

กระแสนิยม克雷ยอน ซินจิง กับ โลกทัศน์ของไทย ในทศวรรษที่ 2530-2540*

เมณวีร์ณี พรหมรัตน์**

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของไทยในช่วงทศวรรษที่ 2530-2540 ที่ส่งผลให้เกิดกระแสนิยมหนังสือการ์ตูน克雷ยอน ซินจิง 2) ศึกษาความเปลี่ยนแปลงของโลกทัศน์ของคนในสังคมไทยที่สะท้อนผ่านเนื้อหาของการ์ตูน克雷ยอน ซินจิง ฉบับแปลภาษาไทย ผลการศึกษาพบว่า ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของไทย ตั้งแต่ต้นทศวรรษ 2530 ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงความรู้สึก “ตลก” ขึ้นในสังคม จากความตลกที่มาจากความเหลื่อมล้ำระหว่างคนในเมืองและชนบท มาสู่ความตลกที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ที่ไม่สามารถจัดวางตำแหน่งแห่งที่ของตนเองได้อย่างเหมาะสมท่ามกลางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ การ์ตูน克雷ยอน ซินจิง จึงตอบรับความรู้สึก “ตลก” ชุดใหม่ของสังคมไทยได้เป็นอย่างดี ความนิยมในการ์ตูนดังกล่าวส่วนหนึ่งก็เนื่องมาจากเนื้อหาในการ์ตูนซึ่งสอดคล้องกับโลกทัศน์บางประการของสังคมไทย ซึ่งได้แก่ โลกทัศน์เกี่ยวกับอำนาจในการจัดการชีวิตตนเองของผู้หญิง และโลกทัศน์เกี่ยวกับความยากในการใช้ชีวิตของคนในเมือง

คำ

สำคัญ

克雷ยอน ซินจิง, โลกทัศน์ไทย

* ผู้เขียนขอขอบคุณบริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด สำหรับข้อมูลการพิมพ์และจัดจำหน่าย 克雷ยอน ซินจิง รวมเล่ม ทั้ง 33 เล่ม

** อาจารย์ประจำหมวดวิชาศึกษาทั่วไป สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, ที่อยู่: 222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80161, อีเมล: mameen_aorta@hotmail.com

The Popularity of Crayon Shin-chan and the Thai Worldview in 1987-2006*

Manawat Promrat**

Abstract

This study aims to; 1) investigate the social, economic, and political context in Thailand between 1987-2006 which influenced the popularity of Crayon Shin-chan comics in Thai version; and 2) find out the changes of Thai worldview which were reflected by Thai-translated content of Crayon Shin-chan. The study revealed that the social, economic, and political context in Thailand from 1986 changed the sense of 'humor' of Thai people, And because the Crayon Shin-chan in Thai version conformed to the new sense of humor, this comic became popular among Thai teenager reader. Moreover the content of Crayon Shin-chan reflected Thai worldview regarding to the women's power of self decision and the sense of difficulty of Thai urban life.

Key words

Crayon Shin-chan, Thai worldview

* All publishing data of Crayon Shin-chan in this research was given by Nation Edutainment Co., Ltd.

** Lecturer, General Education Modules, School of Liberal Arts, Walailak University, Address: 222 Thaiburi, Thasala District, Nakhon Si Thammarat 80160, e-mail: mameen_aorta@hotmail.com

1. บทนำ

เครยอน ซินจิง วาดโดย Yoshito Usui และเริ่มจัดพิมพ์จำหน่ายครั้งแรก ในนิตยสารการ์ตูนภาษาญี่ปุ่นรายสัปดาห์ โดยสำนักพิมพ์ Futabasha Publishers Ltd. ตั้งแต่ปี พ.ศ.2533 ก่อนที่จะถูกนำมาดัดแปลงเป็นการ์ตูนแอนิเมชันในปี พ.ศ.2535 (สิริพร สมบูรณ์บุรณะ, 2540, น. 27) เนื่องจากได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในญี่ปุ่น ก่อนที่สำนักพิมพ์ TNG Publishing Co., Ltd. จะซื้อลิขสิทธิ์มาแปลเป็นภาษาไทยและนำมารวมเล่มครั้งแรกในปี 2539 ก่อนที่จะทยอยแปลและพิมพ์อย่างต่อเนื่องถึง 11 เล่ม ในช่วงสองปีสุดท้ายของทศวรรษที่ 2530

ความนิยมหนังสือการ์ตูนเครยอน ซินจิง ในประเทศไทยได้แพร่หลายไปอย่างรวดเร็วจนกระทั่งมีการซื้อลิขสิทธิ์เครยอน ซินจิงในรูปแบบการ์ตูนแอนิเมชัน มาฉายทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 จนกระทั่งเกิดเป็นประเด็นทางสังคมถึงความเหมาะสมของพฤติกรรมตัวละครเอกของเรื่อง คือ ซินโนะสึเกะ หรือ ซินจิง ซึ่งเป็นเด็กที่มีพฤติกรรมชอบเล่นอวัยวะเพศ ว่าอาจจะนำไปสู่การเลียนแบบทางพฤติกรรมของผู้ชมการ์ตูนซึ่งส่วนมากเป็นเยาวชนได้ ซึ่งในเวลาต่อมามีการเขียนชี้แจงโดยบริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ว่า ทางกองบรรณาธิการเองได้ระมัดระวังมาโดยตลอดในการแปลเครยอน ซินจิง ฉบับหนังสือการ์ตูนเพื่อไม่ให้มีเนื้อหาที่ขัดกับธรรมเนียมและวัฒนธรรมไทย (Yoshito Usui, 2540, ปกใน) และในส่วนของการ์ตูนแอนิเมชันได้มีการตัดและเซ็นเซอร์ฉากที่ไม่เหมาะสมเพื่อให้สามารถฉายออกอากาศได้ตามปกติ อย่างไรก็ตามการ์ตูนเครยอน ซินจิงเป็นประเด็นทางสังคมเพียง

ไม่นานก็หายไป และความนิยมในหนังสือการ์ตูนเครยอน ซินจิง ก็ยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นว่ามีการ์ตูนที่ซ้ำเป็นจำนวนหลายครั้ง ดังเช่นเล่มที่ 1 ซึ่งพิมพ์ซ้ำถึง 6 ครั้งภายในระยะเวลา 3 ปี และมีการแปลอย่างต่อเนื่องจนครบชุดในปี พ.ศ. 2555 (เป็นที่น่าเสียดายว่าจำนวนเล่มที่พิมพ์ในแต่ละครั้งนั้นเป็นความลับทางธุรกิจของบริษัท จึงไม่อาจนำมาวิเคราะห์ให้เห็นแนวโน้มความนิยมของการ์ตูนได้)

ความนิยมของการ์ตูน เครยอน ซินจิง ในประเทศไทยนี้ มีข้อสังเกตที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ เครยอน ซินจิงอาจถือได้ว่าเป็นการ์ตูนสำหรับเด็ก ซึ่งที่ผ่านมากการ์ตูนแปลจากภาษาญี่ปุ่นสำหรับผู้ใหญ่ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยจะดำเนินเนื้อเรื่องโดยตัวละครที่เป็นนักเรียนวัยรุ่นหรือวัยเริ่มทำงานแทบทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่อาจเกิดขึ้นได้โดยปราศจากบริบททางสังคม เศรษฐกิจ หรือวัฒนธรรม ที่เป็นกลไกผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์หรือมโนทัศน์บางอย่างของคนในสังคมได้ กระแสความนิยมในการ์ตูนเครยอน ซินจิง จึงเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจในฐานะที่สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของโลกทัศน์ไทยในช่วงทศวรรษที่ 2530-2540 ผ่านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการเสพความบันเทิงของคนไทย ที่เกิดขึ้นท่ามกลางบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองในช่วงเวลาดังกล่าว

