาได้เข้า
มามีบทบาทในการปรับเปลี่ยนวงการภาพยนตร์ญี่ปุ่นให้มีความเป็นประชาธิปไตย สามารถแสดงออก
ได้อย่างเต็มที่ แม้ว่าจะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมทางด้านนโยบายต่างๆ ของสหรัฐอเมริกาก็ตามแต่ แต่ก็ทำให้
อุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่นเติบโตขึ้น ไปอย่างมากกว่าแต่เดิมที่อยู่ภายใต้ขอบเขตของรัฐบาลทหารในทุกๆ

เรื่อง เนื้อหาของภาพยนตร์ก็เป็นเพียงแค่การนำเสนอเชิงอุตสาหกรรมด้านภาพยนตร์ที่ไม่มีเสรีภาพใดๆ ทั้งสิ้น และนี่เองคือความแตกต่างของการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ในแต่ละช่วง

ยุคที่ 2 : ยุคญี่ปุ่นสร้างชาติและก้าวสู่ความทันสมัย

สภาพสังคมของญี่ปุ่นหลังจากการแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2 นั้นบอบช้ำมากไม่ว่าจะเป็นสภาพสังคมหรือสภาพจิตใจของคนญี่ปุ่นก็ตาม จึงทำให้ญี่ปุ่นต้องเร่งสร้างชาติกลับมาให้มีความเข้มแข็งและยิ่งใหญ่อย่างที่ผ่านมาให้ได้ และจะต้องก้าวเข้าสู่ความทันสมัย จึงเรียกยุคนี้ว่ายุคญี่ปุ่นสร้างชาติและก้าวสู่ความทันสมัย ญี่ปุ่นสมัยใหม่เป็นยุคที่ญี่ปุ่นใช้ความทันสมัยและความได้เปรียบจากการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ได้จากการช่วยเหลือของสหรัฐอเมริกา จึงทำให้ญี่ปุ่นได้ก้าวมาเป็นชาติที่หันมาให้ความสำคัญกับการลงทุนในต่างประเทศมากขึ้น มีการใช้ประเทศโลกที่สามเพื่อเป็นฐานในการผลิตสินค้า ในเชิงเศรษฐกิจ

ในด้านของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ญี่ปุ่นก็ได้ให้ความสำคัญมากขึ้น มีเจรจาต่อรองและทำการค้ากับต่างประเทศมากขึ้น รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน โดยมีการจัดตั้งองค์กรหรือศูนย์วัฒนธรรมเพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นแก่ชาวต่างชาติด้วย เช่น ศูนย์ JCC (Japan Creative Centre) จัดตั้งขึ้นที่ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น และนอกจากนั้นญี่ปุ่นยังได้สังเกตเห็นถึงศักยภาพของบุคลากรภายในประเทศอย่างศิลปิน ดารา นักร้องที่มีชื่อเสียง เพื่อใช้ในการโปรโมทวัฒนธรรมของประเทศผ่านสื่อและตัวศิลปิน ดารา นักร้อง ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น (J-pop) ให้เป็นที่รู้จัก อย่างที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้นว่า ในส่วนของยุคนี้ได้มีการจัดตั้งองค์กรต่างๆขึ้น เพื่อสนองนโยบายการส่งออกวัฒนธรรมเป็นยังภูมิภาคต่างๆ ดังนั้นจึงขอกกล่าวถึงตัวอย่างขององค์กร ได้แก่ องค์กร UNIJAPAN และศูนย์สร้างสรรค์ญี่ปุ่นในประเทศสิงคโปร์

UNI JAPAN

รูปภาพที่ 23 : Logo UNIJAPAN

ที่มา : <http://unijapan.org/en/>

UNIJAPAN

ประวัติความเป็นมา

ก่อตั้งเมื่อปี 1957 เป็นองค์กรที่เน้นส่งเสริมทางด้านภาพยนตร์ที่จัดตั้งขึ้น โดยไม่หวังผลกำไร
หน่วยงานที่รับผิดชอบ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ภายใต้การทำงานและความคุ้มครองจากรัฐบาล กระทรวงการต่างประเทศ (MOFA) และกระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์

เพื่อโปรโมตภาพยนตร์ญี่ปุ่นให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ

วิธีการทำงาน

UNIJAPAN จะทำร่วมกับผู้ผลิตภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศในการหาตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ อีกทั้งยังคอยจัดหาและเชื่อมโยงข้อมูลล่าสุดที่เกี่ยวกับตลาดภาพยนตร์ญี่ปุ่นและ Box office ให้แก่องค์กรอุตสาหกรรมภาพยนตร์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น

ผลของการทำงาน

- สนับสนุนให้ มีการตั้ง Japan Pavilion และ Japan Booth ขึ้นในเทศกาลภาพยนตร์ใหญ่เช่น เทศกาลหนังเมืองคานส์, เทศกาลหนังโทรอนโต, เทศกาลหนังปูซาน และเทศกาลหนังเบอร์ลิน เพื่อเป็นการโปรโมตอุตสาหกรรมภาพยนตร์และเป็นการสร้างกำไรอีกทางหนึ่งให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์และบริษัทที่ขายภาพยนตร์อีกด้วย

- สนับสนุนให้มีการจัดเทศกาลหนังทั้งในประเทศและต่างประเทศขึ้น เพื่อเป็นส่งเสริมภาพยนตร์ญี่ปุ่น ผู้กำกับและศิลปินต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักในตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศ และให้เงินสนับสนุนแก่ผู้กำกับหน้าใหม่เพื่อเป็นทุนในการสร้างหนัง

ซึ่งUNIJAPAN ถือได้ว่าเป็นองค์กรที่มีอิทธิพลอย่างมากในวงการภาพยนตร์ของญี่ปุ่น มีส่วนช่วยส่งเสริมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่นมีการเติบโตและเป็นที่รู้จักกันทั่วโลกอีกด้วย



รูปภาพที่ 24-25 ศูนย์สร้างสรรค์ญี่ปุ่น ณ ประเทศสิงคโปร์ โดยสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่น ประจำกรุงสิงคโปร์

ที่มา : <http://www.sg.emb-japan.go.jp/jcc/>

JCC in Singapore

ประวัติความเป็นมา

องค์กรนี้ถูกจัดตั้งขึ้นเป็นผลมาจากผลของการประชุมความร่วมมือระหว่างประเทศญี่ปุ่น - สิงคโปร์ ช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤศจิกายน ในปี 2007 ข้อตกลงว่าด้วยเรื่องการก่อตั้งศูนย์สร้างสรรค์ญี่ปุ่น (JCC) ในประเทศสิงคโปร์ เพื่อเป็นฐานในการแพร่ขยายวัฒนธรรมและเทคโนโลยีต่างๆของญี่ปุ่น ซึ่งศูนย์นี้เรียก

ได้ว่าเป็นศูนย์แรกที่ก่อตั้งนอกประเทศญี่ปุ่นซึ่งถือเป็นการแสดงวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่และแสดงถึงศักยภาพของญี่ปุ่นใน"ปัจจุบัน" เพื่อสามารถเป็นต้นแบบที่ดีในอนาคต

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ภาครัฐ(สถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำกรุงสิงคโปร์)

วัตถุประสงค์

การแพร่ขยาย "นวัตกรรมใหม่และขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม" ซึ่งศูนย์แห่งนี้จะแสดงให้เห็นถึง Soft power ของญี่ปุ่น เช่น วัฒนธรรมป๊อป และศิลปะต่างๆที่แสดงออกถึงขนบธรรมเนียมประเพณี ควบคู่ไปกับการสร้างพื้นที่ประสบการณ์ใหม่ๆเพื่อสร้างเสน่ห์ให้กับประเทศญี่ปุ่น ศูนย์สร้างสรรค์ญี่ปุ่นแห่งนี้สร้างมาไม่ใช่เพียงแค่ออกรับพลเมืองชาวสิงคโปร์เท่านั้นแต่รวมไปถึงบุคคลต่างๆที่นอกเหนือจากประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีความสนใจในวัฒนธรรมญี่ปุ่นได้เข้ามาเยี่ยมชมได้

