



ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ (Editorial Advisory Board)

ศ.กิตติคุณ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศ.ดร.อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ศ.ดร.ศิริพร วัชชวัลคุ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บรรณาธิการ (Editor)

รศ.ทัศนีย์ เมธาคิลิฐ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
----------------------	-----------------------

ผู้ช่วยบรรณาธิการ (Editorial Assistant)

รศ.ดร.ยุพกา พุกขิม่า	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
----------------------	------------------------

กองบรรณาธิการ (Editorial Board)

ศ.กิตติคุณ ดร.สิริมนพร สุริยะวงศ์ไพศาล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศ.วรินทร์ วูวงศ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รศ.ดร.ไมตรี อินทร์ประสิทธิ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.โฆษิต ทิพย์เทียมพงษ์	Tokyo University of Foreign Studies
รศ.ดร.ชมนาด ศิตสาร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รศ.เบญจรงค์ ใจใส แดร์ อาร์สลานิอง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รศ.ปรานี จงสุริตธรรม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผศ.ดร.บาร์นี บุญทรง	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.ปิยวรรณ อัครวราชนัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผศ.ดร.วินัย จามรสุนิยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา
พันเอกหญิง ผศ.นงลักษณ์ ลิ้มศิริ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผศ.นิศากร ทองนอก	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อ.ดร.วันวิสาข์ กุลภัทรนรินทร์	มหาวิทยาลัยบูรพา
ดร.ทรายแก้ว ทิพากร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เจ้าหน้าที่กองบรรณาธิการ (Editorial Staff)

รัฐนันท์ วิจิตรกฤตพงศ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
------------------------	-----------------------

กรรมการกลั่นกรองประจำฉบับ (Reviewers)

ศ.วรินทร์ วูวงศ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รศ.ดร.สร้อยสุดา ณ ระนอง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รศ.ดร.โฆษิต ทิพย์เทียมพงษ์	Tokyo University of Foreign Studies
ผศ.ดร.คุณิษฐ์ สมชนะกิจ	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ผศ.ดร.ทนพร ตริรัตน์สกุลชัย	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผศ.ดร.นันท์ชญา มหาพันธ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผศ.ดร.ภัทรธร พิพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผศ.ดร.รัฐกิตติ์ เลิศวิเศษ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.ศิริวรรณ มุนินทร์วงศ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผศ.ดร.โสภา มะสินาริ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ดร.สรัญญา ชูโชติแก้ว	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร.ทรายแก้ว ทิพากร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



วารสารกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

เจ้าของ :

สมาคมญี่ปุ่นศึกษาแห่งประเทศไทย
ห้อง 606 คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง
เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200
URL: jsat.or.th, email: jsn.jsat@gmail.com

กำหนดออก : ปีละ 2 ฉบับ มิถุนายน และ ธันวาคม

วารสารออนไลน์ : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsn>

ออกแบบและพิมพ์

บริษัท แก่นสาระ จำกัด
15/4 หมู่ 3 ตำบลบางกระทิก อำเภอสามพราณ
จังหวัดนครปฐม 73210

ISSN 2229-1997

ISSN ONLINE 2586-937X

วัตถุประสงค์ในการพิมพ์

วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา (jsn journal) เป็นวารสารวิชาการของสมาคมญี่ปุ่นศึกษาในประเทศไทย จัดพิมพ์ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาและงานวิจัย ในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับญี่ปุ่น
2. เพื่อเป็นเวทีให้คณาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาระดับปริญญาโทและเอกได้แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ใช้วารสารเป็นแหล่งต่อยอดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและการพัฒนาประเทศชาติ ในเชิงบูรณาการ
3. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายเครือข่ายทางการศึกษาในวงกว้างและเสริมสร้างความร่วมมือทางวิชาการ ในแขนงญี่ปุ่นศึกษาให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

jsn Journal ประกอบด้วย บทความรับเชิญ บทความวิจัย บทความวิชาการที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน บทวิจารณ์หนังสือ บทความปริทัศน์ และรายงานสัมมนา โดยทุกบทความต้องมีบทคัดย่อภาษาไทย และภาษาอังกฤษ วารสารมีการตีพิมพ์เป็นรูปเล่มและเผยแพร่แบบออนไลน์ บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์จะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบเบื้องต้นโดยกองบรรณาธิการและการทบทวนโดยผู้รู้เสมอกัน ด้วยระบบปกปิดชื่อ ข้อความและข้อคิดเห็นต่างๆ ในบทความเป็นของผู้เขียนบทความนั้นๆ ไม่ใช่ความเห็นของกองบรรณาธิการหรือของวารสาร jsn Journal

Aim and Scope

The “jsn Journal” is an academic journal of the Japanese Studies Association of Thailand, and is published two issues per year. The journal has following objectives:

1. To be a channel for disseminating research findings related to Japan in the humanities and social sciences related to Japan.
2. To be a platform for scholars, practitioners and graduate students to share knowledge and experiences, as well as utilize the journal as a source to enhance the body of knowledge that benefits our society and nationally-integrated development.
3. To expand the network as well as strengthen academic cooperation in the area of Japanese Studies.

The “jsn Journal” consists of invited papers, original research articles, academic articles, review articles, book reviews and conference reports. Each paper must have an abstract in both Thai and English. The journal is published in simultaneous print and electronic editions. All research articles in this Journal have undergone rigorous peer review, based on initial editor screening and double-blind peer review. Any views expressed in the articles are the views of the authors only.

สารบัญ	หน้า
บรรณาธิการแถลง	iv
บทความรับเชิญ	
ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติในยุคนิว นอร์มอล: กรณีศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยโอซาก้า <i>KATO Hitoshi & FUJIIHARA Manami</i>	2
บทความวิจัย	
The Development and Evaluation of a Self-efficacy Scale for Japanese Language Assistants: Targeting “NIHONGO Partners” Dispatched to Thailand <i>FURUBEPPU Hizuru, OTA Yoshie, YAMASHITA Junko</i>	13
Cheap and Dispensable : Foreign Labor in Japan via the Technical Intern Training Program <i>Piyada Chonlaworn</i>	33
ภาพความเป็นชายในโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในญี่ปุ่น <i>ขวัญจิรา เสนา และ ฮิโรกิ โกโต</i>	50
การศึกษากลุ่มคำสมัยนิยมในภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษาคำสมัยนิยมในช่วงต้นปีพ.ศ.2563 <i>ปรัชญาภรณ์ รัตนพงศ์ภิญโญ</i>	69
บทวิจารณ์หนังสือ	
บทวิจารณ์หนังสือ ตำนานทั้งคนแก่ในเรื่องเล่าญี่ปุ่น <i>เดือนเต็ม กฤษดาธานนท์</i>	84
บทวิจารณ์หนังสือ 24 แก้วตา <i>นันท์ชญา มหาขันธ</i>	89

สวัสดีท่านผู้อ่านทุกท่าน

กลับมาพบกันอีกครั้งในวารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษานะคะ แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คนยาวนานเป็นปีแล้ว การเดินทางไปมาหาสู่ระหว่างผู้คนทั้งในประเทศและนอกประเทศหยุดชะงัก การรณรงค์ให้รักษาระยะห่าง สวมหน้ากากอนามัยและติดต่อกับผู้คนบนโลกออนไลน์ ยังคงดำเนินต่อไป ขอเป็นกำลังใจให้แก่ผู้อ่านทุกท่านให้มีพลานามัยแข็งแรง ปราศจากโรคภัยคุกคาม และสามารถดำเนินกิจกรรมทางวิชาการของเราต่อไป

วารสารฉบับปีที่ 11 เล่ม 1 นี้ มีความทั้งสิ้น 7 เรื่อง เป็นบทความรับเชิญ 1 เรื่อง บทความวิจัย 4 เรื่อง และบทวิจารณ์หนังสือ 2 เรื่อง

บทความรับเชิญของ *Professor KATO Hitoshi และ Assoc. Prof. FUJIHIRA Manami* ในหัวข้อ “ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติในยุคนิวนอร์มอล: กรณีศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยโอซาก้า” บทความนี้เรียบเรียงขึ้นใหม่จากปาฐกถาในงานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 14 จัดโดยสมาคมญี่ปุ่นศึกษาแห่งประเทศไทย มีฉบับภาษาญี่ปุ่นและฉบับแปลภาษาไทย ในบทความนี้ชี้ให้เห็นถึงความพยายามของมหาวิทยาลัยโอซาก้าในการปรับตัวและหามาตรการรองรับนักศึกษาต่างชาติทั้งทุนรัฐบาลญี่ปุ่นและทุนส่วนตัว เพื่อให้สามารถเข้าสู่ระบบการศึกษาของมหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่นได้ แม้จะอยู่ในภาวะวิกฤตโควิด ซึ่งกรณีนี้อาจเป็นแนวทางที่มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในญี่ปุ่นนำไปเป็นต้นแบบได้

บทความวิจัยเรื่อง “The Development and Evaluation of a Self-efficacy Scale for Japanese Language Assistants: Targeting “NIHONGO Partners” Dispatched to Thailand” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถตนเองของผู้ช่วยครูสอนภาษาญี่ปุ่น ซึ่งเป็นโครงการของเจแปนฟาวน์เดชัน โครงการนี้มีมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 ซึ่งส่งชาวญี่ปุ่นไปทำหน้าที่ช่วยสอนร่วมกับครูชาวไทย เป็นคู่สนทนากับนักเรียนในชั้นเรียน รวมถึงสนับสนุนการจัดกิจกรรมและแนะนำวัฒนธรรมญี่ปุ่นนอกชั้นเรียน

บทความเรื่อง “Cheap and Dispensable: Foreign Labor in Japan via the Technical Intern Training Program” ได้หยิบยกประเด็นปัญหาของผู้ใช้แรงงานชาวต่างชาติที่ไปทำงานที่ญี่ปุ่นภายใต้โครงการฝึกงานด้านเทคนิค ของรัฐบาลญี่ปุ่น ซึ่งได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายแต่ในสภาพความเป็นอยู่ที่แท้จริงอาจไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร โดยเฉพาะในสถานการณ์ต้องประสบกับภาวะวิกฤตโควิด-19

บทความวิจัยด้านภาษาญี่ปุ่นในปัจจุบัน มี 2 เรื่อง ได้แก่ “ภาพความเป็นชายในโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในญี่ปุ่น” ซึ่งวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอของโฆษณาในระยะเวลา 50 ปีซึ่งสะท้อนภาพของผู้ชายญี่ปุ่นที่มีความตระหนักในเรื่องความงามและแฟชั่นมากขึ้นและชี้ให้เห็นบทบาทของสื่อโฆษณาที่มีต่อสินค้าประเภทนี้ในญี่ปุ่น อีกเรื่องหนึ่งคือ “การศึกษากลุ่มคำสมยนิยมในภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษาคำสมยนิยมในช่วงต้นปีพ.ศ.2563” ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันทำให้การประมวลค่าและวิเคราะห์คำสมยนิยมบนอินเทอร์เน็ตสะดวกขึ้น และคำสมยนิยมก็เป็นกระจกส่องให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของภาษากับวิถีชีวิตและเหตุการณ์สำคัญในช่วงระยะเวลาหนึ่งของสังคมญี่ปุ่น

สำหรับบทวิจารณ์หนังสือ มี 2 เรื่อง ได้แก่ “ตำนานทั้งคนแก่ในเรื่องเล่าญี่ปุ่น” เขียนโดย อรรถยา สุวรรณระดา วิจารณ์โดย เตือนเต็ม กฤษดาธานนท์ และ “24 แก้วตา” แปลโดย ภัทรธร พิพัฒน์กุล วิจารณ์โดย นันทชญา มหาพันธ์ ทั้งสองเล่มนี้ ถ่ายทอดปรัชญาการดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่นในอดีต ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจแนวคิดและวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่นได้ดียิ่งขึ้น การที่เรามีหนังสือประเภทนี้ออกมาให้เห็นมากขึ้น สะท้อนถึงความพยายามที่จะเข้าถึง ปรัชญา แนวคิด และวิถีของญี่ปุ่น ในเชิงลึกทำให้ “เรา” เข้าใจ “เขา” ได้ดียิ่งขึ้น

กองบรรณาธิการใคร่ขอขอบคุณ เจแปนฟาวน์เดชั่นที่สนับสนุนกิจกรรมการจัดทำวารสาร ซึ่งทำให้เรามีเวทีเผยแพร่ผลงานวิชาการ และยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้วิจัย ผู้วิพากษ์ และผู้อ่าน ได้อย่างดีเยี่ยม ขอเชิญชวนทุกท่านในแวดวงญี่ปุ่นศึกษามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างชุมชนคนญี่ปุ่นศึกษาให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นไป ฉบับนี้ส่งอำมาบิอะะ ภูติน้ำตามความเชื่อของญี่ปุ่นมาช่วยขจัดโรคร้ายให้กับทุกท่าน ขอให้ปลอดภัยและห่างไกลโควิด-19

รองศาสตราจารย์ ทศนีย์ เมธาพิสิฐ
บรรณาธิการวารสาร jsn Journal

* วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษาได้รับการรับรองคุณภาพ ให้เป็นวารสารกลุ่ม 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยได้รับการรับรองระหว่างปี 2021-2024 จากผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI ประกาศเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2564

ニューノーマル時代における留学生教育の課題と展望

ー大阪大学日本語日本文化教育センターを事例としてー

A Future Perspective on Education Programs for International Students in the New Normal Era: The Case of Center for Japanese Language and Culture, Osaka University

1. はじめに

1954年の日本国政府による国費外国人制度の創設にともない設置された大阪外国語大学留学生別科を前身とする、大阪大学日本語日本文化教育センター（以下、「CJLC」と言う）は、現在、専任教員19名、特任教員5名、非常勤講師125名を擁する我が国最大規模の留学生教育機関の一つである。2011年からは文部科学大臣より教育関係共同利用拠点（Joint Usage Center for Education）としての認定を受けており、CJLCの教育リソースを国内諸大学に開放していく事業も展開している。ここでは、昨年の新型コロナウイルス感染拡大から今日までの間に、我々がなにを経験して、そこから何を学び、何を実践してきたのか、その点を踏まえながら、ニューノーマル時代の留学生教育の課題と展望について簡単に触れてみたい。

2. CJLCの教育活動

CJLCは、理系留学生に特化した①「国費学部留学生予備教育プログラム」、全国の国費日本語・日本文化研修留学生（国費日研生）に対する教育モデルとして機能している②「国費日研生プログラム」、本学で最大規模の交換留学生受入れプログラムである③「メイト・プログラム」（短期留学日本語・日本文化特別プログラム）を運営する他、本学への入学前予備教育体制の

拡充にも努め、④「大阪大学ファウンデーションプログラム」を始動させている。その活動は国内だけにとどまらず、タイのマヒドン大学教養学部の協力で現地に設置されている、遠隔授業配信機能を併せもつ本学ジョイントキャンパス・オフィスを拠点にタイ、インドネシア、ベトナム、ブルネイの4か国にまたがる「大阪大学ASEANキャンパス」での日本語学習支援を行ってきた。タイ入国が困難であった時期にも3ヶ月、担当教員の派遣を実現しており、2021年8月からは再派遣を計画している。

3. 2020年度（2020年4月から2021年3月までの期間）における対応

昨年（2020年）、日本では新型コロナウイルスの感染拡大にともない4月7日に埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、大阪府、兵庫県及び福岡県の7都府県に対し、緊急事態宣言が発出された。4月に来日するはずであった上述の①「国費学部留学生予備教育プログラム」参加学生は入国制限で渡日できなかったため、在学者はそのほとんどが学内寮に居住する、8月に修了予定であった②「国費日研生プログラム」及び③「メイト・プログラム」の学生でその数は125名であった。我々にとって、まずは彼らの健康に留意しつつ、学業をどのように継続させるのが大きな課題であった。

授業はオンライン対応となり4月20日から開始し

たが、本学ではCLE (Collaborative Learning Environment) と呼ばれる授業支援システム (LMS) がすでに構築されていたとはいえ、多くの教員はその使用に習熟しておらず、国内他大学と同様に当初はかなりの混乱が起きた。ただ、紆余曲折があったとはいえ、日々の授業の中で必ず落ち着いてくる。問題は、対面活動が行えない状況の中で、プロジェクトワークや課外活動をどのように展開させるかという点にあった。

CJLCが所在する箕面市には、箕面の滝に象徴される国定公園があり、その中には神社仏閣などの歴史的な建造物も多く、公園運営に携わる企業共同体は自然保護にも力を入れている。地域とのつながりを深めるために、ここをフィールドとして「箕面らしさ」とは何かを考え、それをグループで話し合い、その結果を発表・発信する PBL (Project-based Learning) 型授業を展開しようとしていた矢先であり、大手空調メーカーとの共同研究「空調文化に関する教育一体型研究—日本語・日本文化を学ぶ世界各国からの留学生の生活経験に根差した文理融合のラディカルイノベーションを目指して—」を推進していくためにもその成否は重要であった。そこで選ばれたのは「Remo」というヴァーチャルweb会議ツールで、これは、すでに用意されている6人掛け（現在は8人掛けまで拡張）のテーブル間を自由に移動し、会話への参加を可能するものである。少人数のプロジェクトワークには最適で、留学生に話し合いの場を提供し、教員がそこに適宜参加、指導することになった。

また、各留学生に配置している日本人学生チュータの方は、5月からオンラインでの活動再開となったが、実地見学はさすがにハードルが高く、国内移動の自粛勧告が解かれた時期に、現地に教員を派遣し、文化施設で実況解説する実験的な試みを行うにとどまった。

6月に文部科学省からの要請もあり、国費学部留学生の予備教育を渡日前準備を兼ねてオンラインで行

うことになったため、時差問題が表面化してくる62名の国費学部留学生のうち、日本語未習者、日本語初級者が半数以上にのぼり、オンディマンドでは教育効果が望めず、同時双方向型授業以外には選択肢はなかった。しかし、対象学生は16か国に在住しており、結局は、レベル別、時差別の少人数のクラス編成でオンライン教育を実施したが、授業時間数の大幅な減少は避けられなかった。

2020年9月からは国費留学生の渡日が許可され、10月からは新規留学生の渡日が全面解禁となり、①「国費学部留学生予備教育プログラム」の参加学生は5ヶ月遅れで、新規留学生としては日本では初めて入国し、10月の後期の学期から対面で授業を受けることになった。

それに引き続き、10月開始の②「国費日研究生プログラム」の参加学生36名が10月になって順次、渡日してきた。当初は50名の受け入れ予定であったが、文部科学省が翌年10月への留学の後ろ倒しを認めたことから14名の学生が渡日延期を選ぶこととなった。

そのあとに、③「メイプル・プログラム」の学生53名（当初受け入れ予定は79名であり、26名が辞退）や④「大阪大学ファウンデーションプログラム」の19名の学生も、一部を除き、五月雨式に入国してくることになった。

②③④のプログラムの場合、履修生の一人でも来日し、授業に出てきた場合は、対面とオンライン併用のハイブリッド型で授業を行うことになっており、当時のCJLC棟では、遠隔授業配信用専用教室が1室しかなかったため、(2021年3月の新キャンパスへの移転を控えていたが) 急遽、その他の16教室がハイブリッド仕様に簡易的ではあるが改修され、機器操作マニュアルを整備するとともに、授業支援のために遠隔教育に習熟した教務補佐員が配置された。



加えて、学生には自由に授業を選択させず、一授業最大9名までと受講者人数を定め、一人一人の履修メニューをこちらで決定した。その際には本国で渡日待機中に同時双方型オンライン授業を受ける時間帯を6:00 - 24:00の間におさまるよう最大限の配慮したため、担当教員にかなりの手間を強いることとなったが、それによって時差問題もなんとか乗り越えることができた。

ただ、このハイブリッド型授業にしても、対面授業に移行するための過渡期的措置にすぎない。ここまで対面にこだわるのは、もちろんこの時期に留学してきた学生の希望というものもあるが、限られた留学期間を有効活用するためには、現状では、受講生を10名以下に制限し健康面での配慮ができるのなら、対面授業のほうが教育効果が断然に高いからである。ただし、集団での行動が伴う、実地見学や課外活動が制限されるため、その点でオンライン教育をどのように補完的に取り入れるかが問題となる。

4. ニューノーマル時代への展望

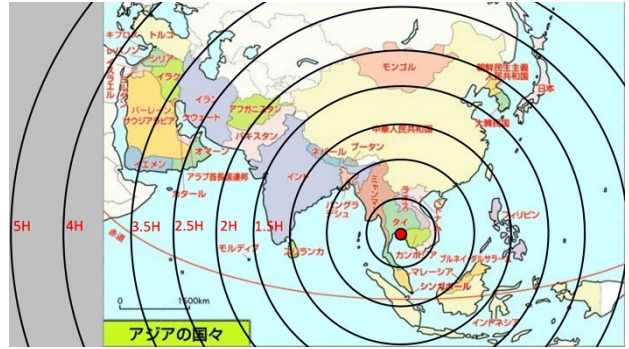
昨年度前期に実施したPBL型授業では、学生が思い思いに箕面公園を訪ね、それをもとに、オンラインでグループで議論し、その成果をまとめることができた。また、チュートリアル活動は、一対一で行うため、オンラインでも十分な効果が期待できる。

こういった経験をもとにして考え出されたのは、

留学前のオンライン教育と、留学後の対面授業の実施と課外活動支援のオンライン化の組み合わせによるプログラム形成である。

これは、渡日前教育として1か月または3か月間、週1回の日本語・日本文化に関わる授業や必要なオリエンテーションをオンラインで実施し、学生は日本の学期初めの4月に合わせて渡日して、CJLCの教室でリアルに対面授業で学び、その間の学習指導、チュートリアル活動や課外活動支援をオンラインで行おうとするものである。

事前教育は、当初計画ではマヒドン大学のオフィスにいるCJLC教員が担当することになっていた。オンライン教育であるなら発信地はどこであってもいいということになり、また単位が出る 正規授業でもないため日本の授業時間に縛られることもない。その意味ではタイは東南アジア、南アジアの地域内であれば時差は小さくなく、またヨーロッパでも6時間前後であるため、事前教育の拠点をタイに移せば、担当教員に大きな負担を強いることなく対応できる。コロナ禍でのオンライン教育での時差対応で非常に悩まされたが、その苦い経験からの発想と言える。ただし、担当教員のタイへの再派遣は8月になる予定であり、またコロナ禍による入国制限により国費留学生以外の新規学生の受け入れがいまだに実現していない。すでに動き出している試行プログラムではオンライン対応が続いており、その成果が検証できないことが残念である。



大阪大学ジョイントキャンパス・オフィス（マヒドン大学）

もう一つ、今後の留学生教育に大きな変革をもたらすと考えられるのは、2020年12月1日の本学における「グローバル日本学教育研究拠点」の発足である。この拠点のミッションは、①日本学を核として人文・社会科学の新たなプラットフォームを構築することにより世界的な研究拠点を形成（研究基盤の形成）、②日本の言語・文化・社会を深く理解し、異なる言語的・文化的背景を持つ人々と共創できるグローバル人材を育成（教育基盤の形成）、③日本と世界を繋ぐ架け橋となる「Japanese Studies（日本学）」のネットワーク拠点を形成（活動基盤の形成）である。

昨今、日本では、「人間や社会の在り方と科学技術・イノベーションとの関係が密接不可分」との認識のもと、科学技術基本法が改正されたが、少子高齢化など、グローバルな課題にいち早く向き合いつつある「課題先進国」日本として、日本の地域的特性を理解したうえで地球規模の課題に世界の人々と協働して取り組めるグローバル人材の育成が必要とされるようになってきた。

そのために、CJLCでの、特に日本文化関連授業の学内的な開放が強く求められているが、これを好機と考えている。大阪大学には3つのキャンパスがあるが、留学生用の対面授業をハイブリッド型で配信すれば、教員に大きな負担を強いることなく、普段、交流することが

少ない他のキャンパスの理系日本人学生も授業履修できるようになる。そして、そこで社会課題の解決を考えるPBL型授業を開講すれば、オンライン上で様々な分野で学ぶ日本人学生との協働作業も可能になろう。

これらは大阪大学に限った事例にとどまらない。オンラインによる、渡日前教育や渡日後の日本人学生との共修を組み入れたプログラムが形成できれば、ニューノーマル時代に即した日本語・日本文化分野における留学モデルとして全国の大学にも提示できるのではないかと考えている。

5. おわりに

2021年4月の箕面新キャンパス開学にともない、CJLCは新たな研究講義棟の7階に移転した。これまでの独立した建物と比べ、広さは半分弱に縮小したが、遠隔授業配信専用教室1室を有するほか、12室の教室はすべてハイブリッド型授業ができるように整備されている。また、隣には320室の単身室（キッチン・シャワー・トイレ付）を有する学生寮も建てられ、そのうち200室がCJLC留学生のために確保されている。結果としてではあるが、ニューノーマル時代にふさわしい修学環境が整えられたことになり、ここで上述の新たな取り組みを進め、その成果をいち早くお届けできるよう最大限の努力をしていきたい。



箕面新キャンパスの研究講義棟（右）と寮（左）

研究講義棟 7 階CJLC



遠隔授業配信専用教室

บทความรับเชิญ¹

ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการศึกษา ของนักศึกษาต่างชาติในยุคนิว นอร์มอล: กรณีศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยโอซาก้า”

1. บทนำ

ศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น (Center of Japanese Language and Culture ต่อไปจะเรียกว่า (ศูนย์ CJLC)) ของมหาวิทยาลัยโอซาก้า ซึ่งเติบโตมาจากการเป็นแผนกต้อนรับนักศึกษาชาวต่างชาติของมหาวิทยาลัยโอซาก้าภาษาต่างประเทศซึ่งก่อตั้งขึ้นพร้อมกับระบบรองรับนักศึกษาชาวต่างชาติที่ได้รับทุนรัฐบาลญี่ปุ่น ในปีค.ศ.1954 นั้น ปัจจุบันมีอาจารย์ประจำ 19 คน อาจารย์ประจำสัญญาจ้าง 5 คน และอาจารย์พิเศษ 125 คน ซึ่งนับได้ว่าเป็นสถาบันการศึกษาสำหรับนักศึกษาชาวต่างชาติขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศญี่ปุ่น และตั้งแต่ปีค.ศ. 2011 มหาวิทยาลัยได้รับการรับรองจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ วัฒนธรรม กีฬา วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ให้เป็นศูนย์กลางการใช้ประโยชน์ทางการศึกษา (Joint Usage Center for Education) และได้เริ่มโครงการที่เปิดให้มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ภายในประเทศสามารถเข้ามาใช้บริการทรัพยากรทางการศึกษาของศูนย์ CJLC ณ ที่นี้ผมจึงใคร่ขอกกล่าวถึงปัญหาและแนวทางการพัฒนาการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติในยุคนิว นอร์มอล โดยอ้างอิงจากประสบการณ์ สิ่งที่ได้เรียนรู้ และผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

2. หลักสูตรการศึกษาของศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น (CJLC)

ศูนย์ CJLC เปิดหลักสูตรการศึกษาดังนี้ ① หลักสูตรเตรียมความพร้อมสำหรับนักศึกษาต่างชาติที่ได้รับทุนรัฐบาลญี่ปุ่น เฉพาะนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์ ② หลักสูตรศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งเป็นโมเดลการสอนนักศึกษาต่างชาติที่ได้รับทุนรัฐบาลญี่ปุ่นเพื่อศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น (Nikkensei) และกระจายอยู่ตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ ③ หลักสูตรเมเปิล (หลักสูตรพิเศษเพื่อศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นระยะสั้น) ซึ่งเป็นหลักสูตรที่รับนักศึกษาชาวต่างชาติมากที่สุดในมหาวิทยาลัย และ ④ หลักสูตรวิชาพื้นฐานเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยโอซาก้า ศูนย์กลางการใช้ประโยชน์ทางการศึกษา ซึ่งกิจกรรมนี้ไม่ได้มีเฉพาะภายในประเทศ แต่ยังได้สนับสนุนผู้ที่สนใจเข้าศึกษาจากต่างประเทศ โดยได้ก่อตั้งสำนักงานขึ้นโดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยมิตสึ เพื่อใช้เป็นสำนักงานในมหาวิทยาลัยมิตสึควบคู่ไปกับการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ทางไกลเพื่อสนับสนุนการเรียนภาษาญี่ปุ่นของ “อาเซียนแคมปัสมหาวิทยาลัยโอซาก้า” ซึ่งครอบคลุม 4 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม และบรูไน ปัจจุบันมี

1 บทความรับเชิญนี้มาจากปาฐกถาพิเศษของศาสตราจารย์ ดร.ฮิโตชิ คาโต้ ในงานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 14 ของสมาคมญี่ปุ่นศึกษาแห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 26-27 พฤศจิกายน 2564

แม้ในภาวะที่การเดินทางเข้าประเทศไทยเป็นไปได้อย่าง
ก็ได้พยายามส่งอาจารย์ไปดูแลรายวิชา และมีแผนจะ
ส่งไปอีกครั้งในเดือนสิงหาคมปีค.ศ. 2021นี้

3. การจัดการในปีการศึกษา2020 (ช่วงระหว่าง เดือนเมษายนปี2020 ถึง เดือนมีนาคมปี2021)

ปีที่ผ่านมา (คศ 2000) วันที่ 7 เมษายน ประเทศ
ญี่ปุ่นต้องประสบกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา
จนต้องประกาศสภาวะฉุกเฉินในพื้นที่ 7 จังหวัด ได้แก่
Saitama, Chiba, Tokyo, Kanagawa, Osaka, Hyogo
และ Fukuoka ทำให้ผู้เรียน ①หลักสูตรเตรียมความ
พร้อมสำหรับนักศึกษาต่างชาติที่ได้รับทุนรัฐบาลญี่ปุ่น
เตรียมพร้อม ถูกระงับไม่ให้เดินทางเข้าประเทศ และ
ผู้เรียนที่ถูกจำกัดพื้นที่ให้อยู่ในบริเวณหอพักที่อยู่อาศัย
กล่าวคือกลุ่มผู้เรียน ②หลักสูตรศึกษาภาษาและ
วัฒนธรรมญี่ปุ่น และ ③หลักสูตรเมเปิล ซึ่งมีกำหนด
จบการศึกษาในเดือนสิงหาคม จำนวน 125 คน สำหรับ
เราแล้ว การเฝ้าระวังเพื่อให้ทุกคนมีสุขภาพร่างกาย
ที่ดี และสามารถดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ไปได้อย่าง
ต่อเนื่องนับเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องทำให้สำเร็จ

การจัดการเรียนการสอนถูกปรับเปลี่ยนเป็นแบบ
ออนไลน์ โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน ถึงมั
มหาวิทยาลัย โอซาก้าจะมีระบบสนับสนุนการเรียนการ
สอน (LMS) ที่เรียกว่า CLE (Collaborative Learning
Environment) แต่อาจารย์ส่วนใหญ่ก็ยังไม่เชี่ยวชาญ
การใช้ระบบ ช่วงแรกของการจัดการเรียนการสอนจึง
เกิดความวุ่นวายสับสนไม่ต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น ๆ
ภายในประเทศ แม้จะมีปัญหาอุปสรรคติด ๆ ขัด ๆ บ้าง
แต่ชั้นเรียนก็ค่อย ๆ ราบรื่นขึ้น ในเวลาต่อมาเนื่องจาก
เป็นสภาวะที่ไม่สามารถพบปะกันได้ จะมีแนวทางแก้ไข
อย่างไรกับการทำโครงการภาคสนามหรือการทำกิจกรรม
นอกชั้นเรียน

ปัจจุบันเมืองมิโนซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์ฯ มีสวน
สาธารณะชื่อดังซึ่งมีน้ำตกเป็นสัญลักษณ์ ภายในสวน
มีสิ่งปลูกสร้างเชิงประวัติศาสตร์เช่นศาลเจ้า และวัด

จำนวนมาก กิจกรรมร่วมค้า (joint venture) ที่ช่วยบริหาร
จัดการสวนสาธารณะได้ทุ่มเทด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ
ดังนั้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้คนในท้องถิ่น
จึงเกิดไอเดีย ที่จะให้ผู้เรียนใช้พื้นที่แห่งนี้ทำงาน
ภาคสนาม เพื่อค้นหา “ความเป็นมิโน” อภิปรายกลุ่ม
เกี่ยวกับสิ่งนั้น และนำเสนอผลการศึกษาออกไปใน
รูปของ PBL (Project-based Learning) ในช่วงเวลา
นั้นเองก็มีความท้าทายอันใหม่ซึ่งเราจะต้องทำโปรเจกต์
วิจัยร่วมกับบริษัทผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศรายใหญ่
ซึ่งเป็นโครงการที่สำคัญนี้ได้สำเร็จหรือไม่ โครงการนี้
ชื่อ “การวิจัยควบการสอนวัฒนธรรมการใช้เครื่องปรับอากาศ:
เพื่อสร้างนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดจาก
การบูรณาการสมานวิทย์-ศิลป์ อิงประสบการณ์การ
ดำเนินชีวิตของนักศึกษาต่างชาติทั่วโลกที่ศึกษาภาษา
และวัฒนธรรมญี่ปุ่น” และเครื่องมือสำหรับการประชุม
ออนไลน์แบบเสมือนจริงที่นำมาใช้คือ “Remo”
แอปพลิเคชันที่สามารถเคลื่อนย้ายโต๊ะไปมาได้อย่าง
อิสระจากเดิมที่ใช้กัน 6 คน (ปัจจุบันขยายเป็น 8 คน)
เพื่อให้ผู้เรียนเข้าร่วมการสนทนา แอปพลิเคชันนี้
เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการทำโปรเจกต์เวิร์คที่มีสมาชิก
จำนวนไม่มาก โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ใช้พื้นที่นี้
เพื่อพูดคุยกัน และผู้สอนก็เข้าร่วมและให้คำแนะนำ
ตามความเหมาะสม

นอกจากนี้ ยังมีมิตรชาวญี่ปุ่นที่ดูแลนักศึกษา
ต่างชาติแต่ละคนนั้น ได้เริ่มกิจกรรมผ่านทางออนไลน์
ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม แต่ยังไม่สามารถไปทัศนศึกษา
ในพื้นที่จริงได้ ในช่วงที่มีการผ่อนปรนการเตือนเรื่อง
การเดินทางภายในประเทศ ได้มีการส่งผู้สอนไปประจำ
ในพื้นที่ และได้ทำการทดลองออกอากาศเผยแพร่และ
บรรยายสถานที่ทางวัฒนธรรมต่าง ๆ เท่านั้น

ในเดือนมิถุนายน กระทรวงศึกษาธิการฯ ได้ร้องขอ
ให้จัดการเรียนการสอนล่วงหน้าสำหรับนักศึกษาชาว
ต่างชาติระดับปริญญาตรีที่จะเดินทางมาประเทศญี่ปุ่น
จึงต้องเริ่มจัดการเรียนการสอนออนไลน์สำหรับนักศึกษ
กลุ่มนี้ และเกิดปัญหาใหญ่คือเรื่องความแตกต่างของ

เวลา ในบรรดานักศึกษาชาวต่างชาติทุนรัฐบาลญี่ปุ่นที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีทั้งหมด 62 คน มีผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาญี่ปุ่นมาก่อน หรือเป็นผู้เรียนขั้นต้นมากกว่าครึ่ง ทำให้ไม่สามารถหวังผลจากการจัดการเรียนการสอนแบบออนติมานต์ได้ จึงต้องเลือกชั้นเรียนแบบสอนสดที่มีการสื่อสารสองทาง แต่เนื่องด้วยกลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ใน 16 ประเทศ ทำให้ไม่อาจเอาชนะปัญหาความแตกต่างของเวลาได้โดยง่าย ในที่สุดจึงจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยแบ่งชั้นเรียนตามระดับความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นและความแตกต่างของเวลาซึ่งส่งผลให้ จำนวนชั่วโมงเรียนนั้นลดน้อยลงไปเป็นอันมาก

ตั้งแต่เดือนกันยายน 2020 รัฐบาลญี่ปุ่นอนุญาตให้นักศึกษาชาวต่างชาติทุนรัฐบาลญี่ปุ่นสามารถเข้าประเทศได้ และอนุญาตให้นักศึกษาชาวต่างชาติกลุ่มอื่นสามารถเดินทางเข้าประเทศญี่ปุ่นได้ตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นไป ผู้เรียน ①หลักสูตรเตรียมความพร้อมสำหรับนักศึกษาต่างชาติที่ได้รับทุนรัฐบาลญี่ปุ่น เริ่มเรียนช้ากว่ากำหนดไปห้าเดือน ส่วนนักศึกษาใหม่ที่เพิ่งเดินทางเข้าประเทศญี่ปุ่นเป็นครั้งแรก ก็ได้เข้าชั้นเรียนแบบพบปะผู้คนได้ในภาคหลังคือเดือนตุลาคมเป็นต้นไป

ต่อมา นักศึกษา ②หลักสูตรศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งต้องเริ่มเรียนในเดือนตุลาคม มีผู้เข้าร่วมจำนวน 36 คน ก็ค่อยๆ ทอยเดินทางเข้าประเทศญี่ปุ่นในเดือนตุลาคม เดิมมหาวิทยาลัยมีกำหนดรับนักศึกษากลุ่มนี้จำนวน 50 คน แต่เนื่องจากกระทรวงศึกษาธิการฯ อนุญาตให้เลื่อนกำหนดการออกไปเป็นเดือนตุลาคมในปีหน้าได้ ทำให้มีนักศึกษาจำนวน 14 คนได้ตัดสินใจเลื่อนการเดินทางออกไป

นอกจากนี้ นักศึกษา ③หลักสูตรเมเปิลจำนวน 53 คน (เดิมที่มีกำหนดการจะรับนักศึกษาทั้งหมด 79 คน แต่ถอนตัวไป 26 คน) และนักศึกษา ④หลักสูตรวิชาพื้นฐาน จำนวน 19 คนได้ทอยเดินทางเข้าประเทศญี่ปุ่นแบบประปราย ยกเว้นในบางกรณี

กรณีของหลักสูตร ②③④นั้น หากมีผู้เรียนที่

เดินทางมาญี่ปุ่นแม้เพียง 1 คนและเข้าในชั้นเรียน ก็จัดการเรียนการสอนแบบไฮบริด กล่าวคือเป็นการผสมผสานทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ แต่เนื่องด้วยในอาคารศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น (CJLC) ขณะนั้น มีห้องเรียนที่สามารถจัดการเรียนการสอนในรูปแบบไฮบริดนี้ได้เพียง 1 ห้องเท่านั้น (อยู่ระหว่างการย้ายไปวิทยาเขตมิโนะแห่งใหม่ในเดือนมีนาคมปี2021) จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงซ่อมแซมและจัดเตรียมคู่มือการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ภายในห้องเรียนที่เหลืออีก 16 ห้องให้สามารถจัดการเรียนการสอนในรูปแบบไฮบริดได้ พร้อมทั้งมอบหมายให้ผู้ช่วยสอนที่มีความชำนาญทางด้านระบบการสอนแบบออนไลน์คอยช่วยเหลือและสนับสนุนในระหว่างคาบเรียนอีกด้วย

หลักสูตรไม่ได้ให้ผู้เรียนเลือกชั้นเรียนโดยอิสระ แต่กำหนดให้ผู้เรียนในแต่ละคาบต้องไม่เกิน 9 คน ทางศูนย์ฯจึงได้กำหนดเมนูแผนการเรียนของนักศึกษาให้เป็นรายบุคคล โดยพยายามจัดการเรียนการสอนในช่วงเวลา 6.00-24.00 น. โดยให้ผู้เรียนที่เดินทางมาญี่ปุ่นและอยู่ระหว่างการพักรอ ได้เรียนออนไลน์ไปพร้อมกัน ซึ่งเป็นการสร้างภาระแก่ผู้สอนค่อนข้างมาก แต่ก็ช่วยลดคล้ยปัญหาความแตกต่างทางเวลาไปได้

การจัดชั้นเรียนแบบผสมผสานนี้ เป็นมาตรการชั่วคราวเพื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่การเรียนการสอนในชั้นเรียนแบบปกติ สาเหตุที่ยังคงให้ความสำคัญกับการเรียนในชั้นเรียน ก็เพราะเป็นความต้องการของผู้เรียนในช่วงนี้ซึ่งประสงค์จะใช้ช่วงเวลาที่มาศึกษาต่อในญี่ปุ่นอันจำกัดให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ในสถานการณ์ปัจจุบัน หากสามารถจำกัดผู้เรียนได้ไม่เกิน 10 คน และสามารถดูแลด้านสุขภาพได้ ความจริงแล้วการได้สอนแบบพบหน้าในชั้นเรียนจะทำให้เกิดประสิทธิผลทางการศึกษาสูงกว่า แต่สำหรับการทำกิจกรรมกลุ่มเช่น ทัศนศึกษาในพื้นที่จริงหรือกิจกรรมนอกชั้นเรียน ยังไม่สามารถทำได้อยู่ดีประเด็นที่ต้องขบคิดต่อคือ จะบริหารการสอนแบบออนไลน์เพื่อชดเชยส่วนที่ขาดหายไปได้อย่างไร



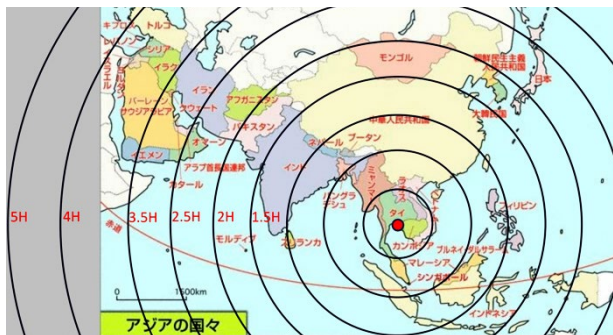
4. แนวทางอนาคตเพื่อตอบสนองต่อยุคนิว นอร์มอล

การจัดการเรียนการสอนแบบ PBL (Project-based Learning) ในภาคแรกของปีการศึกษาหน้านั้น นักศึกษาแต่ละคนได้ไปเยี่ยมชมสวนสาธารณะมิโน เพื่อศึกษาเรียนรู้ นำสิ่งที่ได้มาอภิปรายกลุ่ม แล้วสรุปผล นอกจากนี้ กิจกรรมการพูดคุยปรึกษากับตัวเตอร์ชาวญี่ปุ่น เป็นการพูดคุยแบบตัวต่อตัว ดังนั้นถึงแม้จะปรับเป็นแบบออนไลน์ก็ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

จากประสบการณ์ข้างต้น สิ่งที่ได้นำมาพิจารณา คือ การสร้างโปรแกรมการเรียนแบบผสมผสานคือ จัดการสอนออนไลน์ล่วงหน้าก่อนเดินทางมาญี่ปุ่น เมื่อเดินทางมาถึงก็จัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน และสนับสนุนการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรโดยใช้ระบบออนไลน์