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของไทยในช่วงทศวรรษที่ 2530-2540 ที่ส่งผลให้เกิดกระแสความนิยมหนังสือการ์ตูนเครยอน ซินจิง 2)

ศึกษาความเปลี่ยนแปลงของโลกทัศน์ของคนในสังคมไทยที่สะท้อนผ่านเนื้อหาของการ์ตูนเครยอน ชินจิงฉบับแปลภาษาไทย โดยอาศัยวิธีการทางประวัติศาสตร์ (Historical Approach) ซึ่งศึกษาความเปลี่ยนแปลงของสังคมจากบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ที่สัมพันธ์กันผ่านเงื่อนไขต่างๆ ที่มีความสลับซับซ้อน เข้ามาศึกษาเนื้อหาในหนังสือการ์ตูนชินจิงฉบับแปลภาษาไทย เล่มที่ 1-23 ซึ่งจัดพิมพ์จำหน่ายตั้งแต่ปี 2539-2548 โดยการสะกดชื่อตัวละครทั้งหมดที่ใช้ในบทความนี้ได้อ้างอิงจากฉบับแปลดังกล่าว

2. บริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของไทยในช่วงทศวรรษที่ 2530-2540 ที่ส่งผลให้เกิดกระแสความนิยมหนังสือการ์ตูนเครยอน ชินจิง

การทำความเข้าใจต่อกระแสความนิยมเครยอน ชินจิง นั้น จำเป็นต้องมองย้อนไปสู่ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ในช่วงสองถึงสามทศวรรษที่ผ่านมา ที่ทำให้เกิดความพว้าเลือนของปริมาณพลระหว่างเมืองกับชนบท ที่นอกจากจะก่อให้เกิดคนกลุ่มใหม่ในสังคมที่เติบโตขึ้นมาจากการอาศัยอยู่ทั้งในเมืองและชนบทซึ่งเรียกกันว่าชนชั้นกลางใหม่ที่เป็นผู้รับเอาวัฒนธรรมบริโภคนิยมจากเมืองเข้าไปยังชนบทแล้ว ยังมีส่วนทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันยิ่งขึ้นระหว่างคนเมืองกับคนในชนบท ความสัมพันธ์ที่เริ่มแนบสนิทกันนี้ได้มีส่วนทำให้มโนทัศน์บางอย่างของคนในสังคมเปลี่ยนไป การศึกษาในส่วนนี้จึงจะอธิบายให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงระหว่างเมืองกับชนบทที่ส่งผลต่อรสนิยมความบันเทิงของคนไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2530 จนถึง ทศวรรษ 2540 โดยเฉพาะความรู้สึก “ตลก” ที่เป็นจุดเน้นที่สำคัญของการ์ตูนเครยอน ชินจิง

2.1 ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยหลังปี 2530 ความเปลี่ยนแปลงระหว่างเมืองกับชนบท กับการขยายตัวของวัฒนธรรมบริโภคนิยม

ตั้งแต่ต้นทศวรรษที่ 2520 ประเทศไทยเกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจเนื่องมาจากข้อจำกัดของตลาดภายในประเทศและการขาดประสิทธิภาพอันเนื่องมาจากนโยบายคุ้มครองทางการค้า ทำให้ประเทศไทยต้องเปลี่ยนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจมาใช้ “อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก” เหมือนในช่วงต้นศตวรรษที่ 2490 แทน โดยเน้นการเปิดประเทศ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจที่กำลังอยู่ในภาวะชะลอตัวอยู่ ยุทธศาสตร์การส่งออกกลายเป็นเฟื่องตัวสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตและเคลื่อนไปอย่างรวดเร็วจนกระทั่งในช่วงต้นทศวรรษที่ 2530 ประเทศไทยได้รับยกย่องให้เป็น “เสือตัวที่ห้า” ของเอเชีย ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเปิดโอกาสให้กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความมั่นคงก้าวมาเป็นบริษัทข้ามชาติหลายแห่ง เช่น กลุ่มธุรกิจซีพี บริษัทแอนน์เอเคเรส เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็ถือเป็นการเบิกทางให้ธุรกิจกลุ่มใหม่เติบโตอย่างรวดเร็ว เช่น ธุรกิจโทรคมนาคมและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เป็นต้นว่า กลุ่มธุรกิจของทักษิณ ชินวัตร ได้ขยายธุรกิจจากการขายคอมพิวเตอร์ไปสู่ผู้ให้บริการทางโทรคมนาคม และขยายไปสู่การเป็นนักพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานทางขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ของกรุงเทพฯ โดยใช้สายสัมพันธ์ทางการเมืองอย่างเชี่ยวชาญ จนกลายเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในรัฐบาลสมัยต่อมา (วอลเดน เบลโล, เชียร์ คันนิงแฮม และลี เค็ง ปอห์, 2542, น. 19-22)

นโยบายอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ได้ดึงดูดให้ชนชั้นกลางในเมืองที่เติบโตขึ้นมาจากนโยบายรัฐตั้งแต่ทศวรรษ 2510 เริ่มมุ่งเข้าสู่ภาคธุรกิจมากขึ้น บางกลุ่มก็เริ่มเปลี่ยนจากการค้าขายมาเป็นแขนงระดับล่างของธุรกิจขนาดใหญ่ และเตรียมที่จะขยับฐานะของตนขึ้นเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ต่อไป ในขณะที่เดียวกันกลุ่มของเกษตรกรในชนบทที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบายอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกก็เริ่มนำกำลังทรัพย์ของตนมาใช้สนับสนุนและผลักดันลูกหลานของตนเข้ามาสู่การประกอบอาชีพในภาคธุรกิจและบริการในเมืองมากขึ้น ดังพบว่าการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจ เศรษฐกิจ ได้รับความนิยมอย่างสูงในเวลาอันรวดเร็ว อัตราการรับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากระดับอุดมศึกษาเข้าทำงานของหน่วยงานรัฐบาลลดลงจากร้อยละ 10 ต่อปี เหลือร้อยละ 2 ต่อปี เนื่องจากส่วนใหญ่จะเข้าทำงานบริษัทหรือภาคธุรกิจมากขึ้น อีกทั้งในส่วน of จำนวนคนทำงานประเภทวิชาชีพ การบริหารจัดการ เสมียน และพนักงานขายในปลายทศวรรษที่ 2520 มีถึง 4.5 ล้านคน ถือเป็น 3 เท่าของเมื่อ 3 ทศวรรษที่แล้ว (ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคริส เบเคอร์, 2539, น. 625)

ทายาทของชนชั้นกลางในเมืองเป็นผู้ใช้ชีวิตภายใต้กระแสบริโภคนิยมที่เด่นชัดที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่คือกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา การใช้ข้าวของที่หรูหราฟุ่มเฟือย ตั้งแต่การประพินโฉมด้วยเครื่องสำอาง ย้อมผมสีต่างๆ เครื่องแต่งกายที่ติดยี่ห้อดังจากต่างประเทศ ความถึในการเปลี่ยนรุ่นโทรศัพท์มือถือที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ไปจนถึงการใช้รถยนต์ยี่ห้อดัง จนอาจกล่าวได้ว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอาจเป็นมหาวิทยาลัยที่มีรถเบนซ์และรถบีเอ็มดับเบิล