วิธีการทำงาน

UNIJAPAN จะทำร่วมกับผู้ผลิตภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศในการหาตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ อีกทั้งยังคอยจัดหาและเชื่อมโยงข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับตลาดภาพยนตร์ญี่ปุ่นและ Box office ให้แก่องค์กรอุตสาหกรรมภาพยนตร์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น

ผลของการทำงาน

แต่เดิมรูปแบบในการจัดตั้งศูนย์ต่างๆขึ้นเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่น จะเป็นไปในรูปแบบของการจัดตั้ง Japan Culture Centre ที่ก่อตั้งโดยภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในแคนาดา ออสเตรเลีย กรุงเทพฯ วอชิงตัน ดี.ซี. ซิดนีย์ เป็นต้น การจัดตั้ง Japan Culture Centre ขึ้นในเมืองต่างๆทั่วโลก เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเผยแพร่ความเป็นญี่ปุ่นให้เป็นที่รู้จักและได้เรียนรู้ความเป็นญี่ปุ่นได้อย่างแท้จริง และเป็นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ แต่ในปัจจุบันได้มีการจัดตั้งศูนย์การสร้างสรรค์ Japan Creative Centre (JCC) ขึ้นที่สิงคโปร์เป็นแห่งแรก ซึ่งรูปแบบในการดำเนินงานก็จะแตกต่างกันไป แต่วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งศูนย์ทั้งสองขึ้นก็ไม่ได้แตกต่างกันเลย ซึ่งวัตถุประสงค์หลักก็คือ การทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกเช่นเดียวกัน การจัดตั้ง JCC in Singapore ถือเป็นเรื่องใหม่ที่ก่อตั้ง เพื่อมารองรับความเจ๋งของญี่ปุ่นที่กำลังจะกลับมาภายใต้ นโยบายที่ชื่อว่า "COOL JAPAN"

นโยบาย COOL JAPAN

ประวัติความเป็นมา

เมื่อกลางปี 2011 รัฐบาลญี่ปุ่นได้มองเห็นถึงช่องทางในการ ส่งออก Pop Culture ออกไปแข่งขันในตลาดโลก โดยมองว่า Pop Culture ของญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มวัยรุ่น โดยเฉพาะ ในเอเชีย หากได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ก็จะทำให้สามารถแข่งขันได้ ก็น่าจะเป็นอีกสาขาหนึ่งที่สามารถทำรายได้เข้าประเทศ พร้อมๆไปกับส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ไปยังตลาดโลก โดยตั้งเป้าหมายเจาะตลาดในเอเชีย ยุโรป และอเมริกาเหนือ เป็นอันดับแรก เตรียมรณรงค์เพื่อบุกตลาดภายใต้ชื่อ “Cool Japan” ประกอบไปด้วย การ์ตูน เกมส์ อาหาร และแฟชั่น รัฐบาลญี่ปุ่นมองว่า ยังมีวัฒนธรรมญี่ปุ่นสาขาต่างๆ อีกมากที่ ชาวต่างชาติ ชื่นชอบ ที่เรียกรวมๆ ว่า Japan Pop Culture เช่น แฟชั่นทรงผม การห่อผ้าแบบญี่ปุ่น (Kuroshiki) การพับกระดาษ รวมถึงไลฟ์สไตล์ต่างๆของญี่ปุ่น โดยที่ผ่านมา รัฐบาลท้องถิ่น หรือจังหวัดต่างๆของญี่ปุ่น ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการค้าของจังหวัดด้วยการจัดคณะศิลปะ วัฒนธรรมและสินค้าพื้นเมือง เดินทางออกไปจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและแนะนำสินค้าในประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งก็ได้รับความสนใจ สินค้าญี่ปุ่นขายหมดในเวลาอันสั้นแม้ว่าจะมีราคาสูง จึงเป็นที่มาของนโยบายของรัฐบาล ที่จะเริ่มส่งเสริม Cool Japan อย่างจริงจัง เพื่อช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย ในท้องถิ่นที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ให้สามารถออกไปโลดแล่น ประกอบธุรกิจ และเจริญเติบโตในต่างประเทศ



รูปภาพที่ 26-27 รายการ COOL JAPAN ทางช่อง NHK

ที่มา : <http://www.nhk.or.jp/cooljapan/>

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม หรือ METI และนอกจากนั้น ยังได้รับความร่วมมือกับ สถานีโทรทัศน์NHK ในการช่วยโปรโมตความเจ๋งของญี่ปุ่น และได้มีการจัดทำรายการ COOL JAPAN ขึ้นในช่องNHK World เพื่อให้ชาวต่างชาติได้รับชม

วัตถุประสงค์

ภายหลังจากที่ญี่ปุ่นต้องเสียพื้นที่ทางวัฒนธรรมในแก่เกาหลีใต้ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา นโยบาย COOL JAPAN จึงได้กลับมาเรียกคืนพื้นที่ทางวัฒนธรรมและเรียกคืนความแข็งแกร่งของญี่ปุ่นกลับมา

วิธีการทำงาน

เผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่ออย่างการ์ตูน เกมส์ อาหาร และแฟชั่น

ผลของการทำงาน

จากกระแสนโยบาย COOL JAPAN ทำให้ประเทศญี่ปุ่น กลับมามีพื้นที่ทางวัฒนธรรมบนโลกขึ้นอีกครั้งหนึ่ง หลังจากที่ต้องสูญเสียพื้นที่ให้แก่เพื่อนบ้านอย่างประเทศเกาหลีใต้ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เปรียบเสมือนเป็นจุดตกต่ำของญี่ปุ่นอีกครั้ง เนื่องจากญี่ปุ่นประสบปัญหาฟองสบู่แตก เศรษฐกิจญี่ปุ่นเข้าสู่สภาวะเงินฝืด แต่เมื่อสภาวะเศรษฐกิจกำลังมีที่ท่ากำลังจะฟื้นฟูได้ แต่แล้วก็มีสิ่งหนึ่งที่ทำให้ญี่ปุ่นกลับไปจุดต่ำสุดอีกครั้ง ก็คือ เหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่เมื่อเดือนมีนาคมปี 2011 มหันตภัยครั้งร้ายแรงได้สร้างความเสียหายแบบประเมินค่าไม่ได้เอาไว้ จึงทำให้ญี่ปุ่นต้องการที่จะฟื้นฟูประเทศอย่างมหาศาลอีกครั้ง แต่ด้วยทัศนคติใหม่ี่เองที่ทำให้รัฐบาลต้องหันมาให้ความสำคัญกับพื้นที่ทางวัฒนธรรมมากกว่าพื้นที่ทางเศรษฐกิจ เพราะรัฐบาลญี่ปุ่นเล็งเห็นถึงประสิทธิภาพและของดีที่ญี่ปุ่นมีอยู่แล้วว่าเป็นการดีกว่าที่เราจะสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมา จึงเปรียบเป็นการย้อนกลับไปหาอดีตที่เคยรุ่งเรืองอีกครั้ง