การสอนล่วงหน้าก่อนเดินทางมาญี่ปุ่น อาจจะเป็นช่วงเวลา 1 เดือนหรือ 3 เดือน และจัดสอนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง ปฐมนิเทศหากจำเป็น นักศึกษาเดินทางมาญี่ปุ่นให้ทันกับช่วงเปิดภาคเรียนในเดือนเมษายน และเรียนแบบเข้มข้นเรียนในห้องเรียนของศูนย์ CJLC ระหว่างที่เรียนอยู่จะมีการให้คำปรึกษาด้านการเรียน การพูดคุยปรึกษากับตัวเตอร์ การสนับสนุนกิจกรรมนอกชั้นเรียนผ่านระบบออนไลน์

เดิมทีการเรียนล่วงหน้าก่อนเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นนั้นจะอยู่ในความรับผิดชอบของอาจารย์ประจำศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ณ สำนักงานของมหาวิทยาลัยมหิดล การเรียนออนไลน์นั้น สามารถส่งสัญญาณจากที่ไหนก็ได้ อีกทั้งไม่ใช่วิชาที่ต้องมีการเก็บหน่วยกิต จึงไม่จำเป็นต้องยึดติดกับเวลาในคาบเรียนของญี่ปุ่น ด้วยเหตุนี้ การที่สำนักงานอยู่ในประเทศไทย ซึ่งไม่มีความแตกต่างทางเวลากับมหาวิทยาลัยในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือเอเชียใต้ และแม้แต่ยุโรปก็จะมีช่วงเวลาที่ยาวกันราว 6 ชั่วโมง หากย้ายฐานการจัดการการสอนล่วงหน้าไปอยู่ที่ประเทศไทย อาจารย์ผู้รับผิดชอบจะสามารถรับมือได้โดยไม่เป็นภาระมากนัก แนวคิดนี้เกิดขึ้นจากประสบการณ์การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ในยุคโควิดซึ่งต้องรับมือกับปัญหาความแตกต่างของเวลา ตามกำหนดการแล้วจะมีการส่งอาจารย์ผู้รับผิดชอบไปประสานงานที่ประเทศไทยในเดือนสิงหาคม แต่ทว่านักศึกษาต่างชาติใหม่ที่ไมใช่นักศึกษาต่างชาติที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ยังไม่สามารถเข้าประเทศญี่ปุ่นได้เนื่องจากปัญหาโควิด นักศึกษาต่างชาติกลุ่มดังกล่าวเรียนแบบออนไลน์มาโดยตลอด จึงเป็นที่น่าเสียดายอย่างมากที่ไม่สามารถพิสูจน์ประสิทธิภาพของรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบนี้ได้



สำนักงานและวิทยาเขตร่วมของมหาวิทยาลัยโอซาก้า (ในมหาวิทยาลัยมหิตล)

แนวทางอีกประการหนึ่งที่จะเป็นการปฏิรูปการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติจากนี้ไปคือ การก่อตั้ง “ศูนย์วิจัยการสอนญี่ปุ่นศึกษาในระดับสากล” พันธกิจของศูนย์นี้คือ ①.การสร้างแพลตฟอร์มใหม่ด้านการศึกษามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่มีญี่ปุ่นศึกษาเป็นศูนย์กลาง เพื่อจัดตั้งศูนย์วิจัยระดับโลก (การสร้างฐานการวิจัย) ②.การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระดับสากลที่เข้าใจภาษา วัฒนธรรม และสังคมญี่ปุ่นอย่างลึกซึ้ง และสามารถร่วมสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ กับผู้คนที่มีความรู้ทางภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่าง (การสร้างฐานการสอน) และ ③.การสร้างศูนย์กลางเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา (Japanese Studies) ที่จะเป็สะพานเชื่อมประเทศญี่ปุ่นกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก (การสร้างฐานการทำกิจกรรม)

ปัจจุบัน ประเทศญี่ปุ่นตระหนักว่า “การเป็นอยู่ของมนุษย์ หรือสังคม มีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรมจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้” ถึงแม้กฎหมายพื้นฐานว่าด้วยวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีจะได้รับการพิจารณาแก้ไขแล้ว แต่ญี่ปุ่นในฐานะประเทศพัฒนาแล้ว จะต้องรับมือกับปัญหาระดับโลก เช่นการเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยและเด็กเกิดน้อย เร็วกว่าประเทศอื่นๆ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระดับสากลที่เข้าใจลักษณะพิเศษเชิงพื้นที่ของประเทศญี่ปุ่น และสามารถร่วมมือกับผู้คนทั่วโลกเพื่อแก้ปัญหาระดับโลกเหล่านี้ได้

ดังนั้น ภายในระดับมหาวิทยาลัยจึงมีเสียงเรียก

ร้องให้ศูนย์ CJLC เปิดกว้างรายวิชาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งผมมองว่าเป็นโอกาสที่ดี มหาวิทยาลัยโอซาก้าประกอบด้วย 3 วิทยาเขต หากปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาต่างชาติให้เป็นแบบไฮบริด กล่าวคือผสมผสานกับการเรียนแบบออนไลน์ จะช่วยให้ผู้สอนไม่ต้องรับภาระหนัก และยังเป็นโอกาสให้นักศึกษาสายวิทยาศาสตร์ชาวญี่ปุ่นจากวิทยาเขตอื่นที่ไม่ค่อยได้แลกเปลี่ยนกับนักศึกษาต่างชาติ สามารถลงทะเบียนเรียนได้ด้วย และหากเปิดรายวิชาที่จัดการเรียนการสอนแบบ PBL (Project - based Learning) เพื่อให้นักศึกษาได้คิดหาวิธีแก้โจทย์สังคม ก็สามารถจัดให้มีการทำงานร่วมกันกับนักศึกษาชาวญี่ปุ่นที่เรียนสาขาอื่นๆ บนออนไลน์ได้เช่นกัน

ตัวอย่างต่างๆ เหล่านี้ ผมคิดว่าจะไม่จำกัดอยู่เพียงแค่มหาวิทยาลัยโอซาก้า หากสามารถพัฒนาหลักสูตรที่มีทั้งการจัดการเรียนล่วงหน้าก่อนเดินทางไปญี่ปุ่น และเปิดให้มีการเรียนร่วมกับนักศึกษาชาวญี่ปุ่นหลังจากเดินทางไปเรียนที่ญี่ปุ่น ก็น่าจะนำเสนอเป็น “โมเดลการศึกษาต่อต้านภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น” ที่เข้ากับยุคนี้ นอร์มอล ต่อมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศได้

5. บทสรุป

มหาวิทยาลัยโอซาก้าวิทยาเขตมิโนแห่งใหม่ได้เปิดตัวขึ้นในเดือนเมษายนปีค.ศ.2021 และศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น (CJLC) ได้ย้ายไปอยู่

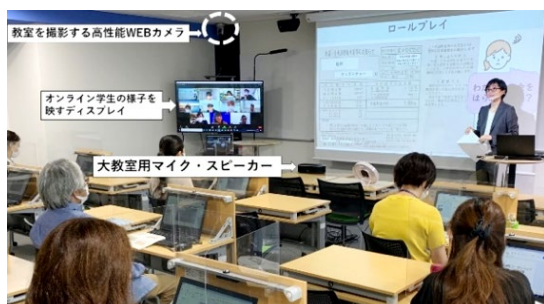
ที่ชั้น 7 ของอาคารวิจัยแห่งใหม่ภายในวิทยาเขตมิโน ซึ่งเมื่อเทียบกับวิทยาเขตมิโนที่เก่าแล้ว พื้นที่ที่เป็น บริเวณของศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น นั้นลดลงครึ่งหนึ่งเลยทีเดียว แต่ทว่าที่วิทยาเขตมิโนแห่งใหม่นั้น นอกจากจะมีห้องเรียนสำหรับเรียนออนไลน์ โดยเฉพาะ 1 ห้องแล้ว ยังมีห้องเรียนที่สามารถจัดการเรียนการสอนในรูปแบบไฮบริดได้ทั้งหมดถึง 12 ห้อง และในบริเวณใกล้เคียงยังมีหอพักนักศึกษา ที่เป็น

ห้องเดี่ยวทั้งหมด 320 ห้อง (มีครัว ห้องน้ำ และห้องอาบน้ำภายในห้อง) ซึ่งในจำนวนนี้มี 200 ห้องที่สงวนไว้สำหรับนักศึกษาแลกเปลี่ยนของศูนย์ CJLC ด้วยเหตุนี้จึงสามารถกล่าวได้ว่าเราได้จัดเตรียมสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่เข้ากับยุคนิว นอร์มอลไว้พร้อมแล้ว ที่เหลือก็คือ การดำเนินการตามแนวทางที่ได้พิจารณาไว้ และพยายามให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีและรวดเร็วที่สุด



(ซ้าย) หอพัก (ขวา) อาคารเรียน และห้องพักอาจารย์แห่งใหม่ในวิทยาเขตมิโน

ชั้น 7 ศูนย์การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น (CJLC)



ห้องเรียนอัจฉริยะ

Affiliation: Center for Japanese Language and Culture, Osaka University

Corresponding email: Prof. Hitoshi Kato director@cjlc.osaka-u.ac.jp

Assoc.Prof. Manami Fujihira m.fujihira@cjlc.osaka-u.ac.jp

Received: 2021/06/15

Accepted: 2021/06/17

The Development and Evaluation of a Self-efficacy Scale for Japanese Language Assistants: Targeting “NIHONGO Partners” Dispatched to Thailand

Abstract

The purpose of this study was to create a scale of self-efficacy (SE) for Japanese language assistants. Focusing on Thai secondary schools which have a large number of Japanese learners in Southeast Asia, we conducted a questionnaire survey of “NIHONGO Partners” (NP), Japanese language assistants. Five factors were extracted: “positive communication,” “enthusiasm for the class,” “relationship with the teacher,” “optimistic personality,” and “recognition of one’s position as NP.” Moreover, as a result of conducting a longitudinal survey at the start, mid-term, and end of the period of dispatch to examine changes during this period, “positive communication,” “enthusiasm for the class,” and “recognition of one’s position as NP,” dropped a little at the mid-term stage. But these factors increased at the end, while the category, “optimistic personality,” continued to increase from start to finish. These factors suggest that SE increased due to experience. On the other hand, the “relationship with the teacher” dropped significantly at the mid-term stage, and further decreased at the end compared to what it was at the start. Among the reasons for this, it was found that the average value of one of the subordinate items, “make a firm meeting with CP (counterpart, the Thai Japanese teacher) beforehand” was low. This scale is considered to be useful and versatile, satisfying the requirements of both reliability and validity as well as a stepwise change.

Key words

self-efficacy, Japanese language assistant, “NIHONGO Partners” Thai secondary schools, scale making

1. Introduction

According to the Japan Foundation (2020), 80 percent of the overseas learners of Japanese language are in East Asia and Southeast Asia. In addition, the numbers in most Southeast Asia countries are increasing. The percent of Japanese language learners in secondary schools is close to 50%, the largest percentage among education stages. The Japan Foundation Asia Center (2020) dispatches Japanese teaching assistants (referred to in this article as Japanese language assistants or JA) through its “NIHONGO Partners” (NP) program mainly to secondary schools in ASEAN countries in order to promote Japanese language and cultural exchange. The largest number of NP the Japan Foundation dispatches is to Indonesia, and followed by Thailand. In Indonesia, the annual number of the learners has been changing. On the other hand, in Thailand, the annual number of the learners has increased steadily and notably has reached 70 percent in secondary schools (Japan Foundation, 2017, 2020). However, it continues to be said that there is a chronic shortage of native Japanese language teachers. In the background, there are voices from the field asserting that this is due to low salaries and inconveniences in living in local cities and that there are cases where long-staying senior Japanese participate in Japanese classes as volunteers.

Therefore, in this study, we selected NP as subjects of the survey because most JA in the secondary schools in Thailand are NP. For local Japanese language learners and Japanese language teachers, NP are considered to

contribute to the motivation of learners and the expansion of teaching activities as living teaching resources. However, many issues in collaboration have been pointed out (Nakayama, 2016:76). According to NP officials, NP are confused because the busy Thai Japanese teachers (referred to in this article as “the counterparts” or CP) do not have time to meet with NP, because the communication with CP does not go well, or because of the differences in the Thai education system (schedule often changes or suddenly is decided). The NP must be a native speaker of Japanese, but experience in teaching Japanese is not a condition. Therefore, NP, who are not professional, seem to face their internship practice with psychological issues related to uneasiness and lack of confidence. For example, it is assumed that an NP, who was full of motivation and self-efficacy (SE) before being dispatched, encounters situations beyond imagination during their dispatch and loses confidence in going on, or is at a loss because they do not know how to solve the problem.

In that situation it is supposed that self-efficacy, defined by Bandura (1977) as a feeling of effectiveness in anticipating how well one can accomplish the action that one needs to take, strongly influences the psychological adaptation to the activity at one’s post. SE becomes an important factor in deciding one’s own action, and, especially in the field of the education, it is found that it relates significantly to the achievement of the learner (Itano & Maeda, 2002, etc.).

The SE of NP, that is, the confidence of the JA, affects the classroom atmosphere in collaborating with the teacher and his or her performance in the role as an assistant, so that the learner can concentrate on learning with peace of mind and more motivation. Therefore, the SE of NP is an important aspect to consider. However, at present, there is no scale for measuring JA's SE. Developing an SE scale will enable JA and their dispatchers to visualize psychological issues that may be experienced and must be overcome in the process of growth as a JA, and can be a useful contribution to future JA development and NP dispatch projects.

In this study, we investigated SE of NP in Thailand and have designed a scale to measure SE. In that process we conducted a one-year long-term survey using the SE scale and tried to grasp the changes that occur in SE throughout the dispatch period. Through these results, for example, it is possible to know what is required of the NP before being dispatched, to measure the degree of adaptation of the NP themselves during dispatching period, and to measure what and how much has been achieved at the end of the dispatching term. In other words, we think that it may be possible to understand what kind of support and the amount of time that is necessary and effective for NP to adjust effectively to their role.

From the above, we consequently aim to create a guideline for appropriate educational support for NP (JA).

2. Previous research

As Bandura (1977, 191-192) indicates, "Stimuli influence the likelihood of a behaviour's being performed by virtue of their predictive function, not because the stimuli are automatically connected to responses by their having occurred together. Reinterpretation of antecedent determinants as predictive cues, rather than as controlling stimuli, has shifted the locus of the regulation of behaviour from the stimulus to the individual." He recognized the predictive functions of personal cognitive factors as variables mediating stimuli and responses and tried to clarify the kind of functions they played in action transformation. In his proposed model, expectations of personal efficacy derived from four principal sources of information: performance accomplishments, vicarious experience, verbal persuasion, and physiological states.

This concept of SE had an impact in basic psychological theories related to incentive, and is recognized in many fields including education, sociology, career studies, medical science, etc. Among them, Manabe et al. (2007) conducted a quantitative survey of nursing trainees and developed a scale to measure SE. They considered that SE affects the anxiety and self-confidence of nursing students in the clinical practical training that requires nursing practice and interpersonal skills because it is expected that nursing students will experience difficulties and stress in dealing with subjects of various ages and diverse social backgrounds.

In the field of teaching Japanese as a foreign language, Oka (2006) conducted a questionnaire survey of students attending Japanese language schools to clarify their motivations for learning Japanese. Assuming the expectation for the learner's own ability, that is, SE, promotes learning motivation, she used the SE scale for Japanese in their national language by Ito (1996) the scale of which was created with reference to the SE scale of Pintrich and De Groot (1990). The results clarified that finding pleasure in learning increases the sense of competence, and finding difficulty in learning lowers SE. In addition, Karakisawa (2010) analyzed the participant observation of Japanese language support practice for JSL children who had difficulty in participating in "writing" activities, and found that it is important to connect the motivation "they want to participate", to "they seem to be able to participate", and the sense of accomplishment "they were able to participate."

As for previous studies on JA, Furubeppu (2009) described how the image of a good Japanese teacher held by two JAs dispatched from a university course in teaching Japanese as a foreign language to secondary schools in New Zealand changed in the course of their overseas teaching experience based on PAC (Personal Attitude Construct) analysis and semi-structured interviews. The post-return data showed strong influences on each assistant by their mentoring Japanese language teacher. After returning from abroad the JAs' common image of a good Japanese teacher included class

management ability and a cheerful personality. Furubeppu (2018) sought to discover the behavioral characteristics of good Japanese language assistants (JA) from the standpoint of secondary school Japanese language teachers (JLT) in English zone countries. The analysis revealed four notable factors: "JLT's expertise, English ability and discipline," "the basic attitude as the person engaged in teaching toward learners," "cheerfulness," and "diligence and role recognition." Among them, "the basic attitude as a person engaged in teaching toward learners" was strongly demanded and "JLT's expertise, English ability and discipline" was less demanded. However, there are few previous studies on JA overseas, and empirical surveys outside the English zone countries have not been conducted as far as we have been able to discover in the literature.

From the above, it could be said that it is important to investigate SE of NP in Thailand, because SE relates to motivation, especially in responding to difficulties and problems, and because there is still not a scale of SE for JA while the number of Japanese learners is increasing remarkably in Southeast Asian countries.

3. Purpose

As mentioned in the Introduction, SE is defined here again as "a feeling of effectiveness in anticipating how well one can accomplish the action that one needs to take." Based on that, in this study, we define SE of JA as follows: "The confidence that the native Japanese

language person has when he/she plays the role of supporting the qualified teacher.” Furthermore, we aim to extract factors that influence SE of NP in Thailand who act as JA especially in the secondary schools which contain nearly half of the world’s Japanese language learners, to make a SE scale and confirm the effectiveness of the scale by using it on a trial basis.

4. Methods and Ethical considerations

With reference to Manabe et al. (2007) mentioned in the section above on previous research, we made a preliminary SE scale [Investigation 1] first. Then, we examined the factor structure and chose question items through an exploratory factor analysis and tested the reliability of the factors. After that, we examined the validity of the provided model through confirmatory factor analysis [Investigation 2]. As a follow-up we conducted a longitudinal survey with NP during the dispatch period, in order to investigate the changes in SE throughout the length of the dispatch period [Investigation 3].

In conducting [Investigation 1], [Investigation 2] and [Investigation 3], the ethical procedures were reviewed and approved by the Japan Foundation Asia Center and the research ethics rules of the institution to which the authors belong. In addition, at the beginning of the online questionnaire, the following things were specified: the purpose of the research, cooperation is voluntary, protection of personal information, respondents are not identified

because the data is treated statistically, the results are to be published as research, answering the questionnaire is considered as consent to the survey, and the method was provided of contacting the person in charge of the survey.

4-1 [Investigation 1] : Making question items for the preliminary scale

4-1-1 Subjects and survey period

In March 2019, the survey was conducted with 79 people in the group referred to as the NP6th (dispatched from May, 2018 to March, 2019) just after they had finished their activity. All 79 people agreed to take the survey (sex: male [20], female [59]; age: twenties [45], thirties [15], forties [6], fifties [4], sixties [9]).

It is a characteristic (feature) of NP that the age range is from 20s to 60s, and not only in the NP6 period but also other periods the gender ratio is biased (there are far more women than men). These variables do not seem to effect the result.

4-1-2 The process of making question items for the preliminary scale

The aim was to collect words of NP with full variations and items about the effect of anticipation on SE, a feeling of how well they could accomplish the actions that were needed. Respondents were asked to use the sentence completion method (around 100 characters in the Japanese language) for three important items: (1) what is/was important in playing as the assistant in the class, (2) what is/was important in acting as NP in the field, (3) what

is/was important in building the relations with CP and the pupils. In addition, the term “important thing” was used as a stimulus phrase because the survey was conducted just after the NP finished all of their activities and it was assumed that they had gotten a feeling of accomplishment through their activity experience.

4-1-3 Results

We examined the collected descriptions with statistical analysis of text using KH Coder, an open source content analysis and text mining software program. Statistical analysis of text refers to the method of performing a content analysis by arranging or analyzing text type data using quantitative analysis techniques (Higuchi, 2014, p.15). According to Higuchi, KH Coder’s statistical analysis of text makes full use of both quantitative and qualitative methods, and it is said to make it is possible to discover a potential concept not found by simply reading text data. Therefore, in this survey, we used this software to discover potential concepts noted by NP in free answer sentences.

Morphological analysis was performed using KH Coder to extract noun phrases contained in each sentence. The total number of extracted words was 10,011, of which the number of different words was 1,191. The most frequently used words in the extracted word analysis were “think” (113 times), “myself” (107 times) second, and “CP” (99 times) third. After that, a co-occurrence network was created to confirm the commonality of the vocabulary (Fig. 1). In KH Coder’s co-occurrence network diagram,

categories are automatically generated based on the strength of the co-occurrence relationship between vocabularies. As a result, 14 categories were extracted from the network diagram. And 1,243 descriptive sentences containing the relevant words were classified by frequency with reference to the preceding and subsequent sentences of the vocabulary contained in each category (Fig. 2). The details are described as follows:

The items most frequently described were items related to the class lesson (categories ①, ⑩, ⑪). Category ① mainly referred to the relationship between “myself” as an NP and “the other party” who are CP or pupils, and about the “important thing” when conducting classes and activities. There were 603 items in total. Applicable in category ⑩, there were 107 items related to “relationship with CP” in the class and “creating an atmosphere” in which it is easy to learn in the class. In category ⑪, there were 24 items related to voluntarily “express NP’s opinions to CP”. The next most frequently described were items related to the understanding of cultural differences between Thailand and Japan (category ③). There were 152 items describing these differences such as respecting and accepting Thai culture and thinking about what they would do as Japanese people. Moreover, there were items related to class preparation in advance (categories ⑦, ⑭). Category ⑦, “meeting beforehand with CP,” was considered the most important and category ⑭, “preliminary grasp of the lesson content” followed. The former was noted in 22 items

toward overseas life such as enjoying “daily life” and having a “regular life.” There were 54 items. Category ⑥ was related to cooperation and gratitude, such as remembering to be “grateful.” There were 36 items. Category ⑨ included 17 items related to flexible response. Category ⑫ consisted of 23 items related to enjoying life. And Category ⑬ was made up of 74 items related to maintaining a “positive” attitude toward everything.

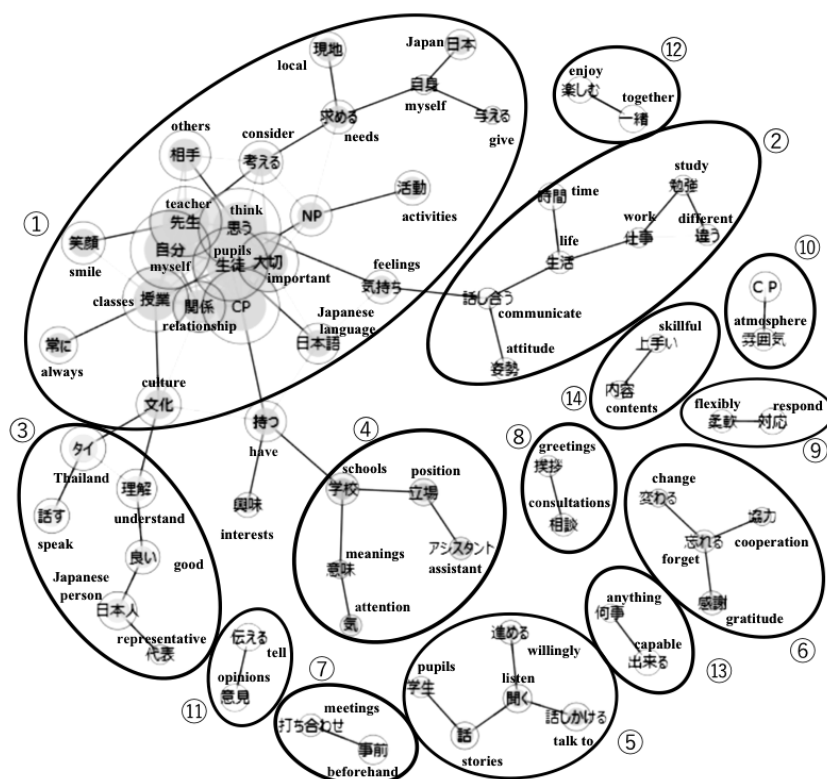


Figure 1 Network diagram

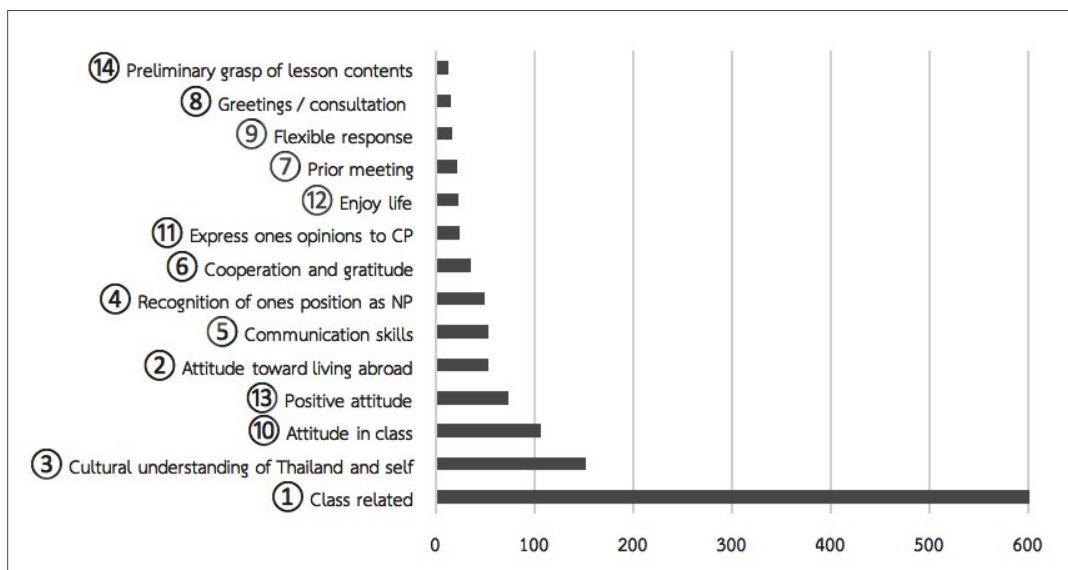


Figure 2 Frequency of descriptive sentences including vocabulary of each category

4-1-4 Composition of preliminary scale items

We adjusted the overlapping items in the above 14 categories based on previous studies such as Furubeppu (2018). Finally, a preliminary scale of 50 items was created. The instructional question was “How well do you think you did in your activity as NP. Please select a number from 1 to 6.” The NP was to answer on a six-point scale from “I think I couldn’t do it at all” to “I think I could do very well.” The higher the SE is, the higher the rating is.

4-2 [Investigation 2] : Making the SE scale and examination of reliability and validity

4-2-1 Item analysis

We conducted an exploratory factor

analysis in order to investigate the factor structure of the SE scale of NP and selected question items, and calculated reliability coefficient. Moreover, confirmatory factor analysis was performed to examine the validity of the model obtained by the analysis. As for the data collection procedure in the analysis, an online questionnaire of 50 items was used. We asked those who had had experience as NP (a total of 290 people from the NP1st to the NP6th, from September 2014 to March 2019) to respond to the survey.

4-2-2 Results

The responses were obtained from 95 people: (NP1st [10], NP 2nd [9], NP 3rd [3], NP 4th [4], NP 5th [47], NP 6th [22]). Descriptive statistics are as follows in Table 1.

Table 1 Descriptive statistics of 50 question items

		<i>M</i>	<i>SD</i>	kurto sis	skew ness
* Shaded items are deleted					
TP1	Give your CP an open and clear opinion	4.28	1.32	-0.36	-0.70
TP2	Have a sincere attitude toward pupils	5.42	0.85	-2.13	7.36
TP3	Support smooth lessons that follow the CP lesson style	4.77	1.14	-0.86	0.45
TP4	Prepare for interesting and fun classes	4.51	1.14	-0.65	0.42
TP5	Take on the attitude of learning from Thai people and Thai culture	5.68	0.84	-2.23	5.64
TP6	Often talk to the CP, pupils, and people around	5.04	1.09	-1.10	0.94
TP7	Take a humble attitude toward the work.	5.11	0.92	-1.11	1.31
TP8	Respect CP	5.09	1.09	-1.20	0.78
TP9	Create an atmosphere that is easy for pupils to talk to	5.15	0.93	-1.38	2.08
TP10	Understand the position of being a teacher, but not in authority	5.15	0.99	-1.08	0.66
TP11	Do one's best in class	4.98	0.97	-1.14	2.14
TP12	Enjoy what happens unexpectedly	4.95	1.02	-0.89	1.07
TP13	Try to understand what the other person is saying	5.13	0.84	-0.77	0.02
TP14	Think optimistically	4.79	1.25	-1.01	0.48
TP15	Adapt your style to that of the CP	5.13	0.94	-1.56	3.64
TP16	Greet pupils with a smile	5.55	0.71	-2.10	6.17
TP17	Realize that you could come because there was a dispatch request from the school.	4.97	1.03	-1.28	2.20
TP18	Have conversations using easy Japanese in class	5.03	0.89	-0.68	0.12
TP19	Treat Thai people without prejudice	5.54	0.92	-1.42	4.41
TP20	Make full use of various means for communication	5.31	0.86	-1.11	0.89
TP21	Take good care of your health	4.74	1.25	-0.57	-0.85
TP22	Initiate your own proposals to CP	4.60	1.16	-0.93	1.03
TP23	Value the personality of the students	5.41	0.81	-2.07	7.53
TP24	Be aware that you are an assistant	5.39	0.76	-1.20	1.11
TP25	Be aware of being a native Japanese speaker in class	5.42	0.72	-0.81	-0.70
TP26	Continue to be interested in Japanese culture and Japanese language	5.22	0.88	-0.81	-0.34

TP27	Express your gratitude to others	5.40	0.78	-1.48	2.91
TP28	Act in a modest manner	5.25	0.87	-1.73	4.86
TP29	Understand the character and thoughts of CP	5.01	0.98	-1.35	2.66
TP30	Try to talk to pupils in Thai as well as Japanese	4.66	1.28	-0.57	-0.62
TP31	Make a Japanese fan	4.91	0.97	-1.00	1.78
TP32	Create an atmosphere that allows pupils to use incorrect Japanese	5.42	0.78	-1.14	0.42
TP33	Be aware of being a representative of the Japanese	4.95	0.94	-1.12	2.42
TP34	Proactively greet	5.46	0.90	-2.34	7.01
TP35	Be willing to build relationships with others	4.98	1.07	-1.34	2.45
TP36	Maintain clarity of roles with CP	4.92	1.17	-1.44	2.28
TP37	Enjoy class with pupils and CP	5.08	0.99	-1.16	1.72
TP38	Show enthusiasm for class, school events and cultural introduction	5.36	0.74	-0.82	-0.22
TP39	Try to communicate even if they are not perfect	5.35	0.82	-1.95	6.75
TP40	Be flexible	5.27	0.80	-0.77	-0.35
TP41	Make classes that encourage pupils to learn more	4.59	1.03	-0.82	1.61
TP42	Be patient in class	5.07	0.90	-1.62	2.53
TP43	Continue to have a challenging spirit	4.99	0.97	-1.08	1.94
TP44	Communicate closely with CP	4.77	1.21	-0.88	0.20
TP45	Give pupils confidence	4.71	0.98	-1.15	2.37
TP46	Make a firm meeting with CP beforehand	3.67	1.19	-0.04	-0.72
TP47	Be natural	4.98	1.20	-1.03	1.40
TP48	Build trust with CP	4.80	1.30	-0.92	0.11
TP49	Actively interact with pupils during non-class hours	4.92	1.14	-1.13	1.04
TP50	Guess what CP wants in class and take the initiative	4.56	1.10	-0.69	0.36

First, 12 items among 50 question items were excluded since those were remarkable both with high ceiling effect and floor effect, and with high kurtosis/skewness (Table 1). After that, the remaining 38 items were subjected to an exploratory factor analysis. From the change of eigenvalues (7.99, 1.74, 1.62, 1.34, 1.15, 0.63,

0.56...), we judged that the five-factor structure was appropriate. The number of factors was determined to be 5 and factor analysis (maximum likelihood method, promax rotation) was performed. Items with commonality less than .20, items with factor loading less than .40, and items showing high factor loading with

multiple factors were excluded and analyzed again. As a result, a five-factor structure in which all items have a commonality of .20 or more and a factor loading of .50 or more for any factor was extracted, and Table 2 shows the final result. Each factor was labelled “positive communication,” “enthusiasm for class,” “relationship with CP,” “optimistic personality” and “recognition

of position as NP.” The ratio of explaining the total variance of 19 items by the 5 factors before rotation was 64%. The reliability coefficient of factors (Cronbach's α coefficient) is preferably .70 or more in the case of the questionnaire scale (Takeuchi & Mizumoto, 2014). All five factors are greater than .70 and satisfy the criteria.

Table 2 Results of exploratory factor analysis

		I	II	III	IV	V	<i>h</i> ²
I. Positive communication (α = .88)							
TP6	Often talk to the CP, pupils, and people around me	.929	-.233	-.040	.098	-.053	.306
TP9	Create an atmosphere that is easy for pupils to talk to	.809	.058	-.023	-.112	.068	.355
TP49	Actively interact with pupils during non-class hours	.681	-.016	.013	.055	-.048	.520
TP35	Be willing to build relationships with others	.675	.109	.141	-.055	.017	.344
TP20	Make full use of various means for communication	.582	-.017	-.006	.052	.122	.567
TP45	Give pupils confidence	.535	.228	.060	.058	-.049	.450
II. Enthusiasm for class (α = .80)							
TP11	Do one's best in class	-.055	.917	-.182	-.057	.167	.251
TP4	Prepare for interesting and fun classes	-.134	.735	.038	.260	-.033	.360
TP22	Initiate your own proposals to CP	.106	.679	.257	-.109	-.325	.398
TP33	Be aware of being a representative of the Japanese	.030	.525	-.105	-.060	.461	.426
III. Relationship with CP (α = .84)							
TP48	Build trust with CP	.017	-.075	.862	.183	.103	.124
TP44	Communicate closely with CP	.178	.005	.772	-.124	.069	.250
TP46	Make a firm meeting with CP beforehand	-.168	.229	.559	.014	.079	.531

IV. Optimistic personality ($\alpha = .82$)

TP47	Be natural	-.024	-.208	.277	.794	-.005	.283
TP12	Enjoy what happens unexpectedly	-.045	.327	-.149	.705	-.025	.375
TP14	Think optimistically	.181	.052	-.067	.704	.029	.319

V. Recognition of position as NP ($\alpha = .78$)

TP24	Be aware that you are an assistant	-.225	-.065	.143	-.031	.754	.480
TP7	Work humbly	.156	.127	-.008	-.027	.690	.340
TP36	Keep a proper sense of distance from CP	.243	-.028	.173	.136	.573	.226

Factor correlations	II	.575			
	III	-.392	-.386		
	IV	-.538	-.415	.458	
	V	.561	.472	-.417	-.416

Next, based on the results of the exploratory factor analysis, a verification factor analysis was conducted with 5 factors (Fig. 3). The goodness of fit was GFI=.80, AGFI=.73, CFI=.90, RMSEA=.08, and AIC=332.391. Although the GFI and AGFI values were slightly low, the factor loadings were all above .50, and it was judged that the fit was satisfactory. The observation variable items in Fig. 1 correspond to the item numbers shown in Table 1. The numerical value on the observed variable indicates the coefficient of

determination (R^2).

From this, it can be considered that the interpersonal relationship between CP and pupils and the consideration and surrounding attitudes have a stronger influence on SE as an NP, than the notion of the Japanese language itself. In particular, NP seem to have an image of SE which is characterized by making use of actions and various means, that is, by much more active communication ability.

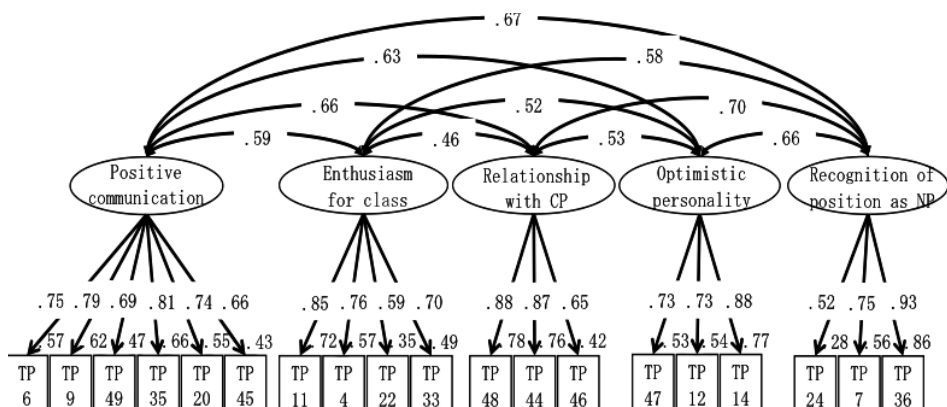


Figure3 Results of verification factor analysis (standardized estimated value)

4-3 [Investigation 3] : Utilization of the SE scale

4-3-1 Subjects and survey period

In order to investigate the changes in SE due to the progress of the NP during the dispatch period, an online questionnaire of the 50 question items that resulted from the above analysis was used¹. A longitudinal survey was conducted with 84 participants in the NP7th cohort (dispatched from May 2019 to February 2020) at the start of activities (when they arrived in Thailand), in the middle period (after 5 months), and at the end (after 9 months)(when they were still at their assigned positions).

4-3-2 Results

Multivariate analysis of variance (MANOVA) was performed to examine the effects of the three survey times on the five factors obtained by exploratory factor analysis. A significant difference was observed (positive communication: Wilks's $\lambda = .789$, $F(2, 166) = 10.964$, $p < .01$, $\eta^2 = .211$, enthusiasm for the lesson: Wilks's $\lambda = .824$, $F(2, 166) = 8.735$, $p < .01$, $\eta^2 = .176$, relationship with CP: Wilks's $\lambda = .786$, $F(2, 166) = 11.159$, $p < .001$, $\eta^2 = .214$, optimistic personality: Wilks's $\lambda = .882$, $F(2, 166) = 5.476$,

$p < .05$, $\eta^2 = .118$, and recognition of position as NP: Wilks's $\lambda = .760$, $F(2, 166) = 12.914$, $p < .001$, $\eta^2 = .240$).

Next, a multiple comparison test using the Bonferroni correction was performed to examine where there were significant differences at the start, middle period, and end. The p -value was corrected during the test. First, in “positive communication,” there was a significant difference between the values in the middle period (4.77) and the end (5.03). Next, also in the “enthusiasm for class,” there was a significant difference between the values in the middle period (4.54) and the end (4.80). In “relationship with CP,” significant differences were observed between the beginning (4.61), the middle period (4.02), and the end (4.2). The “optimistic personality” showed a significant difference between the beginning (4.77) and the end (5.04), and between the middle period (4.83) and the end. Finally, in “recognition of ones position as NP,” there were significant differences between the beginning (5.14) and the end (5.35), between the middle period (5.08) and the end (Table 3 and Fig.4).

Table 3 Mean value of SE scale according to progress (standard deviation in parentheses)

Factors	Time 1	Time 2	Time 3	F
Positive communication	4.93 (0.64)	4.77 (0.69)	5.03 (0.66)	10.964 **
TP6	4.88 (0.92)	4.56 (1.13)	4.89 (1.04)	
TP9	5.01 (0.81)	5.05 (0.82)	5.24 (0.80)	

¹ Since the survey was conducted at the same time as the item analysis survey, 50 items from the preliminary scale were used.

	TP49	4.93 (0.88)	4.67 (1.03)	4.94 (0.86)	
	TP35	5.01 (0.81)	4.62 (1.17)	4.87 (0.96)	
	TP20	5.27 (0.79)	5.21 (0.72)	5.35 (0.72)	
	TP45	4.61 (0.85)	4.52 (0.88)	4.92 (0.92)	
Enthusiasm for class		4.71 (0.64)	4.54 (0.75)	4.80 (0.66)	8.735 **
	TP11	5.15 (0.79)	5.00 (0.83)	5.10 (0.78)	
	TP4	4.30 (0.92)	4.06 (1.09)	4.39 (0.91)	
	TP22	4.27 (0.84)	4.26 (1.15)	4.60 (1.06)	
	TP33	5.13 (0.83)	4.82 (0.91)	5.12 (0.81)	
Relationship with CP		4.61 (0.71)	4.02 (1.00)	4.27 (1.10)	11.159 ***
	TP48	4.80 (0.74)	4.57 (1.21)	4.75 (1.10)	
	TP44	4.76 (0.87)	4.23 (1.26)	4.48 (1.40)	
	TP46	4.27 (0.89)	3.26 (1.18)	3.57 (1.36)	
Optimistic personality		4.77 (0.78)	4.83 (0.85)	5.04 (0.80)	5.476 *
	TP47	4.60 (1.07)	4.60 (1.14)	5.04 (0.91)	
	TP12	4.82 (1.03)	5.00 (0.98)	5.05 (1.05)	
	TP14	4.90 (0.89)	4.88 (1.07)	5.05 (0.97)	
Recognition of position as NP		5.14 (0.56)	5.08 (0.58)	5.35 (0.59)	12.914 ***
	TP24	5.35 (0.73)	5.39 (0.76)	5.55 (0.64)	
	TP7	5.26 (0.71)	5.02 (0.79)	5.26 (0.77)	
	TP36	4.81 (0.68)	4.81 (0.93)	5.23 (0.90)	

* $p < .05$, ** $p < .01$ *** $p < .001$

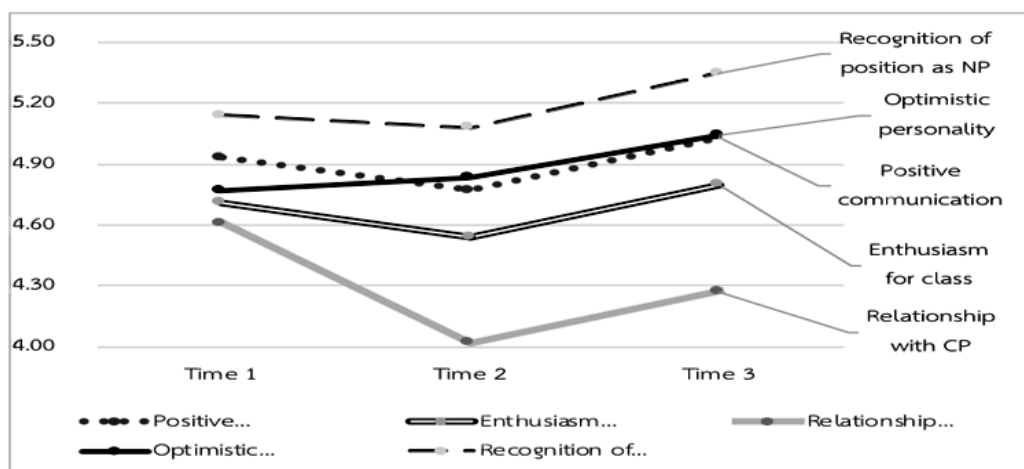


Figure4 Transition of average value of SE scale

5. Discussion

In [Investigation 2], five factors of “positive communication,” “enthusiasm for class,” “relationship with CP,” “optimistic personality,” “recognition of ones position as NP” were extracted and the scale consisting of 19 subscales of self-efficacy (SE) of NP dispatched to Thailand was created.