มากกว่ามหาวิทยาลัยใดๆ โนโลก หากเทียบจำนวนรถต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร (วอลเดน เบลโล, เซียร์ คันนิงแฮม และลี เค็ง ปอห์, 2542, น. 8) อย่างไรก็ตามไม่เพียงแต่ชนชั้นสูงและชนชั้นกลางในเมืองเท่านั้นที่มีลักษณะบริโภคนิยม ทายาทของเกษตรกรที่เดิมโตมาจากภาคชนบทกลายเป็นชนชั้นกลางใหม่ซึ่งชีวิตอยู่บนฐานของความไม่มั่นคงที่มาจากความผันผวนของการเมืองและนโยบายทางเศรษฐกิจเองก็เริ่มหันมาใช้การบริโภคเพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาสถานภาพที่สูงขึ้นและความมั่นคงในชีวิตที่ดี การเป็นพนักงานเงินเดือนจึงกลายเป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมปรารถนา เพราะนอกจากจะแสดงให้เห็นถึงการทำงานที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถแล้ว เงินเดือนยังสามารถนำมาเป็นเครื่องมือค้ำประกันการบริโภคแบบสินเชื่อหรือเงินผ่อนได้ และการบริโภคแบบนี้เองที่นำมาซึ่งการขยายตัวของวัฒนธรรมบริโภคนิยมของชนชั้นกลาง ทั้งกลุ่มที่เป็นทายาทของชนชั้นกลางในเมืองรุ่นก่อนและชนชั้นกลางใหม่ที่เป็นทายาทของเกษตรกรในชนบท ท้ายที่สุดวัฒนธรรมบริโภคนิยมจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของชนชั้นกลางและวิถีชีวิตแบบชนชั้นกลาง

2.2 ปฏิสัมพันธ์ของความบันเทิงระหว่างเมืองกับชนบท กับ ความเปลี่ยนแปลงความรู้สึก “ตลก” ของคนไทย

จากที่ได้กล่าวถึงในส่วนข้างต้นจะเห็นว่าชนบทและเมืองมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากการเข้ามาสู่การประกอบอาชีพภาคธุรกิจและบริการของทายาทเกษตรกรในชนบทแล้ว การอพยพเข้ามาเป็นแรงงานภาคอุตสาหกรรมในเมืองเป็นช่วงเวลาของคนในชนบทเองก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้บริโภคนิยมขยายตัวเข้าไปยังชนบท ความคิดเรื่องความสะดวกสบายของชนชั้นกลางในเมืองก็เป็น

ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของชนบทอย่างรวดเร็ว เครื่องมือ เครื่องใช้ หรือ อุปกรณ์บันเทิงต่างๆ เป็นสิ่งที่ทุกบ้านต้องมี ด้วยข้ออ้างต่างๆ นานาที่พยายามทำให้ดูสมเหตุสมผล เช่น รถกระบะที่อ้างว่าทุนแรงในการขนถ่ายสินค้า และสะดวกรวดเร็ว จนต้องยอมขายที่ดินบางส่วนเพื่อนำเงินมาซื้อไว้ติดบ้าน เป็นเหตุให้ตลาดรถกระบะไทยใหญ่เป็นที่สองรองจากสหรัฐอเมริกา (วอลเดน เบลโล, ซีเยร์ คันนิงแฮม และลี เค็ง ปอห์, 2542, น. 10) ความต้องการที่มากขึ้นเรื่อยๆ ของคนในชนบท เช่นนี้ ท้ายที่สุดแล้วก็นำมาซึ่งการพึ่งพาอำนาจการซื้อในแบบของชนชั้นกลางในเมือง นั่นคือ การรับสินเชื่อหรือการซื้อแบบเงินผ่อน ทั้งในและนอกระบบนั่นเอง

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเมืองกับชนบทที่มีมากขึ้น ผนวกกับการเติบโตของชนชั้นกลางใหม่ที่เข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองที่รับเอาวัฒนธรรมแบบบริโชนนิยมกลับไปสู่ชนบทได้ส่งผลให้วัฒนธรรมความบันเทิงตามชนบทเดิมเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ตัวอย่างเช่น เพลงลูกทุ่ง ซึ่งแต่เดิมเป็นผลผลิตจากเมืองและแพร่หลายผ่านการออกอากาศทางวิทยุซึ่งในสมัยแรกมีกำลังส่งน้อย อีกทั้งในส่วนของคนชนบทก็ไม่ค่อยมีเครื่องรับวิทยุ เพลงลูกทุ่งจึงเป็นสิ่งที่ผลิตขึ้นเพื่อสนองความต้องการของคนเมืองเท่านั้น จนกระทั่งต่อมาเกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นเมื่อเพลงลูกทุ่งขยายสู่ชนบทมากขึ้น “ชาวสาร” ของเพลงลูกทุ่งก็จะเริ่มมุ่งไปที่ชนบทมากขึ้น แม้ฉากหลังของเพลงลูกทุ่งจะคงความเป็นชนบท หากแต่ชาวสารของเพลงลูกทุ่งกลับเต็มไปด้วยทัศนคติ ค่านิยม และโลกทัศน์แบบคนเมือง เช่นในเพลงของยอดรัก สลักใจ ส่วนใหญ่มักจะสะท้อนชีวิตในเมืองและระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่มากกว่าชีวิตและสภาพของชนบท เป็นต้นว่า เพลง กรรมกรวอนแฟน ซึ่ง

คำว่า กรรมกร และ แฟน ก็ล้วนแต่เป็นคำที่เกิดขึ้นในเมืองทั้งสิ้น หรือ บางเพลงก็แสดงให้เห็นถึงโลกที่ไม่ได้จำกัดขอบเขตของชนบทเฉพาะท้องถิ่นที่อีกต่อไปแล้ว แต่เป็นชนบทที่เชื่อมโยงกันทั้งหมด เป็นต้นว่า เพลงหนุ่มนาข้าวสาวนาเกลือ หรือ เพลงหนุ่มขอนแก่นสาวลำปาง ที่เชื่อมโยงของชนบทจากต่างภูมิภาคเข้ามาเป็นโลกใบเดียวกัน เป็นต้น (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2538, น. 35, 44-45)

ความบันเทิงประเภทตลก ซึ่งแต่เดิมนำมาโดยการเล่นกับความรูสึก “ตลก” ที่มาจาก ความ “โง่” หรือ “เซ่อ” เช่น อาการสุดโต่งหรือ โลกโตนต่างๆ เป็นต้นว่า การถูกกดหัวลงบนอาหาร, การถูกตีด้วยถาด, การใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยไม่เป็น, หรือ การใส่แว่นแล้วโดนขาแว่นทิ่มตา และความตลกที่มาจากความ “แปลกประหลาด” เช่น ความพิการทางสมอง, ร่างกายที่มีขนาดผิดปกติ, หรือ อากัปกิริยาที่ผิดไปจากบรรทัดฐานของสังคมกระแสหลักซึ่งถูกกำหนดโดยชนชั้นกลางในเมือง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิริยาที่มักถูกมองว่าเป็นของคนในชนบท เช่น การพูดเหน่อของคนบ้านนอก, การแต่งตัวตลกยุคสมัยหรือล้ำหลัง เมื่อเมืองและชนบทมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่นยิ่งขึ้นแล้ว ความแปลกประหลาดที่เคยถูกมองว่าเป็นของคนในชนบทเริ่มกลายเป็นสิ่งที่พบเห็นได้อย่างปกติ การปฏิสังสรรค์กับคนพูดเหน่อที่เข้ามาทำงานในเมืองจึงกลายเป็นที่ไม่น่าประหลาด อีกทั้งเมื่อวัฒนธรรมบริโชนนิยมแพร่ขยายเข้าไปยังชนบทอย่างรวดเร็ว จึงทำให้คนชนบทสามารถเรียนรู้จักการเทคโนโลยีทันสมัยต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วขึ้น ความต้องการบริโชนที่สูงขึ้นทั้งในเมืองและชนบททำให้อัตราการผลิตสินค้าชนิดใหม่เพื่อตอบสนองตลาดเป็นไปอย่างรวดเร็วขึ้น การพบเจอชนชั้นกลางในเมืองที่ไม่สามารถใช้อุปกรณ์ทันสมัยได้ก็กลายเป็นเรื่อง