นโยบาย COOL JAPAN จึงตอบโจทย์ในข้อนี้ของรัฐบาลญี่ปุ่น ได้ จึงได้นำนโยบายนี้มาใช้ในการเรียกคืนความแข็งแกร่งและความเข้มแข็งของญี่ปุ่น อย่างในอดีตกลับมา ส่วนหนึ่งของนโยบาย COOL JAPAN ที่ปัจจุบันกลายเป็นที่รู้จักในชาวโลก ก็คือ Hello Kitty, UNIQLO แฟชั่นที่เปลี่ยนการแต่งตัวของโลก ,GHIBLI จิตวิญญาณและความเป็นมนุษย์ ,SUPERFLAT ศิลปะในนิยามใหม่ ,AKB48 เมื่อญี่ปุ่นออกแบบการขอคืนพื้นที่เจ-ป๊อป เป็นต้น

ซึ่งจะเห็นได้ว่า ดังตัวอย่างที่ได้กล่าวมาข้างต้น ญี่ปุ่น ไม่เพียงแต่สร้างสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่ยังใส่วัฒนธรรมลงไปสินค้าในแต่ละอย่าง เป็นการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า ที่สามารถจับต้องและซื้อขายได้ แต่ในขณะนั้น นโยบาย COOL JAPAN จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด เป็นเรื่องที่จะต้องติดตามกันต่อไป แต่ขณะนี้แล้ว ถือว่า นโยบาย COOL JAPAN ของรัฐบาลญี่ปุ่น ได้ประสบความสำเร็จไปอีกหนึ่งก้าว ในการให้ญี่ปุ่นกลายเป็นที่รู้จัก และสามารถทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่น เป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึงและจับต้องได้ง่ายขึ้น ผ่านกระบวนการทำให้เป็นสินค้านั่นเอง

จากการศึกษาจะเห็นได้ถึงความแตกต่างขององค์กร UNIJAPAN, JCC in Singapore ในเชิงของวิธีการทำงาน แต่สิ่งหนึ่งที่เหมือนกันทั้งสี่ก็คือวัตถุประสงค์และหน่วยงานที่รับผิดชอบ ซึ่งทั้งสององค์กรต่างก็มีวัตถุประสงค์ที่จัดตั้งขึ้นก็เพื่อต้องการสนองนโยบายของภาครัฐที่ต้องการทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นให้กลายเป็นสิ่งที่เข้าถึงทุกคนและทุกเชื้อชาติได้ อีกทั้งสององค์กรยังสอดคล้องกับนโยบาย COOL JAPAN ที่รัฐบาลญี่ปุ่นต้องการที่จะทำให้ทุกคนเห็นว่าวัฒนธรรมญี่ปุ่นไม่ใช่เรื่องที่น่าเบื่อหรือเรื่องที่หมดกระแสไปแล้ว แต่วัฒนธรรมญี่ปุ่นยังสามารถปรับเปลี่ยนให้ดีกว่าเดิมได้อีกทั้งเพื่อเป็นการประกาศความยิ่งใหญ่ของวัฒนธรรมญี่ปุ่นไปยังทั่วโลก จึงได้มีการจัดตั้งองค์กรที่มีความร่วมมือระหว่างประเทศและมีการจัดตั้งองค์กรขึ้นในต่างประเทศดังตัวอย่างที่ได้กล่าวไปในข้างต้น

ยุคที่ 3 : ยุคญี่ปุ่นขอคืนพื้นที่

แต่เดิมความเป็นชาตินิยมจะถูกถ่ายทอดผ่านความรักชาติหรือการจงรักภักดีต่อ อองศ์จักรพรรดิและประเทศ ในปัจจุบัน เมื่อสภาพสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง บริบทต่างๆทางสังคมก็ย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย สิ่งที่เราเรียกว่า "ชาตินิยม" ได้ถูกแปรเปลี่ยนไปในรูปแบบของการส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิมของประเทศให้เป็นที่ประจักษ์ในวงกว้าง รัฐบาลญี่ปุ่นได้สังเกตเห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศ จึงได้มีการส่งเสริมให้มีการเผยแพร่วัฒนธรรมดั้งเดิมของประเทศผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ จึงเป็นที่มาและสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการจัดเทศกาลภาพยนตร์ขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1. การจัดเทศกาลภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในปัจจุบัน การเผยแพร่วัฒนธรรมหลักของประเทศ ไม่ได้จำกัดว่าเป็นเพียงแค่การเจริญสัมพันธไมตรีกันระหว่างประเทศเพียงเท่านั้น ที่จะสามารถเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของทั้งสองประเทศได้ แต่ยังมีหลากหลายวิธี ทั้งการส่งเสริมสินค้าอุตสาหกรรม, การส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อ ทั้งสื่อภาพยนตร์, สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น

การจัดเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นความร่วมมือของทั้งภาครัฐและเอกชนในการร่วมมือกันเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศในเป็นที่รู้จักสู่สายตาชาวโลก จึงได้มีการจัดเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่นขึ้นตามหัวเมืองใหญ่ในประเทศญี่ปุ่น เช่น Tokyo, Okinawa, Yamagata ฯลฯ และตามเมืองใหญ่ๆในแต่ละประเทศ เช่น Los Angeles, London, Toronto, Bangkok ฯลฯ เป็นต้น โดยมีการใช้สื่อภาพยนตร์ในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมญี่ปุ่นและเป็นช่องทางผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจของ

ประเทศ ทำให้เกิดเงินหมุนเวียนจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศ ญี่ปุ่น ไปพร้อมๆกัน

■ เทศกาลภาพยนตร์ในประเทศ

ประเทศญี่ปุ่น ได้เริ่มมีการจัดเทศกาลภาพยนตร์ขึ้น ในต่างประเทศมาแล้วเป็นเวลาเกือบ 30ปี ซึ่งแต่เดิมนั้น การจัดเทศกาลภาพยนตร์ขึ้นจะเป็นการจัดตั้งขึ้นของหน่วยงานของภาครัฐ ภายหลังจากมาจึงเริ่มมีหน่วยงานเอกชนเข้ามาเป็นผู้จัดขึ้นบ้าง ซึ่งการจัดเทศกาลภาพยนตร์ขึ้นในประเทศญี่ปุ่นเอง เป็นเสมือนการรณรงค์ให้ชาวญี่ปุ่น ให้มาสนใจภาพยนตร์ในประเทศขึ้นบ้าง เนื่องจากในปัจจุบัน ภาพยนตร์ฮอลลีวูดจากสหรัฐอเมริกาสามารถทำรายได้จากทั่วโลกสูงที่สุดในบรรดาอุตสาหกรรมภาพยนตร์จากทุกๆประเทศ อีกทั้งจะเป็นการรวบรวมภาพยนตร์ดีดีแล้ว ก็ยังมีการประกาศรางวัลแก่ภาพยนตร์ยอดเยี่ยมในสาขาต่างๆ และยังมีการให้รางวัลแก่ภาพยนตร์ ของต่างประเทศอีกด้วย

Tokyo International Film Festival (TIFF)



รูปภาพที่ 28 ที่มา : <http://www.pop-pictures-ltd.com/wp-content/uploads/2010/10/tiff-logo1.jpg>

ประวัติความเป็นมา

เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโตเกียว ถือว่าเป็นเทศกาลภาพยนตร์ที่เก่าแก่และเป็นที่รู้จักดีทั้งในประเทศและต่างประเทศ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโตเกียวถูกจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี 1985 ได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการจากสหพันธ์สมาคมผู้ผลิตภาพยนตร์นานาชาติ (FIAPF)) และจัดตั้งโดยกระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม(METI) และรัฐบาลท้องถิ่นของกรุง โตเกียว เทศกาลภาพยนตร์นี้ถือว่าเป็น 1 ใน 12 เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่ใหญ่ที่สุดของโลก และเป็นเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่ได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการจากญี่ปุ่นเพียงแห่งเดียวอีกด้วย

