



ศิลปะสร้างสรรค์: มองผ่านญี่ปุ่นสู่ไทย | Creative Arts: Perspectives from Japan to Thailand

พระปลัดมโนวัฒน์ ธมมโชโต | Phrapalud Manowat Dhammachoto

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย | Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Email: manowat1234@gmail.com

บทคัดย่อ: ภายใต้บริบทการแข่งขันทางเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งใช้ศิลปะและวัฒนธรรมเป็นฐานได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศไทยให้ความสำคัญกับแนวคิดนี้ผ่านการจัดตั้ง สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (TCEA) ในปี 2553 เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งด้านศิลปะ (Visual Arts) และศิลปะการแสดง (Performing Arts) โดย TCEA ทำงานภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี มีบทบาทกำหนดนโยบาย สนับสนุนนวัตกรรม และส่งเสริม SMEs ในภาคสร้างสรรค์ รวมถึงเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนาเชียงใหม่และภูเก็ตเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรม ทว่ายังมีข้อท้าทายด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในทางตรงข้าม ญี่ปุ่นใช้ วัฒนธรรมป๊อป เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านแคมเปญ “Cool Japan” ซึ่งส่งออกสินค้าวัฒนธรรม เช่น อนิเมะ มังงะ และเกม สร้างมูลค่าสูงกว่าอุตสาหกรรมดั้งเดิมอย่างรถยนต์ รัฐบาลสนับสนุนผ่านกองทุน Cool Japan มูลค่า 90,000 ล้านบาท เพื่อขยายอิทธิพลทางวัฒนธรรมในตลาดโลก โดยเฉพาะเอเชีย ยุโรป และอเมริกา แคมเปญนี้ช่วยเพิ่มพลังอ่อน (Soft Power) ของญี่ปุ่น แต่ก็ถูกวิจารณ์ว่าขาดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่เท่าเทียมและเผชิญการแข่งขันจาก K-Pop อีกกรณีศึกษาคือ นาโอชิมะ เกาะที่เปลี่ยนจากเขตอุตสาหกรรมเสื่อมโทรมสู่ศูนย์กลางศิลปะร่วมสมัยผ่านโครงการ Benesse Art Site และเทศกาล Setouchi Triennale ซึ่งบูรณาการศิลปะ ธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ความสำเร็จนี้แสดงให้เห็นศักยภาพของศิลปะในการฟื้นฟูภูมิภาค แต่ก็มีข้อกังวลเรื่องการท่องเที่ยวเกินกำลังและความเหลื่อมล้ำในการกระจายผลประโยชน์ สำหรับประเทศไทย บทเรียนจากญี่ปุ่นชี้ให้เห็นความสำคัญของการทำงานแบบบูรณาการ ระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชน พร้อมสนับสนุนงบประมาณและนโยบายที่ยั่งยืน เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับผู้สนับสนุนศิลปะ การขยายโอกาสการเข้าถึงศิลปะให้ประชาชนทุกกลุ่ม (Arts Welfare) และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยต้องแก้ไขข้อจำกัดด้านทรัพย์สินทางปัญญาและการพัฒนาบุคลากรเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของประเทศได้อย่างเต็มศักยภาพ

คำสำคัญ: เศรษฐกิจสร้างสรรค์, วัฒนธรรม, ส่วนร่วมของชุมชน, การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ญี่ปุ่น, ไทย

Keywords: Creative Economy, Culture, Community Participation, Creative Tourism Promotion, Japan, Thailand

Copyright: © 2025 by the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Abstract: Amid global economic competition, the creative economy—which leverages arts and culture as its foundation—has become a vital tool for economic development. Thailand has embraced this concept through the establishment of the Thailand Creative Economy Agency (TCEA) in 2010 to promote creative industries, including visual arts (e.g., paintings, sculptures, photography) and performing arts (e.g., music, theater, dance). Operating under the Prime Minister’s Office, TCEA formulates policies, fosters innovation, and supports SMEs in the creative sector while linking culture with creative tourism, such as developing Chiang Mai and Phuket as cultural hubs. However, challenges remain in

intellectual property protection and infrastructure investment. In contrast, Japan has leveraged pop culture as an economic driver through its “Cool Japan” campaign, exporting cultural products like anime, manga, and video games, which now surpass traditional industries like automotive in value. The government supports this through the Cool Japan Fund (worth ¥90 billion) to expand cultural influence in global markets, particularly Asia, Europe, and America. While the campaign enhances Japan’s soft power, critics highlight its lack of equitable cultural exchange and rising competition from K-pop. Another case study is Naoshima, an island transformed from a declining industrial area into a contemporary art hub via the Benesse Art Site and Setouchi Triennale festival. By integrating art, nature, and community participation, it has spurred quality tourism and local economic growth. This success demonstrates art’s potential in regional revitalization, though concerns persist about overtourism and unequal benefit distribution. For Thailand, Japan’s model highlights the importance of integrated collaboration between government, private sectors, and communities, alongside sustainable funding and policies—such as tax incentives for art sponsors, expanding public access to art (Arts Welfare), and promoting creative tourism. Addressing challenges like intellectual property rights and creative workforce development will be crucial to fully harnessing the creative economy’s potential as a key national growth engine.

