



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

(เล่มที่ 1)

โครงการสังเคราะห์ความรู้และจัดประชุม เรื่อง

“วัฒนธรรมบริโภค”

เพื่อจัดประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 5



ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

โดย ดร.ปริตตา เฉลิมเผ่า กอนันทกุล และคณะ

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

กันยายน 2549

บทนำ

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร จัดการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยาครั้งที่ 5 เรื่อง วัฒนธรรมบริโภคนิยม บริโภคนิยมระหว่างวันที่ 29-31 มีนาคม 2549 มีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 450 คน และมีนักวิชาการมาเสนอบทความทั้งสิ้น 47 คน การประชุมมีเป้าหมายเพื่อทบทวนกรอบความคิดทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ ปรัชญา ประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา และมานุษยวิทยาที่มีต่อการบริโภค ศึกษาความหมายของการบริโภคที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ โดยมีกรณีศึกษาในกลุ่มคนต่างๆ เช่น ชาวชนบท กลุ่มชาติพันธุ์ แรงงานอพยพ วัยรุ่น ผู้หญิง กลุ่มศาสนา และคนในเมือง การประชุมครั้งนี้เปิดโอกาสให้นักวิชาการได้เสนอและเผยแพร่ผลงานวิจัยแก่สาธารณะ เพื่อยกระดับองค์ความรู้เรื่องวัฒนธรรมบริโภค เพื่อให้สังคมไทยมีความเข้าใจปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคซึ่งอาจรวมถึงการจับจ่ายใช้สอย การซื้อสินค้าบริการชนิดต่างๆ ความเหลื่อมล้ำ ความไม่เท่าเทียมของการบริโภค สุนทรียะและผลกระทบจากการบริโภค สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นประเด็นสำหรับการถกเถียงในเชิงทฤษฎี และการหาแนวทางการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อไป

ความหมายของการบริโภคในมิติมานุษยวิทยาอาจแตกต่างจากเศรษฐศาสตร์ มานุษยวิทยามีได้มองการบริโภคเพียงเรื่องอุปสงค์อุปทาน แต่มองถึงมิติความเชื่อ ค่านิยม และโลกทัศน์ที่แวดล้อมอยู่ในการบริโภค การศึกษาของนักมานุษยวิทยาแต่ดั้งเดิม เข้าไปศึกษาสังคมขนาดเล็ก หรือสังคมชนเผ่าในดินแดนต่างๆ นอกทวีปยุโรป นักมานุษยวิทยาพบว่ามนุษย์ในสังคมขนาดเล็กมีวิถีคิดต่อการบริโภคต่างไปจากชาวยุโรป แต่ปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์และการแผ่อำนาจของตะวันตกในยุคอาณานิคม ทำให้ชนพื้นเมืองต้องเกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ปรากฏการณ์นี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบและวิธีการบริโภค รวมทั้งประเภทของสินค้าที่ชาวตะวันตกเป็นผู้สร้างขึ้น

ปัจจุบันนี้ นักวิชาการสาขาต่างๆ ล้วนถกเถียงและตั้งคำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภค โดยเฉพาะเรื่องจริยธรรมและความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นภายใต้ระบบบริโภคนิยม และการแสวงหากำไรของนายทุน ในแต่ละสังคมอาจเกี่ยวข้องกับปัญหาเหล่านี้ต่างกัน ได้รับผลกระทบต่างกัน นักวิชาการบางกลุ่มเชื่อว่าลัทธิบริโภคนิยมครอบงำมนุษย์ให้ตกเป็นทาสของสินค้า ในทางกลับกัน นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งไม่คิดว่ามนุษย์จะเป็นทาส แต่มนุษย์เลือกที่จะซื้อสินค้าตามความคิดความฝัน และความปรารถนาส่วนตัว นักมานุษยวิทยาหลายคนชี้ให้เห็นว่ามนุษย์สามารถสร้างตัวตนขึ้นจากการบริโภคสินค้าได้

บทความที่สำคัญในการประชุมครั้งนี้ได้แก่เรื่อง ปฏิวัติบริโภค จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมาสู่ สิ่งของจำเป็น ที่วี ตู๋เย็น จำเป็นต้องใช้ โดย อ.ธเนศ วงศ์ยานนาวา เป็นการทบทวนประวัติศาสตร์ การบริโภคสินค้าในตะวันตกตั้งแต่ยุคกรีกจนถึงปัจจุบัน อาจารย์ธเนศชี้ให้เห็นว่ามนุษย์มีความ ต้องการที่จะเป็นเจ้าของวัตถุสิ่งของ ทำให้ของที่ “ฟุ่มเฟือย” กลายเป็นของจำเป็นที่ทุกคนต้อง แสวงหามาให้ได้ โดยเฉพาะในสมัยการค้า มีการผลิตสินค้าต่างๆ มากมาย เช่น เสื้อผ้า แฟชั่น ที่ อยู่อาศัย เฟอร์นิเจอร์ อาหาร เครื่องดื่ม เป็นต้น สินค้าหลายอย่างสะท้อนรสนิยม ค่านิยมของชน ชั้น มีการแบ่งแยกชนชั้นโดยตัดสินจากการแต่งกาย ในอาณาจักรออตโตมัน คนรับใช้อาจ เลียนแบบพฤติกรรมของชนชั้นสูงในฝรั่งเศสเพราะอยากมีชีวิตที่หรูหรา อาจารย์ธเนศยังชี้ให้เห็น ความหมายของ Consumption ซึ่งหมายถึงการใช้สิ่งของ การเก็บภาษี แต่ต่อมามีความหมายนี้ก็ ค่อยๆ เปลี่ยนเป็นสิ่งที่อยู่ตรงข้ามกับการผลิต เมื่อสินค้ามีมากขึ้น และมีการขยายตัวของประชากร ชนชั้นล่างมากขึ้น ส่งผลให้มีการโฆษณาสินค้ามากขึ้น ผู้คนจึงพบเห็นสินค้ามากมายตามท้องถนน ในหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้มีการขยายตัวของการบริโภค

จนถึงศตวรรษที่ 19 เมื่อเกิดรัฐประชาชาติและการเมืองเสรีประชาธิปไตย ระบบดังกล่าวนี้ ค่อยๆ แทรกแซงชีวิตของประชาชนมากขึ้น เช่น สร้างความเป็นพลเมือง มาตรฐานความเป็นอยู่ หลังสงครามโลกครั้งที่สอง สินค้าถูกผลิตออกมาจำนวนมาก แต่ผู้ซื้อเริ่มจำกัด จึงทำให้เกิดการ แข่งขันระหว่างผู้ผลิตที่ต้องการขายสินค้ามากขึ้น ประเด็นเรื่องพิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภคจึง เกิดขึ้นตามมา ผู้ผลิตต้องเข้าใจผู้บริโภคมากขึ้น ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น ตอบสนองรสนิยม ผู้บริโภคมากขึ้น ในยุคปัจจุบันมีความคิดเรื่องลูกค้าเป็นใหญ่ เนื่องจากนักธุรกิจและนักบริหารเชื่อ ในความเป็นปัจเจกชนนิยม อย่างไรก็ตามก็มีนักวิชาการหลายคนโต้แย้งว่าผู้บริโภคมีอำนาจเพียง น้อยนิด เพราะบริษัทขนาดใหญ่เป็นผู้ที่คุมทั้งอุปสงค์และอุปทาน

อาจารย์ธเนศชี้ให้เห็นว่าสังคมบริโภคเป็นเรื่องของสำนึกของเวลาเชิงประวัติศาสตร์ ไม่มี อะไรชี้วัดได้ชัดเจนว่าสังคมบริโภคควรจะเป็นอย่างไร เพราะมนุษย์ยุคทุกสมัยล้วนใช้สิ่งของ ฟุ่มเฟือยและครอบครองวัตถุ การบริโภคจึงเป็นแรงปรารถนาที่ไม่มีวันได้รับการตอบสนอง ซึ่งเป็น พลังขับเคลื่อนให้ชีวิตอยู่ต่อไปได้ อาจารย์ธเนศเชื่อว่าทุกสิ่งทุกอย่างต้องอยู่อย่างไม่สมบูรณ์ เพื่อที่จะทำให้การบริโภคดำเนินต่อไปได้

บทความที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งคือสู่พรมแดนความรู้เรื่องวัฒนธรรมบริโภค ความเป็นปกติ วิสัยของการบริโภควัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน โดย ดร.เกษม เพ็ญภินันท์ เป็นบทความทบทวน แนวแนวคิดทฤษฎีที่ใช้อธิบายวัฒนธรรมบริโภค ตั้งแต่ทฤษฎีมาร์กซิสต์ที่อธิบายเรื่องระบบทุนนิยม การผลิต และแรงงาน ซึ่งไม่สามารถอธิบายมิติทางวัฒนธรรมที่มีความซับซ้อนได้ อาจารย์เกษม

กล่าวว่าความรู้เชิงทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคมี 3 รูปแบบ คือ หนึ่งวัฒนธรรมบริโภคเป็นกระบวนการสร้างความหมายของปัจเจกและสังคม สอง วัฒนธรรมบริโภคเป็นปัญหาการครอบงำผ่านเทคโนโลยีการผลิต และแพร่กระจายของสาร และ สาม วัฒนธรรมบริโภคเป็นรูปแบบสังคมร่วมสมัยภายใต้พลวัตทุนนิยมและเทคโนโลยี ความรู้ดังกล่าวนี้ถูกศึกษาผ่านแนวคิดที่สำคัญ 5 แนวทาง ได้แก่ สำนักแฟรงค์เฟิร์ต หรือทฤษฎีวิพากษ์ แนวคิดของสัญวิทยา (Semiology) วัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ความคิดแบบ Post-Marxism และ Postmodern อาจารย์เกษมชัยให้เห็นแนวคิดที่ต่างกันทำให้เกิดคำอธิบายที่ต่างกัน

นอกจากนั้น ในการประชุมยังมีการอภิปรายของนักมานุษยวิทยา 3 ท่านต่อการบริโภคในสังคมไทย ได้แก่ ศ.ดร.อมรา พงศาพิชญ์, ศ.ดร.อานันท์ กาญจนพันธุ์ และ รศ.ศรีศักร วัลลิโภดม อาจารย์อานันท์ กล่าวว่ามานุษยวิทยาสนใจศึกษาการบริโภคของมนุษย์มานานแล้ว โดยเฉพาะการบริโภคที่เกิดขึ้นในพิธีกรรม ในพิธีกรรมต่างๆ มนุษย์จะมีการกินอาหาร เช่นพิธีกรรมของคนพื้นเมืองในอเมริกาจะมีการเลี้ยงอาหารให้กับเพื่อนบ้าน โดยแต่ละบ้านจะหมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพ พิธีนี้ช่วยให้มนุษย์รู้จักใช้ทรัพยากรตามความจำเป็น ไม่เบียดเบียนธรรมชาติ การบริโภคแฝงอยู่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิต การกระจายทรัพยากรและการบริโภค การบริโภคยังเป็นเรื่องทางสังคม มนุษย์มิได้กินอาหารเพื่อความต้องการทางร่างกาย แต่อาหารยังมีสัญลักษณ์ของชนชั้น ปัจจุบันกลุ่มชาติพันธุ์ถูกนำมาขายนักท่องเที่ยว ความเป็นชาติพันธุ์กลายเป็นสินค้า นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าชาวเขา แต่ในเวลาเดียวกันก็มีอคติบางอย่างต่อชาวเขา อาจารย์กล่าวว่าการศึกษาความเป็นชาวเขาหรือการซื้อสินค้าชาติพันธุ์เกิดขึ้นพร้อมๆ กับมายาคติเกี่ยวกับชาติพันธุ์

การบริโภคจึงมี 2 ระดับ คือ การครอบงำ และการปลดปล่อย ในด้านที่เป็นการครอบงำคือการลุ่มหลงสินค้ามากจนเกินไป ด้านที่เป็นการปลดปล่อยคือการเปิดเวทีให้คนที่ไม่เคยมีปากเสียงได้มีโอกาสพูด การบริโภคจึงเป็นพื้นที่สำหรับช่วงชิงความหมาย เช่น พิธีบวชป่าเป็นพิธีที่ชาวกะเหรี่ยงสร้างขึ้นใหม่ เพื่อให้สังคมยอมรับว่าพวกเขามีสิทธิในการอยู่ในป่า พิธีบวชป่าจึงเป็นการกระทำเพื่อเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

อาจารย์อมรา อธิบายว่าการบริโภค หรือวัฒนธรรมบริโภคมาพร้อมกับโลกาภิวัตน์และการขยายตัวของระบบทุนนิยม การศึกษาวัฒนธรรมบริโภคจึงเป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงโลกาภิวัตน์และแนวคิดทฤษฎีของโพสต์มอดิร์น มานุษยวิทยาสอดคล้องกับความคิดโพสต์มอดิร์นเนื่องจากมานุษยวิทยาศึกษาคนชายขอบ คนไร้อำนาจ คนด้อยโอกาส คนที่ถูกเอาเปรียบ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่โพสต์มอดิร์นสนใจ โพสต์มอดิร์นต่อต้านความคิดแบบ Modernity และความคิดกระแส

หลัก วิธีการศึกษาแบบมานุษยวิทยาจึงเป็นวิธีที่โพสต์มอดิร์นนำไปใช้เพื่อต้านกระแสโลกาภิวัตน์หรือฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น และเข้าร่วมกับกระบวนการทางสังคม อาจารย์อมรากล่าวว่านักมานุษยวิทยาต้องเข้าไปช่วยเหลือสังคม สังคมไทยหลังเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดกระบวนการฟื้นฟูวัฒนธรรม นักวิชาการสนใจทุนทางวัฒนธรรม ทุนสังคม สิ่งเหล่านี้ถูกนักเศรษฐศาสตร์นำมาอธิบายเพื่อให้สังคมหันมาใช้วัฒนธรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจ

อาจารย์ศรีศักรกล่าวว่า การบริโภคเป็นธรรมชาติของมนุษย์ การบริโภคหมายถึงวัตถุนิยม มนุษย์โบราณรู้จักการตัดวงประโยชน์จากธรรมชาติ นำสิ่งของเครื่องใช้มาบริโภค แต่ต้องรู้จักสมดุล เพราะวัตถุนิยมของแต่ละที่จะมีความหมายต่างกัน ในวัฒนธรรมไทยซึ่งมีระบบชนชั้น มีกษัตริย์ ศักดินา มีความเหลื่อมล้ำทางฐานะ ในปัจจุบันเมื่อสังคมไทยรับทุนนิยมเข้ามาทำให้ความเหลื่อมล้ำต่างไปจากเดิม เพราะคนแต่ละคนเน้นวัตถุ มองข้ามจิตวิญญาณ คนสมัยใหม่บริโภคมากเกินไปทำให้ล้มเหลวทางศีลธรรม ต่างไปจากอดีตที่สอนให้คนรู้จักความพอดีและมีศีลธรรม เช่นตำนานผาแดงนางไอ่ ซึ่งสอนให้ผู้ปกครองมีจริยธรรม อาจารย์ศรีศักรกล่าวว่านักมานุษยวิทยาต้องทำงานช่วยเหลือสังคม นักวิชาการรุ่นใหม่ไม่ควรสนใจแต่ทฤษฎีอย่างเดียว แต่ควรเก็บข้อมูลในพื้นที่เหมือนนักวิชาการในอดีต

การประชุมครั้งนี้จึงเป็นความพยายามที่จะทบทวนและตั้งคำถามต่อสิ่งที่เรียกว่าวัฒนธรรมบริโภค สังคมบริโภคบริโภคนิยม และลัทธิบริโภค รวมทั้งความหมายของสินค้าที่เกิดขึ้นกับประสบการณ์ชีวิตประจำวัน การศึกษาในประเด็นเหล่านี้อาจต้องการความรู้จากสาขาวิชาต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ถึงด้านดีและด้านเสียของการบริโภค และความรู้ของนักมานุษยวิทยาที่ศึกษาสังคมขนาดเล็ก และสังคมพื้นเมือง อาจช่วยทำให้เข้าใจบริบททางวัฒนธรรมที่แวดล้อมการบริโภค ซึ่งอาจเป็นส่วนส่งเสริมให้การบริโภคขยายตัว หรือต่อต้านการไหลบ่าของสินค้าในยุคโลกาภิวัตน์ การทำความเข้าใจวัฒนธรรมบริโภคจึงมิใช่การตำหนิหรือกล่าวโทษเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการตั้งคำถามต่อแนวคิดทฤษฎีที่นำมาศึกษาด้วย

สารบัญ

บทนำ	1
สู่พรมแดนความรู้...เรื่องวัฒนธรรมบริโภค: ความเป็นปกติวิสัยของการบริโภควัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน เกษม เพ็ญภินันท์	5
ปฏิวัติบริโภค: จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งของจำเป็น...ทีวี ตู้เย็น จำเป็นต้องใช้ ธเนศ วงศ์ยานนาวา	62
นัยยะวัฒนธรรมบริโภคหลังสิ้นามิ กฤตินี ณัฏฐวุฒินันท์	201
ฟาสต์ฟู้ดกลายเป็นพันธุ์: การเปลี่ยนแปลงความหมายของอาหาร กับการบริโภคเชิงสัญญะข้ามวัฒนธรรม ชาติชาย มุกสง	214
สุนทรียะมีหยั? มองละครเวทีไทยร่วมสมัยในวัฒนธรรมบริโภค ดั่งกมล ณ ป้อมเพชร	262
การดำรงชีพและแบบแผนการบริโภคของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ธนิช เลิศชาญฤทธิ	294

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง “สู่พรมแดนความรู้...เรื่องวัฒนธรรมบริโภค: ความเป็นปกติวิสัยของการบริโภค
วัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน”

ชื่อผู้เขียน เกษม เพ็ญภินันท์

สาระสำคัญ

บทความนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกเป็นการสำรวจพรมแดนความรู้ทางด้านทฤษฎี
ความคิดว่าด้วยวัฒนธรรมบริโภค โดยเน้นที่จุดเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากการ
วิพากษ์สังคมทุนนิยมของสำนักแฟรงค์เฟิร์ต อิทธิพลของแนวความคิดสัญวิทยา (semiology) ใน
นักคิดนักทฤษฎีชาวฝรั่งเศส เช่น ปีแอร์ บูร์ดิเยอ, ฌอง โบดียาร์ด ในส่วนที่สองของบทความนี้
จะเน้นถึงรูปแบบการใช้ชีวิตในวัฒนธรรมบริโภคผ่านกระบวนการคิดเชิงทฤษฎีในด้านวัฒนธรรม
(cultural theorizing) ในระดับชีวิตประจำวันและความเป็นปกติวิสัยของการบริโภควัฒนธรรมนี้

แนวคิดหรือทฤษฎี

ผู้เขียนพยายามทำความเข้าใจผ่านมโนทัศน์สนาม ทูทางวัฒนธรรม และความเป็น
ปกติวิสัยของปีแอร์ บูร์ดิเยอ เป็นหลักในการวิเคราะห์การบริโภคในระดับชีวิตประจำวัน
วัฒนธรรมบริโภคกลายเป็นความเป็นปกติวิสัยของสังคมสมัยใหม่

ข้อค้นพบ

การทำความเข้าใจวัฒนธรรมบริโภคไม่สามารถแยกขาดจากพัฒนาการของทุนนิยมและ
รูปแบบสังคมสมัยใหม่ นอกจากนี้ สภาพการณ์ของโลกในยุคโลกาภิวัตน์ยังเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็น
ว่าวัฒนธรรมบริโภคปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวันว่าการบริโภคสะท้อนให้เห็นจากรูปแบบการใช้ชีวิต

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล เกษม เพ็ญนิรันดร์

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

หน่วยงานที่สังกัด ภาควิชาปรัชญา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ที่อยู่ ภาควิชาปรัชญา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200

โทรศัพท์ 01-631-9437 โทรสาร ---

อีเมล MonsieurKasem@yahoo.com

การศึกษา

รัฐศาสตรบัณฑิต (การเมืองการปกครอง) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 1990

Ph.D (Philosophy) The New School for Social Research, USA., 2004

ผลงานวิชาการที่สำคัญ

“ว่าด้วยมโนทัศน์ ‘ความเข้าใจ’ ในศาสตร์การตีความทางปรัชญาของกาดามาเมอร์”

รัฐศาสตรสาร ปีที่ 27 ฉบับที่ 1 2549

ประเด็นความสนใจทางวิชาการ

- 1) ปรัชญาและความคิดของสกุลความคิดในฝรั่งเศสและเยอรมัน
- 2) ทฤษฎีทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ร่วมสมัย
- 3) พัฒนาการของข้อถกเถียงระหว่างยุคสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่
(Modern/Postmodern Debates)

สู่พรมแดนความรู้...เรื่องวัฒนธรรมบริโภค: ความเป็นปกติวิสัยของการบริโภควัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน

เกษม เพ็ญภินันท์
ภาควิชาปรัชญา คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โหมโรง . . .

ทุกวันนี้ ความต้องการในการบริโภคของเราไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบสนองต่อการดำรงชีวิตอย่างเดียว หากยังแผ่ไปถึงนัยยะทางสังคมวัฒนธรรม คุณค่าทางศักดิ์ศรีและหน้าตา ภาพลักษณ์ รสนิยม ความปรารถนา และกระบวนการสร้างแรงจูงใจให้บริโภค สภาวะการณ์หรือปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่นี้อาหาของความเป็นจริงที่เราต่างก็รับรู้กันเป็นอย่างดีแล้ว หากยังเป็นคำถามในระดับทฤษฎีและแนวความคิดที่ว่า เราสามารถวิเคราะห์และพลังการวิเคราะห์ของเรานั้นช่วยให้เราเข้าถึงความจริงที่ซ่อนอยู่ในรูปลักษณะต่างๆ ของวัฒนธรรมบริโภคที่ปรากฏออกมาให้เห็นในเรื่องราวอันเป็นปกติวิสัยในชีวิตประจำวันของเรา และเข้าใจต่อคำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ดังกล่าว ด้วยการคิดเชิงทฤษฎีในด้านวัฒนธรรม (cultural theorizing) ได้อย่างไร?

บางที ความสนใจต่อมิติทางวัฒนธรรมก่อนที่จุดเปลี่ยนทางวัฒนธรรม (cultural turn) ได้เริ่มต้นขึ้นในระดับการคิดเชิงทฤษฎีอย่างจริงจัง ด้วยความพยายามท้าทายต่อการละเลยการวิเคราะห์ทางวัฒนธรรมของนักทฤษฎีมาร์กซิสต์ อันได้แก่ จอร์จ ลูคัส (Goerge Lukács), เออร์เนสต์ บล็อก (Ernest Bloch), อองรี เลอแฟฟร์ (Henri Lefebvre) เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากนักทฤษฎีเหล่านี้ได้เห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก่อตัวของรูปแบบสังคมทุนนิยมและความทันสมัยในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ได้ส่งผลกระทบต่อความเข้าใจเกี่ยวกับมิติทางวัฒนธรรมในทฤษฎีมาร์กซิสต์อย่างมาก จนก่อให้เกิดการโต้เถียงด้วยคำอธิบายว่า กระบวนการผลิตซ้ำในสังคมทุนนิยมไม่ได้ทำให้วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดโดยเศรษฐกิจแต่ในทางตรงกันข้าม สถานะของวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตซ้ำนี้กลับมีบทบาทโดยตรงในกระบวนการผลิตและอุดมการณ์ ด้วยเหตุนี้นักทฤษฎีแนวมาร์กซิสต์ เช่น เลอแฟฟร์ จึงเสนอว่าสภาวะการณ์ของวิถีการผลิตแบบทุนนิยมในปัจจุบัน ไม่ได้วางอยู่บนฐานทาง

ความคิดเรื่องเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดอีกต่อไป หากเป็นผลมาจากการผลิตซ้ำของความสัมพันธ์ทางการผลิต ที่ทำให้วัฒนธรรมเป็นอะไรที่มากกว่าเนื้อหาทางด้านอุดมการณ์¹

บางที การทำความเข้าใจวัฒนธรรมบริบทไม่สามารถแยกขาดจากพัฒนาการของระบบทุนนิยมและพลวัตทางสังคมในปัจจุบันได้ ทั้งนี้ เนื่องจากระบบทุนนิยมไม่สามารถดำรงรักษาตัวเองได้ หากไม่แปรสภาพผลผลิตให้เป็นสินค้า และกระตุ้นให้เกิดการบริโภคในรูปแบบต่างๆ จนในที่สุด มันก่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ลื่นไหลไปตามกระแสเศรษฐกิจ ส่วนผลลัพธ์ที่ตามมาจากการเกิดพลวัตทางสังคมนี้ คือ รูปแบบอันหลากหลายทางวัฒนธรรมของการบริโภคที่ปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวัน จนเราต้องทำความเข้าใจวัฒนธรรมบริบทว่า มันเกิดขึ้นมาจากสัมพันธ์ภาพระหว่างการดำรงชีวิตของเรากับพลวัตทางสังคมระบบทุนนิยมที่กำลังเปลี่ยนผ่านความสำคัญจากการผลิตสู่การบริโภค กล่าวคือ สาระสำคัญของวัฒนธรรมบริบทอยู่ที่การทำให้การบริโภคแพร่ขยายไปทุกส่วนของสังคมและแทรกซึมเข้าไปในเรือนร่างของกลไกตลาด ยิ่งไปกว่านั้น ถ้าเราย้อนรอยถอยหลังกลับไปดูประวัติศาสตร์การโฆษณา ซึ่งถือกำเนิดขึ้นมาในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ก็พบว่า การให้ความสำคัญต่อยี่ห้อและเครื่องหมายการค้า (logo) เริ่มมีมากขึ้นควบคู่กับการเติบโตของผลิตภัณฑ์จากโรงงานอุตสาหกรรม และการขยายตัวของการโฆษณาก็กระทำไปพร้อมๆ กับรูปแบบการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ นับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา

อะไรคือมาตรวัดว่านี่คือวัฒนธรรมบริโภค ทั้งๆ ที่เราทราบกันดีอยู่แล้วว่า การบริโภคมีความสำคัญเท่าเทียมกับการผลิตในระบบทุนนิยม แต่มันก็ไม่ได้บ่งบอกอะไรแก่เราว่าความเป็นวัฒนธรรมของมันเริ่มต้นขึ้นเมื่อไหร่ เมื่อเราย้อนรอยถอยหลังกลับไปในประวัติศาสตร์ ก็พบว่าโลกของผู้คนในอดีตก็บริโภคสินค้าที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตและสินค้าฟุ่มเฟือยไม่แตกต่างกับโลกในปัจจุบัน รวมทั้งมีผู้คนเป็นจำนวนมากอีกเช่นกันที่มีวิถีชีวิตที่ผูกติดกับการบริโภค จนการบริโภคได้กลายเป็นวิถีชีวิตของพวกเขา นอกจากนี้ พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของระบบทุนนิยมได้ชี้ให้เห็นว่า การบริโภคก็ผูกพันกับความมั่งคั่งมากกว่าความพอเพียง เพราะว่า ความมั่งคั่งทำให้กลไกของระบบเศรษฐกิจ ตลาด สินค้าขับเคลื่อนไปตามวงล้อของการพาณิชย์ ยิ่งไปกว่านั้น ความมั่งคั่งยังเปิดโอกาสให้ผู้คนในชนชั้นกระฎุมพีสามารถบ่มเพาะรสนิยม สร้างธรรมเนียมปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรมใหม่ และมรดกตกทอดทางวัฒนธรรมมากกว่าการเจียดเวลาที่จะคิดได้เฉพาะความพอเพียงในการดำเนินชีวิตและการยังชีพที่เพียงพอเท่านั้น ถ้าความเป็นจริงทางประวัติศาสตร์ของระบบทุนนิยมเป็นเช่นนี้ เราสามารถใช้

¹ โปรตดู (Lefebvre, 1976, 7-91)

เนื้อหาทางประวัติศาสตร์บ่งชี้ว่า นี่คือคุณลักษณะของวัฒนธรรมบริโภคได้หรือไม่ หรือเราจำเป็นต้องหามาตรวัดคำตอบว่าแก่นแท้ของวัฒนธรรมบริโภคเป็นเช่นใด

คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า คำอธิบายเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคส่วนใหญ่เชื่อมโยงเนื้อหาทางด้านการบริโภคเข้ากับสังคมสมัยใหม่ หรือเป็นผลพวงของยุคสมัยใหม่ (modernity) พลวัตของระบบทุนนิยม ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีจนก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์มวลชน (mass product) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจได้ขับเคลื่อนการดำเนินชีวิต ให้คล้อยตามการขยายตัวของกลไกตลาดจากท้องถิ่นสู่โลกาภิวัตน์ นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงรูปแบบทางความคิดความเชื่อต่อการดำรงชีวิตของเรา จนมีผู้กล่าวว่า “เป็นที่ถกเถียงกันว่า บริโภคนิยมคือศาสนาของปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20” (Miles, 1998, 1) และมุมมองจากนักจริยธรรมก็โจมตีว่าเป็นความเสื่อมโทรมทางศีลธรรมกับเนื้อร้ายของสังคมร่วมสมัย ข้อกล่าวหานี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนในบางสังคมที่มีรากฐานทางศาสนาออกมาเพื่อกำหนดความพอเพียง ดังนั้น วัฒนธรรมบริโภคเป็นเช่นใด ท่ามกลางความหลากหลายของคำอธิบาย และเราสามารถจัดวางคำอธิบายส่วนไหนที่สอดคล้องกับการค้นหามาตรวัดเพื่อบ่งบอกว่าอะไรคือวัฒนธรรมบริโภค

เดเนียล มิลเลอร์ (Daniel Miller) ได้กล่าวถึงสัมพันธภาพระหว่างเราและวัตถุ (material) ที่แวดล้อมการดำเนินชีวิตในสังคมสมัยใหม่ ว่าได้เป็น “สังเวียนแรกเริ่มอันสำคัญ สำหรับการเกิดขึ้นมาของความสัมพันธ์ทางสังคมที่ครอบงำอยู่ในสังคมสมัยใหม่ และการเพิกเฉยอย่างเทียบเคียงได้ต่อเรื่องการบริโภค รวมทั้งความล้มเหลวอย่างเห็นได้ชัดจากการสังเกตการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลอันสมดุลกันระหว่างวัตถุและการบริโภคที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ในช่วงปลายศตวรรษที่แล้ว” (Miller, 1987, 3) ข้อสังเกตของมิลเลอร์ ทำให้เราแลเห็นว่า สัมพันธภาพระหว่างเราและสินค้าได้เข้ามามีบทบาทและสามารถกำกับวิถีชีวิตของเราที่ละเล็กละน้อย จนกระทั่งความสัมพันธ์นี้ได้หล่อหลอมคุณลักษณะทางวัฒนธรรมบริโภคให้เกิดขึ้น จนในที่สุด การบริโภคได้เข้ามาเป็นหัวข้อหนึ่งในกระบวนการศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งในอดีตนั้นมักถูกมองข้ามมาโดยตลอด

ในปัจจุบัน ความสำคัญของการบริโภคได้เข้ามาแทนที่การผลิต เนื่องจากมันได้สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้แก่เรา ด้วยการสร้างการยอมรับต่อภารกิจใหม่ในการจรรโลงระบบเศรษฐกิจ คือ การจับจ่ายใช้สอยสินค้า เพราะจะเป็นตัวกระตุ้นให้ระบบเศรษฐกิจขับเคลื่อน ดังนั้น เราอาจจะกล่าวได้ว่า การบริโภคทำให้เกิดการผลิตซ้ำของความสัมพันธ์ทางสังคม และผลักดันระบบทุนนิยมให้ขยายตัวจากขอบเขตทางเศรษฐกิจสู่ปริมณฑลทางสังคมที่การบริโภคได้สร้างคุณลักษณะทางการดำเนินชีวิตในระบบทุนนิยม และสังคมทุนนิยมได้กลายเป็นสังคมบริโภค

กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ตรรกะของระบบทุนนิยมที่ตัวระบบทำการผลิตซ้ำตัวมันเองได้ ทำให้สังคมสมัยใหม่กลายเป็นสังคมบริโภคนิยม นับตั้งแต่กลไกของระบบตลาดและการแลกเปลี่ยนได้ผนวกเราเข้าสู่เกลียวคลื่นทุนนิยม และกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตด้วยการบ่มเพาะวัฒนธรรมบริโภคนิยมขึ้นผ่านการสร้างตัวตน องค์ประธานทางสังคม (social subject) อัตลักษณ์ความเป็นอื่น ด้วยการอ้างอิงหรือผูกติดตัวเรากับการบริโภควัตถุสิ่งของ จนดูราวกับว่า ตัวเราและวัตถุมีความสัมพันธ์ที่แยกกันไม่ขาด การดำเนินชีวิตในสังคมทุนนิยมเช่นนี้ได้สร้างมาตรฐานของการเป็นวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่รูปแบบ เนื่องจากรูปแบบก่อให้เกิดความหมายและนัยยะทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ รูปแบบดังกล่าวยังได้เป็นเนื้อหาสาระที่จะบ่งชี้ให้เห็นการจัดการทางสังคม (social arrangement) ที่ผลักดันให้การบริโภคจากการเติบโตของกระบวนการผลิต ‘ผลิตภัณฑ์มวลรวม’ (mass product) เพื่อตอบสนองกับความต้องการของปัจเจกชนในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา

บทความชิ้นนี้เป็นความพยายามที่จะศึกษาพรมแดนความรู้เชิงทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคนิยม โดยมุ่งความสนใจไปยังวงศาวงศาของความรู้และการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภคนิยมทั้งเนื้อหาทางทฤษฎีและแนวความคิดที่ศึกษาสภาพการณ์สังคมปัจจุบัน ซึ่งวัฒนธรรมบริโภคนิยมได้ขยายตัวเข้าสู่ชีวิตประจำวันของเรา จนในที่สุด ต่างฝ่ายต่างเป็นส่วนหนึ่งของกันและกันจนแยกไม่ออก ผู้เขียนเริ่มต้นข้อถกเถียงทางทฤษฎีด้วยการหันกลับไปดูทฤษฎีมาร์กซิสต์ในฐานะที่เป็นแม่บทการศึกษาสังคมทุนนิยม, สินค้า, มูลค่า หรือคุณค่าของการแลกเปลี่ยน ความต้องการและอิทธิพลที่ส่งผลต่อทฤษฎีอื่น ที่พัฒนาต่อๆ มาเพื่อทำความเข้าใจสังคมร่วมสมัยและประเด็นทางทฤษฎีด้านวัฒนธรรม ต่อจากนั้นก็จะเป็นการแจกแจงเนื้อหาที่ทฤษฎีต่างๆ วิเคราะห์ ศึกษา วิพากษ์ และผลผลิตองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคนิยม บนพรมแดนความรู้ที่ลากผ่านสังคมทุนนิยมและปรากฏการณ์ร่วมสมัย

ความอ่อนล้าของทฤษฎีมาร์กซิสต์และความสำคัญของการบริโภคนิยม

มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault) ได้กล่าวเปรียบเปรยถึงแนวความคิดมาร์กซิสต์ไว้ในหนังสือ *Les mots et les choses* หรือ *The Order of Things* ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ ว่ามาร์กซิสต์ไม่สามารถอธิบายอะไรได้ไกลเกินกว่าเงื่อนไขทางทฤษฎีที่เกิดขึ้นมาภายใต้สภาวะการณ์ทางประวัติศาสตร์ของมันเอง “มาร์กซิสต์ดำรงอยู่ในความคิดของคริสต์ศตวรรษที่ 19 เหมือนปลาที่อยู่ในน้ำ: นั่นคือมันไม่สามารถหายใจได้ในที่ทางอื่นๆ” (Foucault, 1973, 262) คำเปรียบเปรยของฟูโกต์ชี้ให้เห็นถึงความอ่อนล้าของทฤษฎีมาร์กซิสต์ที่ไม่สามารถอธิบายพลวัต และการ

เปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบัน ที่เกิดจากการขยายตัวของทุนและพัฒนาการของเทคโนโลยีที่พยายามขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจได้อย่างที่เคยเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผลิตซ้ำของความสัมพันธ์ทางการผลิต ที่ขยายและหักล้างเนื้อหาเกี่ยวกับสัมพันธ์ภาพระหว่างโครงสร้างส่วนล่างและโครงสร้างส่วนบน เพราะว่าเศรษฐกิจก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดอุดมการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรม ในทางตรงกันข้าม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมกลับผสมผสานกันบนพื้นฐานของการผลิตซ้ำในความสัมพันธ์ทางการผลิต² และเนื้อหาเกี่ยวกับอุดมการณ์ก็ยังสามารถผลิตซ้ำตัวมันเองผ่านกลไกของรัฐด้วย³

หากเราต้องการพิจารณาความอ่อนล้าของทฤษฎีมาร์กซิสต์ เราสามารถสืบค้นได้จากการเปลี่ยนผ่านจากการผลิตมาสู่การบริโภคในมโนทัศน์ ‘ความต้องการ’ (need) โดยมาร์กซ์กล่าวถึงความต้องการว่าเกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองการดำรงชีวิตจากวัตถุที่มีคุณค่าทางการใช้สอย (use value) กล่าวคือ ในระบบทุนนิยม กรรมกรขายแรงงานของตนเพื่อแลกกับค่าแรงจากการผลิตสินค้าเพื่อการดำรงชีพ การแลกค่าแรงนี้คือคุณค่าทางการแลกเปลี่ยน (exchange value) ที่แรงงานและค่าจ้างมีมูลค่าเท่าเทียมกันในกระบวนการแลกเปลี่ยน เมื่อกรรมกรได้ค่าจ้าง เขายอมนำค่าจ้างมาแลกซื้อสินค้าอันเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิตต่อไป โดยที่สินค้านี้มีมูลค่าจากแรงงานที่กระทำลงไปในช่วงตอนการผลิต มาร์กซ์ยังอธิบายไว้ในหนังสือ *Capital* ว่า ระบบทุนนิยมเป็นระบบของการผลิตสินค้า ที่ผู้ผลิตไม่ได้ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการแต่เพียงอย่างเดียว หากยังต้องนำมาแลกเปลี่ยน ด้วยเหตุนี้ สินค้าแต่ละชิ้นจึงประกอบไปด้วยคุณค่า 2 ประการ คือคุณค่าทางการใช้สอย (use value) และคุณค่าทางการแลกเปลี่ยน (exchange value) มาร์กซ์ให้นิยามคุณค่าทางการใช้สอยว่าเป็นคุณลักษณะโดยธรรมชาติของสินค้าที่บ่งบอกให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ ในขณะที่คุณค่าทางการแลกเปลี่ยนเป็นเรื่องความพึงพอใจและดำรงอยู่ในทางสังคมของสินค้า ฉะนั้น ความต้องการอย่างเป็นทางการของมนุษย์จึงตอบสนองได้เพียงพื้นฐานของการดำรงชีวิต ในขณะที่ความพึงพอใจได้ทำให้ความต้องการกลายเป็นเนื้อหาทางสังคม ความลึกลับที่เกิดขึ้นนี้ทำให้เราต้องกลับมาตีความมโนทัศน์ ความต้องการ ของมาร์กซ์ในวิถีทางที่ไม่ได้สัมพันธ์โดยตรงกับพื้นฐานของการดำรงอยู่ของมนุษย์ หากจำเป็นต้องกล่าวถึงความต้องการที่ถูกผลิตขึ้นในเชิงสังคม เพื่อทำความเข้าใจต่อไปถึงเรื่องการบริโภค

² โปรตดู (Lefebvre, 1976, 7-91)

³ โปรตดู (Althusser, 1971)

ในหนังสือ *Grundrisse* มาร์กซกล่าวถึงความสามารถในการบริโภคเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความต้องการในสังคมทุนนิยม คำกล่าวนี้เขาต้องการแยกแยะความหมายของความต้องการที่เกิดขึ้นจากสังคมออกจากความต้องการโดยธรรมชาติ มาร์กซกล่าวเสริมต่อไปว่า ความต้องการทางสังคมนี้จะเข้ามาแทนที่ความต้องการตามธรรมชาติ เมื่อการบริโภคทำการผลิตซ้ำ ‘ความต้องการ’

อะไรคือ ‘ความต้องการ’ ในทฤษฎีของมาร์กซ์? มาร์กซ์ใช้มโนทัศน์ ‘ความต้องการ’ เพื่อนิยามความหมายของกิจกรรมที่เกิดจากความต้องการ โดยปราศจากการให้คำนิยามแก่นมโนทัศน์นี้ ดังนั้น เราสามารถเข้าใจมโนทัศน์นี้ ก็ต่อเมื่อเราจะพิจารณาจากคำอธิบายของเขาเท่านั้น สำหรับมาร์กซ์แล้ว ความพึงพอใจต่อการตอบสนองต่อ ‘ความต้องการ’ จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญของการบริโภค ฉะนั้น การบริโภคที่วางอยู่บนพื้นฐานมโนทัศน์ ‘ความต้องการ’ ก็ทำให้ระบบทุนนิยมขับเคลื่อนเช่นเดียวกับการผลิต

ถ้าเราพิจารณาจากมุมมองของทฤษฎีมาร์กซิสต์ สถานะของการผลิต การบริโภคและความต้องการเป็นเงื่อนไขให้วัฒนธรรมบริโภคก่อตัวขึ้น แต่ทฤษฎีมาร์กซิสต์ประสบปัญหาต่อการอธิบายมิติทางวัฒนธรรมที่สลับซับซ้อนมากขึ้นตามพัฒนาการของระบบทุนนิยม ยิ่งไปกว่านั้น ทฤษฎีมาร์กซิสต์ไม่สามารถจัดการต่อการบริโภคและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนในระดับความต้องการทางสังคมได้ ดังนั้น นักทฤษฎีมาร์กซิสต์ส่วนหนึ่งที่มีความสนใจต่อวัฒนธรรมจึงให้ความสำคัญแก่วัฒนธรรมบริโภคมากขึ้น เนื่องจากคุณลักษณะของวัฒนธรรมบริโภคได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้คนในยุคสมัยใหม่ ในขณะเดียวกัน การหักเหความสนใจสู่เรื่องวัฒนธรรม (Cultural Turn) ได้ทำให้ความเข้าใจต่อความหมายของคำว่า ‘วัฒนธรรม’ มีหลายหลากมากขึ้น เนื้อหาทางวัฒนธรรมก็เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตและกิจกรรมที่มีผลต่อชีวิตประจำวันเป็นหลักสำคัญ

แนวทางการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคร่วมกับพื้นที่ปลายเปิดทางทฤษฎี

ทำไมความสนใจต่อวัฒนธรรมบริโภคจึงกลายเป็นปัญหาทางทฤษฎี? และเราจะใช้ทฤษฎีในการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคอย่างไร? หรือเราจัดวางแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมไว้ในปฏิบัติการทางทฤษฎีอย่างไร? คำถามปลายเปิดเหล่านี้เปิดปัญหาทางความคิดความเข้าใจของเรา ต่อการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคในระดับการวิเคราะห์ปรากฏการณ์และความเป็นจริงทางสังคมได้อย่างไร? ด้วยทฤษฎีอะไร? หรือจะใช้ทฤษฎีอย่างไรในฐานะที่เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งอย่างที่เราต้องการจะใช้ในวิถีทางที่เราพึงพอใจได้หรือไม่? หรือเรียบเรียงบทวิเคราะห์ด้วยสามัญสำนึกโดยปราศจากทฤษฎี?

คำถามต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นคำถามปลายเปิดทางทฤษฎีทั้งสิ้น เพราะว่า คำตอบคงจะไม่ใช่ประเด็นที่ว่า เราจะทฤษฎีได้ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจวัฒนธรรมบริโภค หรือพลังการวิเคราะห์ของทฤษฎีได้นำเชื่อถือหรือสมเหตุสมผลมากกว่ากัน หากเราต้องเข้าใจถึงสถานะของทฤษฎีที่เป็นเสมือนวิถีในการวิเคราะห์ ตีความ ทำความเข้าใจ และสร้างเนื้อหาสาระทางความรู้ ด้วยระบบตรรกะที่สมเหตุสมผล พลังในการอธิบายที่มีน้ำหนักอันสมดุลกันทั้งความคิดเชิงทฤษฎี และข้อมูลที่ได้ศึกษา ตลอดจนการร้อยเรียงเนื้อหาผ่านมโนทัศน์ต่างๆ ในกระบวนการสังเคราะห์องค์ความรู้ ดังนั้น ความรู้เชิงทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคจึงมีหลากหลายมากมาย แต่เราสามารถจำแนกคำอธิบายเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภคที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาและองค์ความรู้ และวางอยู่บนพื้นฐานทางทฤษฎี แนวความคิด หรือแนวทางการศึกษาออกเป็น 3 รูปแบบของคำอธิบายหลักๆ คือ

i) การอธิบายวัฒนธรรมบริโภคด้วยกระบวนการสร้างความหมายทั้งระดับปัจเจกชน และทางสังคม เพื่อกำหนดคุณค่า รสนิยม กลุ่มคนชนชั้น รวมทั้งการจำแนกแยกแยะคุณลักษณะการดำเนินชีวิตในสังคมสมัยใหม่ด้วย ลักษณะของคำอธิบายเช่นนี้จะปรากฏให้เห็นจากแนวความคิดสัญวิทยา (semiology) โครงสร้างนิยม (structuralism) หลังโครงสร้างนิยม (poststructuralism) วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (material culture) เป็นต้น

ii) การอธิบายวัฒนธรรมบริโภคในฐานะที่เป็นปัญหาการครอบงำทางวัฒนธรรม ผ่านการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการผลิต กระบวนการแพร่กระจายของสารที่สร้างความหมายแก่ผู้รับสาร รวมทั้งการพิจารณาบทบาทของสื่อที่ทำหน้าที่มากกว่าการเป็นผู้นำสาร แต่ยังแฝงเร้นสารบางอย่างที่มีผลต่อการผลิตรูปแบบทางวัฒนธรรมบริโภค ลักษณะของคำอธิบายเช่นนี้จะปรากฏให้เห็นจากแนวความคิดของสำนักแฟรงค์เฟิร์ต กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาสกุลอังกฤษ แนวความคิดของฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) เป็นต้น

iii) การอธิบายวัฒนธรรมบริโภคในฐานะที่เป็นรูปแบบทางสังคมร่วมสมัย ที่พลวัตของระบบทุนนิยม และเทคโนโลยีได้ก่อให้เกิดรูปแบบทางวัฒนธรรมบริโภคขึ้น ลักษณะของคำอธิบายเช่นนี้จะปรากฏให้เห็นจากแนวความคิดหลังมาร์กซิสต์ (Post-Marxism) สังคมหลังอุตสาหกรรม (Postindustrial Society) และกระแสหลังสมัยใหม่ (the postmodern) หลังสมัยนิยม (postmodernism) หรือ ยุคหลังสมัยใหม่ (postmodernity) เป็นต้น

จากการจำแนกคำอธิบายนี้ ผู้เขียนได้จำกัดเนื้อหาทางทฤษฎีและแบ่งแยกแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคออกมาเป็น 5 แนวทางหลัก โดยสังเขป เนื่องจาก ทั้งห้าแนวทางมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อการทำความเข้าใจสังคมร่วมสมัยและพลวัตทางวัฒนธรรม นอกจากนี้

อิทธิพลดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อกรณีศึกษาจำนวนมาก ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์และความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

1) สำนักแฟรงค์เฟิร์ต (The Frankfurt School) หรือทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory)

เราอาจจะกล่าวได้ว่า พัฒนาการทางความคิดของสำนักแฟรงค์เฟิร์ตวางอยู่บนรากฐานทางทฤษฎีจากแนวความคิดมาร์กซิสต์ เพื่อทำการวิพากษ์ระบบสังคมทุนนิยม แนวความคิดนี้ยังได้จัดวางตำแหน่งทางทฤษฎีวิพากษ์สังคมไว้ในรอยต่อระหว่างปรัชญาเชิงปฏิบัติและสังคมศาสตร์ โดยมีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์สังคมจากจุดยืนของการปลดปล่อย (emancipation) อนาคตให้เป็นไปในหนทางที่ ‘สร้างสรรคโลกที่น่าพึงพอใจแก่ความต้องการและศักยภาพของมวลมนุษยชาติ’ (Horkheimer, 1982,246) ดังนั้น แมกซ์ ฮอร์ไคเมอร์ (Max Horkheimer) จึงได้กล่าวถึงนัยยะทางทฤษฎีของทฤษฎีวิพากษ์สังคมไว้ว่า

อีกนัยหนึ่ง ทฤษฎีวิพากษ์สังคมมีเป้าหมายอยู่ที่ตัวมนุษย์ ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตภาพรวมของวิถีการดำเนินชีวิตของตน. . . สิ่งที่กำหนดไม่ได้ขึ้นอยู่กับธรรมชาติแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับอำนาจของมนุษย์เองด้วย. . . ซึ่งเป้าหมายของมันคือการปลดปล่อยมนุษย์จากพันธนาการ. . . ในการวิเคราะห์สภาพการณ์สังคมปัจจุบันอย่างลึกซึ้งได้นั้น จึงต้องทำการวิพากษ์เศรษฐกิจ (Horkheimer, 1982,244-6)

ยิ่งไปกว่านั้น ฮอร์ไคเมอร์ยังได้เน้นความสำคัญว่าเป็นเงื่อนไขทางสังคมที่ทฤษฎีวิพากษ์จะต้องทำการวิพากษ์ปัญหาเรื่องอุดมการณ์ เนื่องจากในทฤษฎีของนักทฤษฎีวิพากษ์ถือว่าอุดมการณ์เป็นสิ่งสำคัญของมนุษย์ในการทำความเข้าใจต่อการดำรงอยู่ของตนเอง และปฏิบัติการต่างๆ ในการดำรงชีวิต หลังจากที่ถูกรวบงำโดย ‘ธรรมชาติ’ มนุษย์จำเป็นต้องปลดปล่อยตนเอง ในขณะที่เดียวกันมนุษย์ก็ยังมีปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้ ฮอร์ไคเมอร์ได้เสนอว่า ปฏิบัติการเชิงวัตถุ (material praxis) ของมนุษย์จะเป็นหนทางที่จะนำไปสู่การตระหนักรู้ถึงการครอบงำนี้ กล่าวคือ บนพื้นฐานของสังคมปัจจุบันปฏิบัติการเชิงวัตถุจะปรากฏอยู่ภายในตัวมนุษย์เป็นพลังขับเคลื่อนตนเองสู่อนาคตที่ดีกว่า สิ่งนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมนุษย์มีความเป็นเหตุเป็นผลและรู้แจ้งถึงอุดมคติ ดังนั้น ทฤษฎีวิพากษ์สังคมจึงเป็นการวิพากษ์คุณลักษณะทางเศรษฐกิจเพื่อปกป้อง ‘มโนทัศน์เชิงวัตถุของสังคมที่มีอิสระและกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตนเอง

ได้' (the materialist concept of free and self-determining society) ในขณะเดียวกันก็ยังเชื่อมั่นว่า มนุษย์มีหนทางอื่นที่เป็นไปได้มากกว่าการปล่อยตนเองให้ตกอยู่ในสถานะที่สะสมอำนาจและผลประโยชน์" (Horkheimer, 1982, 248)

ฉะนั้นการวิพากษ์นี้จะเกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขความเป็นประวัติศาสตร์ ด้วยปฏิบัติการซึ่งเกิดขึ้นโดยกิจกรรมเชิงวัตถุที่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อการดำรงชีวิต ส่วนความเป็นไปได้ของสิ่งนี้จะขึ้นอยู่กับพลังการผลิต (หรือแรงงาน) และความต้องการของมนุษย์ที่จะเป็นนายเหนือธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม ในช่วงแรกของนักทฤษฎีสำนึกนี้ เรายังไม่เห็นความโดดเด่นของทฤษฎีวิพากษ์สังคมในฐานะที่เป็นแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมบริโภค และเป้าประสงค์ทางยุทธศาสตร์เชิงทฤษฎียังคงอยู่ที่การวิพากษ์อุดมการณ์เท่านั้น จนกระทั่งได้มีการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาเชิงทฤษฎีขึ้นในสำนักแฟรงค์เฟิร์ต ด้วยการเคลื่อนย้ายฐานความคิดภายในข้อเสนอเรื่องการวิพากษ์จาก 'ทฤษฎีวิพากษ์' มาสู่ 'การวิพากษ์เหตุผลที่ถูกใช้ให้เป็นเครื่องมือ' (critique of instrumental reason) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความเข้าใจโครงสร้างของระบบเหตุผลว่าเป็นสิ่งที่ครอบงำ (domination) และสิ่งที่ทำให้เกิดการยอมรับการครอบงำ (sublimation) นั้น นักทฤษฎีวิพากษ์จึงได้วิพากษ์เหตุผลที่ถูกใช้ให้เป็นเครื่องมือ และวิธีการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย บนพื้นฐานของความเป็นเหตุเป็นผลที่มนุษย์จะดำรงรักษาผลประโยชน์ของตนเองไว้ ซึ่งต่อมาได้ขยายการวิพากษ์เหตุผลที่ถูกใช้ให้เป็นเครื่องมือนี้สู่มิติทางวัฒนธรรม พวกเขาแลเห็นปัญหาเรื่องวัฒนธรรมมวลชนที่มีสาเหตุมาจากกระบวนการครอบงำ และการยอมรับการครอบงำด้วยตรรกะของเหตุผลที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือด้วยเช่นกัน

แม้ว่ากำเนิดของสกุลความคิดนี้จะไม่ได้นั้นความสนใจโดยตรงที่วัฒนธรรม และหน่วยวิเคราะห์ในทางทฤษฎีคือสังคมทั้งสังคมก็ตาม แต่ความใส่ใจต่อวัฒนธรรมก็ยังคงเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการวิเคราะห์สังคม ยิ่งไปกว่านั้น ความสนใจต่อมิติทางวัฒนธรรมของสำนักแฟรงค์เฟิร์ตกลับได้รับการใส่ใจมากขึ้นเรื่อยๆ หลังจากหันเหความสนใจมาที่มีติวัฒนธรรมและการศึกษาวัฒนธรรมมวลชน งานเขียนของนักทฤษฎีวิพากษ์รุ่นแรกก็ได้รับความสนใจมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทีโอดอร์ ออดอร์โน (Theodor Adorno) และวอลเทอร์ เบเนยามิน (Walter Benjamin)

ในหนังสือเล่มสำคัญที่ฮอว์คเมอร์และอดอร์โนเขียนร่วมกัน คือ *Dialectic of Enlightenment* ได้เปิดเผยให้เห็นถึงด้านมืดของยุคสมัยใหม่และสภาพสังคมในระบบทุนนิยม โดยมุ่งเป้าหมายของการวิพากษ์ไปยังประวัติศาสตร์ความถดถอยของอารยธรรม ด้วยการกลับไปพิจารณาเนื้อหาของความถดถอยนี้ในงานเขียนด้านวรรณกรรมและปรัชญา เช่น วรรณกรรมของ

โฮเมอร์ คือ *Odyssey* และเรื่อง *Juliette* ของมาร์คีส เดอ ซาด (Marquis de Sade) บทความของ ค้านท์ “Answering to the Question: What is Enlightenment?” และความคิดของนิทซ์เช่ เป็นต้น โดยนักคิดทั้งสองต้องการพิจารณาสถานะของการรู้แจ้งของมนุษย์ว่า สามารถถดถอยกลับไปสู่ มายาคติได้อย่างไร ภายใต้สมมติฐานหลักคือ ‘มายาคติได้เป็นการรู้แจ้งแล้วและการรู้แจ้งได้หวน กลับสู่มายาคติ’ (Horkheimer and Adorno, 1972, xvi) นอกจากนี้ ทั้งฮอว์คเมอร์และอดอร์โน ยังต้องการสืบค้นปัญหาความข้อขัดของระบบเหตุผล ที่ถูกบั่นทอนลงจนกลายเป็น ‘ความเป็นเหตุ เป็นผลที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือ’ (instrumental rationality) ยิ่งไปกว่านั้น ความเป็นเหตุเป็นผลที่ถูกใช้ เป็นเครื่องมือนี้ยังเป็นเหตุให้เกิดเงื่อนไขในการครอบงำต่อธรรมชาติและมนุษย์โดยตัวมนุษย์เองอีก ด้วย

ดังนั้น ความพยายามของฮอว์คเมอร์และอดอร์โนที่ต้องการถกเถียงว่า เหตุผลและ ความก้าวหน้าของการรู้แจ้งได้ก่อให้เกิดความถดถอยทางสังคมนั้นวางอยู่บนปัญหาของการขูดรีด ธรรมชาติและมนุษย์ คือเรื่อง *การครอบงำ* (domination) ในระดับความสัมพันธ์ในสังคม โดย เชื่อมโยงคำอธิบายต่อผลที่ตามมาจากการถดถอย คือ ความไม่มีเหตุผลที่ก่อตัวขึ้นใน กระบวนการครอบงำทางสังคมของสังคมทุนนิยม สำหรับฮอว์คเมอร์และอดอร์โน ความเป็นเหตุ เป็นผลที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือได้กลายเป็นมายาคติ เมื่อมันได้ผลิตซ้ำความเชื่อ นักคิดทั้งสองได้ ขยายประเด็นนี้ด้วยเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับสังคมทุนนิยมเป็นหลัก โดยเน้นที่เรื่องจิตสำนึกของ สังคมกระฎุมพีซึ่งเกิดขึ้นมาจากการพัฒนาในเรื่องการแลกเปลี่ยนสินค้า ที่ความเป็นเหตุเป็นผลใน เชิงเครื่องมือได้กลายเป็นคำอธิบายต่อเรื่อง การปกป้องรักษาของตนเอง (self-preservation) และ ในขณะเดียวกันนี้เอง มันก็ปรากฏออกมาในรูปธรรมที่เรารู้จักกันดีในนาม ‘วัฒนธรรม’

ดังนั้น วัฒนธรรม ในที่นี้ จึงไม่ใช่สิ่งที่สร้างสรรค์อันมีแรงบันดาลใจมาจากคุณค่าอันสูงส่ง ทางด้านศิลปะ จินตนาการ และความเป็นอิสระของงานศิลป์ แต่เป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่ กำหนดและครอบงำความสัมพันธ์ในสังคม ส่วนเนื้อหาทางวัฒนธรรมนี้จึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับ วัฒนธรรมมวลชน ข้อวิพากษ์ของฮอว์คเมอร์และอดอร์โนเริ่มต้นจากการเกิดขึ้นมาของฟาสซิสต์ จนถึง การผลิตเชิงอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมในสหรัฐอเมริกา สำหรับนักคิดทั้งสองแล้ว วัฒนธรรมไม่ได้มีความสูงค่าตรงที่การสร้างสรรค์และบ่มเพาะความเป็นมนุษยชาติอีกต่อไป มัน เป็นอะไรที่ตรงข้ามกัน ฉะนั้น การกล่าวถึงวัฒนธรรมในความหมายของอดอร์โนและโฮคเมอร์คือ อะไรที่ขัดแย้งกับวัฒนธรรม สิ่งนี้ได้ทำให้นักคิดทั้งสองเรียกคุณลักษณะของวัฒนธรรมนี้ว่า ‘อุตสาหกรรมวัฒนธรรม’ (culture industry)

อุตสาหกรรมวัฒนธรรมคืออะไร? ฮอว์คไมเออร์และอดอร์โนต้องการใช้มนต์คำ 'อุตสาหกรรมวัฒนธรรม' ในความหมายที่แตกต่างจาก มโนทัศน์ 'วัฒนธรรมมวลชน' (mass culture) หรือ 'วัฒนธรรมสมัยนิยม' (popular culture) เพราะว่าพวกเขาต้องการจำกัดความหมายของวัฒนธรรมทั้งสองไว้ที่กำเนิดของมัน คือ 'คน' ในขณะที่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ที่กระบวนการผลิตทางวัฒนธรรมของมันสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างมายาคติทางด้านอุดมการณ์ การครอบงำและการควบคุมทางสังคม จนในที่สุด มันทำให้เราตกอยู่ในกับดักของ 'การหลอกลวงมวลชน' (mass deception) ที่ทำให้เรามีสำนึกที่ผิดพลาดต่อสิ่งต่างๆ ในพื้นที่ทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ด้วยเหตุนี้ ฮอว์คไมเออร์และอดอร์โนใช้คำว่า 'อุตสาหกรรมวัฒนธรรม' อธิบายสภาวะการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคมทุนนิยม เมื่อมีการใช้สื่อในฐานะที่เป็น "วิธีการสำหรับการใช้มนต์เสน่ห์ต่อของจิตสำนึก" (Adorno, 1977, 509) ด้วยเหตุผลหลัก 2 ประการ คือ เหตุผลแรก คือ ที่กระบวนการผลิตทางเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ โทรทัศน์ ได้ขยายอุตสาหกรรมด้านความบันเทิงเข้ากับรูปแบบวัฒนธรรมจนสามารถควบคุมจิตสำนึกของเราในระดับที่มันสามารถจูงใจเรา ครอบงำเราไปในทิศทางที่มันต้องการ ฮอว์คไมเออร์และอดอร์โนกล่าวไว้ดังนี้

ผู้สร้างความบันเทิงตระหนักดีว่าสินค้าของพวกเขาจะถูกบริโภคด้วยความตื่นตัวเสมอ แม้ว่าลูกค้าของเขาจะไร้สติ อย่างไรก็ตามสำหรับสินค้าเพื่อความบันเทิงแต่ละชนิด ซึ่งถือได้ว่าเป็นรูปแบบของเครื่องมือทางเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่ได้รับการสนับสนุนจากมวลชนเสมอ ไม่ว่าจะเป็นเวลาทำงาน หรือเวลาพักผ่อน -- ที่เกี่ยวข้องกับการงาน (Horkheimer and Adorno, 1972, 127)

ส่วนเหตุผลอีกข้อหนึ่งก็คือ ความแตกแยกระหว่างวัฒนธรรมและสินค้าที่สาธารณชนบริโภคกันนั้น เกิดจากการผลิตซ้ำโดยการใช้เครื่องจักรกลและการลอกเลียนแบบ สิ่งนี้ได้ทำลายคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์และกลิ่นไอของวัฒนธรรมชั้นสูง

ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม การลอกเลียนแบบได้กลายเป็นสิ่งที่สมบูรณ์ การละเว้นก็ไม่ได้มีอะไรนอกเหนือไปจากรูปแบบ ซึ่งเผยให้เห็นความลับที่ว่า เป็นการเชื่อฟังการปกครองของสังคม ทุกวันนี้สุนทรียะของอนารยชนได้คุกคามการสร้างสรรค์

ทางจิตวิญญาณ นับตั้งแต่นำทุกอย่างมาผนวกรวมกันและถือว่าเป็นวัฒนธรรม และได้กลืนกลายทุกอย่างออกไป (Horkheimer and Adorno, 1972, 131)

ในทฤษฎีของฮอว์คเมอร์และอดอร์โน อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่หลอกลวงเรา อยู่ตลอดเวลา ด้วยสิ่งที่มันทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างไม่มีวันสิ้นสุด ด้วยสิ่งที่ล่อตาล่อใจ ทุกสิ่งทุกอย่างเกิดจากการหลอมรวมวัฒนธรรมและความบันเทิงเข้าด้วยกัน สิ่งนี้ไม่เพียงแต่ทำให้วัฒนธรรมเสื่อมลงเท่านั้น แต่ทำให้ความบันเทิงกลายเป็นเรื่องประเทืองปัญญาอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สำหรับรูปธรรมที่ฮอว์คเมอร์และอดอร์โนนำมาตีแผ่คือ ภาพยนตร์ เพราะว่า สิ่งปรากฏให้เห็นในภาพยนตร์คือการลบรอยแยกระหว่างศิลปะและชีวิตจริงของคนเราให้หายไป ในขณะที่ชมภาพยนตร์

ชีวิตจริงกลายเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกขาดจากภาพยนตร์ได้ สิ่งลวงตาในภาพยนตร์ เสียงนั้นห่างไกลจากละครเวที ไม่มีที่ว่างเหลือให้ผู้ชมจินตนาการหรือไตร่ตรอง ในโครงสร้างภาพยนตร์ ผู้ชมไม่อาจตอบสนอง หรือหันเหจากรายละเอียดแนบเนียนของภาพยนตร์ โดยไม่สนใจการปะติดปะต่อของเรื่องราวได้ ด้วยเหตุนี้เอง ภาพยนตร์จึงบังคับให้ผู้ชมถือว่าการแสดงออกนั้นคือความเป็นจริง (Horkheimer and Adorno, 1972, 126)

ทำไมฮอว์คเมอร์และอดอร์โนจึงมีทฤษฎีในแง่ลบต่อภาพยนตร์ ทั้งๆ ที่ทุกวันนี้ เราเรียนรู้อะไรมากมายจากภาพยนตร์? คำตอบที่นักคิดทั้งสองให้แก่เรา คือความเป็นอิสระของงานศิลปะต้องได้รับการสงวนรักษาไว้ เพราะมันจะทำให้เกิดจินตนาการ ในขณะที่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมของภาพยนตร์ทำให้เกิดการล่อลวงความเป็นจริงในระดับจิตสำนึก “อุตสาหกรรมวัฒนธรรมสามารถภูมิใจในตัวเองได้ ที่มันได้ทำให้ศิลปะย้ายตำแหน่งไปสู่พื้นที่ของการบริโภค ด้วยการสร้างกฎขึ้นมาปลดปล่อย... และปรับปรุงชนิดของสินค้าขึ้นมา” (Horkheimer and Adorno, 1972, 135) นอกจากนี้ ฮอว์คเมอร์และอดอร์โน ยังคงเชื่อมั่นในความเป็นอิสระของงานศิลปะที่เปิดพื้นที่ทางจิตนาการหรือความครุ่นคิดคำนึง

เราจะเห็นได้ว่า ทั้งฮอว์คเมอร์และอดอร์โนได้ศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ในฐานะที่เป็นสิ่งที่ล่อลวงเราผ่านการครอบงำทางด้านจิตสำนึก จากคำอธิบายดังกล่าว เราได้รับความเข้าใจ และหลักการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภคจากฮอว์คเมอร์และอดอร์โนในส่วนใดบ้าง

อาจจะกล่าวได้ว่า ความสนใจต่อวัฒนธรรมบริโภคของอดอร์โนเริ่มมาจากการศึกษาเรื่องดนตรีในบทความ “On the Fetish Character of Music and the Regression of Listening”⁴ โดยพิจารณาจากการผลิตและการบริโภคดนตรีสมัยนิยม (popular music) ที่เป็นผลจากระบบตรรกะของการผลิตสินค้า อดอร์โนอธิบายไว้ว่า ในขั้นตอนของการผลิตสินค้า ความเป็นวัฒนธรรมบริโภคได้เข้ามายึดครองชีวิตประจำวันของเรา ยิ่งไปกว่านั้น อดอร์โนยังได้สะท้อนมุมมองต่อเรื่องวัฒนธรรมบริโภคอีกใน *Prisms* ด้วยการโต้แย้งและการวิจารณ์งานเขียนของธอร์สไตน์ เวเบลีน (Thorstein Veblen) คือ *Theory of the Leisure Class* ประเด็นหลักที่อดอร์โนวิจารณ์เวเบลีน คือ ภาพลักษณ์ของ ชีวิตที่ดี ที่เกิดขึ้นจากการทำงาน “ความสุขได้เข้ามาสู่พื้นที่ทางสายตาเพื่อการสนองตอบต่อ ‘สัญญาตาญาณการทำงาน’ อันเป็นสภาวะของความเป็นมนุษย์ที่สูงสุด” (Adorno, 1981, 83) แม้ว่าอดอร์โนจะปกป้องคุณค่าของเวลาว่าง เสรีภาพ ความสุข จากความคิดเกี่ยวกับเรื่องอรรถประโยชน์ที่พึงได้รับ เขาวิพากษ์มันจากคุณลักษณะคุณค่าพื้นฐานของระบบทุนนิยม ที่การเติบโตของการผลิตในระบบเศรษฐกิจได้ทำให้กลไกทางเทคโนโลยีและกลุ่มทางสังคมที่ควบคุมมัน มีความได้เปรียบอย่างไม่เหมาะสม และปัจเจกชนถูกบั่นทอนคุณค่าลงในความสัมพันธ์ที่มีต่ออำนาจทางเศรษฐกิจอย่างง่ายดาย และอนุญาตให้การผลิตในระบบเศรษฐกิจเข้ามาควบคุมสังคม หากเราย้อนกลับมาพิจารณาปัญหาพื้นฐานเรื่องการครอบงำใน *Dialectic of Enlightenment* และ *Culture Industry* อดอร์โนได้วิพากษ์ต่อศักยภาพของเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อกระบวนการผลิตซ้ำของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้ทำให้เราเข้าใจต่อการวัฒนธรรมบริโภคว่าเป็นการล่อลวงต่อมวลชนและก่อให้เกิดความถดถอยทางสังคม เมื่อ “ปฏิบัติการทั้งหมดของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แปรสภาพแรงกระตุ้นทางด้านผลประโยชน์มาสู่รูปแบบทางด้านวัฒนธรรม” (Adorno, 1991, 86) สำหรับอดอร์โนแล้ว นี่คือการบวนการที่ก่อให้เกิดการยอมจำนนต่อแม่บททางวัฒนธรรมที่กำหนดวิถีการดำเนินชีวิตวิถีเดียวที่มนุษย์สามารถเลือกได้

2) อิทธิพลทางความคิดของสัญวิทยา (Semiology) อาจจะกล่าวได้ว่า กระแสความคิดนี้นอกจากจะมีเนื้อหาเชิงทฤษฎีแล้ว ยังก่อให้เกิดระบบทางความคิดอีกด้วย ด้วยการจัดวางสัมพันธภาพระหว่างความหมายที่แต่ละสัญณะอ้างอิงถึงกับระบบเหตุผลในลักษณะคู่ตรงข้าม (binary opposition) ซึ่งจัดวางระนาบของความหมายไว้ในแต่ช่วงชั้นในโครงสร้างที่กำกับวิถีทางในการอธิบายโลกของเรา ดังนั้น สัญวิทยาจึงมีอิทธิพลต่อกระแสความคิดความเคลื่อนไหวในทางปรัชญาและทฤษฎีสังคมต่อแนวความคิดอื่นๆ ในฝรั่งเศส คือ โครงสร้างนิยม (structuralism) และหลัง

⁴ โปรดดู (Adorno, 1991)

โครงสร้างนิยม (poststructuralism) ที่ต่อมามีอิทธิพลอย่างสูงในการศึกษาปรัชญา การเมือง สังคมวัฒนธรรม และวรรณกรรมวิจารณ์

สัญวิทยาคืออะไร สัญวิทยาคือศาสตร์ว่าด้วยระบบสัญญาณ กำเนิดของแนวความคิดนี้ เริ่มต้นจากนักภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างชื่อ เฟร์ดินองด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) ที่ค้นพบความเข้าใจต่อภาษาด้วยคำอธิบายใหม่ ซึ่งโต้แย้งกับแนวทางการศึกษาภาษาศาสตร์แนวปฏิฐานนิยม (positivism) ที่มีความคิดความเชื่อที่ว่า ภาษาคือความเป็นจริง และสัมพันธ์ภาพระหว่างถ้อยคำ (word) กับวัตถุ (object) ย่อมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในการปฏิเสธคำอธิบายดังกล่าว โซซูร์ได้กล่าวไว้ว่า ภาษาและสิ่งที่มีอ้างอิงถึงเป็นคนละสิ่งกันในโครงสร้างทางภาษาศาสตร์ และแยกแยะองค์ประกอบในโครงสร้างนี้เป็น 2 ส่วน คือ ‘ตัวภาษา’ (*langue*) ในฐานะที่เป็น ‘ระบบที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง เป็นอิสระและไม่ต้องขึ้นกับระบบอื่น และเป็นระบบที่มีการจำแนกแยกแยะ [ความหมาย]’ (Saussure, 1986, 10) และ ‘ภาษาที่เปล่งออกมา’ (*parole*) ในความหมายที่กล่าวถึง ‘ผลิตภัณฑ์ทางสังคมที่มีศักยภาพในการสื่อภาษา และมีการสั่งสมทางจารีตปฏิบัติที่จำเป็นจนสังคมยอมรับและอนุญาตให้ปัจเจกบุคคลสามารถใช้ศักยภาพในการสื่อภาษา’ (Saussure, 1986, 9-10) นอกจากนี้ โซซูร์ได้แยกแยะ ‘ตัวภาษา’ และ ‘ภาษาที่เปล่งออกมา’ ออกจากกันเพื่อให้เห็นสิ่งที่เป็นหน่วยพื้นฐานของ ‘ภาษา’ ซึ่งไม่ใช่ถ้อยคำ หากเป็นระบบระเบียบในการใช้ภาษา ที่เสียงที่เปล่งออกมาแล้วต้องมีความหมายตามผู้ใช้ภาษาและสังคมนั้นยอมรับ ด้วยเหตุนี้เอง โซซูร์จึงให้ความสำคัญต่อภาษาในฐานะที่เป็น “ระบบทางสัญญาณที่นำเสนอความคิดออกมาซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้กับระบบของการเขียน ตัวอักษรของคนหูหนวก พิธีกรรมเชิงสัญลักษณ์แบบต่างๆ กฎเกณฑ์มารยาทในสังคม สัญญาณทางการทหาร และอื่นๆ อีกมากมาย” นอกจากนี้ โซซูร์ได้นิยามสัญวิทยาว่าเป็น “การศึกษาทบทวนของสัญญาณในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตทางสังคม” (Saussure, 1986, 15) และเขาอธิบายต่อไปว่าสัญวิทยาเข้าไปสืบค้นธรรมชาติของสัญญาณและระบบระเบียบที่กำกับซึ่งก่อให้เกิดความหมาย ที่สังคมยอมรับร่วมกันในความหมายที่เกิดขึ้น นัยยะของคำอธิบายของโซซูร์นี้ไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่ที่ ‘ตัวภาษา’ ที่เราใช้สื่อสารกันในสังคมเท่านั้น หากเป็น ‘อะไรก็ได้’ ที่เราสามารถเข้าใจได้ เมื่อสื่อความออกมาแล้วย่อมมีความหมาย แม้ว่าจะไม่มีความเชื่อมโยงอย่างจริงแท้ระหว่างสัญญาณที่ใช้ และรูปลักษณะของสิ่งนั้นจริงๆ เช่น คำว่า ‘ต้นไม้’ กับ ‘ต้นไม้จริงๆ’ ไม่ได้เป็นสิ่งเดียวกัน แต่เชื่อมโยงซึ่งกันและกันด้วยการให้คำว่าต้นไม้มีความหมายที่อ้างอิงถึงต้นไม้จริงๆ ด้วยเหตุนี้ โซซูร์จึงจำแนกระบบทางสัญญาณ (System of Sign) ออกเป็น รูปลักษณะทางสัญญาณ (signifier) และความหมายของสัญญาณ (signified) ความสัมพันธ์ทั้งสองส่วนนี้ทำให้ความหมายปรากฏขึ้นบน ความแตกต่าง ที่สัญญาณแต่ละสัญญาณ

แตกต่างกัน เช่น เราได้รับทราบคำว่า bat ก็เพราะว่ามันแตกต่างจากคำว่า cat, fat, hat หรือ that เป็นต้น ดังนั้น เมื่อสัญญาะไพบปรากฏขึ้นมาในการรับรู้ของเรา การเชื่อมโยงในระบบสัญญาะจึงเกิดขึ้นในระนาบความสัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณะทางสัญญาะและความหมายของสัญญาะ เช่น นอกจากเราได้รับทราบคำว่า 'bat' ว่าแตกต่างจากคำว่า 'cat,' 'fat,' 'hat' หรือ 'that' แล้วเรายังรู้ว่า คำว่า 'bat' มีความหมายแตกต่างจากคำเหล่านั้นด้วย เป็นต้น

สัญญาวิทยาเป็นศาสตร์ว่าด้วยการวิเคราะห์รูปแบบ เนื่องจากความหมายที่เกิดขึ้นจากระเบียบกฎเกณฑ์ทางภาษาไม่ได้เป็นสิ่งเดียวกับเนื้อแท้หรือเนื้อใน (self-evidence) ของสิ่งที่ศึกษา ยิ่งไปกว่านั้น ปฏิบัติการทางภาษาที่ก่อให้เกิดความหมายเชิงสัญญาะจะชี้ให้เห็นพลังของการวิเคราะห์การสื่อความหมายที่รูปลักษณะทางสัญญาะ และความหมายของสัญญาะอิงต่อกันขาดอย่างหนึ่งอย่างใดไม่ได้ แม้ว่าสัญญาะหนึ่งๆ จะมีความหมายที่หลากหลายก็ตาม แต่ความหลากหลายของความหมายนั้น จะไม่ปรากฏออกมาพร้อมๆ กัน แต่ขึ้นอยู่กับระนาบของการจำแนกแจกแจงรูปลักษณะทางสัญญาะ เมื่ออ้างอิงกับรูปลักษณะทางสัญญาะในกระบวนการสร้างคำอธิบาย ส่วนเนื้อหาสาระของความหมายที่สื่อความออกมานั้นจะปรากฏอยู่ในรูปแบบของ 'วาทกรรม' เท่านั้น

ทั้งนี้ก็เพราะว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณะทางสัญญาะและความหมายของสัญญาะไม่เคยเกิดขึ้นเองอย่างเป็นธรรมชาติ และในความสัมพันธ์นี้ ต่างก็เป็นอิสระต่อกัน ต่างก็กำหนดความหมายซึ่งกันและกัน จนแลเห็นได้จากปฏิบัติการทางภาษาที่ถ่ายทอดเนื้อหาสาระของสรรพสิ่งออกมา ดังนั้น 'วาทกรรม' ในความหมายนี้จึงเป็นปฏิบัติการทางภาษาที่บ่งบอกความเป็นจริงในระดับความหมายที่ใช้สื่อความเชิงสัญญาะ และในการรับรู้ของเรา ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อภาษาเป็นเรื่องการสื่อความหมาย ความหมายอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตามการจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณะทางสัญญาะและความหมายของสัญญาะนั้นๆ ทุกอย่างไม่มีความถูกต้องแน่นอนอย่างแท้จริง นอกจากระนาบของความหมายที่สมเหตุสมผลต่อกัน

แม้ว่าแนวการศึกษาทางสัญญาวิทยาจะไม่ได้เน้นที่เนื้อใน และไม่ได้ต้องการค้นหาสาระที่จริงแท้แน่นอนหรือเนื้อในของความเป็นจริงที่ปรากฏให้เห็นอยู่ก็ตาม แต่แนวทางการศึกษาสัญญาวิทยาได้เปิดพรมแดนทางความรู้ในการทำความเข้าใจต่อเกมของการสื่อความหมายในแต่ละระบบสัญญาะ และอธิบายระนาบของการให้ความหมายชุดใหม่ๆ อันเกิดจากสัมพันธ์ภาพ ระหว่างความคลุมเครือของความหมายที่หมายถึง และ ความชัดเจนของรูปธรรมที่เรารับรู้จากสัญญาะนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการศึกษาวัฒนธรรมบริโภค เราสามารถใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยาวิเคราะห์การแปรสภาพของสิ่งของที่มีความหมายในเชิงประโยชน์ใช้สอย ที่มีความหมายในเชิงคุณค่าอื่นๆ แฝง

อยู่ จนในที่สุดมันได้กำกับการบริโภคของเราด้วย เช่น ผัดไทยซึ่งเป็นอาหารชนิดหนึ่งที่ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม โดยมีเส้นก๋วยเตี๋ยวเป็นเครื่องปรุงหลักชนิดหนึ่งเพื่อตอบโต้กับความนิยมในก๋วยเตี๋ยวที่ทั้งราคาถูกลงและถูกปากด้วยการปรุงแต่งรสชาติได้ตามความพึงพอใจ และเรียกผัดไทยว่าเป็นอาหารไทย ทั้งๆ ที่คนไทยรับประทานข้าวเป็นหลัก อีกทั้งเส้นก๋วยเตี๋ยวก็เป็นเครื่องปรุงของอาหารจีนมากกว่า อย่างไรก็ตาม ผัดไทยในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์หนึ่งได้ถูกกำหนดความหมายว่าเป็นอาหารไทย จนกระทั่งเราคุ่นเคยกับความหมายของผัดไทยและยอมรับความเป็นอาหารไทยของมันไปในที่สุด ยิ่งไปกว่านั้น เมื่ออาหารไทยโกอินเตอร์ชาวต่างชาติที่รู้จักอาหารไทยส่วนใหญ่ มักจะนึกถึงผัดไทยเป็นอันดับแรก ความหมายของผัดไทยจึงมีมากกว่าอาหารไทยชนิดหนึ่ง หากเป็นตัวแทนและความเป็นอาหารไทยที่ชาวต่างชาติรู้จักเป็นอย่างดี นอกจากนี้ ความหมายของผัดไทยที่หมายถึงอาหารไทยชนิดหนึ่งแล้ว มันยังหมายถึงงานศิลปะชิ้นหนึ่งที่ฤกษ์ฤทธิ์ ตีระวนิช นำไปแสดงภายใต้ชื่อ ‘ปฏิบัติการผัดไทย’ ที่ฤกษ์ฤทธิ์ไปลงมือผัดเองในงานแสดงศิลปะให้ชาวต่างชาติได้ลิ้มลองอาหารไทย ที่คุณค่าของมันไม่ได้อยู่ที่ความเป็นอาหาร รสชาติ ความอร่อย แต่เป็นงานศิลปะในแนวสุนทรียศาสตร์แบบมีส่วนร่วม (participatory aesthetics) และผู้ชมที่เข้าร่วมงานแสดงศิลปะในครั้งนั้น ที่ได้ชิมผัดไทยจากฝีมือของฤกษ์ฤทธิ์ก็ไม่ได้เสพผัดไทยในฐานะที่เป็นอาหารแต่กลับกลายเป็น งานศิลปะชิ้นหนึ่ง มากกว่า จากตัวอย่างเรื่องผัดไทยนี้ เราจะเห็นได้ว่า การแปรสภาพของความหมายในผัดไทยด้วยความหมายใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น มิได้ชี้แนะให้เรากลับไปค้นหาเนื้อหาที่แท้จริงของความเป็นผัดไทย จากเดิมที่ผัดไทยเป็นอาหารจานด่วนธรรมดาๆ จานหนึ่งได้กลายตัวไปเป็นตามความหมายอื่นที่ซ้อนทับอยู่ หรือแม้กระทั่งผัดไทยเป็นอาหารไทยได้หรือไม่?

แนวทางการศึกษาสัญวิทยาช่วยเราทำความเข้าใจต่อการปฏิบัติการของความหมาย ที่เปลี่ยนไปในแต่ละวาทกรรม ซึ่งเปลี่ยนไปตามระนาบที่ระบบสัญลักษณ์โยงกับความหมายที่ให้ไว้ การวิเคราะห์ในแนวทางนี้ทำให้เราเข้าใจวัฒนธรรมบริโภคเพิ่มขึ้น เพราะเราสามารถทำความเข้าใจระบบระเบียบของความหมายที่สร้างคุณค่าเชิงวัฒนธรรมแก่เราได้เมื่อเราบริโภคสิ่งต่างๆ ในสังคม ความคิดและการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมบริโภค จากกลุ่มนักปรัชญาและนักทฤษฎีในแนวทางนี้ ที่จะหยิบยกขึ้นมากล่าวถึงโดยสังเขป ได้แก่ โรลิ่งด์ บาร์ตส์ ฌอง โบดริยาร์ด และปีแอร์ บูร์ดิเยอ เป็นต้น

โรลิ่งด์ บาร์ตส์เป็นนักเขียน (writer) เขาเป็นนักเขียนที่ไม่ใช่ผู้ประพันธ์ (author) อีกต่อไป นับตั้งแต่ผู้ประพันธ์ในทัศนะของบาร์ตส์ได้ตายไปแล้ว เนื่องจากเขาไม่มีสิทธิอำนาจ (authority) ที่มากำหนดการเข้าถึงความหมายของตัวบทให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของตนเองอีกต่อไป ดังนั้น

การสื่อความหมายต่างๆ ในตัวบทย่อมขึ้นอยู่กับภาษาที่กล่าวถึงเนื้อหาสาระต่างๆ ออกมา โดยปราศจากการยอมรับบทบาทของผู้ประพันธ์ที่จะเป็นศูนย์กลางของการศึกษาตัวบท ในบทความชิ้นสำคัญของบาร์ตส์คือ “La Mort de l’auteur” หรือ “The Death of the Author” เขาอธิบายประเด็นนี้ไว้ว่า “ในทางภาษาศาสตร์ ผู้ประพันธ์ไม่ได้เป็นอะไรมากไปกว่าภาษาเขียนที่หยิบยกขึ้นมา ทั้งนี้ก็เพราะว่า ผู้เขียน (je หรือ I) ไม่ได้เป็นอะไรมากไปกว่าความหมายถึงตัวผู้เขียนที่เอ่ยขึ้นมา (the instance saying I): ภาษาผู้หวัข้อ (subject) ไม่ใช่ตัวบุคคล (person) และหัวข้อนี้เอง... ที่เพียงพอที่จะทำให้ภาษา ‘ไปกันได้’ กับเรื่องราวที่กล่าวถึง” (Barthes, 1977, 145) ข้อถกเถียงทางความคิดนี้ได้เปิดพรมแดนความเข้าใจแบบใหม่ในทางวรรณกรรมวิจารณ์ต่อการสื่อความหมายที่ ‘ความหมายของความหมายที่สื่อออกมา’ โดยไม่ได้อิงอยู่กับเนื้อในอีกต่อไป ในทางตรงข้าม ความหมายที่สื่อออกมานั้นเกิดจากการตัด/แบ่งแยกตามระนาบของคู่ตรงข้ามในปฏิบัติการของภาษา⁵ เช่น เรารู้จักความหมายของความสวยงามได้ก็เพราะว่ามีความอัปลักษณ์เป็นคู่ตรงข้าม เป็นต้น ด้วยเหตุนี้เอง ภาษาเท่านั้นที่ทำให้เราแลเห็นถึงสาระของข้อเขียนที่สื่อออกมา ในขณะที่ความหมายต่างๆ ที่ถูกถ่ายทอดออกมาอย่างประจักษ์แจ้งในวาทกรรม

แม้ว่าแนวความคิดทางสัญวิทยาของบาร์ตส์ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาวรรณกรรมก็ตาม แต่ขอบข่ายทางการศึกษาของเขายังขยายไปถึงความเป็นจริงทางสังคมสมัยใหม่ และรูปแบบวัฒนธรรมบริโภคที่ปรากฏอยู่ในสื่อด้านต่างๆ เช่น โฆษณา ภาพถ่าย นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ เป็นต้น เพื่อพิจารณารูปของสัญญะต่างๆ ที่ปรากฏออกมาในสื่อเหล่านี้ในฐานะที่มีรหัสทางความหมายในการสื่อความ และแจกแจงความหมายออกมาบนสัมพันธ์ภาพระหว่างสิ่งที่ปรากฏให้เห็นและสิ่งที่หมายถึง

⁵ โดยแท้จริงแล้ว บาร์ตส์เสนอแนวทางการศึกษาตัวบททางวรรณกรรมไว้ก่อนหน้านี้ในงานเขียนชิ้นแรกของเขาชื่อ *Writing Degree Zero* ประเด็นสำคัญในหนังสือเล่มนี้คือ การศึกษาวรรณกรรมต้องหันพิจารณาสถานะของวรรณกรรมเป็นหลัก โดยแยกแยะปัจจัยการพิจารณาออกเป็น ภาษา (language) สลีลา (style) และการเขียน (writing) มากกว่าองค์ประกอบภายนอกที่มาเกี่ยวกับการเข้าถึงเนื้อหาของวรรณกรรม เช่น บริบททางสังคมการเมืองของผู้ประพันธ์ที่มีผลต่อโลกทัศน์และการสร้างสรรค์งานเขียน เป็นต้น สิ่งนี้จะบั่นทอนสถานะและทำให้เนื้อหาของวรรณกรรมให้ความสำคัญน้อยลง บาร์ตส์ต้องการชี้ให้เราได้เห็นถึงรูปแบบและลีลาของการเขียนได้เข้ามามีบทบาทและผลิตความจริง โดยเฉพาะในงานวรรณกรรมที่เรามักจะมองไม่เห็นประเด็นดังกล่าว แต่กลับยอมรับต่อคุณค่า ที่ทำให้เราเชื่อมั่นสะท้อนความเป็นธรรมชาติของสรรพสิ่งและสังคมวัฒนธรรมไว้ โปรดดู (Barthes, 1977) ส่วนงานเขียนภาษาไทยเกี่ยวกับประเด็นนี้ โปรดดู (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2545, 127-33) และ (นพพร ประชากุล, 2547, 91-155)

ในบทวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์ในงานเขียนชิ้นสำคัญของบาร์ตส์คือ *Mythologies* เขาได้วิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิตที่ความสลับซับซ้อนของนัยยะทางวัฒนธรรมได้บ่มเพาะความคุ้นเคยแก่เรา และก่อให้เกิดความหมายกับคุณค่าแฝงในการดำรงชีวิต เช่น ของเล่น บาร์ตส์ได้วิเคราะห์ไว้ว่าของเล่นแต่ละชิ้นที่เด็กเล่นนั้นได้จำลองโลกของผู้ใหญ่ไว้ในการรับรู้ของเด็ก เมื่อเขาโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่เขาก็รู้หน้าที่ของตนเอง เป็นต้น บาร์ตส์เรียกความลวงของสิ่งดูราวกับว่าเป็นธรรมชาตินี้ว่า ‘มายาคติ’ และยังให้นิยามต่อมันว่าเป็น ‘รูปแบบของคำพูดที่สื่อออกมา’ เมื่อกล่าวอ้างถึงสิ่งต่างๆ ที่มีความหมายในเชิงคุณค่ามากกว่าประโยชน์ใช้สอย กล่าวคือ คุณลักษณะของมายาคติคือความหมายในเชิงคุณค่าที่เรายึดถือ เมื่อเราเชื่อมโยงกับสิ่งต่างๆ จนกลายเป็นความคุ้นเคย และในขณะเดียวกัน เราเข้าใจความหมายนี้เป็นอย่างดี แต่เราไม่ทันได้คิดต่อไปว่ามายาคตินี้ได้เข้ามาจำกัดการเอ่ยถึงสิ่งต่างๆ ในการสื่อความหมาย เช่น มายาคติของดอกกุหลาบที่ใช้แทนความรัก จนในที่สุด เมื่อเรานึกถึงการมอบความรัก เรามักจะมอบดอกกุหลาบ ทั้งๆ ที่ความรักและดอกกุหลาบเป็นคนละสิ่งกัน เป็นต้น บาร์ตส์ยังกล่าวต่อไปอีกว่า เรามักจะเข้าถึงความจริงทางมายาคติในระนาบของความหมายที่สื่อออกมา มากกว่าการตระหนักถึงความลวงของความหมายแฝงที่ฉาบเคลือบบนรูปลักษณ์ทางสัญลักษณ์ มายาคติเป็นสิ่งที่จริง เป็นรูปแบบความเข้าใจความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ส่วนปฏิบัติการจริงของมันเกิดขึ้นในระดับทางวาทกรรมและการสื่อความที่แพร่กระจายอยู่ในสังคม ทั้งนี้ก็เพราะว่า “มายาคติไม่ได้ซ่อนเร้นสิ่งใดไว้เลย: หน้าที่ของมันไม่ได้ทำให้สรรพสิ่งหายไป เพียงแต่บิดเบือน[เท่านั้น]” (Barthes, 1972, 121)

กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เราว่ามันเป็นมายาคติ ไม่ใช่เพราะว่าเรารู้ว่ามันบิดเบือนความหมายเดิม แต่เรารู้จากระบบการสื่อความหมายในวาทกรรมที่บิดเบือนการอ้างถึงความหมายเดิม และข้อความที่วาทกรรมผลิตมานั้นได้ย้ายระนาบของรูปทางสัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์นั้นๆ จากระนาบเดิมไปสู่อีกระนาบหนึ่ง มายาคติของดอกกุหลาบกลายเป็นสื่อของความรักได้ ก็ต่อเมื่อเกมของการสื่อความหมายได้ทำให้เราเชื่อว่า มันเป็นเช่นนั้นจริงในปฏิบัติการของวาทกรรม ดังนั้น

มายาคติไม่ได้ถูกนิยามโดยข้อความอันเกี่ยวกับวัตถุสิ่งของ แต่โดยหนทางที่มันเอ่ยถึงข้อความดังกล่าว: มีข้อจำกัดในเชิงรูปแบบเกี่ยวกับมายาคติ; ไม่มีอะไรที่เป็นเนื้อแท้เกี่ยวกับมัน ดังนั้น ทุกๆ อย่างสามารถเป็นมายาคติได้หรือไม่? ได้ ข้าพเจ้าเชื่อเช่นนั้น สำหรับความเป็นสากล [ของมายาคติ] ย่อมเต็มไปหมดอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ครั้นเมื่อกล่าวอ้างถึง (Barthes, 1972, 109)

ด้วยเหตุนี้ บาร์ตส์จึงมีเป้าหมายที่จะถอดเอนห้หมายาคติของความคุ้นเคยดังกล่าว และเน้นให้เราได้ตระหนักถึงความไม่เป็นธรรมชาติของนัยยะทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม แต่เรากลับดำเนินไปตามครรลองอย่างเป็นธรรมชาติในชีวิตประจำวันอยู่ตลอดเวลา จนในที่สุด เรามักจะสับสนปนเปกันระหว่างธรรมชาติและวัฒนธรรมหรือไม่อาจแยกแยะออกจากกันได้ นอกจากนี้ บาร์ตส์ยังมีเป้าหมายในการวิเคราะห์มายาคติต่างๆ ในหนังสือเล่มนี้ในระดับทฤษฎีอยู่ 2 ประการ กล่าวคือ ประการแรก เขาต้องการนำเสนอ ‘การวิพากษ์อุดมการณ์บนพื้นฐานทางภาษาของวัฒนธรรมมวลชน’ เพื่ออธิบายให้เราได้เห็นถึงปฏิบัติการของระบบสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ใกล้ตัวเรา และปรุงแต่งความจริงให้เป็นไปในวิถีทางใดได้บ้างบนสัมพันธ์ภาพ ระหว่าง ความคลุมเครือของความหมายที่กล่าวถึง และ ความชัดเจนของรูปธรรมที่เรารับรู้และคุ้นเคยเป็นอย่างดีในชีวิตประจำวัน ประการต่อมา บาร์ตส์ต้องการชี้ให้เห็นถึง “ความพยายามวิเคราะห์ทักไทของภาษาที่กล่าวถึงด้วยสัญวิทยา” เพื่อเปิดเผยให้เราได้เห็นถึงความหมายต่างๆ ที่ซ่อนเร้นอยู่ในมายาคติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตในวัฒนธรรมกระฎุมพี นอกจากนี้ เขายังต้องการ “ศึกษา ในรายละเอียด สำหรับการทำให้เกิดขึ้นใหม่ของมายาคติ ซึ่งแปรสภาพวัฒนธรรมกระฎุมพีให้กลายเป็นธรรมชาติสากล” (Barthes, 1972, 9)

แม้ว่าหนังสือ *Mythologies* จะเป็นการรวบรวมบทความขนาดสั้นที่บาร์ตส์เขียนขึ้นและตีพิมพ์ในนิตยสาร *Les Lettres nouvelles* ในช่วงปี ค.ศ. 1954 ถึง ค.ศ. 1956 ก็ตาม แต่นัยยะทางทฤษฎีและเป้าหมายของงานเขียนในหนังสือเล่มนี้กลับมีอิทธิพลในการทำความเข้าใจต่อสิ่งละอันพันละน้อย ที่ปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวันและสามัญสำนึกของเรา จนบ่อยครั้งนัก เรามักจะมองข้ามและถือว่ามันเป็นสิ่งที่ดูราวกับว่าเป็นปกติวิสัยที่เราต่างก็คุ้นเคยเป็นอย่างดี แต่แท้จริงแล้วมันกลับทั้งถูกปรุงแต่งด้วยอรรถรสและสีสันที่ซ่อนเร้นความหมายไว้ในสิ่งนั้นๆ ในระนาบของภาษาและมายาคติ

ภาษา (Language)	1. รูป ลั ก ษ ณ์ ท า ง สั ญ ญ ะ (Signifier)	2. ค ว า ม ห ม า ย ของสัญลักษณ์ (Signified)
	3. สัญลักษณ์ (Sign) I. รูปลักษณะทางสัญลักษณ์ (SIGNIFIER)	II. ความหมายของสัญลักษณ์ (SIGNIFIED)
มายาคติ (MYTH)	III. สัญลักษณ์ (SIGN)	

ที่มา: (Barthes, 1972, 115)

บาร์ตส์อธิบายสัมพันธ์ภาพระหว่างภาษาและมายาคติที่ทำให้เกิดนัยยะทางวัฒนธรรม ว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงซ้อนโดยมายาคติเป็นระบบสัญลักษณ์หนึ่งที่ไม่แตกต่างไปจากระบบสัญลักษณ์ของภาษา ด้วยเหตุนี้ เขาจึงจัดวางระนาบของระบบระเบียบทางสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ระดับ ในระดับของภาษา จะมีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ๑) สัญลักษณ์ (3.) ๒) ความหมายของสัญลักษณ์ (2.) ๓) รูปลักษณะทางสัญลักษณ์ (1.) ยกตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ของดอกกุหลาบ คือ ดอกกุหลาบ ที่เรากล่าวถึง ส่วนความหมายที่กำกับสัญลักษณ์นี้คือ การอ้างอิงถึงดอกกุหลาบจริงๆ ที่เรารู้จักกันซึ่งแตกต่างจากดอกไม้อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น คาร์เนชั่น กล้วยไม้ ลิลลี่ ป๊อป มะลิ ชบา พุทธรักษา ฯลฯ และรูปลักษณะทางสัญลักษณ์ของมันก็คือ คำว่า กุหลาบ ที่การสะกดคำๆ นี้ทั้งในภาษาเขียนหรือภาษาพูดที่เราเปล่งเสียงออกมาแตกต่างจากคำอื่นๆ คือ กุลา กำราบ เป็นต้น

ดังนั้น ดอกกุหลาบที่กล่าวมาเป็นตัวอย่าง ณ ที่นี้จึงเป็นเพียงคำอธิบายเบื้องต้นที่ช่วยให้เราเข้าถึงความหมายในระดับของภาษา ส่วนในระดับมายาคติ บาร์ตส์กล่าวว่า สัญลักษณ์ในระดับภาษา (3.) จะมีสถานะเหมือนกับเป็นรูปลักษณะทางสัญลักษณ์ (I.) ในระดับมายาคติ และเชื่อมโยงกับความหมายของสัญลักษณ์ (II.) เพื่อให้เราเข้าใจต่อสัญลักษณ์ (III.) นั่นๆ ว่ามีมายาคติอะไรดำรงอยู่ เมื่อปฏิบัติการของความหมายที่กำกับสัญลักษณ์นั้นๆ อ้างถึง ฉะนั้น สัญลักษณ์ของดอกกุหลาบที่เพิ่งกล่าวถึงนำมาเชื่อมโยงกับความรัก และบอกว่าดอกกุหลาบหมายถึงความรัก จนในที่สุด ดอกกุหลาบได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของความรัก ผลที่ตามมาก็คือ เมื่อเรากล่าวถึงดอกกุหลาบ มันไม่ได้มีความหมายแค่การอ้างอิงถึงดอกไม้ชนิดหนึ่ง หากยังแฝงมายาคติไว้ ในฐานะที่เป็นสื่อทาง

ความรักอีกด้วย ในกรณีนี้ เราจะเห็นได้ว่า ดอกกุหลาบกลายเป็นสื่อแทนความรัก ที่ความหมายของดอกกุหลาบมีนัยยะทั้งสองระดับเสมอ จากคำอธิบายเรื่องดอกกุหลาบนี้ บาร์ตส์ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า นัยยะทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการเสกสรรปั้นแต่งทางการสื่อความหมาย และมายาคติของมันได้กลายเป็นคุณค่าและความหมายที่เป็นจริง แต่ปราศจากเนื้อหาสาระที่อิงอยู่กับเนื้อในของสิ่งนั้น

เราได้อะไรบ้างจากการวิเคราะห์ในเชิงสัญลักษณ์ของการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคของบาร์ตส์? คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า บทวิเคราะห์มายาคติสมัยใหม่ในสังคมปัจจุบันของเขาได้เปิดพรมแดนความเข้าใจและพาดานการรับรู้ของเราให้กว้างไกลขึ้นในการพิจารณา 'สิ่งที่เราบริโภคและรับรู้กันอยู่แล้วถึงคุณค่าในการใช้สอยโดยปราศจากข้อกังขา' ด้วยข้อกังขาต่อสิ่งเหล่านี้ที่มีนัยยะทางวัฒนธรรมของความหมายแฝงนั้น มันมีนัยยะที่มากกว่าความเป็นวัตถุที่เราบริโภคอยู่ บาร์ตส์ทำให้เราเห็นว่า สิ่งที่เราต่างบริโภคอยู่นั้นมีสถานะทางคุณค่าของความหมายอื่นแฝงอยู่ด้วยเสมอ แต่เมื่อใดก็ตามที่ความหมายอื่นนี้สื่อออกมา มันทำให้ความหมายเดิมอยู่ไกลจนเรามักจะมองข้ามหรือมองไม่เห็น แต่นั่นไม่ได้หมายความว่า ความหมายอื่นปกปิดความหมายเดิมหรือทำให้หายไป ในทางตรงข้าม ความหมายเดิมกลับซ่อนเร้นตัวเอง เมื่อความหมายใหม่ปรากฏออกมาบนระนาบเดียวกับสิ่งที่เราบริโภคอยู่ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ วัตถุที่เราใช้สอยนั้นคือสัญลักษณ์ประกอบด้วยรูปธรรมของวัตถุดังกล่าวและความหมายที่อิงอยู่ แต่สื่อความหมายออกมาโดยไม่จำเป็นต้องพูดถึง เช่น นักธุรกิจต้องการซื้อรถยนต์ยี่ห้อ BMW หรือ MERCEDES BENZ ไม่เพียงเพื่อประโยชน์ใช้สอยในการขับขี่ หากมันยังโยงไปถึงสถานะทางสังคม ความร่ำรวย หน้าตา หรือแม้กระทั่งหนทางที่จะกู้เงินจากสถาบันทางการเงินทั้งในและนอกระบบ เพราะฉะนั้นความหมายของรถยนต์ที่เป็นพาหนะในการขับขี่จึงถูกละเลย หรือมองข้ามไป ในขณะที่ความหมายแฝงที่เป็นมายาคติหล่อหลอมความเชื่อว่ารถยนต์ยี่ห้อดังกล่าวสื่อความหมายถึงคุณค่าบางอย่างแทน บาร์ตส์เรียกสิ่งเหล่านี้ว่า "อะไรที่เกิดขึ้นแต่ปราศจากการกล่าวถึง" กล่าวคือ นี่เป็นทั้งความจริงของมายาคติสมัยใหม่ที่ลวงเราให้เชื่อ และความลวงของมัน ทำให้เราเห็นเป็นจริงเป็นจังกับคุณค่าอันออกมาจากความหมายจนทำให้เราคล้อยตาม ดังนั้น สิ่งที่เราบริโภคกันในปัจจุบันไม่เพียงแค่อุปกรณ์ตอบสนองต่อการยังชีพซึ่งเป็นความจริงของการดำเนินชีวิต หากยังรวมไปถึงการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่เรื่องราวของการสื่อความหมายปรากฏอยู่ในสื่อและรูปแบบของวัฒนธรรมร่วมสมัย⁶

⁶ สำหรับผู้ที่สนใจแนวการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ของบาร์ตส์ สามารถดูตัวอย่างของการวิเคราะห์ได้จาก บทวิจารณ์ภาพยนตร์ของประชา สุวีรานนท์ โปรดดู (ประชา สุวีรานนท์, 2542) และกรณีศึกษา Academia Fantasia ของณัฏฐา วงษ์วานิช โปรดดู (ณัฏฐา วงษ์วานิช, 2549, 192-7)

บาร์ตส์วิเคราะห์ความเยบยลของเรื่องราวเหล่านี้ออกมาในการศึกษามายาคติสมัยใหม่ในหนังสือ *Mythologies* ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร์ให้ข้อสรุปต่อแนวการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ไว้อย่างน่าประทับใจว่า

การอ่านหนังสือเล่มนี้ [Mythologies] นอกจากจะช่วยให้เราเข้าใจและเห็นภาพการวิเคราะห์สัญลักษณ์ในแบบของโรลิ่ง บาร์ตส์ได้อย่างคมชัดแล้ว ยังทำให้เราสูญเสียความไร้เดียงสาในการมองสรรพสิ่งรอบตัวในชีวิตประจำวันของเราอีกด้วย โดย บาร์ตส์ได้เพียรพยายามแสดงให้เราเห็นในรูปของการศึกษาสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันว่าการวิเคราะห์แบบสัญลักษณ์จะต้องให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อน และซ่อนเงื่อนระหว่างรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์ เป็นการวิเคราะห์ที่มีพื้นฐานจากภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างของโซซูร์ โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการของการใช้ภาษาที่สื่อให้เห็นภาพพจน์ (figuratives) และความหมายแฝงต่างๆ ที่แสดงออกมาในรูปของวัฒนธรรมมวลชน จารีตปฏิบัติ และอุดมการณ์หลักในสังคม (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร์, 2545, 135)

ถ้าบาร์ตส์นำเสนอบทวิเคราะห์มายาคติของวัฒนธรรมบริโภค ตามแนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ ด้วยการถ่ายทอดความหมายของความเป็นจริงผ่านระบบสัญลักษณ์ในวาทกรรมต่างๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า งานเขียนของฌอง โบตริยาร์ด ได้นำเสนอบทวิพากษ์ระบบสัญลักษณ์ภายใต้กระบวนการแลกเปลี่ยนคุณค่าของสินค้า ที่ความหมายของมันไม่ได้อยู่ที่สินค้า หากเป็นนัยยะทางสังคมที่กำกับคุณค่า เพื่อให้การแลกเปลี่ยนมีความหมายต่อการบริโภคสินค้านั้นๆ

อย่างไรก็ตาม ความยุ่งยากในการทำความเข้าใจแนวความคิดของโบตริยาร์ดคือ คำอธิบายของเขาไม่ได้เริ่มต้นจากข้อเสนอกเกี่ยวกับแนวทางการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภค หากเป็นการโต้แย้งทางทฤษฎีต่อแนวความคิดเรื่องสินค้า (commodity) ด้วยการผนวกแนวความคิดทางสัญลักษณ์ เพื่ออธิบายการแปรสภาพรูปแบบทางสังคมสมัยใหม่ที่เกิดจากวิถีการบริโภค โดยใช้รูปธรรมมาเป็นแกนเดินเรื่องทางความคิด ใช้วาทศิลป์ที่ห่อหุ้มไปด้วยสำนวน ลีลา และรูปแบบการเขียนที่แตกต่างกันไปในแต่ละงาน ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นอะไรที่มากกว่าการเขียนงานทางความคิด แต่มันคือรูปแบบการนำเสนอการวิพากษ์สังคมสมัยใหม่ ที่กระแสดความคิดหลังสมัยใหม่รับไปสร้างบทวิพากษ์ปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย

อะไรคือประเด็นหลักในการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคของโบดริยาร์ด? คำตอบที่ชัดเจนที่สุดคือ การบริโภค เนื่องจาก “ความจริงเกี่ยวกับการบริโภคไม่ได้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับความจริงหากเป็นหน้าที่หนึ่งของการผลิต ดังนั้น มันจึงไม่ได้เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล แต่เป็นเรื่องของส่วนรวมโดยตรงทั้งหมด เช่นเดียวกับการผลิตเชิงวัตถุ” (Baudrillard, 1988, 46) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เมื่อสินค้าชนิดหนึ่งถูกผลิตขึ้นมา มันย่อมต้องมีคุณค่าทางการใช้สอย ฉะนั้น มันย่อมถูกผลิตซ้ำเพื่อตอบสนองทั้งความต้องการและความจำเป็นต้องใช้ของเรา ขั้นตอนนี้บังคับให้เราทราบเป็นอย่างดีว่า การบริโภคคือปัจจัยสำคัญที่อยู่ควบคู่กับการผลิต อย่างไรก็ตาม สาระสำคัญที่โบดริยาร์ดวิพากษ์ไม่ใช่แค่คำอธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตและการบริโภค หากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดคุณลักษณะของการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นในสัมพันธภาพระหว่างคุณค่าทางการใช้สอย (use value) และคุณค่าทางการแลกเปลี่ยน (exchange value) ในงานเขียนช่วงแรกๆ ของโบดริยาร์ด นับตั้งแต่ *Le système des objets*, *La société de consommation*, *For a Critique of the Political Economy of the Sign* และ *The Mirror of Production* ได้นำเสนอประเด็นสำคัญดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน

ถ้าเราจะทำความเข้าใจต่อความคิดของโบดริยาร์ด เราควรย้อนกลับมาพิจารณาแนวความคิดของมาร์กซ์เรื่องคุณค่าทางการใช้สอยและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนพอสังเขป กล่าวคือ มาร์กซ์นำเสนอคำอธิบายเกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างคุณค่าทางการใช้สอยและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยน เพื่อวิพากษ์ทฤษฎีเศรษฐกิจการเมืองแนวคลาสสิกที่เชื่อในระบบตรรกะที่ว่า เงินหรือมูลค่าที่กำหนดการแลกเปลี่ยนจะเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดมูลค่าของสินค้าที่นำมาแลกเปลี่ยน และขั้นตอนการแลกเปลี่ยนนี้จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อต่างฝ่ายต่างก็มีหรือถือครองปัจจัยที่นำมาแลกเปลี่ยนกันได้

เงิน (money) – สินค้า (commodity) – เงิน (money)

สำหรับมาร์กซ์แล้ว แนวความคิดนี้ไม่ได้วางอยู่บนเงื่อนไขเชิงวัตถุ (material condition) หรือแรงงาน ที่เป็นพื้นฐานทางการผลิตอย่างแท้จริง ดังนั้น เขาจึงกลับหัวกลับหางคำอธิบายของเศรษฐกิจการเมืองรูปแบบใหม่ ด้วยการจัดวางสัมพันธภาพของคุณค่าทางการใช้สอยและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนเสียใหม่ บนตรรกะของการแลกเปลี่ยนดังนี้

สินค้า (commodity) – เงิน (money) – สินค้า (commodity)

กล่าวคือ มนุษย์ทำการผลิตเพื่อการดำรงชีพ ส่วนผลผลิตที่ได้จากแรงงานเพื่อนำไปแลกเปลี่ยน คือ สินค้าแต่มนุษย์ไม่สามารถแลกเปลี่ยนได้ หากไม่มีสื่อกลางของการเปลี่ยนเพื่อกำหนดมูลค่าของสินค้า ซึ่งก็คือ เงิน มาร์กซอธิบายขั้นตอนเหล่านี้ว่า สินค้าจะมีคุณค่าทางการใช้สอยย่อมเกิดจากแรงงานที่มนุษย์ใช้ผลิตสินค้า ดังนั้น การแลกเปลี่ยนจึงวางอยู่บนพื้นฐานของแรงงานและการตอบสนองต่อการยังชีพ ส่วนมูลค่าที่กำหนดการแลกเปลี่ยนโดยเงินนั้น จะทำให้คุณค่าทางการใช้สอยของสินค้าที่เรานำมาแลกเปลี่ยนมีมูลค่าที่เท่าเทียมกัน นี่เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้อย่างชัดเจนว่า มาร์กซเน้นคุณค่าทางการใช้สอยให้เป็นปัจจัยพื้นฐานของกระบวนการแลกเปลี่ยน เพราะว่ามันเกิดขึ้นจากเงื่อนไขเชิงวัตถุ หรือ แรงงานของมนุษย์เองที่ทำการผลิตสินค้านั้น⁷

โบตริยาร์ดได้วิพากษ์แนวความคิดของมาร์กซในประเด็นเรื่องคุณค่าทางการใช้สอย โดยให้ความสำคัญต่อคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนเป็นตัวกำหนดคุณค่าของการบริโภค และคุณค่านี้ไม่ได้เกิดภายใต้ตรรกะการแลกเปลี่ยนเดิมของมาร์กซ หากเกิดจากรหัสและความหมายที่สินค้านิดหนึ่งจะได้รับการบริโภค นอกเหนือไปจากคุณค่าทางการใช้สอยของมัน ด้วยเหตุนี้ โบตริยาร์ดจึงได้นำเสนอการวิพากษ์เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงสัญลักษณ์ เพื่อทำการวิพากษ์มูลค่าการแลกเปลี่ยนอันเกิดขึ้นจากเกมของความหมายในสินค้าที่มากำกับคุณลักษณะการบริโภคสินค้าของเรา

ในหนังสือ *For a Critique of the Political Economy of the Sign* โบตริยาร์ดได้จัดวางระนาบของคุณค่าทางการใช้สอยและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนใหม่ ด้วยการสอดแทรกระบบสัญลักษณ์เข้ามาในการวิเคราะห์การบริโภค ที่ความหมายทางสังคมที่ปรากฏอยู่ในสินค้าได้กลายเป็นปัจจัยหลักที่มาควบคุมการแลกเปลี่ยน ด้วยเหตุนี้เอง โบตริยาร์ดจึงได้จัดวางระนาบความสัมพันธ์ออกเป็น 2 ชุด 1) ระหว่างคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนและคุณค่าทางการใช้สอย หรือ สินค้าที่นำมาแลกเปลี่ยนและประโยชน์ใช้สอยของมัน 2) ระหว่างรูปลักษณ์ทางสัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์ หลังจากนั้น เขาได้จัดวางคู่ความสัมพันธ์เหล่านี้ใหม่ ให้เกี่ยวเนื่องกับสินค้าที่เราบริโภค โดยพิจารณาจาก “หน้าที่ในเชิงช่วงชั้น ระหว่างรูปแบบที่ครอบงำอยู่และรูปแบบที่อ้างอิง (หรือสิ่งที่กล่าวถึง)” (Baudrillard, 1981, 143) ดังนั้น คุณค่าทางการแลกเปลี่ยนกับรูปแบบทางสัญลักษณ์จึงเป็นสิ่งเดียวกัน เพราะว่า สิ่งที่เรานำสินค้ามาแลกเปลี่ยนไม่ใช่ความเป็นวัตถุ (materiality) หรือแรงงานที่ผลิตมันขึ้นมาแล้วให้มูลค่าแก่สินค้านั้นๆ หากขึ้นอยู่กับรูปแบบที่ปรากฏให้เราได้เห็น ในขณะเดียวกัน คุณค่าทางการใช้สอยกับความหมายทางสัญลักษณ์เทียบเคียงได้ว่าเป็นสิ่งเดียวกัน เพราะว่ามันบ่งบอกถึงสิ่งที่เราตระหนักถึง ประโยชน์ที่ได้รับหรือความหมายที่

⁷ สำหรับผู้ที่สนใจบทวิเคราะห์เรื่องสินค้าในหนังสือ *Capital* เล่ม 1 ของมาร์กซ โปรดดู (Marx,)

กำกับสามัญสำนึกของเราว่ามันมีนัยยะทางสังคมวัฒนธรรมของสินค้า โบ德里าร์ดแจ้งความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันนี้ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเราเข้าใจถึงระบบตรรกะของสินค้า ที่มูลค่าของคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนและคุณค่าทางการใช้สอยเป็นตัวบ่งชี้ว่าสินค้าเป็นสินค้าที่มีราคาเพียงใด ในขณะที่ระบบตรรกะของสัญญะบ่งบอกอุปลักษณ์ทางสัญญะและความหมายทางสัญญะเป็นตัวบ่งชี้ขึ้นยยะต่างๆ ที่ทำให้เราบริโภคสินค้า

ด้วยเหตุผลดังกล่าว โบ德里าร์ดจึงให้ความสำคัญต่อรูปแบบหรือรูปลักษณ์ทางสัญญะมากกว่าความหมายในเชิงคุณค่าทางการใช้สอยของสินค้า เนื่องจากรูปแบบเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความหมายที่การบริโภคของเราอ้างอิงถึง กล่าวอีกนัยหนึ่ง การบริโภคสินค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณค่าของสินค้าว่ามีประโยชน์ใช้สอยอย่างไร หากประโยชน์ใช้สอยจะมีค่าก็ต่อเมื่อกระบวนการแลกเปลี่ยนบ่งบอกให้เห็นถึงความหมายทางสังคมที่กำกับสินค้าอยู่ ดังนั้น โบ德里าร์ดจึงได้กล่าวถึงกระบวนการบริโภคสินค้าในฐานะที่เป็นความหมายเชิงสัญญะที่ไม่มีวันสิ้นสุด และส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในวัฒนธรรมบริโภคให้เราคำนึงคุณค่าที่เกิดขึ้นจากความหมายที่สังคมหยิบยื่นให้ สำหรับโบ德里าร์ดแล้ว การบริโภคจึงเป็นปฏิบัติการเชิงสัญญะ ที่เข้ามากำหนดวิถีในการดำเนินชีวิตของเรา เขายังได้ขยายความต่อไปว่า สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเพราะว่า ตรรกะของการบริโภคสินค้าอยู่ที่สัญญะ ในขณะที่โครงสร้างของสัญญะคือรูปแบบของสินค้า เมื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าบนพื้นฐานของระบบสัญญะเกิดขึ้น การให้ความหมายต่อรูปลักษณ์ทางสัญญะจึงเป็นสื่อกลางที่ทำงานควบคู่กับการแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อการใช้สอย ดังนั้น การบริโภคจึงมีสถานะมากกว่าความต้องการเพื่อการดำเนินชีวิตของเรา และ“การบริโภคไม่ได้มีหน้าที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของปัจเจกบุคคลอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน, . . . , แต่มันได้กลายเป็นกิจกรรมทางสังคมอย่างไม่มีที่สิ้นสุด” (Baudrillard, 1970, 102)

ในหนังสือเล่มแรกของโบ德里าร์ดคือ *Le système des objets* เขาได้เริ่มต้นอธิบายเนื้อหาเกี่ยวกับระเบียบทางสังคมชุดใหม่ที่เกิดขึ้นภายใต้การทำความเข้าใจสินค้าว่าเป็นสัญญะ ที่การรับรู้ของผู้บริโภคถูกครอบงำโดยรูปแบบการบริโภคที่ตอบสนองกับความต้องการ ความปรารถนา หรือความพึงพอใจ และความชอบธรรมของสังคมบริโภคในการสร้างวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของเรา โบ德里าร์ดอธิบายว่า เรามักจะจัดการกับชีวิตประจำวันของเราผ่านการผลิตสินค้าโดยแรงงานของเรา การจัดการและใช้สินค้าที่ผลิตได้จากการแลเห็นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย ถึงการเกิดความหมายทางสังคมของการทำให้เป็นสินค้าอันจำเป็นต้องบริโภค โบ德里าร์ดเรียกระบบระเบียบของการทำให้เป็นสินค้านี้ในมนทัศน์อันหลากหลายไม่ว่าจะเป็น ‘ระเบียบเชิงเทคโนโลยีชนิดใหม่’ (a new technological order), ‘สิ่งแวดล้อมชนิดใหม่’ (a new environment), ‘สนาม

แห่งใหม่ของชีวิตประจำวัน' (a new field of everyday life), 'ศีลธรรมใหม่' (new morality) และ 'อารยธรรมเหนือจริงรูปแบบใหม่' (a new form of hypercivilization) แต่เราสามารถเข้าใจในทัศนต่างๆ เหล่านี้ได้โดยรวมว่าเป็น 'ระบบของการบริโภคสินค้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน' ซึ่งเกิดขึ้นจากกระบวนการทำให้เป็นสินค้า (commodification) ที่เข้ามาครอบงำความคิดของเรา ในการเลือกสรรการบริโภคทั้งในด้านการติดตามแนวโน้มเพื่อบริโภคสินค้า และ ความแตกต่างที่เราเป็นผู้เลือกสรรสินค้าแต่ละชนิดภายใต้ระบบสัญญาณที่ความหมายของการบริโภค คือ 'ความก้าวหน้า' โดยความก้าวหน้ามีนัยยะทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความสะดวกสบาย ในการดำเนินชีวิต

ยิ่งไปกว่านั้น โบ德里อาร์ดได้จัดวางระนาบการอธิบายกระบวนการทำให้เป็นสินค้าที่เราจำเป็นต้องบริโภคผ่านการใช้สอย ด้วยการแบ่งเนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ออกเป็น 3 ส่วน และบรรยายเนื้อหาผ่านรูปธรรมเพื่อให้เราเข้าใจถึงปฏิบัติเชิงสัญญาณของสินค้า กล่าวคือ ในส่วนแรก โบ德里อาร์ดกล่าวถึงสินค้ามีหน้าที่ในเชิงประโยชน์ใช้สอยอันหลากหลาย โดยหยิบยกตัวอย่างเรื่อง เครื่องเรือนในอดีตที่ใช้ในบ้านเรือนมักจะทำขึ้นตามรสนิยม ฐานะ ความชื่นชอบส่วนบุคคล และมีราคาแพง แต่กลับไม่มีหน้าที่ในการใช้สอยสักเท่าใดนัก ในขณะที่เครื่องเรือนสมัยใหม่ผลิตขึ้นเพื่อมีหน้าที่ใช้สอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต มีแบบอย่างตามชนิดของการใช้งานที่สอดคล้องกับความต้องการและสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น เก้าอี้รับแขกถูกออกแบบให้สามารถใช้เป็นที่นั่ง หรือเคลื่อนย้ายมาเป็นที่นอนได้ด้วย เป็นต้น ดังนั้น โบ德里อาร์ดจึงสรุปถึงความหลากหลายในประโยชน์ใช้สอยของสินค้าว่าเป็นผลจากพัฒนาการของเทคโนโลยี ที่เอื้อต่อการขยายตัวของปฏิบัติการของการบริโภค เมื่อเราสามารถจัดการต่อสินค้าให้มีหน้าที่ที่หลากหลายเพื่อประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น โบ德里อาร์ดได้กล่าวต่อไปถึงส่วนที่สอง ซึ่งเกี่ยวกับสินค้าในฐานะที่เป็น การหยิบยื่นอนาคต เขาอธิบายจากเรื่องเครื่องเรือนต่อไปว่า พัฒนาการของเครื่องเรือนไม่มีความต่อเนื่องจากอดีต ไม่มีความก้าวหน้าของรูปแบบและกระแสด้านความนิยม แต่มันถูกทำให้ดูเหมือนว่าล้ำสมัย หรือใช้สอยได้ไม่ตรงกับความต้องการอีกต่อไป หรือมีหน้าที่ในใช้ประโยชน์ได้น้อย เมื่อเทียบเคียงเครื่องเรือนใหม่ๆ ที่ผลิตออกมา สิ่งนี้เป็นผลมาจากพัฒนาการของเทคโนโลยีที่พัฒนาสินค้าให้มีหน้าที่ใช้สอยดียิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน การเติบโตของการโฆษณาสินค้าในเชิงประโยชน์ใช้สอยต่างๆ ไม่ได้เป็นเพียงแค่การแนะนำสินค้าเท่านั้น แต่บ่งบอกถึงวิถีการดำเนินชีวิตและสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ อันเป็นผลมาจากการคัดสรรวัตถุดิบที่ผลิต รสนิยม สีสัณ และการออกแบบ ที่มา กำหนดกระแสด้านความนิยม และการก้าวล้ำนำสมัย จนในที่สุด คุณลักษณะดังกล่าวของสินค้าได้เป็น "เสมือนสัญญาณเชิงวัฒนธรรม" (Baudrillard, 1968, 54) ในส่วนที่ 3 โบ德里อาร์ดกล่าวถึงสินค้าที่

ไม่ได้มีหน้าที่ในด้านประโยชน์ใช้สอย แต่เป็นของสะสม สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อการสะสมวัตถุมุ่งความสำคัญไปที่การครอบครองมากกว่าการใช้สอย และมันยังได้สร้างคุณค่าขึ้นจนกลายเป็นความหมายอย่างหนึ่งในการบริโภค เมื่อใดก็ตามเราเห็นรูปลักษณ์ทางสัญลักษณ์ของสินค้า เราย่อมคำนึงถึงความหมายที่บ่งบอกคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมได้

สิ่งต่างๆ ที่โบดริยาร์ดอธิบายถึงคุณลักษณะของสินค้านี้ ย่อมบ่งชี้ให้เห็นว่าสินค้าได้กลายเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและผูกไว้กับความหมายในเชิงคุณค่าที่สังคมหยิบยื่นให้ ดังนั้น เมื่อใดก็ตามที่มีการบริโภคเกิดขึ้น สินค้าได้กลายเป็นความไม่มีขีดจำกัดของปฏิบัติการของระบบสัญลักษณ์ ทั้งนี้ก็เพราะว่า “สัญลักษณ์ของสินค้าทั้งหลายย่อมมีความเหมือนกันในระดับอุดมคติ และสามารถแพร่กระจายได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด” (Baudrillard, 1968, 283) โบดริยาร์ดขยายประเด็นนี้ให้เห็นอย่างชัดเจนอีกใน *La société de consommation* โดยอธิบายผ่านกิจกรรมต่างๆ ในโลกของการบริโภค ที่พัฒนาการของมันมักจะเกิดขึ้นในพลวัตของสังคมทุนนิยม “ทุกวันนี้ เราถูกแวดล้อมด้วยความน่าสะพรึงกลัวของการบริโภคและอิทธิพลของมัน การขยายตัวอย่างมากของวัตถุ การบริการ และสินค้า” ดังนั้น โบดริยาร์ดจึงได้เสนอว่า ชีวิตประจำวันของเราได้แปรสภาพการปฏิสังสรรค์กับผู้คนมาสู่การปฏิสังสรรค์กับวัตถุหรือสินค้า จนทำให้เป็นการง่ายต่อวิถีชีวิตของเราที่จะถูกชักจูงให้เคลื่อนไปตามแรงจูงใจที่จะบริโภคสินค้าชนิดต่างๆ โบดริยาร์ดยังได้อธิบายเสริมต่อไปว่า “เราอาศัยอยู่ในห้วงเวลาของสินค้า: กล่าวคือ, เราอาศัยอยู่ในท่วงทำนองของมันตามที่มันเคลื่อนตัวไปอย่างไม่หยุดหย่อน” (Baudrillard, 1970, 17-8) เราอยู่กับมันก็เพราะว่าพัฒนาการของระบบทุนนิยมได้ทำให้เราเห็นว่าการบริโภคได้กลายเป็นศูนย์กลางของการดำเนินชีวิตของเรา พฤติกรรมต่างๆ ที่เราแสดงออกไปนั้นย่อมถูกยึดโยงอยู่กับระนาบของความหมายในระบบสัญลักษณ์ที่ยึดโยงสามัญสำนึกของเราด้วยคุณค่าที่ได้รับจากสินค้า ทั้งประโยชน์ใช้สอยและความหมายทางสังคม ในการวิเคราะห์ความหมายของการบริโภคสินค้านี้ โบดริยาร์ดได้ชี้ให้เห็นถึงนัยยะในการดำเนินชีวิตตามแนวทางวัฒนธรรมบริโภคคือ การทำให้ชีวิตมีความสุข มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี แม้กระทั่งการเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมสมัยและการก้าวทันกระแสนิยม เป็นต้น

ถ้าคำอธิบายของโบดริยาร์ดทำให้เราเข้าใจว่า แนวความคิดสัญลักษณ์วิทยาสามารถสอดคล้องกับทฤษฎีมาร์กซิสต์เพื่ออธิบายเรื่องคุณค่าทางการแลกเปลี่ยน ที่กระบวนการของมันได้ทำให้เราเห็นถึงความหมายทางสังคมที่ถูกสร้างขึ้นจากระบบสัญลักษณ์เข้ามากำกับวัฒนธรรมการบริโภคของเรา เราก็สามารถพบเห็นเนื้อหาในแนวความคิดสัญลักษณ์วิทยาที่นำมาศึกษาการบริโภคในการศึกษาเรื่องรสนิยมของปีแอร์ บูร์ดิเยอ คือ *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* ที่เขาต้องการชี้ให้เห็นถึงรสนิยมมิใช่เรื่องของปัจเจกบุคคล หากเป็นเรื่องที่สังคมกำหนดขึ้นมา

รวมทั้งยังได้เป็นการวิพากษ์ความคิดทางสุนทรียศาสตร์ของเอ็มมานูเอล ค้านท์ (Immanuel Kant) ที่เสนอว่าความสวยงามขึ้นอยู่กับรูปแบบ (Form) อำนาจในการตัดสินคุณค่าของเราเป็นการสะท้อนออกมา (reflective judgment) ให้เราได้เรียนรู้เท่านั้น

เราอาจกล่าวได้ว่าสาระสำคัญของหนังสือ *Distinction* คือการวิเคราะห์เรื่องรสนิยมและการความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสังคมที่มีผลต่อการผลิตทางวัฒนธรรม บูร์ดิเยอไม่ได้ค้นหาโครงสร้างทางความหมายที่กำกับรูปลักษณ์ทางสัญลักษณ์ แต่ต้องการนำเสนอ ‘การจำแนกแยกแยะ’ (classification) รสนิยมซึ่งถูกกำกับด้วยโครงสร้าง และรูปแบบการผลิตทางวัฒนธรรมที่จำแนกความแตกต่างให้เกิดขึ้น “รสนิยมแยกแยะ และมันได้แยกแยะสิ่งที่จำแนกมัน องค์ประธานทางสังคม (social subject) ซึ่งถูกจำแนกโดยกระบวนการแยกแยะนี้ได้แบ่งแยกผู้คนด้วยความแตกต่างที่มันได้สร้างขึ้น ระหว่างความงามและความอัปลักษณ์ ความเลอเลิศและความสามัญ ในที่ซึ่งการแยกแยะอย่างเป็นทวิลักษณ์ได้แสดงออกมา หรือบิดเบือน” (Bourdieu, 1984, 6)

บูร์ดิเยออธิบายโมทัศน์ ‘การจำแนกแยกแยะ’ ด้วยการอธิบายเนื้อหาและรูปธรรมผ่านลักษณะการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการซึมซับงานศิลป์และสุนทรียศาสตร์ เพราะว่า มันเป็นปัจจัยพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมที่เราได้รับหรือซึมซับรูปแบบและค่านิยมของมันมาเป็นของเราเอง “การบริโภคในกรณีนี้คือขั้นตอนในกระบวนการของการสื่อสาร อันได้แก่ การแปลความ การถอดความ ที่แสดงถึงสภาพอันแท้จริง หรือแสดงออกมาอย่างชัดแจ้งถึงความหมายของรหัสนั้น โดยนัยแล้ว เราจะพูดถึงความสามารถในการมอง (voir) ว่าเป็นหน้าที่หนึ่งของความรู้ (savoir) หรือโมทัศน์ กล่าวคือ ถ้อยคำดังกล่าวมีความสามารถในการกำหนดเรียกสิ่งต่างๆ ที่มองเห็นได้ และสิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่กำหนดการรับรู้ของเรา งานศิลป์จะมีความหมายหรือเป็นที่สนใจของคนบางคนที่ครอบครองอำนาจทางวัฒนธรรม และนั่นก็คือรหัสที่ต้องได้รับการถอดรหัส ” (Bourdieu, 1984, 2)

นอกจากนี้ บูร์ดิเยอยังได้กล่าวถึงรสนิยมแบบสมัยนิยม (popular taste) และสุนทรียศาสตร์แบบสมัยนิยม (popular aesthetics) ที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างศิลปะและชีวิตจริงเข้าด้วยกัน โดยมุ่งไปที่ประโยชน์ใช้สอยมากกว่ารูปแบบเชิงสุนทรียะ ฉะนั้นการซึมซับรสนิยมชนิดนี้คือการซึมซับชีวิตจริงที่ได้ลดทอนมิติทางศิลปะมาสู่วิถีการดำเนินชีวิต และกลายเป็นคุณลักษณะทางของวัฒนธรรมสมัยนิยม (popular culture) บูร์ดิเยออธิบายเนื้อหาเชิงทฤษฎีเหล่านี้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เขาศึกษาสังคมฝรั่งเศส เพื่อแจกแจงรูปแบบการดำเนินชีวิตและรสนิยมจากสถานภาพทางสังคมและภูมิหลัง โดยแยกแยะประเด็นต่างๆ ด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

กันด้วยรูปแบบของการเสพงานศิลป์ ความหลากหลายของรสนิยมที่ครอบงำในแต่ละกลุ่มชน ชนชั้นและลำดับช่วงชั้นทางสังคม⁸

บูร์ดิเยออธิบายสาระสำคัญของรูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ด้วยมโนทัศน์ ‘ความเป็นปกติวิสัย’ (habitus) ที่กล่าวไว้ในหนังสือ *Outline of the Theory of Practice* มาประกอบการอธิบายเรื่องปฏิบัติการทางสังคมที่กำกับคุณค่าและความหมาย ซึ่งเกิดจากโครงสร้างที่จำแนกเราให้แยกแยะการบริโภควัฒนธรรมของตนเองที่แตกต่างกัน เนื่องจาก ความเป็นปกติวิสัยเกิดขึ้นจากสัมพันธภาพระหว่างโครงสร้างที่กำหนดระบบความคิด เหตุผล และความหมายในการดำเนินชีวิต กับโครงสร้างอันไร้สำนึกที่กำกับชีวิตของเราไว้ด้วยความเคยชินและไร้ความตระหนักถึงสิ่งที่ควบคุมเราให้กลายเป็นองค์ประธานทางสังคม ซึ่งวัฒนธรรมสมัยนิยมได้เข้ามำกำหนดและแยกแยะรสนิยมให้เป็นไปตามคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มชนชั้นในสังคม

ดังที่เราทราบกันดีแล้วว่า บูร์ดิเยออธิบายเนื้อหาสาระเหล่านี้ด้วยเรื่องรสนิยม เนื่องจากเขาพบว่า “รสนิยมคือพลังที่ควบคุมการจัดแบ่งจำแนก ทำให้เกิดความรู้สึกหรือการรับรู้โดยปราศจากเหตุผลในสิ่งที่บังเกิดขึ้น ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสมควรเหมาะสมที่ปัจเจกชนจะถือครองตำแหน่งในพื้นที่ทางสังคมที่กำหนดไว้แล้ว รสนิยมทำหน้าที่เหมือนกับการแนะนำทางสังคมรูปแบบหนึ่ง ซึ่งแนะนำแนวทางให้คนเข้าครอบครองพื้นที่ทางสังคมที่กำหนดไว้แล้ว ให้รู้สึกสำนึกถึงตำแหน่งพื้นที่ของตน ที่สามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งทางสังคมไปตามทรัพย์สมบัติ และวิถีการปฏิบัติ หรือตามสินค้า ที่เหมาะสมกับผู้เข้าครอบครองตำแหน่งทางสังคมนั้น” (Bourdieu, 1984, 467) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ รสนิยมไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแค่ความชื่นชอบหรือความพึงพอใจของปัจเจกชนที่มีสิ่งต่างๆ แต่มันยังเป็นสิ่งที่ปัจเจกชนสามารถเห็นร่วมกัน มีร่วมกัน และสื่อความรู้สึกต่อกันได้ คุณลักษณะของรสนิยมนี้เป็นสถานะที่ทำให้เกิด “การบูรณาการอย่างสามัญของการบริโภคเชิงสุนทรีย์เข้าสู่โลกของการบริโภคทั่วไป” (Bourdieu, 1984, 100) เพราะว่ารสนิยมสามารถนำเราให้ซึมซับคุณลักษณะของยอมรับร่วมกันของกลุ่มคนชนชั้นเดียวกันในทางสังคมที่จะบริโภคสินค้าร่วมกันได้ หรือผสมผสานความรู้สึกทางรสนิยมเข้าด้วย

⁸ หนังสือ *Distinction* จัดวางเนื้อหาเรื่องรสนิยมบนฐานทางข้อมูลของสังคมเมืองสมัยใหม่ของฝรั่งเศสเป็นหลัก แต่บูร์ดิเยอยืนยันต่อไปว่า มรรควิธีและการวิเคราะห์ของเขาสามารถอธิบายการจำแนกแยกแยะองค์ประธานทางสังคมตามรสนิยมและการบริโภคสินค้าได้ดีในสังคมสมัยใหม่ที่มีกลุ่มชนคนหลากหลายช่วงชั้นทางสังคมส่วนรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ของบูร์ดิเยอในภาคผนวกของหนังสือเล่มนี้ โปรดดู (Bourdieu, 1984, 503-18)

รสนิยมคือนักจับคู่ (match-maker) มันจับคู่สีสันกับผู้คน ทำให้เกิดคู่ที่เหมาะสมกัน นี่เป็นจุดเริ่มแรกของรสนิยม การกระทำต่างๆ ของ ‘กลุ่มหลัก’ (primary group) อันเกี่ยวข้องกับการเลือก เป็นการแสดงออกของความรู้ที่มีต่อเรื่องของการแสดงของความรู้ นั่น หรือแสดงออกในภาษาของผู้ทรงภูมิ การอ่านสัญลักษณ์ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อประสบพบเห็นกันเป็นครั้งแรก) ผ่านสิ่งที่เรียกว่าความเป็นปกติวิสัย ได้ยืนยันความเกี่ยวพันกับความเป็นปกติวิสัยของผู้อื่น ด้วยเหตุนี้ ความกลมกลืนอย่างน่าพิศวงของคู่รักทั่วไป ที่สามารถเข้ากันได้ตั้งแต่แรกเห็น ก็คือกระบวนการจับคู่ ด้วยการผสมผสานทางวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่าย (Bourdieu 1984, 243)

