

บทที่ 2

กรอบแนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power ของญี่ปุ่นนั้น ผู้วิจัยพบว่ามีการศึกษาได้ในหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา Soft Power ในแง่ของหลักการหรือแนวคิด หรือการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบความเป็นมา ประเภทของ Soft Power หรือความเปลี่ยนแปลงของ Soft Power ที่เกิดขึ้นตามยุคสมัย หรือตามเหตุการณ์ต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมีปัจจัยต่างๆมาสนับสนุน รวมทั้งในปัจจุบันมีผู้เขียนและแสดงความคิดเห็นซึ่งเกี่ยวข้องกับ Soft Power ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมเพิ่มขึ้นมาก อย่างไรก็ดี เพื่อมิให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีเนื้อหาที่กว้างมากเกินไป ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบในการศึกษาเอาไว้โดยอ้างอิงจากงานเขียนและแนวคิดของ Joseph S. Nye Jr. ซึ่งเป็นนักวิชาการท่านแรกที่ได้นำเสนอแนวคิดเรื่อง Soft Power และงานเขียนของ Robert Cooper ซึ่งได้ให้แนวคิดและหลักการในการพิจารณาถึงที่มาของ Soft Power ที่น่าสนใจ ดังนี้

กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

ทฤษฎีหลักที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการพิจารณา Soft Power ของญี่ปุ่น คือ แนวคิดเรื่อง Soft Power ของ Joseph S. Nye ซึ่งเป็นทางเลือกของการใช้อำนาจอีกทางหนึ่งนอกเหนือไปจากการใช้กำลังในการบังคับหรือจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ในกรณีของญี่ปุ่น การใช้อำนาจเพื่อโน้มน้าวให้ประเทศอื่นคล้อยตาม หรือกระทำตามในสิ่งซึ่งเป็นที่ยอมรับปรารถนาต่อญี่ปุ่นก็สามารถทำได้ แม้ว่าญี่ปุ่นจะไร้ซึ่งกำลังในเชิงบังคับขู่เข็ญแต่ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าญี่ปุ่นมีอำนาจในด้านอื่นอยู่ซึ่งเป็นอำนาจที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อประเทศอื่นๆ และในการวิจัยครั้งนี้จะนำเอาแนวคิด Soft Power มาวิเคราะห์อำนาจอื่นๆเหล่านี้ที่ญี่ปุ่นมีตั้งแต่ยุคหลังสงครามเป็นต้นมา

ดังที่ได้อ้างอิงถึงแล้วข้างต้นว่างานเขียนของ Joseph S. Nye นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันจากมหาวิทยาลัย Harvard อันเป็นจุดเริ่มต้นของแนวความคิดและการศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power และเป็นพื้นฐานแนวคิดที่ผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าปรากฏขึ้นครั้งแรกในปีค.ศ. 1990 โดยได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ในหนังสือ Bound to

Lead: The Changing Nature of American Power และบางส่วนของหนังสือได้ถูกตีพิมพ์ในนิตยสาร Foreign Policy ในปีเดียวกันในชื่อ “Soft Power” บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และอธิบายบทบาทและอำนาจของสหรัฐอเมริกาในยุคหลังสงครามเย็นที่ได้เปลี่ยนแปลงไป เขากล่าวว่าอำนาจที่ทำให้สหรัฐอเมริกาเป็นชาติที่เข้มแข็งที่สุดในขณะนั้น สาเหตุไม่ใช่เพียงเพราะความเป็นผู้กุมอำนาจทางการทหารและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงอำนาจอื่นในมิติที่ตามมาด้วย ซึ่งอำนาจอื่นนี้เองที่ Nye เรียกว่าเป็น Soft Power

ในอดีต การจะดูว่าประเทศใดมีอำนาจแข็งแกร่ง มักจะพิจารณาจากความเข้มแข็งในการทำสงครามหรือความยิ่งใหญ่ของกองกำลังทางทหาร อย่างไรก็ตาม ลักษณะของอำนาจที่เคยมีอยู่เดิมได้เปลี่ยนแปลงไปแล้วในปัจจุบัน โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับอำนาจทางการทหาร แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี การศึกษาและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นสิ่งที่ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น¹ แม้ว่ากำลังทางการทหารจะยังคงเป็นกำลังสูงสุดในระบบการช่วยเหลือตนเอง (Self-help system) แต่การใช้กำลังทางทหารในปัจจุบันมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น รวมทั้งทำที่ตอบสนองจากประเทศอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นไปในทางลดต่อการใช้กำลังก็มีมากขึ้น จึงส่งผลให้การใช้อำนาจ (use of power) ในด้านอื่นๆ เช่น การสื่อสาร ทักษะทางด้านองค์กรหรือสถาบัน (organizational and institutional skills) และการจัดการในการพึ่งพาอาศัยกัน (manipulation of interdependence) มีความสำคัญมากขึ้น²

Nye ได้เสนอความเห็นว่าเป็นเนื่องจากในปัจจุบัน การใช้อำนาจในลักษณะเดิมทำได้ยากขึ้นดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ประเทศต่างๆ จึงหันไปใช้วิธีการอื่น รวมทั้งใช้อำนาจจากแหล่งอื่นๆ และทำให้เกิดแนวทางการกระจายของอำนาจแบบใหม่ โดย Nye ได้ให้ความเห็นว่า ปัจจุบันทิศทางการกระจายของอำนาจกระทำโดยผ่านวิธีการ 5 ประการ คือ

1. การพึ่งพกันทางด้านเศรษฐกิจ (economic interdependence)
2. ตัวแสดงข้ามชาติ (Transnational Actors)
3. แนวความคิดชาตินิยมในรัฐอ่อนแอต่างๆ (Nationalism in weak states)
4. การแพร่กระจายของเทคโนโลยี (spread of technology)
5. การเปลี่ยนแปลงของประเด็นต่างๆ ทางการเมือง (changing political issues)

แนวคิดที่สำคัญที่ Nye ได้นำเสนอเอาไว้ในบทความนี้เป็นที่มาของการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับ Soft Power คือ นอกจากทิศทางการกระจายของอำนาจที่ได้เปลี่ยนแปลงไปข้างต้นแล้ว

¹ Joseph S. Nye Jr., “Soft Power”:154

² Ibid, pp.157-159

เขาได้อธิบายว่านอกจากการใช้อำนาจในทางการทหารแล้ว รัฐยังใช้อำนาจในวิถีทางอื่นซึ่งจะให้ผลซึ่งเป็นที่ปรารถนามากกว่าเดิม

“ลักษณะด้านที่สองของอำนาจนี้ เกิดขึ้นเมื่อประเทศหนึ่งทำให้ประเทศอื่นๆ ต้องการในสิ่งเดียวกับที่ตนต้องการ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็น co-optive หรือ soft power ซึ่งจะตรงกันข้ามกับ hard power หรือการใช้อำนาจสั่งการเพื่อ สั่ง ให้ผู้อื่นต้องการในสิ่งเดียวกับตน”³

เขายังอธิบายเสริมว่า co-optive power คือ ความสามารถของประเทศที่จะสร้างสถานการณ์เพื่อทำให้ประเทศอื่นๆเกิดความคล้อยตามหรือกำหนดผลประโยชน์ของตนไปในทางที่สอดคล้องกัน และที่มาของ co-optive power นั้นมักมาจากวัฒนธรรมหรือความคิด รวมไปถึงกฎเกณฑ์หรือสถาบัน⁴