ปกติอีกเช่นกัน ความงัว ความเชื่อ หรือ ความแปลกประหลาดที่มาจากฐานของความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยี การศึกษา ช่องว่างทางรายได้ สังคม และชนชั้น หรือความผิดแผกแตกต่างของคนในชนบทที่ถูกตีตราโดยคนเมืองก็เสื่อมสลายลง ความรู้สึก “ตลก” ที่เกิดจากความประหลาดในแบบเดิมจึงไม่อาจตอบสนองต่อความรู้สึก “ตลก” ของสังคมไทย โดยเฉพาะชนชั้นกลาง (ทั้งที่เป็นชนชั้นกลางในเมืองเดิมและชนชั้นกลางใหม่) ได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกต่อไป

ความรู้สึกตลกแบบใหม่ถูกหล่อหลอมขึ้นภายใต้บริบทของการกลายเป็นเมือง ที่ผู้คนจะต้องเผชิญกับแรงกดดันในชีวิต ท่ามกลางเงื่อนไขและข้อจำกัดทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม ความรู้สึกตลกจึงเปลี่ยนมาปรากฏขึ้นเมื่อบุคคลไม่สามารถจัดวางตำแหน่งแห่งที่ได้เหมาะสมในสถานการณ์หนึ่งๆ เป็นต้นว่า พนักงานบริษัทที่ยังไม่สร้างเม็ดเงินในเวลางาน พนักงานฝ่ายขายที่ไม่สามารถระงับอารมณ์ตัวเองต่อลูกค้าที่จู้จี้ได้ สถานการณ์ของความรู้สึกตลกแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยจึงไม่ได้มาจากความเป็นอื่นที่มีที่มาจากความเหลื่อมล้ำทางสังคมมากเท่ากับที่เกิดจากการไม่สามารถอธิบายตนเอง หรือ แสดงตัวตนของตนเองได้อย่างถูกต้องเหมาะสมในบริบทใดบริบทหนึ่งของชีวิตประจำวันในสังคมของความเป็นสมัยใหม่

จุดเด่นที่สำคัญของการ์ตูน克雷อน ชินจิงเองก็อยู่บนฐานของความรู้สึกตลกซึ่งเกิดจากการที่ตัวละครไม่สามารถจัดวางตำแหน่งแห่งที่หรือบทบาทหน้าที่ของตนได้อย่างถูกต้องตามความคาดหวังของสังคม หากพิจารณาจากผ่านบริบทของวัฒนธรรมญี่ปุ่นแล้ว 克雷อน ชินจิงได้นำเอาความ

สับสนระหว่าง “กิริ” ซึ่งหมายถึงพันธกิจที่บุคคลหนึ่งๆ พึ่งมีต่อกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่ กับ “นินโจ” ซึ่งหมายถึงพันธกิจที่มีต่อความรู้สึกในความเป็นมนุษย์¹ มาเป็นแกนกลางสำคัญของการเล่นกับความรู้สึก “ตลก” ตลอดทั้งเรื่อง เช่น การที่คุณครูในโรงเรียนอนุบาลของชินจิงไม่กล้าเล่นพินันกันเพราะกลัวว่าครูใหญ่จะตำหนิ แต่ครูใหญ่กลับเป็นผู้เดินมาชวนคุณครูท่านอื่นเล่นพินันเอง, หรือ การที่พนักงานรับฝากดูแลเด็กในห้างสรรพสินค้าแอบซ่อนตัวไม่ให้แม่ของชินจิงซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นเด็กในบัญชีดำนำลูกมาฝาก ซึ่งในวันธรรมดาของญี่ปุ่นนั้นจะถือเอา “กิริ” ไว้เป็นสิ่งสำคัญยิ่ง จนในบางครั้งอาจต้องยอมเสีย “นินโจ” ไปเพื่อแลกกับเสถียรภาพของกลุ่ม ความรู้สึกตลกใน克雷อน ชินจิง ในด้านหนึ่งแม้มาจากการไม่สามารถจัดวาง “กิริ” และ “นินโจ” ได้อย่างเหมาะสมก็จริง แต่ในทางตรงกันข้ามก็มีความเป็นไปได้เช่นเดียวกันว่า การยึดถือ “กิริ” เหนือ “นินโจ” นั้นอาจไม่สอดคล้องกับบริบททางสังคมของญี่ปุ่นเสียแล้ว การที่บุคคลยังยึดติดกับความคิดเช่นนั้นจึงอาจทำให้เกิดความรู้สึกตลกได้เช่นเดียวกัน เป็นต้นว่า การที่พ่อซึ่งเป็นหัวหน้าครอบครัวถูกแม่ซึ่งเป็นแม่บ้านดูแลลูกกลั่นแกล้งโดยการนำเอาต้มเบลดกน้ำหนักใส่เข้าไปในถุงไม้กอล์ฟเมื่อรู้ว่าสามีของตนต้องผิดคำสัญญาที่จะพาครอบครัวไปเที่ยวเพราะต้องไปตีกอล์ฟกับลูกค้าของบริษัท เป็นต้น 克雷อน ชินจิงจึงถือเป็นการ์ตูนแนวเสียดสี ล้อเลียนสังคมที่เต็มไปด้วยเงื่อนไข กฎเกณฑ์ที่บุคคลหนึ่งๆ ต้องจัดวางตัวตนให้ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงสะท้อนภาวะความตึงเครียดที่มาจากความต้องการรับบทบาทหน้าที่ที่หลากหลายตามความคาดหวังของสังคมในเวลาเดียวกัน 克雷อน ชินจิงจึงไม่ใช่การ์ตูนที่เน้นภาพสวยงาม

¹ ผู้เขียนได้ประยุกต์แนวความคิดมาจากเรื่อง “กิริ” และ “นินโจ” ที่อธิบายโดย อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ ใน อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2555). Japanization. กรุงเทพฯ: Openbooks.