หน่วยงานที่รับผิดชอบและเงินทุน

ได้รับการสนับสนุน ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

วัตถุประสงค์

นอกจากจะเป็นการฉายภาพยนตร์และการประกวดแข่งขันภาพยนตร์ การจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาตินี้ยังเป็นตลาดให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์จากหลายๆชาติมาพบปะ แลกเปลี่ยนระหว่างกัน

วิธีการทำงาน

ในปี 2012 นี้ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโตเกียวถูกจัดขึ้นมาเป็นครั้งที่ 25 ภายในงานเทศกาล จะมีการประกวดแข่งขันภาพยนตร์จากหลายไปๆประเทศ ภาพยนตร์ที่นำมาฉายมีมาจากหลายๆประเทศทั่วโลก และนอกจากภาพยนตร์แล้ว ก็ยังมีการฉายภาพยนตร์สารคดีอีกด้วย

ผลการดำเนินงาน

ในการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโตเกียวครั้งที่ 25 วันที่ ได้มีการจัดอภิปราย U.S.-Japan Film Academy ขึ้น โดยความร่วมมือของสถานทูตสหรัฐอเมริกา , องค์การ UNIJAPAN เป็นการพูดคุยถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์และโอกาสในการถ่ายทำภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น การจัดเทศกาลภาพยนตร์ในครั้งนี้ ภาพยนตร์สารคดีที่ได้รับการฉายเปิดเทศกาล ได้แก่ ภาพยนตร์สารคดีเรื่อง "Japan in a Day" ซึ่งเป็นภาพยนตร์สารคดีที่พูดถึงประเทศญี่ปุ่น ภายหลังจากที่ญี่ปุ่นประสบแผ่นดินครั้งใหญ่ในวันที่ 11 มีนาคม 2012 ทำให้ญี่ปุ่นได้รับความเสียหายอย่างใหญ่หลวง ภาพยนตร์สารคดีเรื่องนี้จึงเป็นการบอกเล่าถึงสภาพความเป็นอยู่ของญี่ปุ่นในวันนี้ให้ประจักษ์แก่ชาวโลกว่า ญี่ปุ่นฟื้นฟูและยินดีต้อนรับชาวต่างชาติแล้ว

Okinawa International Movie Festival



รูปภาพที่ 29 ที่มา : <http://www.oimf.jp/2012/jp/>

ประวัติความเป็นมา

เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโอกินาวา จะจัดขึ้นในเดือนมีนาคมของทุกทุกปี เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโอกินาวา เป็นเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติอีกแห่งหนึ่งที่มีความนิยมเป็นอย่างมาก จัดติดต่อกันมาเป็นปีที่ 4(2012)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ผู้สนับสนุนหลักในการจัดงานทั้งภาครัฐและเอกชน อย่างกระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม, กระทรวงการต่างประเทศ พร้อมทั้งหน่วยงานต่างๆและรวมไปถึงบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างรูปแบบใหม่ในงานเทศกาลภาพยนตร์ที่ทุกคนสามารถทำความเข้าใจญี่ปุ่น ผ่านภาพยนตร์ ภายใต้ธีมของงานที่ว่า "Laugh&Peach(หัวเราะและสันติภาพ)" เนื่องจากภาพยนตร์ที่นำมาฉายในงานนั้น จะเป็นภาพยนตร์ที่เป็นแนวComedy ที่สร้างเสียงหัวเราะและเป็นภาพยนตร์ที่สร้างความสันติให้แก่โลกได้

วิธีการทำงาน

ภาพยนตร์ที่นำมาฉายในเทศกาลก็จะเป็นภาพยนตร์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น , เกาหลี, ใต้หวัน, แคนาดา, ไทย, สหรัฐอเมริกา, อินเดีย เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน

การจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโอกินาวา นอกจากจะได้รับความตื่นเต็นจากภาพยนตร์ที่นำมาฉายแล้ว หรือทำให้ภาพยนตร์ญี่ปุ่นเป็นที่รู้จัก และยังเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างภูมิภาคเอเชีย และภูมิภาคใกล้เคียงอีกด้วย ก็ยังเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่น ไปพร้อมๆกัน

▪ เทศกาลภาพยนตร์ในต่างประเทศ

ประเทศญี่ปุ่นเริ่มจัดเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่นขึ้นในต่างประเทศน่าจะราวๆ 10ปีที่แล้ว ซึ่งทางประเทศญี่ปุ่นต้องการจะเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่น ไปพร้อมๆกับการฉายภาพยนตร์ที่มีเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นญี่ปุ่น ให้ชาวโลกได้รับรู้ ซึ่งการจัดเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่นตามเมือง หลวงและเมืองใหญ่ๆ ในต่างประเทศ เช่น Los Angeles, Bangkok, London เป็นต้น โดยมีการใช้สื่อภาพยนตร์ในการประชาสัมพันธ์ และเป็นช่องทางผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้เกิดเงินหมุนเวียนจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์และยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปพร้อมๆกัน

Japanese Film Festival Los Angeles



รูปภาพที่ 30 ที่มา : <http://www.jffla.org/>

ประวัติความเป็นมา

เทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่น นลอสแอนเจลิส ถูกจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2003 แต่เดิมนั้นใช้ชื่อว่า Chanoma Film Festival ก่อนจะถูกเปลี่ยนมาเป็น Japanese Film Festival ในปี 2008 ซึ่งได้ว่าเป็นเทศกาล

หนังแนวหน้าที่ทุ่มเทให้กับการสร้างความเข้มแข็งในการเข้าใจถึงพื้นฐานของวัฒนธรรมญี่ปุ่น ได้เป็นอย่างดี โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ชมชาวอเมริกันและญี่ปุ่นในลอสแอนเจลิส ต้องตัดภาพความเป็นภาพยนตร์ญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมทิ้งและเปิดรับความเป็นญี่ปุ่นสมัยใหม่เข้าไปแทนที่ ซึ่งรูปแบบเทศกาลแบบดั้งเดิมก็คือ "Chanoma" ซึ่ง Chanoma ก็คือสถานที่ที่คนในครอบครัวจะมาชุมนุมในห้องนั่งเล่นและมาดูหนังกันอย่างอบอุ่น ซึ่งภาพเหล่านี้ถือเป็นกิจวัตรประจำวันของคนญี่ปุ่น

วิธีการทำงาน

ในเวลาต่อมาเทศกาลนี้ได้ค่อยๆพัฒนาให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อความสนุกสนานของผู้ชม ซึ่งจะแตกต่างไปจากภาพที่เราเห็นกันในวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งการจัดเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่นขึ้นก็เพื่อเป็นการให้ผู้ชมชาวอเมริกันได้รับรู้ถึงความเป็นญี่ปุ่น และให้คนญี่ปุ่นเองได้มองวัฒนธรรมของชนชาติตัวเองในมุมมองที่แตกต่างกันออกไป เปรียบเสมือนภาพยนตร์เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงชาวอเมริกันและชาวญี่ปุ่นเอาไว้ เพราะจะสามารถช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมร่วมสมัยของญี่ปุ่นให้แก่อีกซีกโลกหนึ่ง เช่นเดียวกับเป็นการส่งเสริมการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา

Japanese Film Festival in Bangkok, Thailand



รูปภาพที่ 31 ที่มา : <http://blog.nationmultimedia.com/wisekwai/category/culture/page19>

ประวัติความเป็นมา

ญี่ปุ่น เป็นอีกประเทศหนึ่งที่เข้ามาจัดเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ มาโดยตลอด ภาพยนตร์ที่นำมาฉายจะออกแนวศิลปะมากกว่าภาพยนตร์ตลาด แต่เดิมการจัดเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่น จะเป็นการจัดงานแบบเล็กๆ ออกฉายเพียงแค่โรงภาพยนตร์เล็กๆ เช่น โรงหนังลิโด้, สกาล่า, House RCA เท่านั้น