ในปี 2004 Nye ได้ตีพิมพ์หนังสือ Soft Power: The Means to Success in World Politics ซึ่งเขาได้หยิบยกเอาเรื่อง Soft Power มาเป็นประเด็นหลักในการเขียน และอธิบายแนวคิดเรื่อง Soft Power เพื่อให้เป็นที่เข้าใจมากขึ้น

บริบทของหนังสือเล่มนี้จะยกเอาเหตุการณ์ก่อน ระหว่าง และหลังจากการยกกองกำลังไปถล่มอิรักของสหรัฐอเมริกาภายใต้การนำของประธานาธิบดี George W. Bush มาอธิบายเปรียบเทียบถึงอำนาจของสหรัฐอเมริกาที่เปลี่ยนแปลงไป Nye กล่าวว่าหลังจากการตัดสินใจดังกล่าวของผู้นำสหรัฐอเมริกา ผลที่เกิดขึ้นคือการเสื่อมความนิยมที่มีต่อสหรัฐอเมริกาลงเป็นอย่างมาก

Nye ได้อธิบายถึงแนวความคิดทั่วไปเกี่ยวกับ Soft Power อธิบายนิยามและยกตัวอย่างเพิ่มเติม นอกจากนั้นเขายังอธิบายถึงความหมายโดยนัยและข้อจำกัดของ Soft Power ที่ยังไม่เคยได้กล่าวถึงในงานเขียนชิ้นก่อนๆ ทั้งยังเสริมในส่วนของบริบทของ Soft Power ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในการเมืองโลก และเหตุผลที่ทำให้ Soft Power เพิ่มความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน

สำหรับนิยามของ Soft Power Nye ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงความหมายที่ชัดเจนมากขึ้น โดยอธิบายว่า Soft Power คือ “ความสามารถที่จะได้ในสิ่งที่ต้องการโดยใช้การจูงใจมากกว่าการใช้กำลังขู่เข็ญหรือการจ่ายเงิน” Soft Power เกิดขึ้นมาจากความพึงพอใจในวัฒนธรรม อุดมคติทางการเมือง และนโยบายของประเทศ เมื่อใดที่นโยบายของเราถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องชอบธรรมในสายตาของผู้อื่นก็นับเป็นการเพิ่ม Soft Power ของเราให้มากขึ้น และเมื่อเราสามารถทำให้

³ Joseph S. Nye Jr., “Soft Power”:166

⁴ Ibid, p.168

ผู้อื่นชื่นชมในแนวความคิดของเราได้ เราก็ไม่จำเป็นต้องใช้ไม่เร็ว (การใช้กำลังขู่เข็ญ) หรือแครอท (การจูงใจโดยใช้ผลประโยชน์) มากมายเพื่อเปลี่ยนแปลงผู้อื่นให้คิดไปในทิศทางเดียวกับเรา⁵ โดยที่ไม่เร็วและแครอทในที่นี้ก็เป็นสัญลักษณ์ที่ Nye ใช้เพื่อเปรียบเทียบถึงอำนาจที่เป็น Hard Power คืออำนาจทางการทหารและอำนาจทางเศรษฐกิจนั่นเอง

นอกจากนี้เขาได้อธิบายเพิ่มเติมถึงที่มาของ Soft Power ซึ่งแยกออกเป็น 3 ประการ คือ วัฒนธรรม แนวความคิดทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศ และได้ตอบความเข้าใจผิดของนักวิเคราะห์บางคนที่เปรียบเทียบ Soft Power ว่าหมายถึงวัฒนธรรมป๊อป (pop culture) ทั้งที่ความจริงแล้ววัฒนธรรมเป็นเพียงแค่ที่มาเพียงส่วนหนึ่งของ Soft Power เท่านั้น⁶

ในบทที่ 3 ของ Soft Power: The Means to Success in World Politics Nye อธิบายถึง Soft Power ของประเทศอื่นๆ ด้วยโดยให้เหตุผลว่าสหรัฐอเมริกาไม่ได้เป็นเพียงประเทศเดียวที่มี Soft Power เขาได้ยกตัวอย่าง Soft Power ของประเทศสำคัญหลายประเทศรวมทั้งญี่ปุ่น และตัวแสดงอื่นๆ ที่ไม่ใช่รัฐ

Nye ให้ความเห็นว่าการฟื้นกลับมาอีกครั้งของเอเชียเริ่มขึ้นมาจากการประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ประเทศอื่นๆ ในเอเชีย เช่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ หรือมาเลเซีย ต่างก็เดินตามแนวทางการพัฒนาของญี่ปุ่นซึ่งมุ่งเป้าหมายไปที่การพัฒนาอุตสาหกรรมกลยุทธ์ ความสำเร็จทางเศรษฐกิจอันเด่นชัดที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่เพิ่มความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้กับญี่ปุ่น แต่เพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกันก็ได้เพิ่ม Soft Power ของญี่ปุ่นด้วย นอกจากนี้ยังช่วยสนับสนุนแนวความคิดเกี่ยวกับ “คุณค่าของเอเชีย” ให้แข็งแกร่งมากขึ้นด้วย⁷

นอกจากข้อเขียนต่างๆ ของ Nye แล้ว อีกแนวความเห็นหนึ่งซึ่งผู้เขียนจะนำมาใช้อ้างอิงในการวิจัยมาจากบทความของ Robert Cooper ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการทั่วไปในกิจการด้านความสัมพันธ์ภายนอกและกิจการการเมืองและการทหารของสภาเลขาธิการสหภาพยุโรป (European Union-EU) Cooper ได้เสนอความเห็นเกี่ยวกับ Soft Power ในบทความเรื่อง Hard Power, Soft Power and The Goals of Diplomacy ในปีค.ศ. 2004

Cooper ให้ความเห็นว่าสหรัฐอเมริกาดูเหมือนจะเป็นผู้ถือครองอำนาจที่เป็น Hard Power เนื่องจากเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถในด้านการทหารเป็นอันดับหนึ่งของโลก รวมทั้งมีการจัดสรรงบประมาณในด้านการทหารมากกว่าประเทศอื่นๆ ในอันดับถัดไป 20 ประเทศรวมกัน

⁵ Joseph S. Nye, *Soft Power: The Mean to Success in World Politics*, p.x

⁶ Ibid, pp.11-12

⁷ Ibid, pp.83-84

ในขณะที่ยุโรปจะมีอำนาจในส่วนที่เป็น Soft Power หรือพลังประชาชน (civilian power) และสหภาพยุโรปซึ่งไม่มีกองกำลังเป็นของตนเอง แต่ก็สามารถใช้ความเป็นหนึ่งอันเดียวกันสร้างประสิทธิภาพและอิทธิพลได้โดยการยึดมั่นในกฎหมาย⁸

นอกจากนี้เขาได้ยกตัวอย่างที่แสดงถึง Soft Power ของสหรัฐอเมริกาเช่นภาพยนตร์อเมริกัน หรือเครื่องหมายการค้า Coca Cola หรือ McDonald ที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางวัฒนธรรมของสหรัฐอเมริกาที่ได้แพร่หลายออกไปอย่างกว้างขวางและถ่ายทอด “คุณค่าแบบอเมริกัน” ออกไปยังชาวโลก⁹

