การเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่นทางรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย

Narration of Japanese Culture on Thai Television Documentary

ปัณณวัฒน์ บำรุง*
Pannawatt Bumroong
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Thammasat University
*pbtor@hotmail.com

บทคัดย่อ

ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ปรากฏในแต่ละรายการเป็นการสะท้อนแก่นความคิดหลักที่ผู้ผลิตต้องการมุ่งเน้นนำเสนอ คือหากแก่นความคิดหลักคือการเล่าเรื่องรายการให้ออกมาในประเภทสารคดีท่องเที่ยว วัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ปรากฏโดยมากจึงเป็นวัฒนธรรมรูปนาม เช่น อาหารและสิ่งปลูกสร้าง แต่หากแก่นความคิดหลักของรายการคือการมุ่งเน้นการเล่าเรื่องเพื่อจุดประกาย หรือปลูกปัญญาให้กับผู้รับชมชาวไทย ก็จะสะท้อนวัฒนธรรมญี่ปุ่นนามธรรมอย่างกระบวนการความคิด วิถีชีวิต และการเล่าเรื่องเกือบทั้งหมดชี้นำให้เห็นด้านบวกเพียงด้านเดียว โดยการวางตำแหน่งของผู้เล่าในฐานะของผู้ตามจากชาติที่ล้าหลังกว่า นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้อุปถัมภ์รายการจากประเทศญี่ปุ่นจะมีอิทธิพลมากทั้งด้านบวกและลบต่อองค์กรผู้ผลิตที่มุ่งแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก โดยอิทธิพลนี้จะครอบคลุมเกือบทุกด้านตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิตตลอดไปจนถึงด้านเนื้อหารายการ แต่หากเป็นองค์กรที่ผลกำไรไม่ใช่ความสำคัญลำดับแรกจะพบกับอุปสรรคในกระบวนการถ่ายทำที่มากกว่า อย่างไรก็ตามเนื่องจากรายการสารคดีไม่ใช่รายการทำรายได้ในประเทศไทย องค์กรผู้ผลิตจึงต้องมีช่องทางรายได้อื่นเพื่อให้มีงบประมาณเพียงพอสำหรับผลิตรายการสารคดีต่อไป

คำสำคัญ : การเล่าเรื่อง วัฒนธรรมญี่ปุ่น นามธรรม รูปธรรม

Abstract

It’s found that the contents reflect their producers’ intentions. If the intent is to present travel opportunities, the focus is on Japanese cultural products (ex: architecture and food), if the intent is to enlighten Thai audiences, the focus is on Japanese cultural ideals (for example: mannerism and ideology). Moreover, producers have a mindset of i nferiority, so most content is in a positive aspect.

Sponsors from Japan have a far–reaching influence on a for–profit the producer from production process to contents, but nonprofit producers face more difficulties in production (ex. Filming permits, budget, or interview appointment). Nevertheless, the documentary is not profitable in Thailand so producers are required to have other kinds of content to make ends meet.

Recieved : April 4, 2018 **Revised :** May 10, 2018 **Accepted :** June 14, 2018

Keywords : narration, Japanese culture, products, ideals

บทนำ

หากนึกถึงรายการที่มุ่งเน้นเนื้อหาสาระทางโทรทัศน์ ย่อมมีชื่อของรายการสารคดี (Television Documentary) ซึ่งถูกพัฒนามาจากภาพยนตร์สารคดี (Documentary Film) โดยเทคนิครูปแบบต่างๆ มีบริษัทผลิตสารคดียักษ์ใหญ่สัญชาติอเมริกัน และอังกฤษเป็นผู้บุกเบิก รวมถึงการวางกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างชาญฉลาด ในที่สุดยุคทศวรรษ 90 รายการสารคดีทางโทรทัศน์จึงเริ่มกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่มูลค่ามหาศาลของโลกจนถึงปัจจุบัน สารคดีคือการนำเอาข้อมูลหรือข้อเท็จจริงมานำเสนอโดยผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ กล่าวคือสารคดีมิอาจปั้นแต่งเรื่องราวหรือตัวละครขึ้นเองตามจินตนาการของผู้เขียนบทละคร นิยายหรือเรื่องสั้น แต่สารคดีก็มิใช่แบบเรียนที่จะต้องนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นแบบแผนตรงไปตรงมาเป็นลำดับขั้นตอนครบทุกประการ ในขณะเดียวกันสารคดีก็เป็นสื่อหนึ่งของความบันเทิง หากแต่เป็นความบันเทิงที่สอดแทรกสาระความรู้ควบคู่กันไป เพื่อให้ผู้ชมได้ครบทั้งสาระความรู้และแง่คิดอันเป็นทัศนคติเชิงสร้างสรรค์ (Theerapap Lohitkul, 2001)

สำหรับรายการสารคดีโทรทัศน์ ที่มุ่งเน้นนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับประเทศญี่ปุ่น โดยจุดกำเนิดเริ่มต้น ประวัติความเป็นมาต้องย้อนกลับไปในสมัยที่สินค้าผนวกด้วยวัฒนธรรมญี่ปุ่นเริ่มเข้ามาในประเทศไทย ส่งผลต่อการปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของชนชั้นต่างๆ ในสังคมไทย กระบวนการบ่มเพาะและสร้างความเป็นญี่ปุ่นขึ้นในสังคมไทย และการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของคนญี่ปุ่นในมุมมองของคนไทย กว่าสามทศวรรษที่วัฒนธรรมญี่ปุ่นได้รับการบ่มเพาะและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต สร้างความเป็นญี่ปุ่นขึ้นในวัฒนธรรมไทยโดยปราศจากความรู้สึกแปลกแยกจากคนในสังคม ดังนั้นในบริบทที่สารคดีก็คือวิธีการนำเสนอรูปแบบหนึ่งในสื่อโทรทัศน์ ความเป็นญี่ปุ่นถูกหล่อหลอมไปเป็นส่วนหนึ่งของสำนึกของความเป็นไทย สาเหตุสำคัญประการหนึ่งก็คือการได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนไทย (United Association for Education, 1987)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่นทางรายการสารคดีโทรทัศน์
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่นทางรายการสารคดีโทรทัศน์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. การวิจัยในครั้งนี้ทำให้เกิดการตระหนักรู้ถึงประเทศญี่ปุ่น ในแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับด้านวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