Four of the five factors, outside of “optimistic personality,” are established by mutual interactions with others, and it can be said that SE is strongly influenced by the relationship with others. Furthermore, from [Investigation 3], among the five factors, four factors (“positive communication,” “enthusiasm for class,” “optimistic personality,” and “recognition of ones position as NP”) were enhanced by experience. That is, it is assumed that the experience level increased confidence.

However the three factors of “positive communication,” “enthusiasm for class,” and “recognition of ones position as NP” slightly decreased in the middle term. It is likely that a lack of ability and self-confidence through the early experience caused SE to be decreased at the mid-term. For example, it takes time to build relationships even if you talk positively to pupils, your enthusiasm for class does not rise easily unless you know how to prepare and have confidence in your basic instructional skills, since you cannot easily carry out what you are not accustomed to. It may be assumed that it is the time to continue searching for a position as an NP which is not a teacher. But those three factors

increased at the end to higher than at the start. From these results, we could consider that SE eventually improved even if there were problems and worries which may have caused the NP to lose their confidence on the way. Since “recognition of ones position as NP” always maintained a value of 5.0 or more, it is speculated that the NP used trial and error to determine how they should participate in daily classes as NP, accumulate ideas, and finally reach a sense of achievement to obtain the goal. To confirm these points, it is necessary to conduct a qualitative survey such as an interview with the NP at the time of the mid-term training and the end.

With regard to “optimistic personality,” it was suggested that the SE was gradually rising and could be enhanced by the accumulation of experience. In particular, since it increased significantly at the end, it is thought that the confidence and flexibility to be able to deal with it and the ability to respond to different cultures had improved. Furubeppu (2018) says that “cheerfulness” was pointed to as one of the factors of the behavioral characteristics of a good JA which Japanese language teachers in secondary school in the English zone demanded. Both Japanese teachers in the English zone and NP in Thailand seem to consider it important.

However, the “relationship with CP” is the only factor that was lower at the end time than at the start. Unlike the initial expectations, it dropped sharply in the mid-term and picked up slightly at the end, but was not as high as at the start.

What was happening in the “relationship with CP”? Looking at the changes in the sub-items of the “relationship with CP” factor, the average values at the beginning, middle period and the end were 4.80, 4.57, 4.75 respectively for “build trust with CP” (TP48). The values were 4.76, 4.23, 4.48 for “communicate closely with CP” (TP44) and 4.27, 3.26, 3.57, for “make a firm meeting with CP beforehand” (TP46). That is, especially in the middle term, the average value of “make a firm meeting with CP beforehand” was low. The average value of “make a firm meeting with CP beforehand” was 3.67, the lowest in the results of [Investigation 2] (Table 1). From these data, it could be said that “make a firm meeting with CP beforehand” influenced the low SE of the “relationship with CP” factor in the middle of the term. In other words, it may be possible that overall relations with the CP did not make carrying out a regular meeting possible. Nakayama (2016: 82-83) says that it is essential to secure a sufficient discussion meeting in the survey on collaboration between Thai teachers and Japanese teachers, and that it is important to ask, “Why do we need a meeting?” in case Thai teachers do not understand a Japanese-style view of work and do not feel the need for discussion. Did the NP feel a sense of dissatisfaction and anxiety in not being able to “make a firm meeting with CP beforehand”? As can be seen from the information of NP officials in “1. Introduction”, it is considered that NP are confused because a busy CP does not have time to meet with NP,

because the communication with CP does not go well, or because of the differences in the Thai education system (schedule often changes or suddenly is decided). On the other hand, how did CP feel? Furthermore, there is a possibility that NP took some action as an individual in the situation since the average value finally rose a little bit from 3.3 to 3.6. What kind of concrete actions were taken? Or, is it inferred that the rise in this factor was influenced by the NP’s “optimistic personality,” or was accepted as a cultural “feature” (for example, “I thought this was the Thai style”). In the future, it is necessary to conduct qualitative research such as interviews with both NP and CP during the period of the mid-term training and the end to clarify causes.

Furupeppu (2018) also stated that the “teacher’s expertise, English ability and discipline” that is, qualifications and English proficiency of Japanese teachers, knowledge of curriculum and Japanese culture were factors that were not so highly demanded. In the results of this survey, Japanese expertise and Thai language proficiency did not appear as items that affected SE either. Rather, SE seems to be related to a more positive stance, such as talking to teachers, pupils, and people around and using various means of communication.

From the above discussion, regarding the factors that affect the SE of NP, the effectiveness of the scale could be confirmed by referring to the process of change of each factor and showing the problems and issues.

6. Future topics

In developing this survey, we were able to create a measure of SE that satisfies reliability and validity. In addition, a longitudinal survey of this scale allowed us to observe changes in SE, including before, during and after the dispatch period.

The following three points are listed as future issues:

1) As for the three factors related, “active communication,” “enthusiasm for class,” and “recognition of one’s position as NP,” which have declined in the middle of the term and increased at the end of the term, it is suggested to investigate the causes of the decline by conducting a qualitative survey such as an interview with the NP at the time of the mid-term training and the end.

2) As for “relationship with CP,” a qualitative survey of NP and CP is required regarding the problems they face during the middle and end of the term. In particular, regarding “make a firm meeting with CP beforehand,” we could suggest they have an opportunity to indicate possible problems and share the significance of such a meeting as a preliminary step at the NP / CP joint training upon the NP’s arrival.

3) Regarding “relationship with CP,” educational interventions in pre-dispatch training and mid-term training, such as four principal sources of information proposed by Bandura (1977: above): performance accomplishments, vicarious experience, verbal persuasion, and physiological states could be utilized. However, studying specific information sources will be a future task.

Remarks:

OTA Yoshie, one of the authors, is directly in charge of “NIHONGO Partners” program by The Japan Foundation Asia Center



References

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behaviour change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Furubeppu, H. (2009). Daigaku nihongo kyoin yosei ni okeru kaigai nihongo ashisutanto no seicho: PAC bunseki to han-kozouka mensetsu niyoru yoki nihongo kyoshi no henka wo chushin ni [The Development of Japanese teaching assistants overseas in a university TJSL Course: Focusing on change in image of a good Japanese teacher using PAC (Personal Attitude Construct) analysis and semi-structured interviews] *Journal of Japanese Language Teaching*, 143, 60-71.
- Furubeppu, H. (2018). Eigo-ken chutoo kyoiku-kan nihongo kyoshi ga nihongo ashisutanto ni motomeru shishitsu: Gogaku ashisutanto keiken no umu ga nihongo kyoshi no ishiki ni oyobosu eikyo nitsuite no kento [Behavioral characteristics of good Japanese language assistants from the standpoint of secondary school Japanese language teachers in the English zone: the influence of the language assistant's experience on the perspective of Japanese language teachers] *Journal of Japanese Language Teaching*, 170, 107-121.
- Higuchi, K. (2014). Shakai chosa no tameno keiryo tekisuto bunseki: Naiyo bunseki no keisho to hatten wo mezashite [Analytical text analysis for social research: Aiming at succession and development of content analysis.] Nakanishiya Shuppan.
- Itano, Y. & Maeda, M. (2002). Serufu efikashi no rinshoo shinri-gaku [Clinical psychology of self-efficacy.] Kita-ooji Shobo.
- Ito, T. (1996). Gakushu tassei bamen ni okeru jiko-koryokukan, geninkizoku, gakushu-horyaku no kankei [Self-efficacy, causal attribution and learning strategy in an academic achievement situation] *The Japanese Journal of Educational Psychology*, 33(1), 34-49.
- Japan Foundation. (2017). Kaigai no nihongo kyoiku no genjo 2015 nendo nihongo kyoiku kikan chousa yori [Survey report on Japanese-language education abroad, 2015.] Retrieved from <https://www.jpf.go.jp/j/project/japanese/survey/result/survey15.html>
- Japan Foundation. (2020). Kaigai no nihongo kyoiku no genjo 2018 nendo nihongo kyoiku kikan chousa yori [Survey report on Japanese-language education abroad, 2018.] Retrieved from <https://www.jpf.go.jp/j/project/japanese/survey/result/survey18.html>
- Japan Foundation Asian Center. (2020). Kore made no haken jisseki, "NIHONGO Partners" tte? [Past dispatch record: What is "NIHONGO Partners"?] Retrieved from <https://jfac.jp/partners/overview/achievements/>

- Karakisawa, M. (2010). JSL-jido ga “Kaku” katudo ni sankasuru tame no nihongo shien “posuta-katudo” no shien jissen kara [From the support practice of Japanese language support “poster activity” for JSL children to participate in “writing” activity.] *Journal for Children Crossing Borders*, 1, 23-45.
- Manabe, E., Sasagawa, H., Matsuda, K., Kitajima, K., Sonoda, E., Taneike, R., Ueno, N. (2007). Kango gakusei no rinchi jisshu jiko kooryoku kan no kaiatsu to sono shinraisei datoosei no kentoo [Development of a Self-Efficacy Scale for Nursing Students during Clinical Training and an Assessment of its Reliability and Validity.] *Journal of Japanese Society of Nursing Research*, 30, (2), 43-53.
- Nakayama, E. (2016). Tai ni okeru Nihongo kyoushi kan no kyodo moderu no sai-kochiku-nihongo bogo-washa kyoushi eno intabyu chousa ni motoduite [Reconstruction of the Model of Collaboration among Japanese Language Teachers in Thailand: Based on Interviews with the Japanese Native Speaker Teachers.] *Journal of Osaka Sangyo University* (28), 75-91.
- Oka, Y (2016) Nihongo gakkousei no gakushu doki ni kansuru kenkyu: Kitai, kachi, gakushu konnan ishiki no kankei [The relationship between expectations, values and awareness of learning disabilities.] *Journal of Studies in Japanese Language and Japanese Language Teaching*, 7, 229-244.
- Pintrich, P.R., & De Groot, E.V. (1990). Motivational and self-regulated learning components of classroom academic performance. *Journal of Educational Psychology*, 82, 33-40.
- Takeuchi, O. & Mizumoto, A. (2014). *Gaikokugo kyoiku kenkyu hando bukku kaitei-ban* [Foreign language education and research handbook revised edition.] Shohakusha.

Affiliation and corresponding e-mail

- 1) Yamaguchi Prefectural University, furubepu@fs.ypu.jp
- 2) The Japan Foundation, Bangkok, ota@jfbkk.or.th
- 3) Seikei University, junko.yamashita@ejs.seikei.ac.jp

Received: 2021/01/28

Revised: 2021/03/12

Accepted: 2021/05/30

Appendix

The Japanese version of the final NP self-efficacy scale items:

NPの自己効力感尺度項目（日本語版）

-
- | | |
|------|---------------------------|
| TP4 | 面白い、楽しい授業ができるように準備する。 |
| TP6 | 日頃からCPや生徒、周囲の人にたくさん話し掛ける。 |
| TP7 | 謙虚に取り組む。 |
| TP9 | 生徒が話しかけやすい雰囲気を作る。 |
| TP11 | 授業に全力で取り組む。 |
| TP12 | 想定外のことが起こることを楽しむ。 |
| TP14 | 楽観的に考える。 |
| TP20 | コミュニケーションのためにいろいろな手段を用いる。 |
| TP22 | CPに自分から提案する。 |
| TP24 | あくまでもアシスタントであることを自覚する。 |
| TP33 | 日本人の代表であるという自覚を持つ。 |
| TP35 | 自分から相手との人間関係を築く。 |
| TP36 | CPと適切な距離感を保つ。 |
| TP44 | CPと密にコミュニケーションを取る。 |
| TP45 | 生徒に自信を与える。 |
| TP46 | CPと事前の打ち合わせをしっかりとる。 |
| TP47 | 自然体でいる。 |
| TP48 | CPとの信頼関係を築く。 |
| TP49 | 生徒と授業以外の時間も積極的に関わりを持つ。 |
-

Cheap and Dispensable: Foreign Labor in Japan via the Technical Intern Training Program

Abstract

Japan's decline in population and increase in life expectancy has pushed the country to increasingly depend on foreign labor in the form of unskilled workers hired through the Technical Intern Training Program (TITP). In 2020, these trainees occupied about 20% of Japan's foreign workforce, the second highest demographic after permanent residents. This article examines the program's myriad issues, which include: law violations, workplace abuse, illegal recruitment abroad, and denial of reproductive rights. Referencing in-depth interviews and questionnaire surveys of trainees from Vietnam, the Philippines, and Thailand working in the manufacturing sector, this article reveals the problems and pressures trainees face in Japan, especially during the COVID-19 pandemic. This article finds that, although trainee rights are technically protected by law, trainees face many difficulties involving their work, finances, and daily communication.

Key

words

Keywords: technical intern trainee, migrant worker, Vietnam, COVID, broker

1. Introduction

Vinh, a 23-year-old Vietnamese man, came to work in Japan through the Technical Intern Training Program (TITP) for three and a half years, from 2017 to 2020. As a technical intern trainee, he worked at a construction company in Kyoto making reinforced concrete. Vinh paid about ¥1,000,000 (approximately \$9,300) to a recruiting agency in Vietnam so he could work in Japan through the TITP, but only made between ¥110,000 and ¥120,000 (approximately \$1,028~1,121) a month after tax and insurance deductions. As he is the eldest of five siblings, he sent more than half of his salary home. His job was physically demanding and his salary was relatively low compared to that of Japanese workers, especially when he did not work overtime (more than 8 hours/day). Vinh told me that he wanted to renew his contract to continue working in Japan after his current contract was finished. With his good command of the Japanese language, he planned to earn a Japanese Language Proficiency Test certificate and become a skilled technician so that he could find a better-paying job when he returned.

In 2019, Vinh was one of 218,000 Vietnamese trainees working in manufacturing, construction and agriculture - three sectors often staffed with low-skilled foreign workers¹ due to a shortage of Japanese labor. The difficulties Vinh faced

in Japan are quite common for trainees. In fact, he is more fortunate than many, as he did not have any issues with his boss or colleagues and he kept his job during the COVID-19 pandemic.

Due to population decline and an increase in life expectancy in Japan, the country has long struggled to tackle the problem of labor shortage especially in SME (small and medium-sized enterprises). To solve this issue, Japan began to look to developing countries as a source of young foreign workers. However, unlike other developed countries, Japan has no migrant policy, and does not offer a long-term visa to migrant workers. The government's solution was to form the TITP. This program was initially designed to train workers from developing countries in Japanese technical knowledge; however, it grew to become Japan's main recruitment channel, pairing foreign workers with low-skilled and low-paid jobs mainly at SMEs. The number of technical intern trainees has gradually increased since 2007: in 2019 there were over 400,000 intern trainees in Japan² (See Table 1). However, the TITP only offers workers a short-term stay visa with a maximum validity of five years. As a result, the program creates a high turnover of foreign laborers who are easily subject to ill treatment at work.

¹ The definition of low-skilled worker varies. According to a report by OECD (Organization for Economic Co-operation and Development), the definition can be based either on the skills required for the jobs performed, or according to the education level of the worker. Low-skilled labour are considered to be those whose educational level is less than upper secondary. (Jonathan Chaloff, "Management of Low-skilled Labour Migration" International Migration Outlook, OECD, 2008, p.127. <https://www.oecd.org/migration/mig/43999033.pdf>)

² The number slightly drops to 378,200 in the latter half of 2020 due to restriction of entry into Japan following the COVID-19 pandemic (Ministry of Health, Labour and Welfare, revised April 2021, mhlw.go.jp/content/000752687.pdf)

Most studies of Japan's foreign workforce criticize the government's policy of using the TITP as a recruitment channel for cheap labor while identifying problems within the TITP such as labor exploitation and human rights violations (Sunai, 2019; Miyajima and Suzuki, 2019; Murakami, 2019; Tian, 2019). Some studies say it is a modern form of slave labor, and that despite its shrinking population and shortage of labor, the Japanese government accepts foreign workers through a side door via the TITP, which does not tackle the long-term problem (Sunai 2019; Suzuki, 2010). This is due to its concern about the impact of mass immigration on Japanese society, and because, as Strausz points out, interest groups representing labor-intensive industries have failed to convince the government to admit large numbers of low-skilled foreign laborers (Strausz, 2019, p.3, 27). Thus, the TITP has become the main channel of accepting foreign labor. The past few years have seen debates in the media and among academics over whether Japan should continue receiving foreign workers through this channel. This article examines Japan's foreign workforce policy under the TITP using governmental reports, newspaper articles, in-depth interviews and surveys of 50 trainees conducted from January 2019 to December 2020. This article explores the implications and problems within

the TITP and the working and living conditions of intern trainees from Vietnam, the Philippines, and Thailand, especially during the COVID-19 pandemic.

2. The Technical Intern Training Program (TITP)

Founded in 1993, the Technical Intern Training Program (TITP) is a state-initiative program that developed from the Training Program in 1989. As noted above, the original aim of the program was to transmit Japanese technical knowledge to developing countries by training young foreign workers. However, since Japan's workforce sharply decreased in the 1990s, it has become a guest worker scheme to recruit cheap temporary labor.

Following a 2010 amendment of immigration law, the Training Visa was replaced by the Technical Intern Training Visa to accommodate Japan's increasing need for workers.³ Under the terms and conditions of this visa, the maximum period of stay is five years, and workers are not allowed to change jobs during their stay in Japan, nor to bring their families with them.⁴ Most technical intern trainees are given hourly-rate contracts and only eligible for jobs in sectors that demand low-skilled work, such as agriculture, construction, food manufacturing, and machine and metal manufacturing. Food service

³ Training Program as a visa category still exists, but the number of visa grantees has sharply dropped since 2010. The main difference between the two programs is that those under the Training Program are not regarded as workers. They get an allowance instead of a monthly salary and are not covered by employment insurance or protected by labor law like those working under the TITP.

⁴ TITP has three levels; level 1 is for first-year studying and training. When trainees finish level 1, they have to take an examination to obtain level 2, which allows them to stay for another two years. Upon finishing Level 2, trainees are required to return to their home country for at least one month before applying for level 3. If they obtain Level 3, they can come back to Japan and work for another two years in the same sector. (Ministry of Justice and Ministry of Health, Labor and Welfare, "About Technical Intern Training Program", 2020, <https://www.mhlw.go.jp/content/000633348.pdf>)

in hospitals and elderly homes was added in 2017, and restaurant and hotel work in 2019.⁵ The top three sectors that hire intern trainees are food manufacturing, machine and metal manufacturing, and construction.⁶ The number of intern trainees in the construction sector has risen particularly quickly, increasing from 6,791

in 2011 to 45,990 in 2018, accounting for 80% of foreign workers working in construction.⁷

In 2019, there were 410,972 intern trainees.⁸ In 2020, they became the second largest foreign workforce after permanent residents, a position once occupied by foreign students (see Table 1).

Table 1 Number of foreign residents in Japan from 2006 to 2020 by visa category

	2006 ¹⁾	2017 ²⁾	2020 ³⁾
Total number	2,084,919	2,561,848	2,951,365
Visa category			
Permanent resident	394,477	749,191	800,872
Special permanent resident (of Korean, Chinese and Taiwanese descent)	443,044	329,822	309,282
Foreign student	131,789	311,505	280,274
Trainee and technical intern	133,837	274,233	408,372
Engineer, specialist in humanities, international services	92,468	189,273	288,998
Long-term resident (South Americans of Japanese descent)	268,836	179,834	203,847
Other *	620,468	527,990	659,720

(Source: 1) Immigration Service Agency of Japan, “Statistics of foreign residents by nationality and type of permit of stay,” June 2016. <https://www.e-stat.go.jp>, accessed January 2021. 2) Ministry of Justice. http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00076.html 3) Immigration Service Agency of Japan, “Statistic of foreign residents by nationality and type of permit of stay,” June 2020. <https://www.e-stat.go.jp>, accessed January 2021)

* Such as family visa, Japanese spouse, entrepreneur, highly-skilled professionals, care givers

⁵ However, trainees working in hotel and linen supply cannot work for more than three years. (Ministry of Health, Labour and Welfare, “Technical Intern Training Program” otit.go.jp/files/user/19725.pdf (English 2018).

⁶ Ministry of Justice and Ministry of Health, Labor and Welfare, “About Technical Intern Training Program”, 2020, (<https://www.mhlw.go.jp/content/000633348.pdf>), p.6.

⁷ Ministry of Health, Labor and Welfare, “Current situation of Technical Intern Training Program, 18 February 2019” (<https://www.mlit.go.jp/common/001273509.pdf>)

⁸ Ministry of Justice and Ministry of Health, Labor and Welfare, “About Technical Intern Training Program”, 8 January 2021 (<http://www.moj.go.jp/content/001318235.pdf>)

Technical intern trainees make up about 20% of total foreign workers. The number of trainees increased twofold from 2012, but dropped slightly in 2020 due to the COVID-19

pandemic. The majority of trainees come from Asian countries. China was the main source of workers until 2016, when it was surpassed by Vietnam. (See Table 2).

Table 2 Percentage of technical intern trainees by nationality

	2007	2012	2016	2017	2018	2019	2020
China	N/A	73.5%	35.4%	28.3%	26%	20%	16.9%
Vietnam	N/A	11%	38.6%	45.1%	47%	53.2%	55.2%
The Philippines	N/A	5.8%	9.9%	10.1%	10%	8.7%	8.4%
Indonesia	N/A	6%	8.2%	8%	8%	8.6%	9.1%
Thailand	N/A	2.3%	3.2%	3.1%	3%	2.8%	N/A
Other countries	N/A	1.3%	4.7%	5.5%	5.5%	6.6%	10.4%
Total number	89,033	151,477	228,588	274,233	328,360	410,972	378,200

(Source: Ministry of Justice and Ministry of Health, Labour and Welfare. Current Situation of Technical Intern Training Program, partly revised 21 April 2021 (www.mhlw.go.jp/content/000752687.pdf); Ministry of Health, Labour and Welfare. <https://otit.go.jp/files/user/190725-10.pdf>)

(<http://www.moj.go.jp/content/001318235.pdf>)

3. System of recruiting and monitoring the TITP

Technical intern trainees are recruited through two channels: direct recruitment from Japanese companies (formally called implementing organizations) or recruitment via local agencies in the trainees' home countries. More than 90% of technical intern trainees are recruited from the latter. Local agencies sign contracts with supervising organizations in Japan

that conduct training upon the trainees' arrival and work as coordinators between the workers and their Japanese employers. Recruiting agencies and supervising organizations must be registered and authorized by their governments.

Trainees apply for jobs through recruiting agencies and pay a service fee which includes in-house Japanese language training, visa processing, a medical checkup, job recruitment to Japanese companies, and round-trip airfare

to and from Japan. Fees vary among agencies and countries. From my survey of 50 technical intern trainees from Vietnam, the Philippines and Thailand, those from Vietnam paid the highest fee-almost ¥1,000,000 (approximately \$9,300). The average fee is ¥570,000 (approximately \$5,300). Many interviewees had to borrow money from relatives in order to come to Japan.

Upon arriving in Japan, trainees are overseen by the supervising organizations that look after them throughout their stay in Japan. Formed by local companies or cooperative groups (such as agriculture or fishery cooperatives), there are over 2,000 supervising organizations in Japan nationwide. In order to operate as an organization, they have to get a license from the Organization for Technical Intern Training (OTIT), an authorized legal entity with 13 branches throughout Japan. The OTIT monitors the performance of supervising organizations by requesting reports and conducting on-site inspections. It also has the authority to impose penalties against organizations that violate human rights and provides support for trainees when problems occur.

It is important to note that, in order to control the number of foreign workers, the number of trainees in a small- or medium-sized company cannot exceed 10% of the total

number of company employees. For example, a company with fewer than 51 employees can hire up to 6 trainees, while a company with 101 to 200 employees can hire up to 10 trainees. In large companies (those with more than 301 employees), only 5% of the employees can be trainees. Supervising organizations and companies that satisfy certain requirements of the OTIT are permitted to increase the number of trainees.⁹

3.1 Specified Skilled Worker

Even though the TITP has become a main recruitment channel for unskilled foreign labor and the number of technical intern trainees has been increasing each year, the number of trainees is still far from enough to fill job vacancies in Japan, especially in small manufacturing companies and agricultural jobs in remote areas. This led to another measure by former Prime Minister Abe's cabinet in 2019 to launch the new Specified Skilled Worker (SSW) visa. Although this measure aimed to increase the number of foreign worker over five years,¹⁰ Abe insisted that it was just a short-term program, not long-term immigration policy.¹¹

The SSW visa applies to jobs in fourteen sectors: care work; building cleaning manage-

⁹ Ministry of Justice and Ministry of Health, Labour and Welfare. Current Situation of Technical Intern Training Program, partly revised 21 April 2021 (www.mhlw.go.jp/content/000752687.pdf)

¹⁰ "Kaisei nyūkanhō ga seiritu-gaikokujinzai kakudai rainen shigatu shikō" [Amendment of Immigration law passed: increase of foreign workforce to begin in April next year], Nihon Keizai Shimbun, 8 December 2018.

¹¹ "Abe Shinzō shushō 'Imin seisaku wo toru koto wa kangaeteinai'" [PM Abe Shinzo: I am not considering the adoption of migration policy], Sankei Shimbun, 29 October 2018. (<https://www.sankei.com/politics/news/181029/plt1810290015-n1.html>)

ment; machine parts and tooling; industrial machinery; electric, electronics and information; construction; shipbuilding and ship machinery; automobile repair and maintenance; aviation; accommodation; agriculture; fishery and aquaculture; manufacture of food and beverages; and food service. The visa has two levels: SSW(i) and SSW(ii), which higher-skilled workers can apply for. In order to obtain the SSW(i) visa, workers have to pass a technical exam for their sector as well as a Japanese language exam (those who completed three years of the TITP are exempted from these exams). This visa allows one to work for up to five years; if the worker passes a skill test, they are eligible for the SSW(ii) visa, which allows them to stay for another three years. Under the SSW(i) and (ii) visas, workers have the benefit of getting paid the same salary as their Japanese coworkers, and SSW(ii) visa holders can bring their families to Japan. However, the SSW(ii) visa is limited to two sectors: construction and shipbuilding, meaning that it is basically limited to male applicants. And the SSW visa is not limited to those who complete the TITP; foreign students completing their studies in Japan and foreigners outside of Japan can also apply for it.

The Specified Skilled Worker Program (SSWP) is considered an extension of the TITP,

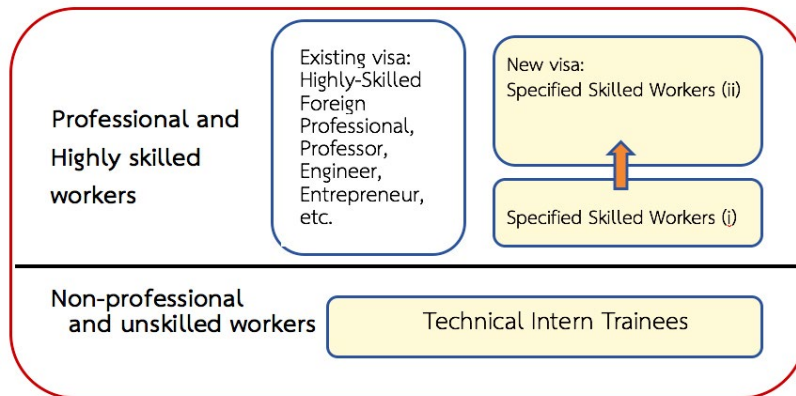
but with more flexible working conditions and better pay. With SSW visa, workers can change jobs and do not have to complete in-house training like technical intern trainees. The most significant difference between the SSWP and the TITP is that workers in the SSWP can find jobs by themselves or via Japan's private or public recruitment agencies. Thus, unlike technical intern trainees, workers with SSW visas do not have to pay brokers to find employment in Japan. But it should be noted that although workers with SSW visas are expected to earn the same salaries as their Japanese colleagues, their jobs are contract-based, and thus far less secure.

The Japanese government planned to give 345,000 foreigners the SSW visa by 2023 to fill jobs in fourteen industries with extreme labor shortages. However, the country still needs 1.45 million more workers by 2025, especially in the janitorial sector,¹² and the acceptance of trainees has been delayed by the COVID-19 pandemic. In December 2020 there were only 15,663 specified skilled workers in Japan, less than 10% of the total number the government planned to accept. The flowchart of SSW visas and other working visas is shown in Chart 1.¹³

¹² "Keiei no shiten" [perspective from business administration], *Nihon Keizai Shimbun*, 7 January 2019.

¹³ "Number of Foreign Residents under Specified Skilled Worker1 (as of December 2020)" Immigration Service Agency of Japan, <http://www.moj.go.jp/isa/content/001341039.pdf>. Accessed 23 February 2021.

Chart 1 Different types of working visas



(Source: adapted from The Ministry of Justice, About the new acceptance of foreign workforce. 2019.<http://www.moj.go.jp/isa/content/930003884.pdf>)

3.2 Trainees' backgrounds and working and living conditions

A 2018 survey of Vietnamese intern trainees working in Hokkaido by Yuyama and Shitara found that 90% were in their 20s, and had been finishing high school or working in factories before they came to Japan. Some had been professionals-such as pharmacists or teachers-in Vietnam. Their monthly salaries in Vietnam ranged between ¥20,000 to ¥40,000 (approximately \$187~374); their main reason for coming to Japan was to earn more money, rather than to learn new techniques or skills. In order to work in Japan, however, they had to pay a large amount of money to brokers: the average amount paid was ¥970,000 (approximately \$9,065), while 67% paid more than ¥1,000,000 (approximately \$9,345). Coming from low-income and rural backgrounds, 90% of the interviewees had to borrow money from relatives or mortgaged their parents' house to pay the broker fee. Depending on overtime work hours,

their monthly salaries in Japan ranged from ¥70,000 to ¥130,000 (after deducting taxes and health insurance). They sent money home and usually lived on ¥20,000 to ¥50,000 (approximately \$187~467) per month. Despite the hard work and low pay, 80% said they wanted to continue working in Japan after their contract was over (Yuyama and Shitara, 2018).

In 2018 and 2019, I surveyed 50 trainees from Vietnam, the Philippines and Thailand working in Kyoto and Shiga prefectures. The results showed that 38% finished vocational school, 30% finished high school, and 30% graduated from college. The workers' average income in Japan was ¥154,375 (approximately \$1,442). The average fee paid to go to Japan was ¥578,526 (approximately \$5,406). Trainees from Vietnam paid the highest amount of money. Their reasons for coming to Japan, in order of importance, were to earn money, to live abroad, and to learn about Japanese technology.

The trainees found the most difficult thing

about living in Japan was the high cost of living, followed by the low wages. Most trainees are paid an hourly wage, not a fixed salary. Thus, when they had long holidays or did not work overtime, their income decreased. Interviews with Thai trainees working in a chip making factory in Shiga Prefecture revealed that during Golden Week, a long holiday in May, they made only ¥90,000. Some complained that they did not get a bonus despite having to stand and work all day. Some thought that they would be paid a monthly salary rather than an hourly wage. However, trainees who worked at the same company the following year said they received a fixed salary.¹⁴

The third most common problem for trainees was communicating with Japanese people. Most intern trainees can speak basic Japanese, but this is not sufficient to make friends with their neighbors or participate in community activities. Also, because their time in Japan is temporary, they are less motivated to study Japanese. Another issue is with the month-long in-house training that trainees must undergo upon their arrival in Japan. Although the training differs by region, many trainees found that it was too strict and military-like to the extent that it violated their private lives. In terms of living conditions, most trainees must share an apartment, and sometimes even a bedroom. Those who share a bedroom said they lack privacy.¹⁵ Despite these complaints,

however, 51% of the workers surveyed said they made the right decision to work in Japan, while 49% said they were not sure.

4. Problems regarding the TITP and its stakeholders

Although government agencies like the OTIT exist to monitor the TITP and its stakeholders, a number of problems involving employees, brokers and the trainees themselves still remain with the program.

4.1 Violation of employment

Scholars, the media, and non-profit organizations have all pointed out major issues within the TITP over the past decades. Such issues include: verbal and physical workplace abuse; long work hours; underpayment of wages; unpaid overtime; overcharging of housing rent; and racial discrimination (Suzuki 2010; Murakami, 2019; Miyajima and Suzuki, 2019; Sunai 2019). Verbal and physical abuse of male trainees is common in the construction sector, partly because of the language barrier. A cursory search for online footage reveals trainees being verbally and physically abused by their co-workers, and many videos show Vietnamese trainees fighting with their Japanese colleagues.

Some companies employing trainees have been found in violation of labor laws. From a survey conducted by the Labor Standards Inspection Office in 2012 and 2016, 70% of such

¹⁴ Interview with Thai trainees, Shiga, 9 August 2020. (All interviews were conducted in confidentiality, and the names of interviewees are withheld by mutual agreement)

¹⁵ Interview with Thai trainees, Shiga, 28 September, 2019 and 9 August 2020.

companies were found violating the Labor Standard Act¹⁶ with a total of 4,004 violations. Of the complaints filed by trainees, 80% concerned not being paid hourly or overtime wages; 10% concerned being underpaid; and another 10% concerned flaws in company dismissal procedures.¹⁷ Another survey conducted by the Ministry of Health, Labor and Welfare in

2018 had similar results. This survey found 70% of companies and factories violating labor laws. The violations included: forcing workers to work more than 8 hours a day; a lack of safety implementations; and not paying or underpaying overtime pay (see Table 3). The number of law violations increased by 22% from the previous year.¹⁸

Table 3 Type of violations by TITP companies or factories (2018)

	Number of companies or factories
Violation of working hours	1,711
Violation of safety standards	1,670
Not paying or underpaying overtime	1,083
Other violations	696
Total number	5,160

(Source: “Ginōjishū Ihan 5160 Jigyousho” [5160 companies violating Technical Intern Training], Nihon Keizai Shimbun, 31 August 2019)

The Japanese government responded to wage violations with stricter monitoring and a 2019 law amendment that forced companies and factories to transfer wages directly to trainees’ bank accounts for transparency. However, some companies still tried to take advantage of their employees in other ways, such as overcharging their rent.¹⁹ In 2019 large companies such as Panasonic and Mitsubishi

Motors also violated labor laws by assigning trainees different jobs than those stated in their contracts. The two companies were fined ¥300,000 each (approximately \$2,800) and their licenses to hire technical intern trainees were withdrawn, forcing them to let go of 136 trainees in total. One serious case involved a trainee at the Panasonic factory in Toyama Prefecture who committed suicide due to overwork.

¹⁶ Law and regulations about labor and employment aiming to protect laborers’ rights. It is applied to both Japanese and foreigners working in Japan.
¹⁷ Ministry of Health, Labor and Welfare. 2018. Current situation of Foreign Technical Intern Trainee and problems. (www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/fiber/ginoujishshukyogikai/18032313_mhlw_genjyoukadai.pdf.0)
¹⁸ “Ginōjishū Ihan 5160 Jigyousho” [5160 companies violating Technical Intern Training], Nihon Keizai Shimbun, 31 August 2019.
¹⁹ “Ginōjishū seido unyō wo genkakuka, hoshū shiharaichekku, tachiiri kensa” [(Government aims to) tighten the operation of Technical Intern Training system, check payment and onsite inspection], Nihon Keizai Shimbun, 31 August 2019.

The company was reportedly again fined ¥300,000.²⁰

4.2 Increase in trainee disappearance and crime rates

Violations of labor law and abuse of trainees by employers resulted in more problems, such as trainee disappearance. There are two main reasons for trainee disappearance: employer abuse and financial difficulties. In 2014, about 4,800 trainees were reported missing; the number continues to increase each year. The end of 2020 saw over 12,000 cases of missing trainees, amounting to 53,000 cases since 2012.²¹

Once they leave their jobs to escape workplace abuse, trainees become vulnerable and, more often than not, end up overstaying their visas because they still need to earn money to send home or to pay the debt incurred from coming to Japan (Sunai 2019:125-139).

The recession caused by the COVID-19 pandemic has affected both Japanese and foreign workers. According to a report from the National Police Agency in 2021, over 11,756 crimes were committed by short-term foreign residents in Japan, an increase of 101 crimes from 2019. Such crimes range from overstaying of visas to theft and even murder. The highest percentage of crimes by short-term foreign

residents are committed by trainees: 24.6%.²²

It is thought that the COVID-19 pandemic is a major cause for the increased crime rate: many trainees have been suspended or even dismissed from their jobs, but are unable to return home.

4.3 Illegal recruitment

While most technical intern trainees are from developing countries and hope to earn a higher income and experience life in Japan, most of them have little knowledge about the country and can barely speak the language. Without the help of labor brokers both in Japan and their home countries, their dreams cannot materialize. Recent years have seen a boom in the labor broker business in many Asian countries, especially Vietnam. However, many such broker firms take advantage of workers desperate to work in Japan.

One such case involves Pham, a Vietnamese woman. After graduating from a Vietnamese college with a degree in accounting, Pham worked in a factory and earned a monthly salary of 8,00,000 dong (approximately \$345). She came to Japan in 2019 through a small Vietnamese brokerage firm and landed a job ironing clothes at a dry-cleaning company. She worked there for ten months before she was arrested and charged with violating immigration

²⁰ “Ginōjishshū Nintei Torikeshi” [Cancellation of Technical Intern Training License] Nihon Keizai Shimbun, 26 January 2019

²¹ Ministry of Justice, “Hokokusho – kongo no shutsunyūkoku zairyū kanri gyōsei no arikata” [Report on the future policy of administration of immigration control]([moj.go.jp/isa/content/001334958.pdf](https://www.moj.go.jp/isa/content/001334958.pdf)); “Jōgen,Koyōkeitaï-Yurerutōben” [Shaking answer for maximum of wages and type of employment], Nihon Keizai Shimbun, 22 November 2018; “Ginōjishshū seido unyō wo genkakuka, hōshū shiharaichekku,tachiiri kensa” [(Government aims to) tighten the operation of Technical Intern Training system, check payment and onsite inspection], Nihon Keizai Shimbun, 31 August 2019.

²² “Gaikokujin Tekihatsu 1.1 mannin cho” [Detection of Crime by Foreigners, over 11,000] Nihon Keizai Shimbun, 9 April 2021.

and refugee law. She was detained in prison for three and a half months.

In an interview after her release, Pham explained that she was arrested because she was working on an Engineer, Specialist in Humanities, International Services visa, which did not permit her to work in dry cleaning, a fact she claimed she was not aware of.²³ When applying to come to Japan with the brokerage firm, Pham paid \$5,500 (approximately ¥588,500) for visa-processing and Japanese-language training. The contract with the broker was written in Vietnamese and stated the terms, conditions, and payment details of her job. Upon arriving in Japan, she signed another two documents. One was a contract with a local brokerage firm. Written in Japanese and Vietnamese, it included: the contract details (three-month probation and a renewal every six months); the name of the company she would be working at; terms and conditions of the work; working hours, including breaks; working days; salary; and the amount deducted for Pham's housing. The other document was an employment contract made directly with the dry-cleaning company. The only difference between it and the other contract was that it was in Japanese only, with no Vietnamese version, and it falsely stated that the type of work was "accounting, translation and other," an important detail that was not included in the bilingual contract. Pham said she was not aware that this falsehood was

included in the Japanese-only contract since she could not read Japanese. Regardless of her testimony, this document seemed to be a key piece of evidence of Pham's violation of immigration law. After Pham was arrested, the police tracked down the Vietnamese broker who worked with Pham.

After working and living in Japan for many years, the Vietnamese broker opened a small Japanese language school in Vietnam in 2017 as a worker recruitment channel. He reportedly introduced fifteen Vietnamese workers to Japanese companies, receiving ¥450,000-600,000 (approx. \$4,205-5,607) for each introduction, plus an additional fee every six months when the contract was renewed. He was arrested along with two Japanese owners of a recruitment company who had worked with him. They were found guilty in 2020.²⁴

Pham's story is not unique. Brokerage firms working with the TITP are constantly monitored and require complicated paperwork, so some brokers recruit workers under the Engineer/Specialist in Humanities visa to work in non-specialist jobs in order to dodge these requirements. A transnational network of brokers that uses legal loopholes and takes advantage of workers developed during a boom just before the COVID-19 pandemic; Pham's case is just one of many involving an increasing number of illegal recruitments.

²³ Interviewed with Pham, 31 August-30 September 2020.

²⁴ "Fuhō shūrō assen burōkā taihō" [Brokers arrested for introducing illegal jobs], *Kyoto Shimbun*, 9 September 2020.

4.4 Abortion and infant abandonment

As of 2020, 40% of all trainees, or about 170,000 workers, are female.²⁵ With the rising number of female workers, unwanted pregnancy, abortion, and infant abandonment have all increased within the trainee community.

For example, a Vietnamese trainee who had arrived in Japan in October 2018 discovered she was pregnant. She was suspended from work temporarily and told by her supervising organization to get an abortion or return to her country. However, after a negotiation arranged by an NPO, she was allowed to resume her internship in January 2019 and take a maternity leave in Vietnam. In 2019, a Chinese trainee got pregnant and was told she must return to China. But before she could, she miscarried and was dismissed from work anyway. In yet another case, a Chinese trainee gave birth secretly and abandoned her newborn, fearing she would be fired if her company found out. She was arrested and sentenced to one and a half years in jail and four years' probation. A similar case happened to a Vietnamese trainee who abandoned her stillborn baby. She was also convicted, but was only sentenced to probation (Ando, 2019).

Reproductive rights of female trainees are generally protected by a Technical Intern Trainee law that prohibits companies from “imposing unfair restrictions on the trainees’ freedom in their personal lives.”²⁶ As a measure to protect

the reproductive rights of women, the OTIT warned supervising organizations not to treat them unfairly (Ando, 2019). However, each year there are over twenty reports of female workers getting secret abortions or abandoning their newborns after giving birth, leading to issues with physical or mental health or even legal cases and imprisonment.