Cooper ให้ความเห็นว่าวิธีการใช้ Soft Power นั้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นการทำให้ผู้อื่นทำสิ่งที่เราต้องการโดยการทำให้เขาต้องการในสิ่งที่เราต้องการ ซึ่งการตีความในลักษณะนี้แสดงให้เห็นว่า Soft Power กระตุ้นให้เกิดการเลียนแบบ ตัวอย่างที่เขาได้ยกขึ้นมาเพื่ออธิบายแนวความคิดดังกล่าวคือ อิทธิพลที่ญี่ปุ่นมีต่อเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในทศวรรษ 1960 ผู้คนต่างเห็นว่าญี่ปุ่นประสบความสำเร็จมากกว่าจีนและพยายามเลียนแบบ และสามารถประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกัน สิ่งนี้แสดงว่าญี่ปุ่นแม้จะไม่ได้มีอำนาจมากมายใน ความหมายโดยทั่วไปแต่ญี่ปุ่นมีอิทธิพลอย่างมากต่อประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียในทางที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่น่าพอใจแก่ญี่ปุ่นเอง¹⁰

ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจในบทความของ Cooper นี้คือพื้นฐานของ Soft Power ซึ่งเขาเห็นว่าเกิดจากความชอบธรรมและการเคารพเชื่อฟัง

“แก่นของ Soft Power คือ ความชอบธรรม (legitimacy) โดยผู้ที่กระทำตามนั้นได้ยอมรับเอากฎเกณฑ์หรืออำนาจ (authority) บางอย่าง แม้ว่าจะเบื้องหลังอำนาจนั้นๆจะมีความเป็นไปได้ที่จะมีการใช้กำลัง แต่คนส่วนใหญ่จะทำตามโดยอาศัยความเคารพเชื่อฟัง (obedience)”¹¹

ประเด็นที่น่าสนใจที่ Cooper ได้เสนอไว้ในส่วนท้ายของบทความนี้คือเป้าหมายทางการทูต โดยเสนอว่าเมื่อใดก็ตามที่ได้มีการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนประสบความสำเร็จโดยการ

⁸ Robert Cooper, “Hard Power, Soft Power and the Goals of Diplomacy,” in *American Power in the 21st Century*, (eds) David Held and Mathias Koenig-Archibugi (Cambridge, U.K.: Polity, 2004) pp.1-2

⁹ Ibid, p.4

¹⁰ Ibid, p.5

¹¹ Ibid, pp.6-7

ใช้ Hard Power แล้ว สิ่งที่เราควรจะทำคือการพยายามเปลี่ยนสิ่งนั้นให้เป็น Soft Power Cooper ได้ยกเอาคำกล่าวของ Rousseau ที่ว่า “ผู้ที่แข็งแกร่งที่สุดจะไม่สามารถแข็งแกร่งเพียงพอที่จะเป็นนายได้ตลอดไป หากเขาไม่เปลี่ยนความแข็งแกร่งดังกล่าวให้เป็นความถูกต้องชอบธรรมและความเคารพเชื่อฟัง (right and obedience)”¹²

โดยสรุปแล้ว จากงานเขียนของทั้ง Nye และ Cooper ผู้วิจัยเห็นว่าอาจสรุปความหมายของ Soft Power ได้ว่า “Soft Power คือความสามารถที่จะได้ในสิ่งที่ตนต้องการ โดยการทำให้ผู้อื่นต้องการในสิ่งเดียวกับตน ทั้งนี้โดยใช้การจูงใจให้ทำตามหรือเลียนแบบ มากกว่าการใช้กำลังขู่ขู่หรือใช้อำนาจเงิน (หรือ Hard Power) ทั้งนี้ที่มาของ Soft Power มีอยู่ 3 แหล่ง คือ

- (1) วัฒนธรรม
- (2) แนวความคิดทางการเมือง
- (3) นโยบายต่างประเทศ

อย่างไรก็ดี Soft Power ไม่ว่าจะมาจากแหล่งใดก็ตาม ต้องประกอบไปด้วยความถูกต้องชอบธรรม จึงจะกระตุ้นให้เกิดความคล้อยตามและกระทำตาม”

สำหรับในงานวิจัยเรื่อง “การเปลี่ยนแปลง Soft Power ของญี่ปุ่น: จากต้นแบบการพัฒนาสู่การทูตวัฒนธรรม” นี้ ผู้วิจัยจะยึดเอาความหมายของ Soft Power ดังได้กล่าวมาข้างต้นมาเป็นกรอบในการพิจารณาว่าญี่ปุ่นมีรูปแบบ Soft Power ในลักษณะใดบ้าง ซึ่งในเบื้องต้นผู้วิจัยเห็นว่า เมื่อพิจารณาจากความหมายและที่มาของ Soft Power ดังที่ได้อ้างมาจากแนวคิดของ Nye และ Cooper ข้างต้น เห็นได้ว่าญี่ปุ่นมี Soft Power ในหลายลักษณะ ไม่ว่าจะเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ หรือหลักในการบริหารงานแบบญี่ปุ่น รวมทั้งวัฒนธรรมป๊อปแบบญี่ปุ่น (Japanese pop culture) ซึ่งในช่วงหลังนี้ได้รับความนิยมมากโดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่นรวมทั้งความพึงพอใจในการบริโภคแบบญี่ปุ่น โดยผู้วิจัยจะนำเอานิยามข้างต้นมาเป็นหลักในการพิจารณา Soft Power ลักษณะต่างๆดังกล่าว เพื่อดูถึงความเปลี่ยนแปลงและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงลักษณะของ Soft Power ของญี่ปุ่นต่อไป

¹² Robert Cooper, “Hard Power, Soft Power and the Goals of Diplomacy,”

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งจะยกมากล่าวถึงในบทนี้นั้น นอกจากข้อเขียนซึ่งเกี่ยวข้องกับ Soft Power อันเป็นกรอบในการวิจัยดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ผู้เขียนเห็นว่าควรยกเอางานเขียนเกี่ยวกับ Soft Power ของญี่ปุ่นและงานเขียนเกี่ยวกับการทูตทางวัฒนธรรมมากล่าวถึงในเบื้องต้น เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจและวิเคราะห์ลักษณะและความเปลี่ยนแปลงของ Soft Power ของญี่ปุ่นต่อไป

1. งานเขียนที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ของญี่ปุ่น

สำหรับงานเขียนที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ของญี่ปุ่นโดยตรงนั้น ผู้วิจัยพบว่ายังมีอยู่น้อยมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในเอกสารหรือบทความที่พบจะเป็นการเขียนที่เน้นไปในเชิงการอธิบายหรือพูดถึง Soft Power เพียงลักษณะเดียวคือเน้นวัฒนธรรมป๊อปของญี่ปุ่นเสียเป็นส่วนใหญ่ โดยไม่ได้กล่าวถึงแนวคิดในเรื่อง Soft Power โดยตรง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่ามีความที่เกี่ยวข้องและมักถูกอ้างอิงถึงเมื่อมีการพูดถึงเกี่ยวกับ Soft Power ของญี่ปุ่นอยู่บ่อยครั้ง คือบทความเรื่อง “Japan’s Gross National Cool” ของ Douglas McGray ซึ่งตีพิมพ์ลงในวารสาร Foreign Policy ในปีค.ศ. 2002

บทความนี้ McGray กล่าวถึงวิธีการที่ญี่ปุ่นรับและเผยแพร่วัฒนธรรมของตน รวมทั้งความสามารถในการนำเอาวัฒนธรรมมาทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เขากล่าวว่าขณะที่วัยรุ่นญี่ปุ่นในปัจจุบันบริโภควัฒนธรรมอเมริกันจำนวนมากผ่านสินค้าชื่อดังต่างๆ หรือกาแฟ Starbucks ที่รสชาติเป็นอเมริกันแท้แบบที่ขายอยู่ใน Washington DC. สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าความเป็นอเมริกันแท้หรือเทียมนั้นคือสิ่งที่ McGray เรียกว่า American Cool หรือกลิ่นอาย “ความเท่แบบอเมริกัน” ซึ่งแพร่หลายในญี่ปุ่นเช่นเดียวกับในเมืองใหญ่ๆทั่วโลก¹³