2. ผลการศึกษาจะทำให้เกิดการเรียนรู้การประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมทางสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้คือรายการสารคดีทางโทรทัศน์

3. เป็นการกระตุ้นให้เกิดการศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับรายการสารคดีในแง่มุมอื่นๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพแก่วงการโทรทัศน์ประเทศไทยในการผลิตรายการที่มีเนื้อหาสาระอันเป็นประโยชน์ เกิดการพัฒนายกระดับให้ก้าวทันตามมาตรฐานสากล

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In–depth Interview) นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ประชากรและตัวอย่าง

• **เทปรายการสารคดีโทรทัศน์** โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 3 รายการ ประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้ 1) สุโก้ย เจแปน ดำเนินรายการโดย ฮิโระ ซะโนะ 2) เซย์ไฮ ดำเนินรายการโดย กัญญารัตน์ จิรรัชชกิจ 3) ดูให้รู้ ดำเนินรายการโดย ฟูจิ ฟูจิซากิ

โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ 1) เป็นรายการที่มีพิธีกรดำเนินรายการ ผู้มีประสบการณ์เป็นพิธีกรดำเนินรายการสารคดีที่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นมาแล้วเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี 2) มุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นเป็นหลักอย่างต่อเนื่อง 3) เป็นรายการที่ออกอากาศทางฟรีทีวีในประเทศไทยในช่วงระหว่างปีพุทธศักราช 2558 (มกราคม–ธันวาคม)

• **ประเภทบุคคล** บุคลากรที่เกี่ยวกับการผลิตรายการของกลุ่มตัวอย่าง รายการละ 1 คน เก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ได้แก่ 1) ฟูจิ ฟูจิซากิ ผู้ดำเนินรายการดูให้รู้ (Narrator) 2) วิรัส ยั่งยืน ผู้กำกับรายการสุโก้ยเจแปน (Director) 3) ศุภลักษณ์ จิรรัชชกิจ ผู้ควบคุมรายการเซย์ไฮ (Producer)

เครื่องมือที่ใช้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วน

• ส่วนที่ 1 ใช้การวิเคราะห์ตัวบทผ่านการรับชมย้อนหลังทางอินเทอร์เน็ต และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านกระบวนการผลิตเนื้อหาโดยใช้แนวคิดการเล่าเรื่อง แนวคิดเกี่ยวกับสารคดี และแนวคิดเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นเพื่อใช้ประกอบการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

• ส่วนที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากบุคลากรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตรายการสารคดีทั้ง 3 รายการ รายการละ 1 คน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีกระบวนทัศน์ของระบบสื่อสารมวลชนและแนวคิดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลญี่ปุ่น เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่เก็บข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์โดยการบันทึกเสียง และทำความเข้าใจตัวบทของรายการสารคดีอย่างถี่ถ้วนแล้ว ผู้วิจัยเรียบเรียงข้อมูลตามแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นกำหนดแบ่งเป็นหัวข้อย่อย และแยกข้อมูลตามวัตถุประสงค์ โดยใช้วิธีนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์อธิบายผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ในส่วนของการวิเคราะห์ตัวบท ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาออกอากาศมาเป็นระยะมากกว่า 5 ปีขึ้นไป เนื่องจากระยะการออกอากาศที่ยาวนั้นสามารถยืนยันได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความมุ่งมั่นในวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่วัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป นอกจากนี้ยังมีเทคนิคและกลยุทธ์ที่ดีในการยืดหยัดท่ามกลางตลาดรายการโทรทัศน์ที่มีการแข่งขันสูง และยืนระยะจากช่วงเปลี่ยนผ่านจากระบบอะนาล็อคไปสู่ทีวีดิจิทัล ซึ่งส่วนประกอบที่สำคัญเหล่านี้ของกลุ่มตัวอย่างยังผลให้ในส่วนของการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ผลิตมีคุณภาพและความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

วัฒนธรรมญี่ปุ่น หมายถึง วัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นที่วัฒนธรรมส่วนมากถูกดัดแปลงมาจากวัฒนธรรมของจีน ได้รับการสั่งสมความคิด ความเชื่อ วิธีการที่ได้รับการสืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นผสมผสานจนเกิดเป็นเอกลักษณ์ ปรากฏให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนกับสังคมอื่น วัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม หมายถึง วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ แต่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มที่แสดงออกในด้าน ความคิด ประเพณี ขนบธรรมเนียม แบบแผนของพฤติกรรมต่างๆ ที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา เป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มของตนว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสมควรแก่การให้ค่า เช่น