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ได้รับความร่วมมือจากส่วนต่างๆ ทั้งศูนย์วัฒนธรรมญี่ปุ่น ,สถาน เอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย,มูลนิธิเจแปนฟาวน์เดชั่นกรุงเทพฯ ร่วมกับโรงภาพยนตร์ชั้นนำของประเทศ จึงทำให้ภาพยนตร์ญี่ปุ่นเข้ามามีพื้นที่ในโรงหนังใหญ่ในบ้านเราเป็นอย่างมาก

วิธีการทำงาน

เนื้อหาของภาพยนตร์ส่วนใหญ่ที่นำมาฉายในงานเทศกาล อย่างเช่น ในงานเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่น ปี 2008 จะเป็นการแนะนำภาพยนตร์จากยุคทองของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่น คือช่วงทศวรรษที่ 1950 และ 1960 ซึ่งถือเป็นสมบัติล้ำค่าที่ซ่อนเร้นของภาพยนตร์ญี่ปุ่น โดยคัดเลือกผลงานชิ้นเอก 10 เรื่องของผู้กำกับฝีมือเยี่ยมที่สร้างสรรค์ขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1950 และ 1960 มาให้ชมกันแบบไม่ เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น หรือแม้แต่ในงานเทศกาลภาพยนตร์ญี่ปุ่นในปี 2009 ชื่อหลักของงานในครั้งนี้คือ "Sakura" ก็จะเป็นการแนะนำภาพยนตร์ที่มีทิวทัศน์ดอกซากุระบานสะพรั่ง ตลอดจนวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่น ในฤดูใบไม้ผลิแทรกอยู่ใน ภาพยนตร์ทั้ง6เรื่องที่นำมาฉาย จะมีซากุระเป็นฉากหลัง จะได้รับการนำเสนอ เนื้อหาที่ต่างกัน ตั้งแต่ภาพยนตร์รัก ภาพยนตร์ตลก จนถึงภาพยนตร์ชีวิต ทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงความหมายที่แตกต่างกันออกไปของซากุระ เป็นต้น

แม้ว่าจุดประสงค์ที่แท้จริงของการจัดเทศกาลภาพยนตร์จะเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของญี่ปุ่นหรือจะเป็นการหารายได้จากการฉายหนังเข้าสู่ประเทศ แต่สิ่งหนึ่งที่แอบแฝงไว้ในการจัดเทศกาลภาพยนตร์ขึ้น ก็คือการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาหาร เสื้อผ้า วัฒนธรรมการกิน หรือแม้แต่ไลฟ์สไตล์ต่างๆ ก็ถูกถ่ายทอดลงไปภาพยนตร์เหล่านั้น เมื่อภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ได้ปรากฏต่อสายตาผู้ชมแล้ว นอกจากได้อรรถรสในการรับชม หรือ ได้รับแรงบันดาลใจต่างๆก็ตาม แต่เหนือสิ่งใดที่ผู้ชมได้รับไปพร้อมๆกับอรรถรส ก็คือเรากำลังตกอยู่ภายใต้การครอบงำทางด้านวัฒนธรรมของญี่ปุ่นแล้ว ซึ่งถือเป็นความไม่ตั้งใจในความตั้งใจที่จะเผยแพร่วัฒนธรรมแบบญี่ปุ่นให้ชาวโลกได้รับ ผ่านสื่อหลักอย่างภาพยนตร์

ดังนั้น จากการศึกษาข้อมูลของกระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมที่ปรากฏทั้งในอดีตและปัจจุบัน จะพบว่า กระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยม จากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคม เมื่อสภาพสังคมเปลี่ยน บริบททางสังคมย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จากที่ได้ว่าเมื่ อสังคมญี่ปุ่นก้าวเข้าสู่สงครามโลกครั้งที่ 2 สภาพบ้านเมืองตกอยู่ในสภาวะสงคราม จิตใจระส่ำระสาย เกิดความแตกแยกในบ้านเมือง แต่เมื่อถึงจุดเปลี่ยน ชาวญี่ปุ่นก็สามารถรวมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวได้ เนื่องจากสิ่งที่เรียกว่า "สถาบันจักรพรรดิ" ได้กลายมาเป็นแรงใจและที่ยึดเหนี่ยวให้กับประชาชนในชาติ กระแสความรักชาติหรือชาตินิยม ได้ถูกปลุกขึ้นอีกครั้ง สื่อมวลชนที่เป็นสื่อกระแสหลักของชาติ ได้ถูกรัฐบาลทหารใน

ขณะนั้นเข้ามามีอำนาจและบทบาทเต็มที่ สื่อถูกปิดกั้นและขาดเสรีภาพในการแสดงออก แต่เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง ญี่ปุ่นก็มีสภาพบ้านเมืองที่เสียหาย ตกอยู่ภายใต้การปกครองของสหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกาได้เข้ามามีบทบาทในทุกด้านๆของญี่ปุ่นทั้งด้านการเมืองการปกครอง ด้านกฎหมาย ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและด้านสื่อสารมวลชน สื่อมวลชนซึ่งแต่เดิมได้ถูกจำกัดเสรีภาพจากรัฐบาลทหาร ก็ถูกปลดปล่อยเป็นอิสระ แต่อิสระที่ได้รับก็ยังคงอยู่ภายใต้ขอบเขตที่สหรัฐอเมริกาได้ตั้งไว้ สิทธิและเสรีภาพที่สื่อมวลชนอย่างญี่ปุ่นเรียกร้องนั้น ก็ยังเหมือนแสงไฟที่ริบหรี่ แต่แล้วเมื่อสหรัฐอเมริกาได้ถอนกำลังออกจากประเทศญี่ปุ่น ฟากกลับสว่างขึ้นอีกครั้งเมื่อญี่ปุ่นได้กลายเป็นอิสระใดๆจากทุกสิ่ง แต่ถึงอย่างไรก็ตามสหรัฐอเมริกา ก็ถือว่ามีส่วนช่วยให้ญี่ปุ่นสร้างชาติได้อย่างเช่นทุกวันนี้ เมื่อกระแสหลักอย่างสหรัฐอเมริกาผ่านไป กระแสหลักใหม่อย่างเกาหลีใต้ได้พัดผ่านเข้ามาอีกครั้ง ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศญี่ปุ่นที่ถือว่าเป็นประเทศที่ส่งออกสินค้าทางด้านอุตสาหกรรมบันเทิงอีกประเทศหนึ่ง ได้สูญเสียพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้แก่เกาหลีใต้ ซึ่งกำลังมีอิทธิพลทางด้านวัฒนธรรมอย่างมากทั้งในภูมิภาคยุโรป และภูมิภาคเอเชีย ซึ่งก็รวมไปถึงญี่ปุ่น จึงทำให้ญี่ปุ่นเล็งเห็นว่า กระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี หรือ กระแสฮันรยู กำลังเข้ามามีบทบาทในประเทศเป็นอย่างมาก จึงได้เสนอนโยบายเพื่อเรียกร้องความแข็งแกร่งและความแข็งแกร่งกลับคืนมา ภายใต้ชื่อ "COOL JAPAN" ซึ่งประกอบไปด้วย การ์ตูน เกมส์ อาหาร ภาพยนตร์ คนตรี เพื่อเรียกคืนพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ญี่ปุ่นเคยเฟื่องฟูเมื่อทศวรรษที่ผ่านมา เป็นผลให้เกิดการจัดตั้งองค์กรต่างๆขึ้นมา เช่น UNIJAPAN, JCC in Singapore หรือแม้แต่การจัดเทศกาลภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นส่วนหนึ่งของการเรียกคืนพื้นที่ทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นกลับคืนมา จากเหตุการณ์เหล่านี้จึงทำให้เห็นว่า กระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมของญี่ปุ่น ได้ถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องไปตามบริบทของสังคม เมื่อก้าวเข้าสู่สังคมโลกาภิวัตน์ การใช้กฎหมายในการสร้างความเป็นชาตินิยมได้กลายเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น แต่กลับกลายเป็นการตีกรอบเสียมากกว่า และกลับไม่ได้ประโยชน์มากเท่าที่ควร รัฐบาลญี่ปุ่นจึงหันมาใช้อุดมการณ์หรือวัฒนธรรมในการเผยแพร่ความเป็นชาติผ่านสื่อสารมวลชน เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และคนตรี วิธีการเหล่านี้สามารถเรียกได้ว่าเป็น "การขยายจักรวรรดิทางวัฒนธรรม" ก็เป็นไปได้

จากในอดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากตัวกระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมจะเปลี่ยนไปแล้ว วงค์กรหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องก็ต่างมีหน้าที่รับผิดชอบแตกต่างกันไปตามบริบทของสังคมเช่นกัน ดังเห็นได้จากในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 หน่วยงานที่มีส่วนช่วยให้เกิดสำนึกความเป็นชาติก็ได้แก่ หน่วยงานของรัฐ อาทิเช่น กองเซ็นเซอร์ ซึ่งในช่วงนั้นรัฐบาลทหารได้เข้ามามีบทบาทในทุกภาคส่วนของประเทศ กำกับดูแลทุกอย่างให้อยู่ในความดูแลของรัฐทั้งสิ้น รวมไปถึงสื่อมวลชนก็ถูกจำกัดเสรีภาพและถูกกำกับให้ เป็นไปตามสิ่งที่รัฐบาลทหารต้องการ ถึงแม้ว่าสงครามโลกครั้งที่ 2 จะสิ้นสุดลงไปแล้วเชื่อว่าเสรีภาพของสื่อ

จะไม่ถูกจำกัด แต่เพียงกระบวนการที่ภาครัฐกระทำกับสื่อเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น อันเนื่องมาจากสหรัฐอเมริกาที่มีความเป็นประชาธิปไตย ให้สิทธิเสรีภาพกับทุกคนขึ้น จึงทำให้ชนชั้นสื่อเองก็สามารถที่จะแสดงออกได้อย่างอิสระมากขึ้นแต่ถึงอย่างไรก็ตามเสรีภาพของสื่อก็ตกอยู่ภายใต้ศรัทธาขององค์กรของสหรัฐอเมริกาทั้งสิ้น เช่น กองข่าวสารและให้การศึกษาแก่ประชาชน(CIE) และ หน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการเซ็นเซอร์กิจการทางพลเรือน(CCD) ที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาเพื่อกำกับดูแลทิศทางของสื่อให้เป็นไปในทิศทางที่เป็นประชาธิปไตยมากขึ้น ไร้สำนึกความเป็นชาติที่รัฐบาลทหาร ได้เคยปลูกฝังเอาไว้

แต่แล้วเมื่อญี่ปุ่นเดินทางมาถึงความเป็นสมัยใหม่ ญี่ปุ่นจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้อย่างดี จึงเป็นผลให้ญี่ปุ่นเร่งสร้างชาติให้เข้มแข็ง โดยญี่ปุ่นเลือกใช้วิธีการที่ให้อิสระแก่สื่อมวลชนมากขึ้น ทั้งในแง่ของการทำงาน ที่เปิดโอกาส ให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยทำงานควบคู่กันไปกับภาครัฐ จึงทำให้ทิศทางของสื่อเป็นไปอย่างอิสระและสามารถที่จะเสนอทางเลือกใหม่ๆ ให้กับประชาชนได้ และนอกจากนั้นยังมีความร่วมมือระหว่างประเทศ หรือมีการจัดตั้งองค์กรต่างๆ เพื่อให้วัฒนธรรมของญี่ปุ่นได้กลายเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ ลักษณะเด่นของหน่วยงาน ในยุคนี้ จะมีความเป็นนานาชาติและความมีความต้องการให้ญี่ปุ่นเป็นที่รู้จัก จึงทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนที่ทำงานร่วมกัน หน่วยงานในยุคนี้จะแตกต่างจากยุคที่แล้วตรงที่ ในช่วงยุคแรกสภาพสังคมรัฐบาลทหารเป็นผู้ ควบคุมดูแล หน่วยงานของสื่อต่างๆก็เกิดจากการที่รัฐจัดตั้งขึ้นและวางแนวทางไว้แล้ว แต่ในยุคต่อมาที่สังคมมีความทันสมัยมากขึ้น โดยที่ญี่ปุ่น ได้รับเอาอิทธิพลแบบตะวันตกมาปรับใช้ ให้มีความเป็นสากลมากขึ้น จึงได้มีการจัดตั้งองค์กรต่างๆ ในต่างประเทศและอาศัยความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนของประเทศๆนั้น เพราะนอกจากจะเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกันแล้วก็ยังเป็นการแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมซึ่งกันและกันอีกด้วย

นอกจากความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนที่ช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่นก้าวไปได้ไกลขนาดนี้แล้วก็รวมไปถึงความร่วมมือจากภาคประชาสังคม / ประชาชน ที่มีส่วนช่วยให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นได้เป็นที่รู้จัก ในปัจจุบันการจัดเทศกาลภาพยนตร์ในต่างประเทศ เป็นสิ่งหนึ่งที่ภาครัฐและภาคเอกชนเลือกใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วัฒนธรรม เนื่องจากผู้ชมสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายมากกว่า อีกทั้งได้รับกระแสโปรโมตต่างๆจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ที่คอยช่วยผลักดันให้ประสบความสำเร็จ ในปัจจุบันนี้ ภาคประชาสังคม/ประชาชน ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีอิทธิพลและมีพลังต่อสื่อเป็นอย่างมาก ประชาชนสามารถเลือกที่จะเสพสื่อได้แต่สื่อไม่สามารถที่จะเลือกประชาชนได้ นั่นคือเหตุผลที่ว่าทำไมประชาชนถึงมีอิทธิพลต่อสื่อมากเพียงไหน ประชาชนสามารถเป็นตัวชี้วัดหรือทิศทางของกระแสสังคมได้ ซึ่งกระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ส่วนหนึ่งก็เกิดขึ้นจากกระแส