According to foreigner-support groups, trainees often feel pressured to finish their working term in Japan to pay back their brokerage firm debt or to send money to their families. Having a child would threaten their chance to continue working in Japan, so many of them resort to secret abortions and infant abandonment. Pressure from sending and receiving organizations also plays a part. Some sending organizations even order their female trainees to avoid pregnancy while working in Japan; pregnancy can become synonymous with crime for female trainees. Most women do not realize that they have the right to give birth and raise a child while working as trainees, and are even eligible for government child support. Especially during the COVID-19 pandemic, trainees have been at greater risk of getting fired or suspended from work, so female trainees often assume they will be fired and deported back to their countries once it is discovered they are pregnant. Many trainees thus secretly give birth at home to avoid going to the hospital and having the birth of their child recorded.²⁷

²⁵ “Ninshin sokukikoku toiugokai: gaikokujin jishūsei no nyūji iki kakuchi de” [The misunderstanding of getting pregnant means immediate repatriation: newborns deserted by foreign interns found in many places], *Nihon Keizai Shimbun*, 11 February 2021.

²⁶ Act on Proper Technical Intern Training and Protection of Technical Intern Trainees (<http://www.moj.go.jp/content/001223425.pdf>)

4.5 Life during COVID-19

Since the outbreak of COVID-19 in 2020,²⁸ it was reported that over 4,000 trainees had lost their jobs (as of October 2020).²⁸ However, this number is probably under-reported since trainees cannot report directly to governmental organizations. Due to company profit losses during the COVID-19 pandemic, trainees have been forced to reduce their working hours, and in some cases have been dismissed from work without notice. Trainees live in dormitories or apartments provided by their companies, so they lose their housing as soon as they lose their job. Their only options are to seek shelter with friends, supporting NPOs, or supervising organizations. COVID-19 impacted the lives of Vietnamese trainees in particular. According to reports by an NPO, more than half of the Vietnamese living in Japan affected by COVID-19 are Technical Intern Trainees (the rest are students, long-term residents and those who have over-stayed their visas).²⁹ Of those who lost their jobs, some wanted to find a new job but lacked support from their supervising organizations, other wanted to return home but were put on a long waiting list due to limited international flights between Japan and Vietnam. Like Japanese citizens, trainees receive a stipend of ¥100,000 (approx \$1,700) from the government

at the beginning of the pandemic, but it was far from enough to allow them to survive in Japan without a regular income. The negative effects of COVID-19 on the lives and financial stability of trainees further shows how vulnerable trainees really are.

4.6 The story of Vinh continued

I met Vinh again for a follow-up interview in late 2020. His contract had ended and he was supposed to go back to Vietnam in April 2020, but due to the COVID-19 pandemic, he was among the 20,000 Vietnamese who had to wait to return home. As mentioned above, he is considered lucky as he was able to keep his job under the pandemic. Vinh's company extended his work contract for another six months; his visa was also extended. But when I asked him if he wanted to return to Japan after this contract was finished, he appeared reluctant. He has a serious illness and needs to undergo an operation, but he chose not to do so in Japan because he would have to take more than a month's leave, which could cause his employer to fire him. He did not want to lose his job while having to stay in Japan; as his pain was still bearable, he decided to wait to have the operation once he could return to Vietnam.

Vinh's is just one of many stories exemplifying

²⁷ According to the NPO Kumusutaka-Association for Living Together with Migrants (from "Ninshin sokukikoku toigokai: gaikokujin jishūsei no nyūji iki kakuchi de" [The misunderstanding of getting pregnant means immediate repatriation: newborns deserted by foreign interns found in many places], Nihon Keizai Shimbun, 11 February 2021.

²⁸ "Ginōjishūsei Ukeire 10 Gatsu Saikai mo – Aitsugu Kaiko, Shien Kadai ni" [Acceptance of Technical Intern Trainee resumed in October- Dismissal in succession needs to be supported], Nihon Keizai Shimbun, 26 December 2020.

²⁹ "Betonamu jin Ginōjishūsei Hotto-rain Kaisai Hōkoku" [Report on Hotline contact with Vietnamese Technical Intern Trainees], no. 1, 2, 3, June to August 2020, Catholic Mission of Japan for Migrant Refugees and People on the Move (JCaRM) (<https://www.jcarm.com/wordpress/wp-content/uploads/2020/12/d89dc0e16915f0752856cdee07e9f052.pdf>); <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200820/k10012575881000.html>.

the risks trainees face when they become sick or injured; taking time off from work means risking losing job. Yuyama and Shitara also point out trainees' reluctance to get medical treatment for fear of getting fired (Yuyama and Shitara 2018, p. 208).

5. Conclusion

One of the ironies of Japanese foreign policy is that despite the increasing need for labor in the manufacturing and service industries, the government still holds on to its conservative stance of not accepting long-term migrant workers. In result, side-door policies such as the TITP have expanded, although the number of trainees accepted through this program are far from enough to ease Japan's labor shortage.

Given the high turnover of labor, trainees are easily subject to abuse at work, underpayment and dismissal from work. Thus far, the government has attempted to tackle these problems by means of law enforcement and monitoring. The Technical Intern Training Law (passed in 2016 and amended in 2019) allows trainees to file complaints directly to the OTIT, which monitors this program. They can also seek help from a hotline helpdesk and seek temporary shelter if necessary. Supervising organizations and enterprises that violate the law could lose their license or face suspension.³⁰ However, during economic downturn brought by COVID-19,

trainees become even more dispensable labor and had to face difficulties on their own.

Even though the rights of trainees are protected by law, interviews and surveys in this article reveal that many trainees struggle with work, a lower income than expected, and difficulties communicating in Japanese in their everyday life. Despite their eligibility to get medical treatment, trainees like Vinh often refuse it to avoid long absences from work. Similarly, female trainees get secret abortions or abandon their newborns to avoid having to take time off. These stories reveal how vulnerable trainees' status as guest workers really is.

Despite the OTIT's effort to tighten control over the TITP, harassment and employment violations still occur on a daily basis. This is mainly because, for enterprises, workers under the TITP are cheap and dispensable, so there is little incentive to regard them as a part of their companies. The biggest challenge for the OTIT seems to be how to monitor over 383,000 implementing organizations and over 2,500 supervising organizations nationwide. Despite the many setbacks mentioned above, the fact remains that Japan continues to need cheap labor and the TITP has created a big migration business both in and outside Japan. For these reasons, this program is expected to continue for many years to come.

³⁰ In more severe cases that involve physical abuse or violation of human rights, both implementing and supervising organizations are subject to imprisonment up to 10 years or fined up to ¥3,000,000. (Ministry of Health, Labor and Welfare, "About Technical Intern Training Program" March 2021 (www.mhlw.go.jp/content/000752687.pdf, p.32)

References

- Ministry of Health, Labor and Welfare. (2019). Current situation of Technical Intern Training Program. Retrieved from <https://www.mlit.go.jp/common/001273509.pdf>
- Ministry of Health, Labor and Welfare. (2018). Technical Intern Training Program. Retrieved from <http://otit.go.jp/files/user/19725.pdf>. (in English)
- Ministry of Health, Labor and Welfare. (2021). About Technical Intern Training Program. Retrieved from <http://www.mhlw.go.jp/content/000752687.pdf>
- Ministry of Justice and Ministry of Health, Labor and Welfare. (2020). About Technical Intern Training Program. Retrieved from <https://www.mhlw.go.jp/content/000633348.pdf>
- Ministry of Justice and Ministry of Health, Labor and Welfare. (2021). About Technical Intern Training Program. Retrieved from <http://www.moj.go.jp/content/001318235.pdf>.
- Ministry of Justice, Ministry of Health, Labor and Welfare. (2018). About New Technical Intern Training Program. Retrieved from https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou.../0000204970_1.pdf8
- Organization for Technical Intern Training. (2019). Current situation of Technical Intern Training Program. Retrieved from <http://mlit.go.jp/common/001273509.pdf>.
- Strausz, M. (2019). Help (Not) Wanted- Immigration Politics in Japan. New York: State University of New York Press.
- Suolunga, S. & Heejin, K. (2020). "How Foreign Interns Contribute to SME's Overseas Expansion," *Annals of Business Administrative Science*. 19, 159-173.
- Tanno, K. (2010). "The Economic Crisis and Foreign Workers in Japan: Why Does Japan Treat Migrant Workers as Second Class Citizens," *Japan Labor Review*. 7(3).
- Tian, Y. (2019). "Workers by any other name: comparing co-ethnics and 'interns' as labour migrants to Japan," *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 45 (9).
- 安藤真紀子(2019). 「「成長のための女性活躍—移民女性はいかに権利保障から取り残されているのか。技能実習生のリプロダクティブヘルス/ライツを中心に—」(国際開発学会「人の移動と開発」研究部会、明治大学院大学. 2019年9月20日) .
- 鈴木江理子(2010). 「外国人労働者」と呼ばれる人びとの諸相—在日外国人と階層分化」渡戸一郎他編『多民俗化社会・日本—〈多文化共生〉の社会的リアリティを問い直す』明石書店.
- 巢内尚子(2019). 『奴隷労働—ベトナム人技能実習生の実態』東京：花伝社.
- 外国人技能実習生権利ネットワーク・日本カトリック難民移民移動者委員会(J-CaRM) (2020) 「ベトナム人技能実習生ホットライン開催報告」第1回、2回、3回—2020年6月～8月.
<https://www.jcarm.com/wordpress/wpcontent/uploads/2020/12/d89dc0e>

16915f0752856cdee07e 9f052.pdf.

張紀濤・張一成(2020).「外国人技能実習生度とその課題」The Josai Journal of Business Administration. 16(1), 9-34.

宮島喬・鈴木江里子(2019).『新版 外国人労働者受け入れを問う』東京：岩波書店.

村上英吾(2019).「外国人技能実習制度と貧困」『貧困研究』22:66-74.

湯山英子・設樂澄子(2018).「北海道における在留ベトナム人の現状と課題ー技能実習生の実態調査から」『平成30年度助成研究論文集』(一財)北海道開発協会開発調査総合研究所、115-139.

Affiliation: Faculty of International Studies, Tenri University

Corresponding email: 2515226@gmail.com

Received: 2021/06/05

Revised: 2021/06/27

Accepted: 2021/06/27

ภาพความเป็นชายในโฆษณาเครื่องสำอาง สำหรับผู้ชายในญี่ปุ่น

บทคัดย่อ

ในงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าในสื่อโฆษณามีการนำเสนอภาพของชายและหญิงที่เป็นภาพจำ (stereotype) ทางเพศน้อยลง งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาว่าโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายนำเสนอภาพความเป็นชายเปลี่ยนแปลงไปจากภาพของผู้ชายในอดีตช่วง 50 ปีที่ผ่านมาอย่างไร และโฆษณาสะท้อนภาพความเป็นชายของ “ผู้ชายกินหญ้า” หรือ “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” หรือไม่ โดยศึกษาข้อมูลจากโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Shiseido สำหรับผู้ชาย ตั้งแต่ปี 1962 จนถึงปี 2020 ทั้งหมด 64 โฆษณา วิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอของโฆษณาว่ามีวิธีการประกอบสร้างภาพความเป็นชายอย่างไร โดยตีความบริบทในโฆษณาเชิงสัญลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่าภาพของผู้ชายในโฆษณามีความเปลี่ยนแปลงไปจากปี 1989-1962 โดยเป็นผู้ชายที่สนใจแฟชั่นและการบำรุงผิวหน้ามากขึ้นตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา โดยเริ่มเห็นการแต่งตัวที่เป็นแฟชั่นหรือการแต่งหน้าของผู้ชายในโฆษณามากขึ้นตั้งแต่ปี 2002 หลังจากนั้นจนถึงปี 2020 โฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย Shiseido ได้สะท้อนภาพของผู้ชายญี่ปุ่นที่มีความตระหนักในเรื่องความงามและแฟชั่นมากขึ้น ซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งของ “ผู้ชายกินหญ้า” และ “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” ในปัจจุบัน งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นบทบาทของสื่อโฆษณาที่เพิ่มความตระหนักด้านความงามของผู้ชายญี่ปุ่นได้

คำ

สำคัญ

ภาพความเป็นชาย ภาพจำทางเพศ ผู้ชายญี่ปุ่น เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย โฆษณาทางโทรทัศน์

The Portrayal of Men in Japanese Advertising of Cosmetics

Abstract

Some previous studies noticed the decreasing portrayal of gender stereotypes in commercials. This paper studies how the masculine image of Japanese men in the past 50 years has evolved into the image of “Herbivore Man” or “Genderless Boy” in Japanese TV commercials of cosmetic products for men. The contents from 64 Shiseido TV commercials of such products broadcast in Japan from 1962 to 2020 were analyzed to investigate the depiction of the male image and to interpret the discourse of such commercials semiotically. The results reveal gradual changes from masculine men during 1962–1989 to metrosexual men in 2000. Japanese men in fashion dresses and makeup appeared in 2002. From then to 2020, men were mostly portrayed as beauty and fashion savvy, modern-day characteristics of “Herbivore Man” and “Genderless Boy.” In effect, advertising raises the awareness of beauty in Japanese men.

Key words

portrayal of men, gender stereotypes, Japanese men, cosmetics for men, TV commercials

1. บทนำ

บทบาทหนึ่งของสื่อมวลชนคือการสะท้อนค่านิยมต่างๆของสังคมให้คนในสังคมได้รับรู้และตระหนัก (Barthel, 1992) โดยที่สื่อโฆษณาเป็นสื่อหนึ่งที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการบริโภคในชีวิตประจำวันของคนในสังคม เนื่องจากโฆษณาสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้านั้นๆได้ และโฆษณายังเป็นตัวที่ช่วยทำให้เกิดความแตกต่างในการสร้างภาพลักษณ์หรือความหมายใหม่ให้กับสินค้า โดยการเชื่อมความสัมพันธ์ของสินค้าเข้ากับค่านิยมของสังคมได้อีกด้วย (Dyer, 1982) ค่านิยมที่เกี่ยวกับความงามจึงมักจะถูกเชื่อมโยงกับสินค้าเครื่องสำอางเป็นหลัก และถูกมองว่าเป็นเรื่องของผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย แต่ในปัจจุบันไม่ใช่เพียงแต่ผู้หญิงเท่านั้นที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผู้ชายเองก็หันมาดูแลผิวหน้าและร่างกายโดยใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ปี 2006 เป็นต้นมา จากการสำรวจในปี 2006 พบว่าผู้ชายญี่ปุ่นหันมาใช้เครื่องสำอางเพิ่มมากขึ้น ตั้งแต่วัยรุ่นระดับมัธยมปลายไปจนวัยผู้ใหญ่อายุ 50-60 ปี (読売新聞, 2006a; 2006b) และในการสำรวจปีเดียวกันยังพบว่านักเรียนชายชั้นมัธยมปลายที่มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางมีมากถึง 80% (読売新聞, 2006b) นอกจากนี้จากการสำรวจตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในญี่ปุ่นพบว่าตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายเติบโตต่อเนื่องตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 21 เป็นต้นมา ในปี 2008 มียอดขายรวมอยู่ที่ระดับ 9 หมื่นล้านเยน และเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 แสนล้านเยนในปี 2012 (Fuji Keizai Group, 2018) และมียอดขายเพิ่มเป็น 119,900 ล้านเยนในปี 2019 ถึงแม้ในปี 2020 จะมียอดขายลดลงอยู่ที่ 114,500 ล้านเยน อันเนื่องมาจากสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID 19) แต่ยอดขายเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายยังจัดว่าเป็นตลาดที่ยังเติบโตได้ (日本経済新聞, 2020) การที่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นนี้เนื่องมาจากปัจจัยทั้งทางการตลาดและด้านสังคม ปัจจัย

ด้านการตลาดมาจากการที่ตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้หญิงมีผู้ผลิตจำนวนมากจนถึงจุดอิ่มตัว แต่ตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายนั้นยังมีพื้นที่ในการแข่งขันอยู่ ส่วนปัจจัยด้านสังคมนั้นมาจากค่านิยมเกี่ยวกับการแต่งตัวของผู้ชายที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นผู้ชายที่มีความสนใจเกี่ยวกับแฟชั่น ความสวยความงาม สนุกสนานกับการแต่งกาย และดูแลผิวหน้าผิวพรรณให้ดูดีต่อสายตาผู้อื่นโดยเฉพาะเพศหญิงที่มีแนวโน้มทำงานนอกบ้านมากขึ้น (読売新聞, 2009) โดยมีชื่อเรียกลักษณะของชายแบบนี้เป็นคำยอติดในแต่ละช่วงเวลาต่างกันไป เริ่มจาก “ผู้ชายที่มีความเป็นหญิง” (フェミ男 : Femi-o/ Feminine Men) ในปี 1993 “ผู้ชายกินหญ้า” (草食系男子 : Herbivore Men/ Grass-Eating Men) ในปี 2008 และ “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” (ジェンダーレス男子 : Genderless Boys) ในปี 2012 รูปแบบการบริโภคสินค้าของผู้ชาย ที่มีความสนใจในการดูแลผิวหน้าร่างกายให้ดูดีจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้ชายที่วางขายในท้องตลาดปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้น (読売新聞, 2009; GK Post, 2019)

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของญี่ปุ่นที่เป็นที่นิยมมีมากมาย หนึ่งในยี่ห้อที่มีชื่อเสียงคือ Shiseido ซึ่งเป็นยี่ห้อที่เก่าแก่ที่สุดยี่ห้อหนึ่ง และ Shiseido ยังถูกจัดให้เป็นยี่ห้อเครื่องสำอางอันดับหนึ่งของญี่ปุ่นตั้งแต่ปี 1956 และได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน (L'Officiel, 2017) การที่ Shiseido เป็นยี่ห้อที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคย่อมมีบทบาทในการนำเสนอภาพที่เป็นตัวแทนของค่านิยมความงามที่เป็นผลจากการได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆผ่านโฆษณาเพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ บริษัท Shiseido ผลิตสินค้าที่เป็นเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายและผลิตโฆษณามาตั้งแต่ปี 1959 (谷本・西山, 2009) ในช่วงแรกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายนั้นจำกัดอยู่ในกลุ่มน้ำยาจัดแต่งทรงผม หรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการโกนหนวดเท่านั้น จากนั้นเริ่มมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นโฟมล้างหน้า น้ำหอมหรือ

โคโลญ ลิปมันสำหรับผู้ชาย จนในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายมีความหลากหลายและใกล้เคียงกับเครื่องสำอางสำหรับผู้หญิงมากขึ้น ตั้งแต่ครีมกันแดด มาส์กหน้า โลชั่นและครีมบำรุงผิวหน้า ไปจนถึงกระดาษซับหน้ามัน ครีมรองพื้น อุปกรณ์ตกแต่งคิ้ว มาส์กภูมิผิวปาก และยาทาเล็บสำหรับผู้ชาย การที่ผู้ผลิตผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบใหม่ๆ และกระตุ้นการบริโภคด้วยการใช้โฆษณาจึงมีผลทำให้ผู้ชายหันมาสนใจด้านความงามและการดูแลผิวหน้ามากยิ่งขึ้น ฉะนั้นในงานวิจัยนี้จึงมุ่งตอบคำถามว่าโฆษณาที่นำเสนอภาพของผู้ชายกับเครื่องสำอางที่มีความหลากหลายมากขึ้นในปัจจุบันจะสะท้อนความเป็น “ผู้ชายที่มีความเป็นหญิง” “ผู้ชายกินหญ้า” หรือ “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” มากขึ้นหรือไม่ และมีความแตกต่างจากภาพของผู้ชายในอดีตที่ผ่านมาอย่างไร โดยศึกษาภาพความเป็นชายที่ปรากฏในโฆษณาโทรทัศน์ที่เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Shiseido สำหรับผู้ชาย ตั้งแต่ปี 1962 จนถึงปี 2020

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ภาพความเป็นชายในโฆษณา

ภาพความเป็นชายหรือหญิงที่ปรากฏในโฆษณานั้น มักจะแสดงให้เห็นบทบาททางเพศที่เป็นภาพจำ (stereotype) ของคนในสังคม ซึ่งเป็นค่านิยมที่สังคมสร้างขึ้น ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (Barthel 1992) เช่น ภาพจำของผู้ชายมักเกี่ยวกับการทำงาน การเป็นผู้นำ การประสบความสำเร็จ การเป็นเจ้าของอำนาจ มีความสามารถในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่ยากลำบาก ชอบการเสี่ยงภัย ชอบแข่งขัน มีผลกำไร ใจความรุนแรง มีร่างกายกำยำแข็งแรง มีความรู้ มีเหตุผล ในการตัดสินใจ ภาพความเป็นชายที่ปรากฏในโฆษณาจึงมักเห็นในรูปของการขับรถ การดื่มเหล้า การสูบบุหรี่ การเล่นกีฬา การเป็นนักธุรกิจ ซึ่งเป็นภาพที่ผู้ชายมักจะอยู่นอกบ้าน ที่ทำงาน หรือสถานที่ที่แสดงถึงกิจกรรมของผู้ชายที่ไม่ใช่ภายในบ้าน ส่วนผู้หญิงนั้นจะมีภาพจำเกี่ยวกับเรื่องงานในบ้าน ร่างกายหรือความสวยงาม

ภาพของผู้ชายจึงมักปรากฏในโฆษณาสินค้าเกี่ยวกับรถยนต์ เครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุปกรณ์ที่ใช้ในวงการธุรกิจ ส่วนภาพของผู้หญิงจึงมักปรากฏในสินค้าที่เกี่ยวกับบ้าน เช่น เครื่องครัว อุปกรณ์ทำความสะอาด อาหาร และเครื่องสำอาง (Dyer, 1982; Fejes, 1992; Barthel, 1992) ภาพความเป็นชายหรือหญิงที่ปรากฏในโฆษณาที่เป็นภาพจำของบทบาททางเพศที่กล่าวข้างต้นนั้นไม่ได้พบเพียงในวัฒนธรรมตะวันตกเท่านั้น แต่ยังปรากฏในโฆษณาของญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน (Ford et al., 1998; Arima, 2003, Sakamoto et al., 2003; Pongsapitaksanti, 2017) เช่น Ford et al. (1998) พบว่าโฆษณาในนิตยสารปรากฏภาพจำของบทบาทผู้หญิงที่อยู่ในบ้านและเป็นเหมือนเครื่องประดับ ขณะที่ผู้ชายทำงานและเล่นกีฬา ในงานของ Arima (2003) พบว่าภาพของผู้หญิงมักจะปรากฏในโฆษณาเกี่ยวกับความงาม หรือแม่บ้าน และมักเป็นผู้หญิงที่มีอายุน้อยและเป็นที่ดึงดูดความสนใจของคนรอบข้าง ส่วนภาพของผู้ชายนั้นมักเป็นผู้ชายทำงานวัยกลางคน และผู้ชายสูงอายุที่สนุกสนานกับเวลาส่วนตัว นอกจากนี้ 坂元他 (2003) ยังพบว่าบทบาทชายและหญิงในโฆษณาของญี่ปุ่นตั้งแต่ปี 1961-1993 ยังคงไม่เปลี่ยนไปจากภาพจำในรูปแบบเดิมโดยภาพของผู้ชายนั้นจะอยู่นอกบ้านเป็นผู้ชายทำงาน และค่อนข้างมีอายุกว่าผู้หญิง และผู้ชายมักจะปรากฏในโฆษณาสินค้าที่มีราคาแพงกว่าโฆษณาที่มีตัวหลักเป็นผู้หญิง เช่นเดียวกับงานของ Pongsapitaksanti (2017) ที่พบว่าภาพการทำงานของผู้หญิงญี่ปุ่นกับไทยในโฆษณานั้นไม่มีความแตกต่างกันมากนัก แม้ว่าสังคมไทยจะมีอัตราการทำงานของผู้หญิงนอกบ้านมากกว่าญี่ปุ่นก็ตาม และความเปลี่ยนแปลงในสังคมญี่ปุ่นที่มีอัตราการทำงานนอกบ้านของผู้หญิงมากขึ้น แต่ในโฆษณาญี่ปุ่นก็ยังแสดงภาพการทำงานที่ยังคู่กับผู้ชายมากกว่าผู้หญิง

อย่างไรก็ดีภาพความเป็นชายหรือหญิงในลักษณะภาพจำของสังคมส่วนใหญ่ที่กล่าวมาข้างต้นมีงานศึกษาที่พบความเปลี่ยนแปลงภาพจำของชายและหญิงด้วย

เช่นกัน เช่นในงานของ Skelly & Lundstrom (1981) และ Lysonski (1985) ต่างพบว่าภาพจำของความเป็นชายในโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์เริ่มลดลง ความเป็นกลางไม่แสดงภาพของความเป็นชายตามกระแสหลักเช่นที่ผ่านมา แต่ก็ยังคงความเป็นผู้ชายในด้านกิจกรรมที่มักจะอยู่นอกบ้านหรือเกี่ยวข้องกับการทำงานเป็นหลัก ส่วนในโฆษณาของญี่ปุ่นนั้นภาพความเป็นชายที่แสดงออกเหมือนผู้หญิงมากขึ้น โดยปรากฏในสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ช่วงที่เกิดปรากฏการณ์ของผู้ชายแต่ละลักษณะในแต่ละช่วงเวลา โดยเริ่มจากปรากฏการณ์ของ “ชายที่มีความเป็นหญิง” (Femio) ในนิตยสารสำหรับผู้ชาย Men Non-No และ Popeye ในช่วงปี 1994-1995 (小川, 2018) 小川พบว่าปรากฏการณ์ของ Femio นั้นเป็นกระแสนิยมในช่วงปี 1993-1994 โดยเริ่มจากการที่นักแสดงและนักร้องชื่อ いしだ 孝成 (Ishida Issei) และ 武田 真治 (Takeda Shinji) แต่งตัวด้วยเสื้อผ้าผู้หญิงแสดงแบบแฟชั่นโดยเป็นที่ชื่นชอบในหมู่ผู้หญิงก่อน และหลังจากนั้นก็เริ่มเป็นที่นิยมในหมู่ของผู้ชายวัยรุ่น ปรากฏการณ์ของ Femio เริ่มหายไปเมื่อปี 1996 หลังจากนั้นเริ่มมีปรากฏการณ์ “ผู้ชายกินพืช” (草食系男子/Herbivore Men) เกิดขึ้น โดยคำว่า “草食系男子” เป็นคำยอติดติดใน 10 อันดับของ U-CAN ในปี 2009 และเป็นคำที่คนรู้จักและใช้กันทั่วไปในปี 2010 ถึงแม้การใช้คำที่ใช้เรียกผู้ชายกลุ่มนี้ลดน้อยลงไปตั้งแต่ปี 2011 แต่การเกิดขึ้นของปรากฏการณ์นี้สามารถอธิบายถึงลักษณะของผู้ชายญี่ปุ่นแบบใหม่ที่มีความเป็นผู้หญิงมากขึ้น สนใจเรื่องแฟชั่น การแต่งตัวเหมือนผู้หญิง ไม่สนใจการมีกล้ามเนื้อแข็งแรงเหมือนผู้ชายสมัยก่อน และไม่ชอบความรุนแรง (Morioka, 2013) มีผลทำให้นิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ชายวัยรุ่นในช่วงปี 2006-2008 มีเนื้อหาที่ “ผู้ชายกินพืช” สนใจมากขึ้น Saladin (2015) พบว่านิตยสารสำหรับวัยรุ่นชาย ChokiChoki มีเนื้อหาที่แนะนำกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้หญิงมักจะทำ เช่น การดูแลร่างกายให้มีรูปร่างที่สมส่วน ไม่พอมบางเกินไปและไม่ให้มีกล้ามเนื้อมากเกินไป

การกินอาหารดูแลสุขภาพ วิธีการบำรุงดูแลผิวและใบหน้าแม้กระทั่งการทำทรีตเมนต์ตามสถานเสริมความงาม หลังจากนั้นถึงแม้ว่าปรากฏการณ์ “ผู้ชายกินพืช” จะถูกพูดถึงน้อยลงแต่ความตระหนักของผู้ชายที่เกี่ยวกับการแต่งตัว หรือความสนใจในแฟชั่นก็ยังคงต่อเนื่องมาในรูปแบบการแต่งตัวของผู้ชายที่ไม่อยู่ในกรอบของความเป็นชายหรือเป็นหญิงมากขึ้น 新實 (2019) พบว่าการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคำว่า ジェンダーレス (genderless) ในหนังสือพิมพ์หลักของญี่ปุ่น 3 ฉบับ (朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞) ตั้งแต่ปี 1994-2018 มีการอธิบายการแต่งตัวของ “ผู้ชายไม่แสดงเพศ” ว่าเป็นการแต่งตัวของผู้ชายวัยรุ่นที่มีแนวโน้มในการแต่งตัวเพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ไม่ได้จำกัดอยู่ในกรอบการแต่งตัวของผู้ชายเท่านั้น การแต่งตัวจะมีภาพลักษณ์ที่มีความเป็นผู้หญิงมากขึ้นทั้งการใช้สีและลวดลายที่แสดงความรัก แฟชั่นเสื้อผ้าในระยะหลังจึงมีแนวโน้มไม่แบ่งแยกความเป็นชายหรือผู้หญิงมากขึ้น การแสดงภาพจากสื่อต่างๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงกลุ่มวัยรุ่นชายที่มีแนวคิดในด้านการแต่งตัวและแฟชั่นในรูปแบบใหม่ ถึงแม้ไม่ใช่ผู้ชายส่วนใหญ่ในสังคมแต่สื่อก็ได้นำเสนอให้เห็นภาพความเปลี่ยนแปลงของสังคมในด้านความงามของผู้ชายรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาได้

2.2 ผู้ชายญี่ปุ่นกับความงามและแฟชั่น

ค่านิยมของความเป็นชายที่สื่อสะท้อนออกมานั้น มักจะเป็นภาพของชายที่เป็นภาพจำทางเพศของสังคม เช่น ผู้ชายที่มีความเป็นผู้นำ ร่างกายแข็งแรง ทำงานและกิจกรรมที่อยู่นอกบ้าน ชอบการต่อสู้และผจญภัย ฉะนั้นในเรื่องความงามและการแต่งตัวตามแฟชั่น มักจะถูกมองว่าไม่ใช่เรื่องของผู้ชาย Barthel (1992) กล่าวเกี่ยวกับการแต่งตัวของผู้ชายว่า ก่อนศตวรรษที่ 19 ผู้ชายมีความสนใจในการแต่งตัวตามแฟชั่น เช่น มีการใช้ลูกไม้ประดับชุด หรือใช้ชุดที่เป็นผ้าไหมหลากสีสัน แต่เมื่อเข้าสู่ศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นยุคแห่งการปฏิวัติอุตสาหกรรมการแต่งตัวของผู้ชายก็ถูกจำกัดให้อยู่ใน

กรอบที่ไม่เกี่ยวข้องกับการแต่งตัวและแฟชั่น เสื้อผ้าของผู้ชายจะเป็นสีโทนมิดไม่ใช่สีโทนสว่างจนมีคำกล่าวว่า “man in the gray flannel suit” (ผู้ชายในชุดสูทกำมะหยี่สีเทา) แต่เมื่อเข้าสู่ปลายทศวรรษ 60 เป็นต้นมาผู้ชายเริ่มมีอิสระในการแต่งตัวมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการแสดงแฟชั่นของยี่ห้อชั้นนำของต่างประเทศ เช่น GUCCI, LOEWE มีการแสดงแฟชั่นเสื้อผ้าที่เป็นดีไซน์เดียวกันทั้งนายแบบและนางแบบโดยไม่แยกความเป็นชายหรือหญิงหรือที่เรียกว่า unisex design (新實, 2019)

ในญี่ปุ่นนั้นผู้ชายเริ่มสนใจแฟชั่นมาตั้งแต่ทศวรรษ 80 โดยเห็นได้อย่างชัดเจนจากโฆษณาต่างๆ ในช่วงทศวรรษ 90 (Saladin 2015) และเห็นได้จากสื่อต่างๆ ที่ปรากฏภาพของผู้ชายกลุ่มใหม่ที่สนใจการแต่งตัวและแฟชั่นที่ถูกเรียกต่างกันไปตามแต่ละยุคสมัย เช่น “ผู้ชายที่มีความเป็นหญิง” หรือ Femio ในช่วงปี 1993-1994 เป็นผู้ชายที่มีลักษณะสนใจแฟชั่นและมีการแต่งตัวที่เหมือนผู้หญิงมากขึ้น มักจะใส่เสื้อยืดตัวเล็กแนบลำตัว ใส่เครื่องประดับ เช่น ตุ้มหูและสร้อยคอ มีการแต่งหน้ากันคิ้วและเขียน eye liner นายแบบ Femio ที่พบในนิตยสารสำหรับผู้ชายนั้นเป็นภาพของผู้ชายที่แต่งกายและโพสต์ท่าเหมือนผู้หญิง นายแบบที่มีลักษณะเป็น Femio นี้ เป็นที่ชื่นชอบอันดับที่หนึ่งของสาววัยรุ่น แต่ก็ยังพบว่านายแบบที่มีลักษณะแบบนี้กลับเป็นที่ไม่ชื่นชอบอันดับที่หนึ่งของสาววัยรุ่นเช่นกัน จัดได้ว่า Femio เป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้เห็นความตระหนักในเรื่องความงามของผู้ชายรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น (小川, 2018) จากนั้นในปี 2008-2009 เริ่มมีปรากฏการณ์ของผู้ชายรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “ผู้ชายกินพืช” (草食系男子/ Herbivore Men) โดยมีลักษณะตรงข้ามกับผู้ชายแบบดั้งเดิมที่เรียกว่า “ผู้ชายกินเนื้อ” (肉食系男子/ Carnivore Men) ลักษณะเด่นของผู้ชายกินพืชนั้นเป็นผู้ชายที่มีความสนใจแฟชั่นและชอบแต่งตัวให้ดูดี มีลักษณะนิสัยใกล้เคียงผู้หญิงมากขึ้น เช่น ชอบรับประทานของหวาน ชอบไปช้อปปิ้ง ไม่ค่อยสนใจในเรื่องความรักโรแมนติก ไม่ได้ชอบผู้หญิงแค่ความสวยงาม

ภายนอก ไม่ได้เป็นนักล่าผู้หญิงเพื่ออารมณ์ทางเพศเหมือนชายแบบเดิม (Morioka, 2013; Chen, 2012; Deacon 2013) โดย Chen (2012) ชี้ให้เห็นว่าลักษณะผู้ชายที่มีความเป็นผู้หญิงมากขึ้นของ “ผู้ชายกินพืช” นั้นมาจากสภาพเศรษฐกิจของญี่ปุ่นที่เริ่มตกต่ำตั้งแต่ทศวรรษ 90 เป็นต้นมา ทำให้วัยรุ่นผู้ชายพยายามทำตัวแตกต่างไปจากผู้ชายรุ่นพ่อที่มีค่านิยมในการทำงานอย่างทุ่มเทให้บริษัทแต่เศรษฐกิจกลับแย่ลง ผู้ชายกินพืชจึงมีแนวโน้มที่จะเลือกงานอิสระหรืองานที่ไม่ประจำ ไม่ใช่พนักงานบริษัท (Salaryman) ที่เคยเป็นที่นิยมของผู้ชายรุ่นพ่อ รายได้ที่น้อยลงจึงมีผลต่อความสนใจในสิ่งของที่มีราคาแพงที่เคยเป็นที่หลงใหลของผู้ชาย เช่น บ้าน รถยนต์ หรือ ผู้หญิง กลับมาสนใจในการแต่งตัวให้ดูดี สนใจแฟชั่นที่อยู่ใรราคาที่จับต้องได้ และไม่สนใจความสัมพันธ์กับผู้หญิงมากนักเนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องใช้เงินมาก นอกจากนี้ในนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ชายวัยรุ่นมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการกินอาหารเพื่อดูแลสุขภาพ และการดูแลสุขภาพของร่างกาย เช่น การใช้ครีมและโลชั่นบำรุงใบหน้า เทคนิคการจัดทรงผิวให้เป็นที่ดึงดูดและแนะนำทริตเมนต์เสริมความงามในสถานที่เสริมความงาม (beauty salon) ซึ่งมักจะเป็นเนื้อหาที่อยู่ในนิตยสารสำหรับผู้หญิง โดยนิตยสารพยายามชักจูงโดยใช้ข้อความว่า 「エステは女性が行くところはもう古い」 (ความคิดที่ว่าสถานเสริมความงามเป็นที่สำหรับผู้หญิงนั้นเก่าไปแล้ว) เพื่อให้เห็นว่าผู้ชายก็สามารถไปสถานเสริมความงามได้ไม่ใช่เฉพาะผู้หญิงเท่านั้น นอกจากนี้ในนิตยสารยังใช้ภาพทรมานเพื่อบอกถึงรูปร่างที่ดีของผู้ชายที่ต้องไม่มีน้ำหนักส่วนเกิน แต่ไม่ผอมบางเกินไป และไม่มึนกล้ามเนื้อ เนื่องจากผู้ชายที่มีกล้ามเนื้อมักจะถูกมองว่าเป็นชายรักชายหรือเกย์ (Saladin, 2015) หลังจากนั้นในปี 2012 เป็นต้นมา เริ่มมีนายแบบวัยรุ่นที่เรียกตัวเองว่า “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” (ジェンダーレス男子: Genderless Boys) มีลักษณะชอบการแต่งตัว สนใจแฟชั่นโดยมีการแต่งตัวที่หลุดออกจากกรอบของแบบที่เป็นหญิงหรือชาย มีอิสระในการแต่งตัว

และเลือกวิถีชีวิตเพื่อแสดงความเป็นตัวเองมากขึ้นโดยไม่อยู่ในกรอบของสังคมที่แยกความแตกต่างด้านเพศ (吹野, 2018) การแต่งตัวของผู้ชายกลุ่มนี้จะมีลักษณะที่ผสมผสานระหว่างการแต่งตัวของผู้หญิงและผู้ชายโดยแต่งเป็นชายที่ดูน่ารักทั้งทรงผมและเสื้อผ้า มีของใช้เช่น แวนดา กระเป๋ หรือหมวกที่มีดีไซน์น่ารักเหมือนของใช้ผู้หญิง และแต่งหน้าตาเหมือนผู้หญิง (読売新聞, 2016) มีลักษณะการพูดและท่าทางที่นุ่มนวลมากกว่าผู้ชายแต่ก็ไม่ใช่อผู้ชายประเภทที่สองหรือผู้ชายที่ชอบแต่งตัวเป็นหญิง (読売新聞, 2020)

จึงเห็นได้ว่าตั้งแต่ทศวรรษ 90 เป็นต้นมา เกิดปรากฏการณ์ต่างๆที่แสดงให้เห็นว่าผู้ชายญี่ปุ่นเริ่มตระหนักในเรื่องความงาม แฟชั่น และแนวความคิดเกี่ยวกับการไม่แบ่งแยกเพศเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันการแต่งหน้าของผู้ชายหรือการทำศัลยกรรมมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและไม่ใช้ทำเพื่อความสวยงาม แต่เป็นการทำเพื่อแก้ไขหรือปกปิดร่องรอยที่เป็นปัญหาบนใบหน้า และเริ่มมีค่านิยมที่มองว่าการทำให้ใบหน้าดูดีเป็นมารยาททางสังคมที่ไม่ว่าผู้หญิงหรือผู้ชายก็ควรทำให้ดูดีในสายตาคนอื่น ทำให้ตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา ผู้ชายจึงมีแนวโน้มสนใจการใช้เครื่องสำอางที่บำรุงผิวหน้าและปกปิดร่องรอยบนใบหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ครีมรองพื้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายมากที่สุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชายอื่นๆ นอกจากนี้ผู้ชายยังสนใจทำศัลยกรรมส่วนต่างๆของใบหน้า เข้าร้านเสริมสวย (Aesthetic salon) และเข้าร้านตกแต่งเล็บมากขึ้นเพื่อเพิ่มความมั่นใจของตนเองในการเข้าสังคมอีกด้วย (飯野, 2013; 読売新聞, 2015)

3. วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพความเป็นชายที่น่าเสนอในโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย Shiseido ตั้งแต่ปี 1962 ถึงปี 2020
2. เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงของภาพความเป็นชายที่น่าเสนอในโฆษณาเครื่องสำอาง

สำหรับผู้ชาย Shiseido ตั้งแต่ปี 1962 ถึงปี 2020 ว่าได้สะท้อนความเป็น “ชายกินหญ้า” หรือ “ชายไม่แสดงเพศ” หรือไม่

4. วิธีการวิจัย

โฆษณาที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายยี่ห้อ Shiseido ที่ฉายทางโทรทัศน์ โดยการสืบค้นผ่านทางเว็บไซต์ Youtube และเว็บไซต์ที่รวบรวมโฆษณาทางโทรทัศน์ของ Shiseido (<https://shiseido.same64.com/>) และเว็บไซต์อื่นๆที่รวบรวมโฆษณาทางโทรทัศน์ของญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี 1962 ซึ่งเป็นปีแรกที่สามารถสืบค้นได้จนถึงปี 2020 รวมทั้งสิ้น 64 โฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอ (content analysis) ของโฆษณาว่ามีวิธีการประกอบสร้างภาพความเป็นชายอย่างไร โดยอ้างอิงเกณฑ์การตีความเชิงสัญญาะในการวิเคราะห์เนื้อหาของ Strate (1992) โดยงานวิจัยนี้ได้จำแนกออกเป็น 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) รูปลักษณ์ภายนอกของนายแบบหลัก เช่น รูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย ช่วงอายุ 2) อารมณ์ความรู้สึกของนายแบบ 3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนายแบบหลักกับคนอื่นๆ 4) กิจกรรมของนายแบบ 5) บริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้ชาย 6) เทคนิคการนำเสนอภาพความเป็นชาย เช่น การใช้สี ฉาก ดนตรีประกอบ การใช้มุมกล้อง นอกจากนี้ยังใช้คำพูดของตัวละคร, บทพากย์ และตัวอักษรที่ปรากฏในโฆษณาวิเคราะห์ร่วมด้วยโดยตีความสัญญาะที่ปรากฏทั้งความหมายโดยอรรถหรือความหมายโดยตรง (denotative meaning) และความหมายโดยนัยหรือความหมายโดยอ้อม (connotative meaning) และนำมาประมวลผลการแสดงภาพความเป็นชายในช่วงเวลาต่างๆโดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงใหญ่ คือ ช่วงปี 1962-1989, 1990-2020 เพื่อวิเคราะห์ให้เห็นภาพของผู้ชายในโฆษณาที่เปลี่ยนแปลงไปและปรากฏการณ์ของผู้ชายที่มีความเป็นหญิง, ผู้ชายกินพืช หรือผู้ชายที่ไม่แสดงเพศที่สะท้อนภาพของผู้ชายในโฆษณาแต่ละช่วงเวลา

