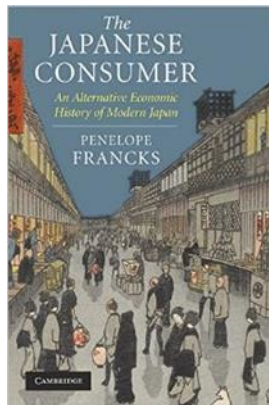


## The Japanese Consumer: An Alternative Economic History of Modern Japan

สุพลธัช เตชะบุรินทร์\*

Suphontat Techaburana



Penelope Francks. (2009).  
*The Japanese Consumer:  
An Alternative Economic History of  
Modern Japan*. Cambridge:  
Cambridge University Press.  
249 pages.

หนังสือ *The Japanese Consumer: An Alternative Economic History of Modern Japan* เล่มนี้เป็นผลงานการวิจัยของเพเนโลเป แฟรงก์ส (Penelope Francks) ซึ่งในปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา ภาควิชาเอเชียตะวันออกศึกษา มหาวิทยาลัยลีดส์ (University of Leeds) จากการที่ผู้ปริทัศน์ได้สืบประวัติความเป็นมาและผลงานทางวิชาการของแฟรงก์สแล้ว พบว่าโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในขอบเขตการศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจของญี่ปุ่นสมัยใหม่ โดยเฉพาะในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา ตัวอย่างงานของแฟรงก์สที่ตีพิมพ์ออกเผยแพร่สู่โลก

---

\* นักศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ติดต่อได้ที่: gangyeonghun@gmail.com

วิชาการ ได้แก่ *Technology and Agricultural Development in Pre-War Japan* (1984), *Japanese Economic Development: Theory and Practice* (1992), *Rural Economic Development in Japan: From The Nineteenth Century to the Pacific War* (2006) เป็นต้น ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าตัวของแฟรงก์เองนั้นคลุกคลีหรือมีความชำนาญเฉพาะทางในการศึกษาวิจัยประเด็นทางด้านประวัติศาสตร์เศรษฐกิจของญี่ปุ่นมานาน ตลอดจนงานศึกษาของแฟรงก์ที่ผ่านมานั้นล้วนเป็นการมองพัฒนาการทางเศรษฐกิจในระดับมหภาคเป็นหลัก

งานเขียน *The Japanese Consumer: An Alternative Economic History of Modern Japan* นั้นนับเป็นการเปลี่ยนมุมมองในการศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจของญี่ปุ่น ดังจะพิจารณาได้จากจุดประสงค์ของการเขียนหนังสือเล่มนี้คือ การชี้ให้เห็นถึงการก้าวขึ้นสู่ความเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาจากการบริโภคสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนญี่ปุ่น ซึ่งผู้เขียนกล่าวไว้ในส่วนนำของหนังสือว่าเป็นการศึกษาการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดจากด้านอุปสงค์ของตลาดที่มีลักษณะแบบ “กลับหัวกลับหาง” (bottom-up approach) เนื่องจากโดยปกติในการศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจหรือธุรกิจนั้น ผู้ศึกษามักจะให้ความสนใจหรือให้ความสำคัญแก่รัฐบาลในฐานะที่เป็นผู้ออกนโยบายทางเศรษฐกิจหรือผู้ประกอบการในฐานะที่เป็นเจ้าของธุรกิจรวมทั้งเป็นผู้ป้อนสินค้าในตลาด ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ผู้เขียนมองว่าเป็นการศึกษากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดจากด้านอุปทานเพราะฉะนั้นจากมุมมองในการศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจของญี่ปุ่นแบบกลับด้านนี้ ทำให้ผู้เขียนเห็นว่าเป็น “ทางเลือก” อีกทางหนึ่งในการทำความเข้าใจประวัติศาสตร์เศรษฐกิจของญี่ปุ่น ดังจะเห็นได้ชัดจากชื่อหนังสือเล่มนี้ที่ผู้เขียนเลือกใช้คำว่า “An Alternative Economic History” นั้นเอง

## สาระสังเขปของหนังสือ

ในงานเขียนเล่มนี้ แพร่งกส์ได้ตั้งต้นเวลาในการศึกษาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 17 ซึ่งเป็นช่วงการปกครองของโชกุนตระกูลโทกูงะวะ (Togukawa) ไปจนถึงการสิ้นสุดคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วนที่สำคัญ ประกอบด้วย ส่วนแรกคือ บทที่ 1 และ บทที่ 8 ซึ่งเป็นการอารัมภบทและบทสรุปของงานวิจัย ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาสภาพการณ์ของการบริโภคและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 17 ถึงก่อนการปฏิรูปเมจิ (Meiji Restoration ค.ศ. 1868-1912) โดยผู้เขียนแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 บท กล่าวคือ ในบทที่ 2 เน้นภาพการเติบโตของการบริโภคในเขตเมืองใหญ่ และในบทที่ 3 เน้นภาพของการบริโภคในภาคชนบทที่ได้รับอิทธิพลจากเขตเมือง เพราะฉะนั้นการแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนดังกล่าวจะทำให้ผู้อ่านเห็นภาพในเชิงเปรียบเทียบที่ชัดเจนมากขึ้น