- **ความเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ** ชนชาติญี่ปุ่นดั้งเดิมเป็นสังคมเกษตรและสังคมประมง จึงมีความคิดว่า ตนเองเกิดมาพร้อมกับสิ่งอื่นในธรรมชาติ เติบโตไปพร้อมกับสิ่งอื่นในธรรมชาติ และในที่สุดก็จะกลับคืนสู่ธรรมชาติ ความคิดดังกล่าวทำให้ชาวญี่ปุ่นพยายามทำตนเองให้เป็นเช่นเดียวกับความเป็นไปในธรรมชาติเป็นรากฐานทางด้านจิตใจซึ่งแสดงออกมาในรูปปรัชญา ความคิด และศาสนา ความวางใจในธรรมชาติทำให้ชาวญี่ปุ่นรู้สึกรื่นรมย์ต่อธรรมชาติ และคิดว่าความเป็นไปในปัจจุบันอันเนื่องมาจากธรรมชาติบันดาลนั้นเป็นสิ่งที่ควรพึงพอใจอย่างยิ่ง (Thai–Japanese Technology Association, 2006)
- **การรวมกลุ่มก้อน ระบบอุปถัมภ์** ชาวญี่ปุ่นมักจะคิดว่าสิ่งต่างๆ ที่ทำสำเร็จไม่ใช่เพราะความสามารถของตนแต่เป็นเพราะ “โคเนะ” ซึ่งย่อมาจากคำภาษาอังกฤษ “Connections” การเข้าไปทำงานในหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งในญี่ปุ่น ไม่ใช่เป็นเพียงการทำสัญญาผูกผันกันเพื่อค่าจ้างเท่านั้น แต่หมายถึงการเข้าไปเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับหน่วยสังคมที่ใหญ่ขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่ยิ่งใหญ่ และมีความสำคัญ ทั้งฝ่ายบริหารและฝ่ายลูกจ้างแรงงานมักทำงานในหน่วยงานหนึ่งๆ จนกระทั่งเกษียณอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นบริษัทใหญ่มีชื่อเสียง เขาจะร้องเพลงของบริษัทอย่างเต็มอกเต็มใจ และติดเข็มบริษัทไว้ที่อกเสื้ออย่างภาคภูมิ (O–Wrightchoaer, 1988)

2. วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม หมายถึง วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุสามารถมองเห็นและจับต้องได้ โดยมากมักจะถูกพัฒนามาจากวัฒนธรรมนามธรรมกลายเป็นอารยธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เมื่อกาลเวลาผ่านไปสิ่งปลูกสร้างสถาปัตยกรรม จิตรกรรม หัตถกรรมเหล่านั้นจึงถูกยกย่องเป็นสมบัติล้ำค่าทางประวัติศาสตร์ เช่น

- **ความก้าวหน้าของการขนส่งระบบราง** หากผู้ใดมีความประสงค์ใช้บริการรถไฟในประเทศญี่ปุ่น นอกจากเป็นการสะท้อนถึงความใส่ใจในรายละเอียดของการออกแบบแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นถึงการมีการบริหารจัดการระบบการเดินรถที่ยอดเยี่ยม ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของคนญี่ปุ่นในการทำงานไม่ว่าจะทำอะไรเขาจะทำอย่างจริงจัง ทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจและสมอง ตลอดจนความละเอียดอ่อนและวิจิตรพิสดาร อย่างเช่นในการเกษตร เขาตื่นแต่เช้ามืดและออกไปสู่ไร่นาถ้าจำเป็นก็จะอยู่ถึงดึกดื่น เวลาเขาดำข้าวในนาจะเอาเชือกมาขึงทำให้ข้าวขึ้นเป็นระเบียบ ต้นกล้าค่อยๆ โตขึ้นแตกหน่อแตกใบ ในยามที่ข้าวออกรวงจึงดูประณีตเป็นแถวเป็นแนวคล้ายสวนดอกไม้ หลังจากดำนาแล้วชาวนาญี่ปุ่นจะคอยเก็บวัชพืชที่ขึ้นปนกับต้นข้าว ดังนั้นในท้องนาจึงมีแต่ต้นข้าวไม่มีผักบุ้งหรือหญ้าอื่นๆ ขึ้นปนเกลื่อนท้องนา (Khunthong Inthai, 1984)

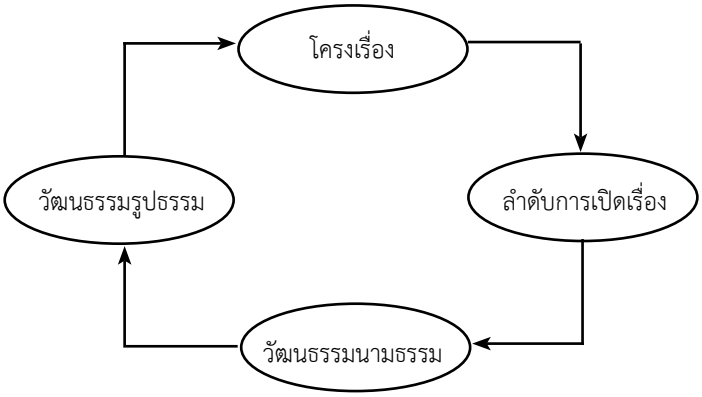
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่นทางรายการสารคดีโทรทัศน์

การวิเคราะห์ใช้แนวคิดการเล่าเรื่อง (Narration) ตามองค์ประกอบการเล่าเรื่องของ Cawelti (1971, as cited in Berger, 1997) เป็นแนวคิดหลักในการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ซึ่งประกอบไปด้วย

1. โครงเรื่อง (Plot)

โครงเรื่องเป็นองค์ประกอบสำคัญของเรื่องเล่า โดยปกติจะมีการลำดับเหตุการณ์ในการเล่าเรื่องไว้โดยกำหนดโครงสร้างการดำเนินรายการ (Program Structure) โดยให้แต่ละส่วน (Program Element) ทำหน้าที่ให้เหมาะสม แต่ยังคงมีความกลมกลืนต่อเนื่องกัน และมีเอกภาพเดียวกันทั้งหมดตลอดรายการ (Unnop Limpanarom, 2005)

(1) การเล่าซ้ำวัฒนธรรมญี่ปุ่นสะท้อนวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต



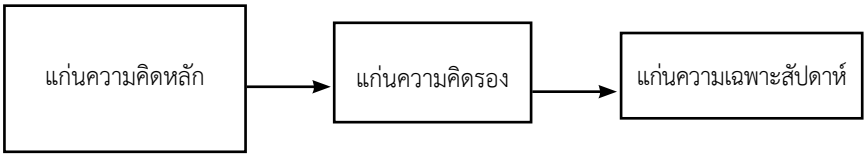
ภาพที่ 1 : ภาพวงจรการเล่าซ้ำวัฒนธรรมญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง

(2) สัดส่วนของวัฒนธรรมญี่ปุ่นในแต่ละตอนถูกกำหนดเอาไว้แล้ว

การเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่นในแต่ละตอนถูกผู้ผลิตจำกัดไว้อยู่ก่อนแล้วว่าในแต่ละตอนนั้นมีวัฒนธรรมญี่ปุ่นใดบ้างที่วางยืนพื้นเอาไว้ ตัวอย่างโครงเรื่องรายการสุโก้ยเจแปนผู้กำกับรายการระบุว่าในหนึ่งตอนต้องประกอบไปด้วยการรับประทานอาหาร การเรียนรู้และการเที่ยวชม แต่เนื่องจากสารคดีถ่ายทำจากสถานที่จริง เมื่อผู้ผลิตพบเห็นความน่าสนใจอื่นจากสถานที่ซึ่งถูกกำหนดไว้ในขั้นวางแผนงานเนื้อหาก็อาจถูกปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ดังนั้นอัตราส่วนของวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ปรากฏจึงปรับเปลี่ยนตามไปด้วยในลักษณะเพิ่มเติมจากวัฒนธรรมหลักที่ถูกเล่าในทุกสัปดาห์

2. แก่นความคิด (Theme)

Hertik & Yarber (1971, as cited in Chalongrat Tippiman, 1996) ได้ให้ความหมายของแก่นความคิดไว้ว่า “ความคิดหลักในการดำเนินเรื่อง เป็นความคิดรวบยอดที่เจ้าของเรื่องต้องการนำเสนอ”



ภาพที่ 2 : ภาพลำดับความสำคัญของแก่นความคิด

- **วัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ปรากฏคือความคิดรวบยอดของผู้ผลิต**

สามารถจำแนกแก่นความคิดของทุกกลุ่มตัวอย่างได้ออกเป็น 3 ลักษณะคือ 1) แก่นความคิดสุนทรีย์นิยม (Kamchorn Soonpongsri, 2012) 2) แก่นความคิดเดินทางเพื่อได้เห็นมุมมอง 3) และแก่นความคิดผู้มีอุดมการณ์ อย่างไรก็ตามทุกกลุ่มตัวอย่างมีแก่นความคิดหลักและแก่นความคิดรองที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในแต่ละเทปรายการที่ใช้ออกอากาศทุกสัปดาห์ก็จะมีแก่นความคิดเฉพาะสำหรับเทปสัปดาห์นั้น แต่ต้องสอดคล้องกับแก่นความคิดหลักของรายการด้วย อย่างในรายการสุโก้ยเจแปนกับรายการเซย์ไฮมีแก่นความคิดหลักที่คล้ายคลึงกันคือเป็นรายการที่ดูสนุก ไม่เครียด ผ่อนคลายและได้สาระความรู้ ส่วนรายการดูให้รู้มีแก่นความคิดที่ต้องการสร้างบรรยากาศในรายการให้เกิดการตระหนักรู้ ซึมซับจากตัวอย่างก่อเกิดผลต่อผู้รับชมให้ตกตะกอนทางความคิด

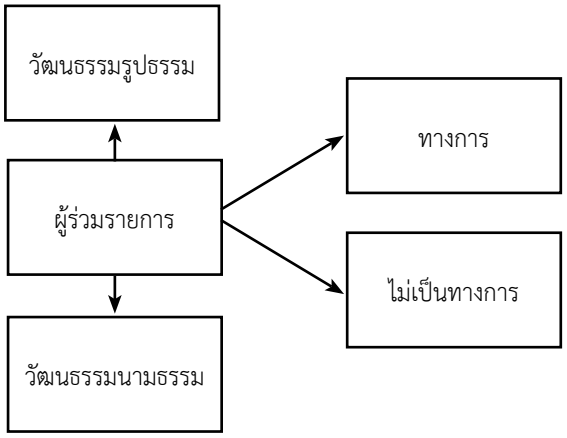
3. ผู้เล่า (Narrator)

ในรายการสุโก้ยเจแปนและรายการดูให้รู้ ใช้พิธีกรกับผู้บรรยายเป็นแกนหลักในการเล่าเรื่อง โดยพิธีกรทั้ง 2 รายการซึ่งมีเชื้อสายญี่ปุ่น เติบโตในประเทศญี่ปุ่นจึงมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมญี่ปุ่นเป็นอย่างดี การเล่าเรื่องของทั้งคู่จึงเป็นในลักษณะการเล่าเรื่องในบ้านเกิดที่มีเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยอันเป็นองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมญี่ปุ่นซึ่งยากต่อคนต่างชาติในการรับรู้ นอกจากนี้การเป็นชาวญี่ปุ่นยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายการ ให้ผู้ชมรู้สึกว่าข้อมูลที่ได้รับจากพิธีกรมีน้ำหนัก

รูปแบบการเล่าของผู้บรรยายทั้ง 2 รายการ มีลักษณะที่เหมือนกันคือกล่าวเสริมในส่วนของประวัติความเป็นมาของสิ่งต่างๆ เป็นการเล่าในลักษณะร่ายยาวสนับสนุนเนื้อหาต่อจากพิธีกร อย่างไรก็ตามการเล่าเรื่องของผู้บรรยายรายการสุโก้ยเจแปน จะมีอารมณ์ขันสอดแทรกมุขตลกเป็นระยะๆ ตรงข้ามกับผู้บรรยายรายการดูให้รู้ที่โทนน้ำเสียงออกไปทางคร่ำเคร่งจริงจังเพราะรูปแบบรายการมีจุดเน้นที่แตกต่างกัน

