



“โนะเรน”

ประตูไปสู่ความเข้าใจ “ญี่ปุ่น”

ผู้อ่านที่เคยมาเยือนญี่ปุ่นคงได้สังเกตเห็น “โนะเรน” ที่ทางเข้าออกร้านค้า ร้านอาหาร ดั้งเดิมของญี่ปุ่นหลายต่อหลายหน แต่อาจไม่รู้ว่ามีชื่อว่าอะไร มีไว้ทำไมกัน

หากจะต้องเรียกเจ้าโนะเรนนี้เป็นภาษาไทย คำว่า “ม่าน” อาจจะใช้ได้ในระดับหนึ่ง เพราะหนึ่งในหน้าที่หลากหลายของโนะเรน คือ “การเป็นม่านบังตาระหว่างนอกร้านกับในร้าน” แต่แท้จริงแล้วโนะเรนมีความหมายที่สำคัญกว่านั้นมากมาย สำหรับเจ้าของร้าน โนะเรนคือ แบรนต์ ยี่ห้อที่บรรพบุรุษ และลูกหลานส่งทอด และรักษากันมารุ่นแล้วรุ่นเล่า สำหรับพนักงานขาย โนะเรนคือ ข้อมูลสำคัญที่ร้านต้องการถ่ายทอดให้ลูกค้าในช่วงไม่กี่วินาทีเมื่อเขาเดินผ่านหน้าร้าน และเมื่อโนะเรนถูกยกมาประดับที่หน้าประตูร้าน ยังเป็นเครื่องหมายบอกด้วยว่า “ร้านเปิดทำการอยู่” เมื่อมองจากมุมของสถาปัตยกรรม โนะเรนยังเป็นตัวแบ่งเขตด้านนอกกับด้านใน หรือแบ่งเขตห้องในบางครั้ง ดีไซน์หรือชื่อของผู้หนึ่ง

กนกฐา มัตสึโอะ



◀ โนะเรนขึ้นข้างร้านขนมซึ่งเป็นร้านแม่ สือว่า เป็นทางเข้าร้านน้ำชา

บอกว่า โนะเรนมีบทบาทช่วยให้พื้นที่ดูไม่อึดอัดลงตัวดี ดังนั้น ในความหมายทั้งหมดข้างต้น “โนะเรน” จึงไม่ใช่เพียงม่านธรรมดาเท่านั้น เขานิยามมันว่าเป็น “ประตูไปสู่ความเข้าใจ ‘ญี่ปุ่น’ ”

ศัพท์คำว่า “โนะเรน” นั้น สันนิษฐานว่าเผยแพร่เข้ามาในญี่ปุ่นในสมัยคามาคูระ (ราวคริสต์ศตวรรษที่ 12) พระเซนเรียกมันว่า “นงเรน” (暖簾) ใช้สำหรับกันลมหนาว



▲ โนะเรนสีม่วงมีตัวอักษรบอกชื่อร้าน
น้ำชา Tomiyo เก้าแก่ย่าน

“โนะเรน ไม่ใช่เพียงม่านธรรมดา เท่านั้น เขานิยามมันว่า เป็นประตู ไปสู่ความเข้าใจ ‘ญี่ปุ่น’”

พัดเข้ามาในโบสถ์วิหาร โนะเรนในสมัยนั้น
ยังคงเป็นเพียงผ้าเรียบ ๆ ไม่มีลวดลาย
หลังจากนั้น บรรดาขุนนางนักรบก็พากัน
เลียนแบบด้วยการย้อมผ้าพร้อมประทับตรา
ประจำตระกูล (มง) ของตนขึ้นมาใช้