ในขณะที่ส่วนที่ 3 นั้น ผู้เขียนอธิบายลักษณะการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปภายหลังการปฏิรูปเมจิ ใน ค.ศ.1868 ในบทที่ 4 โดยพิจารณาจากการใช้สินค้าอุปโภคบริโภคที่สำคัญ 3 ชนิดคือ เสื้อผ้า อาหาร และที่อยู่อาศัย ตลอดจนการเข้ามาของระบบไฟฟ้าและอิทธิพลของการโฆษณาที่เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นจากการปรับปรุงประเทศ ให้เป็นแบบตะวันตกของญี่ปุ่น ส่วนบทที่ 5 นั้น ผู้เขียนอธิบายสภาพของการบริโภคที่เกิดขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยพิจารณาประเด็นสำคัญ 3 ประการคือ การเกิดแหล่งช้อปปิ้ง (shopping) และกระบวนการทำให้เป็นเมือง (urbanization) ชีวิตประจำวันของชาวญี่ปุ่นสมัยใหม่ และทัศนคติของชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการบริโภคในประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นสมัยใหม่

เนื้อหาส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นส่วนสุดท้ายของเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนแสดงให้เห็นพัฒนาการของรูปแบบการบริโภคภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จนกระทั่งสิ้นสุดคริสต์ศตวรรษที่ 20 ผู้เขียนแบ่งการนำเสนอเนื้อหาในส่วนนี้ออกเป็น 2 บทย่อยคือ บทที่ 6 ว่าด้วยลักษณะการบริโภคของญี่ปุ่นในช่วง “ความมหัศจรรย์ทางเศรษฐกิจ” ของญี่ปุ่น (economic miracle) ที่เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1960-1970 และบทที่ 7 ที่ผู้เขียนชี้ให้เห็นถึงความถดถอยในการบริโภคของชาวญี่ปุ่นในช่วงทศวรรษที่ 1980-

1990 ซึ่งถือเป็นช่วงที่เศรษฐกิจของญี่ปุ่นชะลอตัว ส่วนท้ายสุดของหนังสือเป็นการแสดงตารางสถิติที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคของชาวญี่ปุ่นในภาพรวมด้านต่าง ๆ 7 หัวข้อ ครอบคลุมปีที่เก็บข้อมูลคือ ค.ศ.1874-1995

## โทะกุงะวะ: ต้นธารของธุรกิจและเศรษฐกิจแบบสมัยใหม่ของญี่ปุ่น

โดยทั่วไปในการศึกษาประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นช่วงสมัยใหม่นั้น พบว่านักประวัติศาสตร์มักจะให้น้ำหนักหรือความสนใจการก่อตัวของความเป็นสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นภายหลังการปฏิรูปเมจิจากประวัติศาสตร์ในสมัยโทะกุงะวะซึ่งถือเป็นสมัยจารีตช่วงสุดท้ายของญี่ปุ่น หากพิจารณาแนวทางการนำเสนอพัฒนาการของการบริโภคในประวัติศาสตร์ของญี่ปุ่นที่ปรากฏในหนังสือเล่มนี้แล้ว จะเห็นได้ว่า แฟรงก์ก็ถือเป็นนักประวัติศาสตร์อีกคนหนึ่งที่มีมองว่าการศึกษาสภาพการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นในสมัยโทะกุงะวะนั้นเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจประวัติศาสตร์สมัยใหม่ภายหลังการปฏิรูปเมจิไปแล้ว โดยแฟรงก์ชี้ให้เห็นปัจจัยที่มีผลต่อความเติบโตทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นในสมัยโทะกุงะวะอยู่ 2 ประการ ได้แก่ ประการแรกคือ นโยบายการรวมศูนย์อำนาจทางการปกครองที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวที่เกิดขึ้นในสมัยนี้ซึ่งมีชื่อเรียกในภาษาญี่ปุ่นว่า “ซันกิน โคตะอิ” (sankin kotai) ลักษณะที่สำคัญของนโยบายดังกล่าวนี้คือ ไดเมียวที่ปกครองอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วหมู่เกาะญี่ปุ่นนั้น จะต้องเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองเอโดะ (Edo) เป็นประจำทุกปี ปีละประมาณ 6 เดือน ในทำนองเป็น “ตัวประกัน” ทางการเมือง ทั้งนี้เป็นไปเพื่อแสดงการสวามิภักดิ์หรือความจงรักภักดีต่อส่วนกลางซึ่งก็คือโชกุนตระกูลโทะกุงะวะนั่นเอง