รายการเซย์ไฮใช้พิธีกรเป็นแกนหลักในการเล่าเรื่อง โดยไม่มีผู้บรรยายรายการร่วมเล่า การเล่าเรื่องของพิธีกรคือการแสดงให้ประจักษ์ต่อผู้ชมว่า พิธีกรได้เตรียมตัวด้านเนื้อหามาเป็นอย่างดีพร้อมกับรูปแบบการเล่าที่พยายามควบคุมองค์ประกอบการเล่าเรื่องผ่านทางตัวพิธีกรให้เป็นลักษณะสดใสร่าเริง ตื่นเต้นไปกับสิ่งแปลกใหม่ที่ได้พบเห็น กล่าวคือพิธีกรรายการเซย์ไฮคือผู้ควบคุมบรรยากาศรายการ

4. ผู้ร่วมรายการ (Guest)



ภาพที่ 3 : ภาพการเล่าเรื่องผู้ร่วมรายการของกลุ่มตัวอย่าง

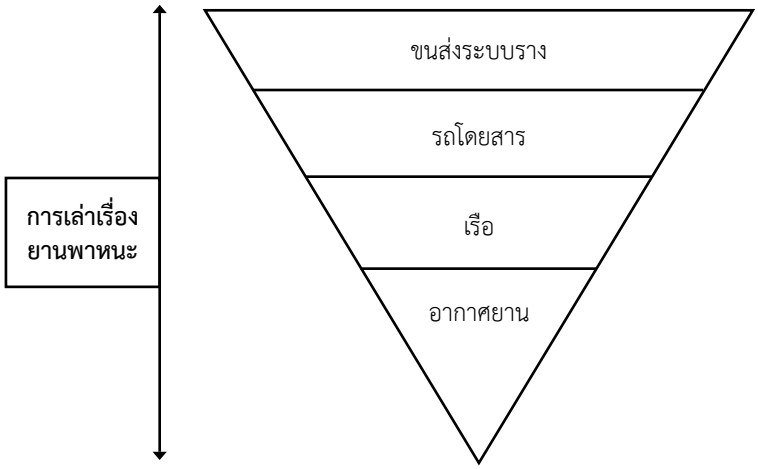
- **การคัดเลือกตัวแทนความเป็นท้องถิ่น**

ความสำคัญของผู้ร่วมรายการคือสามารถใช้อ้างอิง ช่วยเพิ่มน้ำหนักและสร้างมิติให้เนื้อหามีความหนักแน่น น่าเชื่อถือและเป็นตัวแต่งเติมสร้างความบันเทิงให้ผู้ชม ผู้ร่วมรายการที่เป็นต้นเรื่อง (Subject) คือการคัดเลือกจากมุมมองของผู้ผลิต เปรียบเสมือนหลักฐานยืนยันทางวัฒนธรรมโดยการใช้คนผู้เป็นตัวแทนในสิ่งที่ผู้ผลิตต้องการสื่อเป็นผู้เล่า อย่างไรก็ตามมุมมองของผู้ชมต่อผู้ร่วมรายการก็ถูกจำกัดอยู่ในกรอบ (Framing) เพราะคำพูดอากัปกิริยาท่าทางของผู้ร่วมรายการได้ถูกผู้ผลิตตัดเหลือเพียงส่วนที่ต้องการนำเสนอออกไปในระยะเวลาออกอากาศที่จำกัด

แต่ละรายการจะใช้ผู้ร่วมรายการชาวญี่ปุ่นในการเล่าเรื่องต่างวัตถุประสงค์กันออกไป แต่มีจุดร่วมที่เหมือนกันคือภาพผู้ร่วมรายการที่ปรากฏเหล่านั้น กิริยาท่าทาง วิธีการสนทนาแสดงออกถึงความมีมิตรไมตรีต่อผู้มาเยือน รายการสุโก้ยเจแปนและรายการเซย์ไฮที่เน้นหนักไปกับการท่องเที่ยวผู้ร่วมรายการจะเป็นลักษณะทางการและไม่เป็นทางการ ผู้ร่วมรายการอย่างเป็นทางการเกิดจากการที่ได้ติดต่อประสานงานเอาไว้ล่วงหน้าเพื่อขอเข้าพบเยี่ยมชมสถานที่ หรือสาธิตวิธีการแสดงความสามารถต่างๆ ส่วนผู้ร่วมรายการอย่างไม่เป็นทางการจะเกิดจากการพบปะพูดคุยโดยบังเอิญระหว่างทางเพื่อช่วยสร้างสีสันเล็กน้อยให้กับรายการ

รายการดูให้รู้ให้ความสำคัญอย่างที่สุดกับผู้ร่วมรายการ เพราะเน้นหนักทางวัฒนธรรมนามธรรม ผู้ร่วมรายการที่มีความน่าสนใจจึงเป็นคนต้นเรื่องชั้นเยี่ยมที่สามารถเป็นกระจกสะท้อนวัฒนธรรมเหล่านั้นของคนญี่ปุ่นได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งการเล่าเรื่องของรายการดูให้รู้คือการเล่าเรื่องชีวิตของผู้ร่วมรายการ

5. ยานพาหนะ (Locomotive)



ภาพที่ 4 : ภาพความถี่การเล่าเรื่องยานพาหนะของกลุ่มตัวอย่าง

การเล่าเรื่องยานพาหนะในทุกรายการจะพุ่งเป้าไปยังระบบขนส่งราง โดยมากคือรถไฟความเร็วสูงและรถรางหลากชนิดที่ถูกหยิบยกมาเล่าในหลากหลายแง่มุม และปรากฏภาพให้ผู้ชมเห็นมากที่สุดราวกับว่ารายการใช้ระบบขนส่งรางเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามผู้ผลิตต่างระบุว่าการเดินทางถ่ายทำจริงๆ ได้ใช้ยานพาหนะหลากหลายรูปแบบ แต่ระบบขนส่งรางเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของประเทศญี่ปุ่นเป็นยานพาหนะที่มีความทันสมัย น่าสนใจและเป็นระบบขนส่งที่ประชาชนชาวไทยเรียกร้องรัฐบาลให้มีการพัฒนาเสมอมา