บทนำ

ภายใต้การแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจของโลก ศิลปะถูกนำมาเป็นองค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะ และวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด รูปปั้น ภาพถ่าย และวัตถุโบราณ เป็นต้น รวมทั้งศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ โอเปร่า ละครสัตว์ และการเชิดหุ่นกระบอก เป็นต้น นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย และบทบาทของสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (TCEA)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยได้รับความสนใจอย่างมากในฐานะเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ การส่งเสริมวัฒนธรรม และนวัตกรรม การก่อตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (SAA) หรือที่เรียกว่า สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งประเทศไทย (TCEA) ในปี 2010 ถือเป็นช่วงเวลาสำคัญในความพยายามของประเทศไทยในการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจหน่วยงานนี้ดำเนินการภายใต้สำนักงานนายกรัฐมนตรีได้รับมอบหมายในการเสนอแนะนโยบาย มาตรการ และกลยุทธ์เพื่อกำหนดเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนนี้ได้สำรวจบทบาทของ TCEA กรอบนโยบายและผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของประเทศไทย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้กลายเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ เสริมสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และส่งเสริมนวัตกรรมของประเทศไทย การจัดตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งประเทศไทย (Thailand Creative Economy Agency: TCEA) เมื่อปี พ.ศ. 2553 เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญซึ่งแสดงถึงความมุ่งมั่นของรัฐบาลในการส่งเสริมพลังของความคิดสร้างสรรค์

และนวัตกรรมให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Patluang, 2011; Parivudhiphongs, 2018) บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทของ TCEA ในการกำหนดกรอบนโยบายพัฒนากลยุทธ์ และสร้างผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและวัฒนธรรมไทยในระยะยาว

TCEA ดำเนินงานภายใต้สำนักงานนายกรัฐมนตรี โดยมีคณะกรรมการบริหารระดับชาติเพื่อกำกับดูแลการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (NCRA) ภารกิจหลักของ TCEA ได้แก่ การเปลี่ยนนโยบายของรัฐให้เป็นแผนปฏิบัติการ การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม รวมถึงการส่งเสริมนวัตกรรมในภาคธุรกิจสร้างสรรค์ (Lee-Anant et al., 2023; Pholpirul, 2013) 2408-2415. **นอกจากนี้ ยังมีพัฒนากรอบนโยบายที่มีลักษณะบูรณาการ** โดยเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ และเทคโนโลยีเข้ากับระบบเศรษฐกิจในภาพรวม ตระหนักว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงด้านศิลปวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมการสร้างนวัตกรรมในทุกภาคส่วน การส่งเสริมการค้าผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ การสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดเล็กลงและขนาดกลาง (SMEs) และการเสริมสร้างระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Patluang, 2011; Parivudhiphongs, 2018)

ในส่วนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งมุ่งเน้นให้ผู้เข้าชมมีส่วนร่วมในกิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น งานฝีมือ ดนตรี และการเต้นรำ TCEA ได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT) ในการส่งเสริมจุดหมายปลายทางสร้างสรรค์ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ให้เป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมร่วมสมัย (Wattanacharoensil & Schuckert, 2016; Lee-Anant et al., 2023) TCEA ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะ SMEs ในภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมักเผชิญกับข้อจำกัดในการเข้าถึงเงินทุน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการแข่งขันจากบริษัทขนาดใหญ่ หน่วยงานจึงได้พัฒนากลยุทธ์ เช่น การจัดตั้งกลุ่มสร้างสรรค์ (Creative Clusters) และศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรม เพื่อเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้และทรัพยากร (Pholpirul, 2013) TCEA ได้นำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ในแผนงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านการส่งเสริมนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น แพลตฟอร์มยื่นการออกแบบที่รักษาทรัพยากร และการใช้วัสดุรีไซเคิล ทั้งยังสนับสนุนการรักษามรดกทางวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยเฉพาะในด้านดนตรี ศิลปะพื้นบ้าน และหัตถกรรม เพื่อส่งผ่านไปยังคนรุ่นใหม่

อย่างไรก็ตามแม้ TCEA จะประสบความสำเร็จในหลายมิติ แต่ยังมีความท้าทายสำคัญที่ต้องเผชิญ ได้แก่ การเสริมสร้างกลไกคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การเพิ่มการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านสร้างสรรค์ และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ยังต้องส่งเสริมการศึกษาที่เน้นทักษะเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อการต่อยอดนวัตกรรม (Smith, 2020; Parivudhiphongs, 2018; Pholpirul, 2013)

สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (TCEA) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยกรอบนโยบายแบบองค์รวมของหน่วยงานซึ่งรวมความคิดสร้างสรรค์ความรู้และเทคโนโลยีได้เป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลยุทธ์ของ TCEA เพื่อสนับสนุน SMEs ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีส่วนช่วยในการเติบโตและการกระจายความหลากหลายของเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายเช่นการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การลงทุน การศึกษาและการฝึกอบรมจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเพื่อให้ตระหนักถึงศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยอย่างเต็มที่ ความพยายามของ TCEA ในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีส่วนช่วยในการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยโดยการสนับสนุนงานฝีมือ ดนตรี และการเดินร่าแบบดั้งเดิม เอเจนซีได้ช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศไทย และมีส่วนร่วมในการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศในขณะที่ประเทศไทยยังคงเดินทางต่อความท้าทายของศตวรรษที่ 21 เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีแนวโน้มที่จะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และส่งเสริมนวัตกรรม

การใช้วัฒนธรรมป๊อปเชิงกลยุทธ์ของญี่ปุ่นเป็นช่องทางการส่งออก: แคมเปญ “Cool Japan”

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ญี่ปุ่นได้กลายเป็นกองกำลังระดับโลกในการส่งออกวัฒนธรรมยอดนิยม โดยใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมป๊อปที่มีชีวิตชีวาเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์สำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจและอิทธิพลทางวัฒนธรรมรัฐบาลญี่ปุ่นได้ส่งเสริมกลยุทธ์นี้ภายใต้แบนเนอร์ของ “Cool Japan” โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มพลังอ่อนของประเทศและแข่งขันในตลาดโลกแนวทางนี้มีประสิทธิภาพเป็นพิเศษในเอเชียซึ่งวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่วัยรุ่นและผู้ใหญ่หนุ่มด้วยการส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรมป๊อป ญี่ปุ่นไม่เพียง แต่มีเป้าหมายเพื่อสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในระดับโลกโดยมุ่งเป้าไปที่ตลาดในเอเชียยุโรปและอเมริกา