ผลพวงจากการออกแบบนโยบายทางการเมืองนี้ที่สำคัญคือ การอพยพโยกย้ายของตัวไดเมียว ซามูไร และผู้ติดตามอีกเป็นจำนวนมากที่ต้องเข้ามาอยู่อาศัยในเมืองเอโดะในระยะเวลายาว ประกอบกับการที่ไดเมียวแต่ละคนนั้นต่างแข่งขันบรรณาการสิ่งของแก่โชกุนเพื่อแสดงความจงรักภักดีในทางการเมือง ดังนั้นผลลัพธ์ที่ตามมาคือ การพัฒนาระบบการคมนาคมที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในสมัยนี้เพื่ออำนวยความสะดวก

ความสะดวกในการเดินทางระหว่างเมืองเอโดะและพื้นที่ต่างๆ ที่โตเกียวปกครองอยู่ และที่สำคัญคือภาระค่าใช้จ่ายที่ต้องเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัวของโตเกียวและผู้ติดตาม เมื่อต้องมาอาศัยในเมืองเอโดะ เมื่อเป็นเช่นนี้ปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นนี้จึงเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้การบริโภคในเอโดะแลดูมีชีวิตชีวาและคึกคักเป็นอย่างยิ่ง

ลักษณะการบริโภคที่เกิดขึ้นในสมัยโทกูงวะนั้นส่งผลต่อการขยายตัวของธุรกิจและรูปแบบการค้าขายที่หลากหลายมากกว่าแต่ก่อน เช่น การถือกำเนิดและการเติบโตของร้านค้าหรือห้างห้องแถวริมถนน ดังเช่น การจัดตั้งร้านจำหน่ายสิ่งทอของตระกูลมิตซูอิ (Mitsui หรือมิตซุยในภาษาไทย) ที่เมืองเอโดะใน ค.ศ.1683 หรือจะเป็นการเกิดของระบบขายตรงที่พ่อค้าจะเร่เดินขายสินค้าอุปโภคในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องสำอางหรือเครื่องจัดแต่งทรงผม เป็นต้น หรือจะเป็นการก่อตั้งร้านขายอาหารริมถนน เป็นต้น ซึ่งผู้เขียนยืนยันข้อมูลชุดดังกล่าวด้วยหลักฐานชั้นต้นที่เป็นภาพวาดเป็นหลัก

จากความคึกคักทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นภายในเมืองเอโดะอันเป็นศูนย์กลางการเมืองการปกครองของโชกุนตระกูลโทกูงวะนั้น ได้ส่งผลต่อการบริโภคที่อยู่ในภาคชนบทอีกด้วย ดังเช่น การบริโภคอาหารของคนในชนบทที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมการกินในเมืองเอโดะ นั่นคือ การกินข้าวสวยกับกับข้าวหรือที่เรียกในภาษาญี่ปุ่นว่า “คะอิเซกิ” (kaiseki) โดยพิจารณาจากลักษณะของห้องครัวที่ปรากฏในหลักฐานที่เริ่มเปลี่ยนรูปแบบการใช้เตาไฟและเครื่องครัวที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับจำนวนกับข้าวที่มากขึ้นตามรูปแบบการกินที่เรียกว่าคะอิเซกินั่นเอง

เพราะฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่ารูปแบบหรือแนวทางในการวิเคราะห์การบริโภคที่เกิดขึ้นในสมัยโทกูงวะนั้น แฟรงก์สพยายามอธิบายความเปลี่ยนแปลงที่เกิดจาก “ภายใน” เป็นหลัก โดยเฉพาะความคึกคักทางเศรษฐกิจและการบริโภคที่เกิดจากนโยบายชั้นกิน โคะตะอิ เป็นแกนสำคัญ ตลอดจนการบริโภคที่เกิดขึ้นในสมัยนี้ยังคงผูกกับสถานะทางสังคมของผู้บริโภคอยู่สูง มิได้เป็นการบริโภคที่เกิดขึ้นแบบเสรีดังที่เกิดขึ้นภายหลังการปฏิรูปเมจิ ดังจะเห็นได้จากการแต่งกายและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน นอกจากนั้น

ยังมีวัฒนธรรมแบบพ็อคำที่ปรากฏขึ้นอย่างชัดเจนในสมัยนี้ อย่างเช่นการเกิดแนวคิด “โชนินโด” (chonindo)<sup>1</sup> เพื่อเป็นหลักสำหรับการปฏิบัติตัวของพ็อคำอีกด้วย