ดังนั้น บูร์ดิเยอจึงยืนยันว่า รสนิยมได้กลายเป็นสาระสำคัญที่เข้ามากำหนดคุณลักษณะทางวัฒนธรรมในกระบวนการแยกแยะทางชนชั้นของผู้บริโภค เพราะว่าปฏิบัติการทางสังคมของมันได้ทำให้เรากลายเป็นองค์ประธานของการเลือกบริโภคสินค้าผ่าน “การแยกแยะ การจำแนกได้รวมและแบ่งแยกสินค้าตามสภาวะทางชนชั้นที่ดำรงอยู่ มันได้รวบรวมกลุ่มคนที่ถือครองสินค้าเหมือนกัน และแบ่งแยกจากผู้อื่น นอกจากนี้ มันได้แบ่งแยกในหนทางพื้นฐานที่สุด นับตั้งแต่รสนิยมเป็นพื้นฐานของทุกๆ สิ่งที่เรามี และทุกๆ สิ่งที่เราแตกต่างจากคนอื่น ในขณะที่เราแยกแยะตัวเราเองและถูกจำแนกโดยคนอื่น” (Bourdieu, 1984, 56)

จากคำอธิบายของบูร์ดิเยอ เราจะเห็นได้ว่าการจำแนกแยกแยะตามคุณลักษณะทางรสนิยมที่แตกต่างจากกันย่อมมีความสัมพันธ์ร่วมกันอยู่ เพราะว่า ถ้ามันไม่อยู่ร่วมกัน การจำแนกย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ แต่เราไม่สามารถเข้าใจได้ว่า รสนิยมที่เกิดขึ้นจากการจำแนกแยกแยะโดยปฏิบัติการทางสังคมจนก่อให้เกิดวัฒนธรรมบริโภคได้อย่างไร หากเราไม่เข้าใจถึงพื้นที่ที่ทำให้การจำแนกแยกแยะรูปแบบการบริโภคและรสนิยมเกิดขึ้น มันเกิดขึ้น ก็เพราะว่าความเป็นปกติวิสัยได้เข้ามากำกับคุณลักษณะของวัฒนธรรมให้เป็นไปตามทิศทางที่โครงสร้างทางความหมายกำหนดไว้ และในขณะเดียวกัน มันต้องสอดคล้องต่อความเป็นอิสระของเราต่อการเสพรสนิยมด้วย บูร์ดิเยอเรียกพื้นที่นี้ว่า ‘สนาม’ (field) ซึ่งหมายถึง อะไรที่คล้ายคลึงกับเครือข่ายความสัมพันธ์อันเกิดจากการจำแนกแยกแยะสิ่งที่แตกต่างกัน (ในกรณีคือ วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน) เขาแจกแจงคุณลักษณะของสนามให้เราด้วยตัวอย่างเรื่อง สินค้าฟุ่มเฟือย

ถ้าท่ามกลางสนามของความเป็นไปได้ต่างๆ เหล่านี้ ไม่มีสนามไหนแสดงออกถึงความแตกต่างทางสังคมได้อย่างชัดเจนไปกว่าโลกของสินค้าฟุ่มเฟือย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าทางวัฒนธรรม สิ่งนี้เกิดขึ้นเนื่องจากความสัมพันธ์ของการแบ่งแยกความแตกต่างที่จารึกอยู่ภายในนั้น ได้ถูกกระตุ้นซ้ำขึ้นอย่างจงใจ ในแต่ละการบริโภคผ่านเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ และการยึดถือเอาวัฒนธรรมที่มีความต้องการ สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นแค่การยืนยันความแตกต่างของนักเขียนและศิลปินที่ต่างยืนยันกันว่า ความเป็นอิสระในสนามของการผลิตวัฒนธรรม (the autonomy of the field of cultural production) เป็นสิ่งที่ควรได้รับการกล่าวถึงมากขึ้นเท่านั้น แต่จะต้องปรากฏอยู่ทั่วไปในวัตถุทางวัฒนธรรมด้วย (Bourdieu 1984, 226)

คำอธิบายนี้ไม่ได้แสดงให้เห็นเพียงแค่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในสนามของการผลิตทางวัฒนธรรมที่เข้ามาจำกัดการบริโภคสินค้าเท่านั้น หากมันยังรวมไปถึงการแบ่งแยกความแตกต่างที่เกิดจากการกระตุ้นซ้ำอย่างจงใจในสนามของการผลิตทางวัฒนธรรมได้ทำให้มีการจัดวางรูปแบบความแตกต่าง และการจำแนกแยกแยะการบริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ซ้อนทับกันกับวัฒนธรรมในแต่ละชนชั้น บนพื้นฐานทางด้านความขัดแย้งทางความหมายในเชิงสัญลักษณ์อันเนื่องมาจากสินค้า เพราะว่า “พลวัตในสนามที่สินค้าเหล่านี้ถูกผลิตขึ้น ถูกผลิตซ้ำ และออกจำหน่าย ขณะที่ผลประโยชน์ของการจำแนกความแตกต่างนั้นอ่อนไหวไปตามกลยุทธ์ที่หิบบยกเรื่องความหายาก และความเชื่อในคุณค่าของสินค้า และสิ่งต่างๆ เหล่านี้มาผนวกรวมกัน ซึ่งในทางตรงข้ามทำให้เกิดการจำแนกแยกแยะ เกิดชนชั้น การแปรสภาพ การรับรู้ที่ผิด และรูปแบบที่ถูกต้องของชนชั้นทางสังคม ที่ปรากฏผ่านความพยายามที่เพื่อยึดถือเอาสัญลักษณ์ที่ใช้จำแนกความแตกต่าง ให้กลายเป็น ‘การจำแนกตามธรรมชาติ’” (Bourdieu, 1984, 250)

ถ้าคำอธิบายของบูร์ดิเยอไปถึงถึงคุณลักษณะที่วัฒนธรรมบริโภคปรากฏตัวขึ้นในสนามที่เป็นพื้นที่ของการจำแนกแยกแยะระสนิยม ให้สอดคล้องกับความเป็นปกติวิสัย ที่ให้ทั้งอิสระแก่เราในการเลือกสินค้าที่จะบริโภคและทิศทางของกฎเกณฑ์ที่อนุญาตให้ปฏิบัติการทางสังคมเคลื่อนตาม บูร์ดิเยอกล่าวถึงสัมพันธ์ภาพระหว่างความเป็นปกติวิสัยและสนามว่ามีลักษณะที่เทียบเคียงกันได้ (homology) ยิ่งไปกว่านั้น เขายังได้ขยายสัมพันธ์ภาพนี้ด้วยการโยงเข้ากับ ทุน (capital) เนื่องจากทุนเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อได้จำแนกผู้บริโภค รูปแบบการยังชีพที่กำกับวิธีการดำเนินชีวิตของแต่ละชนชั้น และความรู้สึกลึกทางสุนทรียศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกสินค้า อย่างไรก็ตาม ทุนในที่นี้ไม่ใช่สิ่งที่มีมูลค่า แต่เป็นเนื้อหาเชิงคุณค่าที่เผยแพร่ผ่านสัญลักษณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ

วัฒนธรรม บุรีดิเยออธิบายว่า คุณค่าที่ปรากฏอยู่ในทุน คือ การถือครอง เพราะว่า นอกจากนี้ทุนยังทำให้เกิดการผลิตซ้ำคุณค่าของวัฒนธรรมและการจำแนกแยกแยะความแตกต่างที่กระบวนการของมันเป็นอะไรที่มากกว่าเกมชนิดหนึ่ง ที่การเข้าร่วมเล่นกับความเชื่อที่มีร่วมกันทำให้เกิดคุณค่าในเกม ที่ทำให้เกิดทุน และเกิดการแข่งขันใหม่ เพื่อประโยชน์อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้น บุรีดิเยอจึงสรุปเนื้อหาของทุนดังนี้

สิ่งที่ปัจเจกชนและกลุ่มต่างๆ ได้ให้ความหมายอย่างเฉพาะเจาะจงไว้ ทำให้เกิดระบบการจำแนกที่เป็นสาธารณะขึ้น และการนำสิ่งที่พวกเขาสร้างขึ้นมาใช้เป็นอะไรที่มากกว่า ‘ผลประโยชน์’ ทั่วไป แต่ทั้งหมดคือการดำรงอยู่ของสังคมโดยรวม ซึ่งทุกสิ่งทุกอย่างได้กำหนดนิยามความคิดของตนเองไว้แล้ว โดยนัยยะก็คือ สิ่งที่พวกเขานิยามคำว่า ‘เรา’ ย่อมค้ำกับ ‘เขา’ หรือ ‘คนอื่น’ และสิ่งเหล่านี้เป็นรากฐานของการกีดกัน (คนที่ไม่เหมือนกับเรา) และรวมคนที่เหมือนกับเราเข้ามา สิ่งเหล่านี้เป็นลักษณะที่เกิดจากการผลิตของระบบการจำแนกที่เป็นสาธารณะ (Bourdieu, 1984, 478)

จากรายละเอียดโดยสังเขปที่กล่าวมานี้ เราจะเห็นได้ว่าอิทธิพลทางความคิดของสกุลความคิดและนักปรัชญาและนักทฤษฎีในกลุ่มนี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อการศึกษาวัฒนธรรมบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอธิบายให้เราได้เห็นถึงสิ่งต่างๆ ที่มันดำรงอยู่และคุ้นเคยเป็นอย่างดีว่าเป็นอยู่อย่างไร และการเปลี่ยนแปลงในระนาบการศึกษาเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันที่มีความคุ้นเคยได้กลายเป็นหัวข้อสนทนาทางความคิด ในขณะเดียวกันนี้เอง อิทธิพลของแนวความคิดนี้มันยังได้เข้าไปข้องแคบอังกฤษสูง และต่อมาก็ลัดฟ้าข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกสู่สหรัฐอเมริกา

3) แนวทางการศึกษาทางวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ก่อนที่เราจะกล่าวถึงบทวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภคในแนวทางการศึกษาแนวนี้ เราจำเป็นต้องทำความเข้าใจร่วมกันว่าแนวทางการศึกษาทางวัฒนธรรมศึกษามีความหลากหลาย แต่สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ เราจำเป็นต้องรู้จักคุณลักษณะของวัฒนธรรมศึกษาว่าเป็นเช่นใดด้วย ดังนั้น เราอาจจะกล่าวได้ว่าแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมศึกษา คือ การศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย ที่ให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมร่วมสมัยในฐานะที่เป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิต ซึ่งมีเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย จนบางครั้งมีการกล่าวอ้างว่า อะไรๆ ก็สามารถเป็นเนื้อหาที่วัฒนธรรมศึกษาสนใจได้

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนจึงจำเป็นต้องจำกัดรายละเอียดเฉพาะส่วนโดยมุ่งความสนใจเพียงแค่เรื่องระบบสื่อสารมวลชนในสังคมสมัยใหม่ ที่มีความลึกซึ้งในการครอบงำทางอุดมการณ์ ความคิด ค่านิยม และความหมายต่อการดำเนินชีวิตที่ทอดผ่านวัฒนธรรมมวลชน

อาจจะกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมศึกษามีรากฐานและประวัติความเป็นมา มาจากการศึกษาด้านวรรณกรรม โดยเอฟ. บี. ลีวิส (F. B. Leavis) ที่พิจารณาการแพร่หลายของความรู้ด้านวรรณกรรมว่าเป็นการบ่มเพาะปัจเจกชนให้มีความเจริญวัยทางปัญญาที่สมดุลกับชีวิต ลีวิสได้ตั้งข้อสังเกตว่า กิจกรรมการอ่านงานวรรณกรรมไม่ใช่กิจกรรมยามว่าง แต่เป็นกิจกรรมของปัจเจกชนที่พึงพอใจต่อการค้นหารูปแบบชีวิตในงานวรรณกรรม และอธิบายรูปแบบการดำเนินชีวิตว่าเป็น 'วัฒนธรรม' เมื่อกิจกรรมการอ่านหนังสือได้แพร่ขยายมากขึ้น ผลที่ตามมาก็คือ สาธารณชนนอกจากจะได้รับความรื่นรมย์จากการบริโภควรรณกรรม แล้ว พวกเขายังได้สร้างแนวทางในการดำเนินชีวิตของตนเองหลังจากเรียนรู้ผ่านวรรณกรรม จนในที่สุด ปรากฏการณ์นี้ได้สร้างรูปแบบทางวัฒนธรรมที่สาธารณชนมีส่วนร่วม และประกอบกับพลวัตทางสังคมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้กลายเป็นตัวเร่งวิถีชีวิตและพัฒนากายทางวัฒนธรรมให้มีคุณลักษณะร่วมกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกันมากขึ้นเรื่อยๆ จนเป็นสิ่งที่เรียกกันต่อมาว่า 'วัฒนธรรมมวลชน'

กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ พัฒนาการของวัฒนธรรมศึกษาไม่ได้เริ่มต้นจากการเป็นแขนงวิชาหากเป็นปริณิชนิตทางการศึกษา ที่แต่ละแขนงวิชาสามารถเชื่อมโยงกันในการวิเคราะห์แง่มุมทางวัฒนธรรมของสังคม เราจำเป็นต้องเข้าใจร่วมกันว่าแนวทางการศึกษาทางวัฒนธรรมศึกษามีความหลากหลาย แต่สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เราจึงจำแนกแนวทางการศึกษานี้ออกจากที่มาของกระแสความสนใจในวัฒนธรรมเป็นหลัก โดยจัดแบ่งไปตาม แหล่งที่กระแสวัฒนธรรมศึกษาได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง 2 แห่งใหญ่ คือ อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา

เราอาจจะกล่าวโดยย่อได้ว่า กำเนิดแนวทางการศึกษาทางวัฒนธรรมศึกษาสกุลอังกฤษเกิดขึ้นมาพร้อมกับการก่อตั้ง The Centre for the Cultural Studies ที่มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม ในปี ค.ศ.1964 โดยริชาร์ด ฮอกการ์ท (Richard Hoggart) โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการสนับสนุนการวิจัยและการศึกษาของนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาเป็นหลัก งานเขียนชิ้นสำคัญของฮอกการ์ท คือ *The Uses of Literacy* ถือได้ว่าเป็นงานเขียนชิ้นแรก ที่วิเคราะห์การแปรสภาพและการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชนชั้นกรรมาชีพ นอกจากนี้ยังรวมถึงงานเขียนของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) คือ *Culture and Society* และ *The Long Revolution* ส่วนงานเขียนของอี. พี. ทอมป์สัน (E. P. Thompson) ก็คือ *The Making of the English Working Class*

ล้วนมีอิทธิพลอย่างมากต่อการนิยามความหมายของวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขยายพรมแดนความหมายของวัฒนธรรมที่แต่เดิมจำกัดตัวอยู่ที่วัฒนธรรมชั้นสูง ให้สามารถครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของทุกคน ทุกชนชั้น และทุกอย่างที่มีผลต่อวิถีการดำเนินชีวิต

ในขณะที่ สำนักเบอร์มิงแฮมได้สร้างชื่อเสียงในการศึกษาอิทธิพลของสื่อมีบทบาทในการกำกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในสังคมสมัยใหม่ และกลายเป็นกระแสหลักของการรับรู้ทางด้านวัฒนธรรมศึกษา ในด้านทิศตะวันตกของเกาะอังกฤษ ก็ยังมีการก่อตัวของการศึกษาวัฒนธรรมขึ้นที่มหาวิทยาลัยคาร์ดิฟฟ์ (Cardiff University) โดยมีเอส. แอล. บีเธลล์ (S. L. Bethell) เป็นผู้บุกเบิกในช่วงทศวรรษ 1940 โดยเขาให้ความสนใจต่อวัฒนธรรมจากการศึกษาวรรณกรรมเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม พัฒนาการของความสนใจต่อวัฒนธรรมของสำนักคาร์ดิฟฟ์ได้ขยายขอบเขตจากการศึกษาวรรณกรรมมาสู่การศึกษาอิทธิพลของสื่อ โดยเฉพาะ จอห์นฮาร์ตลีย์ (John Hartley) และจอห์น ฟิสก์ (John Fiske)⁹ นอกจากนี้ ยังได้รับแนวความคิดต่างๆ ของฝรั่งเศสและเยอรมันมาช่วยในการศึกษา เพื่อการแตกแขนงองค์ความรู้ไปในเรื่องราวร่วมสมัยทางวัฒนธรรม

กระแสการศึกษาวรรณกรรมในอังกฤษยังมีอีกกลุ่มหนึ่งที่น่าสนใจคือ วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (material culture) ที่ให้ความสนใจต่อความเป็นสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งของในสังคมและวิถีการดำเนินชีวิต โดยมุ่งพิจารณาปฏิสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์มวลชน (mass product) กับวิถีการบริโภคสมัยใหม่ได้สร้างความหมายและนัยยะทางสังคมเช่นใดบ้าง เช่น การศึกษาเรื่องรถของจอห์น อูร์รี่ (John Urry) ที่อธิบายว่ารถไม่ได้เป็นเพียงวัตถุทางสังคม หากว่ามันยังมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตอีกด้วย “ความหมายของรถในทางประชาสังคม รถเป็นทั้งพื้นที่และเวลาสำหรับการพำนักรักพินิจ เดินทาง และการกล่อมเกลางานทางสังคม” (Urry, 2000, 59)

ถ้าแนวทางการศึกษาทางวัฒนธรรมศึกษาสกุลอังกฤษมีรากฐานทางการศึกษาที่มีความร่วมสมัย แนวทางการศึกษาทางวัฒนธรรมศึกษาสกุลอเมริกันกลับมีการก่อตัวขึ้นจากความหลากหลายของแนวทางการศึกษา เนื่องจากบรรดานักวิชาการที่สนใจเรื่องวัฒนธรรมมาจากแขนงวิชาที่แตกต่างกัน และยังได้นำแนวความคิด ทฤษฎี ปรัชญา หรือมาจากสกุลความคิดต่างๆ เช่น อังรี เลอเฟฟในเรื่องบทวิพากษ์ชีวิตประจำวัน สำนักแฟรงเฟิร์ต ใช้ทฤษฎีโครงสร้างนิยมและหลังโครงสร้างนิยม สตรีนิยม เป็นต้น มาเป็นกรอบทางทฤษฎีในการวิเคราะห์ เพื่อสร้างคำอธิบายการเปรียบเทียบ และการศึกษาเฉพาะกรณี เราสามารถอ้างอิงเป็นแนวทางหลักๆ ได้ 2 แนวทางคือ 1) การศึกษาแนว ‘วัฒนธรรมประชานิยม’ (cultural populism) ที่พิจารณาวัฒนธรรมมวลชนที่

⁹ สำหรับผู้ที่สนใจในเรื่องอิทธิพลของสื่อสามารถศึกษาได้จาก *Reading Television* ของจอห์น ฮาร์ตลีย์ และจอห์น ฟิสก์ ไบรด์ดู (Fiske and Hartley, 1978)

เป็นคู่ตรงข้ามกับวัฒนธรรมชั้นสูง และยังเป็นวัฒนธรรมที่ครอบงำกระแสสังคมอีกด้วย การศึกษาแนว 'วัฒนธรรมประชานิยม' ส่วนใหญ่ต้องการวิเคราะห์รูปแบบของวัฒนธรรมพาณิชย์ (enterprise culture) ที่กระบวนการทำให้เป็นสินค้าของสื่อ ความบันเทิง มีผลต่อวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมวัฒนธรรมในรูปแบบใดได้บ้าง 2) การศึกษาแนว 'หลังอาณานิคม' (postcolonialism) ที่เน้นการศึกษาเรื่องพหุวัฒนธรรมนิยม (multiculturalism) โดยพิจารณาความหลากหลายทางวัฒนธรรมคือบทวิพากษ์วัฒนธรรมกระแสหลัก กระแสวิพากษ์นี้เริ่มต้นจากงานเขียนของเอ็ดเวิร์ด ซาอิด (Edward Said) คือ *Orientalism* และอิทธิพลต่อการวิพากษ์การแบ่งแยกตะวันตก/ตะวันออก และรากฐานทางความรู้ที่วางอยู่บนฐานคิดของตะวันตกที่ผลิตความรู้ของผู้อื่น¹⁰ ต่อมาคือกระแสการศึกษาผู้ถูกกดขี่และไร้อำนาจต่อรอง (subaltern studies) โดยเฉพาะอิทธิพลของกยาตรี สปีวัค (Gayatri Spivak)¹¹ กระแสการวิเคราะห์ว่าทกรมเสียงของกลุ่มคนส่วนน้อย (minority discourse) โดยเน้นการเปิดพื้นที่ของเสียงกรีดร้องของผู้ด้อยโอกาสให้มีพื้นที่และตัวตนทางสังคม¹² กระแสสุดท้ายคือกลุ่มที่ผสมผสาน (hybridity) เนื้อหาต่างๆ ร่วมกันภายใต้ปัญหาเชิงมนิทัศน์ อัตลักษณ์และความเป็นอื่น ความแตกต่าง เอกภาพในความหลากหลาย (unity in difference) เป็นต้น¹³

จากทฤษฎีทางวิชาการของแนวทางการศึกษาด้านวัฒนธรรมศึกษาโดยสังเขป เราเห็นทั้งความหลากหลายในเอกภาพของการเรียกแนวทางการศึกษานี้ว่า 'วัฒนธรรมศึกษา' และปัญหาเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคมที่เผชิญอยู่ คือ การครอบงำและการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมในสถานการณ์ทางสังคมร่วมสมัย และการต่อสู้เพื่อเปิดช่องทางของความหลากหลายแก่ความเป็นอื่นให้มีตำแหน่งแห่งที่ทางความคิด และการรับรู้ของสาธารณชน สำหรับความสนใจต่อการศึกษาวัฒนธรรมบริบทที่เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการศึกษานี้ให้ความสนใจ ก็คือ การชี้ให้เห็นถึงการแพร่กระจายทางอุดมการณ์ ความเชื่อ คุณค่า ที่ก่อให้เกิดความหมาย การรับรู้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ และความตระหนักรู้ถึงความเป็นไปของสังคมวัฒนธรรม หลังจากทีปฏิบัติทางการครอบงำทางวัฒนธรรม ที่มีผลต่อรูปแบบในการดำรงชีวิตและความรู้สึกร่วมกันในสังคม

¹⁰ โปรตดู (Said, 1978)

¹¹ โปรตดู (Spivak, 1988)

¹² ในวงวิชาการไทย เดชา ตั้งสีฟ้าดูเหมือนว่าจะเป็นกระบอกเสียงที่สำคัญในแนวความคิดนี้ นอกจากนี้ก็ยังนักวิชาการบางส่วนในสาขามนุษยศาสตร์ที่สนใจแนวความคิดนี้ เช่น จาตุรี ดิงศภิทัย สมเกียรติ ตั้งนโม เป็นต้น

¹³ โปรตดู (Hall, 1987) และ (Bhabha, 1994)

ร่วมสมัยผ่านวาทกรรมและสื่อแขนงต่างๆ จนในที่สุด ทุกคนอยู่ในภวังค์ของเครือข่ายแห่งการบริโภควัฒนธรรมนี้

ในงานเขียนชิ้นสำคัญของสจ๊วต ฮอลล์ คือ “Encoding, Decoding” ฮอลล์ได้ให้ภาพความเข้าใจต่อกระบวนการสื่อสารมวลชน (mass communication) ที่มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาทางทฤษฎีดั้งเดิมที่วางอยู่บนตัวแบบเชิงเส้นตรงคือ ผู้ส่งสาร/สาร/ผู้รับสาร (sender/message/receiver) และเน้นความสำคัญที่การแลกเปลี่ยนเนื้อหาของสาร แต่กลับละเลยการพิจารณาเรื่องโครงสร้างอันสลับซับซ้อนของความสัมพันธ์ทั้งสาม ฮอลล์จึงได้นำเสนอตัวแบบอีกตัวแบบหนึ่ง ในการทำความเข้าใจกระบวนการสื่อสารมวลชนผ่านกระบวนการผลิต/การเผยแพร่/การบริโภค/การผลิตซ้ำ เขาเรียกกระบวนการนี้ว่า “โครงสร้างอันสลับซับซ้อนในการครอบงำ” (a complex structure in dominance) ซึ่งก่อให้เกิดความหมายและสารในการรับรู้ของเรา “ผ่านการจัดการต่อรหัสภายในห่วงโซ่ทางความหมายในภาษาของวาทกรรม” (Hall, 1992, 128) ส่วนกลไกและปฏิบัติการทางการผลิตย่อมแพร่กระจายโดย ‘การใส่รหัสและการถอดรหัส’

ฮอลล์บรรยายคุณลักษณะของ ‘การใส่รหัสและการถอดรหัส’ โดยเริ่มต้นจาก การผลิตคือการสร้าง ‘สาร’ ที่การใส่รหัสความหมายได้เผยแพร่สู่ผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารบริโภคสารดังกล่าว พวกเขาก็จะทำการถอดรหัสความหมาย พร้อมๆ กับการยอมรับต่อความหมายและปล่อยให้มันครอบงำในรูปแบบวาทกรรม สิ่งนี้จะก่อให้เกิดการผลิตซ้ำสารขึ้นมา เมื่อใดก็ตามที่มีการตระหนักต่อรหัสความหมายนั้นๆ สำหรับฮอลล์แล้ว การใส่รหัสและการถอดรหัสไม่มีความจำเป็นต้องมีความหมายที่ตรงกันเสมอไป เราอาจจะเข้าใจถูกหรือเข้าใจผิดก็สามารถเกิดขึ้นได้ แต่สาระสำคัญคือการรับรู้สารของเราต่อความหมายที่เป็นไปได้ เมื่อการใส่รหัสในสารได้อิงกับ ‘แผนที่ทางความหมาย’ ที่ความเป็นจริงทางสังคมวัฒนธรรมทำให้ปฏิบัติการทางความหมายมีผลกระทบกับเรา รหัสความหมายนี้จะทำให้เราจำยอมและครอบงำด้วยอุดมการณ์ ความเชื่อหรือคุณค่าหนึ่งพร้อมๆ กับกีดกันสิ่งที่เป็นอื่นหรือแตกต่างออกไป จนในที่สุด มันจะสถาปนา ‘ระเบียบการครอบงำทางวัฒนธรรม’ (dominant cultural order) ขึ้นมา เพื่อความสะดวกต่อการถอดรหัส ฮอลล์เรียกกระบวนการนี้ว่าเป็นการครอบงำ เพราะว่า มันก่อให้เกิดแม่แบบของการอ่านความหมายในขณะที่ถอดรหัส ดังนั้น เขาจึงแบ่งแยกสมมติฐานของการสร้างการถอดรหัสความหมาย ที่เกิดจากวาทกรรมของสื่อ และสามัญสำนึกของเราต่อการรับรู้ความหมายออกเป็น 3 อย่าง ด้วยกัน คือ

- 1) ตำแหน่งของการครอบครองความเป็นใหญ่ในการครอบงำ (dominant-hegemonic position) เมื่อเรารับสารที่ออกมาจากสื่อ และเข้าใจความหมายที่ถ่ายทอดออกมา เราได้จัดวางรหัสความหมายนั้นไว้ภายใต้ความเข้าใจและปล่อยให้มันครอบงำเรา ฮอลล์เรียกสถานการณ์เช่นนี้

ว่า “การสื่อสารที่โปร่งใสอย่างสมบูรณ์แบบ” (perfectly transparent communication) (Hall, 1992, 136) เมื่อใดก็ตามที่การสื่อสารในลักษณะนี้เกิดขึ้น มันจะสื่อความหมายออกมาจากรหัส ที่สร้างขึ้นเพื่อการครอบครองความเป็นใหญ่ในการครอบงำ รวมทั้งมันยังได้ผลิตซ้ำด้วยกลไกทางอุดมการณ์และการเข้าถึง ไว้ในแต่ละสถานการณ์ที่เราได้รับรู้

2) ตำแหน่งของความหมายที่เกิดจากการถูกต่อรอง (negotiated position) เมื่อรหัสความหมายครอบงำเราไว้ มันยังได้เชื่อมโยงต่อส่วนต่างๆ ในสังคมและสร้างความชอบธรรมให้เกิดขึ้นตามมาด้วย คุณลักษณะของการครอบงำจากรหัสความหมายนี้จะปรากฏออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจนจนเรารู้ได้ ก็ต่อเมื่อมีการโต้แย้งเกิดขึ้น แต่การโต้แย้งนี้ไม่ใช่การขัดขวาง หากเป็นสิ่งที่มาต่อรอง “การถอดรหัสภายในมุมมองการถูกต่อรองจะบรรจุการผสมผสานระหว่างการปรับตัวเข้าหากันและการเกิดฝ่ายตรงข้าม” (Hall, 1992, 137) ฮอลล์อธิบายต่อไปว่า การถอดรหัสภายในการต่อรองได้แสดงให้เห็นถึงความชอบธรรมของการนิยามการครอบครองความเป็นใหญ่ของรหัสความหมาย โดยจัดการต่อฝ่ายตรงข้ามด้วยการควบคุมสื่ออย่างรัดกุม และสงวนสิทธิในการต่อรองไว้กับตนเองเท่านั้น

3) ตำแหน่งของความหมายที่เกิดจากรหัสที่อยู่ด้านตรงข้าม (oppositional code) ฮอลล์อธิบายว่า ผู้รับสารสามารถที่จะเข้าถึงความหมายจากการถอดรหัสได้ อย่างที่เป็นด้านตรงข้ามกับความหมายที่ผู้ผลิตต้องการสื่อออกมา เพราะว่า เรา “ผู้รับสารได้ย่อยสลายเนื้อความจากรหัสที่รับทราบ เพื่อที่จะเรียบเรียงเนื้อความนั้นใหม่ในกรอบการอ้างอิงความหมายอื่น” (Hall, 1992, 138) การรับสารในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นได้ในกรณีการรับฟังข้อถกเถียงทางการเมืองหลายๆ ครั้ง ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในเนื้อหาที่โต้แย้งกัน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ฮอลล์เห็นว่า มันสำคัญเนื่องจากมันยังคงเกี่ยวข้องกับการรับสารที่การครอบงำด้วยความหมายเกิดขึ้น แม้ว่ามันจะตรงข้ามกับเนื้อความที่ต้องการสื่อจริงๆ ก็ตาม

จากการวิเคราะห์รหัสความหมายของสารที่ปรากฏอยู่ในสังคมวัฒนธรรม ทำให้เราเข้าใจต่อไปได้ว่าการรับสารต่างๆ ย่อมมีโครงสร้างอันสลับซับซ้อนของการครอบงำที่กำกับความหมายในทุกๆ ครั้งที่เรารับสารดังนั้น การทำความเข้าใจรูปแบบทางวัฒนธรรมบริบทในแนวความคิดของฮอลล์ จึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการแพร่กระจายความหมายของวัฒนธรรมบริบทในกระบวนการบริบทวัฒนธรรมนี้ เมื่อสื่อได้เผยแพร่สารออกไปสู่สาธารณชน มันทั้งส่งผลและก่อให้เกิดความหมายต่อกิจกรรมในการดำเนินชีวิต เพราะว่า มันส่งผ่านรูปแบบที่เราซึมซับได้และมีผลโดยตรงต่อการถอดรหัสความหมายที่ใส่ไว้ในสื่อต่างๆ ดังนั้น ความสนใจของแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมศึกษาของสำนักเบอร์มิงแฮม จึงให้ความสนใจและความสำคัญต่อสื่ออย่าง

มาก ดังที่เราจะเห็นได้จากงานเขียนของ เดวิด มอร์ลีย์ (David Morley) เอียน อัง (Ian Ang) เป็นต้น¹⁴

เราได้อะไรจากแนวทางการศึกษาทางวัฒนธรรมศึกษา ต่อเนื้อหาและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมบริโภค? เราอาจกล่าวได้ว่า จากจุดเริ่มต้นของแนวทางการศึกษาแนวนี้ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อความเข้าใจต่อความหมายเชิงมโนทัศน์ของคำว่า 'วัฒนธรรม' และมันยังทำให้เนื้อหาและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมครอบคลุมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตในสังคมสมัยใหม่ รวมทั้งยังโยงไปถึงปรากฏการณ์ต่อความรู้สึกร่วมสมัยอีกด้วย ดังนั้น การวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภคในแนวทางการศึกษานี้จึงนำเสนอคำอธิบายที่เริ่มต้นจาก 'การครอบงำทางวัฒนธรรม' ในกระบวนการแพร่กระจายรหัสความหมายและนัยยะทางสังคมวัฒนธรรม โดยมีได้กล่าวถึงกำเนิดหรือที่มาของวัฒนธรรมบริโภค นอกจากนี้ แนวทางการศึกษาวัฒนธรรมศึกษายังได้เปิดมุมมอง ทรรศนะหรือเสียงของผู้รับสารว่า คุณค่า ทักษะและคำอธิบายต่อสารที่รับอย่างไร ส่วนความแตกต่างของความคิดเห็นจากผู้รับสารที่ถ่ายทอดออกมาไม่ใช่อุปสรรคในการศึกษาในทางตรงข้าม มันก่อให้เกิดการแลเห็นรูปลักษณะทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนมากขึ้นในแต่ละกรณีการศึกษา ด้วยเหตุนี้เอง เราจึงสรุปได้ว่า แนวทางการศึกษาวัฒนธรรมศึกษาได้ทำให้ประเด็นเรื่องวัฒนธรรมบริโภคกลายเป็นเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการวิเคราะห์วิถีการดำรงชีวิต และรูปแบบอันหลากหลายอันจะเกิดขึ้นได้จากการบริโภคและผลิตซ้ำความหมายทางวัฒนธรรม ที่แพร่กระจายผ่านสื่อและปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุในสังคมสมัยใหม่ ก่อนที่เราจะรู้สึกว่าการบริโภควัฒนธรรมนี้เป็นเพียงแค่ปรากฏการณ์ร่วมสมัย

4) การปรับตัวทางความคิดของนักคิดหลังมาร์กซิสต์ (Post-Marxism) ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นถึงความอ่อนล้าของทฤษฎีมาร์กซิสต์ที่ไม่สามารถวิเคราะห์พลวัตในวิถีการผลิตแบบทุนนิยมได้ ส่งผลให้นักทฤษฎีแนวมาร์กซิสต์ส่วนใหญ่เลิกเชื่อมั่นต่อคำอธิบายดั้งเดิมของมาร์กซ์ ไม่ว่าจะเป็น สถานะของพลังการผลิตและความสัมพันธ์ทางการผลิต ชนชั้นและการปฏิวัติ ลำดับชั้นทางสังคมในแต่ละวิถีการผลิตและสังคมอุดมคติในอนาคตที่เป้าหมาย (telos) ทางทฤษฎี ความเชื่อมั่นต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อปลดปล่อยมนุษยชาติให้หลุดพ้นจากการกดขี่ขูดรีดและปัญหาระดับอุดมการณ์ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักทฤษฎีหลังมาร์กซิสต์ปรับตัวอย่างมากในการสร้างคำอธิบายและเนื้อหาทางทฤษฎีในการศึกษาความเป็นจริง อันได้แก่ เออร์เนสโต ลาเคลา (Ernesto Laclau) ของเทล มูฟฟ์ (Chantal Mouffe) และเฟรดริก เจมสัน (Fredric Jameson) เป็นต้น

¹⁴ โปรดดู (Morley, 1992), (Ang, 1985)

อะไรคือการปรับตัวของนักทฤษฎีแนวหลังมาร์กซิสต์ ต่อปัญหาการเปลี่ยนผ่านภายในวิถีการผลิตทุนนิยม? นักทฤษฎีกลุ่มนี้ไม่ได้เริ่มต้นพิจารณาพลังการผลิตในฐานะที่เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนรูปแบบทางสังคม แต่พิจารณาที่การผลิตซ้ำของพลังการผลิต และความสัมพันธ์ทางการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เทคโนโลยีและทุน กับการจัดการต่อมูลค่าส่วนเกินและกลไกตลาด เนื่องจาก สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อคำอธิบายต่อพลวัตภายในวิถีการผลิตแบบทุนนิยมที่ขับเคลื่อนสังคมให้เป็นไปในทิศทาง อันจะข้ามพ้นระบบทุนนิยมได้ จำเป็นต้องวิเคราะห์ความสลับซับซ้อนของสังคมทุนนิยม เพื่อวางเป้าหมายในทางปฏิบัติการเชิงทฤษฎีที่จะก่อให้เกิดการเมืองแห่งการปลดปล่อย (emancipatory politics) ขึ้นจริงได้ นักทฤษฎีแนวหลังมาร์กซิสต์ทั้งหลายมีความเชื่อว่า ความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจำเป็นต้องอธิบายและสร้างพลังการวิเคราะห์จากโลกแห่งความเป็นจริงที่เราอาศัยอยู่ ข้อเสนอทางทฤษฎีของลาเคลาและมูฟฟ์เกี่ยวกับการเมืองแห่งการปลดปล่อยนั้น ย่อมเกิดขึ้นด้วยเงื่อนไขภายในระบอบประชาธิปไตย¹⁵ ในขณะที่นักทฤษฎีที่สนใจต่อพลวัตทางสังคมวัฒนธรรมและวิถีการผลิตของระบบทุนนิยม ก็นำเสนอการแปรสภาพหน่วยวิเคราะห์ของทฤษฎีมาร์กซิสต์ ซึ่งในแนวคิดมาร์กซิสต์ดั้งเดิมคือ ‘วิถีการผลิต’ (mode of production) ในขณะที่หน่วยวิเคราะห์ของกระแสความคิดหลังมาร์กซิสต์ คือ ‘ทุนนิยมตอนปลาย’ (late capitalism) ซึ่งเฮอร์เนสต์ แมนเดล (Ernest Mandel) ได้นำเสนอไว้ว่า เมื่อเศรษฐกิจระหว่างประเทศหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วจนก่อให้เกิดพลวัตและความสลับซับซ้อนแก่ระบบทุนนิยมมากขึ้น ผลที่ตามมาคือ บทบาทที่เพิ่มขึ้นของทุน ซึ่งขยายบทบาทและมีความสำคัญเทียบเท่ากับแรงงาน แมนเดลอธิบายถึงประเด็นนี้ไว้ว่า ทุน “ได้ขยาย [บทบาทเข้ามา] ควบคุมอย่างเป็นระบบเหนือกระบวนการผลิต การหมุนเวียน และการผลิตซ้ำ การควบคุมอย่างเป็นระบบนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลย หากปราศจากการเติบโตของการสร้างระบบ (regimentation) เศรษฐกิจและชีวิตทางสังคมโดยรวม” (Mandel, 1975, 241) อย่างไรก็ตาม แมนเดลไม่ได้ให้รายละเอียดที่เด่นชัดต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม นอกจากการอธิบายเรื่องอุดมการณ์ของระบบทุนนิยมตอนปลายที่ “ความเชื่อในความยั่งยืนของเทคโนโลยี ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบเฉพาะทางอุดมการณ์ของระบอบทุนนิยมตอนปลาย” (Mandel, 1975, 501) ยิ่งไปกว่านั้น เขายังเทียบเคียงรูปแบบทางอุดมการณ์ที่มีผลต่อชีวิตทางสังคมและนัยยะทางวัฒนธรรมกับ ‘สังคมหลังอุตสาหกรรม’ (postindustrial society) ที่ดาเนียล เบล์สเสนอไว้¹⁶

¹⁵ สำหรับผู้ที่สนใจความคิดของลาเคลาและมูฟฟ์ โปรดดู (Lacieu and Mouffe, 1985), (Mouffe, 1988, 46-62) เป็นต้น

¹⁶ โปรดดู (Bell, 1973)

นักทฤษฎีหลังมาร์กซิสต์ที่ต้องการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรม ได้อาศัยคำอธิบายเรื่องอุดมการณ์ของระบบทุนนิยมตอนปลายนี้เป็นพื้นฐานที่จะขยายการวิเคราะห์มิติทางวัฒนธรรม และปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น ภายใต้เงื่อนไขเชิงตรรกะที่เทคโนโลยีและทุนได้กลายเป็นพลังของการแปรสภาพรูปแบบทางสังคมและวิถีการดำเนินชีวิต นักทฤษฎีหลังมาร์กซิสต์คนสำคัญในแนวทางนี้คือ เฟดริค เจมสัน (Fredric Jameson) และเดวิด ฮาร์วีย์ (David Harvey) นักภูมิศาสตร์ที่เฝ้าในทศวรรษหลังมาร์กซิสต์มาอธิบายสภาพสังคมหลังสมัยใหม่

เฟดริค เจมสันได้หันเหความสนใจสู่เรื่องวัฒนธรรมจากการเข้าร่วมถกเถียงกับกระแสหลังสมัยใหม่นิยม (postmodernism) โดยเสนอว่า กระแสหลังสมัยใหม่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากตรรกะทางวัฒนธรรมของระบบทุนนิยมตอนปลาย ในบทความชิ้นสำคัญของเขา คือ “Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism” ซึ่งต่อมาเขาได้ขยายเนื้อหาและพัฒนามาเป็นหนังสือในชื่อเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้าที่เจมสันจะนำเสนอความคิดนี้ เขาได้กล่าวถึงสังคมบริโภคไว้ในบทความขนาดสั้นชิ้นหนึ่ง โดยมีสาระสำคัญส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพระหว่างการผลิตทางวัฒนธรรมและชีวิตทางสังคม ที่ปรับเปลี่ยนการรับรู้ทางศิลปะและสุนทรียศาสตร์ ในบทความ “Postmodernism and Consumer Society” เจมสันจึงเริ่มต้นด้วยภาพลักษณ์ของศิลปะแขนงต่างๆ ในกระแสหลังสมัยใหม่นิยมที่เป็นปฏิริยาต่อต้านรูปแบบอันสูงค่าทางศิลปะแนวสมัยใหม่นิยม และปฏิเสธการแบ่งแยกรูปแบบทางวัฒนธรรมออกเป็น วัฒนธรรมชั้นสูงและวัฒนธรรมมวลชน ยิ่งไปกว่านั้น เจมสันยังได้เสนอว่ากระแสหลังสมัยใหม่นิยมนี้ได้ทำให้เกิดความพรวมั่วต่อความเข้าใจต่อรูปแบบทางวัฒนธรรมอีกด้วย เจมสันอธิบายความพรวมั่วนี้ด้วยมโนทัศน์ ‘ศิลปะก้ำมะลอ’ (pastiche)

ศิลปะก้ำมะลอคือ . . . การลอกเลียนงานศิลปะด้วยรูปแบบที่แปลกหรือไม่เหมือนใคร ด้วยการฉาบหน้าด้วยเทคนิคและรูปแบบ เสมือนเป็นการพูดภาษาที่ไม่มีใครใช้ แต่มันเป็นปฏิบัติการล้อเลียนที่เป็นกลาง ปราศจากแรงจูงใจที่ซ่อนเร้นในการล้อเลียน ปราศจากการเสียดสี ปราศจากเสียงหัวเราะ ปราศจากความรู้สึกที่ยังแฝงไว้ว่ามีบางสิ่งบางอย่างที่เป็นปกติ เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ถูกลอกเลียน (Jameson, 1983, 114)

กล่าวคือ เจมสันเน้นให้เราถึงคุณลักษณะของกระแสศิลปะแนวหลังสมัยใหม่นิยมว่าก่อตัวขึ้นมาในลักษณะเป็นการลอกเลียนแบบและล้อเลียนมากกว่าการสร้างสรรค์งานศิลป์อันเลอเลิศ

เช่น ผลงานทางศิลปะของแอนดี้ วอร์ฮอล (Andy Warhol) เป็นต้น ในสายตาของเจมสันแล้ว ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นจากความล้มเหลวของอดีต ที่จัดวางรูปแบบของศิลปินผู้ยิ่งใหญ่บนความเชื่อต่อตัวปัจเจกชน และอุดมการณ์ว่าด้วยปัจเจกชนนิยม (individualism) สิ่งนี้ได้กลายเป็นรากฐานในการผลิตความคิดทางศิลปะและสุนทรียะในแนวสมัยใหม่นิยม ที่ศิลปินได้สร้างงานศิลปะขึ้นเอกแก่โลก จนในที่สุดความคิดความเชื่อและอุดมการณ์ดังกล่าวได้เดินทางผ่านอดีตมาจนถึงจุดจบ จนไม่สามารถนำเสนอสิ่งใหม่ขึ้นมาแทนที่ได้ ดังนั้น ‘ศิลปะก้ำมะลอ’ จึงกลายเป็นประดิษฐกรรมทางศิลปะในอีกแนวทางหนึ่ง ที่ก่อตัวจาก “ความล้มเหลวอันจำเป็นของศิลปะและสุนทรียศาสตร์ ความล้มเหลวของนวัตกรรม ที่ตกอยู่ในกรงขังของอดีต” (Jameson, 1983, 116)

เจมสันอธิบายต่อไปว่า ‘ศิลปะก้ำมะลอ’ ได้ผลักดันให้ยอมรับต่อผลผลิตทางวัฒนธรรมของมันในระนาบที่การเลียนแบบก่อให้เกิดผลกระทบทางความหมาย (meaning-effect) ที่มีต่อการดำเนินชีวิตและรูปแบบทางวัฒนธรรม มากกว่าความหมายของ ‘ศิลปะก้ำมะลอ’ ให้คุณค่าแก่เรา นอกจากนี้ ‘ศิลปะก้ำมะลอ’ ยังก่อให้เกิดอาการทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกต่อสิ่งรอบตัว (schizophrenia) เนื่องจาก การแปรสภาพประสบการณ์ทางศิลปะ จากศิลปะแนวสมัยใหม่นิยมสู่ศิลปะแนวหลังสมัยใหม่นิยม ได้ทำให้เกิดการยอมรับการผลิตซ้ำและการลอกเลียนที่แทรกซึมอยู่ในชีวิตประจำวันจนก่อรูปแบบทางวัฒนธรรมผ่านคุณลักษณะของการบริโภค ความเร่งรีบในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิต และการขยายบทบาทของโฆษณา จนในที่สุด สภาวะการณ์เหล่านี้เอื้อให้วัฒนธรรมบริโภคกลายเป็นรูปแบบการดำรงชีวิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

เจมสันได้พัฒนาประเด็นดังกล่าว ด้วยการชี้ให้เห็นถึงพลวัตของระบบทุนนิยมตอนปลายที่ตรึงทางวัฒนธรรมได้แปรสภาพแบบแผนในการดำเนินชีวิตไปในทิศทางที่ “รอยแยกระหว่างยุคสมัยไม่ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหา เพียงแต่จัดโครงสร้างใหม่ของพื้นฐานต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว” (Jameson, 1983, 123) สิ่งนี้ได้ทำให้เราเห็นถึงการเปลี่ยนผ่านรูปแบบทางวัฒนธรรมของกระแสหลังสมัยใหม่ ที่ยังคงมีตำแหน่งแห่งที่ในระบบทุนนิยม นอกจากนี้ เจมสันได้ชี้ให้เห็นถึงรูปแบบของระบบทุนนิยมตอนปลายคือรูปแบบสังคมหลังสมัยใหม่ที่เราได้พบเห็น “กระบวนการทำให้เป็นสมัยใหม่เสร็จสมบูรณ์ และธรรมชาติได้เลื่อนหายไปตลอดกาล . . . ‘วัฒนธรรม’ ได้กลายเป็น ‘ธรรมชาติที่สอง’ ที่แท้จริงแทน” (Jameson, 1991, ix)

ถ้าวัฒนธรรมคือธรรมชาติที่สอง เจมสันไม่ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมนี้เป็นวัฒนธรรมบริโภคโดยตรง หากบรรยายถึงคุณลักษณะของวัฒนธรรมในสังคมหลังสมัยใหม่ ที่ประสบการณ์ทางด้านศิลปะและสุนทรียศาสตร์เป็นเงื่อนไขสำคัญที่กำหนดแนวทางในการเสพสนิยม และการเติบโต

ของวัฒนธรรมมวลชน เจมสันให้เหตุผลแก่เราว่า ระบบทุนนิยมมีทั้งพลวัตและลักษณะการครอบงำที่แปรเปลี่ยนไปภายใต้สภาวะการณ์ที่เศรษฐกิจขับเคลื่อนตรรกะทางวัฒนธรรมสู่พื้นที่ทางสังคม โดยสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ เป็นต้น จนกระทั่ง การดำเนินชีวิตได้ซึมซับรูปแบบทางวัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยการผลิตซ้ำ (reproduction) จากสื่อดังกล่าว จนก่อให้เกิดการลงความเห็นเกี่ยวกับสังคมของภาพลักษณ์ หรือความเสมือนจริงและการแปรสภาพของสิ่งที่เป็นจริงไปสู่เหตุการณ์ที่ราวกับว่าเป็นจริงจำนวนมาก (Jameson, 1991, 48) ดังนั้นการดำเนินชีวิตในสังคมทุนนิยมตอนปลาย

ถ้าเจมสันให้คำจำกัดความต่อกระแสหลังสมัยใหม่ ว่าเป็นผลลัพธ์จากตรรกะทางวัฒนธรรมของระบบทุนนิยมตอนปลาย และยังก่อให้เกิด ‘สังคมบริโภคนิยม’ ตามมา เราจะพบเนื้อหาที่คล้ายคลึงกันนี้จากความคิดของเดวิด ฮาร์วีย์ ในหนังสือ *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change* โดยฮาร์วีย์ได้นำเสนอภาพของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ที่การเคลื่อนตัวของสังคมในปัจจุบันได้แปรสภาพตัวเองไปสู่สังคมหลังสมัยใหม่ ฮาร์วีย์เน้นให้เราได้เห็นถึงพลวัตภายในระบบทุนนิยม และประสบการณ์ทางสุนทรียศาสตร์อันส่งผลต่อการรับรู้ของเราเกี่ยวกับคุณค่าของศิลปะ และการดำเนินชีวิตไปในแนวทางที่เราต้องยอมรับต่อกระบวนการทำให้เป็นสมัยใหม่และการพัฒนาสู่ยุคหลังสมัยใหม่ ฮาร์วีย์พิจารณาและให้ความสำคัญแก่เศรษฐกิจเป็นเครื่องกำหนดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม รูปแบบทางวัฒนธรรม และประสบการณ์ทางสุนทรียศาสตร์อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน สภาวะการณ์เช่นนี้ก่อให้เกิดคุณลักษณะทางสังคมวัฒนธรรมอันเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงอย่างคาดไม่ถึงในกระบวนการผลิตและการบริโภค ฮาร์วีย์อธิบายว่า สิ่งเหล่านี้เป็นผลมาจากเงื่อนไขทางประวัติศาสตร์ ที่การขับเคลื่อนทางด้านการผลิตได้ทำให้สิ่งต่างๆ เคลื่อนไปตามแนวทางที่สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจเข้ามาควบคุมแนวทางในการดำเนินชีวิตของเรา แต่“การเปลี่ยนแปลงมาสู่กระแสหลังสมัยใหม่นั้น ไม่ได้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงในขั้นพื้นฐานของสภาพการณ์ทางสังคม” (Harvey, 1989, 111) ในทางตรงข้าม การเกิดขึ้นมาของกระแสหลังสมัยใหม่ทำให้การเปลี่ยนแปลงเชิงวัฒนธรรมปรากฏชัดขึ้น เมื่อเราพิจารณาภาพลักษณ์ต่างๆ ของการกระจายตัวทางด้านเศรษฐกิจ จากการผลิตมาสู่การสะสมทุน จากการขยายตัวของจักรวรรดินิยมมาสู่การผสมผสานสภาพการณ์ทางสังคมระหว่างโลกาภิวัตน์และความเป็นท้องถิ่น จากความจำเป็นในการดำรงชีวิตสู่ความอยากและความต้องการในสิ่งต่างๆ ที่เราบริโภค

แม้ว่า การศึกษาสภาพการณ์ของยุคหลังสมัยใหม่ของฮาร์วีย์ จะให้ภาพลักษณ์ของความ เป็นหลังสมัยใหม่ ด้วยการฉายภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และศิลปะแขนงต่างๆ

เป็นหลักก็ตาม แต่พื้นฐานของการจัดวางคำอธิบายของเขา ก็ยังคงอยู่ในวิถีแห่งความเข้าใจ ภายใต้แนวทางการศึกษาแนวมาร์กซิสต์ ที่เริ่มต้นการศึกษาจากการแบ่งยุคสมัยออกเป็น สมัยใหม่ และหลังสมัยใหม่ การแบ่งยุคสมัยเช่นนี้บ่งบอกถึงเวลาที่พื้นฐานทางทฤษฎีแนวมาร์กซิสต์เริ่มต้น ที่ความเป็นประวัติศาสตร์ เพื่ออธิบายให้เห็นถึงพัฒนาการและการเปลี่ยนผ่านของยุคสมัย ซึ่งมีการผลิตเป็นพลังผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตและความขัดแย้งทางชนชั้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าฮาร์วีย์จะจัดวางคำอธิบายไว้บนรากฐานทางทฤษฎีแม่บทแนวมาร์กซิสต์ แต่เขาก็ได้สร้างคำอธิบายทางด้านการเปลี่ยนแปลงเชิงวัฒนธรรมในแนวทางมาร์กซิสต์ดั้งเดิม ในทางตรงข้าม เขากลับหยิบยกมโนทัศน์อื่นๆ เช่น Fordism เป็นต้น มาเพื่อขยายพาดานการรับรู้และภาพลักษณ์ของสภาพเศรษฐกิจ ความคิดความเคลื่อนไหวในวงการศิลปะแขนงต่างๆ แต่นี่ไม่ได้หมายความว่าเราได้ข้ามพ้นแนวทางในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ที่ผูกพันตามเงื่อนไขทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ในกันบึงของคำอธิบายทั้งหมด ฮาร์วีย์ยังคงเน้นเรื่องเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงทุกอย่างเสมอ

จากภาพร่างโดยสังเขปเกี่ยวกับ *The Condition of Postmodernity* เราจะเห็นได้ว่า คำอธิบายของฮาร์วีย์อีกส่วนหนึ่ง ได้ให้ความสำคัญแก่ 'ทุน' ในฐานะที่เป็นกระบวนการของระบบทุนนิยม เพื่อทำการผลิตซ้ำของการผลิตและการสร้างการสะสมมูลค่าส่วนเกิน โดยเน้นให้เราได้เห็นถึงตรรกะของทุน ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ด้วยการอธิบายถึงผลกระทบจากการเข้าใจทุนในฐานะที่เป็นกระบวนการขับเคลื่อนของระบบทุนนิยม

ทุนเป็นเรื่องของกระบวนการ ไม่ใช่เรื่องวัตถุสิ่งของ มันเป็นกระบวนการของการผลิตซ้ำของชีวิตทางสังคมผ่านการผลิตสินค้า ซึ่งพวกเราที่อยู่ในโลกทุนนิยม ก้าวหน้าต้องข้องเกี่ยวกับมันอย่างยิ่งยวด กฎเกณฑ์ภายในที่ใช้ควบคุมมัน ได้ยืนยันให้เราเห็นว่า ทุนคือพลวัตและวิถีแห่งการปฏิบัติของการจัดองค์กรทางสังคม การแปรสภาพสังคมที่ไม่หยุดยอนและไม่มีวันจบสิ้นภายในสิ่งที่ตรึงทุนไว้ กระบวนการนี้ได้สร้างภาพ และมัวเมา เติบโตด้วยการทำลายอย่างสร้างสรรค์ และสร้างสรรค์ความอยากกับความต้องการ หาประโยชน์จากแรงงานและความปรารถนาของมนุษย์ ปรับเปลี่ยนพื้นที่ และเร่งจังหวะชีวิตของมนุษย์ (Harvey, 1989, 343)

ด้วยคำอธิบายและเหตุผลดังกล่าวนี้ เราจะเห็นภาพร่างทางความคิดหลังมาร์กซิสต์ของฮาร์วีย์ที่ผลักรากฐานการอธิบายพลวัตทางสังคม จากเดิมที่เป็นเรื่องการผลิตหรือแรงงานเพียงอย่างเดียว มาสู่การอธิบายเรื่องการผลิตซ้ำ ที่ความสัมพันธ์ทางการผลิตเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการอธิบายเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ‘ทุน’ นอกจากจะเป็นเงื่อนไขต่อกระบวนการผลิตซ้ำ และ การขับเคลื่อนรูปแบบการผลิตและการบริโภคแล้ว มันยังเป็นเงื่อนไขต่อการกำหนดชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมอีกด้วย เพราะว่ามันส่งผลต่อการผลิตซ้ำของระบบคุณค่า ความเชื่อ และความชื่นชอบทางสุนทรียศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ความอยากและความต้องการ

เมื่อทุนขับเคลื่อนแนวทางในการดำเนินชีวิตผ่านกระบวนการผลิตซ้ำ มันได้กำหนดรูปแบบทางวัฒนธรรมบริโภคอย่างชัดเจนมากขึ้น โดยฮาร์วีย์ถ่ายทอดสภาพแวดล้อมและความ เป็นอยู่ทางสังคมแบบหลังสมัยใหม่ จากการแปรสภาพทางเศรษฐกิจของระบบทุนนิยมในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 ด้วยการเน้นย้ำถึงการพัฒนาทางอุตสาหกรรมภาคการผลิตสู่ภาคบริการ และจากเปลี่ยนแปลงสถานะและความสำคัญของการผลิตในฐานะที่เป็นเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดพลวัตของระบบทุนนิยม ผู้การเน้นที่มูลค่าของทุนที่เติบโตจากการคาดการณ์และการเก็งกำไร ฮาร์วีย์ เรียกรูปแบบทางเศรษฐกิจแบบนี้ว่า “เศรษฐกิจศาสตร์วูดู” (Voodoo economics) หรือ “เศรษฐกิจแบบการพนันขั้นต่อ” (casino economy)” (Harvey, 1989, 329; 332) กล่าวคือ ฮาร์วีย์บรรยาย สภาพเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาในช่วงทศวรรษ 1980 ในขณะที่ประธานาธิบดีโรนัลด์ เรแกนดำรงตำแหน่งอยู่นั้น นโยบายเศรษฐกิจแบบอนุรักษนิยมใหม่ (neo-conservatism) ได้เอื้อให้เศรษฐกิจภายในประเทศกระจุกตัวอยู่ในคนบางกลุ่มอย่างชัดเจน แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจของสหรัฐ จะดีขึ้น แต่ช่องว่างทางเศรษฐกิจกลับกว้างขึ้นก็ตาม และสิ่งที่เลวร้ายไปกว่านั้น ก็คือ การให้ความสำคัญต่อทุนและการลงทุนมากยิ่งขึ้น จนในที่สุด มันได้หันเหความสนใจจากเรื่องการผลิต ไปสู่เรื่องการคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจ และการอาศัยประโยชน์จากการลงทุนเป็นหลัก โดยคาดการณ์ผลการลงทุนทางการเงินและตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งเปิดโอกาสให้กับเศรษฐีใหม่ซึ่งไม่ได้มาจากการเป็นผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจ หรือควบคุมปัจจัยการผลิตที่แท้จริง นอกจากการเป็นผู้ถือหุ้นบรรษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์ สะสมทุน ความมั่งคั่ง และมีอำนาจต่อช่องทางเศรษฐกิจและการลงทุน ฮาร์วีย์อธิบายถึงกลุ่มคนเหล่านี้ซึ่งเรารู้จักกันดีในนาม ยัปปี้ (Yuppie) ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อการเกิดแบบแผนการดำเนินชีวิตในสังคมเมือง และรูปแบบทางวัฒนธรรมบริโภคอีกด้วย สำหรับฮาร์วีย์แล้ว “วัฒนธรรมยัปปี้แบบใหม่ได้ก่อตัวขึ้น ด้วยการแต่งกายอย่างปราณีตด้วยอาภรณ์ราคาแพง ให้ความสนใจอย่างใกล้ชิดกับทุนทางสัญลักษณ์ แฟชั่น การออกแบบ และคุณภาพชีวิตสังคมเมือง” (Harvey, 1989, 332) นอกจากนี้ ฮาร์วีย์ยังได้กล่าวถึง

สภาพสังคมเศรษฐกิจที่เน้นที่การค้าการณและการทำนายความเป็นไปได้ในอนาคตก่อให้เกิดภาพลวงตา ที่ทำให้ทุกคนเชื่อมั่นต่อความมั่นคงและมั่งคั่งของวันข้างหน้าได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ของสิ่งต่างๆ ได้กลายเป็นสื่อที่สำคัญในการถ่ายทอดและทดแทนความเป็นจริงทางสังคมและเศรษฐกิจ การสร้างภาพและการให้ความสำคัญต่อรูปแบบที่มีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ตามมา คือ รูปแบบและการตัดสินใจคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ในกระบวนการบริโภคที่เน้นเรื่องราคาและคุณค่าทางรสนิยม ที่มีฐานรากมาจากเรื่องทุนและความมั่งคั่งจากการสะสมทุนเท่านั้น ดังนั้นเงื่อนไขในการบริโภคและคุณค่าทางสุนทรียะได้ถูกกำหนดขึ้นโดยศักยภาพของกำลังซื้อเป็นหลัก เพราะว่า อำนาจของเงินได้กลายเป็นปัจจัยด้านการครอบงำมากกว่าการควบคุมปัจจัยการผลิตและค่าจ้างแรงงานในความหมายทางทฤษฎีมาร์กซิสต์ดั้งเดิม

แม้ว่าเราจะทราบดีว่า วัฒนธรรมบริโภคไม่ใช่ประเด็นหลักของ *The Condition of Postmodernity* แต่เราสามารถแลเห็นปรากฏการณ์ของวัฒนธรรมบริโภค ที่ก่อตัวขึ้นจากคำอธิบายเรื่องสภาวะการณ์ของยุคหลังสมัยใหม่ได้ และเราอาจจะสรุปต่อไปได้ว่า การวิเคราะห์เรื่องวัฒนธรรมบริโภคของฮาร์วีย์ คือการอธิบายเรื่องการผลิตซ้ำของความสัมพันธ์ทางการผลิต ที่ทุนได้ขยายสถานะของมันเองจากการที่เคยเป็นปัจจัยหนึ่งในความสัมพันธ์ทางการผลิตมาสู่การเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลครอบงำโครงสร้างส่วนล่าง คือเรื่องเศรษฐกิจ และยิ่งไปกว่านั้น ทุนยังได้กลายเป็นตัวแปรหลักที่ขับเคลื่อนวิธีการผลิตและยังกำกับโครงสร้างส่วนบน คือ เรื่องอุดมการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรม ฉะนั้นถ้าพื้นฐานทางความคิดของฮาร์วีย์อยู่ที่แม่บทการอธิบายเช่นนี้ วัฒนธรรมบริโภคจึงเป็นปรากฏการณ์ที่จำเป็นต้องเกิดขึ้น โดยปราศจากความบังเอิญของข้อเท็จจริงทางทฤษฎีแต่อย่างใดเลย

5) บทวิพากษ์ของกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ (postmodern critique) แม้ว่าเราจะยอมรับโดยทั่วไปแล้วว่า ปัญหาทางวัฒนธรรมร่วมสมัยคือเนื้อหาสาระส่วนหนึ่งของกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ โดยที่นักคิด นักทฤษฎีเสนอบทวิเคราะห์และวิพากษ์ความเป็นจริงทางสังคมวัฒนธรรมนี้อย่างแพร่หลาย แต่เรากลับพบว่าบรรดานักคิดและนักทฤษฎีเหล่านี้กลับไม่ได้ใคร่อย่างตนเองอย่างชัดเจนว่าเป็นนักคิดในกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ แต่พวกเขาถูกมองว่าเป็นนักคิดในกระแสความคิดหลังสมัยใหม่จากสายตาของผู้ที่ศึกษาความคิดของพวกเขา และเรียกพวกเขาเช่นนั้น ยกเว้น นักคิดในแนวทางการศึกษาลังมาร์กซิสต์

ทำไมเราจำเป็นต้องแยกกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ออกเป็นแนวทางการศึกษาอีกแนวทางหนึ่ง?

เหตุผลสำคัญก็คือ บทวิเคราะห์ต่อปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่ได้จากบรรดานักคิดเหล่านั้น ได้เปิดคำอธิบายในเชิงวิพากษ์ต่อความเป็นจริง มากกว่าการค้นหาความจริงแท้ในปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรม กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ความรู้ที่เราได้รับจากบทวิพากษ์ของกระแสความคิดนี้ ไม่ได้เป็นความรู้ที่ต้องการสถาปนาความเป็นจริงเชิงภววิสัยของปรากฏการณ์ที่ศึกษา แต่มันเป็นความรู้เชิงวิพากษ์ โดยจุดประสงค์คือ การเข้ามาตรวจสอบสถานะของความรู้เกี่ยวกับความเป็นจริงทางวัฒนธรรมนั้นๆ ของระเบียบแบบแผนการสร้างความรู้ที่ความคิดในกระแสสมัยใหม่ผลิตขึ้น และในขณะเดียวกัน เราแลเห็นความเป็นจริงทางสังคมวัฒนธรรมจากการวิพากษ์ที่เราถ่ายทอดออกมาในภาพร่างของสิ่งที่เป็นจริง สิ่งที่เสมือนจริง และสิ่งที่เป็นความจริงเสมือน ด้วยการขัดขึ้นต่อ ‘การเล่าเรื่องที่อิงอยู่กับพลังที่ผลักดันเนื้อหาที่สร้างความชอบธรรมทางความรู้’ (grand narrative)

ฉะนั้น อะไรคือความรู้จากบทวิพากษ์ของกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ที่มีต่อวัฒนธรรมบริโภค? ในทฤษฎีของผู้เขียน กระแสความคิดหลังสมัยใหม่ คือ กระแสการวิพากษ์ตนเองที่เกิดจากความไม่พอใจต่อกระแสความคิดสมัยใหม่ ที่ความเป็นยุคสมัยใหม่ได้เดินทางมาถึงความอัปยศของการยืนยันตนเองและการอ้างอิงตนเอง บนพื้นฐานของความชอบธรรมที่ตนเองกำหนดขึ้นบนกติกาที่ตนเองวางไว้ แต่กลับไม่สามารถหาทางออกจากข้อจำกัดนี้ ในทางตรงข้าม มันกลับซ้อนทับการอ้างความชอบธรรมท่ามกลางความหลากหลายของระเบียบ กฎเกณฑ์และกติกา สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการวิพากษ์วัฒนธรรมบริโภค เนื่องจาก ความรู้บนพื้นฐานของกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ได้ก่อให้เกิดการตรวจสอบสภาวะการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปรากฏการณ์ร่วมสมัย จนเราสามารถจำแนกข้อวิพากษ์ออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1) วิธีการดำเนินชีวิตคือวิธีการบริโภค 2) รูปแบบการบริโภคคือการบริโภคเพื่อบริโภค 3) การบริโภคคือความพึงพอใจ ความปรารถนาและความรื่นรมย์ทางสุนทรีศาสตร์แห่งการดำเนินชีวิตในสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย

ถ้าเรากล่าวว่า วิธีการดำเนินชีวิตคือวิธีการบริโภค เราคงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะพิจารณาการขยายตัวของกระบวนการทำให้เป็นสินค้า (commodification) และอิทธิพลของมันต่อรูปแบบการยังชีพ ในมุมมองที่ เราสัมผัสกับความเป็นจริงด้วยความจริงเสมือนและความเสมือนจริง ดังนั้น การทำความเข้าใจวัฒนธรรมบริโภคในกระแสความคิดหลังสมัยใหม่มย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะกล่าวถึงความเสมือนจริงของสิ่งต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้น จากประดิษฐกรรมทางความจริงในเรื่องการรับรู้ของเราต่อสิ่งที่บริโภค ที่ความหมายของการเลือกสรรสิ่งที่บริโภคไม่ได้ตอบสนองต่อปัจจัยขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต หากตอบสนองต่อความต้องการรูปแบบของสิ่งที่บริโภค ระบบสัญลักษณ์และความหมาย การล่องลอยและยั่วยวนจากสื่อ และการสูญเสียความเป็นปัจเจกชนในเกลียวคลื่น

ของมวลชน ที่ร่อยรอยของตัวเรา ปรากฏอยู่บนสินค้าที่บริโภค และพร้อมจะจางหายตลอดเวลา เมื่อรูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไปตามคุณลักษณะของการบริโภค

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวัฒนธรรมบริโภคจากข้อวิพากษ์นี้ย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะเกี่ยวข้องกับภาพร่างทางสังคมในยุคหลังสมัยใหม่ นับตั้งแต่พัฒนาการของระบบทุนนิยมที่ขยายตัวอย่างไม่มีขีดจำกัดได้เปลี่ยนวิถีชีวิตของเราให้สอดคล้องกับรูปแบบการผลิตแบบผลิตภัณฑ์มวลชน (mass products) ที่เน้นความคุ้มทุนของกระบวนการผลิต การตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และการสร้างตลาดและการสร้างแรงจูงใจในการบริโภคให้แก่สินค้า การวิพากษ์จากกระแสความคิดหลังสมัยใหม่จึงจัดวางรูปแบบและคำอธิบายไว้บนภาพร่างทางสังคม ที่รู้จักกันในนาม สังคมทุนนิยมตอนปลาย สังคมข้อมูลข่าวสาร และสังคมยุคหลังอุตสาหกรรม (postindustrial society) ซึ่งถือกำเนิดมาจากความคิดของอาร์เธอร์ เจ. เพนตี้ (Arthur J. Penty) และขยายความต่อมาจนถึงเดเนียล เบลล์ (Daniel Bell) ในงานเขียนชิ้นสำคัญของเขาชื่อ *The Coming of PostIndustrial Society* ที่อธิบายสภาพการณ์ของระบบอุตสาหกรรม ที่เป็นผลพวงจากการแปรสภาพรูปแบบการประกอบกิจการทางอุตสาหกรรม ที่ครั้งหนึ่งเคยเน้นเรื่องกรรมกรและแรงงานในฐานะที่เป็นกำลังสำคัญทางการผลิต มาสู่การให้ความสำคัญต่อ ‘ความรู้เชิงทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์’ (theoretical scientific knowledge)¹⁷ เพื่อพัฒนาการใช้เทคโนโลยีและการบริหารเรื่องการจัดการสารสนเทศ โดยเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการใช้ข้อมูลข่าวสาร และจัดวางกรอบความคิดทางสังคมให้อยู่กับองค์ความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

ภาพร่างทางสังคมในแบบต่างๆ มีผลโดยตรงต่อมิติทางวัฒนธรรม ที่ลดทอนความเป็นปัจเจกชนและความเป็นตัวตนของตนเอง (selfhood) สู่ความเป็นมวลชน และถูกทำให้เป็นองค์ประธานทางสังคม (social subject) ผ่าน กระบวนการผลิต กระบวนการทำให้เป็นสินค้าของผลิตภัณฑ์มวลชน และสื่อที่ผลิตความเสมือนจริงและความจริงเสมือนขึ้นเพื่อทำให้มวลชนกลายเป็นเพียงผู้ชม (spectator) เท่านั้นได้ทำให้พวกเขาคล้อยตาม ยอมรับ และเข้าถึงสิ่งที่เป็นจริงสำหรับพวกเขาได้ ปรากฏการณ์นี้ ฌอง โบดริยาร์ดเรียกว่า ‘ความเสมือนจริง’ (simulation) กล่าวคือ ความเป็นจริงที่เราสัมผัสกันอยู่นั้นกลับกลายเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดขึ้นอย่างที่เป็นจริงได้ เมื่อการรับรู้ของเราต่อความเป็นจริงไม่ได้เกิดขึ้นจากการเข้าถึงเนื้อหาของความเป็นจริงนั้นๆ แต่การรับรู้ของเราเกิดขึ้นจากความเสมือนจริง ที่ความเป็นจริงได้กลายเป็นองค์ประกอบของการทำให้สมจริง นี่ไม่ได้หมายความว่า ความเสมือนจริงคือภาพลวงตา แต่เป็นด้านตรงข้ามของภาพลวงตา ในบทสัมภาษณ์ของโบดริยาร์ด เขาได้แจกแจงนัยยะของความเสมือนจริงคือการทำให้เป็นจริง

¹⁷ โบรดุ (Bell, 19973, 37)

ในขณะที่เรารับรู้มันอย่างที่เป็นจริง “การทำให้มองเห็นโลกอย่างที่เป็นจริงผ่านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คือความเสมือนจริง - ‘กระบวนการทำให้เห็นโลกอย่างที่เป็นจริง’นี้หมายถึงการไล่ล่าพื้นที่ของภาพลวงตาให้สูญหายไป” (Baudrillard, 1993, 184) สำหรับโบดริยาร์ดแล้ว ความเสมือนจริงไม่ได้เกิดขึ้นมาเพื่อทดแทนความจริง ปกปิดความจริง หรือแม้กระทั่งกลายเป็นความจริงแทน แต่ความเสมือนจริงคือสิ่งที่เป็นจริงอย่างที่มีมันเป็นเช่นนั้นจริงๆ แล้วความเข้าใจต่อความเสมือนจริงทำให้เราเข้าใจต่อการวิพากษ์ของกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ ต่อการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภคได้อย่างไร?

เราอาจจะกล่าวได้ว่า ผลผลิตของการวิพากษ์ความเสมือนจริงนี้ ได้เปิดประเด็นเรื่องรูปแบบการบริโภคคือการบริโภคเพื่อบริโภค เนื่องจากความเสมือนจริงได้สร้างความจริงเสมือนในระดับชีวิตประจำวันผ่านกลไกของสื่อ สื่อไม่ได้สื่อสารอะไรมากไปกว่าการถ่ายทอดความเป็นจริงที่สมจริงในระดับชีวิตประจำวัน จนก่อให้เกิดความไม่รู้สึกรู้สาอะไรมากนักเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน และสามัญสำนึกของการบริโภคที่ไม่มีความแปลกแยกกระหว่างกัน ระหว่างความต้องการต่อการยังชีพและความต้องการที่จะบริโภคความหมายทางสังคม มาสู่*ความเป็นปกติวิสัยที่ควรต้องบริโภค และการบริโภคคือความพึงพอใจ ความปรารถนาและความรื่นรมย์ทางสุนทรียศาสตร์แห่งการดำเนินชีวิตในสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย* สำหรับกระแสความคิดหลังสมัยใหม่แล้ว รูปแบบการบริโภคเหล่านี้ คือความพยายามเคลื่อนการบริโภคที่ว่างอยู่บนการให้ความหมายไปสู่การก้าวพ้นจากปริณทลของความหมาย หรือระนาบของความหมายที่กำหนดคุณค่าของสินค้า ในทางตรงข้าม กระแสความคิดหลังสมัยใหม่พยายามวิพากษ์สิ่งที่นำเสนอออกมาไม่ได้ของคุณค่าที่เราได้จากการบริโภค หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง บทวิพากษ์ของกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ให้ความสนใจต่อการเลื่อนหายของภาพตัวแทน (representation) ภายใต้มโนทัศน์ ความชื่นชอบ ความปรารถนา และความรื่นรมย์ (Passion) ที่ได้รับจากการบริโภค ภายใต้อารมณ์ที่เรารับรู้ แต่ไม่อาจจะจำแนกกระหว่างสิ่งที่เป็นจริง ความจริง ความเสมือนจริง และความจริงเสมือนได้อีกต่อไป

ทั้งหมดนี้ก็คือ บทวิพากษ์วัฒนธรรมบริโภคจากกระแสความคิดหลังสมัยใหม่ที่อาศัยแนวความคิดของนักคิด นักทฤษฎีจากแนวทางการศึกษาตั้งแต่ต้นมาเป็นฐานทางความคิด แต่เสน่ห์ที่บทวิพากษ์นี้ให้แก่เราคือ การชัดเจนต่อ‘การเล่าเรื่อง’ที่อิงอยู่กับพลังที่ผลักดันเนื้อหาที่สร้างความชอบธรรมทางความรู้¹ นั่นเอง

บทส่งต่อ

ถ้าเราพิจารณาเส้นขอบฟ้าของความคิดเกี่ยวกับการศึกษาวัฒนธรรมการบริโภค สิ่งที่เรารู้แลเห็นก็คงเป็นความหลากหลายของแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมบริโภค ที่ทอดผ่านแนวทางที่เราสามารถนำมาศึกษาปรากฏการณ์ที่ร่วมสมัยในระนาบของการสร้างคำอธิบายที่แตกต่างกัน ดังนั้น ความสำคัญของแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคคงไม่เป็นเพียงแค่เรื่องมรดกวิธี และการจัดการกับความเป็นจริงทางสังคมวัฒนธรรม ที่วัฒนธรรมบริโภคบ่มเพาะและแพร่กระจายอยู่ในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ แต่ความสำคัญของแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคยังได้จัดวางตำแหน่งแห่งที่ของการบริโภควัฒนธรรมนี้มีเนื้อหาสาระ และองค์ความรู้บนเขตแดนที่กำหนดไว้บนแผนที่ทางความคิดความเคลื่อนไหวอันก่อตัวจากทฤษฎี และแนวความคิดต่างๆ เพื่อช่วยให้เราเข้าใจและนำเสนอปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมบนเส้นขอบฟ้าของความเป็นจริง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2545) *สัญวิทยา, โครงสร้างนิยม, หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์* กรุงเทพฯ: วิชาษา
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2547) “คำนำเสนอ งานเขียนของนิธิ เอียวศรีวงศ์ในสังคมบริโภค” ใน นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2547) หน้า (7)-(26)
- นพพร ประชากุล (2547) “โรลิ่งด์ บาร์ตส์กับสัญศาสตร์วรรณกรรม” ใน โรลิ่งด์ บาร์ตส์ (2547) หน้า 181-205
- นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2547) *บริโภคโพสท์โมเดิร์น* กรุงเทพฯ: มติชน
- ณัฐฐา วงษ์วานิช (2549) “รายการปฏิบัติการล่าฝัน (Academy Fantasia): มุมมองจากสัญวิทยาและปรากฏการณ์วิทยา” *รัฐศาสตร์สาร* ปีที่ 27 ฉบับที่ 1, หน้า 181-205
- ประชา สุวิธานนท์ (2542) *แล้วเนื้อ เนื้อหนังเล่มสอง: รวมบทวิจารณ์ภาพยนตร์แนวสัญศาสตร์* โครงสร้าง กรุงเทพฯ: มติชน
- โรลิ่งด์ บาร์ตส์ (2547) *มายาคติ* พิมพ์ครั้งที่ 2 (แปล) วรรณพิมล อังคศิริสรพ กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ

ภาษาต่างประเทศ

- Adorno, Theodor W. (1981). *Prisms*. (trans.) Samuel and Shierry Weber. Cambridge, M.A.: The MIT Press.
- Adorno, Theodor W. (1991). *Culture Industry*. (ed.) Jay Bernstein. London: Routledge.
- Adorno, Theodor W. (1994). *The Stars Down to Earth and Other Essays on the Irrational in Culture*. (ed.) Stephen Crook. London: Routledge.
- Althusser, Louis (1971). *Essays on Ideology*. London: Verso.
- Anderson, Perry (1998). *The Origins of Postmodernity*. London: Verso.
- Ang, Ien (1985). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Appadurai, Arjun (ed.) (1986). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Barthes, Roland (1972). *Mythologies*. (trans.) Annette Lavers. New York: The Noonday

Press.

Barthes, Roland (1973). *Elements of Semiology*. (trans.) Annette Lavers and Colin Smith. New York: The Noondays Press.

Barthes, Roland (1977). *Writing Degree Zero*. (trans.) Annette Lavers and Colin Smith. New York: The Noondays Press.

Barthes, Roland (1988). *Image-Music-Text*. (trans.) Stephen Heath. New York: The Noonday Press.

Barthes, Roland (1990). *The Fashion System*. (trans.) Matthew Ward and Richard Howard. Berkeley: University of California Press.

Baudrillard, Jean (1968). *Le système des objets*. Paris: Gallimard.

Baudrillard, Jean (1970). *La société de consommation*. Paris: Gallimard.

Baudrillard, Jean (1975). *The Mirror of Production*. (trans.) Mark Poster. St. Louis: Telos Press.

Baudrillard, Jean (1981). *For a Critique of the Political Economy of Sign*. (trans.) Charles Levin. St. Louis: Telos Press.

Baudrillard, Jean (1983). *Simulations*. (trans.) Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman. New York: Semiotext(e).

Baudrillard, Jean (1988). *Jean Baudrillard: Selected Writings*. (ed.) Mark Poster. Stanford: Stanford University Press.

Baudrillard, Jean (1990). *Seduction*. (trans.) Brian Singer. New York: St. Martin's Press.

Baudrillard, Jean (1993). *Baudrillard Live: Selected Interviews*. (ed.) Mike Gane. London: Routledge.

Beardsworth, Alan and Keil, Teresa (1997). *Sociology on the Menu: An Invitation to the Study of Food and Society*. London: Routledge.

Bell, Daniel (1973). *The Coming of PostIndustrial Society*. New York: Basic Books.

Benjamin, Walter (1985). *Illuminations*. (ed.) Hannah Arendt. New York: Schocken Books.

Bhabha, Homi (1990). *Nation and Narration*. London: Routledge.

Bhabha, Homi (1994). *The Location of Culture*. London: Routledge.

Bourdieu, Pierre (1978). *Outline of a Theory of Practice*. (trans.) Richard Nice.

- Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of a Judgement of Taste*. (trans.) Richard Nice. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre (1993). *The Field of Cultural Production*. (ed.) Randal Johnson. New York: Columbia University Press.
- Clarke, David B. (2003). *The Consumer Society and the Postmodern City*. London: Routledge.
- Collins, Jim (ed.) (2002). *High-Pop: Making Culture into Popular Entertainment*. (ed.) Jim Collins. Oxford: Blackwell.
- Cubitt, Sean (2001). *Simulation and Social Theory*. London: Sage.
- Curren, James and Seaton, Jean (2003). *Power Without Responsibility: The Press, Broadcasting and New Media in Britain*. Sixth Edition. London: Routledge.
- Dant, Tim (2005). *Materiality and Society*. Berkshire: Open University Press.
- Descombes, Vincent (1980). *Modern French Philosophy*. (trans.) L. Scott-Fox and J. M. Harding. Cambridge: Cambridge University Press.
- During, Simon (1997). "Popular Culture on a Global Scale: A Challenge for Cultural Studies." *Critical Inquiry*. Volume 23, Number 4. Summer.
- During, Simon (2005). *Cultural Studies: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Featherstone, Mike and Lash, Scott (ed.) (1999). *Space of Culture: City, Nation, World*. London: Sage.
- Foster, Hal (ed.) (1983). *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. Seattle: Bay Press.
- Gane, Mike (1991). *Baudrillard: Critical and Fatal Theory*. London: Routledge.
- Giddens, Anthony (1971). *Capitalism and Modern Social Theory: An Analysis of the Writings of Marx, Durkheim and Max Weber*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gottdiener, M. (1995). *Postmodern Semiotics: Material Culture and the Forms of Postmodern Life*. Oxford: Blackwell.
- Grossberg, Lawrence and Nelson, Cay (ed.) (1988). *Marxism and the Interpretation*

- of Culture*. Urbana: University of Illinois Press.
- Hall, Stuart (1992). "Encoding/Decoding." in (Hall, Hobson, Lowe and Willis, 1992). pp. 128-38.
- Hall, Stuart, Hobson, Dorothy, Lowe, Andrew and Willis, Paul (ed.) (1992). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-79*. London: Routledge.
- Harvey, David (1989). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell.
- Harvey, David (2003). *The New Imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- Hassan, Ihab (1987). *The Postmodern Turn: Essays in Postmodern Theory and Culture*. Columbus: The Ohio State University Press.
- Heller, Agnes (1978). *The Theory of Need in Marx*. London: Allison & Busby.
- Horkheimer, Max (1994). *Critique of Instrumental Reason*. (trans.) Matthew J. O'Connell and Others. New York: Continuum.
- Horkheimer, Max and Adorno, Theodor W. (1972). *Dialectics of Enlightenment*. (trans.) John Cumming. New York: Continuum.
- Jackson, Steven J. and Andrews, David L. (ed.) (2005). *Sport, Culture and Advertising: Identities, Commodities and the Politics of Representation*. London: Routledge.
- James, Harold (2002). *The End of Globalization: Lessons from the Great Depression*. Cambridge, M.A.: Harvard University Press.
- Jameson, Fredric (1983). "Postmodernism and Consumer Society." in (Foster, 1983). pp.111-26.
- Jameson, Fredric (1984). "Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism." in *New Left Review*. Number 146. 53-93.
- Jameson, Fredric (1991). *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jameson, Fredric (1998). *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*. London: Verso.

- Kellner, Douglas (1989). *Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond*. Stanford: Stanford University Press.
- Kellner, Douglas ().
- Kopytoff, Igor. "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process." in. (Appadurai, 1986). pp. 64-91.
- Kroker, Arthur and Cook, David (1988). *The Postmodern Scene: Excremental Culture and Hyper-Aesthetics*. London: MacMillan.
- Lacleu, Ernesto and Mouffe, Chantal (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Toward a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Laermans, Rudi (1993). "Bringing the Consumer Back In." in *Theory, Culture & Society*. Volume 10, Number 1, February. pp. 153-61.
- Lefebvre, Henri (1976). *The Survival of Capitalism: Reproduction of the Reproduction*. (trans.) Frank Bryant. London: Allison & Busby.
- Lyotard, Jean-François (1984). *The Postmodern Condition : A Report on Knowledge*. (trans.) Geoffrey Bennington and Brian Massumi. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mandel, Ernest (1975). *Late Capitalism*. (trans.) Joris De Bres. London: NLB.
- Marcus, George E. and Fischer, Michael M. J. (1986). *Anthropology as Cultural Critique: An Experimental Moment in the Human Sciences*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Marx, Karl (1976). *Capital: A Critique of Political Economy*. Volume I. (trans.) Ben Fowkes. Harmondsworth: Penguin Books.
- Mehmet, Ozay (1995). *Westerning the Third World: The Eurocentricity of Economic Development Theories*. London: Routledge.
- Miles, Steven (1998). *Consumerism as a Way of Life*. London: Sage.
- Miller, Daniel (1987). *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell.
- Montanari, Massimo (1994). *The Culture of Food*. (trans.) Carl Ipsen. Oxford: Blackwell.
- Morley, David (1992). *Television Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Mouffe, Chantal (1988). "Radical Democracy: Modern or Postmodern?" in (Ross, 1988).

pp. 46-62.

Poster, Mark (1989). *Critical Theory and Poststructuralism: In Search of a Context*.

Ithaca: Cornell University Press.

Poster, Mark (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*.

Chicago: The University of Chicago Press.

Ritzer, George (2004). *The McDonaldization of Society*. Revised New Century Edition.

Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Robertson, Roland (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London:

Sage.

Ross, Andrew (ed.) 1988. *Universal Abandon?: Politics of Postmodernism*.

Minneapolis: University of Minnesota Press.

Said, Edward (1978). *Orientalism*. New York: Vintage Books.

Saussure, Ferdinand de (1986). *Course in General Linguistics*. (ed.) Charles Balley

and Albert Sechehaye. Chicago: Open Court.

Spivak, Gayatri (1988). "Can the Subaltern Speak?" in (Grossberg and Nelson, 1988).

pp. 271-313.

Thompson, John B. (1989). *Ideology and Modern Culture*. Cambridge: Polity.

Tucker, Robert C. (1978). *The Marx-Engels Reader*. Second Edition. New York: Norton.

Urry, John (2000). *Sociology Beyond Society*. London: Sage.

Wiggerhaus, Rolf. *The Frankfurt School: Its History, Theory and Political Significance*.

(trans.) Michael Robertson. Cambridge, M.A.: The MIT Press.

Witkin, Robert W. (2003). *Adorno and Popular Culture*. London: Routledge. 2003.

ปฏวัตินิโภค: จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งของจำเป็น...ทีวี ตู้เย็น จำเป็นต้องใช้

ธเนศ วงศ์ยานนาวา

คณะรัฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Do not therefore, with simplicity, call virtue that which was poverty.

Voltaire

They (the American) don't even know what good cooking means!

Even women on farms prepare pork and beans from a can!

Marcel Mauss

ในโลกของฟาสซิสต์อำนาจทางการเมืองสมัยใหม่อยู่ที่การผลิตและการจัดการรักษาและสร้างภาพลักษณ์ (image) ให้ทุกสิ่งทุกอย่างดูสวยงาม ความคิดแบบนี้ทำให้การใช้สื่อและการโฆษณากลายเป็นสิ่งจำเป็น การสร้างภาพในความหมายของการทำให้เกิดความเข้าใจผิดไม่เพียงแต่เป็นสิ่งจำเป็น ภาพที่สร้างขึ้นมาได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ความหมายของสุนทรียะ (aesthetics) ที่เกิดขึ้นจากการได้เห็น¹ การเมืองในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองที่เน้นการสร้างภาพโดยผ่านสื่อ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งจำเป็นจนเป็นความจริงในตัวเองมากกว่าที่จะเป็นเพียงแค่การสร้างภาพในความหมายเพื่อการหลอกลวง

การเมืองสมัยใหม่ไม่ว่าจะเป็นซีกโลกใด ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาลใดจะเป็นจอมพล ป. พิบูลสงครามหรือรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร หรือจะเป็นรัฐบาลมากาเร็ต แทชเชอร์ (Margaret Thatcher) ภาพลักษณ์ในฐานะ “วัตถุ” ได้กลายเป็นสุนทรียะของ “ภาพ” ที่เป็นสิ่งของจำเป็น การเมืองเพื่อ

* เอกสารคำบรรยายการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยาครั้งที่ 5 “วัฒนธรรมบริโภค บริโภควัฒนธรรม” วันที่ 29-31 มีนาคม พ.ศ. 2549 ณ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ในวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2549

¹ Walter Benjamin, “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction” in Walter Benjamin, *Illumination*, edited by Hannah Arendt, translated by Harry Zohn, (London: Fontana Press, 1973), pp. 211-244

ตอบสนองผลประโยชน์ผู้คนแต่เพียงอย่างเดียวเป็นสิ่งที่ไม่พอเพียงในตัวเองต่อไปอีกแล้ว ภายใต้กลไกของการสร้างภาพนักการเมืองได้กลายมาเป็นดาราหรือคนดัง (Celebrity) ที่ผู้ชนต้องการจะให้เห็นได้สัมผัสมากกว่าจะเป็นเรื่องของประสิทธิผลของการเมือง ภาพลักษณ์ที่สวยงามอันเป็นของหรูหราฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็นกลายเป็นสิ่งของจำเป็นทางการเมืองที่ผู้คนจะต้องเห็นต้องดู

การแสดงให้เห็นหรือการอวดให้ผู้คนได้เห็นหรือได้ยินเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกับเทคโนโลยีในการสื่อสาร เช่น การใช้วิทยุของ Josef Goebbels หรือการนำเสนอเรื่องราวของนซีของนักร้องทำภาพยนตร์สารคดีอย่าง Leni Riefenstahl เป็นต้น แต่ถ้ามองการแสดงอวดอ้างบารมีเป็นของใหม่จริงก็ย่อมเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับการอธิบายรัฐชาของนักมานุษยวิทยาอย่าง Clifford Geertz² ไฉนมาจนถึงนักประวัติศาสตร์สังคมอย่าง Peter Burke ผู้บรรยายถึงการแสดงศักดิ์ดาของพระเจ้าหลุยส์ที่สิบสี่ผ่านของสิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยต่าง ๆ³ แต่การมองเห็นหรือการได้อวดศักดิ์ดาของผู้ปกครองชาวและพระเจ้าหลุยส์ที่สิบสี่คงไม่สามารถที่จะกล่าวได้ว่า ผู้ปกครองเหล่านั้นเป็นพวกที่อยู่ใน “สังคมบริโภคนิยม” และก็คงไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ที่จะกล่าวว่าคนเหล่านั้นไม่รู้จักรัก “พอเพียง” นอกจากนั้นคงไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ที่จะประณามชนชั้นสูงว่าหลงใหลในวัตถุตกอยู่ภายใต้วัตถุนิยม (materialism) ที่สังคมหลายต่อหลายสังคมถือว่าเป็นสิ่งที่เลวร้าย แต่ในขณะเดียวกันผู้ประณามเองก็สามารถจะมีพฤติกรรมที่เป็นวัตถุนิยมเช่นกัน ในแต่ละสังคมก็ให้ความสมเหตุสมผลกับการกระทำของตัวเองที่นิยมหลงใหลวัตถุในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป⁴ การบริโภคนิยมของหรูหราจึงไม่สามารถที่จะทำให้เกิด “สังคมบริโภคนิยม” ได้ ครั้นถ้าหันมาพิจารณาความหมายของรัฐในฐานะสิ่งมีชีวิตที่เป็นมนุษย์ไม่ใช่แบบ “รัฐไม่มีความเป็นบุคคล” (impersonal state) ตามกรอบความคิดสมัยใหม่โดยผ่านความคิดของ Thomas Hobbes แล้วก็จะเห็นได้ว่า รัฐสมัยใหม่ (modern state) ไม่ใช่มนุษย์หรือมีความเป็นบุคคล (personal) อีกต่อไป เพราะรัฐสมัยใหม่เป็นรัฐที่ไม่มีความเป็นบุคคล ไม่มีความเป็นส่วนตัว (impersonal state) แต่คำว่า State ในความหมายของยุคกลางดำรงอยู่ในฐานะบุคคลที่มีระดับ มีฐานันดร มีความอลังการยิ่งใหญ่⁵

² Clifford Geertz, *Negara: The Theatre State in Nineteenth-Century Bali*, (Princeton: Princeton University Press, 1980)

³ Peter Burke, *The Fabrication of Louis XIV*, (London: Yale University Press, 1992)

⁴ Guliz Ger & Russell W. Belk, “Account for Materialism in Four Cultures”, *Journal of Material Culture*, Vol. 4, No. 2, (July, 1999), pp. 183-204

⁵ ดู Quentin Skinner, “State” in *Political Innovation and Conceptual Change*, edited by Terrence Ball, James Farr, and Russell L. Hanson, (Cambridge: Cambridge University Press, 1989)

ความอลังการหรูหราฟุ่มเฟือยจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชนชั้นสูงที่จะดำรงความเป็นชนชั้นสูงไว้ โดยสิ่งของหรูหราเหล่านี้จะมีความพิเศษที่ชนชั้นต่ำๆ ลองๆ ลงมาไม่สามารถที่จะครอบครองได้ แต่สำหรับสภาวะสมัยใหม่สิ่งของที่มีไว้เพียงแค่นี้ได้ดูได้เห็นเพื่อความอลังการเหล่านี้ นั้นได้กระจายมาสู่ชนชั้นอื่นๆ สิ่งของพิเศษเหล่านี้สามารถ “ซื้อใช้” ในตลาด ด้วยการขยายตัวของความต้องการสิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยก็ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจไปจนถึงกระทั่งมีการกล่าวว่านำไปสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม⁶

ความหมายที่แปรเปลี่ยนของ “สิ่งฟุ่มเฟือยฟุ้งเฟ้อ” กับการโจมตีที่ถาวร

การอวดอ้างบารมีเพื่อให้ผู้คนธรรมดาเห็นถึงความอลังการยิ่งใหญ่ด้วยของหรูหราฟุ่มเฟือยของชนชั้นเลือดสีน้ำเงินเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการอธิบายว่าจำเป็นหรือไม่จำเป็น เพราะสถานะของความเป็นกษัตริย์ในฐานะที่เป็น “รัฐ” ตั้งแต่ดั้งเดิมแล้วก็คือ ความหรูหราอลังการในตัวเอง ถ้าจะกล่าวอย่างง่ายๆ ความเป็นรัฐ (ในกรอบของมนุษย์) คือ ความหรูหราอลังการ ดังนั้น ความหรูหราฟุ่มเฟือยจึงเป็นสิ่งที่ต้องปรากฏให้เห็นได้ตลอดเวลาในประวัติศาสตร์ของชนชั้นสูง ครั้นเมื่อใดที่ไม่มีการอวดอ้างบารมีแสดงความเป็นเอกภาพก็แสดงว่าไม่ใช่กษัตริย์หรือไม่ใช่ “รัฐ” อีกต่อไป การอวดความมั่งมีจึงไม่ได้เป็นปรากฏการณ์ใหม่ของสังคมจนทำให้เกิดสังคมที่ทำให้ความสำคัญกับการบริโภคที่เรียกว่า “สังคมบริโภค”⁷ การบริโภคของหรูหราฟุ่มเฟือยเป็นกิจกรรมที่เติบโตพร้อมกันกับอารยธรรมโบราณในหมู่ชนชั้นสูง ไม่ว่าจะปรากฏอยู่ในหมู่ชนชั้นเลือดสีน้ำเงินหรือขุนนาง การอวดศักดาบารมีของคนชนชั้นสูงเหล่านี้ไม่ได้ใช้แต่เพียงสิ่งของเท่านั้น แต่ยังใช้มนุษย์ในฐานะเป็น “วัตถุ” ในการบ่งชี้สถานะภาพที่สูงส่งอีกด้วย เช่น ข้าทาสบริวารห้อมล้อม เป็นต้น ลักษณะของการอวดบารมีด้วย “มนุษย์” แบบนี้เป็นสิ่งที่พบเห็นกันอยู่เสมอๆ ในราชสำนัก แต่ในเวลาต่อมาโดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาวะสมัยใหม่ (modernity) ตลอดจนหลักคิดเรื่องสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ทำให้การอวดศักดาด้วย “มนุษย์” ไม่สามารถที่จะกระทำได้อีกต่อไป นอกจากนั้นเมื่อพวกพ่อค้ากระฎุมพีขึ้นมาอำนาจ สิ่งเดียวที่พวกพ่อค้า

⁶ ข้อถกเถียงในเชิงเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจระหว่างจีนและยุโรปตะวันตกได้เป็นส่วนของการค้าสินค้าฟุ่มเฟือย ดู Kenneth Pomeranz, *The Great Divergence: China, Europe and the Making of Modern World Economy*, (Princeton: Princeton University Press, 2000)

⁷ สำหรับมายาคติเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ในการบริโภค ดู Daniel Miller, “Consumption as The Vanguard of History: A Polemic by Way of an Introduction”, in *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*, edited by Daniel Miller, (London: Routledge, 1995), pp.1-57

กระฎุมพีมีก็คือ “วัตถุ” ข้าวของในครอบครองเท่านั้น พ่อค้ากระฎุมพีไม่สามารถที่จะมี “วัตถุมนุษย์” ในครอบครองได้แบบชนชั้นขุนนางและบรรดาพวกเลือดสีน้ำเงิน

ครั้นเมื่อกล่าวถึงการบริโภคโดยผ่านการมองด้วยสายตาแต่เพียงอย่างเดียวก็ไม่ครอบคลุมคุณลักษณะของการบริโภค สายตาเป็นเพียงประสาทสัมผัสหนึ่งอย่างหนึ่งเท่านั้นที่จะนำไปสู่การบริโภคเท่านั้น การกล่าวถึงสายตาแต่เพียงอย่างเดียวก็แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของผู้มองมากกว่าผู้บริโภค เช่น คนมองเสื้อผ้าแฟชั่นมากกว่าคนสวมใส่ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสินค้าข้าวของเครื่องใช้เป็นมีหลากหลายมิติไม่ได้มีไว้เพื่อบ่งแต่อย่างเดียว การบริโภคเป็นกิจกรรมที่ต้องการอะไรที่มากกว่าสายตา เพราะอย่างน้อยๆ ที่สุดการสวมใส่ก็ต้องมีการสัมผัสกับเสื้อผ้า การกินก็ต้องการ รส กลิ่น และสายตา แต่ผัสสะต่างๆ เหล่านี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับร่างกายมากกว่าที่จะเป็นเรื่องของปัญญาแต่เพียงอย่างเดียว ในบรรดาวัตถุที่ถูกจัดให้ตอบสนองต่อปัญญาล้วนก็คือหนังสือ แต่การตอบสนองต่อแรงปรารถนา (desire) และความต้องการที่เกิดขึ้นจากร่างกายแต่เพียงอย่างเดียวนำมาซึ่งหายนะแบบเดียวกันกับเสียงเรียกของ Siren ในการจะหลีกเลี่ยงความหายนะก็มีแต่ Ulysess เท่านั้นที่จะรู้จักควบคุมตนเองด้วยการผูกตัวเองเอาไว้กับเสากระโดงเรือ

จากตำนานของกรีกโบราณ “การผูกตัวเอง” เข้ากับเสากระโดงเรือแสดงนัยสำคัญของกรอบความคิดเรื่องการควบคุมตนเอง วินัยและการศึกษาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการควบคุมแรงปรารถนา (desire) และความต้องการ (need) ที่ไม่มีผลดีต่อร่างกายและจิตวิญญาณของมนุษย์ การไม่รู้จักควบคุมตนเองปล่อยให้ความต้องการดำเนินไปอย่างสุดขีดและไม่รู้จักควบคุมให้อยู่ในระดับที่พอเหมาะแสดงให้เห็นถึงสภาวะของการขาดคุณธรรมหรือ *Sophrosyne*⁸ คุณธรรมที่เน้นการควบคุมตนเอง เพราะแสดงให้เห็นการรู้จักตนเอง การควบคุมตนเองจะนำพาให้มนุษย์ดำรงอยู่ได้อย่างมีสมานฉันท์และมีความยุติธรรม การขาด *Sophrosyne* จะทำให้ *Polis* ของกรีกโบราณขาดความยุติธรรม ขาดความสมานฉันท์ พร้อมกันนั้นจะยังนำพาให้คนร่ายกตicideคนและจะทำให้ผู้คนหลงใหลแต่ในสิ่งของฟุ่มเฟือยหรือหลงใหลในเนื้อหนังมังสา จนทำให้ขาด Rationality/Reason

สำหรับความหมายของคำว่า “ฟุ่มเฟือย” (luxury) ของกรีกโบราณก็มีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ตลอดจนเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขทางประวัติศาสตร์ ในกรอบความคิดแบบ Plato อะไรที่อยู่เหนือความจำเป็นย่อมเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย เช่น การดื่มน้ำเป็นสิ่งจำเป็น แต่การ

⁸ Helen North, *Sophrosyne: Self-Knowledge and Self-Restraint in Greek Literature*, (Ithaca: Cornell University Press, 1966)

ดื่มน้ำเย็นหรือน้ำอุ่นเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือความจำเป็น แต่การกินน้ำอุ่นและน้ำเย็นเป็นเรื่องของวัฒนธรรม ในความคิดของกรีกโบราณสังคมเมืองเป็นสังคมที่มีแต่แรงปรารถนาและความต้องการที่เกินความจำเป็น แรงปรารถนาและความต้องการที่มากเกินไปทำให้สังคมไร้ซึ่งระเบียบและความสมานฉันท์ในสังคม โดยเมืองเองก็มีความต้องการที่จะแสวงความร่ำรวยอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เมืองแสดงความต้องการที่ไม่รู้จักพอ แต่ในความต้องการที่ไม่รู้จักพอนี้เองก็นำพาให้สังคมเมืองมีแรงปรารถนาที่จะมีความยุติธรรมเพื่อก่อให้เกิดสังคมที่มีสมานฉันท์

ส่วนกรอบความคิดของ Aristotle การเข้ามาใน *Polis* นั้นเป็นไปเพื่อการได้บรรลุเป้าหมาย (*telos*) อะไรบางอย่างของความเป็นมนุษย์ เป้าหมายของ *Polis* หรือในปัจจุบันถือว่าเป็นการเมือง นั้นก็พุ่งเป้าไปสู่ “การบรรลุถึงชีวิตที่ดี” (*eudaimonia*) “ชีวิตที่มีเป้าหมายในตัวของตัวเอง” “ชีวิตที่ไม่ได้ตกเป็นเครื่องมือของใคร” หรือถ้าจะกล่าวแบบค่านเทียน (Kantian) ก็คือ มนุษย์เป็นเป้าหมายในตัวเองมากกว่าที่จะเป็นวิถีทาง (*means*) ในขณะเดียวกันในอาณาเขตการเมืองก็ยังประกอบไปด้วยครัวเรือน (*household*) อันเป็นพื้นที่ของความต้องการของเมือง (การเมือง) ที่เชื่อมต่อกับความต้องการทางเศรษฐกิจ โดยครัวเรือน (หรือ *Oikos* ในภาษากรีกโบราณอันเป็นรากศัพท์ของ *Oeconomia*) เป็นพื้นที่ของวิถีทางหรือ “เครื่องมือ” ที่จะนำพามนุษย์ไปสู่สิ่งที่สูงส่งอย่าง *Polis* แต่ครัวเรือนและพื้นที่ทางเศรษฐกิจสามารถสร้างความสับสนได้อย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับตัวกลางเพื่อการแลกเปลี่ยนแปลงอย่าง “เงิน” ทั้งนี้ผู้คนมักจะทำให้ “เครื่องมือในการแลกเปลี่ยน” หรือ “เงิน” กลายเป็นเป้าหมายในตัวเอง ถ้าจะกล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ “เงิน” กลายเป็นเป้าหมายในตัวเองที่ผู้คนต้องการมากกว่าจะเป็นเครื่องมือ สำหรับการเอากการแลกเปลี่ยนเป็นเป้าหมายตัวเองก็คือ การเอาดอกเบี้ย สำหรับการเอาดอกเบี้ยหรือเงินเป็นเป้าหมายในตัวเองคือ กิจกรรมที่เป็นอนันต์ ‘ไม่มีที่สิ้นสุด’ การหลงใหลในเครื่องมือและวิถีทางนำไปสู่สภาวะที่ไม่มีวันพอ

การหลงใหลในสิ่งที่ไม่ได้เป็นเป้าหมายในตัวของมันเองย่อมนำมาซึ่งความไม่สมดุลของ *Polis* ในกรอบความคิดของกรีกโบราณ “ความหรรษาฟุ่มเฟือย” หรือ *Truphe* ในฐานะที่เป็นคำกริยาแสดงให้เห็นถึงสภาวะของความอ่อนแอ แสดงถึงการกินอาหารที่มากมายหลากหลายเกินไป แต่การกินอาหารที่หลากหลายและมากมายเป็นสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดทางการแพทย์ของกรีกโบราณ ในขณะที่ถ้าคำว่า “หรรษาฟุ่มเฟือย” เป็นคุณศัพท์ก็ใช้กับคนนั้นแสดงถึงผู้หญิงที่มีเรือนร่างที่ดึงดูดเพศตรงกัน เช่น มีหน้าอกใหญ่ ก้นใหญ่ หรือแสดงให้เห็นถึงความพึง

⁹ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1994), p. 55

พอใจที่เกิดขึ้นโดยผ่านทางร่างกายเนื้อหนังมังสา นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นว่า มีความกระตือรือร้นกระตือรือร้นหาความเป็นชาย คนที่กระตือรือร้นแบบนี้จะทนต่อความเจ็บปวดไม่ได้

“ความฟุ่มเฟือย” ในความหมายของกรีกโบราณจึงยังกินความไปถึง ความอ่อน ความนุ่มนวล (soft) ด้วย ลักษณะที่คล้ายคลึงกับผู้หญิงแบบนี้ทำให้ “ความหรูหราฟุ่มเฟือย” กลายเป็นสภาวะที่ทำให้ตัวเองไม่สามารถป้องกันตนเองได้ “ความหรูหราฟุ่มเฟือย” แสดงให้เห็นถึงความซึ่ขลาดตาขาว ไร้ซึ่งความกล้าหาญ โดยลักษณะของความซึ่ขลาดเป็นสิ่งทีกรีกโบราณถือว่าพบได้ในพวกช่างฝีมือและพ่อค้า การควบคุมความหรูหราฟุ่มเฟือยที่สำคัญก็คือ การควบคุมโดยผ่านดนตรี ในขณะที่เดียวกันดนตรีที่ไม่ถูกต้องจะทำให้เกิดความอ่อนแอ จิตวิญญาณไม่มีความสมานฉันท์และยังจะเป็นจิตวิญญาณที่ซึ่ขลาดตาขาว¹⁰ ความหมายของความฟุ่มเฟือยของกรีกโบราณจึงเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงคุณค่าทางการเมืองและเป็นการโจมตีบางชนชั้นไปพร้อมๆ กันกับยกสถานะทางชนชั้นของคนบางกลุ่ม เช่น โจมตีและสั่งสอนให้ชนชั้นช่างฝีมือรู้จักพอเพียง แต่ยกย่องคุณค่าของชนชั้นนักรบที่มีความกล้าหาญ เป็นต้น

สำหรับในหมู่พวกโรมันก็ไม่ได้แตกต่างไปจากพวกกรีกโบราณมากมายนัก เพราะความฟุ่มเฟือย (*luxuria*) จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการตรวจตราควบคุมดูแล (policing) นัยของ “ความหรูหราฟุ่มเฟือย” ของโรมันแสดงนัยของการทุจริตคดโกง ความไม่มีเสถียรภาพของรัฐบาล ตามกรอบความคิดของโรมันมนุษย์ที่มีจริยธรรมที่ถูกต้องก็ต้องดำเนินชีวิตไปอย่างสอดคล้องกับชีวิตของตน สภาวะของการเป็นทาสย่อมไม่ใช่สภาวะของการมีเสรีภาพ ใครก็ตามที่คิดเป็นอย่างอื่นย่อมดำเนินชีวิตที่ไม่สอดคล้อง “ตามธรรมชาติ” (สำหรับในที่นี้ต้องไม่ลืมว่าความหมายของธรรมชาติไม่ได้เป็น “ธรรมชาติที่ปราศจากการประเมิณค่าวัฒนธรรม”) จริยธรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของโรมันโบราณก็คือ การกระหมัดกระหม่อม ไม่ฟุ่มเฟือย ทั้งนี้การไม่ฟุ่มเฟือย หรือ *Frugalitas* ถูกนำไปเชื่อมโยงกับความคิด *Sophrosyne* ของกรีกโบราณที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการควบคุมความต้องการหรือกิเลสตัณหาของตัวเอง การไม่รู้จักควบคุมตนเองแสดงให้คุณลักษณะของความเป็นสัตว์และการเป็นทาส¹¹ เพราะทั้งในทาสและสัตว์นั้นความต้องการของร่างกายจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนองตอบอยู่เสมอ

ความคิดของโรมันสะท้อนให้เห็นถึงการโจมตีวิถีชีวิตของชนชั้นต่ำและส่งเสริมจริยธรรมของชนชั้นสูง ดังนั้นด้านรูปแบบ (form) แล้วกรอบความคิดของโรมันก็ไม่ได้แตกต่างไปจากกรีกโบราณมากมายนัก โดยพวกโรมันเห็นว่าความล่มจมฉิบหายของสังคมเกิดขึ้นจากการที่คน

¹⁰ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, pp. 58-59

¹¹ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, pp. 64-66

หลงใหลเงินและ *Luxuria* โดยเงินและความร่ำรวยจะทำลายเกียรติยศ ศักดิ์ศรี และคุณธรรมอื่นๆ เงินจะเป็นตัวทำลายและทำให้ร่างกายจิตวิญญาณไร้ความแข็งแกร่ง เมื่อจิตวิญญาณไม่มีความแข็งแกร่งก็ทำให้ความต้องการของร่างกายเข้าครอบงำ ความชั่วร้ายทั้งหลายล้วนแล้วแต่มาจากร่างกายซึ่งก็ย่อมทำให้เกิดแรงปรารถนาและความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด โดยสิ่งชั่วร้ายเหล่านี้มักจะเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้ เมื่อร่างกายกลายเป็นศูนย์กลางของการดำเนินชีวิตมากกว่าปัญญา ก็ทำให้การดำเนินชีวิตแบบประหยัลดกลับกลายเป็นเรื่องน่าอัปยศ ในขณะที่ความร่ำรวยด้วยโภคทรัพย์ต่างๆ กลายเป็นสิ่งที่น่าชื่นชม สำหรับ Juvenal แล้ว *Luxuria* เป็นศัตรูที่ร้ายกาจกว่าศัตรูใดๆ การเห็น “กงจักรเป็นดอกบัว” หรือ “เห็นความร่ำรวยด้วยโภคทรัพย์เป็นคุณธรรม” อันนำมาสู่ความเสื่อมทรามของโรมันนั้นก็ถูกขัดความผิดโดยยกให้กับการคบค้ากับดินแดนแถบเอเชีย เพราะวัฒนธรรมความหรูหราฟุ่มเฟือยนั้นเป็นสิ่งที่นักคิดโรมันเห็นว่าทะลักหลั่งไหลมาจากทวีปเอเชีย¹² สำหรับคนอย่าง Seneca ชีวิตที่ดีย่อมไม่ใช่ชีวิตที่หรูหราฟุ่มเฟือย¹³ และไม่ใช่ชีวิตที่ทำอะไรเพื่อแค่ตัวเองหรือมีแต่ตัวเอง

สำหรับพวกโรมันการทำอะไรเพื่อตัวเองแต่เพียงผู้เดียวมากกว่าที่จะเป็นสาธารณะประโยชน์ก็ถือว่าเป็นคุณลักษณะของความหรูหราฟุ่มเฟือย เช่น การทำให้คนต้องอยู่ภายใต้อาณัติของใครคนใดคนหนึ่ง หรือการทำให้ผู้คนจงรักภักดีซื้อสัตย์กับมนุษย์คนใดคนหนึ่งมากกว่าที่จะเป็นประเทศหรือสังคมก็ถือว่าเป็น *Luxuria* ด้วย ลักษณะของความหรูหราฟุ่มเฟือยแบบนี้แสดงให้เห็นถึง *Ambitio* อันหมายถึงความต้องการที่จะโดดเด่นหรือความต้องการมีอำนาจด้วยเล่ห์กล นอกจากนี้ยังมีความหมายรวมไปถึงการให้รางวัลตอบแทนผู้คน เพราะคนเหล่านั้นให้ประโยชน์กับตัวเองมากกว่าที่จะเป็นผลงานความสามารถของเขาที่แสดงหรือมีส่วนร่วม¹⁴ ในความเห็นของ Polybius แล้วความต้องการมีอำนาจเพื่อตัวเองหรือความทะเยอทะยานเป็นสิ่งที่เปื้อนอันตราย เพราะจะปลุกเร้าฝูงชนขึ้นมา สถานะการณ์ทางการเมืองแบบนี้ย่อมก็เนื่องด้วยระบอบคณาธิปไตย (oligarchy) นั้นเป็นการปกครองโดยคนรวยบางกลุ่มที่ปกครองเพื่อผลประโยชน์ของตัวเอง แต่การปลุกเร้าฝูงชนขึ้นมานั้นอาจจะมองได้ว่าเป็นประชาธิปไตยนั้นในความเป็นจริงแล้วก็เป็นสิ่งที่เลวร้ายเสียยิ่งกว่า เพราะเป็นการปกครองโดย “มวลชนาธิปไตย” (ochlocracy)¹⁵

¹² Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, pp. 68-69

¹³ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, p. 74

¹⁴ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, p. 67

¹⁵ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, p. 85

เมื่อคริสตศาสนาเข้ามามีบทบาทในสังคมโรมันความคิดเรื่อง *Luxuria* กับความฉิบหาย ล่มจมและการทุจริตคดโกง ก็ยังคงเป็นสิ่งที่อ้างถึงกันเหมือนเดิม แต่คริสตศาสนาเพิ่มเติม ความหมายของ *Luxuria* โดยนักบุญอย่าง St. Jerome¹⁶ ก็ได้เชื่อมต่อดำๆ นี้เข้ากับ “บาปของ คริสตศาสนา” แทนที่จะเป็นประเด็นของการเมืองแบบโรมัน *Luxuria* จึงเป็นบาป คำว่า *Luxuria* แสดงให้เห็นการขาดสติ การไร้ซึ่งพรหมจรรย์หรือความไม่บริสุทธิ์ ไม่เพียงแต่เท่านั้น *Luxuria* ยังถูก นำไปเชื่อมเข้ากับความต้องการทางเพศและความสุขทางเพศ¹⁷ การเชื่อมโยงความหุนหาวเข้ากับ เรื่องเพศของคริสตศาสนาทำให้การควบคุมกิจกรรมทางเพศและความหุนหาวฟุ่มเฟือยกลายเป็น เรื่องสำคัญที่จะต้องมีการบังคับกันอย่างเคร่งครัดในทางปฏิบัติ เมื่อคริสตศาสนาขึ้นมามีอำนาจใน ศตวรรษที่สี่เมื่อกษัตริย์ Constantine ยอมรับคริสตศาสนาในปี ค.ศ. 312 คริสตศาสนาก็ทำให้ ศาสนาในฐานะกฎ (legislation) ผนึกรวมเข้ากับสำนักของโรมันที่เน้นถึงความถูกต้องในการ ประกอบพิธีกรรม การผนวกพิธีกรรมกับกฎก็ทำให้ศาสนากลายเป็นกฎเหล็กที่จะต้องมีการควบคุม และต้องการวินัยทั้งในระดับความคิดและการปฏิบัติ นอกจากนั้นอะไรที่นอกเหนือไปจาก คริสตศาสนาตีความถือว่าเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง¹⁸

สำหรับแนวความคิดเรื่อง *Luxuria* ของโรมันโดยเฉพาะอย่างในตอนปลายของอาณาจักร โรมันความหมายของคำๆ นี้ครอบคลุมไปถึง ความฟุ่มเฟือย (extravagance) ความหยิ่งผยองใน อำนาจ และความวิปริตทางเพศ (sexual perversion) ความผิดปกติทางเพศเป็นเรื่องที่ถูกนำไป เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตที่หุนหาวฟุ่มเฟือยหรือการใช้ข้าวของสินค้าที่มีราคาแพง โดยพฤติกรรมดังกล่าว ยังถือว่ามีลักษณะของการกระทำแบบหญิง (feminizing) การกระทำแบบผู้หญิงจะนำไปสู่ความ ฉิบหายของระเบียบทางสังคม โดยพฤติกรรมทางเพศที่มีลักษณะของ *Luxuria* อันจะเป็นการ ทำลายระเบียบทางสังคมก็คือ Sodomy อันเป็นแนวความคิดที่สร้างความสับสนมาก¹⁹ เพราะกิน ความหมายที่ครอบคลุมกว้างถึงแม้ว่าในปัจจุบัน Sodomy จะใช้ในความหมายของการร่วมเพศทาง เว็จมรรค แต่คำๆ นี้เองก็ยังถูกใช้ในความหมายของการปฏิเสธศาสนา (blasphemy) และความ ต้องการทางเพศหรือเนื้อหนังมังสา (flesh) คริสตศาสนาเชื่อมต่อกับแนวความคิด Sodomy เข้ากับ

¹⁶ Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, (Chicago: University of Chicago Press, 1997), p. 37

¹⁷ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, p. 88

¹⁸ Peter Brown, *The Rise of Western Christendom: Triumph and Diversity A. D. 200-1200*, Second Edition, (Oxford: Basil Blackwell, 2003), p. 75

¹⁹ Michel Foucault, *The History of Sexuality: An Introduction*, translated by Robert Hurley, (New York: Pantheon, 1978), p. 101

เรื่อง *Luxuria* และบาปอันเกิดขึ้นจากการกระทำที่เลวร้ายจำนวนมากของมนุษย์ แต่บาปส่วนใหญ่ที่เป็น *Luxuria* นั้นก็เป็นบาปที่มีต้นกำเนิดจากอวัยวะเพศ²⁰

การใช้คำว่า Sodomy ในทางลบแบบที่เข้าใจกันอยู่ในปัจจุบันนั้น Mark D. Jordan เห็นว่าน่าจะเป็นผลพวงของ Peter Damian นักเทววิทยาในสมัยคริสต์ศตวรรษที่สิบเอ็ดผู้จัดให้ Sodomy หรือการร่วมเพศทางเว็จมรรคเป็นบาปที่ไม่สามารถจะให้ผู้กระทำสามารถที่จะแก้ตัวว่าได้ละอายแก่บาปหรือรู้สึกเสียใจต่อการกระทำที่ได้กระทำไป สำหรับผลงานของ Damian เองก็มีความชัดเจนที่ทำให้ *The Book of Gomorrah* นั้นมีเป้าหมายเพื่อใช้ในการชักจูงและโจมตีมากกว่าที่จะเป็นผลงานทางประวัติศาสตร์หรือเป็นการบันทึกแบบการเขียนที่เกิดขึ้นในสมัยกลาง เป้าหมายของการโจมตีก็คือ พฤติกรรมที่ชั่วร้ายที่สุดและน่าละอายที่สุด โดยหนังสือเล่มเล็กๆ นี้เขียนอุทิศให้กับพระสันตปาปา Leo IX ผู้ครองตำแหน่งในช่วงปี ค.ศ. 1048-1054²¹ เพื่อต้องการให้พระสันตปาปาลงโทษกามกิจอัน *Luxuria* ที่เลวร้ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งกามกิจในหมู่พระ²²

ปัญหาการร่วมเพศทางเว็จมรรคในศาสนาแสดงให้เห็นว่าพระก็เป็นพวกที่นิยมประกอบกามกิจที่ “หรรษาฟุ่มเฟือย” ทั้งนี้ในกรอบคิดของศาสนาแล้วการประกอบกามกิจทางเว็จมรรคเป็นบาปที่มีต่อครัวเรือน บาปที่เกิดจากการกระทำแบบนี้จึงเป็น “บาปที่มีต่อหน่วยการผลิต (production)” เพราะครอบครัวเป็นหน่วยการผลิตที่สำคัญในทางเศรษฐกิจ การร่วมเพศทางเว็จมรรคในฐานะสิ่งที่เป็นกามกิจที่ “ฟุ่มเฟือย” จึงทำลายรากฐานระบบการผลิตทางเศรษฐกิจ ศาสนานำเอาการร่วมเพศเพื่อให้เกิดลูกไปเปรียบเทียบกับอุปลักษณ์ (metaphor) ทางเกษตร โดยให้น้ำอสุจินั้นเปรียบเทียบกับเมล็ดพันธุ์ธัญญาหาร ในขณะที่ผู้หญิงก็เปรียบได้กับพืชพันธุ์ธัญญาหารที่สูงงอมแล้ว การประกอบกามกิจเพื่อการมีลูกจึงเปรียบเสมือนการเพาะปลูก ลูกๆ ก็คือผลผลิตทางการเกษตรที่มีค่า สำหรับน้ำอสุจิของผู้ชายก็ถือว่าเป็นพืชพันธุ์ธัญญาหารที่หายาก ดังนั้นจึงไม่ควรจะปล่อยให้ใช้กันไปอย่างฟุ่มเฟือยเปล่าประโยชน์

การใช้คำๆ นี้ของ Peter Damian ก็เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับคำว่า *Blasphemy* โดยทั้งหมดแสดงให้เห็นการปฏิเสธพระผู้เป็นเจ้า ในขณะเดียวกันคำว่า Sodomy ก็ยังเชื่อมเข้ากับคำ *Luxuria* ของโรมัน สำหรับคำว่า *Luxuria* อันเป็นรากศัพท์ของคำภาษาอังกฤษ *Luxury* นั้นไม่หมายความว่าเพียงแค่ความฟุ่มเฟือยหรูหรา ในความหมายของโรมัน *Luxuria* เชื่อมต่อเข้ากับการ

²⁰ Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, p. 29, 39

²¹ Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, p. 45-46

²² Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, p. 48

ล่มสลายของสังคม การเสื่อมสลายของความผูกพันกันในสังคม²³ ในขณะที่นักบุญของคริสเตียน St. Jerome ได้ทำให้ *Luxuria* กลายเป็นต้นตอของบาป โดยหนึ่งในบาปที่กระทำนั้นเกี่ยวข้องกับอวัยวะเพศที่ต้องทำงานหนักหรือร่วมเพศมากเกินไป (excess) บาปของ *Luxuria* แบบอื่นๆ ก็ได้แก่การดื่มของมึนเมาจนเมามายและบาปของการกินอย่างตระกะตระกลาม (gluttony) เป็นต้น

ครั้นเมื่อการกินอย่างตระกะตระกลามถูกผนวกเข้ากับความหยิ่งยะโสแล้วก็จะเห็นได้ว่าทั้งสองสิ่งเป็นหนึ่งในมหันตบาปเจ็ดอย่าง (seven deadly sin) ของคริสตศาสนา อย่างไรก็ตาม ความหมายของ *Luxuria* เองก็เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เช่น อะไรที่ต่อต้านพระผู้เป็นเจ้าหรือตีความพระคัมภีร์ผิดเพี้ยนไปก็เป็น *Luxuria* ได้หมด สำหรับนักการศาสนาอย่าง Gregory the Great ก็จัดให้ *Luxuria* เป็นบาปอันสุดท้าย แต่ที่เป็นอันสุดท้ายก็เพราะเป็นบาปที่สาหัสที่สุด ผลร้ายที่เกิดขึ้นจากบาปแบบนี้ก็ได้แก่สมองไร้แสงสว่าง ไร้ความเกรงอกเกรงใจ ไร้ความคงที่ แน่นนอน ใจร้อนทำอะไรลวกๆ รักแต่ตัวเอง เกลียดพระเจ้า หลงใหลอยู่กับแต่ในปัจจุบัน สิ้นหวังต่ออนาคต นอกจากนั้นก็ยังทำให้หลงตัวเอง ทำอะไรตามใจตัวเอง การตามใจตัวเองไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของเนื้อหนังมังสาโลกีย์ (flesh) เท่านั้น แต่รวมไปถึงเรื่องความคิดการกระทำอื่นๆ ด้วย พฤติกรรมของการทำอะไรตามใจตัวเองยิ่งทำให้มนุษย์มีความหยิ่งยะโสคิดว่าตัวเองเก่งกาจกว่าคนอื่น ไม่เพียงเท่านั้นบาปของ *Luxuria* ยังเชื่อมต่อเข้ากับความเป็นสัตว์ (animality) และลักษณะกระตือรือร้นแบบผู้หญิงอีกด้วย สัญลักษณ์ของความเป็นสัตว์ที่แสดงความเป็น *Luxuria* ก็คือ ลา หมู และไส้เดือน เมื่อเชื่อมต่อเข้ากับสัตว์ก็ทำให้ *Luxuria* คือ มลภาวะที่เหม็นเน่า ไม่สะอาด ขาดความบริสุทธิ์²⁴ ดังนั้นการมีความคิดที่เกินเลยไปมากก็ถือเป็น *Luxuria* ได้อีกด้วย แน่นอนคำๆ นี้เองก็ยังเชื่อมต่อกับบาปที่เกิดขึ้นจากกามกิจด้วย²⁵

สำหรับกามกิจทางเว็จมรรคอันเป็นสิ่งที่นิยมกันในหมู่พระผู้ชายนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่เลวร้ายมากๆ ในความคิดของ Peter Damian กามกิจทางเว็จมรรคเลวร้ายเสียยิ่งกว่าการร่วมเพศกับสัตว์ (bestiality) เพราะการร่วมเพศกับสัตว์นั้นเป็นเพียงแค่การกระทำชั่วร้ายที่จะนำหายนะมาให้กับตัวเองแต่เพียงคนเดียวเท่านั้น แต่การร่วมเพศทางเว็จมรรคเกี่ยวข้องกับมนุษย์คนอื่น²⁶ เพราะฉะนั้นความหายนะยังส่งผลไปถึงคนอื่นที่ร่วมประกอบกามกิจแบบนี้อีกด้วย พระสันตปาปาผู้ใหญ่นี้

²³ Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, p. 37

²⁴ Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, pp. 38-39

²⁵ Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, pp. 37-39

²⁶ Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, p. 49

นิยมร่วมเพศทางเว็จมรรคก็จะปกป้องพระชั้นผู้น้อยที่นิยมร่วมเพศทางเว็จมรรค ไม่เพียงแต่เท่านั้น การร่วมเพศทางเว็จมรรคก็ยังเกิดขึ้นในระหว่างพระกับคนที่มาสารภาพบาปด้วย²⁷

การที่ Sodomy ถูกนำไปเชื่อมต่อเข้ากับ *Luxuria* ที่แสดงให้เห็นถึงความชั่วร้ายในหลากหลายรูปแบบด้วยกันนั้นก็เห็นได้ว่า ตลอดระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ Sodomy ได้เป็นข้อหาทางการเมืองที่ผู้มีอำนาจในอดีตใช้ในการกำจัดศัตรูทางการเมือง โจมตีศัตรูทางการเมือง เช่น เป็นพวกกระตุงกระต้าง ไม่เป็นผู้ชาย เป็นต้น ดังนั้นถึงแม้ว่าความหมายของคำไม่ว่าจะเป็น Sodomy หรือ *Luxuria* จะเปลี่ยนแปลงไปขนาดไหน แต่สิ่งที่ชัดเจนอย่างหนึ่งก็คือ แนวความคิดทั้งสองนี้มีไว้สำหรับใช้โจมตีฝ่ายตรงกันข้าม เช่น พระเจ้า Henry III ของฝรั่งเศสผู้เป็นโอรสของพระนาง Catherine de Medici ผู้โด่งดังของประวัติศาสตร์ยุโรปก็ถูกโจมตีด้วยข้อหา Sodomy อันเป็นสิ่งที่เชื่อว่าพระองค์ไม่เหมาะสมที่จะเป็นกษัตริย์ นอกจากนั้นพระมารดาที่ถูกโจมตีว่าพระนางเลี่ยนพระราชโอรสให้มีลักษณะเหมือนผู้หญิง (effeminate) มากกว่าที่จะเป็นผู้ชาย²⁸ พระเจ้า Henry III เป็นคนเอาใจใส่เรื่องการแต่งตัวมาก แต่ประเด็นใหญ่ในทางการเมืองก็คือพระองค์นิยมการแต่งตัวเป็นผู้หญิงก็ยิ่งทำให้พระองค์ประสบปัญหาทางการเมืองเข้าไปใหญ่ สำหรับการแต่งตัวเป็นผู้หญิงนั้นก็เป็นสิ่งที่นิยมกันในราชสำนักฝรั่งเศสโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวันอาทิตย์ ทั้งนี้ด้วยการแต่งตัวคล้ายๆ กับผู้หญิงก็ทำให้พระราชวงศ์ฝรั่งเศสมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคนอื่น²⁹ สำหรับในปลายศตวรรษที่ยี่สิบการโจมตีนักการเมืองมาเลเซียอย่าง Anwar Ibrahim กับข้อหา Sodomy ก็เป็นตัวอย่งอีกอันหนึ่ง

แนวความคิดของ *Luxuria* ที่เปลี่ยนแปลงก็สามารถใช้ได้ในการโจมตีนักการเมืองว่าฟุ่มเฟือยไม่รู้จักประหยัด การโจมตีว่าหลงตัวเอง เอาแต่ตัวเองเป็นใหญ่ เป็นต้น ทั้งหมดก็ถือว่าเป็น *Luxuria* ในกรอบความคิด *Luxuria* นั้นอีกสิ่งหนึ่งที่ดูจะยังเป็นกรอบความคิดที่ไม่เปลี่ยนแปลงตลอดระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ก็คือ การตอกย้ำสถานะที่เลวร้ายของผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นลักษณะกระตุงกระต้าง สภาวะที่ไม่สะอาด ไม่มีความแน่นอนคงที่ จากบรรดาสรรพคุณที่กล่าว

²⁷ Mark D. Jordan, *The Invention of Sodomy in Christian Theology*, p. 50

²⁸ ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่งพวกนักธุรกิจอเมริกันก็เห็นว่า อเมริกันแตกต่างไปจากพวกยุโรปด้วยคุณลักษณะที่ว่า พวกอเมริกันไม่ได้มีลักษณะของความเป็นผู้หญิงแบบพวกยุโรป เพราะพูดจาตรงไปตรงมาไม่อ้อมค้อม และยังไม่ต้องใช้ภาษาปัญญาชนดัดจริตเพื่อให้ฟังดูดีอีกด้วย ดู Victoria de Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, (Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press, 2005), pp. 29-30

²⁹ Katherine B. Crawford, "Love, Sodomy, and Scandal: Controlling the Sexual Reputation of Henry III", *Journal of the History of Sexuality*, Vol. 12, No. 4 (October, 2003), p. 525

มาแล้วนี้ก็สามารถที่จะนำไปสู่ประเด็นเรื่อง Irrationality ได้ โดยทั้งหมดแสดงให้เห็นการตอกย้ำลักษณะที่ตายตัว (stereotype) ที่ผู้ชายกำหนดให้ผู้หญิงเป็นแบบนั้น ด้วยลักษณะของความเป็นผู้หญิงนี้เองที่ดูเหมือนว่าประวัติศาสตร์ของการบริโภคจะถูกนำไปเชื่อมโยงกับผู้หญิงและเพศ ไม่เพียงแต่เท่านั้นการบริโภคของหรูหราฟุ่มเฟือยก็เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงเข้ากับ “ของเสีย” และสิ่งที่ไม่ได้ผลิตอะไร เช่น การร่วมเพศทางเว็จมรรคที่ไม่ได้ผลิตอะไรนอกจากทำให้เกิดและนำไปสู่ของเสียของสกปรก เป็นต้น

แต่ *Luxuria* ในทางเพศเป็นเรื่องลับที่ไม่ค่อยจะปรากฏให้เห็นหรือจับกุมกันได้ง่ายๆ แม้ว่าจะถูกกล่าวหากันทางการเมืองแต่โดยส่วนใหญ่เรื่องลับๆ ทางเพศที่เชื่อว่ารู้กันได้ง่ายๆ ในบรรดา *Luxuria* ที่ชั่วร้ายก็ไม่มีอะไรที่ชัดเจนไปกว่าเรื่องของการแต่งกาย เสื้อผ้า แต่ประเด็นที่สำคัญของการแต่งตัวไม่ได้เป็นเพียงแค่การทำตัวหรูหราฟุ่มเฟือยเท่านั้น แต่สำหรับในยุโรปยังเป็นการละเมิดกฎหมายการแต่งกายตามฐานะทางชนชั้นของแต่ละคนอีกด้วย “การแต่งกายจะเป็นอย่างไรก็ต้องเป็นไปตามรายได้” หรือ “แต่งกายให้สมฐานะ” การแต่งกายให้ถูกต้องตามฐานันดรเป็นเรื่องคอขาดบาดตาย ในปลายศตวรรษที่สิบสามฝรั่งเศสมีกฎหมายควบคุมความหรูหราฟุ่มเฟือยและการกระทำอะไรที่เกินฐานะ (sumptuary laws) โดยพระเจ้า Philippe III (1279) และ Philippe IV (1294) ซึ่งกฎหมายแบบนี้ก็น่าจะมีมาตั้งแต่พระเจ้า Charlemagne³⁰ แล้ว สำหรับกฎหมายควบคุมการแต่งกายนี้ก็เชื่อว่าจะออกมาเพื่อคุมพวกกระฎุมพีที่ชอบเปลี่ยน “สี” (chameleon) เปลี่ยนแบบและปลอมแปลงสถานะของตัวเอง³¹ ส่วนในดินแดนแถบอื่นๆ ของยุโรปเช่น แถบเทือกเขาแอลป์ เยอรมัน และอิตาลีเองก็มีกฎหมายควบคุมความหรูหราเช่นกัน กฎหมายนี้กำหนดการแต่งตัวระบุไว้อย่างชัดเจนว่าขุนนางตลอดจนลูกๆ แต่ละระดับสามารถใช้เสื้อผ้าที่มีราคาเท่าใดได้บ้าง และมีเสื้อผ้าได้ในจำนวนเท่าใด กฎหมายนี้ยังครอบคลุมไปถึงการใช้ม้าและการกินอาหารด้วย³² กฎหมายที่ออกโดยกษัตริย์นี้ครอบคลุมทั้งฝ่ายอาณาจักรและศาสนจักรที่อยู่ภายใต้การปกครอง อย่างไรก็ตามกฎหมายแบบนี้มีผลบังคับใช้ขนาดไหนนั้นยังไม่ชัดเจน เพราะในอิตาลีก็มีกรกล่าวหาไม่สามารถที่จะบังคับใช้ได้ แต่ถึงกระนั้นก็ดีในฝรั่งเศสยังก็มีคดีพระที่ถูกลงโทษประหารด้วยข้อหา

³⁰ Diane Owen Hughes, “Regulating Women’s Fashion”, in *A History of Women in the West: Vol. II. Silences of the Middle Ages*, edited by Chritiane Klapisch-Zuber, (Cambridge: Harvard University Press, 1992), p. 137

³¹ Diane Owen Hughes, “Regulating Women’s Fashion”, p. 139

³² Sarah-Grace Heller, “Anxiety, Hierarchy, and Appearance in Thirteenth-Century Sumptuary Laws and the *Roman de la rose*”, *French Historical Studies*, Vol. 27, No. 2 (Spring, 2004), p. 317

แต่งตัวผิดกฎหมายด้วยเช่นกัน³³ เมื่อใดก็ตามเจ้าที่มีกำลังทหารและมีสิทธิในการเพิ่มอำนาจในการควบคุมบรรดาพวขุนนางในระดับรองๆ (vassal) ละเมิดกฎหมายการแต่งตัวเสียเอง คนที่มีอำนาจมากกว่าคนธรรมดาๆ และคนระดับระดับรองๆ เหล่านี้ก็ต้องเสียค่าปรับแพงกว่าคนอื่นๆ เหตุผลก็คือ คนเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อคนในระดับล่างๆ เมื่อมีอิทธิพลและทำตัวเป็นแบบอย่างไม่ดีก็ต้องเสียค่าปรับที่แพงกว่าคนอื่นๆ นี่เป็นสิ่งที่มาพร้อมกับการมีฐานะของความเป็นขุนนาง (nobility)³⁴