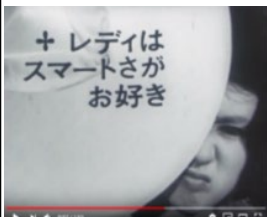
5. ผลการวิจัย

5.1 ภาพความเป็นชายญี่ปุ่นในโฆษณา Shiseido ช่วงปี 1962-1989

โฆษณาในช่วงปี 1962-1968 เป็นโฆษณาของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดแต่งทรงผม (hair tonic) และการโกนหนวด (aftershave lotion) เป็นหลัก ภาพของผู้ชายในโฆษณาโดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอผู้ชายที่มีเสน่ห์เป็นที่หมายปองของผู้หญิง โดยมีผู้หญิงที่เป็นคนรัก หรือผู้หญิงรอบตัวปรากฏอยู่ในฉากด้วย (ภาพที่ 1-8) เช่นโฆษณาปี 1962 ใช้วิธีการให้ผู้หญิงบอกว่าชอบผู้ชายในลักษณะต่างๆที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น เช่น 「レディはスマートさが好き」 (ผู้หญิงชอบผู้ชายที่ความเท่) (ภาพที่ 1,2) หรือผู้ชายที่ดูดีตกเป็นเป้าหมายของผู้หญิง (ภาพที่ 3,4) และชายชาวประมงที่กลับมาจากทะเลมาหาคนรัก (ภาพที่ 5) สัญลักษณ์แสดงความเป็นชายในช่วงนี้คือการใส่สูทผูกเน็คไท แม้ไม่ใช่บริบท

การทำงานผู้ชายก็จะอยู่ในชุดสูทเสมอ เช่น แม้จะเป็นชาวประมงก็ยังเปลี่ยนจากชุดทำงานเป็นสูทเพื่อมาหาคนรัก

ตั้งแต่ปี 1968 เป็นต้นมาโฆษณาเริ่มเปลี่ยนจากภาพขาวดำเป็นภาพสี โดยที่โฆษณาในช่วง 1968-1970 (ภาพที่ 11,12) ไม่ได้นำเสนอแค่เพียงแนวคิดที่ผู้ชายต้องดูดีมีเสน่ห์ในสายตาของผู้หญิงเหมือนในช่วงแรก แต่มีการแสดงให้เห็นถึงผู้ชายกับกิจกรรมอื่นๆ เช่นผู้ชายที่เลี้ยงสุนัขและพาสุนัขไปเดินเล่น (ภาพที่ 10) นอกจากนี้โฆษณาได้ใช้สัญลักษณ์แสดงความเป็นชายด้วยการสูบบุหรี่ ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 11 ที่ถือสินค้ายับกับบุหรี่ และภาพที่ 12 ที่นายแบบสูบบุหรี่ระหว่างพาสุนัขไปเดินเล่น นายแบบในช่วงนี้เป็นผู้ชายลูกครึ่ง 団次郎 (Dan Jiro) ที่มีรูปร่างผอมบาง สูงโปร่ง การแต่งตัวในช่วงนี้เป็นเสื้อผ้าที่ดูล้าลองมากขึ้นไม่เน้นการแสดงความเป็นชายโดยการใส่สูทเหมือนช่วงปี 1962-1967

			
ภาพที่ 1 https://www.youtube.com/watch?v=oiPE_fY1k5c&list=PLy-pofLJFVl1zu5rOC1Pmlippa-k_w8	ภาพที่ 2 https://www.youtube.com/watch?v=oiPE_fY1k5c&list=PLy-pofLJFVl1zu5rOC1Pmlippa-k_w8	ภาพที่ 3 https://www.youtube.com/watch?v=HF-NjafhwUc	ภาพที่ 4 https://www.youtube.com/watch?v=HF-NjafhwUc
			
ภาพที่ 5 https://www.youtube.com/watch?v=yov9SXLShVY	ภาพที่ 6 https://www.youtube.com/watch?v=90Z8V0SluZI	ภาพที่ 7 https://www.youtube.com/watch?v=SAzloK9hmw4	ภาพที่ 8 https://www.youtube.com/watch?v=esZCRJE300I&list=PLy-pofLJFVl1zu5rOC1Pmlippa-k_w8&index=4

			
ภาพที่ 9 https://www.youtube.com/watch?v=Jvxx7CvaX3w	ภาพที่ 10 https://www.youtube.com/watch?v=Jvxx7CvaX3w	ภาพที่ 11 https://www.youtube.com/watch?v=9wrpMS2ASls	ภาพที่ 12 https://www.youtube.com/watch?v=9wrpMS2ASls

ตั้งแต่ปี 1970 เป็นต้นมา โฆษณายังมีการนำเสนอภาพของผู้ชายที่ดูดีในชุดสูทผูกเน็คไทเพื่อไปพบเจอกับผู้หญิง (ภาพที่ 13,15,16) และกิจกรรมอื่นๆ ที่แสดงความเป็นชาย เช่น การตกปลา (ภาพที่ 14) การทำงานที่ต้องอยู่บนเรือ (ภาพที่ 15) นายแบบหลักในช่วงนี้ 70% เป็นนักแสดงลูกครึ่งญี่ปุ่นอเมริกัน 草刈正雄 (Kusakari Masao) ที่มีรูปร่างผอมบาง ผิวคล้ำ (ภาพที่ 14,16) และในช่วง 1979-1983 โฆษณามีการนำเสนอภาพผู้ชาย

2 รุ่น คือ นายแบบรุ่นหนุ่ม 草刈正雄 (Kusakari Masao) กับนักดนตรีแซกโซโฟนรุ่นสูงวัย 渡辺 貞夫 (Watanabe Sadao) ที่โด่งดังในขณะนั้น (ภาพที่ 17-20) กิจกรรมในโฆษณาแสดงถึงความสนุกสนานระหว่างคน 2 รุ่นที่ใช้ผลิตภัณฑ์เดียวกัน ส่วนใหญ่นายแบบในโฆษณามักจะอยู่ในชุดสูทถึงแม้ไม่ใช่บริบทการทำงานก็ตาม เช่น ในภาพที่ 18 แม้จะอยู่ในบริบทของการพักผ่อนริมทะเลก็ยังใส่สูท

			
ภาพที่ 13 https://twitter.com/antique_spica/status/758544817341116416	ภาพที่ 14 https://shiseido.same64.com/shiseido-tag-MGS-118.html	ภาพที่ 15 https://gifmagazine.net/post_images/4196302	ภาพที่ 16 https://www.youtube.com/watch?v=CR2wHSE51FE&list=RDJLxVvOjV-Jk&index=3
			
ภาพที่ 17 https://www.youtube.com/watch?v=CR2wHSE51FE&list=RDJLxVvOjV-Jk&index=2	ภาพที่ 18 https://www.youtube.com/watch?v=CR2wHSE51FE&list=RDJLxVvOjV-Jk&index=2	ภาพที่ 19 https://www.youtube.com/watch?v=CR2wHSE51FE&list=RDJLxVvOjV-Jk&index=2	ภาพที่ 20 https://www.youtube.com/watch?v=CR2wHSE51FE&list=RDJLxVvOjV-Jk&index=2

			
ภาพที่ 21 https://www.youtube.com/watch?v=31AB15Eq1IQ	ภาพที่ 22 https://www.youtube.com/watch?v=mjnmGxVK8Zc	ภาพที่ 23 https://shiseido.same64.com/shiseido-tag-Tonreruzu-353.html	ภาพที่ 24 https://m.youtube.com/watch?v=lvirZWRvoh_0&list=PLNFMW4Dn_seqlaU0eNZg4NZIu3_IPyduWw&index=20&t=0s

ตั้งแต่ปี 1978 เป็นต้นมาโฆษณาไม่ปรากฏบริบทที่มีคู่รักหรือมีผู้หญิงเลย แต่จะเน้นไปที่กิจกรรมต่างๆของของผู้ชาย เช่น มีการนำเสนอภาพความสวยงามของชายในบทบาทของนักกีฬา (ภาพที่ 21-24) โดยใช้นายแบบที่เป็นนักซูโม่และนักมวยปล้ำซึ่งเป็นที่ยอมรับของญี่ปุ่นในขณะนั้น (ภาพที่ 21) โค้ชเบสบอล (ภาพที่ 22) หรือนักมวย (ภาพที่ 23) รูปร่างของนายแบบส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ชายหุ่นนักกีฬาหรือตัวสูงใหญ่ มีการแสดงภาพความเป็นชายที่โฉบเฉี่ยวล้ำเนื้อมันให้เห็นร่างกายที่แข็งแรง บึกบึนสมกับความเป็นชาย ดังในภาพที่ 24

ตั้งแต่ปี 1986 เป็นต้นมา Shiseido เริ่มออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายที่เคยเป็นเครื่องสำอางสำหรับผู้หญิงมาก่อน เช่น มาส์กหน้า ยาทาเล็บ

สำหรับผู้ชาย ภายใต้ยี่ห้อชื่อ Gear ซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยรุ่น นายแบบหลักของยี่ห้อคือนักรื่องวงร็อค 陣内 孝則 (Jinnai Takanori) เพื่อสื่อให้เห็นถึงความเป็นเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายที่แตกต่างจากเครื่องสำอางสำหรับผู้หญิงโฆษณาจึงนำเสนอภาพกล้ามเนื้อส่วนบนของผู้ชายเพื่อแสดงสัญลักษณ์ของความเป็นผู้ชาย (ภาพที่ 25,26) การแต่งตัวของผู้ชายที่เน้นการใส่สูทผูกเน็คไทในช่วงนี้ยังคงมีอยู่แต่โฆษณานำเสนอภาพของผู้ชายในชุดแนวแฟนซีมากขึ้น (ภาพที่ 27,28) ภาพจากโฆษณาในช่วงนี้พยายามแสดงให้เห็นว่าผู้ชายก็สามารถใช้ผลิตภัณฑ์มาส์กหน้า ทาเล็บ เหมือนผู้หญิงได้มากขึ้น

			
ภาพที่ 25 https://www.youtube.com/watch?v=39fcBmXWH68	ภาพที่ 26 https://www.youtube.com/watch?v=39fcBmXWH68	ภาพที่ 27 https://www.youtube.com/watch?v=cOqR55ZnxBs	ภาพที่ 28 https://www.youtube.com/watch?v=jUxaqD3jYs

5.2 ภาพของความเป็นชายญี่ปุ่นในโฆษณาช่วงปีค.ศ.1990-2020

โฆษณาในช่วงทศวรรษ 90 นั้นเริ่มมีการนำเสนอภาพผู้ชายที่แตกต่างไปจากอดีต เช่นผู้ชายผอมยาว (ภาพที่ 29) และใช้คำขวัญโฆษณาที่เชิญชวนให้ผู้ชายเปลี่ยนมุมมองหันมาสนใจความสวยงามเหมือนผู้หญิงมากขึ้น เช่น 「ブレスアップの男」 (ผู้ชายที่ (ใบหน้า) กระชับ) (ภาพที่ 29) และ 「美しい男になろう」 (มาเป็นผู้ชายที่งดงามกัน) (ภาพที่32) อย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีนายแบบเป็นผู้ชายผอมยาวแต่โฆษณายังนำเสนอความเป็นชายที่โหวกถอมเนื้อส่วนบนอยู่ (ภาพที่ 29,30) นายแบบที่อยู่ในโฆษณาช่วงนี้ส่วนใหญ่เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงของญี่ปุ่นทั้งนักร้องและนักดนตรี อยู่ในกิจกรรมสบายๆ ผ่อนคลาย

เช่น การเลือกซื้อแผ่นเสียงในร้านแผ่นเสียง (ภาพที่ 31) หรือการเล่นในวันทีอากาศดี (ภาพที่ 32) การแสดงความเป็นชายในชุดสูทยังเป็นเรื่องปกติในโฆษณา แต่การใส่สูทมักจะเป็นสูทแบบลำลองและไม่มีเน็คไท (ภาพที่ 31,32) ในทศวรรษนี้เป็นช่วงที่เศรษฐกิจของญี่ปุ่นประสบกับภาวะฟองสบู่แตก แต่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายกลับมียอดขายที่ดีเมื่อเทียบกับสินค้าในกลุ่มอื่น (飯野, 2013) ถึงแม้ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผมแต่ก็มีการพัฒนารูปแบบจากเดิมซึ่งเป็น hair liquid, hair tonic, hair gel เปลี่ยนมาเป็นรูปแบบสเปรย์ สามารถจัดทรงได้หลากหลายมากขึ้นทั้งเปียกและแห้ง และเริ่มมีผลิตภัณฑ์กระดาศับหน้ามันสำหรับผู้ชายออกขายในปี 1998

			
ภาพที่ 29 https://www.youtube.com/watch?v=0x-OxtuzZPQ	ภาพที่ 30 https://www.youtube.com/watch?v=CftTjterpurl	ภาพที่ 31 https://www.youtube.com/watch?v=r49ex4OkCSk	ภาพที่ 32 https://shiseido.same64.com/shiseido-tag-Fumiyu-Fujii-252.html
			
ภาพที่ 33 https://shiseido.same64.com/shiseido-tag-Gackt-756.html	ภาพที่ 34 https://shiseido.same64.com/shiseido-tag-Gackt-756.html	ภาพที่ 35 https://shiseido.same64.com/shiseido219.html	ภาพที่ 36 https://shiseido.same64.com/shiseido354.html
			
ภาพที่ 37 https://www.youtube.com/watch?v=Sf_WL067Wpq	ภาพที่ 38 https://www.youtube.com/watch?v=HB3Yh-0Ekt4	ภาพที่ 39 https://www.youtube.com/watch?v=jFPtMRcOP0Y	ภาพที่ 40 https://www.youtube.com/watch?v=skuFgBm1pLk

ตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา ในโฆษณาเริ่มมีภาพผู้ชายที่มีความคล้ายกับผู้หญิงมากขึ้น เช่น โฆษณาแว็กซ์จัดแต่งทรงผมในปี 2002 นำเสนอภาพนักร้องแนวร็อกชื่อดัง (Gackt) ที่ทำสีผม แต่งหน้า และใส่ตุ้มหู (ภาพที่ 33, 34) เอกลักษณ์การแต่งตัวและการแต่งหน้าที่เหมือนผู้หญิงของ Gackt ทำให้วัยรุ่นเลียนแบบและมีอิทธิพลต่อแนวคิดของกลุ่ม “ผู้ชายกินพืช” ที่ปรากฏขึ้นในช่วงปี 2000 เป็นต้นมา (Chen, 2012) ทรงผมของผู้ชายที่สื่อโฆษณานำเสนอช่วงนี้เป็นทรงที่ดูพลิ้วเบาเป็นธรรมชาติไม่จัดผมให้เรียบเหมือนในยุคก่อนๆ ซึ่งเป็นที่นิยมเริ่มมาตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 90 และนอกจากการแต่งทรงผมของผู้ชายแล้ว ตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา ผู้ชายก็เข้าสู่ยุคสมัยที่เริ่มดูแลผิวหน้าและแต่งหน้ามากขึ้น (Fashion press, 2019) โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ออกขายในช่วง 2004-2009 เป็นโลชั่นบำรุงผิวหน้าสำหรับผู้ชาย ในโฆษณาโลชั่นบำรุงผิวหน้าปี 2004-2006 นั้นใช้พาดหัวเป็นคำถามส่งไปยังผู้ชมโฆษณาว่า 「心は自由か、顔はどうだ」 (หัวใจมีอิสระหรือไม่ แล้วใบหน้าเป็นอย่างไร) (ภาพที่ 35) หรือเป็นครีมบำรุงผิวหน้าที่ให้เห็นผลอย่างรวดเร็ว 「洗顔後の約10分ケア」 (บำรุงเพียง 10 นาทีหลังล้างหน้า) (ภาพที่ 36) ถึงแม้ว่าช่วงนี้จะมีภาพผู้ชายที่มีลักษณะเหมือนผู้หญิงในโฆษณา (ภาพที่ 33, 34) ก็ตาม แต่ส่วนใหญ่แล้วในโฆษณาก็ยังปรากฏภาพความเป็นชายในชุดสูทและอยู่บริบทของการทำงานหรือเดินทาง เช่นในภาพที่ 35 และ 36 นอกจากนี้ช่วงปี 2009-2013 ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผมยี่ห้อ UNO ใช้นายแบบหลักที่เป็นนักแสดงวัยรุ่น 4 คน (小栗旬 (Oguri Jun)、妻夫木聡 (Tsumabuki Satoshi)、三浦春馬 (Miura Haruma)、永山瑛太 (Nagayama Eita)) นำเสนอภาพการแต่งทรงผมของผู้ชายยุคใหม่ที่ใส่ใจการแต่งตัวให้ดูดีอยู่เสมอ แม้จะเป็นการเล่นเทนนิสก็ยังใส่เน็คไท (ภาพที่ 37) การแต่งตัวแม้จะเป็นสูทแต่ก็เป็นสูทแนวแฟชั่นที่ไม่ใช่สูททำงานโดยทั่วไป หรือเป็นสูทที่มีสีสันสดใส (ภาพที่ 38-40)

ในปี 2012 เป็นปีแรกที่มีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการ

จัดตกแต่งคิ้วและรองพื้นสำหรับผู้ชาย โดยมีนายแบบหลักเป็นนักร้องวง Kinki Kids ชื่อ堂本剛 (Doumoto Tsuyoshi) โดยมีสโลแกนในโฆษณาว่า 「もっと見て見て」 (มองอีกสิๆ) (ภาพที่ 41-43) โฆษณานำเสนอภาพการแต่งคิ้วและการทารองพื้นของผู้ชายซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้ชายไม่เคยทำมาก่อน และยังเป็นการแต่งคิ้วและทารองพื้นให้สาธารณชนมอง และให้มองแล้วมองอีกว่าผู้ชายก็สามารถแต่งคิ้วและทารองพื้นได้เช่นเดียวกับผู้หญิงโดยไม่ต้องเงินอาย ในโฆษณาแสดงให้เห็นถึงผู้ชายที่ยังไม่คุ้นเคยกับการจัดตกแต่งคิ้วบนกับนักเรียนมัธยมปลายหญิงว่า 「女は大変ねー (ผู้หญิงเนี่ยลำบากนะ) นักเรียนหญิงจึงตอบกลับว่า 「男だって大変じゃん」 (ผู้ชายเองก็ลำบากไม่ใช่เหรอ) ซึ่งเป็นบทสนทนาที่แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมการเขียนคิ้วหรือแต่งคิ้วเป็นสิ่งที่ยากและเป็นกิจกรรมของผู้หญิงมาก่อน แต่ปัจจุบันผู้ชายก็ต้องทำเหมือนผู้หญิงเช่นกัน ส่วนในโฆษณารองพื้นสำหรับผู้ชายนั้นจงใจให้ซื้อสินค้าโดยโฆษณาสรรพคุณว่าเป็นครีมรองพื้นที่ทำให้หน้าดูเล็กลง 「小顔に見せる、男のファンデーション」 (ครีมรองพื้นสำหรับผู้ชายทำให้ดูใบหน้าเล็ก) นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์มาสก์มึนปากของผู้ชายออกมาขายด้วยเช่นกัน (ภาพที่ 44) โฆษณาสื่อให้เห็นว่าเมื่อผู้ชายที่มาทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับความสวยงามบนใบหน้าซึ่งเป็นกิจกรรมที่คู่กับผู้หญิงมาก่อน เช่น การจัดแต่งคิ้ว การทารองพื้น หรือการมาสก์มึนปาก อาจเป็นเรื่องที่ลำบากของผู้ชายที่ยังไม่มีประสบการณ์ โฆษณาจึงต้องมีการบอกขั้นตอนของการใช้เครื่องสำอางให้เห็นว่าเป็นสิ่งที่สามารถทำได้ไม่ยุ่งยาก แม้ไม่มีประสบการณ์ดังในภาพที่ 44 มีการบอกขั้นตอนการมาสก์มึนปากใน 3 ขั้นตอน การแต่งตัวของนายแบบในโฆษณาในช่วงนี้แสดงให้เห็นถึงภาพของผู้ชายที่สนใจการแต่งตัวอย่างชัดเจน เช่นการใส่สูทที่มีสีสันสดใส (ภาพที่ 42, 43, 44) การใส่แว่น (ภาพที่ 43) และการใส่เสื้อที่มีลวดลายเหมือนผู้หญิงและมีโบว์ประดับด้านหน้า (ภาพที่ 45) ซึ่งเป็นรูปแบบที่ไม่ค่อยพบในการแต่งกายของผู้ชายก่อนหน้านี้

			
ภาพที่ 41 https://www.bilibili.com/video/av4380712/	ภาพที่ 42 https://www.bilibili.com/video/av4380712/	ภาพที่ 43 https://www.bilibili.com/video/av4380712/	ภาพที่ 44 https://www.bilibili.com/video/av4380712/
			
ภาพที่ 45 https://www.youtube.com/watch?v=LZ1uyfp-KPE	ภาพที่ 46 https://www.youtube.com/watch?v=6Slq8gdzLrU	ภาพที่ 47 https://www.youtube.com/watch?v=6Slq8gdzLrU	ภาพที่ 48 https://www.youtube.com/watch?v=ArS0_YqJmvo
			
ภาพที่ 49 https://www.youtube.com/watch?v=VEH81ADJef8	ภาพที่ 50 https://www.shiseido.co.jp/uno/movie/	ภาพที่ 51 https://www.shiseido.co.jp/uno/movie/	ภาพที่ 52 https://www.shiseido.co.jp/uno/movie/

ตั้งแต่ปี 2016 จนถึงปี 2020 ผลิตภัณฑ์ Shiseido ภายใต้ยี่ห้อ UNO ได้ผลิตโฆษณาที่ใช้ชายแบบชุดเดียวกัน โดยมีชายวัยกลางคน竹野内豊 (Takenouchi Yutaka) สอนชายวัยรุ่นที่จะเข้าสู่ผู้ใหญ่ 窪田正孝 (Kubota Masataka) และ野村 周平 (Nomura Shuhei) ให้ดูแลรักษาผิวหน้าและบอกเคล็ดลับของผลิตภัณฑ์ที่ตนใช้เป็นประจำให้เป็นผู้ใหญ่ที่มีผิวหน้าที่ดูดีและดูอ่อนเยาว์ได้ โฆษณาน่าสนใจให้เห็นว่าเมื่อชายหนุ่มใช้ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม (ภาพที่ 46-48) หรือผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า (ภาพที่ 49-52) จะมีความมั่นใจในการพบเจอผู้คนทั้งในเวลางานและนอกเวลางานได้ จึงมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการดูแลผิวหน้าและตกแต่งผิวหน้าสำหรับชายจึงผลิตออกขายมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี

2015 เป็นต้นมา และเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากที่สุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่น (読売新聞, 2015) เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าสำหรับผู้ชาย Skin serum water ออกขายในปี 2017 ครีมรองพื้นสำหรับผู้ชาย Face color creator ปี 2019 และครีมบำรุงผิวหน้าที่ทำให้อ่อนวัย Cream perfection ปี 2020

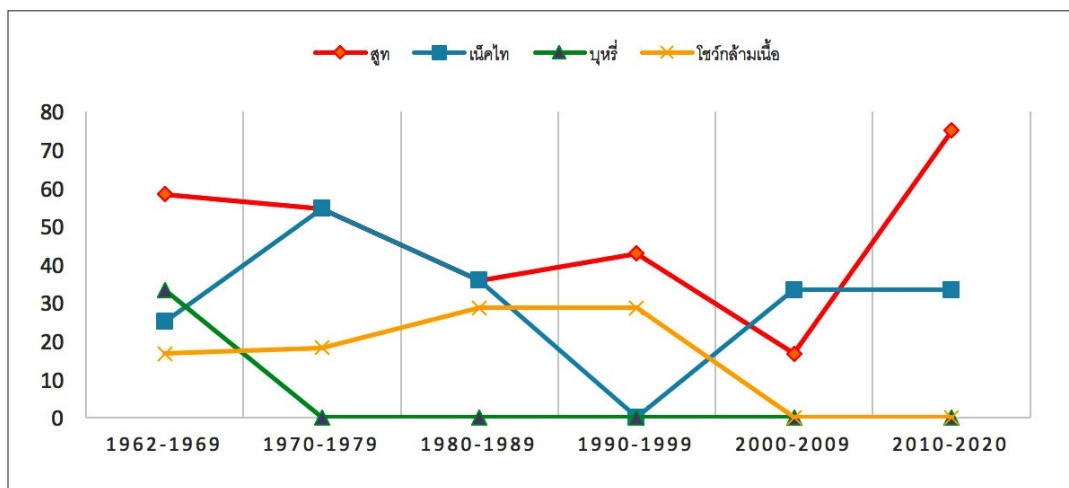
จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นมา จัดได้ว่าเป็นยุคที่ผู้ชายมีแนวคิดว่าเป็นหน้าที่ดูดีเป็นส่วนสำคัญในการทำงานเมื่อเป็นผู้ใหญ่ และควรทำให้เกิดความประทับใจในครั้งแรกที่เจอ โดยโฆษณาสื่อให้เห็นว่าความประทับใจนั้นสามารถซื้อหาได้จากการใช้เครื่องสำอาง จะเห็นได้จากสโลแกน「肌は大人の勝負服」(ผิวหน้าเป็นเสื้อผ้าชุดเก่งของผู้ใหญ่) (ภาพที่ 49)

และ「第一印象は、買える」(ความประทับใจครั้งแรกซื้อได้) (ภาพที่ 50) หรือ「第一印象は、速攻つくれる」(ความประทับใจครั้งแรกสร้างได้อย่างรวดเร็ว) ในภาพที่ 52 เป็นคำขวัญโฆษณาของปี 2017 และ 2020 นอกจากนี้โฆษณาปี 2020 ยังแสดงให้เห็นชัดเจนว่าผู้ชายวัยรุ่นสนใจว่าจะอะไรทำให้ชายวัยกลางคนถึงแม้จะมีอายุแล้วแต่ยังดูดีได้อยู่ตลอดเวลา (ภาพที่ 51) ภาพความเป็นชายในช่วงนี้แสดงภาพผู้ชายในชุดสูทผูกเน็คไทและอยู่ในบริบทการทำงานที่ต้องพบปะผู้คนมากมาย และสนใจอยากรู้เคล็ดลับการบำรุงผิวหน้าจากผู้ชาย

รุ่นที่ที่ยังคงดูดีแม้อายุจะมากขึ้น โดยมีคำขวัญโฆษณาดึงดูดความสนใจว่า「うるおい肌で、若々しく進め」(ผิว (หน้า) ที่ชุ่มชื้นทำให้ดูอ่อนเยาว์)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย Shiseido ตั้งแต่ปี 1962 จนถึงปี 2020 แสดงภาพความเป็นชายด้วยสัญลักษณ์ 4 รูปแบบ คือชุดสูท เน็คไท บุหรี่ และการไว้ทรงผมสั้นเนื้อส่วนบน การแสดงสัญลักษณ์เหล่านี้มีความเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาดังในกราฟที่ 1

กราฟที่ 1 อัตราส่วนของสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นชายตั้งแต่ปี 1962-2020 (%)



จากกราฟที่ 1 จะเห็นได้ว่าสัญลักษณ์แสดงความเป็นชายในโฆษณาตั้งแต่ปี 1962 จนถึงปี 2020 นั้นใช้นายแบบที่ใส่ชุดสูทเป็นหลัก โดยมีอัตราส่วนมากที่สุดในเกือบทุกช่วงเวลา ยกเว้นในช่วงปี 2000-2009 ที่มีสัดส่วนของผู้ชายในชุดสูทน้อยลง ซึ่งการใส่สูทนั้นพบว่ามีคู่กับการผูกเน็คไทเป็นหลัก แต่การใส่สูทโดยไม่มีเน็คไท เช่น ใส่สูทกับเสื้อคอเต่า หรือใส่แค่สูทโดยไม่ใส่เสื้อด้านในจะปรากฏในช่วงปี 1990-1999 มากที่สุด ส่วนในช่วงปี 2000-2009 การใส่สูทน้อยลงแต่การใส่เสื้อเชิ้ตผูกเน็คไทโดยไม่มีสูทมีอัตราส่วนมากที่สุด นอกจากนี้การใช้สัญลักษณ์แสดงความเป็นชายในโฆษณาโดยใช้บุหรี่ยังมีปรากฏในช่วงแรก

(1962-1969) เท่านั้น หลังจากนั้นไม่พบภาพผู้ชายสูบบุหรี่หรือมีภาพบุหรี่ยุติในโฆษณาอีกเลย และการไว้ทรงผมสั้นเนื้อส่วนบนก็เป็นอีกสัญลักษณ์หนึ่งที่โฆษณานำเสนอภาพความเป็นชายมาตั้งแต่ปี 1962 จนถึงปี 1991 และหลังจากนั้นก็ไม่มีปรากฏอีกเลยเช่นกัน ฉะนั้นการแสดงสัญลักษณ์ความเป็นชายตั้งแต่ปี 1992 เป็นต้นมาจะเหลือเพียงแค่การใส่สูทและการผูกเน็คไทในบริบทของการทำงานเท่านั้น โดยภาพความเป็นชายในโฆษณาช่วงแรก (1962-1989) เป็นผู้ชายในชุดสูทหรือผู้ชายสูบบุหรี่ที่มีเสน่ห์เป็นที่ดึงดูดความสนใจจากเพศตรงข้าม มาเป็นผู้ชายที่แต่งตัวหลากหลายรูปแบบมากขึ้น จะใช้สูทและผูกเน็คไทใน

บริบทการทำงานเท่านั้น เริ่มมีการทำสีผมมากขึ้นตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา และปรากฏภาพของผู้ชายที่บำรุงผิวหน้า และใช้เครื่องสำอางในหมวด make up อย่างชัดเจนขึ้นในช่วงปี 2010-2020

6. สรุปและอภิปรายผล

ตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายเริ่มมีหลากหลายและเริ่มเหมือนเครื่องสำอางของผู้หญิงมากขึ้น โดยเน้นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการบำรุงผิวหน้ามากขึ้นตั้งแต่มาส์กหน้า โลชั่นบำรุงผิวหน้า มาส์กริมฝีปาก และเริ่มมีผลิตภัณฑ์ในหมวด makeup เช่น อูปรณแต่งคิ้วและรองพื้นสำหรับผู้ชายมาตั้งแต่ปี 2012 โฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยใดจะนำเสนอให้เห็นว่าเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แล้วจะดูดี มีเสน่ห์ ทำให้มั่นใจ จากผลงานวิจัยนี้พบว่าภาพของผู้ชายที่ดูดีในโฆษณามีความเปลี่ยนแปลงไปคือ ช่วงทศวรรษที่ 60-70 จะเป็นภาพจำของผู้ชายกระแสหลักในชุดสูทผูกเน็คไท หรือเป็นผู้ชายที่สุภาพโดยเน้นความเป็นผู้ชายที่มีเสน่ห์ ดึงดูดสายตาเพศตรงข้าม โดยในโฆษณาแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายกับผู้หญิงที่เป็นคู่รักหรือผู้หญิงที่อยู่รอบตัวอย่างชัดเจน เมื่อเข้าทศวรรษที่ 80 เป็นต้นมายังเป็นภาพจำของผู้ชายที่อยู่ในชุดสูทผูกเน็คไท การแสดงกล้ามเนื้อที่แข็งแรงของผู้ชาย และภาพของผู้ชายในกิจกรรมต่างๆทั้งในด้านกีฬา และกิจกรรมอื่นๆที่อยู่นอกบ้านแต่ไม่มีการแสดงภาพผู้ชายที่มีความสัมพันธ์กับผู้หญิงในโฆษณาและผู้ชายสุภาพแล้ว และตั้งแต่ปลายทศวรรษ 90 เป็นต้นมาเริ่มมีผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชายไม่เคยใช้มาก่อนออกขาย เช่น มาส์กหน้า ยาทาเล็บ และเริ่มมีแนวคิดเรื่องความงามกับผู้ชายมากขึ้น เช่น ในโฆษณาปี 1995 ใช้คำขวัญโฆษณาว่า 「美しい男になろう」 (มาเป็นผู้ชายที่งดงามกัน) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกิดปรากฏการณ์ “ผู้ชายที่มีความเป็นหญิง” หรือ Femio ในปี 1993-1994 ในช่วงนี้เศรษฐกิจของผู้ชายอยู่ในช่วงฟองสบู่แตก แต่เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายกลับเป็นสินค้าที่ขายดีเนื่องจากความโด่งดังของนักร้อง

วงร็อกยอดนิยม เช่น X-Japan และกระแสของความนิยม “ผู้ชายหน้าสวย” (美男) จากนิตยสารแฟชั่นสำหรับผู้ชาย จึงทำให้ผู้ชายหันมาแต่งตัวเลียนแบบนักร้องวงร็อก หรือ “ผู้ชายหน้าสวย” เช่นการแต่งหน้า และกันคิ้วจนกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาของผู้ชายมากขึ้น (飯野, 2013) ซึ่งช่วงนี้จัดว่าเป็นช่วงที่โฆษณาแสดงให้เห็นว่าผู้ชายญี่ปุ่นมีความสนใจเรื่องการแต่งตัวและแฟชั่นมากขึ้น (Saladin 2015) จนเมื่อเข้าสู่ปี 2000 เป็นต้นมา ในโฆษณาเริ่มมีภาพของผู้ชายที่แต่งตัวและแต่งหน้าในลักษณะเดียวกับผู้หญิงของนักร้องชายวงร็อก (Gakct) เช่น การตกแต่งคิ้ว การมาส์กหน้าและริมฝีปาก และการใช้รองพื้นเพื่อปกปิดร่องรอยบนใบหน้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ผู้ชาย และการแต่งกายของผู้ชายที่มีสีสันสดใส เสื้อผ้าที่มีรูปแบบเหมือนผู้หญิงมากขึ้น สะท้อนให้เห็นความสนใจในแฟชั่นและการแต่งตัวของผู้ชายญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกิดปรากฏการณ์ “ผู้ชายกินพืช” ในปี 2008-2009 และ “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” (ตั้งแต่ปี 2012) ในสังคมเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ดีโฆษณาในงานวิจัยนี้ไม่ปรากฏภาพของผู้ชายที่มีการแต่งหน้าและแต่งกายเหมือนผู้หญิงในลักษณะของ “ผู้ชายที่มีความเป็นหญิง (Femio)” “ผู้ชายกินพืช” หรือ “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” เหมือนกับในนิตยสารสำหรับผู้ชายในกลุ่มนี้อย่างชัดเจน อาจจะเนื่องมาจากผู้ชายกลุ่มนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ยังมีจำนวนไม่มาก ไม่ใช่ผู้ชายส่วนใหญ่ของสังคม แต่โฆษณาทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่นำเสนอต่อผู้ชายกลุ่มหลักทั่วประเทศ ในโฆษณาจึงนำเสนอภาพของกลุ่ม “ผู้ชายกินพืช” หรือ “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” นี้เพียงส่วนที่สนใจด้านการแต่งตัวแต่งหน้าให้ดูดี ถึงแม้ว่าโฆษณาดังแต่ 1962 จนถึงปี 2020 จะนำเสนอผู้ชายที่อยู่ในชุดสูทผูกเน็คไท เพื่อแสดงภาพความเป็นชายในภาพจำ แต่ตั้งแต่ทศวรรษ 90 เป็นต้นมา ภาพของผู้ชายในชุดสูทผูกเน็คไทถูกจำกัดให้แคบลง จากการที่ใส่ชุดสูทได้ในหลายบริบทเหลือเพียงบริบทการทำงานเท่านั้น โดยโฆษณานำเสนอผู้ชายในชุดอื่นๆที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งเป็นผู้ชายที่ดูดีทั้งการบำรุงผิวหน้าและจัดแต่งทรงผม ภาพจำของผู้ชายที่เป็น

ผู้ชายที่แข็งแรง รูปร่างกำยำ สบู่หรือ ก็ปรากฏในโฆษณาเพียงช่วงแรก หลังจากปี 1991 ก็ไม่ปรากฏผู้ชายในลักษณะนี้ในโฆษณาอีกเลย จึงกล่าวได้ว่าภาพจำของความเป็นชายในโฆษณาเริ่มลดลงตั้งแต่ทศวรรษ 90 ไม่แสดงภาพของความเป็นชายตามกระแสหลักเช่นที่ผ่านมา แต่ก็ยังคงความเป็นผู้ชายในด้านกิจกรรมที่มักจะอยู่นอกบ้านหรือเกี่ยวข้องกับการทำงานในชุดสูทผูกเน็คไทเป็นหลักดังที่พบในงานของ Fejes (1992) และการที่สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมที่มีความเป็นเพศชาย (Masculinity) สูงเป็นอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ (Hofstede, 2001) ภาพที่สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์สะท้อนออกมาจึงยังเป็นภาพของผู้ชายที่อยู่ในบทบาทของการทำงานที่เป็นภาพจำของสังคมเป็นส่วนใหญ่ ในช่วงที่มีปรากฏการณ์ของ “ผู้ชายที่มีความเป็นหญิง (Femio)” “ผู้ชายกินพืช” หรือ “ผู้ชายที่ไม่แสดงเพศ” บริษัทผลิตเครื่องสำอางจึงผลิตเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายที่หลากหลายมากขึ้น เช่น มาส์กหน้า โลชั่นบำรุงผิวหน้า ครีมรองพื้น เพื่อตอบสนองความหลากหลายของผู้ชาย ในยุคปัจจุบันที่หันมาสนใจบำรุงดูแลผิวหน้าและการแต่งตัวให้ดูดี บริษัท Shiseido ได้กล่าวถึงมุมมองเกี่ยวกับ

ความเป็นชายเพื่อโฆษณาสินค้าเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายว่า “men’s obsessions have shifted from automobiles to their own appearance” (ความหลงใหลของผู้ชายได้เปลี่ยนจากรถยนต์มาเป็นรูปร่างหน้าตาของตัวเอง) (The Japan Times, 2009) โฆษณาของ Shiseido จึงแสดงภาพความเป็นชายที่สนใจในเรื่องการแต่งตัวและบำรุงใบหน้าเพิ่มมากขึ้นซึ่งต่างจากภาพจำของผู้ชายกระแสหลักในอดีต ผู้ผลิตโฆษณานั้นมีจุดประสงค์ในการขายสินค้าเป็นหลัก ฉะนั้นโฆษณาจึงอาจจะไม่สามารถสะท้อนภาพความเป็นจริงของสังคมได้ทั้งหมดดังเช่นในงานของ Pongsapitaksanti (2017) ที่โฆษณาไม่ได้สะท้อนภาพการทำงานของผู้หญิงญี่ปุ่นที่มีอัตราการทำงานนอกบ้านมากขึ้นในสังคมญี่ปุ่นปัจจุบัน แต่จากงานวิจัยนี้ทำให้เห็นว่าสื่อโฆษณามีส่วนสำคัญในการเพิ่มความตระหนักเกี่ยวกับค่านิยมด้านความงามของผู้ชายญี่ปุ่น และยังมีบทบาทที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการสร้างภาพลักษณ์หรือความหมายใหม่ให้กับสินค้าโดยการเชื่อมความสัมพันธ์ของสินค้าเครื่องสำอางเข้ากับค่านิยมความงามของผู้ชายในรูปแบบใหม่ของสังคมได้อีกด้วย



เอกสารอ้างอิง(References)

- Arima,A. (2003). Gender Stereotypes in Japanese Television Advertisements. *Sex Roles* 49 (1), 81-90. DOI: 10.1023/A: 1023965704387
- Barthel, D. (1992). When men put on appearances: Advertising and the social construction of masculinity. *Men, Masculinity, and the Media*. Newbury Park: Sage.pp.137-153.
- Deacon, C. (2013). All the World’s a Stage: Herbivore Boys and the Performance of Masculinity in Contemporary Japan. *Manga Girl Seeks Herbivore Boy: Studying Japanese Gender at Cambridge*, 129-176.
- Dyer, G. (1982). *Advertising as Communication*. London: Methuen.
- FASHION PRESS.(2019). 「メンズヘアスタイルの変遷 - 昭和&平成に生まれた資生堂の名品と共に振り返り」 <https://www.fashion-press.net/news/48605>
- Fejes, F.J. (1992). Masculinity as fact: A review of empirical mass communication research on masculinity. *Men, Masculinity, and the Media*. Newbury Park: Sage, 9-22.
- Ford, J. B., Kramer Voli, P., Honeycutt Jr., E.D. & Casey, S.L. (1998). Gender Role Portrayals in Japanese Advertising: A Magazine Content Analysis, *Journal of Advertising*, 27:1, 113-124, DOI: 10.1080/00913367.1998.10673546
- Fuji Keizai Group. (2018). 「国内化粧品市場調査 (2): ヘアケア・ヘアメイク 7 品目メンズコスメティックス 6 品目市場を調査」 https://www.fuji-keizai.co.jp/market/detail.html?cid= 18052&view_type=2
- Fuji Keizai Group. (2019). 「インバウンド需要の伸びは落ち着くも、国内需要は使用アイテム数の増加で堅調 スキンケアやメイクアップが好調な化粧品市場を調査」 <https://www.fuji-keizai.co.jp/press/detail.html?cid=19062>
- GK Post. (2019). 「男だってスキンケアする時代！ 成長するメンズコスメ市場と人気の男性用コスメ商品！」 <https://gk-post.com/7902#3>
- Hofstede, G. H. (2001). *Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutes, and Organizations across Nations*. California: Sage Publications Inc.
- L’Officiel. (2017, Aug 23) 10 ข้อที่คุณอาจจะยังไม่รู้เกี่ยวกับชิเซโด. <http://lofficielthailand.com/2017/08/shiseido/>
- Lyonski, S. (1985). Role Portrayals in British Magazine Advertisement. *European Journal of Marketing*, Vol. 19 No. 7, pp. 37-55. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004724>
- Morioka, M.(2013). A Phenomenological Study of “Herbivore Men” *The Review of Life Studies* Vol.4, 1-20.