แคมเปญ “Cool Japan” เปิดตัวอย่างเป็นทางการในปี 2010 ด้วยการจัดตั้งสำนักงานของคุโรเงแปนซึ่งมีหน้าที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมและสุนทรียภาพของญี่ปุ่นทั่วโลกความคิดริเริ่มนี้ได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมจากการสร้างกองทุนคุโรเงแปนในปี 2013 ซึ่งเป็นพันธมิตรของรัฐและเอกชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของญี่ปุ่นทั่วโลกในตอนแรกกองทุนมีมูลค่า 37.5 พันล้านเยน โดยรัฐบาลได้บริจาค 30 พันล้านเยน และส่วนที่เหลือมาจากบริษัทเอกชนภายในเดือนมีนาคม 2015 รัฐบาลวางแผนที่จะขยายกองทุนเป็น 90 พันล้านเยนโดยเน้นย้ำถึงความมุ่งมั่นในการริเริ่มเชิงกลยุทธ์นี้ (Green, 2015)

แนวคิดเบื้องหลัง “Cool Japan” มีรากฐานมาจากการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพลวัตของการส่งออกของญี่ปุ่นตั้งแต่กลางทศวรรษที่ 1990 การส่งออกทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นรวมถึงมังงะ อนิเมะ วิดีโอเกม และแฟชั่นได้เกินมูลค่าของการส่งออกการผลิตแบบดั้งเดิม เช่น รถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้ผู้กำหนดนโยบายมองวัฒนธรรมป๊อปเป็นองค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นซึ่งสามารถเพิ่มอิทธิพลของประเทศในกิจการระหว่างประเทศ (Green, 2015) (Tsutsui, 2012)

ผลกระทบทั่วโลกของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น

วัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นกลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกโดยมีอิทธิพลที่ขยายออกไปนอกเอเชียอนิเมะ มังงะ วิดีโอเกม และแฟชั่นญี่ปุ่นได้รับผู้ติดตามที่ท่วมท้นทั่วโลกตัวอย่างเช่น อนิเมะและมังงะของญี่ปุ่นกลายเป็นที่ชื่นชอบของเยาวชนในระดับสากล ในขณะที่วิดีโอเกมและซีรีส์โทรทัศน์ญี่ปุ่น

ดึงดูดผู้ชมทั่วโลกความนิยมของซูโดกุซึ่งเป็นปริศนาตัวเลขญี่ปุ่นได้เปลี่ยนอักษรไขว้ในหลายส่วนของโลก โดยเน้นถึงความแพร่หลายของวัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่น (Tsutsui, 2012)

ในยุโรปและอเมริกา วัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นได้พบตลาดเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่คนรุ่นใหม่ความสำเร็จระดับโลกของแฟรนไชส์อย่าง Pokémon, Hello Kitty และภาพยนตร์ Studio Ghibli ได้แสดงให้เห็นถึงความน่าดึงดูดใจของวัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นที่อยู่นอกพรมแดนในประเทศการเข้าถึงทั่วโลกนี้ได้รับการขยายตัวมากขึ้นด้วยการเพิ่มขึ้นของแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งอำนวยความสะดวกในการเผยแพร่วัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นไปยังผู้ชมที่กว้างขึ้น (Tsutsui, 2012) (Iwabuchi, 2002) มุ่งเน้นระดับภูมิภาค: เอเชีย

แม้ว่าวัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นประสบความสำเร็จทั่วโลก แต่ผลกระทบของมันในเอเชียก็มีความสำคัญอย่างยิ่งในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นได้รับการส่งออกตลาดและบริโภคอย่างแพร่หลายทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในประเทศต่างๆเช่นเกาหลีใต้จีนไต้หวันและอินโดนีเซียมังงะอะนิเมะและแฟชั่นญี่ปุ่นได้กลายเป็นส่วนสำคัญของภูมิทัศน์วัฒนธรรมป๊อปปี้ท้องถิ่นตัวอย่างเช่น มังงะญี่ปุ่นถูกแปลเป็นภาษาท้องถิ่นเป็นประจำและครอบงำตลาดหนังสือการ์ตูนในภูมิภาคเหล่านี้ในทำนองเดียวกัน ตัวละครอนิเมะญี่ปุ่นอย่าง Hello Kitty และ Pokémon ได้แพร่หลายในตลาดเอเชีย โดยปรากฏบนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาตและไม่มีใบอนุญาตมากมาย (Otmazgin, 2008)

ความนิยมของวัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นในเอเชียได้รับการเพิ่มขึ้นอีกด้วยความสามารถในการตอบสนองต่อผู้ชมในท้องถิ่นวัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นมักรวมองค์ประกอบที่ผู้ชมชาวเอเชียคุ้นเคย เช่น ค่านิยมทางวัฒนธรรมร่วมกันและความชอบด้านสุนทรียภาพสิ่งนี้ทำให้วัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นข้ามขอบเขตของประเทศและสร้างฐานที่แข็งแกร่งในตลาดเอเชียนอกจากนี้ ความนิยมในภูมิภาคของวัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นยังได้รับการเสริมสร้างขึ้นด้วยการส่งเสริมเชิงกลยุทธ์ของวัฒนธรรมสื่อของญี่ปุ่น รวมถึงละครโทรทัศน์และดนตรี ซึ่งได้รับการติดตามอย่างทุ่มเทในประเทศเช่นไต้หวันฮ่องกงและสิงคโปร์ (Iwabuchi, 2002)

ประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการทูตวัฒนธรรม

การส่งเสริมวัฒนธรรมป๊อปปี้ญี่ปุ่นภายใต้แคมเปญ “Cool Japan” ได้ให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญสำหรับญี่ปุ่นความสำเร็จระดับโลกของการส่งออกทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นไม่เพียงแต่สร้างรายได้เท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มอิทธิพลทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นด้วยด้วยการส่งเสริมวัฒนธรรมป๊อปปี้ ญี่ปุ่นสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและมีชีวิตชีวาซึ่งช่วยดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและกระตุ้นการท่องเที่ยวตัวอย่างเช่น กลยุทธ์ Cool Japan เชื่อมโยงกับการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในญี่ปุ่นโดยมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากดึงดูดจากข้อเสนอทางวัฒนธรรมอันอุดมสมบูรณ์ของประเทศ รวมถึงวัฒนธรรมป๊อปปี้ (Kimura & Harris, 2020) (Kumalaningsih & Hartati, 2022)

นอกจากผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแล้วแคมเปญ “Cool Japan” ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำหรับการทูตทางวัฒนธรรมด้วยการส่งเสริมวัฒนธรรมป๊อปปี้ ญี่ปุ่นสามารถส่งเสริมความเข้าใจและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเอเชียรัฐบาลญี่ปุ่นได้สนับสนุนโครงการ

แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอย่างเข้มข้นเช่นรางวัลมังงะนานาชาติและการประชุมสุดยอดคอสเพลย์โลกซึ่งช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้ การแต่งตั้งตัวละครอนิเมะและมังงะเป็นทูตทางวัฒนธรรม เช่น โดราเอมอน ได้เพิ่มความพยายามทางการทูตทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นต่อไป (Kumalaningsih & Hartati, 2022)

แม้จะประสบความสำเร็จ แต่แคมเปญ “Cool Japan” ก็ไม่ได้ปราศจากความท้าทายและการวิพากษ์วิจารณ์การวิพากษ์วิจารณ์หลักประการหนึ่งคือแคมเปญส่วนใหญ่เป็นทางเดียวโดยมุ่งเน้นไปที่การส่งออกวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นโดยไม่ต้องมีส่วนร่วมในการสนทนาข้ามพรมแดนที่มีความหมายสิ่งนี้นำไปสู่ความกังวลว่าแคมเปญนี้อาจไม่ได้ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่แท้จริง แต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำหรับการฉายภาพทางวัฒนธรรมนอกจากนี้แคมเปญยังได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าขาดการมีส่วนร่วมกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมในประเทศ ซึ่งทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับการรวมและการเป็นตัวแทน (Iwabuchi, 2015)

ความท้าทายอีกประการหนึ่งที่เผชิญกับแคมเปญ “Cool Japan” คือการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้ส่งออกทางวัฒนธรรมอื่น ๆ โดยเฉพาะจากเกาหลีและจีนการเพิ่มขึ้นของ K-pop และวัฒนธรรมป๊อปจีนทำให้เกิดความท้าทายอย่างมากต่ออิทธิพลทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นในเอเชียเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ญี่ปุ่นจะต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อไปและปรับตัววัฒนธรรมป๊อปให้เข้ากับแนวโน้มระดับโลกที่พัฒนาขึ้นและความชอบของผู้บริโภค (Otmazgin, 2008) แม้จะมีความท้าทายเหล่านี้ แคมเปญ “Cool Japan” ยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของญี่ปุ่นรัฐบาลญี่ปุ่นได้ยืนยันความมุ่งมั่นในการรณรงค์ครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคหลังการระบาดด้วยการเปิดญี่ปุ่นอีกครั้งให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2022 รัฐบาลได้เน้นถึงความสำคัญของมังงะและอนิเมะในฐานะเครื่องมือพลังงานอ่อนสำหรับการทูตกลยุทธ์ Cool Japan คาดว่าจะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการส่งออกทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นและเพิ่มอิทธิพลระดับโลกในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า (Sato & Akilli, 2023) ยิ่งไปกว่านั้นความสำเร็จของแคมเปญ “Cool Japan” จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มทั่วโลกที่เปลี่ยนแปลงและความชอบของผู้บริโภคด้วยการใช้ประโยชน์จากมรดกทางวัฒนธรรมอันอุดมสมบูรณ์และจิตวิญญาณแห่งนวัตกรรม ทำให้ญี่ปุ่นสามารถสร้างวัฒนธรรมป๊อปที่ตอบสนองต่อผู้ชมทั่วโลกได้ต่อไปการส่งเสริมเชิงกลยุทธ์ของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นรวมกับการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่มีความหมายจะเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาอิทธิพลทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นและการเติบโตทางเศรษฐกิจในตลาดโลก

โดยสรุป แคมเปญ “Cool Japan” ของญี่ปุ่นแสดงถึงความพยายามเชิงกลยุทธ์ในการใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมป๊อปเป็นเครื่องมือในการเติบโตทางเศรษฐกิจและอิทธิพลทางวัฒนธรรมด้วยการส่งเสริมวัฒนธรรมป๊อปที่มีชีวิตชีวา ทำให้ญี่ปุ่นสามารถเพิ่มพลังอ่อนของตนได้ ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการท่องเที่ยวแม้ว่าแคมเปญจะเผชิญกับความท้าทายและการวิพากษ์วิจารณ์ แต่ความสำเร็จอย่างต่อเนื่องจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มทั่วโลกและส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่มีความหมายขณะที่ญี่ปุ่นมองไปในอนาคต แคมเปญ “Cool Japan” จะยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมโดยมุ่งเป้าไปที่การเจาะตลาดในเอเชีย ยุโรป และอเมริกา

การเปลี่ยนแปลงของนาโอชิมะให้กลายเป็นเมืองที่ขับเคลื่อนด้วยศิลปะ: กรณีศึกษาในการฟื้นฟูภูมิภา