## บริโศคนิยม: รูปแบบการบริโศคของชาวญี่ปุ่นภายหลังการปฏิรูปเมจิ

เมื่อชาหมู่ไกรกลุ่มหนึ่งได้ก่อการยึดอำนาจจากโชกุนตระกูลโทกูงะวะที่ปกครองญี่ปุ่นมานานกว่าสองศตวรรษนั้น ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงประเทศให้เป็นแบบตะวันตกผ่านการปฏิรูปที่สำคัญคือ การปฏิรูปเมจิใน ค.ศ.1868 หลักการที่สำคัญของการปฏิรูปครั้งนี้คือ การปรับปรุงประเทศให้เป็นแบบตะวันตกเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของญี่ปุ่นในการรับมือกับการเข้ามาของชาติตะวันตกในขณะนั้น

ปัจจัยที่สำคัญภายหลังการปฏิรูปเมจิต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโศคที่แพร่กลไให้ความสำคัญคือ การปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ญี่ปุ่นขึ้นมาเป็นมหาอำนาจของโลกตะวันออกในช่วงสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง และการแผ่ขยายแสนยานุภาพทางการทหารตามนโยบาย “วงศ์ไพบูลย์แห่งเอเชีย” ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง บวกกับปัจจัยด้านการค้ากับต่างประเทศโดยเฉพาะกับโลกตะวันตกซึ่งแตกต่างจากนโยบายในสมัยโทกูงะวะที่เน้นการปิดประเทศโดยสิ้นเชิง

เมื่อเป็นเช่นนี้จากรูปแบบทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นการผลิตเพื่อมวลชน (mass production) นั้น ทำให้การบริโศคที่เกิดขึ้นในสังคมญี่ปุ่นช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20 เข้านิยามกับแนวคิดหรือหลักการ “บริโศคนิยม”

---

<sup>1</sup> ลัทธิโชนินโด (chonindo) เป็นแนวทางการปฏิบัติอย่างกว้างๆ ในกลุ่มพ็อคำที่เริ่มเติบโตและทวีบทบาทมากขึ้นในสมัยโทกูงะวะ ทั้งนี้เพื่อให้สถานะของพ็อคำเป็นที่ยอมรับของสังคมญี่ปุ่นในขณะนั้น รวมทั้งยกย่องความสำคัญของพ็อคำให้เป็น “สถาบันทางสังคม” อีกสถาบันหนึ่งแบบเดียวกับที่กลุ่มนักรบ (โชกุน ไตเมียว และชาหมู่ไร) มี “ลัทธิบูชิโด” (bushido) เป็นแนวทางในการปฏิบัติตน ตัวอย่างของหลักการในลัทธิโชนินโด เช่น หลักความขยัน หลักความซื่อสัตย์ หลักความประหยัด (พิพาตา ยังเจริญู, 2546, น. 307-308)

ซึ่งมีคุณสมบัติที่สำคัญ ประกอบด้วย การที่ผู้บริโภคยึดติดหรือตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมและการทำการตลาดโดยการโฆษณา ประการต่อมาคือ การที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหรือครอบครองสินค้าหรือบริการนั้นได้โดยเสรี ไม่มีการจำกัดทางด้านสถานะทางสังคมแบบที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยจารีต นอกจากนั้นความเป็นบริโภคนิยมยังต้องประกอบเข้ากับแนวทางการผลิตสินค้าในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการตัดสินใจในการเลือกซื้อได้เอง และประการสุดท้ายคือ การซื้อขายสินค้าและบริการบนพื้นฐานราคาที่ตายตัว ไม่สามารถต่อรองได้ในสถานที่จัดไว้เป็นการเฉพาะ เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น (ชเนศ วงศ์ยานนาวา, 2550, น. 2-17)

เพราะฉะนั้นจากการบริโภคของชาวญี่ปุ่นตามแนวทางหรือกรอบความคิด “บริโภคนิยม” ที่เกิดขึ้นในสังคมญี่ปุ่นสมัยใหม่นี้ แฟรงก์ได้ศึกษาจากพฤติกรรมการบริโภคสินค้า 3 ชนิดซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์โดยทั่วไป ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย โดยแฟรงก์ได้วิเคราะห์พัฒนาการของการบริโภคในสังคมญี่ปุ่นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20 ซึ่งสามารถสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

1. อาหาร ในประเด็นเรื่องอาหารนี้ แฟรงก์ยังคงชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการรับประทานอาหารแบบที่เรียกว่า “คะอิเซกิ” หรือการรับประทานอาหารชาวสวากับกับชามานาชนิด โดยในคริสต์ศตวรรษที่ 20 นั้น การทานอาหารแบบนี้กลายเป็น “มาตรฐาน” ของ วัฒนธรรมการกินแบบคนเมือง ดังที่แฟรงก์ใช้คำว่า “the civilized” เพื่ออธิบายคนในญี่ปุ่นที่บริโภคอาหารดังกล่าว และการรับประทานอาหารแบบดังกล่าวนี้ได้แพร่หลายออกไปในเขตชนบทของประเทศ จนกลายเป็นรูปแบบของอาหารประจำชาติของญี่ปุ่น (traditional Japanese cuisine) มาจนถึงปัจจุบัน