- Pongsapitaksanti, P. (2017). Gender and Working Roles in Television Commercials: A Comparison between Japanese and Thai Television Commercials. JSN Journal Vol.7 No.3, 159-171.
- Saladin, R. (2015). Between gyaru-o and soshokukeidanshi: body discourses in lifestyle magazines for young Japanese men, Contemporary Japan, 27:1, 53-70, DOI:10.1515/cj-2015-0004.
- Skelly, G. U. and Lundstrom, W. J. (1981). Male Sex Roles in Magazine Advertising, 1959–1979. Journal of Communication, Vol 31(4), 52–57.
- Strate Lance. (1992). Beer commercials: A manual on masculinity. Men, Masculinity, and the Media. Newbury Park: Sage. 78-92.
- The Japan Times (2009). “Herbivorous Men” are New Customer Kings’. <https://www.japantimes.co.jp/news/2009/07/16/national/herbivorous-men-are-new-consumer-kings/>
- 飯野智子(2013).「男らしさ」とファッション・美容 『実践女子短期大学紀要』第34号, 83-99.
- 小川麻衣(2018).「ファッションとジェンダー」—フェミ男現象と「男らしさ」の考察 『文化学園大学・文化学園大学短期大学部紀要,第49集, 49-56.
- 坂元 章・鬼頭真澄・高比良美詠子・足立にれか(2003).「テレビ・コマーシャルにおける性 ステレオタイプの描写の内容分析研究—33年間でどれだけ変化したか—」 『ジェンダー研究』第6,47-57.
- 谷本奈穂・西山哲郎 (2009).「部族化するおしゃれな男たち—女性的な語彙と「男らしさ」の担保」 『「男らしさ」の快楽—ポピュラー分化からみたその実態』 勁草書房49-78.
- 新實五穂 (2019).「「ジェンダーレス」な服飾における性差」 『人文科学研究』 No.15, 41-51.
- 日本経済新聞 (2019).「富士経済、メンズコスメ・スキンケア・メイクアップなどの市場調査結果を発表」 https://www.nikkei.com/article/DGXLRSP516763_V10C19A8000000/
- 日本経済新聞 (2020).「富士経済、化粧品国内市場調査の結果を発表」 https://release.nikkei.co.jp/attach_file/0539832_02.pdf
- 吹野蛭 (2018).『「ジェンダーレス男子」現象の社会的分析』 京都大学文学研究科・文学部卒業論文.
- 読売新聞(2006a).「「男も美白」 やっぱりキレイでいたい？大阪の百貨店, 売り場増強」 2006年11月6日朝刊,34.
- 読売新聞(2006b).「男子高校生のおしゃれ 8割が化粧品使用／ロート製薬調査」 2006年7月3日朝刊,15.
- 読売新聞(2009).「男の美容グッズ 進化」 2009年4月21日朝刊,17.
- 読売新聞(2015).「自分大切に美的演出」 2015年5月5日朝刊,14.
- 読売新聞(2016).「自由で不思議な個性「ジェンダーレス男子」 ゆうたろうさん」 2016年6月30日夕刊,7.
- 読売新聞(2020).「BSテレ東「ハルとアオのお弁当箱」に出演 井之脇海(24)「ジェンダーレスにやりがい」 2020年11月2日朝刊, 20.

หน่วยงานผู้แต่ง: คณะภาษาและการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

*Affiliation: School of Language and Communication, National Institute of Development
Administration (NIDA)*

Corresponding email: khwan.sena@gmail.com; hghgoto@gmail.com

Received: 2021/03/30

Revised: 2021/05/30

Accepted: 2021/06/07

การศึกษากลุ่มคำสมัยนิยมในภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษาคำสมัยนิยมในช่วงต้นปีพ.ศ.2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 เกี่ยวกับสัดส่วนของคำเดิมและคำใหม่ ประเภทของคำ ความหมาย และความสัมพันธ์ระหว่างคำสมัยนิยมกับสังคมในยุคญี่ปุ่นวิถีใหม่ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคำสมัยนิยมในช่วงต้นปี 2563 ที่ได้รับเลือกผ่านการโหวตจาก Instagram Petrel จำนวน 20 คำ ในงานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์สัดส่วนของคำผ่านการสืบค้นจาก Google Trends และวิเคราะห์ประเภทของคำตามการแบ่งหน่วยคำของ Unidic โดย National Institute for Japanese Language and Linguistics จากผลการศึกษาพบว่า คำสมัยนิยมในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 มีสัดส่วนคำเดิมมากกว่าคำใหม่ ซึ่งคำทั้ง 2 กลุ่มนี้มีลักษณะโครงสร้างของชนิดคำร่วมกันคือ มีคำที่เป็นคำลูกผสม (混種語) มากที่สุด แต่ในกลุ่มคำใหม่พบลักษณะเด่นคือมีคำยืมจากภาษาต่างประเทศ (外来語) อยู่มาก ซึ่งเมื่อศึกษาความหมายของคำสมัยนิยมทั้ง 20 คำ พบว่ามีคำที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำนวน 9 คำ (ร้อยละ 45) และส่วนมากเป็นคำใหม่ (6 คำ) แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่ปรากฏผ่านการใช้คำ และความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์สำคัญในช่วงระยะเวลาหนึ่งกับคำสมัยนิยม

คำ

สำคัญ

คำสมัยนิยม, คำใหม่, ประเภทของคำ

Japanese Vogue Words: A Case Study of Vogue Words in Early 2020

Abstract

The objective of this research was to study Japanese vogue words (流行語) invented during January – June 2020 in the following aspects: the proportion of new to old words, word types, meanings, and the relationships between vogue words and Japan's social conditions. The research samples included 20 Japanese vogue words invented in early 2020, which were voted from Petrel's Instagram. The structural analysis was carried out based on the results of Google Trends. A morphemic analysis was conducted using the Unidic of the National Institute for Japanese Language and Linguistics. The results showed that the Japanese vogue words invented during January – June 2020 have a greater proportion of old words than new words. Both groups of words are compounds (混種語) with the same word structure. However, many new words were found to contain loanwords (外来語). Regarding the meaning of vogue words, there are 9 words associated with COVID-19 (49%) and 6 of them are new words. The results also suggest that the relationships between the Japanese way of life and the use of words are reflected through the use of vogue words during this particular period.

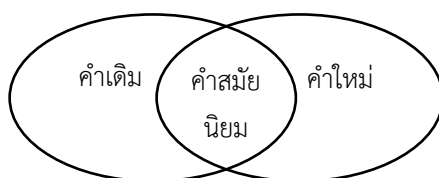
Key words

vogue words, new words, Japanese word types

1. บทนำ

ถ้อยคำสำนวนเป็นการใช้ภาษาที่ผู้พูดภาษาในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกันยอมรับและนิยมใช้สืบทอดต่อกันมา ซึ่งใช้เพื่อให้เกิดความรู้สึกสะท้อนอารมณ์หรือเสริมคำพูดให้คมคายเป็นที่ติดใจของคนอื่นๆจนเป็นที่นิยมมากขึ้นและใช้กันทั่วไป (สุรียา รัตนกุล, 2540) กล่าวคือคำศัพท์ต่างๆ หากได้รับการยอมรับจากคนหมู่มาก ก็จะกลายเป็นคำสมัยนิยม (流行語) ในเวลา

ต่อมา ซึ่งคำศัพท์เหล่านั้นอาจเป็นคำเดิมหรือคำใหม่ก็ได้ ดังคำนิยามเกี่ยวกับคำสมัยนิยม (流行語) ของ沖森ほか (2011, 146) ที่กล่าวว่า “คำสมัยนิยม (流行語) หมายถึง คำที่ใช้เป็นวงกว้างในสังคม และเป็นที่รู้จักในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นคำใหม่ หรือคำที่มีอยู่แล้ว (คำเดิม) ที่ผู้คนให้ความสนใจในช่วงระยะเวลาหนึ่ง”¹ ดังแสดงในแผนภาพที่1



ภาพที่1 ความสัมพันธ์ระหว่างคำสมัยนิยม คำใหม่ และคำเดิม

ในช่วงต้นปี 2563 มีคำสมัยนิยมที่ใช้กันเป็นวงกว้างในสังคมญี่ปุ่น อาทิ ぴえん おうちカフェ おうち時間 เป็นต้น ซึ่งคำเหล่านี้ มีทั้งคำที่มีความหมายเกี่ยวข้อง และไม่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในต้นปี 2563 งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาสัดส่วนและประเภทคำของคำเดิมและคำใหม่ของคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 และศึกษาความหมายและวิเคราะห์สัดส่วนที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งการศึกษาคำสมัยนิยม (流行語) ในงานวิจัยนี้ จะช่วยให้เข้าใจในความหมายและความสัมพันธ์ระหว่างคำสมัยนิยมและวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นกันมากยิ่งขึ้น

2. ทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่า

งานวิจัยส่วนมากให้ความสนใจเกี่ยวกับคำใหม่ (新語) มากกว่าคำสมัยนิยม (流行語) โดยเน้นศึกษาเกี่ยวกับหลักการสร้างคำ ดังนี้加茂 (1944) ได้เสนอวิธีการสร้างคำใหม่ในภาษาญี่ปุ่นว่ามี 3 วิธี ได้แก่ 1) สร้างคำโดยยืมคำจากภาษาต่างประเทศ (外来語) 2) สร้างคำโดยใช้คำที่มาจากภาษาจีน (漢語) 3) สร้างคำโดยใช้การผันคำกริยาภาษาญี่ปุ่น (連用形) ต่อมา岡本(1998) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสนทนาบนโลกอินเทอร์เน็ต หรือ CMC (Computer-Mediated Communication) โดยสรุปเกี่ยวกับลักษณะเด่นของสถานการณ์ในการแชท IRC (Internet Relay Chat) และลักษณะเด่นด้านการสร้างคำใหม่บนโลกอินเทอร์เน็ตว่า 1) มีการประยุกต์ใช้คันจิ (โดยใช้เสียงอ่าน 当て字 ในการเล่นคำ) 2) ตัดคำหรือเสียงอ่านให้สั้นลง 3) ใช้ตัวอักษรอิโระนะนะเพื่อแสดงความรู้สึก 4) ใช้คำเลียนเสียง (擬音語) 5) ใช้ภาษาถิ่น 6) ใช้คำเพี้ยนเสียง (猫語) (เช่น ใช้ げんき

¹ 流行語: ある時点で社会の広い範囲で使用され、知られるようになった語を流行語という。そのため流行語は新語と重なる場合もあるが、必ずしも新語であるとは限らず、既存の語がある時点で注目を浴びて流行となることも少なくない。

すか แทนคำว่า 元気ですか) 7) เปลี่ยนเสียงคำย่นย่อในการแสดงความสนิทระหว่างคู่สนทนา (เช่น ใช้ しゃま แทนคำว่า 様 เป็นต้น) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับการสร้างคำใหม่ระหว่างภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลีของ李 (2014) ที่ได้นำคำศัพท์ในปีค.ศ. 2001-2010 มาแยกตามประเภทของคำ โดยใช้เกณฑ์การแบ่งหน่วยคำตาม Unidic ของ National Institute for Japanese Language and Linguistics (日本の国立国語研究所) และพบว่าในกลุ่มคำใหม่ของทั้งสองภาษา มีคำที่เป็นคำลูกผสม (混種語) มากที่สุด ซึ่งในหน่วยคำของคำลูกผสมที่เป็นคำใหม่ในภาษาญี่ปุ่น จะมีหน่วยคำยืมจากภาษาต่างประเทศ (外来語) มากกว่าภาษาเกาหลี

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวกับคำสมัยนิยม (流行語) นั้น ส่วนมากจะเน้นศึกษาเกี่ยวกับช่วงระยะเวลาในการใช้คำ เช่น งานของ 別司 (2016) ที่ได้ศึกษาลักษณะการใช้คำสมัยนิยมผ่าน Google Trends ว่าระยะเวลาการใช้นั้นสามารถแบ่งออกได้กี่รูปแบบ และจากผลการวิจัยพบว่าการใช้คำสมัยนิยมในประเทศญี่ปุ่นนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) แบบที่มีจำนวนการใช้สูงมาก ประมาณ 1-2 ครั้งในช่วงเวลาที่ค้นหา เรียกว่าแบบทรงภูเขา (山型)² 2) แบบที่มีการใช้สูงอยู่เป็น

ระยะๆ ในช่วงเวลาที่ค้นหา เรียกว่าแบบคลื่นน้ำ (波型)³ และ 3) แบบอื่นๆที่ไม่สามารถระบุได้

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยใดที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์และสัดส่วนระหว่างคำเดิม (既存の語) กับคำใหม่ (新語) ที่ปรากฏในคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงหนึ่ง รวมถึงสัดส่วนของคำสมัยนิยมที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลานั้น

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

3.1. เพื่อศึกษาสัดส่วนคำเดิมและคำใหม่ของคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563

3.2. เพื่อศึกษาประเภทคำของคำเดิมและคำใหม่ในกลุ่มคำสมัยนิยม (流行語) ช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563

3.3. เพื่อศึกษาความหมายของคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 และวิเคราะห์สัดส่วนที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือวิถีชีวิตใหม่ของชาวญี่ปุ่น

4. ขอบเขตการวิจัย และวิธีดำเนินการวิจัย

4.1. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ข้อมูล คำสมัยนิยม (流行語)

1. びえん	6. ダルゴナコーヒー	11. ステイホーム	16. 大丈夫そ？
2. おうちカフェ	7. きゅんです	12. 自粛	17. オンライン飲み会
3. おうち時間	8. しか勝たん	13. 淡色女子	18. 三密
4. ばおん (びえん超えてばおん)	9. ソーシャルディスタンス	14. おしゃピク	19. タビる
5. 密です	10. エモい	15. コロナ太り	20. それな

ตารางที่ 1 คำได้รับรางวัล Petrel 2020年上半期インスタ流行語大賞จากInstagram Petrel

² 山型：対象期間内で1度か2度大きなピークが存在するもの (別司2016, 36)

³ 波型：対象期間を通して検索されており山がいくつも存在するもの (別司2016, 37)

⁴ Instagram Petrel เป็นสื่อออนไลน์ที่รวบรวมเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นญี่ปุ่น ปัจจุบันมีผู้ติดตามใน Instagram จำนวน 225,000 คน (https://www.instagram.com/petrel_jp)

ในช่วงต้นปี 2020 ที่ได้รับรางวัล Petrel 2020 年上半年 インスタ流行語大賞 จากInstagram Petrel⁴ จำนวน 20 คำ ดังตารางที่ 1 มาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งทั้ง 20 คำนี้เป็นคำที่ Instagram Petrel ได้สอบถามกลุ่มผู้หญิง อายุ 10-29 ปี และได้รับการโหวตมากที่สุด อีกทั้งผลการโหวตดังกล่าวยังได้รับการยอมรับจากสำนักข่าวต่างๆ ของญี่ปุ่นอีกด้วย

4.2. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสาน ระหว่างเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยแบ่งวิธีวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

4.2.1. นำคำศัพท์ทั้ง 20 คำมาสืบค้น⁵ ผ่าน Google Trends⁶ เพื่อศึกษาว่าคำดังกล่าวเป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่หรือคำเดิม หากคำนั้นมีผลการสืบค้นก่อนปี 2563 จะนับว่าเป็นคำเดิม แต่หากไม่มีผลการสืบค้นก่อนปี 2563 จะนับว่าเป็นคำใหม่ที่เกิดขึ้นในปี 2563 นอกจากนี้จะนำข้อมูลที่ได้จาก Google Trends มาวิเคราะห์ต่อว่าในกลุ่มคำเดิมมีลักษณะของระยะเวลาที่ใช้คำเช่นใด

4.2.2. วิเคราะห์ประเภทของคำตามแหล่งกำเนิดคำ (語種) ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้แบ่งแหล่งกำเนิดคำออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1. คำญี่ปุ่น (和語) 2. คำยืมจากภาษาจีน (漢語) 3. คำยืมจากภาษาต่างประเทศ (外来語) และ 4. คำลูกผสม (混種語) โดยใช้กรอบการวิเคราะห์เช่นเดียวกับ 李 (2014) ที่อาศัยเกณฑ์ตาม Unidic⁷ ของNational

Institute for Japanese Language and Linguistics (日本の国立国語研究所) ในการแบ่งประเภท

4.2.3. ศึกษาความหมายของคำสมัยนิยม (流行語)

ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 ว่ามีความหมายอย่างไรผ่านการสืบค้นทาง Google⁸ โดยจำกัดช่วงแสดงผลข้อมูลให้อยู่ในช่วงปี 2547-2563 และวิเคราะห์ว่ามีสัดส่วนคำที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือวิถีชีวิตใหม่ของชาวญี่ปุ่นจำนวนกี่คำ

5. ผลการวิจัย

5.1. สัดส่วนจำนวนคำเดิมและคำใหม่ในกลุ่มคำสมัยนิยม (流行語) ช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563

จากการสืบค้นผ่าน Google Trends พบว่า คำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 มีสัดส่วนคำเดิมมากกว่าคำใหม่ โดยแบ่งเป็นคำเดิม (คำที่มีผลการสืบค้นก่อนปี 2563) จำนวน 12 คำและคำใหม่ (คำที่ไม่มีผลการสืบค้นก่อนปี 2563) จำนวน 8 คำ (ตามตารางที่ 2) โดยจากจำนวนการสืบค้นย้อนหลังตั้งแต่ปี 2559 ยังสามารถแบ่งย่อยคำเดิมออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) คำเดิมที่มีการใช้อย่างต่อเนื่อง จำนวน 6 คำ และ 2) คำเดิมที่มีการใช้มาก่อน แต่มีจำนวนการใช้สูงมากเพียงปี 2563⁹ จำนวน 6 คำ ดังแผนภาพที่ 1 และแผนภาพที่ 2

⁵ สืบค้น ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2563 โดยเลือกแบบแสดงผลย้อนหลังตั้งแต่ปี 2547 ถึงปัจจุบัน (31 กรกฎาคม 2563)

⁶ Google Trends คือ เครื่องมือของ Google ที่ช่วยในการวิเคราะห์แนวโน้มการค้นหาคำต่างๆ ผ่าน Google Search ซึ่งผู้ใช้งานสามารถดูคำที่ต้องการในช่องค้นหาของ Google Trends เพื่อดูแนวโน้มการค้นหาคำผ่านมาจนถึงปัจจุบันได้ทันที (ดูย้อนหลังได้ตั้งแต่ปี 2004) โดยข้อมูลจะแสดงออกมาเป็นเส้นกราฟขึ้นลงตามปริมาณการค้นหาคำในแต่ละช่วงเวลา โดยจุดสูงสุดของกราฟจะหมายถึงช่วงที่มีปริมาณการค้นหามากที่สุด

⁷ Unidic ได้มีการจัดหมวดหมู่คำไว้ 7 ประเภท ดังนี้

1) คำญี่ปุ่น 和語 คือ คำเฉพาะในภาษาญี่ปุ่น

2) คำยืมจากภาษาจีน 漢語 คือ คำที่รับมาจากประเทศจีนก่อนช่วงยุคสมัยใหม่ รวมถึงคำจีนที่ญี่ปุ่นสร้างขึ้น 和製漢語 (เช่น 大根 返事)

3) คำยืมจากภาษาต่างประเทศ 外来語 คือ คำที่รับเข้ามาจากประเทศตะวันตก รวมถึงคำภาษาต่างประเทศที่ญี่ปุ่นสร้างขึ้น 和製英語 (เช่น アフレコ、ライター) คำที่รับเข้ามาจากภาษาบาลีสันสกฤต (เช่น 孟買 盆) หรือภาษาฮิบรู (เช่น 尿布) คำที่รับเข้ามาจากประเทศในแถบเอเชีย นอกเหนือจากประเทศจีน (เช่น キムチ) หรือภาษาไอนุ (เช่น 昆布) รวมถึงคำที่รับเข้ามาจากประเทศจีนในช่วงหลังยุคสมัยใหม่ (เช่น シュウマイ) ก็นับเป็นคำยืมจากภาษาต่างประเทศ

4) คำลูกผสม 混種語 คือ คำที่รวมคำญี่ปุ่น คำยืมจากภาษาจีน คำยืมจากภาษาต่างประเทศ ตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไปเข้าด้วยกัน (เช่น 本舗) คำยืมจากภาษาจีน หรือคำยืมจากภาษาต่างประเทศที่ลงท้ายด้วยคันจิคำกริยาแบบญี่ปุ่น (เช่น トラブル)

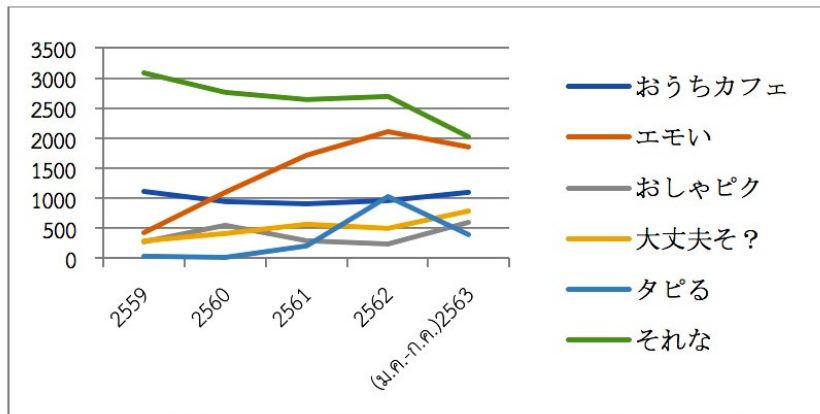
5) คำเฉพาะ 固有語 เช่น ชื่อคน 人名 ชื่อสถานที่ 地名 ชื่อผลิตภัณฑ์ 商品名 เป็นต้น

6) สัญลักษณ์ 記号 เช่น สัญลักษณ์ช่วย 補助記号 (เครื่องหมายวรรคตอน 句読点 เครื่องหมายวงเล็บ 括弧) หรือ 「ア」「イ」 ที่ใช้ในการแสดงลำดับ

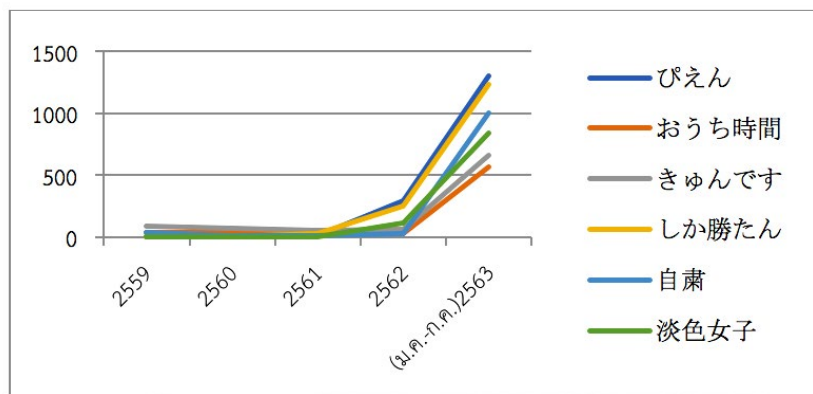
7) ไม่สามารถระบุประเภทได้ 語種不明 คือ คำที่ไม่สามารถระบุชนิดของคำได้ เนื่องจากไม่ทราบที่มาของคำ

⁸ สืบค้น ณ วันที่ 23 สิงหาคม 2563

⁹ ระหว่างปี 2559-2562 มีจำนวนการสืบค้นใน Google Trends ต่ำกว่า 200 ครั้งต่อปี และเพิ่มขึ้นประมาณ 6-10 เท่า ในปี 2563



แผนภาพที่ 1 จำนวนการสืบค้นของกลุ่มคำเดิมที่ใช้อย่างต่อเนื่อง



แผนภาพที่ 2 จำนวนการสืบค้นของกลุ่มคำเดิมที่ใช้มากขึ้นใน ปี63

คำเดิม		คำใหม่
คำที่มีการใช้อย่างต่อเนื่อง	คำที่ใช้มากขึ้นในปี2563	
(2) おうちカフェ	(1) びえん	(4) ぱおん(びえん超えてぱおん)
(10) エモイ	(3) おうち時間	(5) 密です
(14) おしゃピク	(7) きゅんです	(6) ダルゴナコーヒー
(16) 大丈夫そ?	(8) しか勝たん	(9) ソーシャルディスタンス
(19) タピる	(12) 自粛	(11) ステイホーム
(20) それな	(13) 淡色女子	(15) コロナ太り
		(16) オンライン飲み会
		(17) 三密

ตารางที่ 2 คำสมัณิยม แบ่งตามคำเดิม และคำใหม่

5.2. ประเภทของคำ

จากการวิเคราะห์ประเภทของคำในกลุ่มคำสมัยนิยม (流行語) ช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 พบว่าคำสมัยนิยมในปี 2563 มีคำที่เป็นคำลูกผสม (混種語) มากที่สุด โดยทุกคำมีหน่วยคำที่เป็นคำญี่ปุ่น (和語) อยู่เป็นส่วนประกอบ และมีหน่วยคำประกอบที่มีจำนวนรองลงมา คือคำยืมจากภาษาต่างประเทศ (外来語)

นอกจากนี้ยังพบว่าในกลุ่มคำใหม่มีลักษณะเด่นที่ต่างจากคำเดิม คือ มีคำยืมจากภาษาต่างประเทศ (外来語) อยู่ด้วย ดังแสดงในตารางที่ 3 ซึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ส่งผลให้กลุ่มคำใหม่ในคำสมัยนิยมปี 2563 มีคำยืมจากภาษาต่างประเทศมาก

	คำลูกผสม 混種語	คำญี่ปุ่น 和語	คำยืม จากภาษาจีน 漢語	คำยืม จากภาษาต่างประเทศ 外来語
คำเดิม ที่มีการใช้อย่างต่อเนื่อง	おうちカフェ (和語+外来語)	それな		
	エモい (外来語+和語)			
	おしゃピク (和語+外来語)			
	大丈夫そ (漢語+和語)			
	タビる (外来語+和語)			
คำเดิม ที่เริ่มใช้มากขึ้น ในปี 2563	おうち時間 (和語+漢語)	びえん	自肅	
		きゅんです	淡色女子	
		しか勝たん		
คำใหม่	密です (漢語+和語)	ばおん	三密	ソーシャルディスタンス
	コロナ太り (外来語+和語)			ステイホーム
	オンライン飲み会 (外来語+和語+漢語)			ダルゴナコーヒー

ตารางที่ 3 ประเภทของคำในกลุ่มคำสมัยนิยมในปี 2563

5.3. ความหมายของคำ

จากการศึกษาความหมายของคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 พบว่ามีสัดส่วนคำที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำนวน 9 คำ (ร้อยละ 45) จากจำนวนคำทั้งหมด 20 คำ เมื่อแบ่งตามกลุ่มคำเดิม และคำใหม่ พบว่าในแต่ละกลุ่มมีสัดส่วนคำที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ดังนี้ 1) กลุ่มคำเดิมที่มีการใช้

อย่างต่อเนื่อง มีจำนวน 1 คำ (ร้อยละ 5) 2) กลุ่มคำเดิมที่มีการใช้มากขึ้นในปี 2563 มีจำนวน 2 คำ (ร้อยละ 10) 3) กลุ่มคำใหม่มีจำนวน 6 คำ (ร้อยละ 30)

ทั้งนี้จะขอยกความหมายของแต่ละคำ และตัวอย่างประโยค ดังต่อไปนี้

5.3.1. คำเดิมที่มีการใช้อย่างต่อเนื่อง

คำเดิมที่มีการใช้อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ おうちカフェ エモい おしゃピク 大丈夫そ? タビる และそれな

จากการศึกษาความหมายในกลุ่มคำเดิมที่มีการใช้อย่างต่อเนื่อง พบว่ามีเพียงคำว่า おうちカフェ ที่ปรากฏในบริบทเกี่ยวกับการใช้ชีวิตอยู่กับบ้านในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ดังตัวอย่างที่ (01)

(01) 全国各地で外出自粛要請が発令されている今、自宅で過ごす人たちの間で「おうちカフェ」がブームとなっています。(Omio96, 2020)

ส่วน エモい おしゃピク 大丈夫そ? タピる และ それな ยังคงใช้ในความหมายเดิม แต่ได้รับการยอมรับมากขึ้นในวงกว้าง จึงได้รับเลือกให้เป็นคำสมัยนิยมในปี 2563 ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างคำว่า タピる ที่เป็นคำกริยาหมายถึงดื่มชาไข่มุกและ エモい ที่เป็นคำคุณศัพท์หมายถึง คิดถึง ระลึกถึง (懐かしさ) ที่ในช่วงก่อนปี 2563



ภาพที่2 ตัวอย่างการใช้タピる

ภาพ : www.beardpapa.jp/lineup/season.php

มักพบตัวอย่างในบล็อก หรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นวัยรุ่น ดังตัวอย่างที่ (02) (03)

(02) 次はどこでタピる? 渋谷のタピオカドリンクが飲めるカフェ9選(女子旅プレス, 2019)

(03) 思い出の写真を見て、うわ〜エモい! (横塚, 2018)

แต่ในปี 2563 นอกจากบล็อก หรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นวัยรุ่นแล้ว ยังพบตัวอย่างประโยคในโฆษณาสินค้า หรือแคมเปญของบริษัทต่างๆ อีกด้วย ดังตัวอย่างที่ (04) (05) อาจกล่าวได้ว่า คำกลุ่มนี้ได้รับการยอมรับในวงกว้างขึ้น

(04) シュークリームでタピる! (Beard papa, 2020)

(05) ミツ矢でエモい夏空選手権。写真投稿キャンペーン。(アサヒ飲料, 2020)



ภาพที่3 ตัวอย่างการใช้エモイ

ภาพ : www.asahiinryo.co.jp/entertainment/campaign

5.3.2. คำเดิมที่มีการใช้มากขึ้นในปี 2563

คำเดิมที่มีการใช้มากขึ้นในปี 2563 ได้แก่ ぶん おうち時間 きゅんです! しか勝たん 自粛 และ 淡色女子 จากการศึกษาคำความหมายในกลุ่มคำเดิมที่มีการใช้อย่างต่อเนื่อง พบว่าคำที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีจำนวน 2 คำ ได้แก่ おうち時間และ自粛โดย

おうち時間เป็นคำนาม หมายถึง “ช่วงเวลาในบ้าน” ก่อนปี 2563 มักพบในบริบทการขายสินค้า หรือแนะนำของตกแต่งบ้าน ดังตัวอย่างที่ (06) แต่ในปี 2563 พบในบริบทแนะนำการใช้ชีวิตในช่วงยุคญี่ปุ่นวิถีใหม่ ดังตัวอย่างที่ (07)

(06) おうち時間を楽しむくつろぎのインテリア〜素敵なお部屋紹介(アイリス, 2018)

(07) この数カ月、思いがけず増えた「おうち時間」に、みんなはどう向き合っているの？ (オズモール, 2020)

自粛เป็นคำนาม หมายถึง “การควบคุมตนเอง” โดยช่วงก่อนปี 2563 มักพบในลักษณะคำโดด ตามประกาศราชการหรือข่าว ในบริบทการขอความร่วมมือจากรัฐบาล ในกรณีที่มีโรคระบาด ปัญหาทางการเมืองหรือภัยพิบัติ เช่น การแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่ในปี 2552 ปัญหาข้อพิพาทดินแดนทางภาคเหนือ เป็นต้น ดังตัวอย่างที่ (08) (09) (10)

(08) 新型インフルエンザの国内での患者発生に備え、政府は外出の自粛や学校の臨時休業などを、必要に応じて要請する基本的対処方針を 5 月 1 日に決定した (時事通信社, 2009)

(09) 日本政府は、北方領土問題の解決までの間、日本国民による北方領土訪問について自粛を求めているものであり (略) (外務省, 2011)

(10) 大災害が起きた時、楽しいことをするのは「不謹慎」で、イベントは「自粛すべき」なの？ (朝日新聞デジタル, 2017)

ในปี 2563 自粛พบการใช้มากขึ้น ทั้งในข่าวและบล็อกทั่วไป โดยมักอยู่ในรูปคำสมาสรวมกับคำนามอื่นๆ เช่น 코로나 (โคโรนา) 外出 (การออกจากบ้าน) ใช้ในความหมายเกี่ยวกับการควบคุมตนเองไม่ให้ออกจากบ้านหรือทำอะไรที่เสี่ยงกับการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังตัวอย่างที่ (11) (12) นอกจากนี้ยังพบคำว่า 自粛警察 ซึ่งเป็นคำใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2563 ใช้ในความกล่าวถึงประชาชนทั่วไปที่ทำหน้าที่จับผิดคนหรือร้านค้าที่ไม่ควบคุมตนเอง ไม่ปฏิบัติตามหลักการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เปรียบเสมือนเป็นสายตรวจให้ตำรวจ ดังตัวอย่างที่ (13) (11) コロナ自粛で人々の意識はこうも変わってしまし

た。(紫原, 2020)

(12) 新型コロナウイルスの感染拡大で、外出自粛要請が出されてから2度目の週末。(NHK, 2020)

(13) 各地に現れた自粛警察は行動こそ極端だが、それを支えているのは社会的感染症が広がる中でありふれた人々の感情である。(石戸, 2020)

ส่วน びえん きゅんです しか勝たんและ春色女子ไม่มีความหมายเกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แต่มีการใช้ในความหมายที่กว้างขึ้นจากความหมายเดิม ดังนี้

びえんเป็นคำเลียนเสียง擬態語ที่ใช้แทนเสียงร้องไห้ (ตัวอย่างที่ 14) แต่ในปัจจุบันพบตัวอย่างที่ใช้ในความหมายว่า “ความเศร้าโศก” ด้วย ดังตัวอย่างที่ (15) ที่เป็นป้ายคำสอนบริเวณหน้าวัด ซึ่งประโยคดังกล่าวมีนัยยะว่า “ในชีวิตของคนเราที่มีเรื่องทุกข์เศร้าเข้ามาเรื่อยๆ แต่ความเศร้านั้นก็จะจบลงและกลายเป็นโชคชะตา และสักวันหนึ่งเราจะรู้สึกได้ถึงบุญคุณของความเศร้านั้น”

(14) え～ 雨が降ってる～ びえん (E-Talentbank, 2019)

(15) びえんもご縁。超えてご恩。(Jタウンネット, 2020)

きゅんですในช่วงก่อนปี 2563 พบในบริบทที่แสดงถึงความรัก โดยมักใช้ในลักษณะคำซ้ำ ○○の可愛さにきゅんきゅんですแต่ปัจจุบันสามารถใช้ในสถานการณ์อื่นๆ ที่ไม่ได้แสดงความรักได้ด้วย ทั้งนี้สืบเนื่องจากอิทธิพลของ Youtuber ชาวญี่ปุ่นคนหนึ่ง ที่นิยมพูดคำว่า きゅんですต่อท้ายประโยคทั่วไป ดังตัวอย่างที่ (16)

(16) 一日の始まりと、終わり#きゅんです(まあたそ, 2020)

¹⁰ กรณีคำสมาส เช่น 外出自粛จะปรากฏอยู่ในพาดหัวเรื่อง หรือพาดหัวข่าว



ภาพที่4 ตัวอย่างการใช้きゅんです

ภาพ : twitter.com/5m91r/status/1272870737645236224

しか勝たん ในช่วงก่อนปี2563 เป็นคำที่ใช้ในวงการดนตรี มักนำมาต่อท้ายชื่อนักร้อง หรือไอดอล เพื่อแสดงถึงนักร้องหรือไอดอลที่ตนเองชอบนั้นดีที่สุด เช่น ○○ちゃんしか勝たん หมายถึง “○○ จังเท่านั้นที่ชนะ(ใจฉัน)” แต่ปัจจุบันสามารถใช้ในวงการอื่นๆ เช่น เครื่องสำอาง อาหาร ได้ด้วย โดยใช้ในความหมายว่า สิ่งนั้นคือที่สุดสำหรับผู้พูด ดังตัวอย่างที่(17) (18)

(17) このコスメしか勝たん! 各メディアで受賞したベストコスメを振り返ってみましょ。(MERY, 2020)

(18) やっぱりうまい肉しか勝たん もっともっと食べたかった。(DGD, 2020)

ส่วน淡色女子หมายถึง “แฟชั่นการแต่งตัวในโทนสีอ่อน” ซึ่งมีการใช้มากขึ้นเนื่องจากกระแสการแต่งตัวในปี 2563

5.3.3. คำใหม่

คำใหม่ ได้แก่ ぽおん (びえん超えてぽおん) 密です ダルゴナコーヒー ソーシャルディスタンス สเตイホーム コロナ太り オンライン飲み会 และ 三密

จากการศึกษาความหมายในกลุ่มคำใหม่ พบว่าคำที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีจำนวน 6 คำ ได้แก่ 密です โซเชียลディスタンス สเตイホーム コロナ太り ออนไลน์飲み会 และ 三密

ตามพจนานุกรม 密 หมายถึง หนาแน่น แต่ 密です และ 三密 คำสมัยนิยมในปัจจุบันถูกใช้ในความหมายที่ต่างจากเดิม โดยมีที่มาจากคำพูดของนางโคอิเกะ ผู้ว่าการกรุงโตเกียว ที่เตือนให้ประชาชนหลีกเลี่ยงการกระทำ 3 ประเภท ที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้แก่ 1) 密閉 (密閉空間) สถานที่ที่อากาศไม่ถ่ายเท 2) 密集 (密集場所) สถานที่ที่มีคนรวมตัวกันหนาแน่น และ 3) 密接 (密接場面) สถานการณ์ที่ทำให้ต้องอยู่ใกล้ชิดกัน จึงทำให้เกิดคำว่า 三密 หรือข้อควรหลีกเลี่ยงทั้ง 3 ขึ้นมา และจากความหมายว่า “ข้อควรหลีกเลี่ยงทั้ง 3” ในคำว่า 三密 นี้จึงทำให้ 密 ใน 密です มีนัยยะถึง “ควรหลีกเลี่ยง” ด้วย ดังตัวอย่างที่ (19)

(19) せっかくの連休なのに、「そこ、密です」との事で、不自由な休暇をお過ごし的事でしょう。(ルイス, 2020)

ソーシャルディスタンスเป็นคำยืมจากภาษาอังกฤษ มาจากคำว่า Social Distance แต่ในภาษาญี่ปุ่นมีการใช้ในความหมายที่ต่างจากภาษาอังกฤษ คือ ในภาษาอังกฤษ Social distance จะใช้ในทางสังคมศาสตร์ เพื่ออธิบายถึงการเว้นระยะทางสังคมระหว่างกลุ่มสังคมต่างๆ แต่ในภาษาญี่ปุ่น โซเชียลディスタンス ใช้ในความหมายว่าการเว้นระยะห่างเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งตรงกับคำว่า Social distancing ในภาษาอังกฤษ ดังตัวอย่างที่ (20) และเมื่อสังเกตจาก

ภาพโปสเตอร์รณรงค์ของ TOKYO METROPOLITAN GOVERNMENT ตามภาพที่ 5 แล้วจะเห็นว่าคำว่า Social distancing ในโปสเตอร์ถูกบรรยายได้ภาพว่า โซเชียลดีสแตนส (ตัวอย่างที่ 20)

(20) 東京都は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防ぐため、ポスター等を活用しながら、人と人との距離「ソーシャルディスタンス」の確保を呼びかけています。(TOKYO METROPOLITAN GOVERNMENT, 2020)



ภาพที่ 5 ตัวอย่างการใช้ โซเชียลดีสแตนส
ภาพ : <https://tokyotokyo.jp/ja/covid19/>

ส่วน สเตイโฮมมาจากคำว่า Stay Home ในภาษาอังกฤษ โดยยังคงความหมายเดิม คือ “การอยู่บ้าน” ดังตัวอย่างที่ (21) ทั้งนี้ในภาษาอังกฤษอาจมีการเติมคำบุพบทลงไปด้วย เช่น stay at home เป็นต้น (21) ステイホーム要請期間中、食事作りなど家事の負担が増えて、ストレスが募る一方でした。 (kotchan News, 2020)

コロナ太り และオンライン飲み会 เป็นคำลูกผสมระหว่างคำยืมจากภาษาต่างประเทศ และคำญี่ปุ่น コロナ太り ใช้ในความหมายว่า การอ้วนในช่วงหยุดเนื่องจากเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) และ オンライン飲み会 ใช้ในความหมายว่า การดื่มสังสรรค์ผ่านทางหน้าจอออนไลน์ ดังตัวอย่างที่ (22) (23)

(22) コロナ太りを解消する方法についてご紹介する前に、先に知っておきたいのが太ってしまった原因です。 (エステティックMISS PARIS, 2020)

(23) 「オンライン飲み会をやってみたい、でも何を使えばいいの.....?」という方へ、おすすめのアプリ・ツールとその使い方をわかりやすくまとめました！(姫路みたい, 2020)

ส่วนคำที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับความหมายเกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) มีจำนวน 2 คำ ได้แก่ ばおん (びえん超えてばおん) และ ดาลโกนาコーヒー

ばおんเป็นคำที่แตกออกมาจากคำว่า びえん ในกลุ่มคำเดิม มักใช้ในสำนวนว่า びえん超えてばおん หมายถึง เสียชีวิตให้ที่หนักกว่าเดิม ดังตัวอย่างที่ (24) (24) やっぱ一前髪切りすぎた。びえんこえてばおん。 (ニコニコチャンネル, 2020)

ส่วนดาลโกนาコーヒー เป็นชื่อกาแฟชนิดหนึ่งที่ได้รับความนิยมในประเทศเกาหลี และขยายวงกว้างมาสู่ประเทศญี่ปุ่นในต้นปี2563 จึงกลายมาเป็นคำสมัยนิยม

6. สรุปผลและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้น สรุปได้ว่า คำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 มีสัดส่วนคำเดิมมากกว่าคำใหม่ ซึ่งคำทั้ง 2 กลุ่มนี้มีประเภทคำเหมือนกันคือ มีคำที่เป็นคำลูกผสม (混種語) มากที่สุด แต่ต่างกันที่กลุ่มคำใหม่มีคำยืมจากภาษาต่างประเทศ (外来語) อยู่ด้วย ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจากการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) ที่ทำให้ประเทศญี่ปุ่นรับคำศัพท์จากต่างประเทศเข้ามาใช้โดยตรง ในด้านสัดส่วนความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) พบว่ามีคำที่เกี่ยวข้องจำนวน9คำ (ร้อยละ45) จากจำนวนคำทั้งหมด 20 คำ และส่วนมากเป็นคำใหม่(6คำ) กล่าวได้ว่า คำสมัยนิยมในต้นปี 2563 แสดงให้เห็นว่าชาวญี่ปุ่น

ค่อนข้างให้ความสนใจเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) และชีวิตวิถีใหม่ จนก่อให้เกิดคำศัพท์ที่ใช้กันเป็นวงกว้างและกลายมาเป็นคำสมัยนิยมในต้นปี 2563

งานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างคำสมัยนิยม (流行語) คำเดิม (既存の語) และคำใหม่ (新語) ว่าในกลุ่มคำสมัยนิยมมีทั้งคำเดิม และคำใหม่อยู่ร่วมกันจริง ซึ่งได้พิสูจน์คำนิยามของ 冲森ほか (2011) นอกจากนี้ยังได้แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนว่ามีจำนวนของคำเดิมมากกว่าคำใหม่ อาจกล่าวได้ว่า คำเดิมอาจกลายเป็นคำสมัยนิยมอีกครั้ง อันเนื่องมาจากการสถานการณ์ในช่วงเวลานั้นๆ

อีกทั้งในด้านประเภทของคำ ยังเป็นไปตามการวิเคราะห์ของ李 (2014) ที่ได้กล่าวไว้ว่าในกลุ่มคำใหม่ของภาษาญี่ปุ่นส่วนมากเป็นคำที่เป็นคำลูกผสม (混種語) แต่ทั้งนี้เนื่องด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน จึงส่งผลให้จำนวนของคำลูกผสม (混種語) และคำยืมจากต่างประเทศ (外来語) ในกลุ่มคำใหม่ที่เป็นคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก

ด้านสัดส่วนความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) ในงานวิจัยนี้พบว่าคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 มีสัดส่วนคำที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) จำนวน 9 คำ (ร้อยละ45) จากจำนวนคำทั้งหมด 20 คำ แสดงให้เห็นว่าเหตุการณ์สำคัญในช่วงระยะเวลาหนึ่งมีผลต่อคำสมัยนิยม ซึ่งจากการศึกษาของผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่กล่าวถึง

สัดส่วนของคำที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งที่ปรากฏในคำสมัยนิยม

7. ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยหวังว่าผลการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นนี้จะช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้ใช้ภาษาญี่ปุ่นเข้าใจความหมาย และที่มาของคำสมัยนิยมในภาษาญี่ปุ่น ช่วงต้นปี 2563 มากยิ่งขึ้น และสามารถเลือกนำไปใช้เป็นหัวข้อสนทนาเพื่อพูดคุยกับชาวญี่ปุ่นต่อไปได้ รวมถึงอาจนำมายกตัวอย่างในชั้นเรียน เพื่ออธิบายเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นที่ปรากฏผ่านการใช้คำ เช่น オンライン飲み会 เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมการสังสรรค์ที่ร้านอิซากายะหลังเลิกงาน (飲み会) แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) จะทำให้ไม่สามารถไปดื่มที่ร้านอิซากายะ แต่ก็ยังคงมีการสังสรรค์ในลักษณะดังกล่าวอยู่ โดยเปลี่ยนมาเป็นการออนไลน์แทน ทำให้เห็นว่าวัฒนธรรมการสังสรรค์ที่ร้านอิซากายะหลังเลิกงาน (飲み会) เป็นวัฒนธรรมที่ขาดไม่ได้จากวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่น

อนึ่งกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยชิ้นนี้มีเพียงคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงมกราคม-มิถุนายน 2563 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงเวลาสั้น เมื่อเทียบกับงานวิจัยอื่นๆ ผู้วิจัยเห็นว่า หากมีการศึกษาเปรียบเทียบกับคำสมัยนิยม (流行語) ในช่วงเวลาอื่นๆ ด้วย น่าจะทำให้เห็นลักษณะเด่นและความแตกต่างของคำสมัยนิยม (流行語) ในแต่ละช่วงเวลาได้มากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง (References)

- สุริยา รัตนกุล. (2540). คำเชิงอ้างอิง: สุภาษิต คาทังเพย คาคมและวลีสำเนียงรูป. รวมบทความเกี่ยวกับภาษาไทย. กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.
- 李賢正 (2014). 「日本語と韓国語における新語の対照研究：混種語における外来要素を中心に」 広島大学大学院国際協力研究科博士論文
- 岡本能理子 (1998). 「しゃべるーチャットのコミュニケーション空間」 『現代のエスプリ』 370, 127-137.
- 冲森卓也・木村義之・田中牧郎・陳力衛・前田直子 (2011). 『日本の語彙』 三省堂
- 加茂正一 (1944). 『新語の考察』 三省堂
- 別司大典 (2016). 「新語・流行語分析: Google Trends を利用して」 『金沢大学人間社会学域経済学類社会言語学演習』 11, 29-46.