สังคมที่ประชาชนเป็นตัวชี้วัด เช่น นโยบาย COOL JAPAN ที่เกิดจากกระแสสังคมที่เห็นว่าพื้นที่ทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นกำลังถูกกระแสจากภายนอกเข้ามาแทนที่ จึงทำให้หน่วยงานภาครัฐต้องเร่งออกนโยบายเพื่อมาแก้ไขปัญหานี้ๆ เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองเป็นอย่างมาก ตั้งแต่ในยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม และเศรษฐกิจของญี่ปุ่นมาก สภาพสังคมและเศรษฐกิจของญี่ปุ่นตกต่ำลงเป็นอย่างมาก สิ่งหนึ่งที่ชาวญี่ปุ่นยังคงยึดมั่นและศรัทธาอยู่เสมอ "สถาบันจักรพรรดิ" ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวญี่ปุ่น ในช่วงวิกฤตสงครามได้เป็นอย่างดี แต่แล้วความเชื่อที่ว่าองค์จักรพรรดิซึ่งเป็นเทพเจ้าและพวกเราชาวญี่ปุ่นต่างก็สืบเชื้อสายมาจากเทพเจ้าเช่นกัน ได้พังทลายลง เมื่อสมเด็จพระจักรพรรดิ ฮิโรฮิโตะ ได้ทรงมีพระราชโองการเนื่องในวันปีใหม่เป็นคำแถลงการณ์ที่เรียกว่า "คำประกาศความเป็นปวงชนธรรมดา" ในวันที่ 1 มกราคม 1946 ว่า "... สัมพันธอันดีระหว่างตัวข้าพเจ้ากับท่านทั้งหลาย เชื่อมโยงด้วยความไว้วางใจและเคารพซึ่งกันและกันมาโดยตลอด ไม่ได้เกิดขึ้นตามเทพนิยายหรือตำนานที่เล่าขานสืบต่อกันมา และไม่ได้เกิดขึ้นตามอุดมคติอันเพื่อฝันที่กำหนดให้องค์สมเด็จพระจักรพรรดิเป็นเทพในร่างมนุษย์ ราษฎรญี่ปุ่น ไม่ได้เป็นชนชาติที่ยิ่งใหญ่กว่าชนชาติอื่นใดและไม่มีโชคชะตาที่กำหนดให้มาปกครองโลก..." ถึงแม้องค์สมเด็จพระจักรพรรดิจะทรงกล่าวว่าท่านไม่ได้เป็นเทพในร่างมนุษย์อย่างที่ชาวญี่ปุ่นได้เคยเชื่อกันมา แต่ถึงอย่างไรความรักในตัวองค์จักรพรรดิและประเทศชาติของชาวญี่ปุ่นก็ไม่เคยเปลี่ยนแปลง

เมื่อกาลเวลานำพาญี่ปุ่นเข้าสู่ยุคที่ต้องฟื้นฟูประเทศและก้าวเข้าสู่ยุคสมัยใหม่ ความรักชาติได้แปรเปลี่ยนไปตามรูปแบบของสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ความรักชาติและเทิดทูนองค์จักรพรรดิอย่างดั้งเดิมได้ถูกเปลี่ยนรูปแบบและกระบวนการไปในรูปของการส่งเสริมความเป็นญี่ปุ่นและความต้องการสร้างคามยิ่งใหญ่ของวัฒนธรรมญี่ปุ่นให้ทุกคนได้รู้จัก ผ่านเครื่องมืออย่างอุตสาหกรรมบันเทิง อาทิเช่น ภาพยนตร์ละครโทรทัศน์ และเพลง อีกทั้งกระบวนการก็เปลี่ยนไปตามบริบทของสังคมเช่นกัน ได้แก่ หากสังคมญี่ปุ่นในช่วงของการปกครองโดยรัฐบาลทหาร กระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมผ่านทางอุตสาหกรรมบันเทิงจะดำเนินไปโดยรัฐบาลทหาร เช่น การออกกฎหมายภาพยนตร์และการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ (เป็นการใช้กฎหมายคุ้มครองสื่อ) แต่หากเป็นในช่วงที่ญี่ปุ่นเริ่มมีความเป็นตะวันตกมากขึ้น กระบวนการสร้างความเป็นชาตินิยมก็จะเปลี่ยนเป็นการส่งเสริมความเป็นญี่ปุ่นแทน โดยทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้าร่วม

มือกัน จึงทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่นจะอยู่ในช่วงที่เจริญรุ่งเรืองถึงขีดสุด แต่แล้วเมื่อวัฒนธรรมเริ่มนำเบื้อหน้าย จึงทำให้กระแสวัฒนธรรมใหม่ที่น่าจับตามองอย่าง กระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี หรือ ฮันรยู ที่กำลังพัดไปทั่วภูมิภาคเอเชีย ตะวันออก ได้พัดพาเอาวัฒนธรรมของเกาหลีได้เข้ามายังประเทศต่างๆซึ่งประเทศญี่ปุ่นก็เป็นอีกหนึ่งประเทศในนั้น

กระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้ได้เข้ามาส่งผลต่อวัฒนธรรมของญี่ปุ่นเองได้เป็นอย่างมาก ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศเกาหลีได้ได้ดำเนินนโยบายในการส่งออกอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม มีการร่างเป็นนโยบายในระดับประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศเกาหลีได้ได้เล็งเห็นประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมบันเทิงของตัวเองเป็นอย่างมาก แต่การส่งออกอุตสาหกรรมบันเทิงเป็นสินค้าไม่ได้เพิ่งเคยเกิดขึ้นที่เกาหลีได้เป็นที่แรก หากแต่ได้เริ่มต้นตั้งแต่สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นตามลำดับ ซึ่งทั้งสองประเทศได้ประสบความสำเร็จไปก่อนหน้านี้แล้ว ซึ่งประเทศญี่ปุ่นจากแต่เดิมที่เคยเป็นผู้ส่งออก ก็เปลี่ยนท่าทีกลายมาเป็นผู้นำเข้าวัฒนธรรมบ้าง ซึ่งกระแสที่ได้รับมีทั้งในเชิงตอบรับและต่อต้าน เมื่อวัฒนธรรมของประเทศถูกรุกรานจึงทำให้ชาวญี่ปุ่นส่วนหนึ่งที่เริ่มรู้สึกว่าวัฒนธรรมของตนจะถูกกลืนกินหายไป จึงได้ออกมาต่อต้านกระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีและออกมาเรียกร้องให้ยุติการดำเนินรายการใดๆที่เกี่ยวข้องกับประเทศเกาหลีทั้งสิ้น

ซึ่งจากการกระทำดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่มีตลาดอุตสาหกรรมบันเทิงใหญ่เป็นอันดับต้นของโลก ได้กำลังถูกประเทศเล็กๆและประเทศเพื่อนบ้านอย่างเกาหลีได้รุกรานพื้นที่ทางวัฒนธรรม จึงทำให้ได้เกิดกระแสการต่อต้านความเป็นเกาหลีขึ้นในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งก็เปรียบได้กับในอดีตที่ชาวญี่ปุ่นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่เกลียดชังชาติตะวันตก ถึงแม้ว่ารูปแบบและตัวละครจะแตกต่างกันออกไป แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงเห็นได้ชัดก็คือ ความเป็นชาตินิยม ที่คงอยู่ในตัวของชาวญี่ปุ่นเสมอไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานเท่าใด สังคมจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร แต่ความเป็นชาติไม่เคยเปลี่ยน และพร้อมที่จะต่อต้านสิ่งที่กำลังรุกรานประเทศได้ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม รวมไปถึงสื่อสารมวลชน ที่ในปัจจุบันได้กลายเป็นสื่อกระแสหลักของประเทศที่สามารถกำหนดทิศทางของประเทศได้เป็นอย่างมาก เนื่องมาจากปัจจุบันสื่อสารมวลชนเป็นอาชีพที่อิสรภาพสามารถที่จะพูดหรือทำอะไรได้อย่างเสรี จึงทำให้สื่อได้กลายเป็นตัวละครที่ใช้อำนาจในการสร้างความเป็นชาตินิยมผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงได้

บรรณานุกรม

หนังสือและสิ่งตีพิมพ์ภาษาไทย

กุลยา วิวิตเสวี .ชาตินิยมในโลกไร้พรมแดน = **Nationalism in a world without border**. กรุงเทพฯ :

สายธาร ,2554

ชาติชาย พณานานนท์.หนังสือเรียนแม็ค ประวัติศาสตร์สากล ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6. กรุงเทพฯ แม็ค ,2553

ไชยรัตน์ เจริญสิน โอปาร .รัฐ-ชาติ กับ(ความไร้)ระเบียบโลกชุดใหม่. กรุงเทพฯ : วิชา ,2553.

ไชยวัฒน์ คำชู .นโยบายต่างประเทศญี่ปุ่น : ความเปลี่ยนแปลงและความต่อเนื่อง. กรุงเทพฯ : ภาควิชา

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2549.

ดำรงศักดิ์ ฐานดี .สังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่น . กรุงเทพฯ : ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2545.