ชวนอ่านของเด็กๆ แต่เป็นการดูที่มีเป้าหมายเพื่อเล่นกับความรู้สึกของคนที่อยู่ในโลกของวัยรุ่นและวัยทำงานเป็นสำคัญ

เมื่อพิจารณาจากแก่นเรื่องแล้วจะเห็นว่าการ์ตูนเครยอน ชินจิงได้ดำเนินเรื่องบนความรู้สึกตลกที่ไม่ได้มาจากความ “โง่” “เซ่อ” หรือความ “ประหลาด” แต่กลับเน้นเรื่องราวความตลกที่เกิดจากการต้องเผชิญสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตประจำวันที่ยากต่อการจัดวางตำแหน่งแห่งที่ให้เหมาะสมถูกต้องเป็นหลัก แก่นเรื่องในลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของความรู้สึกตลกของสังคมไทยที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา ดังนั้นกระแสความนิยมของการ์ตูนเครยอน ชินจิงที่เกิดขึ้นจึงไม่อาจอธิบายได้ว่าเป็นเพียงเพราะความน่ารัก ทะลึ่งทะล้นของตัวเอกที่เป็นเด็ก หรือ ไม่ได้แค่ตอบสนองต่อเรื่องของจิตไร้สำนึกตามแนวคิดแบบฟรอยด์ แต่ยังเกิดขึ้นจากบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองในช่วงเวลาดังกล่าวที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรสนิยมในการเสพความบันเทิงของคนไทยซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ เครยอน ชินจิงนำเสนอตนเอง

3. โลกทัศน์ของไทยในทศวรรษ 2530-2540 ที่สะท้อนผ่านเครยอน ชินจิง

ดังที่ได้กล่าวในข้างต้นว่า ความนิยมที่แพร่หลายของการ์ตูนเครยอน ชินจิง เกิดจากความสอดคล้องระหว่างแก่นเรื่องหลักของเครยอน ชินจิงเอง กับ บริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของไทยในช่วงเวลาดังกล่าวที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้สึก “ตลก” แบบเดิมมาสู่ความตลกที่อยู่บนฐานของสถานการณ์ที่ไม่อาจ

ควบคุมตำแหน่งแห่งที่หรือบทบาทของตนเองได้ ซึ่งเป็นเหตุให้คนทั่วไปรู้สึกตอบรับกับเครยอน ชินจิงได้ไม่ยากนัก อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากแก่นเรื่องของเครยอน ชินจิงเองแล้ว เนื้อหาในการดูเองก็มีความสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในช่วงทศวรรษที่ 2530-2540 ด้วย ในส่วนนี้ของบทความจะได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏในการดูที่สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของโลกทัศน์บางประการในสังคมไทยโดยมุ่งเน้นไปที่ประเด็น บทบาทของผู้หญิง, และชีวิตในเมือง

3.1 ผู้หญิง กับ อำนาจในการใช้ชีวิต

หากพิจารณาเนื้อเรื่องของเครยอน ชินจิง จะพบว่า ตลอดทั้งเรื่องนั้นได้เน้นบทบาทของตัวละครหญิงให้มีความโดดเด่นกว่าตัวละครชายและส่วนมากล้วนแต่เป็นตัวละครที่มีความสำคัญต่อการดำเนินเนื้อเรื่องเป็นอย่างยิ่ง เป็นต้นว่า ในบ้านเพื่อนของชินจิงทุกคนจะไม่มีการปรากฏตัวของพ่อเพื่อนอยู่เลย (ยกเว้นเพียงบางตอนซึ่งพบได้น้อยมาก) ตัวละครหลักคือชินจิงและเพื่อนๆ ส่วนใหญ่จะมีปฏิสัมพันธ์แต่กับตัวละครที่เป็นผู้หญิงเท่านั้น

ข้อสังเกตที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือในสถานการณ์ทั่วไป ซึ่งนำเสนอผ่านท้องเรื่องปกติ จะเห็นว่าอำนาจในการต่อรองของผู้หญิงในเรื่องมีสูงกว่าผู้ชายมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับความเป็นจริงในสังคมญี่ปุ่นที่อำนาจการต่อรองของผู้หญิงมีจำกัด และอาจจะแสดงได้เฉพาะภายในพื้นที่บ้านซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนตัว แต่ในเนื้อเรื่องเครยอน ชินจิง จะเห็นถึงการต่อรองอำนาจระหว่างหญิงและชาย ที่ฝ่ายหญิงมีอำนาจมากกว่า ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 คู่ความสัมพันธ์ที่ตัวละครฝ่ายหญิงมีอำนาจมากกว่าฝ่ายชาย

ชื่อตัวละครฝ่ายหญิง	สถานะ	ชื่อตัวละครฝ่ายชาย	สถานะ
โนะฮาร่า มิซาเอะ (แม่ของชินจัง)	ภรรยา	โนะฮาร่า ฮิโรชิ (พ่อของชินจัง)	สามี
คุณครูมัดสีซากะ, คุณครูโยชิ นาง่า	คุณครูประจำชั้น	คุณครูใหญ่	คุณครูใหญ่
คุณครูโยชิ นาง่า	ภรรยา	คุณอชิซากะ	สามี
เนเน่จัง	เพื่อน	มาซาโอะคุง, โบจัง	เพื่อน
ไอย์จัง	เพื่อน	มาซาโอะคุง	เพื่อน

จากตารางคู่ความสัมพันธ์ข้างต้นจะเห็นว่าฝ่ายหญิงมีอำนาจมากกว่าฝ่ายชายไม่เฉพาะแต่ความสัมพันธ์ระหว่างภรรยา กับสามีเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างลูกจ้างกับนายจ้าง เช่น คุณครูโยชิ นาง่าและครูมัดสีซากะต่อว่าคุณครูใหญ่ว่าทำงานหนักและให้เงินเดือนและโบนัสน้อย หรือแม้แต่ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนด้วยกันเอง เช่น เนเน่จังจะทำลายของเล่นมาซาโอะคุงหากไม่ยอมเล่นพ่อแม่ลูกด้วย ลักษณะการจัดความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่กลับหัวกลับหางเช่นนี้ จึงถือเป็นการเสียดสีล้อเลียนสังคมญี่ปุ่นที่ผู้ชายถูกจัดวางไว้ในสถานภาพที่สูงกว่าในปริมนทลสาธาณะ

อาจกล่าวได้ว่าความตกลงส่วนหนึ่งของอำนาจต่อรองที่เลื่อนไหลมาอยู่ในมือของผู้หญิงในการ์ตูนเครยอน ชินจังนั้น สัมพันธ์อยู่กับความเปลี่ยนแปลงทางบริบทของสังคมญี่ปุ่นในช่วงทศวรรษที่ 1990 ซึ่งมักเรียกกันว่าเป็น ทศวรรษที่สูญหาย ซึ่งนอกจากจะเกิดจากปัจจัยภายในของญี่ปุ่นเอง คือสภาวะชะงักงันทางเศรษฐกิจซึ่งมีสาเหตุมาจากสภาพเศรษฐกิจฟองสบู่ ยังมาจากความเปลี่ยนแปลงของบริบทการเมืองโลกที่ค่ายคอมมิวนิสต์สลายตัว สภาการณ์ดังกล่าวทำให้สังคมญี่ปุ่นตกอยู่ในสภาพที่ตกต่ำลงจากทศวรรษก่อนหน้า พนักงานเงินเดือนจำนวนมากถูกลดค่าแรง หรือ โบนัส ประเทศ