แหล่งข้อมูลตัวอย่างประโยค (資料の出典)

- Beard papa. 「季節限定イベントショー」 Beard papa, 2020年8月1日更新 <https://www.beardpapa.jp/lineup/season.php>
- DGD. 「やっぱりうまい肉しか勝たん」 食ブログ, 2020年7月更新 <https://tabelog.com/hokkaido/A0101/A010201/1058859/dtlrwlst/B360642182/>
- E-Talentbank. 「嵐・櫻井翔・JC・JK流行語大賞“びえん”を使った例文を披露『つまりですね…』」 E-Talentbank, 2019年12月3日更新 <https://tabelog.com/hokkaido/A0101/A010201/1058859/dtlrwlst/B360642182/>
- Jタウンネット. 「お寺の掲示板に「びえん」の解説文が登場 いったいなぜ？住職に事情を聞くと…」 東洋経済, 2020年7月29日更新 <https://j-town.net/tokyo/column/gotochicolumn/308762.html?p=all>
- kotchan. 「ステイホームがしんどい！私はこの家事をやめました！」 ファンファン福岡, 2020年7月1日更新 <https://fanfunfukuoka.aumo.jp/articles/189366>
- MERY. 「このコスメしか勝たん！各メディアで受賞したベストコスメを振り返ってみましょ」 MERY, 2020年7月4日更新 <https://mery.jp/1081370>
- NHK. 「外出自粛要請 2度目の週末 各地は… 新型コロナ」 NHK, 2020年4月4日更新 <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200404/k10012368291000.html>
- Omio96. 「少しの工夫でグッと安らぐ。『おうちカフェ』を楽しむアイデア集」 Macaroni, 2020年8月12日更新 <https://macaroni.jp/88578>
- TOKYO METROPOLITAN GOVERNMENT. 「新型コロナウイルス感染症に関する取組『ソーシャル・ディスタンス』啓発ポスター」 Tokyo Tokyo, 2020年更新 <https://tokyotokyo.jp/ja/covid19/>
- アイリス収納インテリアドットコム. 「おうち時間を楽しむくつろぎのインテリア素敵なお部屋紹介」 アイリス

ス収納インテリアドットコム, 2018年11月1日更新 <https://www.irisplaza.co.jp/media/A13935006673>

アサヒ飲料. 「『三ツ矢』でエモい夏空選手権 キャンペーン」 アサヒ飲料, 2020年8月21日更新 <https://www.asahiinryo.co.jp/entertainment/campaign/mitsuya/200803-200821/>

朝日新聞デジタル. 「災害のたび増える「自粛」検索ワードが語る不謹慎狩り」 朝日新聞デジタル, 2017年3月9日更新 <https://www.asahi.com/articles/ASK383281K38UEHF003.html>

石戸諭. 「26歳の“自粛警察”は礼儀正しい青年だった。でも、コロナ禍でパチンコに行く人が「許せない」」 Huff Post Japan, 2020年9月16日更新 https://www.huffingtonpost.jp/entry/ishido-0826_jp_5f471322c5b697186e30a24b

エステティックMISS PARIS. 「外出自粛でコロナ太り！どんな運動で解消する？」 エステティックMISS PARIS, 2020年6月26日更新 <https://www.miss-paris.co.jp/article/diet/5931/>

オズモール. 「自粛期間中に始めたこと1位は〇〇！みんなのおうち時間活用法」 オズモール, 2020年6月11日更新 <https://www.ozmall.co.jp/lifestyle/article/23874/>

外務省. 「北方領土への渡航自粛要請」 外務省, 2011年3月1日更新 https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/hoppo/hoppo_qa.html

時事通信社. 「国内発生なら外出自粛も」 時事通信社, 2009年5月1日更新 https://www.jiji.com/jc/v2?id=20090501newtype-influ_17

紫原明子. 「自粛生活に『幸福を感じた人』が口々に語る理由」 東洋経済, 2020年5月21日更新 <https://toyokeizai.net/articles/-/350993>

女子旅プレス. 「次はどこでタピる？渋谷のタピオカドリンクが飲めるカフェ9選」 女子旅プレス, 2019年1月16日更新 <https://travel.mdpr.jp/travel/detail/1814537>

ニコニコチャンネル. 「『バイキング』女子中高生流行語「びえんこえてばおん」の意味に呆然」 ニコニコチャンネル, 2020年7月10日更新 <https://sp.ch.nicovideo.jp/sirabee/blomaga/ar1921529>

姫路みたい. 「オンライン飲み会におすすめ！無料ビデオ通話アプリ・ツール6選」 姫路みたい, 2020年6月1日更新 <https://www.himeji-mitai.com/feature/374114.html>

まあたそ. 「一日の始まると、終わり #きゅんです」 Twitter, 2020年6月16日更新 <https://twitter.com/5m91r/status/1272870737645236224>

横塚まよ. 「『エモい』って、実際どういう意味なの？調査してみた」 Can Cam, 2018年5月9日更新 <https://cancam.jp/archives/564079>

ルイス. 「『そこっ、密です！』対策。」 アイビー株式会社, 2020年5月2日更新 <http://intelligent-b.co.jp/2020/05/02/『そこっ、密です！』対策。/>

หน่วยงานผู้แต่ง: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Affiliation: Faculty of Humanities, Kasetsart University

Corresponding email: pratyaporn.r@ku.th

Received: 2020/12/05

Revised: 2021/05/19

Accepted: 2021/05/30

บทวิจารณ์หนังสือ ตำนานทั้งคนแก่ในเรื่องเล่าญี่ปุ่น



ชื่อหนังสือ: ตำนานทั้งคนแก่ในเรื่องเล่าญี่ปุ่น
ผู้เขียน: อรธยา สุวรรณระดา
ปีที่พิมพ์: 2563
สำนักพิมพ์: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จำนวนหน้า: 107
ISBN: 978-616-572-189-9

หนังสือ *ตำนานทั้งคนแก่ในเรื่องเล่าญี่ปุ่น* เป็นผลงานหนังสือเล่มที่ 11 ของอรธยา สุวรรณระดา (ศาสตราจารย์ ดร.อรธยา สุวรรณระดา) ผู้เชี่ยวชาญด้านวรรณคดีโบราณแห่งสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไม่อาจปฏิเสธได้ว่า อรธยา คือผู้เชี่ยวชาญด้านวรรณคดีญี่ปุ่นคนสำคัญในประเทศไทย ที่รังสรรค์หนังสือ ผลงานวิจัย และผลงานวิชาการด้านวรรณคดีญี่ปุ่นโบราณมากมาย ผลงานของอรธยานับเป็นผลงานที่มีคุณูปการอย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัยด้านวรรณคดีญี่ปุ่นในประเทศไทย ทั้งยังมีลักษณะเฉพาะตัวบางประการ นั่นคือ เป็นผลงานที่ถ่ายทอดเรื่องราวที่เขียนด้วยภาษาญี่ปุ่นโบราณที่อ่านและตีความได้ยากจากต้นฉบับออกมาเป็นภาษาไทยที่สละสลวย เข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการในวงกว้าง มิได้จำกัดอยู่เพียงผู้ที่มีความสนใจในวรรณคดีเท่านั้น ผู้ที่มีความสนใจในความรู้ด้านญี่ปุ่นทั่วไปก็สามารถอ่านหนังสือ *ตำนานทั้งคนแก่ในเรื่องเล่าญี่ปุ่น* ได้อย่างมีอรรถรส และได้เปิดโลกทัศน์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องความคิด ความเชื่อ และทัศนคติของคนญี่ปุ่นด้านต่าง ๆ โดยไม่ยาก ผู้เขียนได้วิเคราะห์แนวคิดและบทบาทความสำคัญของตำนานทั้งคนแก่ญี่ปุ่นที่มีต่อสังคม ที่ปรากฏในวรรณกรรมประเภทเรื่องเล่า (物語) ของญี่ปุ่นที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดต่าง ๆ ในสมัยเฮอัน เช่น แนวคิดเรื่องความกตัญญู แนวคิดเรื่องการทำได้ดีทำชั่วได้ชั่ว แนวคิดเรื่องคุณค่าของผู้สูงอายุ ทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาสังคมในขณะนั้นคือ ปัญหาเรื่องผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้ง ซึ่งแนวคิดและปัญหาต่าง ๆ นี้เป็นสิ่งที่ยังคงดำรงอยู่คู่สังคมญี่ปุ่นมาแม้กระทั่งในปัจจุบัน

หนังสือเล่มนี้ประกอบด้วยเนื้อหาทั้งหมด 3 ส่วน ส่วนแรกคือ บทนำ ซึ่งผู้เขียนได้แนะนำให้ผู้อ่านรู้จักตำนาน โอะบะซุเตะ (姨捨) หรือที่มีความหมายว่า “ตำนานทิ้งป่าแก่” ว่าถูกเล่าไว้เป็นลายลักษณ์อักษรครั้งแรกในสมัยเออัน โดยปรากฏในวรรณกรรมประเภทเรื่องเล่าขึ้นสำคัญคือ *ยะมะโตะโมะโนะงะตะริ* และ *คนจะกุโมะโนะงะตะริ* ใน บทนำนี้มีการแนะนำเนื้อหาแบบต่าง ๆ ของตำนานทั้งคนแก่ของญี่ปุ่นว่ามีการแบ่งออกเป็น 4 แบบใหญ่ ๆ ได้แก่ เนื้อหาแบบที่หนึ่ง คือ เรื่องเล่าเกี่ยวกับลูกที่นำพ่อแม่ไปทิ้งในป่า แต่ผู้เป็นหลานพุดจนพ่อแม่ของตนกลับใจ จึงไปรับพ่อแม่ของตนกลับคืนมา แบบที่สองคือ เรื่องเล่าเกี่ยวกับเมืองที่มีธรรมเนียมบังคับเรื่องการทิ้งคนแก่ แต่ ด้วยความสามารถทางปัญญาของหญิงชราจึงช่วยคลี่คลายหวัชข้อทดสอบที่ประเทศเพื่อนบ้านส่งมาทดสอบชาวญี่ปุ่นได้ เจ้าเมืองจึงยกเลิกธรรมเนียมทิ้งคนแก่ เนื้อหาแบบที่สามคือหญิงชราถูกลูกสะใภ้หรือหลานสะใภ้รังแก และกล่าวให้ร้าย ผู้เป็นลูกชายหรือหลานชายจึงนำหญิงชราไปทิ้งตามคำยุยงของภรรยา แต่ท้ายที่สุดก็กลับใจได้ จึงไปรับตัวหญิงชรากลับคืนมา แต่ในตำนานของบางท้องถิ่น หญิงชราไม่ได้ถูกรับตัวกลับ แต่จะประสบเรื่องดี ๆ แทน และแบบที่สี่ คือหญิงชราที่ยอมรับชะตากรรมเมื่อลูกนำตนไปทิ้ง แต่ด้วยความห่วงใยของแม่ที่มีต่อลูกจึงหักท่อนไม้ทิ้งไว้เพื่อนำทางให้ลูกของตนกลับบ้านได้อย่างปลอดภัย ลูกเกิดความซาบซึ้งใจจึงไปรับตัวแม่กลับ ผู้เขียนได้นำตำนานทั้งคนแก่ที่คนญี่ปุ่นเล่าสืบมาข้างต้นซึ่งมีที่มาจากตำนานของประเทศต่าง ๆ ทั้งจากจีน อินเดีย และของญี่ปุ่นเอง มาถ่ายทอดในหนังสือเล่มนี้ โดยหยิบยกวรรณกรรมสำคัญที่ปรากฏเรื่องเล่าเกี่ยวกับตำนานทั้งคนแก่เหล่านั้น พร้อมวิเคราะห์แนวคิดและสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเรื่อง สำหรับเนื้อหาในส่วนที่สอง คือ เนื้อหาหลักของหนังสือที่ประกอบด้วย บทที่ 1 ตำนานทั้งคนแก่ของญี่ปุ่น บทที่ 2 ตำนานทั้งคนแก่จากจีน บทที่ 3 ตำนานทั้งคนแก่จากอินเดีย และบทที่ 4 ท่าทีของสังคมต่อคนแก่จากอดีตสู่ปัจจุบัน ส่วนเนื้อหาส่วนที่สามซึ่งเป็นส่วนสุดท้ายคือ บทสรุปของหนังสือเล่มนี้

เนื้อหาในบทที่ 1 ตำนานทั้งคนแก่ของญี่ปุ่นนั้น หนังสือเล่มนี้ได้นำเสนอตำนานทั้งป่าแก่ของเมืองฉินโนะ ซึ่งปรากฏอยู่ในวรรณกรรมประเภทเรื่องเล่า เรื่อง *ยะมะโตะโมะโนะงะตะริ* ของสมัยเออัน ที่หลานชายถูกภรรยา ยุยงให้นำปู่ชราที่เลี้ยงดูหลานมาตั้งแต่เล็กดูถูกในอุทรไปทิ้งในป่า แต่ภายหลังหลานชายเกิดสำนึกได้ จึงไปรับปู่ชรากลับบ้าน ผู้เขียนได้ทำการแปลเป็นภาษาไทยที่สละสลวย โดยวิเคราะห์แนวคิดเรื่องความรู้สึก ผิดชอบชั่วดีของตัวละครในเรื่อง ทั้งยังสอดแทรกเกร็ดความรู้เกี่ยวกับที่มาของชื่อภูเขาต่าง ๆ เช่น ชื่อภูเขา โอะบะซุเตะ ซึ่งมีที่มาจากวรรณกรรมประเภทเรื่องเล่า *ยะมะโตะโมะโนะงะตะริ* นี้ และชื่อภูเขาฟูจิที่มีที่มาจากเรื่องเล่า *ทะกะโตะริโมะโนะงะตะริ* ซึ่งจุดร่วมของวรรณกรรมประเภทเรื่องเล่าทั้งสอง ที่ต่างก็เป็นที่มาของชื่อภูเขาสำคัญของญี่ปุ่นคือ ภูเขาโอะบะซุเตะและภูเขาฟูจินั้น สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของวรรณคดีโบราณที่ถูกใช้ในการถ่ายทอดแนวคิดเรื่องต้นกำเนิด ชื่อ และที่มาของสถานที่สำคัญของประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งวรรณคดีโบราณยังเป็นหลักฐานในการศึกษาเรื่องทัศนคติ ความคิด ความเชื่อของคนญี่ปุ่นในสมัยนั้น เช่น แนวคิดเรื่องความกตัญญู กตเวที ความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ทั้งยังถ่ายทอดปัญหาที่เป็นปัญหาสากล และดำรงอยู่ข้ามกาลเวลา เช่น ปัญหาแม่ผัว ลูกสะใภ้ ซึ่งผู้วิจารณ์เห็นว่าเป็นแนวคิดและปัญหาที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมนุษย์ที่ปรากฏอยู่ในวรรณกรรม ทุกยุคทุกสมัย อีกทั้งผู้วิจารณ์ยังเห็นด้วยกับประเด็นที่ว่า ตำนานทั้งคนแก่ของญี่ปุ่นที่ได้รับการเล่าขานต่อ ๆ กันมา ในหลายยุคสมัยนั้น ตัวละครเอกในเรื่องมักจะเป็นเพศหญิง เช่น แม่ ป้า หรือ หญิงชรา และในตำนานทั้งคนแก่ที่เล่าสืบกันมาในบางท้องถิ่นของญี่ปุ่นยังสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันลึกซึ้งระหว่างผู้หญิงกับเทพด้วย โดยหญิงชราที่ถูกทิ้งจะได้รับการช่วยเหลือจากเทพในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่ผู้เขียนได้อ้างอิงงานวิจัยของนักวิชาการชาวญี่ปุ่นไว้ในหนังสือเล่มนี้ อีกทั้งผู้วิจารณ์ยังมีความเห็นว่า ตำนานทั้งป่าแก่ก็ยังสะท้อนให้เห็นถึงบทบาท หน้าที่

และความสำคัญของผู้หญิงญี่ปุ่นในยุคโบราณ จากการที่ตัวละครหญิงถูกสร้างให้เป็นตัวละครสำคัญของเรื่อง เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ตัวละครหญิงเหล่านั้นจะต้องประสบกับเคราะห์กรรมในตอนต้น แต่เรื่องก็มักคลี่คลายจากร้ายกลายเป็นดีในตอนท้าย โดยที่ตัวละครชายผู้เป็นลูกหรือหลานเกิดการตระหนักรู้ด้วยความสำนึกในเรื่องความรู้สึกผิดชอบชั่วดี และตระหนักถึงความดีงามของผู้เป็นแม่หรือป้าที่มีบทบาทในฐานะแม่ หรือมีเช่นนั้นตัวละครหญิงชราก็จะได้รับการอวยพรให้ประสบแต่สิ่งที่ดี ซึ่งสิ่งนี้น่าจะเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงการตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นแม่ของเพศหญิงที่ได้รับการยอมรับในยุคโบราณ

เนื้อหาในบทที่ 2 ดำเนินทั้งคนแก่จากจีน ผู้เขียนได้นำดำเนินทั้งคนแก่อีกสายหนึ่งที่มีที่มาจากประเทศจีน ซึ่งปรากฏในหนังสือรวมเรื่องเล่า *คนจะกูโมะโนะงะตะริมุ* มาถอดความเป็นภาษาไทย และอธิบายว่าดำเนินทั้งคนแก่สายนี้ เน้นสอนให้ผู้อ่านมีความกตัญญูต่อผู้ให้กำเนิด ต่างจากดำเนินทั้งคนแก่ที่มาจากญี่ปุ่นเอง ที่คำว่า “กตัญญู” แทบไม่มีปรากฏในเรื่อง และแม้ตัวละครลูกชายหรือหลานชายในดำเนินของเมืองฉินะโนะนั้นจะกลับใจในตอนท้าย แต่ก็ยังเป็นเพราะความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ไม่มีคำว่า “กตัญญู” (孝) ปรากฏในเรื่องแต่อย่างใด ในบทนี้ผู้เขียนได้ให้ความเห็นไว้อย่างน่าสนใจว่าคนแก่ในเรื่องเล่าญี่ปุ่นที่มาจากดำเนินจีนนั้นมักเป็นพ่อหรือปู่ ต่างจากเรื่องเล่าจากประเทศญี่ปุ่นเองที่คนแก่มักเป็นแม่หรือป้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดแบบจีนเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับชายมากกว่าหญิง ผู้วิจารณ์มีความเห็นว่าข้อสังเกตนี้มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งและเชื่อว่าการศึกษาแนวคิดเรื่องบิดาธิปไตยในเรื่องเล่าโบราณจะเป็นประเด็นหัวข้อที่น่าสนใจและวิเคราะห์เพิ่มเติมให้ลึกซึ้ง นอกจากนี้ในบทที่ 2 ของหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนยังได้หยิบยกเรื่องเล่าญี่ปุ่นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องความกตัญญูซึ่งก็มีที่มาจากจีนว่า หากบุตรหลานออกตัญญูแล้ว ผลกระทบที่เกิดจากความกตัญญูนั้นก็จะมีคืนกลับมาสู่ผู้กระทำในไม่ช้า อันเป็นการถ่ายทอดให้เห็นถึงแนวคิดทางพุทธศาสนาเกี่ยวกับเรื่องกฎแห่งกรรมได้เป็นอย่างดี

เนื้อหาในบทที่ 3 ดำเนินทั้งคนแก่จากอินเดีย ผู้เขียนได้อธิบายว่าดำเนินสายอินเดียมีเนื้อหาที่ค่อนข้างแตกต่างจากดำเนินทั้งคนแก่จากญี่ปุ่นและจีน เนื่องจากเป็นประเด็นเรื่องกฎระเบียบของประเทศที่ต้องนำคนแก่ไปทิ้ง ไม่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจของตัวละครที่เป็นบุตรหลาน หนังสือเล่มนี้ได้ดำเนินทั้งคนแก่สายอินเดีย ซึ่งปรากฏในหนังสือรวมเรื่องเล่า *คนจะกูโมะโนะงะตะริมุ* มาแปลเป็นภาษาไทย และกล่าวถึงกฎที่ต้องนำคนแก่ไปทิ้งนอกประเทศ ซึ่งเป็นเหตุให้ตัวละครบุตรชายผู้มีความเป็นห่วงแม่ผู้ชราต้องคอยหลบซ่อนแม่ของตนไว้ แต่ต่อมาประเทศเพื่อนบ้านได้ส่งหัวข้อทดสอบเขาวนปัญหา มา ตัวละครหญิงที่เป็นแม่ผู้แก่ชรากลับใช้สติปัญญาช่วยคลี่คลายหัวข้อทดสอบนั้นได้ ทำให้เจ้าเมืองยกเลิกกฎดังกล่าว และก่อให้เกิดความผาสุก มั่งคั่ง อุดมสมบูรณ์ให้กับประเทศในเวลาต่อมา ผู้เขียนได้เล่าถึงที่มาของเรื่องนี้ว่ามีที่มาจากพุทธชาดกของอินเดีย ทั้งยังอธิบายว่าเรื่องเล่าที่มีเนื้อหาคล้ายคลึงกันนี้ยังปรากฏในวรรณกรรมเรื่องอื่น ๆ ในสมัยเฮอันเช่น วรรณกรรมประเภทความเรียงเรื่อง *มะกุระโนะโซมิ* ซึ่งหนังสือได้นำเสนอข้อสรุปที่ว่า ดำเนินทั้งคนแก่สายอินเดียสะท้อนให้เห็นถึงการตระหนักในคุณค่าของคนแก่ในฐานะเป็นผู้ที่มีปัญญา และเป็นบุคคลที่คลายวิกฤติให้กับบ้านเมือง และในบทที่ 3 นี้ได้มีการนำเสนอเรื่องเล่า *โอะบะซุเตะยะมะ* ซึ่งกล่าวถึงดำเนินของหญิงชราที่หักกิ่งไม้ทิ้งระหว่างทางที่ลู่มาตามทาง เพื่อไม่ให้ลูกได้อาศัยกิ่งไม้นั้นนำทางให้กลับถึงบ้านได้อย่างปลอดภัย เนื้อหาในหนังสือมีการอธิบายว่าดำเนินหญิงชราหักกิ่งไม้นี้ สะท้อนให้เห็นถึงความรักความผูกพันระหว่างแม่กับลูกที่มีในสังคมญี่ปุ่นโบราณ ทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงความมีปัญญาของแม่ผู้ชรา และผู้วิจารณ์มีความเห็นว่าเรื่องเล่าดำเนินทั้งคนแก่ในลักษณะนี้เป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงบทบาทของวรรณคดีในฐานะเครื่องมือในการถ่ายทอดแนวคิดของคนในยุคสมัยนั้น ที่ปรารถนาให้บุตรหลาน

ตระหนักในความเมตตาการุณาของพ่อแม่ และเสนอว่าบุตรหลานไม่ควรที่จะทอดทิ้งพ่อแม่ผู้แก่ชรา เนื่องจากการกระทำเช่นนั้นจะเป็นส่วนหนึ่งของการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม

เนื้อหาในบทที่ 4 ท่าทีของสังคมญี่ปุ่นต่อคนแก่จากอดีตสู่ปัจจุบัน ในบทนี้มีการนำเสนอข้อสรุปว่าตำนานทั้งคนแก่นั้นเป็นเรื่องจริงเพียงใดไม่อาจทราบได้ แต่แม้ว่าเรื่องราวเกี่ยวกับการทิ้งคนแก่อาจไม่ปรากฏอยู่ในหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แต่การที่มีเรื่องเล่าเกี่ยวกับตำนานทิ้งคนแก่ในวรรณกรรมจำนวนหลายต่อหลายเรื่องเช่นนี้ ย่อมเป็นการสะท้อนให้เห็นว่า ตำนานทิ้งคนแก่ น่าจะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในอดีต ทั้งนี้นักประวัติศาสตร์ส่วนใหญ่ต่างก็เชื่อกันว่า ตำนานทิ้งคนแก่ น่าจะเป็นเรื่องจริงเนื่องจากประเทศญี่ปุ่นต้องประสบกับภาวะทุพภิกขภัยหลายต่อหลายครั้งในอดีต การทิ้งพ่อแม่ที่ชราจึงเป็นเรื่องที่เป็นไปได้สูง อย่างไรก็ตามก็ตีผู้เขียนได้สรุปให้ผู้อ่านได้เข้าใจได้อย่างชัดเจนในตอนท้ายว่าแนวคิดเรื่องการให้ความสำคัญกับคนชรา การออกกฎหมายช่วยเหลือคนชรา ล้วนแล้วแต่เป็นท่าทีของสังคมในยุคโบราณที่มีต่อผู้สูงอายุ แต่เมื่อก้าวเข้าสู่ยุคกลางที่ประเทศญี่ปุ่นตกอยู่ในสภาวะสงครามและความอดอยากแล้ว การออกกฎหมายที่ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือผู้สูงอายุก็แทบไม่มีปรากฏอีกต่อไป อีกทั้งในโลกยุคปัจจุบันที่สังคมญี่ปุ่นได้พัฒนาจนกลายมาเป็นสังคมที่ก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีแล้ว แต่กลับพบว่าความผูกพันระหว่างบุคคลในครอบครัวค่อยๆ จางหายไป และผู้สูงอายุก็ถูกพิจารณาว่าเป็นภาระที่กลายเป็นปัญหาสังคมในที่สุด ซึ่งผู้เขียนได้เสนอแนวทางว่าการนำเรื่องเล่าตำนานทิ้งคนแก่มาถ่ายทอดเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกของคนในสังคมก็น่าจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่น่าจะนำมาใช้ประกอบการแก้ปัญหาสังคมสูงวัยที่ปรากฏขึ้นในขณะนี้

ในบทสรุป หนังสือได้กล่าวถึงประเด็นการนำเสนอเรื่องคนชราในแง่มุมต่าง ๆ เช่น เรื่องการกตัญญูต่อพ่อแม่ การรู้ผิดชอบชั่วดี คุณค่าของคนชรา และแสดงให้เห็นว่าวรรณคดีมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิด ความเชื่อ และปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงยุคสมัย ในตอนท้ายสุดของหนังสือผู้เขียนเสนออีกครั้งถึงการนำตำนานทิ้งคนแก่มาช่วยปลูกฝังจิตสำนึกของคนญี่ปุ่นรุ่นใหม่ให้ตระหนักถึงคุณค่าของผู้สูงอายุ ซึ่งการเสนอแนวทาง การแก้ปัญหาสังคมญี่ปุ่นของผู้เขียนเช่นนี้ย่อมเป็นดอกหญ้าให้เห็นถึงบทบาทของวรรณคดีในฐานะเครื่องมือในการสร้างสรรค์ให้คนในสังคมเกิดความตระหนักรู้และการใช้วรรณคดีเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและเยียวยามนุษย

จะเห็นได้ว่าตำนานทิ้งคนแก่ ถูกนำมาถ่ายทอดเป็นเรื่องเล่าสมัยใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ โดยนำชื่อเรื่องและเค้าโครงของตำนานโบราณมาดัดแปลงและเล่าใหม่ ตัวอย่างเช่น เรื่องสั้น “อุบะซุเตะ” 『姥捨』 ที่ได้รับการรังสรรค์ใน ค.ศ.1938 โดย ดะสะอิ โอะซะมุ (太宰治) (1909-1948) นักเขียนสมัยใหม่ของญี่ปุ่น ซึ่งแม้ดะสะอิจะใช้ชื่อเรื่อง “อุบะซุเตะ” แต่เนื้อเรื่องมิได้มีความเกี่ยวข้องกับการทิ้งคนแก่แต่อย่างใด อย่างไรก็ตามก็เรื่องสั้นนี้มีเค้าโครงมาจากเหตุการณ์จริงใน ค.ศ. 1938 ที่ดะสะอิ โอะซะมุ พยายามกระทำอัตวินิบาตกรรมคู่ (心中) กับสะทซุโยะ (初代) ภรรยาในขณะนั้นของเขา เนื่องจากสะทซุโยะนอกใจดะสะอิไปมีความสัมพันธ์กับเพื่อนคนหนึ่งของตัวเอง อย่างไรก็ตามก็ด้วยความพยายามนี้กลับล้มเหลว ซึ่งดะสะอิน่าจะพยายามเปรียบเทียบการพยายามกระทำอัตวินิบาตกรรมคู่ที่ล้มเหลวและการตัดสินใจแยกทางกับคู่ชีวิตของเขาในเรื่องสั้น “อุบะซุเตะ” นี้ โดยเปรียบเทียบการทิ้งหญิงชรา (อุบะซุเตะ) เข้ากับความรู้สึกล้มเหลว หมดสิ้นหนทาง และการตัดสินใจทิ้งหญิงคนรักนั้น นอกจากนี้ยังมีผลงานในยุคสมัยใหม่เรื่องอื่น ๆ ที่ใช้โครงเรื่องเกี่ยวกับการทิ้งคนแก่ เช่น เรื่องสั้น “นะระยะมะบุมิโค” 『柵山節考』 ที่รังสรรค์โดย ฟุกะสะวะ มิชิโร (深沢七郎) (1914-1987) ใน ค.ศ.1956 ซึ่งผลงานชิ้นนี้ได้รับการแปลเป็นภาษาฝรั่งเศสครั้งแรกในชื่อ “La Ballade de Narayama” และเผยแพร่ต่อมาในต่างประเทศ จากนั้นก็มีการสร้างภาพยนตร์ในชื่อเดียวกันนี้ใน ค.ศ.1958 และ 1983 และยังมีการผลิตรายการละครโทรทัศน์ออกอากาศใน ค.ศ.1960 และ 1964

และผลิตเป็นรายการวิทยุในค.ศ.1969 เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเรื่องสั้นชื่อ “โอะบะซุเตะ” 『姨捨』 ของอิโนะอุเอะ ยะซุมิ (井上靖) (1907-1991) ที่เผยแพร่สู่ผู้อ่าน ใน ค.ศ. 1955 เป็นที่ทราบกันว่าเรื่องสั้น “โอะบะซุเตะ” นี้ เป็นผลงานที่พิเศษและมีความหมายต่อผู้เขียน คือ อิโนะอุเอะ ยะซุมิ เนื่องจากเขาได้เคยอ่านเรื่องเล่าตำนานทั้ง คนแก่ตั้งแต่สมัยยังเป็นเด็กและรู้สึกเศร้าโศกกับเรื่องเล่านี้เป็นอย่างมาก เนื้อหาในเรื่องสั้น “โอะบะซุเตะ” ได้กล่าว ถึงตัวละครเอกที่ระลึกถึงแม่และความประทับใจที่ได้อ่านหนังสือเรื่องเล่าตำนานทั้งคนแก่ ซึ่งอิโนะอุเอะยังได้ถ่ายทอด ความรู้สึกกังวลต่อสภาพสังคมญี่ปุ่นหลังสงครามโลกที่ไม่ให้ความสนใจกับคนชรามากเท่าที่ควร กล่าวสรุปได้ว่าตำนาน ทั้งคนแก่นี้ส่งอิทธิพลต่อนักเขียนญี่ปุ่นในสมัยต่อ ๆ มา การนำตำนานดั้งเดิมมาถ่ายทอดต่อให้เด็ก ๆ รุ่นหลังเรียนรู้ ยังปรากฏใน ““โอะบะซุเตะยะมะ” มังงะ นิฮน มุกะชิบะนะชิ” (『うばすて山』 まんが日本昔話) รายการการ์ตูน เรื่องเล่าโบราณของญี่ปุ่น ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ TBS ใน ค.ศ.1976 นอกจากนั้นตำนานทั้งคนแก่ ที่เป็น ตอนหนึ่งในวรรณกรรมโบราณประเภทเรื่องเล่า ยะมะโตะโมะโนะงะตะริ ยังปรากฏอยู่ในหนังสือเรียนวิชาภาษาญี่ปุ่น โบราณ สำหรับนักเรียนมัธยมปลายในหลายสำนักพิมพ์ด้วย การเล่าใหม่หรือการถ่ายทอดตำนานหรือเรื่องเล่าต่อจากรุ่นสู่รุ่นนี้ ทำให้ตระหนักว่าชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับมุมมองของคนญี่ปุ่นโบราณที่สะท้อนผ่านตำนานนี้เสมอมา

ด้วยเหตุนี้หนังสือ *ตำนานทั้งคนแก่ในเรื่องเล่าญี่ปุ่น* นี้ จึงมีคุณค่าสมควรแก่การนำมาอ่านเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาทั้งในด้านวรรณคดี วัฒนธรรมและสังคมญี่ปุ่นเป็นอย่างยิ่ง ผู้เขียนถ่ายทอดเนื้อหาและใช้ภาษาได้อย่าง กระชับ เข้าใจง่าย ทั้งยังแปลเรื่องเล่าต่าง ๆ เป็นภาษาไทยได้อย่างสละสลวย เนื้อหาของเรื่องเล่าก็มีความสนุก น่าสนใจ และประการสำคัญคือ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัญหาร่วมสมัยที่ไม่ไกลตัวจากผู้อ่านอย่างแท้จริง



หน่วยงานผู้แต่ง: คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Affiliation: Faculty of Arts, Chulalongkorn University

Corresponding email: Duanthem.K@chula.ac.th

Received: 2021/03/09

Revised: 2021/06/09

Accepted: 2021/06/12

บทวิจารณ์หนังสือ 24 แก้วตา



ชื่อหนังสือ: 24 แก้วตา
ผู้เขียน: สืโบะเอิ ซาคาเอะ
ผู้แปล: ภัทรธรรพ์ พิพัฒน์กุล
ปีที่พิมพ์: 2564
สำนักพิมพ์: เจลิตเติ้ล
จำนวนหน้า: 260
ISBN: 978-616-8267-06-6

หนังสือ “24 แก้วตา” (『二十四の瞳』) ประพันธ์โดยสืโบะเอิ ซาคาเอะ (壺井栄) แปลโดยภัทรธรรพ์ พิพัฒน์กุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์เจลิตเติ้ล (JLittle) เมษายน 2564 วรรณกรรมเรื่องนี้เคยมีฉบับที่แปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยใช้ชื่อว่า “ยี่สิบสี่ดวงตา” โดย กิตติมา อมรทัต เป็นหนังสือในมูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์ประติมากรรม ในปี พ.ศ. 2535

สืโบะเอิ ซาคาเอะ (ค.ศ. 1899-1967) เป็นนักประพันธ์สตรีผู้มีชื่อเสียง เคยได้รับรางวัลรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการจากรัฐบาลเรื่อง “ลูกไม่มีแม่กับแม่ไม่มีลูก” (『母のない子と子のない母と』) และ “ทางชัน” (『坂道』) ซึ่งเป็นผลงานก่อนหน้าการประพันธ์เรื่อง “24 แก้วตา” สืโบะเอิมีบ้านเกิดที่เกาะโซโดะ จังหวัดคางะวะ เป็นพื้นที่ในเขตทะเลเซโตะไค (Setonaikai) ซึ่งเป็นทะเลใน (Inland sea) ที่ทอดยาวต่อเนื่องระหว่างเกาะใหญ่สามเกาะของญี่ปุ่น คือ ฮนชู ชิโกกุ และคิวชู เป็นบริเวณที่คลื่นลมสงบตลอด 400 กิโลเมตรตั้งแต่โอซากาถึงคิตะคิวชู ประกอบไปด้วยเกาะต่าง ๆ ราว 3000 เกาะ หนึ่งในนั้นคือโซโดะชิมะ ซึ่งเป็นฉากในการดำเนินเรื่อง “24 แก้วตา”

วรรณกรรมเรื่องนี้เดิมตีพิมพ์เป็นตอน ๆ ในนิตยสาร “นิวเอจ” ซึ่งเป็นนิตยสารคริสต์ศาสนา ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-พฤศจิกายน ค.ศ. 1952 และนำมารวมเล่มในเดือนธันวาคม โดยสำนักพิมพ์โคบุเนะ โดยแก้ไขให้มีความเด่นชัดในประเด็นการต่อต้านสงครามและการถกทอความหวังในสันติภาพไว้ มีการดัดสำนวน

บางประเภท เช่น การใช้สรรพนามต่าง ๆ ออกบ้าง เพื่อให้วรรณกรรมมีเอกภาพมากขึ้น จนกระทั่งได้รับการกล่าวขวัญว่าเป็นผลงานที่อบอุ่นหัวใจและน่าประทับใจ จึงทำให้เป็นวรรณกรรมเยาวชนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและชาวญี่ปุ่นนิยมอ่านอย่างต่อเนื่องยาวนานถึงปัจจุบัน เนื่องจากเป็นวรรณกรรมที่สะท้อนแนวคิดการต่อต้านสงคราม และเป็นที่รักของชาวญี่ปุ่น จึงมีผู้นำไปสร้างเป็นภาพยนตร์สองครั้ง และละครหลายครั้ง อีกทั้งยังมีการเผยแพร่ในรูปของการอ่านออกเสียงวรรณกรรม การตุ๋น และนิทานภาพ ด้วย เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าวรรณกรรมเรื่องนี้เป็นหนึ่งในวรรณกรรมยอดนิยมของชาวญี่ปุ่น และมีการแปลเป็นนานาภาษาทำให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติด้วย

ภัทรธร พิพัฒน์กุล ผู้แปล “24 แก้วตา” ซึ่งมีผลงานแปลวรรณกรรมเยาวชนและผลงานวิชาการด้านวรรณกรรมเยาวชนของญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง ได้พยายามเก็บรายละเอียดและถ่ายทอดอารมณ์ของเรื่องนี้ออกมาได้อย่างละเอียดละไม สื่ออารมณ์ได้ตรงตามต้นฉบับ ยกตัวอย่างเช่น ชื่อบทที่หนึ่ง เป็นเรื่องราวของ คุณครูหินเล็ก ซึ่งอันที่จริงชื่อคุณครูท่านนี้ คือ โออิชิ ควรจะแปลว่าหินใหญ่ แต่เนื่องจากครูตัวเล็ก ผู้เขียนจึงตั้งชื่อบทว่า “ครูหินเล็ก” อีกตัวอย่างก็คือ “กาลสองครั้งครึ่ง” ซึ่งมีที่มาจากการนับ “ถ้าจะนับช่วงสิบปีเป็น ‘กาลครึ่งหนึ่ง’ เรื่องเล่าต่อไปนี่ก็จะเป็น ‘กาลสองครั้งครึ่ง’” ซึ่งหมายความว่า นับย้อนกลับไปราว 25 ปี ผู้ประพันธ์พยายามแฝงด้วยอารมณ์ขันจากการเล่นคำไว้ วรรณกรรมเรื่องนี้เปิดเรื่องด้วยความสดใส การสร้างความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ของผู้คน การปรับตัวเพื่อให้เข้ากันได้ระหว่างคุณครูสาวคนใหม่ที่ทันสมัย กับเด็ก ๆ ที่ซุกซน สนใจใคร่รู้เรื่องของครูคนใหม่ และชาวหมู่บ้านประมงปลายแหลมที่แร้นแค้นริมทะเลเซโตะโน ที่ค่อนข้างเก็บตัวและหัวโบราณ ผู้แปลสามารถถ่ายทอดอารมณ์ขัน ลีลาการประพันธ์ของต้นฉบับได้อย่างราบรื่นและถ่ายทอดบทบรรยายความสัมพันธ์ อารมณ์ของตัวละครและผู้คนในเรื่องได้อย่างมีอรรถรสครบถ้วน

วรรณกรรมเรื่อง “24 แก้วตา” นี้แบ่งออกเป็น 10 บท คือ คุณครูหินเล็ก สะพานวิเศษ ลาจาก ภาพดอกไม้ บุปผาในคืนเดือนหงาย ตัดปีกโบยบิน ดอกยามาบุกิกลับซ้อน ครูชี้แฉ ในวันอากาศแจ่มใส