แท้จริงแล้ว ญี่ปุ่นมีสิ่งที่คุณคล้าย
โนะเรนใช้กันมาตั้งแต่สมัยยาโยเออิ (ราว
3-10 ศตวรรษก่อนคริสตกาล) มีหลักฐานว่า
ผู้คนใช้ฟางห่อหุ้มคางะยะ หรือไม้ฟางข้าว
สานเป็นเส้นมูชิโระหรือใช้ไม้ไผ่สานทำ
ฉากสุดาเระกัน เพื่อกันฝุ่นควันกันตาม
ประตูหน้าต่าง และในภาพวาดสมัยเฮอัน
(ค.ศ. 794-1185) ก็พบภาพของโนะเรน
ที่ใกล้เคียงกับโนะเรนที่ใช้กันแพร่หลาย
ในปัจจุบัน ตามที่ประทับของราชวงศ์ จาก
คิโจ และมิสุ กันห้องก็เป็นโนะเรนชนิดหนึ่ง
เรียกกันทั่วไปว่า “ทาเรมุชิ”

พ่อค้าแม่ค้าในเกียวโต และเมือง
ซาไก เริ่มนำเอาโนะเรนมาใช้กันแพร่หลาย
ในสมัยมุโระ มาจิ (ค.ศ.1336-1573) เมื่อ

พวกเขาทำการค้ากับต่างประเทศ จำเป็น
ต้องมีเครื่องหมายร้าน โลโก้ หรือภาพวาด
สินค้าของร้านจึงถูกนำมาเป็นเครื่องหมาย
ของโนะเรนแทนตัวหนังสือ เนื่องจากอัตรา
การอ่านเขียนได้ของคนทั่วไปยังไม่สูงนัก
และจุดนี้เองที่ทำให้โนะเรนเพิ่มความสำคัญ
ในฐานะของสื่อโฆษณาสินค้าด้วย

เมื่อสงครามภายในสงบ ผู้คนทำมา
หากินได้คล่องแคล่ว ภายใต้การปกครอง
ของโชกุน ตระกูลโทกูงาวะในสมัยเอโดะ
(ค.ศ.1603-1868) กรุงเอโดะ จึงกลายเป็น
ศูนย์กลางการค้าที่มีพ่อค้าแม่ค้ามารวมตัวกัน
จากทุกสารทิศ พวกเขาจำเป็นต้องประกาศตน
ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย แตกต่างกับร้านอื่น
อย่างไร คำขายอะไร โนะเรน จึงกลายเป็น
แบรนด์บอกความเป็นมาของร้าน เป็นป้าย
โฆษณาสินค้าของร้านไปโดยปริยาย ร้าน
ใดที่มีประวัติเก่าแก่มียี่ห้อเสียงก็มีลูกหลาน
หรือพนักงานเก่าแก่มาขอ “แบ่งโนะเรน” ไป
เปิดร้านเปิดสาขาเพิ่ม ระบบการใช้โนะเรน



▲ โนะเรนร้านขนมเก่าแก่อีกแห่งหนึ่ง
มองจากด้านในร้าน



▲ ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้านน้ำชา Ichiriki-tei เอา幔 Tare-maku มาประดับ
หน้าโนะเรนสีน้ำตาลของร้านอีกทีหนึ่ง



▲ โนะเรนร้านน้ำชาเก่าแก่ Minotake ย่าน Gion เช่นกัน



▲ ร้านพัดเก่าแกในเกียวโตใช้ทั้ง Naga-noren และ Mizuhiki-noren



▲ โนะเรนร้านอาหารย่าน Gion ที่มี Gei-maiko เข้าออกประจำ

“โนะเรน จึงกลายเป็น แบรนด์บอกความ เป็นมาของร้าน”

ของร้านแม่กับร้านลูก และร้านในเครือที่แยกตัวออกมาจึงเกิดขึ้น

นับแต่นั้นเป็นต้นมา โนะเรนจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของทัศนียภาพของญี่ปุ่น มีโนะเรนที่รักษาสัญลักษณ์ดั้งเดิม และโนะเรนที่ผสมผสานเอาดีไซน์ใหม่ ๆ สีสันใหม่ ๆ เข้ามาเสริม “ความเป็นญี่ปุ่น” ให้หลากหลายขึ้นจนถึงทุกวันนี้