ในขณะเดียวกัน มุมหนึ่งในย่านชิบูย่าของญี่ปุ่น มีร้านขายหนังสือการ์ตูน (manga) และภาพยนตร์การ์ตูน (anime - animation) ชื่อร้าน Mandarake ที่ไม่เพียงแต่จำหน่ายหนังสือการ์ตูนของสะสมที่ราคาแพงให้กับคนญี่ปุ่นที่สนใจเท่านั้น แต่การมีสาขาทั่วทั้งญี่ปุ่น การมีชื่ออยู่ในตลาดหุ้น Nikkei ของญี่ปุ่น และการขยายสาขาไปในสหรัฐและยุโรป รวมทั้งการคาดการณ์

¹³ Douglas McGray, “Japan’s Gross National Cool,” *Foreign Policy* Issue 130 (May/June 2002):45

ตลาดต่างประเทศของประธานบริษัทว่าจะสามารถโตได้กว่าตลาดในญี่ปุ่นอีกมากนั้น McGray ชี้ว่าสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าเป็นญี่ปุ่น หรือที่ McGray เรียกว่า Japanese Cool หรือ “ความเท่แบบญี่ปุ่น” นั่นก็ได้แผ่อิทธิพลไปทั่วโลกเช่นกัน¹⁴

McGray ได้ยกตัวอย่างหลายประการที่แสดงให้เห็นถึงการเผยแพร่ความเป็น Japanese Cool เขาได้กล่าวเปรียบเทียบการเผยแพร่ความเป็นอเมริกันไปทั่วโลกของสหรัฐอเมริกา ปรากฏการณ์ McDonald หรือ World Music นั้นเกิดจากการนำเอาความเป็นอเมริกันเข้าไปสอนขายให้แต่ละประเทศโดยใช้สินค้าอเมริกัน ทำให้ผู้บริโภคคุ้นเคยและเกิดความต้องการซื้อตามมา แต่ความนิยมในสินค้าญี่ปุ่นหรือความเป็นญี่ปุ่นนั้นเกิดขึ้นโดยไม่ต้องอาศัยการรับรองจากสหรัฐมาก่อน ดังจะเห็นได้จากงานของผู้กำกับภาพยนตร์ญี่ปุ่นหลายท่านที่มีชื่อเสียงในยุโรปก่อนที่จะเข้าไปในสหรัฐ หรือนักร้องชื่อดังชาวญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียงไปทั่วเอเชียแม้จะไม่เคยเข้าไปเปิดคอนเสิร์ตในสหรัฐเลย หรือแม้แต่แฟชั่นสไตล์ญี่ปุ่นก็เป็นที่ต้องการไปทั่วตลาดในเอเชีย แม้ว่าจะไม่เคยได้ปรากฏอยู่บนเวทีแฟชั่นใดๆใน New York

ญี่ปุ่นได้ฟื้นคืนความเป็นมหาอำนาจของตนขึ้นมาอีกครั้งในทศวรรษ 1980 หลังจากเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจและความยากลำบาก ญี่ปุ่นได้บุกเบิกรูปแบบใหม่ของความเป็นมหาอำนาจโดยการใช้พลังด้านวัฒนธรรม และสิ่งที่ทำให้ญี่ปุ่นซึ่งมีเพียงพลังทางเศรษฐกิจ เป็นมากกว่าประเทศที่ร่ำรวย คือการรวมกลุ่มกันขององค์กรธุรกิจญี่ปุ่น และใช้ภูมิปัญญาชั้นสูงสร้างให้เกิดความสำเร็จ ซึ่งให้คู่แข่งไม่เว้นแม้แต่สหรัฐ ต่างพากันแข่งขันเพื่อถอดรหัสความสำเร็จของญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นแนวทางต่างๆแบบญี่ปุ่น เช่น แนวคิดเรื่องวงจรกิจคุณภาพ (quality circle) ระบบการควบคุมสต็อกสินค้าที่เรียกว่า just-in-time

ตัวอย่างที่เขาได้ยกขึ้นมาแสดงให้เห็นบางลักษณะของความนิยมในความเป็นญี่ปุ่น คือ สินค้าแมว Hello Kitty ของบริษัท Sanrio ซึ่งทำเงินให้กับบริษัทเป็นจำนวนมหาศาล ที่มาของ Kitty นั้นถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของคนญี่ปุ่นในรุ่นก่อนๆที่นิยมสินค้าที่แสดงถึงความเป็นตะวันตกโดยเฉพาะสินค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นจุดเชื่อมโยง และเนื่องจากไม่มีความชัดเจนว่า Kitty เป็นแมวสัญชาติญี่ปุ่นหรือแมวตะวันตก ทำให้สินค้าสามารถทำตลาดได้ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นอัจฉริยภาพอย่างหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม

แต่ในอีกมุมหนึ่งของญี่ปุ่น การปิดกั้นทางวัฒนธรรมเพื่อป้องกันการเข้าแทรกซึมของวัฒนธรรมต่างชาติก็ยังคงมีอยู่ ดังจะเห็นได้จากกีฬาซูโม่ (Sumo) ซึ่งถือเป็นกีฬาประจำชาติของญี่ปุ่น แต่ก็ไม่ได้มีการโฆษณาเผยแพร่ ทำให้เป็นที่นิยมกันเฉพาะในญี่ปุ่นเท่านั้น อย่างไรก็ตาม

¹⁴ Ibid, p.46

ชาวต่างชาติที่ได้เคยดูการเล่นซูโม่และเกิดความสนใจกีฬาอย่างจริงจังจนกลายมาเป็นนักกีฬาซูโม่ที่มีชื่อเสียงก็มีให้เห็นอยู่ไม่น้อย¹⁵ นอกจากนั้น ภาษาญี่ปุ่นเป็นอีกอุปสรรคสำคัญที่ทำให้เกิดการปิดกั้นทางวัฒนธรรม ความไม่รู้ภาษาทำให้ชาวต่างชาติไม่อาจเห็นญี่ปุ่นแบบเดียวกับที่คนญี่ปุ่นเห็น แต่สิ่งนี้เองที่ทำให้เกิดความเป็นญี่ปุ่น 2 ลักษณะ คือญี่ปุ่นสำหรับคนญี่ปุ่นเองกับญี่ปุ่นสำหรับคนต่างชาติ ซึ่งเป็นความลับที่กลับทำให้ญี่ปุ่นยิ่งดูน่าสนใจมากขึ้น¹⁶

สำหรับในญี่ปุ่นปัจจุบัน จากความเปลี่ยนแปลงด้านจำนวนประชากรซึ่งมีอัตราการเกิดต่ำ ประชากรเด็กขาดแคลน เป็นเหตุให้วัยรุ่นในปัจจุบันรู้สึกว่าคุณค่าของตัวเองสำคัญ และเป็นที่มาของการถูกเลี้ยงดูแบบตามใจ วัยรุ่นเหล่านี้เองที่มีอำนาจในการบริโภคอยู่ในมือ ในแต่ละเดือนพวกเขาเหล่านี้มีเงินที่เอาไปใช้จ่ายใช้สอยเป็นตัวเลขที่สูงมากทั้งนี้โดยไม่คำนึงว่าสถานะเศรษฐกิจจะดีหรือร้าย จากอำนาจในการซื้อที่มหาศาลนี้เองทำให้องค์กรธุรกิจต่างๆพากันผลิตสินค้าตามความต้องการซื้อของวัยรุ่น และเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญต่อแฟชั่นโทรศัพท์มือถือ แฟชั่นเสื้อผ้า และธุรกิจเพลงซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากสหรัฐ¹⁷