นาโอชิมะ เกะเล็ก ๆ ในทะเลเซโตะของญี่ปุ่นได้กลายเป็นตัวอย่างเชิงกระบวนการทัศน์ของการใช้ประโยชน์จากศิลปะเพื่อฟื้นฟูภูมิภาที่เสื่อมสภาพเมื่อเคยเป็นเกาะอุตสาหกรรมที่ขึ้นอยู่กั้มิตซูบิชิ Materials นาโอชิมะต้องเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจและประชากรที่สำคัญหลังจากการถอนเงินลงทุนขององค์กรในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 อย่างไรก็ตาม ด้วยความคิดริเริ่มที่ขับเคลื่อนด้วยศิลปะ เกะนี้ได้เปลี่ยนเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรือง การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นการพิสูจน์ถึงพลังของศิลปะในฐานะเครื่องมือสำหรับการฟื้นฟูภูมิภาและการพัฒนาที่ยั่งยืน

การรวมศิลปะเข้ากับกลยุทธ์การพัฒนาของนาโอชิมะได้มีบทบาทในการฟื้นฟูศิลปสถานที่ศิลปะเบนเนสเซ นาโอชิมะ ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี 1992 เป็นรากฐานของการเปลี่ยนแปลงนี้ความคิดริเริ่มนี้เป็นผู้นำโดย Benesse Corporation ซึ่งเป็นบริษัทด้านการศึกษาชั้นนำของญี่ปุ่นพยายามสร้างสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งจะดึงดูดผู้เยี่ยมชมและกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในท้องถิ่นโครงการนี้เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างพิพิธภัณฑ์ การติดตั้งศิลปะ และการปรับปรุงบ้านแบบดั้งเดิมให้เป็นพื้นที่ศิลปะ ทั้งหมดนี้ออกแบบมาเพื่อผสมผสานเข้ากับภูมิทัศน์ธรรมชาติของเกาะได้อย่างราบรื่น (& , 2014) ความสำเร็จของการฟื้นฟูศิลปะของนาโอชิมะอาจเกิดจากปัจจัยสำคัญหลายประการประการแรก ความคิดริเริ่มนี้ไม่ได้เป็นเพียงโครงการจากบนลงเท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันจากผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นการมีส่วนร่วมของชุมชนนี้มีความสำคัญในการส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของและรับประกันความยั่งยืนของโครงการประการที่สอง การผสมผสานศิลปะเข้ากับเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของเกาะช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และแท้จริง โดยแยกความแตกต่างของนาโอชิมะจากจุดหมายปลายทางอื่น(Qu & Funck, 2021) **ปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของนาโอชิมะ**

1.การบูรณาการศิลปะและธรรมชาติ ภูมิทัศน์ที่เป็นเอกลักษณ์ของนาโอชิมะโดดเด่นด้วยทิวทัศน์ชายฝั่งและความเงียบสงบในชนบท เป็นฉากหลังที่เหมาะสมสำหรับการผสมผสานระหว่างศิลปะกับธรรมชาติสถานที่ศิลปะของเกาะ ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ศิลปะชิจูและพิพิธภัณฑ์ Lee Ufan ได้รับการออกแบบโดยสถาปนิกที่มีชื่อเสียง เช่น Tadao Ando ซึ่งเน้นความสามัคคีระหว่างโครงสร้างที่สร้างขึ้นและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแนวทางนี้ไม่เพียง แต่ช่วยเพิ่มความน่าดึงดูดความงามของเกาะเท่านั้น แต่ยังช่วยในการอนุรักษ์ระบบนิเวศอีกด้วย (& , 2014) การติดตั้งศิลปะกลางแจ้ง เช่น ศิลปินอย่าง James Turrell และ Walter De Maria ทำให้ขอบเขตระหว่างศิลปะกับธรรมชาติเบลอมากขึ้นการติดตั้งเหล่านี้ซึ่งมักจะเฉพาะไซต์นั้นได้รับการออกแบบมาเพื่อโต้ตอบกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของเกาะ สร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจสำหรับผู้เยี่ยมชมการรวมกันของศิลปะและธรรมชาตินี้เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมความรู้สึกของสถานที่ (Qu & Funck, 2021)

2.การมีส่วนร่วมของชุมชนและการฟื้นฟูสังคม การมีส่วนร่วมของชาวท้องถิ่นในโครงการศิลปะของนาโอชิมะเป็นปัจจัยสำคัญในการฟื้นฟูเกาะแห่งนี้ตัวอย่างเช่นการปรับปรุงบ้านเก่าให้เป็นพื้นที่ศิลปะไม่เพียง แต่รักษามรดกทางสถาปัตยกรรมของเกาะเท่านั้น แต่ยังให้โอกาส

แก่ผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์แนวทางการมีส่วนร่วมนี้ช่วยสร้างโครงสร้างทางสังคมของเกาะใหม่ซึ่งอ่อนแอลงจากการลดจำนวนประชากรและการลดลงทางเศรษฐกิจหลายทศวรรษ (Aoo, n.d.) (& , 2014)

Setouchi Triennale ซึ่งเป็นเทศกาลศิลปะระดับภูมิภาคที่จัดขึ้นทุกสามปี ได้เพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชนอีกต่อไปเทศกาลนี้ซึ่งนำเสนอการติดตั้งศิลปะและการแสดงบนเกาะหลายเกาะในทะเลเซโตะได้กลายเป็นแพลตฟอร์มสำหรับการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและความร่วมมือทางวัฒนธรรมด้วยการมีส่วนร่วมกับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นในการวางแผนและการดำเนินการของเทศกาล ความคิดริเริ่มนี้ได้ช่วยเพิ่มพลังให้กับชุมชนและส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน (Qu & Funck, 2021)