เวลาที่ดำเนินอยู่ในเรื่อง ราว 20 ปี นับจากวันแรกที่ครูโออิชิมาเป็นคุณครูคนใหม่ของหมู่บ้านเมื่อ ค.ศ. 1928 ได้พบหน้านักเรียนประถมชั้นปีที่หนึ่งของเธอ จนกระทั่งหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุด ครูโออิชิใช้เวลาไม่นานในการสร้างความสัมพันธ์กับเด็ก ๆ จนเป็นที่รัก ครูดูเป็นคนทันสมัย ใส่ชุดแบบตะวันตก และขี่จักรยานมาสอน รวมทั้งมีบุคลิกแจ่มใสร่าเริง จึงเป็นที่จับตามองของผู้คนในหมู่บ้าน ครูสอนได้เพียงเทอมเดียวทั้ง ๆ ที่มีกำหนดการสอนหนึ่งปี เนื่องจากมีอุบัติเหตุตกหลุมที่หมู่บ้านจนขาหัก จึงไม่สามารถเดินทางมาสอนที่หมู่บ้านได้อีกต่อไป เนื่องจากปกติเดินทางมาสอนแบบไปกลับโดยขี่จักรยานมาจากหมู่บ้านสนตันเดียวของเธอ เทียวเดียวเป็นระยะทาง 8 กิโลเมตร เด็ก ๆ คิดถึงครูมากจึงตัดสินใจเดินเท้ากันไปเพื่อไปพบครูที่บ้านของเธอ ทั้ง ๆ พวกเขาไม่รู้วิธีการไป แต่ก็ไปจนได้พบครูในที่สุด นับเป็นการผจญภัยครั้งแรกของพวกเขา ครูเลี้ยงอาหารและชวนถ่ายรูปที่ระลึกที่มีต้นสนตันเดียวเป็นฉากหลัง ภาพถ่ายนี้ปรากฏในการดำเนินเรื่องต่อไปและเป็นสิ่งเชื่อมโยงความทรงจำของเด็ก ๆ และครูจนถึงฉากสุดท้ายของเรื่อง นอกจากภาพถ่ายแล้ว ในเรื่องมีสิ่งของที่แสดงความทรงจำหลายสิ่ง ที่เชื่อมโยงเรื่องราวและความสัมพันธ์ เช่น ต้นสนตันเดียว จักรยาน กล้องข่าวที่มีภาพดอกไม้ เป็นต้น

ครอบครัวของเด็ก ๆ ที่หมู่บ้านปลายแหลมไม่ค่อยมีใครมีความเป็นอยู่อย่างสุขสบาย ส่วนใหญ่มีความลำบากในการดำรงชีวิต เด็กหลายคนจึงต้องเดินในเส้นทางที่ตัวเองไม่ปรารถนา เรื่องราวเหล่านี้ทำให้ครูโออิชิเศร้าเสียด

ใจมาก เมื่อเด็ก ๆ ขึ้นชั้นปีที่ห้า พวกเขาต้องมาเรียนที่โรงเรียนใหญ่ในตัวหมู่บ้าน ซึ่งทำให้ได้พบกับครูโออิชิอีกครั้ง ทั้งครูและนักเรียนได้แลกเปลี่ยนเรื่องราวต่าง ๆ และใช้เวลาด้วยกันอย่างสนิทสนมเช่นเคย รวมทั้งการไปทัศนศึกษา ร่วมกัน อย่างไรก็ตาม มีทั้งเรื่องสนุกสนานและเรื่องเศร้า ปะปนกันไป ครูลาออกตอนที่ประเทศเข้าสู่สงคราม ด้วย ปัญหาสุขภาพและความหดหู่ ครูโออิชิแต่งงานกับกะลาสี มีลูกสามคน และยังคงอาศัยอยู่กับแม่ของเธอ ในช่วงสงคราม แนวความคิดของเผด็จการทหารแทรกซึมเข้าไปจนถึงในโรงเรียนประถม มีครูผู้หนึ่งถูกจับเนื่องจากถูกสงสัยว่าฝักใฝ่ ลัทธิคอมมิวนิสต์เพราะอ่านหนังสือต้องห้าม เด็กผู้ชายถูกปลุกฝังให้เกลียดการไปเป็นทหารรับใช้ชาติ และเชื่อว่า การตายในสงครามเป็นเกียรติสูงสุดในชีวิตและสำหรับวงศ์ตระกูล สิ่งเหล่านี้ทำให้ครูโออิชิรู้สึกเจ็บปวด

เมื่อจบชั้นประถมปีที่หกพวกเด็ก ๆ ต่างมีเส้นทางที่ต่างกันไป การตัดสินใจเลือกเส้นทางชีวิตขึ้นอยู่กับฐานะ และวิถีคิดของครอบครัว แต่สิ่งที่ทั้งครูโออิชิและเด็ก ๆ มีชะตากรรมที่ต้องเผชิญเหมือนกันคือ วิกฤตสงคราม ทุกคน ต่างได้รับผลกระทบและความสูญเสีย ในที่สุดพวกเขาที่เหลืออยู่ได้พบกับครูอีกครั้งในวัยผู้ใหญ่ ครูโออิชิกลับไปเป็น ครูอีกครั้ง ที่หมู่บ้านปลายแหลม ที่เธอเคยมาทำงานครั้งแรกเมื่อเกือบ 20 ปีก่อน ครูโออิชิอยู่กับลูกชายที่เหลืออยู่ สองคนซึ่งอยู่ในวัยประถม ซึ่งถูกสภาพแวดล้อมหล่อหลอมให้เชิดชูสงคราม เธอต้องใช้ความพยายามอย่างยิ่งในการ ปรับความเข้าใจกับลูก จนเข้าใจซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี ลูกชายคนโตดูแลครูโออิชิเท่าที่เธอจะสามารถทำได้และ เข้าใจแม่มากขึ้น ท้ายที่สุดครูโออิชิได้รับสมณานามใหม่จากลูกศิษย์รุ่นใหม่ว่า ครูซึเงะ เธอกลายเป็นครูซึเงะ อารมณ์ อ่อนไหวง่าย เพราะความทรงจำจากโศกนาฏกรรมเข้ามาอย่างต่อเนื่องเมื่อกลับไปเป็นครูที่หมู่บ้านปลายแหลม ฉากสุดท้ายของ วรรณกรรมคือ งานเลี้ยงที่ลูกศิษย์ที่หลงเหลืออยู่จัดให้ครู พวกเขาซึ่งเติบโตเป็นผู้ใหญ่กันหมดแล้วพยายามเดินทาง มาร่วมงานแม้ผ่านเรื่องราวชีวิตที่ทุกข์ตรม เมื่อได้มาพบกันความสัมพันธ์ของครูและศิษย์ยังแนบแน่น อบอุ่น แม้ผ่าน กาลเวลาและช่วงเวลาอันยากลำบากจากสงคราม

ในวรรณกรรมมีการบรรยายต่อต้านสงครามปรากฏอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่ผ่านการเล่า และผ่านคำพูดของครู โออิชิ ขอยกตัวอย่างมา ณ ที่นี้โดยสังเขป

“ไม่ต้องบอกก็คงรู้ ว่าผู้หญิงคนนี้เป็นครูโออิชิหลังจากครั้งสุดท้ายที่เราได้รู้เรื่องเธอได้แปดปี ตลอดเวลาแปดปี ที่เธอเป็นภรรยาของกะลาสีเรือ บ้านเมืองเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวง เทียบกับสมัยที่เธอหนีหนีลาออกจากการเป็น ครูไม่ได้เลย ประเทศญี่ปุ่นเกิดเหตุขัดแย้งกับประเทศจีน การลงนามในกติกาสัญญาต่อต้านคอมมิวนิสต์ ระหว่างญี่ปุ่น เยอรมนี และอิตาลี มีการรณรงค์ ‘ปลุกใจให้คนรักชาติ’ ซึ่งทำให้รู้สึกเหมือนว่าแม้แต่ตอนนอนหลับยังละเมอออกมา เป็นเรื่องการเมือง สอนให้มองแต่สงคราม เชื่อแต่สงคราม ทูมเท ทั้งอุทิศชีวิตและจิตใจให้กับสงคราม บีบบังคับ ให้ประชาชนทำตาม ผู้คนต้องเก็บซ่อนความไม่พอใจในความอยุติธรรมไว้ส่วนลึกในใจ ตีสนิทไม่รับรู้อะไรเพื่อให้มี ชีวิตในสังคมได้” (น. 180)

“ผู้คนใช้ชีวิตโดยยอมละทิ้งความเป็นคน บ้างก็ตายจากไป ดวงตาที่ได้เห็นความสะพรึงไม่อาจจะหลับลงได้ง่าย ถึงจะหลับตาลงก็จะมีน้ำตาไหลออกจากทางตา ชีวิตที่เหมือนต้องหนีบางสิ่งบางอย่างอยู่ตลอดเวลา นั้นซ้ำซากอยู่ ทุกวัน ยิ่งกว่านั้นมนุษย์เริ่มคุ้นชินกับมัน ลืมหุดยืนและคิดทบทวน กลายเป็นมนุษย์ที่มีจิตใจหยาบช้า เพราะถ้าไม่ หยาบกระด้างแล้วก็ไม่อาจจะมีชีวิตอยู่รอดต่อไปได้ ความรุ่มรวยยังเหลือค้างมาจนถึงวันนี้แม้สงครามจะยุติลงแล้ว และคงต่อเนื่องไปถึงวันพรุ่งนี้ด้วย มีหลายเรื่องที่ยังทำให้รู้สึกว่าการสงครามยังไม่จบสิ้น” (น. 204)

ส่วนที่วรรณกรรมแสดงความปรารถนาของ ไคคิจิ ลูกชายคนโตของครูโออิชิ ที่อยากไปเป็นนักบินยุทธนาทหาร มีการบรรยายไว้ว่า

“....ถ้าเป็นนักบินยุทธนาทหาร ก็จะได้กินถั่วแดงต้มน้ำตาลร้อนได้ไม่อัน นาสงสารว่ามีเด็กหนุ่มยังเยาว์ที่บ้าน ยากจนถูกชักจูงด้วยถั่วแดงต้มน้ำตาลซึ่งจะได้กินจนอิ่มท้อง แล้วมุ่งมั่นจะเป็นนักบินยุทธนาทหาร เพียงแค่นั้นพวกเขา ก็ได้เป็นวีรบุรุษแล้ว ในช่วงเวลานั้นอยู่ในกระแสว่าจะเป็นคนยากคิมิจิน สังคมพร้อมจะตราหน้าคนที่ไม่ยอมเอนเอียง เดินไปตามเส้นทางนั้นเป็นคนซังชาติ ยิ่งนักศึกษาที่ถูกเกณฑ์ไปเป็นกองกำลังสำรองอาสาเป็นยุทธนาทหารโดยไม่บอก พ่อแม่ และถ้ายังเป็นลูกชายคนเดียวด้วยแล้ว คุณค่าของวีรบุรุษยิ่งทวีค่าสูงขึ้นอีก โรงเรียนมัธยมในเมืองมีเด็กหนุ่ม ซึ่งยื่นความจำนขอเป็นยุทธนาทหารโดยไม่บอกพ่อแม่ และยังเป็นลูกชายคนเดียวถึงสามคน โรงเรียนนั้นก็กลายเป็น โรงเรียนอันทรงเกียรติ ทำให้เหล่าพ่อแม่แหวนวุ่นๆไปตามกัน ไคคิจิซึ่งอายุยังน้อย บ่นน้อยใจกับความเป็นเด็กของตัวเองว่า “เฮ้อ อยากเป็นนักเรียนมัธยมเร็ว ๆ จัง” แล้วเขาก็ร้องเพลง กระดุมเจ็ดเม็ด สลักลายดอกซากุระ....

เป็นการเปรียบเทียบชีวิตคนเป็นเหมือนดอกซากุระ เป้าหมายอันสำคัญของคนหนุ่มสาวคือการร่วโรยไปคือ ตายไปเพื่อชาติ เด็ก ๆ ถูกสอนและทำให้เชื่อว่ามันเป็นเกียรติยศ แนวทางการศึกษาปลูกฝังแนวคิดซึ่งทำให้เด็กชาย ทั่วประเทศญี่ปุ่นเชื่อเช่นนั้น แม้กระทั่งรูปปั้นนิโนะมิยะ คินจิโร อ่านหนังสือที่เคยตั้งอยู่บริเวณสนามหญ้าในโรงเรียน ก็ถูกยกออกไป และถูกทำลายหลอมเป็นเศษโลหะเพื่อนำไปทำอาวุธสงครามท่ามกลางเสียงโห่ร้องยินดีของผู้คน ระฆัง ในวัดซึ่งเคยใช้ตีบอกเวลาเช้าเย็นและส่งสัญญาณเตือนมาหลายร้อยปียังถูกปลดลงมาใช้ในสงคราม สภาพเช่นนี้คงไม่ แปลกใจที่ไคคิจิและเด็กคนอื่นๆจะใฝ่ฝันถึงการเป็นวีรบุรุษโดยไม่กลัวตาย แต่แม่ของไคคิจิไม่เคยเห็นด้วยเลยสักครั้ง” (น. 207-208)

นอกจากนี้ยังมีฉากที่สามารถถ่ายทอดความขัดแย้งด้านความคิดเห็นของคนภายในครอบครัว ปรชญาในการ ดำเนินชีวิตของครูโออิชิปะทะกับความคิดของเด็กชายผู้เป็นลูกซึ่งถูกล้างสมองด้วยค่านิยมในสมัยสงคราม เด็ก ๆ จะมีความภาคภูมิใจที่บ้านของตนได้รับป้ายแขวนแสดงว่าบ้านนี้มีผู้พลีชีพในสงคราม และทุกคนจะนำมาแขวนไว้ที่ ประตูบ้านให้คนเห็น สิ่งนี้ทำให้ครูโออิชิโกรธมาก เมื่อบ้านของเธอได้รับป้ายประกาศพร้อมตะปู เธอเก็บเข้าในช่อง ใส่ไว้ในลิ้นชักแล้วกล่าวว่า “ของแบบนี้ จะตอกไว้ตรงหน้าประตูบ้านไปทำไม ไม่ได้จะช่วยปิดเป้าโซคร้ายอะไรได้ บ้าบอคอตแตก” (น. 211)

การบรรยายที่กล่าวมาข้างต้น แสดงการต่อต้านและสะท้อนใจที่สงครามก้าวเข้ามาในวงการการศึกษา ศาสนา ฉกฉวยความไร้เดียงสาและอิสรภาพทางความคิดของเยาวชน ปลูกเร้าความคิดคลั่งชาติและพลีชีพเพื่อชาติ กระทั่ง รูปปั้นนิโนะมิยะ คินจิโร ที่เคยเป็นตัวแทนของการให้ความสำคัญของการศึกษาหาความรู้ ระฆังในวัดซึ่งเคยทำหน้าที่ เป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้คน ยังพ่ายแพ้ต่อความอุดมการณ์สงคราม วรรณกรรมเรื่อง “24 แก้วตา” นี้ ผู้เขียนวิพากษ์ วิจารณ์สงครามและเผด็จการทหารอย่างตรงไปตรงมา ผ่านสายตาของผู้หญิงคนหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ครูและแม่ บทบรรยายต่อต้านสงครามที่บรรจุอยู่อย่างต่อเนื่องและเด่นชัดตลอดตัวบทวรรณกรรมเรื่องนี้ ทำให้กล่าวได้ว่าผู้เขียน ตั้งใจให้เป็นวรรณกรรมต่อต้านสงครามดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นของบทความนี้ว่า มีการปรับแก้ไขเข้มข้นสำหรับประเด็น นี้เมื่อมีการรวมเล่ม การวิพากษ์วิจารณ์ที่แสดงออกอย่างชัดเจนนี้สามารถทำได้เพราะเขียนขึ้นหลังสงครามยุติ เป็นเวลานาน คือในปีค.ศ. 1952 ซึ่งผู้คนล้วนได้รับบาดเจ็บจากสงครามและความคิดชาตินิยมแบบสุดโต่งได้ถูก ปรามปรามลงโดยกองบัญชาการใหญ่กองกำลังสัมพันธมิตร (General Headquarters) ที่มีความพยายามที่จะ

กวาดล้างการศึกษาและค่านิยมแบบเก่าของญี่ปุ่นที่เป็นเป้าหมายอุดมการณ์คลั่งชาติ จึงนับได้ว่าวรรณกรรมเรื่อง “24 แก้วตา” เหมาะสมกับช่วงเวลาตามบริบทสังคม

จากการดำเนินเรื่องและเนื้อเรื่องที่สะท้อนอารมณ์สุขทุกข์และการสื่อสารต่อต้านสงคราม ที่เป็นดังเรื่องราวที่ผู้อ่านได้มองผ่านดวงตา 24 ดวงของนักเรียนของครูโออิชิ ที่ทั้งเปลี่ยนแปลงด้วยความหวังและความเศร้าโศก ตลอดระยะเวลา 20 กว่าปีในชีวิตของพวกเขา ตลอดจนการพรรณนาทิวทัศน์ชนบท ชีวิตผู้คนในหมู่บ้านชายทะเล และการสอดประสานเพลงเด็กต่าง ๆ ในเนื้อเรื่องอย่างชำนาญ ทำให้วรรณกรรมเรื่อง “24 แก้วตา” ของสึโตะชิ ซาคาเอะ เป็นวรรณกรรมเยาวชนต่อต้านสงครามที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและเป็นหนึ่งในหนังสือในดวงใจของนักอ่านจำนวนมากทั้งในประเทศญี่ปุ่นและต่างประเทศ

“24 แก้วตา” ฉบับแปลโดยภัทรธร พิพัฒนกุลนี้ในส่วนของหนังสือชี้แจงว่า เพื่ออุทิศเป็นครูบูชาแด่อาจารย์ผู้สืบนาวาจิจิต ผู้เป็นปูชนียบุคคลแห่งวงการแปลญี่ปุ่นในประเทศไทย ท้ายเล่มมีเชิงอรรถแยกตามบท แสดงคำอธิบายโดยละเอียด ทำให้เกิดความเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ปรากฏในเนื้อเรื่องได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นในภาวะสงคราม และมีประวัติผู้เขียน ผู้แปล ตามรอยสถานที่ใน “24 แก้วตา” ที่กล่าวถึง เกะโซโตะ หมู่บ้านภาพยนตร์ 24 แก้วตา (Twenty-Four Eyes Movie Studio) และพิพิธภัณฑ์งานเขียนสึโตะชิ ซาคาเอะ (Sakae Tsuboi Memorial Museum) หากผู้อ่านชาวไทยได้มีโอกาสไปญี่ปุ่น อาจพิจารณาไปเยือนหมู่บ้านภาพยนตร์ และพิพิธภัณฑ์ดังกล่าว

ปัจจุบันงานแสดงศิลปะที่เซโตะในกำลังเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในหมู่ชาวญี่ปุ่นและชาวต่างประเทศ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปชมงานศิลปะตามหมู่บ้านต่าง ๆ หนึ่ง ในปีค.ศ. 2013 นิพนธ์ โอพารนิเวศ ศิลปินชาวไทย เคยแสดงผลงานชื่อ “Memory could bring them back” บนเกาะโซโตะ เป็นศิลปะจัดวางโดยใช้ห้องเรียนชั้นประถมหนึ่งของโรงเรียน Fukuda Elementary School ซึ่งปิดลงด้วยจำนวนเด็กที่ลดน้อยลงในหมู่บ้าน งานแสดงศิลปะนี้เป็นหนึ่งใน “Setouchi Triennale” ในส่วนของ Fukutake Art Platform แร้งบันดาลใจที่นิพนธ์นำมาสร้างผลงานชิ้นนี้คือเรื่อง “24 แก้วตา” ข้อมูลเพิ่มเติมที่ https://www.artsnetworkasia.org/content/travelgrants/Final%20Report_Nipan%20Oranniwesna_Memory%20could%20bring%20them%20back.pdf หากอ่านวรรณกรรม “24 แก้วตา” แล้วมีโอกาสเดินทางไปเกาะโซโตะตามที่แนะนำไว้ในหนังสือ จะได้มีโอกาสตามรอย “24 แก้วตา” อย่างมีอรรถรสและได้ทำความเข้าใจการเชื่อมโยงวรรณกรรม ศิลปะ ให้เข้ามาสู่โลกปัจจุบันและการท่องเที่ยวแบบญี่ปุ่นมากขึ้น

หมายเหตุ : การถ่ายทอดเสียงเป็นภาษาไทยในบทความนี้ยึดตามต้นฉบับ



เอกสารอ้างอิง

สืโอะอิ, ซาคาเอะ. (2564). 二十四の瞳 [24 แก้วตา] (พิมพ์ครั้งที่ 1). เจลิตเติล.

Morii, H. Nijūshi no Hitomi [Twenty-Four Eyes] Sekai Kunizukusi [Countries of the World] / One Hundred Japanese Books for Children (1868-1945). INTERNATIONAL INSTITUTE FOR CHILDREN'S LITERATURE, OSAKA. <http://www.iiclo.or.jp/100books/1946/htm-e/frame009-e.htm>.

Oranniwesna, N. (2013). FINAL REPORT Site -specific Installation Project: Memory could bring them back. artsnetworkasia.org. https://www.artsnetworkasia.org/content/travelgrants/Final%20Report_Nipan%20Oranniwesna_Memory%20could%20bring%20them%20back.pdf.

หน่วยงานผู้แต่ง: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Affiliation: Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University

Corresponding email: nanchaya@hotmail.com, nanchaya@go.buu.ac.th

Received: 2021/5/31

Revised: 2021/6/12

Accepted: 2021/6/12

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

วารสารเครือข่ายผู้ป็นศึกษาเป็นวารสารวิชาการ จัดพิมพ์และเผยแพร่โดยสมาคมผู้ป็นศึกษาแห่งประเทศไทย ปีละ 2 ฉบับ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้คณาจารย์ นักวิชาการ และผู้สนใจเผยแพร่ความรู้และแนวคิด ด้านผู้ป็นศึกษาในแขนงต่าง ๆ

1. การเตรียมต้นฉบับ

1.1 การพิมพ์ จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Word กระดาษขนาด A4 ระยะขอบกระดาษทั้ง 4 ด้าน ขนาด 1 นิ้ว จัดรูปแบบเนื้อหาเป็น 1 คอลัมน์ พร้อมระบุหมายเลขหน้าในตำแหน่งมุมขวาล่าง ความยาวไม่เกิน 20 หน้ากระดาษ

1.2 ตัวอักษร ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK หรือ TH Sarabun New

- 1.2.1 ชื่อบทความใช้ตัวอักษรขนาด 18 point แบบหนา
- 1.2.2 บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 point แบบธรรมดา
- 1.2.3 หัวข้อใช้ตัวอักษรขนาด 14 point แบบหนา
- 1.2.4 เนื้อเรื่องใช้ตัวอักษรขนาด 14 point แบบธรรมดา
- 1.2.5 เอกสารอ้างอิง (APA Style) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 point แบบธรรมดา
- 1.2.6 อักษรภาษาผู้ป็นใช้ Ms Mincho ขนาด 10 point

1.3 การเว้นวรรค

- 1.3.1 การเว้นวรรคให้เคาะแป้นเว้นวรรค (Space bar) เพียงครั้งเดียวเท่านั้น
- 1.3.2 การย่อหน้าหรือการเว้นวรรคที่ระยะห่างกว่าปกติให้ใช้การตั้งระยะวรรคด้วยขนาดแท็บ (Tab)
- 1.3.3 การพิมพ์ข้อความภาษาไทยสลับกับภาษาอังกฤษหรือภาษาผู้ป็น และตัวอักษรกับตัวเลขให้เว้นวรรค 1 ครั้ง

2. องค์ประกอบและรูปแบบการเขียนบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร ดูรายละเอียดในเว็บไซต์สมาคมฯ jsat.or.th

3. การส่งต้นฉบับ

ส่งบทความผ่านระบบการจัดการวารสารออนไลน์ (Thai Journals Online: ThaiJO)
ได้ที่ <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsn>

4. ค่าใช้จ่าย

ค่าดำเนินการประเมินคุณภาพผลงานทางวิชาการของผู้ทรงคุณวุฒิ 2 คน จำนวนเงิน 3,000 บาท ชำระผ่านบัญชีออมทรัพย์ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาท่าพระจันทร์ เลขที่บัญชี 114-220077-4

หมายเหตุ กรณีที่ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพผลงานทางวิชาการมีความเห็นว่า ผลงานทางวิชาการนั้น ไม่สมควรตีพิมพ์ เนื่องจากไม่ผ่านเกณฑ์คุณภาพ ทางกองบรรณาธิการวารสารขอสงวนสิทธิ์ “ไม่คืนค่าใช้จ่ายทั้งหมด”

5. การส่งหลักฐานการชำระเงิน

ส่งสำเนาหลักฐานการชำระเงินค่าดำเนินการ มายังอีเมล jsn.jsat@gmail.com ภายในไม่เกิน 14 วัน นับจากวันที่ส่งบทความ

6. การตอบแทนผู้เขียน

กองบรรณาธิการจะจัดส่งวารสารฉบับที่ผลงานของผู้เขียนได้รับการตีพิมพ์ จำนวน 2 ฉบับ กรณีที่มีผู้เขียนร่วม กองบรรณาธิการขออนุญาตจัดส่งให้แก่ชื่อผู้เขียนท่านแรก

ติดต่อสอบถาม

กองบรรณาธิการวารสาร jsn Journal ทางอีเมล: jsn.jsat@gmail.com

Manuscript Preparation and Submission Guidelines

The Japanese Studies Network Journal, jsn Journal, is a biannual academic journal published and disseminated by the Japan Studies Association of Thailand. It aims to encourage academics, the faculty, as well as the general public to share and disseminate knowledge on Japanese studies that accommodates multi-disciplinary perspectives.

1. Preparation of a manuscript

1.1 Page format The manuscript shall be prepared in a one-column Microsoft Word file, and fit into no more than 20-page A4, with one-inch margin left on each of the four sides and page number being shown in the lower right corner.

1.2 Fonts The following font styles and sizes using TH Sarabun PSK or TH Sarabun New are preferred:

- 1.2.1 article title, bold 18-point;
- 1.2.2 abstract, both in Thai and English, regular 14-point;
- 1.2.3 section title, bold 14-point;
- 1.2.4 manuscript text, regular 14-point;
- 1.2.5 references (APA style), regular 14-point;
- 1.2.6 Japanese characters, Ms Mincho -10point.

1.3 Spacing:

- 1.3.1 Use single spacing (tap the space bar only once);
- 1.3.2 Use a pre-determined tab for indenting or irregular spacing;
- 1.3.3 Leave one single spacing before typing a different language or switching back and forth between characters and numbers.

2. Elements and format of a manuscript See more detail in URL: jsat.or.th

3. Submission of a manuscript

A manuscript can be submitted online via our journal management system, Thai Journals Online (ThaiJO), at <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsn>

4. Processing fees

The author shall make a transfer payment of 3,000 baht into Siam Commercial Bank savings account, Tha Prachan branch, account number 114-220077-4, in compensation for a peer-review procedure conducted by a panel of two experts.

Note: In the event that a final judgment is made to not recommend the submitted manuscript for publication on quality assessment grounds, the editorial board reserves the right “to withhold the processing fees” in this regard.

5. Sending proof of payment

The author shall send a copy of payment of the processing fees to jsn.jsat@gmail.com within 14 days following the submission.

6. Sending proof of publication

The editors shall send two copies of the Journal's issue on which the manuscript is accepted for publication to the corresponding author, or the first author in the case of multiple authors.

Contact:

The jsn Journal Editorial Board via e-mail: jsn.jsat@gmail.com

มาตรฐานทางจริยธรรมเพื่อการตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการ

1. หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้เขียน

- 1.1 ผลงานทางวิชาการที่ส่งเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารเครือข่ายผู้ป็นศึกษา ต้องเป็นผลงานที่ยังไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ทางวิชาการอื่น ทั้งนี้ไม่รวมบทความรับเชิญ
- 1.2 ผลงานทางวิชาการที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารเครือข่ายผู้ป็นศึกษาจะต้องไม่มีส่วนใดที่ปรากฏให้เห็นว่าเป็นการลอกเลียนผลงานทางวิชาการทั้งของตนเองและของผู้อื่น รวมทั้งจะต้องมีการอ้างอิงที่ครบถ้วน และถูกต้องตามข้อกำหนดของวารสาร
- 1.3 ผู้เขียนจะต้องไม่บิดเบือนข้อมูล หรือสร้างข้อมูลที่เป็นเท็จในการรายงานผลการวิจัย
- 1.4 ผู้ที่มีชื่อปรากฏเป็นผู้เขียนบทความทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมในการทำวิจัยโดยแท้จริง และต้องระบุชื่อผู้เขียนทุกคนตั้งแต่ต้น
- 1.5 ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนการทำวิจัย รวมทั้งผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

2. หน้าที่และความรับผิดชอบของบรรณาธิการวารสาร

- 2.1 บรรณาธิการจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนและผู้ประเมิน
- 2.2 บรรณาธิการมีการตรวจสอบบทความอย่างจริงจังในด้านการลอกเลียนผลงานทางวิชาการด้วยเครื่องมือและวิธีการที่เชื่อถือได้
- 2.3 บรรณาธิการมีกระบวนการประเมินคุณภาพบทความอย่างเป็นธรรม ปราศจากอคติส่วนบุคคล โดยคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่เหมาะสมในสาขานั้น ๆ จำนวนไม่ต่ำกว่า 2 คน
- 2.4 ไม่เปิดเผยข้อมูลหรือเนื้อหาของบทความที่อยู่ระหว่างการพิจารณาประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียนและผู้ประเมินบทความนั้น
- 2.5 กรณีที่ผลประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ 2 คนไม่สอดคล้องกัน จะต้องสรรหาผู้ทรงคุณวุฒิรายที่ 3 เพื่อให้ได้ข้อสรุป

3. หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประเมิน

- 3.1 ประเมินคุณภาพบทความอย่างเป็นกลาง ปราศจากอคติ ตามกำหนดเวลา
- 3.2 ผู้ประเมินบทความต้องไม่เปิดเผยข้อมูล หรือเนื้อหาของบทความที่อยู่ระหว่างการพิจารณาคุณภาพ
- 3.3 ผู้ประเมินจะต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ หากพบการกระทำผิดจรรยาบรรณ เช่น การบิดเบือนผลการวิจัย สร้างข้อมูลเท็จในการรายงานผลการวิจัย หรือคัดลอกผลงานทางวิชาการในงานที่ประเมิน
- 3.4 ผู้ประเมินต้องไม่ชักจูงหรือเสนอแนะให้ผู้เขียนอ้างอิงผลงานวิชาการใด ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนการอ้างอิงผลงานของตนหรือพวกพ้อง
- 3.5 ผู้ประเมินบทความจะต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ กรณีที่ผู้ประเมินมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความ

The jsn Journal Publishing Ethics Guidelines

1. On part of the author(s):

- 1.1 Any manuscript submitted for review and publication in the jsn Journal must never be published before, and must not be under consideration for publication in any journal or other academic publication. Invited articles, however, are excluded.
- 1.2 Plagiarism and/or duplication, in whole or part, including self-plagiarism, shall not be tolerated. Accurate and thorough referencing shall be duly made in accordance with the Journal's strict referencing guidelines.
- 1.3 The author(s) shall not be involved in manipulation and/or falsification with respect to the presentation of his/her research findings.
- 1.4 The author list, which shall be submitted along with the manuscript, shall reflect the individuals' genuine contributions to the work.
- 1.5 The author shall specify any source(s) of research funding, and shall declare any potential conflicts of interest.

2. On part of Journal editors:

- 2.1 The editors must not possess any conflicts of interest with the author(s) and reviewers.
- 2.2 The editors shall reserve the right to put all submissions through rigorous and reliable plagiarism checking tools and methods.
- 2.3 The editors shall ensure a fair review procedure that is free from personal prejudice by subjecting every submitted manuscript to a peer-review procedure conducted by a panel of no less than two qualified experts from related field(s).
- 2.4 The editors shall not disclose any information or content of the manuscript under review, including any information about the author(s) and the reviewers thereof.
- 2.5 In the case that the review conducted by two experts produces an inconclusive result, the editors shall resort to the expertise of a third reviewer in an effort to find a common ground.

3. On part of reviewers:

- 3.1 The reviewers shall provide an objective review that is free from prejudice and bound by an appropriate time frame.
- 3.2 The reviewers shall not disclose any information or content of the manuscript under review.
- 3.3 The reviewers shall notify the editors of any unethical behavior encountered over the course of review process, such as manipulation or falsification of research findings, or plagiarism, etc.
- 3.4 The reviewers shall not exert influence on the author(s) in a way that results in the solicitation of citations of the reviewers' works or the works of people in their circle.
- 3.5 The reviewers shall notify the editors of any potential conflicts of interest they may share with the author(s).

**JSAT**JAPAN FOUNDATION
国際交流基金鹿児島大学
KAGOSHIMA UNIVERSITYKAGOSHIMA UNIVERSITY
INTERNATIONAL STUDIES

CALL FOR PAPERS

The **15th**

Annual National Conference of Japanese Studies Association of Thailand

Hope, Power, and Eastern Ways: Constructing Sustainable Human Capital

**November
25-26
2021**Burapha university
chonburi**Hybrid Conference**

Program

Full paper submission	Round 1 (Early bird): Within	July 31, 2021
	Round 2: Within	August 31, 2021
Notification of review results	Within	September 30, 2021
Revised paper submission	Within	October 18, 2021
Announcement of the academic presentation schedule		October 30, 2021
Distribution of the proceedings	Within	December 31, 2021

Papers in Thai and English language are welcome on issues related in the fields of humanities and social science i.e., linguistics, foreign language teaching, literature, translation, society, culture, economics, political science, folklores

Pre-requisites for paper submission:

1. Any submitting paper should represent the author's original work which has not been presented or published elsewhere.
2. Scholars, researchers, students from any graduate or undergraduate program, or any individual with particular interest in Japanese studies are welcome to submit their papers.

Registration fee

- | | |
|---|------------|
| 1. The presenter(s)/ author(s) | 2,000 Bath |
| 2. Visitors who request for documents and lunch | 500 Bath |
| 3. Non-presenter/ visitors | At no cost |

*The author of any submitted paper is required to be an annual or lifetime member of JSAT.

Download the
template here

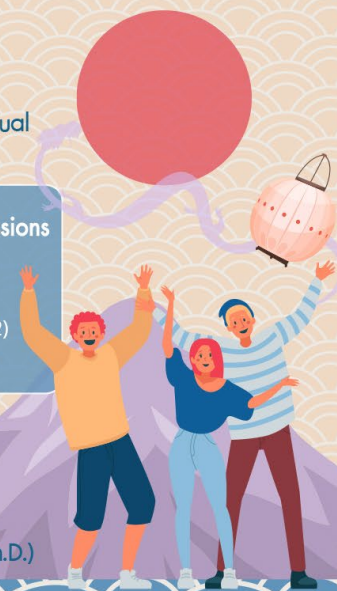
For more information

Email: buu.jsat2021@gmail.comFacebook: [Japanese-Studies-Association-of-Thailand-JSAT](https://www.facebook.com/Japanese-Studies-Association-of-Thailand-JSAT)Website: jsat.or.th

Mobile: 083-589-6226 (Pankamon), 081-576-6724 (Asst.Prof.Nanchaya, Ph.D.)

Special benefits for Round 1 submissions

1. No registration fees.
2. Outstanding papers will be selected for publication in the jsn Journal (TCI 2) with exemption of administrative fee.





ใบสมัครสมาชิก

สมาคมญี่ปุ่นศึกษาแห่งประเทศไทย

ห้อง 606 ชั้น 6 คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200 โทรศัพท์/โทรสาร 02-221-2422

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)ตำแหน่งทางวิชาการ.....

Name (In English)

วัน เดือน ปี เกิด..... หมายเลขบัตรประชาชน

ที่อยู่ปัจจุบัน.....

.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....มือถือ.....อีเมล.....

หน่วยงานตำแหน่ง.....

ที่อยู่หน่วยงาน.....

.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....

บุคคลที่สามารถติดต่อได้ กรณีที่ไม่สามารถติดต่อท่านได้

ชื่อ นามสกุล.....หมายเลขโทรศัพท์.....อีเมล.....

สมาชิกสมาคมฯ ที่รู้จัก (ถ้ามี) คือ

1..... 2.....

ข้าพเจ้าขอสมัครเป็นสมาชิกประเภท

☐ สามัญรายปี (200 บาทต่อปี) ☐ สามัญตลอดชีพ (2,000 บาท)

☐ สมทบ (100 บาทต่อปี) ☐ สถาบัน (200 บาทต่อปี หรือ ตลอดชีพ 2,000 บาท)

☐ หลักฐานประกอบการสมัคร สำหรับบัตรประชาชน/ เอกสารรับรองจากสถาบัน (กรุณาส่งมาพร้อมกับใบสมัคร)

☐ ข้าพเจ้าได้อ่านและยอมรับเงื่อนไขของการเป็นสมาชิกสมาคมญี่ปุ่นศึกษาแห่งประเทศไทย

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

(.....)

วันที่...../...../.....

หมายเหตุ 1. การสมัครเป็นสมาชิกสมาคมฯ จะมีผลสมบูรณ์ต่อเมื่อเป็นไปตามเงื่อนไขของสมาคมฯ

2. เมื่อมติที่ประชุมคณะกรรมการบริหารพิจารณารับท่านเป็นสมาชิกแล้ว ท่านจะได้รับการติดต่อให้ชำระ

ค่าลงทะเบียนสมัครสมาชิกและค่าบำรุงรายปี /ตลอดชีพ

.....

ส่วนนี้เฉพาะเจ้าหน้าที่สมาคมฯ

ได้รับการพิจารณาให้เป็นสมาชิกสมาคมฯประเภท ☐ สามัญรายปี ☐ สามัญตลอดชีพ ☐ สมทบ ☐ สถาบัน (รายปี/ตลอดชีพ)

จากการประชุมคณะกรรมการบริหารฯ ครั้งที่...../..... เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เลขที่ใบเสร็จจ่ายค่าลงทะเบียน...../..... ลงวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงชื่อ.....นายทะเบียน ลงชื่อ.....นายกสมาคมฯ

(.....) (.....)



TCI Tier 1 Humanities and Social Sciences

Owner :

Japanese Studies Association of Thailand (JSAT)
Room 606 Faculty of Political Science,
Thammasat University, Prachan Road,
Phraborom Maha Ratchawang, Pranakorn,
Bangkok 10200, Thailand
URL: jsat.or.th, email: jsn.jsat@gmail.com

Publication : 2 issues per year (June, December)

Online Journal : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsn>

Printed at

Core Content Co., Ltd.
15/4 Moo 3 Bangkrateuk, Sam Phran,
Nakhon Pathom 73210

Editorial Advisory Board

Prof. Emeritus Dr. Chaiwat Khamchoo	<i>Chulalongkorn University</i>
Prof. Dr. Attachak Sattayanurak	<i>Chiang Mai University</i>
Prof. Dr. Siriporn Wajjwalku	<i>Thammasat University</i>

Editor

Assoc. Prof. Tasanee Methapisit	<i>Thammasat University</i>
---------------------------------	-----------------------------

Editorial Assistant

Assoc. Prof. Dr. Yupaka Fukushima	<i>Kasetsart University</i>
-----------------------------------	-----------------------------

Editorial Board

Prof. Emeritus Dr. Sirimonporn Suriyawongpaisal	<i>Chulalongkorn University</i>
Prof. Warintorn Wuwongse	<i>Thammasat University</i>
Assoc. Prof. Dr. Chomnard Setisarn	<i>Chulalongkorn University</i>
Assoc. Prof. Dr. Kosit Tiptiempong	<i>Tokyo University of Foreign Studies</i>
Assoc. Prof. Dr. Maitree Inprasitha	<i>Khon Kaen University</i>
Assoc. Prof. Benjang Jaisai der Arslanian	<i>Chiang Mai University</i>
Assoc. Prof. Pranee Jongsujarittham	<i>Academic Scholar</i>
Asst. Prof. Dr. Baranee Boonsong	<i>Naresuan University</i>
Asst. Prof. Dr. Piyawan Asawarathan	<i>Thammasat University</i>
Asst. Prof. Dr. Winai Jamornsuriya	<i>Nakhon Ratchasima Rachabhat University</i>
Col. Asst. Prof. Nongluck Limsiri	<i>Panyapiwat Institute of Management</i>
Asst. Prof. Nisakorn Thongnok	<i>Prince of Songkla University</i>
Dr. Wanwisa Kunpattaranirun	<i>Burapha University</i>
Dr. Saikaew Tipakorn	<i>Chulalongkorn University</i>

Editorial Staff

Ms. Ratthanant Vijitkrittapong	<i>Thammasat University</i>
--------------------------------	-----------------------------

Reviewers

Prof. Warintorn Wuwongse	<i>Thammasat University</i>
Assoc. Prof. Dr. Kosit Tiptiempong	<i>Tokyo University of Foreign Studies</i>
Assoc. Prof. Dr. Soysuda Na Ranong	<i>Kasetsart University</i>
Asst. Prof. Dr. Kunaj Somchanakit	<i>Thaksin University</i>
Asst. Prof. Dr. Nanchaya Mahakhan	<i>Burapha University</i>
Asst. Prof. Dr. Pat-on Pipattanukul	<i>Srinakharinwirot University</i>
Asst. Prof. Dr. Rattakit Lertvisava	<i>University of the Thai Chamber of Commerce</i>
Asst. Prof. Dr. Siriwon Munintarawong	<i>Thammasat University</i>
Asst. Prof. Dr. Sopa Masunari	<i>Naresuan University</i>
Asst. Prof. Dr. Thanabhorn Treeratsakulchai	<i>Chiang Mai University</i>
Dr. Saranya Choochotekaew	<i>Chulalongkorn University</i>
Dr. Saikaew Tipakorn	<i>Chulalongkorn University</i>

Editor's Note	iv
<i>Tasanee Methapisit</i>	
Invited Paper	
A Future Perspective on Education Programs for International Students in the New Normal Era: The Case of Center for Japanese Language and Culture, Osaka University	2
<i>KATO Hitoshi & FUJIHIRA Manami</i>	
Research and Academic Papers	
The Development and Evaluation of a Self-efficacy Scale for Japanese Language Assistants: Targeting "NIHONGO Partners" Dispatched to Thailand	13
<i>FURUBEPPU Hizuru, OTA Yoshie, YAMASHITA Junko</i>	
Cheap and Dispensable: Foreign Labor in Japan via the Technical Intern Training Program	33
<i>Piyada Chonlaworn</i>	
A Portrayal of Man in Japanese Advertising of Cosmetics for Men	50
<i>Khwanchira Sena & Goto Hiroki</i>	
The Japanese Vogue Words: A Case Study of Vogue Words in Early 2020	69
<i>Pratyaporn Rattanapongpinyo</i>	
Book Review	
Obasute (Abandoning an old woman)	84
<i>Duantem Krisdathanont</i>	
Nijuu-shi no Hitomi (Twenty-four Eyes)	89
<i>Nanchaya Mahakhan</i>	