McGray ได้อ้างถึงงานเขียนที่เป็นอมตะชิ้นหนึ่ง ในเรื่อง “Mirror, Sword, and Jewel” (กระจก ดาบและอัญมณี) ของนักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมัน Kurt Singer ซึ่งได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นเอาไว้ เขาพูดถึง “ความหยุ่นไหวง่าย” (plasticity) และ “ความทนทาน” (endurance) ของวัฒนธรรมญี่ปุ่น ความสามารถในการซึมซับและดัดแปลงอิทธิพลต่างชาติ แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาสิ่งที่เป็นแก่นทางวัฒนธรรมเอาไว้ได้อย่างสมบูรณ์

ในทางวัฒนธรรม ญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศที่ได้พัฒนาตนเองจนเป็นโลกาภิวัตน์อย่างสมบูรณ์เคียงคู่ไปกับสหรัฐ และญี่ปุ่นไม่เพียงประสบความสำเร็จในการสร้างสมดุลและความยืดหยุ่นระหว่างวัฒนธรรมร่วม แต่ยังสามารถดูดซับวัฒนธรรมอื่นที่เป็นที่นิยมของคนจำนวนมากเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมภายในที่เป็นปัจเจก อีกทั้งยังใช้โอกาสจากความสมดุลทางวัฒนธรรมสร้างพลังทางธุรกิจที่แข็งแกร่งและทรงพลังได้อย่างชาญฉลาด

McGray กล่าวทิ้งท้ายไว้ในบทความของเขาว่า National Cool ของญี่ปุ่นได้แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มทางการค้าสามารถให้ประโยชน์ทางการเมืองและเศรษฐกิจได้เช่นกัน นอกจากนั้น เขาเห็นว่าแม้ปัจจุบันปัญหาทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นจะมีส่วนทำให้ผู้คนภูมิใจในคุณค่าพื้นฐานของตนน้อยลง ประกอบกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่คนชราเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ อาจสร้าง

¹⁵ Douglas McGray, “Japan’s Gross National Cool”: 49-50

¹⁶ Ibid: 52

¹⁷ Ibid.

ให้เกิดความกังวลและความรู้สึกไม่มั่นคง แต่เขาเชื่อว่าญี่ปุ่นที่เคยฟื้นขึ้นมาได้ครั้งหนึ่ง จะสามารถฟื้นขึ้นมาได้อีกครั้ง เพราะญี่ปุ่นมีอำนาจทางวัฒนธรรมและ Soft Power อยู่ในมือแล้ว¹⁸

จากบทความนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นบทความที่ผู้เขียนมองญี่ปุ่นในเชิงวัฒนธรรม พฤติกรรมการบริโภคสินค้า และการมีอิทธิพลในทางความคิด โดยญี่ปุ่นได้ฟื้นคืนความมีอิทธิพลของตนอีกครั้ง ไม่ใช่ด้านเศรษฐกิจแต่เป็นด้านวัฒนธรรมและอิทธิพลในทางความคิด สิ่งที่ญี่ปุ่นใช้เป็นจุดขายและนำมาซึ่งความต้องการบริโภค คือการนำเสนอความน่าสนใจและมุมมองที่ต่างออกไปในทางวัฒนธรรม ซึ่งผู้เขียนบทความชี้ว่าต่างจากวิธีการเผยแพร่วัฒนธรรมหรือความเป็นอเมริกัน (American Cool) ของสหรัฐ

สิ่งที่ผู้วิจัยเห็นว่าน่าสนใจในงานเขียนชิ้นนี้คือ การที่ญี่ปุ่นสามารถผสมผสานเอาวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งของตนเองเข้ากับวัฒนธรรมต่างชาติที่ไหลเข้ามาสู่ญี่ปุ่นตามกระแส ทำให้กลายเป็นความกลมกลืนและเปลี่ยนความกลมกลืนนั้นให้เป็นผลประโยชน์ทางธุรกิจได้อย่างชาญฉลาด

นอกจากข้อเขียนซึ่งเกี่ยวข้องกับ Soft Power ที่เป็นภาษาต่างประเทศดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าได้มีการศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power ของญี่ปุ่นอยู่ในวิทยานิพนธ์ของเอกสิทธิ์ หนูหนักดี ในเรื่อง “Soft Power ของญี่ปุ่นกับการแก้ไขข้อขัดแย้งทางการค้า: กรณีศึกษาข้อพิพาทเรื่องยานยนต์ระหว่างญี่ปุ่น-สหรัฐ” ในปีพ.ศ.2546 โดยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power และแนวคิดเรื่องการพึ่งพา โดยเอกสิทธิ์สันนิษฐานว่า Soft Power เป็นเครื่องมือและวิธีการที่ญี่ปุ่นใช้เพื่อต่อรองและแก้ไขข้อขัดแย้งทางการค้า โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาอำนาจทางการทหาร

อย่างไรก็ดีในงานวิจัยชิ้นนี้ เอกสิทธิ์ได้อ้างถึง Soft Power ไว้เพียงสั้นๆ เท่านั้น โดยเน้นให้น้ำหนักกับการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับอำนาจ ที่มาของอำนาจ และการใช้อำนาจในการเจรจาต่อรองของญี่ปุ่นกับสหรัฐเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้งทางการค้ามากกว่า โดยอธิบายว่า Soft Power นั้นสร้างขึ้นได้โดยการมีอำนาจทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง สร้างพันธมิตร หรือแสวงหาความร่วมมือ ผลประโยชน์ร่วมกัน¹⁹ และเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งนี้เองจะเป็นรากฐานที่สำคัญของอำนาจในการต่อรอง เนื่องจากประเทศที่มีเศรษฐกิจเข้มแข็งกว่า สามารถลดการพึ่งพาประเทศอื่นได้ และสามารถทำให้ประเทศอื่นพึ่งพาประเทศตนได้มากขึ้น ย่อมจะมีและสามารถใช้ Soft Power ได้มาก

¹⁸ Douglas McGray, “Japan’s Gross National Cool”: 53

¹⁹ เอกสิทธิ์ หนูหนักดี, “Soft Power ของญี่ปุ่นกับการแก้ไขข้อขัดแย้งทางการค้า,” น.