ครั้นถ้า “เชื่อ” ว่าผู้หญิงเป็นเพศที่หลงใหลในเสื้อผ้าหรูหรามากกว่าผู้ชายตามความคิดของพวกโรมันและฟื้นฟูศิลปวิทยาการแล้ว ผู้หญิงก็น่าจะเป็นพวกที่จะมีโอกาสละเมิดกฎหมายการแต่งตัวนี้มากกว่าผู้ชาย สำหรับในสมัยกลางกฎหมายควบคุมการแต่งกายยังไม่ได้มีเป้าหมายอยู่ที่ผู้หญิง ความเฟื่องฟูของเศรษฐกิจในยุคกลางทำให้ของหรูหราฟุ่มเฟือยขยายตัว แต่ในศตวรรษที่สิบสองสิ่งที่บรรดาพวพระเจ้าโง่โง่ไม่ได้เป็นเรื่องของการใส่เสื้อผ้ารัดรูป แต่โง่โง่การใช้ลูกไม้ที่รัดรูปและรองเท้าหัวแหลมของบรรดาผู้ชายชั้นสูง ในยุคกลางเสื้อผ้าแสดงให้ถึงบาปของมนุษย์ที่จำเป็นจะต้องปิดบังร่างกายอันชั่วร้ายเอาไว้ เสื้อผ้าที่สวมใส่ไม่ได้แสดงถึงความสูงส่งแต่กลับแสดงถึงบาปอันชั่วร้ายของมนุษย์³⁵ ในราวศตวรรษที่สิบสามประเด็นที่ปัญหาเรื่องการแต่งตัวได้เคลื่อนย้ายจากปัญหาของเพศชายมาเป็นเพศหญิง สำหรับ “แพะ” รับบาปก็คือ ต่างแดนต่างชาติ เพราะมีการโง่โง่ว่าบรรดาชนชั้นสูงในยุโรปศตวรรษที่สิบสี่และสิบห้าต่างได้รับอิทธิพลการใช้ของหรูหราฟุ่มเฟือยมาจากบรรดาเจ้าต่างแดน ในสมัยยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการความนิยมในเสื้อผ้าของผู้หญิงเองก็เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จนมีการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงเสื้อผ้านี้กับ “พระเจ้าจันทร์”³⁶ ครั้นมาถึงในศตวรรษที่สิบหกอิทธิพลการแต่งกายของสเปนในฐานะมหาอำนาจก็แพร่กระจายไปทั่วยุโรป เมื่อ Catherine of Aragon จากสเปนเดินทางมาเสกสมรสกับเจ้าชายของราชวงศ์อังกฤษ ชนชั้นสูงอังกฤษก็แต่งกายตามเจ้าหญิงสเปน การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมทำให้ผู้หญิงถูกโง่โง่ที่มีความสับสนทางศีลธรรม การแต่งตัวของผู้หญิงทำให้เกิดความสับสนของสัญลักษณ์ทางการเมือง³⁷ เช่น การแต่งชุดแบบสเปน แต่เจ้าฝรั่งเศส เป็นต้น สำหรับผู้หญิง

³³ Sarah-Grace Heller, “Anxiety, Hierarchy, and Appearance in Thirteenth-Century Sumptuary Laws and the *Roman de la rose*”, pp. 321-323

³⁴ Sarah-Grace Heller, “Anxiety, Hierarchy, and Appearance in Thirteenth-Century Sumptuary Laws and the *Roman de la rose*”, p. 325

³⁵ Diane Owen Hughes, “Regulating Women’s Fashion”, p. 144

³⁶ Diane Owen Hughes, “Regulating Women’s Fashion”, p. 142

³⁷ Diane Owen Hughes, “Regulating Women’s Fashion”, pp. 137-138

ถึงแม้ว่าจะมีสถานะทางชนชั้นที่แตกต่างกันเป็นตัวยกกำหนดอยู่ แต่ผู้หญิงก็มักจะถูกเหมารวมกันไปเป็นพวกเดียวกันเมื่อมาถึงเรื่องเสื้อผ้า การแต่งตัวของผู้หญิงในเมืองประเด็นกลับไม่ได้อยู่ที่เรื่องของชนชั้น แต่เป็นเรื่องเพศ เพราะเครื่องแต่งกายผู้หญิงถูกจัดให้สื่อสารความหมายทางเพศออกมาเสียมากกว่า การแต่งกายของผู้หญิงที่หรูหราฟุ่มเฟือยก็ทำให้ผู้หญิงถูกนำไปโยงกับโสเภณี การแต่งตัวหรูหราฟุ่มเฟือยของผู้หญิงจึงถูกทำให้มีนัยของการเป็นโสเภณีซึ่งก็เป็นวิธีการจัดการชีวิตที่หรูหราฟุ่มเฟือยของผู้หญิงให้อยู่ในอาณัติ³⁸ แต่ก็ไม่สำเร็จ

ความจำเป็นเรื่องการค้าของหรูหราฟุ่มเฟือยและโครงสร้างทางชนชั้น

ในราวศตวรรษที่สิบเจ็ดการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าที่มาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแพรไหมและสินค้าเครื่องเคลือบที่มาจากจีน ก็ถูกโจมตีว่าจะนำความหายนะมาให้กับประเทศ เพราะ “ขาดดุล” การค้า สินค้าฟุ่มเฟือยอย่าง แพรไหม น้ำตาล และเครื่องเทศ³⁹ กลายเป็นเหยื่ออันโอชะของการโจมตีเรื่องการส่งสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าจากประเทศจีนที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ความนิยมที่มีต่อจีนส่งผลทำให้ศิลปะและงานฝีมือจำนวนมากของยุโรปตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของจีน จีนกลายเป็น “แฟชั่น” สำคัญของยุโรปในศตวรรษที่สิบเจ็ด เพราะแม้แต่กษัตริย์ฝรั่งเศสเองก็แต่งตัวแบบจีนไปในงานเลี้ยง⁴⁰ แต่สินค้าจากจีนก็มีราคาแพงมาก ผลที่เกิดขึ้นตามมาก็ทำให้ช่างชาวยุโรปผลิตสินค้าหรูหราฟุ่มเฟือยเลียนแบบของจีน⁴¹ แต่คุณภาพของก็ยังไม่สามารถที่สู้ของจากจีนไม่ได้⁴² เสื้อผ้าของฝรั่งเศสจำนวนมากที่มีราคาแพงก็เป็นวัสดุที่นำเข้ามาจากจีน ในที่สุดวัสดุเลียนแบบที่ผลิตในประเทศฝรั่งเศสก็ถูกนำมาใช้แทนของแพงจากจีน ธุรกิจแบบนี้้นำกำไรมาให้มหาศาล เพราะราคาเสื้อผ้าที่ทำจากวัสดุภายในของฝรั่งเศสเองกลับไม่ได้ทำให้ราคาลดลงแต่อย่างใด⁴³

³⁸ Diane Owen Hughes, “Regulating Women’s Fashion”, pp. 147-148

³⁹ Andrew Dalby, *Dangerous Tastes: The Story of Spices*, (Berkeley: University of California Press, 2000); Charles Corn, *The Scents of Eden: A History of Spice Trade*, (New York: Kodansha International, 1998)

⁴⁰ Dawn Jacobson, *Chinoserie*, (London: Phaidon Press, 1993), p. 31

⁴¹ Dawn Jacobson, *Chinoserie*, p. 21

⁴² Dawn Jacobson, *Chinoserie*, p. 24

⁴³ Joan DeJean, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafes, Style, Sophistication, and Glamour*, (New York: Free Press, 2005), p. 54

ในราวทศวรรษที่ 1670 ในรัชสมัยของพระเจ้าหลุยส์ที่สิบสี่ได้มีการปฏิวัติในเรื่องของการแต่งตัวและแฟชั่น กรุงปารีสได้กลายเป็นเมืองของแฟชั่น สำนึกของเรื่องความสะอาดสบายกระชับตัวได้กลายมาเป็นเรื่องสำคัญของการสวมเสื้อผ้า การสวมใส่เสื้อผ้าก็ยังคงคำนึงถึงว่ารูปร่างว่าเป็นอย่างไร เสื้อผ้าของชนชั้นสูงที่แต่ละคนสวมใส่ก็มีช่างตัดเสื้อประจำตัวที่วัดตัวตัดเสื้อให้พอดีกับตัว แต่ละคน เสื้อผ้าที่สวมใส่จึงมีลักษณะพิเศษของแต่ละคน แต่ช่างตัดเย็บที่มีชื่อเสียง เช่น Lazare Duvaux และ Rose Bertin ก็ไม่ได้ตัดเย็บด้วยตัวเอง แต่มีคนอื่นๆ ตัดเย็บให้ในนามของพวกเขา⁴⁴ สำหรับการแต่งตัวที่ดีเพื่อตัวเองคนเดียวกลับไม่ได้ให้ความตื่นตัวในชีวิต เพราะไม่มีใครจะได้เป็นผู้นำในการแต่งตัวตราบดีก็ตามที่ไม่มี “การเลียนแบบ” และยังไม่สามารถจะรู้ได้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่ทันสมัยสำหรับในฤดูกาลนี้ถ้ายังไม่มีคนใ้มาให้ดู พระราชินีฝรั่งเศสเองก็พร้อมที่จะลงมาเล่น “เกมของแฟชั่น” ด้วย เพราะพระราชินีเองก็อยากที่จะสวมใส่อะไรที่กำลังเป็นที่นิยม แต่ในขณะเดียวกันความนิยมนี้ก็ย่อมจะต้องเป็นสิ่งที่ไม่แพร่หลายมากเกินไป นอกจากนั้นก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น ปีนี้กับปีแล้วก็ต้องไม่เหมือนกัน

กระแสความคิดเรื่อง “แฟชั่น” ระบาดไปทั่วยุโรป จนแม้กระทั่งหนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกาก็ต้องรายงานเรื่อง “แฟชั่น” แนนอนการเกาะติด “แฟชั่น” เหล่านี้เป็นพฤติกรรมของชนชั้นสูงไม่กี่คนเท่านั้น จนกระทั่งในครึ่งหลังของศตวรรษที่สิบเจ็ดในตู้เสื้อผ้าของผู้หญิงเสื้อผ้าผู้หญิงก็เริ่มมีมากกว่าเสื้อผ้าของผู้ชาย การโจมตีผู้หญิงว่าตกเป็น “ทาสแฟชั่น” ปรากฏขึ้นในปี ค.ศ. 1694⁴⁵ ความคิดเรื่องของการตกเป็นเหยื่อเป็น “ทาส” ก็ยิ่งแสดงให้เห็นถึงความเสื่อมทรามที่เกิดขึ้นจากการใช้ของหรูหราฟุ่มเฟือย โดยความหรูหราฟุ่มเฟือยเหล่านี้ก็จะทำให้เกิดความอ่อนแอ นำไปสู่ความกระด้างกระดั่ง หรือถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ความเป็นผู้หญิง นั่นเอง อัตลักษณ์ของแฟชั่นจึงทำให้เกิดอัตลักษณ์แบบผู้หญิงขึ้นมา ในแง่นี้ผู้หญิงจึงกลายเป็นเหยื่อของการโจมตีที่คงที่

ในขณะที่สินค้าฟุ่มเฟือยอย่างเครื่องเทศก็นำมาซึ่งปัญหาทั้งในระดับประเทศและส่วนตัว การค้าเครื่องเทศเป็นชนวนของความขัดแย้งทางการเมืองมาตั้งแต่สมัยอาณาจักรอัสซีเรีย⁴⁶ ผู้คนในยุคกลางของยุโรปต่างแย่งชิงกันเพื่อครองอำนาจและควบคุมเส้นทางการค้าเครื่องเทศ ศาสนจักรเองก็ไม่นิยมและต้องการให้ผู้คนกินและใช้เครื่องเทศมากเพราะเชื่อว่าเครื่องเทศจะกระตุ้น

⁴⁴ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, translated by Brian Pearce (Cambridge: Cambridge University Press, 2000), p. 44

⁴⁵ Joan DeJean, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafes, Style, Sophistication, and Glamour*, pp. 36-40

⁴⁶ Andrew Dalby, *Dangerous Tastes: The Story of Spices*, p. 11

ความต้องการทางเพศให้เพิ่มมากขึ้น สิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยจึงเป็นสิ่งชั่วร้ายอันตรายในสายตาของผู้คนจำนวนมากก่อนศตวรรษที่สิบแปด ความหรูหราฟุ่มเฟือยมักจะเชื่อมต่อไปกับความชั่วร้ายของเพศ ชั่วร้ายไปกว่านั้นความชั่วร้ายทางเพศที่จะเกิดขึ้นเป็นผลพวงที่มาจากนอกประเทศ แต่ครั้งเมื่อพวกพ่อค้าระยะไกลและระยะไกลเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในเมืองก็กลับทำให้ความคิดเรื่องของฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป เพราะได้มีการเปลี่ยนแปลงจากของฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งของจำเป็นที่จะต้องดำรงอยู่ เพราะถ้าไม่เป็นเช่นนั้นก็จะทำให้กิจการค้าทั้งหลายประสบปัญหาล้มจม

ผลงาน *England's Treasure on Foreign Trade* ของ Thomas Mun ที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1664 แต่ก็เขียนไว้ประมาณสามสิบปีก่อนหน้านั้นแล้วได้กล่าวให้เห็นถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการไม่ซื้อสินค้าจากต่างประเทศ ถึงแม้ว่าเขาเองจะมีภาพลบกับของฟุ่มเฟือยและ “แฟชั่น” ก็ตาม แต่ในฐานะที่เป็นผู้อำนวยการของบริษัท East India Company เขาชี้ให้เห็นว่า หลักธรรมเรื่องความประหยัดไม่ซื้อของต่างประเทศเป็นสิ่งที่ไม่ดีกับการค้า เพราะจะทำให้ประเทศไม่สามารถขายของได้ เขายอมรับแนวทางเรื่องการซื้อของฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศในระดับที่พอเหมาะ⁴⁷ การปกป้องสถานะของการค้าย่อมแสดงให้เห็นถึงการเพิ่มสถานะของพ่อค้าให้ดูดีได้มากขึ้น แต่ถึงกระนั้นก็ดีเมื่อเปรียบเทียบการค้าระหว่างอังกฤษกับดัตช์แล้ว อังกฤษไม่สามารถที่จะต่อสู้กับดัตช์ในเรื่องของการค้าผ้าได้ หลักธรรมที่โจมตีการค้าและสิ่งของฟุ่มเฟือยในฐานะที่เป็นตัวการทำให้เกิดความเสื่อมและการคดโกงกลับกลายเป็นสิ่งที่ถูกโจมตี เพราะถือว่าไม่สอดคล้องกับการค้า⁴⁸

การค้าเองกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากสำหรับการระดมเงินมาสนับสนุนสงครามที่ขยายตัวอย่างมากตั้งแต่ต้นศตวรรษที่สิบหกเป็นมา สงครามเป็นจักรกลสำคัญในการสร้างรัฐสมัยใหม่⁴⁹ ที่ยอมรับหลักการเรื่องอำนาจอธิปไตย แต่การจะทำสงครามได้ก็ต้องมีเงิน ดังนั้นการค้าและพ่อค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวยิว เช่น ตระกูล Rothchild จึงมีบทบาทอย่างมากในการให้รัฐกู้เงินในการทำสงคราม⁵⁰ ในขณะที่เดียวกันความคิดเรื่องการใช้ของหรูหราฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศกลับถูกโจมตีว่าจะทำให้กลายเป็นคนอ่อนแอ กระด้างกระต้าง ซึ่งทั้งหมดย่อมไม่เหมาะสมกับ

⁴⁷ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, pp. 102-105

⁴⁸ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, pp. 106-107

⁴⁹ Charles Tilly, “War Making and State Making as Organized Crime” in *Bringing the State Back*, edited by Peter B. Evans, Dietrich Rueschemeyer and Theda Skocpol, (Cambridge: Cambridge University Press, 1992), pp. 169-191

⁵⁰ ดู Niall Ferguson, *The House of Rothchild: Money's Prophets 1798-1848*, (London: Penguin Books, 1998)

ค่านิยมของความอดทนและความยากลำบากในวิถีชีวิตแห่งสงคราม⁵¹ แต่ในขณะเดียวกันเมื่อไม่มีเงินจากการค้าของหุรรพุ่มเพื่อยกทำให้สงครามแห่งรัฐเป็นไปไม่ได้ คุณธรรมในการต่อต้านของหุรรพุ่มเพื่อยจึงกลายเป็นสิ่งที่ขัดขวางทั้งการค้าและการทำสงคราม ผลงาน *Discourse on Trade* ของ Nicolas Barbon ได้ทำให้การค้าของหุรรพุ่มเพื่อยระดับประเทศกับการใช้ของหุรรพุ่มเพื่อยแตกต่างกัน การค้าขายของหุรรพุ่มเพื่อยไม่ได้ทำให้เกิดการขาดแคลน เพราะปริมาณของสินค้าพืชผลทางการเกษตรที่เกิดขึ้นในประเทศนั้นมีการทดแทนไปตามฤดูกาลต่างๆ ไปได้กันเรื่อยๆ ดังนั้นถึงแม้การประหยัดจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อคุณธรรมส่วนบุคคล แต่จะประหยัดหรือไม่ประหยัดไม่ได้เกี่ยวข้องกับเรื่องการค้าระดับประเทศ⁵²

ในความคิดของ Barbon แล้วเขาเห็นว่า มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ด้วยความต้องการที่ไม่ตายตัว ความต้องการของมนุษย์คือ ความต้องการทางสมองมากเท่าๆ กับความหิวกระหายของร่างกาย ความต้องการทางสมองเป็นสิ่งที่ดำเนินไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด (infinite) ปริมาณก็จะเพิ่มมากขึ้นไปได้เรื่อยๆ⁵³ ความจำเป็นทางธรรมชาติไม่ใช่พื้นฐานของการค้า “ธรรมชาติตอบสนองความต้องการได้เพียงแค่น้อยนิด” เมื่อเป็นความต้องการทางธรรมชาติก็ทำให้แรงปรารถนา (desire) แบบที่ไม่มีที่สิ้นสุดไม่ได้เป็นเรื่องของความเสื่อมแต่อย่างใด⁵⁴ สิ่งที่ไม่ใช่ธรรมชาติต่างหากที่ตอบสนอง “ความต้องการทางสมองและจินตนาการของมนุษย์” ภายในกรอบความคิดแบบนี้ก็ทำให้มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการที่มากกว่าธรรมชาติ หรือถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง “ธรรมชาติของมนุษย์” เป็นสิ่งที่ไม่ใช่ธรรมชาติ

ในความคิดของ Barbon เรื่อง “แพชั่น” นี้เองที่ทำให้มนุษย์สามารถที่จะแต่งตัวให้เหมือนกับว่าตัวเองอยู่ในฤดูใบไม้ผลิได้ตลอดเวลา⁵⁵ ความหมายของ “แพชั่น” จึงเริ่มมีความหมายที่ดีมากกว่าความหมายในทางลบแบบความคิดของ John Locke “ความต้องการทางจินตนาการ” อันเป็น “ธรรมชาติ” ที่ดำเนินไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดนี้เองที่ทำให้โครงสร้างทางการเมืองเปลี่ยนแปลงไปได้ เพราะการเมืองไม่ได้มีไว้เพื่อกำหนดให้มนุษย์ดำเนินไปสู่เป้าหมายที่สูงส่งแบบที่ Aristotle กล่าวถึงชีวิตที่ดี (eudaimonia) อีกต่อไป แต่การเมืองมีหน้าที่ที่จะต้องส่งเสริมให้ความต้องการ

⁵¹ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, pp. 109-110

⁵² Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, p. 111

⁵³ John E. Crowley, “The Sensibility of Comfort”, *American Historical Review*, Vol. 104, No. 3 (June, 1999), p. 761

⁵⁴ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, p. 116

⁵⁵ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, p. 112

ของมนุษย์ได้บรรลุเป้าหมายที่อยากได้อะไรก็มี⁵⁶ หรือถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ได้รับการตอบสนองจากความต้องการที่จะ “บริโภค” สำหรับในศตวรรษที่สิบแปดการบริโภคนี้ก็เป็นไปเพื่อความสะดวก (convenience) ที่จะได้รับจากวัตถุเข้าของเครื่องใช้ต่างๆ สำหรับในศตวรรษที่สิบห้าความหมายของความสุขสะดวกสบาย (comfort) ก็คือ สภาวะที่ทุกสิ่งทุกอย่างประสานกลมกลืนกัน (harmony) กับระเบียบต่างๆ รวมไปถึงระเบียบของธรรมชาติด้วย แต่พอมาถึงศตวรรษที่สิบเจ็ดความหมายของความสุขสะดวกสบายในฐานะการประสานกลมกลืนกันก็หมดสมัยไป แต่กลับใช้ความสุขสะดวกสบายในความหมายที่เหมาะสมกับการกระทำหรือตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่ขาดไปไม่ได้⁵⁷

ในศตวรรษที่สิบแปดความคิดเรื่องการค้าของฟุ่มเฟือยในฐานะสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมก็เป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดมากขึ้น ความหรูหราฟุ่มเฟือยกลับส่งผลให้การความก้าวหน้าในด้านการผลิตมากกว่าจะทำลาย⁵⁸ ความคิดแบบเศรษฐกิจศาสตร์การเมืองของศตวรรษที่สิบแปดทำให้ความหมายของความสุขฟุ่มเฟือยเริ่มไม่ได้เป็นเรื่องเลวร้ายอีกต่อไป ความหรูหราฟุ่มเฟือยกลายเป็นเพียงแค่การตอบสนองความต้องการของผู้สะสมละเมียดละไม⁵⁹ การบริโภคลึกลับของหรูหราฟุ่มเฟือยกลับเชื่อว่าทำให้เกิดความก้าวหน้า เพราะทำให้ช่างฝีมือมีงานทำและก่อให้เกิดรายได้ การกระทำดังกล่าวเป็นการขยายฐานความมั่งคั่งซึ่งก็จะเป็นการส่งเสริมให้รัฐมีความเข้มแข็ง เพราะสามารถเก็บภาษีได้มากขึ้น นอกจากนั้นยังจะทำให้คนมีรสนิยมที่ประณีตมากขึ้นและยังนำมาซึ่งความสุขแก่มนุษย์ด้วย ในขณะเดียวกันการบริโภคลึกลับค้าหรูหราฟุ่มเฟือยก็ยังช่วยในการพัฒนาศิลปะและวิทยาการต่างๆ ความคิดแบบนี้จึงไม่ได้คิดว่าการกระหมัดกระหม่อมเป็นคุณธรรมอีกต่อไป แต่ดังที่ Voltaire ได้กล่าวเอาไว้ก็คือ ชีวิตที่เรียบง่ายคือความยากจน สำหรับคนในสมัยโบราณที่ชอบอ้างถึงคุณธรรมของตัวเองนั้นตามจริงแล้วก็คือความยากจน⁶⁰ หรือถ้าจะกล่าวตามแบบนักประวัติศาสตร์อย่าง Daniel Roche⁶¹ ก็คือ “สังคมก่อนการปฏิวัติฝรั่งเศสคือ สังคมที่ขาดแคลน” หรือสังคมที่ไม่ได้มีความอุดมสมบูรณ์⁶²

⁵⁶ Christopher Barry, *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*, p. 115

⁵⁷ John E. Crowley, “The Sensibility of Comfort”, pp. 761-762

⁵⁸ Michael Kwass, “Ordering the World of Goods: Consumer Revolution and the Classification of Objects in Eighteenth-Century France”, *Representation*, No. 82, (Spring, 2003), p. 91

⁵⁹ John E. Crowley, “The Sensibility of Comfort”, p. 769

⁶⁰ Michael Kwass, “Consumption and the World of Ideas: Consumer Revolution and the Moral Economy of the marquis de Mirabeau”, *Eighteenth Century Studies*, Vol. 37, No. 2 (Winter, 2004), p.

การซื้อ เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย ฯลฯ จะกลายเป็นผลดีต่อการค้า ความต้องการอะไรใหม่ๆ จะเป็นผลดีต่อการค้า แม้ว่าที่อยู่อาศัยจะเป็นความต้องการพื้นฐาน แต่ที่อยู่อาศัยไม่ใช่ “บ้าน” (home) เพราะ “บ้าน” กลายเป็นอะไรที่มากกว่าที่อยู่อาศัย ความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดทำให้เกิดความต้องการ “บ้าน” ที่ไม่ใช่แค่ที่อยู่อาศัย สำหรับ “บ้าน” เองก็เป็นความต้องการใหม่ๆ ที่ก่อให้เกิดขยายตัวทางการค้า นับตั้งแต่ยุคกลางจนถึงศตวรรษที่สิบเจ็ดที่อยู่อาศัยของยุโรปไม่ได้มีความน่าอยู่ ไม่ได้มีความสุขสะดวกสบาย ยามค่ำคืนก็มีปัญหามากเพราะไม่มีแสงสว่างพอ ห้องน้ำสาธารณะแบบที่ยุโรปรับมาจากพวกมุสลิมในช่วงสงครามครูเสดก็ถูกห้าม เพราะห้องน้ำสาธารณะเป็นแหล่งค้าประเวณีที่สำคัญจนมียกเลิกห้องน้ำสาธารณะในศตวรรษที่สิบห้า แต่เมื่อห้องน้ำส่วนตัวไม่มีก็ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการรักษาความสะอาดและการชำระล้างร่างกาย กระโถนก็เป็นทางออกที่สำคัญ แต่เนื่องจากไม่มีที่ระบายสิ่งสกปรก ของเสียจากกระโถนทั้งหลายก็โยนออกนอกหน้าต่างมากองรวมอยู่บนพื้นถนน⁶³ บนท้องถนนจึงอุดมไปด้วยของเสียต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นมนุษย์หรือสัตว์ จนกระทั่งในศตวรรษที่สิบแปดที่อยู่อาศัยเริ่มมีการต่อท่อเข้ากับที่ระบายของเสียของเมือง ห้องน้ำเริ่มปรากฏให้เห็นในบ้าน เฟอร์นิเจอร์ที่เอาไว้เก็บกระโถนให้มิดชิดก็ปรากฏให้เห็น ความสามารถในการทำเครื่องกระเบื้องแบบจีนเริ่มดีขึ้นก็ทำให้กระโถนมีความสวยงามมากขึ้น กระโถนจึงไม่ต้องไปเก็บไว้แอบอีกต่อไป เพราะสามารถที่จะวางไว้ให้เห็นได้⁶⁴

ในขณะที่สายสัมพันธ์ระหว่างบรรดาสมาชิกในครอบครัวเปลี่ยนแปลงไป การมีเด็กอยู่ในบ้านมีผลต่อโครงสร้างของบ้านเองมากๆ อย่างน้อยๆ ที่สุดก็นับตั้งแต่สมัยกลางเป็นต้นมา แนวความคิดเกี่ยวกับเด็กของผู้ใหญ่นั้นไม่ได้มีเรื่องของความอ่อนโยนหวานซึ่ง ความสัมพันธ์

⁶¹ ดู แนวความคิดและงานของ Daniel Roche ใน “Forum The Work of Daniel Roche” เขาเป็นนักประวัติศาสตร์ที่เน้นเชิงปริมาณและทำงานประวัติศาสตร์วัฒนธรรม โดยที่ยึดติดอยู่กับความคิดทางประวัติศาสตร์ที่ไม่รับแนวทางหลังมาร์กซิส (postmarxist) หรือหลังสมัยใหม่ (postmodern) แต่ก็ไม่ได้ปฏิเสธแนวทางแบบมาร์กซิส ชนชั้นและองค์ประกอบทางเศรษฐกิจยังคงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญซึ่งทำให้เขาแตกต่างไปจากนักประวัติศาสตร์อย่าง Francois Furet ที่เมื่อเลิกเป็นมาร์กซิสก็ทิ้งแนวทางประวัติศาสตร์สังคมและเศรษฐกิจ แนวที่ Roche ศึกษาคือ แนวที่เขาเรียกว่า “มานุษยวิทยาวัตถุ” (material anthropology) Robert Darnton, “Il Faut Savior Compter”, *French Historical Studies*, Vol. 27, No. 4 (Fall, 2004), pp. 728-729

⁶² Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 18

⁶³ Witold Rybczynski, *Home: A Short History of an Idea*, (London: Simon & Schuster, 1986), p. 37

⁶⁴ Julian L. Horan, *The Porcelain God: A Social History of The Toilet*, (Secaucus, N.J.: Citadel Press, 1996), p. 65

ภายในระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ไม่ได้เป็นเรื่องของการสร้างวินัยแต่เพียงอย่างเดียวตามแบบเดิมอีกต่อไป แต่เป็นเรื่องของความรักความผูกพัน ปรากฏการณ์แบบนี้เห็นได้จากพวกกระฎุมพีดีทซ์จนสร้างความหวาดวิตกให้กับคนต่างประเทศ เช่น คนฝรั่งเศสเมื่อเห็นพ่อแม่กระฎุมพีดีทซ์ปฏิบัติต่อลูกๆ โดยปราศจากการฝึกฝนวินัย แน่่อนการสร้างวินัยก็คือ การใช้อำนาจซึ่งก็ทำให้สายสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่กับลูกก็ไม่ได้มีความรักผูกพันใกล้ชิดแต่อย่างใด สายสัมพันธ์อันใกล้ชิดที่มีผลต่อโครงสร้าง “บ้าน” และครอบครัวนั้นเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงที่ให้แก่ๆ อยู่ในบ้านแทนที่จะส่งไปอยู่ที่อื่นๆ เพื่อฝึกฝนอาชีพ การฝึกอาชีพของเด็กเหล่านี้ก็อยู่ในสภาพแวดล้อมและการทำงานที่เลวร้าย แต่การส่งลูกไปอยู่ที่อื่นๆ ก็เป็นจารีตของการที่จะต้องส่งลูกๆ ไปฝึกงานที่อื่นๆ เมื่อเด็กอายุได้เจ็ดขวบ

แต่ความคิดแบบนี้เปลี่ยนแปลงไปในศตวรรษที่สิบหกเมื่อการศึกษาเริ่มขยายตัวออกไปสู่กลุ่มชนอื่นๆ มากกว่าที่จะจำกัดอยู่แต่ในหมู่พระ เมื่ออำนาจของพ่อค้าขยายตัวการศึกษาที่จำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับระบบการค้ามากขึ้น จนกระทั่งในศตวรรษที่สิบแปดธุรกิจโรงเรียนก็ขยายตัวมากขึ้น เช่น ประเทศอังกฤษ สำหรับวิชาที่จำเป็นสำหรับวิถีชีวิตและวิถีคิดแบบพ่อค้าก็ทำให้คณิตศาสตร์กลายเป็นวิชาสำคัญ เพราะจำเป็นสำหรับการทำบัญชี ธุรกิจโรงเรียนเมื่อขยายตัวมากก็ทำให้โรงเรียนระดับท้ายๆ แถวที่ไม่มีคุณภาพพระดับสูงทั้งหลายถูกโจมตีว่าแทนที่จะสร้างให้นักเรียนมีความศิวิไลซ์ แต่กลับสร้างความป่าเถื่อน เพราะไม่สนใจนักเรียนอย่างจริงจัง โรงเรียนเอกชนมีการแข่งขันกันสูงจนทำให้แต่ละโรงเรียนต้องพยายามแสดงให้เห็นว่า ผลของการส่งลูกมาอยู่ที่โรงเรียนคืออะไร สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ สายสัมพันธ์และเครือข่าย (network) ของบรรดานักเรียน⁶⁵

การเรียนทำให้อัตลักษณ์ของเด็กๆ ที่เกิดขึ้นมาจากครอบครัวเปลี่ยนแปลงไป เพราะเด็กตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของโรงเรียนมากขึ้น แม้ว่าเด็กต้องอยู่บ้านมากขึ้นก็ตาม สำหรับการฝึกงานหลังจากวัยเรียนก็เกิดขึ้นในบ้านเองแทนที่จะเกิดขึ้นที่อื่น นับตั้งแต่ศตวรรษที่สิบหกเป็นต้นมาพ่อแม่ก็มีโอกาสที่จะเห็นลูกๆ เติบโตด้วยตัวเองเป็นครั้งแรก เพราะฉะนั้นเมื่อลูกๆ อยู่บ้านการจัดห้องและระเบียบของสรรพสิ่งต่างๆ ในบ้านก็เกิดขึ้น แต่การจัดระเบียบบ้านว่าใครจะอยู่ที่ไหนนอนตรงไหนนั้นไม่ได้ใช้หลักเกณฑ์ของเพศเป็นตัวตั้ง แต่จัดการด้วยความเป็นคนในสายเลือดเดียวกันกับคนนอก หรือจะกล่าวอย่างง่ายก็คือ ลูกจ้างกับนายจ้าง ส่วนลูกชายและลูกสาวต้องนอนรวมกัน

⁶⁵ Paul Langford, *A Polite and Commercial People England 1727-1783*, (Oxford: Clarendon Press, 1989), pp. 84-88

⁶⁶ การเปลี่ยนแปลงของบ้านไปสู่ลักษณะของอารมณ์ความรู้สึกแบบกระแสมืดฟุ้งวาทะก็แสดงให้เห็นถึงลักษณะของ “ความเป็นผู้หญิง” มากขึ้น ไม่ว่านั่นจะเป็นเรื่องของการจัดการดูแลบ้านและการดูแลเด็กๆ ดังนั้นความเป็น “บ้าน” จึงกลายเป็นพื้นที่ของผู้หญิงมากขึ้น⁶⁷ ลักษณะของบ้านก็มีความเป็นผู้หญิงมากขึ้น เมื่อเป็นผู้หญิงมากขึ้นก็แสดงให้เห็นลักษณะที่มีความเป็น *Luxuria* มากขึ้นหรือมี “ความหรูหราฟุ่มเฟือย” มากขึ้น

การปลดปล่อยให้คุณค่าแบบผู้หญิงแพร่กระจายออกไปย่อมเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของผู้ชายชนชั้นนำ ถึงกระนั้นก็ดีแฟชั่นก็ไม่ใช่เรื่องที่อยู่ในแวดวงของผู้หญิงเท่านั้น การที่ผู้ชายให้ความสนใจเรื่องการแต่งตัวไม่ใช่เป็นเรื่องของการสูญเสียความเป็นชายหรือเป็นความเสื่อมทรามของระเบียบทางสังคมหรือระเบียบทางเพศ การนำเอา “สูทสามชิ้น” มาใช้ของชนชั้นนำอังกฤษในปี ค.ศ. 1666 ถือเป็นการแสดงให้เห็นถึงค่านิยมแบบใหม่ของผู้ชายชนชั้นสูงที่ให้ความสนใจในเสื้อผ้าและการแต่งตัว สำหรับสังคมชนชั้นสูงของอังกฤษในขณะนั้นการแต่งตัวก็ไม่ได้แตกต่างไปจากฝรั่งเศสที่เน้นความหรูหรา糜爛ลวดลายประดับประดามากมาย จนกระทั่งมาถึงสมัยของการล้มล้างราชวงศ์อังกฤษใน The Glorious Revolution ในปี ค.ศ. 1688 ชนชั้นสูงในอังกฤษก็หันมาแต่งตัวที่เรียบง่ายธรรมดาๆ มากขึ้น แต่ก็เชื่อว่าจะไม่มีการหันกลับมาสวมใส่เสื้อผ้าที่มีลวดลายเดินด้นปักอะไรต่างๆ การแต่งกายแบบนี้จะแตกต่างกันในกรณีพิเศษ⁶⁸ สำหรับสูทสามชิ้นที่แสดงความเป็นชาย เป็นปรากฏการณ์ของการแต่งกายที่แสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของความสุภาพและสังคมสุภาพ กิริยามารยาทกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ปรากฏการณ์ของสังคมสุภาพมีความชัดเจนมากขึ้นนับตั้งแต่กลางศตวรรษที่สิบแปดเป็นต้นมา สำหรับคนบางคนอย่างเช่น Edmund Burke ความสุภาพอาจจะสำคัญกว่ากฎหมายเสียด้วยซ้ำ ท่านสาธุคุณ John Brown ได้กล่าวไว้ในปี ค.ศ. 1757 ว่ามารยาทไม่ใช่คุณลักษณะของความเป็นหญิง ในทางตรงกันข้ามมารยาทจะเป็นตัวที่ทำให้สังคมอังกฤษไม่ล่มสลาย อย่างไรก็ตามก็ดีความคิดแบบนี้ขยายตัวอย่างมากนับตั้งแต่ศตวรรษที่สิบหก⁶⁹

⁶⁶ Witold Rybczynski, *Home: A Short History of an Idea*, pp. 48-49

⁶⁷ Witold Rybczynski, *Home: A Short History of an Idea*, p. 72

⁶⁸ David Kuchta, “The Making of the Self-Made Man: Class, Clothing, and the English Masculinity, 1688-1832”, in *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, edited by Victoria de Grazia & Ellen Furlough, (Berkeley: University of California Press, 1996), p. 56

⁶⁹ David Kuchta, *The Three Piece Suit and Modern Masculinity: England, 1550-1850*, (Berkeley: University of California Press, 2002), pp. 2-3; David Kuchta, “The Making of the Self-Made Man: Class, Clothing, and the English Masculinity, 1688-1832”, p. 65

การรู้จักควบคุมตนเองด้วยมารยาททางสังคมและความสุภาพแสดงให้เห็นถึงกระบวนการสร้างสภาวะแห่งความเป็นอารยะ⁷⁰ ที่ทำให้ชนชั้นสูงแตกต่างไปจากชาวนา ในขณะที่เดียวกันก็แตกต่างไปจากพวกอภิสิทธิชน (aristocrat) ความสุภาพก็เป็นผลพวงที่เกิดขึ้นมาจากการค้า ความสุภาพจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสายสัมพันธ์ที่จะได้มาซึ่งวัตถุต่างๆ ไม่ว่านั่นจะเป็นเรื่องของการผลิตหรือการบริโภคก็ตาม เพราะการค้าต้องการการจัดระเบียบการควบคุมที่สลับซับซ้อนมากขึ้นกว่าสังคมฟิวดัล (feudal society) ความสุภาพแสดงให้เห็นถึงความนุ่มนวล อ่อนโยนและการรู้จักที่จะคบค้าสมาคมสร้างสายสัมพันธ์กับผู้คนต่างๆ ความสุภาพจึงเป็นทั้งข้อห้ามและข้ออนุญาตไปในตัว ความสุภาพเป็นเงื่อนไขของการเข้าสู่สนามแข่งขันกันเพื่อให้ได้มาถึงสิ่งที่ต้องการไม่ว่านั่นจะเป็นการแต่งงาน การทำงาน ฯลฯ ความสุภาพเป็นการควบคุมให้ปัจเจกชนรู้จักมีความรับผิดชอบต่อตนเองและรู้จักสิทธิของตนเองในยามที่การแข่งขันดำเนินกันไปอย่างเข้มข้น⁷¹ ความสุภาพจึงเป็นกลไกทางอำนาจที่มีความสำคัญมากในสังคมที่เน้นการค้าและวัตถุ

ความหุนหันไม่ได้เป็นผลพวงของแรงปรารถนา (desire) ที่ไร้การควบคุม กลไกทางชนชั้นและหลักการของการสืบสายเลือดกำหนดว่า ใครจะใช้สิ่งของอะไรได้ ฯลฯ นั่นก็ทำให้ชาวของเครื่องใช้ต่างๆ จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดทางชนชั้น ดังนั้นถึงแม้ว่าพวก “เบอร์เกอร์” (burgher) ดัชท์⁷² และพ่อค้าอังกฤษจะมีความหุนหันมากขึ้นเพราะมีเงินมีทอง แต่พวก “เบอร์เกอร์” ดัชท์เหล่านี้ก็มีความอดกลั้นและควบคุมความร่ำรวยของตัวเองอย่างมาก โดยพวก “เบอร์เกอร์” ดัชท์ไม่มีการแสดงออกถึงความร่ำรวยของพวกตนเองจนมากเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มพวกกษัตริย์แล้วพวก “เบอร์เกอร์” เองไม่ได้หุนหันพุ่มเฟือยเท่าและก็ยังไม่หุนหันพุ่มเฟือยเท่ากับพวกอภิสิทธิชนในอังกฤษ ถึงแม้ว่าพวก “เบอร์เกอร์” ดัชท์จะรวยกว่าเป็นสิบเท่าก็ตาม⁷³ สำหรับในกรอบความคิดของพวก “เบอร์เกอร์” ดัชท์นั้นการแสดงออกความร่ำรวยอย่างอลังการเป็นสิ่งที่กษัตริย์

⁷⁰ Norbert Elias, *The Civilizing Process*, translated by Edmund Jephcott, (Oxford: Basil Blackwell, 1982)

⁷¹ Paul Langford, *A Polite and Commercial People England 1727-1783*, pp. 4-5

⁷² Simon Schama ยอมรับว่าโครงสร้างทางชนชั้นของดัชท์ไม่มีความชัดเจน ทั้งนี้คำว่า *Bourgeois* นั้นไม่ใช่โลกของพวกดัชท์ แต่เป็น *Burgher* เพราะการเป็น *Burgher* นั้นสำนึกในความเป็นพลเมืองต้องมาก่อนสำนึกในทางเศรษฐกิจหรือ *Homo Oeconomicus* สำนึกที่มีต่อสังคมและสิ่งที่ดีงามของเมือง ชุมชน กลับจะนำมาซึ่งความเจริญต่อไป Simon Schama, *An Embarrassment of Riches: An Interpretation of Dutch Culture in the Golden Age*, (New York: Alfred A. Knopf, 1987), pp. 4-7

⁷³ Simon Schama, *An Embarrassment of Riches: An Interpretation of Dutch Culture in the Golden Age*, p. 295

สเปนนิยมกระทำกัน ครั้นเมื่อดัชต์เป็นอิสระจากการปกครองของสเปนความหรูหราฟุ่มเฟือยที่พวก “เบอร์เกอร์” ดัชต์แสดงให้เห็นจึงกลับกลายเป็นสิ่งที่น่าอับอาย เพราะนั่นเท่ากับเป็นการเชื่อมโยงกับความเป็นสเปน ทางออกอย่างหนึ่งของ “เบอร์เกอร์” เหล่านี้ในการแสดงความมั่งคั่งก็กระทำได้โดยการแสดงบทบาทในทางสาธารณะ เช่น การสร้างเขื่อนอันเป็นการต่อสู้กับทะเลและเป็นเวลาเดียวกันกับการต่อสู้เพื่อเป็นเอกราชจากสเปนศัตรูที่มาจากทางทะเล การต่อสู้กับทะเลจึงไปด้วยกันกับการต่อสู้สมบูรณาญาสิทธิราชนิยม (absolutism) พ่อค้านักธุรกิจดัชต์จึงระดมทุนเรียไรเงินนับล้านมาสร้างเขื่อนกันน้ำทะเลในต้นศตวรรษที่สิบเจ็ดเพื่อให้มีที่ดินทำกินได้มากขึ้น⁷⁴

ด้วยความเขินอายพวก “เบอร์เกอร์” ดัชต์เองจึงทำให้พวก “เบอร์เกอร์” ดัชต์ยังไม่สามารถแสดงการบริโภคสินค้าต่างๆ ของตัวเองได้อย่างเต็มที่ พวก “เบอร์เกอร์” ดัชต์เองก็หวาดกลัวกับการถูกประณามถ้ามีการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยในระดับที่ไม่พอเหมาะ เพราะความคิดที่ว่าการบริโภคของฟุ่มเฟือยมากเกินไปจะนำไปสู่ความเสื่อมทรมานของระเบียบทางสังคม ด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้ความประหยัดหรือการมีระเบียบวินัยควบคุมตนเองมีชีวิตมัธยัสถ์หรือสมถะก็สามารถที่จะดำเนินควบคู่ไปกับการทำอะไรที่ตอบสนองความต้องการหรือความอยากของตัวเองด้วย⁷⁵ แต่ระเบียบทางสังคมที่ว่านี้ก็คือ ระเบียบทางชนชั้น ถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งอำนาจของโครงสร้างทางชนชั้นที่กำหนดให้แต่ละชนชั้นบริโภคสินค้าให้ถูกต้องตามชนชั้น เช่น ในฝรั่งเศสภรรยาของพวกกระฎุมพีไม่สิทธิจะใช้เสื้อผ้าที่ถักทอด้วยทองและเงิน ห้ามใช้ไข่มุก และห้ามใช้เครื่องถ้วยชามที่มีราคาแพง⁷⁶ การบริโภคสินค้าที่ไม่เหมาะสมหรือเกินเลยฐานะของตัวเองไปย่อมทำให้เกิดความเสื่อมทรมานของระเบียบทางสังคมหรือระเบียบทางชนชั้น

ถึงแม้ว่าจะมีระเบียบทางชนชั้นแต่ก็ไม่สามารถที่จะหยุดยั้งแรงปรารถนาและความต้องการของผู้คนได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของประเทศฝรั่งเศส ความต้องการเลียนแบบการ

⁷⁴ Simon Schama, *An Embarrassment of Riches: An Interpretation of Dutch Culture in the Golden Age*, pp. 37-39

⁷⁵ คำอธิบายคลาสสิกของ Max Weber เรื่องการประหยัด ควบคุมความต้องการของตัว ไม่ได้เป็นลักษณะอย่างเดียวของกระฎุมพี เพราะการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองก็เป็นลักษณะสำคัญที่นักประวัติศาสตร์การบริโภคให้ความสำคัญ ดู John-Christophe Agnew, “Coming up for air: consumer culture in historical perspective”, in *Consumption and the World Goods*, edited by John Brewer and Roy Porter, (London: Routledge, 1993), pp. 22-23

⁷⁶ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, pp. 40-41

แต่งกายของชนชั้นสูงมีมากจนกระทั่งในปี ค.ศ. 1681 ได้มีการห้ามปรามผู้คนจากต่างจังหวัดที่ต้องการเลียนแบบการแต่งตัวของชนชั้นสูงว่า “ไม่สมควรควรทำ” เพราะเสื้อผ้าเหล่านี้มีราคาแพงมาก แต่นั่นก็ไม่ได้ช่วยอะไร เพราะหลักการสำคัญของการแต่งตัวในขณะนั้นก็คือ อะไรที่ยิ่งแพงยิ่งดี การแสดงออกให้คนอื่น ๆ เห็นจำเป็นที่จะต้องใช้ของแพงๆ⁷⁷ การแต่งตัวตามแฟชั่นสำคัญๆ ก็มักจะเลียนแบบการแต่งกายของคนต่างชาติไม่ว่าจะเป็นของจีนหรือแม้กระทั่งอาจจะจะเป็นของชาวสยาม⁷⁸ สินค้าจากต่างประเทศจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นที่ต้องการของผู้คนไม่ว่าจะเป็นระดับใด ในปี ค.ศ. 1683 ตำรวจได้รายงานต่อกษัตริย์ฝรั่งเศสว่า ผู้หญิงชนชั้นแรงงานแต่งตัวน่ายกย่อง เสื้อผ้าที่ใช้วัสดุที่ทำมาจากประเทศจีน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าปัญหาของการสั่งสินค้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากจีนได้กลายมาเป็นปัญหาสำคัญทางการค้า เพราะในขณะนั้นจีนเองไม่ได้ต้องการสินค้าอะไรจากยุโรป การห้ามนำเข้าสินค้าจากตะวันออกจึงเป็นทางเลือกอย่างหนึ่งของรัฐฝรั่งเศสในการแก้ไขปัญหาการค้า ส่วนอีกหนทางหนึ่งก็คือ ส่งเสริมให้ผลิตของลอกเลียนแบบสินค้า “ของแท้” ที่มาจากจีนเพื่อทดแทนการนำเข้า⁷⁹ ในขณะเดียวกันกรุงปารีสก็ได้เริ่มกลายมาเป็นศูนย์กลางแฟชั่นการแต่งตัวจนทำให้คนต่างประเทศเฝ้ามองเมื่อใดก็ตามที่ต้องตามทีคนในประเทศต้องการแฟชั่นก็จะทำให้คนประเทศนั้นต้องตกเป็นเบี้ยล่างของฝรั่งเศส⁸⁰ สำหรับในปารีสเองก็รู้กันดีว่าเสื้อผ้านั้นจะต้องตัดและออกแบบโดยใครถ้าจะแต่งตัวในทำนองเดียวกันกับคนในราชสำนัก ส่วนผู้คนในนครอื่นๆ ก็เริ่มที่จะเลียนแบบการแต่งตัวและแฟชั่นจากปารีส⁸¹

แต่ไม่ว่าจะเป็นการโจมตีสิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยหรือจะเป็นการปกป้องการบริโภคของหรูหราฟุ่มเฟือยก็ตาม ทั้งสองฝ่ายต่างเพิ่มปริมาณสิ่งพิมพ์เพื่อให้ผู้มีทางเลือกในการบริโภคสิ่งพิมพ์ได้เห็นทางเลือกมากขึ้น ในครั้งหลังของศตวรรษที่สิบแปดสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการ

⁷⁷ Joan DeJean, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafes, Style, Sophistication, and Glamour*, pp. 52-53

⁷⁸ Joan DeJean, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafes, Style, Sophistication, and Glamour*, p. 52

⁷⁹ Joan DeJean, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafes, Style, Sophistication, and Glamour*, p. 54

⁸⁰ Catherine M. Sama, “Liberty, Equality, Frivolity! An Italian Critique of Fashion Periodicals”, *Eighteenth-Century Studies*, Vol. 37, No. 3 (Spring, 2004), p. 393

⁸¹ Joan DeJean, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafes, Style, Sophistication, and Glamour*, p. 59

ต่อต้านหรือสนับสนุนการบริโภคสินค้าหรูหราฟุ่มเฟือยเพิ่มปริมาณขึ้นอย่างมาก เป้าหมายสำคัญของสงครามต่อสู้ระหว่างฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายต่อต้านการบริโภคของหรูหราฟุ่มเฟือยก็คือ ผู้หญิงในขณะเดียวกันสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงในแง่มุมต่างๆ เกิดขึ้นมามากมาย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์เพื่อความเป็นหญิง เช่น สอนมารยาทหน้าที่ของผู้หญิง การเตรียมตัวเป็นเจ้าสาว ฯลฯ สิ่งพิมพ์ของปลายศตวรรษที่สิบแปดที่จะขาดไปไม่ได้ก็คือ แม็กกาซีนแฟชั่นผู้หญิง อันเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ทั้งในอิตาลี อังกฤษ และฝรั่งเศส โดยสามารถที่จะบอกรับเป็นสมาชิกได้ การขยายตัวของแม็กกาซีนแฟชั่นจากชนชั้นสูงไปสู่ชนชั้นกลาง⁸² เป็นอย่างกว้างขวาง ถึงแม้ว่าจะอ่านไม่ออกก็สามารถที่จะดูโฆษณาได้ บรรดาสาวใช้ทั้งหลายก็สามารถที่จะชื่นชมแฟชั่นต่างๆ ตราบที่เจ้านายมีไว้ในครอบครอง⁸³

สงครามของการต่อสู้กันระหว่างผู้ยึดมั่นในศีลธรรมที่โจมตีความหรูหราฟุ่มเฟือยกับผู้เห็นความสำคัญของการค้าสินค้าหรูหราฟุ่มเฟือยก็ยังคงดำเนินต่อไป โดยขัดขวางข้ามของฝ่ายเห็นด้วยและฝ่ายต่อต้านนั้นก็ยังมิมีประเภทแนวทางสายกลางที่โจมตีการบริโภคที่สุรุ่ยสุร่าย แต่ก็ยังเห็นถึงความสำคัญของการเจริญเติบโตของการค้า คนอย่าง Victor de Riquetti, marquis de Mirabeau เป็นตัวอย่างที่ดีของการเลือกวิถีทางประนีประนอม⁸⁴ ในขณะที่ marquis d'Argenson กลับเห็นว่า สิ่งของฟุ่มเฟือยหรูหราทั้งหมดจะต้องห้ามคนธรรมดาๆ ที่ไม่มีฐานะอันควรใช้ การให้คนธรรมดาๆ ได้มีโอกาสใช้ของหรูหราฟุ่มเฟือยแล้วถ้าเกิดคนธรรมดาๆ ไม่มีชาติตระกูลเกิดใช้ได้อย่างดี ทำให้ดูดี ดูเหมาะสม แล้วก็จะทำให้คนธรรมดาๆ เหล่านั้นได้ครอบครองอำนาจที่คนมีฐานะอันควรทั้งหลายกลับเห็นว่าไม่สมควรจะได้ ในขณะที่ถ้าคนธรรมดาๆ เหล่านั้นใช้สิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยได้ไม่ดี ดูแล้วทุเรศ ดูแล้วขัดเขิน ก็ยิ่งกลับทำให้สถานะของสิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยที่เชื่อมต่อเข้ากับและเป็นอำนาจของพวกอภิสิทธิ์ชนนั้นกลายเป็นของทุเรศไป การกระทำทุเรศๆ เหล่านี้ก็ทำให้ของมีค่าเหล่านั้นเสื่อมราคาและหมดอำนาจ⁸⁵

⁸² สำหรับปัญหาความหมายของชนชั้นกลางในประวัติศาสตร์ยุโรป ดู Jurgen Kocka, "The Middle Classes in Europe", *Journal of Modern History*, Vol. 67, No. 4 (December, 1995), pp. 783-806

⁸³ Catherine M. Sama, "Liberty, Equality, Frivolity! An Italian Critique of Fashion Periodicals", pp. 392-393

⁸⁴ Michael Kwass, "Consumption and the World of Ideas: Consumer Revolution and the Moral Economy of the Marquis de Mirabeau", p. 189

⁸⁵ John Shovlin, "The Cultural Politics of Luxury in Eighteenth-Century France", *French Historical Studies*, Vol. 23, No. 4 (Fall, 2000), p. 584

ความหมายของความหรูหราฟุ่มเฟือยในฐานะการเลียนแบบการแต่งตัวและการใช้ข้าวของที่ถูกจัดให้ว่าเหมาะสมกับชนชั้นสูงนั้นจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในครึ่งหลังของศตวรรษที่สิบแปด ความหมายของความหรูหราฟุ่มเฟือยไม่ได้จำกัดอยู่แต่แค่การกระทำของชนชั้นต่ำอีกต่อไป แต่ความหมายของความหรูหราฟุ่มเฟือยใช้กับการแสดงออกที่อลังการโดยไม่มีข้อจำกัดทางชนชั้น ชนชั้นใดก็ได้ที่แสดงออกอย่างอลังการก็ถือว่า แสดงความหรูหราฟุ่มเฟือยได้เท่าเทียมกันหมด แต่ก็ยังมีการโจมตีว่าความหรูหราฟุ่มเฟือยเป็นสิ่งที่ไม่ดีไม่ว่าจะเป็นใครใช้ก็ตาม ความหรูหราฟุ่มเฟือยไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นอภิสิทธิ์ที่ชนชั้นสูงพึงจะได้รับข้อยกเว้นได้อีกต่อไป ความอลังการของความหรูหราฟุ่มเฟือยถูกปฏิเสธและไม่ยอมรับว่าเป็นกลไกของอำนาจทางการเมืองและรัฐอีกต่อไป โดยฝ่ายต่อต้านความหรูหราฟุ่มเฟือยในฐานะอำนาจทางการเมืองนั้นไม่ได้ใช้หลักเกณฑ์ทางศาสนาในการโจมตีการใช้ของหรูหราฟุ่มเฟือย หลักเกณฑ์ทางศาสนาไม่ได้เป็นเครื่องมือในการโจมตีของหรูหราฟุ่มเฟือย เช่นผลงานของ Elisabetta Caminer Turra ชาวเวนิสในปลายทศวรรษที่ 1770⁸⁶ สำหรับในประเทศฝรั่งเศสฝ่ายวิพากษ์ความหรูหราฟุ่มเฟือยก็ดำเนินตามกรอบความคิดของพวกเขา “ผัสสะนิยม” (sensationalist) ที่ยึดหลักของความเรียบง่าย⁸⁷ โดยพวกเขาผัสสะนิยมเห็นว่า การยอมรับความอลังการหรูหราในฐานะอำนาจทางการเมืองเกิดขึ้นจากความสับสนระหว่างการทำความเข้าใจความจริงกับสัญญาณ (sign) ความเข้าใจแบบผิดๆ อันนี้นำไปสู่ความปั่นป่วนวุ่นวาย สรรพสิ่งต่างๆ ขาดความแข็งแกร่งทนทาน และขาดยังความเป็นจริงรองรับ⁸⁸ เพราะทุกสิ่งทุกอย่างเป็นเพียงแค่สัญญาณหรือเป็นแค่ภาพลวงตา

ในทศวรรษที่ 1770 สภาพของ “กระเบื้องเฟื่องฟูลอย แต่น้ำเต้าน้อยก็กลับไม่ได้ถอยจม” ก็ยิ่งสร้างความสับสนวุ่นวายให้กับชีวิตในเมืองใหญ่ของฝรั่งเศสเป็นอย่างมาก ด้วยการที่ทั้งฝ่าย “กระเบื้อง” และ “น้ำเต้า” เริ่มมาอยู่ในสถานะที่ใกล้เคียงกันก็ทำให้ความคิดเรื่องการต่อต้านของหรูหราฟุ่มเฟือยแตกต่างไปจากการต่อต้านของหรูหราฟุ่มเฟือยแบบเดิมๆ การต่อต้านความหรูหราฟุ่มเฟือยนั้นกลับกลายเป็นการโจมตีชนชั้นสูงว่า การที่ชนชั้นสูงไม่ได้ทำมาหากิน ไม่ทำตัวขยัน ไม่รู้จักอ่อนน้อมถ่อมตน และไร้ซึ่งคุณธรรมแบบผู้คนส่วนใหญ่ของสังคมแล้ว ก็ทำให้พฤติกรรมของชนชั้นสูงกลายเป็นพวกที่มีแต่ความหรูหราฟุ่มเฟือย พวกชนชั้นสูงถูกโจมตีว่า ไม่ได้ทำอะไรเก็บ

⁸⁶ Catherine M. Sama, “Liberty, Equality, Frivolity! An Italian Critique of Fashion Periodicals”, p. 393

⁸⁷ John Shovlin, “The Cultural Politics of Luxury in Eighteenth-Century France”, p. 599

⁸⁸ John Shovlin, “The Cultural Politics of Luxury in Eighteenth-Century France”, pp. 577-578

ภาษีไปแล้วก็เอาไปใช้จ่ายกับสินค้าฟุ่มเฟือย⁸⁹ การเปลี่ยนแปลงทางความคิดเรื่องหรูหราฟุ่มเฟือย จึงกลับกลายเป็นการโจมตีชนชั้นสูงแทนที่จะโจมตีชนชั้นต่ำแบบต้นศตวรรษที่สิบแปดที่โจมตีพวกที่มีรายได้ต่ำรสนิยมสูงที่บังอาจกล้าหาญใช้สิ่งของหรูหราเลียนแบบชนชั้นสูง ประเด็นเรื่องของการเลียนแบบทางชนชั้นจึงไม่ใช่ประเด็นอีกต่อไป พอถึงทศวรรษที่ 1780 สภาวะของหรูหราฟุ่มเฟือย จึงกลับตกเป็นภาระของชนชั้นสูงที่จะต้องแบกรับคำวิพากษ์วิจารณ์ หรือถ้าจะกล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ ชนชั้นสูงที่ร่ำรวยกลายเป็นชนชั้นหรูหราฟุ่มเฟือย เพราะไม่ได้ทำประโยชน์หรือไม่ได้ผลิตอะไรให้กับประเทศ⁹⁰

นับตั้งแต่การตกเป็นทาสของแฟชั่นจนมาถึงขั้นทำลายล้างประเทศด้วยการซื้อของหรูหราฟุ่มเฟือยผู้หญิงก็ยังกลายเป็นเป้าสำคัญในการโจมตี ผู้หญิงถูกโจมตีว่า เมื่อมีแฟชั่นใหม่ๆ ออกมา ผู้หญิงก็อยากได้ โดยไม่ดูคิดว่าจะเหมาะสมกับตำแหน่งทางสังคมของเธอหรือไม่ ผู้หญิงจะเรียกร้องจะเอามาให้ได้ ไม่ว่าจะมีความแพงขนาดไหนก็ต้องเอา แม้กระทั่งซื้อแล้วจะนำความฉิบหายวาววอดมาให้สามีก็ตาม⁹¹ ประโยค “มาตรฐาน” เหล่านี้เป็นหลักสำคัญในการโจมตีการซื้อของหรูหราของผู้หญิง แต่การโจมตีนั้นก็ไม่ได้หมายความว่าผู้หญิงจะต้องรับผิดชอบต่อการกระทำนั้นๆ เพราะอย่างน้อยๆ ที่สุดถ้าผู้หญิงในกรอบความคิดของคริสเตียนคือ ไม่มี Rationality แล้วก็หมายความว่า ผู้หญิงก็ไม่จำเป็นที่จะต้องรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเท่ากับผู้ชาย ดังนั้นในราวศตวรรษที่สิบแปดเมื่อพระนางมารีแอนโตINETTE มีปัญหาเรื่องการใช้จ่ายเงินอย่างฟุ่มเฟือยไปกับเสื้อผ้าก็จำเป็นที่จะต้องโทษ Rose Bertin ช่างตัดเสื้อของพระนาง การล้มละลายจนนำไปสู่การล้มละลายของราชวงศ์บอร์บอนแห่งฝรั่งเศสกลับถูกกล่าวหาว่าเป็นผลงานของช่างตัดเสื้อ⁹² ร้านค้าเสื้อผ้าจำนวนมากก่อนการปฏิวัติฝรั่งเศสก็อยู่ในมือของผู้หญิง ความต้องการที่จะบริโภคอะไรที่มากเกินไปนั้นก็ถูกมองว่าเป็นคุณลักษณะของผู้หญิง ในสถานการณ์ของปลายศตวรรษที่สิบแปดผู้หญิงจึงมีแต่ถ่วงถ่วงผู้หญิงด้วยกัน เมื่อมีความเชื่อที่ว่าผู้หญิงถ่วงถ่วงและครอบงำผู้หญิงด้วยกัน

⁸⁹ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 40

⁹⁰ John Shovlin, “The Cultural Politics of Luxury in Eighteenth-Century France”, p. 593

⁹¹ Jennifer Jones, “Coquettes and Grisettes : Women Buying and Selling in Ancien Regime Paris”, in *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, edited by Victoria de Grazia & Ellen Furlough, (Berkeley: University of California Press, 1996), p. 37

⁹² Jennifer Jones, “Coquettes and Grisettes : Women Buying and Selling in Ancien Regime Paris”, p.

แล้วความเชื่อที่ตามมาก็คือ ความวุ่นวายไร้ระเบียบ⁹³ ความไร้ระเบียบที่เกิดขึ้นมาจากความหรรษาฟุ่มเฟือย

การบริโภคแต่สิ่งของ “จำเป็น”

ความหมายของความหรรษาฟุ่มเฟือยกลับกลายเป็นสิ่งที่หาคำนิยามได้ยาก⁹⁴ แต่ถึงกระนั้นก็ดีความหรรษาฟุ่มเฟือยก็ยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญในการโจมตีฝ่ายตรงกันข้ามที่ก้าวข้ามพ้นกาลเวลาและสถานที่ ครั้นถ้าพิจารณาจากรากฐานทางคริสต์ศาสนาว่าการใช้ของหรรษาฟุ่มเฟือนั้นเป็นบาปแล้วก็ทำให้กล่าวได้ว่า ของหรรษาฟุ่มเฟือยเป็นสิ่งที่มิคู่กับมนุษย์มาตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์อย่างน้อยๆ ที่สุดก็ในตำนานของพระคัมภีร์ คนอย่างอดัมเองก็เป็นพวกตระกละตระกรามไม่รู้จักพอ ด้วยรากฐานของความไม่พอเพียงจึงเป็นพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องการศาสนามาควบคุม จนทำให้ศาสนากลายเป็นสิ่งจำเป็น แต่สำหรับกรอบความคิดในศตวรรษที่สิบแปดนั้นภายใต้ระบบสังคมแบบใหม่ที่ไม่สามารถจะดำเนินไปตามหลักการของศาสนาก็ทำให้ แรงปรารถนาและความต้องการของมนุษย์ในฐานะเงื่อนไขความเป็นมนุษย์นั้นได้กลายมาเป็นรากฐานความสัมพันธ์ทางสังคมอันใหม่ ความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดได้กลายเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ไม่วันที่จะแก้ไขได้⁹⁵ และไม่จำเป็นต้องแก้ไข เช่น ความต้องการที่จะสวมเสื้อผ้าที่พอดีเหมาะสมกับตัว ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าความคิดเรื่องเหมาะสมของการสวมเสื้อผ้าให้ “เข้า” กับร่างกายนั้นเป็นความคิดใหม่ เสื้อผ้าจึงไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องนุ่งห่มเพื่อตอบสนองของความจำเป็น แต่เป็นสิ่งที่ไม่ว่างเพื่อการบริโภคที่เมื่อสวมใส่แล้วเหมาะสมเข้ากับร่างกาย

สำหรับคำว่า Consumption นั้นมาจากรากศัพท์ภาษาละติน *Consumere* อันเป็นคำที่บ่งบอกถึงการใช้ของ สิ่งของที่เปลี่ยนได้เลื่อนได้และทิ้งได้ ในสังคมชนบทยุโรปและในภาษาของพ่อค้าในสมัยกลางไม่ปรากฏคำว่าบริโภค คำๆ นี้มีเริ่มมีบทบาทในระบบการเก็บภาษีของพาณิชย์นิยม (mercantilism) ในปี ค.ศ. 1663 นักทฤษฎีอย่าง Johann Blathasar Schupp ใช้คำว่า *Consumieren* ในความหมายของการได้ใช้สอยสิ่งของต่างๆ และการเก็บภาษี ในราวศตวรรษที่สิบแปดตอนต้นคำๆ นี้หมายถึงการเก็บภาษี ดังนั้นถ้า Consumption เป็นเรื่องสิ่งของที่

⁹³ Jennifer Jones, “Coquettes and Grisettes : Women Buying and Selling in Ancien Regime Paris”, p. 28

⁹⁴ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 77

⁹⁵ Marshall Sahlins, “The Sadness of Sweetness: The Native Anthropology of Western Cosmology”, *Current Anthropology*, Vol. 37, No. 3 (June, 1996), p. 398

เก็บภาษีแล้วก็ทำให้ Consumption เป็นสิ่งจำเป็น เพราะอย่างน้อยๆ ที่สุดภาษีเป็นสิ่งจำเป็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการดำรงอยู่ในรัฐ อะไรที่เก็บภาษีได้ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เหล้า ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่จำเป็นที่อยู่ในรูปของ Consumption ครั้นเมื่อมาถึงพวก Physiocrat ก็ได้เริ่มทำให้การบริโภคเป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับการผลิต (production) การบริโภคถูกจัดให้เป็นอาณาเขตของประชาสังคม (civil society) หรืออาณาเขตของความต้องการ ความคิดแบบนี้เริ่มปรากฏให้เห็นชัดมากขึ้นในศตวรรษที่สิบเก้า⁹⁶ แม้ว่าความคิดของความเป็นสังคมที่เกิดขึ้นจากแรงปรารถนาและความต้องการจะมีมาก่อนหน้านั้นแล้ว ประชาสังคมจึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับวิธีการบริโภคที่ไม่จำเป็นที่จะต้องเกี่ยวข้องกับ Rationality ที่มาจากความเป็นปัจเจกชน (individual) เสมอไป ในอีกด้านหนึ่ง Consumption สามารถที่จะเกี่ยวข้องกับการจัดตั้ง วางแผน ล่อลวง และอะไรอื่นๆ ที่ทำลายระเบียบต่างๆ⁹⁷ ทางสังคมการเมืองแบบที่สังคมโบราณหวาดวิตก

คำว่า Consumption ไม่ได้จำกัดอยู่แค่แวดวงการเมืองและเศรษฐกิจเท่านั้น นับศตวรรษที่สิบเจ็ดเป็นต้นมาคำว่า บริโภคหรือ Consumption ยังปรากฏอยู่ในวงการทางการแพทย์อันหมายถึงวัณโรคอีกด้วย ความหมายของ “Consumption” ที่มากับอาการที่เลวร้ายของวัณโรคจึงบ่งบอกถึงความหมายในแง่ลบของคำๆ นี้⁹⁸ ความตายจากวัณโรคที่แน่นอนทำให้การตายด้วยวัณโรคถูกนำไปเชื่อมต่อเข้ากับความตายแบบสงบๆ วัณโรคทำให้คนมีเวลาเตรียมตัวตาย จำลึกและเสียใจต่อบาปที่ตนเองได้กระทำเอาไว้ โรคทำคนตายได้กลายมาเป็นแนวทางสำคัญในการสร้าง “แฟชั่นแห่งชีวิตของตัวเอง” (self-fashioning) ให้กับตัวเอง เพราะทำผู้ป่วยสามารถเผชิญความตายแต่เพียงผู้เดียว ค่านิยมในวิถีทางแห่งความตายแบบนี้พบกันมากในศตวรรษที่สิบแปด⁹⁹ Consumption จึงใช้ได้กับตัวตนหรือตัวเองโดยตรงมากกว่าที่จะเกี่ยวข้องกับความหมายทางการเมืองหรือเศรษฐกิจ ถึงแม้ว่าความตายที่เกิดจาก “Consumption” จะก่อให้เกิดจะสร้างเสน่ห์ให้กับ

⁹⁶ Ulrich Wyrwa, “Consumption and Consumer Society: A Contribution to the History of Ideas”, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judt, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), pp. 432-434

⁹⁷ Don Slater, *Consumer Culture and Modernity*, (Cambridge: Polity Press, 1997), p. 23

⁹⁸ Clark Lawlor and Akihito Suzuki, “The Disease of the Self: Representing Consumption, 1700-1830”, *Bulletin of the History of Medicine*, Vol. 74, No. 3 (Fall, 2000), p. 458

⁹⁹ Clark Lawlor and Akihito Suzuki, “The Disease of the Self: Representing Consumption, 1700-1830”, p. 470

มนุษย์เพื่อเผชิญกับความตาย แต่นัยยะของความหายณะ ความเสื่อม ของเหลือ ก็คือความหมายที่เชื่อมโยงเข้ากับคำๆ นี้

ความหมายของการใช้ทุกสิ่งทุกอย่างจนหมดสิ้นคือความหายณะหรือ Consumption ยังถูกนำไปเชื่อมโยงกับเรื่องความสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง (masturbation) เพราะการสำเร็จความใคร่¹⁰⁰ ด้วยตนเองไม่ได้นำไปสู่การผลิตใด¹⁰¹ ถึงกระนั้นก็ดีความหมายลบก็ไม่ใช่ความหมายเดียวของคำว่า Consumption เพราะรากศัพท์ของคำว่า *Consummare* นั้นมาจากคำว่า *Cum Summa* ที่หมายถึงการทำผลรวมแบบความหมายทางคณิตศาสตร์ หรือการทำให้สมบูรณ์ หรือจบสิ้น ในขณะที่รากศัพท์คำๆ นี้ยังใช้ในคำว่า *Consummate* อันแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจความตายและชีวิต หรือแสดงให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จท่ามกลางความหายณะ รากฐานของศัพท์คำว่า Consumption จึงมีลักษณะของ 'ทวิภาวะ' (dualism) ที่ขัดแย้งกันเอง¹⁰²

การบริโภคได้รับการอธิบายว่าจะจรรโลงให้ผู้บริโภคมีแต่อดีตตา ทุกอย่างเป็นเพียงเพื่อตัวเอง การหลงใหลในตัวเอง การตามใจตัวเอง และเห็นแค่ประโยชน์ส่วนตน ฯลฯ ที่ทั้งหมดนี้ถือว่าเป็น ความเลวร้ายส่วนตัว (private vice) ซึ่งปรากฏอยู่ในอาณาเขตของประชาสังคม แต่สิ่งเลวร้ายส่วนตัวที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ของประชาสังคมในที่สุดก็กลับนำมาซึ่งสิ่งที่มีคุณค่าทางสังคมหรือประโยชน์ทางสาธารณะ (public benefits) งานของ Bernard Mandeville ผู้ที่เกิดในพื้นที่ของเมืองร็อตเตอร์ดาม (Rotterdam) ก็เป็นตัวอย่งที่ดี ผลงานของเขาถือว่าเป็นแง่มุมที่ปราศจากศีลธรรมของความคิดแห่งยุคภูมิธรรม (Enlightenment) เพราะเขาวิพากษ์วิจารณ์กรอบคิดแบบคริสต์ศาสนา โดยเขาเห็นว่าศีลธรรมเป็นสิ่งที่ทำให้คนหลอกตัวเอง (self-deception)¹⁰³ ความเชื่อที่ว่าชนชั้นนำยึดมั่นในคุณธรรมประจำใจนั้นเป็นการกระทำที่ชนชั้นผู้นำแสดงให้พวกที่ต่ำกว่าเห็นเท่านั้น ความร่ำรวยของมนุษย์ชนชั้นสูงไม่ได้เกิดขึ้นจากคุณธรรม แต่เกิดจากความต้องการอำนาจ เกียรติยศ และความสุขทางร่างกายของมนุษย์ ฯลฯ ด้วยความต้องการที่จะมีอำนาจ ร่ำรวย และ

¹⁰⁰ ดู Thomas W. Laquer, *Solitary Sex: A Cultural History of Masturbation*, (New York: Zone Books, 2003); Jean Stengers & Anne Van Neck, *Masturbation: The History of a Great Terror*, translated by Kathryn A. Hoffmann, (New York: Palgrave, 2001)

¹⁰¹ Roy Porter, "Consumption: disease of the consumer society?" in *Consumption and the World of Goods*, edited by John Brewer and Roy Porter, (London: Routledge, 1993), p. 67

¹⁰² Rosalind H. Williams, *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, (Berkeley: University of California Press, 1982), p. 6

¹⁰³ E. J. Hundert, *The Enlightenment's Fable: Bernard Mandeville and the Discovery of Society*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1994), p. 17

สิ่งเลวร้ายอื่นๆ ที่ศาสนาห้ามต่างหากที่ทำให้มนุษย์ต้องแข่งขันกันเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ที่ดีที่สุดของมนุษย์แต่ละคน เมื่อเป็นดังนั้นการเมืองจำเป็นที่จะต้องจัดระเบียบด้วยการวางรากฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การเมืองจะเปิดโอกาสและส่งเสริมให้ทุกๆ คนแสวงหาประโยชน์ส่วนตัวของตัวเอง และด้วยประโยชน์ส่วนตัวต่างๆ เหล่านี้ก็จะกลายเป็นประโยชน์ต่อประเทศโดยรวม ตัวอย่างที่เขา ยกขึ้นมาก็คือ ตลาดการลงทุนด้านการเงินและธุรกิจด้านการเงินที่เติบโตขึ้นมาเคียงคู่กับพวกที่ทำการค้าและพวกที่ได้ประโยชน์จากที่ดิน¹⁰⁴

สำหรับ Mandeville ในโลกการค้าพาณิชย์การหลอกลวงเพื่อแสดงตนให้ดูว่ามีคุณธรรมนั้นเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การแสดงออกที่สุภาพไม่จำเป็นที่จะต้องเกี่ยวข้องกับความเป็นตัวตนภายใน (inner self) ใครก็ตามที่คิดจะหาความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำภายนอกกับอัตตาที่เป็นคิดที่ผิดมาก การแสดงออกในที่สาธารณะเป็นเพียงการกระทำที่เพื่อเป็นการเอา “ชนะ” ใจคนอื่น ๆ เท่านั้น¹⁰⁵ การหลอกลวงและสภาวะของการหน้าไหว้หลังหลอกจึงเป็นสิ่งธรรมดาๆ โดยพฤติกรรมของการหลอกลวงนี้ก็หมายรวมไปถึงมารยาททางสังคมและความสุภาพด้วย¹⁰⁶ โดยความสุภาพมีพื้นฐานมาจากความหยิ่งยะโสอันเป็นพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องการอวดอ้างเพื่อยกระดับตัวเอง ในขณะที่เดียวกันความต้องการที่จะได้ที่จะแสดงความหยิ่งยะโสอันนี้จะได้รับการตอบสนองมากขึ้นเมื่อเขาได้รับการชื่นชมจากคนอื่น ๆ แต่การที่เขาต้องได้รับคำชื่นชมจากคนอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างอัตตาความหยิ่งยะโสของตัวเองเขาก็ทำให้เขากลับต้องพึ่งคนอื่นมากขึ้น ในลักษณะแบบเดียวกันการหน้าไหว้หลังหลอกในประเทศที่ทำการค้า “จำเป็น” ต้องปิดบังไว้ซึ่งความต้องการที่จะเลียนแบบคนอื่น ๆ ที่สูงส่งกว่าอันเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความอิจฉาริษยา ด้วยลักษณะของการหน้าไหว้หลังหลอกที่ปรากฏในมารยาทและความสุภาพด้วยนั้นก็ทำให้ผู้คนจำนวนมาก (ยกเว้นชนชั้นต่ำ) สามารถที่จะลดความขัดแย้งและความรุนแรงที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมที่สุ่ดโต่ง (immoderate) ที่จะนำมาซึ่งความฉิบหายในสังคมเอาไว้ได้ ทุกๆ คนจึงต้องหน้าไหว้หลังหลอกเพื่อให้คนอื่น ๆ ยอมรับ สังคมหน้าไหว้หลังหลอกจึงเป็นสังคมที่กลับจรรโลงคุณธรรม¹⁰⁷

¹⁰⁴ E. J. Hundert, *The Enlightenment's Fable: Bernard Mandeville and the Discovery of Society*, p. 21

¹⁰⁵ Markku Peltonen, *The Duel in Early Modern England: Civility, Politeness and Honour*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2005), p. 268

¹⁰⁶ E. J. Hundert, *The Enlightenment's Fable: Bernard Mandeville and the Discovery of Society*, pp. 178-179

¹⁰⁷ E. J. Hundert, *The Enlightenment's Fable: Bernard Mandeville and the Discovery of Society*, p. 181

ในความคิดของ Mandeville ความอิจฉาตาร้อนยังนำความเจริญรุ่งเรือง ทั้งนี้ก็เพราะความพึงพอใจของมนุษย์ไม่ได้เกิดขึ้นมาจากความสามารถในการทำให้คนอื่น ๆ สิริโรราบด้วยพลังกำลังของตน แต่เกิดขึ้นจากการที่ตัวเองได้ทอดข้ามของเครื่องใช้ที่ตัวเองมีอยู่อันเป็นสิ่งที่หาซื้อได้จากตลาด ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจและแก้ปัญหาของความต้องการเลียนแบบในการซื้อข้าวของหรูหราในสังคมพาณิชย์กรรม (commercial society) เพราะทั้งความอิจฉาและความต้องการเลียนแบบนั้นเป็นเรื่องธรรมชาติ ทั้งสองเป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นมาจากความต้องการที่จะเป็นผู้ที่เหนือกว่า ดังนั้นแทนที่จะใช้กำลังในการแสดงออกว่าเป็นผู้ที่เหนือกว่า การแสดงออกของความเหนือกว่าก็ปรากฏออกมาให้เห็นได้ด้วยสิ่งที่จับต้องได้และเห็นได้ ไม่ว่านั่นจะเป็นข้าวของเครื่องใช้ ตลอดจนกิจกรรมการยอตนสุภาพและท่วงท่าที่ดูดีต่างๆ แต่ความสุภาพนั้นกลับไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ

ในความเห็นของ Mandeville ความสุภาพเกิดขึ้นมาจากฝีมือการประดิษฐ์ของ “นักการเมือง” ที่ชาญฉลาด ความสุภาพเป็นทักษะที่จะต้องศึกษาฝึกฝนและกินเวลายาวนาน¹⁰⁸ ความสุภาพจึงไม่ใช่คุณธรรม แต่สามารถที่จะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ความสุภาพเป็นกลไกทางอำนาจของความสัมพันธ์ทางสังคมและความเป็นอารยธรรมที่บ่งบอกถึงความเป็นเมือง (civility) อันเป็นคุณสมบัติที่มีไว้เพื่อปกปิดความเป็นตัวตนและความรู้สึกที่แท้จริง¹⁰⁹ สำหรับคนที่จะมี “อารยธรรม” แห่งความเป็นเมืองได้ก็จำเป็นที่จะต้องมีรูปแบบในการใช้ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีราคา เพราะทั้งความสุภาพและของหรูหราราคาแพงต่างเป็นเครื่องประดับภายนอกที่มีเพื่อการสร้างความสัมพันธ์อารยะหรือความเป็นเมือง ทั้งความสุภาพและของหรูหราราคาแพงจึงดำเนินคู่กันไป โดยทั้งสองมีรากฐานอยู่ที่ความหยิ่งยะโสภูมิใจในความเก่งกาจของตนเอง ทั้งความหยิ่งยะโสและของหรูหราฟุ่มเฟือยต่างก็เป็นจักรกลสำคัญในการขับเคลื่อนการค้าพาณิชย์¹¹⁰

พลังของการค้าจึงมีบทบาทมากในการเปลี่ยนแปลงดัชนีตัวชี้วัดความเหนือกว่า¹¹¹ ความสุภาพทำหน้าที่สองอย่างในความสัมพันธ์ทางสังคม ในด้านหนึ่งก็ตอบสนองการนิยมชมชอบตัวเองของมนุษย์คนอื่น ด้วยการเห็นด้วยกับตัวเขาว่าเขาเป็นคนที่มีค่า น่าเคารพยกย่อง ฯลฯ ดังนั้นเมื่อเห็นค่าของเขาก็ทำให้เราปฏิบัติตัวอย่างสุภาพกับเขา ในอีกด้านหนึ่งความสุภาพก็เป็น

¹⁰⁸ Markku Peltonen, *The Duel in Early Modern England: Civility, Politeness and Honour*, p. 273

¹⁰⁹ Markku Peltonen, *The Duel in Early Modern England: Civility, Politeness and Honour*, p. 282

¹¹⁰ Markku Peltonen, *The Duel in Early Modern England: Civility, Politeness and Honour*, p. 299

¹¹¹ E. J. Hundert, *The Enlightenment's Fable: Bernard Mandeville and the Discovery of Society*, p.

ซ่อนความรู้สึกว่าตัวของเราเองว่าเราเป็นคนน่ายกย่องสรรเสริญและเป็นคนที่มีคุณค่าเอาไว้ด้วยความสุภาพจึงเป็นการตอบสนองของความหยิ่งยะโสของตัวเราเอง¹¹² นอกจากนั้น Bernard Mandeville ยังเห็นด้วยว่า ความต้องการที่จะมีอัตราที่สูงส่งเพราะความหยิ่งยะโสในตัวเองนั้นก็ทำให้มีความต้องการที่จะให้คนอื่น ๆ มีลักษณะเหมือนกับตัวเอง ด้วยความเหมือนกันนี้กลับสร้างให้การรวมตัวกันของมนุษย์เกิดขึ้นได้ แต่ก็เป็นไปอย่างมีลำดับชั้น โดยลำดับชั้นต่างๆ เหล่านี้ก็แสดงออกโดยผ่านแฟชั่นและการแสดงออกด้วยการใช้สิ่งของต่างๆ ในขณะที่เดียวกันคนแต่ละคนสามารถที่จะคิดว่าตัวเองจะเป็นคนที่ร่ำรวยต่อไปในได้อย่างไร และสักวันหนึ่งก็คงจะได้แสดงอำนาจแบบเดียวกันกับคนที่มั่งคั่งอยู่ในตอนนี้¹¹³ การบริโภคของหรูหราฟุ่มเฟือยเพื่อได้เลียนแบบวิถีชีวิตของชนชั้นสูงจึงเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่เกิดมาจากความอิจฉาริษยา ความคิดของ Mandeville เป็นความคิดที่ถือได้ว่า ต่อต้านความคิดเรื่องความสุภาพในฐานะคุณธรรม (virtue) ทั้งในแบบคริสเตียนและในแบบของมนุษยนิยม (humanism) ที่เน้นคุณค่าเชิงสาธารณะ¹¹⁴ เพราะมารยาทและความสุภาพที่เกิดขึ้นในการขายสินค้าของพ่อค้าไม่ได้เกิดขึ้นจากคุณธรรม แต่เกิดจากการที่พ่อค้าจะขายให้ได้มากที่สุดตามราคาที่ตัวเองปรารถนา ในขณะที่เดียวกันกับที่ลูกค้าก็ต้องการซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลง¹¹⁵

ดังนั้นถึงแม้ว่าจะไม่มีคำว่า Consumption แต่นั่นก็ไม่ได้ทำให้ผู้คนในอดีตปราศจากการใช้ของหรูหราฟุ่มเฟือย ไม่เพียงแต่เท่านั้นการบริโภคของฟุ่มเฟือยก็ยังมีหลากหลาย ทั้งแบบที่เป็นวัตถุ เช่น เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า ดังที่ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้แล้วว่า “บ้าน” ไม่ได้เป็นเพียงแค่ที่อยู่อาศัย แต่บ้านเป็นสิ่งที่มีความหมายมากกว่าที่กันแดดกันฝน เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และความรู้สึกสะดวกสบาย ความรู้สึกใกล้ชิด (intimacy) เมื่อมีความรู้สึกใกล้ชิดก็แสดงให้เห็นถึงการจัดแบ่งพื้นที่ (space) ให้มีระยะห่างที่แตกต่างกันออกไป เช่น ระหว่างคนในสายเลือดและคนนอก หรือระหว่างคนรับใช้ คนงาน และคนในสายเลือดหรือครอบครัวเดียวกัน เสียงจากภายนอกเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงความเจ็บและพื้นที่ของความใกล้ชิด การแยก “บ้าน” ออกจากที่ทำงานก็ทำให้ผู้คนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเดินทางทุกวัน ความสัมพันธ์ในครอบครัวก็เปลี่ยนแปลงไป¹¹⁶ ตัวบ้าน

¹¹² Markku Peltonen, *The Duel in Early Modern England: Civility, Politeness and Honour*, p. 272

¹¹³ E. J. Hundert, *The Enlightenment's Fable: Bernard Mandeville and the Discovery of Society*, p. 185

¹¹⁴ Markku Peltonen, *The Duel in Early Modern England: Civility, Politeness and Honour*, p. 266

¹¹⁵ Markku Peltonen, *The Duel in Early Modern England: Civility, Politeness and Honour*, p. 301

¹¹⁶ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 87

เองก็มีการแบ่งสอยชั้นต่างๆ เพิ่มมากขึ้นและสูงมากขึ้นเมื่อจำนวนผู้คนเพิ่มมากขึ้นในเมือง¹¹⁷ บ้านในเมืองก็ถูกควบคุมจากรัฐมากขึ้น เพราะอย่างน้อยๆ ที่สุดบ้านในเมืองก็เป็นสถานที่ค้าขายไปในตัวที่ยังเชื่อมต่อกับถนนและทางเดิน¹¹⁸

บ้านเองก็มีความสุขสะดวกสบายมากขึ้น สำหรับคำว่า Comfort นั้นแต่เดิมไม่ได้มีความหมายว่าสุขสะดวกสบายหรือสบายใจ คำๆ นี้มีรากศัพท์จากคำในภาษาละติน *Comfortare* อันหมายความว่าทำให้แข็งแรงมากขึ้นและการปลอบประโลมยามเศร้าสร้อย ในราวศตวรรษที่สิบหกคำว่า *comforter* หมายถึงคนที่ให้การช่วยเหลือพวกอาชญากรรม การให้ความช่วยเหลือนี้รวมได้ทั้งคนและสิ่งของ โดยการให้ความช่วยเหลือนี้ไม่ได้มีความหมายถึงความหรรษาแต่อย่างใด ในราวศตวรรษที่สิบแปดความหมายของคำๆ นี้ก็ยังขยายความออกไปถึงสุขสะดวกสบายทางกายภาพ¹¹⁹ โดยคำๆ นี้จะช่วยในการอธิบายความแตกต่างระหว่างความหรรษาฟุ่มเฟือยกับสิ่งจำเป็น โดยความสุขสะดวกสบาย (*comfort*) จะเป็นตัวที่อยู่ระหว่างสิ่งของฟุ่มเฟือยกับสิ่งของจำเป็น ครั้นพอถึงปลายศตวรรษที่สิบแปดคำๆ นี้ก็มีเนื้อหาของมนุษยธรรมที่เห็นอกเห็นใจความทุกข์ยากของคนยากจนที่ไร้ซึ่งความสุขสะดวกสบาย ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีความมนุษยธรรมต่อคนยากจน¹²⁰ คำๆ นี้เป็นคำภาษาอังกฤษที่เชื่อมต่อเข้ากับการใช้วัตถุสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ และตลอดจนความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพื่อให้เกิดความสุขสะดวกสบาย แนวความคิดเรื่อง Comfort นั้นเป็นกรอบความคิดแบบแองโกล-อเมริกัน¹²¹ โดยความคิดนี้ก็จะป็นรากฐานทางความคิดแบบใหม่ให้กับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัตถุ ศัพท์คำนี้แพร่กระจายจากอังกฤษข้ามมาสู่ฝรั่งเศส เมื่อคำๆ นี้เป็นที่ยอมรับกันมากขึ้นก็หมายความว่า การดำรงชีวิตแบบประหยัด กระหมัดกระแหม ชีวิตที่แร้นแค้นก็ค่อยๆ หดไป สิ่งพื้นฐานทั้งหลายจึงจำเป็นที่จะต้องมีความละเมียดละไม มีความสุขสะดวกสบาย ไม่หยาบกระด้างแบบชีวิตชาวนาดังเดิม¹²²

¹¹⁷ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 104

¹¹⁸ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 101-102

¹¹⁹ Witold Rybczynski, *Home: A Short History of an Idea*, p. 20

¹²⁰ John E. Crowley, "The Sensibility of Comfort", p. 752

¹²¹ John E. Crowley, "The Sensibility of Comfort", p. 750

¹²² Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 108

การไม่นั่งพื้นอันแข็งแกร่งเป็นส่วนสำคัญของการเปลี่ยนแปลงภายในบ้าน¹²³ เมื่อไม่นั่งพื้นเฟอร์นิเจอร์ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะเก้าอี้ก็กลายเป็นสิ่งของจำเป็นมากกว่าที่จะเป็นของหรูหราฟุ่มเฟือยแบบเดิม ทั้งๆ ที่เก้าอี้ในสมัยกลางของยุโรปมีไว้สำหรับพิธีกรรมและบุคคลที่มีความสำคัญเท่านั้น คำว่า *Chairman* สะท้อนความคิดนี้ได้เป็นอย่างดี ตำแหน่งของโต๊ะและที่นั่งจึงเป็นเครื่องหมายของอำนาจ เก้าอี้ที่มีที่วางแขนจะมีไว้สำหรับกษัตริย์ ส่วนเก้าอี้ที่ไม่มีที่วางแขนก็เป็นของคนในระดับรองๆ ลงไป¹²⁴ นอกจากนั้นเก้าอี้ก็มีไว้สำหรับคนที่ไปไหนมาไหนได้ไม่สะดวก เช่น คนท้อง ผู้ชายที่ปัญหาเรื่องไขข้ออักเสบเสื่อม เป็นต้น ในศตวรรษที่สิบแปดเก้าอี้จึงไม่ได้มีไว้เพื่อความสุ สะดวกสบาย เก้าอี้อาจจะมีไว้เพื่ออำนาจ เพื่อความสง่างาม ให้ดูแล้วยิ่งใหญ่ เฟอร์นิเจอร์มีไว้เพื่อแสดงรสนิยมให้คนอื่นเห็น¹²⁵ สำหรับการให้คนอื่นได้เห็นไม่ใช่เรื่องของการแสดงอำนาจแบบดิบๆ แต่เป็นการแสดงความนุ่มนวลอ่อนโยน (*gentility*) เพื่อให้ผู้อื่นเห็นแล้วพอใจ โดยการแสดงออกที่นุ่มนวลอ่อนโยนนี้ก็แสดงออกโดยผ่านเสื้อผ้า โต๊ะกินข้าว การกินอาหาร การเดินรำ สถาปัตยกรรม และการตกแต่งภายใน บรรดาข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีใช้กันก็ไม่ได้มีไว้เพื่อความสุ สะดวกสบายเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีไว้เพื่อการแสดงความนุ่มนวลอ่อนโยนอันเป็นเรื่องของการเรียนรู้เพื่อจะได้รู้จักความสุ สะดวกสบาย การรู้จักความสุ สะดวกสบายจึงไม่ได้เป็นสิ่งที่ซื้อหากันมาได้ด้วยเงินเท่านั้น¹²⁶

ครั้นเมื่อถึงสมัยพระเจ้าหลุยส์ที่สิบสี่เฟอร์นิเจอร์ก็ได้กลายมาเป็นส่วนประกอบของการตกแต่ง และที่ยิ่งไปกว่านั้นก็คือการตกแต่งมีสถานะของวิจิตรศิลป์ (*fine art*) โดยแนวทางการออกแบบแบบจีนก็ทรงอิทธิพลอย่างมากหรือที่เรียกว่า “*Lachinage*” จนกระทั่งมีการกล่าวอย่างสุดขีดว่า พื้นที่ของชนชั้นสูงมีความเป็นตะวันออมากกว่าในทวีปเอเชียเสียอีก¹²⁷ หลังจากรัชสมัยของพระเจ้าหลุยส์ที่สิบสี่หมดลงความเป็นพิธีการต่างๆ ได้ลดความสำคัญลง ผู้คนเริ่มที่จะจัดวาง “ตัวตน” กันให้ความใกล้ชิดสนิทสนมกันมากขึ้น การแสดงออกของเสน่ห์ที่ถือว่เห็นแล้วต้องตาต้อง

¹²³ ในแต่ละดินแดนและอารยธรรมมีวัฒนธรรมการนั่งที่แตกต่างกัน การมีอากาศที่แตกต่างกันก็ไม่อาจจะอธิบายได้ว่าทำไมบางอารยธรรมถึงไม่นั่งพื้น การใช้เฟอร์นิเจอร์เป็นสิ่งที่พบเห็นได้ในเมโสโปเตเมีย อียิปต์ โบราณ กรีกโบราณ อารยธรรมเหล่านี้ก็ไม่ได้มีภูมิอากาศที่หนาวเย็นมากมายจนถึงต้องการเฟอร์นิเจอร์ ในขณะที่ญี่ปุ่นและเกาหลีเองก็ไม่ได้พัฒนาเก้าอี้สำหรับนั่ง

¹²⁴ Witold Rybczynski, *Home: A Short History of an Idea*, p. 81

¹²⁵ John E. Crowley, “The Sensibility of Comfort”, pp. 756-757

¹²⁶ John E. Crowley, “The Sensibility of Comfort”, pp. 758-759

¹²⁷ Joan DeJean, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafes, Style, Sophistication, and Glamour*, p. 243

ใจของบรรดาสาวงามทั้งหลายปรากฏให้เห็นได้มากขึ้น อาหารที่มีรสชาติดีคือสิ่งที่ผู้คนให้ความสำคัญ ภายใต้บรรยากาศแบบนี้ก็ทำให้เฟอร์นิเจอร์อย่างเก้าอี้ได้กลายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการพักผ่อนหย่อนใจ ทำนองของผู้ชายก็ไม่ได้ตัวตั้งตรง แต่เอนตัวและนั่งไขว่ห้าง ส่วนผู้หญิงก็นอนเอียงตัว ผนักพึงจึงต้องเอนไม่ใช่ตั้งตรงแบบเดิม ส่วนที่วางแขนก็จะมีส่วนเว้าส่วนโค้งมากขึ้น¹²⁸ สำหรับเฟอร์นิเจอร์ของฝรั่งเศสเองก็กลายเป็นที่ต้องการของตลาดในยุโรปตั้งแต่สมัยพระเจ้าหลุยส์ที่สิบสี่แล้ว¹²⁹

แต่ถึงแม้ว่าเฟอร์นิเจอร์จะสวยงามระดับไหนก็ตาม แต่พระราชวังเองก็ไม่ได้มีความสะดวกสบายขนาดนั้น เพราะกรุงปารีสเองก็ยังคงเย็นยะเยือก เพราะแม้แต่ไวน์แก้วของพระมหากษัตริย์เองก็ต้องแข็งด้วยความเย็น¹³⁰ ความอบอุ่นจึงเป็นสิ่งที่หาได้ยากยิ่ง เมื่อผู้คนไม่ได้อาศัยร่วมกับสัตว์ในบ้านอีกต่อไป บ้านแยกออกมาต่างหากจากโรงเก็บสัตว์ก็ทำให้เตาผิงเป็นแหล่งความร้อนที่สำคัญมาก¹³¹ ดังนั้นเตาผิงหรือไฟที่ให้ความอบอุ่นเป็นสิ่งที่สำคัญมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งชนชั้นต่ำ แต่การมีเตาไฟในบ้านก็จำเป็นที่จะต้องมีปล่องไฟที่ดีเพื่อไม่ให้ลมตีเอาควันไฟกลับเข้ามาในห้อง จนมีคำกล่าวในศตวรรษที่สิบเจ็ดว่า หลังคารั่ว ปล่องไฟ และผู้หญิงขี้นจะทำหน้าที่ขับไล่ผู้ชายให้ออกจากบ้าน แต่ราคาของฟืนก็มีราคาสูงขึ้นมากในปลายศตวรรษที่สิบแปด เพราะจำนวนเตาผิงในบ้านที่ในอดีตเคยมีเพียงอันเดียวในบ้านก็เริ่มมีมากขึ้น ผู้คนต้องการใช้ฟืนมากขึ้น ในศตวรรษที่สิบแปดคนจนรู้ดีว่าการทำให้บ้านอุ่นนั้นเป็นสิ่งที่พ่อแม่ของตนไม่เคยทำกันมากเท่านี้ สำหรับพวกเขาคนก็ต้องใช้ฟืนคุณภาพต่ำๆ เช่น ฟืนที่ได้มาจากไม้ลอยน้ำ เป็นต้น ส่วนพวกกระฎุมพีก็ใช้ฟืนจากไม้ตัดมาจากป่า เพราะว่าจะให้ไฟที่สว่างกว่าและความร้อนมากกว่า ถ้าไม่สามารถหาฟืนมาทำความอุ่นให้กับบ้านได้ก็ใช้ผ้าแขวนคลุมผนังเอาไว้เพื่อไม่ให้ลมหนาวลอดเข้ามา ถ้าไม่เช่นนั้นก็สามารถใช้ผ้าม่านกันความเย็นได้ สำหรับผ้าม่านกลายเป็นสิ่งของได้รับ

¹²⁸ Witold Rybczynski, *Home: A Short History of an Idea*, pp. 83-84

¹²⁹ Joan DeJean, *The Essence of Style: How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafes, Style, Sophistication, and Glamour*, p. 245

¹³⁰ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, translated Marie Evans, (Berkeley: University of California Press, 1987), p. 139

¹³¹ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 125-126

ความนิยมมากขึ้นในศตวรรษที่สิบแปด ทั้งๆ ที่ในศตวรรษที่สิบหกผ่านมามีสิ่งของที่ไม่จำเป็น¹³² จนกระทั่งกลางศตวรรษที่สิบแปดเตา (stove) ก็ทำให้ชีวิตของชนชั้นต่ำได้รับความอบอุ่นได้มากขึ้น เตาที่ผลิตมาจากสหรัฐอเมริกาเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมาก¹³³

โดยก่อนหน้านี้ในศตวรรษที่สิบเจ็ดและสิบแปดตอนต้นเตาเป็นของที่จะมีได้ก็แค่คนรวยเท่านั้น¹³⁴ สำหรับก่อนหน้านี้เตาจะระบดเข้าไปในฝรั่งเศสเตาเป็นสิ่งที่พบได้ในยุโรปเหนือและยุโรปตะวันออก ตลอดจนถึงพื้นที่ที่เป็นภูเขา การให้ความอุ่นกับที่อยู่อาศัยขยายตัวไปทั้งในโรงพยาบาล คุณ ฯลฯ ปรากฏให้เห็นในครึ่งหลังของศตวรรษที่สิบแปด¹³⁵ พอมาถึงปลายศตวรรษที่สิบแปดการเข้ามาแทนที่ของเตาก็ทำให้ผู้คนบางคนเริ่มมีความรู้สึกโหยหาอดีต เพราะมีคนบางคนกล่าวว่าถ้าจะให้เลือกแล้วขอความเย็นดีกว่าที่จะใช้เตาให้ความอุ่น เพราะเตาไฟไม่สามารถเห็นแสง เตาเป็นความร้อนที่ไม่เห็นตัว ในขณะที่แสงไฟที่มาจากเตาผิงนั้นให้จินตนาการ¹³⁶ เตาเป็นข้าวของเครื่องใช้ที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตอย่างมากในปลายศตวรรษที่สิบแปด เพราะเตาเป็นอีกสิ่งหนึ่งในหลายๆ สิ่งที่ทำให้การทำความร้อนเปลี่ยนแปลงไปมาเป็นการยืนทำ¹³⁷ แต่นี่ก็ไม่ใช่ความต้องการที่จะพบเห็นได้ทั่วไป เพราะเตาไม่ก่อปัญหาเรื่องควันมากเท่ากับเตาผิงและประหยัดพื้นกว่าด้วย แต่ถึงกระนั้นก็ดีเสียประมาณว่าเตาไฟเป็นของหรูหราฟุ่มเฟือยก็ยังเป็นสิ่งที่ได้ยิน¹³⁸ เช่นเดียวกันกับข้าวของเครื่องใช้อื่นๆ ที่เกิดขึ้นมาจาก “การไม่รู้จักพอ” ของมนุษย์

นอกเหนือไปจากอากาศที่อบอุ่นแล้วสิ่งที่ทำให้ที่อยู่อาศัยไม่ได้เป็น “บ้าน” ก็ได้แก่ แสงไฟ การทำงานแม้ว่าจะนั่งบนเก้าอี้ที่สะดวกสบายแต่ก็ยังคงจะต้องจดเขียนอยู่ สำหรับในศตวรรษที่

¹³² Jan de Vries, “Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe”, in *Consumption and the World of Goods*, edited by John Brewer and Roy Porter, (London: Routledge, 1993), p. 100

¹³³ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, pp. 133-140

¹³⁴ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 127

¹³⁵ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 124

¹³⁶ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 128

¹³⁷ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, p. 144

¹³⁸ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 130

ลึบแปดการมีแสงไฟแสดงให้เห็นฐานะว่าเป็นอย่างไร แสงไฟจะมีอยู่แค่ในพื้นที่ของคนรวยและเขตเมืองเท่านั้น ถึงกระนั้นก็ดีแสงไฟที่ได้มาจากฟืนไฟ ตะเกียง และแสงเทียนกลับสร้างปัญหาอย่างมาก ปัญหาเบื้องต้นที่จะต้องเผชิญก็คือ ควันไฟที่สร้างปัญหาตั้งแต่นำราคาและไปจนถึงสุขภาพ อันเป็นปัญหาที่ตกทอดไปจนถึงศตวรรษที่สิบเก้า¹³⁹ ในศตวรรษที่สิบแปดเมื่อนายจ้างต้องการทำงานมากขึ้นเวลาก็ต้องการแสงสว่างที่มาจากเทียนอันเป็นสิ่งที่ทางเจ้าหน้าที่ของเมืองเองไม่ต้องการให้ใช้มาก เพราะก่อให้เกิดไฟไหม้อยู่เป็นประจำ การทำงานยามค่ำคืนจึงก่อให้เกิดอัคคีภัย¹⁴⁰ เพราะแม้แต่แสงไฟที่ใช้กันในโรงละครในศตวรรษที่สิบแปดก็เป็นสาเหตุของไฟไหม้ใหญ่ในกรุงปารีส การพัฒนาแสงไฟเพื่อใช้ในโรงละครจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็น¹⁴¹ การพัฒนาแสงไฟในเมืองเป็นเรื่องของความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยจากอะไร ด้วยสำนึกของพวกปฏิธรรมหรือ Enlightenment ก็ยังทำให้ “แสง” กลายเป็นสิ่งที่ทะลุทะลวงความมืดอันน่ากลัวและไร้ระเบียบได้กระจกใสๆ มากกว่าที่จะเป็นกระจกสีๆ แบบที่ใช้กันในโบสถ์ที่ต้องใช้เงินมากมายมหาศาลในการดูแลรักษาจึงกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากขึ้น กระจกใสๆ จึงทำให้ประหยัดรายจ่ายได้มากกว่ากระจกสีๆ¹⁴² แสงไฟจึงขยายตัวไปพื้นที่สาธารณะต่างๆ แต่เมื่อแสงไฟขยายตัวไปในพื้นที่สาธารณะก็ทำให้แสงไฟไม่ได้เป็นสัญลักษณ์ทางชนชั้นอีกต่อไป แต่แสงไฟมีเพื่อความสนุกสนานและมีความสุข

นอกเหนือไปจากข้าวของเครื่องใช้ที่มีไว้เพื่อความสนุกสนานแล้วก็มีสินค้าเพื่อการบริโภคที่มีไว้สำหรับกินและเสพ เช่น กาแฟ ชา น้ำตาล ใยาสูบ และเครื่องเทศ เป็นต้น สำหรับของที่มีไว้กินไว้เสพนั่น Sidney Mintz เรียกว่าเป็น “ยา/เสพติด” (drug) เพราะไม่ว่าจะเป็น ช็อคโกแลต กาแฟ ชา และสิ่งของที่นำเข้ามาจากแถบร้อนที่เข้ามาในประเทศอังกฤษในช่วงปลายศตวรรษที่สิบแปดก็เรียกว่าเป็น “ยา” หมด ตลอดจนรวมไปถึงเหล้ารัมและใยาสูบ เพราะสิ่งของที่มีไว้กินไว้เสพต่างๆ เหล่านี้มีคุณสมบัติในการกระตุ้นร่างกาย¹⁴³ “อาหารแบบยา/เสพติด” จะเป็นสิ่งที่

¹³⁹ Witold Rybczynski, *Home: A Short History of an Idea*, pp. 132-134

¹⁴⁰ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, pp. 112-113

¹⁴¹ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 116

¹⁴² Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 117

¹⁴³ Sidney Mintz, *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*, (New York: Viking Peguin, 1985), p. 108

ปรากฏให้เห็นในเอเชียและทวีปอเมริกา เช่น จีนกับบริโกชชา สูบยา หรือใช้สิ่งของต่างๆ เหล่านี้มาเป็นเวลานานหลายศตวรรษก่อนหน้านี้ยุโรปแล้วก็ตาม สำหรับในบรรดาสิ่งที่เป็นเครื่องดื่มทั้งหลายเปรียบเทียบกันระหว่างไม่ว่าจะเป็นช็อคโกแลตหรือกาแฟแล้ว ชาเป็นเครื่องดื่มที่มีราคาถูกที่สุดโดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบน้ำหนักต่อน้ำหนัก¹⁴⁴ สำหรับเครื่องดื่มเสพติดเหล่านี้ทั้งหมดเป็นเครื่องดื่มที่ขม แต่ก็ไม่ได้มีการใช้น้ำตาลเพื่อลดความขมเครื่องดื่มเหล่านี้มากนักในท้องถิ่นดั้งเดิมของเครื่องดื่มเหล่านี้¹⁴⁵ ไม่ว่าจะเป็นชาหรือจะเป็นช็อคโกแลตก็ดีคนจีนและคนพื้นเมืองในเม็กซิโกก็ไม่ได้ใช้น้ำตาลเข้ามาผสม

ถึงแม้ว่ายุโรปจะบริโภคสิ่งของต่างๆ เหล่านี้มาหลายศตวรรษก่อนหน้านี้แล้ว แต่ “ยา/เสพติด” ที่กล่าวมาข้างต้นก็ขยายตัวอย่างรวดเร็วในศตวรรษที่สิบเก้า ดังนั้นถึงแม้ว่าจะเป็นของหรูหราฟุ่มเฟือยในศตวรรษที่สิบหกแต่พอมาในศตวรรษที่สิบเก้าของหรูหราเสพติดพวกนี้ก็กลับกลายเป็นของธรรมดาๆ ไป การเปลี่ยนแปลงสถานะของชาหรือน้ำตาลจากของฟุ่มเฟือยมาเป็นของธรรมดาปรากฏให้เห็นได้ชัดในปลายศตวรรษที่สิบแปด สำหรับในประเทศอังกฤษครอบครัวที่มีสมาชิกประมาณหกคนนั้นปริมาณการใช้น้ำตาลก็ตกอยู่ที่ประมาณสองปอนด์ต่ออาทิตย์ ในศตวรรษที่สิบแปดการดื่มชาของคนจนทำให้ผู้คนจำนวนหนึ่งวิพากษ์วิจารณ์พฤติกรรมการเลียนแบบชนชั้นสูงของชนชั้นต่ำว่า ประเทศอังกฤษถูกسابแซงให้ผู้ใช้แรงงานช่างตีเหล็กต้องเลียนแบบชนชั้นสูง ผู้คนไม่รู้จักพอเพียงกับการกินอาหารในท้องถิ่นของพวกเขา ต้องดิ้นรนควหาอาหารจากดินแดนสุดหาล้าฟ้าเขียว นอกจากนี้พวกเขาก็ถูกโจมตีว่า การดื่มชาที่เข้ามาแทนที่เบียร์นั้นทำให้สูญเสียคุณค่าทางอาหารที่ได้จากเบียร์ไป อย่างไรก็ตามการกล่าวว่าเครื่องดื่มและของกินต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยนั้นก็ถูกตอบโต้ว่า การดื่มชาไม่ได้เป็นเรื่องหรูหรา ในการบริโภคมีอะไรอื่นๆ อีกมากมายที่ถือว่าเป็นของฟุ่มเฟือย แต่เมื่อนานๆ ไปสิ่งของที่หรูหราที่ไม่ได้หรูหราอีกต่อไปเพราะแม้กระทั่งขนมปังขาว (white bread) เองก็เคยถือกันว่าเป็นของหรูหรามาก่อน แต่ไม่ใช่อีกต่อไป¹⁴⁶

คุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของอาหาร “ยา/เสพติด” ที่ถือว่าเป็นฟุ่มเฟือยนั้นก็คือ เป็นของที่ยุโรปผลิตไม่ได้เอง อาหารเสพติดเหล่านี้จึงต้องสั่งมาจากต่างประเทศ ด้วยการเป็นสิ่งของที่ต้องสั่งมาจากต่างประเทศก็ทำให้ความพยายามในการสร้างสิ่งทดแทนเกิดขึ้น กษัตริย์จึงต้องหานักวิทยาศาสตร์มาผลิตสินค้าทดแทน ในราวปี ค.ศ. 1747 Franz Carl Achard ในฐานะผู้มีความรู้

¹⁴⁴ Sidney Mintz, *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*, p. 112

¹⁴⁵ Sidney Mintz, *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*, p. 109

¹⁴⁶ Sidney Mintz, *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*, pp. 116-117

ในด้านเคมีก็ได้รับบัญชาจากพระราชวงศ์ปรัสเซียให้หาสิ่งของทดแทนลินค้านำเข้าอย่างน้ำตาล ในที่สุดก็ค้นพบว่า หัวบีท (beet) สามารถที่จะให้สารซูโครส (sucrose) ได้มากไม่แพ้อ้อย แต่การค้นพบนี้ก็ไม่ได้ช่วยแก้ไข เพราะต้นทุนในการผลิตก็ยังคงมีราคาสูง จนกระทั่งในราวทศวรรษที่ 1830 ที่พัฒนาการด้านปุ๋ย การจัดระบบหมุนเวียนการเพาะปลูกก็ทำให้ราคาผลิตผลของบีทลดลง ตลอดจนการพัฒนาสายพันธุ์ในที่สุด ในทศวรรษที่ 1860 ก็ทำให้เยอรมนีกลายเป็นประเทศส่งออกน้ำตาลเมื่อราคาค่าระวางสินค้ามีราคาถูกลงก็ทำให้ัญญาหารจากต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นรัสเซียและสหรัฐอเมริกา มีราคาถูกลงจนทำให้ผู้คนหันไปปลูกบีทเพื่อส่งออกแทนปลูกพืชพันธุ์ัญญาหารแบบเดิม เมื่อมีสิ่งทดแทนและของให้เลือกก็ทำให้ราคาน้ำตาลในศตวรรษที่สิบเก้าลดลงอย่างมาก¹⁴⁷ เมื่อน้ำตาลราคาถูกลงอาหารที่เคยหรูหราฟุ่มเฟือยที่มีต้องใช้น้ำตาลมากก็กลายเป็นอาหารธรรมดาๆ ไป¹⁴⁸ ปริมาณการกินน้ำตาลในยุโรปขยายตัวอย่างมากหลังทศวรรษที่ 1840¹⁴⁹ รสชาติของอาหารหวานได้กลายมาเป็นสิ่งที่ครอบงำรสชาติอื่นๆ ปริมาณของความหวานเพิ่มขึ้นสี่สิบเปอร์เซ็นต์ในอาหารประเภทซูปต่างๆ ที่ในยุโรปสมัยกลางอาหารจะมีรสชาติเปรี้ยวเป็นหลัก¹⁵⁰

ด้วยการที่อาหาร “ยา/เสพติด” เหล่านี้เป็นสิ่งที่ไม่คงทน เพราะสลายหายไปด้วยการเสปไปในชั่วพริบตาอาหาร “ยา/เสพติด” จึงเป็นสิ่งที่ไม่มีวันที่จะพอและเท่าไรๆ ก็ไม่พอ ดังนั้นจึงต้องการมีนำเข้ามาในยุโรปตลอดเวลา ด้วยความต้องการที่ไม่มีวันจะพอก็ทำให้กิจการการค้าอาหาร “ยา/เสพติด” จึงเป็นสิ่งที่นำกำไรมาให้กับพ่อค้าที่มีทั้งกษัตริย์และพ่อค้าทั่วๆ ไปในประวัติศาสตร์การค้าเสมอ สำหรับกาแฟก็เป็นธุรกิจของหรูหราฟุ่มเฟือยที่นำกำไรมาให้กับเจ้าของ

¹⁴⁷ William Ruprecht, “The Historical Development of the Consumption of Sweeteners-A Learning Approach”, *Journal of Evolutionary Economic*, Vol. 15, (2005), pp. 254-255

¹⁴⁸ Hans-Jurgen Teuteberg, “The German bourgeois family at the dining table: structural changes of meal manners, 1880-1930”, in *Food and Material Culture: Proceedings of the Fourth Symposium of International Commission for Research into European Food History*, edited by Martin R. Schärer and Alexander Fenton (East Linton: Tuckwell Press, 1998), p. 139

¹⁴⁹ Kenneth Pomeranz, *The Great Divergence: China, Europe and the Making of Modern World Economy*, p. 122

¹⁵⁰ William Ruprecht, “The Historical Development of the Consumption of Sweeteners-A Learning Approach”, p. 257 แต่ปริมาณการกินน้ำตาลของจีนเองก็สูงมากแต่ก็ไม่ได้ทำให้จีนพัฒนาการกินอาหารหวานแบบยุโรปโดยเฉพาะอย่างยิ่งอังกฤษ สิ่งหนึ่งที่เป็นคำอธิบายก็คือ อาหารอังกฤษขาดความซับซ้อนทำให้เกิดคุณลักษณะเดียวที่โดดเด่นและครอบงำ Kenneth Pomeranz, *The Great Divergence: China, Europe and the Making of Modern World Economy*, p. 124

ร้านกาแฟมากมาย กำไรที่ได้จากการขายกาแฟนั้นสูงถึงเกือบ 84% ฉะนั้นพวกเจ้าของร้านกาแฟก็มักจะถูกเยาะเย้ยถากถางทั้งในเรื่องกำไรที่ได้มาหาศาลและการชอบแสดงอวดภูมิความรู้ของตัวเองต่างๆ ที่จริงๆ แล้วก็ไม่ได้มีอะไร¹⁵¹ ภาพลักษณ์ของร้านกาแฟจึงเต็มไปด้วยความดัดจริต การขยายตัวของอาหาร “ยา/เสพติด” สร้างผลกระทบให้กับสังคมยุโรปในทุกแง่มุมและในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาทางการเมือง เช่น กาแฟ

เมื่อมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นก็ทำให้ราคาสินค้าต่างๆ เหล่านี้มีราคาถูกลง เมื่ออาหารเสพติดก็เป็นธรรมดาอยู่เองที่ผู้คนต้องดิ้นรนไปแสวงหากันมา เพราะเป็นสิ่งที่ผลิตไม่ได้เอง สินค้าจำนวนมากต้องนำเข้าจากแดนไกล การหลงใหลในอาหาร “ยา/เสพติด” ประเภทที่ผลิตไม่ได้เองของคนยุโรปก็ทำให้ผู้คนต้องทำงานมากขึ้น การทำงานมากขึ้นก็ต้องการการมีวินัยมากขึ้น การมีวินัยมากขึ้นก็สอดคล้องกับระบบทุนนิยมและการศึกษาในโรงเรียนที่ดำเนินงานตามกลไกของรัฐ ประชาชาติมากขึ้น ครั้นเมื่ออาหาร “ยา/เสพติด” เป็นส่วนสำคัญของการดำเนินชีวิตก็ทำให้เกิดสภาวะที่ Daniel Roche เห็นว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีทางของการใช้จ่ายแบบ “จ่ายตามที่หามาได้” เปลี่ยนมาเป็นวิถีชีวิตแบบ “หาให้ได้เท่าอยากจะใช้จ่าย ทั้งนี้เพื่อที่จะได้จ่ายได้มากขึ้น”¹⁵² การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้ผู้คนเองมีความสุขที่จะทำงานให้มากขึ้นมากขึ้นเพื่อที่จะได้นำเงินไปซื้อของที่ต้องการมากกว่าที่จะทำงานน้อยๆ จะได้มีเวลาว่างมากขึ้นและพักผ่อนได้มากขึ้น¹⁵³

นับตั้งแต่ศตวรรษที่สิบห้าเป็นต้นมาวันหยุดทางศาสนาและกึ่งศาสนามีมากมาย วันหยุดอาจจะมากกว่าห้าสิบวันต่อปี โดยเฉลี่ยก็ทำให้ต้องทำงานประมาณ 250 วัน นับตั้งแต่ศตวรรษที่สิบหกเป็นต้นมาวันหยุดก็ลดน้อยวันทำงานมีมากขึ้นอันเป็นผลพวงของการปฏิรูปศาสนา ในประเทศเนเธอร์แลนด์ลดวันหยุดเทศกาลลงจาก 47 วันในศตวรรษที่สิบห้าเหลือเพียงแค่ 6 วัน ในกลางศตวรรษที่สิบเจ็ดปีหนึ่งมีวันทำงานตกประมาณ 307 วัน อย่างไรก็ตามจำนวนวันไม่ได้ลดลงแต่ประเทศที่นับถือศาสนาโปรเตสแตนต์เท่านั้น จำนวนวันหยุดในประเทศคาทอลิกก็ลดลงด้วยสำหรับเมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างการทำงานและวันหยุดปรากฏว่าชาวนาและผู้ใช้แรงงานชนชั้น

¹⁵¹ Markman Ellis, *The Coffee-House A Cultural History*, (London: Weidenfeld & Nicolson, 2004), pp. 108-109

¹⁵² Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 74

¹⁵³ Jan de Vries, “Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe”, p. 112

ตัวเลือกที่จะทำงานเพื่อได้เงินมากกว่าหยุดเพื่อพักผ่อน¹⁵⁴ การทำงานหนักมากกว่าที่จะมีเวลาว่าง จึงกลายเป็นจริยธรรมสำคัญของชนชนต่ำ ความสุขของผู้คนจึงอยู่ที่การทำงานจนนำไปสู่ความคิด เรื่องการมีความพึงพอใจในการทำงาน (job satisfaction) ครั้นถ้าจะใช้ภาษาในปลายทศวรรษที่ 1950 และต้นทศวรรษที่ 1960 ก็คือ “งานคือเงิน เงินคืองานบรรดาลสุข” ความสุขที่ได้มาจากการซื้อข้าวของมากกว่าความสุขที่จะอยู่เฉยๆ ไม่ได้ทำอะไรทำอะไร

ถ้าพิจารณาในแง่ของการใช้ความต้องการที่จะจ่ายเป็นตัวกำหนดและเมื่อการบริโภคเป็น สิ่งที่ตรงกันข้ามกับการผลิตดังที่ได้กล่าวมาแล้วก็จะเห็นได้ว่า เมื่อจ่ายมากก็ต้องผลิตให้มาก เป้าหมายจึงไม่ได้อยู่ที่การบริโภคแต่เพียงอย่างเดียวสิ่งสำคัญยังอยู่ที่การผลิต เมื่อการบริโภคเป็น ของคู่กับการผลิตแล้วเรื่องของ “งบประมาณ” (budget) อันเป็นความคิดที่อุบัติขึ้นมาในศตวรรษที่ สิบแปดตอนต้น¹⁵⁵ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดปริมาณการบริโภคและการผลิต ครั้นเมื่อ เป้าหมายอยู่ที่การผลิตและการเก็บภาษีก็จึงทำให้ไม่ใช่เรื่องแปลกอะไรที่ในครึ่งหลังของศตวรรษที่ สิบแปดจำนวนและปริมาณการพักร้อน (holidays) จะกลายเป็นประเด็นถกเถียงสำคัญ เพราะทั้ง ฝ่ายรัฐและศาสนจักรเองก็ต้องการลดปริมาณการพักร้อน เพราะสำหรับรัฐก็เพื่อจะได้เพิ่มการผลิต ส่วนศาสนาก็จะทำให้คนยุ่งกับอบายมุขน้อยลง¹⁵⁶ ประเด็นสำคัญอันหนึ่งที่พวกกระฎุมพีต้องการก็ คือ เลียนแบบพฤติกรรมของพวกอภิสิทธิ์ชนก็คือ การมีชีวิตที่มีความสำราญ ได้มีเวลาพักผ่อนอยู่ ตลอดเวลาโดยไม่ต้องทำงาน¹⁵⁷ และการพักร้อนก็เป็นรูปแบบที่สำคัญของการใช้ชีวิตดังกล่าว

สถานที่เหมาะสมสำหรับการพักร้อนก็คือ สถานที่ที่มีน้ำทั้งหลาย เช่น สปา ชายทะเล เป็นต้น สำหรับชายทะเลก็เป็นเป้าหมายสำคัญของการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อลดอาการเหงาหงอยซึมเศร้า ชีวิตเหี่ยวแห้งหรือเพื่อลดความโกรธของชนชั้นผู้ปกครอง การใช้ทะเลเป็นเครื่องบำบัดเป็นสิ่งที่ ได้รับความนิยมตั้งแต่ปี ค.ศ. 1750 เป็นต้นมา¹⁵⁸ ทั้ๆ ที่ก่อนหน้านี้ทะเลเป็นพื้นที่แห่งความน่ากลัว

¹⁵⁴ Jan de Vries, “Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe”, pp. 110-111

¹⁵⁵ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 55

¹⁵⁶ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 65

¹⁵⁷ Rosalind H. Williams, *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, p. 34

¹⁵⁸ Alain Corbin, *The Lure of the Sea: The Discovery of the Seaside in the Western World 1750-1840*, translated by Jocelyn Phelps, (Cambridge: Polity Press, 1994), p. 57

เต็มไปด้วยสิ่งชั่วร้าย ภาพลักษณ์แบบนี้ปรากฏอยู่แม้กระทั่งในพระคัมภีร์ไบเบิล ทะเลเป็นเครื่องมือในการลงโทษของพระผู้เป็นเจ้า บนดวงสวรรค์ไม่มีทะเล¹⁵⁹ เป็นต้น ในปี ค.ศ. 1621 ผลงานเรื่อง *Anatomy of Melancholy* โดย Robert Burton ได้กล่าวถึงชีวิตของผู้คนบนเกาะที่มีสุขภาพดีมีชีวิตที่ยืนยาว เพราะได้สูดอากาศบริสุทธิ์จากทะเล เขาสนับสนุนให้ผู้คนออกเดินทาง สลับวิถีชีวิตในเมืองบ้างชนบทบ้าง ภูมิประเทศของชนบทจะช่วยเยียวยาชีวิตที่เหี่ยวเฉาได้ เขาให้ความสำคัญกับการเคลื่อนไหว ดังนั้น Burton จึงเสนอให้มีการออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬาในชนบท ไม่ว่าจะเป็นขี่ม้า ตกปลา ว่ายน้ำ เล่นฟุตบอล กิจกรรมภายนอกหรือกิจกรรมกลางแจ้งพวกนี้ได้รับการสนับสนุนอย่างมาก กิจกรรมบางอย่างถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับความเป็นผู้ชาย เช่น ว่ายน้ำ การล่าสัตว์ตกปลาก็มีประโยชน์ เพราะถึงแม้ว่าจะไม่ได้สัตว์ได้ปลา แต่ก็ได้อากาศบริสุทธิ์ของชนบท¹⁶⁰

ในแง่หนึ่งแล้วการหันออกไปสู่ชนบทของพวกอภิสัทธ์ชนอังกฤษก็เนื่องจากความพ่ายแพ้ทางการเมืองทำให้สูญเสียอำนาจทางการเมืองและสังคมไปในช่วงกลางศตวรรษที่สิบเจ็ด ความพ่ายแพ้ทางการเมืองนำไปสู่การค้นพบชีวิตแบบใหม่ในชนบทของพวกอภิสัทธ์ชน ชีวิตที่อยู่ระหว่างสวนที่ปลูกแต่งกับธรรมชาติของท้องทุ่ง ชีวิตที่ถูกทำให้เชื่อง (tame) กับชีวิตดิบๆ ป่า (wild) แต่สำหรับในกรณีของทะเลแล้ว ทะเลไม่ใช่สัตว์ที่ทำให้เชื่องได้ เพราะทะเลไม่มีวันที่จะเชื่องและไม่มีวันที่จะอ่านออกสอนง่าย ทะเลไม่ใช่ชนบทที่จะไปหักล้างทางพงได้ ทะเลในฐานะของเหลวกลับแสดงให้เห็นถึงสภาวะเบื้องต้นแรกของโลก สภาพที่ไม่วันที่มีมนุษย์จะควบคุมได้ ด้วยความวิตกกังวลที่มีต่อสิ่งที่เฝ้าหวงใจอย่างทะเลแต่ในขณะเดียวกันก็ไม่สามารถที่จะควบคุมได้ก็ทำให้เกิดความสัมพันธ์แบบใหม่กับทะเลที่มีลักษณะแบบกลัวๆ กล้าๆ ทะเลสร้างให้เกิดสำนึกของความอยากรู้อยากเห็น ทะเลให้สำนึกของการผจญภัย แต่สำหรับชนชั้นสูงการผจญภัยเหล่านี้ก็เป็นเรื่องเกินกว่าความสามารถของชนชั้นสูงที่มีได้มีความแข็งแกร่งแบบชนชั้นต่ำ ความสุขสบายบนพรมแดนนุ่มนวลเกินไปกลับกลายเป็นสิ่งที่เชื่อว่าจะกีดกร่อนชีวิต เพราะฉะนั้นเมื่อทะเลเป็นสิ่งที่ทำให้เชื่องไม่ได้ ทะเลหนักแน่นและโหดเหี้ยมก็ทำให้ทะเลกลายเป็นสิ่งที่ทำลายในเวลาเดียวกัน ในขณะเดียวกันทะเลกลายเป็นพื้นที่ที่จะให้หลบมุมหลีกเลี่ยงหนีหรือปลีกวิเวก แต่ในขณะเดียวกันทะเลก็น่ากลัวมากพอที่จะปลุกเร้าให้สำนึกถึงความตายได้ตลอดเวลา ความกลัวทะเลจึงเป็นสิ่งที่สร้าง

¹⁵⁹ Alain Corbin, *The Lure of the Sea: The Discovery of the Seaside in the Western World 1750-1840*, pp. 2-3

¹⁶⁰ Alain Corbin, *The Lure of the Sea: The Discovery of the Seaside in the Western World 1750-1840*, pp. 58-59

หรือฝึกฝนให้ผู้ไปเยี่ยมชมทะเลจัดการกับหายนะหรือความตายของตัวเองได้ ทะเลกระตุ้นให้เกิดการสร้างพลังแห่งชีวิต เรียนรู้ที่จะจัดการอันตรายและความกลัวตาย พลังเหล่านี้ถูกกระตุ้นไว้จากความตายแห่งทะเล¹⁶¹

เมื่อทะเลให้พลังแห่งชีวิตเพราะต้องการหลีกเลี่ยงความตาย การไปทะเลหรือการเปลี่ยนอากาศก็เป็นหนทางหนึ่งในการรักษาโรคโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัณโรค แม้ว่าความคิดเรื่องการเปลี่ยนอากาศเป็นสิ่งที่มียุอยู่ในแนวทางการแพทย์คลาสสิกแล้ว ไม่ว่าจะเป็น Areataeus Celsus Pliny เป็นต้น สำหรับการวิถิการพักผ่อนเพื่อสุขภาพพร้อมกับการตากอากาศเริ่มขยายตัวจากวิถิทางของพวกอภิลิทธิชนไปสู่ชนชั้นกลางที่มีฐานะดีในปลายศตวรรษที่สิบแปด หนังสือเรื่อง *Travels through France and Italy* ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1766 โดย Tobias Smollent เป็นหนังสือที่อาจจะถือได้ว่าเป็นเล่มแรกๆ ที่เป็นทั้ง วรรณคดีท่องเที่ยวเดินทาง หนังสือแนะนำเที่ยว และข้อแนะนำทางการแพทย์¹⁶² ด้วยข้อแนะนำในการรักษาโรคของแพทย์มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างสถานพักผ่อน สปา รีสอร์ท ฯลฯ วงการแพทย์จึงมีบทบาทสำคัญต่อการบริโภคและการท่องเที่ยว

แนวความคิดในการแพทย์ก่อนหน้าศตวรรษที่สิบแปดมีความเชื่อในเรื่องที่ว่า ร่างกายต้องได้รับการกระตุ้นมีสิ่งเร้าอยู่เสมอๆ แอลกอฮอล์ถือว่าเป็นยา ดังนั้นประโยคที่ว่า “ดื่มเพื่อสุขภาพ” จึงเป็นสิ่งที่มีความหมายมากมาย แต่พอในศตวรรษที่สิบแปดการ “ดื่มเพื่อโรค” กลับกลายเป็นสิ่งที่มีความหมายมากยิ่งขึ้น¹⁶³ การดื่มไม่ใช่เรื่องของสุขภาพ การดื่มและกินอะไรมากเกินไปจะนำมาซึ่งปัญหาเรื่องสุขภาพ โรคที่เกิดขึ้นมักจะมาจากการมีชีวิตที่สุขสำราญชีวิตที่หรูหรา โดยเฉพาะการกินเนื้อสัตว์มากและดื่มแอลกอฮอล์มาก บุคคลที่มีความสำคัญมากในการเชื่อมโยงประเด็นเรื่องสุขภาพกับประเทศก็คือ George Cheyne ทั้งนี้เขาเห็นว่า อังกฤษยังมีความร่ำรวย แข็งแกร่งทางเศรษฐกิจมากขึ้นก็ยิ่งทำให้ผู้คนกินมากขึ้น เมื่อกินมากขึ้น กินดีขึ้น กินกันอย่างหุรหามากขึ้น ก็ยิ่งกลับทำให้คนอังกฤษมีสุขภาพที่ย่ำแย่ลง การจะมีสุขภาพที่ดีได้ก็ต้องมีชีวิตที่เรียบง่าย ประหยัด และซื่อสัตย์ ถ้ามีคุณสมบัติต่างๆ เหล่านี้ครบถ้วนแล้วก็จะทำให้ไม่มีโรคอาหารยังเรียบง่ายมากขึ้นเท่าใดก็จะยิ่งทำให้สุขภาพดีขึ้นเท่านั้น¹⁶⁴ นอกจากนี้ Cheyne ยัง

¹⁶¹ Alain Corbin, *The Lure of the Sea: The Discovery of the Seaside in the Western World 1750-1840*, pp. 60-62

¹⁶² Clark Lawlor and Akihito Suzuki, “The Disease of the Self: Representing Consumption, 1700-1830”, pp. 470-471

¹⁶³ Roy Porter, “Consumption: disease of the consumer society?” pp. 60-61

¹⁶⁴ Roy Porter, “Consumption: disease of the consumer society?”, pp. 63-64

เสนอว่าร่างกายที่สะอิดสะเอ้ง ผอมบาง ร่างกายมีส่วนเว้าส่วนโค้ง ก็จะทำให้ผู้นั้นมีลักษณะเด่นทางสังคม และแถมยังเป็นการแสดงลักษณะของความปราณีตละเอียดอ่อนเชิงวัฒนธรรมอีกด้วย ร่างกายแบบเอวบางร่างน้อย (slender) จึงได้กลายมาเป็นค่านิยมสำคัญของชนชั้นสูงอังกฤษในช่วงทศวรรษที่ 1780 และ 1790¹⁶⁵

เมื่อแนวความคิดเรื่องสุขภาพขยายตัวไปพร้อมกับความนิยมในการเดินทางไปในชนบท และชายทะเลเพื่อพักตากอากาศมีมากขึ้น สำนึกและรสนิยมที่ต้องการบ้านแบบเดิมๆ หรือบ้านที่สร้างจากหินที่ปรากฏตามชนบทได้กลายเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมมากขึ้น แต่นั่นก็ใช่ว่าจะเป็นบ้านแบบเดิมจริงๆ เพราะบ้านชาวнадั้งเดิมจริงๆ ก็ไม่มีอะไรมากมาย บ้านชาวнадั้งเดิมเป็นเพียงที่อยู่อาศัยแบบดิบๆ เก๋ๆ เท่านั้น¹⁶⁶ สำหรับในอังกฤษการเดินทางไปชายทะเลเพื่อการพักผ่อนสูดอากาศบริสุทธิ์ได้รับการสนับสนุนจากแพทย์ ผลงานเรื่อง *A Dissertation on the Use of Sea Water in the Diseases of the Glands* ของ Richard Russell ที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1750 ก็เป็นตัวอย่งที่ดี ที่นี้วงการแพทย์เห็นว่า อัตราส่วนของความตายของคนที่อยู่ชายทะเลเองนั้นก็ต่ำกว่าในเมืองในระดับเกือบครึ่งต่อครึ่ง¹⁶⁷ การเดินทางจึงไม่ใช่เป็นไปเพื่อการแสวงหางานทำหรือการจาริกแสวงบุญอีกต่อไป แต่การเดินทางเป็นไปเพื่อการพักผ่อน จากหนังสือเดินทางของ Tobias Smollett ทำให้เห็นว่าผู้คนเริ่มไปเยี่ยมชมแคลลอรี่ ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ และโบราณสถานของพวกโรมัน¹⁶⁸ หนังสือเดินทางท่องเที่ยวจึงกลายเป็นหนังสือที่ได้รับความนิยมอย่างมากในศตวรรษที่สิบแปด¹⁶⁹ ความนิยมของหนังสือท่องเที่ยวแพร่หลายไปทั่ว แต่สำหรับในสหรัฐอเมริกาว่าหนังสือแนะนำเที่ยว (tourist guidebook) จะออกตลาดได้เป็นครั้งแรกนั้นก็ล่วงเลยมาถึงปี ค.ศ. 1822 แล้ว เมื่อเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวเริ่มพัฒนาขึ้นคือเส้นทางจากมหานครนิวยอร์กขึ้นไปจนถึง

¹⁶⁵ Clark Lawlor and Akihito Suzuki, "The Disease of the Self: Representing Consumption, 1700-1830", p. 468

¹⁶⁶ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, p. 89

¹⁶⁷ Paul Langford, *A Polite and Commercial People England 1727-1783*, pp. 103-104

¹⁶⁸ Clark Lawlor and Akihito Suzuki, "The Disease of the Self: Representing Consumption, 1700-1830", p. 472

¹⁶⁹ Paul Langford, *A Polite and Commercial People England 1727-1783*, p. 95

น้ำตกในเองการ่า พร้อมๆ กันนั้นวัฒนธรรมการเขียนหนังสือของนักเขียนท่องเที่ยวรุ่นใหม่ๆ ก็มี
ส่วนผลักดันให้เกิดหนังสือท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น¹⁷⁰

การเปลี่ยนสถานที่เพื่อเปลี่ยนอากาศทำให้การรักษาโรคมีกระบวนการทางด้านสุนทรียะ
เข้ามาเกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น ความสวยงามของสวนตามสถานที่ท่องเที่ยว ต้นไม้ดอกไม้ ฯลฯ
กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการรักษาโรค เพราะการดูสิ่งสวยงามจะช่วยในการรักษา
เยียวยา ไม่เพียงแต่การมองเท่านั้นการดมกลิ่นเองก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการรักษา กลิ่น
หอมของต้นไม้และดอกไม้มีส่วนสำคัญต่อการรักษาโรค ด้วยการที่ต้นไม้ดอกไม้มีความสำคัญมาก
ในการสร้างกลิ่นหอมก็ทำให้ต้นไม้ดอกไม้เข้ามาแทนที่กลิ่นจากสัตว์ที่มีความรุนแรงส่งกลิ่นไปได้
ไกล¹⁷¹ ในขณะที่กลิ่นจากดอกไม้ต้นไม้ไม่ได้มีความรุนแรงขนาดนั้น กลิ่นที่มาจากต้นไม้ดอกไม้จึง
เหมาะสำหรับการได้กลิ่นระยะใกล้ กลิ่นหอมที่ได้จากต้นไม้ดอกไม้จึงสื่อถึงความใกล้ชิดสนิทสนม
กันมากขึ้น¹⁷² การรักษาคนป่วยของแพทย์จึงไม่ได้เป็นเรื่องแค่วิทยาศาสตร์และการแพทย์ แต่เป็นที่
เกี่ยวข้องโดยตรงกับวัฒนธรรมและโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องสุนทรียะ แพทย์จึงมีบทบาทสำคัญต่อ
การบริโภคข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ เช่น น้ำหอม เป็นต้น

การประสานองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ทั้งหมดเข้าด้วยกันก็เป็นไปเพื่อ “การค้าของแพทย์”
ที่มีไว้ตอบสนองกับความต้องการของคนมั่งมีจนสามารถสร้างรายได้ให้กับแพทย์ เพราะด้วยความ
เชื่อที่ว่าไปตากอากาศก็ดี ไปสปาที่ดี ล้วนแล้วแต่จะทำให้สุขภาพดีขึ้นและสามารถจะหายจากวัณ
โรคได้¹⁷³ อย่างไรก็ตามเงินที่ได้จากการ “ขาย” ความรู้และผลผลิตอื่นๆ นั้นแม้ว่าจะทำให้แพทย์ดู
เป็น “พวกกระหายเงิน” แต่วงการแพทย์กับการค้าก็ดำเนินไปพร้อมกับการบริการขายความงาม
จากธรรมชาติตามที่ต่างๆ ที่จะทำให้ความพึงพอใจกับ “ผู้ป่วย/ลูกค้า” ในด้านสุนทรียะได้ แต่หลัก
สำคัญของวงการแพทย์ภายใต้กรอบวิธีคิดแบบยูคยูมิธรรมหรือยุคแสงสว่าง (Enlightenment) อยู่
ที่ว่าเป็นอย่างที่จะต้องยกระดับชีวิตของชนชั้นต่ำให้มีคุณภาพของการได้สูดอากาศที่ดี¹⁷⁴

¹⁷⁰ Richard Gassan, *The First American Tourist Guidebooks: Author and the Print Culture of the 1820s*, *Book History*, Vol. 8 (2005) p. 52

¹⁷¹ Clark Lawlor and Akihito Suzuki, “The Disease of the Self: Representing Consumption, 1700-1830”, p. 473

¹⁷² Alain Corbin, *The Foul and the Fragrance: Odor and the French Social Imagination*, translated by Miriam I. Kochan, (London: Berg Publishers, 1986)

¹⁷³ Roy Porter, “Consumption: disease of the consumer society?”, p. 68

¹⁷⁴ Clark Lawlor and Akihito Suzuki, “The Disease of the Self: Representing Consumption, 1700-1830”, p. 474

แต่ในขณะเดียวกันความคิดของชนชั้นนำ เช่น ฝรั่งเศส ที่มีต่อการบริโภคและการทำงานของชนชั้นต่ำนั้นก็สะท้อนให้เห็นถึงความคิดที่มีทัศนคติทางลบต่อชนชั้นต่ำไม่ว่าจะเป็นคนรับใช้หรือผู้ขายแรงงาน ประเด็นสำคัญก็คือ อบายมุขที่พวกชนชั้นต่ำทำอยู่นั้นจะนำไปสู่ความวุ่นวายต่างๆ ของสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองหลวงอย่างกรุงปารีส ปริมาณของชนชั้นต่ำในเมืองเพิ่มจำนวนมากขึ้นในครึ่งหลังของศตวรรษที่สิบแปดโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ชายอายุประมาณ 22-24 ปี โดยกว่าคนพวกนี้จะตั้งตัวได้อายุก็ย่างเข้าไปถึง 30-40 ปี¹⁷⁵ ในสายตาของพวกนักเขียนเศรษฐกิจศาสตร์สายศีลธรรม (moral economist) และพวกแพทย์แล้วพวกชนชั้นต่ำที่เป็น “ประชาชน” เพราะด้วยความยากจน (ไม่ใช่เป็นประชาชนเพราะอำนาจอิทธิพลที่เป็นหนึ่งเดียว) ต่ำต้อย มีดมน ฯลฯ นั้นเป็นพวกเชื้อช่าจนกลายเป็นตัวตลกในสายตาของนักเขียน แต่ความตลกของชนชั้นต่ำเหล่านี้กลับเป็นสิ่งที่น่ากลัวมากๆ และเป็นอันตรายต่อระเบียบทางสังคมเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นในสายตาของผู้ทรงความรู้ทั้งหลายชนชั้นต่ำหรือ “ประชาชน” จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการเยียวยารักษา¹⁷⁶ แพทย์ในฐานะกลไกของการสอดส่องดูแลของรัฐก็มีหน้าที่จัดการปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของเมืองและประชากร¹⁷⁷

สำหรับชีวิตในเมืองใหญ่วิถีชีวิตของชนชั้นต่ำและชนชั้นสูงเริ่มมีการซ้อนทับกันในบางอาณาเขต ในอดีตสายสัมพันธ์ทางชนชั้นที่ผ่านวัตถุข้าวของเครื่องใช้ก็ได้แก่การให้ทานแก่คนจนโดยชนชั้นสูงได้บุญ ส่วนชนชั้นต่ำได้ข้าวของไป สำหรับชนชั้นสูงก็ยังคิดว่าการบริจาคของให้กับคนจนนั้นชนชั้นสูงได้มากมายสุดคณานับมากกว่าชนชั้นต่ำเป็นไหนๆ อย่างไรก็ตามปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปจากความโอบอ้อมอารีการช่วยเหลือดูแลไปสู่ประเด็นเรื่องอรรถประโยชน์และผลประโยชน์ โดยทุกๆ คนซื้อข้าวของเครื่องใช้จากทุกๆ คน ความมั่งคั่งและรายได้ทั้งหลายทั้งปวงก็ก่อปรกเป็นการบริโภค¹⁷⁸ แต่ก็ใช่ว่าการแลกเปลี่ยนด้วยเงินเพื่อได้ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ จะทำให้ลำดับชั้นต่างๆ หดไป เพราะแม้กระทั่งผู้หญิงในแต่ละชนชั้นก็มีภูมิลำเนาให้มีลักษณะที่แตกต่างกัน ผู้หญิงจากชนชั้นสูงศักดิ์ก็แตกต่างไปจากชนชั้นต่ำ แตกต่างไปจากลูกสาวเจ้าของร้านที่รวยและก็ยังแตกต่างไปจากลูกสาวเจ้าของร้านขายของฐานะธรรมดาๆ ในขณะที่สาวใช้แรงงานนั้นก็อยู่ภายในความเชื่อที่ว่ารูปลักษณ์ภายนอกของชนชั้นต่ำก็เป็นพวกที่ดู

¹⁷⁵ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, p. 28

¹⁷⁶ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, p. 46

¹⁷⁷ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, p. 49

¹⁷⁸ Daniel Roche, *A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, pp.