6. เวลา (Time)

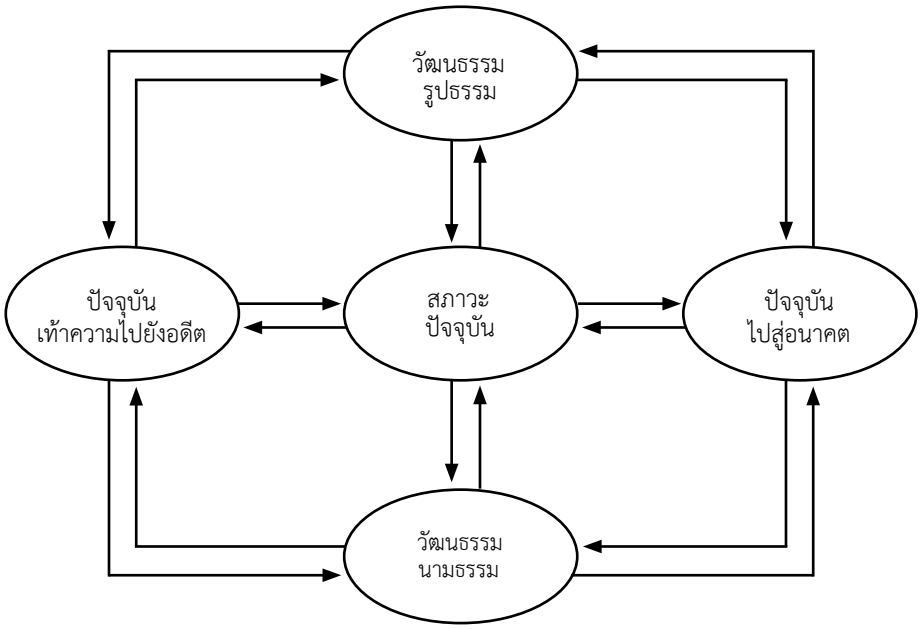
(1) ลำดับเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์

การทำหน้าที่สื่อสารมวลชนที่สำคัญประการหนึ่งของสารคดีคือการให้ความรู้ การเดินทางท่องเที่ยวในรายการเซย์ไฮและสุโก้ยเจแปน กลุ่มตัวอย่างเล่าเรื่องวัฒนธรรมรูปธรรมในปริมาณมาก โดยวัฒนธรรมเหล่านี้ต้องอาศัยผู้ดำเนินรายการเป็นผู้อธิบายขยายความเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ เช่น ประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว วัด ปราสาท พิพิธภัณฑ์ รวมถึงที่มาของวัฒนธรรมอาหารในแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไป การเชื่อมโยงช่วงเวลาทำให้ผู้ชมทราบเรื่องราวในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน และสามารถขยายเชื่อมต่อไปยังอนาคตได้

(2) ชีวประวัติผู้ร่วมรายการ

เมื่อสลับการลำดับช่วงเวลาของกลุ่มตัวอย่างในข้างต้นมาเปรียบเทียบกับรายการดูให้รู้จากวัตถุมาเป็นปัจเจกบุคคล การเล่าเรื่องช่วงเวลาก็คือการเล่าเรื่องชีวิตของบุคคลผู้หนึ่งที่มีประวัติความเป็นมาเช่นกัน การเล่าเรื่องในส่วนนี้เสมือนการฉายภาพย้อนอดีตเส้นทางชีวิตของปัจเจกบุคคลผู้ประสบความสำเร็จปัจจุบันวิถีชีวิตได้ดำเนินต่อไปเช่นไร และในอนาคตมีแผนการพัฒนาต่อยอดในสิ่งที่ตนเองกำลังทำอย่างไร

7. สถานที่ (Location)



ภาพที่ 5 : ภาพวงจรการเล่าเรื่องสถานที่ของกลุ่มตัวอย่าง

- **คุณภาพของสารคดีขึ้นอยู่กับคุณภาพของสถานที่**

สถานที่คือองค์ประกอบสำคัญของสารคดี การถ่ายทำจากสถานที่จริงจำเป็นต้องสร้างความหมายให้สถานที่เหล่านั้นมีความพิเศษขึ้นมา เช่น การรอคอยเพื่อใช้ประโยชน์จากแสงธรรมชาติเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกและเชื่อว่าความงดงามที่กำลังได้ชมอยู่นั้นไม่ใช่เรื่องเหนือจริง หรือการเล่าด้วยภาพที่บริเวณอาคารสถานที่ตั้งทั้งหมดถูกจำกัดให้หยิบยกภาพมุมใดมุมหนึ่งมาเล่า ดังนั้นสถานที่ก็คือการคัดสรรภาพโดยผู้ผลิตในการสร้างความหมายให้กับวัตถุ ในสารคดีชื่อดังที่มียอดจำหน่ายลิขสิทธิ์ไปทั่วโลก ความคมชัด มุมกล้อง แสงและเงา คือ ความดึงดูดที่น่าเชื่อถือและองค์ประกอบเหล่านั้นก็มีส่วนสำคัญบอกระดับคุณภาพของสารคดี

การเดินทางไปยังแต่ละสถานที่ ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละรายการนั้นเลือกจะสะท้อนวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เป็นวัฒนธรรมนามธรรมหรือวัฒนธรรมรูปธรรมออกมา ในรายการดูให้รู้นั้นชัดเจนว่าสถานที่เป็นเพียงแค่วัตถุสิ่งปลูกสร้างที่ไม่สลักสำคัญ แต่เรื่องราวของผู้คนที่อยู่ในสถานที่แห่งนั้นคือวัฒนธรรมนามธรรมที่แฝงอยู่ สำหรับรายการสุโก้ยเจแปนและรายการเซย์ไฮมุ่งเน้นการเล่าเรื่องสถานที่ในลักษณะวัฒนธรรมรูปธรรมเป็นส่วนมาก อย่างไรก็ตามในบางครั้งที่ทั้ง 2 รายการได้เดินทางไปยังสถานที่แห่งเดียวกันแต่ปรากฏรูปแบบการเล่าที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่นทางรายการสารคดีโทรทัศน์