ต้องปรับเปลี่ยนนโยบายทางเศรษฐกิจ ลักษณะดังกล่าวก่อให้เกิดความตระหนักต่อคนในสังคมญี่ปุ่น สถานภาพในลักษณะเดิมหมดความน่าเชื่อถือ จนนำไปสู่การพลิกผันสถานะไปสู่รูปแบบใหม่ เช่น จากผู้ชายที่ถูกคาดหวังจากสังคมว่าเป็นสามีที่ดี ที่คอยทำงานหาเงินเลี้ยงดูลูกและครอบครัว กลายเป็นผู้ชายที่ไม่เอาไหน เพราะทำงานหามรุ่งหามค่ำ แต่กลับมีรายได้ไม่คุ้มค่ากับการทำงาน และในที่สุดก็ต้องพึ่งพิงบทบาทของผู้หญิงที่เริ่มก้าวออกมาจากการเป็นแม่บ้านและเริ่มประกอบอาชีพ (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2555, น.156-165) เช่น การรับทำอาชีพเสริมเป็นพนักงานนอกเวลา หรือ การรับงานมาทำที่บ้าน การไม่สามารถจัดวางตนเองได้ตามหน้าที่ที่สังคมคาดหวังโดยสถานภาพจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของความตกลงที่ปรากฏในชินจัง เช่น พ่อของชินจังไม่อาจเป็นที่พึ่งของครอบครัวได้ในเชิงเศรษฐกิจจนแม่ของชินจังต้องรับงานมาทำที่บ้าน, ตัวละครหญิงในเรื่องบางตัวมีลักษณะของแม่เลี้ยงลูกเดี่ยว (Single Mom)

ความตกลงในบริบทของความพลิกผันด้านสถานภาพดังกล่าวมาข้างต้นไม่ได้สอดคล้องกับบริบทของสังคมญี่ปุ่นเท่านั้น แต่ยังคงสอดคล้องต่อบริบทของสังคมไทยในช่วงที่การ์ตูนเครยอน ชินจังถูกแปลออกมอย่างต่อเนือง คือ ราวหลังปี พ.ศ.

2540 ซึ่งเป็นช่วงที่สังคมไทยกำลังเผชิญวิกฤตทางเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง และสังคมกำลังเกิดคำถามต่อความคาดหวังที่มีต่อบุคคลในสถานภาพเดิม จนนำมาสู่การสร้างสถานภาพใหม่ เช่น การมีบทบาทมากขึ้นของผู้หญิงในสังคมไทย (ดังจะกล่าวต่อไป)

เมื่อพิจารณาผ่านบริบทของสังคมไทย เนื้อหาของเรื่องที่ว่าโครงไว้ให้อำนาจการต่อรองของผู้หญิงมีมากกว่าผู้ชาย และสามารถตั้งอารมณ์และประสบการณ์ของชีวิตผู้อ่านที่เป็นหญิงให้เกิดความรู้สึกร่วมออกมานี้ น่าจะมีส่วนที่ทำให้ตลาดผู้อ่านที่เป็นผู้หญิงมีการขยายตัวสูง และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ครอบครัว ชินจิงได้รับความนิยม เนื่องจากว่าหากไม่นับการตุนแนวความรักโรแมนติก (หรือที่นิยมเรียกกันว่าการ์ตูนตาหวาน) แล้ว การ์ตูนที่แปลจากภาษาญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเป็นการ์ตูนที่มีเป้าหมายเพื่อผู้อ่านที่เป็นชายแทบทั้งสิ้น เช่น ดราก้อนบอล โจโจ่ ถ้าข้ามศตวรรษ การเกิดขึ้นของการ์ตูนครอบครัว ชินจิงจึงเป็นการตอบสนองต่อตลาดผู้อ่านการ์ตูนที่เป็นผู้หญิงที่เพิ่มขึ้น ซึ่งน่าจะมีส่วนสัมพันธ์กับการขยายตัวของจำนวนผู้หญิงที่เข้าเรียนในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาที่จะกลายเป็นกลุ่มผู้ประกอบอาชีพในภาคธุรกิจและบริการต่อไป (ในประเด็นนี้ยังคงต้องศึกษาอย่างละเอียดต่อไป)

นอกจากนี้ลักษณะเนื้อหาของตัวละครหญิงในเรื่องครอบครัว ชินจิง เองก็ตอบสนองต่อลักษณะความเปลี่ยนแปลงของบทบาทของผู้หญิงในสังคมไทยได้เป็นอย่างดีอีกด้วย กล่าวคือ นอกเหนือจากตัวละครหญิงที่มีสถานะเป็นแม่ ตัวละครหญิงทั้งหมดเป็นตัวละครที่มีการประกอบอาชีพที่ต้องใช้ความสามารถขั้นสูง และได้รับค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน หากเราตั้งสมมติฐานว่าผู้อ่านจะมีความรู้สึก “ตก” กับเนื้อเรื่องนั้นๆ ได้ ก็ต่อเมื่อผู้อ่านต้องคุ้นเคยในสถานการณ์หรือมีประสบการณ์ร่วมบาง

อย่างที่ทำให้เข้าใจสภาพการณ์ที่จะนำไปสู่สถานะที่ไม่สามารถจัดการตำแหน่งแห่งที่นั้นได้ก่อนตัวอย่างเช่น ประสบการณ์ที่การถูกพนักงานห้างพยายามติดตามเลือกแนะนำแต่เสื้อผ้ายี่ห้อแพงให้ หรือการต้องปิดยอดขายในการทำงานของตนขณะที่ถูกรบกวนโดยลูกค้าที่ไม่มีที่ท่าว่าจะซื้อของ การเลือกอ่านนิตยสาร ชินจิง โดยกลุ่มผู้หญิงชนชั้นกลางในเมืองจึงน่าจะสะท้อนให้เห็นโลกทัศน์ของผู้หญิงชนชั้นกลางในสังคมไทย ในช่วงทศวรรษที่ 2530-2540 ที่มีความคล้ายคลึงกับตัวละครในเรื่อง กล่าวคือการเป็นพนักงานเงินเดือนในภาคธุรกิจและบริการที่มองว่าชีวิตมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจที่มากขึ้นและสามารถจัดการด้วยตนเองได้ เนื่องจากมีเงินเดือนประจำ จึงไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น หรือจำเป็นต้องแต่งงาน เช่น ตัวละครมาซาเอะ น้องสาวของมิซาเอะ (แม่ของชินจิง) ที่เข้ามาตามหาความฝันในการเป็นช่างภาพโดยไม่ยอมกลับบ้านแม่จะไม่มีเงิน หรือ คุณครูมัดสีซาคะที่สร้างตัวตนของตนเองโดยใช้อำนาจในการซื้อผ่านการใช้ระบบสินเชื่อบัตรเครดิต

ลักษณะการดำเนินชีวิตของตัวละครหญิงเหล่านี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้หญิงไทยแล้ว พบว่าเป็นไปในทิศทางที่คล้ายกัน กล่าวคือ ในสังคมญี่ปุ่นผู้หญิงเริ่มตัดสินใจแต่งงานช้าลงและมีการตัดสินใจครองชีวิตโสดมากขึ้น ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการใช้เวลาสำหรับการทำงานนอกบ้านมากขึ้น และการใช้เวลากับการศึกษาที่มากขึ้น (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2555, น.163-165) ในขณะที่บทบาทของผู้หญิงในสังคมไทยเองก็เริ่มสูงขึ้นนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 2530 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศต้องการแรงงานภาคบริการเข้ามารองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ขยายตัวและเติบโตขึ้นมาก (เสนาะ เจริญพร, 2548, น. 88) โดยเฉพาะหลังจากปีการท่องเที่ยวไทย ในปี พ.ศ.2530