น่าสะอิดสะเอียน เลวร้ายทั้งกิริยามารยาทและการพูดจา ผู้หญิงของชนชั้นต่ำที่ยากจนหรือ “ประชาชน” นั้นก็ยังเป็นพวกละโมภ ชั่วร้าย วิปริต โง่เงา¹⁷⁹

ในสมัยคริสต์ศตวรรษที่สิบแปดอย่างเช่น ประเทศฝรั่งเศส การซ้อนทับหรือตัวกลางที่เชื่อมอยู่ระหว่างชนชั้นสูงและชนชั้นต่ำนั้นกลับไม่ใช่ชนชั้นกลาง แต่เป็นคนรับใช้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องไม่ลืมว่าเส้นแบ่งระหว่างชนชั้นสูงและชนชั้นต่ำนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องรักษาเอาไว้เพื่อให้โครงสร้างอำนาจของชนชั้นในสังคมดำรงอยู่ต่อไปได้ การเลือกก่อกวนกับคนรับใช้จึงกลายเป็นสิ่งที่ต้องห้าม ความพยายามที่จะทำให้คนรับใช้กลายเป็นพวกที่อยู่ในประเภทเดียวกันนั้นก็เป็นเรื่องที่สำคัญมาก ข้อห้ามที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือ ห้ามคนรับใช้สูงส่งกับลูกๆ ของชนชั้นสูง เพราะกลัวว่าจะได้รับอิทธิพลหรือติดนิสัยที่เลวร้ายของคนรับใช้ที่มีระดับต่ำกว่ามา พวกคนรับใช้โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิงด้วยแล้วก็ถือว่า คนพวกนี้มีระดับศีลธรรมที่ต่ำต้อยและเลวร้ายมาก บรรดาพวกที่มีศีลธรรมทั้งหลายก็เห็นว่า สาวใช้จะทำให้บรรดาเด็กผู้ชายทั้งหลายเสียผู้เสียคน เพราะรับเอาพฤติกรรมอันชั่วร้ายของสาวใช้มา เพราะความชั่วร้ายที่จะเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดก็คือ ปัญหาของการแต่งงานของชนชั้นสูงกับสาวใช้อันจะสร้างปัญหาให้กับสถานะภาพทางสังคมและทรัพย์สิน¹⁸⁰

นักประวัติศาสตร์อย่าง Daniel Roche เห็นว่า “คนรับใช้” (servant) แสดงถึงสถานะของพันธุ์ผสมระหว่างพวกขุนนางกับชนชั้นต่ำ สถานะของคนรับใช้ยังเป็นตัวเชื่อมระหว่างวิถีชีวิตของเมืองกับชนบท¹⁸¹ แต่ก็ใช้ว่าจะมีแต่พวกชนชั้นขุนนางและคนรวยเท่านั้นที่มีคนรับใช้ได้¹⁸² คนระดับเจ้าของร้านขายของก็ยังมีคนรับใช้ได้ แต่เพียงแค่นั้นเท่านั้น ด้วยคนรับใช้ที่มีอยู่ในกรุงปารีส เช่น ก่อนการปฏิวัติฝรั่งเศสนั้นมีปริมาณถึง 20% โดยการเปลี่ยนงานย้ายถิ่นของคนรับใช้อยู่ในอัตราที่สูงมาก เช่น ห้องเช่าเปลี่ยนมือทุกๆ เดือนโดยเฉลี่ย ส่วนเจ้านายก็เฉลี่ยเปลี่ยนทุกๆ ปี คนรับใช้ที่ถือว่าประสบความสำเร็จในชีวิตส่วนใหญ่ก็เป็นพวกที่ทำงานให้กับขุนนาง โดยพวกคนรับใช้เหล่านี้ยังสามารถที่จะปรับตัวเข้ากับวิถีชีวิตของพวกขุนนางและยังรับเอาวิถีชีวิตของคนเหล่านี้มาด้วย การถูกดูถูกกลั่นแกล้งไปในวงจรรวมของวิถีชีวิตชนชั้นนำในเมืองทำให้คนรับใช้เหล่านี้มีความ

¹⁷⁹ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, p. 57

¹⁸⁰ Paul Langford, *A Polite and Commercial People England 1727-1783*, pp. 118-119 ปัญหาสายสัมพันธ์ระหว่างนายกับสาวใช้นั้นเป็นปัญหามาก เพราะสาวใช้มีสถานะที่ต่ำและมักจะถูกมองว่าไร้ศีลธรรม ถึงแม้ว่าผู้ชายชนชั้นสูงอาจจะต้องการรับผิดชอบในกรณีที่ทำสาวใช้ท้อง แต่ก็มักจะกล่าวกันว่าประสบปัญหาเพราะในที่สุดแล้วก็ไม่รู้ว่าจะท้องกับใคร เช่น พระทำสาวใช้ท้องแล้วต้องการแสดงความรับผิดชอบ แต่ปรากฏว่ามารู้เอาทีหลังว่าสาวใช้ไม่ได้ท้องกับตัวเอง แต่ท้องกับน้องชายที่เป็นทหารเรือ เป็นต้น

¹⁸¹ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, p. 68

¹⁸² Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, p. 66

แตกต่างไปจากคนอื่นๆ ที่ทำงานให้กับเจ้าของร้านขายของหรือคนในระดับที่ต่ำกว่า¹⁸³ การที่สาวใช้มีโอกาสดูได้สัมผัสกับวิถีชีวิตเมืองและชนชั้นสูงก็จึงทำให้มีบทบาทอย่างมากในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสาวใช้นำเอาธรรมเนียมในการใช้ข้าวของต่างๆ กลับไปยังชนบท

ในขณะที่ปริมาณการย้ายถิ่นไปเป็นคนรับใช้หรือขายแรงงานอื่นๆ เพียงพูนมาก สาวฝรั่งเศสยังกลายเป็น “สินค้า” ส่งออกที่สำคัญ เพราะผู้หญิงฝรั่งเศสในฐานะผู้ดูแลเด็กๆ กลายเป็นที่นิยมของชนชั้นสูงอังกฤษ ไม่เพียงแต่เท่านั้นธรรมเนียมที่มีต่อสินค้าหรูหราฟุ่มเฟือยจากฝรั่งเศสก็ยังเป็นที่นิยมกันในหมู่ชนชั้นสูงในยุโรป สำหรับในกรณีของชนชั้นสูงอังกฤษเหล่านี้จะมีสำนึกของความนิยมที่มีต่ออะไรๆ ที่เป็นอังกฤษก็ตามจนกระทั่งทำให้ผู้คนจำนวนมากหวาดกลัวและวิตกกังวลต่ออะไรที่เป็นของต่างชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งฝรั่งเศส เพราะมีการโจมตีว่าพฤติกรรมที่หรูหราฟุ่มเฟือยนี้ไม่เหมาะสมกับความเป็นอังกฤษ¹⁸⁴ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการห้ามใช้ของหรูหราฟุ่มเฟือยในฐานะกลไกของการควบคุมพฤติกรรมการใช้ข้าวของชนชั้นต่ำหมดลงไปในช่วงก่อนการปฏิวัติฝรั่งเศสแล้ว แต่ปัญหาของการบริโภคสิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยจากทั้งในและต่างประเทศก็ยังคงเป็นประเด็นสำคัญดังเดิม

แต่ในบางดินแดนการควบคุมการใช้ข้าวของเครื่องใช้ตามฐานันดรก็เคร่งครัดมากขึ้นในอาณาจักรออตโตมัน (Ottoman Empire) แต่ถึงกระนั้นในช่วงศตวรรษที่สิบเก้าในอาณาจักรออตโตมันก็ไม่ได้ทำให้ผู้คนลดความนิยมที่มีต่อสินค้าจากยุโรปแต่อย่างใด ผู้คนของอาณาจักรออตโตมันในกลางศตวรรษที่สิบเก้าเริ่มเข้าใจถึงเรื่องความสุขสบายจากการบริโภคสินค้ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่ชนชั้นกลางของอาณาจักรออตโตมันที่ต้องการสินค้านำเข้าจากยุโรป โดยความนิยมที่มีต่อยุโรปก็ยังรวมไปถึงการเรียนภาษายุโรปและการเรียนเปียโนด้วย¹⁸⁵ สำหรับชนชั้นกลางที่มีการศึกษาก็สำนึกว่าตัวเองบริโภคสินค้าแตกต่างไปจากชนชั้นอื่นๆ เพราะการบริโภคของชนชั้นตัวเองทำไปด้วยเหตุผลที่ดี การใช้จ่ายไม่ได้เป็นไปเพื่อการให้ทานหรือใช้จ่ายอย่างไร้ประโยชน์ตามแบบชนชั้นสูง เช่น ชนชั้นเลือดสีน้ำเงิน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิงที่มักจะ

¹⁸³ Daniel Roche, *The People of Paris: An Essay in Popular Culture in the 18th Century*, p. 69

¹⁸⁴ Paul Langford, *A Polite and Commercial People England 1727-1783*, p. 322

¹⁸⁵ Harris Exertzoglu, “The Cultural Uses of Consumption: Negotiating Class, Gender, and Nation in the Ottoman Urban Centers During the 19th Century”, *International Journal of Middle East Studies*, Vol. 35, Issue 1, (February, 2005), pp. 80-81

หลงใหลในสินค้าและแฟชั่น แต่ชนชั้นกลางก็มักจะอ้างว่า การใช้จ่ายเหล่านี้นั้นก็เป็นไปเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ¹⁸⁶

การบริโภค เพื่อประชาชน โดยประชาชน และของประชาชน

การบริโภคสินค้าของคนในอาณาจักรออตโตมันเป็นไปเพื่อ “การเลียนแบบ” แบบเดียวกันกับที่คนรับใช้เลียนแบบพฤติกรรมในการบริโภคของชนชั้นสูงในสังคมฝรั่งเศสหรือไม่เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจะสรุปได้ง่ายๆ เพราะเป็นการบริโภคที่เกิดขึ้นเป็นการบริโภคข้ามวัฒนธรรมในลักษณะแบบเดียวกันกับการบริโภคสินค้าจากจีนของชาวยุโรปในสมัยศตวรรษที่สิบเจ็ด ถึงกระนั้นก็ดีการโจมตีการใช้ของหรูหราฟุ่มเฟือยก็เป็นเรื่องที่คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโจมตีผู้หญิงอันกลายเป็นประเด็นสำคัญของการเมืองเรื่องการบริโภคของศตวรรษที่สิบเก้า สถานะของผู้หญิงไม่ว่าจะเป็นอย่างไรระดับไหนก็ถูกนำไปเชื่อมโยงเข้ากับการบริโภคด้วยกันทั้งสิ้น การหลงใหลในวัตถุและความอยากได้อะไรมีสินค้าหรูหราของผู้หญิงตามห้างสรรพสินค้าจนนำไปสู่การลักขโมยได้กลายเป็นประเด็นทางการแพทย์ เช่น โรค Kleptomania ด้วยลักษณะของอาการทางโรคที่เป็นภัยต่อสังคมผนวกกับความเป็นผู้หญิงที่ถูกมองว่าชั่วร้าย เช่น เพราะ ขาด Rationality นั้นก็กลายเป็นปัญหาที่น่ากลัว ทั้งนี้การขโมยของของคนเหล่านี้ไม่ได้เป็นไปเพราะความยากจน ผู้หญิงที่นิยมขโมยของเหล่านี้เป็นผู้หญิงจากชนชั้นอภิสิทธิ์ชนและชนชั้นกลาง

ความอยากได้อะไรมีสินค้าหรูหราไว้ในครอบครองกลายเป็น “ข้ออ้าง” สำคัญของศาลในกรณีเมื่อเกิดการฟ้องร้องหนี้สินที่ค้างค้างของผู้หญิง ทั้งนี้การฟ้องร้องหนี้สินภรรยาก็ต้องฟ้องสามี เพราะผู้ชายต้องรับผิดชอบในด้านการเงินของบ้าน โดยทั้งหมดนี้ตั้งอยู่บนสมมุติฐานว่าผู้ชายรู้เรื่องรายจ่ายต่างๆ ในเรื่องของการบริโภค¹⁸⁷ ปรากฏว่าผู้หญิงมีฐานะในศตวรรษที่สิบเก้าก่อนหน้านี้สินด้วยการซื้อสินค้าต่างๆ เอาไว้ด้วย “ระบบเงินเชื่อ” การซื้อของโดยไม่ต้องจ่ายเงินทันทีของผู้หญิงถูกโจมตีว่าทำลายผู้ชายทั้งในด้านการเงินและศีลธรรม ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลอะไรก็ตามแต่ ผู้ชายที่ต้องรับผิดชอบต่อภาระซื้อของผู้หญิงก็จำต้องยอมจ่ายเงินกับข้าวของที่ภรรยาซื้อไป แต่ผู้ชายเองก็

¹⁸⁶ Harris Exertzoglou, “The Cultural Uses of Consumption: Negotiating Class, Gender, and Nation in the Ottoman Urban Centers During the 19th Century”, p. 84

¹⁸⁷ Erika Rappaport, “ ‘A Husband and His Wife Dresses’ Consumer Credit and the Debtor Family in England, 1864-1914” in *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, edited by Victoria de Grazia & Ellen Furlough, (Berkeley: University of California Press, 1996), p. 166

ไม่ยากที่จะจ่ายกับข้าวของเหล่านี้ จนทำให้มีการกล่าวกันว่า “คนรวยเหนียวหนี้”¹⁸⁸ แต่ปัญหานี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะคนรวยเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นในหมู่ชนชั้นต่ำอีกด้วย เพราะการหลงใหลในสินค้านั้นทำให้มีการโจมตีว่า ผู้หญิงไม่สนใจสามี เอาแต่สนใจจะซื้อของ ส่วนภรรยาที่โจมตีสามีว่าให้เงินไม่พอใช้¹⁸⁹

สำหรับในชนชั้นสูงคดีฟ้องร้องกันในศาลที่บรรดาเมียของชนชั้นสูงติดหนี้ร้านค้าเพราะไปซื้อของด้วยเครดิตเพิ่มจำนวนขึ้นมากมาย จนกระทั่งถึงในปี ค.ศ. 1864 ศาลอังกฤษได้ปกป้องอำนาจของผู้ชาย สถานะของชนชั้นกลางและชนชั้นสูง ด้วยการตัดสินให้ผู้ชายจะต้องจ่ายเงินให้กับพ่อค้าในกรณีที่ถูกถือว่าเป็น “สิ่งของจำเป็น” เท่านั้น แต่ปรากฏว่า “สิ่งของจำเป็น” นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ที่จะบอกว่าเป็นอะไร? จำเป็นสำหรับใคร? ประการสำคัญที่สร้างปัญหาก็คือ พวกอภิสิทธิ์ชนในอังกฤษมักจะไม่รู้เรื่องราวอะไรต่างๆ ในบ้านเลยว่าอะไรคือสิ่งของที่ต้องใช้หรือไม่ต้องใช้¹⁹⁰ เช่น เสื้อผ้าของภรรยาเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่ นอกจากนั้นเมื่อไม่เป็น “ของจำเป็น” สามีก็ห้ามไม่ให้ซื้อด้วยเครดิตหรือติดไว้ก่อนจ่ายทีหลัง แต่ต้องซื้อด้วยเงินสด สำหรับการตัดสินของศาลที่เข้าข้างสามีนั้นก็เป็ผลพวงมาจากอคติที่มีต่อพวกพ่อค้า เพราะชนชั้นสูงในอังกฤษเชื่อว่าพ่อค้าเองก็อยากจะขายของโดยไม่สนใจผลลัพธ์ที่ตามมา พ่อค้ามีแต่ความละโมภอยากได้แต่เงิน¹⁹¹ ส่วนศาลเองก็มีอคติว่าผู้หญิงเองก็มีคุณลักษณะที่อยากได้ของหรูหราอยู่แล้ว¹⁹² อย่างไรก็ตามก็ดีเครดิตมีบทบาทอย่างมากในการทำให้การบริโภคขยายตัวออกไปอย่างมากในปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบ¹⁹³ แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าความมั่งมีของบุคคลเป็นสิ่งที่ไม่มีปรากฏมาก่อน

¹⁸⁸ Erika Rappaport, “ ‘A Husband and His Wife Dresses’ Consumer Credit and the Debtor Family in England, 1864-1914”, p. 168

¹⁸⁹ Anna R. Igra, “Male Providerhood and the Public Purse: Anti-Desertion Reform in the Progressive Era”, in *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, edited by Victoria de Grazia & Ellen Furlough, (Berkeley: University of California Press, 1996), p. 189

¹⁹⁰ Erika Rappaport, “ ‘A Husband and His Wife Dresses’ Consumer Credit and the Debtor Family in England, 1864-1914”, p. 171

¹⁹¹ Erika Rappaport, “ ‘A Husband and His Wife Dresses’ Consumer Credit and the Debtor Family in England, 1864-1914”, p. 169

¹⁹² Erika Rappaport, “ ‘A Husband and His Wife Dresses’ Consumer Credit and the Debtor Family in England, 1864-1914”, p. 171

¹⁹³ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, (New York: Columbia University Press, 2000), p. 29

เพียงแค่ปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบการเป็นหนี้มีการจัดการด้วยระบบแบบใหม่ เช่น การวางเงินดาวน์และผ่อนชำระเป็นงวดๆ ในระยะเวลาที่กำหนด¹⁹⁴ เป็นต้น

สำหรับในศตวรรษที่สิบเก้าชนชั้นกลางที่มีการศึกษาและชอบอ้างถึงความฉลาดของชนชั้นตัวเองกว่าชนชั้นต่ำก็ย่อมสร้างปัญหาให้กับผู้หญิงชนชั้นกลาง การโจมตีผู้หญิงและการปกป้องการบริโภคของชนชั้นกลางจึงเป็นสิ่งที่ดูจะขัดแย้งกันเอง แต่ผู้หญิงชนชั้นกลางที่มีการศึกษาก็สามารถที่จะกล่าวกับตัวเองได้ว่าเป็นพวก “ฉลาดซื้อ ฉลาดใช้” ในขณะที่ผู้หญิงของชนชั้นอื่นๆ กลับกลายเป็นพวก “โง่ซื้อ โง่ใช้” ถึงกระนั้นก็ต้องไม่ลืมว่า การโจมตีผู้หญิงว่าเป็นเหยื่อของแพชชั่นนั้นเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นตั้งแต่ปลายศตวรรษที่เจ็ดแล้ว เหยื่อของการบริโภคของหรรษาฟุ่มเฟือยเหล่านี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่นักยาคจนที่ต้องขายตัวเองในฐานะที่เป็น “สินค้า” อย่างโสเภณีเท่านั้น แต่ยัง “ระบอบ” ไปถึงชนชั้นสูง ผู้หญิงจึงเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของการบริโภคในสังคม ไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้บริโภค หรือแม้กระทั่งเป็นสินค้าเสียเอง โสเภณีจึงเป็นตัวอย่างชัดเจนน¹⁹⁵

สำหรับการยกตำแหน่งให้ผู้หญิงเป็น “สาวนักช้อป” นั้นไม่ได้เป็นสิ่งที่ถาวรตายตัว แม้ว่าสำนึกของความ *Luxuria* จะแสดงนัยของ “ความเป็นหญิง” ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่ลักษณะของความเป็นหญิงนั้นไม่ได้หมายความว่าผู้ชายจะไม่มีลักษณะดังกล่าว เพราะ “ความเป็นหญิง” ที่เป็นลักษณะของ *Luxuria* ไม่ใช่สภาวะทางชีววิทยา เพราะการ “ช้อปปิ้ง” ไม่ได้มีเส้นหย่ายวนใจขนาดที่จะต้องติดอกติดใจไปเดินช้อปปิ้ง ในความเห็นของนักประวัติศาสตร์อย่าง Jennifer Jones การซื้อของในศตวรรษที่สิบเจ็ดนั้นคนรวยไม่ได้ไปที่ร้าน เสื้อผ้าอยากได้ก็สั่งตัดเอา เมื่อเมื่อช่างตัดเสร็จก็จะส่งไปให้ถึงบ้าน ส่วนคนจนก็ซื้อเสื้อผ้ามือสอง สำหรับกลางศตวรรษที่สิบแปดร้านขายของก็ไม่ได้ทันสมัยสว่างไสวแบบในปัจจุบัน ร้านขายของในกรุงปารีสไม่มีตู้แสดงสินค้า ร้านก็เล็กๆ แคบๆ ข้าวของวางอัดแน่นเต็มไปหมด แม้กระทั่งร้านที่มีชื่อเสียงก็มีสภาพไม่แตกต่างไปจากนี้ ดังนั้นเมื่อเดินเข้าไปในร้านก็ต้องชนหรือเตะข้าวของที่วางระเกะระกะไว้ระเบียบอยู่ในร้าน ลูกค้านั่งคอยแวกแทรกตัวผ่านข้าวของเข้าไป ร้านขายของจึงไม่ได้มีเสน่ห์ดึงดูดลูกค้ามากนัก หนทางเดียวที่ทำได้ก็คือ หาลูกสาวสวยๆ หรือหาเมียที่สวยทรงเสน่ห์มาช่วยในการขายซึ่งก็ทำได้ดี เพราะผู้ชายคนขายของมักจะถามลูกค้าว่า “เคี้ยว” ในขณะที่ผู้หญิงไม่เพียงแต่คาดค่านวนวลสิ่งต่างๆ ได้แล้ว ผู้หญิงสามารถที่จะล่อหลอก มีลูกเล่น ให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีสนทนากับลูกค้า

¹⁹⁴ Lendal Calder, *Financing the American Dream: A Cultural History of Consumer Credit*, (Princeton: Princeton University Press, 1999)

¹⁹⁵ Mary Louise Roberts, “Gender, Consumption, and Commodity Culture”, *American Historical Review*, Vol. 103, No. 3 (June, 1999), pp. 817-818

ได้ ผู้หญิงทำให้สายสัมพันธ์ทางการค้าไม่ดูเป็น “ธุรกิจ” มากเกิน ด้วยท่าที่ดังกล่าวของผู้หญิงทำให้ลูกติดใจและคิดว่าน่าจะกลับมาอีก ในราวเกือบปลายศตวรรษที่สิบเก้าร้านค้าขายของทั้งหลายจึงเป็นโลกของผู้หญิง ส่วนผู้ชายซื้อนั่นคือ ผู้ชาย สำหรับสิ่งละอันพันละน้อยที่ใช้กันในสิ่งของจำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ซื้อของจากตลาดสด ก็จะเป็นผลงานการซื้อของผู้หญิงก็ตาม แต่การซื้อของพิเศษในย่านหรูๆ ก็คือ ผู้ชาย แต่ก็มักจะกล่าวกันว่าผู้ชายจะซื้อสินค้าหรูหราเหล่านี้จำนวนหนึ่งเพื่อผู้หญิง ด้วยลักษณะแบบนี้การซื้อข้าวของของผู้ชายก็ดูจะไม่ได้แตกต่างไปจากเดิม การซื้อสินค้าเป็นกิจกรรมการพักผ่อนของผู้ชาย แนนอนกิจกรรมการพักผ่อนอีกอย่างหนึ่งที่ไม่สามารถแยกออกไปได้ก็คือ การซื้อบริการทางเพศ ส่วนอีกเหตุผลที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้ชายก็คือ การไปดูคนขาย¹⁹⁶ นอกเหนือไปจากการซื้อบริการทางเพศอันเป็นกิจกรรมหลักที่สร้างปัญหาเรื่องการขยายตัวของกามโรคเป็นอย่างมากแล้ว

ความไม่งดงามของร้านค้าในศตวรรษที่สิบแปดนั้นอาจจะเป็นเพียงแค่เรื่องของการตกแต่งภายในร้าน แต่ “ความงาม” ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับคนขายที่เน้นความสุภาพก็คงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก แม้ว่าความสุภาพจะเป็นสิ่งที่ถูกใจมติว่าเป็นการแสร์แสร์เพื่อให้เกิดความแตกต่างกันทางชนชั้นระหว่างชนชั้นนำกับชนชั้นต่ำก็ตาม แต่ความสุภาพก็กระจายตัวออกไปมากกว่าที่จะจำกัดอยู่ในหมู่ชนชั้นสูง ความสุภาพเป็นกลไกสำคัญของสังคมพาณิชยกรรมที่จะทำให้กิจกรรมการค้าประสบความสำเร็จ¹⁹⁷ เมื่อความสุภาพเป็นสิ่งที่ต้องแสดงสินค้าที่ขายก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องแสดงให้ผู้ซื้อเห็นถึงความสวยงามด้วย ด้วยความสุภาพและโอ้อวดอารีตตลอดจนการแสดงสินค้าที่สวยงาม ร้านมีเก้าอี้ไว้ต้อนรับลูกค้าก็ทำให้ร้านค้ากลายเป็นที่นั่งทอดอารมณ์ค่อยๆ ดูสินค้าและพูดคุยกันไป ร้านค้าจึงกลายเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจไปในตัว ตั้งแต่ศตวรรษที่สิบแปดแล้วก่อนที่จะมีห้างสรรพสินค้าซึ่งเชื่อกันว่าเป็นสถานที่ทำให้การเดินซื้อของกลายเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของคนเมือง¹⁹⁸ การแสดงสินค้าให้คนเห็นจึงเป็นสิ่งสำคัญในการค้าขาย การแสดงสินค้าของร้านค้าให้คนเห็นว่าสินค้าเป็นอย่างไรนั้นยังทำให้ร้านขายของ

¹⁹⁶ Jennifer Jones, “Coquettes and Grisettes Women Buying and Selling in Ancien Regime Paris”, pp. 31-32

¹⁹⁷ Lawrence Klein, “Politeness for plebes consumption and social identity in early eighteenth-century England”, in *The Consumption of Culture 1600-1800*, edited by Ann Bermingham & John Brewer, (London: Routledge, 1995) p. 366

¹⁹⁸ Andrew Hann and Jon Stobart, “Sites of Consumption; The Display of Goods in Provincial Shops in Eighteenth-Century England”, *Cultural and Social History*, Vol. 2, No. 2 (April, 2005), p. 182

เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้คนที่ว่ามีลักษณะพิเศษหรือเชี่ยวชาญในสินค้าประเภทใด¹⁹⁹ ร้านค้าจัดของแสดงอย่างไรก็แสดงให้เห็นคุณลักษณะของเมือง พ่อค้าจัดร้านขายของให้ดูน่าดู สายสัมพันธ์ก็เป็นสิ่งที่น่าอภิรมย์ด้วยความสุภาพ พ่อค้าให้ความสำคัญกับสินค้าที่จะผู้ซื้อจะได้ชม ประมาณกว่าสิบเปอร์เซ็นต์ของร้านค้าในกรุงลอนดอนและเมืองอื่นๆ ใช้ตู้กระจกใสสำหรับการแสดงสินค้า²⁰⁰ สายสัมพันธ์ระหว่างสินค้าที่แสดงเชื่อมต่อกับบรรยากาศรอบของเมืองว่ามีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง โดยดูได้จากการขายสินค้า ดังนั้นการจัดร้านค้าให้ดูดีก็เป็นวัฒนธรรมที่สำคัญของการค้าปลีกในอังกฤษ ในแง่วัฒนธรรมทางการค้าของอังกฤษจึงมีความเป็นอารยะกว่าอย่างน้อยก็กว่าฝรั่งเศสในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน

สำหรับการซื้อข้าวของต่างๆ ก็ไม่ได้มีเฉพาะผู้หญิง บทบาทของผู้ชายก็เปลี่ยนแปลงไปจากการซื้อของแบบ “นักซื้อ” มาเป็น “นักสะสม” (collector) ที่ทำให้การซื้อของผู้ชายดูมีความซับซ้อนมากขึ้น เพราะถูกสร้างให้มีความแตกต่างไปจากการไปซื้อของที่ตลาดสดของผู้หญิง ทั้งนี้วัตถุที่เก็บสะสมต่างๆ เหล่านี้ไม่ได้มีไว้เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยเป็นหลักแต่อย่างใด สำหรับการเก็บสะสมของเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 1830 ถึงแม้ว่าการเก็บสะสมของจะเป็นกิจกรรมที่กระทำกันมาตั้งแต่สมัยฟื้นฟูศิลปวิทยาการแล้ว สำหรับในยุคศิลปวิทยาการเก็บข้าวของก็เฟื่องฟูมากๆ สำหรับกษัตริย์ฝรั่งเศสการเก็บสะสมข้าวของเป็นสิ่งที่มีมาตั้งแต่สมัยกลางแล้วทรัพย์สินข้าวของต่างๆ ก็แจกจ่ายกันไปในหมู่ผู้คนในพระราชวัง การเก็บสะสมของเหล่านี้ก็เป็นไปเพื่อความเพลิดเพลินพร้อมๆ กันกับการใช้ศึกษาหาความรู้ด้วย แต่ก็ยังไม่ได้พัฒนาขึ้นเป็นวิชา นอกจากนั้นเมื่อถึงเวลาจำเป็นกษัตริย์ฝรั่งเศสก็นำเอาข้าวของที่เก็บสะสมไว้ไปจำหน่าย หรือแม้กระทั่งเอามาหลอมหรือขายเพื่อนำเอาเงินไปทำสงคราม จนกระทั่งสมบัติจำนวนมากที่เก็บสะสมกันต่อมาถูกก็ยึดให้กลายเป็นของชาติหมดในปี ค.ศ. 1791²⁰¹ สำหรับการเก็บสะสมภาพก็เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากในศตวรรษที่สิบแปด แต่การเก็บก็เน้นที่ความงามแต่เพียงอย่างเดียว ครั้นเมื่อวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะกลายเป็นวิชาการคุณสมบัติของวัตถุที่เก็บสะสมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากขึ้น ประเด็นเรื่องสิ่งของเหล่านั้นมาจากที่ไหนเป็นของแท้หรือไม่กลายเป็นสิ่งที่

¹⁹⁹ Andrew Hann and Jon Stobart, “Sites of Consumption; The Display of Goods in Provincial Shops in Eighteenth-Century England”, p. 167

²⁰⁰ Andrew Hann and Jon Stobart, “Sites of Consumption; The Display of Goods in Provincial Shops in Eighteenth-Century England”, p. 171

²⁰¹ Irene Aghion, “Collecting Antiquities in the Eighteenth Century France: Louis XV and Jean-Jacques Bathelemy”, *Journal of the History of Collection*, Vol. 14, No. 2 (2002), pp. 193-194

มีความสำคัญ นอกจากนั้นคนเก็บสะสมของก็จะต้องความหาของ ค้นคว้าหาความรู้ สำหรับตรวจตราสิ่งของเพื่อที่จะได้ข่าวของจากสินค้าต่างๆ มากมายที่ซุกซ่อนรวมกันในบ้านของเก่าๆ ของเหลือใช้ต่างๆ สำหรับในพื้นที่ของการประมูลก็จำเป็นต้องมีความรู้ มีความอดทนอย่างต่อเนื่อง มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว มีเล่ห์เหลี่ยม และต้องกล้าได้กล้าเสีย กล้าต่อรองราคา การเก็บสะสมจึงเป็นความฝันเฟื่อง (fantasy) ของการได้กระทำการอะไรที่ไร้ศีลธรรม โดยในพื้นที่และสำนึกที่มีต่อการขายสินค้าที่มีราคาตายตัวแบบที่ขายในห้างสรรพสินค้านั้นก็ทำให้การต่อรองราคากลายเป็นเรื่องของผู้ขาย การเก็บสะสมของแสดงคุณลักษณะของความเป็นปัจเจกชน การเก็บสะสมของแสดงให้เห็นถึงรสนิยมของคนเก็บ ตลอดจนสถานะของครอบครัว การเก็บสะสมเปรียบประหนึ่งกระจกสะท้อนให้เห็นว่าคนๆ นั้นเป็นคนอย่างไร โดยการเก็บสะสมเป็นฝีมือและผลงานที่ผู้เก็บสะสมสร้างขึ้นมาเพื่อสร้างความสมบูรณ์ให้กับ “ชุด” (collection) ของวัตถุต่างๆ เหล่านั้น²⁰² การซื้อของของผู้ขายจึงถูกทำให้ดูมีความสมเหตุสมผลมากกว่าผู้หญิง “นักชื้อบ”ทั้งหลาย เพราะการเก็บสะสมทำให้ผู้ชายกลายเป็น “ปรมาจารย์” (connoisseurs) มากกว่าผู้หญิงที่ใช้สินค้าต่างๆ เพื่อแสดงราคา ความงาม ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดก็เกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะตกแต่งร่างกายภายนอกให้ดูหรูหรา พูพ่าเท่านั้น ไม่ใช่เรื่องของปัญญาแต่อย่างใด²⁰³

สำหรับสองร้อยกว่าปีของการค้าของหรูหราฟุ่มเฟือยผู้หญิงดำรงตำแหน่งของการเป็นนักขาย การเป็นนักขายของตามร้านก็ทำให้ระยะเวลาของการเป็น “นักชื้อบ” ของผู้หญิงมีอายุได้ประมาณร้อยปี ส่วนผู้ชายนั้นเป็น “นักชื้อบ” อยู่ประมาณสองร้อยกว่าปี ก่อนที่จะถึงภาพลักษณ์ของ “นักชื้อบ” ไปในศตวรรษที่สิบ แล้วยกตำแหน่งให้กับผู้หญิงแทน อย่างไรก็ตามทิศภาวะของการซื้อของโดยผู้ชายหรือผู้ชายในฐานะ “นักชื้อบ” ได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในปลายศตวรรษที่สิบแปดไปบ้างแล้ว เพราะนับตั้งแต่กลางศตวรรษที่สิบเก้าเป็นต้นมาผู้หญิงเริ่มถูกมองว่าเป็น “สาวนักชื้อบ” อย่างชัดเจนมากขึ้น ผู้หญิงถูกมองว่าเป็นพวกที่มีจินตนาการสูง ผู้หญิงมีผัสสะในเรื่องการรับรู้ทางด้านสายตาดู ผู้หญิงสนใจแต่อะไรที่เห็นได้หรือในระดับภายนอก คำอธิบายเหล่านี้เป็นพื้นฐานของนักคิดในศตวรรษที่สิบแปดที่ใช้ในการอธิบายผู้หญิง ด้วยพื้นฐานของผู้หญิงเองก็ทำให้

²⁰² Leora Auslander, “The Gendering of Consumer Practices in Nineteenth-Century France”, in *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, edited by Victoria de Grazia & Ellen Furlough, (Berkeley: University of California Press, 1996), pp. 85-90

²⁰³ Ann Bermingham, “Elegant females and gentlemen connoisseurs: The commerce in culture and self-image in eighteenth-century England”, in *The Consumption of Culture 1600-1800*, edited by Ann Bermingham & John Brewer, (London: Routledge, 1995) pp. 489-513

ผู้หญิงกับเสื้อผ้าและเพชรพลอยกลายเป็นของคู่กัน โลกของผู้หญิงถึงแม้ว่าจะมีความสามารถในการเข้าถึงสิ่งสวยๆ งาม แต่ในศตวรรษที่สิบแปดผู้หญิงยังไม่สามารถที่จะเข้าถึงศิลปะได้ โดยศิลปะในศตวรรษที่สิบแปดนี้ได้มีการแบ่งแยกศิลปะธรรมดาๆ ที่คนเห็นๆ กันว่าสวยออกจากศิลปะที่ถือว่ามีความละเอียดอ่อนหรือเป็นวิจิตรศิลป์ (fine art) อันเป็นศิลปะที่ต้องเข้าถึงด้วยปัญญาและสมองมากกว่าที่จะเป็นเพียงแค่อารมณ์ วิจิตรศิลป์จึงมีลักษณะที่แตกต่างไปจากความงามจากแฟชั่น ด้วยความคิดที่เชื่อในเรื่องของผู้หญิงในฐานะเพศที่มีพลังในด้านการใช้สายตา การมองเห็น และการรับรู้ โดยผ่านผัสสะมากกว่าปัญญาเท่านั้นก็ทำให้โลกของการค้าขายสินค้าเปลี่ยนแปลงมาสู่เรื่องของการแสดง ตู้โชว์ แม็กกาซีน²⁰⁴

โลกของการขายของจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยที่ได้ “เห็น” ได้ “จ้องมอง” ในทำนองเดียวกันกับความต้องการที่สถาบันกษัตริย์ต้องการแสดงอำนาจบารมีโดยผ่านการใช้ของเพื่อให้คนอื่น ๆ ได้จ้องมอง สำหรับในศตวรรษที่สิบเก้าโลกของการมองได้กลายมาเป็นคุณลักษณะสำคัญของสภาวะสมัยใหม่ที่เป็นพื้นที่ของทุนนิยมและการบริโภค อาณาเขตของการบริโภคได้กลายมาเป็นพื้นที่ของการจ้องมอง (spectatorship) ของสังคมเมือง การแสดงให้เห็นถึงอำนาจของสิ่งของต่างๆ ที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยระบบอุตสาหกรรมที่ดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ด้วยวิทยาศาสตร์แสดงออกให้เห็นโดยผ่านงานแสดงเอ็กซ์โป (exposition) ที่จัดกันมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1851 ที่คริสตัลพาเลส (Crystal Palace) ประเทศอังกฤษ หลังจากนั้นก็จัดกันมาอย่างต่อเนื่องในครึ่งหลังของศตวรรษที่สิบเก้า ในปี ค.ศ. 1867 ก็ได้มีการแสดงผลภัณฑ์เช่น อัลลูมิเนียม บิโตรเลียม ในปี ค.ศ. 1878 ก็แสดงไฟฟ้าและกล้องถ่ายภาพ ในปี ค.ศ. 1889 ก็แสดงที่กรุงปารีส อันมีสัญลักษณ์ของหอไอเฟล (Eiffel Tower) เป็นโครงสร้างเหล็กมหึมาเป็นสัญลักษณ์เคียงคู่ไปกับการแสดงเครื่องจักรต่างๆ และสินค้าเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ สินค้าในงานแสดงเอ็กซ์โปจำนวนก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปเป็นสินค้าเพื่อการบริโภค โดยการแสดงสินค้าต่างๆ เหล่านี้ไม่ได้มีเพียงแค่การแสดงแต่ยังมีจุดมุ่งที่จะทำให้ให้คนชมมีความสุขนานเพลิดเพลินไปพร้อมกันกับการได้ความรู้²⁰⁵ สำหรับงานแสดงสินค้าจากที่ต่างๆ ก็ทำให้ประเทศต่างๆ ได้รับอิทธิพลแนวความคิดจาก

²⁰⁴ Jennifer Jones, “Coquettes and Grisettes Women Buying and Selling in Ancien Regime Paris”, pp. 36-37

²⁰⁵ Rosalind H. Williams, *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, pp. 58-59

ดินแดนอื่นๆ เช่น ในปี ค.ศ. 1876 การแสดงงานครบรอบร้อยปีของการปฏิวัติอเมริกันนั้นแนวทางสถาปัตยกรรมและหัตถกรรมแบบญี่ปุ่นได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากคนหลากหลายอาชีพ²⁰⁶

สภาวะของ “การจ้องมอง” ได้กลายมาเป็นเงื่อนไขสำคัญของสภาวะสมัยใหม่ที่ผู้คนจำนวนมากได้มีโอกาสที่จะได้มองเห็นสรรพสิ่งต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าที่ยังบอกถึงอำนาจ สภาวะของ “การจ้องมอง” ได้กลายเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้คนในปลายศตวรรษที่สิบเก้า สภาวะของ “การจ้องมอง” เหล่านี้เป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการผู้คนในระดับต่างๆ โดยเฉพาะอย่างชนชั้นต่ำ ด้วยการขยายตัวของชนชั้นต่ำและตลอดจนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ถูกผลิตขึ้นมาทำให้ความแตกต่างกันระหว่างชนชั้นสูงและชนชั้นต่ำไม่สามารถที่จะแยกความแตกต่างกันได้อีกในพื้นที่สาธารณะ สภาวะของสังคมฝูงชน (mass society) นั้นเป็นสภาพสังคมที่ชนชั้นสูงในศตวรรษที่สิบเก้าหวาดวิตกและต้องการแก้ไข ในทำนองเดียวกันความต้องการควบคุมบทบาทและการขยายตัวของผู้หญิงที่แผ่ผ่านตามท้องถนน²⁰⁷ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิงชนชั้นต่ำที่หลงใหลในของที่พวกอนุรักษนิยมและชนชั้นสูงมองว่าทำลายรสนิยมและสุนทรียะอันดีงามของฝรั่งเศส²⁰⁸ อย่างไรก็ตาม “การจ้องมอง” ในสังคมเมืองที่อุดมไปด้วยสินค้าตามตู้โชว์ต่างๆ เป็นการจ้องมองที่ไร้จุดหมาย ผัสสะต่างๆ ของผู้คนในสังคมนั้นหลีกเลี่ยงการกระตุ้นเร้าจากสิ่งต่างๆ ไปไม่ได้ เช่น แสงไฟ

พวกเฟรอนแน (Flâneur) คือคนที่หลงใหลกับ “การจ้องมอง” ในพื้นที่สาธารณะโดยไม่ได้มีเป้าหมายอะไรที่เป็นขึ้นเป็นอัน ลักษณะของ “วินโดว์ช้อปปิ้ง” (window shopping) ได้กลายมาเป็น

²⁰⁶ Jordan Sand, *House and Home in Modern Japan: Architecture, Domestic Space, and Bourgeois Culture 1880-1930*, (Cambridge: Harvard University Press, 2003), p. 7 ในปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ได้รับความสนใจจากคนผิวขาวเป็นอย่างมาก ในขณะที่เงินเองตกอันดับไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจีนแพ้สงครามฝิ่น การแสดงผลงานของญี่ปุ่นที่ St. Louis World Fair ในปี ค.ศ. 1904 สะท้อนความนิยมที่มีต่อญี่ปุ่นในฐานะมหาอำนาจได้เป็นอย่างดี ญี่ปุ่นเปิดตัวเองด้วยการเขียนผลงานของตัวเองเป็นภาษาอังกฤษก่อนหน้างานแล้วประมาณหนึ่งทศวรรษเพื่อให้คนผิวขาวได้ “บริโภคหนังสือ” ภาษาอังกฤษที่เขียนโดยคนญี่ปุ่น Carol Ann Christ, “ ‘The Sole Guardian of Art Inheritance in Asia’: Japan and China at the 1904 St. Louis World Fair”, *Position: East Asia Culture Critique*, Vol. 8, No. 3 (Winter, 2000), pp. 675-709

²⁰⁷ Gregory Shaya, “The Flâneur, the *Badaud*, and the Making of a Mass Public in France, circa 1860-1910”, *American Historical Review*, Vol. 109, No.1 (February, 2004), p. 41

²⁰⁸ David M. Pomfret, “ ‘A Muse for the Masses’: Gender, Age and Nation in France, Fin de Siècle”, *American Historical Review*, Vol. 109, No. 5 (December, 2004), p. 1462

เงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ภาพของระบบทุนนิยมเพื่อการบริโภคเป็นสิ่งที่โดดเด่นชัดเจนมากขึ้น พวกเฟรอแน (Flâneur) ได้กลายเป็นวัตถุทางวิชาการเพื่อเป็นดัชนีชี้วัดสถานะความเป็นสมัยใหม่ (modernity) ชีวิตที่ไร้จุดหมายของพวกเฟรอแน (Flâneur) ไม่เพียงแต่จะขัดกับความเป็นปัจเจกชนที่ต้องมีเป้าหมายในตัวเองแล้วเท่านั้น แต่ยังเป็นสิ่งที่ขัดกับระบบทุนนิยมที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนอีกด้วย คนพวกนี้อาจจะนั่งอยู่ตามร้านกาแฟได้เป็นวันๆ เดินเล่นตามท้องถนน อย่างไรก็ตามสำหรับการเดินเล่นไปตามที่ต่างๆ ในเมืองนั้นก็มีความหมายในทางชนชั้น เพราะการเดินเล่นในท้องทุ่งในชนบทเองก็เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในต้นศตวรรษที่สิบเก้าในหมู่คนมีฐานะ ทั้งๆ ที่ในศตวรรษที่สิบแปดการเดินไม่ใช่กิจกรรมของชนชั้นครอบครองสมบัติแต่อย่างใด แต่เมื่อการเดินทางมีมากมายหลากหลายให้เลือก ตั้งแต่รถม้าไปจนถึงรถไฟก็ทำให้การเดินทางด้วยเท้าเป็นทางเลือกที่ทรงเสน่ห์มากขึ้น เพราะการเดินจะทำให้คนเดินกลายเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่หรือภูมิประเทศและยอมทำให้เข้าใจธรรมชาติได้มากขึ้น การเดินยังก่อให้เกิดสำนึกของการรักผืนแผ่นดิน²⁰⁹ เพราะสำนึกของภูมิประเทศทางกายหรือทางธรรมชาติได้เริ่มกลายมาเป็นของชาติและยิ่งเพิ่มมากขึ้นในครั้งแรกของศตวรรษที่สิบเก้า²¹⁰

การเดินในเมืองกับการเดินในชนบทจึงมีนัยทางชนชั้นที่แตกต่างกัน สำหรับการเดินในเมืองถูกนำไปเชื่อมโยงกับการบริโภค โดยไม่ได้พิจารณาว่าการเดินในชนบทของชนชั้นสูงก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการพักผ่อนหย่อนใจอันเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริโภค สิ่งหนึ่งที่พวกเฟรอแน (Flâneur) ชอบทำก็คือ จ้องมองสิ่งของในตู้กระจกตามร้านขายของต่างๆ โดยคนพวกนี้อาจจะเดินไปในที่ต่างๆ พร้อมกับผู้หญิง แต่ผู้หญิงไม่ใช่พวกเฟรอแน (Flâneur) เพราะคนพวกเฟรอแน นี่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเป็นผู้ชาย²¹¹ คนพวกนี้จะมีความสุขมากที่ได้เดินอยู่ท่ามกลางฝูงชน โดยฝูงชนเหล่านี้เปรียบประหนึ่งสถานะอันศักดิ์สิทธิ์ที่จะชุบชีวิตคนเหล่านี้ให้เดินทางไปตามที่ต่างๆ ประหนึ่งการเดินจาริกแสวงบุญ เพียงแต่ไม่ได้มีเป้าหมายอะไรเลยแม้กระทั่งว่าจะซื้อสินค้า คนที่มีเวลาว่างมากขนาดนี้จึงเป็นพวกสำราญชนที่ไม่จำเป็นจะต้องผลิตอะไรตามจริยธรรมของระบบทุนนิยม คนเหล่านี้เป็นพวกพิเศษที่มีความสามารถทั้งในเรื่องกิน การดำเนินชีวิตที่วิไล และศิลปะรสนิยมวิไลเป็นคุณสมบัติของคนพวกนี้ ในแง่นี้พวกเฟรอแน (Flâneur) จึงไม่ใช่คนระดับล่างถึงแม้ว่าเขาจะใช้ชีวิตกับฝูงชนก็ตาม

²⁰⁹ Orvar Lofgren, *On Holiday: A History of Vacationing*, (Berkeley: University of California Press, 1999), pp. 49-50

²¹⁰ Orvar Lofgren, *On Holiday: A History of Vacationing*, p. 35

²¹¹ Leora Auslander, "The Gendering of Consumer Practices in Nineteenth-Century France", p. 91

สำหรับลักษณะสำคัญของฝูงชนที่ไม่ได้มีอะไรพิเศษก็คือ พวก *Badaud* เพราะคนพวกนี้ไม่ได้มีรสนิยมวิไลหรือมีความรู้มากมายในเรื่องของการดำเนินชีวิตและศิลปะที่วิไล พวก *Badaud* เป็นพวกที่มีเวลาว่างทำให้เดินไปเดินมาอย่างได้อย่างไม่มีจุดหมายได้นับเป็นสิบๆ ชั่วโมง ถ้าไม่เดินตามท้องถนนก็สามารถไปเดินเล่นตามป่าช้าก็ได้ คนพวกนี้ขาดความเป็นปัจเจกชน (individuality) แบบพวกเฟรอนแน (Flâneur) ลักษณะของพวก *Badaud* จึงมีความเป็นฝูงๆ มากกว่า ลักษณะของคนพวกนี้จึงไม่ได้มีอะไรใกล้เคียงกับชนชั้นสูง แต่เป็นพวกที่เปรียบเทียบได้กับคนขายของ ช่าง ผู้ใช้แรงงาน หรือคนชนชั้นต่ำ โดยคุณลักษณะที่แสดงออกมาก็คือ การใช้อารมณ์มากกว่า Rationality ดังนั้นสถานะของความเป็น *Badaud* จึงถูกมองว่ามีคุณสมบัติของความเป็นผู้หญิงและเป็นพวกเดียวกันกับฝูงชน ด้วยอารมณ์ทำให้ความอยากรู้อยากเห็นกลายเป็นคุณลักษณะสำคัญเช่นเดียวกัน พวก *Badaud* นับเป็นพันธุ์ คนเดินทางไปตามสถานที่อาชญากรรมต่างๆ หลากเพื่อดูสถานที่ที่บรรดาอาชญากรทั้งหลายก่อคดีเอาไว้ เช่น กรณีฆ่าหั่นศพ Marie la Manarch ในปี ค.ศ. 1876 ปรากฏว่ามีคนประมาณสามพันคนเดินทางไปดูที่เกิดเหตุ คดีอาชญากรรมเข่าขวัญของบรรดาอาชญากรชื่อดังทั้งหลายได้กลายเป็นจุดสนใจของฝูงชน ไม่ว่าจะเป็สถานที่เกิดเหตุหรือจะเป็นตึ๊งโรงตึ๊งศาล โดยมีบรรดานักข่าวต่างๆ จะเล่าเรื่องราวต่างๆ อย่างมีสีสันประหนึ่งราวกับการดูละครวันทอดหวานซึ่ง หนังสือพิมพ์อย่าง *Le petit Journal* ก็ทำหน้าที่เสีสีใส่เพิ่มสีสันให้กับเรื่องราวต่างๆ ที่มวลงสนใจ²¹²

หนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวเรื่องราวตึ๊งตึ๊งและตึ๊งตึ๊งไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกที่ถูกปลุกเร้าขึ้นก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่อยากจะรู้อยากจะเห็นของฝูงชนที่ต้องการทำตัวประหนึ่งว่าเป็นคนที่ร่วมรู้เห็นเหตุการณ์ด้วยตนเอง แต่สิ่งที่มากไปยิ่งกว่าก็คือ ความสามารถของหนังสือพิมพ์ที่จะสร้างเรื่องราวต่างๆ ขึ้นมาก่อนที่จะมีการสอบสวนเสร็จสิ้นเสียอีก หนังสือพิมพ์อย่างเช่น *Le petit Journal* จะนำเสนอข่าวภาพคนตาย รูปร่างหน้าตามทีบดเบี้ยวเพราะถูกทำร้าย สิ่งทีหนังสือพิมพ์นำเสนอสะท้อนให้ทั้งคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์และคนอ่าน โดยนักหนังสือพิมพ์ก็พยายามทีจะเขียนให้ได้ตามความต้องการของคนอ่านหรือคนอ่านต้องการบริโภค สำหรับนักหนังสือพิมพ์จาก *Le petit Journal* เห็นว่าสิ่งที่เขาเขียนเป็นสิ่งที่ได้มาจาก “ความอยากรู้อยากเห็น” และ “ความกลัว” โดยทั้งหมดเป็นสิ่งที่เป็ไปตามธรรมชาติ เรื่องทีอยากรู้อยากเห็นนั้นก็กลับเป็นเรื่งน่ากลัวโหดร้ายทีให้และสร้างอารมณ์เป็นอย่างดีให้กับผู้อ่าน หนังสือพิมพ์ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของฝูงชน แต่ยังสะท้อนให้เห็นว่าฝูงชนนั้นเป็นพวกทีใช้แต่อารมณ์

²¹² Gregory Shaya, “The Flâneur, the *Badaud*, and the Making of a Mass Public in France, circa 1860-1910, pp. 50-51

พวก *Badaud* ก็ไม่ได้เฝ้ามองแบบภาพลักษณ์ที่ชนชั้นสูงมีต่อชนชั้นต่ำ²¹³ เพราะมีความเข้าอกเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่างๆ ไม่เพียงแต่เท่านั้นภาพที่แสดงความโหดร้ายต่างๆ เหล่านี้ยังแสดงให้เห็นถึงอารมณ์ความเคียดแค้นของฝูงชนที่มีต่ออาชญากรรมต่างๆ ภาพเหล่านี้กลับแสดงให้เห็นถึงความพยายามที่จะสร้างเงื่อนไขและปฏิกิริยาทางศีลธรรมที่มีต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ทำให้ผู้คนทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นผู้คนกลุ่มใด ไม่ว่ารวยหรือจน คนเหล่านี้ก็สามารถรวมตัวกันขึ้นมาได้ด้วยอารมณ์ร่วมกันบางอย่าง หนังสือพิมพ์ที่ตอบสนองของความอยากรู้อยากเห็นของฝูงชนจึงสามารถเรียกตัวเองได้ว่าเป็น “หนังสือพิมพ์ของประชาชน” เพราะเป็นหนังสือพิมพ์ที่คนจากทุกชนชั้นอ่านได้อ่านดี เช่น *Le petit Journal* ในช่วงทศวรรษที่ 1860²¹⁴

ด้วยการที่หนังสือพิมพ์เพื่อฝูงชนไม่ต้องการให้มีชนชั้นในการอ่านหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ก็สามารถที่จะอ้างตัวได้น่าพา “ฝูงนักอ่าน” ทั้งหมดไปสู่โลกและวิถีชีวิตที่สากล วิถีชีวิตของชาติ²¹⁵ สำหรับผู้อ่านส่วนใหญ่ที่อ่าน เช่น *Le petit Journal* นั่นก็คือ ผู้หญิง โดยหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวสะเทือนใจสะเทือนขวัญให้อารมณ์ต่างๆ เหล่านี้กลายเป็นการเพิ่มยอดขาย ทั้งก็เพราะข่าวสะเทือนอารมณ์ต่างๆ เหล่านี้ต่างหากที่ได้รับความนิยมและกลายเป็นการบริโภคข่าวที่ได้รับความนิยมมากเสียยิ่งกว่าข่าวการเมืองเสียอีก²¹⁶ กลไกของการนำเสนอข่าวแบบนี้ทำให้การต่อสู้ทางชนชั้นและความแตกต่างทางชนชั้นหายไป²¹⁷ เพราะทุกๆ คนต่างก็กลายมาเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันด้วยการเป็น “ประชาชน” ที่ต้องการ “บริโภค” ข่าวสารที่น่าตื่นเต้นเหล่านี้เหมือนกัน

สำหรับในส่วนของหนังสือพิมพ์ที่สร้างความตื่นเต้นให้กับผู้หญิงในฐานะนักอ่านก็ย่อมกลับทำให้ผู้หญิงกลายเป็นเป้าสำคัญของการบริโภค หนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการขยายตัวของ การบริโภค แต่สถานะของหนังสือพิมพ์ในฐานะ “วัตถุของการ

²¹³ Gregory Shaya, “The Flâneur, the *Badaud*, and the Making of a Mass Public in France, circa 1860-1910, pp. 53-56

²¹⁴ Gregory Shaya, “The Flâneur, the *Badaud*, and the Making of a Mass Public in France, circa 1860-1910, pp. 62-63

²¹⁵ Gregory Shaya, “The Flâneur, the *Badaud*, and the Making of a Mass Public in France, circa 1860-1910, p. 65

²¹⁶ Gregory Shaya, “The Flâneur, the *Badaud*, and the Making of a Mass Public in France, circa 1860-1910, p. 70

²¹⁷ Gregory Shaya, “The Flâneur, the *Badaud*, and the Making of a Mass Public in France, circa 1860-1910, p. 72

บริโศค” และเป็นกลไกของ “สังคมบริโศค” นั้นก็ดูจะไปด้วยกันไม่ได้นักกับสำนักของหนังสือพิมพ์ในฐานะพื้นที่ของเสรีภาพและการแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนกันตามแบบของ Jurgen Habermas²¹⁸ และสำนักของแนวทางประชาสังคม ครั้นถ้าพิจารณาให้ผู้หญิงเป็นพวกที่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์แล้ว แม้ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นแต่การสร้างอารมณ์ความรู้สึกก็ทำให้ผู้หญิงเองสามารถที่จะเป็น “พวกที่ต่อต้านการบริโศค” ได้เช่นกัน ทั้งนี้ในพื้นที่ของหนังสือพิมพ์ก็ไม่ได้มีเพียงแค่ข่าวสารที่สามารถนำไปสู่ข้อถกเถียงต่างๆ ได้ (ซึ่งในส่วนนี้จะได้กล่าวในข้างหน้า) แต่ยังมีโฆษณาที่ส่งเสริมความต้องการทางวัตถุและการบริโศคซึ่งก็สามารถดำเนินไปพร้อมๆ กันกับการวิพากษ์วิจารณ์การบริโศคของผู้หญิง ผู้หญิงจึงเป็นสนามประลองกำลังในการบริโศค โดยผ่านหลักของขั้วแห่งความขัดแย้ง (binary opposition) ระหว่างความดีของการบริโศคและความเลวของการบริโศคต่อผู้หญิง การบริโศคเพิ่มอำนาจหรือทำให้ผู้หญิงตกเป็นเหยื่อ? การบริโศคเป็นประโยชน์หรือเป็นโทษ? คำถามเหล่านี้ได้กลายเป็นโครงสร้างสำคัญของการอธิบายในเชิงประวัติศาสตร์นิพนธ์เกี่ยวกับผู้หญิงและบริโศค²¹⁹

กลไกของการบริโศคอย่างหนังสือพิมพ์นั้นสิ่งที่ดำเนินควบคู่ไปกับการนำเสนอข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ก็คือ การโฆษณา ในสหรัฐอเมริกาการโฆษณายาวตัวอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ 1860-1890 โฆษณากลายเป็นส่วนสำคัญของการทำธุรกิจโดยผู้หญิงเองก็เป็นเป้าหมายที่สำคัญ แม้ว่าผู้ชายจำนวนมากจะอ่านโฆษณาแต่กลับไม่ได้มีบทบาทอย่างมากเท่ากับผู้หญิง²²⁰ โฆษณากลายเป็นกลไกสำคัญของการบริโศค บทบาทของการถ่ายภาพได้ทำให้หนังสือพิมพ์ แม็กกาซีนต่างๆ สามารถที่จะแสดงความงามของวัตถุสินค้าต่างๆ ให้เห็นได้อย่างเด่นชัด ความงามไม่ว่าจะเป็นข้าวของเครื่องใช้เองหรือจะเป็นตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับข้าวของเครื่องใช้เหล่านั้นก็กลายเป็นบุคคลที่สวยงามเกินความจริง กระบวนการของการโฆษณาที่ปรากฏอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์แสดงให้เห็นถึงลักษณะของความเป็นประชาธิปไตยในการสร้างความงามของผู้หญิง (democratization of beauty)²²¹ เพราะผู้หญิงไม่สวยก็สวยได้ในแม็กกาซีน ด้วยการใช้อุปกรณ์สำอางต่างๆ ที่สามารถจะทำให้ผู้หญิงสวยได้เพราะการแต่งหน้า

²¹⁸ Jurgen Habermas, *The Structural Transformation of the Bourgeois Public Sphere*, translated by Thomas Burger, (Cambridge: MIT Press, 1989)

²¹⁹ Mary Louise Roberts, “Gender, Consumption, and Commodity Culture”, p. 841

²²⁰ Ann Douglas, *The Feminization of American Culture*, (New York: Anchor 1977), pp. 66-67

²²¹ David M. Pomfret, “ ‘A Muse for the Masses’: Gender, Age and Nation in France, Fin de Siècle”, p. 1468

อย่างไรก็ตามสำหรับในปลายศตวรรษที่สิบเก้าการแต่งหน้าด้วยเครื่องสำอางถูกโจมตีว่าผู้หญิงแต่งหน้าแสดงให้เห็นถึงการหลอกลวง ผู้หญิงแต่งหน้าไม่ได้แสดงตัวตนที่แท้จริง แนวความคิดแบบวางอยู่บนรากฐานทางความคิดเรื่อง “Character” เพราะความคิดเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่อง การประสบความสำเร็จ สวรรค์ที่แท้จริงของความแตกต่างทางชนชั้น เพศ และสีผิว ซึ่งทั้งหมดก็เป็นกรอบความคิดที่สำคัญของสังคมวิคตอเรียน (Victorian Society) ด้วยกรอบความคิดแบบนี้ความงามจึงเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน²²² ความงามจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความคิดทางปรัชญาและศาสนาที่เน้นความสำคัญของจิตวิญญาณ คำถามที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อมีเครื่องสำอาง สบู่ สิ่งประทีนผิว การออกกำลังกาย การควบคุมร่างกายไม่ให้ไปติดกับกับบอขายมุข เช่น กินเหล้า สูบบุหรี่ กินอาหารที่ส่งเสริมพลังทางเพศ จะทำให้ความงามภายในเกิดขึ้นได้อย่างไร ถ้าความงามเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน?

ในสหรัฐอเมริกา นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1830 เป็นต้นมาการควบคุมสิ่งต่างๆ ภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการใช้สบู่หรือการออกกำลังกายก็เชื่อว่ามีส่วนต่อการพัฒนาการในด้านสุขภาพ ความงาม และคุณธรรม²²³ สำหรับใบหน้าของผู้หญิงนั้นยังไม่ได้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคและแฟชั่น แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าในอดีตก่อนหน้าศตวรรษที่สิบเก้าผู้หญิงจะไม่ดูแลจัดการใบหน้าของตัวเอง ผู้หญิงยังคงดูแลจัดการใบหน้าตัวเองให้ดูดี เช่น สวมหมวกสวยๆ แบบมีริบบิ้นไว้สำหรับผูก เพื่อเพิ่มความโดดเด่นของสีผิวนบนใบหน้า เป็นต้น ด้วยความต้องการที่จะแสดงตัวตนที่แท้จริงตามแบบฉบับของสังคมวิคตอเรียนก็ทำให้มีการแยกกันระหว่างการใช้เครื่องสำอางกับการวาดหน้า (painting) โดยการวาดหน้าถือว่าเป็นการปกปิดความจริงของใบหน้าและตัวตน ส่วนเครื่องสำอางไม่ได้ทำอะไรเพื่อปกปิด ในทางตรงกันข้ามเครื่องสำอางกลับแสดงให้เห็นสิ่งต่างๆ บนใบหน้าปรากฏออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัด เช่น ความขาว ความสดใส เป็นต้น²²⁴ เครื่องสำอางจึงถูกตีความว่ามุ่งไปสู่ความเป็นจริงของใบหน้ามากกว่าจะเป็น “การหลอกลวง”

แต่ถึงกระนั้นก็ดีเครื่องสำอางเองก็แสดงให้เห็นถึงนัยของสายสัมพันธ์แบบการคำที่เกิดขึ้นในหมู่โสเภณี แม้ว่าจะยังไม่ชัดเจนเหมือนกับการวาดหน้า ความหวาดวิตกที่มีต่อการแต่งหน้าของ

²²² Kathy Peiss, “Making Up, Making Over: Cosmetics, Consumer Culture, and Women’s Identity” in *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, edited by Victoria de Grazia & Ellen Furlough, (Berkeley: University of California Press, 1996), p. 312

²²³ Kathy Peiss, “Making Up, Making Over: Cosmetics, Consumer Culture, and Women’s Identity” p. 313

²²⁴ Kathy Peiss, “Making Up, Making Over: Cosmetics, Consumer Culture, and Women’s Identity” p. 314

ผู้หญิงก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นด้วยการขยายตัวของพวกคนรวยใหม่ ในช่วงปลายศตวรรษที่สิบเก้าเมื่อความคิดแบบดาร์วิน (Darwinism) เป็นที่นิยมกันมากในฐานะเงื่อนไขที่บ่งบอกถึงระดับความก้าวหน้าของอารยธรรมก็ยิ่งทำให้การแต่งหน้ากลายเป็นสิ่งที่เลวร้าย เพราะไม่ได้แสดงให้เห็นสภาพที่แท้จริงและยังขัดขวางวิวัฒนาการของมนุษยชาติ เพราะจะสร้างปัญหาในการเลือกคู่ ทั้งนี้การวาดหน้าวาดตาเป็นพฤติกรรมของคนพื้นเมืองที่มีแต่ความป่าเถื่อน²²⁵ ไม่เพียงแต่เท่านั้น การวาดหน้าและการแต่งหน้าทำให้ไม่สามารถที่จะแยกออกได้ว่าใครเป็นใคร เพราะมีโสเภณีจำนวนมากที่แต่งกายหลอกผู้คนว่าเป็นผู้หญิงชั้นสูง นับตั้งแต่สงครามกลางเมืองในสหรัฐอเมริกา จบลงสำนักเรื่องความงามตามธรรมชาติก็เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนพฤติกรรมทางสังคมของผู้หญิงชนชั้นสูงก็ทำให้ภาพลักษณ์แบบความงามตามธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไป สำนักในการแสดงตัวตามที่ต่างๆ กลายเป็นเรื่องของการแสดงออกในลักษณะของการแสดงละคร (performances) เพื่อที่จะได้แสดงและทำให้คนอื่นได้เห็น ได้บริโภค กรอบความคิดแบบนี้ขยายตัวอย่างมากเมื่อวัฒนธรรมการถ่ายภาพและการแสดงละครขยายตัว²²⁶

สำหรับในฝรั่งเศสสภาพลักษณะของผู้ชบถักได้รับความชื่นชอบจากผู้คน อิทธิพลทางความคิดของพวกอนาธิปไตย (anarchist) ที่มีต่อการศิลปินทำให้ศิลปะอยู่ในฐานะที่เป็นพลังสำคัญที่จะก่อให้เกิดอะไรใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการต่อต้านสถาบันหลักของกระฎุมพีอย่างเช่น ครอบครัว เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันกับที่ผลงานทางวิทยาศาสตร์เริ่มกล่าวถึงผู้หญิงในฐานะเพศที่อ่อนแอ ไม่สามารถที่จะดูแลตัวเองได้ ความหวาดวิตกที่มีต่อผู้หญิงขยายตัวอย่างมากในช่วงปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ผู้หญิงเป็นอิสระมากขึ้น (เพราะเชื่อว่าผู้หญิงไม่มีทางที่จะเป็นอิสระ เพราะตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเป็นตัวของตัวเอง) ก็เปิดโอกาสให้ผู้หญิงเบี่ยงไปจากจริยธรรมทางเพศของกระฎุมพีมีมากขึ้น²²⁷ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าก่อนหน้าศตวรรษที่สิบเก้าความงามเป็นเรื่องที่ถูกเชื่อมโยงเข้ากับศีลธรรมมากกว่าที่จะเป็นเพียงแค่ร่างกาย ความงามแบบคลาสสิกจึงเป็นความงามที่เป็นอมตะที่อยู่ภายใน

²²⁵ Kathy Peiss, "Making Up, Making Over: Cosmetics, Consumer Culture, and Women's Identity" p. 316

²²⁶ Kathy Peiss, "Making Up, Making Over: Cosmetics, Consumer Culture, and Women's Identity" p. 320

²²⁷ David M. Pomfret, David M. Pomfret, " 'A Muse for the Masses': Gender, Age and Nation in France, Fin de Siècle", p. 1454

สำหรับในสหรัฐอเมริกาการวางปลายศตวรรษที่สิบเก้าการแต่งหน้ากลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน การแต่งหน้าเริ่มมีการแบ่งออกเป็นสำหรับกลางวันและสำหรับกลางคืน แต่การแต่งหน้าก็ยังถูกโจมตีและวิพากษ์วิจารณ์ด้วยการนำไปเชื่อมโยงกับพฤติกรรมของพวกโสเภณี²²⁸ ดังนั้นความงามภายนอกจึงยังไม่สามารถสถาปนาอำนาจได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่ฝรั่งเศสก็มีความพยายามที่จะทำให้ผู้คนยอมรับความงามของผู้หญิงทางกายภาพ และยังถือว่าความงามทางกายภาพของผู้หญิงแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้หญิงที่แข็งแกร่งอีกด้วย โดยความงามและความแข็งแกร่งของผู้หญิงถูกเชื่อมต่อเข้ากับรัฐประชาชาติ ความงามที่เป็นอมตะตามกรอบคลาสสิกทำให้ความงามแห่งชาติกลายเป็นสิ่งที่ถาวรไม่มีวันเปลี่ยนแปลง การประกวดนางเพื่อประเทศชาติจึงแสดงออกถึงความงามของรัฐประชาชาติ แม้ว่าสำนึกแบบนี้ในอเมริกาจะไม่มี เพราะในสหรัฐอเมริกาการประกวดนางงามเป็นเรื่องของการค้าพาณิชย์ เพราะเป็นการจัดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในฝั่งตะวันออกเท่านั้น โดยได้มีการจัดประกวดมิสสหรัฐอเมริกาขึ้นในปี ค.ศ. 1880 ที่รีฮอบทันทาตรีโฮบูท (Rehoboth) มลรัฐเดลาแวร์ (Delaware) ถึงกระนั้นก็ดีการประกวดนางงามในสหรัฐก็มีมาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่สิบเก้าโดยปรากฏในนามอื่นๆ เช่น “สาวลาฟาแยต” (Lafayette Girls) ในขณะที่ฝรั่งเศสเอาความงามของผู้หญิงไปผูกไว้กับความงามแห่งรัฐประชาชาติ แต่เมื่อความงามมีความหมายเปลี่ยนแปลงไป ความงามไม่ได้มีความหมายแบบความงามภายในแบบคลาสสิกก็ทำให้ความงามของผู้หญิงแห่งรัฐประชาชาติเป็นสิ่งที่แปรผันไปด้วย เพราะความงามโยงใยเข้ากับเครือข่ายของทั้งรัฐ ปักแจกชน และอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าบริโภคต่างๆ²²⁹

ความงามที่ใช้ความอ่อนเยาว์ของวัยเด็ก (youth) เป็นเกณฑ์ก็ทำให้คนแก่ไม่สามารถที่จะดำรงไว้ซึ่งความงามได้ แต่ด้วยกระบวนการทำให้ความงามไม่ได้ถูกผูกขาดอยู่ที่ใคร เวลาไหน ก็ทำให้ความงามและความอ่อนเยาว์มีความเป็น “ประชาธิปไตยแห่งความงาม” เมื่อเป็น “ประชาธิปไตย” ก็ทำให้คนแก่ๆ ก็สามารถที่จะดำรงความสวยและความอ่อนเยาว์เอาไว้ได้ หนังสือแนะนำความงามได้กล่าวไว้ในปี ค.ศ 1892 ว่าอายุไม่ได้ทำลายความงาม ผู้หญิงอายุสี่สิบก็สามารถที่จะมีใบหน้าเหมือนคนอายุยี่สิบได้²³⁰ นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1880 เป็นต้นมาทั้งในฝรั่งเศส

²²⁸ Kathy Peiss, “Making Up, Making Over: Cosmetics, Consumer Culture, and Women’s Identity” p. 322

²²⁹ David M. Pomfret, David M. Pomfret, “‘A Muse for the Masses’: Gender, Age and Nation in France, Fin de Siècle”, p. 1458

²³⁰ David M. Pomfret, David M. Pomfret, “‘A Muse for the Masses’: Gender, Age and Nation in France, Fin de Siècle”, p. 1459

และดินแดนอื่นๆ หนังสือแนะนำให้คำปรึกษาผู้หญิงโดยผู้เชี่ยวชาญด้านความงามได้เกิดขึ้น ด้วยความเชื่อที่ว่าความงามเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่ในร่างกายอยู่แล้ว ดังนั้นผู้หญิงทั้งหลายก็มีโอกาสที่จะรักษาความงามให้ยืดยาวต่อไปได้ด้วยการมีระเบียบวินัยต่อร่างกายของตัวเอง²³¹ วินัยและความงามจึงเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นในระดับประเทศเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นในระดับของปัจเจกชนที่ต้องการทำให้ร่างกายของตัวเองมีคุณค่าทางสุนทรียะ

การเพิ่มขีดและขยายเวลาของความงามให้เกินไปกว่าวัยเยาว์เปิดโอกาส “ผู้หญิงที่เริ่มแก่” จากชนชั้นต่างๆ สามารถที่จะเข้าถึงความงามที่เป็นประชาธิปไตย ความงามที่เป็นของประชาชน เพื่อประชาชน และโดยประชาชน ความงามที่เกิดจากการฝึกฝนแต่งหน้าปรับปรุงตัวให้มีความงามเพื่อประเทศชาติ ในแง่นี้กลไกของรัฐประชาชาติจึงมีบทบาทสำคัญต่อการทำให้การบริโภคขยายตัว ความพยายามในการยกระดับความงามจึงไม่ใช่เป็นเรื่องเพียงแค่งานศิลปะของสินค้าบริโภค แต่ยังเกี่ยวข้องกับการทำให้ความงามเป็นเรื่องทางการเมือง ในขณะเดียวกันการเมืองเป็นเรื่องของความงามที่กระทำโดยผู้ชาย เช่น โดยผ่านการจัดการประกวดนางงาม แต่ในขณะที่กระบวนการของการคัดเลือกความสวยงามอาจจะเป็ประชาธิปไตย แต่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นกลับสร้างระบบชนชั้นนำทางความงามขึ้นมาใหม่ การขยายเวลาของความงามของผู้หญิงด้วยความสัมพันธ์ทางการค้าและสินค้าจึงเป็นการส่งเสริมความงามให้กับรัฐประชาชาติ สิ่งที่เราเรียกว่าแต่ละบุคคลจึงมีผลลัพธ์ต่อสิ่งที่ดีงามของประเทศตามหลักการของ Bernard Mandeville แต่นั่นก็ใช่ว่าจะไม่ทำให้ชนชั้นสูงหวาดวิตกต่อการขึ้นครอบครองความงามโดยผ่านการบริโภคของชนชั้นสูง

การบริโภคเพื่อร่างกายและเพื่อบ้าน

ดังที่ได้กล่าวมาตลอดแล้วถึงการขยายตัวและอำนาจของพวกพ่อค้าหรือสภาวะของ “กระเบื้องเฟื่องฟูลอย” ว่าเป็นสภาวะที่สร้างหวาดวิตกของชนชั้นสูงจำนวนมากที่เห็นถึงสภาวะของการเสมอกันจนทำให้ชนชั้นต่ำสามารถที่จะ “เฟื่องฟูลอย” มาเทียบได้กับชนชั้นสูง โดยนี้ยังไม่ต้องนับภัยของการขึ้นมามีอำนาจของชนชั้นพ่อค้า หนังสือพิมพ์ที่สร้างข่าวเขย่าขวัญและตอบสนองอารมณ์จนทำให้ทุกๆ คนไม่ว่าจะรวยหรือจนเข้ามาอยู่ในพื้นที่ที่เหนือจริง (virtual space) ตราบใดก็ตามที่คนเหล่านี้มีความใคร่อยากรู้อยากเห็นเรื่องราวต่างๆ ความหรรษาฟุ่มเฟือยต่างๆ ไม่สามารถที่จะทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการกำหนดคุณลักษณะทางชนชั้นได้อีกต่อไป ด้วยการโฆษณาที่ทำให้คนทุกๆ สามารถที่จะเลียนแบบหรือซื้อสิ่งของที่ตัวเองปรารถนา

²³¹ David M. Pomfret, David M. Pomfret, “‘A Muse for the Masses’: Gender, Age and Nation in France, Fin de Siècle”, p. 1469, 76n.

ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด แต่ในขณะเดียวกันความหรูหราฟุ่มเฟือยก็ยังถูกโจมตีว่าทำเศรษฐกิจของประเทศล่มจม ตัวอย่างในประวัติศาสตร์ที่ยกกันเป็นอุทาหรณ์ก็คือ กรุงโรม ค่านิยมของการประหยัสดอดออม มีวินัยกับตนเองในเรื่องของการใช้จ่ายเงิน ฯลฯ เพื่อนำไปสู่การลงทุนจึงกลายเป็นค่านิยมสำคัญของระบบทุนนิยม การแต่งตัวอย่างสมถะ ใช้ข้าวของราคาถูก แต่ไม่ดูทุเรศ ไม่ใช่เสื้อผ้าเก่าๆ จนทำให้ดูปอนๆ เหมือนกับคนจนตามท้องถนน ค่านิยมของชนชั้นสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ชายอังกฤษเองจึงเน้นถึงความประหยัสดอดออมและมีความขยันหมั่นเพียร การไม่ทำตัวหรูหราฟุ้งเฟ้อกลายเป็นค่านิยมที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นชาย เสื้อผ้าสีๆ จึงไม่ได้รับความนิยมเท่ากับเสื้อผ้าสีมืดๆ ดำ ความนิยมในการใส่เสื้อผ้าโดยเฉพาะสีดำเริ่มปรากฏให้เห็นเด่นชัดมากขึ้นในทศวรรษที่ 1830 พอถึงปลายทศวรรษทางเกดสีดำก็ได้กลายเป็นกฎของการแต่งตัวของผู้ชาย²³²

ค่านิยมเหล่านี้ถือว่าการปฏิเสธ “วิถีทางแห่งชีวิตและความคิดแบบพ่อค้า” วิถีชีวิตและรสนิยมแบบพ่อค้าแสดงลักษณะของการปฏิเสธความเป็นหญิงเพื่อสร้างความเป็นชาย (masculine renunciation) นี่สิ่งที่ David Kuchta ถือว่าเป็นคุณลักษณะที่ตรงกันข้ามกับความต้องการที่จะเลียนแบบอันเป็นกรอบความคิดของ Thorstein Veblen ในเรื่อง “การบริโภคเพื่อเป็นจุดเด่น” (conspicuous consumption) การแต่งตัวแบบประหยัดใช้ของธรรมดาๆ เป็นกลไกทางอำนาจที่แสดงออกโดยผ่านการแต่งตัวของผู้ชายชนชั้นสูงในปลายศตวรรษที่สิบเจ็ด ทั้งนี้ก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าพวกตัวเองแตกต่างไปจากชนชั้นต่ำ ชนชั้นกลาง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิง²³³ การกระทำของผู้ชายชนชั้นสูงก็เป็นไปเพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองสามารถพอจะเป็นแบบอย่างให้กับพวกผู้หญิงและชนชั้นต่ำได้ แบบอย่างที่ตนเอง (ชนชั้นอภิสิทธิ์) นั่นคือว่าประหยัด ชนชั้นอภิสิทธิ์ชนจึงไม่ได้มีความต้องการอะไรมากมายและรู้จักว่าพอเพียง ไม่หลงใหลไปกับแฟชั่นอย่างผู้หญิง (หรือภรรยาของตน) และโดยเฉพาะอย่างยิ่งชนชั้นต่ำ หรือจะเป็นพวกชนชั้นกลางที่กำลังต้องการขยับฐานะ สำหรับชนชั้นสูงนั้นก็มองว่าชนชั้นกลางนั้นเป็นพวกที่ไร้สาระ ชนชั้นกลางเป็นพวกที่เห็นแก่เงิน นับถือเงินเป็นพระเจ้า และชั่วร้ายไปกว่านั้นพวกชนชั้นกลางนั้นก็ยังถูกมองว่าชั่วร้ายไม่แตกต่างไปจากอสรพิษ²³⁴ ความประหยัดและพอเพียงของชนชั้นสูงผู้ชายจึงเป็นอำนาจที่กระทำต่อพวกชนชั้นกลาง ชนชั้นต่ำและผู้หญิง

²³² John Harvey, *Men in Black*, (Chicago: University of Chicago Press, 1995), p. 23

²³³ David Kuchta, “The Making of the Self-Made Man: Class, Clothing, and the English Masculinity, 1688-1832”, pp. 55-56

²³⁴ David Kuchta, “The Making of the Self-Made Man: Class, Clothing, and the English Masculinity, 1688-1832”, p. 67

ถึงแม้ว่าความประหยัด การไม่แต่งตัวหรูหราฟุ่มเฟือย ฯลฯ จะเป็นค่านิยมสำคัญ แต่นั่นก็ใช่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผู้ที่มีฐานะจะยอมรับค่านิยมแบบนี้กันหมด ค่านิยมที่เกิดขึ้นในอังกฤษในปลายศตวรรษที่สิบเก้ากลับให้ความสำคัญแก่การแต่งตัวดูดี ด้วยการใช้เครื่องประดับเพชรพลอยที่มีราคาแพง ข้าวของเครื่องใช้ภายในบ้านก็ต้องหรูหรา ลักษณะของ “ความสำอาง” (Dandyism) เป็นพฤติกรรมกลายมาเป็นแนวสำคัญในการดำเนินชีวิตที่เกิดขึ้นโดยฝีมือของ George Bryan Brummell ชาวอังกฤษ แม้ว่าเขาไม่ได้มาจากครอบครัวชนชั้นสูงโดยสายเลือด แต่เขาเองก็มีรากฐานการศึกษาจากโรงเรียน Eton และมหาวิทยาลัย Oxford เขาทำงานในหน่วยทหารที่ผู้บังคับบัญชาในระดับสูงคือมกุฎราชกุมารที่ต่อมาครองราชย์เป็นพระเจ้า George IV เขาเป็นผู้ขายร่างสูงโปร่ง หุ่นดี และทรงเสน่ห์เป็นอย่างยิ่ง กิริยามารยาทก็ไม่มีที่ติ สิ่งที่เขาแสดงออกในเรื่องรสนิยมของเขาก็คือ เขามีรสนิยมที่สูงกว่าคนอื่น ๆ เขากลายเป็นผู้นำการแต่งตัวและสิ่งทันสมัยอื่นๆ ด้วยความเป็นผู้นำในสิ่งที่มีรสนิยมและทันสมัยทำให้เขากลายเป็นที่ชื่นชอบของผู้คน แต่ความเหนือกว่าของเขาก็ทำให้เขากลายเป็นที่ไม่ชื่นชอบของพระราชวงศ์อังกฤษ เมื่อองค์มกุฎราชกุมารของอังกฤษขึ้นมาดำรงตำแหน่งผู้สำเร็จราชการแทนพระเจ้า George III ผู้มีสติวิปลาส ปรากฏว่าวันหนึ่งเมื่อเขาเดินเล่นอยู่กับเพื่อนได้พบกับผู้สำเร็จราชการกับเพื่อนเดินเล่นอยู่ด้วยเช่นกัน ปรากฏว่าผู้สำเร็จราชการไม่ถักทายเขา เขาจึงกล่าวกับเพื่อนของผู้สำเร็จราชการต่อหน้าพระองค์ว่า “ไอ้ฉว่นั่นใคร?” แต่ความปากเสียของเขาไม่ได้ทำให้ชีวิตของเขาอับปาง แต่การเป็นหนี้เป็นสินต่างๆ หากที่ทำให้เขาต้องหนีไปประเทศฝรั่งเศส ความสำอางในฐานะวิถีชีวิตได้ระบาคไปถึงกรุงปารีสเมื่อตอนเขาเสียชีวิตลงใน ปี ค.ศ. 1840²³⁵ สำหรับชีวิตสำอางทำให้ผู้มีความสำอางกลายเป็นวัตถุที่ให้คนอื่น ๆ จ้องมอง มนุษย์สำอางจึงกลายเป็น “สินค้า” เพื่อให้ผู้คน “บริโภค” หรือแตะโลมด้วยสายตา วิถีทางของ “พวกสำอางชน” เหล่านี้มักจะไม่ได้แต่งงาน ลักษณะของพวกสำอางชนมีวิถีชีวิตที่เสมือนหนึ่งว่าวันๆ ไม่ได้ทำอะไรนอกจากแสวงหาความสำราญ คุณลักษณะของพวกสำอางชนนั้นก็เปรียบได้กับวิถีชีวิตของพวกผู้หญิงกระฎุมพีเพียงแต่ว่าเขาเหล่านั้นไม่ได้เป็นผู้หญิงเท่านั้น²³⁶

พวกชนชั้นสูงอังกฤษก็ยังมีความคิดแบบเดิมๆ ว่า สิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยบ่งบอกถึง “ความเป็นหญิง” เพียงแต่ว่าอันตรายจาก “ความเป็นหญิง” อันนี้เป็นสิ่งที่ข้ามช่องแคบมาจาก

²³⁵ Rosalind H. Williams, *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, pp. 111-115

²³⁶ Leora Auslander, “The Gendering of Consumer Practices in Nineteenth-Century France”, pp. 90-91

ฝรั่งเศส โดยไม่ได้ถูกคิดเลยว่าความหรูหราฟุ่มเฟือยในการแต่งตัวเป็นของอังกฤษแต่ดั้งเดิมอยู่แล้ว ในฝรั่งเศสอิทธิพลของ “ความสำอาง” (Dandyism) แทนที่จะเป็นเรื่องของวัตถุและการหลงใหลในข้าวของเครื่องใช้กลับพัฒนามาเป็นเรื่องของจิตวิญญาณไป ศิลปินฝรั่งเศสเห็นว่า “ความสำอาง” แสดงให้เห็นคุณลักษณะที่เหนือกว่าโดยไม่จำเป็นที่จะต้องพิจารณาว่าชาติกำเนิดของพวกเขาเป็นอย่างไร สำหรับคนอย่าง Honoré de Balzac เห็นว่ารายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ของแฟชั่นแสดงให้เห็นถึงความคิดของสภาวะสมัยใหม่ รายละเอียดคือสภาวะทางอภิปรัชญาของสรรพสิ่ง (metaphysic of things) ในขณะที่ Charles Baudelaire เห็นว่าพวกอภิสติชนไม่ใช่พวกที่มีอารยธรรม ในทางตรงกันข้ามพวกอภิสติชนต่างหากที่เป็นพวกป่าเถื่อน ในขณะที่พวก “สำอางชน” ต่างหากที่มีอารยธรรม มีจิตใจที่สูงส่งกว่า สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นได้จากการใช้ห้องส้วมและการแต่งตัวซึ่งทั้งหมดก็สะท้อนให้เห็นถึงจิตใจ²³⁷ ส่วนรสนิยมในการแต่งตัวของพวกสำอางชนแตกต่างไปจากจารีตการแต่งกายผู้ชายที่ต้องเป็น “ชุดสีดำ” แบบที่นิยมกันในศตวรรษที่สิบเก้า (ตราบจนถึงปัจจุบันนี้) เพราะในสายตาของพวก “สำอางชน” ชุดแบบนี้ทำให้ผู้สวมใส่ละม้ายคล้ายคลึงกับนกเพนกวิน พวก “สำอางชน” จึงนิยมการแต่งกายด้วยชุดที่ตรงกันข้ามกับการไว้ทุกข์ ด้วยเสื้อผ้าที่มีสีสรรฉูดฉาด สีสดกัน เช่นชุดสีขาวกับปกสีม่วง²³⁸ เป็นต้น

ในปลายศตวรรษที่สิบเก้าสิ่งของเครื่องใช้ที่พวก “สำอางชน” ก็นิยมนำมาใช้ หรือจะเป็นพวก Flâneur ก็นิยมนำมาใช้ สิ่งของที่บ่งบอกถึงความแตกต่างทางชนชั้นที่สำคัญมากก็คือ รถยนต์²³⁹ สำหรับรถยนต์ก็เป็นของเล่นของคนรวยในปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นๆ ศตวรรษที่ยี่สิบ รถยนต์ที่ทำด้วยมือย่อมเป็นของหรูหรามากๆ ทั้งในสหรัฐอเมริกาและยุโรป รายได้เฉลี่ยในสหรัฐอเมริกาตกประมาณ 450 เหรียญต่อปี รถยนต์มีราคาตั้งแต่ 600-7500 เหรียญ²⁴⁰ ในช่วงของสงครามโลกครั้งที่หนึ่งรถยนต์ใช้เป็นพาหนะในการนำอาวุธและเสบียงไปแนวหน้า รถพยาบาลนำคนป่วยไปโรงพยาบาล ในช่วงนี้เองที่ผู้คนตามชนบทได้เริ่มเห็นรถยนต์มากขึ้น สงครามยังเปลี่ยนทัศนคติของผู้หญิงที่มีต่อรถยนต์ ผู้หญิงได้เข้ามามีบทบาทในการขับรถยนต์ ชุดพลขับของรถพยาบาลก็ดี

²³⁷ Rosalind H. Williams, *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, pp. 116-118

²³⁸ Rosalind H. Williams, *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, p. 122

²³⁹ Kurt Moser, “World War I and the Creation of Desire for Automobiles in Germany” in *Getting and Spending: European and American Consumer Societies in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judd, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 199

²⁴⁰ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 25

รถอื่นๆ ก็ดีในสงครามก็ล้วนแล้วแต่แสดงฐานะหรือการมีระดับ ผู้หญิงก็ยังมาขับรถบรรทุกของให้กับโรงงานต่างๆ เพราะผู้ชายถูกเกณฑ์ไปรบหมด²⁴¹ ครั้นเมื่อสงครามสิ้นสุดลงรถยนต์จำนวนมากก็ถูกเลหลังออกมาขาย ภาพลักษณ์ของรถยนต์ก็ค่อยๆ ลดคุณค่าที่สูงส่งไป โรงงานผลิตรถยนต์ในเยอรมนีก็ต้องปรับตัวด้วยการผลิตรถยนต์ออกมาสู่ตลาดพลเรือน²⁴²

สำหรับเยอรมนีในทศวรรษที่ 1920 รถยนต์ขนาดเล็กและรถยนต์ประหยัดเพื่อผู้คนทั่วไปก็เริ่มเป็นรูปเป็นร่าง รถยนต์ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ขับขี่สามารถใช้ได้อย่างสะดวกขึ้น การขับรถยนต์ไม่ได้เป็นเรื่องที่ผู้ขับขี่ต้อง “ผจญภัย” กับตัวรถยนต์เองอีกต่อไป รถยนต์ไม่ได้มีฐานะของการมีระดับหรือฐานะสูงอีกต่อไป แต่รถยนต์มีฐานะเป็นเพียงพาหนะที่นำมาใช้ประโยชน์ด้วย²⁴³ รถยนต์ก็ได้เปลี่ยนฐานะจากสิ่งของฟุ่มเฟือยหรูหรามาเป็นสิ่งของ “จำเป็น” อย่างไรก็ตามรถยนต์ในสังคมที่มีชนชั้นอย่างเยอรมนีก็ไม่สามารถที่จะมีรถยนต์กันอย่างดาษดื่นแบบสังคมอเมริกันได้ถึงแม้ว่าพระราชวงศ์ของเยอรมนีจะหมดไป แต่นั่นก็ของความเป็นสังคมมีชนชั้นก็ยังเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่ ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างอเมริกันและเยอรมนีแล้วปริมาณการผลิตรถยนต์ของสหรัฐอเมริกาเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมหาศาล ในปี ค.ศ. 1924 อเมริกาผลิตรถยนต์ได้ 4 ล้านคัน ในปี ค.ศ. 1927 อเมริกาผลิตรถยนต์ได้ 85% ของปริมาณรถยนต์โลก²⁴⁴ ดังนั้นสิ่งของที่สังคมอื่นๆ เห็นว่าหรูหราฟุ่มเฟือย แต่พวกอเมริกันเห็นว่าเป็นสิ่งของธรรมดาๆ²⁴⁵ สำหรับอเมริกันรถยนต์ก็เป็นหนึ่งในสิ่งของธรรมดาๆ เหล่านั้น

ความสามารถในการแสดงออกโดยผ่านการใช้สิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยได้กลายเป็นข้อถกเถียงสำคัญ โดยฝ่ายหนึ่งเห็นว่าการที่ผู้คนได้เป็นเจ้าของสินค้าต่างๆ ก็จะทำให้มนุษย์มีความสุขและทำให้สังคมมีความเป็นปึกแผ่น²⁴⁶ ในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งเห็นว่าการบริโภคสินค้าต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เกิดปัญหาทางศีลธรรมและจะทำให้คนในสังคมเกลียดชังกันเอง แต่ไม่ว่าจะเป็นไปในแง่บวกหรือแง่ลบ นี่เป็นสถานะที่ผู้ชายดูจะมีทางเลือกกว่าพฤติกรรมการบริโภคของตนนำไปสู่ความเจริญหรือความฉิบหายได้ แต่สำหรับแล้วเส้นทางของการบริโภคของผู้หญิงก็ถูกทำให้มีอยู่เส้นเดียวคือ ความฉิบหายที่เกิดได้ทุกระดับชั้น ผู้หญิงที่หลงใหลในการซื้อของย่อมเป็นอันตรายต่อ

²⁴¹ Kurt Moser, “World War I and the Creation of Desire for Automobiles in Germany”, p. 205

²⁴² Kurt Moser, “World War I and the Creation of Desire for Automobiles in Germany”, pp. 207-208

²⁴³ Kurt Moser, “World War I and the Creation of Desire for Automobiles in Germany”, pp. 209-210

²⁴⁴ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 26

²⁴⁵ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 27

²⁴⁶ Rosalind H. Williams, *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, p.

ประเทศไม่ว่าจะเป็นประเทศใด จารีตของการแสดงความเป็นชายของอังกฤษจึงจำเป็นต้องปฏิเสธแฟชั่น ทั้งนี้การปฏิเสธความหรูหราฟุ่มเฟือยก็สร้างภาพลักษณ์ของความเป็นชายให้กับคุณลักษณะประจำชาติของอังกฤษไปในเวลาเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันก็เท่ากับเป็นการต่อต้านประเทศศัตรูอย่างฝรั่งเศส แม้ว่าในวิถีชีวิตประจำวันชนชั้นสูงของอังกฤษจะไม่ได้มีความจำเป็นที่จะต้องประหยัดแต่อย่างใด ประเด็นเรื่องความฟุ่มเฟือยจึงยังเป็นกลไกสำคัญของพวกพ่อค้า กระฎุมพีและชนชั้นกลางที่มีไว้โจมตีอีกชนชั้นอภิสิทธิ์ชน ในขณะที่สหรัฐอเมริกาหลังการปฏิวัติอเมริกาการต่อต้านสินค้าและการแต่งตัวแบบอังกฤษ ตลอดจนสินค้าฟุ่มเฟือยที่นำเข้าจากอังกฤษมาในสหรัฐอเมริกาได้กลายเป็นของต้องห้าม ด้วยกระบวนการประชาธิปไตยของสหรัฐอเมริกาก็ทำให้ผู้ชายต้องไม่ให้ความสำคัญกับการแต่งตัวที่ดูหรูหราซึ่งแสดงออกถึงความเป็นพวกอภิสิทธิ์ชน ผู้ชายอเมริกันที่มีหน้าตาดูเถื่อนๆ ดูสมบุกสมบัน ผู้ชายที่แต่งตัวพร้อมที่จะใช้ชีวิตนอนกลางดินกินกลางทรายได้กลายมาเป็นค่านิยมที่สำคัญ²⁴⁷

ในประเทศอังกฤษการปรับตัวของพวกอภิสิทธิ์ที่ต้องเผชิญหน้ากับการล้มล้างราชวงศ์มาตั้งแต่ศตวรรษที่สิบเจ็ดแล้วก็ทำให้ความหรูหราฟุ่มเฟือยกลายเป็นสิ่งเลวร้ายอันเป็นกรอบคิดเดียวกันกับวิถีคิดของชนชั้นกลางและศาสนา โดยฝ่ายอภิสิทธิ์ชนของอังกฤษยังมีความเห็นแบบเดิมๆ ว่า ความหรูหราฟุ่มเฟือยนำไปสู่การทุจริตคดโกง ในขณะที่ชนชั้นกลางเห็นว่าคุณธรรมของการดำรงชีวิตอยู่อย่างสมถะพอเพียงไม่ทะเยอทะยานนั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำรงอยู่ของเสรีภาพ²⁴⁸ เพราะฉะนั้นการแต่งกายด้วยสีดำที่ดูเสมือนหนึ่งว่ากำลังไว้ทุกข์อยู่ตลอดก็มีความหมายเชื่อมต่อกับความสมถะซึ่งเป็นค่านิยมที่ทั้งชนชั้นอภิสิทธิ์ชนและชนชั้นกลางอังกฤษต่างมีร่วมกัน ความสมถะและพอเพียงจึงเป็นจุดประสานความแตกต่างทางชนชั้นระหว่างพวกขุนนางและชนชั้นกลาง อย่างไรก็ตามความหมายของชุดสีดำเองก็มีความหมายแตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ เพราะในกลางศตวรรษที่สิบเก้าสีดำเป็นสีที่ไม่ได้นิยมแค่ในยุโรปเท่านั้น แต่ยังเป็นที่นิยมในสหรัฐอเมริกาด้วย กวีอย่าง Charles Baudelaire ชาวฝรั่งเศสกลับได้ให้ความเห็นว่า สีดำอันเป็นสีแห่งความเศร้าโศกนั้นแสดงให้ความหมายของความเท่าเทียมกันในด้านจิตวิญญาณของความเป็นกระฎุมพี²⁴⁹ ดังนั้นถึงแม้ว่าจะเป็นการไม่เลียนแบบในตอนแรก แต่ในระยะต่อมาผู้คน

²⁴⁷ Kathy Peiss, "Making Up, Making Over: Cosmetics, Consumer Culture, and Women's Identity" p. 315

²⁴⁸ David Kuchta, "The Making of the Self-Made Man: Class, Clothing, and the English Masculinity, 1688-1832, p. 69

²⁴⁹ John Harvey, *Men in Black*, p. 27

จำนวนมากก็ต้องการเลียนแบบชนชั้นสูงในเรื่องของการแต่งตัวอยู่ดั้งเดิม ในความคิดของ Kuchta แล้วพลังอำนาจของชนชั้นกลางที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางการเมืองและจัดระเบียบให้ชนชั้นพวกอภิสิทธิ์ชนให้เข้ามาอยู่ในระเบียบของตนได้ก็คือ การบริโภค นั่นเอง²⁵⁰

เมื่อการบริโภคเป็นเรื่องไม่ได้จำกัดชนชั้นอันใด การบริโภคก็ไม่ได้จำกัดเพศชั้นนั้น แฟชั่นเป็นสิ่งที่ทั้งผู้ชายและผู้หญิงสามารถที่จะหลงใหลได้มากพอๆ กัน ในปลายศตวรรษที่สิบเก้า สำหรับผู้ชายชนชั้นกลางในประเทศอังกฤษนั้นถือว่าแฟชั่นเป็นเรื่องที่ยอมรับกันได้ แต่การที่จะทำให้เสื้อผ้าแฟชั่นเป็นที่ยอมรับของผู้ชายได้ก็ต้องมีการต่อสู้กันอย่างหนักเพื่อให้แฟชั่นและเสื้อผ้าหลุดออกจากความเป็นผู้หญิง (feminine) โดยพยายามทำให้แฟชั่นการใส่เสื้อผ้าของผู้ชายมีลักษณะที่เรียบง่าย ไม่ต้องการอะไรที่เป็นจุดเป็นดวงสดใสเห็นได้แต่ไกล ผู้ชายรู้ว่าอะไรดีแล้วก็ตรงซื้อแต่สิ่งนั้นๆ โดยเฉพาะ ในขณะที่ผู้หญิงจะค่อยๆ ใช้เวลาในการเลือกซื้อดูสิ่งของอื่นๆ ประกอบไปด้วย การทำให้การซื้อข้าวของของผู้ชายแตกต่างไปจากผู้หญิงก็เปิดทางให้กับผู้ชายเป็น “นักช้อปปิ้ง” ที่แตกต่างไปจากผู้หญิงที่หลงใหลในตัวสินค้าขนาดถึงขั้นต้องขโมยกัน ครั้นเมื่อผู้ชายไม่ได้อยู่ในโลกของแฟชั่นก็ทำให้ผู้ชายไม่สามารถที่จะจัดการตัวเองในเรื่องของเสื้อผ้าได้ ผู้ชายต้องพึ่งผู้หญิงจนทำให้ผู้ชายอังกฤษไม่สามารถจะตอบได้ว่าจะเอาเสื้อผ้าแบบไหน จะเอาแบบหลวมแบบคับอย่างไร เพราะคำตอบกลายเป็นว่า ปลอมให้ช่างตัดเสื้อเป็นคนตัดสินใจ หรือภรรยาเป็นคนตัดสินใจ ร้านค้าและพ่อค้าเองก็ยอมรับในความเชื่อและพฤติกรรมแบบนี้โดยไม่ได้คิดจะแก้ไขภาพลักษณ์เหล่านี้ของผู้ชาย สิ่งที่คุณชายของต้องการก็คือ พยายามผลักดันให้ผู้ชายได้กลายเป็น “นักช้อปปิ้ง” เท่านั้นก็พอแล้ว²⁵¹

การโฆษณาชักชวนให้ผู้ชายกลายเป็น “นักช้อปปิ้ง” ทำได้โดยการพร่ำพรรณนาว่าผู้ชายจะไม่เสียเวลาไปกับเรื่องจุกจิกต่างๆ เช่น โฆษณาจักรยานอันเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากในทศวรรษที่ 1880-1890 ก็ใช้หลักเรื่องการใช้ชีวิตนอกบ้านนอกชายคา ชีวิตแบบชายชาติทหาร โดยแสดงให้เห็นถึงลักษณะของ “กีฬาที่มีลักษณะของความเป็นชาย” หรือไม่ก็แสดงให้เห็นถึงการผจญภัยสำรวจค้นหาลึกลับใหม่ในดินแดนต่างๆ ภายใต้จักรวรรดิอังกฤษ ในช่วงของสงครามบัวร์ (Boer War) ในช่วงปี ค. ศ. 1899-1902 ชุดทหารได้กลายมาเป็นต้นแบบของการแต่งตัวของโลกพลเรือนผู้ชาย สีก็ว่าได้กลายมาเป็นชุดผู้ชายที่ได้รับความนิยมอย่างมากที่สุดตราบจนถึงทุก

²⁵⁰ David Kuchta, “The Making of the Self-Made Man: Class, Clothing, and the English Masculinity, 1688-1832, p. 71

²⁵¹ Brent Shannon, “Refashioning Men: Fashion, Masculinity, and the Cultivation of the Male Consumer in Britain, 1860-1914, *Victorian Studies*, Vol. 46, No. 4 (Summer, 2004), pp. 601-602

วันนี้ ความนิยมในสีกากีไม่ได้จำกัดแค่ในระบบอาณานิคมอังกฤษเท่านั้น มหานครนิวยอร์กเองก็ตกอยู่ภายใต้มนต์สะกดของชุดกากี²⁵² นอกจากนั้นกลไกของห้างสรรพสินค้าเองก็มีส่วนอย่างมากในการขยายการซื้อเสื้อผ้าสีกากีของผู้ชาย ถึงแม้ว่าพื้นที่ของห้างสรรพสินค้าจะถูกตราหน้าว่าเป็นพื้นที่ของผู้หญิง ห้างสรรพสินค้าพยายามนำเสนอสินค้าสำหรับผู้ชายที่หลากหลายมากขึ้น เพราะแม้กระทั่งคอร์เซ็ท (corset) ที่โดยทั่วไปถือว่าเป็นของผู้หญิงก็ยังมีไว้สำหรับผู้ชายด้วย สำหรับในกรณีคอร์เซ็ทนั้นก็มีผู้ชายหลายคนคิดว่าใส่แล้วทำให้ร่างกายกระชับ คอร์เซ็ททำให้ร่างกายที่ต้องออกไปสมบุกสมบันดำรงอยู่ได้อย่างดี การสวมใส่คอร์เซ็ทจึงเพิ่มพลังในด้านต่างๆ ให้กับผู้ชาย²⁵³

ถึงแม้ว่าโลกของความเป็นชายและเป็นหญิงจะเป็นสิ่งที่มีเส้นแบ่งกันอย่างชัดเจนในสังคมวิคตอเรียน แต่ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ หากที่ทำให้เส้นแบ่งต่างๆ เหล่านี้กลับเลื่อนลง ผลิตรัศมีเครื่องประติณผิว น້ายาโกนหนวด เสื้อผ้ากางเกงที่สวมกระชับเห็นสัดส่วนของร่างกายจนกระทั่งมีการกล่าวกันว่า ชายของผู้ชายเป็นส่วนที่กระตุ้นเร้าอารมณ์ทางเพศผู้หญิงในศตวรรษที่สิบเก้ามากกว่าส่วนอื่นๆ²⁵⁴ เพราะกางเกงที่รัดรูป เรื่องของร่างกายจึงเกี่ยวข้องกับอารมณ์และการแสดงออก ไม่เพียงแต่ลูกค้าเท่านั้นที่จะต้องเป็นห่วงอารมณ์ของตัวเอง ฝ่ายบริหารผู้จัดการห้างสรรพสินค้าก็พยายามที่จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นห่วงเป็นใยต่อลูกค้าผู้ชายเป็นอย่างมาก โดยห้างสรรพสินค้าพยายามที่จะเน้นให้ลูกค้าผู้ชายรู้จักการดูแลสินค้ามากกว่าเพียงแค่ได้ซื้อสินค้าไปเท่านั้น²⁵⁵ การดูแลข้าวของจึงไม่ใช่เรื่องที่ผู้หญิงเท่านั้นที่จะต้องรู้ แต่จะต้องรวมไปถึงผู้ชายด้วย สินค้าส่วนใหญ่ในห้างสรรพสินค้าก็เป็นประเภทสำเร็จรูปที่ซื้อกันได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง ชุดที่ตัดเย็บเรียบร้อยแล้วก็เริ่มขายกันในท้องตลาดตั้งแต่ทศวรรษที่ 1860 จนกระทั่งในราวปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบห้างสรรพสินค้ามีชุดสำเร็จรูปมากมายไว้คอยต้อนรับลูกค้าสำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูปนั้นก็ใช้กันมาตั้งแต่ศตวรรษที่สิบแปดโดยพวกที่สวมใส่ก็คือ ทหารและชน

²⁵² Brent Shannon, "Refashioning Men: Fashion, Masculinity, and the Cultivation of the Male Consumer in Britain, 1860-1914, p. 605

²⁵³ Brent Shannon, "Refashioning Men: Fashion, Masculinity, and the Cultivation of the Male Consumer in Britain, 1860-1914", p. 624

²⁵⁴ Brent Shannon, "Refashioning Men: Fashion, Masculinity, and the Cultivation of the Male Consumer in Britain, 1860-1914", p. 620

²⁵⁵ Brent Shannon, "Refashioning Men: Fashion, Masculinity, and the Cultivation of the Male Consumer in Britain, 1860-1914", p. 606-609

ชั้นต่ำ เสื้อผ้าสำเร็จรูปขยายตัวไปได้มากเพราะห้างสรรพสินค้าที่ขยายตัวมากขึ้น พร้อมกันนั้นเมื่อมีจักรเย็บผ้าที่ออกมาในทศวรรษที่ 1850 ก็ยิ่งทำให้เสื้อผ้าสำเร็จรูปเพิ่มปริมาณ²⁵⁶

ถึงแม้ว่าผู้ชายจะมีบทบาทในการเป็น “นักช้อปปิ้ง” แต่ในศตวรรษที่สิบเก้าการที่ผู้หญิงยังคงถูกมองว่าเป็นจักรกลสำคัญในการขับเคลื่อนการบริโภคและความหรูหราฟุ่มเฟือยอย่างเต็มที่นั้นก็แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงเองไม่มีความสามารถมากพอที่จะเข้ามายุ่งเกี่ยวในอาณาเขตทางการเมือง ทั้งๆ ที่ผู้หญิงเองก็เคยมีบทบาทอย่างมากในทางการเมืองก่อนการปฏิวัติฝรั่งเศสถึงแม้ว่าอาจจะไม่ได้ออกหน้าออกตากก็ตาม แต่สำหรับในพื้นที่ของพวกกระฎุมพีหรือชนชั้นกลางผู้หญิงไม่ได้มีบทบาทอะไรอื่นนอกจากพื้นที่ในบ้าน โดยส่วนมากผู้ชายกระฎุมพีก็ทำงานนอกบ้าน แม้ว่าหมอยกย่องว่า ฯลฯ ยังคงทำงานอยู่ที่บ้านก็ตาม ผู้หญิงมีหน้าที่เป็นตัวแทนหรือเป็นหน้าเป็นตาของครอบครัวโดยผ่านการมีข้าวของเครื่องใช้ วัตถุสินค้าที่มีอยู่ในครอบครองจึงแสดงหน้าตาของผู้ใช้ ส่วนลูกสาวก็จะเพิ่มมูลค่าในตัวเองเพื่อการแต่งงานในอนาคตด้วยการสวมใส่สร้อยกำไลเพชรเงินทอง ฯลฯ นอกจากนั้นลูกสาวเองก็ต้องถูกฝึกฝนให้มีความสามารถอื่นๆ เช่น การเย็บปักถักร้อย เล่นเปียโนหรือเครื่องดนตรีอื่นๆ ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการเป็นเมียกระฎุมพี²⁵⁷ ความสามารถในการเล่นเครื่องดนตรีต่างๆ นั้นก็เช่นเดียวกันกับเครื่องประดับบนตัวและในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่มีเพื่อแสดงให้เห็นเพื่อนฝูงที่มาสังสรรค์ในบ้านได้ชื่นชม ชีวิตของกระฎุมพีเน้นความสำคัญของความสัมพันธ์ทางสังคมและการสังสรรค์ที่เกิดขึ้นในบ้านมากกว่านอกบ้าน

โลกแห่งความอบอุ่นของครอบครัวกระฎุมพีที่ข้างนอกหนาวเย็นสะท้อนให้เห็นได้จากงานวันคริสต์มาสที่เป็นวัฒนธรรมจากยุโรปเหนือที่สุดแสนหนาวจนความอบอุ่นคือสิ่งที่ทุกคนโหยหา เสียงเพลง Silent Night สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกที่แตกต่างกันระหว่างโลกภายนอกที่ขาวโพลนไปด้วยหิมะกับโลกภายในบ้านของกระฎุมพีที่อบอุ่น²⁵⁸ คริสต์มาสเป็นประเพณีที่ตายไปแล้วจนกระทั่งถูกถือป็นขึ้นในศตวรรษสิบเก้า นักเขียนอย่าง เช่น Charles Dickens จากนวนิยายอย่าง *Christmas Carol* ก็ถือได้ว่าทรงอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเรื่องคริสต์มาสในสมัยวิคตอเรียน แต่จารีตของคริสต์มาสในสังคมที่หลากหลายอย่างอเมริกันเองก็ประกอบไปด้วยหลายๆ

²⁵⁶ Brent Shannon, “Refashioning Men: Fashion, Masculinity, and the Cultivation of the Male Consumer in Britain, 1860-1914”, p. 627, note 6

²⁵⁷ Leora Auslander, “The Gendering of Consumer Practices in Nineteenth-Century France”, p. 83

²⁵⁸ E. J. Hobsbawm, *The Age of Capital 1848-1875*, (New York: Mentor Book, 1979 (1975)), p. 254

จารีตด้วยกัน เช่น ต้นไม้คริสต์มาสจากเยอรมนี การ์ดจากอังกฤษ ขนมคริสต์มาสจากดัชชี²⁵⁹ เป็นต้น สำหรับประเพณีคริสต์มาสแต่เดิมนั้นไม่ใช่เรื่องของครอบครัว แต่เป็นเรื่องของเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมและเป็นเรื่องของชุมชน แต่กระฎุมพีก็ได้เปลี่ยนจารีตนี้ให้กลายเป็นเรื่องภายในครอบครัว กระฎุมพีทำให้สิ่งที่เป็นสาธารณะกลายเป็น “ของส่วนตัว” โดยย้ำความสำคัญของเด็กและอุดมคติของชีวิตภายในครอบครัว เวลาที่กำหนดพื้นที่ของคริสต์มาสจึงเป็นเวลาพิเศษที่กลับหัวกลับหางชีวิตประจำวันตามตรรกะของงานเทศกาล (carnival)²⁶⁰ เช่น ต้องเดินทางกลับบ้าน แม้ว่าจะต้องทำงานที่ไกลๆ ในเวลาปกติธรรมดาพอก็เป็นตัวแทนแห่งอำนาจในระบบผู้ชายเป็นใหญ่ แต่ในช่วงเวลาคริสต์มาสพ่อนั้นก็ได้กลายเป็นคนน่ารักไปฉบับล้น สำหรับของขวัญดั้งเดิมที่ให้แก่กันก็คือ อาหารและเครื่องดื่ม โดยการให้ “ของขวัญ” ส่วนใหญ่แต่เดิมนั้นก็ให้กับคนที่ไม่ใช่คนในสายเลือด คนพวกนี้เป็นพวกที่มีฐานะทางสังคมที่ต่ำต้อยกว่า ครั้นมาถึงศตวรรษที่สิบเก้าสำนักของความเป็นชุมชนที่ต้องช่วยเหลือคนอื่นๆ ก็เปลี่ยนแปลงไป ของขวัญที่ให้ก็ไม่ได้เป็นอาหารและเครื่องดื่มที่ให้กับคนที่ฐานะต่ำกว่าอีกต่อไป แต่กลับเป็น “สินค้า” ที่ให้กับคนในครอบครัวเท่านั้น อันเป็นวิถีทางแบบกระฎุมพีที่แยกโลกส่วนตัวของครอบครัวออกจากอาณาเขตอื่นๆ²⁶¹ วันคริสต์มาสจึงเป็นเวลาที่สมบูรณ์แบบที่สุดของวิถีชีวิตแบบกระฎุมพีที่มีครอบครัวอบอุ่นภายใต้ความหนาวเย็น ในขณะเดียวกัน “ของขวัญ” ที่ให้แก่กันก็ทำให้สินค้าต่างๆ ขายดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ของเล่น” (toy)

ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงจากศตวรรษที่สิบเก้ามาสู่ยี่สิบ “ของเล่น” ไม่ได้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องมากมายกับ “การละเล่น” (play) ในศตวรรษที่สิบเก้า “การละเล่น” ถือว่าเป็นการหลุดพ้นออกจากสภาวะกดดันที่เกิดขึ้นจากการทำงานในโรงงานและชีวิตประจำวัน ครั้นเมื่อเด็กถูกแยกหรือห้ามไม่ให้ไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมในการผลิตในช่วงศตวรรษที่สิบเก้าก็ทำให้ “การละเล่น” กลายเป็นเรื่องสำคัญ เพราะจะช่วยทำให้เด็กได้มีจินตนาการอันเป็นคุณสมบัติตามธรรมชาติ ดังนั้นสนามเด็กเล่น สนามกีฬา จึงกลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตในเมืองไป โรงเรียนอนุบาลก็เริ่มที่จะไม่เข้มงวดเด็กๆ โดยปล่อยให้เด็กๆ อยู่ในโลกแห่งการจินตนาการอันสดใสในโลกไร้เดียงสา

²⁵⁹ Russell W. Belk, “Materialism and the Modern U.S. Christmas”, *Advertising and Society Review*, Vol. 1, No. 1 (2000)

²⁶⁰ Mikhail Bakhtin, *Rabelais and His World*, (Bloomington: Indiana University Press, 1984)

²⁶¹ David Hamlin, “The Structure of Toy Consumption: Bourgeois Domesticity and the Demand of Toy in Nineteenth-Century Germany”, *Journal of Social History*, Vol. 36, Issue 4 (Summer, 2003), pp. 861-862

(innocence) ซึ่งก็เชื่อกันว่าเป็นสภาวะของเด็กๆ เท่านั้น นอกจากนั้นด้วยความกลัวว่าเด็กๆ จะทำอะไรด้วยมือไม่เป็นจนกลายเป็นคนขี้เกียจอันเป็นสิ่งเลวร้ายในคริสตศาสนาด้วยแล้ว “การเล่นของเล่น” ก็เป็นหนทางหนึ่งที่จะควบคุมเด็กๆ สำหรับในช่วงปลายศตวรรษที่สิบเก้าของเล่นในบ้านที่ผลิตในโรงงานนั้นก็มีไม่มากนัก อย่างดีก็มีแค่สองสามชิ้น ส่วนใหญ่ก็เป็นของเล่นที่เด็กๆ และครอบครัวทำกันขึ้นมาเอง สำหรับสหรัฐอเมริกาในปลายศตวรรษที่สิบเก้าของเล่นส่วนใหญ่ก็นำเข้ามาจากเยอรมนี²⁶² สำหรับในศตวรรษที่สิบเก้าเมื่อเด็กๆ ไม่ได้ดำรงอยู่ในฐานะของกำลังแรงงานที่ต้องผลิตก็ทำให้เด็กๆ มีเวลาร่วมมากมาย ในขณะที่คนอื่นๆ ก็ต้องทำมาหากิน ด้วยของเล่นนี้เองที่ช่วยทำให้เด็กๆ สามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างเปล่าเปลี่ยวได้โดยไม่ต้องมีใครคนอื่น ๆ เด็กๆ จากชนชั้นที่มีระดับจึงไม่จำเป็นที่จะต้องออกไปวิ่งเล่นนอกบ้านคบหาสมาคมกับเด็กชนชั้นต่ำ²⁶³

สำหรับชนชั้นต่ำโดยเฉพาะอย่างยิ่งในศตวรรษที่สิบแปดจนถึงศตวรรษที่สิบเก้าแล้วถนนถือเป็นพื้นที่ของการสร้างความสัมพันธ์สังสรรค์ระหว่างกัน ในขณะที่พวกกระฎุมพีเองนั้นอย่าว่าแต่สิ่งที่น่ารังเกียจอย่างถนนเลย ความเป็นเมืองเองก็ไม่เคยยอมรับหรือไว้วางใจจากพวกกระฎุมพีสำหรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของเมืองปารีสโดยในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1853-1870 Baron Georges Eugene Haussman การจัดเมืองปารีสใหม่ด้วยการทำลายเขตแออัดของเมืองจนทำให้ร้านค้าแฟฟเป็นที่พักของผู้อยู่อาศัยในเมือง ไม่ว่าจะเป็นปฏิวัติปี 1789 หรือจะเป็นการต่อสู้ปี 1848 ค่อยๆ หายไป ร้านกาแฟเป็นสัญลักษณ์ของการค้าและเป็นพื้นที่ของเสรีภาพ ในขณะที่สังคมดั้งเดิมของพวกชนชั้นสูงก่อนการปฏิวัติจะเห็นว่าร้านค้าแฟฟเป็นสถานที่ของความวุ่นวายอันไร้ระเบียบ²⁶⁴ที่จะนำมาซึ่งอันตรายต่อการเมือง การทำลายพื้นที่แออัดในกรุงปารีสกลับทำให้เกิดสถานที่แบบอื่นๆ แบบใหม่ อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นโรงละคร ร้านค้า แหล่งบันเทิง และหนึ่งในนั้นก็คือร้านค้าแฟฟที่กลับเพิ่มจำนวนขึ้นมากมาย แม้ว่าร้านค้าแฟฟรุ่นการปฏิวัติฝรั่งเศสจะถูกรื้อทิ้งไปเกือบหมดก็ตาม การขยายตัวของกิจกรรมภายนอกเหล่านี้ทำลายความเป็น “บ้านส่วนตัว” ของพวกกระฎุมพี สถานที่นอกบ้านต่างๆ เหล่านี้คือที่มั่วสุม สถานที่มั่วสุมเหล่านี้ทำให้คนไม่ทำอะไรกลายเป็นคนขี้เกียจและไม่ได้ผลิตอะไร ลักษณะแบบนี้ก็เท่ากับเป็นเลียนแบบชนชั้นสูงที่มีชีวิต

²⁶² Stephen Kline, “Toys, Socialization, and the Commodification of Play” in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judt, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), pp. 341-342

²⁶³ David Hamlin, “The Structure of Toy Consumption: Bourgeois Domesticity and the Demand of Toy in Nineteenth-Century Germany,” pp. 858-859

²⁶⁴ W. Scott Haine, *The World of the Paris Cafe : Sociability among the French Working Class*, (Baltimore: The John Hopkins University Press, 1996), p. 17

พุ่มเฟือยโดยไม่ต้องผลิตอะไร²⁶⁵ วิถีชีวิตแบบชนชั้นต่ำและสถานที่ต่ำๆ ตามสถานที่ต่างๆ จึงถูกโจมตีว่าจะทำลายระเบียบอันดีงามของสังคม ระเบียบในศตวรรษที่สิบเก้านี้ไม่ใช่ระเบียบของพวกอภิสถิชนอีกต่อไปแต่เป็นระเบียบของชนชั้นกลางหรือกระฎุมพี เพราะชนชั้นพ่อค้าวาณิชได้ครองอำนาจอย่างเต็มที่ ในขณะที่อำนาจของพวกอภิสถิชนเสื่อมสลายลงไป

ชัยชนะของพวกกระฎุมพีแสดงออกมาให้เห็นได้จากการวิถีชีวิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดห้องและข้าวของเครื่องใช้ที่อยู่ในห้อง เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ที่เคยมีหน้าที่หลากหลาย เช่น โต๊ะก็มีลักษณะที่เฉพาะเจาะจง (functional specialization) มากขึ้นอันเป็นสิ่งที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนอย่างน้อยๆ ที่สุดก็ตั้งแต่สมัยฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance) เช่น โต๊ะเขียนหนังสือและชั้นหนังสืออันเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น แต่กลับเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นสำหรับชาวนา สำหรับโต๊ะเขียนหนังสือ อย่างเช่น ในกรุงมาดริดประเทศสเปนนั้นก็มีราคาแพงมาก เพราะเป็นโต๊ะที่ประดับประดา มีลวดลายต่างๆ มากมาย ห้องก็มีลักษณะที่แยกกันเพื่อให้เกิดความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีห้องไว้สำหรับรับผู้มาเยือน ห้องรับแขก ห้องนั่งเล่น ตลอดจนห้องนอนของลูกๆ แสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะมากขึ้น แม้ประเทศสเปนที่มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่ช้ากว่าอังกฤษ ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกาเองก็ตาม แนวโน้มของการทำให้สิ่งของภายในบ้านทำหน้าที่เฉพาะมากขึ้น (specialization) เป็นสิ่งที่ขยายตัวมาตั้งแต่ปลายศตวรรษที่สิบแปดมาจนถึงทศวรรษที่ 1880 ด้วยการที่มีหน้าที่เฉพาะของข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ มากขึ้นก็ยิ่งทำให้ข้าวของเครื่องใช้ภายในบ้านมีจำนวนมากขึ้นไปตามลำดับ นอกจากนั้นยังมีข้าวของเครื่องใช้ที่มีราคาแพงและถือได้ว่าเป็นการลงทุน เช่น การซื้อเฟอร์นิเจอร์หรูหราที่ทำด้วยไม้มาฮอกกานี ไม้สีดาชนิดต่าง และไม้โรสวู้ดอันเป็นไม้ที่มาจากแถบเส้นศูนย์สูตร เป็นต้น²⁶⁶

ถึงแม้ว่าวัฒนธรรมข้าวของเครื่องใช้ของพวกกระฎุมพีและชนชั้นกลางสเปนจะไม่ได้ขยายตัวลงไปสู่ชนชั้นต่ำ เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจไม่ได้มีมากมายแบบประเทศยุโรปตะวันตกอื่นๆ แต่พวกชนชั้นกลางสเปนที่มีฐานะเองก็รับเอาวิถีชีวิตและการใช้ข้าวของสินค้าต่างๆ ในลักษณะแบบเดียวกันจากประเทศอังกฤษและฝรั่งเศสไป วิถีชีวิตและบ้านแบบใหม่ๆ เริ่มขยายตัวอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ 1840 คนมีฐานะเริ่มย้ายออกไปอยู่นอกเมือง เรื่องที่มีความสำคัญมากสำหรับวิถีชีวิตแบบใหม่ของพวกที่เริ่มก้าวเข้ามาเป็นชนชั้นกลางก็คือ ความ

²⁶⁵ W. Scott Haine, *The World of the Paris Cafe : Sociability among the French Working Class*, pp. 35-36

²⁶⁶ Jesus Cruz, "Building Liberal Identities in 19th Century Madrid: The Role of Middle Class Material Culture", *The Americas*, Vol. 60, No. 3 (January, 2004), pp. 398-399

สะอาดที่ยังเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับสุขอนามัย ตลอดจนการจัดระเบียบภายในบ้าน การตกแต่งภายในบ้านแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดในเรื่องของความเป็นส่วนตัวซึ่งไม่ต้องการให้คนแปลกหน้าหรือผู้มาเยือนเข้ามาเยี่ยมชม แนวความคิดเรื่องการจัดห้องบางให้เป็นห้องที่มีความเป็นส่วนตัวนั้นเป็นรูปแบบของการจัดห้องต่างๆ ในบ้านของศตวรรษที่สิบแปด ดังที่ปรากฏอยู่ในความคิดของสถาปนิกและนักออกแบบชาวฝรั่งเศส Jean-Jacques Francois Blondel²⁶⁷ โดยห้องแต่ละห้องก็มีลักษณะของความเป็นปัจเจกชน (individualization) มากขึ้น โดยในแต่ละห้องก็จะบ่งบอกถึงความแตกต่างทางเพศระหว่างหญิงชาย ห้องทำงานผู้ชาย ห้องแต่งตัวผู้หญิงซึ่งก็จะต้องมีเสื้อผ้าที่ต้องการตู้ไว้ใส่เสื้อผ้า กระดาษที่มีกรอบสีทอง เป็นต้น แต่สิ่งหนึ่งที่จะไม่มีในห้องของผู้หญิงก็คือ ไม่มีหนังสือ ไม่มีโต๊ะเขียนหนังสือ และไม่มีนาฬิกา²⁶⁸

บ้านเป็นเรื่องของรายละเอียดที่เพิ่มมากขึ้นด้วยลักษณะของสรรพสิ่งต่างๆ ที่แต่ละชั้นมีหน้าที่พิเศษ เมื่อมีรายละเอียดและความซับซ้อนที่เพิ่มมากขึ้นสาขาวิชาอย่างเศรษฐศาสตร์ (Home Economics) ก็กลายเป็นวิชาที่มีความสำคัญในการจัดระเบียบบ้าน นอกเหนือไปจากการตกแต่งภายในและสถาปัตยกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการจัดและสร้างบ้าน ข้าวของเครื่องใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เริ่มออกสู่ตลาดมากขึ้นก็สร้างปัญหาให้กับผู้หญิง ถึงแม้ว่าการซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ มาใช้ก็ถือว่าเป็นการประหยัดทั้งเงินและเวลา สำหรับผู้หญิงแล้วอุปกรณ์ต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ผู้หญิงมีเวลารว่างมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันผู้หญิงก็ประสบปัญหากับการจะใช้เครื่องมืออุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ การให้การศึกษาแก่ผู้หญิงในเรื่องของการใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างเหล่านี้จึงเป็นสิ่งจำเป็น จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1929 คณะเศรษฐศาสตร์จึงต้องเปิดพื้นที่ในการสอนเรื่อง “วัสดุอุปกรณ์ศึกษา” (equipment studies) โดยมีการยกระดับให้กลายเป็นสาขาวิชา (department)²⁶⁹

ส่วนวิชาโภชนาการและอาหาร (nutrition science) ก็เปลี่ยนแปลงสายสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับอาหารและการทำอาหาร ตลอดจนถึงอาหารในตลาดและตลาดของอาหาร หนังสือตำราสิ่งตีพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องบ้านขยายตัวอย่างมากมาย วิชาการสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบ้านและครอบครัวกลายเป็นสิ่งตีพิมพ์ที่ขายดิบขายดี การบริโภคหนังสือในหลากหลายแง่มุมของบ้านกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกระฎุมพีที่ผ่านกระบวนการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือที่เกี่ยวกับ

²⁶⁷ Witold Rybczynski, *Home: A Short History of an Idea*, p. 90

²⁶⁸ Jesus Cruz, “Building Liberal Identities in 19th Century Madrid: The Role of Middle Class Material Culture”, pp. 408-409

²⁶⁹ Amy Sue Bix, “Equipped for Life: Gendered Technical Training and Consumerism in Home Economics, 1920-1980”, *Technology & Culture*, Vol. 43, No. 4 (October, 2002), p.