ขึ้น²⁰ โดยในกรณีของญี่ปุ่นนั้น เอกสิทธิ์เห็นว่า Soft Power สร้างสมขึ้นมาจากความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ ความน่าเชื่อถือที่เกิดจากบรรทัดฐานอันเป็นที่ยอมรับในสังคมโลกและการเผยแพร่วัฒนธรรม²¹ ทั้งยังได้อธิบายเพิ่มเติมถึงที่มาของอำนาจในทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นว่าเกิดจากการออมและประสิทธิภาพในการผลิตซึ่งทำให้ญี่ปุ่นมีพลังเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ²²

วิธีการใช้ Soft Power ของญี่ปุ่นนั้นผ่านกระบวนการพึ่งพาซึ่งกันและกัน โดยเอกสิทธิ์ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ซึ่งแม้ว่าในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จะเข้าไปในลักษณะที่ญี่ปุ่นเป็นผู้พึ่งพาสหรัฐอเมริกาทางด้านความมั่นคง แต่ในยุคหลังสงครามเย็น ญี่ปุ่นได้ลดความพึ่งพานั้นรวมทั้งยังพัฒนาความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ ในเอเชีย และเปลี่ยนท่าทีที่เคยเป็นเพียงผู้ตกตวงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ไปเป็นการแสดงความจริงใจต่อเพื่อนบ้านด้วยหลักการ “ใจต่อใจ” ของนายกรัฐมนตรี Fukuda ในปลายทศวรรษ 1970 ซึ่งทำให้ญี่ปุ่นได้รับการยอมรับจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น²³ และสุดท้ายได้ให้ข้อสรุปว่าการใช้ Soft Power ของญี่ปุ่นนั้นเป็นไปใน 2 แนวทางคือ โดยการสร้างผลประโยชน์ร่วมและการสร้างบรรทัดฐานที่นานาชาติยอมรับ²⁴

เอกสิทธิ์ให้ความเห็นในส่วนท้ายของบทวิจัยเอาไว้ค่อนข้างน่าสนใจว่า แม้ Joseph Nye จะกล่าวว่าการใช้ Soft Power มีข้อดีคือแทบไม่ต้องเสียต้นทุนใดๆ แต่ในความเป็นจริง Soft Power ไม่อาจถูกสร้างขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น การที่จะได้รับการยอมรับจากนานาประเทศจนถึงระดับที่จะลงใจได้ หรือการสร้างผลประโยชน์ร่วมกับอีกฝ่ายนั้น ต้องอาศัยรากฐานทางเศรษฐกิจ ค่านิยมและวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง สิ่งต่างๆ เหล่านี้ต้องใช้เงินลงทุนและระยะเวลาในการสร้างขึ้นมาทั้งสิ้น²⁵

ผู้วิจัยเห็นว่าสำหรับงานเขียนของเอกสิทธิ์ดังที่ยกขึ้นมาข้างต้นนั้นให้มุมมองถึงความ เป็นมหาอำนาจในทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น และนำเสนอวิธีการแก้ปัญหาความขัดแย้งด้านการค้าที่เกิดขึ้นระหว่างญี่ปุ่นกับสหรัฐได้อย่างน่าสนใจ แต่อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาความ Soft Power

²⁰ เอกสิทธิ์ หนูนุกัคดี, “Soft Power ของญี่ปุ่นกับการแก้ไขข้อขัดแย้งทางการค้า,” น.

²¹ เพิ่งอ้าง, น. 62

²² เพิ่งอ้าง, น. 39-42

²³ เพิ่งอ้าง, น. 45-47

²⁴ เพิ่งอ้าง, น. 64

²⁵ เพิ่งอ้าง, หน้าเดียวกัน

ในงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ตรงตามนิยามของ Soft Power ดังที่ Nye ได้ให้ไว้เท่าใดนัก เนื่องจากเอกสิทธิ์ตีความว่า Soft Power ของญี่ปุ่นนั้นขึ้นอยู่กับอำนาจและความแข็งแกร่งในทางเศรษฐกิจ แต่ตามแนวคิดของ Nye ได้อธิบายความหมายของ Soft Power ว่าเป็นการใช้อำนาจจูงใจผู้อื่นเพื่อให้ได้ในเรื่องที่ต้องการ โดยอำนาจหรือวิธีการที่ใช้เป็นอำนาจในลักษณะอื่น ๆ ซึ่งไม่ใช่อำนาจในเชิงบังคับขู่เข็ญ (อำนาจทางการทหาร) หรือการจูงใจโดยใช้เงิน (อำนาจในทางเศรษฐกิจ) ²⁶ นอกจากนี้ที่มาของ Soft Power ดังที่ Nye ได้เสนอไว้ นั้นมาจาก 3 แหล่ง คือวัฒนธรรม แนวความคิดทางการเมืองและนโยบายต่างประเทศ ดังนั้นการที่เอกสิทธิ์ตีความ Soft Power ของญี่ปุ่นว่าเป็นการใช้อำนาจทางเศรษฐกิจเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้งนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าเป็นการตีความที่แคบและไม่ถูกต้องนักตามนิยามของ Nye เนื่องจาก Soft Power ของ Nye เป็นการใช้วิธีการอื่นที่ไม่ใช่การบังคับขู่เข็ญหรืออำนาจเศรษฐกิจ ดังที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น

2. งานเขียนที่เกี่ยวข้องกับการทูตทางวัฒนธรรม

ข้อเขียนที่ศึกษาเกี่ยวกับการทูตทางวัฒนธรรมนั้น ผู้วิจัยพบว่า มีงานเขียนชิ้นแรกของ Peter J. Katzenstein ในบทความเรื่อง Open Regionalism: Cultural Diplomacy and Popular Culture in Europe and Asia ซึ่งได้รับการเผยแพร่ในปี ค.ศ. 2002 ซึ่งเป็นงานเขียนที่ยกกรณีศึกษาของประเทศ 2 ประเทศซึ่งมีบทบาทเพิ่มขึ้นในภูมิภาคของตนคือญี่ปุ่นและเยอรมนี โดยพิจารณาว่าแนวความคิดเรื่องการทำให้เป็นนานาชาติ (Internationalization) และการทำให้เป็นสากล (Globalization) นั้นจะทำให้เกิดภูมิภาคนิยมแบบเปิด (open regionalism) ได้อย่างไร

สำหรับกรณีของประเทศญี่ปุ่น Katzenstein กล่าวว่าองค์กรที่เป็นตัวแสดงหลักเกี่ยวกับการทูตทางวัฒนธรรมตั้งแต่ยุคหลังสงครามคือกระทรวงการต่างประเทศ (MOFA) ส่วนในช่วงหลังทศวรรษ 1970 เป็นต้นมานั้น Japan Foundation ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านต่างๆเป็นอย่างมาก ²⁷ หน้าที่หลักในยุคนี้ๆของ 2 องค์กรหลักนี้คือ การพยายามอธิบายถึงจุดยืนและวิสัยทัศน์ของญี่ปุ่นในยุคสมัยและเหตุการณ์ต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ในยุค 1960 ที่ญี่ปุ่น

²⁶ Joseph S. Nye, Jr., Soft Power: The Means to Success in World Politics, p.x และดู น. 3-4

²⁷ Peter J. Katzenstein, Open Regionalism: Cultural Diplomacy and Popular Culture in Europe and Asia, paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, Boston, MA, August 29 – September 1, 2002, p.10

เป็นประเทศด้อยและล้าหลัง ในยุค 1980 ซึ่งญี่ปุ่นมีความก้าวหน้าและเหนือกว่าประเทศอื่นๆ ในด้านเศรษฐกิจ หรือในยุค 1990 เป็นยุคที่ญี่ปุ่นต้องพยายามแสดงความเท่าเทียมในขณะที่ประสบปัญหาขัดแย้งในฐานะรัฐอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ Katzenstein อธิบายว่ารัฐบาลได้ใช้นโยบายการทูตทางวัฒนธรรมมาเป็นเครื่องมือช่วยให้ญี่ปุ่นมีความเป็น international state มากขึ้น โดยมีจุดเปลี่ยน 2 ช่วงเวลาดังกล่าว คือ ช่วงปลายทศวรรษ 1960 ถึงต้นทศวรรษ 1970 และช่วงต้นจนถึงกลางทศวรรษ 1990 ซึ่งรัฐได้สนับสนุนทางด้านวัฒนธรรมและศิลปะมากขึ้นในฐานะที่เป็นตัวแทนที่มองเห็นได้ของวัฒนธรรมญี่ปุ่น²⁸ และเพื่อเป็นการส่งเสริมกิจการในด้านนี้อย่างจริงจัง ในปี 1968 รัฐบาลได้ก่อตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลจัดการงานทางด้านวัฒนธรรมโดยเฉพาะขึ้นคือ Agency for Cultural Affairs