ในขณะเดียวกันจากการที่ญี่ปุ่นเปิดรับวัฒนธรรมแบบตะวันตกเข้ามานั้น ทำให้วัฒนธรรมการรับประทานอาหารและวัตถุดิบแบบตะวันตกได้หลั่งไหลเข้ามาในญี่ปุ่นด้วย ตัวอย่างที่สำคัญที่แฟรงก์ยกมาอธิบายคือ การกินเนื้อสัตว์ เช่น ไก่ หมู หรือเนื้อวัว ซึ่งการบริโภคดังกล่าวนี้ แม้ว่าในทางทฤษฎี ทุกคนจะสามารถเข้าถึงหรือครอบครองเพื่อการบริโภคได้ แต่ในทางปฏิบัติ โดยเฉพาะในช่วงครึ่งแรกของ

คริสต์ศตวรรษที่ 20 กลุ่มบุคคลที่เข้าถึงวัฒนธรรมการทานอาหารหรือเครื่องดื่มแบบตะวันตกได้นั้นกระจุกตัวอยู่เพียงแต่ชนชั้นสูงหรือนักธุรกิจเท่านั้น เนื่องจากราคาสินค้าดังกล่าวมีราคาค่อนข้างแพงนั่นเอง

ภาพของการบริโภคอาหารจะยิ่งตอกย้ำความเป็นบริโภคนิยมมากขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง โดยเฉพาะการเข้ามาของวัฒนธรรมแบบอเมริกัน ดังจะเห็นได้จากในบางมื้ออาหารของญี่ปุ่นจะเริ่มเห็นชาวญี่ปุ่นทานขนมปัง นม และอาหารเช้าแบบอเมริกัน (American breakfast) และที่สำคัญคือ ภายหลังความมหัสจรรย์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับญี่ปุ่นในทศวรรษที่ 1960 แล้วนั้น ส่งผลให้เกิดกลุ่มชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้น และมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดภาพการเปลี่ยนแปลงการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย กล่าวคือ มีการทานอาหารตามร้านอาหารมากขึ้น Kushner ไปกับการทำอาหารเองที่บ้านที่ลดลงเนื่องด้วยรูปแบบการทำงานแบบมนุษย์เงินเดือนที่ทำให้มีเวลาดังน้อยลง ดังจะเห็นได้จากการเกิดร้านอาหารที่มีรูปแบบแตกต่างหลากหลายออกไปตามรสนิยมของผู้บริโภคที่มีกำลังจ่ายในขณะนั้น เช่น ร้านอาหารแบบญี่ปุ่น แบบจีน หรือแบบตะวันตก เป็นต้น

2. เครื่องแต่งกาย ภาพที่เห็นได้เด่นชัดจากการเปิดประเทศภายหลังการปฏิรูปเมจิแล้วคือ การแต่งกายที่เปลี่ยนจากหน้ามือเป็นหลังมือ กล่าวคือ ทั้งชายและหญิงหันมาแต่งกายแบบตะวันตกแทนการแต่งกายแบบสมัยจารีต โดยในหัวข้อนี้ แฟรงก์สเน้นหนักไปที่การแต่งกายของผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะการแต่งกายของผู้หญิงมีรายละเอียดที่ซับซ้อนและเห็นพัฒนาการการเปลี่ยนแปลงได้มากกว่าผู้ชาย รวมทั้งการแต่งกายถือเป็น “เรื่องใหญ่” ของผู้หญิงในโลกสมัยใหม่ที่ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความสวยตามค่านิยมในแต่ละพื้นที่อีกด้วย

ประเด็นที่น่าสนใจที่สมควรกล่าวถึงในเนื้อหาส่วนนี้คือ การเชื่อมโยงเครื่องแต่งกายเข้ากับการวิเคราะห์สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปของญี่ปุ่น และสัญญาณของเครื่องแต่งกายแบบตะวันตก และอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการแต่งกายและแฟชั่น (fashion) โดยในประเด็นแรก ผู้เขียนได้ชี้ให้เห็นถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายที่เกิดขึ้นว่าเป็นเพราะเครื่องแต่งกายเหล่านั้นเป็นสัญลักษณ์ของ “civilization