การกระตุ้นเศรษฐกิจและการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการฟื้นฟูศิลปะของนาโอชิมะนั้นมีนัยสำคัญการไหลเข้าของนักท่องเที่ยวที่ดึงดูดจากข้อเสนอทางวัฒนธรรมของเกาะได้นำไปสู่การพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ รวมถึงโรงแรมร้านอาหารและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับศิลปะการกระตุ้นทางเศรษฐกิจนี้ไม่เพียง แต่สร้างโอกาสในการจ้างงานให้กับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดความยั่งยืนทางการคลังของเกาะ (Qu & Funck, 2021)

ความสำเร็จของกลยุทธ์การท่องเที่ยวของนาโอชิมะอาจเกิดจากการมุ่งเน้นไปที่คุณภาพมากกว่าปริมาณนาโอชิมะเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชาญฉลาดทางวัฒนธรรม โดยเน้นทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเกาะแนวทางการนี้ไม่เพียง แต่สร้างรายได้เท่านั้น แต่ยังทำให้มั่นใจได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวสอดคล้องกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมระยะยาวของเกาะ (Prince et al., 2021)

บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการฟื้นฟูของนาโอชิมะ

ความสำเร็จของการฟื้นฟูศิลปะของนาโอชิมะจะไม่สามารถทำได้หากไม่มีความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เหล่านี้รวมถึง:

- 1.บริษัท เบนสเซ คอร์ปอเรชั่น และโครงการริเริ่มการกุศล บริษัท เบนสเซ คอร์ปอเรชั่นมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงของนาโอชิมะความมุ่งมั่นของบริษัทในด้านการกุศลทางวัฒนธรรม ซึ่งแสดงให้เห็นได้จากการลงทุนในไฮด์ศิลปะเบนสเซ นาโอชิมะ มีส่วนสำคัญในการสร้างเกาะนี้ให้เป็นจุดหมายปลายทางวัฒนธรรมแนวทางการนี้เน้นความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นและการเคารพอัตลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของเกาะได้กำหนดมาตรฐานสำหรับการมีส่วนร่วมขององค์กรในการฟื้นฟูภูมิภาค (Aoo, n.d.) (& , 2014)

- 2.การสนับสนุนด้านการปกครองท้องถิ่นและนโยบาย รัฐบาลท้องถิ่นได้ให้การสนับสนุนอย่างสำคัญต่อความคิดริเริ่มที่ขับเคลื่อนด้วยศิลปะของนาโอชิมะมาตรการด้านนโยบาย เช่น แรงจูงใจด้านภาษีสำหรับโครงการวัฒนธรรมและการจัดตั้งกองทุนพัฒนาภูมิภาคได้สร้างสภาพแวดล้อมที่ช่วยให้เกาะฟื้นฟูความมุ่งมั่นของรัฐบาลในการรักษามรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของเกาะนั้นเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความสมบูรณ์ของโครงการศิลปะของนาโอชิมะ (Aoo, n.d.) (

& , 2014)

3. ศิลปินและผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมของศิลปินและผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์เป็นศูนย์กลางในการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของนาโอชิมะสถานที่ศิลปะของเกาะที่ออกแบบโดยสถาปนิกชั้นนำและนำเสนอผลงานของศิลปินที่มีชื่อเสียงระดับสากล ทำให้นาโอชิมะเป็นศูนย์กลางของศิลปะร่วมสมัยการปรากฏตัวของมืออาชีพสร้างสรรค์เหล่านี้ยังดึงดูดชุมชนศิลปิน ผู้ดูแลและผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำให้ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมของเกาะมากขึ้น (& , 2014) (Qu & Funck, 2021)

แม้จะประสบความสำเร็จ แต่การฟื้นฟูที่ขับเคลื่อนด้วยศิลปะของนาโอชิมะก็ไม่ได้ปราศจากความท้าทายข้อกังวลหลักประการหนึ่งคือศักยภาพในการท่องเที่ยวมากเกินไป ซึ่งอาจคุกคามความสมดุลทางนิเวศวิทยาและความสามัคคีทางสังคมของเกาะการไหลเข้ามาของผู้เยี่ยมชมในช่วงฤดูร้อนได้เริ่มสร้างความเครียดให้กับโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรในท้องถิ่นแล้ว โดยเน้นถึงความจำเป็นในการปฏิบัติการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Prince et al., 2021) (Qu & Funck, 2021)

ความท้าทายอีกประการหนึ่งคือความจำเป็นที่จะต้องแน่ใจว่าประโยชน์ของการฟื้นฟูของนาโอชิมะจะถูกกระจายอย่างเท่าเทียมกันระหว่างสมาชิกทุกคนในชุมชนแม้ว่าการกระตุ้นทางเศรษฐกิจของเกาะจะสร้างโอกาสใหม่ ๆ แต่ก็มี ความกังวลว่าผู้อยู่อาศัยทุกคนไม่ได้ได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันจากการไหลเข้าของการท่องเที่ยวและการลงทุนการแก้ไขความไม่สมดุลเหล่านี้จะเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความมั่นใจในความยั่งยืนในระยะยาวของความพยายามในการฟื้นฟูของนาโอชิมะ (Aoo, n.d.) (& , 2014)