เด็กๆ เพราะภายใต้อุดมการณ์ของกรรมพีและรัฐประชาชาติจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญแก่เด็ก โดยเปลี่ยนแปลงให้เด็กๆ กลายเป็นพวกที่ไร้เดียงสาและพร้อมที่จะตกเป็นเหยื่อของสิ่งชั่วร้ายทั้งหลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งของการบริโภคที่ชั่วร้ายต่างๆ จนกระทั่งในศตวรรษที่ยี่สิบการควบคุมการบริโภคสิ่งชั่วร้ายทั้งหลายของเด็กจึงเป็นกฎหมายบังคับใช้ในปี ค.ศ. 1908 เป็นต้น²⁷⁰

เมื่อมีการผลิตแบบของเล่นเด็กใหญ่ๆ เกิดขึ้นและของเล่นเด็กเองก็อยู่ในฐานะกลไกสำคัญในการควบคุมเด็กๆ พร้อมกันกับเพื่อเพิ่มจินตนาการอันเป็นความรู้ที่นักจิตวิทยาทั้งหลายนำมาเผยแพร่ในหนังสือต่างๆ แล้วก็ทำให้ของเล่นเด็กๆ มีความสำคัญต่อเด็กๆ มากขึ้น ลูกดิง (yo-yo) อันเป็นของเล่นที่ค้นพบจากหลุมฝังศพอียิปต์โบราณก็ได้กลายเป็นของเล่นชิ้นแรกๆ ที่ผลิตแบบใหญ่ๆ โดยได้ออกสู่ตลาดในทศวรรษที่ 1920 ส่วนเด็กๆ ผู้หญิงที่ไม่ได้เรียนรู้เรื่องราวต่างๆ โดยผ่านหนังสือในบ้านแบบเดิมๆ ก็ใช้ของเล่นเป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และสร้างจินตนาการ จบจนกระทั่งในทศวรรษที่ 1930 ของเล่นเด็กๆ ก็ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียนระดับเด็กเล็กๆ ในประเทศอังกฤษ²⁷¹ ของเล่นกับการสร้างสรรค์และจินตนาการถือได้ว่าเป็นพื้นฐานในการเสริมสร้างความรู้นั้นได้เชื่อมต่อการศึกษาและโรงเรียนเข้ากับบริบทผลิตของเล่น ในขณะเดียวกันของเล่นก็ขยายตัวออกไปพร้อมกับโครงสร้างการศึกษาที่ขยายฐานของการอ่านออกเขียนออกไป

หนังสืออันเป็นโลกเฉพาะสำหรับคนที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้นก็เป็นสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ส่วนบุคคล บรรดาแม่บ้านทั้งหลายก็ต้องฝึกฝนตนเองให้มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องบ้านในทุกแง่มุมด้วยการอ่านหนังสือ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเรียนรู้การฉลาดซื้อฉลาดใช้ ไปจนถึงการมีสุนทรียะในการจัดการกล่องสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ให้กลายเป็น “บ้าน ” โดยผ่านความรู้ที่ผ่านหนังสือที่เขียนโดยบรรดานักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ ทั้งหมด หนังสือจึงเป็นแขนงสำคัญอันหนึ่งในการขยายอำนาจของการบริโภค ในเวลาเดียวกันหนังสือที่ตั้งอยู่บนชั้นหนังสือปราศจากของจับต้องก็กลับแสดงให้เห็นถึงสถานะของผู้เป็นเจ้าของ หนังสือในบ้านจึงไม่ได้มีไว้อ่าน แต่หนังสือในบ้านก็มีไว้สำหรับเพื่อแสดงตัวตนของผู้เป็นเจ้าของ เมื่อหนังสืออยู่ในบ้านจึงมีไว้เพื่อมองหนังสือจึงทำหน้าที่ไม่แตกต่างไปจากสินค้าอื่นๆ ที่มีไว้แสดงสถานะของผู้บริโภค²⁷²

²⁷⁰ Matthew Hilton, “The Legacy of Luxury: Moralities of Consumption since the 18th Century”, *Journal of Consumer Culture*, Vol. 4, No. 1 (March, 2004), p. 108

²⁷¹ Stephen Kline, “Toys, Socialization, and the Commodification of Play”, pp. 344-345

²⁷² Megan Benton, “ ‘Too Many Books: Book Ownership and Cultural Identity in the 1920s’”, *American Quarterly*, Vol. 49, No. 2 (June, 1997), pp. 268-297

ครั้นเมื่อพื้นที่ของบ้านในวิถีชีวิตของกระฎุมพีเป็นอาณาเขตของผู้หญิงแล้ว ความรู้ในเรื่องของการจัดการครัวเรือนย่อมกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ในส่วนของอาหารนั้นการเป็นแม่ก็จำเป็นที่จะต้องมีความรู้ด้านโภชนาการเพื่อปรุงอาหารให้มวลสมาชิกในครอบครัวได้กินอาหารอย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการสมัยใหม่ ทั้งนี้วิชาโภชนาการเป็นวิชาที่สำคัญต่อทั้งผู้บริโภคและอุตสาหกรรมอาหาร สำหรับอุตสาหกรรมอาหารเองก็เป็นน้องใหม่ของวงการอุตสาหกรรมในศตวรรษที่สิบเก้า ตัวอย่างเช่นประเทศสวีเดนและแลนด์อุตสาหกรรมอาหารเริ่มต้นในครึ่งหลังของศตวรรษที่สิบเก้าและเริ่มพัฒนามาใช้เครื่องจักรในทศวรรษที่ 1870²⁷³ อาหารกับวิทยาศาสตร์เป็นวิถีที่ไม่สามารถแยกออกจากกันไปได้ วิทยาศาสตร์ได้เข้ามาทำหน้าที่แทนศาสนาในการควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ที่ศาสนาและรัฐไม่ยอมรับ เช่น การยืนยันถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดื่มแอลกอฮอล์ ศาสตร์แห่งโภชนาการได้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิถีทางในการบริโภค ตัวอย่างเช่น ในศตวรรษที่สิบเก้าการให้เลี้ยงทารกด้วย Pap ในประเทศเนเธอร์แลนด์แทนที่จะเป็นนมแม่ ทั้งนี้แม่จะให้นมแก่ทารกเพียงแค่สองอาทิตย์ หลังจากนั้นก็สลับให้ทารกกินแพ็บ (pap) กับนมแม่ แพ็บคือน้ำผสมกับน้ำตาลและแป้งที่ทำจากธัญญาหารหลากหลายชนิด โดยผู้หญิงในศตวรรษที่สิบเก้าเชื่อว่านมแม่ไม่มีคุณค่าทางอาหารมากพอสำหรับเด็กทารก ด้วยความเชื่อเหล่านี้ก็ทำให้แม่ต้องซื้ออาหารเสริมมาสำหรับเด็กทารก ด้วยความเชื่อเรื่องนมแม่มีคุณค่าทางอาหารต่ำก็ทำให้อาหารเด็กถูกผลิตออกมาขายมากมาย รวมไปถึงการให้นมแก่ทารกจากนมผงนมขวด²⁷⁴ การให้นมเด็กทารกด้วยนมผงจึงกลายเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ยกเว้นแต่คนยากจนที่ไม่มีเงินซื้อนมผง

ในปี ค.ศ. 1868 ผลงานด้านโภชนาการโดย J. F. Schneeberger ได้ตีพิมพ์ผลงานที่โดดเด่นถึงขั้นได้รับรางวัล เรื่องพฤติกรรมในการกินอาหารและการดื่มของชนชั้นต่ำ ผลงานการศึกษาของเขายืนยันว่า ปัญหาแอลกอฮอล์เกิดขึ้นจากความยากจน ด้วยความยากจนทำให้การกินและการใช้ชีวิตดำเนินไปอย่างไม่ถูกต้อง สำหรับ Schneeberger แล้วไม่ว่าจะเพิ่มค่าแรงให้กับชนชั้น

²⁷³ Martin R. Schärer, "Analysis of Nutritional Status, The Food Industry and Product Innovation in the Late Nineteenth Century, with Reference to Prefabricated Pulse Power" in *Food Technology, Science and Marketing: European Diet in the Twentieth Century*, (East Lothian: Tuckwell Press, 1995), p. 25

²⁷⁴ Annemarie de Knecht-van Eekelen, "The Best Substitute for Mother's Milk: Proprietary Preparations between the Rise of Paediatrics and the Science of Nutrition in the Netherlands during the Twentieth Century", in *Food Technology, Science and Marketing: European Diet in the Twentieth Century*, edited by Adel P. den Hartog (East Lothian: Tuckwell Press, 1995), pp. 36-37

ต่ำขนาดไหนก็ไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหาของชนชั้นต่ำได้ หนทางในการแก้ไขก็คือ การที่ชนชั้นต่ำต้องหัดช่วยเหลือตัวเอง เพราะการช่วยเหลือตัวเองนี้จะเป็นการฝึกฝนเด็กๆ ของชนชั้นต่ำด้วย ส่วนนายแพทย์ Fridolin Schuler ได้ทำการศึกษาวิถีชีวิตของคนงานในโรงงานโดยเฉพาะในส่วนของโภชนาการ ในปี ค.ศ 1882 เขาได้บรรยายไว้ว่า อาหารที่คนงานโรงงานกินจะต้องมีลักษณะที่แตกต่างไปจากชาวนา อาหารของกรรมกรนั้นจะต้องย่อยได้ง่ายกว่าและจำเป็นจะต้องกินโปรตีนจากเนื้อสัตว์ กรรมกรควรจะกินขนมปังดีๆ มากกว่าที่จะกินมันและผัก สำหรับ Schuler ปัญหาของกรรมกรในเรื่องการกินอาหารไม่ได้มาจากการมีรายได้ต่ำ เขาเชื่อว่าปัญหาก็คือ เวลาที่เร่งรีบ กรรมกรจึงไม่มีเวลาที่จะกินอาหารจนทำให้กรรมกรต้องกินอาหารกินเล่นหรืออาหารว่าง (snack) แทน ในความเห็นของเขาแล้วกรรมกรส่วนใหญ่หันหน้าไปพึ่งร้านเหล้าก็เพราะเมื่อบ้านซื้อกับข้าวก็ไม่ใช่ ทำอาหารก็ไม่ใช่ สิ่งที่ผู้หญิงชนชั้นต่ำรู้เรื่องการทำอาหารก็เป็นเพียงอาหารเก่าๆ แบบที่เหมาะสมกับคนที่ทำงานในท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นอาหารที่กินแล้วไม่เหมาะสมหรือไม่ย่อยสำหรับกรรมกรโรงงาน²⁷⁵

ในปลายศตวรรษที่สิบเก้าแนวความคิดทางโภชนาการก็ทำให้ความแตกต่างของการกินระหว่างชนชั้นหมดไป การกินอาหารที่ถูกต้องจะนำมาซึ่งสุขภาพที่ดีมากกว่าที่จะเป็นอาหารที่หยาบหรือแม้กระทั่งรสชาติดี แต่ในขณะเดียวกันสำนักของการกินอาหารที่ถูกต้องเพื่อมีสุขภาพที่ดีก็เจริญเติบโตมาพร้อมกับการขายตัวของการผลิตอาหารในแบบที่ละมากๆ (mass production) ปริมาณการผลิตอาหารที่เพิ่มมากขึ้นพอจะรับประกันได้ว่าอาหารน่าจะถึงปากผู้คนและสามารถทำให้ลดปัญหาความอดอยากไปได้ ปัญหาของการมีอาหารกินและมีโอกาสได้ซื้ออาหารเป็นประเด็นสำคัญมากนับตั้งแต่สังคมก่อนหน้าศตวรรษที่สิบเก้าหรือสังคมเสรีประชาธิปไตยแล้ว ความต้องการที่จะกินเนื้อสัตว์แต่ไม่ได้มีโอกาสกินได้สร้างปัญหาทางการเมืองตลอดศตวรรษที่สิบแปดและสิบเก้า เพราะการกินเนื้อแดงอันเป็นวิถีคิดเกี่ยวกับการกินอาหารแบบใหม่นั้นเป็นดัชนีบ่งบอกความแตกต่างทางชนชั้น นับตั้งแต่ศตวรรษที่สิบแปดแล้วในประเทศฝรั่งเศสการกินเนื้อบ่งบอกถึงความเป็นกรรมสิทธิ์²⁷⁶ อย่างไรก็ตามการทำให้ทุกคนได้มีแค่กินก็ลดความยุ่งยากทางการเมืองลงไปได้มาก ในขณะเดียวกันอาหารดีมีคุณภาพก็ทำให้มีสุขภาพที่ดี

²⁷⁵ Martin R. Schärer, "Analysis of Nutritional Status, The Food Industry and Product Innovation in the Late Nineteenth Century, with Reference to Prefabricated Pulse Power", pp. 22-24

²⁷⁶ Roger Horowitz, Jeffrey M. Pilcher, and Sydney Watts, "Meat for the Multitudes: Market Culture in Paris, New York City, and Mexico City over the Long Nineteenth Century", *American Historical Review*, Vol. 109, No. 4 (October, 2004), p.1065

ดังนั้นกฎหมายควบคุมอาหารจึงแพร่สะพัดไปตามประเทศต่างๆ เช่น ฝรั่งเศสปี ค.ศ. 1905 สหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1906 โดยก่อนหน้านี้อังกฤษก็ต้องแก้ไขกฎหมายควบคุมอาหารและยาในปี ค.ศ. 1899 เป็นต้น ส่วนกระบวนการควบคุมอาหารให้ถูกสุขอนามัยเป็นสิ่งที่มาตลอดศตวรรษที่สิบเก้า เพราะอาหารเป็นตัวสร้างปัญหาและก่อให้เกิดโรคระบาดได้ เช่น นมในฐานะอาหารที่มีการดัดแปลงแปรรูปมากที่สุดก็เป็นอาหารที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงและเป็นปัญหามากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัณโรค²⁷⁷

กระบวนการที่สำคัญนอกเหนือไปจากการถกเถียงในเรื่องคุณภาพอาหารก็คือ ความต้องการที่จะกินอาหารที่มีราคาถูก ส่วนอีกประเด็นหนึ่งก็คือ การได้กินอาหารที่บริสุทธิ์ไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือใส่อะไรลงทดแทน ทั้งนี้ปัญหาที่ตามมาจากการกินอาหารที่ไร้คุณภาพก็คือ ปัญหาเรื่องโรคระบาด ปัญหาสุขภาพ เป็นต้น ส่วนผลที่เกิดขึ้นราคาอาหารที่แพงขึ้นมากๆ ก็ทำให้ผู้คนประท้วงและก็สร้างความเป็นป่วนทางการเมือง ในต้นศตวรรษที่ยี่สิบรากฐานความคิดเรื่องความเลวร้ายของการค้ายังไม่ได้หายไปไหน ผู้คนจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งพวกสังคมนิยมก็ยังคงเห็นว่า ระบบทุนนิยม ระบบการค้า ทำลาย “เนย” หรือผลิตภัณฑ์จากนมทั้งหลาย นอกจากนั้นอาหารจำนวนมากมีส่วนผสมของวัสดุหรือสารที่ไม่ถูกต้องและเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ปัญหาของการใส่สารกันบูด การใส่สีลงไปในอาหาร ในขณะที่ฝ่ายผู้ผลิตเองแก้ตัวว่า การใส่สีให้อาหารเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ เพราะสีดูสวยงามน่ากิน²⁷⁸ เป็นต้น ด้วยความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และโภชนาการทำให้การเก็บรักษาอาหารในรูปแบบต่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องเริ่มเป็นที่ยอมรับกันตั้งแต่ทศวรรษที่ 1810 โดยกองทัพเรืออังกฤษยอมรับคุณภาพของอาหารกระป๋อง²⁷⁹ เป็นต้น

ขบวนการต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งอาหารคุณภาพนั้นเป็นปฏิบัติการต่อการดัดแปลงแปรรูปอาหารเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ในปี ค.ศ. 1910 การต่อสู้นำไปสู่การจัดงาน International Pure Food Exhibition ในประเทศอังกฤษ การต่อสู้เพื่ออาหาร “บริสุทธิ์” ปรากฏออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น Co-Operative Movement ในประเทศอังกฤษ ฯลฯ แต่ความต้องการในการจัดการ

²⁷⁷ Michael French & Jim Phillips, “Sophisticates or Dupe? Attitudes toward Food Consumers in Edwardian Britain”, *Enterprise & Society*, Vol. 4 No. 3 (September, 2003), pp. 446-447

²⁷⁸ Michael French & Jim Phillips, “Sophisticates or Dupe? Attitudes toward Food Consumers in Edwardian Britain”, p. 464

²⁷⁹ Sue Shephard, *Pickled, Potted and Canned: The Story of Food Preserving*, (London: Headline Book, 2000), pp. 237-238

ควบคุมและทำอาหารสะอาดบริสุทธิ์ไม่ได้เป็นความคิดที่ปรากฏอยู่ในหมู่พวกสังคมนิยมและฝ่ายสหกรณ์เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงกลุ่มอื่นๆ ที่เห็นความสำคัญของการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ²⁸⁰ ขบวนการต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งอาหารที่มีคุณภาพนั้นก็มีผู้หญิงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ เพราะพื้นที่ภายในบ้านและการทำอาหารของพวกชนชั้นกลางนั้นเป็นหน้าที่ของผู้หญิง แต่ด้วยการเจริญเติบโตของการค้าและวิทยาศาสตร์ทำให้อาหารการกินไม่ได้อยู่ในครัวอีกต่อไป แต่อยู่ในโรงงาน²⁸¹ การบริโภคที่ผลักดันให้ผู้หญิงออกไปจากอาณาเขตทางการเมืองจึงนำเอาผู้หญิงกลับเข้ามาสู่พื้นที่ทางการเมืองใหม่

การเมืองเสรีประชาธิปไตยของ “การนิยมบริโภค” เพื่อบริโภคนิยม

การขยายตัวของอำนาจรัฐที่กำลังเคลื่อนไปสู่การเป็นรัฐประชาชาติในศตวรรษที่สิบเก้าที่ถึงแม้ว่าจะมีเสรีภาพทางการเมืองมากขึ้น แต่รัฐประชาชาติกลับเข้ามาแทรกแซงชีวิตประจำวันต่างๆ ของผู้คนมากขึ้น ปัญหาที่ตามมาคือยิ่งรัฐแทรกแซงหรือทำให้เรื่องราวต่างๆ ในชีวิตประจำวันเกี่ยวข้องกับเรื่องการเมืองมากขึ้นเท่าใด รัฐเองก็ยิ่งต้องแบกรับภาระในการแก้ไขจัดการปัญหาต่างๆ มากขึ้นเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาเรื่องการกิน เพียงแต่ว่าไม่ใช่เพียงแค่ว่าจะมีให้กินเท่านั้น แต่เป็นปัญหาว่าจะกินอย่างไรและกินแบบไหนด้วย การกินอย่างไรและกินแบบไหนจะจะทำให้การกินเป็นเรื่องอะไรที่มากกว่าการตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่จำเป็น Edward Bellamy ได้เขียนงานเรื่อง *Looking Backward* ไว้ในปี ค.ศ. 1888 โดยเขาพยายามที่จะให้ความหมายเกี่ยวกับการบริโภคใหม่ โดยพยายามทำให้การบริโภคเชื่อมต่อกับโดยตรงกับการเมืองและเรื่องความเป็นพลเมือง สำหรับเขาแล้วความมั่งคั่งของประเทศไม่ได้อยู่ที่การผลิต แต่อยู่ที่สิทธิในการบริโภค การบริโภคเป็นสิทธิประชา (civic right) ความคิดแบบนี้นับได้ว่าเป็นการปฏิวัติทางความคิดที่สำคัญ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นกรอบความคิดแบบใด ไม่ว่าจะเป็นสังคมนิยม เสรีนิยม ประชานิยม ฯลฯ ทั้งหมดต่างก็ล้วนแล้วแต่ใช้การผลิตเป็นฐานแทบทั้งสิ้น แต่ถึงกระนั้นก็ดีความเป็นพลเมืองที่ต้องบริโภคก็ยังคงเป็นผู้ขายอยู่ดี²⁸²

²⁸⁰ Michael French & Jim Philips, “Sophisticates or Dupe? Attitudes toward Food Consumers in Edwardian Britain”, pp. 449-455

²⁸¹ Michael French & Jim Philips, “Sophisticates or Dupe? Attitudes toward Food Consumers in Edwardian Britain”, p. 461

²⁸² Kathleen G. Donohue, “What Gender is the Consumer?: The Role of Gender Connotations in Defining the Political”, *Journal of American Studies*, Vol. 33, No.1 (1999), p. 23

ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่งเป็นต้นมาเครื่องอุปโภคบริโภคก็ค่อยๆ มีราคาถูกลง ส่วน ช็อคโกแลต น้ำตาล ชา กาแฟ ไม่ใช่ของหรูหราฟุ่มเฟือย ตามจริงของ “เสพติด” เหล่านี้ก็ไม่ใช่ของหรูหราฟุ่มเฟือยมาตั้งแต่ศตวรรษที่สิบเก้าแล้ว สำหรับชนชั้นผู้ใช้แรงงานรายจ่ายสำหรับอาหารก็ลดลง กรรมกรในฝรั่งเศสและเยอรมนีใช้เงินกับการซื้อขนมปังน้อยลง แต่ไปใช้เงินซื้อเนย ไข่ ปลา และผลไม้มากขึ้น ด้วยการขนส่งที่ดีขึ้นก็ทำให้อาหารมีความสดมากขึ้น ราคาถูกลง เมื่ออาหารราคาถูกลงก็ทำให้ชนชั้นกรรมาชีพสามารถที่จะนำเงินไปใช้ในการบริโภคสิ่งอื่นๆ ได้ เช่น บ้าน เสื้อผ้า เป็นต้น²⁸³ ครั้นเมื่อกินอิ่มในแบบที่ต้องการแล้ว ชีวิตในปลายศตวรรษที่สิบเก้าและยี่สิบก็ “จำเป็น” ที่จะต้องมีเวลาพักผ่อนมีมากขึ้น เป็นต้น

สำหรับในสหรัฐอเมริกาที่ถือกันว่าเป็นแดนสวรรค์ของการบริโภคนั้นเวลาของการทำงานต่ออาทิตย์น้อยลงไปนับเป็นสิบชั่วโมง ในระหว่างปี ค.ศ. 1900-1926 ลดลงไปเหลือ 50.6 ชั่วโมงต่ออาทิตย์ ส่วนปริมาณของคนทำงานในเมืองและภาคบริการมีมากขึ้น ในขณะที่ภาคการเกษตรน้อยลง เช่น สหรัฐอเมริกาจาก 53% ในปี ค.ศ. 1870 มาเหลือแค่ 37.5% ในปี ค.ศ. 1900 และเหลือ 21.4% ในปี ค.ศ. 1930 จำนวนคนทำงานนั่งโต๊ะในบริษัทที่ไม่ได้เป็นกรรมกรหรือผู้ใช้แรงงานแบบเดิมมีมากขึ้น จาก 17.6% ในปี ค.ศ. 1900 มาเป็น 29.4% ในปี ค.ศ. 1930 ในส่วนของรายได้ก็สูงมากขึ้น ถึงแม้ว่าค่าจ้างแรงงานในสหรัฐอเมริกาก็ไม่ได้สูง แต่แรงงานมีฝีมือก็ไม่ได้มีรายได้แตกต่างไปจากเสมียนคนทำงานนั่งโต๊ะระดับสูงๆ แต่อย่างใด พร้อมๆ กันกับราคาสินค้าที่ถูกลงด้วยการผลิตด้วยเครื่องจักรและปริมาณที่มากขึ้นและค่าขนส่งที่ถูกลง ก็ทำให้อำนาจการซื้อของผู้คนมีมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นบ้าน รถยนต์ หรือสินค้าฟุ่มเฟือยอื่นๆ²⁸⁴

การที่สินค้าเพิ่มขึ้นก็ไม่ได้ทำให้คนซื้อมีอำนาจมากเท่ากับผู้ผลิตหรือคนขาย ดังนั้น “สงคราม” ระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตจึงเริ่มขึ้น ในต้นศตวรรษที่ยี่สิบการต่อสู้ไม่ได้จำกัดแค่ระหว่างผู้ผลิตหรือบริษัทขนาดใหญ่กับผู้บริโภคเท่านั้น การต่อสู้ยังครอบคลุมไปถึงประเด็นเรื่องกฎหมายแรงงาน ค่าจ้าง สภาพภาพแรงงาน การพิทักษ์ผู้ใช้แรงงานที่ไร้ฝีมือ ไม่ว่าคนเหล่านั้นจะเป็นเด็ก สตรี สันนิบาตผู้บริโภคแห่งชาติ (National Consumers' League) ของสหรัฐอเมริกาเองเป็นตัวอย่างที่ดีในการต่อสู้ สำหรับสันนิบาตผู้บริโภคแห่งชาติก็ยังพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตในแง่มุมของศีลธรรมด้วย การต่อสู้ไม่ใช่มีแต่เรื่องธุรกิจเท่านั้น ศีลธรรมเองก็เป็น

²⁸³ Judith G. Coffin, “A ‘Standard’ of Living? European Perspectives on Class and Consumption in the Early Twentieth Century”, *International Labor and Working-Class History*, Vol. 55, (Spring, 1999), p. 17

²⁸⁴ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, pp. 18-19

จุดสำคัญในการต่อสู้ ประเด็นที่กลุ่มผู้บริโภคเป็นห่วงก็คือ ความสะอาดและสุขอนามัย เสื้อผ้าที่นำมาตัดเย็บมีความสะอาดพอหรือไม่ ติดเชื้อโรคภัยมาด้วยหรือไม่ นอกเหนือไปจากนี้สิ่งที่สำคัญที่ขาดไปไม่ได้ก็คือ ตัวเลือก (choice) ที่เกิดขึ้นด้วยการมีความรู้ที่จะทำให้เลือกได้ ตัวเลือกเป็นเงื่อนไขสำคัญของการบริโภคในสังคมเสรีประชาธิปไตย การรณรงค์ขององค์กรต่อสู้เพื่อการบริโภคจึงเน้นความสำคัญของการมีตัวเลือก โดยการต่อสู้ก็จำเป็นที่จะต้องให้ความรู้แก่ผู้บริโภคถึงคุณภาพของสินค้า ความเลวร้ายของบริษัทต่างๆ เช่น ใช้แรงงานเด็ก เป็นต้น ดังนั้นในแง่ของศีลธรรมทั้งนายจ้างและผู้ซื้อต่างก็ต้องมีส่วนรับผิดชอบต่อการกระทำของตน²⁸⁵ เพราะทั้งหมดเป็นสิ่งที่ตัวเองเป็นผู้เลือก สำหรับในส่วนของกรรมาธิการผู้บริโภคผู้เลือกก็คือ ผู้หญิง

สำหรับองค์กรเพื่อผู้บริโภคเหล่านี้ก็มีผู้หญิงเป็นผู้นำ องค์กรต่อสู้พิทักษ์ผลประโยชน์เหล่านี้ก็เหมือนกับองค์กรในการต่อสู้อื่นๆ อีกหลายๆ อันของสหรัฐอเมริกาในตอนปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบนั้นถือได้ว่าเป็น “องค์กรผู้หญิง” ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าผู้หญิงชนชั้นกลางในศตวรรษที่สิบเก้าและยี่สิบจำนวนมากคือ ผู้บริโภค ในขณะเดียวกันผู้บริโภคก็คือ ผู้หญิง องค์กรการต่อสู้เพื่อปกป้องผู้บริโภคจึงหลีกเลี่ยงที่จะเป็นผู้หญิงไปได้ยาก ขบวนการต่อสู้เหล่านี้เชื่อมโยงกับขบวนการแรงงาน ด้วยเงื่อนไขแบบนี้ทำให้การบริโภคร่วมกับการเมืองและตลาดจนสภาพแรงงานเป็นสิ่งที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกัน ทั้งขบวนการแรงงานของกรรมกรและผู้หญิงย่อมทำให้ภาพลักษณ์ที่น่ากลัวทวีความรุนแรงมากขึ้น เพราะไม่ว่ามันจะเป็นอันตรายจากฐานสังคมนิยมที่ผูกอยู่กับการต่อสู้ด้านแรงงาน หรือ “สาวนักช้อป” เองก็เป็นอันตรายในสายตาของผู้ชายชนชั้นนำมาตั้งแต่ศตวรรษที่สิบเก้าแล้ว (เป็นอย่างน้อย) นอกจากนั้น “สาวนักช้อป” หรือ “หญิงผู้บริโภค”ทั้งหลายก็ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เรื่องของชนชั้นสูงและชนชั้นกลาง แต่ยังเป็นเรื่องของชนชั้นผู้ใช้แรงงานและชนชั้นต่ำด้วยที่สำนึกของคุณธรรมที่มีความเป็นสาธารณะ (civic virtue) และผลประโยชน์ส่วนตัวกลายเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้²⁸⁶ การแบ่งอาณาเขตสาธารณะและส่วนตัวแบบเสรีนิยมไม่มีความชัดเจน การต่อสู้เพื่อการบริโภคที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่เรื่อง “วัตถุ” จึงเท่ากับเป็นเปิดทางให้กับบทบาทของผู้หญิงในทางการเมืองก่อนหน้านี้ที่ผู้หญิงจะมีสิทธิในการเมืองโดยผ่านการ

²⁸⁵ Kathryn Kish Sklar, “The Consumers’ White Label Campaign of the National Consumers’ League, 1898-1918, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judt, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), pp. 27-28

²⁸⁶ Sheryl Kroen, “Historiographical Reviews: A Political History of Consumer”, *Historical Journal*, Vol. 47, No. 3, (2004), p. 721

เลือกตั้งกว่าสองทศวรรษ การบริโภคจึงไม่ได้มีความหมายในแง่ของการบริโภคของหรูหราฟุ่มเฟือย แต่การเมืองของการบริโภคเปรียบประหนึ่ง “ลัทธิทางการเมือง” ที่มีความสำคัญ เพราะพยายามที่จะทำให้ผู้คนในประเทศได้กินได้ใช้สินค้าต่างๆ ที่มี “ความจำเป็น”

องค์กรที่ต่อสู้เพื่อการบริโภคขยายตัวไปตามที่ต่างๆ เพื่อจัดการพิทักษ์แก้ไขปัญหาของผู้หญิง เด็ก ตลอดจนคุณภาพของสินค้าเพื่อการบริโภค การต่อสู้ของขบวนการผู้บริโภคทำให้ผู้คน ตลอดจนนักเศรษฐศาสตร์เห็นพลังของการบริโภคและผู้บริโภค²⁸⁷ การเปลี่ยนแปลงความคิดทางวิชาการทำให้การบริโภคสามารถจะสถาปนาตำแหน่งในทางความคิดที่เป็นสถาบันได้มากขึ้น เช่น วิชาเศรษฐศาสตร์ ไม่เพียงแต่เท่านั้นกรอบความคิดในทางเศรษฐศาสตร์ในต้นศตวรรษที่ยี่สิบเองก็เชื่อมโยงการบริโภคเข้ากับรัฐประชาชาติ เพราะนักเศรษฐศาสตร์อย่าง Alfred Marshall เองก็เห็นว่า ร่างกายที่เป็นกลไกสำคัญในการบริโภคเองก็เป็นส่วนหนึ่งของรัฐประชาชาติ ดังนั้นผู้คนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดูแลไม่ให้เจ็บป่วย เมื่อใดก็ตามที่เจ็บป่วยก็ทำให้รัฐประชาชาติสูญเสียรายได้ ผู้บริโภคทั้งหลายจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำให้การบริโภคเป็นสิ่งที่สวยงามมีสุนทรี ไม่ใช่ทำลายหรือสร้างสิ่งเลวร้ายให้กับพื้นฐานที่ทุกคนต้องใช้ร่วมกัน การบริโภคในกรอบความคิดแบบนี้ จึงไม่ใช่เพื่อตัวเองแต่เพียงผู้เดียว แต่การเอาใจใส่ต่อคนอื่น ๆ ก็เป็นสิ่งที่ขาดไปไม่ได้²⁸⁸

การเมืองเรื่องการบริโภคในปลายศตวรรษที่ยี่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบจึงเกี่ยวข้องกับการพิทักษ์ผลประโยชน์เท่าที่จะได้ แต่การพิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภคไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในเรื่องของสินค้า เวลาในฐานะที่เป็นกลไกสำคัญของระบบทุนนิยมและการควบคุมแรงงาน เช่น การกำหนดเวลาเข้าออกงานและการใช้เครื่องบันทึกเวลาเข้าออกงานในปี ค.ศ. 1890 นั้นก่อให้เกิดความวิตกกังวลและอาการประสาทกับลูกจ้าง²⁸⁹ ปัญหาต่างๆ เหล่านี้จึงทำให้การต่อสู้เรื่องเวลาในการทำงานเป็นประเด็นสำคัญที่เชื่อมโยงเข้ากับเรื่องการบริโภค²⁹⁰ ด้วยการต่อสู้เรื่องเวลา การพักผ่อนหยุดงาน ก็ย่อมทำให้การทำงานดำเนินไปอย่างไม่ต่อเนื่อง การให้ความสนใจกับเวลาหยุดพักผ่อนแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการบริโภคมากกว่าการผลิต การใส่ใจแต่การบริโภคแสดงย่อมเป็นอันตรายต่อการผลิต การให้ความสำคัญแก่การบริโภคแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่

²⁸⁷ Kathryn Kish Sklar, “The Consumers’ White Label Campaign of the National Consumers’ League, 1898-1918, pp. 17-22

²⁸⁸ Matthew Hilton, “The Legacy of Luxury: Moralities of Consumption since the 18th Century”, p. 106

²⁸⁹ Stephen Kern, *The Culture of Time and Space 1880-1918*, (Cambridge: Harvard University Press, 1983), p. 15

²⁹⁰ Don Slater, *Consumer Culture and Modernity*, p. 15

ตรงกันข้ามกับ Rationality อันเป็นองค์ประกอบสำคัญไม่ว่าจะเป็นของระบบทุนนิยมหรือจะเป็นสภาวะสมัยใหม่และตลอดจนกรอบความคิดของนักคิดทั้งหลายที่ให้ความสำคัญกับการผลิต

สำหรับกรอบคิดในศตวรรษที่สิบเก้าการให้ความสำคัญกับการบริโภคแสดงให้เห็นถึงการขาดวินัยอันเป็นดัชนีของประชากรที่ไร้ซึ่งระเบียบวินัย กรอบความคิดที่ต่อต้านการบริโภคแบบนี้เป็นความคิดของพวกอนุรักษนิยมและชนชั้นสูง ความคิดแบบนี้สามารถพิจารณาย้อนกลับไปถึงคนอย่าง Frederic LePlay อนุรักษนิยมชาวฝรั่งเศสในศตวรรษที่สิบเก้าได้²⁹¹ ภาพลักษณ์ในแง่ลบของการบริโภคเป็นความคิดที่ยืนหยัดในหมู่ชนชั้นกลางและชนชั้นสูง สำหรับในศตวรรษที่ยี่สิบ ภาพลักษณ์ในทางลบของการบริโภคยังปรากฏอยู่ในพวกกลุ่มอาชีพพิเศษ (professional) ต่างๆ ด้วย เพราะแม้กระทั่งพวกอาชีพโฆษณาในต้นศตวรรษที่ยี่สิบก็มีความคิดเกี่ยวกับการบริโภคในทางลบด้วย สำนักของนักโฆษณาเองก็รู้ตัวดีว่าพวกตนเองนั้นแตกต่างไปจากฝูงชนที่ซื้อสินค้าที่ตัวทำโฆษณาให้ แต่ในขณะเดียวกันนักโฆษณาก็จำเป็นที่จะต้องเสนอภาพลักษณ์ของผู้บริโภคในลักษณะที่แตกต่างไปจากวิถีชีวิตของตัวเอง สำนักที่ไม่ได้ไปด้วยกันระหว่าง “ชีวิตทัศน์” และ “โลกทัศน์” (worldview) สะท้อนออกมาในความคิดของคนโฆษณาอย่าง J. Walter Thompson ที่รู้ตัวดีว่าถึงแม้ว่ารายได้ของตัวเองจะมาจากบรรดาผู้ขายสินค้าและผู้ซื้อสินค้า แต่ตัวเขาเองก็แตกต่างโดยสิ้นเชิงในด้านของการดำเนินชีวิตจากคนชนชั้นต่ำที่ต้องซื้อสินค้าโหลๆ ทั้งหมด²⁹²

สำหรับ “โลกทัศน์” ของบริษัทโฆษณาต่อผู้บริโภคก็ดำเนินไปตามหลักการทางการเมืองของระบอบเสรีประชาธิปไตย ตลอดจนรวมไปถึงรัฐประชาชาติ²⁹³ เพียงแต่ว่าความเป็นชาติของผลิตภัณฑ์นั้นก็เชื่อมโยงเข้ากับบริษัทใหญ่ๆ²⁹⁴ มากกว่าที่จะเป็นรัฐแต่เพียงอย่างเดียว การเชื่อมโยงการบริโภคเข้าประชาธิปไตยและชาติเป็นเส้นทางสำคัญของการโฆษณาในช่วงหลังสงครามโลก

²⁹¹ Judith G. Coffin, “A ‘Standard’ of Living? European Perspectives on Class and Consumption in the Early Twentieth Century”, p. 9

²⁹² Charles McGovern, “Consumption and Citizenship in the United States, 1900-1940”, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judt, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 41

²⁹³ Robert J. Foster, “The Commercial Construction of ‘New Nations’”, *Journal of Material Culture*, Vol. 4, No. 3 (November, 1999), pp. 263-282 ประเทศใหม่ๆ จำนวนมากได้ใช้โฆษณาการบริโภคสินค้าเชื่อมต่อไปกับความเป็นชาติและความรักชาติ ตามจริงแล้วการบริโภคกับประเทศเป็นประเด็นที่นิยมนำมาใช้กันมาโดยตลอด

²⁹⁴ Charles McGovern, “Consumption and Citizenship in the United States, 1900-1940”, p. 48

ครั้งที่หนึ่ง ภายในกรอบความคิดของนักโฆษณาผู้บริโภคถูกจัดให้อยู่ในสถานะของความเป็นพลเมือง การเป็นองค์อธิปัตย์ (sovereign consumer) ผู้บริโภคในฐานะผู้ไปออกเสียง (voter) ฯลฯ แนวทางของการโฆษณาตามกรอบ “การเลือกตั้ง” (electoral model) ได้ทำให้การบริโภคแสดงถึงคุณค่าของความเป็นปัจเจกชนและเป็นพลเมืองที่ได้ “เลือก” ซื้อสินค้าต่างๆ เจกเช่นเดียวกันการไปเลือกผู้นำในยามเลือกตั้ง ความเป็นพลเมือง (citizenship) และการซื้อสินค้าจึงเป็นเรื่องที่แยกออกจากกันไม่ได้ในระบบเสรีประชาธิปไตยที่ยังคงดำเนินอยู่ในกรอบของรัฐธรรมนูญประชาธิปไตยที่อำนาจอธิปไตยเป็นของ “ประชาชน” ครั้นเมื่อนักโฆษณาสำนึกตนเองว่าดำรงอยู่ในฐานะ “นักการเมือง” ที่ทำตัวประหนึ่งว่ากำลังเป็นผู้รับใช้ “ประชาชน” อยู่ แต่ในขณะเดียวกันก็กลับเป็น “ผู้นำ” มากกว่าที่จะเป็น “คนรับใช้” เงินที่ผู้บริโภคจ่ายในการซื้อสินค้าจึงเปรียบประหนึ่ง “คะแนนเสียง” ที่นักการเมืองได้รับ กรอบความคิดแบบนี้ไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในนักโฆษณา แต่พวกนักเศรษฐศาสตร์เองก็มีความคิดแบบนี้ ไม่เพียงแต่เท่านั้นการ “ซื้อ” หรือ “การลงคะแนนเสียง” ให้กับสินค้าหนึ่งๆ จึงเท่ากับ “การลงคะแนนเสียง” ให้กับบริษัทที่ขายผลิตภัณฑ์นั้นๆ²⁹⁵ ถ้าจะกล่าวอย่างง่ายการซื้อสินค้าเท่ากับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนักการเมือง

การให้ความสำคัญกับผู้ซื้อหรือลูกค้าในทำนองเดียวกันกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของลูกค้า ภายใต้กรอบความคิดแบบนี้ทำให้ลูกค้าเป็นผู้ที่สำคัญกว่าผู้ผลิต ลูกค้าจึงเปรียบเสมือน “องค์อธิปัตย์” ความคิดของอเมริกันในต้นศตวรรษที่ยี่สิบเองก็พิจารณาผู้บริโภคในฐานะคนที่มีสำนึกว่าอะไรเป็นสิ่งที่ตัวเอง (ผู้บริโภค) ต้องการ ผู้บริโภคไม่ได้มีสถานะที่แตกต่างไปจากกลุ่มผลประโยชน์อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มพวกแรงงานไปจนถึงกลุ่มนักธุรกิจ²⁹⁶ สำหรับในยุโรปแนวความคิดเรื่องลูกค้าในฐานะ “องค์อธิปัตย์” ก็เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมานานตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ยี่สิบเก้า เพียงแต่ว่าสำนึกของพวกยุโรปนั้นไม่ได้หมายถึงเสรีภาพส่วนบุคคล แต่หมายถึงการมีส่วนร่วม ความเท่าเทียมกันในสิทธิที่แสดงให้ได้โดยการจัดสรรทางเศรษฐกิจใหม่ (economic redistribution) และผ่านองค์กรทางการเมืองมากกว่าที่จะเป็นเพียงแค่การเลือกซื้อสินค้าของปัจเจกชน โดยการเพิ่มขีดความสามารถในการบริโภคของยุโรปนั้นเกี่ยวข้องกับลักษณะ

²⁹⁵ Charles McGovern, “Consumption and Citizenship in the United States, 1900-1940”, pp. 43-44

²⁹⁶ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, (New York: Vintage Books, 2003), p. 23

โดยรวมหรือลักษณะของความเป็นส่วนรวม ทางด้านรสนิยม สุนทรียะ มากกว่าที่จะเป็นเรื่องของปัจเจกชน เช่น ชุมชน เป็นต้น²⁹⁷

สำหรับในยุโรปในช่วงทศวรรษ 1930 สำนักก็เปลี่ยนมาอยู่ที่ผู้บริโภคมากกว่าที่จะเป็นประสิทธิภาพของผู้ผลิตแบบเดิม ทั้งหมดเกิดขึ้นจากการต่อสู้กันระหว่างเจ้าของร้านขายของชำเล็กๆ น้อย ร้านขายของเล็กๆ ที่ต้องเผชิญหน้ากับห้างสรรพสินค้าและร้านค้าที่เป็นสาขาต่างๆ (chain store) อันเป็นผลพวงของการขยายตัวของอเมริกัน ตลอดจนรวมไปถึงร้านค้าที่ขายของในราคาเดียวกันหมดราคาเดียว²⁹⁸ เป็นต้น ปรากฏว่าร้านค้าย่อยจำนวนมากในยุโรปก็จำเป็นที่จะต้องหันไปสู้กับบริษัทต่างชาติเหล่านี้โดยผ่านพรรคการเมืองอนุรักษนิยมและฝ่ายขวาจัด เช่น ฟาสซิสต์และนาซี เป็นต้น โดยให้พรรคการเมืองที่ตนเองสนับสนุนทำการโจมตีและหยุดยั้งการเปลี่ยนแปลงของการค้าขายปลีกด้วยกฎหมาย โดยไม่ให้ร้านค้าใหญ่ ร้านมีสาขามากมายสามารถที่จะขยายตัวต่อไปได้ การต่อสู้กับบริษัทขนาดใหญ่ที่ส่วนใหญ่มักจะเป็นบริษัทอเมริกันนั้นก็เกิดขึ้นในประเทศยุโรปตะวันตกหลายประเทศด้วยกัน ยกเว้นแต่อังกฤษและสวีเดนที่นโยบายปกป้องทางการค้า (protectionism) ของกลุ่มต่างๆ ไม่ค่อยประสบความสำเร็จ แต่ถึงกระนั้นก็ดี ออสเตรเลียและเยอรมนีก็เป็นประเทศหัวหอกสำคัญในการต่อต้านบริษัทขายของขนาดใหญ่แบบอเมริกัน สำหรับร้านขายของเล็กและกิจการการค้าสินค้าปลีกของคนเหล่านี้ก็ถูกนำไปเชื่อมโยงกับความเป็นชาติ การซื้อของจากร้านเล็กๆ จึงกลายเป็นความรักชาติ²⁹⁹

ในสหรัฐอเมริกาการเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อการขายสินค้าของบริษัท ส่วนการวิเคราะห์และวิจัยลูกค้า (customer research) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากสำหรับการขาย ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1920 เป็นต้นมาการผลิตและบริโภคสินค้าแบบโหลๆ (mass consuming) ได้ขยายตัวอย่างมากมาย จนกลายมาเป็นวิถีชีวิตหลักของสังคมอเมริกัน สินค้าต่างๆ เหล่านี้ก็มีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นตู้เย็นใช้แก๊สไปจนถึงตู้เย็นที่ใช้ไฟฟ้า ฯลฯ ด้วยการผลิตที่ละมากๆ ก็ทำให้สินค้าต่างๆ เหล่านี้มีราคาถูกลง บริษัทต่างๆ ก็ดำเนินกิจการไปด้วยหลักของเสรีภาพ

²⁹⁷ Victoria De Grazia, "Changing Consumption Regime in Europe, 1930-1970 Comparative Perspectives on the Distribution Problem", in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judd, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 77

²⁹⁸ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, pp. 164-174

²⁹⁹ Victoria De Grazia, "Changing Consumption Regime in Europe, 1930-1970 Comparative Perspectives on the Distribution Problem", pp. 71-74

ทางการค้าอย่างมาก จนสร้างปัญหาขึ้นมาจนนำไปสู่การเรียกร้องของสันนิบาตผู้บริโภคแห่งชาติ ให้มี “การบริโภคที่มีจริยธรรม” (ethical consumption) ทั้งนี้ก็เพื่อจัดการแก้ไขปัญหาสภาพการทำงานในหน่วยของการผลิต เช่น การพิทักษ์การใช้แรงงานเด็ก เป็นต้น³⁰⁰ ในขณะที่การผลิตขยายตัวอย่างมาก แต่เป้าหมายของการผลิตก็อยู่ที่ลูกค้า บริษัท General Motors เป็นบริษัทหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอย่างมาก แนวทางสำคัญของการศึกษาวิจัยลูกค้าแตกต่างไปจาก แนวทางการศึกษาด้านการตลาด (marketing) เพราะการตลาดทำให้มนุษย์ที่เป็นปัจเจกชนแต่ละคนกลายเป็นเพียงตัวเลขเชิงสถิติที่ไร้หัวใจจิตใจ ในขณะที่การวิเคราะห์วิจัยลูกค้าผู้บริโภค (customer research) กลับให้ความสำคัญกับปฏิภาน ความต้องการ และรสนิยมของลูกค้าแต่ละคน ในการจะเปลี่ยนแปลงสิ่งใดในตัวผลิตภัณฑ์บริษัทก็จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ในปี ค.ศ. 1934 บริษัท General Motors ได้ออกโฆษณา “ตาหูอนาคต หูฟังพื้นดิน” (An Eye to the Future, an Ear to the Ground)³⁰¹ สิ่งที่ถูกลูกค้าแต่ละคนตอบกลับมามีถึงว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก สภาวะของการเป็นลูกค้าแสดงให้เห็นถึงการรู้จักมักคุ้นกันมากกว่าความสัมพันธ์ที่เย็นชาทางการตลาด³⁰²

ในช่วงทศวรรษที่ 1920 สินค้าเครื่องไฟฟ้าอุปกรณ์ต่างๆ ยังไม่ได้เป็นส่วนสำคัญในวิถีชีวิตความเป็นชนชั้นกลางเท่าใดนัก³⁰³ แต่เมื่อการผลิตแบบไหลๆ และความต้องการขยายตลาดทำให้คำถามทางการตลาดที่สำคัญในช่วงทศวรรษที่ 1930 ก็คือ ใครคือลูกค้าคนใหม่? อะไรคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ? เมื่อการผลิตแบบที่ละมากๆ ก็ย่อมทำให้สินค้าที่มีมากมายในท้องตลาดไม่ได้เป็นข่าวของพิเศษที่มีไว้เฉพาะสำหรับคนบางคนบางระดับอีกต่อไป ในขณะที่ข่าวของเครื่องใช้ต่างๆ ที่ถือกันว่าเป็นของฟุ่มเฟือยในทศวรรษที่ 1920 ครั้นพอมาถึงทศวรรษที่ 1930 ของเหล่านั้นก็ไม่ได้เป็นของฟุ่มเฟือยอีกต่อไป แต่กลับกลายเป็นของจำเป็น เพราะแม้กระทั่งไม่มีงานทำหรือเป็นหนี้

³⁰⁰ Lizabeth Cohen, “The New Deal State and the Making of Citizen Consumers” in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judt, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 113

³⁰¹ Roland Marchand, “Customer Research as Public Relations General Motors in the 1930s”, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judt, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 96

³⁰² Roland Marchand, “Customer Research as Public Relations General Motors in the 1930s”, p. 87

³⁰³ Shelley Nickles, “ ‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, *Technology & Culture*, Vol. 43, No. 4 (October, 2002), p. 726

เป็นสินค้าคาร์ก็ตามแต่สิ่งของต่างๆ เหล่านี้ก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ รถยนต์เริ่มกลายเป็นของจำเป็น เพราะรถยนต์มีไว้เพื่อหางานหรือเอาไว้ไปทำงาน ตู้เย็นกลายเป็นของจำเป็นเช่นเดียวกันกับรถยนต์ ตู้เย็นมีไว้เก็บรักษาอาหารที่ซื้อมา ตู้เย็นเป็นสินค้าที่ขายได้ดีมากแม้กระทั่งในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ³⁰⁴

ภายใต้การตลาดของตู้เย็นยี่ห้อฟริจิดแอร์ (Frigidaire) ก็ไม่ทำให้ตู้เย็นกลายเป็นของหรูหรา อีกต่อไป ราคาของตู้เย็นไฟฟ้าในปี ค.ศ. 1920 ตกประมาณ 600 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 1929 ราคาลดลงมาเหลืออยู่ที่ 292 ดอลลาร์สหรัฐ พอมาในปี ค.ศ. 1940 ตู้เย็นราคาลดลงมาเหลือเพียงแค่ 152 ดอลลาร์สหรัฐ³⁰⁵ สำหรับในช่วงแรกๆ เป้าหมายของการขายสินค้าต่างๆ นั้นก็จำกัดอยู่ในชนชั้นกลางระดับสูงและชนชั้นสูง โดยไม่สนใจลูกค้าระดับล่างๆ แต่การขายให้คนชนชั้นสูงก็ทำให้ตลาดไม่กว้างพอที่จะตอบสนองต่อการผลิตจำนวนมากๆ การทำวิจัยด้านการบริโภค (consumer research) ทำให้พบว่ารายได้กับการซื้อสินค้าไม่ได้เกี่ยวข้องกัน ชนชั้นผู้ใช้แรงงานต้องการตู้เย็นขนาดใหญ่มากกว่าคนรวย สำหรับพวกมียาได้พอประมาณก็จะให้ความสำคัญกับครัว ในขณะที่คนรวยจะไม่สนใจห้องครัว เพราะครัวเป็นพื้นที่สำหรับชนชั้นผู้ใช้แรงงาน นอกจากนั้นครัวเองก็เป็นพื้นที่ของผู้หญิงชนชั้นกลางที่ไม่มีปัญญาจ้างคนรับใช้ คนรวยจึงยากที่จะย่างกรายเข้าไปในครัว ตลาดของการขายสินค้าในครัวจึงไม่ได้อยู่ที่คนรวย แต่อยู่ที่คนจนและชนชั้นกลาง³⁰⁶

เมื่อเป้าหมายไม่ได้อยู่ที่คนรวยอีกต่อไป ตู้เย็นก็ต้องขายให้คนชนชั้นกลางเป็นอย่างน้อย ในทศวรรษที่ 1930 การโฆษณาตู้เย็นจึงต้องเน้นว่าประหยัด³⁰⁷ เหมาะสำหรับผู้หญิงทำงานบ้านที่ไม่มีคนรับใช้ ผู้หญิงจะได้ไม่ต้องเสียเวลาไปจ่ายตลาดบ่อยๆ เพราะสามารถเก็บของเหลือไว้ใช้ไว้กินในโอกาสต่อไปได้ นอกจากนั้นเมื่อพวกนักวิชาการสายคหกรรมศาสตร์ตอกย้ำความสำคัญของความสะดวก ด้วยเป้าหมายของวิชาคหกรรมศาสตร์ก็อยู่ที่ผู้หญิงชนชั้นกลางด้วยแล้วก็เลยทำให้การโฆษณาตู้เย็นต้องเชื่อมโยงเข้ากับประเด็นเรื่องสุขอนามัยของครอบครัว ด้วยสำนึกของความสะอาดก็ทำให้ “ตู้เย็นสีขาว” ทำหน้าที่ในการรักษาความสะอาดได้ตาม “มาตรฐาน”³⁰⁸ สีขาว ความเรียบของผิว ความสะอาด ถูกเชื่อมโยงเข้ากับความเป็นอเมริกัน อย่างไรก็ตามก็ดีสีขาวไม่ได้เป็น

³⁰⁴ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, pp. 69-71

³⁰⁵ Shelley Nickles, “‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, p. 698 note 10

³⁰⁶ Shelley Nickles, “‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, p. 702

³⁰⁷ Shelley Nickles, “‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, p. 703

³⁰⁸ Shelley Nickles, “‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, p. 705

คุณลักษณะของสังคมอเมริกันแต่เพียงที่เดียว สีขาวเป็นสีที่พวกยุโรปให้ความนิยมนำมาตั้งแต่ศตวรรษที่สิบแปด เช่น ผ้าปูโต๊ะกินข้าวสีขาว³⁰⁹ เป็นต้น นอกจากนั้นคุณสมบัติทั้งหมดนี้ก็ยังเชื่อมโยงเข้ากับชนชั้นกลางที่ถือว่าตัวเองมีความสะอาดแตกต่างไปจากชนชั้นต่ำที่ระดับของความสะอาดต่ำกว่า “มาตรฐาน” ทั้งนี้ชนชั้นต่ำเองจะถูกตั้งคำถามอยู่เนืองๆ เรื่องความสะอาด เช่น ครอบครัวชนชั้นต่ำใช้สบู่มากกว่าเพราะทำงานสกปรกหรืออย่างไร? หรือชนชั้นต่ำใช้สบู่น้อยกว่าเพราะไม่นิยมทำความสะอาด? ความสะอาดจึงเป็นการแสดงให้เห็นว่าชนชั้นกลางมีสถานะตามมาตรฐานที่แตกต่างไปจากชนชั้นต่ำ³¹⁰

ครั้นเมื่อลูกค้าเป็นใหญ่การตอบสนองความต้องการของลูกค้าก็กลายเป็นปัญหาสำคัญระหว่างคนออกแบบตู้เย็นกับคนใช้ตู้เย็น ลูกค้าส่วนใหญ่แล้วก็คือ ผู้หญิง แต่ผู้หญิงก็มีหลากหลายกลุ่ม แต่ด้วยสินค้าที่มีไว้ตอบสนองผู้คนที่หลากหลายไม่ได้มีความหลากหลายขนาดนั้น สินค้าจำนวนมากที่ผลิตออกมาไม่ได้ผลิตมาเพื่อใครคนใดคนหนึ่ง ตราบใดก็ตามที่ซื้อสินค้ารุ่นเดียวกันสินค้าที่เหมือนกันก็กลายเป็นพวกที่บริโภคสินค้าแบบเดียวกัน กระบวนการของการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผู้คนที่หลากหลายหรือแม้กระทั่งต่างชนชั้นจึงเกิดขึ้นได้จากการใช้สินค้าที่เหมือนกัน ถึงแม้ว่าลูกค้าจะเป็นใหญ่ก็ตาม แต่บุคคลที่มีอำนาจในการจัดการให้ตู้เย็นเป็นไปตามความต้องการของแม่บ้านและให้แม่บ้านรู้จักกับสิ่งที่เรียกว่า “มาตรฐาน” นั้นกลับไม่ใช่ตัวแม่บ้านเอง แต่กลับเป็นนักวิชาการ ในปี ค.ศ. 1933 นักคหกรรมศาสตร์ได้สร้าง “มาตรฐาน” ไว้ว่า ครอบครัวปกติทั่วๆ ไปควรมีตู้เย็นขนาดหกคิว³¹¹ แต่พอมาถึงปี ค.ศ. 1939 ตู้เย็นมาตรฐานสำหรับครอบครัวกลับเพิ่มเป็นแปดคิวอันเป็นขนาดที่เหมาะสมสำหรับแม่บ้านที่อยู่ชานเมือง แม่บ้านจะได้ไม่เสียเวลาออกมาซื้ออาหารบ่อยๆ³¹² ขนาดของตู้เย็นที่เพิ่มมากขึ้นสำหรับครอบครัวก็เพิ่มขึ้นด้วย “ความประหยัด” มากกว่าที่จะฟุ่มเฟือย

ถึงกระนั้นก็ดีการโจมตีสินค้าโหลๆว่าเป็นของฟุ่มเฟือยก็ยังคงมีอยู่ เพราะสิ่งของต่างๆ เหล่านี้มีอยู่อย่างมากมายเหลือเฟือ สำหรับการโจมตีข้าวของโหลๆ ที่ผลิตออกมาโดยเครื่องจักร

³⁰⁹ Hans Ottomeyer, “Service a la francaise and service a la russe: or the evolution of the table between the eighteenth and nineteenth centuries”, in *Food and Material Culture: Proceedings of the Fourth Symposium of International Commission for Research into European Food History*, edited by Martin R. Schärer and Alexander Fenton (East Linton: Tuckwell Press, 1998), p. 109

³¹⁰ Shelley Nickles, “ ‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, p. 715

³¹¹ Shelley Nickles, “ ‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, p. 706

³¹² Shelley Nickles, “ ‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, pp. 722-723

ต่างๆ เหล่านี้กลายเป็นเป้าของการโจมตีโดยปราศจากค่าย เพราะทั้งฝ่ายซ้ายและฝ่ายขวาเองก็โจมตีสินค้าใหญ่ๆ เหล่านี้เป็นข่าวของที่ไร้สาระ แม้ว่าสิ่งของต่างๆ เหล่านี้จะให้ความสะดวกสบายก็ตาม แต่ถึงกระนั้นก็ไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะให้ขบวนการกรรมจะยอมรับเอาสิ่งของฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็นเหล่านี้ไปได้ ในขณะที่ชนชั้นสูงที่เน้นสุนทรียะและความงามก็ยากที่จะยอมรับในรสนิยมสามัญแบบนี้ได้ สำหรับในศตวรรษที่ยี่สิบที่มีการขยายตัวของการบริโภคของใหญ่ๆ ก็ทำให้ปัญญาชนไม่ว่าจะเป็นฝ่ายซ้ายหรือฝ่ายขวาได้มาจนถึงนักการเมืองต่างๆ ก็รวมประณามความฟุ่มเฟือยที่เกิดขึ้นจากการบริโภคของใหญ่ๆ เช่น H. G. Wells, Wyndham Lewis, T. S. Eliot, E. M. Forster, Virginia Woolf ได้มาจนถึง F. Nietzsche, A. Hitler มาจนถึง Walter Benjamin Theodor Adorno และ Max Horkheimer และ Herbert Marcuse เป็นต้น สำหรับปัญญาชนและนักการเมืองที่มีระดับในรสนิยมเหล่านี้ผู้ที่หลงใหลในการบริโภคของใหญ่ๆ เหล่านี้ก็คือ “ฝูงชนคนโง่ใหม่” ความคิดแบบนี้ก็จะพบได้ในความคิดของคนอย่าง Aldous Huxley เป็นต้น³¹³

ในขณะเดียวกันก็ต้องไม่ลืมว่าจักรกลที่ขับเคลื่อนให้สินค้าใหญ่ๆ ปรากฏอยู่ในท้องตลาดก็ไม่ได้เป็นผลงานของฝูงชนที่โจมตีว่าโง่แต่อย่างใด ผลงานของใหญ่ๆ ยังตกอยู่ในเงื้อมมือการผลิตของนักวิชาการเช่นเดียวกับแพทย์ ในกรณีของห้องครัวก็ตกอยู่ภายใต้อำนาจของวิชาคหกรรมศาสตร์ เช่น บริษัทผลิตตู้เย็นตกอยู่ภายใต้อำนาจของนักคหกรรมศาสตร์ในข้อถกเถียงว่า ช่องใส่เนยในตู้เย็นเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่? ในขณะที่บริษัทเห็นดีเห็นงามกับการมีช่องเก็บเนย แต่นักคหกรรมศาสตร์ที่บริษัทขอความเห็นกลับเห็นว่าไม่จำเป็นต้องมี การมีช่องใส่เนยจะเป็นผลลบต่อการขายตู้เย็น เพราะเนยได้ชื่อว่าเป็นของหรูหราฟุ่มเฟือยสำหรับรายจ่ายปกติของครอบครัวในการจ่ายกับข้าว การมีช่องเก็บเนยพิเศษด้วยอุณหภูมิที่กลับสูงขึ้นก็กลับทำให้อายุของเนยลดลง³¹⁴ ข้อถกเถียงเรื่องช่องเก็บเนยนั้นสะท้อนให้เห็นความสำคัญของเนยที่โดยทั่วๆ ไปก็ถือได้ว่าเป็นของฟุ่มเฟือยและยังเสื่อมสภาพเร็วมากๆ อีกด้วย ครั้นเมื่อมีตู้เย็นก็ทำให้เนยยืนอายุเวลาไปได้นานมากขึ้น เนยเป็นสินค้าจากนมที่มีสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ของ

³¹³ John-Christophe Agnew, “Coming up for air: consumer culture in historical perspective”, p. 20-21; Matthew Hilton, “The Legacy of Luxury: Moralities of Consumption since the 18th Century”, p. 109

³¹⁴ Shelley Nickles, “ ‘Preserving Women’ Refrigerator Design as Social Process in the 1930s”, p. 723

สหรัฐอเมริกาสูงถึง 1. 25% ในปี ค.ศ. 1900 ตู้เย็นมีบทบาทสำคัญในการรักษาเครื่องอุปโภคบริโภคให้มีอายุยืนยาว³¹⁵

สำหรับประเทศที่ส่งเนยเป็นสินค้าออกก็ได้รับอานิสงค์จากตู้เย็นเป็นอย่างมาก ฟินแลนด์เป็นประเทศหนึ่งที่ทำกาารส่งออก ก่อนที่จะมีตู้เย็นเนยที่ส่งออกนั้นก็จะมีปัญหาเรื่องความสด เมื่อมีตู้เย็นเนยก็มีความสดได้มากขึ้น เมื่อมีความสดเนยก็ส่งออกได้มากขึ้น³¹⁶ ในสหรัฐอเมริกา ตู้เย็นทำให้ปริมาณการบริโภคเนยเพิ่มมากขึ้นถึง 1.75% ต่อปีหรือตกประมาณ 23 ปอนด์ เพราะสามารถเก็บเนยได้นานขึ้นและเนยเองก็เป็นแหล่งพลังงานสำคัญของผู้บริโภค ดังนั้นการมีตู้เย็นก็ทำให้ปริมาณการบริโภคเนยเพิ่มมากขึ้น³¹⁷ ตู้เย็นมีบทบาทอย่างมากในกระบวนการเก็บรักษาอาหาร ตู้เย็นทำให้มนุษย์ไม่ต้องพึ่งเกลืออีกต่อไป³¹⁸ ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ จึงกลายเป็นองค์ประกอบของชนชั้นไม่ว่าจะเป็นชั้นสูงหรือชั้นต่ำ สิ่งของต่างๆ เหล่านี้กลายเป็นสิ่งของ “จำเป็น” ด้วยการผลิตแบบของไหลทำให้ทุกๆ คนสามารถใช้สินค้าต่างๆ เหล่านี้ได้โดยปราศจากข้อห้ามทางชนชั้น

ความคิดที่ว่าลูกค้าเป็นใหญ่และผู้บริโภคหรือลูกค้ารู้ว่าตัวเองต้องการอะไรเป็นสิ่งที่นักบริหารผู้โด่งดังอย่าง Alfred Sloan กลับไม่เห็นด้วย เขากลับชี้ให้เห็นว่า การวิจัยแบบสำรวจ (survey research) มักจะได้ข้อมูลผิดๆ มา เพราะลูกค้าไม่รู้ว่าตัวเองต้องการอะไร ข้อมูลที่ลูกค้าให้มาในการวิจัยว่าต้องการอะไรในอนาคตนั้นเป็นเพียงแค่ความคาดหวังแบบผิดๆ ของลูกค้าที่ตอบคำถามเท่านั้น³¹⁹ ในแง่นี้นักบริหารธุรกิจขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกาที่มีชื่อเสียงอย่าง Alfred Sloan แห่งบริษัท General Motors กลับไม่มองตามหลักการของปัจเจกชนและ Rationality ในทางตรงกันข้ามกรอบความคิดของเขากลับชี้ให้เห็นว่า ความต้องการในอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่

³¹⁵ Lee A. Craig, Barry Goodwin, and Thomas Grennes, “The Effect of Mechanical Refrigeration on Nutrition in the United States”, *Social Science History*, Vol. 28, No. 2 (Summer, 2004), p. 327

³¹⁶ Marjatta Hietala and Vuokko Lepisto, “Arctic Finland and the new Technology of food preservation and refrigerator, 1850-1990”, in *Food and Material Culture: Proceedings of the Fourth Symposium of International Commission for Research into European Food History*, edited by Martin R. Schärer and Alexander Fenton (East Linton: Tuckwell Press, 1998), pp. 320-321

³¹⁷ Lee A. Craig, Barry Goodwin, and Thomas Grennes, “The Effect of Mechanical Refrigeration on Nutrition in the United States”, pp. 329-330

³¹⁸ Lee A. Craig, Barry Goodwin, and Thomas Grennes, “The Effect of Mechanical Refrigeration on Nutrition in the United States”, p. 332; สำหรับบทบาทของเกลือกับการบริโภคและรักษาอาหาร ดู Mark Kurlansky, *Salt: A World History*, (New York: Walker & Co, 2002)

³¹⁹ Roland Marchand, “Customer Research as Public Relations General Motors in the 1930s”, p. 106

สามารถจะบรรลุถึงได้ง่ายๆ ปัจเจกชนไม่รู้ว่าในอนาคตตัวเองต้องการอะไรหรือแม้กระทั่งจะเป็นอะไร ไม่เพียงแต่เท่านั้นกรอบความคิดของ Alfred Sloan แบบนี้ยังปฏิเสธกรอบคิดแบบ Rationality อันเป็นรากฐานของเสรีประชาธิปไตยอีกด้วย ถ้าจะกล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ สายสัมพันธ์ของการบริโภคระหว่างลูกค้าและบริษัทยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในอุดมคติของการเป็นเสรีประชาธิปไตยได้

พื้นฐานของความคิดเรื่องการบริโภคที่ให้ความสำคัญกับ ชาติ เสรีประชาธิปไตย “กรอบการเลือกตั้ง” และรสนิยมของลูกค้า ก็ล้วนแล้วแต่ดำเนินไปตามกรอบคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่วางอยู่บน Rationality แถบทั้งสิ้น ในทางเศรษฐศาสตร์ก็เป็นเป้าหมายในระยะสั้น เป้าหมายก็มีลักษณะของความเป็นปัจเจกชนนิยม (individualism) มากกว่าที่จะเป็น “ส่วนรวม” สำหรับกรอบคิดแบบปัจเจกชนเดี่ยวๆ เป็นความคิดที่มีความสำคัญมากในสหรัฐอเมริกามากกว่ายุโรปที่ยังยึดติดอยู่กับลักษณะทางสังคมและโครงสร้างชนชั้น³²⁰ ซึ่งยังคงแสดงคุณลักษณะของความสัมพันธ์แบบฟิวดัล (feudal relation) โดยสำนึกของความแตกต่างทางชนชั้นและวิถีชีวิตของแต่ละชนชั้นในยุโรปเป็นสิ่งที่กำหนดการบริโภคมาจนถึงสงครามโลกครั้งที่สองเป็นอย่างน้อย การผลิตแบบของไหลๆ ทำให้สินค้าปรากฏตัวได้ทุกที่ สินค้าไม่ได้มีลักษณะเฉพาะเจาะจงว่าเหมาะสำหรับคนกลุ่มนี้หรือตั้งอยู่ในสถานที่เฉพาะ เพราะทำให้คนบางคนเท่านั้น คนบางกลุ่มเท่านั้นที่จะเข้าถึงได้ สินค้าไหลๆ จึงเป็นสินค้าที่ทำลายระเบียบโครงสร้างทางชนชั้น³²¹ ไม่เพียงแต่สินค้าไหลๆ เท่านั้นไม่ว่าจะเป็นสวนสนุก ภาพยนตร์ โรงเต็นรำ ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่เป็นกลไกสำคัญของการบริโภคที่สลายความแตกต่างทางชนชั้นและกลุ่มชาติพันธุ์ กิจกรรมบันเทิงต่างๆ เหล่านี้เคยถูกมองอย่างน่าเหยียดหยามว่าเป็นเรื่องไร้สาระโดยพวกกระฎุมพีที่เป็นที่นับหน้าถือตาในสังคม แต่ต่อมาสิ่งไร้สาระเหล่านี้กลับกลายเป็นสิ่งที่จะทำให้หลุดพ้นจากชีวิตที่น่าเบื่อได้ชั่วขณะ³²²

ถึงแม้ว่าการบริโภคในสหรัฐอเมริกาจะยังไม่สามารถไปถึงเป้าหมายแห่งเสรีประชาธิปไตยได้ แต่ครั้งเมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างวิถีชีวิตในการบริโภคระหว่างอเมริกาและยุโรปแล้วก็จะเห็นได้ว่า รายจ่ายต่อการบริโภคสิ่งอื่นๆ ที่ไม่ใช่อาหารของชนชั้นผู้ใช้แรงงานในสหรัฐอเมริกาเพิ่มมาก

³²⁰ Judith G. Coffin, “A “Standard” of Living? European Perspectives on Class and Consumption in the Early Twentieth Century”, p. 12

³²¹ Victoria De Grazia, “Changing Consumption Regimes in Europe, 1930-1970, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Jüdt, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), pp. 67-69

³²² Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 59

ขึ้นจากปลายศตวรรษที่สิบเก้าสูงขึ้นมาเรื่อย คือจาก 16% ของรายจ่ายในบ้านในปี ค.ศ. 1895 ขึ้นมาเป็น 26% ในปี ค.ศ. 1919 และจากนั้นก็สูงขึ้นมาเรื่อยๆ ทั้งๆ ที่ข้าวของสินค้าต่างๆ ในสหรัฐอเมริกาไม่ว่าจะเป็นค่าอาหารก็แพงมากขึ้น ค่าแรงลดลง กรรมกรมีลูกมากขึ้น ฯลฯ แต่ทั้งหมดก็ดูราวกับว่าจะไม่มีผลต่อการบริโภคโดยเมื่อเปรียบเทียบกับชนชั้นกรรมกรในยุโรป เมื่อใดก็ตามที่กรรมกรยุโรปมีลูกสาวคนหนึ่งสถานะทางการเงินของครอบครัวก็แย่แย่เสียแล้ว ขนมอบังชวาก็กินไม่ได้ต้องกินขนมปังสีดำๆ ต้องกินเนื้อได้น้อยลง ทางออกอย่างหนึ่งของการจะได้กินเนื้อสัตว์ก็คือ สตูว์ (stew) ที่ต้มอะไรหลายต่อหลายมารวมๆ กันแล้วก็สามารถเก็บไว้กินกันได้หลายๆ วัน ในส่วนของที่อยู่อาศัยกรรมกรในยุโรป เช่น กรรมกรเยอรมันต้องอาศัยอยู่ในที่ๆ ไม่มีที่อาบน้ำ ห้าสิบเปอร์เซ็นต์ไม่มีห้องส้วม สิบห้าเปอร์เซ็นต์ของผู้คนยังต้องอยู่กับการที่น้ำประปาไม่ไหล ในขณะที่ชนชั้นแรงงานรดยนต์ในสหรัฐอเมริกาอยู่ในบ้านที่มีระบบทำความร้อนรวม มีห้องสี่ห้าห้อง มีห้องน้ำหลายห้อง สภาพแบบนี้ก็ทำให้กรรมกรของสหรัฐอเมริกาจะมีสถานะที่ใกล้เคียงกับชนชั้นกลางในยุโรป³²³

ดังนั้นเมื่อคนชนชั้นต่ำในสหรัฐอเมริกาถูกทำให้กลายเป็นพวกที่มี “กำลังซื้อ” สินค้าต่างๆ ที่มีราคาถูกก็ทำให้พวกนักโฆษณาทั้งหลายสามารถตอกย้ำถึงความเท่าเทียมกันในการบริโภคได้ “ประชาธิปไตยของสินค้า” จึงเป็นแนวทางสำคัญที่ถูกนำไปเชื่อมโยงกับเสรีประชาธิปไตย พลังของการซื้อสินค้าจึงกลายเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับเสรีประชาธิปไตย เมื่อเป็นเสรีประชาธิปไตยโครงสร้างทางชนชั้นที่มีแต่ความแตกต่างและไม่เท่าเทียมกันก็ไม่มี ความหมายอะไร ความผันแปรแห่งความเท่าเทียมกันจึงปรากฏอยู่ในการได้บริโภคที่ไม่มีข้อห้ามทางชนชั้น ทั้งๆ ที่ตามจริงแล้วสินค้าต่างๆ จำนวนมากในช่วงทศวรรษที่ 1920 ก็ซื้อหากันได้ในหมู่ชนชั้นสูงของสหรัฐอเมริกาเท่านั้น การโฆษณาจำนวนมากก็ตอกย้ำถึงความเป็นเสรีประชาธิปไตยของสินค้า ในทำนองเดียวกันกับการซื้อสินค้าเพื่อความรักชาติ ซื้อสินค้าที่จะต้องเป็นของชาติและแสดงความ เป็นชาติ การโยงความเป็นชาติเข้ากับการซื้อของใช้สินค้าทำให้ความแตกต่างที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็น ความแตกต่างทางชาติพันธุ์ เพศ และชนชั้นสามารถสูญสลายไปได้ เพราะเป็นการสร้าง คุณลักษณะที่ให้ทุกๆ คนทำตามๆ กัน (conformity)³²⁴

แต่การซื้อของเพื่อชาติไม่ได้มีความหมายเพียงแค่นี้ เมื่อระบอบการปกครองเป็นของ ประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน การซื้อสินค้าก็ดำเนินไปเพื่อความเป็นเสรี

³²³ Judith G. Coffin, “A ‘Standard’ of Living? European Perspectives on Class and Consumption in the Early Twentieth Century”, p. 18

³²⁴ Charles McGovern, “Consumption and Citizenship in the United States, 1900-1940”, p. 49

ประชาธิปไตยด้วย การที่บริษัท General Motors ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าธรรมดาๆ ก็แสดงความเป็นประชาธิปไตยของการบริโภค ดังนั้นบริษัท General Motors จึงอ้างตัวว่าเป็นบริษัท “ของประชาชน เพื่อประชาชน และโดยประชาชน”³²⁵ ในปี ค.ศ. 1910 ไบมีดโกนจิลเลตต์ (Gillette) ก็โฆษณาว่าเป็น “สินค้าที่ประชาธิปไตยมากที่สุดในโลก” เพราะคนรวยก็ใช้ไบมีดจิลเลตต์โกนหนวดด้วยตัวเองให้หมดจดภายในสามนาที³²⁶ ความเร็วและการได้แสดงความสามารถในการโกนหนวดด้วยตนเอง เพื่อตนเอง และเป็นของตัวเองนี้แม้ว่าจะแสดงวัฒนธรรมประชาธิปไตย แต่ความสำเร็จของบริษัทผลิตไบมีดโกนก็ยังขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมใหม่ของผู้ชายหน้าตาสะอาดเกลี้ยงเกลา ร่างกายที่ปราศจากขนรุงรัง ใครที่ไว้หนวดไว้เชลาก็กลายเป็นพวกเสื่อมสฤณ (decadent) ในขณะที่ธุรกิจของบริษัทจิลเลตต์ประสบความสำเร็จการขายไบมีดในตลาดอเมริกาอย่างมาก บริษัทเองก็สามารถขายผลิตภัณฑ์ไบมีดโกนให้กับกองทัพบกอเมริกาจนนำไปใช้ด้วย ครั้นเมื่อ “การโกนหนวดด้วยตัวเอง” ได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมสำคัญในยุโรปจนทำให้บริษัทขายไบมีดโกนจิลเลตต์สามารถบุกตลาดยุโรปได้ ในราวปลายทศวรรษที่ 1920 บริษัทไบมีดโกนจิลเลตต์สามารถคุมตลาดไบมีดโกนของยุโรปได้ถึงหกสิบเปอร์เซ็นต์³²⁷ ถึงแม้ว่าปริมาณการขายรถยนต์หรูหราในสหรัฐอเมริกาจะตกลงจาก 150,000 คันในปี 1929 มาเหลือเพียงแค่ 10,000 คันในปี ค.ศ. 1937 บริษัทรถยนต์ก็ลดราคารถยนต์ลงและนำรถยนต์ราคาประหยัดออกสู่ตลาด³²⁸ ถึงกระนั้นก็ดีในปลายทศวรรษที่ 1930 รถยนต์ฟอร์ดก็ยังเป็นสินค้าหนึ่งในสองอย่างของอเมริกันที่ขายกันอย่างกว้างขวางในตลาดยุโรป สำหรับสินค้าที่ขายดีในยุโรปอีกอย่างหนึ่งก็คือ ไบมีดโกนจิลเลตต์ สำหรับสินค้าที่ได้รับความนิยมในยุโรปรองลงมาก็คือ ภาพยนตร์ฮอลลีวูด³²⁹

ภาพยนตร์ได้กลายมาเป็นองค์ประกอบของวิถีชีวิตแบบใหม่ในศตวรรษที่ยี่สิบ พ่อแม่กระฎุมพีหรือชนชั้นกลางเริ่มยอมให้ลูกสาวออกไปดูภาพยนตร์ ทั้งนี้กิจกรรมในพื้นที่สาธารณะจำนวนมากที่ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินนั้นคือ สิ่งสังคมนิยมวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากมายที่จะควบคุม เช่น กิจกรรมของชาวชนบท ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันฟุตบอล งานเทศกาล (fair) ตลอดจนงานสังสรรค์ของหมู่บ้าน ฯลฯ ทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่รัฐต้องการควบคุม เพราะถือว่า

³²⁵ Roland Marchand, “Customer Research as Public Relations General Motors in the 1930s”, p. 99

³²⁶ Charles McGovern, “Consumption and Citizenship in the United States, 1900-1940”, p. 47

³²⁷ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, p. 218

³²⁸ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 75

³²⁹ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, p. 288

เป็นสิ่งที่ชั่วร้าย โดยทดแทนกิจกรรมที่ไร้สาระเหล่านี้ด้วยสถาบันศิลปะ พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ ห้องสมุด เป็นต้น³³⁰ แต่ถึงกระนั้นก็ดีชีวิตที่มีระดับของชนชั้นสูงและพวกพยายามที่จะมีระดับอย่างชนชั้นกลางก็พยายามที่จะหลีกเลี่ยงการที่จะต้องไปปะปนอยู่กับฝูงชนอื่นเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจสถานะของการต้องไปรวมปะปนอยู่กับชนชั้นต่ำก็ไม่ต้องเกิดขึ้นอีกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่ชนชั้นกลางที่ต้องพยายามอย่างหนักในการไต่ระดับ เพราะคนมี “ระดับ” สามารถที่เดินทางไปไหนก็สามารถใช้รถยนต์ส่วนตัว รถยนต์ส่วนตัวทำให้เกิดสถานะที่แยกตัวเองออกจากฝูงชน ในทำนองเดียวกันกับการเป็นส่วนตัวในช่องสำหรับเลือกตั้งที่ต่างๆ คนมีความเป็นส่วนตัวและแสดงสิทธิของตัวเองได้อย่างเต็มที่

รถยนต์ขยายพื้นที่ของความเป็นปัจเจกชนให้เคลื่อนตัวไปอย่างรวดเร็วในพื้นที่สาธารณะ คำว่า Auto+Mobile หรือ “อัตราที่เคลื่อนไปไหนมาไหน” สะท้อนให้เห็นคุณลักษณะดังกล่าว รถยนต์เพิ่มสำนึกให้กับความเร็วและเสรีภาพ ไม่เพียงแต่เท่านั้นรถยนต์ยังเปลี่ยนความรู้สึกด้านความงามที่เกิดขึ้นจากภูมิประเทศ³³¹ รถยนต์ส่วนตัวทำให้ผู้คนจำนวนมากไม่จำเป็นต้องไปเบียดเสียดอัดเยียดสุดตมกลิ่นตัวของผู้คนธรรมดาๆ หรือคนจนอันแสดงให้เห็นถึงความไม่สะอาด รถยนต์ทำให้ความสะอาดของชนชั้นกลางสามารถเดินทางขยายตัวไปตามที่ต่างๆ ได้ ในปี ค.ศ. 1921 ร้านอาหารประเภทขับรถยนต์เข้าไปกินเกิดขึ้นในเมืองดัลลัส (Dallas) โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องจะต้องลงไปเหยียบบนเก้าอี้ในร้านให้สกปรก ในปี ค.ศ. 1923 ร้านขายของนอกเมืองเริ่มเกิดขึ้น รถยนต์นำพาผู้คนไปสู่ดินแดนใหม่ๆ ในขณะเดียวกันรถยนต์ก็ทำให้เกิดสำนึกของความเป็นกลุ่มก้อนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกระทำในนามกิจกรรมของครอบครัวชนชั้นกลาง รถยนต์ทำให้การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของครอบครัวขึ้นมาได้³³²

ถึงแม้ว่าชนชั้นกลางจะมีความเป็นปัจเจกชนมากขึ้น แต่คนชนชั้นกลางที่เต็มไปด้วยโลกส่วนตัวก็เริ่มเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันกับคนอื่น ๆ เช่น การชมภาพยนตร์ด้วยความเงียบ ในทำนองเดียวกันกับการเรียนรู้ที่จะอ่านหนังสืออย่างเงียบๆ อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมการชมหรือฟังด้วยความเงียบหรือการชมคอนเสิร์ตด้วยความเงียบนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในปลายศตวรรษที่สิบเก้า เมื่อภาพยนตร์มีเสียงออกตลาดก็เริ่มทำให้ผู้คนเรียนรู้ที่จะชมภาพยนตร์กันอย่างเงียบๆ ในขณะที่ยุค

³³⁰ Matthew Hilton, “The Legacy of Luxury: Moralities of Consumption since the 18th Century”, p. 106

³³¹ Orvar Lofgren, *On Holiday: A History of Vacationing*, pp. 59-63

³³² Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 60

หนังสือการชมภาพยนตร์ก็สามารถที่จะพูดคุยกันไปได้ สำหรับในโลกของภาพยนตร์มีเสียงผู้ชมที่สามารถที่จะแสดงตัวเอง (identify) ตัวเองกับบรรดาดาราต่างๆ ได้โดยไม่ต้องไปสนใจใครคนอื่น³³³

การเมืองของบริโคนิยมกับ “มาตรฐาน” การบริโภค

ภาพยนตร์เป็นองค์ประกอบสำคัญการบริโภคที่ถือว่าเป็นส่วนสำคัญของ “มาตรฐานความเป็นอยู่” (standard of living) สภาวะที่เกิดขึ้นกับการมีความสุขสะดวกสบายจากข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ แสดงให้เห็นถึง “มาตรฐานความเป็นอยู่” ของสหรัฐอเมริกาหรือ “มาตรฐานอเมริกัน” (American Standard) ที่มีทุกสิ่งทุกอย่างให้ครบถ้วน แต่อะไรคือ “มาตรฐานการครองชีพแบบอเมริกัน” ? เพราะอย่างน้อยๆ ที่สุดก็ไม่สามารถที่จะตอบได้ง่ายๆ ว่า เช่น ความสุขสนุกสนาน (pleasure) หรือ ความมั่งคั่งร่ำรวย อันไหนจะเป็นมาตรฐาน³³⁴ มาตรฐานการครองชีพเป็นเพียงสิ่งที่มีไว้หลอกผู้คนให้หลงเชื่อในทำนองเดียวกันกับบริษัทโฆษณาหรือไม่? มาตรฐานการครองชีพเป็นความต้องการที่เป็นจริงหรือถูกสร้างขึ้นโดยบริษัทโฆษณาหรือแม้กระทั่งรัฐ?³³⁵ การมีมาตรฐานการครองชีพเป็นสิ่งที่จำเป็นหรือเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นหรือมีความพอเพียงหรือไม่? ทั้งหมดนี้เป็นคำถามที่ค้างคาใจผู้คน แต่ไม่ว่าจะเรื่องหลอกหรือเป็นความจริงมาตรฐานการครองชีพก็เป็นสิ่งที่จอมพลเผด็จการ A. Hitler ให้ความสนใจมาตั้งแต่กลางทศวรรษที่ 1920 แล้ว

ความหมายของมาตรฐานการครองชีพก็เป็นสิ่งที่นำไปสู่ข้อถกเถียงมากกว่าฉันทานุมติ แม้ว่าจะใช้ศาสตร์ต่างๆ ที่อ้างตัวว่าเป็นกลางมาช่วยกันสร้างต้นแบบก็ไม่สามารถหาข้อสรุปได้ แต่ไม่ว่าจะเป็นอย่างไร “มาตรฐานการครองชีพแบบอเมริกัน” ก็เป็นเสน่ห์เข้ายวนใจของผู้นำนักการเมือง และผู้คนจำนวนมากทั่วโลก เพราะทำให้มาตรฐานชีวิตมีระดับที่สูงขึ้น³³⁶ หรือถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็ทำให้ผู้คนบริโภคได้มากขึ้น มาตรฐานการครองชีพจึงไม่ใช่เรื่องของมาตรฐาน แต่เป็นเรื่องของกรอบความคิดและวัฒนธรรมที่ต้องการบรรลุถึงเป้าหมายในการมีวิถีชีวิตแบบใดแบบหนึ่งเพื่อที่จะนำซึ่งความสะดวกสบาย “มาตรฐานการครองชีพ” จึงเป็นอุดมคติที่ถูกขับเคลื่อนด้วย

³³³ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 62

³³⁴ Amartya Sen, *The Standard of Living: The Tanner Lectures*, edited by Geoffrey Hawthorn, (Cambridge: Cambridge University Press, 1987), p. 2

³³⁵ Judith G. Coffin, “A ‘Standard’ of Living? European Perspectives on Class and Consumption in the Early Twentieth Century”, p. 20

³³⁶ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, p.

แรงปรารถนา (desire) ว่าอยากจะได้แบบไหนและอย่างไร³³⁷ โดยแนวความคิดเรื่อง “มาตรฐานการครองชีพ” ก็เป็นการอบความคิดที่นักสังคมศาสตร์สร้างขึ้นมาในปลายศตวรรษที่สิบเก้าอันหมายถึงการมีวิถีชีวิตที่สะดวกสบายและมีสุขภาพดี พัฒนาการของแนวความคิดเรื่อง “มาตรฐานการครองชีพ” ดำเนินคู่ขนานไปพร้อมๆ กับการขยายตัวของการจำหน่ายสินค้า ไม่มีใครคนใดคนหนึ่งที่จะทำให้เกิด “มาตรฐานการครองชีพ” ได้ไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อหรือผู้ผลิต แต่ทั้งหมดเป็นผลพลอยได้ที่เกิดขึ้นในตลาด³³⁸

สำหรับอเมริกันมาตรฐานการครองชีพที่ปราศจากข้อจำกัดทางชนชั้นเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา มาตรฐานที่วัดได้ด้วยเงินมากกว่าที่จะเป็นชนชั้นหรือชาติกำเนิด เพราะเงินเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถจะหาได้ ในขณะที่ชาติกำเนิดเป็นสิ่งที่ซื้อหากันไม่ได้ต้องอาศัยพรของพระเจ้าหรือ “บุญกรรม” แต่ชาติปางก่อนแต่เพียงอย่างเดียว นอกจากนั้นก็เป็นสิ่งที่ทำไม่ได้ในภพนี้ต้องคอยชาติหน้า โดยเงื่อนไขของชาติหน้าจะเป็นไปได้ตราบใดก็ตามที่ความเชื่ออันนี้ต้องถูกกำกับด้วยว่า จะมีการเกิดใหม่ (reincarnation) แต่ถ้ามีชาติเดียวภพเดียวเกิดมาหนเดียวก็ทำไม่ได้ สำหรับผู้ใช้แรงงานที่เงินจะเพิ่มขึ้นได้ก็หมายความว่า ค่าจ้างแรงงานจะต้องเพิ่มขึ้นด้วย เมื่อมีเงินแล้วก็ต้องมีเสรีภาพที่จะซื้อของโดยปราศจากข้อจำกัดทางชนชั้น ใครก็เป็นเจ้าของได้ คนอเมริกันจึงผูกพันกับวัตถุข้าวของเครื่องใช้ที่ซื้อหาได้ด้วยเงิน

ถึงแม้ว่าความเป็นอเมริกันจะเชื่อมต่อการเข้ากับการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ตลอดจนแรงปรารถนา (desire) ที่จะได้เป็นเจ้าของทรัพย์สิน แต่การเป็นเจ้าของทรัพย์สินก็เป็นเรื่องปกติที่มีมาตลอดประวัติศาสตร์ สำหรับการบริโภคในสภาวะสมัยใหม่แตกต่างไปจากการเป็นเจ้าของแบบเดิมๆ เพราะข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ สามารถที่จะทำให้ผู้เป็นเจ้าของได้รับความสะดวกสบายได้อย่างสมบูรณ์แบบด้วยเทคโนโลยี³³⁹ ที่นับวันก็จะยิ่งเพิ่มความก้าวหน้าและซับซ้อนมากขึ้น อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีไม่ได้ทำให้เกิดความเป็น “ลัทธิ” ในบริโภคนิยม (consumerism) การเคลื่อนตัวเข้าไปสู่ความเป็น “ลัทธิ” หรือ “ความเป็นนิยม” ของการบริโภคหลักเลียงลักษณะทางการเมืองและอุดมการณ์ไปไม่พ้น ความเป็นบริโภคนิยมจึงเป็นคุณสมบัติของขบวนการทางการเมืองแบบเดียวกันกับ สังคมนิยม เสรีนิยม ตลอดจนรวมไปถึงลักษณะประชานิยม (populism) ซึ่งสำหรับอันหลังนี้ก็ทำให้บริโภคนิยมเกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐ ในช่วงหลังเศรษฐกิจตกต่ำช่วง

³³⁷ Marina Moskowitz, *Standard of Living: The Measure of Middle Class in Modern America*, (Baltimore: John Hopkins University Press, 2004), p. 5

³³⁸ Marina Moskowitz, *Standard of Living: The Measure of Middle Class in Modern America*, p. 3

³³⁹ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, pp. 4-5

ปลายทศวรรษที่ 1920 บริโคนิยมจึงเป็นนโยบายทางการเมืองที่ตอบสนองความต้องการบริโภคของผู้คน ไม่เพียงแต่เท่านั้นบริโคนิยมยังเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึก (sentiment) ที่มีต่อสรรพสิ่งต่างๆ ครั้นเมื่อบริโคนิยมเกี่ยวข้องกับเรื่องการบริโภค แต่การจะบริโภคได้ก็จำเป็นที่จะต้องมียาได้เพื่อมี “กำลังซื้อ” (purchasing power) สำหรับชนชั้นต่ำการบริโภคสินค้าจึงเกี่ยวข้องกับค่าจ้างแรงงาน เพราะฉะนั้นบริโคนิยมจึงเกี่ยวข้องกับขบวนการแรงงานที่มีการจัดตั้งองค์กรเพื่อให้ได้มาซึ่งข้าวของที่ต้องการโดยผ่านการต่อรองกับกลไกของรัฐ³⁴⁰

“กำลังซื้อ” ข้าวของเครื่องใช้ที่เป็นรูปธรรมนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการสร้างความเท่าเทียมกันที่เกิดขึ้นจาก “มาตรฐานการครองชีพ” มาตรฐานจึงดูจะเป็นสิ่งและเงื่อนไขที่เหมือนกันไม่ว่าจะเป็นที่ไหนก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นยุโรปหรืออเมริกา แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ ขนบบังคับหรือข้าวของที่หนึ่งจะเท่ากับขนบบังคับหรือข้าวของอีกที่หนึ่งหรือเปล่า? ปัญหาดังกล่าวไม่ได้เป็นปัญหาทางทฤษฎี แต่เป็นปัญหาในทางปฏิบัติของบริษัทรถยนต์ฟอร์ดที่เปิดโรงงานในยุโรป เมื่อมีโรงงานรถยนต์ในยุโรปคำถามก็คือ ค่าจ้างแรงงานของกรรมกรโรงงานรถยนต์ในยุโรปจะต้องเท่ากันกับค่าจ้างในเมืองดีทรอยต์ (Detroit) หรือไม่? ถ้าเท่ากันจะต้องเป็นเท่าใดถึงเท่ากัน? ความต้องการในการสร้างมาตรฐานให้กับค่าแรงงานเป็นประเด็นสำคัญที่องค์กรแรงงานโลก (International Labor Organization) ที่ถูกตั้งขึ้นมาติดตามควบคุมและพัฒนา “มาตรฐานการครองชีพ” ทั่วโลก โดยองค์กรนี้ดำเนินไปภายใต้ความเชื่อหรือปรัชญาที่ว่า “แรงงานไม่ใช่สินค้า (commodity)” องค์กรระหว่างประเทศและบริษัทรถยนต์ฟอร์ดก็เป็นพวกแรกๆ ที่ต้องการเปรียบเทียบ “มาตรฐานการครองชีพ” ระหว่างยุโรปและสหรัฐอเมริกา³⁴¹

เกณฑ์สำคัญในการใช้พิจารณา “มาตรฐานการครองชีพ” ก็คือ “กำลังซื้อ” (purchasing power) ที่ได้มาจากค่าแรงที่มีราคาสูงอันเป็นสิ่งที่เชื่อกันว่าเป็นสิ่งที่ทำให้อเมริกันเจริญรุ่งเรือง เพราะยังมีเงินมากขึ้นเท่าใดกำลังซื้อก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น โดยสินค้าที่ผลิตออกมาด้วยปริมาณมากๆ ก็จะต้องมีราคาถูกลง ในขณะที่เดียวกันก็จะมีรัฐเป็นตัวจักรสำคัญในการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นโดยพวกผู้นำการรณรงค์ต้องการให้รัฐเข้ามาจัดการการบริโภคทั้งในระดับตลาดและการทำงาน ทั้งนี้องค์ที่จัดการดูแลด้านการบริโภคและพวกกรรมกรจะเป็นกลไกทางการเมืองและเศรษฐกิจที่สำคัญในการต่อรองกับบรรษัทขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกา จนทำให้เกิดสภาวะ “การ

³⁴⁰ Meg Jacobs, “ ‘Democracy’s Third Estate:’ New Deal Politics and the Construction of a ‘Consuming Public’, *International Labor and Working-Class History*, No. 55, (Spring, 1999), p. 45

³⁴¹ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America’s Advance through Twentieth-Century Europe*, p.

บริโภคของสาธารณะ” (consuming public)³⁴² การเกิดความเป็นสาธารณะนั้นเกิดขึ้นจากความต้องการของปัจเจกชน ความเป็นส่วนตัวกับสาธารณะจึงไม่สามารถแยกออกจากกันได้ในกรณีของการบริโภค แนวความคิดดังกล่าวนี้เท่ากับเป็นการปฏิเสธกรอบคิดแบบชนชั้นกลางที่ยกให้เรื่องของการบริโภคเป็นเรื่องส่วนตัว รากฐานความคิดแบบ “การบริโภคของสาธารณะ” จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงความคิดเรื่องการบริโภคของศตวรรษที่สิบเก้าที่เน้นความเป็นปัจเจกชนไปสู่การเมืองและเศรษฐกิจแบบ New Deal ของสหรัฐอเมริกาที่เน้นบทบาทการแทรกแซงของรัฐและระบบเศรษฐกิจแบบเคนเซียน (Keynesian)³⁴³

แต่แนวทางของอเมริกันและผลงานการศึกษาของอเมริกันก็ไม่ได้ได้รับการยอมรับจากฝ่ายยุโรปตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ความแตกต่างอยู่ที่หน่วยของการวิเคราะห์ สำหรับสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ปัจเจกชน ส่วนยุโรปอยู่ที่ชนชั้น สำหรับยุโรปการบริโภคไม่ใช่เรื่องของปัจเจกชน แต่เป็นเรื่องของสังคม เป็นต้น มาตรฐานที่เกิดขึ้นจากเงินว่าซื้ออะไรได้นั้นไม่สามารถที่จะเป็นคำตอบได้ เพราะคำถามก็คือ “ขนมปังอเมริกันสี่ขวานหนึ่งก้อนก็เท่ากับขนมปังสแกนดิเนเวียที่ทำจากธัญพืชไรย์ (rye) กระนั้นหรือ?”³⁴⁴ ดังจะเห็นได้จากผลงานการศึกษาของ Maurice Halbwachs ที่ในที่สุดเขาเองก็ตกย้ำถึงความหลากหลายทางชนชั้นในดินแดนต่างๆ ซึ่งก็หมายความว่าถึงปัญหาของมาตรฐานจะต้องเกิดขึ้น ถึงกระนั้นก็ดี Halbwachs เองก็ยังเห็นว่า เส้นทางของความเท่าเทียมกันที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาเองก็เป็นแนวทางที่ยุโรปสมควรจะพัฒนาตามไป³⁴⁵ ถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งเส้นทางการดำรงชีวิตของกรรมกรในสหรัฐอเมริกาที่สามารถซื้อข้าวของต่างๆ นั้นควรจะเป้าหมายในอุดมคติ

ทั้งนี้ในปี ค.ศ. 1929 ครอบครัวกรรมกรอเมริกันที่ประกอบไปด้วยพ่อแม่ลูกสาวลูกชายอย่างละหนึ่งคนใช้เงินประมาณ 12% ของรายได้ไปกับการซื้อเสื้อผ้าและก็เป็นเสื้อผ้าที่ดีด้วย ผู้ชายซื้อเสื้อปีละห้าตัว เนคไทสองเส้น สูทผ้าฝ้ายสองตัว ถุงเท้าผ้าฝ้ายสี่คู่ รองเท้าสองคู่ ถุงมือหนังสองคู่และถุงมือผ้าฝ้ายเก้าคู่ ส่วนสูทผ้าขนสัตว์ก็เปลี่ยนทุกๆ สองปีครึ่ง ส่วนเสื้อผ้าของเมียก็

³⁴² Meg Jacobs, “ ‘Democracy’s Third Estate:’ New Deal Politics and the Construction of a ‘Consuming Public’”, p. 28

³⁴³ Meg Jacobs, “ ‘Democracy’s Third Estate:’ New Deal Politics and the Construction of a ‘Consuming Public’”, p. 29

³⁴⁴ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America’s Advance through Twentieth-Century Europe*, p. 86

³⁴⁵ Judith G. Coffin, “A ‘Standard’ of Living? European Perspectives on Class and Consumption in the Early Twentieth Century”, p. 19

เปลี่ยนทุกๆ สองปี ในหนึ่งปีนั้นเมียกรรมกรซื้อผ้าผ่ายลายสีสองตัว ผ้าเรยองและผ้าไหม ชื้อถุงน่อง แปะคู่ ตลอดจนอื่นๆ อีกไม่ว่าจะเป็นชุดชั้นใน ชุดใส่อยู่กับบ้าน ชุดนอน และรองเท้าอีกสองคู่ ส่วนเสื้อผ้าของลูกๆ กรรมกรก็ถือว่ามากกว่าคนอื่นๆ เพราะตกประมาณหนึ่งในสิบสองของรายได้ ในขณะที่ลูกกรรมกรยุโรปใช้เสื้อผ้าที่ตัดเย็บเอง ส่วนใหญ่ก็ตัดปะมาจากเสื้อผ้าเก่าของพ่อแม่ ส่วนอาหารของกรรมกรในดีทรอยท์เองก็กินอาหารที่หลากหลาย ถูกสุขอนามัยและหลักโภชนาการ ในขณะที่กรรมกรในยุโรปจะกินอาหารได้อย่างเต็มที่ แต่ก็ไม่ได้หลากหลาย กรรมกรส่วนใหญ่ดื่มแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่ที่ถึงแม้ว่าจะช่วยในการกินแต่ก็ถือว่าไม่ถูกหลักโภชนาการ³⁴⁶

ส่วนบ้านของครอบครัวกรรมกรอเมริกันมีห้องเฉลี่ยประมาณ 4.1 ห้อง แถมยังมีระบบความร้อนส่วนกลาง (central heating) มีไฟฟ้าและแก๊สใช้ในบ้าน มีห้องอาบน้ำ และมีหน้าต่างที่มองออกไปเห็นทัศนียภาพ ทั้งหมดที่กล่าวมากลับเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยากในยุโรป เพราะที่อยู่ของยุโรปก็มีห้องประมาณสองถึงสามห้องโดยเฉลี่ย ดังนั้นห้องอาบน้ำจึงเป็นของหรูหราฟุ่มเฟือย ทั้งหมดนี้ยังไม่ต้องนับรายจ่ายของกรรมกรอเมริกันที่มีเงินจ่ายหมอมและหมอฟัน แถมยังมีซื้อประกันชีวิตอีกด้วย กรรมกรอเมริกันในโรงงานรถยนต์ฟอร์ดก็มีเงินซื้อและเปลี่ยนวิทยุ เครื่องเล่นแผ่นเสียง เตารีดไฟฟ้า เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น และกว่าครึ่งของกรรมกรมีรถยนต์ใช้ ทั้งนี้ก็เพราะราคารถยนต์ตกลงมาเหลือเพียงแค่ประมาณ 440 ดอลลาร์ในทศวรรษที่ 1920 แต่กรรมกรยุโรปกลับไม่สามารถจะมีรถยนต์ได้และยิ่งไปกว่านั้นก็ไม่ต้องฝันเลยว่าจะมีได้ เพราะชนชั้นกลางหรือกระฎุมพีในยุโรปบางคนเท่านั้นที่จะมีรถยนต์ สำหรับยุโรปในทศวรรษที่ 1930 จะมีแต่อังกฤษและฝรั่งเศสเท่านั้นที่มีรถยนต์มากกว่าประเทศอื่นๆ คือตกประมาณหนึ่งคันต่อสี่สิบคนในช่วงปลายทศวรรษที่ 1930 ส่วนเยอรมนีก็ตกประมาณหนึ่งคันต่อสี่สิบคน สำหรับอิตาลีก็ประมาณหนึ่งในร้อย ในขณะที่สหรัฐอเมริกาตกประมาณหนึ่งในสี่ สำหรับกรรมกรบางคนในยุโรปอาจจะมีจักรยานยนต์และบางคนก็มีกระบะสำหรับนั่งช้าง จักรยานก็เป็นพาหนะที่กรรมกรมีกันและก็เป็นของมีค่าด้วย³⁴⁷

ความแตกต่างที่เกิดขึ้นในรูปของการเป็นเจ้าของวัตถุสิ่งของต่างๆ มากมายกลายเป็นปัญหา เพราะไม่สามารถที่จะระบุได้ง่ายๆ ว่า “มาตรฐานการครองชีพ” ที่ “ดี” นั้นเป็นอย่างไร สำหรับพวกอเมริกันนั้นการมีค่าจ้างแรงงานสูง มีอำนาจในการซื้อสินค้าต่างๆ ตามความต้องการของปัจเจกชนแต่ละคน สำหรับการสิ่งของอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ เหล่านี้ก็จะทำให้ชีวิตดำรงอยู่ได้

³⁴⁶ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, pp. 88-89

³⁴⁷ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, pp. 89-90

อย่างสะดวกสบาย แม้ว่าจะไม่เรียกว่าฟุ่มเฟือยก็ตาม ด้วยการวัดจากค่าจ้างแรงงานนี้เองก็ทำให้ “มาตรฐานการครองชีพ” และ “อำนาจการซื้อ” ปรากฏออกมาเป็นรูปธรรม³⁴⁸ ความคิดแบบนี้ สะท้อนให้เห็นถึงสำนึกของอเมริกันที่คิดว่าตัวเองเหนือกว่าพวกยุโรป ความคิดแบบนี้แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางศีลธรรมว่าตัวเองเป็นพวกที่ดีกว่า สูงส่งกว่า อย่างน้อยๆ ที่สุดข้อโต้แย้งที่มีต่อพวกยุโรปก็คือ สังคมอเมริกันก็ไม่ได้เป็นสังคมอภิสิทธิ์ชน (aristocratic society) แบบยุโรป โดยเฉพาะในเรื่องของที่ดิน นอกจากนั้นในเรื่องของจารีตแบบกระฎุมพีของยุโรปอเมริกาก็ไม่มี เพราะการกระจายรายได้ดีกว่ายุโรป ไม่เพียงแต่เท่านั้นในเรื่องของอาหารอเมริกาไม่ต้องประสบปัญหาเรื่องการขาดแคลนอาหารแบบยุโรปอันเป็นปัญหาที่ตกทอดกันมาถึงทศวรรษที่ 1950 ในขณะที่อเมริกาในช่วงทศวรรษที่ 1870 เป็นต้นมาได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของโภชนาการแล้ว ปัญหาการขาดแคลนอาหารนั้นไม่ใช่ปัญหาของสังคมอเมริกัน³⁴⁹ ในทางตรงกันข้ามสังคมอเมริกัน มีของให้กินมากมาย เช่น การได้กินผลไม้จากเขตร้อนอย่างกล้วยหอม ที่เดินทางข้ามน้ำข้ามทะเลมาได้ก็เพราะเทคโนโลยี “ห้องเย็น” ดังนั้นสำหรับอเมริกันในทศวรรษที่ 1930 “มาตรฐานการครองชีพ” ที่ดีย่อมหมายถึงการได้กินกล้วยหอมด้วย³⁵⁰ ทั้ๆ ที่ย้อนกลับไปในสมัยปลายศตวรรษที่สิบหกผลไม้เป็น “ของอันตรายมาก” สำหรับผู้ใช้แรงงาน นักการแพทย์โบราณอย่าง Galen เองก็ต่อต้านการกินผลไม้³⁵¹ แต่ในช่วงทศวรรษที่ 1930 การกินผักผลไม้กลายเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยม ส่วนมันฝรั่งและเนื้อก็มีการบริโภคน้อยลง ปริมาณการกินเนื้อของอเมริกันลดลงจาก 72.4 ปอนด์ ในปี ค.ศ. 1899 มาเหลือเพียงแค่ 55.3 ปอนด์ในปี ค.ศ. 1930 ด้วยความมั่งคั่งของสังคมอเมริกัน จึงกลายเป็นเรื่องของการแสดงความสามารถในการควบคุมตนเอง ที่ว่าจะไม่ตกเป็นเหยื่อของความอยากของตัว โดย เช่น ไม่กินของหรูหราอย่างเนื้อแดงอีกต่อไป³⁵² ความสามารถในการควบคุมตัวเองไม่ตามใจปากจึงเป็นอัตลักษณ์ใหม่

³⁴⁸ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, pp. 94-95

³⁴⁹ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, pp. 96-97

³⁵⁰ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, p. 98, 101

³⁵¹ Sidney Mintz, *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*, pp. 75-76

³⁵² Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 116

ในขณะที่ฝ่ายยุโรปมีกลับความมีเห็นว่า พวกอเมริกันมักจะทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างกลายเป็นเรื่องที่วัดได้ด้วยเงิน และไม่สนใจสิ่งหรือคุณภาพชีวิตที่วัดไม่ได้ด้วยเงิน ด้วยทัศนคติดังกล่าวทำให้อเมริกันคิดว่าอะไรที่ใหญ่ๆ แล้วจะเป็นสิ่งที่เกรียงไกร (greatness) ในช่วงทศวรรษที่ 1930 Armand Julin นักสถิติชาวเบลเยียมเห็นว่า เป็นสิ่งที่ผิดจริยธรรมอย่างยิ่งที่จะคิดว่า กรรมกรมีเสรีภาพที่จะเลือก กรรมกรไม่ได้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของการทำงานและค่าจ้างแรงงานเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของชีวิตที่กรรมกรเองไม่สามารถที่จะควบคุมอะไรได้ ด้วยสภาพแบบนี้ทำให้กรรมกรไม่สามารถที่จะบอกได้ว่าพวกเขาต้องการอะไรจริงๆ ทั้งๆ ที่พวกเขาเรียกร้องให้มีชีวิตที่ดีก็ตาม³⁵³ แต่การกล่าวแบบนี้ของนักสถิติชาวเบลเยียมเองก็แสดงให้เห็นทัศนคติอย่างหนึ่งของผู้ทรงคุณวุฒิและปัญญาชนจำนวนมากในขณะนั้นก็คือ กรรมกรไม่รู้จักความต้องการที่แท้จริงของตัวเองว่าเป็นอย่างไร หรือถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งตามกรอบทฤษฎีก็คือ ปัญหาเรื่องจิตสำนึกที่ผิด (false consciousness) ของผู้ใช้แรงงาน

กรอบความคิดเรื่องจิตสำนึกที่ผิดปรากฏในหมู่พวกปัญญาชนสังคมนิยมที่เห็นว่า กรรมกรหลงกลพวกกระฎุมพีหลอกให้ตกอยู่ภายใต้อุดมการณ์ที่หลอกลวงเรื่องการเมืองชีวิตที่ดีและชีวิตที่ดูน่าเคารพนับถือ (respectability) ถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งสำหรับพวกสังคมนิยมก็คือ การที่กรรมกรไม่สนใจสังคมนิยมก็เพราะถูกครอบงำด้วยการบริโภคที่ระบบทุนนิยมหยิบยื่นให้ อย่างไรก็ตามดูเหมือนว่าจะมีแต่ปัญญาชนยุโรปหรือปัญญาชนของสังคมนิยมเท่านั้นที่รู้ว่า ผลประโยชน์ที่แท้จริงของกรรมกรคืออะไร กรอบความคิดแบบนี้ก็เป็นกรอบความคิดที่ปัญญาชนคิดว่าตนเองสูงส่งกว่าคนอื่น ๆ เห็นทางสว่างมากกว่าคนอื่น ๆ หรือเป็นพวกที่ “บัวเหนือน้ำ” มากกว่า³⁵⁴ สำหรับ “จิตสำนึกที่ผิด” นี้ไม่ได้เกิดขึ้นกับปัญญาชนหรือนักวิชาการ แต่กลับเป็นคนอื่น ๆ มากกว่าที่จะเกิดขึ้นกับผู้วิพากษ์³⁵⁵ แต่ความคิดแบบนี้เป็นความคิดของพวกชนชั้นนำที่ไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในยุโรป ความคิดที่ว่าชนชั้นต่ำโง่กว่านั้นเป็นสิ่งที่พบได้ทุกดินแดน ไม่ว่าจะเป็นประชาธิปไตย ศักดินา ฯลฯ เพราะดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า นักบริหารธุรกิจอเมริกันอย่าง Alfred Sloan ก็คิดในทำนองคล้ายคลึงกัน

³⁵³ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, pp. 92-93

³⁵⁴ Judith G. Coffin, “A “Standard” of Living? European Perspectives on Class and Consumption in the Early Twentieth Century”, p. 20; Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, p. 93

³⁵⁵ Daniel Miller, “The Poverty of Morality”, *Journal of Consumer Culture*, Vol. 1, No. 2 (2001), p. 229

ในขณะที่สหรัฐอเมริกา กำลังผลิตเฟล็ตกับความมั่งคั่ง การบริโภคที่มั่งคั่งมากมาย เหลือเฟือ นักวิชาการสายเสรีนิยมก็ได้เริ่มกล่าวถึงปัญหาของการบริโภคในงานคลาสสิกเรื่อง *Middletown: A Study in Contemporary American Culture* (1929) โดยนักสังคมวิทยา Robert และ Helen Lynd ได้ศึกษาถึงผลกระทบของการบริโภคอย่างมั่งคั่งในเมืองมันชี (Muncie) ในมลรัฐอินเดียนา (Indiana) นอกจากนั้นก็ยังมียังมีผลงานของ Adolph Berle และ Gardiner Means ที่ตีพิมพ์ผลงานชิ้นสำคัญเรื่อง *The Modern Corporation and Private Property* (1932) โดยได้กล่าวถึงอำนาจของบริษัทใหญ่ๆ ในสหรัฐอเมริกา หนังสือเหล่านี้ได้วิเคราะห์โครงสร้างอำนาจทางธุรกิจของสังคมอเมริกันในขณะที่สังคมกำลังรุ่มร่ามอยู่กับการเจริญรุ่งเรืองในด้านวัตถุ เครื่องใช้ต่างๆ ในปี ค.ศ. 1933 Robert Lynd ได้ตีพิมพ์ผลงานเรื่อง *The People as Consumer* อันเป็นส่วนหนึ่งของรายงานเสนอต่อคณะกรรมการที่ตั้งโดยประธานาธิบดี Herbert Hoover ในการศึกษาเรื่อง *Recent Social Trend* โดยคณะกรรมการได้ว่าจ้างให้มาศึกษาวิจัยเพื่อสรรเสริญ เรื่องการนิสัยการบริโภค (consumer habits) ที่ดีขึ้นของคนอเมริกัน แต่ปรากฏว่าผลงานชิ้นนี้ของ Lynd กลับชี้ให้เห็นถึงปัญหาของการบริโภคมากกว่าที่จะยืนยันถึงความสำเร็จในการทำให้อเมริกันคนได้จับจ่ายสินค้า

โดย Lynd ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีอำนาจเพียงน้อยนิดเท่านั้น ผู้บริโภคไม่สามารถที่จะกำหนดได้ว่าจะให้ผลิตสินค้าอะไร ราคาแค่ไหน ความสมดุลระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นเพียงเรื่องราวของอดีต บริษัทขนาดใหญ่เหล่านี้ได้ทำลายหลักการเรื่องตลาดเสรีไปจนหมดสิ้นแล้ว บริษัทเหล่านี้ควบคุมได้ทั้งอุปสงค์และอุปทาน แนนอนเขาไม่ใช่คนๆ เดียวที่ดับฝันของผู้บริโภคอเมริกันและสังคมอเมริกัน ไม่เพียงแต่ปัญหาของบริษัทใหญ่เท่านั้นที่ผู้บริโภคต้องเผชิญกับการเอาเปรียบ การขึ้นราคา ตัวผู้บริโภคเองในฐานะผู้เลือกซื้อเองก็ประสบปัญหาว่าจะเลือกซื้ออะไร เพราะสินค้าที่มีให้เลือกนั้นไม่ได้มีความชัดเจนว่าจะเลือกได้ง่ายๆ ขนาดนั้น³⁵⁶ ความชัดเจนของความพ่ายแพ้ของ “ผู้บริโภคในฐานะองค์อธิปัตย์” ปรากฏให้เห็นได้อย่างเด่นชัดนั้นก็เป็นอันสังเกตุของการที่เศรษฐกิจตกต่ำอย่างมาก (Great Depression) ในปลายทศวรรษที่ 1920 เศรษฐกิจตกต่ำจึงเท่ากับเป็นการเริ่มต้น “ขบวนการตัดคอคอองค์อธิปัตย์ในฐานะที่เป็นผู้บริโภค” ให้หมดอำนาจ แต่ในขณะเดียว “การตัดคอคอความเป็นองค์อธิปัตย์” กลับทำให้ผู้บริโภคที่กลายเป็นพลเมืองธรรมดาๆ ที่รวมตัวกันขึ้นมาเพื่อปกป้องประโยชน์ในการบริโภคของตัวเองให้ปลอดภัยจากการขูด

³⁵⁶ Meg Jacobs, “ ‘Democracy’s Third Estate:’ New Deal Politics and the Construction of a “Consuming Public”, pp. 29-30

ร็ดของบรรษัทธุรกิจใหญ่ๆ โดยทั้งหมดเป็นรูปเป็นร่างของบริโคนิยมในฐานะขบวนการเรียกร้องทางการเมืองในทศวรรษที่ 1930

ถึงแม้ว่าการวิเคราะห์ของนักวิชาการปัญญาชนของอเมริกาและยุโรปจะไม่แตกต่างกันในแง่ของการเสียเปรียบของผู้บริโภค แต่แนวทางการศึกษาแบบอเมริกันก็ได้คิดว่าการบริโภคเป็นเรื่องของจิตสำนึกที่ผิด สิ่งที่ผิดพลาดนั้นเป็นเพียงเป้าหมายของเสรีภาพของผู้บริโภคที่ยังไม่สามารถจะบรรลุถึงอุดมคติได้ การต่อสู้เพื่อให้ถึงเป้าหมายจึงยังคงต้องดำเนินต่อไป ภายใต้กรอบความคิดของการเมืองและเศรษฐกิจแบบ New Deal ก็ทำให้รัฐต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญในการจัดการปัญหาเรื่องการบริโภค โดยก่อนหน้าทีประธานาธิบดี Franklin D. Roosevelt จะขึ้นมามีอำนาจ เขาได้หาเสียงเลือกตั้งไว้อย่างชัดเจนว่า “อนาคตไม่ใช่เรื่องของการผลิต แต่อยู่ที่การบริโภค”³⁵⁷ การบริโภคภายใต้การบริหารของประธานาธิบดี Franklin D. Roosevelt นั้นกลายเป็นว่าทุกๆ สิ่งทุกอย่างหมุนอยู่รอบๆ การบริโภค ไม่ว่านั่นจะเป็นเรื่องของ “สิ่งของที่ดีงามสำหรับสาธารณะ” (public good) “สิทธิในทางเศรษฐกิจ” (economic right) ตลอดจนเรื่องความต้องการของพลเมือง³⁵⁸ ถนนทุกสายจึงมุ่งสู่การบริโภค ถึงกระนั้นก็ดีใช่ว่ากลุ่มผู้บริโภคจะใช้กลไกของรัฐเป็นเครื่องมือในการต่อสู้ได้เสมอไป ทบวงมาตรฐานของกระทรวงพาณิชย์สหรัฐอเมริกาก็ยังถูกโจมตีว่าไม่ได้ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคแก่สาธารณชนอย่างกว้างขวางพอ เนื่องจากราคาสินค้าขึ้นทำให้การติดป้ายบอกราคาและการกำหนดระดับของสินค้ากลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การกำหนดมาตรฐานจึงเป็นเรื่องคอขาดบาดตายของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคต้องการรู้ว่าตัวเองเสียเงินไปแล้วจะได้ของอะไรกลับคืนมา ทั้งนี้บริษัทผู้ผลิตก็ต้องการให้ปริมาณสินค้าน้อยๆ แต่ก็แน่นอนว่าผู้บริโภคต้องการปริมาณสินค้ามากๆ³⁵⁹

ในขณะที่นักธุรกิจอเมริกันเองหวาดวิตกต่อนโยบายเศรษฐกิจแบบเคนเซียน (Keynesian) ว่าจะเข้าไปละเมิดภาคเอกชนและจะทำให้เศรษฐกิจไร้ซึ่งเสถียรภาพ นักธุรกิจเห็นว่าผู้บริโภคใช้สิทธิประโยชน์จากการช่วยเหลือของรัฐบาลมากกว่าที่จะเป็น “พลเมืองผู้บริโภค” ในสายตาของนักธุรกิจกลุ่มผู้บริโภคถือว่าเป็นพวกอันตราย ด้วยการที่ขบวนการต่อสู้เพื่อพิทักษ์ผู้บริโภคได้ขยายตัว

³⁵⁷ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, p. 24

³⁵⁸ Lizabeth Cohen, “The New Deal State and the Making of Citizen Consumers”, p. 114

³⁵⁹ Meg Jacobs, “ ‘Democracy’s Third Estate:’ New Deal Politics and the Construction of a ‘Consuming Public’”, p. 39

อย่างรวดเร็วก็ยิ่งทำให้อันตรายเพิ่มมากยิ่งขึ้น³⁶⁰ ประเด็นเรื่องของการบริโภคเป็นปัญหาที่ชนชั้นกลางและผู้ใช้แรงงานมีส่วนร่วมก็ทำให้นักต่อสู้สามารถที่จะระดมคนเข้าร่วมขบวนการได้มาก³⁶¹ กลุ่มธุรกิจอเมริกันเองจึงจำเป็นที่จะต้องต่อสู้กับ “ภัยจากกลุ่มผู้บริโภค” ที่เป็นการฉีกกำลังกันระหว่างชนชั้นกลางและชนชั้นผู้ใช้แรงงาน ส่วนบรรดาบริษัทโฆษณาทั้งหลายก็ต้องรวมตัวกันต่อสู้กับกลุ่มผู้บริโภคเช่นกัน เช่น กลุ่ม Pacific Advertising Clubs Association ที่ตั้งขึ้นมาในปี ค.ศ. 1940 เพื่อต่อต้านกลุ่มผู้บริโภค โดยกลุ่มธุรกิจโฆษณาเชื่อว่าพวกกลุ่มผู้บริโภคต้องการทำลายสถาบันหลักของสังคมอเมริกันเพื่อเปลี่ยนไปสู่ระบบคอมมิวนิสต์³⁶²

ความหวาดกลัวของนักธุรกิจต่อพวกเรียกร้องต่อสู้เพื่อการบริโภคว่าเป็นคอมมิวนิสต์สะท้อนให้เห็นปัญหาการต่อสู้ด้านแรงงาน การต่อสู้ของกรรมกรเพื่อให้รัฐบาลอเมริกันรักษาราคาสินค้าให้คงที่ เพราะการมีค่าจ้างแรงงานที่สูงแต่สินค้าอุปโภคบริโภคราคาไม่คงที่หรือไม่ถูกก็ทำให้ค่าจ้างแรงงานที่สูงไร้ความหมาย การกำหนดราคาสินค้าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ใช้แรงงาน แต่ก็เชื่อว่าผู้ใช้แรงงานฝ่ายเดียวที่จะได้ประโยชน์ ชนชั้นอื่นๆ เช่นชนชั้นกลางเองก็ได้ประโยชน์เช่นกัน การควบคุมราคาถึงแม้ว่าจะเป็นการละเมิดกลไกตลาดแต่ก็เป็นไปเพื่อ “สาธารณะประโยชน์” กลไกของรัฐอย่างสำนักงานบริหารราคาและอุปสงค์ของพลเรือน (Office of Price Administration and Civilian Supply) ที่ตั้งขึ้นมาโดยรัฐบาลประธานาธิบดี Franklin D. Roosevelt แสดงให้เห็นถึงสายสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคกับความเป็นพลเมือง³⁶³ ส่วน “กำลังซื้อ” ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกลไกทางการเมืองและทวีความรุนแรงทางการเมืองมากขึ้นในช่วงของสงครามโลกครั้งที่สอง³⁶⁴ รัฐบาลกลางอเมริกันเองก็พร้อมที่จะแทรกแซงตลาดเพื่อให้อำนาจการซื้อของผู้คนเป็นไปได้โดยเฉพาะในยามคับขัน เช่น ช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ดังนั้นในสายตาของรัฐบาลและนักวิชาการ “ผู้บริโภคไม่ใช่พลเมือง” แต่เป็นเพียงผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ (purchasing consumer)

³⁶⁰ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, pp. 56-57

³⁶¹ Meg Jacobs, “ ‘Democracy’s Third Estate:’ New Deal Politics and the Construction of a ‘Consuming Public’”, p. 44

³⁶² Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, pp. 59-60

³⁶³ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, pp. 65-70

³⁶⁴ Meg Jacobs, “ ‘Democracy’s Third Estate:’ New Deal Politics and the Construction of a ‘Consuming Public’”, p. 45

รัฐบาลอเมริกันจึงพยายามที่จะทำให้การบริโภคเป็นเรื่องของเศรษฐกิจล้วนๆ มากกว่าที่จะทำให้เป็นเรื่องการเมือง ในขณะที่ผู้บริโภคหรือพลเมืองพยายามทำให้เรื่องการบริโภคในฐานะกลไกทางเศรษฐกิจเป็นเรื่องการเมือง

ในขณะเดียวกันรัฐบาลอเมริกันก็พยายามส่งเสริมการจ้างงานเต็ม (full employment) และค่าจ้างแรงงานที่สูง การผลิตจำนวนมากๆ พอดตอบสนองตลาดที่ใหญ่ ทั้งหมดนี้ดำเนินตามระบบเศรษฐกิจแบบเคนเซียน (Keynesian) ที่มีเป้าหมายอยู่ที่การจัดการแก้ไขปัญหาด้านแรงงานและขบวนการกรรมกร³⁶⁵ แต่ในขณะเดียวกันการบริโภคเป็นพื้นที่ของผู้หญิง ในแง่ที่ถ่วงปัญหาขบวนการกรรมกรเข้ากับบทบาทของผู้หญิงแล้วอาจจะกล่าวได้ว่า ถ้าพิจารณาจากสายตาของผู้ชายนักธุรกิจปัญหาของการบริโภคนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1920 ในสหรัฐอเมริกาเป็นต้นมาคือปัญหาของสำนึกในกรอบคิดในกระแส “สังคมนิยม” และอำนาจของผู้หญิงที่ทำทลายอำนาจของผู้ชายหรือเฟมินิสต์ (feminism) บริโภคนิยมจึงไม่ใช่คำตอบๆ ง่ายที่เท่ากับการต่อต้านคอมมิวนิสต์อย่างที่เข้าใจกัน³⁶⁶ และนี่ยังไม่ต้องนับ “ภัย” ที่มาจากคนสีผิวที่คนผิวขาวในขณะนั้นก็ตกใจจนนำไปสู่การจลาจลทำลายร้านค้า เพราะคนสีผิวต้องเผชิญกับราคาสินค้าที่สูงกว่าเขตของคนผิวขาว

367

ถึงแม้ว่าการเรียกร้องต่อสู้เพื่อการบริโภคของผู้ใช้แรงงานเองก็ใช้ว่าจะเป็นเรื่องของการต่อสู้ทางแรงงานแต่เพียงอย่างเดียว กลไกของราคาค่าแรงสูงและการได้รับการตอบสนองทางด้านวัตถุข้าวของต่างๆ เป็นยุทธศาสตร์ทางการค้าด้วย การตอบสนองของผู้ใช้แรงงานด้วยการได้วัตถุดิบสินค้าที่ “จำเป็น” สำหรับการดำรงชีวิตที่ถึงแม้ว่าจะเป็น “ของไหล” ในสายตาของคนต่างชนชั้นก็ตามคือหัวใจสำคัญในการเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ใช้แรงงานกับบรรษัท โดยกลไกของการบริโภคทั้งหมดก็ดำเนินการไปด้วยคำปกาติของ “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” (human dignity) การบริโภคจึงเป็น “บริโภคนิยม” ด้วยอุดมการณ์ของ “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” สำหรับอุดมการณ์ของ “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” แม้ว่าจะเป็นสิ่งที่เป็นนามธรรม แต่สิ่งที่เป็นนามธรรมก็จำเป็นที่จะต้องตอบสนองต่อชนชั้นผู้ใช้แรงงานหรือ “ประชาชน” ด้วยสิ่งที่เป็นรูปธรรมกว่า ข้าวของ

³⁶⁵ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, p. 116

³⁶⁶ Gary Cross เป็นตัวอย่างของการอธิบายว่า สังคมบริโภคเป็นคำตอบของอเมริกันที่มีให้แก่คอมมิวนิสต์ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 87

³⁶⁷ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, p. 87

เครื่องใช้ต่างๆ จึงกลายเป็นสิ่งของ “จำเป็น” แนวทางการต่อสู้เพื่อได้รับการตอบสนองด้วยสินค้าแบบหรือสิ่งของ “จำเป็น” เพื่อ “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” นั้นก็ทำให้บริโศณนิยมมีลักษณะของความเป็นประชานิยม (populism) ไปในตัว³⁶⁸ ทั้งนี้ “ประชานิยม” ที่เชื่อมต่อกับบริโศณนิยมเป็นกลไกในการจัดการกับชนชั้นผู้ใช้แรงงานด้วยค่าจ้างแรงงานที่สูงเพื่อจะได้ซื้อสินค้า “จำเป็น” ภายใต้กรอบของ “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” ที่สร้างให้ลัทธิแห่งความเท่าเทียมกันบรรลุได้ในการเป็นเจ้าของสินค้าหรือการดำรงอยู่ในระดับของ “มาตรฐานการครองชีพแบบอเมริกัน” เช่น การกินกล้วยหอมและการไปดูภาพยนตร์ ซึ่งทั้งหมดก็กลายมาเป็นดัชนีทุนนิยมในสังคมอเมริกันตั้งแต่ทศวรรษที่ 1920 ว่าเป็นความ “จำเป็น” ในการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานของอเมริกัน³⁶⁹

นอกเหนือไปจากค่าจ้างแรงงานที่สูงก็จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์การอย่างอื่น ๆ เช่น บ้านพักอาศัย จัดอาหารจำเป็นพื้นฐานให้ ฯลฯ จนทำให้บริษัทขนาดใหญ่มีลักษณะเปรียบประหนึ่ง “บิดาที่คอยดูแลลูก” หรือ “บิดานิยม” (paternalism) อยู่ตลอดเวลา ยุทธศาสตร์ของบริษัทขนาดใหญ่จึงเป็นกลไกของบริโศณนิยมที่มีไว้สำหรับแก้ไขปัญหาแรงงาน ในขณะเดียวกันการเรียกร้อง “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” ที่กลับต้องการสิ่งของที่เป็นรูปธรรมมากกว่าวาทศิลป์หรือลมปากของ “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” นั้นก็เป็นยุทธวิธีในการต่อสู้ของผู้ใช้แรงงานที่มีฝีมือเพื่อใช้ต่อสู้กับนายจ้างเพื่อให้ได้ค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นเพื่อจะนำไปซื้อสิ่งของ “จำเป็น” ในขณะเดียวกันก็เป็น การต่อสู้กับกรรมกรด้วยกันโดยผ่านกลไกของสหภาพกดดันรัฐบาลควบคุมการหลั่งไหลของแรงงานต่างด้าวหรือแรงงานอพยพลักลอบเข้าเมืองที่เป็นคู่แข่งสำคัญของแรงงานพื้นเมือง ทั้งนี้ “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” ย่อมทำให้ค่าจ้างแรงงานของแรงงานต่างด้าวมีราคาที่สูงขึ้น การต่อสู้ของผู้ใช้แรงงานจึงเป็นการต่อสู้ในรูปของ “นิยมวัตถุ” มากพอๆ กับลัทธิแบบวัตถุนิยม (materialism) เพราะไม่เพียงแต่ที่ผู้ยึดมั่นเท่านั้นที่เป็นสิ่งของจำเป็นสำหรับ “ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์” แต่สำหรับผู้ใช้แรงงานจำนวนหนึ่งในสหรัฐอเมริกาช่วงทศวรรษที่ 1930-1940 ก็ต้องรวมไปถึงสระว่ายน้ำ ห้องน้ำหุงต้ม ตลอดจนห้องทำงานที่ตกแต่งอย่างสวยงาม ฯลฯ ทั้งหมดเป็นสิ่ง “จำเป็น” ที่จะต้องมีเพื่ออำนวยความสะดวก เพื่อชีวิตที่สะดวกสบาย (comfort) ไม่เพียงแต่ความฝันที่จะเป็นเจ้าของบ้านที่มีเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ เท่านั้น ผู้ใช้แรงงานก็จำเป็นที่จะต้องรู้จักการบริหารเงินด้วยการออมเงินหรือนำไปลงทุนในการซื้อสินค้าหรืออะไรอื่นๆ ในกลไกของการ

³⁶⁸ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, p. 98

³⁶⁹ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, pp. 100-101

บริโภค เช่น การซื้อบ้าน การลงทุนของผู้ใช้แรงงานหรือชนชั้นที่รับแต่เงินก็ทำให้สถานะของชนชั้นไร้สมบัติเหล่านี้กลายเป็นผู้ประกอบการไปได้³⁷⁰

สำหรับความฝันที่จะเป็นเจ้าของสินค้านั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นบ้าน ตู้เย็น รถยนต์ ฯลฯ ก็ยังเป็นไปได้มากขึ้นภายใต้กฎหมาย Social Security Act 1935 เพราะการประกันสังคมแบบนี้ทำให้ชนชั้นแรงงานสามารถที่จะมั่นใจได้ว่ามีเงินใช้เมื่อยามแก่เฒ่า ครั้นเมื่อยังเป็นหนุ่มเป็นสาวก็สามารถนำเงินไปซื้อข้าวของเพื่อการบริโภคต่างๆ ได้อย่างมั่นใจ³⁷¹ รัฐจึงมีบทบาทอย่างมากในการผลักดันให้การบริโภคสามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ ครั้นเมื่อผู้ใช้แรงงานเป็นผู้ประกอบการได้หรือเป็นนักลงทุนได้ก็แสดงว่าสังคมอเมริกันเป็นสังคมที่ไม่มีชนชั้น เพราะทุกคนสามารถที่จะลงทุน ความฝันแบบอเมริกันหรือแบบที่ไม่พอเพียงในสังคมที่ปราศจากชนชั้นจึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ในกลไกตลาด³⁷² โดยมีรัฐบาลเป็นกรรมการคอยจัดการตอบสนองความต้องการของปัจเจกชนส่วนบุคคลที่ในที่สุดก็จะนำไปสู่สาธารณะประโยชน์ตามแบบที่ Bernard Mendeveille กล่าวไว้

ความหลากหลายของการบริโภคโดยผู้บริโภคเพื่อผู้บริโภค

ถึงแม้ว่าขบวนการต่อสู้เพื่อการบริโภคจะทำให้ชนชั้นสูงและชนชั้นต่ำต่อสู้เพื่อสินค้าในการบริโภคได้เหมือนกัน แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าความแตกต่างทางชนชั้นจะหมดไป นับตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่สองจบสิ้นอเมริกาถูกวาดภาพให้เป็นสังคมมั่งคั่ง ชนชั้นผู้ใช้แรงงานร่ำรวยมากพอที่จะเปลี่ยนสถานะมาเป็นชนชั้นกลาง แต่ถึงกระนั้นก็ดีการเลื่อนฐานะทางชนชั้นไม่ได้หมายความว่าจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางชนชั้น ในขณะที่ชีวิตของกรรกรเองก็ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามความฝันแบบอเมริกันและคำอธิบายตลอดจนคำบรรยายที่มีอยู่อย่างสวยงามของชีวิตหลังสงครามโลกครั้งที่สองตามคำบรรยายของนักโฆษณาและนักการเมืองตลอดจนนักเศรษฐศาสตร์ นักประวัติศาสตร์อย่าง Lizabeth Cohen ได้ชี้ให้เห็นถึงมายาคติที่มีต่อความเชื่อ

³⁷⁰ Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, pp. 99-100

³⁷¹ George Lipsitz, "Consumer Spending as State Project Yesterday's Solutions and Today's Problems", *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judt, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 132

³⁷² Victoria De Grazia, *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, p.