ผู้เขียนเป็นคนหนึ่งที่ชอบเดินดูโนะเรนมาแต่ไหนแต่ไร ทุกครั้งที่ไปเกียวโตจะพยายามมองหาโนะเรนแปลกตาเสมอ โดยเฉพาะโนะเรนของร้านน้ำชา (โอจะยะ) หรือสังกัดของบรรดาเกอิชา (โอเคิยะ) รวมทั้งร้านอาหารใหญ่น้อยทั่วไป

แม้จะไม่มีข้อบังคับที่เป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับสีของโนะเรนก็ตาม ช่างทำโนะเรนในโตเกียวบอกว่าพ่อค้าแม่ค้าในโตเกียวมักจะเลือกใช้สีต่างกันไปตามวงการธุรกิจของตน สีหลัก ๆ ที่ใช้ ได้แก่ สีคราม สีขาว สีน้ำตาล และสีฟ้าสตรวม 4 สีด้วยกัน สีครามเป็นสีที่ใช้กันมากที่สุด



▲ รถขายของก็มีโนะเรนบอกชื่อร้านเช่นกัน

สมัยเอโดะ ร้านอาหาร และเครื่องอุปโภคบริโภคนิยมใช้กันเป็นหลักเช่นเดียวกับร้านกิโมโนก็ใช้สีคราม เพราะสีครามช่วยป้องกันแมลงกัดเนื้อผ้า โนะเรนสีขาวนิยมใช้กับร้านขนม ร้านขายยา โนะเรนสีน้ำตาลใช้กับร้านขายบุหรื และโนะเรนสีฟ้าใช้กับร้านน้ำชา สถานบันเทิง เพราะเป็นสีที่สดใส สีสันของโนะเรนย่านกึ่งในเกียวโตดูเหมือนจะไม่ตรงกับกฎด้านบนของโตเกียว ร้านน้ำชาเก่าแก่สามแห่งที่นี่ใช้โนะเรนสีม่วงเข้ม หรือสีน้ำตาล ร้านอาหารหลายแห่งใช้สีขาว ร้านขนมมีทั้งสีครามและบางร้านสีแดง มีอักษรภาษาจีนหรือไม่ก็โลโก้ร้านประทับตรงกลาง ฯลฯ

ลองมาดูขนาด และชนิดของโนะเรนกันบ้าง โนะเรนแบ่งตามขนาดเป็น 2 ประเภท



▲ ร้านอาหารเพิ่งเปิดใหม่ย่าน Kibune ก็ใช้โนะเรนที่หน้าทางเข้าเช่นกัน

เป็น “โนะเรนสั้น” (อังโนะเรน) กับ “โนะเรนยาว” (นางาโนะเรน) ยาวราว 1 เมตร 13 เซนติเมตร ซึ่งถือเป็นขนาดมาตรฐาน หากแบ่งตามการใช้งาน ก็จะได้โนะเรนหลายประเภทด้วยกัน ได้แก่ “โนะเรนสำหรับกันแดด” (ฮิโยเคโนะเรน) เป็นผ้าหนึ่งผืนกันลมกันแดด “โนะเรนประดับ” (มิซุฮิชิโนะเรน) ใช้คู่กับโนะเรนโลโก้ร้าน “โนะเรนห้องแต่งตัวดาราร” (กักกุยะโนะเรน) ดาราละครคาบูกิต่าง ๆ จะแขวนโนะเรนประจำตัวไว้หน้าห้องแต่งตัวด้านหลังโรงละคร เป็นสัญลักษณ์ว่าตนเองมาเปิดการแสดงอยู่ “โนะเรนเชือก” (นาวะโนะเรน) ใช้ตามร้านเหล้า ร้านอาหารทั่วไป ว่ากันว่าเชือกใช้กันแมลงวันได้ดี เป็นต้น

คราวหน้าเมื่อผู้อ่านมาญี่ปุ่นอย่าลืมมองหาโนะเรนนานาแบบกันดูสักครั้ง หรือจะสั่งทำโนะเรนไว้ใช้ส่วนตัวสักผืนก็ไม่น้อยเลย