and enlightenment”<sup>2</sup> ที่แบ่งแยกหรือจัดความเป็นจารีตออกไป บวกกับรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการทำงานในโลกธุรกิจและการคมนาคมที่ก้าวหน้า ทำให้การแต่งกายแบบตะวันตกมีความคล่องตัวและสะดวกมากกว่าการแต่งกายด้วยชุดกิโมโน (kimono) แบบเดิมนั่นเอง ในขณะที่อีกประเด็นหนึ่งคือ อิทธิพลของสื่อที่มีต่อการแต่งกายนั้น แฟรงก์สได้เน้นหนักไปที่การแต่งกายของผู้หญิงเป็นหลักสำคัญ โดยตัวอย่างที่ผู้เขียนยกมาประกอบการอธิบายคือ บทบาทของโฆษณาเสื้อผ้าของผู้หญิงที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง ซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “แคตตาล็อก” (catalogue) ขนาดใหญ่ของผู้หญิงญี่ปุ่นที่ได้เรียนรู้การแต่งกายตามแฟชั่นในแต่ละยุค ตัวอย่างอีกประการหนึ่งที่ผู้เขียนยกมาคือ อิทธิพลของวัฒนธรรมแบบอเมริกันภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองที่มาจากทางภาพยนตร์และโทรทัศน์ ทำให้ผู้หญิงญี่ปุ่นได้สัมผัสแนวทางการแต่งกายแบบใหม่ โดยผู้เขียนกล่าวถึงรูปแบบการแต่งกายที่เป็นที่นิยมในช่วงทศวรรษที่ 1950-1960 ไว้อย่างน่าสนใจ เช่น การแต่งกายแบบคาลิปโซ (Calypso style) แบบเอลวิส (Elvis style) หรือแบบไอวี ลีก (Ivy League style) เป็นต้น

3. ที่อยู่อาศัย ในการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคของชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยนั้น แฟรงก์สออกจะเน้นเนื้อหาน้อยกว่าประเด็นด้านอาหารและเครื่องแต่งกาย โดยภายหลังจากการที่ญี่ปุ่นเข้าสู่ภาวะความเป็นสมัยใหม่แล้ว ลักษณะการสร้างบ้านเรือนและการจัดการตกแต่งภายในบ้านได้เปลี่ยนแปลงตามอิทธิพลตะวันตกที่ไหลบ่าเข้ามาในขณะนั้น ดังเช่นในช่วงครึ่งแรกของคริสต์ศตวรรษที่ 20 ที่แฟรงก์สชี้ให้เห็นถึงการเลือกใช้อุปกรณ์ตกแต่งเครื่องเรือน (furniture) และข้าวของเครื่องใช้ที่เกิดจากการผลิตแบบมวลชนซึ่งมีราคาถูกและสามารถเข้าถึงการครอบครองได้โดยง่าย เช่น แก้วน้ำที่เป็นที่นิยมอันเป็นผลมาจากการขยายตัวของการบริโภคเครื่องดื่มจากทางตะวันตกซึ่งไม่สามารถใช้กับเครื่องถ้วยเซรามิกได้ การใช้กล่องอาหารแบบญี่ปุ่นหรือที่เรียกในภาษาญี่ปุ่นว่า “เบนโตะ” (bento) รวมถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรม

<sup>2</sup> คำว่า “civilization and enlightenment” ในภาษาอังกฤษนี้ ตรงกับคำในภาษาญี่ปุ่นว่า “บุนเมอิ คะอิกะ” (bunmei kaika) ซึ่งใช้เป็นอีกชื่อหนึ่งในกล่าวถึงยุคเมจิ เนื่องจากเป็นช่วงเวลาญี่ปุ่นปรับปรุงประเทศให้เป็นแบบตะวันตกในทุกด้าน (สุรางค์ศรี ดันเสียงสม, 2551, น. 204)