เรื่องความเจริญรุ่งเรืองของสังคมอเมริกัน โดย Cohen ได้ชี้ให้เห็นว่าถึงแม้ว่ารัฐบาลอเมริกันจะออกกฎหมาย GI Bill ออกมาช่วยเหลือทหารในด้านกลับเข้าศึกษา แต่ทหารที่มีภูมิลำเนาจากชนชั้นต่ำหรือชนชั้นผู้ใช้แรงงานและการศึกษาไม่สูงก็ไม่สามารถที่จะไปไหนได้ไกลกว่าชนชั้นของตัวเอง³⁷³ เพราะการมีเงินที่เพิ่มมากขึ้นไม่ได้หมายความว่าต้องเปลี่ยนวิถีชีวิตและวิถีคิดทางชนชั้น³⁷⁴

ปริมาณการบริโภคส่วนบุคคลของสหรัฐอเมริกาหลังสงครามโลกครั้งที่สองในปี ค.ศ. 1946 ที่เพิ่มขึ้นถึง 20% เมื่อเปรียบเทียบกับปี ค.ศ. 1945 และสูงกว่าปี ค.ศ. 1941 ถึง 70% สินค้า “จำเป็น”ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ บ้าน ฯลฯ ก็มีขนาดที่ใหญ่ขึ้น ปริมาณการกินเนื้อสัตว์ก็เพิ่มมากขึ้น เสื้อผ้าก็เพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามีลูกสาว³⁷⁵ ถึงแม้ว่าออกอากาศของโทรทัศน์เริ่มตั้งแต่ทศวรรษที่ 1930 จนกระทั่งสหรัฐอเมริกาเข้าร่วมสงครามโลกครั้งที่สอง แต่สำหรับในปี ค.ศ. 1950 ปริมาณการมีโทรทัศน์ดูกันในบ้านของสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 9% แต่หลังจากนั้นอีกหนึ่งทศวรรษปริมาณการมีโทรทัศน์ดูในบ้านเพิ่มขึ้นถึงเกือบ 90% ในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1946-1953 ด้วยความนิยมที่มีต่อโทรทัศน์ทำให้จำนวนของผู้ชมภาพยนตร์ลดลงไปครึ่งหนึ่ง สำหรับในทศวรรษที่ 1960 โทรทัศน์สีก็เริ่มเป็น “มาตรฐาน” ของการดูโทรทัศน์

โรงภาพยนตร์กลายเป็นสถานที่สำหรับวัยรุ่นที่ต้องการหลุดพ้นจากอาณาเขตของบ้าน การโฆษณาในวิทยุค่อยๆ เสื่อมความนิยมไป³⁷⁶ แม้ว่าการจัดรูปแบบในรายการโทรทัศน์จะยังดำเนินไปตามรูปแบบของคนที่นั่งอยู่ในห้องส่งวิทยุก็ตาม ทุกสิ่งทุกอย่างถูกนำเสนออย่างเรียบง่ายและตรงไปตรงมา แต่ในระยะเวลาต่อมารายการก็เริ่มนำเสนอสิ่งของเครื่องใช้ที่แสดงความเป็นบ้าน เช่น หนังสือ ฯลฯ มาแสดงให้ผู้ชมชมด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะทำให้โทรทัศน์และบ้านมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน³⁷⁷ ด้วยพลังของโทรทัศน์บรรดาโฆษณาสินค้าทั้งหลายหันไปพึ่งพาโทรทัศน์แทน แต่ในขณะเดียวกันตลาดการโฆษณาในโทรทัศน์เองก็แบ่งสัดส่วนออกเป็นส่วนย่อยๆ มากขึ้น

³⁷³ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, p. 157

³⁷⁴ Shelley Nickles, "More is Better: Mass Consumption, Gender, and Class Identity in Postwar America", *American Quarterly*, Vol. 54, No. 4 (December, 2002), pp. 581-622

³⁷⁵ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 88

³⁷⁶ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 100

³⁷⁷ Jenny Tobias, "Truth to Materials: Modernism and US Television New Design since 1940", *Journal of Design History*, Vol. 18, No. 2 (2005), p. 182

³⁷⁸ ในขณะที่ตลาดสินค้าแบ่งแยกมากขึ้นโทรทัศน์กลับทำให้รสนิยมของคนที่มีการศึกษาและคนรวยปรับตัวเข้าหาชนชั้นต่ำมากขึ้นในขณะที่ชนชั้นต่ำก็ปรับตัวเข้าหารสนิยมของชนชั้นกลางมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการกีฬาอย่างอเมริกันฟุตบอลที่ในปี ค.ศ. 1964 ได้เข้ามาแทนที่รายการศึกษาแห่งชาติ โดยมีบริษัทรถยนต์และบริษัทเบียร์ให้การสนับสนุนรายการกีฬา³⁷⁹ ในการช่วยให้ผู้คนดูจะมีความเป็นเอกพันธ์ (homogeneity) มากขึ้นโดยผ่านรายการกีฬาในโทรทัศน์

สำหรับในปี ค.ศ. 1950 ประชากรของสหราชอาณาจักรมีโทรทัศน์เพียง 1% ครั้นพอถึงปี ค.ศ. 1965 ปริมาณการมีโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเป็น 25% ในปีค.ศ. 1960 ประเทศเยอรมนีตะวันตกในขณะนั้นคนมีโทรทัศน์เพียงแค่ 8% อีกห้าปีต่อมาเพิ่มขึ้นเป็น 20% ปริมาณการเป็นเจ้าของรถยนต์ในประเทศฝรั่งเศสเพิ่มจาก 4% ในปี ค.ศ. 1950 มาเป็น 20% ในปี ค.ศ. 1965 ในขณะที่ประเทศเยอรมนีในปี ค.ศ. 1950 ปริมาณการเป็นเจ้าของรถยนต์มีเพียงแค่ 1% แต่พอในปี ค.ศ. 1965 ปริมาณเพิ่มเป็น 16% สำหรับในประเทศอิตาลีที่เป็นประเทศที่ถูกจัดว่าล้าหลังมากในยุโรปตะวันตกอัตราการเพิ่มก็ยิ่งสูงมากขึ้นโดยเพิ่มจาก 342,000 คันในปี ค.ศ. 1950 มาเป็น 4.67 ล้านคันในปี ค.ศ. 1965³⁸⁰

ตัวเลขต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวเลขที่ทำให้ประเทศเสรีประชาธิปไตยมีความแตกต่างไปจากประเทศสังคมนิยมในยุโรปตะวันออกและสหภาพโซเวียตในขณะนั้นเป็นอย่างมาก เพราะประเทศสังคมนิยมเน้นความเท่าเทียมกันมากกว่าความหลากหลาย ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากประสบการณ์ที่เลวร้ายจากความยากจนของชนชั้นกรรมาชีพและชาวนาในทศวรรษที่ 1930 และ 1940 ตลอดจนอุดมการณ์ก็ทำให้หลักการเรื่องคอมมูนและของส่วนร่วมเป็นแนวทางที่ได้รับการปฏิบัติ³⁸¹ เพื่อสร้างหลักประกันให้กับความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระยะยาว ดังนั้นการลงทุนทางเศรษฐกิจจึง

³⁷⁸ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, pp. 301-302

³⁷⁹ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 101

³⁸⁰ Peter Gurney, "The Battle of the Consumer in Postwar Britain", *Journal of Modern History*, Vol. 77, No. 4 (December, 2005), p. 957

³⁸¹ Ina Merkel, "Consumer Culture in the GDR, or How the Struggle for Anitmodernity Was Lost on the Battleground of Consumer Culture", in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judd, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 287

จำเป็นที่จะต้องมาก่อนการบริโภค³⁸² อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่าสังคมนิยมโซเวียตจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบริโภคแต่อย่างใด ในทางตรงกันข้ามช่วงที่สหรัฐอเมริกากำลังให้ความสำคัญกับการบริโภค ในช่วงทศวรรษที่ 1930 สตาลินได้เร่งทำการผลิตสินค้าฟุ่มเฟือยอย่างแหลมเป้าให้กรรมกรได้มีโอกาสที่จะบริโภคเพื่อจะได้มีชีวิตที่ดีหรูหรา (good life) ในยามที่เศรษฐกิจตกต่ำชาวนานับล้านกำลังอดยาก แต่ก็มีกรรมกรนับแสนๆ คนที่ได้มีโอกาสใช้ชีวิตแบบพวกอภิสถิธิชน แม้ว่าจะเป็นแบบหลอกๆ ก็ตาม³⁸³

สำหรับในสหรัฐอเมริกาปริมาณสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นและหลากหลายมากขึ้นด้วยกลไกของธุรกิจที่ทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจกับสิ่งที่ตนมีอยู่ แต่ความไม่พึงพอใจในสินค้านั้นไม่ได้เกิดขึ้นจากผู้บริโภคแต่เพียงฝ่ายเดียว นักออกแบบอุตสาหกรรมที่เริ่มกลายเป็นอาชีพในทศวรรษที่ 1930 ได้มีบทบาทอย่างมากในการออกแบบสินค้าในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ถึงแม้ว่าการออกแบบจะพยายามทำให้ “มาตรฐานทางสุนทรียะของมวลชน” ในสหรัฐอเมริกายอมรับสไตล์แบบเบาเฮาส์ (Bauhausian) แต่สิ่งสำคัญก็คือ การออกแบบที่ต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคพอใจกับสินค้าได้นาน ความพึงพอใจจึงต้องมีระยะสั้นให้ได้มากที่สุด เช่น George Walker หัวหน้าฝ่ายออกแบบรถยนต์ของบริษัทฟอร์ดเห็นว่า รถยนต์ที่ออกมาในปี ค.ศ. 1957 จะต้องทำให้คนรู้สึกไม่พอใจแบบเมื่อถึงปลายปี ค.ศ. 1958 ในขณะที่ฝ่ายเจนเอร์ลมอเตอร์กล่าวว่า ในปี ค.ศ. 1934 การเป็นเจ้าของครอบครองรถยนต์เฉลี่ยประมาณ 5 ปี ในขณะที่ตกประมาณ 2 ปี แต่ถ้าเหลือปีเดียวได้เมื่อใดก็สมบูรณ์แบบเมื่อนั้น³⁸⁴

การบริโภคที่เพิ่มมากขึ้นเพราะมีรายได้มากขึ้น ผู้คนที่ซื้อสินค้าใหญ่ๆ เหมือนกัน เช่น ตู้ปฐพีห่อเดียวกัน ใช้ใบมีดโกนยี่ห้อเดียวกัน ฯลฯ ทั้งหมดไม่ได้หมายความว่า ความแตกต่างทางชนชั้นหรือกลุ่มจะไม่มี การบริโภคไม่จำเป็นที่จะต้องทำให้คนเหมือนกัน ปฏิบัติเหมือนกัน ตามๆ กันจนกลายเป็นโรงเรียนดัดสันดาน ถ้าจะกล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ การบริโภคหรือถ้าจะใช้คำว่า “สังคมนิยมบริโภค” ไม่ได้ทำให้ “ฝูงชน” กลายเป็น “โรงเรียนดัดสันดาน” อย่างไรก็ตามกรอบความคิด

³⁸² Andre Steiner, “Dissolution of the ‘Dictatorship over Needs’? Consumer Behavior and Economic Reform in East Germany in the 1960s”, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judd, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), pp. 168-169

³⁸³ Jukka Gronow, *Caviar and Chamgane: Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia*, (London: Berg, 2003), p. 36

³⁸⁴ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, pp. 293-294

ในเรื่องของความเป็นคนในรัฐประชาชาติที่ต้องการความเป็นเอกภาพ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จึงกำหนดกรอบความเป็น “ผู้ชน” ไปพร้อมๆ กัน สหรัฐอเมริกาหลังสงครามโลกครั้งที่สองก็ตกอยู่ในสภาพของแรงปรารถนา (desire) ที่จะมีความเป็นเอกภาพ มีความสมานฉันท์ สังคมปราศจากความขัดแย้ง กรอบความคิดเรื่องความเป็นเอกภาพกลายเป็นฐานคิดสำคัญของผู้คนที่มีการศึกษาเป็นจำนวนมาก ได้ไปตั้งแต่นักออกแบบ ฝ่ายการตลาด ไปจนถึงนักวิชาการที่ปรารถนาจะให้สังคมเป็นแบบจำลองของ “โรงเรียนดัดสันดาน”³⁸⁵ ผู้บริโภคจึงถูกทำให้กลายเป็นพวกเดียว กลุ่มเดียว หรือมีเพียงแค่ “นายและนางบริโภค” (Mr & Mrs. Consumer) เท่านั้น โดยกลุ่มที่ว่ำนั้ก็มีตัวแบบจากชนชั้นกลาง³⁸⁶

การเปลี่ยนแปลงความคิดเรื่องผู้บริโภคเป็นเอกภาพและเป็นหนึ่งเดียวเริ่มเปลี่ยนแปลงไปเมื่อการวิจัยตลาดเองได้รับอิทธิพลจากแนวความคิดของวิชาทางด้านสังคมศาสตร์ หลังสงครามโลกครั้งที่สองการวิจัยด้านการตลาดขยายตัวอย่างมาก ทั้งๆ ที่วารสารวิชาการด้านการตลาด *Journal of Marketing* ก็เริ่มตีพิมพ์ตั้งแต่ในปี ค.ศ. 1936 แล้ว หลังจากนั้นอีกหกเดือน สมาคมการตลาดของสหรัฐอเมริกา (American Marketing Association) ก็ได้ก่อตั้งขึ้น แต่ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองคำถามทางด้านวิจัยการตลาดก็เปลี่ยนแปลงไปสู่คำถามเรื่อง “ทำไม” มากกว่าที่จะเป็น “ใคร” หรือ “อะไร”³⁸⁷ ผลงานของนักวิชาการอพยพจากยุโรปอย่าง George Katona แห่งมหาวิทยาลัยมิชิแกน (University of Michigan) ที่มีแนวทางที่แตกต่างไปจากนักวิชาการเยอรมันอย่างสำนักแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt School) ก็มีบทบาทสำคัญในการศึกษาวิจัยด้านการตลาด ในขณะที่ Ernest Dichter ผู้ทำงานศึกษาวิจัยผู้บริโภคในแ่งมุมของจิตวิทยานั้นก็ทำงานให้กับบริษัทจึงทำให้เขามีรายได้มากมายมหาศาล อย่างไรก็ตามก็ดีที่ทั้งคูเชื่อว่าผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาจะช่วยทำให้สังคมเจริญรุ่งเรืองอย่างมีเสถียรภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพวกทำงานบริษัทรับเงินเดือน พวกมืออาชีพ (professionals) ตลอดจนถึงนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ก็ล้วน

³⁸⁵ สำหรับในทางกรอบความคิดแบบนี้โดยเฉพาะในด้านวิชาการสังคมศาสตร์สะท้อนให้เห็นได้จาก ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ (Structural-Functionalism) ที่ครองความเป็นใหญ่ในสาขาวิชาสังคมวิทยา รัฐศาสตร์ และมานุษยวิทยา อเมริกัน และส่งผลต่อการศึกษาในด้านอาณาบริเวณศึกษาด้วย (area studies)

³⁸⁶ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, p. 295

³⁸⁷ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, p. 298

แล้วแต่จะเป็นพลังสำคัญในการต้านฟาสซิสต์ ด้วยผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคเมื่อประสานมือกันก็ทำให้รัฐไม่มีความจำเป็นที่จะต้องแทรกแซง³⁸⁸

ส่วนบุคคลผู้บุกเบิกการศึกษาการบริโภคเชิงจิตวิทยาก็ได้แก่อดีตชาวออสเตรียที่อพยพลี้ภัยนาซีมาหากินอยู่ในสหรัฐอเมริกาอย่าง Ernest Dichter ตัวเขาเองเคยศึกษาอยู่กับคนที่เคยเป็นพวก Sigmund Freud รุ่นแรกๆ เขาทำมาหากินด้วยการบำบัดทางจิต (therapy) ก่อนที่เขาจะอพยพข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก หลังจากทำงานให้กับแม็กกาซีนได้ไม่นาน ด้วยผลงานของเขาก็ทำให้บริษัทรถยนต์จางเขมาทำงานด้านการตลาด เขาพบว่ารถยนต์เปิดประทุนนั้นให้ความตื่นเต้นกับผู้ขับเสมือนการมีสายสัมพันธ์กับคู่รัก ในขณะที่รถสี่ประตูให้ความรู้สึกที่เชื่อมต่อกับเมียที่บ้าน หลังจากประสบความสำเร็จเขาออกมาเปิดบริษัทเองภายใต้นาม Institute for Motivational Research เพื่อทำการศึกษาจิตวิทยาการบริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การวิจัยแรงจูงใจ” (motivational research) ให้กับบริษัทใหญ่ๆ ต่างๆ งานวิจัยทำให้เขารวบรวมมีคุณสมบัติครอบคลุมความคิดที่เขาให้ความสำคัญก็คือ เรื่อง Irrationality อันเป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับคุณลักษณะของสังคมสมัยใหม่ นอกจากนั้นเขาก็ให้ความสำคัญกับเรื่องเพศอันเป็นสิ่งต้องห้ามสำหรับสังคมอเมริกัน³⁸⁹

ภายใต้อิทธิพลของลัทธิพิวริตัน (Puritanism) ของสังคมอเมริกันทำให้ Dichter พบว่าจริงๆ แล้วสังคมอเมริกันหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ผู้คนรู้สึกว่าตัวเองไร้ความสามารถ ไร้ค่า และเต็มไปด้วยความวุ่นวาย เพราะฉะนั้นเป็นหน้าที่ของเขาที่จะต้องบำบัดคนอเมริกัน ด้วยความเป็นพวกที่ยึดมั่นในกรอบแบบพิวริตันก็ทำให้คนอเมริกันไม่สามารถที่จะมีความสุขในการเสพหรือบริโภคสิ่งต่างๆ ได้ การมีชีวิตที่ดีและการพักผ่อนหย่อนใจ ชีวิตสำราญ กลายเป็นบาปหนักสำหรับคนอเมริกัน การทำอะไรต่างๆ มีแต่จะทำให้คนรู้สึกว่าเขาทำบาป ดังนั้นเขาแนะนำให้นักโฆษณาทั้งหลายชักจูงคนอเมริกันว่า การมีความสุขเป็นสิทธิของเขา การจะสูบบุหรี่หรือจะดื่มเบียร์เป็นสิทธิของเขา สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่เขาสามารถมีความสุขได้โดยไม่ต้องรู้สึกผิดอะไร ในทำนองเดียวกันขนมหวานก็ไม่จำเป็นต้องกินในวันเทศกาลเท่านั้น ของหวาน เช่น ช็อคโกแลต ฯลฯ

³⁸⁸ Daniel Horowitz, “The Émigré as Celebrant of American Consumer Culture George Katona and Ernest Dichter”, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judd, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 149

³⁸⁹ Daniel Horowitz, “The Émigré as Celebrant of American Consumer Culture George Katona and Ernest Dichter”, pp. 138-149

สามารถที่จะเป็นของขวัญที่ให้กับตัวเองได้โดยไม่ต้องรอใครคนอื่นให้ นอกจากนั้นเขายังเสนอว่า
สุดท้ายแล้วมีคนมีโอกาสน้อยมากๆ ที่จะบรรลุถึงเป้าหมายสูงสุดที่ได้ตั้งเป้าเอาไว้ ถ้าเป็นเช่นนั้น
แล้วทำไมไม่มีความสุขเสียตั้งแต่วันนี้³⁹⁰

ดังผู้บริโภคมอเมริกันจึงสามารถที่จะให้รางวัลกับตนเองโดยไม่ต้องคอยคนอื่น ๆ ให้ หรือ
จะต้องรอคอยเวลาพิเศษเท่านั้น เรามีพื้นฐานความคิดที่ให้ความสำคัญแก่ “ความไม่พอใจที่
สร้างสรรค์” (creative discontent) สำหรับเขาแล้ว คำนิยามของความสุขก็คือ “ความไม่พอใจที่
สร้างสรรค์” โดยเป้าหมายเป็นสิ่งที่ไม่มีความสำคัญในตัวเอง สิ่งที่สำคัญก็คือ การสู้เพื่อให้บรรลุถึง
เป้าหมายเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของตัวเอง³⁹¹ ในช่วงทศวรรษที่ 1960 ผลงานของ
เขาถูกโจมตีจากพวกเฟมินิสต์ว่าส่งเสริมให้ผู้หญิงสร้างอัตลักษณ์ของตัวเอง และรุกรานกับ
ความสุขทางเพศ โดยผ่านวัฒนธรรมบริโภค³⁹² ทั้งๆ ที่การสร้างอัตลักษณ์และความสุขทางเพศโดย
ผ่านการบริโภคนั้นเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกับวัตถุกันมาเป็นเวลานานแล้วก็ตาม³⁹³

ส่วน Katona เห็นว่า ความคาดหวังที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคแสดงให้เห็นถึงสถานะของ
ความเจริญรุ่งเรือง สำหรับผลงานของ Katona นั้นจำกัดอยู่ในหมู่ชนชั้นกลางหรือชนชั้นกลาง
ระดับสูงโดยไม่ได้พิจารณาถึงบทบาทของชนชั้นต่ำ ทั้งๆ ที่ในช่วงเวลานั้นการเพิ่มระดับของมาตรฐาน
การครองชีพในช่วงทศวรรษที่ 1950 และ 1960 นักการตลาดให้ความสนใจชนชั้นผู้ใช้แรงงานมาก
ขึ้น เพราะเป็นตลาดของชนชั้นผู้ใช้แรงงานเป็นตลาดที่จะนำกำไรมาให้มหาศาล³⁹⁴ ด้วยการที่
Katona แอบอิงอยู่กับวิถีชนชั้นกลางมากก็จึงเป็นเรื่องไม่แปลกที่ทำให้กรอบความคิดของเขานั้น

³⁹⁰ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 93

³⁹¹ Daniel Horowitz, “The Émigré as Celebrant of American Consumer Culture George Katona and Ernest Dichter”, p. 164

³⁹² Daniel Horowitz, “The Émigré as Celebrant of American Consumer Culture George Katona and Ernest Dichter”, p. 162

³⁹³ สำหรับผู้หญิงกับการใช้อุปกรณ์เครื่องช่วยเพื่อความสุขทางเพศนั้นเป็นสิ่งที่แพร่กระจายอย่างมากในศตวรรษ
ที่สิบเก้า ตลอดจนรวมไปถึงการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าในเครื่องช่วยผ่อนคลายความต้องการทางเพศ ดู Rachel P.
Maines, *The Technology of Orgasm: “Hysteria”, the Vibrator, and Women Sexual Satisfaction*,
(Baltimore: The John Hopkins University Press, 1999)

³⁹⁴ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*,
p.311

ถือได้ว่าเป็นการมองโลกในแง่ดีมากๆ³⁹⁵ ทั้งนี้ตลอดมาการบริโภคมักจะถูกมองว่านำมาแต่ความเสื่อมทรามมาสู่สังคม การบริโภคถูกโจมตีว่าทำลายความคิดสร้างสรรค์ เพราะจะทำให้ทุกๆ คนต้องการของใหญ่ๆ เหมือนกันหมด ผู้ใหญ่อเมริกันที่เติบโตขึ้นมาในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำโจมตีเด็กรุ่นใหม่ในทุกอย่างกดปุ่มว่า เทคโนโลยีจะทำได้เด็กๆ อ่อนปวกเปียก ไม่มีความเข้มแข็งอดทน เทคโนโลยีกดปุ่มทำให้เด็กขี้เกียจ ในขณะเดียวกันกับที่สหภาพโซเวียตในขณะนั้นได้ส่งดาวเทียมสปุตนิก (Sputnik) ออกไปโคจรรอบโลกก็ยิ่งทำให้ผู้ใหญ่อเมริกันเชื่อว่า เด็กอเมริกันรุ่นใหม่เหยียบขี้ไก่ไม่ฝ่อ นอกจากนั้นด้วยการที่ผู้คนยึดติดอยู่กับสินค้าเพื่อบอกสถานะและความเป็นตัวตนก็ทำให้ปัจเจกชนไม่รู้จักพอเพียงในตัวเอง การจะเป็นอะไรมีอัตลักษณ์อย่างไรกลับต้องขึ้นอยู่กับว่าใช้สินค้า สำหรับคำวิพากษ์วิจารณ์เหล่านี้ก็มีเป้าหมายที่ชนชั้นกลางและชนชั้นต่ำมากกว่าที่จะเป็นชนชั้นสูง³⁹⁶

อย่างไรก็ตามเช่นเดียวกันกับสิ่งอื่นที่มักจะเกิดขึ้นในลักษณะแบบนี้อยู่เสมอๆ เพราะในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งโจมตีอีกฝ่ายหนึ่งก็จะโต้แย้งไปในทางตรงกันข้าม³⁹⁷ ส่วนพวกวิพากษ์การบริโภคจะนำสังคมไปสู่ความฉิบหายหรือเส้นทางของการบริโภคคือการขูดหลุมฝังตัวเองก็ถูก Katona ได้ว่าการบริโภคจะทำให้ชีวิตความเป็นอยู่มีความสะดวกสบายมากขึ้น นอกจากนั้นเขายังเห็นว่า แนวความคิดเรื่อง “มาตรฐานการครองชีพที่สูง” นั้นก็ได้แพร่กระจายแทบทุกมุมโลกแล้ว ไม่ว่าจะเป็นยุโรป เอเชียหรือแอฟริกา ความคิดเรื่อง “มาตรฐานการครองชีพ” เองก็ได้กลายเป็น “สินค้า” ส่งออกที่สำคัญของอเมริกาที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก สำหรับเขาแล้วหนทางในการแก้ไขปัญหาความยากจนก็คือ การเพิ่มปริมาณ ไม่ใช่เรื่องของการแบ่งหรือกระจายรายได้ (distribution) นอกจากนั้นการบริโภคนั้นมีส่วนทำให้เงินเพื่ออยู่ในอัตราที่พอเหมาะสมควรได้ ความคิดของเขาจึงแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากคนอย่าง John Kenneth Galbraith ผู้เกลียดชังการนิยมหลงใหลในวัตถุสิ่งของอย่างมาก ในขณะที่ Katona เห็นว่าความมั่งคั่ง (affluence) คือ เรื่องของความสิ่งจำเป็น และเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน แต่ภาพลักษณ์และการมองโลกที่ดีต่อการบริโภคของ Katona และ Dichter ก็ต้องถูกหักล้างลงในทศวรรษที่ 1970 ด้วยราคาน้ำมันและปัญหาอื่นๆ อีกมากมาย

³⁹⁵ Daniel Horowitz, “The Émigré as Celebrant of American Consumer Culture George Katona and Ernest Dichter”, p. 154

³⁹⁶ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 152

³⁹⁷ สำหรับการแบ่งขั้วในการวิเคราะห์เรื่องการบริโภค ดู Susan Strasser, “Making Consumption Conspicuous: Transgressive Topics Go Mainstream”, *Technology & Culture*, Vol. 43, No. 4 (October, 2002), pp. 735-770

ราคาสินค้าที่พุ่งพรวดทำให้เขานึกถึงอันตรายแบบที่เคยเกิดขึ้นในเยอรมนีก่อนที่ฮิตเลอร์จะยatraทัพเข้าไปในโปแลนด์³⁹⁸ แต่นั่นกลับเป็นการมองโลกในแง่ร้ายของเขา เพราะสถานการณ์กลับไม่ได้เป็นตามที่เขาหวาดกลัว

ในสหรัฐอเมริกาช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองพวกที่เข้าไปมีบทบาทอย่างมากในสมาคมการตลาดก็คือ นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยาสังคม เช่น Burgleigh Gardner ผู้ทำงานให้กับบริษัทวิจัย Social Science, Inc. ที่ตั้งขึ้นมาในปี ค.ศ. 1946 โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัทผลิตสินค้าและขายสินค้าขนาดใหญ่อย่าง Sears, Roebuck and Company เป็นต้น³⁹⁹ ผลงานของ Gardner มีบทบาทอย่างมากในการทำให้การบริโภคกลายเป็นตัวชี้สถานะทางสังคมมากกว่าที่จะเป็นเพียงแค่รายได้ “รสนิยม” และ “การใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิต” (lifestyle) จึงทำหน้าที่ได้ดีกว่าในการทำความเข้าใจชนชั้นแตกต่างไปจากการวิเคราะห์ชนชั้นที่เกิดขึ้นจากการพิจารณาสายสัมพันธ์ทางชนชั้นที่เกิดขึ้นในการผลิต การวิเคราะห์ด้วย “รสนิยม” กลับทำให้ภาพของความแตกต่างทางชนชั้นระหว่างกรรมกรและผู้บริหารระดับกลางไม่มีความแตกต่างกันมากนัก แต่ในขณะเดียวกันการวิเคราะห์แบบนี้ก็กลับทำให้ประเด็นเรื่องของชนชั้นกลับกลายเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่ในสหรัฐอเมริกาอันเป็นสังคมที่เชื่อมั่นในความเท่าเทียมกัน⁴⁰⁰

นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 นอกเหนือไปจากงานวิจัยสำรวจของ Paul Lazarsfeld (ผู้เคยทำงานวิจัยด้านการตลาดในกรุงเวียนนามาก่อน) กรอบคิดทางสังคมวิทยาก็ได้เริ่มมีบทบาทมากขึ้น ความสนใจในแนวความคิดเรื่อง “ชนชั้นทางสังคม” (social class) “สถานะภาพทางลำดับชั้น” (status hierarchies) “กลุ่มอ้างอิง” (reference groups) (subcultures) “ฐานคติ” (opinion formation) “กลุ่มกดดัน” (pressure group) ฯลฯ กลายเป็นที่ได้รับความนิยม กรอบความคิดต่างๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการที่สังคมมีลักษณะที่กระจายตัวและมีความแตกต่างออกไปจากกัน (social differentiation) สังคมประกอบไปด้วยส่วนย่อยๆ (segments) แนวความคิดต่างๆ เหล่านี้ก็เข้ามามีบทบาทในการวิจัยการตลาด ความคิดด้านการตลาดก็เปลี่ยนแปลงไปสู่ส่วนย่อยๆ ต่างๆ และให้ความสำคัญกับการแบ่งส่วน (segmentation) การแบ่งส่วนของการตลาดสอดคล้องกับการ

³⁹⁸ Daniel Horowitz, “The Émigré as Celebrant of American Consumer Culture George Katona and Ernest Dichter”, pp. 150-157

³⁹⁹ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, p. 311; Shelley Nickles, “More is Better: Mass Consumption, Gender, and Class Identity in Postwar America”, pp. 596-597

⁴⁰⁰ Shelley Nickles, “More is Better: Mass Consumption, Gender, and Class Identity in Postwar America”, p. 597

ขยายตัวของสังคมที่มีความหลากหลายและวิชาการที่หลากหลายมากขึ้น สาขาวิชาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจิตวิทยา มานุษยวิทยา ต่างก็มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาให้ “ตลาดมีความหลากหลาย” มากกว่าที่จะเป็นหนึ่งเดียว⁴⁰¹ ผู้บริโภคและตลาดการบริโภคจึงไม่ได้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แต่การที่ตลาดแยกชอยย่อยออกเป็นส่วนๆ ก็ยังทำให้นักการโฆษณา นักการตลาด และนักวิจัยการตลาด กลายเป็นอาชีพที่ขาดไปไม่ได้สำหรับบริษัท⁴⁰² ในพื้นที่ของการตลาดการสถาปนาอำนาจของ วิชาการสาขาต่างๆ ก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น ภายใต้ความหลากหลายของสาขาวิชาต่างๆ ความรู้ของ นักวิชาการและการบริโภคกลับยิ่งเพิ่มความเหนียวแน่นระหว่างกันมากขึ้น ถึงแม้ว่าสาขาวิชาการ ด้านสังคมศาสตร์และการตลาดจะเจริญเติบโต แต่ในช่วงไล่เลี่ยกันกับการขยายตัวของการศึกษา ด้านการบริโภคสาขาวิชาด้านศิลปศาสตร์ (liberal-art education) ที่เคยเป็นฐานสำคัญของชนชั้นสูงและปัญญาชนก็เริ่มค่อยๆ เสื่อมถอยนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 เป็นต้นมา⁴⁰³

ถึงแม้ว่าชนชั้นผู้ใช้แรงงานจะเป็นเป้าหมายสำคัญของนักการตลาดในช่วงทศวรรษที่ 1950-1960 แต่ผู้ใช้แรงงานก็ต้องจ่ายราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่สูงมากๆ ด้วยเงิน สวัสดิการของรัฐบาลอเมริกัน สินค้าราคาแพงที่จ่ายด้วยเงินรัฐกลับกลายเป็นการที่รัฐให้การ สนับสนุนแก่บริษัทขนาดใหญ่ไปในตัว ในขณะที่เดียวกันด้วยราคาสินค้าที่สูงและตลอดจนความ นิยมในการซื้อสินค้าต่างๆ มากมายแบบเดียวกันกับชนชั้นกลางก็กลับไม่ได้ทำให้ชนชั้นต่ำเลื่อน ฐานะเป็นชนชั้นกลางได้แต่อย่างใด⁴⁰⁴ เสรีภาพในการเลื่อนฐานะเป็นสิ่งที่มีความเชื่อและ รัฐธรรมนูญสหรัฐเท่านั้น เสรีภาพจึงไม่ได้ดำรงอยู่ในโครงสร้างทางชนชั้นและที่ยิ่งไปกว่านั้น เสรีภาพและเงินตราก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดรสนิยมทางชนชั้น การมีข้าวของต่างๆ เหล่านี้แม้ว่า อาจจะเกิดการได้ “บันไดทางเศรษฐกิจ” ของชนชั้นผู้ใช้แรงงานได้ แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าชนชั้น ผู้ใช้แรงงานจะได้ “บันไดทางรสนิยม” ได้ เพราะประเด็นที่สำคัญทางชนชั้นไม่ใช่เรื่องของการมี ตู้เย็น ครว เต้า หรือไม้ แต่เป็นตู้เย็น ครว เต้า ฯลฯ ที่มีการแบบแบบไหนต่างหากที่กำหนดลักษณะ ทางชนชั้น ความแตกต่างทางชนชั้นไม่สามารถที่จะทำให้การขายสินค้าเป็นไปในลักษณะแบบ เดียวกัน (uniformity) ได้แม้ว่าการผลิตจะเป็นแบบโหลๆ ก็ตาม

⁴⁰¹ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, pp. 298-299

⁴⁰² Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, p. 301

⁴⁰³ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, p. 142

⁴⁰⁴ Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, pp. 311-312

ปัญหาที่สำคัญของการขายสินค้าอเมริกันเริ่มต้นจากการที่ผู้คนไม่ว่าจะเป็นนักการเมือง ผู้กำหนดนโยบาย นักสังคมวิทยา ปัญญาชนสาธารณะ ตลอดจนนักธุรกิจ ฯลฯ มักจะประกาศว่า สังคมอเมริกันได้ทำลายคุณลักษณะความแตกต่างทางชนชั้นในสังคมไปหมดแล้ว พวกชนชั้นล่างได้กลายมาเป็นชนชั้นกลางหมดแล้ว นิตยสาร *Fortune* ที่โด่งดังและถือว่าเป็นกระบอกเสียงสำคัญของทุนนิยมอเมริกันก็เป็นอันหนึ่งที่สะท้อนความคิดแบบง่ายๆ ตื่นๆ แบบนี้ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ความคิดที่ว่าในสังคมนั้นผู้คนได้กลายมาเป็นชนชั้นกลางหมดแล้วจะมีความผันที่ไม่น้อยไปกว่าสังคมที่ปราศจากชนชั้น การวิเคราะห์ด้วยฐานคิดที่ว่าผู้คนชนชั้นต่ำได้กลายเป็นชนชั้นกลางทำให้เกิดความสับสนระหว่างชนชั้นที่มีรายได้ขนาดกลางกับชนชั้นกลางพวกที่อยู่ในอาณาเขตชานเมือง (suburb) กับชุมชนพวกชนชั้นกลาง (middle-class community)⁴⁰⁵ ในทำนองคล้ายคลึงกันประเทศอังกฤษหลังสงครามโลกครั้งที่สองก็ดำเนินไปด้วยฝันเรื่องสังคมปราศจากชนชั้น ฐานคิดแบบสังคมปราศจากชนชั้นก็ทำให้ห้างสรรพสินค้าอย่าง Mark & Spencer ขยายการผลิตสินค้าตามแนวความคิดเรื่องสังคมปราศจากชนชั้นและการมองสถานะสมัยใหม่ของการบริโภคด้วยกรอบเชิงศีลธรรม ทั้งนี้เพื่อที่จะทำให้สินค้าทั้งหลายสามารถที่จะเข้าถึงผู้คนในสังคมได้เหมือนกัน⁴⁰⁶

ในสหรัฐอเมริกาด้วยกรอบความคิดเรื่องการกลายเป็นชนชั้นกลางของกรรมกรก็กลับทำให้นักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและนักโฆษณาพยายามทำให้ “เครื่องครัว” และครัวเป็นเรื่องสนุกสนานอันใหม่ ครัวสามารถเป็นกิจกรรมงานบ้านที่ให้ความตื่นเต้น โดยไม่ถูกคิดว่าเป็นความจริงแล้วกิจกรรมในครัวเป็นเรื่องของชนชั้นผู้ใช้แรงงาน วิถีชีวิตของชนชั้นต่ำแบบนี้กำลังกลายเป็นวิถีชีวิตของชนชั้นกลางที่ไม่สามารถที่จะมีคนรับใช้ได้ ถึงกระนั้นก็ดีครัวในฐานะที่เป็นกิจกรรมสนุกสนานยามว่างที่ปรากฏออกมาในงานโฆษณาต่างๆ นั้นเป็นกิจกรรมของชนชั้นสูง การเข้าครัวของชนชั้นสูงจึงเป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ ภาพลักษณ์แห่งความสะอาดสบายที่อยู่ในเครื่องครัวต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นภาพลักษณ์ของชนชั้นสูง⁴⁰⁷ ครั้นเมื่อกำลังซื้อของชนชั้นผู้ใช้แรงงานมีมากขึ้นก็ทำให้นักออกแบบจะต้องทำสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการและรสนิยมแบบชนชั้นกลาง นักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีสำหรับชนชั้นสูงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต้องดูเรียบง่าย แต่

⁴⁰⁵ Shelley Nickles, “More is Better: Mass Consumption, Gender, and Class Identity in Postwar America”, p. 599

⁴⁰⁶ Peter Gurney, “The Battle of the Consumer in Postwar Britain”, p. 969

⁴⁰⁷ Shelley Nickles, “More is Better: Mass Consumption, Gender, and Class Identity in Postwar America”, p. 584

สง่างาม ในขณะที่ชนชั้นแรงงานเน้นหลักสามประการคือ ประการแรก ความใหญ่และขนาด ถ้าขนาดยิ่งใหญ่ก็ยิ่งดีมีคุณค่า ความใหญ่แสดงให้เห็นว่าแข็งแรงหนักแน่น (solidity) ประการที่สองก็คือ จะต้องมีการตกแต่งประดับประดาให้ดูแวววาว ประการที่สามก็คือ สี

ส่วนบรรดานักออกแบบผลิตภัณฑ์ก็ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของหลักเรื่องประโยชน์หน้าที่ใช้สอย (functionalism) ที่เน้นว่า การออกแบบจะต้องเน้นความเป็นสากล เน้นสุนทรียะที่ยั่งยืน ยาวนานคือให้ความสำคัญกับ “ความเรียบง่ายและประสิทธิภาพ” ผลิตภัณฑ์จะต้องไม่มีอะไรประดับประดาให้ดูรุงรัง ด้วยความคิดที่ฝังหัวนักออกแบบและเชื่อว่าชนชั้นผู้ใช้แรงงานหมดไปแล้ว ส่วนนักการตลาดเห็นว่าผู้หญิงชนชั้นล่างจะมีบทบาทในการตัดสินใจเลือกซื้อ จากทั้งหมดนี้ก็หมายความว่า รสนิยมของผู้หญิงของชนชั้นผู้ใช้แรงงานที่เชื่อว่ากลายเป็นชนชั้นกลางไปแล้วก็ควรจะนิยม “ความเรียบง่ายและประสิทธิภาพ” แต่ปรากฏว่าชนชั้นผู้ใช้แรงงานไม่ได้ต้องการดูเ็นที่ดูเรียบๆ ในทำนองเดียวกันกับรถยนต์ชนชั้นผู้ใช้แรงงานก็ต้องการอะไรที่ใหญ่ๆ มีลายประดับประดาเป็นมันวาวประดับด้วยโครเมียมหรือทอง แม้ว่านักวิจารณ์การออกแบบจะออกมาโจมตีว่าใหญ่ เทอะทะดูน่าเกลียด ไร้รสนิยมเพราะเต็มไปด้วยอะไรที่มันวาว แต่ผู้หญิงจากชนชั้นผู้ใช้แรงงานชอบอะไรที่ใหญ่ เพราะยิ่งใหญ่ยิ่งดีคือรสนิยมของชนชั้นผู้ใช้แรงงาน เมื่อการขยายตัวของ “อำนาจการซื้อ” ของชนชั้นต่ำมีมากขึ้น สินค้าต่างๆ ก็ต้องผลิตออกมาตามความต้องการของผู้ซื้อ สินค้าในตลาดก็ทำใหัรสนิยมและสุนทรียะของชนชั้นต่ำเปี่ยมรสนิยมของชนชั้นสูงในตลาดให้ตกไปจนกลายเป็นกระแสรองๆ⁴⁰⁸

เมื่อความหวังที่จะยกระดับให้ชนชั้นต่ำมีรสนิยมสูงขึ้นตามแบบฉบับของชนชั้นสูงล้มเหลว สิ่งที่ย่ำแย่ยิ่งกว่านั้นก็คือ การต่อต้านการบริโภคที่กระทำกันมาเกือบตลอดระยะเวลาประวัติศาสตร์มนุษยชาติ การขยายตัวของ “อำนาจการซื้อ” ของชนชั้นต่ำก็ดำเนินไปพร้อมกันกับการต่อต้านการบริโภคที่เป็นไปอย่างเข้มข้น จนทำให้ดูราวกับว่าจะไม่ได้แตกต่างไปจากการวิพากษ์วิจารณ์การใช้หรูหราฟุ่มเฟือยตามหลักคริสต์ศาสนาที่โดยทั่วๆ ไปเห็นว่าความทุกข์เป็นคุณธรรมที่สูงส่ง ดังนั้นการมีความสุขทางโลกจึงเป็นบาป การโจมตีความพยายามและความต้องการเลื่อนฐานะของชนชั้นกลางและชนชั้นต่ำโดยผลงานของปัญญาชนและนักวิชาการที่ต่อต้านการบริโภคเองนั้นก็ยังตกอยู่ในกรอบของศาสนาที่เห็นว่า “ความอยากที่ไม่รู้จักพอ” ใจกับสถานะทางชนชั้นที่ตนเป็นอยู่ ความอยากที่ไม่รู้จักพอก็คือ สิ่งที่เคยร้าย ผลงานของ Vance Packard ภายใต้อำนาจ *Status Seeker* (1959) อันโด่งดัง ชื่อหนังสือเองสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาของ

⁴⁰⁸ Shelley Nickles, “More is Better: Mass Consumption, Gender, and Class Identity in Postwar America”, pp. 588-590

ความพอเพียงด้วยการไม่ดิ้นรนแสวงหาหรือต้องการเลื่อนสถานะ โดยเน้นถึงความสำคัญอย่างเช่น การแสดงตัวตนที่แท้จริง (true self) เพราะการเป็นตัวตนที่แท้จริงจะนำมาซึ่งความสงบสุขและรู้จักเคารพในตัวเอง ตลอดจนบรรลุถึงเป้าหมายของแต่ละปัจเจกชน (individual fulfillment)⁴⁰⁹

อย่างไรก็ตามจากกรณีของการซื้อตู้เย็นก็ได้ชี้ให้เห็นแล้วว่า ภายใต้กรอบความคิดที่ว่า เรียบง่ายแต่กลับมีราคาแพงกว่า เพียงแต่เพื่อที่จะได้เป็นสิ่งที่ดูดี เพราะเป็นแบบที่ชนชั้นสูงนิยม แต่ปรากฏว่าการเลียนแบบชนชั้นสูงนั้นกลับกลายเป็นสิ่งที่ผู้หญิงชนชั้นต่ำไม่ยอมรับ⁴¹⁰ การซื้อตู้เย็นของชนชั้นผู้ใช้แรงงานไม่ได้เป็นการไคว่คว้าเพื่อเลื่อนสถานะภาพ ในแง่นี้จะเห็นได้ว่าชนชั้นต่ำเองก็ไม่ได้เป็นพวกที่แสวงหาสถานะภาพอะไร เพราะไม่ได้มีรสนิยมแบบเดียวกันกับชนชั้นสูง ดังนั้นสิ่งที่นักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมออกแบบมาก็เป็นไปตามความต้องการของชนชั้นต่ำด้วยไม่ใช่ความต้องการของนักออกแบบแต่เพียงอย่างเดียว

ภายใต้ความเชื่อเรื่องการเจริญรุ่งเรืองและสังคมที่ร่ำรวยมั่งคั่งไม่เพียงแต่จะไม่สามารถยกระดับฝูงชนให้มีรสนิยมที่ดีตามมาตรฐานของชนชั้นสูงได้ การเปลี่ยนแปลงที่มั่งคั่งยังกลับกลายเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับค่านิยมอีกประการหนึ่งของสังคมอเมริกันและสภาวะสมัยใหม่ (modernity) ก็คือ แทนที่ผู้คนจะมีเสรีภาพ แต่ผู้คนกลับตกเป็นทาสของการบริโภคที่แพร่ระบาดไปทั่วทุกหนแห่งภายใต้กลไกของ “มาตรฐานการครองชีพ” มาตรฐานที่เน้นให้ทุกๆ คนได้มีโอกาสบริโภคได้เหมือนๆ กันตามวิถีการผลิตของไหลๆ แต่ “มาตรฐาน” เหล่านี้ก็กลับกลายเป็นสิ่งที่ยังบรรลุไปไม่ถึง ผู้บริโภคจึงยังต้องทำ “สงคราม” เพื่อได้สิทธิประโยชน์ในการบริโภคต่อไป⁴¹¹ หรือถ้าจะกล่าวอย่างง่าย ๆ การบริโภคยังถือว่าไม่ได้บริโภคอย่างสมบูรณ์ ในขณะที่เดียวกันกับความคิดเรื่องการบริโภคอย่างมากมายเหลือล้นก็เป็นอีกกระแสความคิดหนึ่งที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์

สำหรับในทศวรรษที่ 1960 ผลงานของนักปรัชญาอพยพจากเยอรมนีมาอยู่สหรัฐอเมริกา Herbert Marcuse ก็ได้กลายเป็นคัมภีร์สำคัญที่แพร่หลายของคนอเมริกันในการต่อต้านการบริโภคและนำไปสู่ความต้องการสร้างวัฒนธรรมใหม่ที่ปลดแอกจากวัฒนธรรมของระบบทุนนิยม ตลอดจนการต่อสู้กับโครงสร้างอำนาจในปี ค.ศ. 1968 ของคนหนุ่มและนักศึกษา⁴¹² ฯลฯ ผลงาน

⁴⁰⁹ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, pp. 152-152

⁴¹⁰ Shelley Nickles, “More is Better: Mass Consumption, Gender, and Class Identity in Postwar America”, p. 595

⁴¹¹ Peter Gurney, “The Battle of the Consumer in Postwar Britain”, p. 958

⁴¹² Mark Kurlansky, *1968: The Year that Rocked the World*, (New York: Random House, 2004), pp. 108-109

ของนักปรัชญาเยอรมันผู้นี้กลายเป็น “แฟชัน” สำคัญที่ฝ่ายต่อต้านการบริโภคต้องรู้จัก แต่ก็ดังที่ Gary Cross ได้กล่าวถากถางเอาไว้ว่า คนอเมริกันน้อยคนมากที่อ่านงานของนักปรัชญาเยอรมันผู้นี้และก็มีจำนวนไม่เท่าใดนักที่เข้าใจความคิดของเขา แต่ความคิดที่เป็นนามธรรมตามแบบฉบับของปรัชญาเยอรมันก็กลับเข้ากันได้ดีกับบรรยากาศและความคิดของการต่อต้านการบริโภคที่แพร่หลายอยู่ในสหรัฐอเมริกาขณะนั้น⁴¹³

การแบ่งยุคทางประวัติศาสตร์และ “การปฏิวัติการบริโภค”

การต่อสู้ทางการเมืองเพื่อการบริโภคในช่วงทศวรรษที่ 1890 มาจนถึงทศวรรษที่ 1930 ได้กลายเป็นช่วงเวลาสำคัญของ “การเมืองเรื่องการบริโภค” แต่ทว่าการกล่าวแบบนี้ไม่ได้หมายความว่าเรื่องปากเรื่องท้องจะเป็นประเด็นแค่ในช่วงนี้ เพียงแต่ว่าการบริโภคได้ถูกทำให้กลายเป็นเรื่องทางการเมืองโดยตรง ทั้งนี้การบริโภคได้กลายเป็นองค์ประกอบของการเป็นพลเมือง อัตลักษณ์ของการเป็นพลเมืองอยู่ที่การบริโภค นอกเหนือไปจากการเป็นชนชั้นสูง ชนชั้นต่ำ เป็นผู้หญิงหรือเป็นผู้ชาย ในแง่นี้การที่ Mary Louise Roberts กล่าวว่าวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากการเป็นสินค้าเป็นสิ่งที่ตรวจสอบ (accountability) ไม่ได้และทำให้เกิดความรับผิดชอบและไม่มีส่วนต่อเป้าหมายในทางการเมือง⁴¹⁴ นั้นดูจะเป็นสิ่งที่ถูกหักล้างไปด้วย อย่างน้อยๆ ที่สุดเรื่อง “สาธารณรัฐบริโภค” (consuming republic) ในช่วงรัฐบาล Franklin D. Roosevelt จากผลงานของ Lizabeth Cohen หรือจะเป็นงานการศึกษาของ Brent Shannon และ David Kuchta ก็กับการแต่งกายและแฟชัน เสื้อผ้าของผู้ชาย ดังที่ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้แล้ว ฯลฯ การตอบโต้ทางประวัติศาสตร์กับการหักล้างกันทางความคิดแบบตายตัวที่ได้รับการตอกย้ำโดยทฤษฎีดูจะเป็นปรากฏการณ์ทางความคิดของอำนาจในการอธิบายที่ครอบคลุมพื้นที่มีเจตจำนงที่มุ่งหวังสู่ความเป็นสากล (the will to the Universal) กับพื้นที่เฉพาะ (particular) ที่ไม่ได้ต้องการคำอธิบายที่ครอบคลุมได้ทุกพื้นที่และกาลเวลา

ปัญหาที่สำคัญของการกล่าวถึงสถานะของการเป็น “สังคมของการบริโภค” หรือการขยายตัวของบริโภคที่ลงไปทุกหย่อมหญ้าจนกลายเป็นสิ่งที่เรียกว่า “สังคมบริโภค” นั้นไม่ใช่เป็นเพียงแค่เรื่องของพื้นที่ (space) แต่เป็นเรื่องของสำนักทางเวลาและแสดงให้เห็นถึงการแบ่งยุค (periodization) หรือแบ่งเวลา (time) ด้วย สำหรับเรื่องของการแบ่งยุคก็เป็นสิ่งที่เป็นปัญหาในตัว และเป็นปัญหาสำคัญทางประวัติศาสตร์ “สังคมบริโภค” เกิดขึ้นเมื่อใดจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญทาง

⁴¹³ Gary Cross, *An All-Consuming Century: Why Consumerism Won in Modern America*, pp. 152-153

⁴¹⁴ Mary Louise Roberts, “Gender, Consumption, and Commodity Culture”, p. 844

ประวัติศาสตร์และสังคมศาสตร์ แต่ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าความหรูหราฟุ่มเฟือยเองไม่สามารถที่จะเป็น “ดัชนี” ในการแบ่งเวลาของการเป็นสังคมบริโภคได้ เพราะพฤติกรรมการบริโภคของหรูหรานั้นเป็นสิ่งที่ไม่นานไม่ว่าจะเป็นสมัยใดก็ตาม จากอาณาจักรโรมันจนถึงจีนการบริโภคของหรูหราฟุ่มเฟือยเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่เสมอ ไม่เพียงแต่เท่านั้นของหรูหราในแต่ละยุคก็เปลี่ยนแปลงไป สำหรับโลกศตวรรษที่ยี่สิบเอ็ดคือว่าแต่ น้ำตาล ช็อคโกแลต รถยนต์ การเดินทางโดยเครื่องบิน ได้มาจนถึงโทรศัพท์มือถือที่ภายในระยะเวลาปลายศตวรรษที่ยี่สิบต่อยี่สิบเอ็ดโทรศัพท์มือถือก็ไม่ได้เป็นของหรูหราฟุ่มเฟือยอีกต่อไป ถ้าเป็นเช่นนั้นแล้วอะไรเป็น “ดัชนี” ชี้วัดในการแบ่งว่า “สังคมนี้เป็นสังคมบริโภค” ในทำนองเดียวกันกับการมี “สังคมอุตสาหกรรม” “สังคมเกษตร” “สังคมชาวนา” “สังคมสมัยใหม่” และ “สังคมหลังสมัยใหม่” เป็นต้น

สำหรับการที่จะกล่าวว่าสังคมเป็นแบบใดก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องกล่าวถึงคุณลักษณะเด่นของสังคม นับตั้งแต่สังคมเข้าป่าล่าสัตว์มาเป็นสังคมฟิวต์ลมาสู่สังคมอุตสาหกรรมการผลิตจะเป็นตัวจักรสำคัญในการกำหนดคุณลักษณะทางสังคม ถึงกระนั้นก็จะมีประโยชน์อะไรที่ผลิตไปแล้วไม่มีการบริโภค ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการผลิตกลับกลายเป็นการให้ความสำคัญที่ไม่ถูกเป้าหมาย การให้ความสำคัญกับการผลิตแสดงให้เห็นถึงความสนใจที่มีต่อวิถีทาง (means) มากกว่าที่จะเป็นเป้าหมาย แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงศตวรรษที่ยี่สิบเก้าความหมายการบริโภคมีความหมายที่ไม่ดีมาโดยตลอด เพราะอย่างน้อยๆ ที่สุดก็คงไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ที่จะทำอะไรไปแล้วเป้าหมายเป็นสิ่งที่ไม่ดีอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลไกการควบคุมของศาสนา ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงความหมายที่เลวร้ายของการบริโภค เช่น วัณโรคกับ Consumption คือคำๆ เดียวกัน เพราะแม้กระทั่งกลางศตวรรษที่ยี่สิบเก้าความหมายของคำๆ นี้ก็ยังคงเกี่ยวข้องกับความหายนะ ความเปลี่ยนแปลงในความหมายของคำว่า Consumption เริ่มในปี ค.ศ. 1857 เมื่อนักเศรษฐศาสตร์การเมืองเยอรมัน Franz Vorlander ได้ทำให้ Consumption เชื่อมเข้ากับคำว่า Needs โดยถือว่าความต้องการ (needs) เป็นแรงจูงใจ (motive) ที่สำคัญสุดยอดที่สุดในการบริโภค ด้วยความคิดแบบนี้ก็ทำให้การบริโภคเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ แต่กว่าที่ความหมายของ Consumption จะกลายมาเป็นเป้าหมายที่ได้รับการตอบสนองด้วยวิถีทางเศรษฐกิจนั้นก็เมื่อปี ค.ศ. 1923 เข้าไปแล้ว โดยฝีมือของ Karl Oldenberg เศรษฐกิจจึงมีหน้าที่ของการเป็น “พาหนะ” หรือ “วิถีทาง” ในการตอบสนองความต้องการของบุคคล⁴¹⁵

⁴¹⁵ Ulrich Wyrwa, “Consumption and Consumer Society: A Contribution to the History of Ideas”, pp. 435-437

ดังนั้นระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ของความหมายในทางเลวร้ายของการบริโภคย่อมมีมากกว่าความหมายในทางบวก เมื่อการบริโภคเป็นสิ่งที่ไม่ดี “สังคมบริโภค” ก็แสดงให้เห็นว่าสายสัมพันธ์ทางสังคมที่เป็นไปในรูปของการบริโภคย่อมเป็นสิ่งที่ไม่ดี สำหรับอัตลักษณ์ของคนแต่ละคนจะเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับบริบทของการบริโภคของเขาเหล่านั้น แต่การที่เขาจะบริโภคหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับทางเลือกของเขา (choice)⁴¹⁶ ไม่เพียงแต่เท่านั้นคนในสังคมแบบนี้พยายามที่จะแสวงหาความหมายและมีความสุขจากการได้ครอบครองวัตถุต่างๆ เหล่านั้น ครั้นถ้ายังไม่มีก็จำเป็นที่จะต้องดิ้นรนไปแสวงหามา แต่เป้าหมายของการครอบครองเป็นกฎเหล็กของ “สังคมบริโภค” กระนั้นหรือ? เพราะถ้าเป็นเช่นนั้นการครอบครองวัตถุก็เป็นปรากฏการณ์ที่มีมาตั้งแต่สมัยโรมัน สิ่งที่มีความสำคัญในการบริโภคก็คือ การไปแสวงหาสิ่งของต่างๆ เหล่านี้ การแสวงหาทำให้ผู้แสวงหามีความสุข ความสุขจึงเกิดขึ้นจากการได้ล่าไม่ใช่สนุกหรือมีความสุขจากการได้เหยื่อ ความสุขเกิดขึ้นจากการได้กระทำมากกว่าที่จะเป็นการครอบครองในทำนองเดียวกันกับการท่องเที่ยวถ่ายรูปบันทึกวิดีโอ ความสุขไม่ได้อยู่ที่แค่เอามาเปิดฉายในงานเลี้ยงที่บ้านเพื่อแสดงให้เพื่อนฝูงชม แต่ความสุขอยู่ที่การบันทึกเรื่องราวต่างๆ ในระหว่างการเดินทาง⁴¹⁷ ตัวละครในอุปรากรของ Wolfgang Amadeus Mozart เรื่อง *Don Giovanni* ความสุขของตัวเอกในเรื่องไม่ได้อยู่ที่การได้ครอบครองผู้หญิง แต่อยู่ที่การได้ใช้เสน่ห์หยั่วยวน หรือถ้าจะใช้สำนวนหนังสือกำลังภายในก็คือ การตีมีสฐานนั้นไม่ได้น่าอภิมรย์เท่ากับบรรยายภาศในการตีมีสฐาน เป็นต้น ในความเห็นของ Zigmunt Bauman ที่ดำเนินตามคำอธิบายของ Montaigne และ Pascal แล้วก็คือ การได้ล่าเป็นเครื่องพิสูจน์ว่ายังมีชีวิตอยู่ นี่เป็นเส้นทางที่จะทำให้มนุษย์ห่างเหินจากความตาย ความสุขอยู่ที่การได้มีแรงปรารถนา (desire) ต่อไปเรื่อยๆ⁴¹⁸ การบริโภคจึงเป็นการแข่งขันเพื่อหนีความตาย

สำหรับสถานะของการหลงใหลในกระบวนการมากกว่าจะเป็นเป้าหมายอาจจะกล่าวอย่างง่ายๆ ได้ว่า ความสุขไม่ได้จำกัดอยู่ที่การเป็นเจ้าของ ความสุขไม่ได้อยู่ที่เป้าหมาย แต่ยังอยู่ที่ช่วงเวลาของการแสวงและกระบวนการขั้นตอน จนทำให้บางทีแล้วสิ่งของเหล่านั้นไม่ได้เป็นเป้าหมาย วัตถุข่าวของเครื่องใช้จึงไม่ได้เป็นเป้าหมายในตัวเอง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในกรอบความคิดของ Ernest Dichter หรือจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับการเก็บของหรือสะสม (collecting) ในฐานะเป็นงานอดิเรกหรือจะเป็นการเป็นนักสะสม (collector) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่ากิจกรรมของ

⁴¹⁶ Peter N. Stearn, “Stages of Consumerism: Recent Work on the Issues of Periodization”, *Journal of Modern History*, Vol. 69, No. 1 (March, 1997), pp. 105-106

⁴¹⁷ Orvar Lofgren, *On Holiday: A History of Vacationing*, p. 74

⁴¹⁸ Zigmunt Bauman, “Consuming Life”, *Journal of Consumer Culture*, Vol. 1, No. 1 (2001), pp. 10-11

การบริโภคไม่ได้มีเป้าหมายที่เศรษฐกิจเพื่อได้มาซึ่งสินค้าหรือวัตถุ กระบวนการในการต่อสู้เพื่อได้มาไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดต่างหากที่เป็นเป้าหมายในตัวเอง เช่น การประมูลภาพ การพนัน การไล่ล่า แบบที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น เป็นต้น การที่จะได้มาซึ่งสิ่งของต่างๆ เหล่านี้ก็แตกต่างไปจากการได้ของๆ แบบอื่นๆ เช่น กษัตริย์ได้มาด้วยการยึดครองหรือใช้กำลัง แต่สำหรับสังคมบริโภคแล้ว ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ สามารถที่หามาได้ด้วยเงินหรือการแลกเปลี่ยนผ่านตลาด⁴¹⁹ และไม่มีข้อห้ามทางฐานันดรใดมาห้ามมิให้บริโภคด้วย ครั้นถ้ายังไม่มีเงินก็สามารถที่จะใช้เครดิตก่อนได้ ครั้นเมื่อไม่ได้มีเป้าหมายในตัวเอง เป้าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจจะเป็นอะไรอย่างอื่นๆ ก็ได้ ประโยชน์ใช้สอย (use value) ของวัตถุต่างๆ จึงไม่ได้เป็นประโยชน์แต่เพียงอย่างเดียว ไม่เพียงแต่เท่านั้น ประโยชน์ในการแลกเปลี่ยน (exchange value) ก็ไม่ได้มีความหมายเสมอไป แต่เป้าหมายกลับอยู่ที่การแสดงออก (display)⁴²⁰ เพราะเพียงแค่นี้ได้แสดงก็มีความสุขแล้ว

ถึงกระนั้นก็ดีความสุขที่เกิดขึ้นจากการแสดงออกก็ยังเป็นการแลกเปลี่ยนอยู่ดี เพราะจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องการคนอื่นๆ มาดู แต่เป้าหมายของการบริโภคกลับอยู่ที่ความสุขที่จะได้บริโภค การบริโภคจึงแสดงความเป็นเอกเทศที่ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยอะไรอื่นนอกจากตัวเอง เพื่อตัวเอง และเป็นของตัวเอง เพราะไม่ได้มีเป้าหมายอะไรอื่นนอกจากตัวเอง เมื่อเป็นดังนี้ก็มีความสุขจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพึ่งใครหรือต้องการใครอื่น ไม่จำเป็นต้องแสดงให้ใครดู เมื่อไม่ต้องการให้ใครดูตัวเองเก็บไว้ดูคนเดียว สภาพะของการบริโภคแบบนี้จึงกลับไปสู่สิ่งที่อนุรักษนิยมอย่าง Christopher Lasch เรียกว่า วัฒนธรรมของการหลงใหลในตัวเอง (the Culture of Narcissism)⁴²¹ แต่ก็เช่นดัง Narcissus ที่ไม่มีวันที่จะไคว่คว้าหาตัวเองได้ในผืนน้ำ กระบวนการของการแสวงหาตัวตนหลงใหลในตัวตนจึงดำเนินไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

การบริโภคจึงเป็นแรงปรารถนา (desire) ที่ไม่มีวันที่ได้รับการตอบสนอง เพราะเมื่อใดก็ตามที่ได้รับการตอบสนองก็ย่อมไม่ใช่แรงปรารถนาอีกต่อไป สภาพะของแรงปรารถนาที่ไม่มีวันที่จะได้รับการตอบสนอง ดังนั้นแรงปรารถนาในตัวของมันเองจึงเป็นสิ่งที่ไปไม่ได้ ความเป็นไปไม่ได้จึงเป็นพลังสำคัญที่ขับเคลื่อนให้สำนักแห่งการมีชีวิตดำรงอยู่ได้⁴²² การบริโภคจึงกลายเป็นความฝัน

⁴¹⁹ Ben Fine, *The World of Consumption : The material and cultural revisited*, Second Edition, (London: Routledge, 2002), p. 157

⁴²⁰ Ulrich Wyrwa, "Consumption and Consumer Society: A Contribution to the History of Ideas", pp. 436-437

⁴²¹ Christopher Lasch, *The Culture of Narcissism: American Life in the Age of Diminishing Expectation*, (New York: Warner Books, 1979)

⁴²² Zgmunt Bauman, "Consuming Life", p. 13

อันสูงสุด เพราะเปรียบประหนึ่งไฟแห่งแรงปรารถนาที่โชติช่วงชัชวาลอย่างไม่มีวันดับ สำหรับการที่เป้าหมายที่อยู่แต่ในตัวเองเท่านั้นของการบริโภคแบบที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นกลับทำให้ไม่สามารถที่จะแบ่งยุคได้ว่า สังคมบริโภคแตกต่างกันไปจากการบริโภคของหรรษาในสมัยโรมันได้อย่างไร เพราะสภาวะแบบนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับการหลงใหลในเงินตามแบบที่ Aristotle วิचारณ์ แต่ถึงกระนั้นก็ไม่ได้หมายความว่า การบริโภคเพื่อเป้าหมายอย่างอื่นๆ เช่น การแสดงความแตกต่าง จะเป็นสิ่งที่หายไป เป้าหมายของการบริโภคจึงมีความหลากหลายภายใต้การไม่มีวันที่จะมีจุดจบได้ของแรงปรารถนา

สำหรับความหลากหลายของเป้าหมายในการบริโภคทำให้ความต้องการของสินค้าต่างๆ เหล่านี้มีมากขึ้น เช่น สินค้าที่มีไว้สะสมก็ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์อะไร นอกจากนั้นก็ไม่ได้เอาไปอวดให้ใครเห็น แต่เก็บเอาไว้คนเดียว เพื่อตัวเองคนเดียว โดยตัวเองคนเดียว และเป็นของตัวเองคนเดียว ถึงกระนั้นก็ดีการกระทำดังกล่าวจึงมีส่วนสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความคิดแบบนี้ปรากฏในสหรัฐอเมริกาช่วงปลายศตวรรษที่สิบเก้าโดย Hazel Kyrk ผู้เห็นว่า วัฒนธรรมและอารยธรรมต่างๆ ของโลกแสดงออกโดยผ่านการบริโภค สำหรับเธอแล้วสิ่งที่ถือว่าเป็นแกนสำคัญของการบริโภคก็คือ การมีเสรีภาพที่จะได้เลือกและผู้บริโภคคือผู้ที่ตัดสินใจว่าอะไรจะเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตต้องผลิต ถึงแม้ว่าในสหรัฐอเมริกาคงตกย้ำความหมายของความเป็นปัจเจกชนของผู้บริโภค แต่ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า Maurice Halbwachs นักวิชาการสายฝรั่งเศสเน้นถึงคุณลักษณะทางสังคมหรือลักษณะของความเป็นกลุ่มมากกว่ากรอบคิดแบบสหรัฐอเมริกา ในทำนองคล้ายคลึงกันกรอบความคิดการบริโภคของเยอรมันในปลายศตวรรษที่สิบเก้าก็ใช้ในความหมายของกลุ่มสหกรณ์หรือการร่วมมือกัน (cooperative) หรือสันนิบาติ (leagues) กรอบความคิดแบบนี้ใช้กันมาจนถึงทศวรรษที่ 1920 แต่มาถึงสมัยรัฐบาลนาซีความหมายของการบริโภคก็กลับไปเลวร้ายดังเดิม ในสายตาของฮิตเลอร์สังคมบริโภคแบบอเมริกันสะท้อนความคิดแบบวัตถุนิยม⁴²³

สำหรับในประเทศเยอรมนีนักประวัติศาสตร์เห็นว่า ความหมายของการบริโภคในแง่บวกเริ่มปรากฏขึ้นมาหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกอะไรที่นักประวัติศาสตร์จำนวนหนึ่งจะเห็นว่า ความเป็นสังคมบริโภคของเยอรมนีเกิดขึ้นในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง

⁴²³ Ulrich Wyrwa, "Consumption and Consumer Society: A Contribution to the History of Ideas", pp.

แต่ก็ใช้เวลาประมาณสองทศวรรษกว่าที่จะพัฒนาอย่างเต็มที่ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1970⁴²⁴ จนสามารถนำไปสู่การพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ที่คนจากทุกชนชั้นซื้อได้ ปรากฏการณ์ของการขยายตัวของสินค้าแบบของใหม่ๆ เกิดขึ้นในประเทศยุโรปที่ล่าช้าอย่างอิตาลีด้วย เช่น ในต้นทศวรรษที่ 1960 รถจักรยานยนต์เวสป้า (Piaggio's Vespa) ที่ถูกสร้างภาพให้เข้ามาแทนที่รถยนต์และเป็นสินค้าที่คนจนสามารถจะเป็นเจ้าของได้⁴²⁵ ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองภายใต้การเมืองแบบเสรีประชาธิปไตยของเยอรมนีด้วยการบริโภคของใหม่ๆ ที่บ่งบอกถึงความเท่าเทียมกันนั้นกลับมิได้นำไปสู่การต่อต้านห้างสรรพสินค้า ร้านขายของราคาเดียว แบบที่เคยเกิดขึ้นในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง⁴²⁶ ในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่สองความหวาดกลัวที่สำคัญของเยอรมนีก็คือ ความหวาดกลัวต่อการหลั่งไหลของสินค้าจากต่างประเทศ การบริโภคสินค้าต่างประเทศยังถูกโจมตีว่าไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแบบเมื่อหลายร้อยปีก่อน ด้วยนโยบายการกีดกันการซื้อัญญาพืชจากต่างประเทศในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่สองและด้วยสำนึกแห่งความพอเพียงก็ทำให้คนเยอรมันต้องกินขนมปังไรย์ (Rye Bread) มากกว่าที่จะกินขนมปังขาวตามแบบที่คนประเทศอื่นๆ นิยมกินกัน เพราะการกินขนมปังขาวแสดงให้เห็นถึงความหรูหรา⁴²⁷

ความต้องการที่จะบริโภคของหรูหราจากต่างประเทศที่หรูหราไม่ได้เป็นคุณลักษณะของ “สังคมบริโภค” เพราะปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่พบได้ตั้งแต่สมัยโรมันหรือแม้กระทั่งในประวัติศาสตร์จีน ในประเทศเยอรมนีตะวันออกหลังสงครามโลกครั้งที่สองความต้องการสินค้าจากประเทศเสรีนิยมก็คงยังมีเช่นเดิม ทั้งๆ ที่สังคมของเยอรมนีตะวันออกเป็นสังคมนิยมเน้นความสำคัญของความเท่าเทียมกัน การบริโภคสินค้าจากต่างประเทศจึงเท่ากับเป็นการละเมิดระเบียบทางสังคมของสังคมที่เน้นความเท่าเทียมกันอย่างเยอรมนีตะวันออก ในขณะเดียวกันกับที่วิธีการบริโภคของเยอรมนีตะวันออกกลับกลายเป็นสิ่งที่สังคมเสรีประชาธิปไตยมองว่าเป็นสังคมที่

⁴²⁴ Tina Dingel, “Consumption in Nineteenth and Twentieth-Century Germany: A Historiographical Essay”, *Cultural and Social History*, Vol. 2 No. 2 (April, 2005), p. 249

⁴²⁵ Adam Arvidsson, “From Counterculture to Consumer Culture: Vespa and the Italian Youth Market, 1958-1978”, *Journal of Consumer Culture*, Vol. 1, No. 1 (2001), p. 49

⁴²⁶ Nancy Reagin, “Comparing Apples and Oranges: Housewives and the Politics of Consumption in Interwar Germany”, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judd, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 247

⁴²⁷ Nancy Reagin, “Comparing Apples and Oranges: Housewives and the Politics of Consumption in Interwar Germany”, p. 249

ยากแค้น (society of shortages)⁴²⁸ เมื่อเป็นสังคมที่ยากแค้นก็ยิ่งทำให้สิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยต่างๆ เหล่านี้บ่อนทำลายโครงสร้างทางชนชั้น ภัยของการบริโภคของหรูหราฟุ่มเฟือยจึงเปรียบเทียบกับภัยที่เกิดขึ้นจาก “ยา” (phamakon)⁴²⁹ ในความหมายแบบดั้งเดิมที่มีทั้งลักษณะบวกและลบ เพราะถ้าติด “ยา” ไม่มีเงินซื้อหาก็คือต้องขโมย เช่น โรค Kleptomania ตลอดจนผลลัพธ์ที่ตามมาก็ได้แก่โรคร้ายต่างๆ ที่บรรดาวงการแพทย์ทั้งหลายได้วิเคราะห์เอาไว้จากการบริโภค เป็นต้น

ความหวาดกลัวต่อการทำลายระเบียบของสังคมยังเป็นสิ่งที่สังคมเยอรมันก่อนสงครามโลกครั้งที่สองหวาดกลัวด้วยเช่นกัน เพียงแต่ว่าความหวาดกลัวในช่วงทศวรรษที่ 1920 ก็คือ ความกลัวการบริโภคสินค้าใหญ่ๆ จะทำลายระเบียบทางชนชั้น⁴³⁰ นี่เป็นความหวาดกลัวที่คงที่ การทำลายระเบียบทางชนชั้นนั้นก็นำไปถึงระเบียบอันดีงามที่ชนชั้นสูงและชนชั้นกลางยึดถือ โดยเป็นระเบียบที่มีความแตกต่างไปจากการมาตรฐานของชนชั้นกลาง คุณลักษณะที่คงที่ทางประวัติศาสตร์อันถือได้ว่าเป็นสิ่งอันตรายก็คือ การบริโภคทำลายระเบียบทางชนชั้น แต่การทำลายระเบียบทางชนชั้นไม่ได้เป็นลักษณะพิเศษของสังคมบริโภค เพราะการทำลายโครงสร้างทางชนชั้นโดยผ่านการบริโภคสินค้าเป็นสิ่งที่สังคมจากโบราณถึงปัจจุบันหวาดกลัว การทำลายโครงสร้างทางชนชั้นเป็นสิ่งที่มาตลอดระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ นอกจากนั้นการเสื่อมสลายโครงสร้างทางชนชั้นก็เป็นเพียง “ผล” ไม่ใช่ “เหตุ” ที่ผู้คนชนชั้นสูงหวาดวิตกมากกว่าที่จะเป็นชนชั้นต่ำสำหรับ “ดัชนี” ที่จะทำให้เกิดความหวาดวิตกนี้ในแต่ละยุคแต่ละสมัยก็สามารถแปรเปลี่ยนไปได้

ในศตวรรษที่สิบแปดที่ถูกอ้างจากนักประวัติศาสตร์ว่าเป็น “การปฏิวัติการบริโภค” (consumer revolution) นั้นก็มีคุณลักษณะของปรากฏการณ์สามประการได้แก่ การขยายตัวของร้านค้าพาณิชยกรรม การขยายตัวของเครดิต และการโฆษณา สินค้าข้าวของที่จับจ่ายซื้อหากันไม่ได้จำกัดอยู่แค่เสื้อผ้าที่ถูกผลักดันด้วยแฟชั่นเท่านั้น สินค้าขนาดใหญ่ๆ อย่างบ้านและสวนประกอบอื่นๆ ของบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ก็เป็นส่วนสำคัญของการบริโภค เมื่อมีการกล่าวถึง “ทาส

⁴²⁸ Ina Merkel, “Consumer Culture in the GDR, or How the Struggle for Antimodernity Was Lost on the Battleground of Consumer Culture”, in *Getting and Spending: European and American Consumer Society in the Twentieth Century*, edited by Susan Strasser, Charles McGovern, Matthias Judd, (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), p. 283

⁴²⁹ ดู Jacques Derrida, *Dissemination*, translated by Barbara Johnson, (Chicago: University of Chicago Press, 1983)

⁴³⁰ Nancy Reagin, “Comparing Apples and Oranges: Housewives and the Politics of Consumption in Interwar Germany”, pp. 248

แฟชั่น” ในปลายศตวรรษที่สิบเจ็ดก็แสดงให้เห็นถึงการที่แฟชั่นแสดงอัตลักษณ์ของความเป็น “ทาส” แฟชั่น การเป็น “ทาส” ได้กลายมาเป็นอัตลักษณ์ใหม่อันสำคัญที่เชื่อมโยงพระราชินีของ ฝรั่งเศสเข้ากับชนชั้นสูงและคนอื่นๆ สำหรับในศตวรรษที่ยี่สิบก็ยังมีวัตถุเข้าของเครื่องใช้ต่างๆ อีกมากมายที่ไม่เพียงแต่จะทำให้ผู้คนตกเป็น “ทาส” ของวัตถุและแฟชั่น ส่วนที่ยิ่งไปกว่าการตกเป็น “ทาส” ก็คือการทำลายศีลธรรมอันดีงามของสังคม ในประเทศอิตาลีช่วงทศวรรษที่ 1960 ลิบสติค ดุงน่อง และรถจักรยานยนต์เวสป้าที่ทำให้เด็กวัยรุ่นมีสภาพคล่องตัวในการเดินทาง ทั้งหมดนี้ก็ ล้วนแล้วแต่เป็นวัตถุเข้าของเครื่องใช้ที่จะทำลายระเบียบศีลธรรมอันดีงามของสังคม เพราะสิ่ง ต่างๆ เหล่านี้กลายเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ⁴³¹

การมีข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ไม่จำเป็นเสมอไปที่จะต้องทำลายระเบียบอันดีงาม เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ แนวความคิดเรื่องสุขภาพเองก็มีความสำคัญมากขึ้นในศตวรรษที่สิบแปดต่อ การขยายตัวของการบริโภค นอกจากนั้นภายใต้แนวความคิดเรื่อง “ทรัพยากรมนุษย์” และ แนวความคิดเรื่องประชากร (population) ก็ทำให้รัฐต้องสนใจเรื่องสุขภาพ พร้อมๆ กันนั้นการดูแล รักษาสุขภาพกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญซึ่งก็จะต้องปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์⁴³² การ บริโภคเพื่อสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่ดี ส่วนความสะอาดก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญทั้งในแง่การดำรงชีวิต และได้กลายมาเป็นอัตลักษณ์ทางชนชั้นที่ทำให้แตกต่างไปจากชนชั้นต่ำ ด้วยความรู้ทาง วิทยาศาสตร์ที่ขยายตัวไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางการแพทย์ก็ทำให้การบริโภคขยายตัวได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันการบริโภคนี้ก็ไม่ได้หมายความว่าจะเป็นการบริโภคอย่างเสรี แต่เป็นการ บริโภคภายใต้กลไกการควบคุมของแพทย์ที่ให้ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะมีชีวิตอยู่ต่อไปหรือจะตาย เช่น การบริโภคหรือการเป็นมังสวิรัติจะทำให้สุขภาพดี เพราะจะช่วยชำระเลือดและประสาทให้ บริสุทธิ์⁴³³ เพราะฉะนั้นการบริโภคไม่จำเป็นที่จะต้องนำไปสู่สิ่งเลวร้ายตลอดเวลา แม้ว่าตลอด ระยะเวลาในประวัติศาสตร์การบริโภคจะถูกทำให้กลายเป็น “ปิศาจ” ก็ตาม สำหรับ “ปิศาจ” ของ การบริโภคก็ประกอบไปด้วย “ปิศาจวัตถุนิยม” “ปิศาจทุนนิยม” และสุดท้าย “ปิศาจของสิ่งแวดล้อม นิยม (environmentalism)”⁴³⁴ ถึงแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงจากระบบฟิวดัลมาสู่ระบบทุนนิยมก็

⁴³¹ Adam Arvidsson, “From Counterculture to Consumer Culture: Vespa and the Italian Youth Market, 1958-1978”, p. 50

⁴³² Peter N. Stearn, “Stages of Consumerism: Recent Work on the Issues of Periodization”, p. 106

⁴³³ Roy Porter, “Consumption: disease of the consumer society?”, p. 68

⁴³⁴ Daniel Miller, “The Poverty of Morality”, p. 227

ยังไม่สามารถที่จะทำให้การบริโภคเป็นสิ่งที่ได้ แม้ในทางความคิดการบริโภคได้เริ่มกลายมาเป็นที่ยอมรับได้ในช่วงปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบก็ตาม

ความเลวของการบริโภคย่อมไม่ได้เกิดขึ้น เพราะวัตถุข่าวของเครื่องใช้ต่างๆ ไม่ได้เป็นสิ่งที่มีความดีหรือความเลวในตัวเอง การวิพากษ์การบริโภคแสดงให้เห็นการจัดระเบียบและสายสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัตถุต่างๆ (material relation) แต่การวิพากษ์กลับทำลายความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสรรพสิ่ง เพราะตลอดระยะเวลาที่ผ่านมามนุษย์ต้องมีสายสัมพันธ์กับวัตถุ ดังนั้นจึงเป็นความคิดที่เป็นไปไม่ได้ที่จะไม่ให้มนุษย์ไม่สัมพันธ์อะไรกับวัตถุ กรอบความคิดศีลธรรมที่วิพากษ์สายสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัตถุจึงมีลักษณะโรแมนติคเป็นพื้นฐาน นอกจากนั้นดังที่นักมานุษยวิทยาอย่าง Daniel Miller ได้กล่าวไว้ก็คือ ศีลธรรมและทฤษฎีกลับทำให้ผู้บริโภคไม่มีความเป็นมนุษย์ ศีลธรรมยังทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นคนที่หลงใหลแต่ในวัตถุ (fetishism) และติดอยู่กับของระบบทุนนิยม การวิพากษ์ผู้บริโภคจึงเป็นเพียงเส้นทางของการวิพากษ์ระบบทุนนิยม⁴³⁵ ถึงกระนั้นก็ดีการวิพากษ์ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นวัตถุนิยม ทุนนิยม และสิ่งแวดล้อมนิยมก็ไม่สามารถที่จะแบ่งยุคการบริโภคได้ว่าเริ่มเมื่อใดได้ เพราะไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ดีหรือเลวการบริโภคก็เป็นพลังสำคัญในการเปลี่ยนแปลงสังคมไปสู่สังคมแบบใหม่⁴³⁶ ในกรณีนี้คือ “สังคมบริโภค” แต่ “สังคมบริโภค” ควรเริ่มต้นขึ้นเมื่อใด? ถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งในรูปแบบกว้างมากไปกว่านี้ก็คือ สภาวะสมัยใหม่ (modernity) เกิดขึ้นเมื่อใด หรือถ้าจะพิจารณาอีกแง่หนึ่งก็คือ ชนชั้นกลาง กระฎุมพี เกิดขึ้นเมื่อใด⁴³⁷ หรือแม้กระทั่ง “สังคมบริโภค” คือกระบวนการทำให้เป็นอเมริกัน (Americanization)

ในทศวรรษที่ 1980 นักประวัติศาสตร์เริ่มกล่าวถึง “การปฏิวัติการบริโภค” (consumer revolution) ที่เริ่มต้นเร็วขึ้น ทั้งนี้ในปลายศตวรรษที่สิบแปดมีการขยายตัวของสินค้าไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องครัว เช่น มีด ช้อน นาฬิกาตั้งโต๊ะและติดตัว เครื่องกระเบื้อง วัสดุอุปกรณ์ที่ทำจากโลหะทั้งหลาย ผ้าปูโต๊ะปูเตียงลินิน (linens) ตลอดจนรวมไปถึงการเดินทาง การเล่นเกม และการอ่านหนังสือ และได้แพร่กระจายไปสู่ผู้คนในระดับต่างๆ และไม่จำกัดเพศ ชนชั้นต่ำ “เลียนแบบ”

⁴³⁵ Daniel Miller, “The Poverty of Morality”, p. 234

⁴³⁶ Ann Bermingham, “Introduction. The Consumption of Culture: image, object, text” in *The Consumption of Culture 1600-1800: image, object, text*, edited by Ann Bermingham and John Brewer, (London: Routledge, 1995), p. 14

⁴³⁷ Sarah Maza, “Luxury, Morality, and Social Change: Why There Was No Middle-Class Consciousness in Prerevolutionary France”, *Journal of Modern History*, Vol. 69, No. 2 (June, 1997), pp. 199-229

ชนชั้นกลาง ส่วนชนชั้นกลาง “เลียนแบบ” พวกอภิสิทธิ์ชน การเลียนแบบก็ทำให้การใช้ข้าวของต่างๆ เหล่านี้กระจายไปทั่ว แต่ก็ใช่ว่าการ “เลียนแบบ” นี้จะเป็นการ “เลียนแบบ” ทุกสิ่ง ตามจริงแล้วการเลียนแบบเป็นเพียงการคัดเลือกเอาแต่สิ่งที่ต้องการ (appropriation) หรือลักษณะของลูกผสมมากกว่า⁴³⁸ ปรากฏการณ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในประเทศอังกฤษและเนเธอร์แลนด์ นอกจากนั้นการบริโภคสิ่งของต่างๆ เหล่านี้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตมากพอที่จะเรียกว่าการปฏิวัติได้หรือไม่? ไม่เพียงแต่เท่านั้นการขยายตัวของสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้เป็นเรื่องของการค้าพาณิชย์ (commerce) แต่การค้าไม่จำเป็นจะต้องเป็นเรื่องของการบริโภค เพราะเป็นเรื่องของพ่อค้ามากกว่าที่จะเป็นผู้บริโภคก็ได้ ส่วนการค้าพาณิชย์ก็เป็นสิ่งที่มีมานานแล้ว สำหรับการขยายตัวของการค้าข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ เหล่านี้เกิดขึ้นมาจากทั้งความต้องการสินค้าตามแฟชั่นยอดนิยมที่เพิ่มมากขึ้น พร้อมๆ กันกับความต้องการในสินค้าต่างๆ เหล่านี้ก็เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในกรอบคิดเรื่องความสุขสะดวกสบาย (comfort) ในขณะที่ยานพาหนะก็ทำให้การเดินทางไม่ว่าจะเป็นการตั้งรกรากย้ายถิ่นไปจนถึงการค้าขายก็ยอมทำให้แฟชั่นมีบทบาทอย่างมาก เพราะการมีแฟชั่นทำให้บอกได้ว่าใครเป็นและมีสถานะอย่างไรท่ามกลางผู้คนที่ไม่มีใครรู้จัก

ดัชนีชี้วัดเพื่อการอธิบาย “การปฏิวัติการบริโภค” อีกอย่างหนึ่งก็คือ การให้ความสำคัญกับการเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้า ตลอดจนการขยายตัวและประสิทธิภาพของการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น การผลิตของไหลๆ เป็นจำนวนมาก (mass production) กลับให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้มากขึ้นกว่าเดิมแม้ว่าจะไม่ได้ทั้งหมดก็ตาม การผลิตแบบของไหลๆ ก็ทำให้ผู้คนจากทุกชนชั้นสามารถที่จะมีข้าวของเครื่องใช้ราคาถูกใช้ได้ เช่น รถยนต์ ตู้เย็น นอกจากการผลิตของไหลๆ การมีห้างสรรพสินค้า โฆษณาก็เป็นเกณฑ์สำคัญสำหรับการปฏิวัติการบริโภค แต่ใช้ว่าศตวรรษที่สิบเก้าและยี่สิบเท่านั้นที่จะมีการโฆษณา เนื่องด้วยว่าพ่อค้าในกลางศตวรรษที่สิบแปดใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อโฆษณาสินค้า ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ยิ่งใหญ่แบบที่โฆษณากันในศตวรรษที่ยี่สิบก็ตาม การเปลี่ยนแปลงในปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นศตวรรษที่ยี่สิบก็ถือว่าเป็น “การปฏิวัติการบริโภค” สำหรับนักประวัติศาสตร์ แต่คำถามที่ตามมาก็คือ ระหว่างการปฏิวัติในศตวรรษที่สิบแปดกับการปฏิวัติในปลายศตวรรษที่สิบเก้าและต้นยี่สิบนั้นอันไหนเป็นการปฏิวัติการบริโภคมากกว่ากัน?

“การปฏิวัติการบริโภค” ไม่ใช่แค่เรื่องของสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว ในศตวรรษที่สิบเก้าการบริโภคถูกครอบด้วยจริยธรรมของการทำงานหนักของชนชั้นกลางและการควบคุมความ

⁴³⁸ Ann Bermingham, “Introduction The Consumption of Culture: image, object, text”, p. 13

ต้องการอยากได้ไม่ให้พุงพลา⁴³⁹ ในขณะที่ศตวรรษที่สิบเก้าการทำงานถือว่าเป็นอาณาเขตที่เอกเทศ การทำงานเป็นการแสดงความเป็นตัวตนและถือว่าการสร้างสรรค์ แต่การทำงานนั่งโต๊ะและรูปแบบของการควบคุมด้วยจัดการ (managerial control) ทำให้การทำงานกลับสูญเสียทักษะ งานมีความจำเจ แล้วยังต้องทำงานนานชั่วโมงอีกด้วย แต่ถึงกระนั้นก็มีคนเหล่านี้ก็ยังยอมทำงานหนักเพื่อเอาเงินไปพักร้อนหรือซื้อของมากกว่าที่จะมีวันหยุดหลายๆหรือเอาเวลาไปพักผ่อนหย่อนใจ กลไกที่มีความสำคัญอย่างมากในการจัดการเรื่องการทำงานและการพักผ่อนหย่อนใจก็คือ การวางแผนการเงินหรือเครดิตที่มีแบบการจ่ายเงินตามระยะเวลาที่แน่นอนตายตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครดิตในการซื้อสินค้าที่ต้องใช้เงินมากๆ เช่น รถยนต์ และบ้าน สำหรับบ้านเองก็เป็นศูนย์รวมของสินค้าบริโภคทุกชนิด ดังที่ Ben Fine ได้กล่าวไว้ก็คือ บ้านจึงเป็น “วิหารศักดิ์สิทธิ์ของสังคมบริโภค”⁴⁴⁰ และสิ่งที่จะขาดไปไม่ได้เมื่อกล่าวถึงบ้านก็คือเด็กๆ ที่เป็นเป้าหมายสำคัญของกลไกของสังคมบริโภคด้วยเช่นกัน

การขยายตัวของเครดิตก็ไม่ได้ทำให้การจับจ่ายใช้สอยดำเนินไปอย่างไร้การควบคุม ตามจริงแล้วเครดิตที่ให้การบริโภคกลับทำให้การจับจ่ายมีลักษณะที่เป็นทางการมากขึ้น หรือถ้าจะใช้ภาษาแบบในปัจจุบันนี่สินต่างๆ ที่เคยกั๊กกันแบบส่วนตัวก็กลายเป็นแบบที่เป็นทางการมากขึ้น การกู้เงินเป็นการกู้ในระบบ ระบบเครดิตจึงไม่ได้แตกต่างไปจากการบริหารงานสมัยใหม่แต่อย่างใด ถึงกระนั้นก็ดีการกู้เงินแบบนี้ไม่ได้ทำลายจริยธรรมในพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินอย่างที่ว่าหวาดวิตกกังวล เพียงแต่ว่าการกู้เงินก่อนหน้านี้จะมี “ระบบ” นั่นก็เป็นไปในลักษณะไม่เป็นทางการ และเป็นเรื่องส่วนตัว ในบรรดาเหตุผลของการเงินกู้สิ่งทีถือว่าคุณค่าน้อยที่สุดก็คือ การกู้เงินเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ แต่ในขณะเดียวกันการทำงานสมัยใหม่ก็มีจุดมุ่งหมายอยู่ที่การพักผ่อนหย่อนใจ ระบบเครดิตจึงไม่สอดคล้องกับเป้าหมายในการทำงานเสียทั้งหมด ถึงแม้ว่าเครดิตจะเป็นสิ่งที่พัฒนาขึ้นอย่างมากในศตวรรษที่สิบเก้า เครดิตที่เชื่อมต่อกับความเป็นตัวตนมากที่สุดก็ได้แก่บัตรเครดิต (credit card) อันเป็นบัตรเครดิตที่พัฒนาและเริ่มออกใช้และประสบความสำเร็จระดับชาติก็ได้แก่ บัตรไดเนอร์คลับ (Diners' Club) ที่เกิดขึ้นมาในปี ค.ศ. 1949 เมื่อเริ่มแรกก็ใช้กันในหมู่

⁴³⁹ Paul G. E. Cremens, “The Consumer Revolution: Now, Only Yesterday, or a Long Time Ago”, *Reviews in American History*, Vol. 24, No. 4 (December, 1995), p. 580

⁴⁴⁰ Ben Fine, *The World of Consumption : The material and cultural revisited*, p. 171

ภัตตาหารในมหานครนิวยอร์กและลอส แองเจลิส โดยทางไดเนอร์จะเรียกเก็บค่าบริการเจ็ดเปอร์เซ็นต์จากพ่อค้า⁴⁴¹

คุณลักษณะทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น เครดิตและบัตรเครดิต ห้างสรรพสินค้า การโฆษณา การท่องเที่ยว ฯลฯ ที่กล่าวมานั้นเป็นเพียงแค่ส่วนประกอบเท่านั้น แต่การเป็นเพียงแค่องค์ประกอบก็ไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ที่จะสรุปว่าเป็น “สังคมบริโภค” ได้ เพราะองค์ประกอบย่อยๆ ต่างๆ เหล่านี้ไม่ได้เป็นสภาวะ “ทั้งหมด” ของการเป็นสังคมบริโภค ปัญหาคือ “ส่วน” จะอธิบาย “ทั้งหมด” ได้อย่างไร? ดังนั้นการใช้ตัวอย่างในระดับที่มีลักษณะเฉพาะและจำกัดแล้วขยายความออกไปเป็นสิ่งที่ปัญหาในทางทฤษฎีทั่วๆ นอกจากนั้นก็ยังไม่สามารถที่จะพิจารณาปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบย่อยๆ ทั้งหมดให้เชื่อมต่อกันได้

ครั้นเมื่อประวัติศาสตร์ (นิพนธ์) ของการบริโภคได้ดำเนินมาถึงขั้น “การปฏิวัติการบริโภค” ในทำนองเดียวกันกับการปฏิวัติอุตสาหกรรม การปฏิวัติการบริโภคจึงเป็นเรื่องที่เสริมกับการปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยทั้งคู่เกิดขึ้นในยุโรปและอเมริกาเหนือเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการปฏิวัติด้วยด้านอุปสงค์หรืออุปทานทั้งหมดยังคงเป็นการอรรถาธิบายการขึ้นมามีอำนาจของ “ตะวันตกคริสเตียนผิวขาว” หรือการขยายตัวของ “ตะวันตกคริสเตียนผิวขาว” ไปยังดินแดนอื่นๆ ต่อไป แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องสนใจดินแดนอื่นๆ เช่น การบริโภคในประวัติศาสตร์จีน⁴⁴² ความคิดแบบ “ยุโรปเป็นศูนย์กลาง” (Eurocentrism) ยังคงเป็นรากฐานสำคัญในการวางกรอบความคิด “การปฏิวัติการบริโภค” ตลอดจนการปฏิวัติอื่นๆ ในยุโรปที่กลับกลายมาเป็นรากฐานของการพิจารณาการปฏิวัติ เช่น การปฏิวัติสยาม 2475 ในฐานะเป็น “การปฏิวัติระบอบฟิหรือไม?” เป็นต้น

การจัดระเบียบทางประวัติศาสตร์ให้การบริโภคเป็นการปฏิวัตินั้นสะท้อนให้แรงปรารถนา (desire) ที่จะมุ่งหน้าไปสู่สภาวะสมัยใหม่ แรงปรารถนาที่ต้องการอะไรใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากอดีต แรงปรารถนาที่ต้องการการปฏิวัติ เพราะการปฏิวัติคือสภาวะสมัยใหม่ ปฏิวัติเพื่อทิ้งอดีต สำหรับการศึกษาศาสตร์การบริโภคและตลอดจน “วัฒนธรรมศึกษา” (cultural studies) ที่กล่าวมาในที่นี้จำนวนมากก็ดำเนินไปตามแนวทางของการเมืองเรื่องอัตลักษณ์หรือการวิเคราะห์ตามกรอบของหลังสมัยใหม่ เช่น อัตลักษณ์ของความเป็นหญิงชายโดยผ่านการบริโภค โดย

⁴⁴¹ Timothy Wolters, “‘Carry Your Credit in Your Pocket’: The Early History of the Credit Card at Bank of America and Chase Manhattan”, *Enterprise & Society*, Vol. 1, Issue. 2 (June, 2000), p. 321

⁴⁴² Craig Clunas, “Modernity Global and Local: Consumption and the Rise of the West”, *American Historical Review*, Vol. 104, No. 5 (December, 1999), p. 1506

หลีกเลี่ยงแนวทางการศึกษาแบบอุปสงค์อุปทานแบบประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและตลอดจนการวิเคราะห์ทางชนชั้นให้กลายเป็นอดีตไป จนทำให้ “การปฏิวัติการบริโภค” เป็นการปฏิบัติที่ปฏิวัติการศึกษาการบริโภคจากกรอบความคิดทางเศรษฐกิจมาสู่กรอบความคิดทางวัฒนธรรม⁴⁴³ โดยอ้างว่าจะทำให้การวิเคราะห์ผ่านชนชั้นจะหดหายไป เพียงแต่ว่ากรอบการอธิบายนั้นไม่เป็นกรอบชนชั้นตามแบบมาร์กซิส⁴⁴⁴ ที่ให้ความสำคัญกับการผลิตและความสัมพันธ์ทางผลิตมากกว่าที่จะเป็นการแลกเปลี่ยนหรือสายสัมพันธ์ทางตลาดก็ตาม

เมื่อกล่าวถึงการบริโภคโดยทั่วไปสิ่งที่สำคัญย่อมไม่ใช่มนุษย์แต่เพียงอย่างเดียว เพราะมนุษย์ไม่ได้บริโภคมนุษย์ด้วย (ยกเว้นแต่จะเป็นพวกมนุษย์กินคนหรือ Cannibalist) สิ่งที่สำคัญในการบริโภคจึงเป็นวัตถุข่าวของต่างๆ ดังนั้นประวัติศาสตร์ของการปฏิวัติการบริโภคจึงหลีกเลี่ยงเรื่องประวัติศาสตร์ของวัตถุไปไม่ได้⁴⁴⁵ แต่การปฏิวัติทางวัตถุเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “การปฏิวัติทางความรู้” มากกว่าที่จะเป็นเพียงแค่เรื่องของอุปสงค์และอุปทานเท่านั้น ถึงกระนั้นก็ดีการอธิบายการปฏิวัติการบริโภคโดยนักประวัติศาสตร์ก็ให้ความสำคัญกับอุปสงค์ (demand) มากกว่าที่จะพิจารณาอุปทาน (supply) เพราะที่ผ่านการวิเคราะห์ด้านประวัติศาสตร์เศรษฐกิจเน้นแต่ด้านการผลิตเสียจนลืมการบริโภคและอำนาจการซื้อ⁴⁴⁶

ถึงกระนั้นก็ดีการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ด้านการบริโภคก็ยังตกอยู่ในกรอบของหลักอุปสงค์อุปทานที่ดำเนินไปด้วยหลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค⁴⁴⁷ และปัจเจกชนนิยมเชิงวิธีการ

⁴⁴³ Jan de Vries, “Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe”, p. 89

⁴⁴⁴ คำวิจารณ์ของ Ben Fine ถูกแค่บางส่วน เมื่อเขากล่าวว่า การศึกษาการบริโภคทำให้นักประวัติศาสตร์ละทิ้งประเด็น อุปทาน (supply) การผลิต และการทำงาน ซึ่งก็ทำให้แนวทางการวิเคราะห์แบบมาร์กซิสและชนชั้นหายไป แต่ Fine ในฐานะนักเศรษฐศาสตร์ก็ละเลยผลงาน *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* โดย Pierre Bourdieu ดู Ben Fine, *The World of Consumption : The material and cultural revisited*, p. 160

⁴⁴⁵ นักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจพยายามแยกวัฒนธรรมวัตถุออกจากวัฒนธรรมการบริโภค โดยเห็นว่าลักษณะของวัตถุไม่มีความพลวัตเมื่อเปรียบเทียบกับกรบริโภค การดูแต่ข่าวของจึงทำให้ไม่สามารถที่จะเข้าใจการบริโภคได้ Jan de Vries, “Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe”, p. 102

⁴⁴⁶ Jan de Vries, “Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe”, p. 85

⁴⁴⁷ Ben Fine, *The World of Consumption : The material and cultural revisited*, p. 160

(methodological individualism) ที่ให้ความสำคัญในเรื่องการแสวงหาผลประโยชน์สูงสุด โดยทั้งหมดที่เป็นรากฐานทางความคิดกลับขาดความเป็นประวัติศาสตร์ ครั้นถ้าพิจารณาในแง่อุดมการณ์แล้วคำอธิบายทางประวัติศาสตร์ “การปฏิวัติบริโภคนิยม” ยังมีเชื้อของความคิดแบบเสรีนิยมใหม่ (neoliberal) ที่ปฏิเสธบทบาทการแทรกแซงของรัฐและให้ความสำคัญกับปัจเจกชนอีกด้วย⁴⁴⁸ ครั้นเมื่อ “การปฏิวัติการบริโภคนิยม” เป็นเรื่องของปัจเจกชนก็ทำให้ “ความเป็นสังคม” ยังไม่สามารถจะปรากฏขึ้นมาได้อย่างชัดเจนในประวัติศาสตร์การบริโภคนิยม เพราะแม้แต่การใช้แนวความคิดเรื่องบริโภคนิยมแบบต่างๆ ไปโดยส่วนใหญ่แล้วก็ยังละเลยบทบาททางการเมืองและความเป็นสาธารณะของการบริโภคนิยม

การบริโภคนิยมที่สามารถที่จะเป็นอะไรได้มากกว่าการบริโภคนิยมแบบปัจเจกชน เพราะ “การบริโภคนิยมสาธารณะ” (public consumption) เช่น บ้านการเคหะ การใช้บริการสาธารณะไม่ว่าจะเป็นรถเมล์ รถไฟ สวนสาธารณะ ฯลฯ ทั้งหมดก็ล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องของการบริโภคนิยม แต่เป็นการบริโภคนิยมสาธารณะที่อาจจะอยู่นอกเหนือของกฎเกณฑ์ของตลาด แม้ว่ากลไกของระบบเสรีนิยมใหม่จะรุนแรงแค่ไหนก็ตาม แต่ความเป็นสาธารณะก็คงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การบริโภคนิยมไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นเรื่องของคนๆ เดียว แน่ชอนยังมีการบริโภคนิยมอีกหลายต่อหลายอย่างที่มีลักษณะทั้งสาธารณะและส่วนตัวที่ยังไม่สามารถกำหนดลงไปได้ว่าเป็นแบบไหน เช่น การดูกีฬา การใช้สวนสาธารณะ การไปดูคอนเสิร์ต เป็นต้น แน่ชอนปัญหาต่างๆ เหล่านี้วางอยู่บนความคิดเรื่องความเป็นสาธารณะและความเป็นส่วนตัว⁴⁴⁹ ครั้นเมื่อพิจารณาบทบาทของการบริโภคนิยมสาธารณะก็อาจจะทำให้การกล่าวถึงความเป็น “สังคมบริโภคนิยม” เป็นได้มากกว่าการที่จะกล่าวถึง “สังคมบริโภคนิยม” เพียงแค่ฐานคิดของความเป็นปัจเจกชน แต่ถึงกระนั้นก็ดีการบริโภคนิยมสาธารณะไม่ได้เป็นนัยของความหมายของ “สังคมบริโภคนิยม” ที่ความละโมภ ความอยากได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ความไม่พอเพียง เป็นสิ่งที่กำหนดประวัติศาสตร์ความหมายของ “สังคมบริโภคนิยม” ที่ยังมาไม่ถึง

การที่ยังไม่สามารถจะกำหนดช่วงเวลาลงไปได้ว่า เมื่อใดที่เป็นจุดเริ่มต้นเป็นสังคมบริโภคนิยม (ได้อย่างชัดเจน)⁴⁵⁰ ก็ทำให้ไม่สามารถที่จะกล่าวได้อย่างเต็มปากเต็มคำว่า “เรากำลังอยู่ในสังคม

⁴⁴⁸ Jonathan White, “A World of Goods? The ‘Consumption Turn’ and Eighteenth-Century British History”, *Cultural and Social History*, Vol. 3, No. 1 (January, 2006), pp. 95 อย่างไรก็ตามก็ใช่ว่านักประวัติศาสตร์ที่ศึกษาเรื่องการบริโภคนิยมจะไม่เข้าใจถึงข้อจำกัดทางแนวคิดและกลไกของบรรษัทใหญ่ๆ แต่เป้าหมายของงานเหล่านี้ก็เป็นการตอบโต้การมองการบริโภคนิยมในแง่ร้าย ดู John-Christophe Agnew, “Coming up for air: consumer culture in historical perspective”, p. 22

⁴⁴⁹ Ben Fine, *The World of Consumption : The material and cultural revisited*, pp. 176-180

⁴⁵⁰ Ben Fine, *The World of Consumption : The material and cultural revisited*, p. 227

บริโภค” ถึงแม้ว่าผู้คนจะเรียกกันอย่างกว้างขวางจนไม่เคยมีใครสงสัยว่า คุณลักษณะของสังคมบริโภคเป็นอย่างไรและเริ่มต้นเมื่อใดก็ตาม จนทำให้ดูราวกับว่า “สังคมบริโภค” เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเรียบร้อยแล้วและมีลักษณะที่สมบูรณ์ไปแล้ว ถึงแม้ว่าจะยอมรับในกรอบคิดของ Zgmunt Bauman ที่เห็นว่าสังคมบริโภคมีลักษณะ “จบแล้วก็เริ่มต้นแล้วก็จบแล้วก็เริ่มต้นอยู่ตลอด”⁴⁵¹ ก็ไม่ได้ช่วยให้เข้าใจได้ว่า “สังคมบริโภค” เริ่มต้นเมื่อใด แต่เมื่อไม่รู้ว่า “สังคมบริโภค” เริ่มต้นเมื่อใดก็ไม่สามารถที่จะเข้าใจการเปลี่ยนผ่านมาเป็น “สังคมบริโภค” ได้ และนั่นก็ยิ่งทำให้ไม่รู้อีกด้วยว่าอะไรคือคุณลักษณะของ “สังคมบริโภค” ดังนั้นจะรู้ได้อย่างไรว่ามาถึงหรืออยู่ใน “สังคมบริโภค” แล้ว เพราะถ้าเราไม่รู้ก็หมายความว่า เรา “ยังไม่รู้ว่าสภาวะสมัยใหม่มาถึงแล้วหรือยัง” ถ้าจะกล่าวแบบ Bruno Latour ก็คือ “เรายังไม่เคยเป็นสมัยใหม่” (We have never been Modern)⁴⁵² แล้วก็แสดงว่า “เรายังไม่เคยเป็นสังคมบริโภค” ครั้นเมื่อเรายังไม่เคยเป็นสมัยใหม่ก็หมายความว่า เรากำลังมุ่งหน้าไปสู่สังคมสมัยใหม่ แม้ว่าสภาวะสมัยใหม่ยังเป็นสิ่งที่ยังไปไม่ถึงในทำนองเดียวกัน “เรากำลังมุ่งหน้าไปสู่ ‘สังคมบริโภค’ แม้ว่า ‘สังคมบริโภค’ ยังเป็นสิ่งที่ยังไปไม่ถึง” การกล่าวแบบนี้แม้ว่าจะเป็นการมองกลับหลัง แต่ก็ป็นนัยของการมุ่งไปสู่ข้างหน้า ในทำนองเดียวกันกับผลงาน *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge* ที่ถือได้ว่าเป็นคัมภีร์ของพวกหลังสมัยใหม่นั้น Jean-Francois Lyotard ได้กล่าวไว้ว่า

“งานชิ้นใดชิ้นหนึ่งจะเป็นสมัยใหม่ได้ก็ต่อเมื่อมันต้องเป็นหลังสมัยใหม่ก่อน ดังนั้นจะต้องเข้าใจความคิดของสภาวะหลังสมัยใหม่ (postmodern) ว่าไม่ใช่อยู่ในฐานะที่เป็นเป้าหมายของความคิดของความเป็นสภาวะสมัยใหม่ แต่เป็นขั้นตอนระยะพักตัวและสภาวะนี้ก็เป็นสภาวะที่ดำรงอยู่อย่างคงที่”⁴⁵³

เมื่อไม่เคยเป็นสภาวะสมัยใหม่ แต่สภาวะสมัยใหม่ยังคงเป็นเป้าหมายที่อยู่ในอนาคตก็หมายความว่า “สังคมบริโภค” (หรือสังคมสมัยใหม่) ก็ยังคงเป็นสิ่งที่อยู่ในอนาคตและกำลังมุ่ง

⁴⁵¹ Zgmunt Bauman, “Consuming Life”, p. 12

⁴⁵² Bruno Latour, *We Have Never Been Modern*, translated by Catherine Porter, (Cambridge: Harvard University Press, 1993)

⁴⁵³ Jean-Francois Lyotard, *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, translated by Geoff Bennington and Brian Massumi (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1984) p.79

หน้าจะไปให้ถึง สังคมบริโภคจึงเป็นสังคมที่กำลังจะมา (เพื่อให้สมบูรณ์) แต่ยังมาไม่ถึงสักทีเฉกเช่นเดียวกันกับสภาวะสมัยใหม่ แต่การบริโภคเองก็กลายเป็นจุดเชื่อมสำคัญของการเป็นสภาวะสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ ดังที่จะเห็นได้จากผลงานการศึกษาการบริโภคต่างๆ มากมายไม่ว่าจะมาจากกรอบความคิดแบบสภาวะสมัยใหม่หรือหลังสมัยใหม่⁴⁵⁴

จากศตวรรษที่สิบแปดถึงศตวรรษที่ยี่สิบเอ็ดระยะเวลาอาจจะยาวนานเกินไปที่ “สังคมบริโภค” และสภาวะสมัยใหม่จะยังมาไม่ถึง แต่ก็ต้องไล่ล่าอยู่ตลอดเวลาเพื่อจะทำให้เกิดความสุขจากการไล่ล่า “สังคมบริโภค” ที่ถูกไล่ล่าอย่างไม่มีที่สิ้นสุดจึงเป็นสภาวะของ “สังคมบริโภค” “ยุค” ของ “สังคมบริโภค” จึงเป็นสิ่งที่ไม่มีอยู่ใน “สังคมบริโภค” เพราะเมื่อใดก็ตามที่ “สังคมบริโภค” เป็น “ยุค” ก็แสดงให้เห็นว่า “สังคมบริโภค” แยกตัวเองออกมาจากสังคมแบบเดิมๆ และเมื่อนั้น “สังคมบริโภค” ก็จะไม่เป็น “สังคมบริโภค” เพราะ “สังคมบริโภค” จะต้องไล่ล่าอยู่ตลอดเวลาเฉกเช่นแรงปรารถนาอันไม่มีวันที่จะได้รับการตอบสนอง ทุกสิ่งทุกอย่างจะต้องดำรงอยู่อย่างไม่มีสมบูรณ์ก็เพื่อที่จะทำให้การบริโภคดำเนินไปได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อใดที่สมบูรณ์แล้ว “สังคมบริโภค” ก็จะหมดไป

เมื่อ “สังคมบริโภค” ยังมาไม่ถึงก็คงไม่จำเป็นอะไรที่จะต้องรอคอยการแบ่งยุคเพื่อพิสูจน์ให้เห็นถึงความแตกต่าง ความคิดแบบนี้เป็นข้อถกเถียงในทางทฤษฎีที่ไม่มีวันที่จะพิสูจน์ได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ เพราะอนาคตเป็นสิ่งที่ยังมาไม่ถึง แต่ประวัติศาสตร์เองเป็นเรื่องอดีตที่ไม่ต้องรอคอยการมาถึง สำหรับในทางทฤษฎี “การมา” ของ “สังคมบริโภค” ก็เป็นเพียงแค่การบ่งชี้หรือการแสวงหาสภาวะสมัยใหม่โดยผ่านประวัติศาสตร์สังคม (social history) ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ (economic history) ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม (cultural history) ประวัติศาสตร์ก็เช่นเดียวกันกับ “วิชา” อื่นๆ ที่เป็น “กลไกแห่งวินัยและวิชา” (discipline) ที่กลับทำให้การบริโภคเป็นเพียงเครื่องมือ (instrument) มากกว่าที่จะเป็นเอกเทศ (autonomy) ในตัวเอง ความเป็นเอกเทศที่ทำให้การบริโภคสามารถที่จะเป็นพื้นที่ของการศึกษาได้ในตัวเอง⁴⁵⁵ หรือเป็น “บริโภคศึกษา” (consumer studies) แบบที่เกิดขึ้นในวงการการตลาดและการวิจัยการบริโภคและที่อื่นๆ โดยไม่จำเป็นที่จะต้องทำให้ผู้บริโภคเป็น “องค์อธิปัตย์” ที่มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจ แต่ก็ไม่

⁴⁵⁴ Frank Trentmann, “Beyond Consumerism: New Historical Perspective on Consumption”, *Journal of Contemporary History*, Vol. 39, No. 3 (2004), p. 373

⁴⁵⁵ Tina Dingel, “Consumption in Nineteenth and Twentieth-Century Germany: A Historiographical Essay”, p. 247

จำเป็นต้องพึ่งพาประวัติศาสตร์สังคม ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ไม่จำเป็นต้องพึ่งแม้กระทั่ง วัฒนธรรมศึกษาที่พิจารณาการบริโภคนิเวศในฐานะที่เป็นวัฒนธรรม

เส้นทางของ “บริโภคนิเวศศึกษา” ก็เช่นเดียวกันกับการศึกษาแบบอื่นๆ ที่มีแรงปรารถนาที่จะ เป็นเอกเทศ แต่แรงปรารถนาดังกล่าวก็ทำให้ “การศึกษา” (Studies) นั้นๆ กลับกลายเป็น “ศูนย์กลางนิยม” (Centrism) ไปในตัว สภาวะที่ไม่ได้แตกต่างไปจาก “ยุโรปเป็นศูนย์กลาง” หรือ “จีนเป็นศูนย์กลาง” และตลอดจนการศึกษาแบบอื่นๆ รวมไปถึง “ไทยศึกษา” (Thai Studies) ที่ ไทยหรือสยามเป็นศูนย์กลางนั้นย่อมไม่ใช่เรื่องง่ายๆ นักที่จะหลุดออกไป แต่แรงปรารถนาที่จะ หลุดก็ยังคงโชติช่วงอยู่ตลอดเวลา ส่วนภายในความเป็น “ศูนย์กลางของไทย” ก็มีอะไรอื่นๆ ที่ยัง เป็น “ศูนย์กลาง” หรือเป็น “ศูนย์รวม” อะไรอื่นๆ อีกต่อไป ในขณะที่เดียวกันด้วยสำนึกของความ เป็นห่วงเรื่องการตกเป็นศูนย์กลางนิยม (centrism) กลับทำให้การยืนยันด้วยแรงปรารถนาที่จะ เชื่อมต่อสายสัมพันธ์ของการบริโภคนิเวศและสายสัมพันธ์กับวัตถุ (material relation) อื่นๆ ด้วย ทั้ง “สังคมบริโภคนิเวศ” และ “วัฒนธรรมบริโภคนิเวศ” แสดงให้เห็นถึง “อาการขวยเขิน” และสภาวะที่กลั้วๆ กลั้วๆ ของนักวิชาการสายสังคมศาสตร์ที่จำนวนหนึ่งยังยืนยันหยัดด้วยกรอบของการพิจารณาการ บริโภคนิเวศในทางลบ เมื่อเป็นทางลบสภาวะของความเป็น “ศูนย์กลาง” ของบริโภคนิเวศก็เป็นสิ่งที่เกิดขึ้น ได้ยาก

“อาการขวยเขิน” นี้อาจจะเปรียบเทียบกับกรณีย์พิศขัตติในศตวรรษที่สิบเจ็ดดังที่นัก ประวัติศาสตร์อย่าง Simon Schama ได้กล่าวไว้ในผลงานอันโด่งดังของเขา *The Embarrassment of the Riches: An Interpretation of Dutch Culture* เพียงแต่ว่านี่อาจจะ ต้องเป็น “The Embarrassment of the Scholars: An Interpretation of Intellectual-Material-Consumer Culture in the Cultural Studies Age” อันเป็นประเด็นที่น่าศึกษา เพราะคราวนี้ผู้ ศึกษากลายเป็นผู้ที่ถูกศึกษาที่ไม่จำเป็นต้องบริโภคนิเวศใครยกเว้นเสียแต่เขาผู้นั้นเป็นอะไรที่มากกว่า “มนุษย์ผู้มีวัฒนธรรมในการบริโภคนิเวศ” ดังนั้นการบริโภคนิเวศก็ไม่ได้เป็นเรื่องพอเพียง เพราะไม่เคย เพียงพอ และไม่ได้เป็นเรื่องของการมีศูนย์กลางอยู่ที่ใดที่หนึ่ง แต่เป็นเรื่องของความสัมพันธ์กับคน อื่นๆ ประเทศอื่นๆ วิถีชีวิตอื่นๆ และนี่ก็คือประวัติศาสตร์ของการบริโภคนิเวศและการแลกเปลี่ยน ทางการบริโภคนิเวศก่อนที่นักวิชาการจะเผยแพร่โลกาภิวัตน์และ “ความเป็นอื่น” ให้ผู้คนได้ “บริโภคนิเวศ” เสียเป็นไหนๆ

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง “นัยวัฒนธรรมบริโภคหลังสิ้นามิ”

ชื่อผู้เขียน ดร. กฤตินี ณัฏฐวุฒินิธิ์

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาระสำคัญ

บทบาทของวัฒนธรรมบริโภคในสังคมไทย ก่อให้เกิดคำถามถึงการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของความเป็นวัตถุนิยมในระดับปัจเจก ดังจะเห็นได้จากการแสวงหาและบริโภคสินค้าเพื่อความสุข ความพึงพอใจของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการดำเนินชีวิตในระบบทุนนิยมที่มีการแข่งขันนำเสนอสินค้าบริการหลากหลายเพื่อสนองความต้องการตลาด หากแต่เมื่อเกิดภาวะพลิกผันที่ทำให้ชีวิตเสมือนต้องเริ่มต้นใหม่ หลายคนตั้งคำถามถึงแก่นของการดำรงอยู่และความสำคัญของการบริโภคปัจเจกครอบด้าน

บทความนี้ศึกษาถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการสูญเสียครอบครัว อาชีพ ที่อยู่อาศัยและทรัพย์สินจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2547 ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นนัยวัฒนธรรมบริโภคที่แตกต่างไปจากบทบาทเดิม อาทิเช่น กระบวนการค้นหาความหมายในชีวิต มุมมองการสะสมวัตถุและการบริโภคอย่างพอเพียง เพื่อความสุขอย่างสมดุลของตนเองและเพื่อแบ่งปันกับผู้อื่น และความรู้เท่าทันในความไม่แน่นอนและความเป็นสมมติของสิ่งที่บริโภค

พื้นที่ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ บริเวณที่อยู่อาศัยและสถานประกอบการที่ได้รับผลกระทบใน จ.พังงา และ จ.ภูเก็ต โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ ม.ค. 2548 ถึง ม.ค. 2549 งานวิจัยเป็นแบบ Ethnography Research ติดตามการเปลี่ยนแปลงในการฟื้นฟูสภาพชีวิต โดยมุ่งเน้นที่อิทธิพลและความหมายของการบริโภควัตถุทั้งที่เป็นอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษานัยวัฒนธรรมบริโภคหลังเหตุพลิกผันในชีวิตก็คือ เกิดนิยามทางเลือกของการดำเนินชีวิตในกระแสดทุนนิยม อาทิเช่น มุมมองคู่ขนานระหว่างการสะสมปัจเจกสุขแบบเดิม กับการสร้างสมดุลความสุขจากการดำรงอยู่และการแบ่งปัน

คำหลัก นัยวัฒนธรรมบริโภค, ทางเลือกการบริโภค, สมดุลความสุข, การบริโภคอย่างพอเพียง

Title A Redefined Meaning of Consumer Culture after the Tsunami

Author Krittinee Nuttavuthisit, Ph.D.

Sasin, Chulalongkorn University

Abstract

The development of a consumer culture is premised upon the expansion of capitalist competition in which individuals yearn for more and more material goods to fulfill their ever growing demands. However, the question exists that if individuals experience a life-disrupting crisis, whether their new lease on life will influence and redefine their consumption patterns and culture. The Tsunami on December 26th, 2004 has resulted in significant changes in the behaviors of both society and individuals. This research explores how individuals have coped with the aftermath of the Tsunami, particularly the huge loss of lives and property. As some people come to realize the uncertainty of life, they have embraced a sustaining balance between self-satisfaction and sharing with others. This form of sufficiency consumption demonstrates an alternative attitude to material goods in this capitalist consumer culture.

This paper is based on the Ethnography Research in Pang-nga and Phuket from January 2005 to January 2006. The main findings is that the meaning of consumer culture is redefined after a major life crisis (i.e. the Tsunami) and demonstrates an alternative way of life in this capitalist consumer culture, e.g. the parallel perspectives of attainment of individual satisfaction and the sustaining balance of consuming and sharing.

Keywords Redefined Meaning, Tsunami, Sufficiency Consumption, Sustaining Balance

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล ดร. กฤตินี ณัฏฐวุฒินันท์

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

หน่วยงานที่สังกัด อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อีเมล: krittinee.nuttavuthisit@sasin.edu

การศึกษา

- บริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2540
เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง
- บริญญาโท-เอก Kellogg School of Management, Northwestern University ด้วยทุน
มูลนิธิอานันทมหิดล (พ.ศ. 2542 – 2546)

ผลงานทางวิชาการ

- “Ludic Agency and Retail Spectacle,” *Journal of Consumer Research*, Vol.31 (December 2004), pp.658-672. (with R. V. Kozinets, et al.)
- “Gendered Behavior in a Male Preserve: Role Playing at ESPN Zone Chicago,” *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 14 (1&2), 2004, pp. 151-158. (with J. F. Sherry, et al.)
- “Branding Thailand: Building a Favorable Country Image for Thai Products and Services,” *Sasin Journal of Management*, Vol. 9 (1), 2003, pp. 21-26. (with S. Maesincee, A. Ayawongs, and N. Phasukvanich).

ประเด็นทางวิชาการที่สนใจ

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior), การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research),
ลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมของผู้บริโภค

นัยยะวัฒนธรรมบริโภคนิยมหลังสิ้นนามิ

ดร. กฤตินี ณัฏฐวุฒิสิติน

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทบาทของวัฒนธรรมบริโภคนิยมในสังคมไทย ก่อให้เกิดคำถามถึงการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของความเป็นวัตถุนิยมในระดับปัจเจก ดังจะเห็นได้จากการแสวงหาและบริโภคสินค้าเพื่อความสุข ความพึงพอใจของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการดำเนินชีวิตในระบบทุนนิยมที่มีการแข่งขันนำเสนอสินค้าบริการหลากหลายเพื่อสนองความต้องการตลาด หากแต่เมื่อเกิดภาวะพลิกผันที่ทำให้ชีวิตเสมือนต้องเริ่มต้นใหม่ หลายคนตั้งคำถามถึงแก่นของการดำรงอยู่และความสำคัญของการบริโภคปัจเจกครอบด้าน

มหันตภัยคลื่นยักษ์สึนามิถล่มในวันที่ 26 ธันวาคม 2547 เป็นเหตุการณ์สำคัญที่ส่งผลกระทบหลายระดับ ตั้งแต่ระดับโลก ระดับประเทศ ระดับชุมชน รวมไปถึงระดับบุคคลที่ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงในชีวิตแบบฉับพลัน ทั้งจากการสูญเสียชีวิตของครอบครัวและคนรอบข้าง การสูญเสียทรัพย์สิน บ้าน ที่ทำงาน หรือเครื่องมือประกอบอาชีพ ประสบการณ์จากความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลต่อเนื่องถึงพฤติกรรมกาดำเนินชีวิตภายหลังเหตุการณ์ วัฒนธรรมบริโภคนิยมที่เคยพัฒนาต่อเนื่องตามกระแสทุนนิยมกลับก่อเกิดเป็นนิยามความหมายใหม่ให้ได้พิจารณา

บทความนี้นำเสนอแนะวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่แตกต่างไปจากบทบาทเดิม เป็นทางเลือกของการดำเนินชีวิตในกระแสทุนนิยม อาทิเช่น กระบวนการค้นหาความหมายในชีวิต มุมมองการสะสมวัตถุและการบริโภคอย่างพอเพียง เพื่อความสุขอย่างสมดุลของตนเองและเพื่อแบ่งปันกับผู้อื่น และความรู้เท่าทันในความไม่แน่นอนและความเป็นสมมติของสิ่งที่บริโภค

วัฒนธรรมบริโภคนิยม

“การบริโภค” มีความหมายครอบคลุมถึงกิจกรรมหลากหลายประเภทในชีวิตมนุษย์และความสัมพันธ์ของมนุษย์ในสังคมที่ดำเนินไปบนพื้นฐานการบริโภคหรือการใช้ทรัพยากร วัตถุ เวลา แรงงาน เทคโนโลยี ข้อมูล รวมไปถึงความคิด ความรู้สึก สิ่งเหล่านี้มีการหมุนเวียนถ่ายเทระหว่าง

มนุษย์ผ่านกิจกรรมการบริโภค สถานะความสำคัญของสิ่งที่บริโภคก็มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา¹

วัฒนธรรมบริโภคได้รับความสนใจศึกษามากขึ้น สืบเนื่องจากการเคลื่อนตัวของวิถีการดำรงชีวิตจากการให้ความสนใจที่กระบวนการผลิต (Production) ไปสู่กระบวนการบริโภค (Consumption) แนวโน้มสังคมนี้มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมรอบด้าน ตั้งแต่การสร้างอัตลักษณ์ของมนุษย์แต่ละคน ไปจนถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมในวงกว้างส่งผลเป็นรูปแบบพฤติกรรมที่สังคมยอมรับ ปฏิบัติ และพัฒนาต่อเนื่องจนเกิดเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมบริโภคยังมีการเปลี่ยนแปลงตามอิทธิพลของยุคสมัย ยุคอุตสาหกรรม (Industrial Age) ให้ความสำคัญกับสิ่งที่มีคุณประโยชน์ทางการใช้งาน (Use value) และมีค่าทางการแลกเปลี่ยน (Exchange value) ส่งผลต่อการบริโภคสินค้าเป็นหมู่รวม (Mass consumption) และสินค้าแต่ละชิ้นมีความใกล้เคียงกันเพื่อความคุ้มค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ ยุคปัจจุบันเป็นยุคของการสะสม แลกเปลี่ยน และใช้ประสบการณ์ (Experiential Age) วัฒนธรรมบริโภคจึงให้ความสำคัญกับการบริโภคความแตกต่างโดยคำนึงถึงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Sign value) หรือภาพลักษณ์ (Image value) โดยพิจารณาถึงสถานะและบทบาททางสังคมที่ล้วนเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันแทบทั้งสิ้น ในยุคนี้ผู้บริโภคต้องการสุนทรียภาพเป็นความพึงพอใจส่วนบุคคลโดยมีความยึดติดน้อยลงกับกรอบเกณฑ์ของชนชั้น มีการแสดงออกถึงรสนิยมในการดำเนินชีวิตแบบของตัวเอง ประกอบกับที่มีสินค้าบริการมากมายในตลาดที่พร้อมส่งเสริมการแสวงหาความสุขความบันเทิง²

กระแสทุนนิยมผลักดันให้สังคมเข้าสู่ภาวะตลาดการณื ประเมินผล คิดคำนวณมูลค่าการแลกเปลี่ยน ความพอใจในการบริโภคขึ้นอยู่กับการใช้สินค้าเป็นเครื่องหมายแสดงความเป็นตัวตนที่เข้ากันได้หรือแตกต่างออกไปจากคนอื่น การขยายตัวของตลาดใหม่เกิดขึ้นจากการแข่งขัน

¹ Douglas, M. and Isherwood, B. (1980) *The World of Goods*, Harmondsworth: Penguin.

² Pine, B. Joseph and James H. Gilmore (1999), *The Experience Economy*, MA: Harvard Business School Press.

นำเสนอสินค้าบริการ รวมถึงการให้ข้อมูลเพื่อสร้างผู้บริโภครุ่นใหม่ กลุ่มใหม่ ผ่านสื่อโฆษณาชวนเชื่อ สำหรับต้นทุนที่ผู้บริโภคใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการอาจอยู่ในรูปของการใช้จ่ายเงิน เวลา หรือ การลงทุนในข้อมูล สังคมยุคโลกาภิวัตน์ที่การถ่ายเทเคลื่อนย้ายกิจกรรมการผลิตและการบริโภคไม่มีขอบเขตจำกัด ส่งผลให้วัฒนธรรมบริโภคกระจายขอบเขตอย่างรวดเร็ว และข้อจำกัดของแต่ละท้องที่ โอกาส และสถานการณ์ในกิจกรรมการบริโภคก็ล้วนเปิดกว้างขึ้นด้วยการสื่อสารไร้พรมแดน

ปรากฏการณ์เหล่านี้ล้วนนำไปสู่บทวิพากษ์ในสังคมว่าวัฒนธรรมบริโภคยุคใหม่จะนำไปสู่ความหลงใหลขึ้นชมตัวเอง (Narcissistic) และบุคลิกภาพที่ยึดถือตัวตนเป็นสำคัญ (Egoistic) เกิดข้อคำถามถึงความเสื่อมโทรมทางจิตวิญญาณ (Spiritual impoverishment) อันเนื่องมาจากความเห็นแก่ความสุขของตัวเองด้วยปรัชญาดำรงชีวิตแบบชีวิตเดียวใช้ให้คุ้ม (“Live now, Pay later”)³ หากการเปลี่ยนแปลงในสังคมยังดำเนินไปอย่างต่อเนื่องจากกระแสทุนนิยมในโลกโลกาภิวัตน์เช่นนี้ วัฒนธรรมการบริโภคอาจมีการพัฒนาต่อไปในทิศทางที่สร้างความเป็นปัจเจกสูงขึ้น คือส่งเสริมให้ผู้บริโภคพิจารณาความต้องการของตัวเองเป็นสำคัญ ประกอบกับการแข่งขันในตลาดที่อำนวยให้มีการนำเสนอสินค้าบริการเพื่อสนองความพึงพอใจส่วนบุคคล พฤติกรรมในสังคมดังกล่าวอาจส่งผลให้เกิดการตีความคุณค่าการดำรงชีวิตของมนุษย์ในเชิงวัตถุมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดีเมื่อเกิดภาวะวิกฤติที่ส่งผลกระทบอย่างพลิกผันต่อสังคม ดังเช่นเหตุการณ์คลื่นยักษ์ถล่มซึ่งส่งผลให้เกิดการก่อร่างสร้างตัวของชีวิตใหม่ เริ่มตั้งแต่การหาอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิต ไปจนถึงการสร้างภาวะความเป็นครอบครัว การจัดบทบาทของชุมชนและการรวมกลุ่มเพื่อความมั่นคงปลอดภัย มุมมองในชีวิตใหม่นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิตรอบด้าน รวมไปถึงกิจกรรมการบริโภคที่ส่งผลเป็นรูปแบบที่น่าสนใจของนัยยะวัฒนธรรมบริโภคหลังสมัยใหม่

สีนามิ: “ผลกระทบและความช่วยเหลือ”

เช้าวันที่ 26 ธันวาคม 2547 เกิดแผ่นดินไหวอย่างรุนแรงในหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ ตรวจวัดความรุนแรงได้ถึง 8.9 ริกเตอร์ โดยมีจุดศูนย์กลางอยู่เหนือเกาะสุมาตรา ห่างจากเมืองบัน

³ Featherston, Mike (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*, London: SAGE Publications.

ดา อาเจห์ ประเทศอินโดนีเซียประมาณ 250 กิโลเมตร ส่งผลให้เกิดเป็นคลื่นยักษ์พัดเข้าสู่ชายฝั่งในแถบมหาสมุทรอินเดีย ทำให้มีผู้เสียชีวิตและสูญหายกว่าสองแสนคน โดยอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีผู้เสียชีวิตมากที่สุด รองลงมาคือ ศรีลังกา อินเดีย ไทย มัลดีฟส์ มาเลเซีย พม่า และบังกลาเทศ ไม่เพียงชายฝั่งมหาสมุทรอินเดียเท่านั้น คลื่นยักษ์สึนามิจากเกาะสุมาตรายังเดินทางข้ามมหาสมุทรไปถึง เคนยา หมู่เกาะเซเชลส์ โซมาเลีย แทนซาเนีย และมาดากัสการ์ ซึ่งอยู่ในทวีปแอฟริกาตะวันออกอีกด้วย ธรณีพิบัติครั้งนี้สร้างความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้ผู้ประสบภัยไร้ที่อยู่อาศัย ไม่มีเครื่องอุปโภคบริโภค นอกจากนี้ ยังมีผู้ที่สูญหายจากเหตุการณ์นี้อีกเป็นจำนวนมาก

สำหรับประเทศไทย 6 จังหวัดภาคใต้ได้รับความเสียหายทางตรงจากเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิถล่ม โดยเฉพาะที่เขาลึก อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา เป็นจุดที่มีผู้เสียชีวิตมากที่สุด รองลงมาคือกระบี่ ภูเก็ต ระนอง ตรัง และสตูล คลื่นยักษ์สึนามิสร้างความสูญเสียต่อชีวิตทรัพย์สิน เครื่องมือประกอบอาชีพ และเศรษฐกิจ แก่นักท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการ มหันตภัยนี้ได้พัดพรากบุคคลอันเป็นที่รักไปจากครอบครัวและญาติพี่น้อง ผู้ประสบภัยบางคนสูญหายไปอย่างไร้ร่องรอย ผู้รอดชีวิตสูญเสียขวัญและกำลังใจ เด็กหลายๆ คนต้องกลายเป็นเด็กกำพร้า ร้านค้า โรงแรม รีสอร์ท บ้านเรือนของชาวบ้านที่ตั้งเรียงรายอยู่บริเวณชายหาดถูกคลื่นยักษ์พัดทำลายได้รับความเสียหายอย่างหนัก ยานพาหนะต่างๆ ถูกคลื่นพัดเกยระเกะระกะเต็มถนน คลื่นสึนามิยังได้พัดเรืออับปางขึ้นฝั่งนับร้อยลำ ส่วนเรือประมงซึ่งเป็นเครื่องมือประกอบอาชีพสำคัญนั้นก็เสียหายใช้การไม่ได้

ภายหลังเหตุการณ์มีความช่วยเหลือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนภายในประเทศและต่างประเทศหลั่งไหลเข้ามาอย่างท่วมท้น มีการตั้งศูนย์ประสานงานรับแจ้ง ค้นหา พิสูจน์ศพ ผู้เสียชีวิตทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีการระดมเงินและสิ่งของบริจาคจำนวนมากมาเพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ประสบภัย ความช่วยเหลือยังมาในอีกหลายรูปแบบ อาทิ ความทุ่มเทและเสียสละในการเข้ามาเป็นอาสาสมัครในด้านต่างๆ ทีมหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ทั้งในจังหวัดประสบภัยและจังหวัดใกล้เคียงได้ลงไปช่วยผู้ประสบภัย ตั้งแต่วันที่เกิดเหตุ สภากาชาดไทยเปิดรับบริจาคโลหิตเป็นพิเศษเพื่อจัดหาโลหิตสำรองส่งไปช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ มีการช่วยเหลือดูแลและประสานงานด้านต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่รอดชีวิต โดยใช้สถานที่หลายแห่งเช่น มหาวิทยาลัย

ธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต เป็นสถานที่รับรองผู้ประสบภัย ซึ่งนอกจากนักศึกษาแล้ว ยังมีอาสาสมัครทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาช่วยเป็นล่ามในการประสานงานด้านเอกสารต่างๆ

สำหรับการฟื้นฟูสภาพชีวิตในระยะแรกมีการสร้างเต็นท์เป็นที่พักชั่วคราว จากนั้นจึงทยอยสร้างบ้านพักชั่วคราวให้แก่ผู้ประสบภัย มีการฝึกอบรมอาชีพให้สมาชิกกลุ่ม เช่น การทอผ้า อาชีพทำแห การมัดอวน ฯลฯ เพื่อสนับสนุนการสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัว โดยเฉพาะในภาวะที่ยังไม่สามารถกลับไปประกอบอาชีพเดิมได้ นอกจากนั้นยังมีความพยายามฟื้นฟูจิตใจแก่ผู้ประสบภัย โดยมีหมอนหรือนักจิตบำบัดเข้ามาพูดคุยกับชาวบ้าน มีผู้นำศาสนาต่างๆ เข้ามาจัดกิจกรรมสวดมนต์ ฟังธรรมคำสอน

ในระยะต่อมา มีการสร้างบ้านถาวรให้ผู้ประสบภัย หลายชุมชนไม่สามารถกลับไปสร้างบ้านในที่ดินเดิมได้เนื่องจากมีปัญหาเรื่องกรรมสิทธิ์ที่ดิน จึงมีการจัดหาที่ดินแห่งใหม่เพื่อสร้างบ้านพักถาวรให้กับผู้ประสบภัย มีการสร้างโรงเรียนให้แก่ชุมชน รวมถึงมีการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการชุมชนสำหรับดูแลเรื่องการศึกษาของเด็ก ผู้ประสบภัยหลายคนยังได้รับแจกอุปกรณ์ประกอบอาชีพ เช่น เรือ รถพ่วง มีการพัฒนาอาชีพ เช่น การเย็บผ้า การย้อมผ้าบาติก หรือการสอนงานศิลปะหัตถกรรมเพื่อเยียวยาจิตใจ และเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ช่วยเสริมรายได้อีกทางหนึ่งด้วย

โครงการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคล้างสีนามิ

เหตุการณ์คลื่นยักษ์ถล่มในวันที่ 26 ธันวาคม 2547 ส่งผลให้เกิดการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินครั้งยิ่งใหญ่ สำหรับ 6 จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย ได้มีหลายองค์กรเข้าช่วยเหลือฟื้นฟูสภาพชีวิตของผู้ประสบภัย ในส่วนงานวิชาการก็ได้มีความคิดริเริ่มทำวิจัยประมวลองค์ความรู้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจในสถานการณ์และการเตรียมรับมือกับผลกระทบในอนาคต อาทิเช่น การวิจัยทางทะเลเพื่อศึกษาโอกาสการเกิดเหตุและมาตรการเตือนภัยคลื่นถล่มในแขนงวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจุบันมีความสนใจศึกษาความรู้สึกนึกคิดและการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องเนื่องกับเหตุการณ์สำคัญ เช่น ภัยสงคราม การก่อการร้าย และเนื่องจากผลกระทบและความช่วยเหลือจากเหตุการณ์คลื่นยักษ์ถล่มส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรอบด้านแก่ผู้ประสบภัยที่ต้อง

ปรับวิถีชีวิตรวมทั้งมุมมองทัศนคติ เพื่อความอยู่รอดและเพื่อการฟื้นฟูพัฒนา จึงเป็นที่มาให้เกิดโครงการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้รับผลจากการสูญเสียในเหตุการณ์คลื่นยักษ์ถล่ม

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคกับผลกระทบจากการสูญเสีย ให้เป็นที่เข้าใจและสามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมในต่างรูปแบบสถานการณ์ และเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค บนพื้นฐานความเข้าใจการดำเนินชีวิตในเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย ที่ยังไม่ได้รับการศึกษามากเท่าที่ควร ประโยชน์เชิงวิชาการที่ได้รับจากการศึกษาพฤติกรรมบุคคลนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนเศรษฐกิจและสังคมเพื่อฟื้นฟูสภาพชีวิตจิตใจผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤติ

กระบวนการพัฒนาและระเบียบวิธีวิจัยประกอบด้วย การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเชื่อท้องถิ่น และปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ เพื่อสนับสนุนการออกแบบการจัดเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการทำวิจัยในพื้นที่ (Field Research) เป็นไปตามแนวทาง Ethnography Research ที่ประกอบด้วย การสังเกตการณ์ (Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เป็นพื้นฐานการเข้าถึงและเข้าใจพฤติกรรมจากสถานการณ์จริง โดยจัดเก็บข้อมูลกับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ในจังหวัด ภูเก็ต และพังงา ทั้งผู้ประสบเหตุการณ์ และครอบครัวหรือเพื่อนผู้เกี่ยวข้อง ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 1 ปี (Longitudinal Research) ตั้งแต่ ม.ค. 2548 ถึง ม.ค. 2549 ครอบคลุม 3 ช่วงหลักคือ ช่วงที่เพิ่งเกิดเหตุการณ์ ช่วงปรับตัว และช่วงดำเนินชีวิตใหม่ มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงในการฟื้นฟูสภาพชีวิต ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำหลักพฤติกรรมผู้บริโภค องค์ความรู้ทางจิตวิทยา สังคมวิทยา และมานุษยวิทยา มาช่วยในการสังเคราะห์และสรุปประเด็น

ผลการวิจัย: นัยยะวัฒนธรรมบริโภคหลังสึนามิ

ความเปลี่ยนแปลงในกระแสนิยม นำไปสู่การวิพากษ์วัฒนธรรมบริโภคที่ให้ความสำคัญกับการแสวงหาสิ่งเติมเต็มความสุขความพอใจในเชิงวัตถุ แม้ว่าสินค้าบริการที่ใช้สนองความต้องการของผู้บริโภคจะมีทั้งคุณสมบัติเป็นประโยชน์การใช้งานและคุณค่าเป็นความหมายต่อจิตใจ หากแต่กระบวนการดังกล่าวก็นำไปสู่สภาวะสังคมที่มีการตีค่าประเมินความหมายของชีวิตจากการสะสมวัตถุเป็นสัญลักษณ์ความสำเร็จในการดำรงชีวิต

ผลการวิจัยพบสภาวะที่สอดคล้องกับทฤษฎีทางจิตวิทยาว่าด้วยสภาพจิตใจของผู้ประสบปัญหาวิกฤติชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงจากภาวะชะงักงันต้องการปฏิเสธความจริง (Denial) สู่วิถีโกรธ (Anger) ความเศร้าซึม (Depression) และสุดท้ายคือ ยอมรับทำได้ (Acceptance) ในระยะต้นภายหลังจากเหตุการณ์ที่ผู้สูญเสียบ้านและทรัพย์สินยังต้องอาศัยอยู่ในพื้นที่บริเวณที่พักชั่วคราว ผู้ประสบภัยหลายคนตกอยู่ในภาวะชะงักงันและสับสนจากการสูญเสียและการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกผัน ในการพูดคุย หลายคนระบายความคิดคำนึงถึงสิ่งที่เคยมีเคยเป็นในอดีตก่อนเกิดเหตุการณ์ เป็นที่น่าสนใจว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตและความคาดหวังในอดีตล้วนสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมบริบทในกระแสนิยม

ยายทองคำ อายุ 81 ปี รอดชีวิตมาได้เพราะออกไปทำบุญวันพระที่วัด ยายได้รับการจัดสรรที่พักอาศัยเป็นสัดส่วน แต่ยายทองคำพอใจที่จะมานั่งรวมกลุ่มกับผู้ประสบภัยคนอื่น แม้ว่าบริเวณเต็นท์จะแออัดไม่สะดวกสบายท่ามกลางอากาศร้อนจัด บ้านของยายถูกน้ำพัดพังทลายหมดและยายต้องสูญเสียทรัพย์สินทั้งหมดที่สะสมมาตลอดชีวิต ยายบอกว่า

“ก็หวนคิดนะว่าไอ้นั่นก็มี ไอ้นี่ก็มี มีเพียบพร้อมนะ ไม่ได้อยาก ไม่ยึดติด ไม่ได้อยากได้ มันยังไม่ลืม ไม่เสียดาย ไปแล้วก็แล้ว แต่มันก็ยังหวนคิดว่าเราเป็นเจ้าของมันนะ...”