บทบาทของผู้หญิงเริ่มปรากฏชัดในที่สาธารณะมากขึ้น ดังปรากฏว่า เรื่องของผู้หญิงมีเพิ่มขึ้นบนหน้าหนังสือพิมพ์ถึง 3 เท่า ระหว่างปี พ.ศ.2529-2532 และ ในปี พ.ศ.2538 พบว่ามีภาพของสตรีปรากฏในทุกหน้าของหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหน้ากีฬา (กาญจนา แก้วเทพ, สมสุข หินวิมาน, และคณะ, 2548, น.236-237) พื้นที่ของผู้หญิงในสังคมไทยเริ่มขยายวงกว้างออกไปมากกว่าการทำงานในครัวเรือน และเริ่มเข้าไปสัมพันธ์กับรัฐซึ่งเป็นผู้ปล่อยสินเชื่อเพื่อการลงทุนค้าขาย ในขณะที่ผู้หญิงชนชั้นกลางเอง นับตั้งแต่หลังวิกฤตการณ์ปี พ.ศ.2540 อำนาจในการครอบครองบัตรเครดิตได้เริ่มขยายตัวจากกลุ่มผู้ชายมาสู่ผู้หญิงมากขึ้น ทำให้สามารถใช้อำนาจในการเลือกสรรและจัดการบริหารชีวิตตนเองได้สะดวกขึ้น จนในที่สุดโลกทัศน์ของผู้หญิงก็เปลี่ยนจากการเป็นแม่บ้านมาสู่การเป็นหน่วยที่สำคัญของครอบครัวในการขับเคลื่อนสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวให้ดีขึ้นได้ (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2557, น.126-127)

3.2 ชีวิตในเมือง กับ ความรู้สึก “ยาก”

ลักษณะเด่นที่ปรากฏอยู่ในการ์ตูน เครยอน ซินจัง อีกประการหนึ่งคือ การใช้ชีวิตในเมือง โดยโครงเรื่องวางให้อีโรชิ พ่อของซินจัง ซึ่งเป็นพนักงานบริษัท เดินทางเข้ามาทำงานจากภูมิภาคเดนมาร์คคือภูมิภาคโทโฮคุ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของญี่ปุ่น ในขณะที่มิซาเอะ แม่ของซินจังมาจากภูมิภาคคิวชู ซึ่งเป็นภาคใต้ของประเทศญี่ปุ่น โดยที่ทั้งสองได้ลงหลักปักฐานโดยการซื้อบ้านซึ่งมีระยะเวลาผ่อน 30 ปีในเขตไซตะมะ ซึ่งเป็นแถบปริมณฑลของโตเกียว การใช้ชีวิตของอีโรชิในฐานะมนุษย์เงินเดือนต้องพบเจอความยากลำบากในการดำเนินชีวิตประจำวัน นับตั้งแต่การตื่นเช้าเพื่อเดินทางโดยรถไฟที่มีผู้คนแออัดเพื่อไปทำงาน

การออกไปพบปะสังสรรค์กับลูกค้าตามไนต์คลับที่มีลักษณะเฉพาะประเภทต่างๆ ในขณะที่มิซาเอะก็มีความจำเป็นต้องจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายในบ้านให้มีความเหมาะสม เนื่องจากมีภาระค่าผ่อนบ้านและค่าใช้จ่ายต่างๆ มาก มิซาเอะจึงมักชอบซื้อสินค้าหรือเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้ของแถมของข้าวสวย รวมถึงสินค้านำราคาต่างๆ ในขณะที่เดียวกันก็จำเป็นต้องเลี้ยงดูลูกทั้งสองคนไปในเวลาเดียวกัน ความรู้สึก “ตลก” ของเนื้อเรื่องเครยอน ซินจังที่เกี่ยวกับชีวิตในเมืองก็มีลักษณะเช่นเดียวกับแกนเรื่อง คือเป็นความตลกที่เกิดจากการไม่สามารถจัดการชีวิตของตัวเองได้ตามบทบาทหน้าที่ที่ควรจะเป็น เช่น มิซาเอะ ไม่สามารถส่งซินจังขึ้นรถโรงเรียนที่มารับหน้าบ้านทันเป็นเวลาต่อเนื่องกันหลายสัปดาห์จนคุณครูมีการพนันกันว่าซินจังจะขึ้นรถทันหรือไม่ คุณซาคุระตะแม่ของเนเน่จึงไม่สามารถควบคุมอารมณ์ตัวเองได้เมื่อมีสิ่งเข้ามาขัดใจเลยต้องใช้วิธีการเตะตุ๊กตาระบายอารมณ์จนในที่สุดเนเน่จึงก็ได้เลียนแบบพฤติกรรมดังกล่าวไปทำพร้อมๆ กับคุณแม่ การที่อีโรชิต้องไปนั่งกินติมในไนต์คลับที่มีชายแต่งเป็นหญิงมาเป็นบริการตามความต้องการของลูกค้าที่เฝ้าจางานด้วย เมืองจึงเป็นศูนย์รวมของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การเมืองขณะเดียวกันก็เป็นที่ตั้งชีวิตต้องอยู่กับความเสี่ยงและขาดความมั่นคงที่มาจากปัญหาสังคมจำนวนมาก ด้วยเช่นเดียวกัน ในอีกด้านหนึ่งความเจริญเติบโตของเมืองก็ได้สร้างสรรค์รูปแบบการใช้ชีวิตและรสนิยมแบบใหม่ให้กับผู้คนที่อาศัยในเมืองซึ่งหลังไหลเข้ามาประกอบอาชีพจากทั่วทุกภูมิภาค

การไม่สามารถจัดการวางบทบาทหน้าที่ได้อย่างถูกต้องท่ามกลางเงื่อนไขของชีวิตความเป็นเมืองเช่นนี้มิได้เป็นลักษณะที่เกิดขึ้นเฉพาะแต่ในสังคมของญี่ปุ่นเท่านั้น หากแต่เกิดขึ้นกับในสังคมเมืองทุกแห่งรวมถึงในสังคมไทยด้วย การเกิดขึ้นของ

ครอบครัวเดี่ยวที่มาจากกรอบพยั่วยุถิ่นฐานเข้ามาตั้งภูมิลำเนาในเมืองขนาดใหญ่ ย่อมมีผลทำให้ครอบครัวได้หลุดพ้นออกไปจากสิ่งที่ถือว่าเป็น “สังกัด-ความสัมพันธ์” ลักษณะเดิมที่ครั้งหนึ่งเคยยึดโยงกันไว้ผ่านการเป็นเครือญาติ-ครอบครัวขยาย ความเป็นชุมชน-ท้องถิ่น (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2556, น. 166-168) เมื่อไม่มีเงื่อนไขในการอาศัยและพึ่งพากันในการผลิตเหมือนเช่นสังคมเกษตรกรรม แต่กลายเป็นสังคมของคนทำงานเฉพาะด้าน ส่งผลให้ชีวิตในเมืองของปัจเจกชนที่อยู่บนฐานของครอบครัวเดี่ยว ไม่สามารถแสวงหากลไกทางสังคมอื่นในเข้ามาช่วยในการจัดการชีวิตที่เต็มไปด้วยความซับซ้อนได้ ซึ่งแตกต่างไปจากสังคมเกษตรกรรมในชนบทที่ความซับซ้อนในบทบาทหน้าที่ของคุณคนไม่ได้มากมายนัก ทำให้ชุมชนและเครือญาติคอยช่วยเหลือและจัดการปัญหาต่างๆ ได้ ความลำบากของชีวิตในเมืองของครอบครัวเดี่ยวในเครือ ยินจิง ได้สะท้อนให้เห็นโลกทัศน์เดียวกันกับที่ปรากฏในสังคมไทย นั่นคือ การมองปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตทุกด้านทุกมิติด้วยความรู้สึกยาก เช่น การทำอาหารเป็นเรื่องยาก การขับรถเป็นเรื่องยาก หรือแม้แต่การเรียนหนังสือเองก็เป็นเรื่องยาก โลกทัศน์ต่อชีวิตในเมืองที่มองว่าชีวิตเต็มไปด้วยความยากนั้น ได้ถูกถ่ายทอดมาสู่ความรู้สึก “ตลก” ให้แก่ผู้อ่าน ผ่านเหตุการณ์ที่ตัวละคร เช่น มิซาเอะ หรือ คุณครุฑมีตีสากะ ไม่สามารถจัดการกับปัญหาความสลับซับซ้อนของชีวิตในเมืองที่ตนเองมองว่ายากต่อการจัดการได้ จนในที่สุดก็ทำให้ตนเองจัดวางตำแหน่งแห่งที่สับสนผิดพลาดและกลายเป็นความน่าขบขัน