ในการสนับสนุนกิจกรรมด้านวัฒนธรรมนั้น ยังสามารถพิจารณาได้ว่าญี่ปุ่นมีลักษณะการทำงานเป็น 2 แนวทาง คือ รัฐบาลส่วนกลางจะเน้นการรักษาประเพณีวัฒนธรรมของชาติให้ดำรงอยู่ต่อไป ส่วนในระดับท้องถิ่นจะเป็นการส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมโดยการสร้างเครือข่ายกับเพื่อนบ้าน²⁹

ในปีค.ศ. 1972 การก่อตั้ง Japan Foundation เพื่อวัตถุประสงค์ในการ “ส่งออกวัฒนธรรมที่เป็นทางการ” ก็แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลให้ความสำคัญและเอาใจใส่ในการเผยแพร่วัฒนธรรม³⁰ นอกจากนี้เป้าหมายในการก่อตั้ง Japan Foundation ก็เพื่อจำกัดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับนโยบายต่างประเทศและวิธีปฏิบัติในทางการค้าของญี่ปุ่น การลดความกลัวต่อการถูกปล่อยให้โดดเดี่ยว และหน้าที่ประการสำคัญคือการสร้างแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับญี่ปุ่นที่เข้าถึงได้ โดยได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากทั้งรัฐบาลและ Keidanren ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่าไม่ใช่เฉพาะรัฐบาลเท่านั้นที่ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรม แม้แต่องค์กรภาคธุรกิจก็ยังเล็งเห็นและให้ความสำคัญด้วย ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ว่า การทูตทางวัฒนธรรมจะช่วยลดความเสี่ยงวิพากษ์วิจารณ์ที่มีต่อวิธีปฏิบัติในทางธุรกิจขององค์กรธุรกิจของญี่ปุ่นได้³¹

นโยบายการทูตทางวัฒนธรรมนั้นก็เช่นเดียวกับนโยบายทางการเมืองของญี่ปุ่นซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาและสถานการณ์ ดังเช่นที่ Katzenstein ได้ยกตัวอย่างเอาไว้ เช่น ในทศวรรษ 1950 ถึง 1960 นโยบายได้มุ่งเน้นไปที่การใช้วัฒนธรรมเพื่อลดความขัดแย้งและการ

²⁸ Peter J. Katzenstein, *Open Regionalism*, pp.10-11

²⁹ Ibid, p.12

³⁰ Ibid, p.13

³¹ Ibid, pp.13-14

ต่อต้านที่ประเทศอื่น ๆ มีต่อญี่ปุ่นจากข้อขัดแย้งทางการค้า³² หรือในช่วงหลังทศวรรษ 1970 ที่นายกรัฐมนตรี Fukuda ได้แสดงจุดยืนและนโยบายใหม่ของญี่ปุ่นที่จะเน้นให้ความสำคัญกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น ก็ได้มีการตั้งศูนย์วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Culture Center) ขึ้นเพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมของญี่ปุ่นในประเทศอาเซียนและส่งเสริมความเข้าใจของอาเซียนที่มีต่อญี่ปุ่นให้ดียิ่งขึ้น³³ ในนโยบายต่างประเทศก็ได้รับเอานโยบายการทูตทางวัฒนธรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายอย่างเป็นทางการของรัฐบาลตั้งแต่ยุค 1980 และ 1990³⁴

นอกจากงานของ Katzenstein ดังได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพบว่ายังมีงานเขียนของ Cynthia P.Schneider ในปีค.ศ. 2003 ในบทความเรื่อง “Diplomacy That Works: ‘Best Practices’ in Cultural Diplomacy” ซึ่งนำเสนอการทูตเชิงวัฒนธรรมลักษณะต่างๆ ในฐานะที่เป็นนโยบายที่ผู้เขียนเห็นว่าประสบความสำเร็จในอดีต และเหมาะสมในการฟื้นคืนความเข้าใจอันดีของนานาประเทศที่มีต่อสหรัฐฯ หลังจากการรุกรานอิรักซึ่งทำให้ชาวโลกเห็นว่าศีลธรรมของสหรัฐฯ เสื่อมถอยลง

สำหรับความหมายของการทูตวัฒนธรรม ซึ่ง Katzenstein ไม่ได้มีเขียนเอาไว้อย่างชัดเจนนั้น ในบทความนี้ Cynthia ได้นำเสนอเอาไว้ว่าเป็น “การแลกเปลี่ยนทางความคิด ข้อมูล ข่าวสาร ศิลปะและมุมมองอื่นๆ ของวัฒนธรรมในระหว่างประเทศต่างๆ และผู้คนในประเทศเหล่านั้น ทั้งนี้เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน”³⁵

Cynthia ได้อธิบายถึงวิธีการต่างๆ ที่เป็นวิถีทางการทูตในเชิงวัฒนธรรมที่สหรัฐฯ ใช้ตั้งแต่ในช่วงที่การทูตวัฒนธรรมของสหรัฐฯ รุ่งเรืองที่สุดคือในช่วง ค.ศ.1950-1975 ซึ่งมีด้วยกันหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการส่งนักแสดง นักดนตรี ศิลปิน นักเขียนและนักเต้นอเมริกันจำนวนมากไปยังประเทศต่างๆ โดยรัฐบาลสหรัฐฯ เพื่อเป็น “ทูตวัฒนธรรม”(cultural ambassadors)³⁶ หรือการแลกเปลี่ยนคนโดยผ่านทางโครงการแลกเปลี่ยนต่างๆ เช่น Fulbright หรือ Eisenhower³⁷

³² Peter J. Katzenstein, *Open Regionalism*, p.15

³³ Ibid, p.16

³⁴ Ibid, p.17

³⁵ Cynthia P.Schneider, “Diplomacy That Works: ‘Best Practices’ in Cultural Diplomacy” (2003) in Cultural Diplomacy Research Series <www.culturalpolicy.org>, p.1

³⁶ Ibid, p.2

³⁷ Ibid, p.3

นโยบายการทูตแบบ people to people หรือ “คนสู่คน” ซึ่งเป็นการดำเนินการสานสัมพันธ์ทางการทูตอย่างไม่เป็นทางการโดยใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวหรือความสนใจส่วนตัว เช่น ศิลปะหรือกีฬา เพื่อสานความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลและนำไปสู่การกิจกรรมการแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรม³⁸ หรือการกระทำเพื่อให้ความช่วยเหลือซึ่งเกิดนอกสถานทูตโดยการใช้ know-how แบบอเมริกันเพื่อแก้ปัญหาให้ชุมชนหรือคนในท้องถิ่น

นอกจากนี้การทูตวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จ ยังเกิดขึ้นได้จากการชี้ให้ผู้คนในท้องถิ่นเห็นถึงความเชื่อมต่อของ 2 วัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมของผู้ให้และผู้รับ หรือการแสดงให้เห็นถึงประเทศผู้รับเห็นถึงความเคารพและให้เกียรติขนบธรรมเนียมประเพณีและประวัติศาสตร์ของชาติผู้รับ โดยวิธีหนึ่งที่ดีเพื่อแสดงความเคารพต่อขนบธรรมเนียมนิยมของประเทศอื่นก็ด้วยการช่วยประเทศเหล่านั้นในการสงวนรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่า³⁹