แม้ว่ายายทองคำจะทำใจได้มากแล้วและไม่ได้คร่ำครวญกับทรัพย์สินที่สูญเสียไป แต่ความคิดคำนึงของยายก็สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการสะสมวัตถุเป็นสัญลักษณ์ของชีวิตที่ดีในอดีต ผู้ประสบภัยรายอื่นกล่าวถึงวิถีชีวิตก่อนสิ้นนามไว้ในลักษณะใกล้เคียงกัน บางคนตัดพ้อกับชะตาชีวิตที่กำลังจะมีความสุขแล้วจากเงินทองทรัพย์สินที่สะสมมา เมื่อถูกถามถึงความพอใจต่อชีวิตในอดีต หลายคนให้คำตอบทันทีว่า เคยมีหมด ทวี ตู้เย็น มอเตอร์ไซค์ เครื่องซักผ้า เหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญในวัตถุเพื่อการสร้างความสุขตามกระแสวัฒนธรรมบริโภค

เมื่อผ่านพ้นภาวะชะงักงันจากการปฏิเสธความเป็นจริง หลงติดคิดคำนึงถึงอดีต (Denial) ผู้ประสบภัยหลายคนเกิดความเปลี่ยนแปลงทางความคิดและความรู้สึกเกิดเป็นความโกรธ (Anger) โทษโชคชะตาที่เล่นตลกกับชีวิตที่กำลังจะล้มตาอำปาก หรือกระหน่ำซ้ำเติมให้ต้องทนทุกข์ลำบากมากยิ่งขึ้น บางคนโทษระบบและการทำงานขององค์กรที่ไม่สามารถเตือนภัยให้ทราบ

ได้ล่วงหน้า บ้างก็โทษคนอื่นรอบข้างที่ไม่สามารถช่วยเหลือบุคคลอันเป็นที่รักให้รอดชีวิตออกมาด้วยได้แม้อยู่ใกล้เคียงกัน แต่กรณีที่น่าทึ่งที่สุดคือ คนที่โทษตัวเอง หากแต่โดยรวมแล้วภาวะความโกรธนี้ดำรงอยู่ไม่นานเนื่องจากสาเหตุหลักของเหตุการณ์คือ ภัยธรรมชาติที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ซึ่งต่างจากภัยพิบัติที่เกิดจากความผิดพลาดของมนุษย์ เช่น ตึกถล่ม หรือจากความโหดร้ายของมนุษย์ เช่น การก่อการร้าย ที่ความโกรธถูกส่งถ่ายไปสู่ผู้กระทำ ผู้ก่อการ

เมื่อความโกรธคลายลงจากการยอมรับในอิทธิพลของธรรมชาติ ผู้ประสบภัยหลายคนเข้าสู่ภาวะซึมเศร้า เสียใจ (Depression) ในระหว่างนี้การบริโภคเป็นไปตามอัตโนมัติในสิ่งที่มีและที่ได้รับจากความช่วยเหลือในเรื่องเสื้อผ้า อาหาร ที่พักอาศัย ช่องทางการแสวงหาวัตถุเป็นไปอย่างจำกัดด้วยหลายคนยังไม่มียานพาหนะ ยังจดจ่อกับการค้นหาญาติที่สูญหาย หรือ บางคนบอกว่าเมื่อไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นหลักเป็นแหล่งก็ไม่ต้องการสะสมอะไรเพิ่มเติม

การดำรงชีวิตในภาวะการกิน-การใช้ตามที่ที่มีเป็น ส่งผลให้เมื่อผู้ประสบภัยเข้าสู่ภาวะการยอมรับในสถานการณ์ (Acceptance) หลายคนตกตะกอนความคิดเป็นความเข้าใจในสังขารชีวิตว่าท้ายที่สุดก็ไม่มีใครเอาอะไรไปได้ สิ่งที่จะสมมาย่อมมีวันสูญไป ไม่มีอะไรแน่นอน ข้าวของทรัพย์สินจึงกลายเป็นเพียงสิ่งสมมติในการดำรงชีพ

ความเข้าใจในสังขารของชีวิตจากการพิจารณาทางความคิดของตนเองแทนที่จะปล่อยชีวิตให้ดำเนินไปตามกระแสสังคมที่ปลูกฝังหล่อหลอม ทำให้หลายคนหันกลับมามองรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง ที่รวมไปถึงกิจกรรมการบริโภค หรือการใช้ปัจจัยวัตถุเพื่อความสุขในชีวิต จากเดิมที่เคยอยู่บนพื้นฐานความพอใจของตนเองเป็นหลัก กลับมองเห็นภาพกว้างขึ้นไปถึงผลกระทบต่อกันในครอบครัว ชุมชน คนรอบข้าง ชาวประมงที่เคยเห็นท้องทะเลเป็นแหล่งโอกาสอันไม่มีขอบเขตจำกัดให้ตกตวงประโยชน์ เริ่มมีการพูดถึงความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ และการวางแผนการจับปลาที่คำนึงถึงผลกระทบระยะยาว หลีกเลี่ยงการจับปลาในฤดูวางไข่ หรือการดักกุ้งขณะที่ยังไม่โตเต็มวัย คำนึงถึงโอกาสในอนาคตของคนอื่นหรือคนรุ่นหลัง

การพิจารณาภาพกว้างที่นอกเหนือไปจากประโยชน์ของตนเองเป็นผลในวงกว้าง เมื่อเกิดการพูดถึงจากหลายฝ่ายจนเป็นกระแสก็เกิดเป็นการตรวจสอบกันเอง ในการเก็บข้อมูลครั้งหนึ่ง มีเด็กชาวบ้านเพิ่งขึ้นจากน้ำพร้อมกุ่มมังกรขนาดเล็ก ชาวประมงผู้ใหญ่ส่งเสียงดังทันทีที่เห็น ให้นำกุ่มไปปล่อยคืน เพราะการทำแบบนี้จะส่งผลเสียระยะยาว เป็นการขาดแคลนสูญเสียพันธุ์

นอกจากการพิจารณาผลกระทบวงกว้างจากการใช้หรือการบริโภค หลายคนยังกล่าวถึง การพิจารณาผลประโยชน์จากการใช้หรือการบริโภคที่ไม่ได้จำกัดแต่เพียงคุณค่าเชิงวัตถุ แต่รวมถึง การสร้างความหมายเชิงจิตใจและจิตวิญญาณ สิ่งของที่อาจไม่มีคุณค่ามากมายในทางมูลค่าการ แลกเปลี่ยนเป็นตัวเงิน กลับมีความหมายสำคัญต่อหลายชีวิต ผ้าปูที่นอนผืนเก่าที่เก็บมาได้จาก ซากบ้านพักกลายเป็นของสำคัญที่ทำให้นึกถึงภรรยาที่เสียชีวิตไป เสื้อผ้าที่ได้รับบริจาคกลายเป็น จุดเชื่อมต่อความหวังและกำลังใจที่คนอื่นพร้อมหยิบยื่นมาให้ ความสุขใจจากวัตถุมีมิติ ความหมายที่เพิ่มขึ้นเป็นแง่คิดมุมมองเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Value)

การเปลี่ยนแปลงในการบริโภคจากปัจเจกวิสัยที่มุ่งแสวงหาความพอใจส่วนตัวสู่การมองภาพ กว้าง ผลกระทบทางลบและบวกกับคนอื่น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงจากการประเมินคุณค่าจาก วัตถุสู่การสร้างความหมายเชิงจิตใจล้วนสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของนัยยะวัฒนธรรม บริโภคหลังสิ้นนามิ

การประยุกต์นัยยะวัฒนธรรมบริโภคหลังสิ้นนามิกับแนวทางการฟื้นฟูชีวิต

การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกนี้ควรได้รับการส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการ สนับสนุนให้เกิดกระแสวัฒนธรรมบริโภคแบบใหม่ในวงกว้างอย่างยั่งยืน เพราะรูปแบบมุมมองการ ดำรงชีวิตหลังภาวะวิกฤติอาจสั่นคลอนพร้อมเปลี่ยนกลับตามกระแสทุนนิยมที่ยังคงเป็นกระแส หลักในสังคมโดยรวม การส่งเสริมการประยุกต์ดังกล่าวควรเริ่มต้นกับกลุ่มคนที่ผ่านพ้นภาวะแห่ง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวโดยอาจจะทำได้ผ่านโครงการส่งเสริมการดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโอกาส ที่ปีนี้เป็นปีเฉลิมฉลองการครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี แนวทางปรัชญานี้มุ่งส่งเสริมความสมดุล ยั่งยืนในการดำรงชีวิต สอดคล้องกับนัยยะวัฒนธรรมบริโภคหลังสิ้นนามิที่เน้นความสมดุลของ ประโยชน์ตนประโยชน์ท่านและสมดุลทางวัตถุกับจิตใจ

ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมได้แก่ โครงการพัฒนาจิตและคุณภาพชีวิตด้วยศิลปะการทอผ้าด้วย มือแบบซาโอริ โดยการนำของพระอาจารย์มิตซูโอะ คเวสโก มุลณีนิมายาโคตมี เป็นโครงการเพื่อ ช่วยเหลือฟื้นฟูจิตใจและชีวิตความเป็นอยู่ให้แก่ผู้ประสบภัย โดยได้จัดตั้งศูนย์ทอผ้าขึ้นที่จังหวัด พังงา

ศิลปะการทอผ้าด้วยมือแบบซาโอริ เป็นการทอผ้ารูปแบบใหม่ของประเทศญี่ปุ่นที่สะท้อนแนวคิด “ความเป็นอิสระ” เพราะทุกคนสามารถเป็นศิลปินที่มีอิสระในการแสดงออกได้อย่างแท้จริงตามบุคลิกลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล โดยไม่จำกัดเพศและการศึกษา ซาโอริ จึงเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้พิการที่บกพร่องทางด้านสติปัญญา ที่จะสามารถสร้างสรรค์ผลงานด้วยจินตนาการที่ออกมาจากใจอย่างเป็นอิสระ โดยไม่ต้องคำนึงถึงรูปแบบหรือสามัญสำนึก⁴

กิจกรรมของโครงการทอผ้าแบบซาโอริ มีความสอดคล้องกันกับนโยบายวัฒนธรรมบริโภคหลังสิ้นามิ ในด้านการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางจิตวิญญาณและอิสระ ความหมายทางจิตใจโดยไม่จำเป็นต้องยึดติดกับกรอบเกณฑ์ในกระแสหลัก นอกจากนี้ การบริหารโครงการยังเน้นการทำงานเป็นกลุ่มเพื่อให้เกิดการขยายมุมมองจากความต้องการของตัวเองไปสู่ชุมชนผู้เข้าร่วมโครงการที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยสมาชิกจะมารวมตัวกันที่ศูนย์และกระจายการทำงานตามความถนัด ผลงานผ้าทออาจนำไปจำหน่ายเป็นผ้าผืนหรือถูกส่งต่อไปยังส่วนตัดแปลงเป็นวัสดุตกแต่งเสื้อ กระเป๋า ผ้าปูโต๊ะ เนคไท

บทสรุป

มหันตภัยสึนามินำมาซึ่งความสูญเสียครั้งสำคัญ ทั้งในชีวิต ทรัพย์สิน ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งขวัญและกำลังใจของผู้ประสบภัยและผู้ที่ได้รับรู้ หากแต่ในความสูญเสียกลับนำมาซึ่งโอกาสในการฟื้นฟูสภาพชีวิต ดังกรณีวิกฤติวัฒนธรรมการบริโภคในกระแสนิยมที่ส่งเสริมให้เกิดภาวะปัจเจกนิยม เอาความสุขความพอใจของตนเองเป็นที่ตั้ง รวมถึงการตีคุณค่าชีวิตตามค่าเชิงวัตถุ ความพลิกผันในชีวิตจุดประกายแนวคิดใหม่ให้ผู้ประสบภัยหลายคนได้หันมาพิจารณาความหมายของชีวิต เข้าใจถึงความเป็นสมมติในสรรพสิ่งและปรับวิถีการบริโภคให้เกิดการแบ่งปันเป็นคุณค่าเชิงจิตวิญญาณมากขึ้น วิกฤติครั้งนี้สามารถเปลี่ยนเป็นโอกาสเสริมสร้างความงดงามตาม นโยบายวัฒนธรรมบริโภคหลังสิ้นามิ

⁴ เอกสารประกอบโครงการพัฒนาจิตและคุณภาพชีวิตด้วยศิลปะการทอผ้าด้วยมือแบบซาโอริ

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง ฟาสต์ฟู้ดกลายเป็นพันธุ์: การเปลี่ยนแปลงความหมายของอาหารกับการบริโภค
เชิงสัญลักษณ์ข้ามวัฒนธรรม

ชื่อผู้เขียน นายชาติชาย มุกสง

สาระสำคัญ

บทความนี้วิเคราะห์ฟาสต์ฟู้ดในฐานะวัตถุในชีวิตประจำวันผ่านประวัติศาสตร์ในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา โดยใช้เอกสารประเภทหนังสือพิมพ์และวารสารเป็นหลักฐานในการวิเคราะห์ให้เห็นถึงสำนึกแห่งยุคสมัย (mentality) ที่เกี่ยวพันกับการบริโภค ซึ่งรัฐ ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ ธุรกิจเอกชน และผู้บริโภคได้ต่อสู้ช่วงชิงในกระบวนการสร้างความหมาย จากสัญลักษณ์ของการบริโภคที่ก่อให้เกิดทันสมัย ฟาสต์ฟู้ดได้กลายเป็นอาหาร “แดกด่วน” และอาหารขยะที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค ในขณะเดียวกันก็มีการต่อรองด้วยการสร้างความหมายใหม่ของการรักษาสุขภาพจนกลายเป็นฟาสต์ฟู้ดเพื่อสุขภาพ จากอาหารที่ต้องการตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่รีบด่วนของคนทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมในเมืองของสังคมตะวันตก เมื่อฟาสต์ฟู้ดถูกบริโภคข้ามวัฒนธรรมมาอยู่ในสังคมไทย กลับกลายเป็นอาหารที่เป็นสัญลักษณ์ของวัยรุ่นที่ไม่ได้ทำงาน ความหมายใหม่ที่เกิดขึ้นจากการบริโภคข้ามวัฒนธรรมนี้ ได้สร้าง갈ะเทาะของการบริโภคอาหาร ฟาสต์ฟู้ดขึ้นใหม่ที่ต่างจากแหล่งกำเนิด ความพยายามที่จะสลายกรอบของ갈ะเทาะการบริโภค ฟาสต์ฟู้ดแปรออกให้เห็นเป็นความพยายามปรับภาพลักษณ์ให้ลดภาพการเป็นอาหารฟาสต์ฟู้ดลงกลายเป็นอาหารการกินเหมือนกับเป็นอาหารทั่วไป และมี갈ะเทาะในการกินเหมือนอาหารปกติธรรมดาในชีวิตประจำวันมากขึ้น

คำหลัก ฟาสต์ฟู้ด ประวัติศาสตร์สังคม บริโภคเชิงสัญลักษณ์ บริโภคข้ามวัฒนธรรม กาลเทศะ

Title Fast Food Mutation: Meaning of Food and Cross-Cultural Consumption of Sign.

Abstract

This paper examines fast-food as a cultural object in everyday life in Thai society in a historical context of the past three decades. Evidences from documents such as newspapers and magazines were analyzed to reveal the changing mentality toward food and consumption through the processes in which the state, nutritional experts, business sectors, and consumers competed to create its own definitions and meanings. From a symbol of trendy modern consumption imposed upon traditional foods and cuisines, fast-food was condemned and labeled as “injudicious food” and “junk food” that could do harm to consumer’s health. At the same time, attempts were seen as to create new meanings of fast-food as health food by associating it with new health consciousness. From a meal for a fast-pacing lifestyle among yuppies in industrialized western societies, cross-cultural consumption of fast-food has transformed this quick-fix meal into a symbol of food for modern teenagers who were mostly free from any busy working schedule. Time and space for fast-food as leisure consumption was in stark contrast to its original ideal. Attempts to transcend this image of leisure food could be seen in various campaigns to rebuild the image of fast-food as a regular meal suitable for daily consumption in everyday time and space.

Keyword fast food, social history, consumption of sign, cross-cultural consumption, space and time

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายชาติชาย มุกสง (Chatichai Muksong)

ตำแหน่งทางวิชาการ นักวิจัยอาวุโส สำนักวิจัยสังคมและสุขภาพ

หน่วยงานที่สังกัด สำนักวิจัยสังคมและสุขภาพ สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวง

สาธารณสุข

ที่อยู่

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข

ถ.ติวานนท์ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

เบอร์โทรศัพท์ 02-5901352, 02-590-1498 Email kchatichai@yahoo.com

การศึกษา นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2540)

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2548)

ผลงานวิชาการที่สำคัญ

-พรมแดนความรู้ประวัติศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุขไทย (บก.) (2545)

-รายงานการวิจัย การสำรวจสถานะองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์การแพทย์และ
สาธารณสุขไทย (2546)

-น้ำตากับวัฒนธรรมการบริโภคสหวานในสังคมไทย พ.ศ. 2504-2539, วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ สาขาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
(2548)

ความสนใจทางวิชาการ

ประวัติศาสตร์สังคม, ประวัติศาสตร์การแพทย์, ประวัติศาสตร์อาหาร, Medicalization

มานุษยวิทยาการแพทย์, วัฒนธรรมการบริโภค

ฟาสต์ฟู้ดกลายเป็นพันธุ์: การเปลี่ยนแปลงความหมายของอาหารกับการบริโภค เชิงสัญลักษณ์ข้ามวัฒนธรรม*

ชาติชาย มุกสง

สำนักวิจัยสังคมและสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

ในปลายปี 2547 ได้ปรากฏข่าววิเคราะห์ถึงสถานการณ์ด้านสุขภาพของเอเชียขึ้นสำคัญขึ้นหนึ่งในหนังสือพิมพ์ไทยมีชื่อแปลเป็นไทยได้ว่า “ทำไมเราถึงโตเร็วนัก” (How We Grow So Big) ซึ่งบทความได้สะท้อนความซ้อนทับกันของสองความหมายโดยนัยเอาไว้คือการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของภูมิภาคนี้ ได้ก่อให้เกิดปัญหาความอ้วนของประชากรที่มีอันจะกินจากเศรษฐกิจขยายตัวเป็นเงาตามตัวอย่างรวดเร็ว จนถูกคาดหมายว่าประชากรรุ่นปัจจุบันของเอเชียจะเป็นประชากรรุ่นแรกที่มีอายุขัยคาดเฉลี่ยต่ำกว่ารุ่นพ่อแม่เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ เพราะปัญหาสุขภาพที่เกิดจากความอ้วนไม่ว่าเบาหวานหรือความดันโลหิตสูง และโรคหัวใจที่รุมเร้า

รายงานข่าวดังกล่าวเสนอว่าในครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 การเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วของภูมิภาคเอเชียได้ทำให้ปัญหาความอดอยากและขาดแคลนอาหารที่เคยเกิดขึ้นในเอเชียไม่ว่าจะเป็นประเทศอินเดียและจีนได้หมดไปแล้ว แต่มีปัญหการกินที่ล้นเกินมาแทนที่จากรายได้เพิ่มขึ้น ประกอบกับการพัฒนาไปเป็นเมืองมากขึ้นและการขาดการออกกำลังกายที่เพียงพอ ทำให้ความอ้วนกลายเป็นประเด็นปัญหาสำคัญ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับสุขภาพ นอกจากนี้ในรายงานยังได้กล่าวถึงความพยายามกล่าวโทษว่าอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดและอาหารสำเร็จรูปที่ผลิตจากโรงงานเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาดังกล่าวขึ้น¹

* บทความนี้เรียบเรียงและปรับปรุงขึ้นจากส่วนหนึ่งในวิทยานิพนธ์ของผู้เขียนเรื่อง “น้ำตาลกับวัฒนธรรมการบริโภคหวานในสังคมไทย พ.ศ. 2504-2539” ที่เสนอต่อสาขาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในปี พ.ศ. 2548 จึงขอถือโอกาสขอบพระคุณ นพ. ดร. โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และคอยให้คำแนะนำในงานชิ้นนี้และชิ้นอื่น ๆ ตลอดมา อาจารย์ยอติศร หมวกพิมาย และ อาจารย์ธำวิท สุขพานิช กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำและข้อเสนออันมีค่าในการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

¹ Michael D. Lemonick and Bryan Walsh. “How We Grow So Big,” *Time* (164: 19 November 8, 2004): p. 41.

ถึงแม้ว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดจะเกี่ยวข้องกับปัญหาความอ้วนที่เพิ่มขึ้นของชาวเอเชียหรือไม่ก็ตาม แต่จากการศึกษาของนักมานุษยวิทยาในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ได้แก่ จีน ฮองกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น² พบว่ามีอาหารฟาสต์ฟู้ดได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง และมีความเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคมอันเกิดจากการเข้ามาของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่แตกต่างกันหลายประการในแต่ละสังคมจนยากปฏิเสธ ถึงที่สุดแล้วคงกล่าวได้ว่าในทุกสังคมการข้ามวัฒนธรรมเข้ามาของฟาสต์ฟู้ด ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมในหลายด้าน จนเรายากที่จะเชื่อว่าเกิดจากอาหารฟาสต์ฟู้ดเลยทีเดียว

บทความนี้ต้องการจะแสดงให้เห็นถึงผลกระทบของอาหารหรือระบบการจัดการร้านอาหารแบบฟาสต์ฟู้ดต่อสังคมและวัฒนธรรมไทยในเชิงประวัติศาสตร์สังคม ตั้งแต่การเริ่มเข้ามาของอาหารประเภทนี้เมื่อประมาณ 4 ทศวรรษก่อน ซึ่งได้ทำให้ความหมายของอาหารฟาสต์ฟู้ดหลังจากข้ามวัฒนธรรมจากสังคมตะวันตกอย่างอเมริกามาสู่สังคมไทยถูกปรับเปลี่ยนความหมายที่ต่างจากแหล่งกำเนิด และเมื่อเข้ามาสัมพันธ์กับคนในสังคมไทยก็ได้มีการผลิตและให้ความหมายที่ไม่แน่นอนคงที่แต่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงอาจกล่าวได้ว่ามีการเปลี่ยนแปลงความหมายของฟาสต์ฟู้ดในสองระดับคือในระดับข้ามวัฒนธรรมและในวัฒนธรรมเดียวกันที่ฟาสต์ฟู้ดเข้าไปสัมพันธ์ด้วย

โดยเนื้อหาของบทความประกอบด้วย *ส่วนแรก* เป็นการสืบสาวให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ความเปลี่ยนแปลงของอาหารฟาสต์ฟู้ดในสังคมไทย *ส่วนที่สอง* วิเคราะห์ให้เห็นคุณลักษณะสำคัญที่เป็นปรัชญาเบื้องหลังระบบปฏิบัติการในร้านฟาสต์ฟู้ดที่เรียกว่า “แมคโดนัลดาภิวัตน์ (McDonaldization)” และผลกระทบที่มีต่อสังคม *ส่วนที่สาม* อธิบายให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของวิถีคิดและวิถีมโนสัจจาก การบริโภคอรรถประโยชน์ไปเป็นการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ *ส่วนที่สี่* วิเคราะห์ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงความหมายของฟาสต์ฟู้ด เมื่อมีการบริโภคข้ามวัฒนธรรม รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสุขภาพ และ *ส่วนสุดท้าย* เป็นบทสรุปและจบด้วยบททิ้งท้าย

อาหารฟาสต์ฟู้ดกับการเปลี่ยนแปลงวิถีการบริโภคความทันสมัยในสังคมไทย

เมื่อแรกที่อาหารฟาสต์ฟู้ดเข้ามาในสังคมไทยหลายคนต่างพูดกันว่าแท้ที่จริงแล้วอาหารฟาสต์ฟู้ดดั้งเดิมที่เป็นของไทยก็มี เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวห่อ ข้าวผัด เป็นต้น ซึ่งในแง่

² ดูรายละเอียดใน James Watson (ed.), *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*.

(Stanford/CA: Stanford University Press, 1997).

จากการศึกษาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้พบว่าทุกสังคมมีอาหารที่คล้ายฟาสต์ฟู้ดอยู่แล้วทั้งสิ้น บางสังคมเช่นสังคมจีนได้พัฒนาระบบการทำอาหารที่แบ่งงานกันทำในภัตตาคารมาก่อนหน้าระบบแมคโดนัลด์มานานแล้ว แต่ทำไมการเข้ามาของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ข้ามวัฒนธรรมมาจากตะวันตกจึงมีความหมายแตกต่างจากอาหารที่สามารถปรุงและกินอย่างรวดเร็วอันเป็นลักษณะสำคัญของฟาสต์ฟู้ดหรืออาหารจานด่วน แต่ทำไมอาหารเหล่านั้นจึงไม่ใช่อาหารประเภทเดียวกันกับฟาสต์ฟู้ด แสดงว่าต้องมีความหมายที่ต่างกันและซ้อนทับกันไม่สนิทเสียทีเดียวนักปรากฏอยู่ หรือแท้ที่จริงแล้วไม่ได้แตกต่างกันที่อาหาร แต่ต่างกันที่ระบบทั้งหมดที่สัมพันธ์กับอาหารนั้นมากกว่าดังจะกล่าวถึงรายละเอียดข้างหน้า

เมื่อแรกเข้ามาสู่สังคมไทยอาหารฟาสต์ฟู้ดถูกให้ความหมายว่าไม่ใช่เป็นแค่อาหารที่สามารถปรุงด่วนกินด่วนที่คนซื้อสั่งแล้วได้กินทันที ไม่ต้องเสียเวลารอเพราะคนขายทำเสร็จแล้วล่วงหน้าเท่านั้น ในความหมายของที่ปรากฏตามสื่อมวลชน “ต้องยกให้หมายถึงเฉพาะอาหารฝรั่งเท่านั้น จึงจะไ้ ทั้ง ๆ ที่อาหารฝรั่งที่เป็นฟาสต์ฟู้ด ไม่มีความไ้อยู่เลย เจ้าตำรับนำอาหารประจำวันขึ้น ๆ ที่คนส่วนใหญ่ชอบกินอยู่แล้ว และเป็นอาหารที่ทำสำเร็จได้ง่าย มาเสนอขายโดยเน้นความสะดวกและราคาถูก จึงกลายเป็นที่นิยม”³ ซึ่งความหมายที่อธิบายข้างต้นเป็นความหมายเดิมของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เกิดขึ้นในบริบทของวัฒนธรรมอเมริกาในช่วงแรกที่ความนิยมอาหารประเภทนี้เกิดขึ้น และต่อมาความหมายในอเมริกาเองก็เกิดการเปลี่ยนแปลงไปด้วย

ความหมายของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ทุกคนเน้นมากที่สุดและเห็นพ้องต้องกันมากที่สุดในความคาดหวังที่มีต่ออาหารประเภทนี้ก็คือ ความสะดวก “เพราะคำว่าฟาสต์ฟู้ดนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดมาเป็นอันดับหนึ่งก็คือ ความสะดวก รองลงไปคือคุณภาพ และความสะดวก คือต้องการให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายเป็นหลัก อย่างช่วงการเดินทางออกจากบ้าน หรือก่อนกลับบ้าน ถ้าอยากจะรับประทานจะต้องแวะเข้าไปได้ง่าย แต่ในเมืองไทยยังไม่สามารถรองรับบริการได้ทั้งหมด”⁴ เพราะร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเมื่อเข้ามาสู่บริบทวัฒนธรรมไทย ได้ทำให้ความหมายของอาหารฟาสต์ฟู้ดเปลี่ยนแปลงไปจากความหมายดั้งเดิมไปไม่น้อย

กล่าวคือเมื่ออาหารฟาสต์ฟู้ดถูกนำมาขายในประเทศไทยได้กลายเป็นอาหารไ้ ราคาแพง ซื้อขายไม่สะดวกเหมือนเดิม ทั้งที่ฟาสต์ฟู้ดในอเมริกานั้นเป็นอาหารที่ซื้อกินได้ในยามยากเป็นอาหารสำเร็จรูปราคาถูกที่สุด เพราะไม่ต้องเสียค่าคนเสิร์ฟ ค่าภาชนะที่สอยงาม และค่า

³ ไทรกวีร์ (นามแฝง-อรวิทย์ ทอริ), “ฟาสต์ฟู้ด,” สตรีสาร 41: 29 (9 ตุลาคม 2531): 116.

⁴ รายงานผู้จัดการ, “เวเนดี้ส์...ขอพิสูจน์รสชาติในฐานะน้องใหม่ฟาสต์ฟู้ดเมืองไทย,” ผู้จัดการรายเดือน, 10 (กรกฎาคม 2536): 50.

สถานที่ ซึ่งมักรวมมาในค่าอาหารที่กินตามภัตตาคาร ที่ลดลงในส่วนนี้ก็เป็นเพราะผู้กินต้องช่วยตัวเอง เดินไปสั่งและรับอาหารเอง กินเสร็จแล้วยังต้องเก็บโต๊ะ เอาขยะที่เหลือไปทิ้งเอง ถึงจะนั่งกินในร้านก็นั่งเพียงชั่วคราว เพราะในร้านฟาสต์ฟู้ดไม่มีบรรยากาศที่ชวนให้นั่งนาน เนื่องจากต้องรีบลุกให้คนอื่นที่เขายืนคอยมานั่งแทน ฟาสต์ฟู้ดบางแห่งทำให้ยืนกิน หมายถึงให้รีบซื้อรีบกินแล้วรีบไป⁵

แต่พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในเมืองไทยกลับตรงกันข้าม เมื่อการนั่งในร้านฟาสต์ฟู้ดได้กลายเป็นความโก้และเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัย โดยเฉพาะลูกค้าในกลุ่ม “วัยรุ่นที่ไปนั่งละเลียดดูน้ำอัดลมกินโดนัทอยู่ในร้านริมถนนใหญ่ให้ผู้คนเดินผ่านไปมาได้เห็น มีใช้ว่าเขาตั้งใจในรสของกิน แต่เขาดีรสนิยม ใช้เวลาในร้านอย่างนั้นได้ความรู้สึกว่าโก้”⁶ เนื่องจากคนที่กินอาหารฟาสต์ฟู้ดนั้นคือคนกลุ่มวัยรุ่น⁷ เป็นลูกค้ากลุ่มหลัก ถึงแม้จะไม่มีกำลังซื้อมากมายก็ตาม แต่ก็เป็กลุ่มที่นักการตลาดมักวางแผนให้เป็นลูกค้า เนื่องจากไม่ยึดติดกับคุณค่าอะไรและชอบลองชอบท้าทายอยู่เรื่อย ๆ

อย่างไรก็ตามก็ต้องยอมรับว่าอาหารการกินประเภทฟาสต์ฟู้ดได้เข้ามามีส่วนต่อการเปลี่ยนแปลงในวิถีการกินของคนไทยอย่างหนึ่งจนยากที่จะปฏิเสธได้ โดยเฉพาะคนที่อยู่อาศัยในเขตเมือง จนกลายเป็นเรื่องปกติในปัจจุบันที่ใคร ๆ จะกินอาหารในร้านฟาสต์ฟู้ดครบทั้งสามมื้อเลยก็ยังได้ เพราะปัจจุบันร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีอยู่ดาษดื่นและสามารถเลือกกินได้หลายอย่าง แต่ถ้าลองย้อนดูกลับไปว่าร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดนี้ได้เข้ามามีส่วนในวิถีการกินของคนไทยเมื่อไหร่ก็พบว่าไม่นานเท่าไรเลย ปรากฏว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเปิดครั้งแรกในเมืองไทยเมื่อปี พ.ศ. 2507 นี่เอง นั่นคือการเข้ามาเปิดร้านขายแฮมเบอร์เกอร์วิมบี้ ซึ่งเป็นร้านแบบที่เรียกกันในภายหลังว่าแฟรนไชส์เข้ามาเปิดสาขาขึ้นในประเทศไทย ดังที่ ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ เล่าไว้ว่า

ได้ข่าวห่อของฝรั่งอย่างหนึ่งมีคนนิยมกันมาก เป็นไส้เนื้อสับปั้นก้อน ทอดกับหัวหอมใหญ่ ประคบด้วยขนมปังก้อนกลม ๆ ปูรงรสด้วยซอสมะเขือเทศ กับมัสตาร์ด ฝรั่งเรียกว่า แฮมเบอร์เกอร์เขาว่าพวกอเมริกันทำกินขึ้นก่อนแล้วแพร่หลายไปในหมู่คนกินขนมปังจนทั่ว ความที่ได้แบบนี้อร่อยกว่าได้แบบอื่นจึงมีคนหัวแหลมตั้งร้านปูรงแฮมเบอร์เกอร์ขายจนร่ำรวย มีสาขาไปทั่วโลกทั้ง

⁵ ไทรกิริตี (นามแฝง- อรวินท์ ทรอกิ), “ฟาสท์ฟู้ด,” *สตรีสาร* 41: 29 (9 ตุลาคม 2531): 116.

⁶ สมศรี สุขุมลันนัธน์, “ทำกิน-ซื้อกิน,” *สตรีสาร* 42: 22 (22 เมษายน 2532): 116.

⁷ วาณิช จรุงกิจอนันต์, “แฮมเบอร์เกอร์,” *สตรีสาร* 38: 9 (26 พฤษภาคม 2528): 43.

400 แห่ง ไม่ว่าจะเป็นอังกฤษ ยุโรป อาฟริกา มีขายทั้งนั้น แม้กระทั่งในเมืองไทยก็มีสาขาเปิดขึ้นแล้วที่ศูนย์การค้าราชประสงค์ เขาเรียกอาหารของเขาว่า วิมปี (WIMPY) ขายแต่อาหารแบบนี้อย่างเดียว เขามีวิธีจัดร้านได้อย่างสะอาดตาสะอาดสะอ้านทำรวดเร็วและข้อสำคัญสนนราคาไม่แพงเสียด้วยเทียบกันของไทย ๆ เรา ก็ถูกแพงเท่ากับกินข้าวแกงเท่านั้นตามธรรมดาตอนกลางวันแน่นมาก แต่จะซื้อหอบไปกินที่อื่นก็ไม่ผิดกติกาอันใด วิมปีสาขาเมืองไทยมีที่ศูนย์การค้าราชประสงค์แห่งเดียว⁸

บรรยากาศ ความนิยมกิน และวิธีการกินฟาสต์ฟู้ดของคนไทยเมื่อร้านอาหารประเภทนี้เข้ามาแรก ๆ นั้น พบว่าคนไทยมองอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เรื่องความสะดวกในการรับประทานและประหยัดเวลาในการกินดังที่เป็นต้นแบบในเมืองนอก คือมีเวลากินน้อยและต้องการความสะดวกในการกินไม่ต้องมีอุปกรณ์การกินมาก แต่อย่างไรก็ตามการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดของคนไทยสมัยนั้นก็เป็นการกินแบบลองของใหม่หรือการสรรหากินมากกว่าจะกินเป็นมื้อหลักทุกวัน และนอกจากนี้ถ้าเทียบกับอาหารประจำวันของคนไทยแล้วปรากฏว่าแพงกว่าอีกด้วย ซึ่งเปลี่ยนจากอาหารราคาถูกในอเมริกามาเป็นอาหารแพงในสังคมไทยนั่นเอง ดังที่หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์บรรยายถึงการกินอาหารประเภทนี้ไว้ว่า

พูดถึง “วิมปี” ในกรุงเทพฯ เรา นอกจากจะเปิดขายที่บริเวณศูนย์การค้าราชประสงค์แล้ว ยังไปเปิดใหม่ที่สามแยกวัฒนาอีก ใหญ่โตกว่าที่เดิมเสียอีก สถานที่ก็หาง่าย อยู่ทางฝั่งซ้ายมือ ตรงตึกแถวสร้างใหม่ก่อนถึงสามแยกวัฒนาเป็นร้านสองคูหา ตกแต่งเรียบ ๆ แบบเดิม โต๊ะเก้าอี้เล็ก ๆ ซึ่งช่วยประหยัดเนื้อที่ และมีความมุ่งหมายแต่เพียงให้มีที่นั่งกินชั่วคราว แล้วก็ลุกออกไป ไม่ใช่นั่งเฝ้าสบายแบบภัตตาคารทั่วไป คนที่มีเวลาน้อยหรือชอบกินอะไรง่าย ๆ เร็ว ๆ เป็นชอบวิมปีกันทั้งนั้น อย่างอาหารกลางวัน โผล่เข้ามาคนแน่นเต็มทีก็ซื้อวิมปีอย่างไส้เนื้อ หรือเนยแข็ง หรือใส่ทั้งสองอย่างอันหนึ่งห่อกระดาษไปพร้อมแล้วก็สั่งน้ำมะนาว หรือน้ำส้มใส่ถุงพร้อมด้วยหลอดดูดอีกถุงหนึ่งไม่ถึง 10 บาท ถือกลับไปกินที่ไหนก็ได้ หรือไม่ชอบน้ำผลไม้จะซื้อแต่

⁸ ถนัดศอ (นามแฝง-ถนัดศรี สวัสดิวัตน์), “เซลล์ซอลซิม,” *สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์* 11: 47 (16 พฤษภาคม 2508): 50.

วืมปีแล้วมาสั่งโอเลี้ยงแทนก็ยังได้ ประเดี๋ยวเดียวก็เสร็จแล้ว อาหารกลางวัน
 มื้อหนึ่งเร็วกว่าไปกินข้าวแกงหรือก๋วยเตี๋ยวเสียอีก แต่อาหารแบบนี้จะกินทุก
 วันก็ไม่ไหว มันเบื่อหรือบางทีก็แพงไปหน่อย ต้องเปลี่ยนเป็นอื่นไปเรื่อย ๆ⁹

การขยายร้านฟาสต์ฟู้ดด้วยแฟรนไชส์: กระบวนการเชื่อมโยงโลกให้เป็นหนึ่งเดียว

การเปิดร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในระยะแรกจะเป็นการขยายสาขาด้วยระบบแฟรนไชส์
 จากร้านฟาสต์ฟู้ดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอยู่แล้วในต่างประเทศ จึงไม่มีอะไรแตกต่างกันมาก
 สำหรับธุรกิจฟาสต์ฟู้ด เนื่องจากบริษัทแม่ส่วนใหญ่ไม่มีนโยบายขยายการลงทุนเอง หากใคร
 ประสงค์จะรับเป็นแฟรนไชส์ก็สามารถทำได้ แต่ต้องทำตามกฎเกณฑ์ที่ทางบริษัทแม่กำหนดไว้ทุก
 ประการ และอาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์บางอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด
 ในแต่ละประเทศ โดยผลประโยชน์ซึ่งบริษัทแม่จะได้รับคือ ค่าลิขสิทธิ์และเงินปันผลแบ่งเป็น
 เปอร์เซนต์จากยอดขายในแต่ละเดือน หรือตามแต่จะตกลงกันระหว่างแฟรนไชส์กับบริษัทแม่ ส่วน
 ผู้ขอเป็นแฟรนไชส์นั้นนอกจากจะได้ครองลิขสิทธิ์ชื่อสินค้าและสูตรอาหารแล้ว ทางบริษัทแม่จะ
 คอยให้การดูแลงานทางด้านการบริหาร อบรมพนักงาน การโฆษณา หรือแม้แต่กลยุทธ์ด้าน
 การตลาด อันถือเป็นหัวใจสำคัญรองจากคุณภาพของอาหาร¹⁰ และต่อมาเมื่อก่อนนิยมกินอาหาร
 ฟาสต์ฟู้ดกันมากจนตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้นมากแล้ว จึงเกิดธุรกิจฟาสต์ฟู้ดที่ลงทุนโดยคนไทย แต่
 แม้กระนั้นก็ยังต้องใช้ชื่อภาษาอังกฤษอยู่ดีนั่นก็คือร้านคาไลโก แจ็ค ซึ่งร้านในลักษณะนี้มีอยู่ไม่มาก
 นัก

นอกจากฟาสต์ฟู้ดประเภทแฮมเบอร์เกอร์แล้วอาหารฟาสต์ฟู้ดอีกหลายประเภทได้เข้า
 มาดำเนินธุรกิจในไทยอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2510 ก็คือ “เคนดิกกี้ ฟรายด์ ชิกเก้น”
 เจ้าของสูตรไก่ชุบแป้งทอด แต่การเข้ามาบริหารงานของ “เคนดิกกี้” ในช่วงแรกไม่ประสบ
 ความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งได้รับการอธิบายว่าสาเหตุสำคัญอาจเป็นเพราะอาหารประเภทนี้ไม่ถูกกับ
 รสนิยมของคนไทย แต่หลังจากนั้นไม่นานกลุ่มเซ็นทรัลนำโดยนายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ ได้จับมือ
 กับ นายบิล ไฮเนกิ ดิงเฮาส์เตอร์โดนัทเข้ามาขาย และต่อมาก็เปิดพิซซ่าฮัทขึ้นซึ่งทางกลุ่มรอยัล
 อินดัสตรีส์ โดยนายชัยสิงห์ นฤหาล้า ร่วมมือกับนายบิล ไฮเนกิ ไปเปิดเป็นแฟรนไชส์ให้บริการขึ้นที่

⁹ ถนัดศอ (นามแฝง-ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์), “เชลล์ชวนชิม,” สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ 13: 15 (2
 ตุลาคม 2509): 50.

¹⁰ “ความเป็นมาของแมคโดนัลด์,” ฐานเศรษฐกิจ (11-16 มีนาคม 2528): 50.

พัทธยาเป็นแห่งแรก ต่อจากนั้นค่อยขยายแฟรนไชส์เข้าสู่กรุงเทพฯ¹¹ และต่อมาในทศวรรษ 2520 ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดขยายตัวอย่างรวดเร็วเมื่อมีกระแสความนิยมอาหารฟาสต์ฟู้ดเกิดขึ้น ซึ่งเกณฑ์การเลือกของบริษัทแม่ที่จะเลือกเปิดขึ้นในประเทศใด คือ “สภาพเศรษฐกิจ” ที่ต้องพร้อมพอที่จะเข้าไปเปิดสาขา เช่น มีโรงงาน ระบบคมนาคม และชนชั้นกลางที่เหมาะสมให้สามารถฝังตัวสินค้าลงไปอย่างคุ่มทุนเหมือนในอเมริกา¹²

ยุคเฟื่องฟูของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในเมืองไทยเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 2520 ตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษเป็นต้นมาได้มีร้านอาหารประเภทนี้เข้ามาเปิดอยู่เรื่อย ๆ และปรากฏข่าวคราวความเคลื่อนไหวของธุรกิจร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดให้เห็นในหน้าหนังสือพิมพ์ธุรกิจอยู่เสมอ และจำนวนร้านอาหารประเภทนี้จากการรายงานในต้นปี พ.ศ. 2528 ปรากฏว่ามีร้านดังกินโดนัท 15 แห่ง มิสเตอร์โดนัท 12 แห่ง พิชซ่าฮัท 5 แห่ง เอแอนด์ดับบลิว รู้ทเบียร์ 3 แห่ง เคนดิกกี 3 แห่ง แดรี่ ควีนส์ 2 แห่ง โดยในปีที่ผ่านมาคือปี พ.ศ. 2527 มีร้านฟาสต์ฟู้ดต่างประเทศขยายสาขาโดยใช้ระบบแฟรนไชส์กันจำนวนมากกว่าสิบแห่ง ซึ่งเป็นปีที่เกิดการขยายตัวของร้านอาหารประเภทนี้อย่างมาก โดยเพิ่มสาขาเฉพาะในปีที่แล้ว ดังนี้ มิสเตอร์โดนัท 4 แห่ง ดังกินโดนัท 6 แห่ง พิชซ่าฮัท 1 แห่ง เอแอนด์ดับบลิว รู้ทเบียร์ 2 แห่ง เคนดิกกี 2 แห่ง แดรี่ควีนส์ 2 แห่ง¹³ โดยแดรี่ควีนเป็นแฟรนไชส์จากอเมริกา เริ่มเข้ามาก่อตั้งเป็นร้านฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2527 ผู้ก่อตั้งและถือลิขสิทธิ์แฟรนไชส์เมื่อแรกเข้าเมืองไทยคือบริษัทสยามฟาสต์ฟู้ดของตระกูลศรีชวาลา¹⁴ จึงเห็นได้ชัดว่าประมาณปลายทศวรรษ 2520 ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดขยายตัวอย่างรวดเร็วมาก ไปพร้อม ๆ กับการขยายตัวของศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นมารองรับการขยายตัวของเมืองซึ่งเกิดการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงนั้น

และในขณะนั้นธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเริ่มทยอยเข้ามาเปิดกันเรื่อย ๆ ดังปรากฏข่าวในหนังสือพิมพ์ที่รายงานถึง “คึกก็เฮาส์จูงมือยักษ์ใหญ่ฟาสต์ฟู้ดจากออสเตรเลียบุกตลาดในไทย ลงทุนและดำเนินการเรื่อยมาจนสามารถเปิดสาขาแห่งแรกขึ้นที่ราชดำริอาเขตเป็นแห่งแรก เมื่อ

¹¹ “ความเป็นมาของแมคโดนัลด์,” *ฐานเศรษฐกิจ*, (11-16 มีนาคม 2528): 50.

¹² “ความเป็นมาของแมคโดนัลด์,” *ฐานเศรษฐกิจ*, (11-16 มีนาคม 2528): 51.

¹³ “รักเก๋าดังกิน, มิสเตอร์โดนัทชกลมพืดฟาด ตั้งแผนขยายสาขาตามยุคฟาสต์ฟู้ดเฟื่อง,” *ฐานเศรษฐกิจ* (4-9 กุมภาพันธ์ 2528): 26.

¹⁴ สุพัตรา แสนประเสริฐ, “แดรี่ควีน ในมือพาราวันเซอร์จะโปรดหรือไม่ว่าง,” *ผู้จัดการรายเดือน*, 10 (กรกฎาคม 2536): 135.

ประมาณสองสัปดาห์ที่ผ่านมา”¹⁵ โดยใช้นโยบายเหมือนร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดทั่วไปทั้งการบริการ ลักษณะของร้านและทำเลซึ่งเลือกอยู่ในศูนย์การค้า “คึกก็แฮสส์ของตนจะใช้นโยบายการบริการ เช่นเดียวกับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดทั่วไป คือผู้ซื้อจะสามารถรับประทานได้ภายในร้าน และมีบริการ ซ็อกกลับบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการดึงดูดลูกค้า นั้น จะใช้การเร้าใจด้วยกลิ่นหอมจากเตาอบ คึกก็ ซึ่งจะตั้งอยู่บริเวณหน้าร้าน ประกอบกับทำเลซึ่งเลือกเปิดในบริเวณห้างสรรพสินค้า คาดว่า จะเป็นจุดที่ช่วยดึงดูดลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นด้วย”¹⁶

ในทศวรรษ 2530 ตลาดอาหารฟาสต์ฟู้ดในเมืองไทยขยายตัวเร็วมาก โดยเฉพาะ ในช่วง 5 ปีแรกได้มีการทยอยนำเข้าฟาสต์ฟู้ดใหม่ ๆ ที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศเข้ามา จำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคเริ่มคุ้นเคยกับอาหารการกินประเภทนี้ กอปรกับสภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้น เอื้ออำนวยให้วิถีชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไป ตลอดจนการขยายตัวของศูนย์การค้า เพิ่มขึ้น ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดจึงขยายตัวรวดเร็วมาก จากในปี 2534 ฟาสต์ฟู้ดประเภทอาหารมีจำนวน รวมทั้งสิ้น 208 สาขา เพิ่มขึ้นจากปี 2533 ร้อยละ 23.1 และ ตลอดปี 2535 จะมีสาขาเพิ่มขึ้นจากปี 2534 ร้อยละ 31.1 มียอดขายรวมในปี 2534 ประมาณ 3,000 ล้านบาท คาดว่าปี 2535 จะมี ยอดขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 36.7 ปัจจุบันฟาสต์ฟู้ดประเภทอาหารแบ่งเป็น 4 ประเภทคือ แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด พิซซ่า และโดนัท¹⁷ ในขณะที่บางที่การจำแนกประเภทฟาสต์ฟู้ดมี 5 ประเภท คือ พิซซ่า แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด โดนัท และไอศกรีม แต่จากตัวเลขมูลค่าตลาดของ อาหารในปัจจุบันมีเท่ากันคือกว่า 3 พันล้านบาท เมื่อเทียบกับ 5 ปีก่อน ที่มีมูลค่าเพียง 500 ล้านบาท เท่านั้น เฉพาะในกลุ่มแฮมเบอร์เกอร์ซึ่งถือเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด มีแมคโดนัลด์มาเป็นอันดับหนึ่ง และตามมาด้วยเบอร์เกอร์คิงส์ มีมูลค่าตลาดรวมเกือบ 600 ล้านบาทในปัจจุบัน¹⁸ ซึ่งไม่ว่าจะจัด จำแนกประเภทของร้านฟาสต์ฟู้ดอย่างไร นับรวมเอาไอศกรีมหรือไม่ก็ตาม แต่ก็เห็นได้ว่าตลาด ของอาหารประเภทนี้ใหญ่มากและมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นเรื่อย พร้อมกับการเพิ่มขึ้นของร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดในเมืองไทย

¹⁵ “คึกฟาสต์ฟู้ดขยายวงกว้าง “คึกก็แฮสส์” จากออสเตรเลียโดดร่วม”, *ฐานเศรษฐกิจ*, (25-30 เมษายน 2526):8.

¹⁶ เรื่องเดียวกัน.

¹⁷ จีรวัฒน์ นุกุลธรรม, “ฟาสต์ฟู้ด: ลู่ทางขยายสู่ภูมิภาค,” *รายงานเศรษฐกิจ*, ธนาคารกรุงเทพ, 25 (7-12 ตุลาคม 2535): 54.

¹⁸ รายงานผู้จัดการ, “เวนดี้ส์...ขอพิสูจน์รสชาติในฐานะน้องใหม่ฟาสต์ฟู้ดเมืองไทย,” *ผู้จัดการราย เดือน*, 10 (กรกฎาคม 2536): 48.

นอกจากนี้ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดยังมีแนวโน้มขยายจุดขายย่อยที่ไม่เป็นร้านเพิ่มขึ้นแล้วยังมีแนวโน้มขยายสู่ภูมิภาคเพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวและจังหวัดที่มีการเติบโตด้านเศรษฐกิจดี กอปรกับการขยายตัวของศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าสู่ภูมิภาค ส่งผลดีให้ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดขยายตัวตามไปด้วย¹⁹

ภาพของความนิยมกินอาหารฟาสต์ฟู้ดของคนในต้นทศวรรษ 2530 ที่ปรากฏจากคำสัมภาษณ์ในคอลัมน์สาวหนุ่มที่สัมภาษณ์สุดาพร ช่วยบำรุง อายุ 26 ปี บรรณาธิการสำนักพิมพ์หมึกจีน สามารถสะท้อนให้เห็นได้ถึงวิถีชีวิตและรูปแบบการบริโภคของคนชั้นกลางในเมืองยุคนั้นได้เป็นอย่างดี ดังนี้

ฟาสต์ฟู้ดกำลังได้รับความนิยมเพราะว่าคนเรามีเวลาน้อยลง จะพูดว่าน้อยก็ไม่ถูก คือคนต้องทำงานกันมากขึ้น เพราะฉะนั้นทำอะไรทุกอย่างต้องประหยัดเวลาไปหมด เลยทำให้ธุรกิจประเภทนี้เฟื่องฟู ฟาสต์ฟู้ดในเมืองไทยไม่เหมือนเมืองนอก มีบางคนเห็นฟาสต์ฟู้ดเป็นแฟชั่น แต่ในความหมายของมัน คือการกินเร็วเสร็จเร็ว ส่วนคุณค่าทางโภชนาการคิดว่าคงครบ แต่จริง ๆ แล้วไม่เหมาะกับประเทศไทย สิ่งแรกเลยคือเรานำมาใช้ผิดวัตถุประสงค์ เขาต้องการความรวดเร็ว แต่เราต้องการความโก้เก๋ ไปนั่งกินไอ้ทอด ในเมืองไทยฟาสต์ฟู้ดราคาแพงมาก ความจริงในเมืองเราอาหารที่มีประโยชน์ยังมีราคาถูกกว่าของพวกนี้ เช่น เราสามารถกินสเต็กได้ทุกวันถ้าเราคิดว่า “เสียรื่องให้” คือสเต็ก เราไม่ค่อยนิยมความเป็นไทยตอนนี้ ใครกินวอฟเฟิลจะดูโก้กว่ากินขนมครก ทั้ง ๆ ที่ก็คือแบ่งเหมือนกัน²⁰

ในช่วงหลังของทศวรรษ 2530 การขยายตัวของร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดเป็นไปอย่างกว้างขวาง จนเกิดร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดขึ้นจำนวนมากในเมืองใหญ่ทั้งหลายของประเทศ คนไทยส่วนใหญ่เริ่มรู้จักและชินกับการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดเหล่านี้ จากการสำรวจของวารสาร “ผู้จัดการรายเดือน” ในปี พ.ศ. 2538 พบว่าในประเทศไทยมีฟาสต์ฟู้ดทั้งที่เป็นกิจการของคนไทยและที่เจ้าของกิจการเป็นบริษัทแม่อยู่ต่างประเทศอยู่ในตลาดไม่น้อยกว่า 40 ยี่ห้อ ซึ่งกว่าครึ่งมีอายุ

¹⁹ จิรวัดน์ นุญถธรรม, “ฟาสต์ฟู้ด: สู่ทางขยายสู่ภูมิภาค,” *รายงานเศรษฐกิจ*, ธนาคารกรุงเทพ, 25 (7-12 ตุลาคม 2535): 60.

²⁰ *สตรีสาร* 41: 7 (8 พฤษภาคม 2531): 20.

ไม่ถึง 3 ปี และมีไม่น้อยกว่า 10 ยี่ห้อ กำลังเตรียมจะเข้ามาบุกตลาดในเร็ว ๆ นี้ โดยมีแรงกระตุ้นสำคัญที่ทำให้คนอยากลงทุนในธุรกิจนี้ก็คืออัตราการเติบโตของตลาดฟาสต์ฟู้ดปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 จนคาดกันว่าสิ้นปี พ.ศ. 2538 ตลาดฟาสต์ฟู้ดจะมีมูลค่าสูงถึง 7,000 ล้านบาท²¹เลยทีเดียว ซึ่งนับได้ว่าเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดระบอบาไปทุกหัวระแหงที่มีกำลังซื้อมากพอ เนื่องจากในทศวรรษ 2530 ได้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างมาก

หรือแม้แต่ว่าหลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นในปี พ.ศ. 2540 ก็ปรากฏว่าธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดไม่ได้รับผลกระทบมากนัก และท่ามกลางความวิกฤตที่แรงซบเซาแต่ยอดขายของอาหารฟาสต์ฟู้ดบางชนิดกลับไม่กระทบเท่าไร ที่เห็นชัด ๆ ก็เช่น เคเอฟซี หรือแม็คโดนัลด์ ที่ยังมีทั้งเด็กวัยรุ่นและคนทำงานไหลเข้าออกหมุนเวียนไปกินทุกวัน นอกจากเป็นเพราะรสชาติอาหารบรรยากาที่ถูกรสนิยมคนไทย และเป็นอาหารที่ทานง่ายสั่งปุ๊บรับไปทานได้เลย อีกประการหนึ่งคือมีแผนส่งเสริมการขายที่สรรหามาใช้อย่างต่อเนื่อง²² เลยทำให้ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดได้รับความนิยมจากคนเมืองอย่างต่อเนื่อง

McDonaldization: “แมคโดนัลดาภิวัตน์”²³ ระบบปฏิบัติการในร้านฟาสต์ฟู้ดกับการปฏิวัติด้านการบริหารจัดการทั้งสังคม

การจุดของแมคโดนัลด์: จุดเริ่มต้นกระแสนิยมฟาสต์ฟู้ด

ถึงแม้ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจะเข้ามาเปิดขายในเมืองไทยมาตั้งแต่พ.ศ. 2507 มาแล้วก็ตามแต่ความนิยมการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดก็ยังอยู่ในแวดวงคนกินที่จำกัด เพราะดูจากจำนวนร้านอาหารประเภทนี้แล้วไม่ได้มีมากนัก ซึ่งวาณิช จรุงกิจอนันต์ได้เขียนเล่าเอาไว้ว่า ร้านแฮมเบอร์เกอร์ก็เชื่อว่าไม่มีอยู่ในกรุงเทพฯ มาก่อน เพราะอันที่จริงนั้นมีมานานแล้ว นอกจากตามร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือคอฟฟี่ช็อปแล้ว ที่ตั้งเป็นร้านเล็ก ๆ ขายกับแซนด์วิชและฮอทดอกก็มี

²¹ เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล, “ฟาสต์ฟู้ดหน้าใหม่ จะทนแรงเบียดจากยักษ์ใหญ่นานแค่ไหน,” ผู้จัดการรายเดือน, 12 (กันยายน 2538): 190.

²² “บาสกิ้น-ร็อบบิ้นส์ แพนไซส์ระดับพรีเมียม,” *โลกการค้า* 5: 40 (ธันวาคม 2541): 60.

²³ ผู้เขียนหยิบยืมเอาคำแปลนี้มาจากที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์ของ บรรจง ศีลวงษ์เสรี, “แมคโดนัลดาภิวัตน์” (McDonaldization) ภัตตาคารอาหารด่วน (Fast Food Restaurant) และกระบวนการทำงานแบบแมค(McDonaldized work process): การศึกษาเบื้องต้น (วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล (สังคมวิทยา), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545).

แต่ไม่มีใครนิยมกินกันมากนัก จนร้านแมคโดนัลด์ซึ่งมีชื่อเสียงเข้ามาทำให้คนไทยหันมานิยมกินกันมากอย่างชัดเจน²⁴

และเนื่องจากความดังหรือความมีชื่อเสียงของแฮมเบอร์เกอร์ยี่ห้อแมคโดนัลด์นี้เอง ที่ทำให้ผู้คนสนใจถึงการเข้าเปิดร้านในเมืองไทยของแมคโดนัลด์กันมาก ดังปรากฏรายงานข่าวถึงการเข้ามาเปิดร้านก่อนจะเปิดร้านจริงประมาณสองปีทีเดียว และการขยับตัวแต่ละขั้นตอนของการเปิดร้านไม่ว่าจะเป็นการเลือกตัวแทนบริษัทในประเทศไทย เลือกห้างสรรพสินค้าที่จะไปเปิด การเลือกบริษัทส่งวัตถุดิบ การเลือกตัวแทนทำโฆษณา การเลือกยี่ห้อน้ำอัดลมไปขายในร้านก็ล้วนแต่ปรากฏเป็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของผู้คนทั้งสิ้น

โดยเริ่มแรกได้ปรากฏข่าวโคมลอยตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2526 ถึงบริษัทที่จะได้รับลิขสิทธิ์ว่าเป็นบริษัทเสริมสุขเจ้าของเป๊ปซี่ในไทยจะต้องออกมาปฏิเสธข่าว เช่นเดียวกันกับพันธมิตรพิภพลาซ่าที่ลือกันว่าจะเป็นสถานที่เปิดร้าน²⁵ จนปลายปีจึงมีความชัดเจนว่าบริษัท แมคไทย จำกัด ที่มีนายเดช บูลสุขเป็นผู้จัดการเป็นผู้ได้รับสิทธิ์จากบริษัทแม่ให้เปิดแมคโดนัลด์ขึ้นในเมืองไทย โดยได้ยืนยันถึงการเลือกเอาศูนย์การค้าอัมรินทร์พลาซ่าเป็นสถานที่เปิดร้านและได้วางแผนตกแต่งร้านแล้วในงบประมาณ 50 ล้านบาท²⁶ (ดูภาพที่ 1 ในหน้าถัดไป) ปีถัดมาก็เป็นการเลือกบริษัทป้อนวัตถุดิบ เลือกน้ำอัดลมและหาตัวแทนโฆษณา²⁷ แล้วก่อนจะเปิดจริงก็มีข่าวการทดสอบอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ และเตรียมความพร้อมของพนักงานกว่าร้อยคนอย่างไม่เร่งรีบเพราะต้องการมาตรฐานทุกอย่าง²⁸ ก่อนจะเปิดจริงในวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2528 ซึ่งมีการฉลองการเปิดร้านอย่างยิ่งใหญ่ทั้งการแสดง การแจกของที่ระลึก และการชิงของรางวัลตัวเครื่องบินไปเที่ยวสหรัฐอเมริกาด้วย²⁹ (ดูภาพที่ 2 ในหน้าถัดไป) โดยประเทศไทยเป็นประเทศลำดับที่ 52 ที่แมคโดนัลด์เข้ามาดำเนินการ

²⁴ วาณิช จรุงกิจอนันต์, “แฮมเบอร์เกอร์,” *สตรีสาร* 38: 9 (26 พฤษภาคม 2528): 42.

²⁵ “ฟาสต์ฟู้ดแมคโดนัลด์โคมลอยเป๊ปซี่-พันธมิตรพิภพ ปฏิเสธมีเอี่ยว,” *ฐานเศรษฐกิจ* (15-20 สิงหาคม 2526): 6.

²⁶ “แมคไทยเผยแผนสาขา 50 ล้าน,” *ฐานเศรษฐกิจ* (14-19 พฤศจิกายน 2526): 17. และในฐานเศรษฐกิจฉบับต่อมาก็ได้ลงโฆษณาภาพใหญ่เกี่ยวกับการที่แมคโดนัลด์จะไปเปิดขึ้นที่อัมรินทร์ พลาซ่าว่าเป็นการ “ใหญ่ประภกับใหญ่หมายถึงยิ่งใหญ่” ดูใน *ฐานเศรษฐกิจ* (20 พฤศจิกายน- 3 ธันวาคม 2526): 11.

²⁷ ดูรายละเอียดใน *ฐานเศรษฐกิจ* (27 สิงหาคม-1 กันยายน 2527): 25.

²⁸ “แมคไทยขอรุ่นเครื่องจนชั่วชีวิต ๆ,” *ฐานเศรษฐกิจ* (28 มกราคม-2 กุมภาพันธ์ 2528): 26.

²⁹ *ฐานเศรษฐกิจ* (11-16 มีนาคม 2528): 5. (ภาพโฆษณาการเปิดร้านแมคโดนัลด์)

ภาพที่ 1

โฆษณาการเปิดร้านแมคโดนัลด์ในห้างอัมรินทร์พลาซ่า
การอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างร้านฟาสต์ฟู้ดกับศูนย์การค้า



(ภาพจาก สุรนารีเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 28 พฤศจิกายน-3 ธันวาคม 2526, หน้า 11)

ภาพที่ 2

โฆษณาการเปิดร้านแมคโดนัลด์ครั้งแรกในประเทศไทย

ภาพของการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดของคนไทยในช่วงที่ร้านแมคโดนัลด์เปิดร้านใหม่ ๆ สามารถที่จะสะท้อนถึงพฤติกรรมมารกินและวิถีคิดเกี่ยวกับอาหารประเภทนี้เป็นอย่างดี ดังที่วณิชย์ จรุงกิจอนันต์ได้บรรยายบรรยายกาศภายในร้านแมคโดนัลด์เอาไว้ว่า

ตอนไปกินครั้งแรกนั้นเข้าคิวกันแน่นไปหมด แต่ครั้งหลังรู้สึกคนจะเบาลง หน่อย แต่ก็ยังขายดีมาก จนเรียกได้ว่า ขายดีกว่าร้านแมคโดนัลด์ร้านไหน ๆ ที่ผมเคยเห็น เคยกินในอเมริกา ได้ยินคุณชายถนัดศรี พูดออกวิญญูว่าคนไทย กินอาหารแฮมเบอร์เกอร์อย่างแมคโดนัลด์นี้เป็นขนมไม่ได้กินเป็นอาหาร เหมือนกับข้าว สิ่งที่ผมเห็นว่าออกจะเป็นจริงก็คือคนไทยทั่วไปเมื่อกิน แฮมเบอร์เกอร์แล้วรู้สึกเหมือนยังกินไม่เสร็จ แม้จะกินจนอิ่มแล้วแต่ก็คอยจะ รู้สึกว่าตัวเองยังต้องกินข้าวอยู่ อันนี้ดูจะเป็นด้วยความเคยชินมากกว่าอย่างอื่น สิ่งที่ร้านแมคโดนัลด์ในกรุงเทพฯ นี้ได้เปรียบร้านแมคโดนัลด์ในอเมริกา หรือที่อื่น ๆ ดูจะเป็นเรื่องพนักงาน ซึ่งค่อนข้างจะเอาใจใส่ลูกค้า และดูจะ ได้รับการกำชับกำชามาหนักแน่นอยู่ที่จะให้ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ³⁰

แมคโดนัลด์เป็นธุรกิจฟาสต์ฟู้ดที่มีชื่อเสียงมากและเป็นต้นตำรับหรือสัญลักษณ์ของ ฟาสต์ฟู้ดมีต้นกำเนิดในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2491 เมื่อสองพี่น้องคือริชาร์ด และแมค แมคโดนัลด์ประสบความสำเร็จจากการคิดค้นระบบการทำอาหารให้ประหยัดเวลาและ ได้ปริมาณมากที่สุดโดยใช้ระบบสายพานการผลิตที่เรียกว่าระบบสปีดดีเซอริวิส ซิสเต็มขึ้นใช้ใน ครัวและเป็นร้านที่ให้ลูกค้าบริการตัวเอง ระบบดังกล่าวนับเป็นการปฏิบัติให้ครัวของร้านอาหาร กลายเป็นโรงงานการผลิตขนาดเล็ก³¹ และเปลี่ยนวิธีการทำอาหารรวมถึงการทำงานอื่นให้คล้าย การผลิตแบบอุตสาหกรรมอย่างชัดเจนขึ้น

การขยายตัวของร้านแมคโดนัลด์ได้เกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2497 โดยนายเรย์ ครอบคู เคยยึดอาชีพเป็นเซลล์แมนขายเครื่องผสมนมปั่นมาก่อน ได้ไปพบร้านขายมิลค์เชคพร้อม แฮมเบอร์เกอร์และมันฝรั่งทอดของแมคโดนัลด์ และปรากฏว่าลูกค้าชอบสั่งทั้งสามอย่างนี้มากิน ด้วยกันมาก ทำให้นายเรย์ ครอบคูได้พยายามจะขอลิขสิทธิ์เปิดร้านแบบนี้บ้าง ซึ่งเปิดมาในปี พ.ศ. 2498 นายเรย์ ครอบคูก็สามารถเปิดร้านขายแฮมเบอร์เกอร์แบบนี้ขึ้นเป็นผลสำเร็จในเมืองเดอ เพลนส์ มลรัฐอินเดียนา³² ซึ่งต่อมาเขาก็ได้ขอเจรจาเปิดสาขาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

³⁰ วาณิช จรุงกิจอนันต์, “แฮมเบอร์เกอร์,” สตรีสาร 38: 9 (26 พฤษภาคม 2528):45.

³¹ อีริค สลอสเซอร์, *มหาอำนาจฟาสต์ฟู้ด* (แปลจาก Fast Food Nation, โดยสุนันต์ เทพนันต์. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า 2000, 2546), 55, 105, 134.

³² อีริค สลอสเซอร์, *มหาอำนาจฟาสต์ฟู้ด*, 54-55.

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2504 นายเรย์ ครอบคี่ได้ตกลงซื้อกิจการต่อจากสองพี่น้องแมคโดนัลด์ด้วยจำนวนเงิน 7.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ก่อนจะกลายมาเป็นบริษัทมหาชนในปี พ.ศ. 2508 และได้ขยายกิจการไปทั่วโลกและมีสาขารอบ 10,000 แห่ง เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2531 ซึ่งรวม 2 สาขาในเมืองไทยด้วยคือที่อัมรินทร์พลาซ่า และที่เดอะมอลล์ 2 รวมค่าแห่ง ซึ่งทำให้แมคโดนัลด์กลายเป็นผู้นำธุรกิจด้านร้านอาหารที่ให้บริการรวดเร็วที่มีสาขามากที่สุดในโลก นายเรย์ ครอบคี่ยังเป็นผู้คิดค้นสูตรสำเร็จในการบริหารจัดการอันมีชื่อเสียงให้ทุกร้านของแมคโดนัลด์ต้องยึดถือ นั่นคือหลักการ “QSC&V” หรือบัญญัติ 4 ประการ ได้แก่ 1. Quality คือคุณภาพของสินค้าที่เป็นแบบเฉพาะของแมคโดนัลด์ 2. Service คือบริการที่สะดวกและเป็นมิตร 3. Cleanliness คือความสะอาด และ 4. Value คือคุณค่าของอาหาร ซึ่งการจะได้มาซึ่งมาตรฐานดังกล่าวจะต้องมีการฝึกอบรมบุคลากรประจำสาขาจากสถาบันของแมคโดนัลด์คือมหาวิทยาลัยแฮมเบอร์เกอร์โดยตรงทีเดียว³³

แมคโดนัลด์าภิวัตน์: อิทธิฤทธิ์ของระบบบริหารจัดการสมัยใหม่

การเข้ามาของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดถ้ามองอย่างผิวเผินแล้วดูเหมือนว่าได้ทำให้การกินของคนเปลี่ยนไปเท่านั้น แต่แท้ที่จริงหากพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้วพบว่า การเข้ามาของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดอย่างแมคโดนัลด์เข้าไปมีอิทธิพลต่อชีวิตของผู้คนในสังคมไทยมากกว่าการมีอาหารการกินที่เพิ่มขึ้นมา หรือวิถีการกินของเราเปลี่ยนไปเท่านั้น เพราะการตั้งร้านแมคโดนัลด์ได้นำพาเอาระบบแบบแมคโดนัลด์าภิวัตน์ (McDonaldization) มาก่ออิทธิพลต่อสังคมไทยอย่างที่เราคาดไม่ถึงทีเดียว

สาธกกรณีที่มียกยกกันมาใช้เพื่ออธิบายถึงผลกระทบของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดก็คือกรณี que การเข้ามาของร้านฟาสต์ฟู้ดอย่างแมคโดนัลด์ได้ทำให้ชาวฮ่องกงเรียนรู้การเข้าคิว แทนการมุงและแย่งกันซื้อของดังที่เคยปฏิบัติกันมา และขยายไปสู่การปฏิบัติเป็นบรรทัดฐานของสังคมในการเข้าคิวกันทำอย่างอื่น เช่น ซื้อตั๋ว หรือไปธนาคารด้วย³⁴ ซึ่งประเด็นนี้ยังไม่มีการศึกษาในเมืองไทยว่าการเข้าคิวเกิดขึ้นเมื่อใด แต่คนที่ไปใช้บริการร้านอาหารแมคโดนัลด์ตอนเปิดใหม่ ๆ ดังที่วาณิชย์ จรุงกิจอนันต์เล่าไว้ก็พบว่ามีการเข้าคิวเช่นกัน แต่เห็นได้ชัด เรื่องความสะอาดของร้านอาหารที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อม ๆ กับการเกิดขึ้นของบริการด้วยรอยยิ้มและลูกค้าต้องมาก่อน

³³ “ความสำเร็จของแมคโดนัลด์กับความภูมิใจของคนไทย,” *ประชาชาติธุรกิจ* (7 พฤษภาคม 2531):

43. และดู อีริก สลอสเซอร์, *มหาอำนาจฟาสต์ฟู้ด*, น.50.

³⁴ James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, p. 28.

จอร์จ ริทเซอร์ (George Ritzer) ได้เสนอแนวคิดเรื่องกระบวนการ “แมคโดนัลดาภิวัตน์” (McDonaldization) ผ่านบทความของเขา ชื่อ “The McDonaldization of Societies” เป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1983 ก่อนจะมาพิมพ์เป็นหนังสือชื่อเดียวกันในอีก 10 ปีถัดมา ว่าในปัจจุบันสังคมได้ถูกครอบงำอย่างมากจากวิถีคิดแบบแมคโดนัลดาภิวัตน์ซึ่งเขาใช้ชื่อร้านฟาสต์ฟู้ดแมคโดนัลด์ที่เป็นกรณีแม่แบบหลักบริหารจัดการแบบใหม่มาใช้ในการอธิบายให้เห็นถึงการนำเอากระบวนการจัดการหลักในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ต่อมาได้กลายเป็นหลักการบริหารจัดการที่ครอบงำไปแทบทุกส่วนของสังคมอเมริกันและทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา การทำงาน การเดินทาง การใช้เวลาว่าง อาหารการกิน การเมือง ครอบครัว และอีกหลายส่วนของสังคม³⁵ ที่ลอกเลียนวิธีการบริหารจัดการแบบใหม่นี้ไปแล้วเติมคำว่า Mc ไว้กับกิจการนั้น เช่น หนังสือพิมพ์ที่เรียกว่า McPapers คลินิกบริการแบบรวดเร็วเรียกว่า McDoctors / McDentist หรือมหาวิทยาลัยก็เรียกว่า McUniversity³⁶ และขณะเดียวกันวิธีบริหารจัดการที่มีรากฐานคล้ายกันนี้ ก็ได้แพร่หลายไปทั่วสังคม ไม่ว่าจะเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านเช่าวิดีโอ เป็นต้น

โดยกระบวนการแมคโดนัลดาภิวัตน์ที่ริทเซอร์หมายถึงคือรูปแบบหรือโครงสร้างของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เป็นภาพตัวแทนของความเป็นเหตุเป็นผลอย่างเป็นทางการในโลกสมัยใหม่ และหลักการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดใช้ในการบริหารจัดการนั้นได้กลายมาเป็นหลักการหรือโครงสร้างหลักที่สังคมนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางโดยอิงหรือมีรากฐานมาจากวิธีการดังกล่าว หรือพูดอีกนัยหนึ่งว่ามีใช้เป็นแค่วิธีการจัดการร้านแมคโดนัลด์อย่างเดียว แต่คือปรัชญาวิถีคิดและกระบวนการทั้งหมดที่กำกับอยู่เบื้องหลังวิธีการทำงานหรือการจัดการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแมคโดนัลด์

คุณลักษณะสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จของรูปแบบแมคโดนัลดาภิวัตน์ และยังได้สะท้อนถึงวิถีคิดที่แฝงฝังอยู่ในกระบวนการจัดการนั้น มีอยู่ 4 แนวคิดประกอบด้วย³⁷

ประการแรก ความมีประสิทธิภาพ (efficiency) เนื่องจากกระบวนการแบบแมคโดนัลด์ได้ถูกคิดค้นขึ้นให้เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เลยทำให้แมคโดนัลดาภิวัตน์ถูกใช้ใน

³⁵ George Ritzer, *The McDonaldization of Society: An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social Life* (Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1993), p. 1.

³⁶ ดู รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. *การศึกษา ทฤษฎี และโลกาภิวัตน์* (กรุงเทพฯ: คปฟ, 2544), น. 356- 365.

³⁷ George Ritzer, *The McDonaldization of Society: An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social Life*, pp. 9-11.

ของการพยายามแสวงหาความมีประสิทธิภาพสูงสุดอย่างแพร่หลายไปทุกส่วนของสังคมไปด้วย
 ความมีประสิทธิภาพหมายความว่า การเลือกวิธีการที่ดีที่สุดเพื่อบรรลุเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว
 ที่สุด โดยลดต้นทุนให้ได้มากที่สุด ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีพัฒนาอยู่ก่อนแล้วในสังคมโดยเฉพาะใน
 ภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจ แต่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบแมคโดนัลด์ได้นำมาใช้ให้ผู้คนเกิดความ
 เคยชินจากการจัดการความหิวในชีวิตประจำวันที่มีเป้าหมายให้ท้องอืด ซึ่งวิธีการที่รวดเร็วที่สุดคือ
 การใช้บริการจากร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ปรุงอาหารได้รวดเร็ว มีเมนูให้เลือกจำกัดไม่ต้องเสียเวลา
 คิดในการสั่งอาหาร และอาหารสามารถกินได้เลยโดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์ เช่น จาน ช้อน ประกอบ
 หรือสามารถจัดการให้ท้องอืดได้แม้ขณะขับรถอยู่บนถนนด้วยการซื้ออาหารจากร้านที่จอดรอซื้อ
 (drive-through window) การค้นหาวิธีการที่ดีที่สุดเพื่อการบรรลุเป้าหมายจึงเป็นอุปมาที่สามารถ
 นำไปปรับใช้กับทุกอย่างในสังคมได้ ด้วยเหตุว่าความมีประสิทธิภาพแบบร้านฟาสต์ฟู้ดสามารถ
 เกิดขึ้นกับทุกสิ่งจึงกลายเป็นแม่แบบขึ้นสำหรับการบริหารจัดการทุกอย่างในสังคมที่สำคัญยิ่งในปัจจุบัน

ประการที่สอง ความเป็นเชิงปริมาณและความสามารถคิดคำนวณได้
(quantified&calculated) ในกระบวนการนี้มีอยู่สองวิธีการที่สัมพันธ์กัน นั่นก็คือการทำให้ทุกอย่าง
 ในกระบวนการทำงานสามารถตรวจวัดในเชิงปริมาณได้ทุกขั้นตอน ซึ่งจะทำให้กระบวนการทุก
 อย่างสามารถคิดคำนวณได้อย่างชัดเจน และการลดทอนคุณภาพโดยไปเน้นลักษณะเชิงปริมาณ
 เป็นการลดทอนความยุ่งยากในการประเมินคุณภาพของสินค้านั่นเอง ขณะที่ปริมาณได้กลายเป็น
 มีค่าเท่ากับคุณภาพของสินค้า การได้บางอย่างมากขึ้นมีความหมายว่าเป็นสิ่งดี ตัวอย่างเช่น การ
 ประเมินสินค้าด้วยขนาดโดยจัดเป็นขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ ให้เลือก และถือกันว่า “ยิ่งใหญ่ยิ่งดี”
 เช่น มีเมนู บิ๊กแม็ค (BigMac-ร้านแมคโดนัลด์), บิ๊กกีส (Biggies-ของร้านเวนดี้ส์) ทำให้เราจะ
 รู้สึกว่าได้อาหารมากขึ้นในการจ่ายที่น้อยที่สุด และการคิดคำนวณเวลาที่มักคิดว่าการมากิน
 อาหารที่ร้านฟาสต์ฟู้ดใช้เวลาที่น้อยที่สุดและการจัดระบบให้สามารถคำนวณเวลาได้ของร้าน เช่น
 ในร้านแมคโดนัลด์อาหารที่สั่งต้องได้ภายใน 60 วินาทีถ้าเกินจะได้เพิ่มอีกเท่ากับชุดที่สั่ง เป็นต้น
 เพื่อเป็นหลักประกันเรื่องเวลาที่ลูกค้าจะได้รับสินค้า ดังนั้นการเข้าไปในร้านประเภทนี้จึงสามารถ
 คิดคำนวณได้ทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นจำนวนเงินหรือเวลา

ประการที่สาม ความสามารถทำนายได้ (predictability) คือการทำให้ลูกค้าคาดหวัง
 ได้ว่าสินค้าและบริการจะเหมือนกันหมดทุกสถานที่ทุกเวลา ตัวอย่างเช่น ไม่ว่าจะไปกิน
 แฮมเบอร์เกอร์บิ๊กแม็คที่ร้านแมคโดนัลด์สาขาไหนก็ตามก็จะได้รับรสชาติ ขนาด เครื่องปรุง วิธีการ
 ปรุงและเวลาปรุงเหมือนกันหมด หรือรูปแบบร้านของอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละยี่ห้อจะเหมือนกันหมด
 การเน้นความสามารถในการทำนายได้นั้นต้องสัมพันธ์กับการจัดระเบียบและกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน ที่

ทำให้ทุกอย่างมีรูปแบบเดียวกันได้ กล่าวได้ว่าความสำเร็จของระบบร้านแบบแมคโดนัลด์แสดงให้เห็นว่าผู้คนชอบโลกที่มีความแน่นอนกว่าความตื่นตันทันที

ประการที่สี่ การควบคุม (control) เป็นวิธีการที่ปรากฏอยู่ในทุกขั้นตอนของระบบแบบแมคโดนัลด์ และการควบคุมในร้านแมคโดนัลด์จะกระทำผ่านการใช้เทคโนโลยีที่ปราศจากมนุษย์แทนการทำงานของมนุษย์ เนื่องจากมีวิธีคิดที่มนุษย์นั้นมีความไม่แน่นอนและคาดเดาไม่ได้สูง จึงต้องสร้างระบบเทคโนโลยีมาควบคุมการทำงานของมนุษย์ ทำให้มนุษย์ผู้ทำงานไม่ต้องคิดหรือไตร่ตรองแต่อย่างใด เพราะทุกอย่างถูกกำหนดเอาไว้หมดแล้วโดยเทคโนโลยี คนเพียงแต่ทำงานไปตามคู่มือและกดปุ่มเดินเครื่องเท่านั้น ในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด การทอด การอบทุกอย่างเพียงแค่กดปุ่มให้ตรงกับของที่จะทำเท่านั้น แล้วคอยฟังเสียงสัญญาณเวลาอาหารเสร็จ เครื่องอุปกรณ์ในร้านจึงมีแต่ปุ่มเตือนด้วยเสียงและแสงที่สว่างวาบอยู่ตลอดเวลา หรือการกดเครื่องต้มจากเครื่องก็แค่กดขนาดแก้วเครื่องดื่มเครื่องก็จะกำหนดปริมาณการจ่ายเครื่องดื่มเอง หรือเครื่องคิดเงินก็มีแป้นตามเมนูที่สามารถกดได้เลย เป็นต้น นอกจากนี้ผู้มาใช้บริการก็ต้องถูกควบคุมให้ต้องเข้าคิวสั่งอาหาร และต้องเลือกในรายการอาหารที่จำกัด ต้องรีบกินแล้วรีบไปเพราะการจัดร้านไม่ได้รองรับการนั่งนาน ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มหรือผลพวงที่เกิดจากเงื่อนไขทั้งสี่ของกระบวนการข้างต้นนั้น คือความไร้เหตุผลของหลักเหตุผล (irrationality of rationality)³⁸ ที่ระบบเหตุผลถูกสร้างมาให้เป็นปฏิเสธรความมีเหตุผลของมนุษย์ระบบที่มีเหตุผลจึงกลายเป็นความไม่มีเหตุผล ซึ่งลักษณะของการลดทอนความเป็นมนุษย์เป็นแค่เพียงหนึ่งในอีกหลายวิธีการที่ระบบซึ่งมีเหตุผลสูงสุดอย่างร้านฟาสต์ฟู้ดแสดงให้เห็นได้ชัดเจนถึงความไร้เหตุผล ตัวอย่างของความไร้เหตุผลในระบบร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดก็คือการเข้าคิวเพื่อสั่งอาหารซึ่งไม่น่าจะมีเหตุผลเพราะแสดงให้เห็นว่าไม่ได้เร็วจริงสมกับร้านอาหารประเภทนี้

เมื่อเราพิจารณาถึงระบบแมคโดนัลด์ตามวิถีที่ถูกนำไปใช้ปฏิบัติจริงในทุกเมื่อเชิวันก็พบว่าหลักการทั้งสี่ประการล้วนถูกนำมาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ทำให้ระบบงานร้านฟาสต์ฟู้ดเป็นระบบการปฏิบัติที่ไม่ต้องการคนทำงานที่ชำนาญหรือมีทักษะสูง เพราะคนเป็นแค่ผู้ปฏิบัติตามคู่มือและเปิดปิดเครื่องมืออุปกรณ์ทุกอย่างที่ทำงานอย่างอัตโนมัติของร้านให้ถูกต้องเท่านั้น ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการก็เรียนรู้และยอมรับการจัดการของร้านแมคโดนัลด์ ทั้งยังยอมทำตามขั้นตอนและการจัดการของร้านไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาสั่งอาหาร เมื่อสั่งอาหารก็ต้องบริการ

³⁸ George Ritzer, *The McDonaldization of Society: An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social Life*, p.12.

ตนเอง การกินเสริมต้องทิ้งขยะเอง เป็นต้น แต่อย่างก็ตามไ้ว่าระบบแมคโดนัลดาภิวัตน์จะสามารถเป็นไปตามหลักการได้ทุกที่ทุกเวลาดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไปข้างหน้า

ข้อเสนอสำคัญของริทเซอร์ประการหนึ่งก็คือ การเสนอว่าระบบแบบ “แมคโดนัลดาภิวัตน์” (McDonaldization) นั้นถือเป็นจุดเปลี่ยนในการบริหารจัดการองค์กรด้วยเหตุผลครั้งสำคัญจากการจัดองค์กรแบบ Bureaucracy ซึ่งเป็นรูปแบบที่ต้องอาศัยความมีเหตุผลอย่างเป็นทางการ (formal rationality) ซึ่งก็คือวิธีการที่ดีที่สุดที่จะบรรลุถึงเป้าหมาย ทั้งนี้เป็นไปตามกฎระเบียบและโครงสร้างของสังคม ปัจจุบันไม่ได้รับโอกาสให้มีหน้าที่แสวงหาวิธีนั้นเพียงแต่ปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคมก็สามารถบรรลุเป้าหมายส่วนตัวได้แล้ว แต่อย่างไรก็ตามการบริหารจัดการองค์กรระบบนี้แม้จะมีการจัดโครงสร้าง มีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนเพื่อกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของสมาชิกให้แน่นอน และการสัมพันธ์กันระหว่างผู้ปฏิบัติงานจะไม่มีความเป็นส่วนตัว (impersonal) หรือสัมพันธ์กันด้วยเหตุผล แต่ผู้ปฏิบัติงานเหล่านี้ก็ต้องมีความรู้ความชำนาญในการทำงานสูงและมักเป็นระบบของผู้เชี่ยวชาญที่สามารถคิดหรือตัดสินใจในหน้าที่ความรับผิดชอบของตนได้ แต่ต่อมาเมื่อเป็นการจัดองค์กรแบบแมคโดนัลดาภิวัตน์ความมีเหตุผลและความรู้สึกของมนุษย์ผู้อยู่ในองค์กรถูกกำจัดออกไปอย่างสิ้นเชิงหรือลดทอนความเป็นมนุษย์ลงโดยใช้เทคโนโลยีมาควบคุมการปฏิบัติงานแทนการคิดเองหรือการใช้เหตุผลของมนุษย์เป็นลักษณะสำคัญ³⁹

หลักการของการบริหารจัดการสมัยใหม่ที่ยึดหลัก 4 ประการดังกล่าวไม่ได้จำกัดอยู่แค่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเท่านั้น แต่เป็นแม่แบบของการบริหารจัดการแทบทุกอย่างในสังคมไปเลยทีเดียว แม้แต่การคิดค้นระบบ QSC & V นั้นก็มีพื้นฐานมาหลักการดังกล่าว เป็นปรัชญาสำคัญอยู่นั่นเอง และเมื่อนำเอาคติความสะอาดมาใช้ในสังคมไทย จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับร้านอาหารจีน หรือร้านอาหารแบบอื่น รวมทั้งต่อมาก็ขยายไปสู่ร้านค้า และสถานบริการอย่างอื่นด้วย กรณีที่เห็นได้ชัดก็คือ สถานบริการน้ำมันเจ็ทที่ห้องน้ำสะอาดจะมีคนแน่นมาก ทั้งที่ก่อนหน้านี้คนจีนหรือคนไทยมักถือคติไม่เห็นกินอร่อยกันทั้งนั้น แต่คนรุ่นใหม่ที่มีคติเรื่องความสะอาด

³⁹ บรรจง ศีลวงษ์เสรี, “แมคโดนัลดาภิวัตน์” (McDonaldization) ภัตตาคารอาหารด่วน (Fast Food Restaurant) และกระบวนการทำงานแบบแมค(McDonaldized work process): การศึกษาเบื้องต้น (วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), p. 7-8. และดูใน George Ritzer, *The McDonaldization of Society: An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social Life*, p.18-24.

ใหม่แล้ว จึงคาดหวังเอาความสะอาดจากทุกร้านที่ไปใช้บริการ ทำให้ร้านอาหารต้องปรับปรุงความสะอาดทั้งในครัวและห้องน้ำให้สะอาดสะอาดเหมือนที่เป็นอยู่ในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด

ในประเด็นเรื่องที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเน้นมากประการหนึ่งคือ ความสะอาดนั้น นิธิ เอียวศรีวงศ์ ได้ชี้ให้เห็นว่าคนชั้นกลางไทยในเขตเมืองเรียนรู้เรื่องความสะอาดของอาหารแบบวิทยาศาสตร์มาจากการศึกษา จึงเปลี่ยนคติเกี่ยวกับความสะอาดที่สังคมไทยเคยมีมาก่อนหันมารับเอามาตรฐานความสะอาดของวิทยาศาสตร์ และด้วยเหตุตั้งนั้น อาหารหาบเร่แผงลอยริมทางเท่าจึงดู “สกปรก” ในขณะที่อาหารแตกตัวของฝรั่งเข้ามาสวมลงไปเป็นคติความสะอาดแบบใหม่พอดี คือร้านติดแอร์กันฝุ่น มีสัญลักษณ์ความสะอาดหลายอย่าง เช่น กระดาษรองจานเปลี่ยนทิ้งทุกครั้ง มีพนักงานทำความสะอาดพื้นบ่อย ๆ แก้วน้ำที่ล้างแล้วอบให้แห้งเสียก่อน เครื่องปรุงอยู่ในภาชนะที่ปิดสนิท เป็นต้น การกำหนดคุณสมบัติของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจึงไปด้วยกันได้ดีมากกับคตินิยมของคนสมัยใหม่ เพราะความหมายหลายอย่างมีอยู่แล้วในสังคมให้สินค้าหยิบฉวยไปใช้สวมเข้ากับความหมายของสินค้า⁴⁰ และแน่นอนคุณลักษณะอื่น ๆ ของการจัดการแบบแมคโดนัลดาภิวัตน์ก็เป็นสิ่งซึ่งสถาบันทางสังคมต่าง ๆ เห็นพ้องและพยายามจัดการอยู่แล้วในสังคมนั่นเอง

การบริการลูกค้าเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่เราได้เห็นชัดว่าร้านที่มีการบริหารจัดการสมัยใหม่รวมทั้งร้านฟาสต์ฟู้ดเน้นเป็นพิเศษ โดยเฉพาะการบริการด้วยรอยยิ้ม และพูดคุยทักทายกับลูกค้าอย่างน้อยก็ตามบทพูดที่ทางร้านกำหนดมาให้ล่วงหน้า และต้องบริการด้วยหลักการลูกค้าต้องเป็นฝ่ายถูกต้องเสมอ จึงทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนมีอำนาจในการเลือกซื้อสินค้าที่อยู่จำกัดในร้าน ในขณะที่ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นก็ไม่ได้มีความเป็นส่วนตัว (impersonal) ระหว่างลูกค้าและผู้ขาย

กล่าวโดยสรุปแล้วผลที่มีต่อสังคมของระบบแบบร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดนั้นคือ การสร้างจิตสำนึก (mentality) ต่อผู้คนให้เกิดความคาดหวังต่อประสิทธิภาพของสถาบันหรือระบบต่าง ๆ ในสังคมให้สามารถคาดคิดคำนวณและสามารถทำนายได้ เหมือนการเข้าไปใช้บริการในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดนั่นเอง เพราะเมื่อเราเข้าไปใช้บริการในร้านฟาสต์ฟู้ดเราก็คาดหวังว่าจะได้รับบริการอย่างรวดเร็วแน่นอนไม่มีความผิดพลาดตามระบบที่จัดไว้ล่วงหน้า ให้ทั้งเราและผู้ขายปฏิสัมพันธ์กันตามบทบาทที่ควบคุมได้ เมื่อเราไปใช้ชีวิตในส่วนอื่น ๆ ของสังคม เช่น การไปซื้อของใช้หรือซื้อของขวัญเตียวกินเราก็พกเอาความคาดหวังดังที่ได้รับจากระบบแมคโดนัลดาภิวัตน์ที่เรียนรู้จากร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดและร้านอย่างอื่นที่มีลักษณะบริหารจัดการแบบเดียวกันไปด้วย

⁴⁰ นิธิ เอียวศรีวงศ์, “พิชชากับผ้าขาวม้า,” ใน *ปริศนาโพศโมเดิร์น* (กรุงเทพฯ: มติชน, 2547), น. 75.

ดังนั้นเราจะขาดความอดทนทันทีเมื่ออาชีพที่อารมณ์ไม่ดีพูดจาไม่เข้าหูและหยิบของให้เราซ้ำ เพราะเราไม่ได้คาดหวังจะไปปฏิสัมพันธ์กับความเป็นมนุษย์ของเขา แต่เราอยากบรรลุเป้าหมายคือได้ของมาให้รวดเร็วที่สุด และนั่นเป็นคำตอบว่าทำไมระบบเช่นนี้ได้แพร่หลายไปในหลายปริมาณพลของชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือแม้แต่การจองตั๋วชมหรสพก็ตาม เพราะคนใช้บริการเองคาดหวังและมีจิตสำนึกของความชัดเจนแน่นอนสามารถทำนายได้ในการเข้ารับบริการที่มีประสิทธิภาพกันทั้งนั้น

อาหารการกินจากการบริโภคสินค้าไปเป็นบริโภคเชิงสัญลักษณ์

ระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมเป็นระบบการผลิตขนาดใหญ่ที่อาศัยการผลิตและกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคเป็นปริมาณมาก การจะให้ระบบทุนนิยมดำรงอยู่ต่อไปได้นั้นจึงต้องสร้างการบริโภคสินค้าเป็นปริมาณมาก (mass consumption) เพื่อให้การบริโภคสินค้าที่ผลิตได้จากระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ผลิตครั้งละมาก ๆ และผลิตอย่างต่อเนื่อง เป็นไปได้จึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนการบริโภคสินค้าว่าเป็นกระบวนการที่มีบทบาทอย่างไร โดยคำนึงถึงสินค้าในฐานะวัตถุในชีวิตประจำวัน ซึ่งก็จะพิจารณาถึงอาหารฟาสต์ฟู้ดในแง่ที่ว่าถูกบริโภคอย่างไร และเกิดปฏิสัมพันธ์ต่อสังคมและเศรษฐกิจอย่างไร

แนวคิดที่ศึกษาการบริโภคสินค้าที่สำคัญเกิดจากรากฐานการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าที่ผลิตในระบบทุนนิยมของสำนักคิดมาร์กซิสต์ โดยมีจุดเริ่มต้นที่มาร์กได้มองสินค้าที่ผลิตจากระบบอุตสาหกรรมที่เกิดการแบ่งงานกันทำว่า ได้ทำให้ตัวมนุษย์ผู้ผลิตมีความแปลกแยก (alienation) กับสินค้าที่เขาผลิต เนื่องจากสินค้าที่เขาผลิตในระบบอุตสาหกรรมนั้นเกิดจากหลายคนมาร่วมกันทำตามสายพานการผลิต หรืองานตามหน้าที่ของตน เมื่อตัวสินค้าการผลิตออกมาก็ไม่มีใครสามารถบอกได้ว่าผลงานหรือแรงงานส่วนที่แต่ละคนลงไปในงานชิ้นนั้นของตนอยู่ตรงไหนและมีคุณค่าอย่างไร เนื่องจากในกระบวนการแบ่งงานกันทำในกระบวนการผลิตซึ่งแยกวิธีการผลิตออกจากเป้าหมายการผลิต ผู้ผลิตจะรับรู้เฉพาะงานในหน้าที่ของตน ไม่เห็นกระบวนการทั้งหมดของงาน และไม่รู้ว่าคุณค่าผลผลิตสุดท้ายของห่วงโซ่แรงงานคืออะไร ผู้ใช้แรงงานผลิตจึงไม่รู้คุณค่าของแรงงานตน เพราะไม่ได้ผลิตขึ้นมาให้มีมูลค่าการใช้สอยของตน แต่เป็นการผลิตเพื่อมูลค่าการแลกเปลี่ยน⁴¹ ซึ่งต่างจากการผลิตในระบบก่อนทุนนิยมอุตสาหกรรมที่งานเป็นผลจากหัตถกรรม

⁴¹ ภัสรา ชมะวรรณ, “แนวความคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ ในวัฒนธรรมศึกษาและการวิเคราะห์วัฒนธรรมการบริโภค,” (วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537), น. 127.

ของแต่ละคนจึงสามารถคำนวณมูลค่าของแรงงานที่ทำได้ เช่น เครื่องจักรสานแต่ละชิ้น หรือ ผ้าทอแต่ละผืนที่ผู้ผลิตคนเดียวสามารถรู้มูลค่าแรงงานที่แท้จริงได้

ในขณะที่นักคิดแนวมาร์กซ์ดั้งเดิมได้มองวัตถุที่เป็นสินค้าว่ามีมูลค่าการใช้สอยและมูลค่าของการแลกเปลี่ยนเป็นหลักในการวิเคราะห์ การศึกษาการบริโภคในระบบทุนนิยมในแนวมาร์กซ์ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงมโนทัศน์ขึ้นในราวทศวรรษ 1940 เป็นต้นมา จากการศึกษาของนักทฤษฎีในกลุ่ม “ทฤษฎีเชิงวิพากษ์ (Critical Theory) หรือสำนักแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt school)” ที่ศึกษาการบริโภคสินค้าในระบบทุนนิยมในแนวมาร์กซ์มุ่งเน้นไปยังประเด็นสำคัญประการแรกคือ มุ่งที่จะทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าสินค้าที่เป็นมูลค่าการใช้สอยไปให้ความสำคัญกับมูลค่าการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้ามากกว่า ประการต่อมาเป็นการเปิดเผยให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางการผลิตทางสังคมซึ่งเป็นรูปแบบความสัมพันธ์เฉพาะของสังคมทุนนิยมที่ผู้คนทั้งสังคมมีความเกี่ยวพัน/พึ่งพากันอย่างแยกจากกันไม่ออก ไม่สามารถอ้างได้ว่าผู้ผลิตและผู้บริโภคแต่ละรายเป็นอิสระจากกัน และประการสุดท้ายคือความสัมพันธ์การผลิตทางสังคมดังกล่าวมิได้ดำเนินไปบนวิถีแห่งความเท่าเทียมกัน แต่ถูกกลบเกลื่อนหรืออำพรางไว้ด้วยการแลกเปลี่ยนสินค้าจนแม้แต่แรงงานก็ถูกนำไปแลกเปลี่ยนเป็นเสมือนสินค้าชนิดหนึ่ง⁴²

ดังนั้นการพิจารณาการบริโภคในระบบทุนนิยมสมัยหลังจึงเป็นการให้ความสำคัญกับกระบวนการบริโภคเท่า ๆ กับการผลิต โดยเฉพาะในความเป็นสินค้าของวัตถุต่าง ๆ ในระบบตลาดแบบทุนนิยมที่เป็นความสัมพันธ์กันระหว่างวัตถุและวัตถุเข้ามาบดบังความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์หรือการแลกเปลี่ยนสินค้าในตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์จึงกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงวัตถุ ขณะที่วัตถุมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเชิงสังคม ประวัติศาสตร์ของสิ่งต่าง ๆ จึงถูกปกปิดจนเหลือแต่การเป็นวัตถุในระบบตลาด⁴³ ในแง่นี้ก็เช่นกันหากเราพิจารณาฟาสต์ฟู้ดในฐานะที่เป็นวัตถุที่ถูกผลิตให้เป็นสินค้า ฟาสต์ฟู้ดทำให้เกิดความสัมพันธ์กับวัตถุและความสัมพันธ์ทางสังคมอื่นตามมาอีกมากมาย

ในสังคมทุนนิยมที่การบริโภคมีความหมายมากไปกว่าการใช้ประโยชน์โดยตรงจากสินค้า โดยกลายเป็นการบริโภคความหมายหรือคุณค่าที่อยู่ในตัวสินค้านั้นด้วยการบริโภคนี้เรียกว่า “บริโภคเชิงสัญลักษณ์” (consumption of the sign) ซึ่งเป็นแนวคิดของ ฌอง โบตริยาร์ด นักทฤษฎีสังคมชาวฝรั่งเศสที่มองว่าโลกยุคปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการบริโภค ที่สินค้าถูกบริโภคได้มากกว่ามูลค่าที่แท้จริง และประโยชน์ใช้สอยของสินค้าถูกทำให้หมดบทบาทลงอย่างสิ้นเชิง เพราะ

⁴² เรื่องเดียวกัน, น. 129-130.

⁴³ เรื่องเดียวกัน, น. 128.

โดยปกติแล้วผู้คนมักคิดกันว่าวัตถุที่อยู่รอบ ๆ ตัวเราเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ไม่สอยหรือไม่ก็เป็นวัตถุเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนเป็นอันดับแรก จากนั้นวัตถุเหล่านี้ก็จะแสดงความหมายบางอย่างขึ้นในสังคม แต่ฌอง โบตริยาร์ดกลับมองในทางตรงกันข้ามกับทัศนะข้างต้นเพราะเขาเชื่อว่าเครื่องมือเครื่องใช้ไม่สอยและวัตถุที่อยู่รอบตัวเรานี้มีพื้นฐานมาจาก “ค่าแห่งการแลกเปลี่ยนแห่งสัญญาณ (valeur d'échange-signe)” เป็นสำคัญ ส่วน “ค่าการใช้ (valeur d'usage)” ของวัตถุ นั้นไม่ใช่สิ่งอื่นใดนอกเหนือจากเป็นสิ่งที่ทำให้เราระลึกถึงคุณค่าของสิ่งนั้นหรือเป็นแค่เครื่องเตือนใจเท่านั้น ดังที่เขาเน้นย้ำว่า “ค่าแห่งการใช้เป็นเพียงเงาของค่าแห่งการแลกเปลี่ยนแห่งสัญญาณ”⁴⁴ แต่อย่างไรก็ตามทั้งค่าแห่งการใช้และค่าแห่งการแลกเปลี่ยนก็ไม่ได้หายไปไหนในระบบการแลกเปลี่ยนเชิงสัญญาณ เพียงแต่ถูกซ่อนอยู่ภายใต้สัญญาณนั่นเอง⁴⁵

โบตริยาร์ดเชื่อว่าระบบทุนนิยมโดยทั่วไปนั้นความหมายของความต้องกรหลังจากที่คนเราได้รับการสนองความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นมาจากระบบทุนนิยมและสังคมโดยส่วนรวม คนเราเป็นเพียงผลผลิตของตรรกวิทยาสังคม ความต้องการเกิดขึ้นได้เพราะมีระบบความต้องการ กล่าวคือ

“คนเราไม่ใช่เกิดมาเพื่อมีความต้องการแต่ถูกสร้างความต้องการนี้ขึ้นมาในสังคม การที่ระบบได้สร้างคุณค่าในลักษณะที่แปรสภาพคนให้เป็นผู้บริโภคก็เพื่อทำให้ระบบอยู่รอดต่อไป นอกจากนี้ค่าการใช้ไม่มีความหมายอันใดในสังคม ในทางกลับกันค่าการแลกเปลี่ยนจะเป็นความจริงในมิติการบริโภคและระบบวัฒนธรรมโดยทั่วไป กล่าวคือการวิเคราะห์การบริโภคจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อตั้งอยู่บนรากฐานการวิเคราะห์ตรรกวิทยาสังคมการผลิตและการแลกเปลี่ยนเชิงสัญญาณเท่านั้น”⁴⁶

ซึ่งโบตริยาร์ดเสนอว่าวัตถุในสังคมแห่งการบริโภคถูกสร้างด้วยตรรกะของความแตกต่าง (difference) และการบริโภคเชิงสัญญาณ และมีคุณค่าตามระบบหรือโครงสร้างที่ถูกจัดตั้งขึ้นในระบบทุนนิยมที่ได้สร้างอุปายหรือกลลวงอย่างต่อเนื่องในเรื่องการบริโภคและวัตถุ โดยอาศัย

⁴⁴ สุทธิพันธุ์ จิราธิวัฒน์, “ทางไปสู่การวิจารณ์ของเศรษฐกิจการเมืองแห่งสัญญาณ,” วารสารธรรมศาสตร์ 14: 2 (มิถุนายน 2528): 216-218. (ภาษาฝรั่งเศสในวงเล็บเป็นการอ้างตามที่เขียนไว้ในบทความ)

⁴⁵ Jean Baudrillard, *For A Critique of the Political Economy of the Sign* (St. Louis, MO: Telos Press, 1981, p.156.

⁴⁶ เรื่องเดียวกัน, น. 219.

การออกแบบหรือการตีชายนั สภาพแวดล้อม เครื่องหมาย สัญญะเป็นสำคัญ จนยากที่จะมองการบริโภคนิยมและวัตถุได้อย่างลึกซึ้ง⁴⁷ การทำงานของระบบสัญญะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันถึงกันอยู่อย่างเป็นอิสระ ไม่ได้พึ่งต้องกันอย่างแน่นอนเป็นเพียงแค่การจัดให้มาอยู่ร่วมกันแล้วผลิตความหมายออกมา⁴⁸ ในแง่นี้ความหมายของสัญญะจึงไม่ได้ตายตัว แต่ขึ้นอยู่กับว่าจะไปจัดให้อยู่ร่วมกันกับอะไรนั่นเอง

พื้นฐานทางทฤษฎีบริโภคนิยมเชิงสัญญะของโบริยาร์ดในการมองหรือพิจารณาวัตถุนั้น นอกเหนือจากการตัดแปลงเอาแนวคิดมาร์กซิสต์ที่ใช้วิเคราะห์บางส่วนแล้ว กรอบการมองวัตถุอีกแนวหนึ่งที่เขานำมาใช้ก็คือกรอบทฤษฎีของสัญวิทยา (sémiologie) และภาษาศาสตร์ทางโครงสร้าง (linguistique structurale) ในการวิจารณ์พวกมาร์กซิสต์ว่าพยายามอธิบายโครงสร้างระบบเศรษฐกิจบางส่วนในลักษณะที่กว้างโดยละเว้นความเชื่อทางสัญญะซึ่งเป็นส่วนประกอบของการดำเนินงานของโครงสร้างเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลให้การวิเคราะห์ในแนวมาร์กซิสต์ศึกษาเพียงข้อขัดแย้งพื้นฐานระหว่าง “ค่าการใช้” และ “ค่าการแลกเปลี่ยน” โดยละเว้นการศึกษา “ค่าการแลกเปลี่ยนเชิงสัญญะ”⁴⁹

แนวคิดเรื่องสัญวิทยาที่เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ของบริโภคนิยมเชิงสัญญะนี้เมื่อสืบสาวไปแล้วพบว่ามีความรากฐานของวิธีการหาความรู้ของสำนักโครงสร้างนิยมและสัญวิทยา โดยมีพัฒนาการมาจากความคิดทางด้านภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างของแฟร์ดีนันด์ เดอ โซซูร์ ซึ่งได้วางกรอบความคิดเกี่ยวกับการศึกษาภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างที่สำคัญ ต่อมาเป็นฐานคิดหลักของสำนักโครงสร้างนิยมและสัญวิทยามีหลายประการ ที่สำคัญก็คือการที่โซซูร์เสนอให้แยกแยะระหว่างสิ่งที่เรียกว่า “ภาษา” (langue) กับ “การพูด/การใช้ภาษา” (parole) ออกจากกัน โดยโซซูร์ใช้ภาษา (langue) ในความหมายของระบบ/องค์รวมที่มีความสมบูรณ์ในตัวเองและมีกฎเกณฑ์ในการจัดประเภทแยกแยะแบบต่าง ๆ ส่วนการพูด/การใช้ภาษา (parole) หมายถึงการกระทำทางสังคมอันเป็นผลมาจากความสามารถในการใช้ภาษาของบุคคล บวกกับชุดของกฎเกณฑ์จารีตปฏิบัติที่สังคมส่วนใหญ่จำเป็นต้องยอมรับ เพื่อให้การติดต่อสื่อสารพูดคุยเป็นไปได้⁵⁰ กล่าวอีกนัยหนึ่ง

⁴⁷ เรื่องเดียวกัน, น. 223

⁴⁸ Jean Baudrillard, *For A Critique of the Political Economy of the Sign*, p.149.

⁴⁹ สุทธิพันธุ์ จิราธิวัฒน์, “ทางไปสู่การวิจารณ์ของเศรษฐกิจการเมืองแห่งสัญญะ,” น. 216-218, 220. (ภาษาฝรั่งเศสในวงเล็บเป็นการอ้างตามที่เขียนไว้ในบทความ)

⁵⁰ เรื่องเดียวกัน, น. 11-13.

เสียงไม่ถือเป็นภาษาจนกว่าเสียงที่ได้ยินนั้นจะสื่อความหมายบางอย่าง ส่วนความหมายก็เป็นเรื่องของระบบระเบียบที่ตกลงกันเพื่อใช้เป็นกรอบในการสื่อความเข้าใจกัน

โดยในกระบวนการสื่อความหมายนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยกลไกการทำงานของระบบสัญญาณ ซึ่งระบบสัญญาณนี้ไม่ได้หมายถึงภาษาแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีระบบสัญญาณแบบอื่น ๆ ที่สื่อถึงความคิดต่าง ๆ ไม่ต่างไปจากระบบภาษา เช่น พิธีกรรมเชิงสัญลักษณ์แบบต่าง ๆ กฎเกณฑ์เกี่ยวกับมารยาทในสังคม สัญญาณทางทหาร สัญญาณจราจร เป็นต้น เพียงแต่ภาษาเป็นระบบสัญญาณที่มีความสำคัญสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับระบบสัญญาณแบบอื่น ๆ โดยนัยนี้สัญญาณจึงไม่จำเป็นต้องเป็นเครื่องหมายในภาษาแต่เพียงอย่างเดียว สัญญาณแบบอื่นที่สื่อความหมายก็ เช่น ภาพยนตร์ การทักทายหรือการแสดงความรัก การกินของหวานหรือผลไม้ในกรณีของอาหารไทยในยุคปัจจุบัน การดื่มน้ำชา-กาแฟในกรณีของอาหารตะวันตกในฐานะที่เป็นการบ่งบอกถึงการสิ้นสุดของมื้ออาหารก็คือสัญญาณอีกแบบ เพราะของหวาน-ผลไม้ น้ำชา-กาแฟต่างก็อยู่ภายใต้ระบบกฎเกณฑ์ของการจัดลำดับอาหาร⁵¹ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือในสังคมเต็มไปด้วยสัญญาณและระบบของสัญญาณเป็นโครงสร้างที่ควบคุมและบงการระบบความสัมพันธ์กันของปัจเจกบุคคลในสังคม

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญญาณหรือตัวสื่อ/ตัวหมายกับความหมายสัญญาณมีมากกว่าเรื่องของการถูกกำหนดให้เป็น (arbitrary) แต่สามารถแยกแยะออกเป็นความสัมพันธ์ได้เป็น 3 ประการคือ ประการแรกถ้าเป็นความสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงกันก็จะเรียกว่า “ภาพเหมือน” (icon) เช่น ภาพถ่าย ภาพวาดเหมือนคนจริง เป็นเรื่องของความคล้ายคลึงมากกว่าเรื่องกฎเกณฑ์ทางสังคม ประการที่สองถ้าความสัมพันธ์เป็นแบบสาเหตุ-ผลลัพธ์ (causal relation) เรียกว่าเป็น “ดัชนี” (index) เช่น ควันเป็นดัชนีของไฟ เมฆเป็นดัชนีของฝน ส่วนประการสุดท้ายถ้าความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญญาณกับความหมายสัญญาณเป็นเรื่องของความเป็นตัวแทน (representation) และสังคมในวงกว้างยอมรับก็เรียกว่า “สัญลักษณ์” (symbol) เช่น รถยนต์ยี่ห้อเมอร์เซเดส-เบนซ์ในสังคมไทยถือเป็นสัญลักษณ์ของความร่ำรวย ทั้งที่มีรถยนต์ยี่ห้ออื่นที่แพงกว่าเป็นชื่อก็ตาม โดยนัยนี้สัญลักษณ์จึงเป็นสัญญาณที่ได้รับการยอมรับให้เป็นตัวแทน ถูกสังคมเลือกให้เป็นตัวแทนของสิ่งนั้น ๆ⁵² ซึ่งความสัมพันธ์ในระบบสัญญาณที่เป็นตัวแทนหรือสัญลักษณ์นี้เป็นชุดความสัมพันธ์ของสัญญาณที่สำคัญที่สุด และทำให้เกิดการสร้างความหมายใหม่ ๆ ขึ้นมาเป็นตัวแทนของสิ่งต่าง ๆ

⁵¹ เรื่องเดียวกัน, น. 17-19.

⁵² เรื่องเดียวกัน, น. 21.

มากมายและไม่สิ้นสุดในประวัติศาสตร์ของแต่ละสังคม เช่น การกินอาหารฟาสต์ฟู้ดหรือน้ำอัดลม โคล่าที่สังคมไทยให้การยอมรับว่าเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัย เป็นต้น

ดังที่ เกษียร เตชะพีระ ได้อธิบายถึงกลไกการทำงานของบริโศกเชิงสัญลักษณ์ที่เกิดจากรากฐานของแนวคิดสัญวิทยาเอาไว้ว่า เนื่องจากในสังคมหนึ่ง คำ ๆ หนึ่งที่เรารู้หรือเราเขียนออกมาเป็นเสียงหรืออักขระรูปธรรมย่อมสื่อความหมายและสื่อสารถึงความ ๆ หนึ่งในการคิด ความเข้าใจที่เป็นนามธรรมของเรา ซึ่งคำและความหรือหนึ่ง สัญลักษณ์เหล่านี้จึงเป็นของมีมูลค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งในระบบทุนนิยมสินค้าก็จะมาแปล/ สร้างความหมายให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าจากมูลค่าทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นมูลค่าการแลกเปลี่ยนนั่นเอง⁵³

พูดง่าย ๆ คือ นอกจากประโยชน์ใช้สอยและราคาแล้ว วัตถุยังมีฐานะเป็นส่วนประกอบในการสร้างความหมาย บรรยายภาพของระบบคุณค่าใดระบบคุณค่าหนึ่ง หรือสัญลักษณ์หนึ่งที่มีอยู่มากมายในสังคมสมัยใหม่ เช่น “การกินแฮมเบอร์เกอร์ แมคโดแนลด์นั้น นอกจากจะเพื่อตอบสนองความหิวแล้ว เรายังบริโภคสัญลักษณ์ของมันนั่นคืออารยธรรมตะวันตก เพราะในบริบทของสังคมไทยในปัจจุบัน แฮมเบอร์เกอร์ แมคโดแนลด์ถูกกำหนดให้อยู่ในระบบคุณค่าซึ่งสะท้อนความเป็นอารยธรรมตะวันตกออกมา”⁵⁴

ดังนั้นการมองหรือการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงในการบริโภคที่สำคัญและเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของคนในเมืองมากขึ้นในสังคมไทยอีกประการหนึ่งคือ การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดหรืออาหารจานด่วน (หรืออาหารแดกด่วน) ที่มีการกล่าวถึงกันอย่างมากถึงรูปแบบการกินแบบนี้ที่มีถูกมองว่าเป็นอิทธิพลของการกินที่รับมาจากตะวันตก ทั้งที่ก่อนหน้านี้ก็มีการกินหลายอย่างรวมทั้งของชนชั้นสูงก็มาจากตะวันตกเช่นกัน แต่ก็ไม่ถูกวิพากษ์วิจารณ์เท่ากับการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดในระยะหลัง การทำความเข้าใจปรากฏการณ์เหล่านี้จำเป็นต้องอ่านรหัสหมายของปรากฏการณ์นี้ผ่านแนวคิดที่ว่าด้วยการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ เนื่องจากการบริโภคอาหารประเภทนี้ได้สร้างความหมายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ขึ้นจำนวนมากและเห็นได้เด่นชัด และสามารถแปลความหมายได้ แม้จะมีการข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมไปก็ตาม เพราะเป็นการค้นหาความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ที่อยู่ในแต่ละวัฒนธรรมนั่นเอง

⁵³ เกษียร เตชะพีระ, “บริโศกความเป็นไทย,” ใน ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, (บรรณาธิการ), จินตนาการสู่ปี 2000 นวัตกรรมเชิงกระบวนทัศน์ด้านไทยศึกษา? (กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2539), น. 92-93.

⁵⁴ อธิคม โกมลวิทย์ธร, “ทฤษฎีว่าด้วยการศึกษาเรื่องสังคมบริโภค,” *ร่วมทุกข์* 12: 2 (กุมภาพันธ์ 2537): 22-24.

การบริโภคข้ามวัฒนธรรมการสร้างและต่อรองความหมายระหว่างโลกาภิวัตน์กับท้องถิ่น

ในกลางทศวรรษ 1990 มีการประเมินกันว่าแต่ละวันจะมีลูกค้าจำนวน 30 ล้านคน เข้ามาใช้บริการในร้านแมคโดนัลด์ที่เปิดให้บริการอยู่ประมาณ 20,000 แห่งทั่วโลกกว่าร้อย ประเทศ และในปี 1995 บริษัทแมคโดนัลด์ทำยอดขายได้ทั้งหมด 30 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งในจำนวนนี้มีจำนวน 14 พันล้านเหรียญสหรัฐที่มาจากสาขานอกสหรัฐ และมีการเปิดร้านขึ้นที่ใหม่ สักแห่งในโลกในทุก 3 ชั่วโมง⁵⁵ แสดงให้เห็นว่าการแพร่หลายของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไปสู่สังคม อื่นที่ไม่ใช่แหล่งกำเนิดในสหรัฐอเมริกาเป็นไปอย่างเข้มข้นอย่างยิ่ง และคำถามที่ตามมาก็คือว่า การข้ามวัฒนธรรมของอาหารฟาสต์ฟู้ดไปสู่สังคมอื่นนั้นได้ส่งผลกระทบต่อสังคมการเมืองและเศรษฐกิจ ต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างไรบ้าง นี่คือการประเด็นสำคัญที่บทความนี้จะกล่าวถึงต่อไป

ปรากฏการณ์ข้ามวัฒนธรรมของวัตถุหรือสินค้ามีมานานแล้วในประวัติศาสตร์ของ มนุษยชาติ และนักประวัติศาสตร์และนักมานุษยวิทยาก็ให้ความสนใจเรื่อยมาถึงการเปลี่ยนแปลง ความหมายของวัตถุชนิดเดียวกันในวัฒนธรรมต่างกัน ว่าถูกบริโภคเหมือนหรือต่างกัน ใน วัฒนธรรมที่มีนัยผลิตขึ้นและให้ความหมายดั้งเดิมอย่างไร

ในการศึกษาในยุคปัจจุบันได้ให้ความสนใจกับการศึกษาสินค้าที่ข้ามวัฒนธรรมว่าได้ เกิดการให้ความหมายใหม่อย่างไร มีตำแหน่งแห่งที่อย่างไรในสังคมใหม่ที่สินค้านั้นเข้าไปเป็นส่วน หนึ่งของวัฒนธรรมนั้น โดยการศึกษาในแนวนี้ได้เน้นการจารีตของการศึกษาวัตถุที่เข้าไปสัมพันธ์กับ ชีวิตมนุษย์แล้วมักถูกสร้างความหมายให้มีตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมขึ้นมาในตัววัตถุ รวมทั้งใน กระบวนการสร้างความสัมพันธ์นั้นก็ผลิตความหมายต่าง ๆ ขึ้น หรือพูดง่าย ๆ ว่าวัตถุหรือสินค้านั้น มีชีวิตทางสังคมในตัวมันเอง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมต่าง ๆ⁵⁶

ในงานศึกษาการบริโภคเล่มสำคัญคือ Cross-Cultural Consumption: Global Markets Local Realities⁵⁷ ได้แสดงให้เห็นว่าเดิมนักมานุษยวิทยามองวัตถุ (หรือสินค้า) ว่าเป็นสิ่ง แสดงออกหรือเป็นพิมพ์เขียวของวัฒนธรรมที่แสดงออกมา เช่น เรามักอ้างอิงถึงสิ่งพื้นฐานทางวัตถุ ที่ผู้คนใช้อยู่อาทิ การแต่งกาย การใช้รถ หรือการแต่งงานว่าเป็นลักษณะสำคัญที่แสดงให้เห็นถึง

⁵⁵ James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, 3.

⁵⁶ Arjun Appadurai (ed.). *The Social life of things: Commodities in Cultural Perspective* (Cambridge: Cambridge University Press, 1986).

⁵⁷ David Howes (ed.). *Cross-Cultural Consumption: Global Markets Local Realities* (New York: Routledge, 1996), introduction, pp. 1-15.

วัฒนธรรมของเขา ซึ่งแมรี ดักลาสเชื่อว่าวัตถุหรือสินค้าเป็นผลรวมของการแสดงออกซึ่งความหมายที่สามารถอ่านออกได้ด้วยการถอดรหัสและแปลข้อมูลทางวัฒนธรรมที่ซ่อนอยู่ออกมาได้⁵⁸ ซึ่งแนวคิดที่ว่าสินค้าคือสาระหรือความเป็นแก่นสารที่ปรากฏของวัฒนธรรมนั้นได้ก่อให้เกิดการศึกษากันอย่างกว้างขวางด้วยวิธีการศึกษาแนววัตถุนิยมวัฒนธรรม (material Cultural Studies) แต่อย่างไรก็ตามการอธิบายว่าสินค้าเป็นสาระของวัฒนธรรมนั้นใช้ได้อย่างจำกัดต่อการพิจารณาการข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมของสินค้านั้น โดยเฉพาะในโลกปัจจุบันที่สินค้าเดินทางข้ามพรมแดนอย่างเข้มข้น ซึ่งแก่นสารของสินค้านั้นไม่ได้ติดตามสินค้านั้นไปด้วยเมื่อข้ามพรมแดนความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและวัฒนธรรมจึงจำเป็นต้องมีวิธีการศึกษาใหม่ที่เน้นความสำคัญของความสัมพันธ์ทางสังคมของการบริโภค หรืออีกนัยหนึ่งคือการค้นหาตรรกะวิธีคิดเกี่ยวกับการให้ความหมายหรือการใช้สินค้าซึ่งเป็นอยู่จริงในทุกเมื่อเชื่อกันในแต่ละสังคม⁵⁹ โดยเฉพาะในโลกสมัยใหม่ซึ่งสินค้าถูกบริโภคและให้ความหมายที่แตกต่างกันไปอย่างสิ้นเชิงระหว่างสังคมของผู้ผลิตหรือให้กำเนิดกับสังคมอื่นที่รับเอาสินค้านั้นไปบริโภค

ในการศึกษาและวิเคราะห์ฟาสต์ฟู้ดในสังคมตะวันตก ชิดนีย์ มินท์ มองว่าลูกค้าให้การสนับสนุนฟาสต์ฟู้ด เนื่องจากถูกให้ความหมายว่าเป็นตะวันตก ซึ่งในแง่นี้ความเป็นตะวันตกกับความทันสมัยได้ถูกเชื่อมโยงเอาไว้ด้วยความรับรู้ และจากประสบการณ์การไปใช้บริการและซื้อสินค้านั้นอันเป็นภาพตัวแทนของความทันสมัย ซึ่งทำให้คนที่บริโภคถูกมองว่าทันสมัยตามไปด้วย⁶⁰ ซึ่งในประเด็นของการเป็นภาพตัวแทนความทันสมัยของฟาสต์ฟู้ดก็ปรากฏชัดเจนเช่นกันในสังคมไทย

นั่นคือการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเพื่อแสดงถึงความโก้และเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัยดังปรากฏกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนไทยโดยเฉพาะวัยรุ่นดังกล่าวแล้วข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการบริโภคอาหาร ผู้บริโภคไม่ได้คาดหวังจะได้ประโยชน์จากการบริโภคแค่จากอาหารคือทำให้อิ่ม มีรสอร่อยเป็นที่พึงพอใจอย่างเดียวเท่านั้น แต่ในกระบวนการบริโภคนั้นได้มีการผลิตความหมาย และสร้างสัญลักษณ์ที่สื่อถึงการบริโภคนั้นได้ด้วย เช่น บอกทั้งตัวตนหรืออัตลักษณ์สถานภาพ รสนิยมของผู้บริโภคไปพร้อมกันด้วย ซึ่งก็เป็นการรวมเอาวิถีชีวิตทั้งหมดไว้ในการบริโภคสินค้า หรือกล่าวได้ว่าเป็นการบริโภคเชิงสัญลักษณ์นั่นเอง

⁵⁸ Ibid, p. 2.

⁵⁹ Ibid, p. 2.

⁶⁰ Sydney W. Mintz, "Afterword: Swallowing Modernity," in James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, p.198.

ส่วนในภาพรวมของสังคมทั่วโลกจอร์จ ริทเซอร์ ได้ให้ข้อสรุปว่าผู้คนมีปฏิริยาต่อกระบวนการ “แมคโดนัลดาภิวัตน์” ในสามรูปแบบด้วยกันคือ ประการแรก คือปรากฏการณ์คืนสู่รากเหง้าที่ผู้คนได้พยายามกลับไปหาสิ่งที่เป็นอยู่ในโลกก่อนสมัยใหม่ เช่น การหันไปซื้อของในร้านชำ เป็นต้น ประการที่สอง คือปฏิริยาของการต่อต้านกับกระบวนการ “แมคโดนัลดาภิวัตน์” โดยตรงด้วยการหันไปบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นคู่ตรงข้ามกับการจัดการแบบในร้านฟาสต์ฟู้ด เช่น การไปใช้บริการโรงแรมที่เป็นเสมือนบ้านแล้วเจ้าของดูแลเหมือนเป็นคนในบ้านพร้อมทั้งทำอาหารเข้าให้บริการด้วยที่เรียกกันว่า B&B (bed and breakfasts) แทนการไปพักในโรงแรมที่บริหารงานแบบแฟรนไชส์ หรือตัวอย่างของการไปท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ต้องไปอยู่กับเจ้าของบ้าน เป็นต้น ประการที่สาม นักวิเคราะห์ส่วนหนึ่งเชื่อว่าโลกกำลังเข้าสู่หลังสมัยใหม่ ซึ่งลักษณะของสังคมจะมีความเป็นเหตุผลน้อยลง และทุกอย่างจะไม่จริงจังยิ่งยวดจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นปรากฏการณ์ของแมคโดนัลดาภิวัตน์ที่มีอยู่ทั่วโลกนั้น ไม่ได้เป็นอะไรที่มากไปกว่าปรากฏการณ์ร่วมสมัยของสังคม ซึ่งเป็นโลกที่ปรากฏอยู่ชั่วคราวเท่านั้นเอง⁶¹

แมคโดนัลดาภิวัตน์แบบไทย ๆ : กระบวนการต่อรองของท้องถิ่น

การเกิดขึ้นของกระแสโลกาภิวัตน์ที่เชื่อมเอาโลกเข้ามาอยู่ใกล้ชิดกันด้วยเครือข่ายขนาดใหญ่ของระบบการสื่อสารและคมนาคมที่รวดเร็วและทั่วถึงเกือบทุกมุมโลก ได้เชื่อมโลกให้คนมาใกล้ชิดกันทางความรู้สึกและมีวัฒนธรรมบางอย่างที่ผลิตขึ้นจากกระบวนการโลกาภิวัตน์นั้น ขณะเดียวกันได้ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของสินค้าในระบบทุนนิยมโลกที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและเข้มข้นไปพร้อมกันด้วย ด้วยเหตุดังกล่าวได้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “ความเป็นหนึ่งเดียวทางวัฒนธรรม” ซึ่งในกระบวนการนี้มักจะมีการมองว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือสินค้าในท้องถิ่นถูกทำลายจากการเข้ามาของสินค้าจากประเทศตะวันตก (หรือบางทีหมายถึงอเมริกาเป็นการเฉพาะ) ที่ได้สถาปนาระบบอบการบริโภคที่เรียกว่า “โคคา-อาณานิคม (Coca-colonization)”⁶² ขึ้น หรือที่

⁶¹ George Ritzer, *The McDonaldization of Society: An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social Life*, p. 15.

⁶² อ้างใน David Howes (ed.). *Cross-Cultural Consumption: Global Markets Local Realities*, p.3.

ปัญญาชนไทยอย่างสุลักษณ์ ศิวรักษ์เรียกว่าตกเป็นทาสวัฒนธรรมตะวันตกนั่นเอง⁶³ ซึ่งจะว่าไปแล้วก็เป็นการมองวัฒนธรรมแบบผิวเผินตายตัวและมีการตัดสินเชิงคุณค่าปนอยู่มาก

อย่างไรก็ตามกระบวนการโลกาภิวัตน์นั้นไม่ได้มีแค่ในแง่มุมของการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นแต่อย่างเดียวนะ แต่บางครั้งก็ได้ไปสร้างสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้นมาใหม่หรือถูกนำไปใช้ในการสร้างหรือต่อรองความหมายใหม่ขึ้นในท้องถิ่นด้วย เช่น การบริโภคโค้กที่เป็นสัญลักษณ์ของอเมริกาและประชาธิปไตยแบบทุนนิยมในประเทศที่ไม่เป็นประชาธิปไตยถูกให้ความหมายว่าเป็น “การบริโภคความเป็นประชาธิปไตย” ในแง่นี้จึงกล่าวได้ว่าการข้ามวัฒนธรรมของสินค้าออกจากสินค้านั้นจะถูกเปลี่ยนแปลงความหมายให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจนเกิดการกลายพันธุ์ (mutability) แล้ว บางครั้งสินค้ายังสามารถถูกทำให้กลายเป็นพันธุ์ทาง (hybridization) จากการให้ความหมายของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่รับสินค้านั้น ด้วยการสวมทับความหมายอันใหม่ลงไปบนสินค้าอีกด้วย⁶⁴

ในแง่นี้จึงกล่าวได้ว่าหลักการบริหารธุรกิจหรือการผลิตสินค้าสมัยใหม่ 4 ประการที่เป็นปรัชญาของระบบแบบแมคโดนัลด์กาภิวัตน์ หรือปรัชญาเฉพาะของแมคโดนัลด์เองคือ QSC&V เมื่อเข้ามาอยู่ในบริบทของวัฒนธรรมไทยนั้น ปรากฏว่าได้เกิดปรับเปลี่ยนไปจากวัฒนธรรมที่ให้กำเนิดไปอยู่ไม่น้อย คือเป็นการปรับให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ทำให้ฟาสต์ฟู้ดเกิดการกลายพันธุ์ไปเมื่อมาอยู่ในสังคมไทย เนื่องจากการข้ามวัฒนธรรมของอาหารฟาสต์ฟู้ดจากแหล่งกำเนิดเดิมในสหรัฐอเมริกาไปสู่สังคมไทย ได้ผลิตสร้าง/ต่อรองความหมายกันในหลากหลายมิติด้วยกัน และเมื่อดำรงอยู่ในสังคมไทยเองแล้วความหมายก็ถูกผลิตสร้างใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน

จากการศึกษาของบรรจง ศีละวงษ์เสรีพบว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีการปรับตัวให้กับท้องถิ่น 5 ประการด้วยกันคือ ประการแรกผู้รับลิขสิทธิ์การค้าของร้านอาหารเร่งด่วนจะมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการตลาดโดยให้เข้ากับความเป็นท้องถิ่น ประการที่สอง ร้านอาหารด่วนมีการปรับเปลี่ยนและเพิ่มรายการอาหาร ประการที่สาม ร้านอาหารมีการปรับเปลี่ยนความหมาย

⁶³ สุลักษณ์ ศิวรักษ์, “ศาสนาและวัฒนธรรม: วิฤตการณ์และแนวโน้ม,” *ศิลปวัฒนธรรม* 16: 9 (พฤศจิกายน 2537): 103-104.

⁶⁴ David Howes (ed.). *Cross-Cultural Consumption: Global Markets Local Realities*, pp.3-6.

ของพื้นที่ โดยการทำให้พื้นร้านอาหารด่วนไม่จำเป็นต้องรับบริโภครีไทร์อีก ประการที่สี่ เด็กกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายของทางร้าน ประการสุดท้าย มีการเพิ่มในเรื่องของการให้บริการ⁶⁵

ในประเด็นของการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการร่วมกำหนดนโยบายการตลาดนั้น เป็นเพราะวัฒนธรรมการบริโภคของที่ละสังคัมไม่เหมือนกัน ผู้ประกอบการท้องถิ่นจะรู้ซึ่งถึงการตลาดภายในได้ดีกว่า แต่ก็เชื่อว่าทางบริษัทแม่จะไม่ช่วยดูแลตรงกันข้ามยังเป็นผู้ให้คำแนะนำบางอย่างเมื่อท้องถิ่นไม่ชำนาญ⁶⁶ ในแง่ของการเป็นอาหารการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดเมื่อแรกเข้ามาอยู่ในอีกวัฒนธรรมหนึ่งมักพยายามเสนอความหมายของการเป็นสากลหรือเป็นหนึ่งเดียวกันของอาหารที่คนกินเหมือนกันคือเน้นความเหมือนกันหรือมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก เช่น ต้องเป็นสูตรอาหารที่เหมือนกันรสชาติเดียวกัน กรรมวิธีการทำและส่วนผสมจะเหมือนกัน เป็นต้น แต่ก็ใช้ว่าร้านอาหารเหล่านี้จะปฏิเสธต่อการปรับตัวกับท้องถิ่น โดยเฉพาะเมื่อเข้ามาอยู่ในท้องถิ่นเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้วมักจะปรับตัวและถูกท้องถิ่นปรับเปลี่ยนให้รับใช้รสนิยมท้องถิ่นมากขึ้น เช่น การมีข้าวไก่ย่าง แซบ พืชชาหน้าต้มยำ แฮมเบอร์เกอร์สกระเพาะ เป็นต้น เหล่านี้ล้วนเป็นการเข้ามามีส่วนร่วมของการต่อรองความหมายของท้องถิ่นทั้งสิ้น ซึ่งก็เท่ากับนำไปสู่การปรับเปลี่ยนรายการอาหารให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้นนั่นเอง

ในแง่ของการเปลี่ยนแปลงในเรื่องวิถีคิดและการใช้พื้นที่เป็นประเด็นสำคัญประการหนึ่ง โดยหลักแล้วแม้ว่าการออกแบบและตกแต่งร้านของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจะเป็นรูปแบบเดียวกับร้านที่เป็นต้นแบบในประเทศแม่ของเฟรนไชส์ โดยออกแบบให้เป็นร้านที่โปร่งใสไปด้วยกระจก ใช้สีสดใสสดุดตา และออกแบบเก้าอี้ให้ที่นั่งสบายจะได้รียกนั่งสบายก็ตาม แต่เมื่อเข้ามาอยู่ในบริบทสังคมไทยนั้นกลับกลายเป็นว่าลูกค้าคนไทยโดยเฉพาะวัยรุ่นชอบนั่งกันเป็นเวลานาน ๆ⁶⁷ ในร้านแมคโดนัลด์ที่มักไปตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษามัธยมขนาดใหญ่ อย่างโรงเรียนเซนต์คาเบรียล สตรีวิทยา ก็พบว่ามักมีเด็กนักเรียนมานั่งทำการบ้านหรือใช้เป็นสถานที่ที่ติววิชาเรียนเป็นเวลานาน ๆ และเป็นที่ซึ่งวัยรุ่นมักใช้เป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ ส่วนลูกค้ากลุ่มคนทำงานก็

⁶⁵ บรรจง ศีลวงษ์เสรี, “แมคโดนัลด์าภิวัตน์” (McDonaldization) ภัตตาคารอาหารด่วน (Fast Food Restaurant) และกระบวนการทำงานแบบแมค(McDonaldized work process): การศึกษาเบื้องต้น, น. (1).

⁶⁶ เรื่องเดียวกัน, น. 44-45.

⁶⁷ สมศรี สุขุมลันนันทน์, “ทำกิน-ซื้อกิน,” สตรีสาร 42: 22 (22 เมษายน 2532): 116.

มักจะมานั่งอ่านหนังสือและทำงานในร้านซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เวลานานเกินกว่าครึ่งชั่วโมงขึ้นไป⁶⁸ และบางครั้งก็มีการฉลองวันเกิด หรือจัดปาร์ตี้กันในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดอีกด้วย

ในแง่การเป็นร้านบริการอาหารด่วนหรือฟาสต์ฟู้ดที่ต้องการความเร็วในการจัดการกับการกินอาหารก็ไม่ตรงกับความคิดหวัง เพราะร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดได้ถูกให้ความหมายใหม่จากผู้บริโภคท้องถิ่น ให้เป็นพื้นที่เสรีที่ให้บริการจากร้านเพียงเล็กน้อยก็สามารถจับจองพื้นที่ประกอบกิจกรรมของตนเองได้ และทางร้านก็ไม่ได้ไล่ ในประเด็นนี้ แสดงให้เห็นว่าร้านอาหารแบบนี้เป็นร้านที่มีเสรีภาพสูงในสังคมที่พื้นที่มีอำนาจจับจองอยู่มากอย่างสังคมตะวันออก อย่างในไต้หวันที่ร้านแมคโดนัลด์ถูกมองว่าเป็นพื้นที่สาธารณะเสียยิ่งกว่าสวนสาธารณะหรือห้องสมุดสาธารณะตราบนานเท่าที่ไม่ไปรบกวนกิจการร้านและลูกค้าคนอื่นก็สามารถอยู่ในร้านทุกเมื่อ⁶⁹ เหมือนที่นักวิชาการบางคนมองว่าร้านฟาสต์ฟู้ดเป็น “โรงละครแห่งความเสมอภาค (theatre of equality)”⁷⁰

การเปลี่ยนแปลงแบบแผนการกินในสังคมไทย ได้ทำให้ร้านฟาสต์ฟู้ดมีลูกค้าที่เป็นคนในเมืองที่มีวิถีชีวิตแบบใหม่มากขึ้นตลอดเวลา โดยเฉพาะผู้บริโภครุ่นใหม่ที่เคยชินกับการเข้ามากินอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งแต่เด็กจะมีความคุ้นเคยกับการใช้บริการอาหารประเภทนี้มาก เหมือนดังกรณีของการศึกษาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้พบว่า การเน้นที่ลูกค้าเด็กนอกจากจะได้ผลในการเพิ่มลูกค้าเด็กที่มีกำลังซื้อจากเงินที่พ่อแม่ให้แล้ว ยังได้ผลที่ทำให้เด็กกลายมาเป็นลูกค้าประจำไปตลอดชีวิตของเขาอีกด้วย⁷¹ เมื่อเขาโตเป็นผู้ใหญ่ก็กลายเป็นลูกค้าต่อไป ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้และประสบความสำเร็จอย่างมากจากในประเทศให้กำเนิดอย่างในสหรัฐอเมริกาเมื่อทศวรรษ 1980⁷² เช่นกัน แต่นั่นคือหลังจากถูกลูกค้าผู้ใหญ่เข้ามาใช้บริการน้อยลง แต่ในตลาดเอเชีย เด็กได้

⁶⁸ บรรจง ศิละวงษ์เสรี, “แมคโดนัลด์ดาภิวัตน์” (McDonaldization) ภัตตาคารอาหารด่วน (Fast Food Restaurant) และกระบวนการทำงานแบบแมค(McDonaldized work process): การศึกษาเบื้องต้น, น. 49.

⁶⁹ David Y.H. Wu. “McDonald’s in Taipei: Hamburger, Betel Nuts, and National Identity,” In James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald’s in East Asia*, p. 130.

⁷⁰ อ้างจาก Allan Sheldon, “A Theatre for Eating, Looking, and Thinking: The Restaurant as Symbolic Space,” *Sociological Spectrum* 10: 507-26 (1990). ใน James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald’s in East Asia*, p. 30.

⁷¹ James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald’s in East Asia*.