4. บทสรุป

ความนิยมในการ์ตูนเครยอง ชินจิง ในสังคมไทยมิได้เกิดขึ้นมาลอยๆ โดยปราศจากบริบท

แวดล้อมในสังคมไทยรองรับ ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองนับตั้งแต่ต้นทศวรรษที่ 2530 เรื่อยมา มีส่วนทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเมืองกับชนบทที่มีความใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น วัฒนธรรมบริโภคนิยมที่เริ่มถือกำเนิดขึ้นจากในเมืองได้แพร่ขยายเข้าไปสู่ชนบทจนทำให้เส้นแบ่งระหว่างความเป็นเมืองกับความเป็นชนบทพร่าเลือน ท่ามกลางความพร่าเลือนดังกล่าวนี้ความรู้สึก “ตลก” ของคนในสังคมไทยได้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากความตลกที่อยู่บนฐานของความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบท เช่น ความ “โง่” ความ “ประหลาด” เปลี่ยนไปสู่ความตลกที่มาจากสภาพการณ์ที่ไม่สามารถจัดตำแหน่งแห่งที่ของตนเองได้อย่างเหมาะสมท่ามกลางสังคมสมัยใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก “ตลก” ดังกล่าวนี้ได้สอดคล้องกับช่วงเวลาที่มีการนำเอาการ์ตูนเครยอง ชินจิงมาแปลและพิมพ์เป็นภาษาไทย ซึ่งก่อนหน้านี้การ์ตูนที่มีลักษณะเนื้อหาถึงเสียดสีสังคม และเล่นกับความรู้สึกไม่ลงร่องลงรอยของตัวละครกับบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสมของตนเอง ไม่เคยถูกนำมาเผยแพร่ในสังคมไทย การ์ตูนเครยอง ชินจิงจึงตอบรับความรู้สึก “ตลก” ชุดใหม่ของสังคมไทยได้เป็นอย่างดี

ในแง่ของเนื้อหาของการ์ตูนเอง ก็มีหน้าที่ทำให้เครยอง ชินจิงได้รับความนิยมสูง เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่สัมพันธ์อยู่กับประสบการณ์ตรงของผู้คนในสังคมไทยในช่วงเวลาดังกล่าว การ์ตูนเครยอง ชินจิงจึงสะท้อนให้เห็นโลกทัศน์ใหม่ของคนไทยที่สำคัญ ซึ่งในการศึกษาชิ้นนี้ได้กล่าวถึง 2 ประเด็นหลัก คือ 1) โลกทัศน์ของผู้หญิง ที่เล็งเห็นว่าชีวิตตนเองมีอำนาจในการจัดการได้มากขึ้น และสามารถเป็นผู้กระทำการเปลี่ยนแปลงได้ด้วยตนเอง ดังในเนื้อหากาตูนที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทใหม่ของผู้หญิงในการเป็นพนักงานเงินเดือนในภาค

บริการต่างๆ และมีอำนาจการจับจ่ายที่สูงขึ้นผ่านระบบสินเชื่อ รวมถึงความพึงพอใจในการเลือกใช้ชีวิตสไตล์ ลักษณะดังกล่าวสะท้อนสภาพสังคมไทยในช่วงเวลาดังกล่าวที่จำนวนผู้หญิงที่เข้ามาเป็นแรงงานภาคบริการและภาคธุรกิจมากขึ้น รวมถึงมีส่วนในการใช้บัตรเครดิตที่สูงขึ้น 2) โลกทัศน์เกี่ยวกับชีวิตในเมือง ซึ่งวางอยู่บนฐานของการเป็นครอบครัวเดี่ยวที่หลุดออกไปจากระบบความสัมพันธ์แบบเครือญาติหรือชุมชน และกลายเป็นครอบครัวที่ใช้ชีวิตอยู่บนฐานของการพึ่งพาความสามารถเฉพาะทาง ท่ามกลางบทบาทหน้าที่ที่หลากหลาย

ของการใช้ชีวิตในเมืองทำให้บุคคลไม่สามารถจัดวางตำแหน่งแห่งที่ และบทบาทของตนเองได้อย่างเหมาะสม นำมาซึ่งโลกทัศน์ที่มองว่าชีวิตเต็มไปด้วยความยาก และสิ่งที่ไม่อาจจัดการได้

ความนิยมที่มีต่อการทุน เครยอน ชินจิง จึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจวิเคราะห์ได้เพียงแค่แง่มุมทางด้านจิตวิทยา การสื่อสารมวลชน เท่านั้น หากแต่ยังต้องให้ความสำคัญกับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ซึ่งจะช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในเหตุผล และปัจจัยต่างๆ ได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้นอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง (References)

- กาญจนา แก้วเทพ, สมสุข หินวิมาน, และคณะ. (2548) “ผู้หญิงทำงาน” ในสื่อมวลชนไทย. ใน อมรา พงศาพิชญ์ (บรรณาธิการ). เพศสถานะ และเพศวิถีในสังคมไทย (231-268). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2538). โชน, คาราบาว, น้ำเน่า และหนังไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคริส เบเคอร์. (2539). เศรษฐกิจไทยสมัยกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ตรีสิริน.
- วอลเดน เบลโล, เซียร์ คันนิงแฮม, และลี เค็ง ปอห์. (2542). โศกนาฏกรรมสยาม: การพัฒนาและการแตกสลายของสังคมไทยสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง.
- สิริพร สมบูรณ์บุรณะ. (2540). จากฟรอยด์...ถึง...ชินจิง: การ์ตูน เด็ก เซ็กซ์ และศีลธรรม. วารสารญี่ปุ่นศึกษา. ปีที่ 14 ฉบับที่ 2. 23-43.
- เสนาะ เจริญพร, (2548). ผู้หญิงกับสังคม ในวรรณกรรมไทยยุคทอง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2556). ความรู้สึกกับประวัติศาสตร์: ประวัติศาสตร์ความรู้สึก. ใน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (บรรณาธิการ). ด้วยรัก เล่มที่ 1 ปรัชญาและสาระของประวัติศาสตร์และสังคมศาสตร์. 129-174. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สร้างสรรค์จำกัด.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2557). *ประชาธิปไตย คนไทยไม่เท่ากัน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2555). *Japanization*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: Openbooks.
- Yoshito Usui. (2540). *เครยอน ชินจิง 11* (สึเนย์ ตั้งตน แปล). กรุงเทพฯ: เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป.