ตามทฤษฎีของ McQuail (2008) การผลิตสารคดีต้องเริ่มจากการวางแผนภายในองค์กรกระจายการทำงานไปยังส่วนต่างๆ ซึ่งคือการบริหารจัดการอันหมายถึงการบริหารงานและนโยบายการผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชน ซึ่งเนื้อหารายการต้องนำเสนอให้สอดคล้องกับนโยบายนั้น รวมถึงการจัดการกับทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารงานต้องอาศัยกระบวนการในการบริหารหลายขั้นตอนเพื่อให้งานออกมาประสบความสำเร็จ

จากการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการภายในของกลุ่มตัวอย่างคือ ส่วนสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อการเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่น สามารถจำแนกปัจจัยหลักได้ดังต่อไปนี้

- **การวางแผนร่วมกับผู้อุปถัมภ์รายการจากประเทศญี่ปุ่น**

ผู้อุปถัมภ์รายการจากประเทศญี่ปุ่น มีส่วนสำคัญอย่างมากในการช่วยเหลือสนับสนุนรายการด้านงบประมาณการผลิต ซึ่งโดยมากเป็นองค์กรที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ จังหวัดและท้องถิ่นของญี่ปุ่น วิธีการให้การสนับสนุนคือติดต่อให้ทางรายการไปถ่ายทำยังสถานที่ภายใต้การควบคุมดูแลของตน ในบางครั้งผู้อุปถัมภ์รายการเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด บางครั้งจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งไว้ให้หรือการสนับสนุนโดยให้สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร บัตรโดยสารเครื่องบิน รถไฟฯ ให้แก่ทีมงานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

- **กลุ่มคนผู้เชี่ยวชาญการเล่าเรื่อง**

การเดินทางไปถ่ายทำสารคดีในต่างประเทศมักจะใช้จำนวนทีมงานกลุ่มเล็กๆ แบ่งแยกกันตามหน้าที่ไม่สามารถทดแทนตำแหน่งกันได้ ดังนั้นบุคลากรกลุ่มนี้จึงมีความชำนาญในตำแหน่งหน้าที่ของตนเองระดับสูงกอปรกับทุกรายการเป็นองค์กรเล็กๆ บุคลากรจึงใช้ชีวิตคลุกคลีด้วยกันทั้งที่เมืองไทยและที่ญี่ปุ่นจึงมีความใกล้ชิดสนิทสนม เข้าใจรูปแบบการทำงานของกันและกันเป็นอย่างดี การบริหารจัดการภายในองค์กรก็เปรียบเสมือนครอบครัวที่คอยดูแลช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

- **ข้อตกลงด้านเนื้อหาระหว่างผู้ผลิตกับผู้อุปถัมภ์รายการ**

การทำงานของรายการไม่สามารถมีอิสระได้เต็มที่ เพราะถูกจำกัดด้วยกรอบที่เป็นข้อแม้ประการต่างๆ จากผู้สนับสนุนซึ่งเป็นองค์การท่องเที่ยวระดับต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งทางรายการต้องมีความเกรงใจและคล้อยตาม โดยเฉพาะเรื่องสถานที่ที่ทางรายการต้องการถ่ายทำซึ่งค่อนข้างมีปัญหาความยุ่งยากมากหากต้องประสานงานด้วยตนเอง ทางผู้สนับสนุนจึงมีบทบาทสำคัญเข้ามาเป็นตัวกลางคอยผสานระหว่างคนท้องถิ่นกับรายการ กล่าวคือเนื้อหาวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เล่าเรื่องผ่านรายการเกิดจากข้อตกลงที่ลงตัวระหว่างองค์กรผู้ผลิตกับผู้สนับสนุนในประเทศญี่ปุ่น

- **ข้อจำกัดในการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย**

ผู้ผลิตรายการสารคดี ทราบถึงข้อกำหนดในการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์อยู่ก่อนแล้ว ดังนั้น การตรวจสอบเนื้อหาของตนเอง จึงเป็นภาระหน้าที่ของผู้ผลิตรายการที่ต้องทำให้ถูกต้องตามกรอบที่สถานีโทรทัศน์ได้วางเอาไว้ เนื้อหาของรายการจึงต้องถูกวางแผนตั้งแต่ก่อนเริ่มถ่ายทำและต้องตรวจสอบภาพในเทปบันทึกอีกครั้งเพื่อให้สอดคล้องกับบทบัญญัติดังกล่าว

- **ผู้ผลิตตอบสนองความต้องการของผู้ชม**

สื่อสังคมออนไลน์ยุคปัจจุบันทำให้ผู้ผลิตรายการต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยการเพิ่มช่องทางออกอากาศของตนแต่เดิมที่เคยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพียงแค่ช่องทางเดียว ก็ได้สร้างเว็บไซต์เฉพาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบคอยติดตามรายการขึ้นมาเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของรายการ รับชมรายการย้อนหลัง แนะนำติชมรายการ นอกจากนี้ยังมีการนำเทปบันทึกรายการไปไว้ในเว็บไซต์ยูทูปเว็บไซต์รับชมคลิปวีดีโอชื่อดังระดับโลก ช่องทางออนไลน์เหล่านี้เป็นสื่อกลางสำคัญระหว่างผู้ชมรายการกับผู้ผลิตที่นำปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) มาปรับปรุงพัฒนารายการ

การผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์แตกต่างจากการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น เพราะไม่ว่ารูปแบบของสารคดีจะเป็นอย่างไรก็ตาม แต่สิ่งที่ผู้ชมรายการสารคดีพึงได้รับคือความรู้ อีกทั้งผู้ชมรายการยังเป็นวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ผลิตมุ่งตอบสนองให้ตรงตามความต้องการให้ได้มากที่สุด จากการประเมินผลและโต้ตอบกันทางช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ ระหว่างผู้ผลิตกับคนดู แต่ทั้งนี้ก็เป็นเพียงแค่การพัฒนาต่อยอดในส่วนของเนื้อหารายการเท่านั้น โดยที่ผู้ชมไม่ส่งผลกระทบต่อแก่นความคิดหลักของรายการ

- **พัฒนาเทคนิคการผลิต และการนำเสนอให้ทัดเทียมคู่แข่ง**

รายการสารคดีแต่ละรายการมีวัตถุประสงค์ในการผลิตและแก่นความคิดของรายการแตกต่างกันออกไปจึงยึดเอากรอบเหล่านั้นมาใช้ในการทำงาน อย่างไรก็ตามเมื่อแต่ละรายการสามารถดำเนินอยู่ได้เกือบทศวรรษและล่วงทศวรรษ จึงมีความเชื่อมั่นและยึดวิถีแนวทางเดิมของตนต่อไป เพราะถือว่ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง จากการศึกษาพบว่าคู่แข่งมีผลกระทบในด้านของเทคนิคที่ใช้ในการถ่ายทำและนำเสนอเท่านั้น ซึ่งเป็นเรื่องของยุคสมัยที่ผู้ผลิตย่อมต้องพัฒนาให้ก้าวทันกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อแนะนำสำหรับองค์กรภาครัฐและเอกชน

1. ในสภาวะที่ประเทศไทยเสียเปรียบดุลการค้าต่อญี่ปุ่นมาเป็นระยะเวลายาวนาน เนื่องจากผลผลิตส่วนใหญ่ของไทยคือผลผลิตทางการเกษตร ดังนั้นควรมีการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยให้แพร่กระจายอย่างเป็นระบบในญี่ปุ่นให้เกิดความนิยมชมชอบขึ้น จะส่งผลโดยตรงต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

2. ปัจจุบันสื่อที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีมากกว่าสื่อที่มุ่งเน้นปลูกปัญญา จุดประกายทางความคิดต่อผู้รับสารชาวไทยว่าสาเหตุใดหรือควรทำอย่างไรเพื่อให้ก้าวตามทัน ดังจะเห็นแล้วว่าสื่อมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตประชาชน หากให้การสนับสนุนยกระดับสื่อที่เน้นเนื้อหาสาระ การเปลี่ยนแปลงในระดับปัจเจกบุคคลจะสัมฤทธิ์ผล

3. ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าการที่ประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จเป็นชาติผู้นำโลก สาเหตุสำคัญเกิดจากการให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยวางรากฐานอย่างเข้มข้นตั้งแต่ระดับอนุบาล ให้ความสำคัญกับการศึกษาทุกระดับ บทลงโทษทางกฎหมายและการกดดันทางสังคมที่มีความรุนแรง ดังนั้นหน่วยงานของไทยที่เกี่ยวข้องกับด้านต่างๆ เหล่านี้ควรได้รับการปฏิรูปให้ได้มาตรฐานสากล

ข้อแนะนำสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษานำเสนอการเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ปรากฏในรายการสารคดีโทรทัศน์ โดยเป็นการศึกษาวิเคราะห์ตัวบทและสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ผลิต ดังนั้นหากมีการวิจัยต่อไปในอนาคตควรพุ่งเป้าไปที่ผู้รับสาร ว่าได้รับอิทธิพลจากการรับชมสารคดีที่มีเนื้อหาวัฒนธรรมญี่ปุ่นอย่างไรบ้าง

2. ผลการวิเคราะห์วัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ได้รับเกิดจากการใช้แนวคิดการเล่าเรื่องเป็นแกนหลักในการวิเคราะห์ หากใช้แนวคิดทฤษฎีอื่นนำมาเป็นแกนหลักในการวิเคราะห์จะสามารถช่วยขยายวัฒนธรรมญี่ปุ่นในมุมอื่นได้ละเอียดยิ่งขึ้น

3. รายการสารคดีโทรทัศน์ในประเทศไทยมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชาติอื่นๆ อยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นฝั่งอเมริกา ยุโรป หรือประเทศใหญ่ๆ ในแถบเอเชียอย่างจีน เกาหลี ซึ่งล้วนแต่มีความเจริญก้าวหน้ากว่าประเทศไทยทั้งสิ้นเฉกเช่นประเทศญี่ปุ่นในงานวิจัยชิ้นนี้ ดังนั้นการเล่าเรื่องประเทศเหล่านั้นทางรายการสารคดีจึงมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบขึ้น

References

Berger, A. A. (1997). **Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life**. London: SAGE Publications.

Chalongrat Tippiman. (1996). **An Analysis in Narrative Structure on American Movies, Actresses Role**. Master's Thesis. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.

Kamchorn Soonpongsri. (2012). **Aesthetics, Philosophy, Criticism**. Bangkok: Chulalongkorn Press.

Khuntong Inthai. (1984). **Japanese or Thai People Who Will?** Bangkok: Pittayakarn Press.

McQuail, D. (2008). **McQuail's Mass Communication Theory**. 5th ed. SAGE Publications.

O–Wrightchoer, E. (1988). **Japan.** Bangkok: Wattanapanit Press.

Thai–Japanese Technology Association. (2006). **Japanese 360 Degree**. Bangkok: Language and Culture Press.

Theerapap Lohitkul. (2001). **Not Easy to Produce A Documentary**. Bangkok: Praew Press.

United Association for Education. (1987). **Japan Today**. Bangkok: Uksorn Sampan Press.

Unnop Limpanarom. (2005). **Writing, Television Script.** Chiang Mai: Chiang Mai University.