ระหว่างความเป็นตะวันตกและความเป็นญี่ปุ่นในการตกแต่งภายในบ้าน เช่น การดัดแปลงโต๊ะแบบตะวันตกให้มีขนาดที่เตี้ยลงเพื่อปรับให้เข้ากับรูปแบบการทานอาหารของชาวญี่ปุ่นที่ต้องนั่งกับพื้น เป็นต้น นับว่าเป็นภาพสะท้อน “ภูมิปัญญา” ในการเลือกรับปรับใช้ของชาวญี่ปุ่นในการบริโภคให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเองทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตามเมื่อญี่ปุ่นกลายเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจในช่วงทศวรรษที่ 1960 นั้น “เครื่องใช้ไฟฟ้า” ได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของการบริโภคในสมัยนี้ โดยเฉพาะแฟรงก์สไตน์ได้ใช้คำว่า “The Electric Household: Consumption and Economic Miracle” เป็นชื่อบทที่ 6 ในหนังสือเล่มนี้ โดยเครื่องใช้ไฟฟ้าได้สะท้อนลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญของญี่ปุ่นอยู่หลายประการ อาทิ ประการแรกเครื่องใช้ไฟฟ้าได้ฉายให้เห็นภาพของสถานะทางเศรษฐกิจในครัวเรือนของญี่ปุ่นที่อยู่ในระดับที่สามารถซื้อหาและครอบครองสินค้าประเภทนี้ได้ อันต่างจากช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่สองที่สินค้าประเภทนี้ยังถือเป็นของฟุ่มเฟือยและมีราคาแพง ทำให้การบริโภคสินค้าดังกล่าวกระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มคนที่มีฐานะเท่านั้น ประการต่อมาคือ เครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นตัวบ่งชี้ความเจริญเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมของญี่ปุ่นที่สามารถผลิตสินค้าเหล่านี้ได้ในปริมาณที่มากจนทำให้สินค้าเหล่านี้แปรสภาพจากเดิมที่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยมาเป็นสินค้าในชีวิตประจำวันในที่สุด และประการสุดท้ายคือ เครื่องใช้ไฟฟ้าเหล่านี้ทำให้เห็นภาพวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่นที่มีความเร่งรีบ โดย “เวลา” กลายเป็นของมีค่าในโลกธุรกิจ ดังนั้นเครื่องใช้ไฟฟ้าเหล่านี้จึงเป็นอุปกรณ์ที่ “ลดภาระ” และ “ลดเวลา” ในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ภายในบ้านได้ ประเด็นนี้ตัวแฟรงก์สไตน์กล่าวถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าพื้นฐาน 7 ชนิดที่ทุกครัวเรือนของชาวญี่ปุ่นต้องมี ประกอบด้วย วิทยุ เตารีด เครื่องปั่นขนมปัง ตู้เย็น เครื่องซักผ้า โทรทัศน์ และเครื่องปรับอากาศ

## บทวิจารณ์

จากการที่ผู้เขียนได้รู้จักและวิเคราะห์เนื้อหาในหนังสือ *The Japanese Consumer: An Alternative Economic History of Modern Japan* โดยตลอดเล่มแล้ว ผู้ปริทัศน์จะขอ “วิจารณ์” บางประเด็นที่เกี่ยวข้องซึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ดังนี้

ประการแรก ในเนื้อหาส่วนที่กล่าวถึงการบริโภคในสมัยโทกูงวะนั้น แพรงกส์มุ่งเน้นการฉายภาพพฤติกรรมการบริโภคซึ่งเกิดจากกิจกรรมทางฝั่งผู้บริโภค แต่เพียงอย่างเดียวเป็นหลักอย่างชัดเจน แต่อาจจะให้น้ำหนักน้อยในการนำเสนอ บทบาทของกลุ่มพ่อค้าที่ถือเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ทั้งนี้ เนื่องจากหากพิจารณาสภาพความเป็นจริงในระบบการบริโภคจะพบว่า กลุ่มพ่อค้าที่ปรากฏบทบาทในสมัยโทกูงวะนั้นล้วนทำหน้าที่ในการกระจายสินค้า ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเพื่อครอบครองสินค้าได้สะดวก รวมทั้งการศึกษามโนทัศน์และสถานภาพของพ่อค้าในช่วงเวลาดังกล่าวจะทำให้การทำความเข้าใจ “การบริโภค” มีความรอบด้านมากขึ้น

นอกจากนั้นความขัดแย้งประการหนึ่งเกี่ยวกับบทบาทของพ่อค้าที่แพรงกส์มิได้กล่าวถึงคือ หลักคำสอนของลัทธิขงจื้อกับพ่อค้า เนื่องจากโดยปกตินั้น สังคมที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมแบบขงจื้อจะ “ไม่ยกย่อง” ตัวพ่อค้าเท่าใดนัก สืบเนื่องจากบทบาทของพ่อค้าตามคติของขงจื้อนั้นจะมองว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่เอาเปรียบทางสังคม เมื่อเป็นเช่นนี้สาเหตุที่ทำให้ความสำคัญของพ่อค้าในสมัยโทกูงวะเพิ่มมากขึ้นนั้นยังเป็นประเด็นที่แพรงกส์ไม่ได้อธิบายเอาไว้อย่างชัดเจนมากนัก

ประการที่สองคือ แพรงกส์พยายามชี้ให้เห็นถึงพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลง การบริโภคในสังคมญี่ปุ่นจากสินค้า 3 ชนิดเท่านั้นคือ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องแต่งกาย และอุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้าน แต่ในความเป็นจริงแล้ว การบริโภคมิได้จำกัดอยู่แต่เพียงสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันเท่านั้น แต่รวมไปถึง “การบริการ” ทางด้านความบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบต่างๆ เช่น ในสมัยโทกูงวะนี้ถือเป็นช่วงที่พ่อค้ามีบทบาทและความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมในการเสพความบันเทิงของกลุ่มพ่อค้าจะมี