สิ่งที่น่าสนใจในบทความนี้คือ Cynthia ได้เสนอปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับการทูตวัฒนธรรม ซึ่งลักษณะสำคัญที่ควรมีเพื่อให้กิจกรรมหรือการริเริ่มต่างๆทางการทูตวัฒนธรรมประสบผลสำเร็จนั้นควรจะประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้⁴⁰

- (1) ต้องสื่อถึงแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าของวัฒนธรรมนั้นๆ (ซึ่งในที่นี้คือคุณค่าแบบอเมริกัน)
- (2) ให้สิ่งที่ตรงกับความสนใจของประเทศเจ้าบ้านผู้รับวัฒนธรรม
- (3) เสนอในสิ่งที่น่าพอใจ ให้ข้อมูล หรือความรู้ในลักษณะการแลกเปลี่ยน และเคารพซึ่งกันและกัน
- (4) เป็นการปูทางให้นักการทูตเพื่อเข้าสู่ประเทศเจ้าบ้าน
- (5) เสนอมิตีอื่น หรือให้ทางเลือกแก่การมีตัวตนของสหรัฐในประเทศเหล่านั้น
- (6) เป็นส่วนหนึ่งที่จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในระยะยาว และปลูกฝังให้เกิดสายสัมพันธ์ต่อกัน
- (7) เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ ยืดหยุ่นได้ และสร้างโอกาส

จากลักษณะทั้ง 7 ประการดังที่ยกมาข้างต้นนี้ Cynthia เน้นว่าคุณณลักษณะที่สำคัญที่สุด 2 ประการของการทูตวัฒนธรรมใดๆนั้น คือ ต้องสะท้อนหรือแสดงให้เห็นคุณค่าบางอย่างของประเทศ (ในกรณีนี้คือคุณค่าแบบอเมริกัน) และต้องมีความเหมาะสมหรือเข้ากันได้กับผู้รับ

³⁸ Cynthia P. Schneider, “Diplomacy That Works,” pp.4-5

³⁹ Ibid, pp.5-6

⁴⁰ Ibid, p.3

ดังนั้นสิ่งสำคัญประการแรกที่ Cynthia เห็นว่าต้องกระทำในการดำเนินนโยบายการทูตวัฒนธรรม คือ ทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยแวดล้อมของประเทศที่จะเป็นผู้รับวัฒนธรรม⁴¹

ในบทความนี้ ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่ได้รับการริเริ่มขึ้นมาจากความคิดของผู้ว่าการด้านการสื่อสาร และได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากรัฐสภา คือรายการวิทยุ Radio Sawa (มาจากภาษาอารบิก แปลว่า ร่วมกัน) ที่ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทในทางสร้างสรรค์ของวัฒนธรรมป๊อปในนโยบายทางการทูต รายการนี้ได้ออกอากาศทางวิทยุ FM เป็นภาษาอารบิกและภาษาพื้นเมืองในพื้นที่แถบตะวันออกกลางรวมไปถึงประเทศอิรัก และมีการเปิดเพลงร่วมสมัยสลับกันระหว่างเพลงอาหรับ ดนตรีตะวันตก และชาวสัน การให้ความเท่าเทียมทางด้านดนตรีนี้เป็นการส่งสัญญาณให้เห็นถึงความเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่น ผลตอบรับที่เกินความคาดหมายคือ Radio Sawa ได้เตือนใจผู้ฟังให้นึกถึงสิ่งที่ดีที่พวกเขาชอบเกี่ยวกับสหรัฐ และสิ่งที่มีความรู้สึกร่วมกันกับคนอเมริกัน

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากสถานีวิทยุนี้แสดงให้เห็นว่า จากการลงทุนและการวางแผนในเชิงกลยุทธ์ทำให้วัฒนธรรมป๊อปสามารถเป็นเครื่องมือที่ดีที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดหรือทัศนคติของคนในโลกได้⁴²

ในส่วนท้ายของบทความ ผู้เขียนสรุปว่าจากความสำเร็จของโปรแกรมต่างๆซึ่งเป็นการริเริ่มทางด้านวัฒนธรรมแสดงให้เห็นว่าสหรัฐรู้ถึงวิธีการออกแบบและนำเอาโครงการหรือวิถีทางการทูตสาธารณะไปใช้ แต่การทูตทางวัฒนธรรมในลักษณะต่างๆไม่อาจจะประสบความสำเร็จได้ แม้ว่าจะมีศักยภาพสักเพียงใด หากว่าไม่ได้รับการสนับสนุนและริเริ่มชักนำจากภาครัฐ

จากงานวิจัยที่ได้ยกมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าอาจสรุปถึงความหมายของการทูตวัฒนธรรมได้ว่าเป็น การแลกเปลี่ยนมุมมองต่างๆทางด้านวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะในทางความคิด ทัศนคติ ศิลปะ ทั้งนี้โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน สำหรับวิธีการในการนำเอาการทูตวัฒนธรรมไปใช้นั้นมีได้หลายลักษณะ เช่น การใช้คนเป็นสื่อ การสร้างความสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมที่มีความสนใจร่วมกัน หรือการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆซึ่งอาจมีการริเริ่มมาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐหรือเอกชน และคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดของกิจกรรมหรือการริเริ่มทางการทูตวัฒนธรรมคือ (1) แสดงออกถึงแนวคิดหรือคุณค่าในทางวัฒนธรรม และ(2) ต้องมีความเหมาะสม เข้ากันได้ หรือตรงกับความสนใจของผู้รับ

⁴¹ Cynthia P.Schneider, "Diplomacy That Works," p.3

⁴² Ibid, pp.14-15

จากการทบทวนวรรณกรรมดังที่ได้นำเสนอมาข้างต้น ทำให้ทราบว่าการศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power โดยเฉพาะของญี่ปุ่น และแนวคิดเกี่ยวกับการทูตวัฒนธรรมในเชิงทฤษฎียังมีไม่มากนัก และงานเขียนแทบทั้งหมดเป็นภาษาอังกฤษ พบวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง Soft Power เพียงฉบับเดียวแต่ก็ไม่ได้ศึกษาในแนวเดียวกับหัวข้อของผู้วิจัย อย่างไรก็ตามจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมในเบื้องต้นทำให้ได้ทราบถึงแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับทั้ง Soft Power ของญี่ปุ่นและการทูตทางวัฒนธรรม ว่าการศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power ของญี่ปุ่นเท่าที่มีมานั้นจะเป็นการอธิบายในแง่อิทธิพลในทางวัฒนธรรม และความนิยมในวัฒนธรรมญี่ปุ่น (Japanese Cool) และรวมทั้งผลของความนิยมนั้นที่มีในทางเศรษฐกิจเสียเป็นส่วนใหญ่ โดยมีได้เน้นถึงการมีอิทธิพลในทางความคิด หรือการพิจารณาถึงญี่ปุ่นในแง่การเป็นผู้มีอิทธิพลต่อประเทศอื่นอย่างเด่นชัด ดังที่ผู้วิจัยตั้งเป็นประเด็นในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยตั้งใจว่าจะนำเอาประเด็นเหล่านี้มากล่าวถึงในบทถัดไป

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการทูตวัฒนธรรมนั้น การทบทวนวรรณกรรมทำให้ทราบถึงนิยามและวัตถุประสงค์ในเบื้องต้นของการนำเอาการทูตวัฒนธรรมมาใช้ รวมทั้งลักษณะสำคัญของการใช้ยุทธวิธีการทูตทางวัฒนธรรมให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์การทูตเชิงวัฒนธรรมของญี่ปุ่นในบทที่ 4 ต่อไป