ธีรยุทธ บุญมี .ชาตินิยมและหลังชาตินิยม. กรุงเทพฯ : สายธาร,2546.

บุญส่ง ชัยสิงห์กานานนท์ .ความเป็นชาติ : รัฐชาติและชาตินิยมในยุคโลกาภิวัตน์. นครปฐม : คณะอักษร

ศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร 21,2 (ธันวาคม 2541-พฤษภาคม 2542).

พรเพ็ญ อันตระกูล .พัฒนาการของลัทธิชาตินิยม(The Development of Nationalism). นครปฐม : คณะ

อักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร 26,1 (มิถุนายน -พฤศจิกายน 2546).

เพ็ญศรี กาญจนอมัย .สังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่น . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ,2540.

ลิขิต ธีรเวคิน . "ความภูมิใจในชาติ -ชาตินิยมและต่างชาตินิยม" หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน .

25 กรกฎาคม 2544.

_____ . "การพัฒนาในสมัยเมจิและการฟื้นฟูหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ของญี่ปุ่น" ใน เอกสาร

ประกอบการอบรมญี่ปุ่นศึกษา , 28. ไชยวัฒน์ คำชู, บรรณาธิการ . กรุงเทพฯ : สถาบันเอเชียศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2530.

วิภา อุดมจันทร์ . สื่อมวลชนในญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ : ที.พี.พี. , 2541.

วีระ สมบูรณ์ . "สื่อกับสิทธิเสรีภาพภายใต้โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม " ใน **จักรวาลวิทยา**, 391-425.

ชเนศ วงศ์ยานนาวา, บรรณาธิการ . กรุงเทพฯ : มติชน, 2549.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ . **Japanization**. กรุงเทพฯ : openbooks, 2548.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ."K-POP คลื่นวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี KOREAN WAVE : โฉมหน้าทุนวัฒนธรรม
เอเชีย" ใน **Open Dragon No.3 China & East Asia Journal**, 35-36. วิทยุโทรศัทธา
บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ, 2548.

โฮวี, สตีเฟน.(2555). **อะไรคือจักรวรรดิ**. แปลโดย นฤมล ชีรวัฒน์และบัญชา สุวรรณานนท์ . กรุงเทพฯ:
ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

Little Thoughts[นามแฝง].**COOL JAPAN "ความเจ๋ง"มวบรวมประชาชาติกับการเรียกคืนความแข็งแกร่ง
ของญี่ปุ่น**. กรุงเทพฯ: ลิทเทิลธอตส์, 2555.

ฐานข้อมูลออนไลน์

ผู้จัดการรายวัน .(2551). ยุคทองของภาพยนตร์ญี่ปุ่น หยดเลือด เสียงหัวเราะและน้ำตาบนแผ่นฟิล์มยุค 50-60.

เข้าถึงเมื่อ 6 กันยายน.เข้าถึงได้จาก [http://jkdramas.com/news/ movie/200801/](http://jkdramas.com/news/movie/200801/)

022_JapaneseMovie.htm

พลอย มัลลิกะมาส .(2554).อัน ยอง ฮา เซ โย “โคเรีย เวฟ” (Korea Wave) ตอนที่ 1 : ปรากฏการณ์

วัฒนธรรม นำเศรษฐกิจ .เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม.เข้าถึงได้จาก

<http://article.tcdconnect.com/ideas/kr1#ixzz2Ao1Z9PR1>

วรินทร์ตา [นามแฝง].(2555). เพลิดเพลินแลหน้า: คุยเฟื่องเรื่องละครญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อ 7 กันยายน. เข้าถึง

ได้จาก <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2012/01/A11527881/A11527881.html>

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี .(2551). ญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก

[http://th.wikipedia.org/wiki/ ประเทศญี่ปุ่น](http://th.wikipedia.org/wiki/ประเทศญี่ปุ่น)

_____.(2555). ภาพยนตร์ญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อ 7 กันยายน. เข้าถึงได้จาก

[http://th.wikipedia.org/wiki/ ภาพยนตร์ญี่ปุ่น](http://th.wikipedia.org/wiki/ภาพยนตร์ญี่ปุ่น)

วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ .(2555). กระแสเกาหลี(Korean Wave). เข้าถึงเมื่อ 10 พฤศจิกายน .เข้าถึงได้จาก

http://www.m-culture.go.th/international/detail_page.php?sub_id=84

สุภัทธา สุขชู.(2549). “Hallyu” คลื่นความมั่งคั่งของเกาหลี เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์.เข้าถึงได้จาก

<http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=45405>

สื่อรายการโทรทัศน์ Super บันเทิง.(2551). **Legend of Japan Song**. เข้าถึงเมื่อ 11 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก

<http://www.youtube.com/watch?v=KWSJbbBGyYQ>

ASTVผู้จัดการออนไลน์ .(2554).กลุ่มแอนตี้เกาหลีขู่บอยคอตต์ Fuji TV สนับสนุน “โซซีเกะ ทากาโอกะ”.

เข้าถึงเมื่อ 10 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก

<http://www.manager.co.th/Entertainment/ViewNews.aspx?NewsID=954000096081>

_____.(2555).ญี่ปุ่นเบนชีริสต์ A Man Called God หลัง“ของอิลกุก” ร่วมว่ายนํ้าไปเกาะ

ทอลโด. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก

<http://www.manager.co.th/Entertainment/ViewNews.aspx?NewsID=9550000102305>

japanfoundation.(2550). **Japanese Film Festival 2008 'ยุคทอง'ของหนังญี่ปุ่น**. เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม

เข้าถึงได้จาก http://www.jfbkk.or.th/jff2008_eg.php

JCC.(ม.ป.ป.). **ABOUT JAPAN CREATIVE CENTRE**. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคมเข้าถึงได้จาก

http://www.sg.emb-japan.go.jp/jcc/about_jcc.html

Okinawa International Movie Festival.(ม.ป.ป.). **4th Okinawa International Movie Festival**. เข้าถึงเมื่อ

15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.oimf.jp/2012/en/>

pingbook.(2554). **คาร่า(KARA)เผยแพร่ความเป็นเกาหลีผ่านละครญี่ปุ่น'URAKARA'บทพูดภาษาเกาหลี**

90%. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก

<http://www.pingbook.com/news/view.php?id=11353>

playpark.(2555). **เจาะลึกความหมายของ ไอคอลลญี่ปุ่น อุตสาหกรรมผลิตนางฟ้าและเทวดา**. เข้าถึงเมื่อ 23

สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <http://music.playpark.com/news/8693>

SHIM Dooboo.(2554). **กระแสวัฒนธรรมเกาหลีในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์**. เข้าถึงเมื่อ 21 สิงหาคม. เข้าถึงได้

จาก <http://kyotoreviewsea.org/KCMS/?p=251&lang=th>

Tokyo Internation Film Festival.(ม.ป.ป.). **TIFF HISTORY Tracing back the glorious history of TIFF**

since 1985. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://history.tiff-jp.net/en/index.html>

UNIJAPAN.(ม.ป.ป.). **Film Industry Info**. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก

<http://unijapan.org/en/industry/>

Yoko [นามแฝง].(ม.ป.ป.). **About JFFLA**. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก

http://www.jffla.org/?page_id=14

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล

นางสาว อรชา พงษ์รักษา

วัน เดือน ปีเกิด

วันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2534

ที่อยู่

39/42 ซอยทวีวัฒนา 23/1 ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา
แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2549

จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น
จากโรงเรียนนาคประสิทธิ์

พ.ศ.2552

จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

จากโรงเรียนเบญจมราชาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์

พ.ศ.2556

สำเร็จปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาเอเชียศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์