ลักษณะที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มชนชั้นนำของสังคมอย่างจักรพรรดิและนักรบ ตัวอย่างเช่น การรับชมละครบูกิ (kabuki) หรือละครหุ่น (bunraku) ซึ่งมักจะแสดงเรื่องราวประโลมโลก ดำเนินเรื่องได้อย่างน่าติดตาม และตัวนักแสดงหรือหุ่นเชิดจะประดับเครื่องแต่งกายอย่างสวยงาม หรือการเสพความบันเทิงโดยการใช้บริการจาก “เกอิชา” (geisha) ผู้เป็นสตรีที่ได้รับการอบรมในการให้บริการความบันเทิงในด้านต่างๆ เช่น การร้องเพลง การแสดง หรืออาจถึงขั้นให้บริการทางเพศ เป็นต้น (พิพาดา ยังเจริญ, 2539, น. 138-139)

หรือกล่าวโดยสรุปอย่างง่ายคือ วัฒนธรรมความบันเทิงของพ่อค้าในช่วงนั้นจะเน้นออกไปในทางโลกเป็นสำคัญ ในขณะที่ความบันเทิงของชนชั้นนำอย่างจักรพรรดิและนักรบนั้นจะเน้นจุดหมายปลายทางที่ความสงบโดยการพิจารณาธรรมจากธรรมชาติ เช่น การชงชา การรับชมละครโน (Noh) เป็นต้น

หรืออีกตัวอย่างของการบริโภคในด้านความบันเทิงที่เกิดขึ้นในเวลาต่อมา คือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกระแสวัฒนธรรมแบบ J-pop ที่เริ่มเติบโตขึ้นและแผ่อิทธิพลไปทั่วทวีปเอเชียในทศวรรษที่ 1970-1980 ตัวอย่างความบันเทิง 2 กรณีที่ยกมานั้นเป็นสิ่งที่แฟรงกส์ได้กล่าวถึงในหนังสือเล่มนี้แต่อย่างใด

ประการสุดท้ายคือ จุดเด่นทางด้านวิธีวิจัยที่จะเห็นการตีความหลักฐานจากวัตถุหรือเครื่องอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันอย่างโดดเด่น โดยปกตินั้น เมื่อนักประวัติศาสตร์วิจัยงานทางประวัติศาสตร์ก็มักจะเน้นการทำงานกับหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นหลัก แต่ในงานของแฟรงกส์ชิ้นนี้ ผู้เขียนได้วิเคราะห์และตีความหลักฐานที่มีได้เป็นลายลักษณ์อักษรประกอบด้วย เช่น ภาพโฆษณาในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ เฟอร์นิเจอร์ในบ้าน อุปกรณ์ในครัว เสื้อผ้าและลวดลายบนชุดกิโมโน เป็นต้น ซึ่งทำให้ภาพของการบริโภคที่เกิดขึ้นในแต่ละยุคสมัยของญี่ปุ่นมีความชัดเจนและรอบด้านมากขึ้นอีกด้วย

## บทส่งท้าย

หนังสือ *The Japanese Consumer: An Alternative Economic History of Modern Japan* นี้ถือเป็นความพยายามในการมองประวัติศาสตร์เศรษฐกิจในอีกด้านหนึ่งคือ พิจารณาจากทางฝั่งผู้บริโภคเป็นแกนหลัก ซึ่งอาจเรียกได้ว่าหนังสือเล่มนี้คือประวัติศาสตร์การบริโภคและผู้บริโภคของญี่ปุ่นสมัยใหม่นั้นเอง โดยแฟรงก์ศึกษาจากกิจกรรมการบริโภคสินค้า 3 ชนิดคือ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องแต่งกาย และอุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้านตั้งแต่สมัยโทะกูงะมาจนถึงการสิ้นสุดคริสต์ศตวรรษที่ 20

แม้ว่าหนังสือเล่มนี้จะมีข้อบกพร่องในบางจุดดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่โดยภาพรวมถือว่าเป็นหนังสือที่ให้ข้อมูลอย่างดีเกี่ยวกับกิจกรรมการบริโภคของชาวญี่ปุ่นสมัยใหม่ และเป็นการเติมเต็มการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจ ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ และประวัติศาสตร์สังคมของญี่ปุ่นให้มีความสมบูรณ์และมีชีวิตชีวขึ้นทางหนึ่งด้วย

## รายการอ้างอิง

- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. (2550). *ปฏิวัติบริโภค: จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งจำเป็น*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พิพาตา ยังเจริญ. (2539). *ประวัติอารยธรรมญี่ปุ่น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิพาตา ยังเจริญ. (2546). *จักรพรรดิ ชุนนาง นักรบ และพ่อค้าในสังคมญี่ปุ่นก่อนสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรางค์ศรี ดันเสียงสม. (2551). *ประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Francks, P. (2009). *The Japanese consumer: An alternative economic history of modern Japan*. Cambridge: Cambridge University Press.