ผลกระทบที่กว้างขึ้นสำหรับการฟื้นฟูภูมิภาค

ประสบการณ์ของนาโอชิมะเป็นบทเรียนที่มีคุณค่าสำหรับภูมิภาคอื่น ๆ ที่ต้องการใช้ประโยชน์จากศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการฟื้นฟูความสำเร็จของเกาะนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการรวมศิลปะเข้ากับอัตลักษณ์ท้องถิ่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และการนำแนวทางแบบองค์รวมในการพัฒนาที่ยั่งยืนหลักการเหล่านี้ใช้ได้ไม่เพียง แต่กับเกาะอื่น ๆ ในทะเลเซโตะเท่านั้น แต่ยังรวมถึงภูมิภาคชนบทและพื้นที่ส่วนปลายที่เผชิญกับความท้าทายที่คล้ายกันของการลดประชากรและการลดลงทางเศรษฐกิจ (Aoo, n.d.) (& , 2014) (Qu & Funck, 2021) นอกจากนี้แบบจำลองของนาโอชิมะยังเน้นศักยภาพของศิลปะในฐานะเครื่องมือในการสร้างนวัตกรรมทางสังคมและการเพิ่มพลังให้กับชุมชนด้วยการจัดให้แพลตฟอร์มสำหรับการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ความคิดริเริ่มด้านศิลปะของเกาะได้ช่วยสร้างทุนทางสังคมใหม่และส่งเสริมความรู้สึกภาคภูมิใจและความเป็นของในหมู่ผู้อยู่อาศัยแนวทางนี้เป็นทางเลือกที่ทรงพลังสำหรับกลยุทธ์การพัฒนาจากบนลงบนดั้งเดิม โดยเน้นถึงความสำคัญของความคิดริเริ่มจากล่างขึ้นและขับเคลื่อนโดยชุมชน (Aoo, n.d.) (& , 2014)

การเปลี่ยนแปลงของนาโอชิมะจากเกาะอุตสาหกรรมที่อยู่ริมฝั่งสู่ศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรืองเป็นหลักฐานของพลังแห่งการฟื้นฟูที่ขับเคลื่อนด้วยศิลปะผ่านการบูรณาการของศิลปะ ธรรมชาติ และชุมชน เกาะนี้ได้สร้างรูปแบบที่ไม่เหมือนใครและยั่งยืนสำหรับการพัฒนาภูมิภาคแม้ว่าความท้าทายยังคงมีอยู่ แต่ประสบการณ์ของนาโอชิมะให้ข้อมูลเชิงลึกอันมีค่า

สำหรับภูมิภาคอื่น ๆ ที่พยายามใช้ประโยชน์จากศักยภาพของศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ

รูปแบบที่เหมาะสมในการส่งเสริมงานศิลปกรรมเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

การบริหารจัดการศิลปวัฒนธรรมในระดับประเทศจะมีคณะกรรมการร่วมจากทุกภาคส่วน เชื่อมโยงร้อยรัดประสานทำงานด้วยกันอย่างชัดเจน การระบุบทบาทที่ชัดเจนของแต่ละเครือข่ายทำให้การขับเคลื่อนดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ. การเชื่อมโยงและการทำงานร่วมกันของเครือข่ายต่างๆในญี่ปุ่นภายใต้การเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งของหน่วยงานภาครัฐ ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจำนวน50เปอร์เซ็นต์ต่อโครงการ เป้าหมายหลักจึงขยายไปสู่ศิลปะในชีวิตประจำวันของคนในพื้นที่ เทศกาลงานศิลปะ Setouchi Triennale มีจุดประสงค์ที่จะปรับปรุงเกาะเล็กเกาะน้อยในญี่ปุ่นที่เคยมีประชากรมากมายกลับมาใช้ชีวิตขึ้นอีกครั้ง โดยการใช้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยมาสร้างร้านอาหารเพื่อบอกเล่าประวัติศาสตร์ของสถานที่ตามเกาะต่าง ๆ

ในโอกาสที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์กำลังได้รับความสนใจ ในขณะที่โลกเทคโนโลยีกำลังมีบทบาทต่อชีวิตผู้คน ในขณะที่เดียวกันศิลปะก็ยังมีพื้นที่ในทุกมิติของการใช้ชีวิตของมนุษย์ เป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ที่จะไม่หันมาชมงานศิลปะ เพื่อการชื่นชม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อปลูกไอดีเชิงศิลปะในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งมีการกระจายอยู่ทั่วไป จึงจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารงานศิลปะออกไปให้กว้างถึงคนทุกกลุ่มไม่ใช่เพียงแค่กลุ่มศิลปิน หรือกลุ่มผู้สนับสนุน และกลุ่มที่มีความสนใจเท่านั้น จุดสำคัญคือการทำการเชิงบูรณาการภายใต้การมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ทั้ง รัฐ ศิลปิน ผู้สนับสนุนและประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะรัฐต้องสร้างความเข้าใจและวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งในการหยิบยกศิลปวัฒนธรรมมาขับเคลื่อนขยายผลให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนสังคมและประเทศชาติในมิติต่างๆ การจัดศิลปสวัสดิการถือเป็นรูปแบบหนึ่งที่รัฐพึงพิจารณาดำเนินการเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนคนไทยทุกระดับฐานะทุกเพศทุกวัยได้มีโอกาสเข้าถึงชื่นชมผลงานศิลปะให้ทั่วถึงทั่วประเทศอาจจะดำเนินการในรูปแบบการเข้าร่วมเป็น

ผู้สนับสนุนหลักเพื่อช่วยให้ราคาเข้าชมกิจกรรมทางศิลปะอยู่ในระดับที่ประชาชนทุกคนสามารถตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมได้ รวมไปถึงการจัดระบบลดหย่อนภาษีแก่ผู้สนับสนุนกิจกรรมหรือโครงการศิลปะเพื่อนำไปลดหย่อนภาษีได้สองเท่าเช่นกรณีการสนับสนุนสถานศึกษาหรือโรงพยาบาล ทั้งนี้รัฐพึงมีการวางแผนในการสนับสนุนอย่างยั่งยืนซึ่งจะก่อเกิดพัฒนาการในการยกระดับด้านเศรษฐกิจของประเทศได้ในระยะยาว

สรุป: การศึกษานี้สำรวจบทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และศิลปะในการพัฒนาประเทศผ่านกรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างไทยและญี่ปุ่น ซึ่งเผยให้เห็นแนวทางที่แตกต่างแต่เสริมกัน ประเทศไทยผ่านสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (TCEA) ใช้โมเดลรวมศูนย์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว แต่ยังคงเผชิญความท้าทายด้านโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา และการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ในทางตรงข้าม ยุทธศาสตร์ Cool Japan ของญี่ปุ่นส่งออกวัฒนธรรมไปทั่วโลกได้สำเร็จ เสริมสร้างอำนาจละมุน แต่ก็เสี่ยงต่อการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้าและการไหลทางวัฒนธรรมทางเดียว ขณะที่การฟื้นฟูเกาะนาโอชิมะด้วยศิลปะแสดงให้เห็นศักยภาพของการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาภูมิภาค

อย่างยั่งยืน ทั้งสองกรณีศึกษาเน้นย้ำคุณค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แต่ก็เผยให้เห็นความตึงเครียดระหว่างนโยบายจากบนลงล่างกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ระหว่างยุทธศาสตร์ที่ขับเคลื่อนโดยตลาดกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม และระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการพัฒนาอย่างเท่าเทียม บทความนี้ชี้ว่านโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพต้องสร้างสมดุลระหว่างการสนับสนุนจากรัฐกับการมีส่วนร่วมของชุมชน บูรณาการเป้าหมายทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ และส่งเสริมธรรมาภิบาลแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดทั้งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นบทเรียนที่มีค่าสำหรับประเทศต่างๆ ที่ต้องการใช้ประโยชน์จากภาคส่วนสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและศิลปสร้างสรรค์ของประเทศอย่างยั่งยืน

References

- ถนอม ชากักดี. การสถาปนาพื้นที่ทางศิลปะในบริบทของชุมชนเมือง กรณีศึกษา การเปลี่ยนผ่านจาก โรงงานสุฟั่นที่ทางศิลปะ 798 กรุงเทพมหานคร สาธารณรัฐประชาชนจีน, วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ
- ศาสตราจารย์พิเศษ ศรีศักร วัลลิโภดม,แนวคิดและแนวทางการศึกษาศิลปะ ในกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2556
- Green, H. S. (2015). *The Soft Power of Cool : Economy, Culture and Foreign Policy in Japan* (加藤秀治郎教授退職記念号). 58(3). https://toyo.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=7228&item_no=1&attribute_id=22&file_no=1
- Iwabuchi, K. (2002). “Soft” nationalism and narcissism: Japanese popular culture goes global. *Asian Studies Review*, 26(4), 447-469.
- Kimura, T., & Harris, J. (Eds.). (2020). *Exporting Japanese aesthetics: Evolution from tradition to cool Japan*. Liverpool University Press.
- Kosinthananon, J. (2024). *A critique on creative economy as a potential tool for promotion of Thailand’s sustainable development policy*. <https://doi.org/10.58837/chula.the.2023.51>
- Kumalaningsih, R. D., & Hartati, A. Y. (2022). Diplomasi Publik Jepang (Studi Kasus: Budaya Pop Jepang Di Indonesia). *Kajian Hubungan Internasional*, 1(2), 431-437.
- Lee-Anant, C. (2023). Safety Management Model of Tourism City Municipalities in Eastern Economic Corridor. *Journal of Environmental Management and Tourism (JEMT)*, 14(5 (69)),
- Lee-Anant, C., Choibamroong, T., & Srihwan, B. (2023). Enhancing the Competitiveness of the Show Business Industry for Cultural Export as a Means of Creative Economy Development and Tourism Promotion in the Future New Normal Era: The Case of Thailand. *The Social Science*. <https://doi.org/10.3390/socsci12120690>
- Otmazgin, N. (2008). Japanese Popular Culture in East and Southeast Asia: A Time for a Regional Paradigm? *The Asia-Pacific Journal: Japan Focus*. <https://scholars.huji.ac.il/nissimotmazgin/publications/japanese-popu>

lar-culture-east-and-southeast-asia-time-regional-paradigm

- Otmazgin, N. K. (2008). Contesting soft power: Japanese popular culture in East and Southeast Asia. *International Relations of the Asia-Pacific*, 8(1), 73-101.
- Parivudhipongs, A. (2018). *Creative industries policy in Thailand* (pp. 27–42). Routledge Handbooks Online. <https://doi.org/10.4324/9781315660509-3>
- Patluang, K. (2011). *A Holistic Policy for Stimulating Creative Economy*. <https://www.tci-thaijo.org/index.php/NDJ/article/download/3019/2579>
- Pholphirul, P. (2013). *Roles of Thai Small and Medium Enterprises under Creative Economy*. 7(1), 205. <https://www.tci-thaijo.org/index.php/NER/article/download/22677/19397>
- Prince, R. (2021). Broad-band study of BL Lac during flare of 2020: spectral evolution and emergence of HBL component. *Monthly Notices of the Royal Astronomical Society*, 507(4), 5602-5612.
- Qu, M., & Funck, C. (2021). Rural art festival revitalizing a Japanese declining tourism island. In *Cultural Sustainability, Tourism and Development* (pp. 51-68). Routledge.
- Sato, M., & Akilli, E. (2023). Branding in the Pandemic: The “Cool Japan” Strategy. In *World Politics in the Age of Uncertainty: The Covid-19 Pandemic, Volume 2* (pp. 213-226). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Tsutsui, W. M. (2012). *Soft power and the globalization of Japanese popular culture*. 148–159. <https://doi.org/10.4324/9780203814307-12>
- Wattanacharoensil, W., & Schuckert, M. (2016). Reviewing Thailand’s master plans and policies: implications for creative tourism? *Current Issues in Tourism*, 19(10), 1045–1070. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.882295>
- _____. (2016). An airport experience framework from a tourism perspective. *Transport reviews*, 36(3), 318-340.