⁷² อีริก สลอสเซอร์, *มหาอำนาจฟาสต์ฟู้ด*, 66-72.

กลายเป็นเป้าหมายหลักมาตั้งแต่ต้นเลยทีเดียว บางร้านถึงกับมีอุปกรณ์เด็กเล่น และมุมสวนสนุกเลยทีเดียว และการมีของแถมเป็นของเล่นก็นับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญด้วยเช่นกัน

ส่วนประเด็นสุดท้ายคือการบริการนั้นแม้ว่าร้านฟาสต์ฟู้ดจะถูกออกแบบมาหาลูกค้าบริการตัวเองเป็นหลัก แต่การบริการทั่ว ๆ ไปของร้านให้ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการรับรายการอาหาร หรือการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในในระบบแมคโดนัลด์จากแหล่งกำเนิดแม้จะเน้นการบริการด้วยรอยยิ้มและมีอัธยาศัยดีเช่นกัน แต่การบริการของร้านฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทยนอกจากจะบริการด้วยรอยยิ้ม (อาจจะด้วยมายาคติของยิ้มสยาม) ที่ผู้บริหารร้านอาหารประเภทนี้คิดว่าพิมพ์ใจกว่าที่อื่นแล้ว ยังมีการปรับบริการให้พนักงานนอกจากจะต้องดูแลลูกค้าอย่างให้ได้รับบริการอย่างพอใจที่สุด หรือเมื่อรายการอาหารที่สั่งนั้นต้องคอยนานก็จะมีการให้หมายเลขไปนั่งคอยที่โต๊ะ แล้วพนักงานจะนำไปส่งถึงโต๊ะซึ่งเป็นบริการที่เพิ่มขึ้นมาและคงมีเฉพาะในประเทศไทย รวมทั้งต้องเอาใจลูกค้า เหมือนกับต้องเอาใจเขามาใส่ใจเราด้วย⁷³ ซึ่งตรงกันกับที่วาทิน จรุงกิจอนันต์ตั้งข้อสังเกตเอาไว้เมื่อร้านแมคโดนัลด์มาเปิดใหม่ ๆ ว่า พนักงานคนไทยค่อนข้างจะเอาใจใส่ลูกค้า และต้องคิดว่าลูกค้าถูกต้องเสมอ⁷⁴

นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงของความหมายในแง่อื่น ๆ อีก ที่สำคัญคือ ในแง่ของการเป็นอาหารที่ถูกให้ความหมายเป็นอาหารหลักที่กินอิ่มได้ในเวลาอันรวดเร็ว ราคาถูก และยังมีความสะดวกเหมาะกับคนทำงานโดยเฉพาะชนชั้นแรงงานที่ต้องการอาหารในปริมาณมากและไม่แพงในแหล่งกำเนิดดั้งเดิมนั้น แต่พอเข้ามาในบริบทสังคมไทยอาหารหนักเป็นมือหลักกลายเป็นแค่อาหารกินระหว่างมือหรือเป็นของกินเล่นเหมือนขนม อย่างที่ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์เคยพูดถึงว่าคนไทยกินอาหารประเภทขนมปังที่ใส่ไส้เนื้อนี้เป็นขนม และต้องไปกินอาหารหลักที่เป็นข้าวหรือแบ่งเป็นมือหลักตามความเคยชิน⁷⁵ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นเช่นเดียวกันกับที่เกิดขึ้นในฮ่องกง ที่คนมองว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นของกินเล่นมากกว่าจะเป็นอาหารมือหลักและมองว่า

⁷³ บรรจง ศีละวงษ์เสรี, “แมคโดนัลด์าภิวัตน์” (McDonaldization) ภัตตาคารอาหารด่วน (Fast Food Restaurant) และกระบวนการทำงานแบบแมค(McDonaldized work process): การศึกษาเบื้องต้น, น. 49.

⁷⁴ วาทิน จรุงกิจอนันต์, “แฮมเบอร์เกอร์,” *สตรีสาร* 38: 9 (26 พฤษภาคม 2528):43.

⁷⁵ เรื่องเดียวกัน, น. 43.

แฮมเบอร์เกอร์เป็นของกินประเภทขนมปังมากกว่ามองว่าเป็นเนื้อเหมือนกับชาวอเมริกัน⁷⁶ ทางร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในเมืองไทยจึงพยายามจะทำให้อาหารของร้านมีลักษณะเป็นอาหารมื้อหลักมากขึ้นด้วยการเพิ่มเมนูที่มีข้าวเป็นองค์ประกอบหลัก⁷⁷ เช่น ข้าวยำไก่แช่ของร้านเคเอฟซี แมคเบอร์เกอร์ข้าวเหนียวหมูย่าง เป็นต้น

นอกจากนี้ความหมายของการเป็นอาหารราคาถูกในแหล่งกำเนิดอย่างอเมริกาที่ชนชั้นแรงงานรายได้น้อยสามารถจะกินได้ทุกมื้อเพราะได้ปริมาณอาหารมากจากการจ่ายราคาถูกแต่ในสังคมไทยกลายเป็นอาหารราคาแพงที่นิยมบริโภคกันในหมู่คนเมืองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี ดังที่อรวิทย์ ทรอกี เขียนสะท้อนเอาไว้ว่า

ผู้ที่มีเงินพอจะเลือกกินได้ อาจเลือกกินอาหารฝรั่ง บางคนติดใจความสะดวกและง่ายดายของการทำกินแบบฝรั่ง บางคนชอบเพราะอยากแสดงความหรูหรา ร่ำรวย หรืออวดรสนิยมตะวันตก บางคนทำใจให้ชอบ เพราะเข้าใจว่าอาหารฝรั่งล้วนแต่เป็นของดีมีประโยชน์⁷⁸

การที่ฟาสต์ฟู้ดถูกให้ความหมายว่าเป็นอาหารราคาแพงและคนกินต้องมีฐานะทางเศรษฐกิจดีพอสมควร สอดคล้องต้องกันอย่างยิ่งในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่กำลังเกิดขึ้นชั้นกลางรุ่นใหม่ขึ้นจำนวนมาก จากการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจไทยในช่วง 2-3 ทศวรรษ หลังจากการพัฒนาประเทศที่เริ่มขึ้นในทศวรรษ 2500 ดังจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

การพัฒนาเศรษฐกิจ ความเป็นเมือง: พื้นที่และเวลาที่เปลี่ยนแปลงของการกิน

ถ้าหากพิจารณาในภาพรวมของสังคมไทยแล้วจะพบว่าการเกิดขึ้นและต่อมาได้ขยายตัวอย่างขนานใหญ่ของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดนั้นไม่ได้เกิดในสุญญากาศ แต่แทบจะแยกไม่ออกจาก

⁷⁶ James Watson, "McDonald's in Hong Kong: Consumerism, Dietary Change, and the Rise of a Children's Culture," In James Watson (ed.), *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, pp. 84-85.

⁷⁷ บรรจง ศิละวงษ์เสรี, "แมคโดนัลด์ดิฟิเคชัน" (McDonaldization) ภัตตาคารอาหารด่วน (Fast Food Restaurant) และกระบวนการทำงานแบบแมค (McDonaldized work process): การศึกษาเบื้องต้น, น.47.

⁷⁸ ไทเกอร์ดี (นามแฝง-อรวิทย์ ทรอกี), "มองญี่ปุ่นแล้วมองไทย," *สตรีสาร* 35: 39 (26 ธันวาคม, 2525): 119.

การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศที่ทำให้เกิดการจ้างงานและคนไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นจนกลายเป็นชนชั้นกลางที่เป็นพลังค้ำจุนทั้งเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้นเรื่อยมาตั้งแต่ทศวรรษ 2510 และยังส่งผลให้เกิดการเติบโตของเมืองเป็นไปอย่างไม่หยุดยั้งด้วย การเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิตของชนชั้นกลางหรือคนงานคอปกขาวที่ต้องทำงานในสำนักงาน หรือ "คนงานนั่งโต๊ะ" ที่มีจำนวนถึงประมาณ 4.5 ล้านคนในปี พ.ศ. 2534 ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 9 เท่าในรอบสามทศวรรษนับจากเริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา⁷⁹

และโดยสภาพของการทำงานของกลุ่มคนเหล่านี้ที่ต้องมีเวลาทำงาน เวลาพักผ่อน รวมถึงเวลาในการกินที่ค่อนข้างชัดเจน แบบแผนของการใช้ชีวิตที่ถ้าเลือกอยู่ในเมืองก็ต้องอาศัยอยู่ในห้องเช่า แพลตหรือคอนโดมิเนียมที่ไม่สะดวกในการประกอบอาหารกินเอง หรือถ้าเลือกไปมีบ้านชานเมืองแล้วขับรถเข้ามาทำงานในเมืองก็ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารรับประทานในครอบครัวทำให้ต้องพึ่งแหล่งอาหารนอกบ้านกันมากขึ้น ทำให้การเปลี่ยนแปลงแบบแผนจากการกินอาหารปรุงในบ้านมาเป็นซื้ออาหารปรุงสำเร็จหรือกินอาหารนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นมาตั้งแต่ทศวรรษ 2520⁸⁰

การกินอาหารนอกบ้านที่เพิ่มขึ้นของคนเมืองทำให้เกิดร้านขายอาหารมีเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับการเริ่มมีอาหารแบบ "คอฟฟี่ช็อป" ที่ให้บริการตลอดทั้งวันทั้งคืนทำให้แบบแผนการกินของคนในเมืองกรุงนั้นเริ่มไม่แบ่งเป็นมื้อและมีเวลากินที่แน่นอนอีกต่อไป เพราะสามารถหาซื้อกินกลางคืนได้ในร้านที่เปิดทั้งคืนมาตั้งแต่ทศวรรษ 2510⁸¹ ซึ่งเป็นช่วงที่ร้านอาหารเกิดใหม่เฟื่องฟูอย่างมาก และการเกิดขึ้นของซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อที่ตามมามีส่วนทำให้เวลากินของคนไทยเปลี่ยนไปมากเช่นกัน

การเปลี่ยนแปลงของสถานที่ซื้อกินที่มีมากขึ้นและสะดวกขึ้นโดยส่วนใหญ่จะขายอาหารปรุงสำเร็จสามารถไปกินที่ร้าน หรือซื้อมากินที่บ้านได้เลยเพียงแค่อุ่นไม่ต้องปรุงเอง ทำให้การบริโภคอาหารจากเดิมที่เคยเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกคนครัวจะให้ความสำคัญและต้องจัดหาปรุงอาหารกินเองในบ้านเป็นหลัก และเกือบทุกมื้อ เมื่อเกิดความเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตประจำวันอัน

⁷⁹ ผาสุก พงษ์ไพจิตรและคริส เบเคอร์. เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ . เชียงใหม่: ตรัสวิน, 2542, น. 620.

⁸⁰ ขาดิชา มุกสง, น้ำตาลกับวัฒนธรรมการบริโภคสหวนในสังคมไทย พ.ศ. 2504-2539, น. 163 และดูรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงของทั้งสถานที่และเวลาในการกินของคนในเมืองหลวงได้ใน บทที่ 3.

⁸¹ ขาดิชา มุกสง, น้ำตาลกับวัฒนธรรมการบริโภคสหวนในสังคมไทย พ.ศ. 2504-2539, น. 141-144.

เกิดจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจคือหน้าที่การงาน ซึ่งต้องแบ่งเวลาสำหรับทำงานและพักผ่อนหรือทำกิจกรรมอย่างอื่นค่อนข้างชัดเจน ก็ส่งผลให้เวลาสำหรับทำอาหารกินเองลดน้อยลงไป เพราะต้องให้ความสำคัญกับเวลาในการประกอบอาชีพมากที่สุด และการเติบโตของเศรษฐกิจที่ทำให้เกิดการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจนมากขึ้น และเงินก็มีบทบาทเป็นตัวแลกเปลี่ยนที่สำคัญ การทำอาหารขายก็กลายเป็นอาชีพเหมือนอาชีพอื่น และคนทำอาชีพอื่นก็มาซื้อกินไม่ทำกินเอง หรือทำกินเองน้อยลง ซึ่งก็คือเป็นการแบ่งงานกันทำนั่นเอง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงด้านเวลาและสถานที่ซึ่งสามารถซื้อกันได้ตลอดทั้งวันทั้งคืน ก็มีผลให้เกิดโอกาสในการกินอาหารปรุงสำเร็จจากนอกบ้านหรือไปกินอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นด้วย

นอกจากนี้อาหารฟาสต์ฟู้ดยังสอดคล้องและรับใช้วิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองเป็นอย่างดี เพราะตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมสำคัญคืออยู่พื้นที่ที่ใช้เวลาในการทำงานคืออาคารสำนักงาน และสถานที่ใช้เวลาว่างจากการทำงานคืออยู่ในห้าง ซึ่งเป็นพื้นที่อันเป็นสัญลักษณ์หรือตัวแทนของความก้าวหน้าและทันสมัยของระบบทุนนิยม ในขณะที่ร้านก๋วยเตี๋ยวและข้าวแกงเป็นตัวแทนของการบริโภคที่ปกติธรรมดา จึงแทรกตัวอยู่ในพื้นที่ห้องแถว ริมทางเท้า ซอกซอยอันเป็นพื้นที่แบบเก่าที่สัมพันธ์กับความล้าหลังหรือไม่ทันสมัย

โดยการเลือกทำเลเปิดร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดนั้นห้างสรรพสินค้านั้น ส่วนใหญ่มักเลือกเอาทำเลที่ดีที่สุดคือบริเวณหน้าห้างที่มีผู้คนผ่านไปมาและเป็นจุดที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด ส่วนสาเหตุที่เลือกเอาห้างสรรพสินค้าเป็นทำเลเปิดร้านก็เนื่องด้วยห้างสรรพสินค้าจะเป็นแหล่งรวมของกิจกรรมคนเมืองหลากหลายประการ จึงมีผู้คนจำนวนมากในแต่ละวัน นอกจากนั้นยังมีความสะดวกเรื่องที่จอดรถ รวมทั้งสามารถทำกิจการหลายอย่างได้พร้อมกันต่อการมาครั้งเดียว เช่น ถ้าต้องการดูหนังก็อาจต้องแวะเข้าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดหาอาหารรองท้องหรือนั่งกินรอเวลาดูหนัง เป็นต้น การเลือกทำเลที่อำนวยความสะดวกต่อผู้เข้ามาใช้บริการของร้านฟาสต์ฟู้ดจึงเป็นประเด็นสำคัญที่สุดของการเปิดร้านอาหารประเภทนี้ โดยสำคัญที่สุดคือที่จอดรถ ซึ่งจากประสบการณ์ของร้านแตรี่ควีนที่เปิดในห้างแถวในย่านรามคำแหงที่มีคนพลุกพล่าน แต่บริเวณนั้นไม่มีที่จอดรถ ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือกลุ่มของครอบครัวที่ส่วนใหญ่จะขับรถมาหาที่จอดรถไม่ได้ จึงไม่สามารถที่จะเข้าไปนั่งในร้านได้⁸² ทำยที่สุดร้านจึงต้องปิดตัวไปเพราะไม่มีลูกค้า

จากเนื้อหาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดได้กลายเป็นวิถีการบริโภคในชีวิตประจำวันของคนในเมืองคุ้นชินไปแล้ว เรื่องราคาหรือประโยชน์ที่ควรได้รับการ

⁸² รายงานผู้จัดการ, “แตรี่ ควีน จาก สยาม ฟาสต์ฟู้ด สู่ ไทย แตรี่ฟู้ด แล้วต่อไปจะเป็นอะไร,” ผู้จัดการรายเดือน (มิถุนายน 2531): 14.

บริโภคจึงเป็นสิ่งที่ไม่มีใครมาคำนึงถึงอีกต่อไป รวมทั้งการพิจารณาคุณประโยชน์ทางโภชนาการของฟาสต์ฟู้ดด้วยหรือแม้กระทั่งการให้ความหมายว่าก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพตามมาด้วย ดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไป

ฟาสต์ฟู้ดกับภาพลักษณ์ความเป็นผู้ร้ายในวงการสุขภาพ

ในขณะที่อาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดกำลังเฟื่องฟูอย่างมากในทศวรรษ 2530 ปัญหาที่เกิดจากการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดก็ยังไม่ปรากฏให้เห็นในช่วงต้นทศวรรษ 2530 ดังที่ อรวินท์ ทроки (โทเรกิริตี) ในฐานะนักโภชนาการได้แสดงความกังวลถึงรูปแบบการกินของคนไทยที่กำลังเปลี่ยนไป กินอาหารฟาสต์ฟู้ดมากขึ้นจะมีปัญหาสุขภาพเหมือนกับชาวอเมริกันผู้เป็นต้นตำรับวัฒนธรรมฟาสต์ฟู้ดไว้ว่า “ประเทศไทยยังไม่มีปัญหาโภชนาการเนื่องจากการกินไขมันมากเกินไปเหมือนในสหรัฐอเมริกา หากกินฟาสต์ฟู้ดกันบ่อย ๆ ในไม่ช้าชาวไทยอาจมีปัญหาด้านโภชนาการเหมือนชาวอเมริกัน หากอยากลดพลังงานและไขมันลง อาจเลือกกินแฮมเบอร์เกอร์อย่างธรรมดาที่มีเนื้อเป็นไส้ชั้นเดียว (ให้พลังงาน 263 แคลอรี และไขมัน 11 กรัม) เลือกน้ำอัดลมไม่มีแคลเซียมเลย ตรงกันข้ามกับมิลค์เชค ซึ่งให้แคลเซียมกว่า 300 มิลลิกรัม หรือประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของปริมาณแคลเซียมที่ควรจะได้รับในหนึ่งวัน”⁸³ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในขณะนั้นการมองอาหารฟาสต์ฟู้ดยังไม่ถึงกับส่งผลเลวร้ายต่อร่างกายมากหากรู้จักเลือกกิน

ปัญหาของการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ถูกหยิบยกมาพูดถึงและวิพากษ์วิจารณ์ถึงผลร้ายของมันในแง่ลบต่าง ๆ นั้น เกิดขึ้นเมื่อเลยกลางทศวรรษ 2530 ไปแล้ว เนื่องจากความเติบโตของอาหารฟาสต์ฟู้ดได้เกิดขึ้นมาเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่งจนเห็นผลลบของการรับประทานอาหารประเภทนี้แล้ว คนบางกลุ่มที่เฝ้าจับตาดูผลของการหันมาบริโภคอาหารประเภทนี้ของคนไทยกันมานานพอสมควรแล้ว จึงได้แสดงทัศนคติวิพากษ์วิจารณ์ไปในแง่ลบที่แตกต่างกันออกไป ดังเช่น ส. ศิวรักษ์ ปัญญาชนผู้มีชื่อเสียงล้าคฤคนหนึ่งแห่งยุคได้ออกมาวิจารณ์การกินอาหารฟาสต์ฟู้ดพร้อมกับตั้งสมญาว่า “อาหารแตกดวน” อันเป็นสัญลักษณ์ของการตกเป็นทาสบริโภคนิยมและทุนนิยมของคนไทยอย่างบ้าคลั่ง⁸⁴

แต่ประเด็นการวิวาทะกับอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ทำอย่างต่อเนื่องและมีมาอย่างหลากหลายที่สุดก็คือการสร้างวิวาทะให้อาหารประเภทนี้เป็นภัยอันตรายต่อสุขภาพ โดยมักจะเป็นมุมมองจาก

⁸³ โทเรกิริตี (นามแฝง-อรวินท์ ทроки), “ฟาสต์ฟู้ด,” *สตรีสาร* 41: 29 (9 ตุลาคม 2531): 117.

⁸⁴ สุลักษณ์ ศิวรักษ์, “ศาสนาและวัฒนธรรม: วิฤตการณ์และแนวโน้ม,” *ศิลปวัฒนธรรม* 16: 9 (พฤศจิกายน 2537): 103-104.

คนในแวดวงสุขภาพและนักโภชนาการเป็นส่วนใหญ่ ที่มองว่าอาหารประเภทนี้ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสม เพราะอุดมไปด้วยสารอาหารที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของคนเมืองที่บริโภคอย่างล้นเหลือ แต่ใช้พลังงานน้อยอยู่จึงทำให้เกิดโรคตามมา บ้างก็เรียกว่าเป็น “อาหารขยะ” ซึ่ง “ความจริงแล้วอาหารขยะมาจากภาษาอังกฤษว่า junk food แปลว่า ของไม่มีค่า เป็นอาหารด้อยคุณภาพ มีไขมันเยอะ เป็นอันตรายต่อโรคอ้วน โรคหัวใจ ซึ่งห้ามเด็ก ๆ ของเขารับประทาน การที่เด็กไทยนิยมรับประทานอาหารเหล่านี้ส่วนหนึ่งมาจากแฟชั่น สถานที่ บรรยายาค สโมสรโฆษณา ซึ่งเด็กคิดว่าโก้หรู ทันสมัย จริง ๆ แล้วจะก่อให้เกิดปัญหาโรคอ้วนในอนาคต”⁸⁵

นักโภชนาการในปลายทศวรรษ 2530 ได้ให้ความเห็นว่า อาหารประเภททอด ๆ ทั้งหลาย น่าเป็นห่วง เช่น มันฝรั่งทอด ไก่ทอด พอแม่มบางคนตามใจเด็ก ๆ มากเกินไปยอมให้ลูก ๆ รับประทานแฮมเบอร์เกอร์ หรือขนมขบเคี้ยวจนอ้วนแล้วไม่ยอมรับประทานอาหารอย่างอื่น ทำให้ได้รับไขมันมากเกินไป ได้กากอาหารและใยอาหารไม่เพียงพอ แต่การจะพูดว่าให้เลิกรับประทานอาหารขยะก็คงไม่ได้ แต่ควรรับประทานในสัดส่วนที่พอเหมาะ หรือหากรับประทานแฮมเบอร์เกอร์ ก็ควรตามด้วยนมสักแก้วหนึ่ง เพื่อจะได้คุณค่าทางอาหารที่ร่างกายต้องการ⁸⁶

ในขณะที่นักโภชนาการอย่างอรวิทย์ ทรอกี ได้ให้ความหมายของอาหารขยะในเชิงโภชนาการแทบจะปราศจากอคติส่วนตัวว่า ขึ้นชื่อว่าอาหารเป็นสิ่งที่กินได้ ซึ่งน่าจะมีประโยชน์บ้าง อาหารขยะก็ไม่ใช่อาหารไร้ประโยชน์ เป็นแต่เพียงอาหารที่ไม่สมดุลในแง่คุณค่าทางโภชนาการ มีคาร์โบไฮเดรตและหรือไขมันเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ แต่มีสารอาหารอื่นน้อยได้แก่โปรตีน เกลือแร่ และวิตามิน นอกจากนั้นยังขาดกากซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการขับถ่าย เมื่อกินอาหารขยะคนกินจะรู้สึกอึด แต่ร่างกายจะอึดเพียงแค่งานเท่านั้น ยังขาดสารอาหารที่จำเป็นแก่ร่างกายอีกมาก นอกจากนั้นอาหารขยะมักมีรสอร่อย มีแป้ง น้ำตาล หรือน้ำมันผสม จึงมีรสหวานมัน หรือหวานมันชวนกิน ที่ชอบกินอาหารขยะกันก็เพราะอยากจะกินตามใจปาก ตีใจในรสชาติ⁸⁷ มากกว่าต้องการกินเพื่อประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งอาหารในชีวิตประจำวันของผู้คนในยุคปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นอาหารคาว อาหารหวาน หรือของว่าง ก็ล้วนเป็นอาหารขยะได้ทั้งนั้น น้ำอัดลมก็เป็นอาหารขยะอย่างหนึ่ง

อันที่จริงการกินอาหารฟาสต์ฟู้ดนั้นนอกจากการกินอาหารซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการกินหรือเป็นงานหลักแล้ว สิ่งที่ร้านอาหารประเภทนี้ต้องมีเคียงคู่อยู่ด้วยกันคือ เครื่องดื่มที่ไม่ใช่น้ำเปล่าเพียงอย่างเดียว และโดยมากจะเป็นเครื่องดื่มที่นิยมมากในโลกสมัยใหม่อย่าง กาแฟ น้ำอัดลม น้ำ

⁸⁵ อาภา อภิชาติ, “อาหารขยะ,” *สตรีสาร* 47: 26 (1 กันยายน 2537): 111.

⁸⁶ อาภา อภิชาติ, “อาหารขยะ,” *สตรีสาร* 47: 26 (1 กันยายน 2537): 111.

⁸⁷ ไทรกิติ์, (นามแฝง-อรวิทย์ ทรอกี), “อาหารขยะ,” *สตรีสาร* 47:29 (2 ตุลาคม 2537):116-117.

ผลไม้ ฯลฯ ซึ่งมักจะนิยมขายมาให้กินด้วยกันอย่างสอดคล้องสมพงษ์กันดี ถ้าหากได้กินครบชุดแบบที่ทางร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมักจะเสนอให้ลูกค้าเลือก โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่มักจะกินควบคู่กับฟาสต์ฟู้ดคือน้ำอัดลม

ถ้าจะว่าไปแล้วการหลายคนเข้าใจว่าแฮมเบอร์เกอร์ฮอตดอก หรือพิซซ่าเป็นอาหารขยะ ทั้งที่จริงแล้วอาหารเหล่านี้เป็นอาหารที่มีประโยชน์ ในเนื้อมีโปรตีนสูง มีเกลือแร่ และวิตามินไม่น้อยเลย ถูกมองว่าเป็นเพราะวิถีชีวิตของผู้บริโภคเองที่ใช้พลังงานน้อย อาหารที่กินจึงกลายเป็นพลังงานส่วนเกินของร่างกายไป และที่สำคัญ “น้ำตาลและน้ำมันที่ใช้ทอดอาหารเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้อาหารที่ดีกลายเป็นอาหารขยะ”⁸⁸

และนอกจากนี้นักโภชนาการก็ตั้งข้อสังเกตว่าในปัจจุบันนี้ข้อมูลคุณค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดของตะวันตกที่เข้ามาแพร่หลายในประเทศไทยนั้น ยังนับว่ามีน้อยมาก และข้อมูลเหล่านี้จะมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้เพราะอาหารฟาสต์ฟู้ดน่าจะมีความสัมพันธ์กับโรคทางโภชนาการ เช่น โรคอ้วน โรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด โรคไขมันสูง⁸⁹

เมื่อเผชิญกับกระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคที่มองอาหารฟาสต์ฟู้ดว่าเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ทางด้านผู้ประกอบการก็พยายามปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนด้วยการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ หรือสร้างสัญญาใหม่ขึ้นมาตอบสนองของกลุ่มผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นด้วย จึงทำให้ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดได้นำเอาสัญญาสุขภาพของผู้บริโภคมาใช้ขายสินค้าใหม่ของตน ด้วยการออกเมนูสุขภาพให้ลูกค้าเลือกซื้อ ดังที่จำยุทธจักรฟาสต์ฟู้ดอย่างแมคโดนัลด์ได้ลุกขึ้นมาฉวยโอกาสตอบสนองตลาดใหม่สำหรับกระแสความห่วงใยสุขภาพที่เพิ่มขึ้นของสังคม ด้วยการเลือกสรร “เมนูแห่งทศวรรษ 1990” ซึ่งประกอบไปด้วยอาหารไขมันต่ำทั้งสิ้นสู่ตลาด⁹⁰

หรือการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของร้านพิซซ่าหลังคนไทยเริ่มเบื่ออาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทนี้ โดย “เดอะ พิตซ่า คอมปะนี” ได้พยายามเร่งปรับภาพลักษณ์ใหม่ให้หนีภาพเดิม ๆ ที่เป็นร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดให้กลายเป็นร้านทำทางสบาย ๆ มีหลากหลายเมนูมากขึ้นกว่าเดิมและมีอาหารไทยด้วย หลังจากทดลองแปลงโฉมแล้ว 3 สาขาปรากฏว่าได้ผลดีมียอดขายพุ่ง 30 % จึงตั้ง

⁸⁸ เรื่องเดียวกัน, น. 118.

⁸⁹ จุริพร จิตจำรูญโชคไชย, ครรชิต จุตประสงค์, และเอกราช เกตวัลย์, “คุณค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด: สารอาหารหลัก,” *อาหาร* 22: 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2535): 31.

⁹⁰ โลกของผู้จัดการ, “แมคโดนัลด์...ชูเมนูไขมันต่ำ,” *ผู้จัดการรายเดือน*, 8 (พฤษภาคม 2534): 72.

เป้าปรับปรุงร้านและเมนูใหม่ทั้งหมด 134 แห่งใน 3 ปี โดยตั้งงบประมาณขยายสาขาเพิ่มอีก 450 ล้านบาท คาดหวังให้ยอดขายเพิ่มขึ้น 50 % เป็น 3,000 ล้านบาท⁹¹

เห็นได้ว่าท้ายที่สุดแล้วร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเองก็ต้องปรับตัว เพื่อให้มียอดขายและกำไรที่ต้องอยู่ได้ในทางธุรกิจ แต่ในอีกด้านหนึ่งการปรับตัวเช่นนี้ก็แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคก็ไม่ใช่เป็นเพียงผู้บริโภคที่ซื้อเพียงอย่างเดียว อันแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของผู้บริโภคที่อาจปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคได้ หากมีการสร้างคุณค่าหรือความหมายอย่างใหม่ขึ้นมาแทนที่สิ่งที่ดำรงอยู่อีกด้วย

ซึ่งท้ายที่สุดแล้วอาจกล่าวได้ว่ารูปแบบการบริโภคของผู้คนในทุกสังคมไม่ว่าแม้แต่สังคมไทยก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดยั้ง ผู้บริโภคได้ผลิต สร้างความหมายและภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ของการบริโภคมารองรับความต้องการบริโภคของตนอย่างไม่จบสิ้น การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดก็เช่นกันที่ได้เปลี่ยนความหมายของตัวมันเองมาอย่างต่อเนื่อง จากความหมายในเชิงสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นให้มีความโก้เก๋ทันสมัยเปลี่ยนเป็นอาหารขยะหรืออันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค จนท้ายที่สุดก็ได้ใส่ความหมายของการรักษาสุขภาพเพื่อให้ขายได้รวมทั้งการปรับภาพลักษณ์ให้ลดภาพการเป็นอาหารฟาสต์ฟู้ดลงให้เป็นการกินอาหารทั่วไปที่มีฟาสต์ฟู้ดขายด้วย

บทสรุป: เมื่อฟาสต์ฟู้ดต้องมากลายพันธุ์

ในโลกสมัยใหม่ที่สินค้าได้กลายเป็นวัตถุที่เข้ามาสัมพันธ์กับชีวิตของมนุษย์ในแทบทุกมิติ ซึ่งวัตถุหรือสินค้านั้นแท้จริงแล้วไม่ได้เป็นแค่วัตถุที่ไร้ความหมายเสียทีเดียว ตรงกันข้ามกลับมีประวัติศาสตร์ติดพันอยู่อย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะเมื่อเราพิจารณาความหมายของสินค้าที่เกิดจากการใช้หรือความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวัน พบว่าความหมายของสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงไปมาอยู่ตลอดเวลา ทั้งในระนาบที่ข้ามวัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในวัฒนธรรมนั่นเอง

การกลายพันธุ์⁹²ของสินค้านั้นถูกอธิบายว่าวัตถุเป็นสินค้าเมื่อถูกนำมาบริโภคในบริบทของท้องถิ่น หรือในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ความหมายหรือประโยชน์ใช้สอยของสินค้านั้นได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างลงตัวกับคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ นั่นเอง โดยนัยคือการเข้ามาของสินค้าในวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไปจากความหมายเดิมของแหล่งที่ผลิต

⁹¹ “เดอะฟิชซ่าแปลงโฉมหน้าภาพฟาสต์ฟู้ด,” *มติชนรายวัน* (19 มีนาคม 2548): 8.

⁹² David Howes (ed.). *Cross-Cultural Consumption: Global Markets Local Realities* (New York: Routledge, 1996), pp. 4-5.

สินค้านั้นขึ้น มาเป็นความหมายใหม่ที่สอดคล้องกันกับวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นนั้นๆ ในแง่นี้การกลายพันธุ์ของฟาสต์ฟู้ดจึงเกิดขึ้นเมื่อข้ามวัฒนธรรมมา เพราะเมื่อเข้ามาในสังคมไทย ฟาสต์ฟู้ดได้ถูกให้ความหมายใหม่ที่สอดคล้องลงตัวกับวัฒนธรรมไทย มากกว่าจะถูกบริโภคในความหมายดั้งเดิมของมัน

อาหารฟาสต์ฟู้ดที่ถูกบริโภคในทุกเมื่อเชื่อวันของผู้คนในสังคมไทยจึงเป็นมากกว่าอาหาร การกินเพียงอย่างเดียว แต่เป็นสินค้าที่ถูกบรรจุความหมายและทัศนคติของสังคมติดอยู่ด้วยอย่าง แยกไม่ออก ด้วยการอ้างอิงกับระบบสัญลักษณ์ที่มีอยู่ในสังคม ตั้งแต่การถูกให้ความหมายว่าเป็นการ บริโภคความทันสมัย ความเป็นตะวันตก มาเป็นการบริโภคในมิติของเวลาและพื้นที่ซึ่งถูกทำให้ กลายเป็นท้องถิ่น และการบริโภคที่ส่งผลร้ายต่อสุขภาพในที่สุด จะว่าไปแล้วการเปลี่ยนแปลงของ ความหมายนั้นก็คงจะเกิดขึ้นอย่างไม่หยุดยั้งตลอดเวลา

บทส่งท้าย

เมื่อคุณเข้าใจถึงกระบวนการ “แมคโดนัลด์าภิวัตน์” แล้ว ต่อไปคุณคงไม่แปลกใจอีกต่อไป แล้วใช่หรือไม่เมื่อพบเห็นหรือได้ยิน....

“ลดน้ำหนัก 10 กิโลกรัมเห็นผลทันทีภายใน 1 สัปดาห์”

“โรงพยาบาลแห่งนี้ได้รับ HA (Hospital Accredited)”

“ท่องเที่ยวยุโรป 10 ประเทศ ภายใน 1 สัปดาห์พักโรงแรมหรูและมีมัคคุเทศน์ตลอดการเดินทาง”

“ขอให้คุณนำเสนอบทความภายในเวลา 20 นาที แล้วเราจะเปิดให้ซักถามได้ 5 นาทีค่ะ”

....ฯลฯ.....

.....ก็อย่างที่ผมบอกระบบร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีผลกระทบต่อสังคมกว้างขวางกว่าที่คุณ คิด หรือว่าไง....

บรรณานุกรม

- เกษียร เตชะพีระ. “บริโภครความเป็นไทย” ใน ชัยวัฒน์ สถาอโนันท์, (บรรณาธิการ), *จินตนาการสู่ปี 2000 นวัตกรรมเชิงกระบวนทัศน์ด้านไทยศึกษา?*. (กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2539).
- “ความเป็นมาของแมคโดนัลด์.” *ฐานเศรษฐกิจ*. (11-16 มีนาคม 2528): 50-56.
- “ความสำเร็จของแมคโดนัลด์กับความภูมิใจของคนไทย.” *ประชาชาติธุรกิจ* (7 พฤษภาคม 2531): 43.
- ษ์สรา ชมะวรรณ. แนวความคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ ในวัฒนธรรมศึกษาและการวิเคราะห์วัฒนธรรมการบริโภค (วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล, 2537).
- จิรวัดน์ นุกุลธรรม. “ฟาสต์ฟู้ด: ถูทางขยายสู่ภูมิภาค.” *รายงานเศรษฐกิจ, ธนาคารกรุงเทพ*. 25 (7-12 ตุลาคม 2535): 54-60.
- จรีพร จิตจำนุญไชย ครรชิต จุดประสงค์ และเอกราช เกตวัลห์. “คุณค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด: สารอาหารหลัก.” *อาหาร* 22: 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2535): 31.
- ชาติชาย มุกสง. น้ำตาลกับวัฒนธรรมการบริโภครสหวานในสังคมไทย พ.ศ. 2504-2539. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ประวัติศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548).
- ฐานเศรษฐกิจ*. (27 สิงหาคม-1 กันยายน 2527): 25.
- _____. (11-16 มีนาคม 2528): 5.
- “เดอะฟิชซ่าแปลงโฉมหน้าภาพฟาสต์ฟู้ด.” *มติชนรายวัน*. (19 มีนาคม 2548): 8.
- เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล. “ฟาสต์ฟู้ดหน้าใหม่ จะทนแรงเบียดจากยักษ์ใหญ่นานแค่ไหน” *ผู้จัดการรายเดือน*. 12 (กันยายน 2538): 190.
- ถนัดศอ (นามแฝง-ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์). “เชลล์ชวนชิม.” *สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์* 11: 47 (16 พฤษภาคม 2508): 50.
- _____. “เชลล์ชวนชิม.” *สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์* 13: 15 (2 ตุลาคม 2509): 50.
- โทกริธี (นามแฝง-อรวิทย์ ทอภิก). “ฟาสต์ฟู้ด.” *สตรีสาร* 41: 29 (9 ตุลาคม 2531): 116-117.
- _____. “อาหารขยะ.” *สตรีสาร* 47:29 (2 ตุลาคม 2537):116-117.
- _____. “อาหารฝรั่ง.” *สตรีสาร* 48: 32 (22 ตุลาคม 2538): 109.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. “พิชชากับผ้าขาวม้า.” ใน *บริโศภโศภโศภโศภ* (กรุงเทพฯ: มติชน, 2547).

บรรจง ศีลวงษ์เสรี. “แมคโดนัลด์าภิวัตน์” (McDonaldization) ภัตตาคารอาหารด่วน (Fast Food Restaurant) และกระบวนการทำงานแบบแมค(McDonaldized work process): การศึกษาเบื้องต้น. (วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล (สังคมวิทยา), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545).

“บาสเก็ตบอลบ๊องส์ แฟรนไชส์ระดับพรีเมียม” *โลกการค้า*. 5: 40 (ธันวาคม 2541): 60.

ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคริส เบเคอร์. *เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ* (เชียงใหม่: ตรัสวิน, 2542).

“ฟาสต์ฟู้ดแมคโดนัลด์โคลอยเปปซี่-พันธมิตรพิชชี่ ปฏิเสธมีเอี่ยว” *ฐานเศรษฐกิจ*. (15-20 สิงหาคม 2526): 6.

“รักเก่าดังกิน, มิสเตอร์โดนัทชกลมฟัดฟาด ตั้งแผนขยายสาขาตามยุคฟาสต์ฟู้ดเฟื่อง” *ฐานเศรษฐกิจ*. (4-9 กุมภาพันธ์ 2528): 26.

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. *การศึกษา ทูนิยม และโลกาภิวัตน์*. (กรุงเทพฯ: คบไฟ, 2544).

รายงานผู้จัดการ. “เวนดี้ส์...ขอพิชชี่นรชาติในฐานะน้องใหม่ฟาสต์ฟู้ดเมืองไทย.” *ผู้จัดการรายเดือน* 10 (กรกฎาคม 2536): 48.

รายงานผู้จัดการ. “แต่รี ควิน จาก สยาม ฟาสต์ฟู้ด สู่ ไทย แดรี่ฟู้ด แล้วต่อไปจะเป็นอะไร?” *ผู้จัดการรายเดือน* (มิถุนายน 2531): 14.

“แมคไทยเผยแผนสาขา 50 ล้าน.” *ฐานเศรษฐกิจ* (14-19 พฤศจิกายน 2526): 17.

“ใหญ่ประกบกับใหญ่หมายถึงยิ่งใหญ่.” *ฐานเศรษฐกิจ* (20 พฤศจิกายน- 3 ธันวาคม 2526): 11.

“แมคไทยขออุ้มเครื่องจันทน์สุด ๆ.” *ฐานเศรษฐกิจ* (28 มกราคม-2 กุมภาพันธ์ 2528): 26.

โลกของผู้จัดการ. “แมคโดนัลด์...ชูเมนูไข่ม้วนต่ำ.” *ผู้จัดการรายเดือน* 8 (พฤษภาคม 2534): 72.

วาณิช จรุงกิจอนันต์. “แฮมเบอร์เกอร์.” *สตรีสาร* 38: 9 (26 พฤษภาคม 2528): 42-45.

“ศึกฟาสต์ฟู้ดขยายวงกว้าง ‘คูกี้เฮาส์’ จากออสเตรเลียโดดร่วม” *ฐานเศรษฐกิจ*. (25-30 เมษายน 2526): 8.

สตรีสาร 41: 7 (8 พฤษภาคม 2531): 20.

สมศรี สุขุมลันนันทน์. “ทำกิน-ซื้อกิน.” *สตรีสาร* 42: 22 (22 เมษายน 2532): 114-117.

สุทธิพันธุ์ จิราธิวัฒน์. “ทางไปสู่การวิจารณ์ของเศรษฐกิจการเมืองแห่งสัญญา.” *วารสารธรรมศาสตร์* 14: 2 (มิถุนายน 2528): 216-218.

- สุพัตรา แสนประเสริฐ. “แต่รีควีน ในมือพารา วินเซอร์จะโปรดหรือไม่.” *ผู้จัดการรายเดือน* 10 (กรกฎาคม 2536): 135.
- สุลักษณ์ ศิวรักษ์. “ศาสนาและวัฒนธรรม: วิฤตการณ์และแนวโน้ม.” *ศิลปวัฒนธรรม* 16: 9 (พฤศจิกายน 2537): 103-104.
- อริคม โกมลวิยาธร. “ทฤษฎีว่าด้วยการศึกษาเรื่องสังคมบริโภค.” *ร่วมทุกข์* 12: 2 (กุมภาพันธ์ 2537): 22-24.
- อาภา อภิชาติ. “อาหารขยะ.” *สตรีสาร* 47: 26 (1 กันยายน 2537): 111.
- อีริก สลอสเซอร์. *มหาอำนาจฟาสต์ฟู้ด*. แปลจาก *Fast Food Nation*, โดยสุนิทยา เทพอนันต์. (กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า 2000, 2546).
- Appadurai, Arjun (ed.). *The Social life of things: Commodities in Cultural Perspective* (Cambridge: Cambridge University Press, 1986).
- Baudrillard, Jean. *For A Critique of the Political Economy of the Sign* (St. Louis, MO: Telos Press, 1981).
- Howes, David (ed.). *Cross-Cultural Consumption: Global Markets Local Realities* (New York: Routledge, 1996).
- Lemonick, Michael D. and Bryan Walsh. How We Grow So Big, *Time* 164: 19 (November 8, 2004): 39-45.
- Mintz, Sidney W.. “Afterword: Swallowing Modernity.” in James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia* (Stanford/CA: Stanford University Press, 1997).
- Ritzer, George. *The McDonaldization of Society: An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social Life* (Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1993).
- Watson, James (ed.). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*. (Stanford/CA: Stanford University Press, 1997).
- Watson, James. “McDonald's in Hong Kong: Consumerism, Dietary Change, and the Rise of a Children's Culture.” In James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*. (Stanford/CA: Stanford University Press, 1997).

Wu, David Y.H.. "McDonald's in Taipei: Hamburger, Betel Nuts, and National Identity." In James Watson (ed.). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia* (Stanford/CA: Stanford University Press, 1997).

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง ละครเวทีไทยร่วมสมัยในวัฒนธรรมบริโภคนิยม

ชื่อผู้เขียน ดังกมล ฅน ป้อมเพชร

สาระสำคัญ

การศึกษาละครเวทีไทยร่วมสมัยในวัฒนธรรมบริโภคนิยม มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างละครเวทีไทยร่วมสมัยกับวัฒนธรรมบริโภคนิยม นับตั้งแต่มูลเหตุที่ละครเวทีซึ่งเป็นสุนทรียศาสตร์แบบตะวันตกได้เข้ามาเป็นศิลปะชั้นสูงของสังคมชั้น “ผู้นำ” ไทย วิสัยในการบริโภคละครเวทีของคนไทย อันหมายถึงการใช้เพื่อเสพ การใช้เพื่อเรียนรู้ และการใช้เพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์และ/หรือขัดแย้งกันระหว่างละครเวทีที่เป็นสุนทรียศาสตร์ตะวันตกกับสุนทรียศาสตร์ท้องถิ่น อิทธิพลของทุนนิยมใหม่, พหุวัฒนธรรม, และ “ตราสินค้า” อันเป็นผลผลิตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มีต่อละครเวทีไทยร่วมสมัย ทั้งนี้ เพื่อให้ได้แนวทางที่เหมาะสมในการบริโภคละครเวทีทั้งสามลักษณะการ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของศิลปะแขนงนี้ในสังคมไทย

พื้นที่ในการเก็บข้อมูล/แนวคิดหรือทฤษฎีในการวิจัย

การศึกษาใช้การวิจัยเอกสารทางสังคมวิทยา วรรณคดีและศิลปะวิจารณ์ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมบริโภคนิยม ระบบทุนนิยมใหม่ ลักษณะของสังคมไทยร่วมสมัย ศิลปะสมัยใหม่ หลังสมัยใหม่ และศิลปะนอกกระแส ศิลปะการละครและสื่อวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยสร้างสรรค์เรื่อง “มหัศจรรย์ผจญภัยเจ้าชายหอย”

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย

โครงการวิจัย “มหัศจรรย์ผจญภัยเจ้าชายหอย” เริ่มตั้งแต่มีนาคม 2547 จัดแสดงละครเวทีเรื่องดังกล่าวในเดือนมกราคม 2548 จากนั้นเป็นการเก็บข้อมูล วิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยใช้ทั้งทฤษฎีศิลปะวิจารณ์ และศิลปะการละคร จากนั้นนำสาระที่ได้มาจัดทำวิจัยย่อยเรื่อง “ละครเวทีไทยร่วมสมัยในวัฒนธรรมบริโภคนิยม” ซึ่งคาดว่าจะเสร็จสิ้นในเดือนมกราคม 2549

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย การศึกษาพบว่าละครเวทีแบบตะวันตกเข้ามามีบทบาทในฐานะศิลปะชั้นสูงสำหรับชนชั้นผู้นำนั้น เป็นผลมาจากการได้ตอบกระแสจักรวรรดินิยมและลัทธิอาณานิคมของประเทศตะวันตกในยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ หากต่อมากลับกลายเป็นการยอมรับเอาว่าโดยมาตรฐานสากลแล้ว อารยธรรมตะวันตกนั้นถือว่ามีคุณค่ามากกว่าวัฒนธรรมท้องถิ่น คน

ชั้นสูงอันได้แก่ผู้มีฐานะและปัญญาชนมีโอกาสบ่มเพาะรสนิยมของวัฒนธรรมชั้นสูง แต่ชนชั้นกลางระดับล่างนั้นกลับถูกจู่โจมโดยวัฒนธรรมใหม่นี้โดยไม่ได้รับการปูพื้นฐานเพื่อการบริโภคที่ถูกต้อง เขาเหล่านี้จึง”เกรง”และ “ถอยห่าง” จากสุนทรียศาสตร์แบบตะวันตก

กระนั้นก็ตาม การรับเอาละครเวทีแบบตะวันตกเข้ามาบริโภคของปัญญาชนไทยนั้นก็ตกอยู่ในอาการ “ล้าทางวัฒนธรรม” เพราะในขณะที่ปัญญาชนไทยรับเอาศิลปการละครแบบสมัยใหม่เข้ามานั้น โลกตะวันตกได้ก้าวสู่ยุคอุตสาหกรรมใหม่แล้ว ส่วนสังคมไทยยังเป็นระบบศักดินา จนกระทั่งโลกศิลปะได้ก้าวสู่ยุคหลังสมัยใหม่ ปัญญาชนไทยก็ยังยึดสุนทรียะแบบสมัยใหม่อันเป็นวัฒนธรรมศักดินาที่ใช้กำหนดตัวตนและพื้นที่ทางสังคมของตนไว้อย่างเหนียวแน่น และปฏิเสธกระแสใหม่ๆที่เขาไม่รู้จักเพราะศิลปะนอกกระแสไม่อยู่ในมาตรฐานทางรสนิยมที่คุ้นเคย

จนเมื่อสังคมไทยตกอยู่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมข้ามชาติและกระแสโลกาภิวัตน์ สื่อทางวัฒนธรรมที่เป็นพาณิชนัยศิลป์อันได้แก่ภาพยนตร์ ดนตรี และละครโทรทัศน์ ล้วนได้รับผลกระทบจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมซึ่งเป็นผลของบริโณคนิยมทั้งสิ้น มีการกำหนดรสนิยมกลางๆ เพื่อการทำซ้ำ ผู้บริโภคซึ่งเป็นชนชั้นกลางก็ถูกยัดเยียดหรือยอมรับคุณค่าปลอมๆนี้เพื่อใช้สร้างตัวตน สถานภาพทางสังคม และพื้นที่ในสังคมของตน เพื่อให้ตนมีความรู้สึกว่าได้เติบโตขึ้นมาจากการเป็นคนระดับล่างที่บริโภควัฒนธรรมชั้นต่ำ ละครเวทีซึ่งเคยถูกมองว่าเป็นศิลปะชั้นสูงก็ได้ถูกนำมาทำให้ “ย่อยง่าย” และเป็นเครื่องหย่อนใจสำหรับมวลชน เพื่อให้ทั้งสามารภมีส่วนแบ่งทางพาณิชนัยจาก”สินค้า”ประเภทภาพยนตร์ต่างประเทศและละครโทรทัศน์บ้าง และเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของคนชั้นกลางที่ต้องการได้ชื่อว่า “เสพศิลปะ” ชั้นสูง

ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคละครเวทีซึ่งเป็นชนชั้นสูงหรือผู้ใคร่อยากเป็นชนชั้นสูงนั้น ก็พยายามกำหนดตัวตนและพื้นที่ทางสังคมของตนโดยใช้”ตราสินค้า”ทฤษฎีทางการละครต่างๆ เพื่อทั้งเลื่อนชั้นตนเองขึ้นให้สูงกว่าผู้บริโภควัฒนธรรมมวลชนที่เป็นคนชั้นกลางและชั้นล่างระดับล่าง และเชยบินหนีจากละครเวทีนอกกระแสที่คุกคามภาวะ “ผู้นำ”ทางวัฒนธรรมของตน โดยหาว่าไม่ว่าในการกระทำดังกล่าวนั้น ก็เท่ากับว่าตนได้ตกเป็นเหยื่อของลัทธิบริโณคนิยมทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน

สังคมไทยบริโภคละครเวทีเพื่อใช้เสพเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นเพื่อหย่อนใจ หลีกหนี หรือกำหนดตัวตนและพื้นที่ทางสังคม การบริโภคเพื่อเรียนรู้นั้นกล่าวได้ว่ามีเฉพาะในกลุ่มปัญญาชน เพราะยังไม่มี การปลูกฝังมุมมองของสุนทรียศาสตร์ทั้งแบบตะวันออกและตะวันตกอย่างจริงจังมาตั้งแต่ระดับประถมศึกษา ส่วนการบริโภคเพื่อสร้างสรวงศ์นั้น ก็ไม่มีการพัฒนาไปในทางที่เกื้อกูลกัน หากกระจัดกระจาย เพราะผู้ที่สร้างสรวงศ์งานศิลปการละคร ซึ่งมีทั้งกลุ่มศักดินาทางวัฒนธรรม

พวกหัวก้าวหน้ากลัวลอง และผู้ที่ทำละครด้วยใจรักโดยไม่ได้มีพื้นฐานด้านการศึกษาศิลปการละคร ต่างก็พยายามรักษาตัวตนและพื้นที่ของตนอยู่ในที่

การบริโภคละครเวทีอย่างสร้างสรรค์ และการพัฒนาศิลปะแขนงนี้ให้ยั่งยืน ไม่ใช่ด้วยการประเมินผลสำเร็จจากสถิติตัวเลขซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าที่ฉาบฉวยนั้น จึงน่าจะเริ่มต้นจากการที่ทำให้ละครเวทีนั้นเป็นศิลปะแบบไทยๆ ที่ร่วมสมัยกับคนไทยในกระแสพหุวัฒนธรรม โดยผสมผสานสุนทรียะแบบตะวันออกอันเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นของเราเข้ากับสุนทรียะแบบตะวันตก เพื่อช่วยกล่อมเกลาละครเวทีให้ถึงพร้อมสำหรับคนไทยในปัจจุบันซึ่งเป็นส่วนผสมของยุคดิจิทัลกับรากเหง้าแบบดั้งเดิม ให้สามารถบริโภคศิลปะการละครในทั้งสามลักษณะการคือ เพื่อเสพ เพื่อเรียนรู้ และเพื่อสร้างสรรค์ได้อย่างเหมาะสม

คำหลัก ละครเวทีร่วมสมัย การละครไทย วัฒนธรรมมวลชน วัฒนธรรมบริโภค ศิลปการละคร ศิลปะสมัยใหม่ หลังสมัยใหม่ ศิลปะนอกกระแส บริโภคนิยม

Title Thai Contemporary Theatre in Consumer Culture

Author Dangkamon Na-pombejra

Abstract

A study of Thai contemporary theatre in consumer culture examines the relations between Thai contemporary theatre and consumer culture in these specific areas: the assimilation to western theatre as the high culture for Thai elite; the characteristics of theatre consuming of Thai people which are: to please one's self, to teach one's self, and to create; the relation and/or the opposite views of theatre art in western and oriental aesthetics; influences of new capitalism, multi-culture, and "brand" which is a product of industrial culture on Thai contemporary theatre. The main purpose is to find the best way to consume theatre arts in these 3 aspects, in order to help developing Thai theatre arts.

The study was conducted by researching document on sociology, and literature and arts criticism focusing on consumer culture; new capitalism; Thai contemporary society; modernism, post-modernism, polycentric aesthetics and non-mainstream art; theatre arts and related fields. A minor method used was by synthesizing data from a research project : *The Miraculous Adventure of the Conch Prince*.

The Miraculous Adventure of the Conch Prince began in March 2004. This study commenced after the staging of the above titled play in January 2005. It would be accomplished by the end of January 2006.

The study reveals the following. Thai elite assimilated to Western theatre as their high culture, originally as a counteraction against imperialism and colonialism. Later, they assumed that in the level of "international standard", western civilization proclaimed higher value than local culture. The elite who were the rich people and the high educated ones had exposed themselves toward this high culture and employed it as a "brand" to identify their self and social space in feudalistic culture. While, the middle class and lower-middle class people were not prepared for this alien culture. Therefore, the middle class treated theatre as the elite art and denied consuming it.

These practices led to cultural retard. While Thai elite acquired the taste of modern art, Thai society was dominated by feudalism. No matter the world of art had moved to the post-modern era, the elite still hold on tight to the taste of modern art and dismiss non-mainstream art which are not known by their standard of taste.

When cross-national capitalism and globalization manipulate the world-including Thailand, cultural media which are commercial arts such as motion picture, music, and television drama are effected by industrial culture and consumerism. Mediocre taste and mechanical re-production force the middle class consumers to submissively enjoy this false value as the device to identify their self and social space. Theatre is simplified to the level of an easy-to-chew-sugar-coated candy for the middle class consumers. This is to allow them to appreciate this so-called high culture and also a struggle to survive of theatre against the popular entertainment.

The elite, meanwhile, use “brand” of theatrical theory to elevate themselves more further up from the consumers of mass culture and non-mainstream theatre which is now shaking their throne as the cultural leader, not knowing that they also fall into the tricky system of consumer culture.

Thai society mainly consumes theatre to please one’s self—to entertain, to escape, or to identify one’s self and social space. The aspect of “to teach and learn” from theatre art is limited only in the community of higher educated people, since there is still no serious teaching in appreciation of oriental and western aesthetics in the primary education. The aspect of creative consuming is hotchpotch because those who create theatre work : the cultural “feudal lords”, the progressive daredevils , and the naïve artists; are trying their best to preserve their cultural identity and space.

To consume theatre creatively and develop Thai theatre arts, we must conceive theatre as Thai art for contemporary Thai people in the multi-cultural society, blend local culture and oriental aesthetics with western ones, and use this melange to prepare Thai theatre to be full-fertilized for Thai people, who are now the mixture of digital era and primitive root, for their three aspects of consuming theatre.

Important words contemporary theatre Thai theatre mass culture
consumer culture theatre arts modernism post-modernism non-mainstream arts
consumerism

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ดังกมล ณ ป้อมเพชร
Name	Dangkamon Na-pombejra
ตำแหน่งทางวิชาการ	อาจารย์
Academic Position	lecturer
หน่วยงานที่สังกัด	ภาควิชาศิลปการละคร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Workplace	Department of Dramatic Arts, Faculty of Arts, Chulalongkorn University
ที่ติดต่อ	ภาควิชาศิลปการละคร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Address	Department of Dramatic Arts, Faculty of Arts, Chulalongkorn University
โทรศัพท์/โทรสาร	022184802-03
Telephone/Fax No.	022184802-03
E-mail address	Heisacat@yahoo.com

ประวัติการศึกษา/Education

อักษรศาสตร์บัณฑิต (ศิลปการละคร)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (การกำกับการแสดง)	มหาวิทยาลัยแห่งมหานครนิวยอร์ก วิทยาเขตบรูคลิน
Bachelor of Arts (Dramatic Arts)	Chulalongkorn University
Master of Fine Arts (Theatre Directing)	City University of New York City at Brooklyn College

ผลงานวิจัย/วิจัยสร้างสรรค์/Academic and Creative Researches

- ก. ผลงานวิจัยและผลงานวิจัยสร้างสรรค์ที่ตีพิมพ์/เผยแพร่ในระดับชาติและนานาชาติ
- บทและการกำกับการแสดงละครเรื่อง “ไพร่พันธุ์ลึก” คณะอักษรศาสตร์ 2538
- Script & Directing : Into the Woods. Faculty of Arts, 1995
- การแสดงแนวขนบนิยมสมัยใหม่เรื่อง “นนทก” UCLA 2539 (ร่วมกับรศ.พรรัตน์ ดำรุง)
- Acting : Nontook. UCLA, 1996 (with Asst.Prof. Pornrat Damhrung)

บทและการกำกับการแสดงละครเรื่อง “ค็อกสรวี” คณะอักษรศาสตร์ 2540

Script & Directing : Into the Woods. Faculty of Arts, 1995

บทและการกำกับการแสดงละครเรื่อง “วัยไฟ” คณะอักษรศาสตร์ 2545

Script & Directing : Spring's Awakening. Faculty of Arts, 2001

บทและการกำกับการแสดงละครเรื่อง “นิทรชาคริต” จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2546

Script & Directing : Nitrachakrit. Faculty of Arts, 2002

บทความวิจัยเรื่อง “นิทรชาคริต : จากพระราชนิพนธ์ลิลิตสุเวทีจุฬาฯ” จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2546

“Nitrachakrit : From the Royal Page to Chula' Stage” Chulalongkorn University

2002

รายงานวิจัยเรื่อง “อิมไปกับอาหารหลากหลายชาติในหนัง” ในชุดโครงการ “เรื่องกินเรื่องใหญ่ไทยและเทศ(ร่วมกับบรศ.นพมาส แวหงส์และผศ.ฤทธิ์รงค์ จิวากานนท์) คณะอักษรศาสตร์ 2547

“Gastronomic Pleasure in a Selection of International Films” (with Assoc.Prof.

Nopamat Vaohong and Asst. Rittirong Jiwakanon) Faculty of Arts, 2003

บทและการกำกับการแสดงละครเรื่อง “มหัศจรรย์ผจญภัยเจ้าชายหอย” อาคารมณูญผล3 2548

Script & Directing : The Miraculous Adventure of the Conch Prince. Manoonphol3, 2004

ตำราเรียนปริทัศน์ศิลปการละคร ของคณะอักษรศาสตร์หัวข้อ “การกำกับการแสดง” และ “ศิลปการละครไทยในปัจจุบัน” 2548

Introduction to Dramatic Arts “Directing” and “Contemporary Thai Theatre Arts”

2004

บทและการกำกับการแสดงเรื่อง “สยามนิรมิต” โรงละครรัชดา 2548

Script & Directing : Siam Niranit. Ratchada Grand Theater, 2004

การกำกับการแสดง ละครวิทยุเรื่อง “ปลวก” บทพระราชนิพนธ์แปลในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี คณะอักษรศาสตร์ 2548

Directing a Radio Play : Pest. Translated by HRH Crown Princess Maha Chakri

Sririndhorn. Faculty of Arts, 2004

รายงานวิจัยเรื่อง “กระเพาะเปลือก(มหัศจรรย์ผจญภัยเจ้าชาย)หอย” ในชุดโครงการเรื่องเก่าเล่าใหม่ ของภาควิชาศิลปการละคร คณะอักษรศาสตร์ (อยู่ระหว่างดำเนินการ)

“Unshell the Conch Prince” Faculty of Arts (on process)

สาขาวิชาที่สนใจ

การแสดง การกำกับการแสดง การเขียนบท การละครร่วมสมัย

Interested Fields

acting directing playwriting contemporary theatre

สุนทรีย์มีอีห้อย? มองละครเวทีไทยร่วมสมัยในวัฒนธรรมบริโภค

ดังกมล ณ ป้อมเพชร์^{*}

คำว่า “อีห้อย” ดูจะเป็นคำแสลงหูเมื่อมาอยู่คู่กับคำที่กล่าวถึงศิลปะ”ชั้นสูง”อย่างละครเวที แต่เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าละครเวทีก็ดำเนินด้วยอย่างกระเสือกกระสนพอควรในกระแสอันเชี่ยวกรากของวัฒนธรรม”บ้าอีห้อย”แบบบริโภคนิยมในสังคมไทยสมัยโลกาภิวัตน์ บทความชิ้นนี้เป็นการมองภาพการเติบโตของละครเวทีไทยร่วมสมัยที่เป็นไปในแนวราบมากกว่าแนวตั้ง, หรือที่บางคนกล่าวหาว่าเป็นการโตช้าและเตี้ยแกร็น, ว่าแท้จริงแล้วเป็นผลจากมายาคติในสังคมไทยเอง ที่ได้รับการขบั่นให้เข้มข้นขึ้นด้วยปรัชญาของลัทธิบริโภคนิยม ซึ่งมีอยู่ในการเสพ-สร้างสรรค์ละครเวทีของคนไทย ทั้งที่เห็นอย่างโจ่งแจ้งและที่แฝงตัวอยู่อย่างลึกลับ

วัฒนธรรมทุนนิยมและบริโภคนิยมเกิดขึ้นจากการกำหนดรสนิยมโลกาภิวัตน์ขึ้นมาเพื่อผลประโยชน์สูงสุดทางการผลิตและการค้า เช่นการทำให้แมคโดนัลด์ เพลงป๊อปอเมริกัน และภาพยนตร์ฮอลลีวูดเผยแพร่ไปทั่วโลกจนกลายเป็นวัฒนธรรมมวลชน หากผู้บริโภคต้องการอยู่ในกระแสวัฒนธรรมหลักก็ไม่มีสิทธิเลือกที่จะฝังตัวอยู่กับวัฒนธรรมย่อยของตน วัยรุ่นหนุ่มสาวที่อยู่ในวัฒนธรรมเมืองหลวงย่อม”เดินเล่นเพื่อให้คนมอง”อยู่แถวสยามสแควร์ สยามเซ็นเตอร์ ดิสคัฟเวอรี หรือสยามพารากอน มากกว่าเดินห้างดังฮั่วเส็ง บางลำภู หรือห้างสรรพสินค้าใกล้สถานศึกษาแต่มีภาพลักษณ์ไม่น่าสมัย เมื่อหิวแต่เงินน้อยต้องเดินเข้าแมคโดนัลด์แม้จะเห็นรถข้าวไข่เจียวอยู่ใกล้ๆ ต้องวิ่งไล่ดูหนังฝรั่งเพื่อไปคุยกับเพื่อนวัยรุ่นด้วยกัน ต้องฟังเพลงฮิปปอปทั้งที่ไม่เข้าใจเนื้อเพลงและยังแอบฮัมเพลงลูกทุ่งที่ตนได้ยืมติดหู ฯลฯ และยิ่งไปกว่านั้นหากต้องการเป็นคนทันสมัยไม่ตก “เทรนด์” (trend) ผู้บริโภคในอุดมคติเหล่านี้ยังต้องวิ่งตามให้ทันกระแสนิยมที่ไม่เคยเสถียร หากแต่เปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ เพราะวัฒนธรรมทุนนิมนั้น”เล่น” กับอุปสงค์และอุปทานของการบริโภคอยู่ตลอดเวลา

วิธียืนยันว่าตนอยู่ในกระแสหรืออินเทรนด์ (in trend) ที่ปลอดภัยที่สุดก็คือการกำหนดตัวตนหรืออัตลักษณ์ด้วยอีห้อยของสินค้าทางด้านวัฒนธรรมที่บ่งบอกคุณค่าด้วยการมองดูจับต้องต่างๆ อาทิ แฟชั่นโทรศัพท์มือถือ ที่ไม่เฉพาะวัยรุ่นเท่านั้นแต่ยังรวมถึงหนุ่มสาวทั้งในและนอกเมืองหลวงด้วย ที่เปลี่ยนรุ่นเปลี่ยนอีห้อยโทรศัพท์เป็นว่าเล่น เพื่อให้ทันกับกระแสของรูปลักษณ์และเทคโนโลยีที่ใหม่ขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าบางคนจะไม่เคยใช้ ไม่เข้าใจ หรือไม่จำเป็นต้องใช้ฟังก์ชันอัน

^{*} อาจารย์ ประจำภาควิชาศิลปการละคร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หรูหราเพียบพร้อมของเฟอร์นิเจอร์ประจำตัวราคาแพงประเภทนี้โดยก็ตาม อีกตัวอย่างหนึ่งได้แก่สินค้าที่เกี่ยวกับการประพินโฉมให้เป็นอุดมคติ เช่น ครีมทาหน้าทาตัวให้ผิวขาวอมชมพู ก็เป็นที่นิยมอย่างบ้าคลั่งของคนไทยผิวเหลืองและดำแดง เพราะหลายคนฝันหวานกับวลีที่ว่า “เพียงสามสัปดาห์ จากเด็กบ้านนอกธรรมดาๆ คนหนึ่ง ก็ได้เป็นดาราแล้วค่ะ” หรืออย่างในกรณีสินค้าจะรับกลืนกายที่แยกย่อยชอยยิบเพื่อตอบสนองผู้บริโภคทุกประเภทตั้งแต่ หญิงสาว ชายหนุ่ม เด็กสาว เด็กหนุ่ม คนขี้เมื่มนักกีฬา หรือสำหรับคนที่ต้องการให้วงแขนขาเข้ากับใบหน้าทีทาครีมขาวอมชมพูมาแล้ว เป็นต้น ทั้งๆ ที่ความจริงแล้วสินค้าประเภทนี้ก็มีส่วนประกอบสำคัญเหมือนๆ กัน

การสร้างแบรนด์ (brand) หรือยี่ห้อสินค้าที่สื่อโฆษณาอุปโลกน์คุณค่าทางรสนิยมขึ้นมาเพื่อกระตุ้นการผลิตและบริโภคนี้ จะเน้นหนักที่การสร้างภาพลักษณ์อุดมคติหรือ Ideal-I ที่ประสบความสำเร็จในแง่ใดแง่หนึ่ง เช่น อำนาจ ความมั่งคั่ง สถานภาพสูงทางสังคม ความดึงดูดทางเพศ และความจิตใจดี¹ ให้กับผู้บริโภค เมื่อเขาใช้สินค้าแบบนี้ยี่ห้อนี้ เขาจะเกิดความเชื่อว่าสินค้านั้นได้ “ชุบตัว” เขาให้มีคุณลักษณะดังภาพลักษณ์ของสินค้า และทำให้บังเกิดความมั่นใจว่าสังคมหนึ่งๆ จะต้อนรับเขาเข้ามาในพื้นที่ ด้วยภาพลักษณ์หรืออัตลักษณ์อันที่พึงประสงค์ของสังคมนั้นๆ

กล่าวได้ว่าวัฒนธรรมบริโภคนิยมเน้นเน้นการเสพ “รสนิยม” เพื่อบ่งบอกภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของผู้บริโภคในสังคม ยิ่งรสนิยม “สุนทรีย์” เท่าไร ผู้บริโภคก็ยิ่งรู้สึกมั่นใจในอัตลักษณ์และชนชั้นของตนมากขึ้นเท่านั้น และเพราะไม่มีผู้บริโภคคนใดเป็นผู้กำหนดกระแสเหล่านี้ ดั้งนี้วัตรระดับความสุนทรีย์ที่ง่ายที่สุดก็คือ “ยี่ห้อขึ้นดี” หรือแบรนด์เนม (Brand Name) นั่นเอง

โลกาภิวัตน์นั้นสร้างกระแสหลักระดับโลกที่เชื้อให้วัฒนธรรมบริโภคนิยมออกมา แต่ในขณะเดียวกันก็ได้ทำให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมด้วย กระแสวัฒนธรรมโลกไร้พรมแดนนี้ ก่อให้เกิดความผันแปรสับสนของอัตลักษณ์ และเกิดความขัดแย้งระหว่างอุดมการณ์โลกาภิวัตน์กับชาตินิยมและพื้นถิ่นนิยม²

อัตลักษณ์ หรือ Identity เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเอง และการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (Awareness) ในตัวเราและการเลือก³ เพื่อหาแนวทาง

¹ สมเกียรติ ตั้งนโม. วัฒนธรรมทางสายตาในวัฒนธรรมกระแสทุน, ถอดเทปจากการนำเสนอที่สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย เมื่อ 11 ธันวาคม 2547.

² ธีรยุทธ บุญมี, ชาตินิยมและหลังชาตินิยม, พิมพ์ครั้งที่ 3—กรุงเทพฯ : สายธาร, 2547, หน้า 28-30

³ นันทนัย ประสานนาม, เพศ ชาติพันธุ์ และปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในภาพยนตร์เรื่อง Touch of Pink, บทความลำดับที่ 738 เผยแพร่บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนครั้งแรกเมื่อ 13 พ.ย. 2548.

กำหนดความเป็นไปของตัวเอง (self-determination) เราทุกคนนั้นมีทั้งอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์กลุ่มซึ่งหมายถึงการผูกพันอยู่กับชุมชนใดชุมชนหนึ่ง การกำหนดตัวตนของเรานั้นเป็นไปเพื่อให้สามารถมีพื้นที่อยู่ชุมชนใดชุมชนหนึ่งได้ ในยุคบริโภคนิยมที่ผู้คนเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของกระแสโลก ทำให้คนยิ่งโยยหาสิ่งยึดเหนี่ยว ซึ่งก็คือ อัตลักษณ์ โดยเฉพาะทางวัฒนธรรม⁴ และเมื่อผู้คนหลากหลายอพยพเคลื่อนย้ายเข้ามาอยู่รวมกันชุมชนเมือง ก็มีการแบ่งแยกทางชนชั้น เชื้อชาติ สังคม ธรรมเนียม เพศ ฯลฯ ที่ชัดเจนขึ้น สังคมมีความหลากหลายและผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนโลกาภิวัตน์นั้นมีความหลากหลายซับซ้อนทั้งทางด้านอัตลักษณ์และทางด้านวัฒนธรรม มีทั้งวัฒนธรรมสูง วัฒนธรรมพื้นเมือง วัฒนธรรมประชานิยม และวัฒนธรรมย่อยต่างๆ ชนชั้นปกครองหรือผู้มีอิทธิพลในชุมชนจึงสร้างวัฒนธรรมกระแสหลักเพื่อครอบงำไปในสังคมที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรมเพื่อให้สภาพ “ไร้ความเป็นระเบียบเรียบร้อย” นี้ “อยู่ในกรอบอันดี” และด้วยวัฒนธรรมแบบมาตรฐานนี้เองที่ทำให้เกิดความขัดแย้งเรื่องอัตลักษณ์ของบุคคลกับอัตลักษณ์ชุมชน เพราะเรามักคาดหวังและประเมินค่าคนแต่ละคนจาก “ยี่ห้อ” ของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่บุคคลนั้นๆ บริโภค ซึ่งบางครั้ง ก็อาจเป็นเพียงภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมิใช่อัตลักษณ์ส่วนตัวของเขา

พัฒนาการของความคิดเรื่อง “ยี่ห้อ” กับคนไทย

สายชล สัตยานุรักษ์ให้ความเห็นว่าสังคมไทยเริ่มมีความพยายามสร้าง “ตัวตน” ความเป็นชาติไทยหรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยเพื่อปลุกกระแสชาตินิยมให้กับคนไทยตั้งแต่ในรัชสมัยของรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 โดยที่ทั้งสองพระองค์ทรงเน้นวัฒนธรรมชั้นสูงแบบอังกฤษ เพื่อให้สยามประเทศมีภาพลักษณ์ที่เจริญเท่าเทียมอารยะประเทศอื่นๆ ในยุโรป ที่ในขณะนั้นหวังจะครอบครองประเทศไทยให้ตกเป็นอาณานิคม จากนั้นวัฒนธรรมกระแสหลักเริ่มเน้น “ความเป็นไทยที่เชื้อชาติ” และกีดกันคนจีนด้วยเหตุผลทางการเมือง แม้ปัญญาชนบางท่าน อาทิ สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ กรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี หลวงธำรงนาวาสวัสดิ์ ฯลฯ จะเสนอว่าควรมองภาพของ “คนไทย” ว่าเป็นผู้คนหลากหลายเชื้อชาติที่อาศัยอยู่ร่วมกันในเมืองไทย และการปลูกฝัง “ความเป็นไทย” นั้นควรเน้นที่คุณธรรมไม่ใช่เชื้อชาติ ทั้งยัง

⁴ ธีรยุทธ บุญมี. เรื่องเดิม, หน้า 200-201.

เสนอว่าควรใช้นโยบายประสานประโยชน์กับคนหลากหลายชาติหลากหลายภาษาในเมืองไทยมากกว่า แบ่งแยกกีดกันหรือผนวกรวม⁵

ในสมัยสงครามโลก ยุค “เชื้อผู้นำชาติพันธุ์” จอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้ปลุกกระแสชาตินิยมด้วยการสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแนวประชานิยมชั้นสูงแบบใหม่ เช่น ชุดไทย รำวง สวมหมวก พร้อมทั้งลดทอนความเป็นพื้นบ้านเช่น กินหมาก นุ่งผ้าถุง และสัญลักษณ์แห่งระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช อาทิ ผ้าม่วง ราชปะแตน ราชทินนาม ออกไป มีการสร้างความศักดิ์สิทธิ์ของ “ชาติไทย” ที่เก่าแก่โบราณและยกขึ้นเป็นศูนย์รวมอันดับหนึ่งของสำนึกแห่งความเป็นไทย ดังลำดับ “ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์” ต่อมาในรัฐบาลสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ได้เริ่มระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอย่างจริงจัง มีการดึงคนไทยจากท้องถิ่นภูมิภาคต่างๆ ให้เข้ามาร่วมในกระบวนการทำงานในเมืองหลวง ชีวิต “คนเมือง” จึงเริ่มมีความแตกต่างทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ฯลฯ เกิดคนกลุ่มน้อย คนชั้นแรงงาน ชาวสลัม คนเร่ร่อน และวัฒนธรรม “ต่ำ” ที่เข้ามาพร้อมกับกรรมมาชีพจาก “บ้านนอก” เหล่านี้ ช่วงนี้เองที่หม่อมราชวงศ์คึกฤทธิ์ ปราโมชได้ปลุกกระแสความเป็นไทยขึ้นมาใหม่ เน้นว่าแม้ว่าคนๆ หนึ่งจะมีเชื้อชาติจีนหรือใดๆ ก็ตาม ก็สามารถเป็นคนไทยได้อย่างสมบูรณ์ ด้วยการยึดมั่นในวัฒนธรรมประเพณีไทยอันเก่าแก่ดั้งเดิม และจงรักภักดีต่อสถาบันกษัตริย์อันเป็นประมุข⁶ กรอบความคิดเรื่องผู้ใหญ่-ผู้น้อย การถ่อมตน รู้จักที่ต่ำที่สูง การประพฤติตนอยู่ในชนบประเพณีอันดีงาม และการยอมรับเอาคนนอกมาเป็นคนในก็ได้ ถ้าหากเขาคิดเหมือนเราหรือเอื้อประโยชน์ให้เรา จึงยิ่งชัดเจนขึ้นเรื่อยๆ ในสังคมไทย

จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์ 14 ตุลา อันเป็นปรากฏการณ์ที่ “ผู้น้อย” ไม่ยอมก้มหัวให้ “ผู้ใหญ่” ผู้ที่ไม่มีความชอบธรรม ทำให้คนชั้นล่างและชั้นกลางได้เข้ามามีส่วนร่วมกับสังคมในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่มากขึ้น⁷ และตั้งแต่ทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา เศรษฐกิจและวัฒนธรรมไทยกลายเป็นส่วนหนึ่งของกระแสโลกาภิวัตน์ยิ่งขึ้นไปกว่าเดิม คนไทยเชื้อสายจีนซึ่งส่วนใหญ่อยู่ใน “วอร์ณะแพศย์” จึงมีพื้นที่ในสังคมการเมืองมากขึ้นเป็นลำดับ จนกลายเป็นกลุ่มที่กุมอำนาจ ทั้งทางเศรษฐกิจและอำนาจรัฐไว้ได้เกือบเบ็ดเสร็จในทศวรรษ 2540

ช่วงที่คนไทยเชื้อสายจีนกลายเป็นคนไทย “หน้าจีน” ชั้นกลางและชั้นสูงนี้เอง ที่รสนิยมและมโนทัศน์ด้านความงามของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากค่านิยม exoticization หรือการชื่นชมความงาม “ประหลาด” ของความเป็นเทศหรือเป็นอื่น ที่นิยมของนอกหรือ “เห่อฝรั่ง” จนพาล

⁵ สายชล สัตยานุรักษ์, ประวัติศาสตร์ความคิด “ชาติไทย” กระแสหลัก, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, บทความลำดับที่ 788 เผยแพร่บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน ครั้งแรก 26 ธันวาคม 2548, หน้า 2-10.

⁶ สายชล สัตยานุรักษ์, เรื่องเดิม, หน้า 22.

เอ็นดูลูกครึ่งฝรั่งที่ตาโตจมูกโด่งผิวขาวสะอาด ก็เริ่มมีฉันทาคติที่หันมายอมรับหน้าบรรดาลูกจีนที่หมวย ว่าดวงตาเล็กรีผิวพรรณดี แต่ถึงอย่างไร รูปลักษณะผิวคล้ำปากหนาแบบไทยท้องถิ่น ก็ยังไม่เคยอยู่ในมาตรฐานความงามของคนไทย ที่มักกล่าวว่า “ดำสกปรกไม่สะอาดสบายตา”

เหตุการณ์พฤษภาทมิฬในปี 2535 ทำให้ความตื่นตัวด้านประชาธิปไตยของคนไทยหวนกลับมาอีกครั้ง เริ่มจาก “มือบมือถือ” ของคนชั้นกลางที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มพ่อค้าประชาชน แล้วพัฒนามาเป็นกลุ่มต่างๆ ที่เรียกร้องสิทธิทางการเมืองเมื่อเหตุการณ์สงบลง เช่นองค์กรพิทักษ์สิทธิ NGOs กลุ่มอาชีพเกษตรกร กลุ่มสมัชชาคนจน และกลุ่มที่เรียกร้องสิทธิของเพศชั้นรอง ได้แก่กลุ่มสิทธิสตรี และเพศที่สาม (นั่นแปลว่าสังคมไทยยกเพศชายเป็นเพศผู้นำ และกดขี่หญิงเป็นเพศรอง และกีดกัน “อื่นๆ” เป็นเพศที่ไม่เข้าคู่ ไม่เข้าพวก แยกแยะ-ผู้เขียน) คนไทยเหล่านี้เริ่มเรียนรู้ที่จะกำหนดอัตลักษณ์ส่วนตัวด้วยตนเอง รู้จักปกป้องรักษาและเรียกร้องสิทธิของตน ไม่เป็น “ผู้น้อย” ที่ยอมตอนให้ “ผู้ใหญ่” กำหนดชีวิตให้อีกต่อไป กระนั้น ผู้ที่มีอำนาจและใคร่รักษาอำนาจ รวมถึงผู้ที่ยังไม่รู้สึกว่าคุณถูกล้ำพื้นที่ ก็พยายามมองการเรียกร้องสิทธิของกลุ่มต่างๆ เหล่านี้ว่า เป็นการทำลายความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมที่อยู่ในกรอบประเพณีอันดีงามโดยกลุ่มคนชายขอบ ในขณะที่เดียวกัน มายาคติที่รัฐนำมาครอบความคิดความเชื่อของคนไทยอีกอันหนึ่งอยู่ก็คือ “รัฐไทยเป็นรัฐที่เมตตาและสังคมไทยเป็นสังคมเมตตา” มโนทัศน์เช่นนี้ทำให้สังคมไทยไม่ยอมรับว่ามีความขัดแย้งและความไม่เป็นธรรมในรัฐหรือในสังคมไทยอันเนื่องมาจากโครงสร้างเศรษฐกิจการเมือง และวัฒนธรรม⁸ พฤติกรรมแบบปากว่าตาขีปเช่นนี้ทำให้เกิดการแบ่งชั้นทางวัฒนธรรมของสังคมไทยที่ปัจจุบันมีความเป็นพหุลักษณะ “แม้คนไทยจะมีแนวโน้มยอมรับความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรมใน “ชาติไทย” มากขึ้นกว่าเดิม เพราะอย่างน้อยก็เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ แต่คนไทยยังมีได้ยอมรับความแตกต่างหลากหลายถึงระดับที่เห็นว่าทุกวัฒนธรรมมีสถานะเท่าเทียมกัน และการที่รัฐและปัญญาชนกระแสหลักยังเน้น “ความเป็นไทย” หรือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติไทยที่มีลักษณะแท้แข็งแกร่งตายตัว ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ก็ยิ่งสร้างความรู้สึกนึกคิดว่าเอกลักษณ์ไทยเป็นลักษณะเฉพาะ”⁹

ทัศนะนี้สอดคล้องกับสตูนี อาชวานันท์กุล ที่มีความเห็นว่า “ความเหลื่อมล้ำระหว่าง สื่อและค่านิยมสมัยใหม่เช่น ทัศนคติ”ทนได้แต่ไม่ยอมรับ”ที่สังคมไทยมีต่อกลุ่มเกย์ กับ ความเป็นไทยกระแสหลักที่เราถูกปลูกฝังในโรงเรียนมาช้านานว่าเป็นสิ่งสูงค่าควรอนุรักษ์ ปรากฏเด่นชัดและ

⁷ ธีรยุทธ บุญมี. *เรื่องเดิม*, หน้า 99-109.

⁸ สายชล สัตยานุรักษ์. *เรื่องเดิม*, หน้า 12 และ 23-28.

⁹ สายชล สัตยานุรักษ์. *เรื่องเดิม*, หน้า 12 และ 23-28.

เคลื่อนไหวออกจากกันมากขึ้นเรื่อยๆ ณ วันนี้ เราควรตั้งคำถามว่า มีอะไรบ้างในความเป็นไทยที่เราควรละทิ้งหรือปรับเปลี่ยน เพื่อให้อยู่รอดในโลกยุคโลกาภิวัตน์อย่างสันติ และให้โอกาสชนกลุ่มน้อย และคนกลุ่มใหม่ๆ ในประเทศ ที่ไม่เคยมีบทบาทในวาทกรรม “ความเป็นไทย” เช่น กลุ่มเด็กวัยรุ่น ชาวไทยมุสลิมภาคใต้ และแรงงานอพยพ ได้มีสิทธิมีเสียงและพื้นที่ทางสังคม มีอัตลักษณ์ของตัวเองที่ไม่ถูกครอบงำหรือต่อต้านโดย “วัฒนธรรมทางการ” และได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของทั้งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ไทยอย่างแท้จริง”¹⁰

แต่การถกกลับกลายเป็นว่ามายาคติแห่งการ “แบ่งแยกคนไล่ลิ้นชักชั้นต่างๆ” ของสังคมไทยแบบปากออย่างใจอย่าง กลับไปกันได้กับปรัชญาบริโภคนิยม ที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลให้เป็นที่ยอมรับอย่างฉาบฉวยของสังคมภาพลักษณ์นิยม และการประเมินค่าของปัจเจกชนจากการกวาดตาดู “ยี่ห้อ” ที่บ่งบอกอัตลักษณ์ส่วนตัวของบุคคลนั้นๆ ว่าถูกต้องตามรสนิยมอันดีที่เป็น “บรรทัดฐาน” ของสังคมหรือไม่เพียงไร

ละครเวทีไทย : เติบโตในแนวระนาบ

มูลเหตุที่การละครเวทีแบบตะวันตกได้เดินทางเข้ามายังประเทศไทยนั้น แต่แรกเป็นผลมาจากการสร้างความศรัทธาให้กับสยามประเทศเพื่อได้ตอบกระแสจักรวรรดินิยมและลัทธิอาณานิคมของประเทศตะวันตกในยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ในการเตรียมบุคลากรระดับผู้บริหารของประเทศ ให้รู้เท่าทันระบบของตะวันตก พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงสนับสนุนการส่งเจ้านายและข้าราชการบริพารไปศึกษาวิชาการแขนงต่างๆ จากประเทศเจ้าของศาสตร์ ส่วนข้าราชการระดับรองลงไป ก็ทรงจัดให้ศึกษาเล่าเรียนในโรงเรียนหลวงและโรงเรียนวัด ปัญญาชนกลุ่มแรกของประเทศเหล่านี้บางส่วนก็ได้มีโอกาสเห็นการแสดงละครแบบต่างๆ ของประเทศในยุโรป ขณะเดียวกัน ก็ได้รับการสั่งสอนฝึกฝนศิลปะการแสดงแขนงต่างๆ ของไทยด้วย ดังนั้น เมื่อมีการรับเอาวัฒนธรรมละครของตะวันตกเข้ามาสู่การละครของไทยหลังจากที่รัชกาลที่ 5 เสด็จกลับจากการประพาสอินเดีย แต่เดิมที่ละครไทยถือเรื่องการรำเป็นหลัก จึงได้มีการดัดแปลงเป็นละครไทยแนวใหม่ๆ ที่เชื้อลักษณะของละครตะวันตก อาทิ ละครดึกดำบรรพ์ ละครพันทาง ละครเสภา ละครร้อง และละครพูด¹¹ ดังที่

¹⁰ สฤณี อาชยานันทกุล (แปล.) มายาคติของการปะทะระหว่างอารยธรรม, บทบรรยายของเอ็ดเวิร์ด ซาอิด, บทความลำดับที่ 807 เผยแพร่บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนครั้งแรก 17 มกราคม 2549.

¹¹ สายวรุณ น้อยนิมิตร. “จากละครดึกดำบรรพ์ถึงละครร้อง : พระอัจฉริยภาพของสองนักปราชญ์” วารสารภาษาและหนังสือ. ปีที่ 33, พ.ศ. 2545.

สมเด็จพระยามะยาดำรงราชานุภาพได้ทรงอธิบายถึงลักษณะการแสดงละครดึกดำบรรพ์ว่า “เป็นละครผู้หญิงเล่น สมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ ทรงริบแบบอย่างให้เจ้าพระยาเทเวศร์วงศ์วิวัฒน์เล่นขึ้น กระบวนเล่นติดเอาละครไทยปรุงกับแบบละครร้องของชาวยุโรป คือแต่งตัวและร้องอย่างละครโน เล่นบนเวที มีฉากและตัวละครร้องเอง มีลูกคู่เป่าพาทย์รับ เล่นเรื่องละคร”¹²

จะเห็นว่าการปรับ แปร ปรุงและแปลงรูปให้เข้ากัน ระหว่างสุนทรียศาสตร์ของศิลปะการแสดงไทยและตะวันตกนั้น เกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปโดยผู้ที่รู้จักเลือก-สรรค์ เริ่มจากละครดึกดำบรรพ์และละครร้อง ที่ยังคงมีลักษณะใกล้เคียงกับละครแนวชนบทของไทย แล้วจึงค่อยพัฒนาไปสู่ละครพูดอย่างตะวันตก ทั้งที่แปลบ้าง เขียนใหม่บ้าง จากนั้น ละครแบบใหม่ทั้งหลายนี้ ก็แพร่หลายไปสู่ประชาชน ที่ได้รับความนิยมในวงกว้างก็คือ”ละครพูดและละครร้อง” ซึ่งพัฒนาไปถึงยุคที่รุ่งเรืองที่สุดระหว่าง พ.ศ.2476-2498 โดยปรากฏคณะละครมากมาย เช่น คณะปรีดาฉาย พรานบุรุษ ผนวกลี ฯลฯ เป็นต้น แต่ละครร้องก็ถึงแก่กาลเสื่อมสลายด้วยอิทธิพลของภาพยนตร์และโทรทัศน์จนต้องทยอยปิดโรงละครไปจดหมดระหว่าง พ.ศ. 2504-2505 ละครเวทีพื้นตัวใหม่อีกครั้ง ด้วยการเปิดให้มีการเรียนการสอนละครเวทีแบบตะวันตก ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แต่เป็นการพื้นตัวในร่างใหม่ เพราะไม่ได้กลับไปอิงรูปแบบละครแบบเก่าอีกเลย”¹³

การศึกษาละครเวทีในยุค “พื้นตัว” นี้ เน้นการเรียนรู้ศาสตร์ต้นแบบคือละครตะวันตกเป็นหลัก การสร้างละครเวทีของสถาบันทั้งสอง จึงเน้นการนำวรรณกรรมบทละคร ”สมัยใหม่” ของตะวันตกมาแปลบ้าง ดัดแปลงให้อยู่ในบริบทไทยๆบ้าง แล้วแต่ความเหมาะสม อาทิ ตุ๊กตาแก้ว แปลจาก *The Glass Menageries* ของ Tennessee Williams และ อวสานของเชลล์แมน ดัดแปลงให้เป็นไทย จาก *Death of a Salesman* ของ Arthur Miller เป็นต้น กระนั้น ก็ยังมีทัศนคติที่ว่า “ละครมหา’ลัย” มีกลิ่นนมเนยมากไปจนผู้ชมชาวไทยเข้าไม่ถึง

ในบทวิจารณ์ละครเรื่อง ยอดปรารถนา ที่สดใส พันธุมโกมล ดัดแปลงให้เป็นไทย จากเรื่อง *The American Dream* ของ Edward Albee “เฉียดรี” ได้กล่าวว่า “ที่โยงไปถึงความสำเร็จขั้นต่อมาในการจับความรู้สึกคนดูได้ใกล้ชิด เพราะ พ่อ แม่ ยาย หญิงสาว และชายหนุ่ม ก็คือ คน

¹² สายวรุณ น้อยนิมิตร. เรื่องเดิม.

¹³ ปาริชาติ จิงวิวัฒนภรณ์. “ละครเวทีสมัยใหม่ : เรื่องไทย เรื่องเทศ ฤๅสำคัญไฉน”, วารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 16. ปาริชาติแบ่งพัฒนาการของละครเวทีในประเทศไทยเป็น 3 ยุค คือ 1. ยุคพื้นตัว (พ.ศ. 2514-2519) 2. ยุคแสงหามาตรฐาน (พ.ศ. 2520-2530) และ 3. ยุคเติบโต (พ.ศ. 2531-2542).

เดินดินกินข้าวแกงธรรมดา..และนี่ก็เป็นครั้งแรกที่เห็นคุณสดใสลงมาเล่นกับลูกชาวบ้าน หวังว่าคราวต่อไป คงจะเล่นกับลูกชาวบ้านมากกว่านี้”¹⁴

การที่ผู้วิจารณ์ใช้คำว่า “ลงมาเล่นกับลูกชาวบ้าน” นั้น สะท้อนทัศนคติที่คนทั่วไปมีต่อละครเวทีแบบตะวันตกและ”สถาบัน”ที่จัดการแสดงอย่างชัดเจนว่า โดยปกติจะรู้สึกว่าการละครเวทีนั้นเป็นศิลปะที่อยู่ในระดับที่สูงส่งเกินกว่าคนธรรมดาๆจะซาบซึ้ง และเชื่อมโยงชีวิตของตนกับชีวิตของตัวละคร “ฝรั่ง” เหล่านั้น และพร้อมทั้งเรียกร้องให้สถาบันการศึกษา สร้างละครเวทีที่สื่อสารกับคนไทยอย่างตรงไปตรงมาแทนการมองผ่านละคร “ฝรั่ง”

ในยุค “ประชาธิปไตยเบ่งบาน” (2524-2519) ละครเวทีได้รับใช้ข้อเรียกร้องข้างต้นอย่างเต็มที่ ละครที่เขียนและแสดงโดยนิสิตนักศึกษาปัญญาชน อาทิ ใน *รวมบทละครชาติสมัย* ของคมทวน คັນธนู มีเรื่อง “คนตกเหว” เรื่อง “ประตู่” ชุด *สงครามในหลุมศพ* ของสุวัฒน์ ศรีเชื้อ เรื่อง “อมนุษยธรรม” ของคมสัน พงศ์สุธรรม “เราจะฝ่าข้ามไป” ของวิสา คัญทัพ และงานของกลุ่มพระจันทร์เสี้ยว ซึ่งประกอบด้วยงานของนักเขียนบทละครสำคัญหลายคน เช่น “ฉันเพียงอยากไปข้างนอก” และ “งานเลี้ยง” ของวิทยากร เชียงกุล และ “ชั้นที่ 7” ของสุชาติ สวัสดิ์ศรี เป็นต้น งานละครเวทีเหล่านี้ “ก่อให้เกิดสำนึกปฏิบัติในมหาวิทยาลัย...เป็นละครที่สามารถปลุกเร้าความรู้สึกของคนในสังคมให้เกิดมีสำนึกว่า สังคมประเทศเราเป็นอย่างไร สังคมโลกเป็นอย่างไร สร้างให้คนได้เห็นได้คิดอะไร ก่อให้เกิดโลกทัศน์และชีวิตทัศน์ได้....แต่ยุคหลังจากนั้นเหงาหลายคนเจอblacklist”¹⁵

ละครในยุค”ขบถ” นี้ เป็นละคร “เพื่อชีวิต” ที่สะท้อนแนวคิดทางการเมืองของคนไทยในยุคที่เร่งเร้า แต่หลังจากเหตุการณ์ 6 และ 14 ตุลา รัฐก็ระมัดระวังการสร้างสรรค้อย่างเสรีของศิลปินปัญญาชนมากขึ้น ขณะเดียวกัน นักการละครหัวขบถหลายคนก็ไม่อยู่ในฐานะที่สร้างสรรค์ละครใหม่ๆได้ เพราะบ้างก็ติดคุก บ้างก็หนีเข้าป่า

ละครเวทีในยุคต่อมา ทั้งในสถาบันการศึกษาและกลุ่มละครอิสระ เช่น กลุ่มละครสองแปด ไม่ว่าจะเป็นละครแปลหรือดัดแปลง มักก้าวออกมาจากแนวสมจริง ตัวอย่างเช่น นิमितมาดา ดัดแปลงจาก A Dream Play *อันตราคณี* ดัดแปลงจาก *Antigone* และ *กาลิเลโอ* แปลจาก *Galileo* และแม้จะเน้นการสร้างละครตะวันตกระดับมาตรฐานที่ “พูด” กับคนไทยมากขึ้น แต่จาก

¹⁴ “เฉียดรวิ”. “สุผืนอันยิ่งใหญ่”, อ้างใน “การเขียนบทละครเวทีในประเทศไทย : สภาพ ปัญหาและทางออก” ของปาริชาติ จิ่งวิวัฒนภรณ์, วารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 6.

¹⁵ สกฤต บุญยทัต. *บันทึกคำบรรยาย*, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 3 เรื่อง “ละครเวที : เรื่องไทย เรื่องฝรั่ง” 27 สิงหาคม 2542, พิมพ์ในวารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 110-111.

การที่ละครเหล่านี้มักมีมุมมองหลักเกี่ยวกับปรัชญาชีวิต และความขัดแย้งเชิงอภิปรัชญาระหว่างมนุษย์กับสังคม ทำให้ผู้คนทั่วไปยังคงรู้สึกว่ ละครเวทีในสถาบันนั้น มีเนื้อหาสาระที่หนักหน่วงหรือไม่ก็ดูสูงส่งทางปัญญาเกินกว่าผู้คนระดับ “ลูกชาวบ้าน” จะรับไปบริโภคได้

ละครเวทีในฐานะมหรสพชั้นสูง กลับมาอีกครั้งด้วยการเปิดวิกมณเฑียรทองเถียเตอร์ในโรงแรมมณเฑียร ที่นำเสนอละครดัดแปลงจากเทพเป็นไทยและบทละครดั้งเดิม ทั้งละครตลกเสียดสีและจริงจัง อาทิ *ขอรับฉัน คนบ้านหลังคา โลกอลเวง ลูกคุณหลวง ฯลฯ* โดยมีผู้สร้างผู้แสดงเป็นนักการละครฝีมือ แต่เมื่อ “ละครมณเฑียรทอง” กลายเป็นวัฒนธรรมของคนชั้นสูงที่ดูไปกินไปเพื่อบริโภค “แฟชั่นการดูละคร” แนวทางของละครก็หันไปสู่ความบันเทิงมากกว่าจริงจัง เวทีนี้กลายเป็นสนามพิสูจนฝีมือของดาราโทรทัศน์ ซึ่งก็ดึงดูดผู้ชมและรายได้อย่างมากมาย แต่ขณะเดียวกัน ก็กลับกลายเป็นดาบสองคมที่คั่นสนองวิกมณเฑียรทองเอง เมื่อดาราเหล่านั้นไม่มีเวลาซ้อมหรือแม้กระทั่งไม่มีเวลาแสดงจริง ทำให้แม้ละครหลายเรื่องจะ “เล่นอยู่ได้นานและมีกำไรดี แต่คุณภาพของงานกลับต่ำลง จนผู้จัดต้องตัดสินใจเลิก ทั้งๆที่ไม่อยากเลิก หลังจากที่ได้ดำเนินกิจการมาถึง 9 ปีครึ่ง”¹⁶

อย่างไรก็ดี คุณูปการที่มีค่ายิ่งของมณเฑียรทองเถียเตอร์ก็คือ นอกจากจะทำให้ละครเวทีกลับมาเป็นมหรสพที่อยู่ในความสนใจของผู้ชม ซึ่งมีได้โดยเฉพาะในวงการศึกษาศิลปะแล้วยังเป็นกำลังใจให้กับ “คนละคร” หลายๆ คนที่ได้มีเวทีเพื่อสื่อสารกับผู้ชมนอกวงของตน และยิ่งไปกว่านั้น กิจกรรมการละครที่มีชีวิตชีวาของมณเฑียรทอง ได้เป็นแรงบันดาลใจให้กับนักเรียนการละครในขณะนั้นหลายคน ที่ต่อมาเติบโตเป็น “คนละคร” รุ่นหลังอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากการสร้างละครเวทีในยุคเติบโตที่มีแตกกิ่งก้านสาขาออกไปหลายลักษณะ ดังนี้

ก. *ละครเขียนใหม่โดยกลุ่มละครอิสระ* ที่เกิดขึ้นมากมายและมีแนวทางที่หลากหลาย ทั้งผสมผสานกับศิลปะพื้นบ้าน และใช้ลักษณะของ Physical Theater เช่น *ผู้หญิงพลาสติก* ของมายา บ็อกซ์ และ *เจ้าลอ...หล่อล้ำ* ของกลุ่มมะขามป้อม ส่วนละครเขียนใหม่ที่ได้รับการยกย่องทั้งในแง่วรรณศิลป์และการสร้าง “คือผู้อภิวัฒน์” นั้น ถือเป็นการกลับมาอีกครั้งอย่างสง่างามของกลุ่มพระจันทร์เสี้ยว

ข. *ละครเขียนใหม่เพื่อละครเชิงพาณิชย์* โดยกลุ่มแดสเอนเทอร์เทนเมนต์ ซึ่งพยายามทำละครเวทีให้เป็นเชิงพาณิชย์ แต่ในขณะเดียวกันก็ให้ความบันเทิงระดับคุณภาพด้วย มักเป็นละคร

¹⁶ สุรพล วิรุฬห์รักษ์. *บันทึกคำบรรยาย*, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 1 เรื่อง “จากวรรณคดีสู่ละครเวทีสมัยใหม่” 31 มกราคม 2542, ตีพิมพ์ในวารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 99.

แนวตลกเสียดสีสังคม ใช้เนื้อเรื่องใกล้ตัวคนดู และมีความสนุกสนานเข้ากับรสนิยมของผู้ชมส่วนใหญ่ อาทิ *คุณหมอคะ...แต่ว่ามันไม่ใช่* และ *ทีนทีก* เป็นต้น¹⁷

ค. *ละคร “เพลง” รสไทย* ของคณะละครกึ่งอาชีพ “ภัทราวดีเธียเตอร์” ที่ผสมผสานการร่อนนาฏศิลป์ ดนตรี เทคนิคภาพบนเวทีอันแปลกใหม่ตระการตา นำเสนอเนื้อเรื่องและความสนุกสนานบันเทิงแบบไทยๆ อาทิ *สิงห์ไกรภพ เงาะป่า ร็อคโอเปร่าเรื่องอิเหนา* ฯลฯ ละครเหล่านี้ได้รับคำชมในแง่รูปแบบที่สร้างสรรค์ แม้จะมีเสียงติติงในแง่เนื้อหาบ้าง แต่ก็ถือเป็นการจุดประกายให้นักทำละครรุ่นต่อมา กล้าทดลอง และกล้าทำงานแบบข้ามขนบมากขึ้น

ง. *ละครแปลจากวรรณกรรมตะวันตก* ของกลุ่มละครสองแปดที่ยังคงเน้นการนำเสนอละครแปลมาตรฐานสูง ทั้งในแง่ตัวบทและการจัดแสดงเช่น *ผู้มาเยือน* (The Visit) และ *แรด* (Rhinoceros)

จ. *ละครดัดแปลงจากบทละครตะวันตก* ของสถาบันการศึกษา “ที่ได้รับคำชื่นชมถึงการปรับบทให้เข้ากับบริบทของสังคมไทยอย่างกลมกลืนขึ้นแต่ยังคงรักษาไว้ได้ซึ่งแก่นความคิดของผู้ประพันธ์ดั้งเดิม” เช่น *ไพรพน์ลึก* (Into the Woods) *ค็อกสพธิษ* (The Way of the World) ของคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย”¹⁸

หลังจากพ.ศ. 2542 เป็นต้นมา คงกล่าวได้ว่า การละครเวทีไทยเข้าสู่ยุค “แสวงหาตัวตน” บรรดาคนทำละคร ทั้งอาจารย์ในสถาบันการศึกษา กลุ่มละครอิสระ และศิลปินเดี่ยว ต่างก็สั่งสมประสบการณ์ ความชำนาญ และความสนใจทางการละครของตนมาในระดับหนึ่ง จึงเริ่มทดลองสร้างละครที่เน้นการกลับไปสู่รากเหง้า ในแนวทางเฉพาะตน ที่ไม่ยึดติดกับกรอบทฤษฎีทางการละคร เพื่อถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ชีวิตและปัญหาของคนไทยในสังคมร่วมสมัย บ้างก็ทดลองใช้เทคนิคของการแสดงทั้งไทยและเทศผสมผสานกัน บ้างก็ใช้เรื่องราวจากวรรณคดี นิทานพื้นบ้านไทย หรือนาฏศิลป์ไทย มานำเสนอมุมมองที่ผู้คนทั่วไปมักจะมองข้ามเนื่องจาก “อยู่ใกล้เกินไป” เช่น *นนทก* และ *ลุยไฟ* ของคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บางกลุ่มก็ผสมผสานเทคนิคของบู้โตและPhysical Theater บางงานอย่างนาฏศิลป์แนวใหม่ของพิเชษฐ กลั่นชื่น ก็เป็นการผสมผสานศิลปะการแสดงหลายๆประเภทเข้าด้วยกัน ทั้งละครรำ บู้โต และ Dance Theater เพื่อสื่อ “สาร” ของผู้สร้างได้อย่างกลมกลืน แต่ในขณะเดียวกัน งานทดลองของอีกหลายคน ก็เป็นไปอย่างที่นิมิตร พิพิธกุลกล่าวไว้จริงๆว่า “เป็นการนำเทคนิคต่างๆเข้ามาถ่มทับเสียจนไม่แน่ใจ

¹⁷ ปาริชาติ จีงวิพัฒน์นาภรณ์. ละครเวทีสมัยใหม่ : เรื่องไทย เรื่องเทศ ฤาสำคัญไหน, อ้างแล้ว, หน้า 16-20.

¹⁸ ปาริชาติ จีงวิพัฒน์นาภรณ์. ละครเวทีสมัยใหม่ : เรื่องไทย เรื่องเทศ ฤาสำคัญไหน, อ้างแล้ว, หน้า 16-20.

ว่าเป็นละครหรือไม่ เพราะว่ามีเทคนิคเต็มไปหมดจนกระทั่งหาตัวประเด็นไม่เจอ หาตัวเนื้อไม่เจอ อันนี้คือวิถีของคนไทย คนไทยชอบแบบนั้นจริงๆ”¹⁹

เป็นที่ทราบกันดีว่าละครเวทีนั้นไม่เคยเป็นสินค้าขายดีในกระแสบริโภคนิยม เนื่องด้วยไม่ใช่กระแสหลักในแง่ของการผลิตเพื่อบริโภค การสร้าง-เสพงานละครเวทีนั้นจึงมีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับสื่อบันเทิงประเภทเดียวกันอย่างละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์แนวกระแสนิยม คณะละครภัทราวดีเธียเตอร์และกลุ่มแดสเอนเทอร์เทนเม้นท์ซึ่งปัจจุบันคือกลุ่มดรีมบ็อกซ์ เป็นคณะละครเวทีที่ถึงอาชีพเพียงสองคณะที่ยังคงพยายามดิ้นรนให้อยู่รอดด้านการเงินและความนิยม จึงต้องผลิตงานที่ดึงดูดผู้ชมที่มีกลุ่มใหญ่พอสมควรเพื่อให้องค์กรของตนสามารถดำเนินกิจการด้านละครเวทีต่อไปได้ ละครส่วนใหญ่ต้องมี “จุดขาย” ที่ความบันเทิง ความแปลกใหม่หรือหวือหวา หรือดาราที่ร่วมแสดง-ซึ่งแม้จะมาด้วยใจรักแต่ก็มักไม่มีใครมีเวลาชม ด้วยผลจากภาวะคุกคามดังกล่าวทำให้เกิดเสียงเรียกร้องคุณภาพทางศิลปะของละครเวทีเชิงพาณิชย์ศิลป์ในทำนองว่า “ถึงแม้ตลาดของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดแนวทางหนึ่งที่สำคัญต่อคนทำละคร แต่ก็ยังมีคนดูอีกมากที่อยากดูละครดีๆ มีเนื้อหาสาระ และทำทนายสติปัญญา ฉะนั้น อย่าได้ดูถูกว่า คนไทยชอบดูละครที่เอาเสียงหัวเราะมากกว่า”²⁰

ช่วงที่คนดูต้องการชมละครเวที “คุณภาพ” ที่ไม่ใช่ละครตลกนี่เอง ที่บริษัทผู้สร้างละครโทรทัศน์ยักษ์ใหญ่อย่างเอ็กแซ็คท์ (Ex'act) หันมาสร้างละครเพลงแนวอลังการหรือที่มักชอบเรียกกันว่า “ละครเพลงบรอดเวย์” โดยใช้ดาราที่ร้องชื่อดังระดับประเภท เพลงร้องทำนองคันทรี และความยิ่งใหญ่ตระการตาของนักเต้นประกอบจำนวนมาก เครื่องแต่งกาย เทคนิคฉาก แสง และเวที พร้อมทั้งงบประมาณที่ทุ่มให้กับสื่อโฆษณาอย่างเต็มที่ เพื่อดึงดูดให้ผู้คนที่ไม่เคยเป็น “แฟน” ละครเวทีหันมาสนใจศิลปะแขนงนี้บ้าง และได้ผลสำเร็จเป็นอย่างดี “ละครเพลงเอ็กแซ็คท์” อาทิ วิวาห์เมือง บัลลังก์เมฆ ทวิภพ ฯลฯ กลายเป็นมหรสพในกระแสนิยมที่คนทันสมัยต้องไปชมสักครั้ง มิฉะนั้นจะเซย ถึงขั้นที่ว่าในช่วงที่ละครกำลังเปิดแสดงอยู่นั้น ประโยคแรกที่วัยรุ่นในมหาวิทยาลัยทักทายกันก็คือ “ไปดูบัลลังก์เมฆรึยัง”

อานิสงส์ของ “ละครเพลงเอ็กแซ็คท์” คือสามารถทำให้ทัศนคติที่ว่า “พวกละครคือพวกเดินกินรำกิน” ของคนไทยสมัยก่อนแทบจะพลิกมุมมองไปภายในพริบตา การร้อง-เต้น-เล่นละคร

¹⁹ นิเมศ พิพิฑกุล. **บันทึกคำบรรยาย**, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 3 (เรื่องเดิม), หน้า 121.

²⁰ กมลมาศ จิตต์ขันติวงศ์. บทวิจารณ์ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, อ้างใน “การเขียนบทละครเวทีในประเทศไทย : สภาพ ปัญหาและทางออก” ของปาริชาติ จึงวิวัฒนภรณ์. (อ้างแล้ว) หน้า 8.

โดยเฉพาะละครเพลงและรีวิว ได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นวัยเรียนเป็นอย่างมาก มีการเรียนและฝึกฝนการเต้นและร้องเพลงอย่างจริงจังเพราะต่อไปก็สามารถใช้เป็นวิชาหาเงินได้ แต่ในแง่การแสดงและศาสตร์ของละครเวทีแล้ว เยาวชนคนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่มองเห็นว่าไม่จำเป็นต้องศึกษาอย่างจริงจังก็น่าจะสามารถ”เล่น” และ ”ทำ” ละครเวทีได้ ดังที่จะเห็นจากเวทีประกวดหนุ่มสาวหน้าตาดีที่อยากเข้าวงการบันเทิง มักจะมีผู้เข้าประกวดหลายคน เลือกแสดงความสามารถพิเศษด้วยการ”แสดงละครเดี่ยว” ที่ผู้เขียนดูมาก็เวทีแล้วก็ต้องพบกับการปั่นหน้าเค้นเสียงและโบกมือซ้ายที่ขวาที่บ้างก็ว่าถึงจะรำเรียนฝึกฝนศาสตร์ของละครเวทีมาอย่างถูกต้อง แต่เมื่อถึงที่สุดแล้ว ก็นำมาใช้หาเงินไม่ได้ และต้องผันตัวไปทำธุรกิจบันเทิงในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์แทนอยู่ดี

หากเปรียบเทียบการของละครเวทีไทยเป็นเหมือนภาพต้นไม้พันธุ์สมที่ค่อยๆเติบโต จะเห็นว่า บางครั้งต้นไม้ที่กำลังจะหยั่งรากลึกลงม่นคง ก็กลับถูกรั้วพืชไร่กรรณเอาบ้าง ถูกริดกึ่งก้านที่กำลังออกงามออกบ้าง แต่ถึงอย่างไรต้นไม้ก็ยังค่อยๆ พยายามแผ่กิ่งก้านสาขาแตกสาขาแตกออกไปมากมายในเชิงกว้าง มิใช่การพุ่งขึ้นในทางสูงและมีลักษณะเป็นลำต้นเดียวโดดๆ บัดนี้ ถึงเวลาที่ต้นไม้จะผลิดอกตูมออกจากกิ่งก้านอันหลากหลายและหากได้การทะนุถนอมบำรุงรักษาอย่างดี ก็คงได้ออกดอกบานสะพรั่งหลากสี กลายเป็นลูกไม้หลายรส เพื่อสืบทอดแพร่พันธุ์เชื้อสายของต้นไม้มหัศจรรย์นี้ต่อไป

บางครั้งดอกตูมเหล่านี้อาจต้องเผชิญกับหนอนไซพาณิชนิยมบ้าง แต่เชื่อว่าที่จะทำให้ต้นไม้เกิดโรคเหี่ยวแกร็น จนดอกตูมอาจหมดแรงเหี่ยวแห้งไปเสียก่อน มิใช่ศัตรูพืชที่มองเห็นได้ง่ายๆเช่นนี้ หากแต่คือลักษณะบริโภคนิยม ที่แอบแฝงฝังตัวอยู่กับมายาคติแบบไทยๆ ของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวงการละครเวทีต่างหาก

“ยี่ห้อ” กับละครเวทีไทย

แม้ละครเวทีจะไม่เคยเป็นสินค้าขายดีในกระแสบริโภคนิยม แต่ในฐานะตัวแทนของวัฒนธรรมสูง ละครเวทีคือแบรนด์เนมอย่างดีในการบ่งบอกรสนิยมอันสูงนทรีย์ของชนชั้นสูง ปัญญาชน ศิลปิน และชนชั้นกลางที่ต้องการขยับฐานะทางสังคมให้สูงขึ้น และความจริงที่ไม่น่าเชื่อก็คือปรัชญาบริโภคนิยมที่เน้นการเสพ ”รสนิยม” และประเมินค่าสิ่งต่างๆหรือบุคคลด้วยภาพลักษณ์ของ ”ยี่ห้อ” นั้น ได้ ”สาป”ประชากรในชุมชนซึ่งเล็กเท่าหีบมืออย่างชุมชนละครเวทีไทย ให้เกิดภาวะขัดแย้งในอัตลักษณ์ของตนเอง โดยภาคหนึ่งบอกว่าตนอยู่ในสังคมที่เอื้ออาทรแบบฟุ้งๆที่มีความรักในศิลปการละครเหมือนกัน และด้วยความเป็นนักวิชาการและ/หรือเป็นศิลปินจึงมีใจเปิดกว้าง ทำให้มีช่องว่างระหว่างชนชั้นที่แคบหรือแทบไม่มีเลย แต่อีกภาคหนึ่ง

นั่น คนในชุมชนละครหลายๆคนก็ยึดมั่นใน “ยี่ห้อ” หรือมโนทัศน์ทางการละครของตน ว่านี่คือเครื่องบ่งบอกอัตลักษณ์ของตนที่เหนือกว่าคนอื่นๆ และด้วยอภิสัทธาที่ดั่งกล่าว ตนจึงเป็นเทรนด์เซตเตอร์ (Trendsetter) หรือผู้กำหนดมาตรฐานหรือแนวทางหลักอย่างทีละครเวทีไทยร่วมสมัยควรจะเป็น

ในทัศนะของผู้เขียนแล้ว สภาพการณ์เช่นนี้เป็นผลมาจากระบบความคิด-มโนทัศน์ และค่านิยมของคนไทย ที่สั่งสมบ่มเพาะมาในแต่ละยุคสมัย อันได้แก่เรื่อง ตัวตน-ชนชั้น ผู้ใหญ่-ผู้น้อย การอยู่ในกรอบระเบียบอันดี การยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริตของคำสอน—ชนบ่เก๋า การ(ทำเสมือนว่า)ยอมรับความต่าง แต่ไม่ยอมยกคนอื่นให้เท่าเทียมกับเรา และที่ร้ายที่สุด การหมกมุ่นอยู่ในมายาคติว่าสังคมไทยไม่มีความขัดแย้ง จนกระทั่งมาถึงยุคที่เราถูกกล่อมเกลี้ยงเลี้ยงดูด้วยลัทธิบริโภคนิยม จนทำให้รับเอาทัศนคติ “วัดค่าที่ยี่ห้อ” และ “เสพรสนิยม” มาปฏิบัติโดยไม่รู้ตัว ด้วยมีแรงผลักดันของมายาคติทั้งหลายที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเป็นสิ่งที่เกื้อหนุนนั่นเอง

ผู้มีฐานะ ปัญญาชน และนักเรียน”ศิลปะ” มีโอกาสบ่มเพาะรสนิยมของวัฒนธรรม ”ชั้นสูง” อย่างละครเวทีแบบมาตรฐาน”ตะวันตก” แต่ชนชั้นกลางระดับล่างที่นั้นกลับถูกจู่โจมโดยวัฒนธรรม ”ของนอก”นี้โดยไม่ได้รับการปูพื้นฐานเพื่อการบริโภคที่ถูกต้อง เขาเหล่านั้นจึง”เกรง” ”อคติ” และ ”ถอยห่าง” ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคละครเวทีซึ่งเป็นชนชั้นนำหรือผู้ใฝ่อยากเป็นชนชั้นนำนั้น ก็พยายามกำหนดตัวตนและพื้นที่ทางสังคมของตนโดยใช้”ยี่ห้อ”ของประเภทมหรสพ และทฤษฎีทางการละครต่างๆ เพื่อทั้งเลื่อนชั้นตนเองขึ้นให้สูงกว่าผู้บริโภควัฒนธรรมมวลชนที่เป็นคนชั้นกลางและชั้นล่างระดับล่าง และเขยิบหนีจากละครเวทีนอกกระแสที่คุกคามภาวะ ”ผู้นำ”ทางวัฒนธรรมของตน โดยหาวิธีไม่ผ่านการกระทำดังกล่าวนั้น ก็เท่ากับว่าตนได้ตกเป็นเหยื่อของลัทธิบริโภคนิยมทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน

เมื่อสังคมไทยตกอยู่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมข้ามชาติและกระแสโลกาภิวัตน์ สื่อทางวัฒนธรรมที่เป็นพาณิชย์ศิลป์อันได้แก่ภาพยนตร์ ดนตรี และละครโทรทัศน์ ล้วนได้รับผลกระทบจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมซึ่งเป็นผลของบริโภคนิยมทั้งสิ้น วัฒนธรรมมวลชนการกำหนดรสนิยมกลางๆ เพื่อการทำซ้ำ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซึ่งเป็นชนชั้นกลางก็ถูกยัดเยียดหรือยอมรับคุณค่าปลอมๆนี้เพื่อใช้สร้างตัวตน สถานภาพทางสังคม และพื้นที่ในสังคมของตน เพื่อให้ตนมีความรู้สึกว่าได้เติบโตขึ้นมาจากการเป็นคนระดับล่างที่บริโภควัฒนธรรมชั้นต่ำ อันได้แก่วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมประชานิยม ละครเวทีซึ่งเคยถูกมองว่าเป็นศิลปะที่ต้อง “ปั้นปั้น”ได้ดู” สำหรับคนชั้นสูง ปัญญาชน และศิลปิน ก็ได้ถูกนำมาทำให้ “ย่อยง่าย” และเป็นเครื่องหย่อนใจสำหรับมวลชน เพื่อให้ทั้งสามสามารถมีส่วนแบ่งทางพาณิชย์จาก”สินค้า”ประเภทภาพยนตร์

ต่างประเทศและละครโทรทัศน์บ้าง และเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของคนชั้นกลางที่ต้องการได้ชื่อว่า “เลพิลปะ” กับเขาบ้าง

กระนั้นก็ตาม การรับเอาละครเวทีแบบตะวันตกเข้ามาบริโภคนิยมของปัญญาชนไทยนั้นก็ตกอยู่ในอาการ “ล้าหลังทางวัฒนธรรม” เพราะในขณะที่พวกเขาได้รับเอาศิลปการละครแบบสมัยใหม่ หรือ Modernism เข้ามานั้น โลกตะวันตกได้ก้าวสู่ยุคอุตสาหกรรมใหม่แล้ว ส่วนสังคมไทยยังคงยึดติดกับค่านิยมแบบระบบศักดินา จนกระทั่งโลกศิลปะ-วรรณกรรม ได้ก้าวสู่ยุคหลังสมัยใหม่(Post Modern) แนวคิดหลังตะวันตก(Post Western) และหลังอาณานิคม (Post Colonial) ปัญญาชนและศิลปินไทยหลายคนก็ยังยึดสุนทรียะแบบสมัยใหม่ อันเป็นวัฒนธรรมศักดินาที่ใช้กำหนดตัวตนและพื้นที่ทางสังคมของตนไว้อย่างเหนียวแน่น และปฏิเสธกระแสใหม่ๆ ที่เขาไม่รู้จักเพราะศิลปะนอกกระแสไม่อยู่ในมาตรฐานทางรสนิยมที่คุ้นเคย

ธีรยุทธ บุญมีกล่าวว่า “แนวคิด Post Western หรือ Post Colonial มองว่าองค์ความรู้ Modernism เหล่านั้น ล้วนแต่เพื่อสร้างภาพสร้างตัวตนที่ตึงงามมีเหตุผลให้โลกตะวันตก แต่กดเหยียด เพิกเฉย ละเลย ลืมประวัติศาสตร์ของตัวตน การดำรงอยู่ ศิลปะ-วัฒนธรรม ปรัชญา ฯลฯ ของคนอื่น หรือ ผู้อื่น”²¹ ความคิดนี้ช่างตรงกับแนวคิดการนำตัวตนทางวัฒนธรรมที่ตายตัวของกลุ่ม “ชนชั้นนำ” มายกตน-ข่มท่าน ว่าที่แท้จริงแล้วพฤติกรรมนี้ก็คือการปิดกั้นตนเองจากกระแสวัฒนธรรมพหุนิยม นั่นเอง

ลักษณะการของบริโภคนิยมในวงการละครเวที อาจแบ่งเป็นสองแนวทางใหญ่ คือ

- ก. การใช้ละครเวทีเป็นสินค้าภาพลักษณ์ สำหรับกำหนดตัวตนที่เหนือกว่าในสังคม ของคนชั้นสูง ปัญญาชน ศิลปิน และคน “ทันสมัย” และ
- ข. การยึดติดกับ “ยี่ห้อ” ที่เป็นหรือเคยเป็นมาตรฐานของตน เพื่อความปลอดภัยในอัตลักษณ์ที่ตนสร้างไว้ อันได้แก่ ทฤษฎี ขบถ มโนทัศน์ที่มีต่อ “ชื่อยี่ห้อ” ของผู้สร้างละคร

การใช้ละครเวทีเป็นสินค้าภาพลักษณ์สำหรับกำหนดตัวตนที่เหนือกว่าในสังคม

ฉันคือคนชั้นสูง ฉันรสนิยมสูงกว่าพวกกรากหญ้า เพราะฉันดูละครเวที ดูโอเปร่า ดูบัลเลต์ ซึ่งเป็นมหรสพราคาแพง

(เขาเหล่านี้จะรู้หรือไม่ว่า มหรสพชั้นสูงอย่างโอเปร่านั้น เผยแพร่และพัฒนาไปได้กว้างไกล ก็เพราะการเปิดโรงละคร Public Opera ของคนชั้นกลาง มิใช่ด้วยการฝังตัวอยู่

²¹ ธีรยุทธ บุญมี. เรื่องเดิม, หน้า 136.

เฉพาะในราชสำนัก ครั้นต่อมาโอเปรากลับเลื่อนขั้นขึ้นไปเป็นศิลปะชั้นสูงอีกครั้ง ก็เพราะอาศัยอัตลักษณ์ที่งามประหลาดของเสียงร้อง ดนตรี และภาพบนเวทีอันหรรษา)

ฉันละเมียดละไมกว่าเธอ เพราะฉันรู้จักเลือกเสพ-สร้างเฉพาะละครที่มี “ความงาม” ตามมาตรฐานของรสนิยมอันดี ไม่เลือกก่ก่กับความเป็นระเบียบเรียบร้อย โฉ่งแจ้งโจ่งครึ้ม

(แล้วเหตุใดจึงนำเอามาตรฐานหรือรสนิยมของวัฒนธรรมหนึ่ง มาประเมินค่าศิลปะของอีกวัฒนธรรมหนึ่งเล่า)

ฉันคือปัญญาชน ฉันรู้ดีกว่าเธอ ที่เข้าใจศิลปะการละครผิดๆ

(เช่นเดียวกัน บางครั้งอาจเป็นปัญญาชนเองที่เข้าใจผิด หลงเอาสุนทรียศาสตร์แบบหนึ่ง ไปตัดสินสุนทรียศาสตร์อีกแบบหนึ่ง จึงพาลคิดไปว่า คนอื่นไม่ถูก)

ฉันฉลาดลุ่มลึกกว่าเธอ เพราะสามารถสร้าง-เสพละครเวทีที่คนทั่วไปต้องปีนบันไดดู

(แต่บางครั้ง เมื่อปัญญาชนบางคน ไม่ “เก็ต” (get) ไม่เข้าใจ จึงรู้สึกถอยห่างจากละครเวทีบางเรื่อง กระนั้น เขาก็ยังอุตส่าห์คิดไปได้ดีกว่า คนสร้าง-คนเสพละครเวทีเรื่องนั้นๆ นั้นแหละที่ “ผิด” เพราะไปหลงชื่นชมอะไรไร้แก่นสารที่ผู้รู้อย่างเขาไม่เข้าใจ)

ความรู้ความเข้าใจทางศิลปการละครของฉัน “แท้จริงกว่า” พวกที่สร้าง-เสพละครเวทีโดยไม่มีหลักวิชา และสนองตัณหาตัวเองจนเลอะเทอะ

(นี่คือข้อกล่าวหาคนทำละครแบบ Auteur ซึ่งหมายถึง ผู้กำกับการแสดงที่ถืออิสระในการ “ปรุง” หรือ “ยำ” งานละครขึ้นมาตรฐาน เพื่อ “เล่าใหม่” ให้สามารถสื่อสารความคิดที่เขาเชื่อว่าจะทำงานนั้นๆ สะท้อนมโนทัศน์ที่ร่วมสมัยกว่าให้กับผู้ชมได้ บางครั้งหมายถึงการมองจากมุมใหม่ หรือตีความใหม่ ด้วยสายตาที่แยกแยะโครงสร้าง (Structuralism) หรือรื้อถอนโครงสร้าง (Post-structuralism และ Deconstruction) และการใช้เทคนิค-แนวทางอันหลากหลายผสมผสาน ไม่เป็นไปตามขนบ หรือแม้กระทั่งการใช้เทคนิคที่ไม่ใช่ลักษณะของละครเวทีแบบเดิมๆ เช่นการเล่าเรื่องแบบ “cut-ชน” หรือ Montage

ในเมื่อผู้สร้างละครแนว Auteurism เป็นอิสระจากกรอบความคิดด้านทฤษฎี เพื่อสร้างงานที่เขาเชื่อว่า “สื่อสาร” กับผู้ชมร่วมสมัย แล้วเหตุใดเล่าปัญญาชนนักทฤษฎีนิยมจึงไม่ยอมเป็นอิสระบ้าง ลอง ใช้แนวคิดต่างๆ หลายแนวทางเพื่อพยายามเข้าใจ “สาร” ที่นักAuteur ผู้นี้ต้องการเสนอ แล้วจึงประเมินคุณค่าของงานนั้นๆ น่าจะเป็นการบริโภคที่ได้ผลดีกว่า)

“อย่ามาสอนฉัน” ไม่ต้องมายัดเยียดความคิดหลักของละครให้ฉัน ฉันก็มีสมองเป็นปัญญาชนเหมือนกัน!

(บางครั้งเกิดจากความมั่นใจว่าตนรู้แล้วเข้าใจแล้ว ทั้งที่สิ่งนั้นอาจจะยังไม่ใช้ความคิดหลักของละคร จึงด่วนสรุปไปว่าประโยคเด่นที่อยู่ในเรื่อง หรือภาพจบที่เห็นบนเวทีนั้น โฉมแจ่ม และจงใจบอกเล่าความคิดของละครเกินไป จนเหมือนดูถูกสติปัญญาของผู้ชมเช่นตน บางที ถ้าถอนอคตินี้ออกบ้าง แล้วใช้หัวใจ “ดู” ละคร เขาก็อาจ “รู้สึกได้” ถึงสารที่ละครเรื่องนั้นๆ ต้องการเสนอ ซึ่งบางครั้งอาจซ่อนอยู่ลึกเกินกว่าการใช้ “สมอง” วิเคราะห์)

ฉันคือศิลปิน ฉันต่อต้านปัญญาชนพวก“ทฤษฎีเจ้า” ที่มัวแต่คิดหรือยึดเยียดความคิดให้ผู้ชม จนละครกลายเป็น “ยาขม” ไม่มีความบันเทิงอารมณ์

(แน่นอนว่าละครเวทีแต่ละเรื่องก็มีจุดมุ่งหมายต่างๆ ไป บ้างก็เป็นไปเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ บางเรื่องก็ก่อให้เกิดปัญญา และบางครั้งก็จรรโลงจิตใจ แต่หลายคนยังเข้าใจว่า ความสนุกคือความตลก เบาสมองเพียงอย่างเดียว และบางคนก็คาดหวังว่า เมื่อเดินออกจากโรงละครแล้ว ตนจะต้องรู้สึกผ่อนคลายสบายใจ มิใช่ยังคิดเครียดซึ้งไปกับปัญหาที่แก้ไม่ได้ของตัวละครในเรื่อง จนเกิดความหงุดหงิดรำคาญใจเพราะตนไม่ต้องการ “คิดต่อ” หรือไม่ก็เป็นเพราะตน “คิดไม่ออก”

ในบางกรณี การ “ไม่เอาทฤษฎี” ก็เกิดจากกลวิธีป้องกันตัวแบบ “อรุณเบรียว”)

ฉันคือคนสร้าง-เสพละคร “ตัวจริง” ที่กลัวลองกล้าเสี่ยง ไม่ว่าจะจะเป็นงานแหวกแนวแบบ *autherism* หรืองานศิลปะจริงๆ ที่ไม่ต้องมีเครื่องประกอบหรูหรามากมาย

(บางครั้ง “ศิลปิน” ก็คิดเอาว่าแนวทางแบบ *poor theater* ของตนเท่านั้นที่เป็นศิลปะเพื่อศิลปะของแท้ และขัดหูขัดตาไปหมดเมื่อเห็นงานของผู้อื่นมีองค์ประกอบทางศิลปะที่เกินเลยไปจากที่ตนคาดหวัง

นอกจากนี้ บางคนก็หมกมุ่นอยู่กับ “ความเป็นอิสระของผู้กำกับการแสดง ที่ใหญ่เสียจนทำอะไรกับนักแสดงก็ได้ ...ละครบางเรื่องเอาตัวบทคลาสสิกมาตีความใหม่ ตีความว่าถ้ามันไม่มีคามหมายนั้นอยู่ในตัวบท ก็ยึดเยียดความหมายใหม่เข้าไปในตัวบทให้ได้”²²)

ฉันคือคน“ทันสมัย” ฉันเสพ-ฉันสร้างละครในกระแส

(คนเหล่านี้มีความสุขที่สุด ก็เมื่อตอนที่มีคนรู้คนเห็นว่า ฉันก็ไปดู-ฉันเป็นผู้ทำ ละครเรื่องนั้น หรือละครแนวนี้ แต่ไม่สนใจว่างานนั้นๆ บอกอะไรกับตน หรือคนอื่น เป็นบุคคลประเภท “love himself in art, not art in himself!”)

ฉัน“อินเทรนด์”ฉันจึงทำละครนักศึกษา

²² เจตนา นาควัชระ. บันทึกคำบรรยาย, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 3 (เรื่องเดิม), หน้า 128

(ที่จริงแล้ว นิสิตนักศึกษาหลายคน มีฝีมือและพรสวรรค์ทางศิลปการละครเทียบเท่าหรือมากกว่าบางคนที่ทำละครอยู่ ณ ปัจจุบันเสียอีก แต่น่าเสียดายที่พวกเขาเห็นละครเวทีเป็นเพียงกิจกรรมในสถาบัน และเป็นเพียงประสบการณ์ที่น่าทรงจำของชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย

เช่นเดียวกับการชมละครเวที ที่หลายคนทำไป “ตามกระแส” ของเพื่อนนักศึกษา และเมื่อก้าวสู่สังคมใหม่ที่มีกิจกรรมกลุ่มอย่างใหม่ ก็เลิกสนใจดูละครเวที นี่เองเป็นเหตุผลที่แม้ละครเวทีจะมีผู้ชมหน้าใหม่ทุกปี แต่ก็ไม่เห็นฐานผู้ชมจะขยายจำนวนไปมากมายขึ้นเท่าไร ทั้งนี้ก็เพราะทุกปีๆ ก็จะมีผู้ชมหน้าใหม่จำนวนประมาณเท่านี้ เวียนหน้ากันเข้ามา ลืมลองรสชาติของการชมละครเวที ก่อนที่จะหันไปหารสชาติของกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่อยู่ในกระแสประเภทอื่นๆ)

การยึดติดอยู่กับแบรนด์เนม : ทฤษฎีและขนบอันศักดิ์สิทธิ์ กับ ยี่ห้อคณะละคร เพราะความไม่กล้าเสี่ยง

ทฤษฎีและขนบอันศักดิ์สิทธิ์นี้ คืออะไร

ผู้ปริศนาละครเวทีหลายคนยึดมั่นว่าแนวละครต่างๆ ต้อง”เป็นแบบนั้น-นำเสนอแบบนี้” ด้วยเหตุผลแบบกำปั้นทุบดินว่า “ก็เพราะว่ามันเป็นละครแนวนี้!” เช่น “เพราะฉันจะใช้แนวของ Brecht ละครของฉันจึงต้องมีสิ่งที่ทำให้แปลก” “เพราะละครเรื่องนี้เป็นฟาร์ซ นักแสดงจึงต้องมีลีลาเอะอะตึงตังโครมครามและเน้นจังหวะฉับไว” “เพราะนี่คือแอบเสิร์ด มันจึงต้องไม่รู้เรื่องสิ!” “นี่คือละครเชคสเปียร์มิใช่หรือ ทำไมนักแสดงไม่พูดจามีจังหวะจะโคน และไม่ใช้ทำนองเสียงที่แสดงถึงวรรณศิลป์ล่ะ” “แย่มาก ไม่มีเอกภาพทางการละครทั้งสาม (The Three Unities) เลย ไม่มีรสนิยมอันดี (decorum) ไม่เหมาะสมที่จะเอามาเล่นบนเวทีสาธารณะเลย” “ไม่รู้จักที่ต่ำที่สูง เอาเรื่องสูงส่งแบบนี้มานำเสนอแบบบ้านๆ ได้อย่างไร” ฯลฯ

สำหรับผู้ที่ยึดทฤษฎีละครของอริสโตเติลเป็นสรณะ หากได้ศึกษาอย่างจริงจังก็คงทราบว่าอริสโตเติลเพียงแต่เสนอแนะมุมมองของละครเวทีที่เขาเห็นว่าเหมาะสมเท่านั้น ไม่เคยตั้งเป็นกฎเกณฑ์หรือทฤษฎีแต่อย่างใด หากแต่คนรุ่นหลังๆ เอง ที่พยายามหาแบบอย่างที่เป็นมาตรฐานไว้เป็นหลักยึด จึงตีความทัศนะของอริสโตเติลว่าเป็นกฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ละเมิดมิได้

ตัวอย่างของกรณีดังกล่าวในประวัติศาสตร์ทางการละครก็ได้แก่ ข้อพิพาทระหว่าง Académie Française หรือบัณฑิตสภาของฝรั่งเศส กับ นักเขียนบทละครชื่อก้อง Pierre Corneille และบทละครเรื่อง *Le Cid* ของเขา ด้วยข้อหาที่ว่าละครเรื่องนี้มีลักษณะที่ไม่เข้ากับกฎเกณฑ์ Neoclassic ซึ่งบัณฑิตสภาร่างขึ้นโดยใช้แนวทางของ Aristotle เป็นคัมภีร์

ข้อหาของ *Le Cid* ก็คือ 1. ไม่มีความสมจริงที่เป็นสากลในแง่คุณลักษณะของตัวละคร เช่น กษัตริย์ไม่มีคุณลักษณะของกษัตริย์ นางเอกไม่มีคุณธรรมที่สตรียุคสูงควรจะมี 2. ไม่มีเอกภาพทั้งสาม คือ 2.1 ดำเนินเรื่องโดยกินเวลาหลายปี แทนที่จะเลือกให้เกิดเหตุการณ์ภายในเวลา 1 วัน

ซึ่งเป็นเวลาที่ “สมจริง” กว่า ในแง่ที่ผู้ชมจะสามารถยอมรับได้ จากการชมละครตรงหน้า ซึ่งมีความยาวประมาณ 2-3 ชั่วโมง 2.2 เมื่อไม่มีเอกภาพของเวลา จึงไม่มีเอกภาพของสถานที่ ละครเรื่องนี้เปลี่ยนฉากเปลี่ยนสถานที่อย่างมากมาย เกินกว่าความเป็นจริงที่จะเกิดขึ้นได้ตามการรับรู้ด้วยคลองจักษ์ของผู้ชม 2.3 โครงเรื่องถือว่าไม่มีเอกภาพอยู่บ้าง แต่เนื่องจากไม่มีเอกภาพของเวลาและสถานที่ ละครเรื่องนี้จึงไม่น่าเชื่อถือ ไม่มีความสมจริง นอกจากนี้แล้ว ละครเรื่องนี้ยังนำเอาลักษณะของทราจีดีและคอมเมดี้มาปะปนกัน ทำให้มาตรฐานของการเขียนวรรณกรรมบทละครของบัณฑิตสภาของฝรั่งเศสเสื่อมเสีย

เมื่อเป็นเช่นนี้ บัณฑิตสภาของฝรั่งเศสจึงออกโรงกล่าวโทษละครเรื่องดังกล่าว ว่าเป็น *ละครจัญทาล* หรือ *Illegitimate play* เนื่องด้วยไม่เข้ากฎเกณฑ์อันดีงามของวัฒนธรรมชั้นสูงที่ตนเพิ่งสร้างขึ้น เพื่อรับรองสถานภาพของฝรั่งเศส ที่ขณะนั้นกำลังอยู่ในช่วงสร้างภาพลักษณ์ของมหาประเทศผู้ร่ำรวยอารยธรรมแห่งทวีปยุโรป

เมื่ออ่านถึงย่อหน้าที่ผ่านมาแล้ว เราๆท่านๆ ในยุคปัจจุบันคงหัวเราะเยาะความยึดมั่นถือมั่นและความ “เป็นตุเป็นตะ” ของกฎเกณฑ์นีโอคลาสสิก แต่ก็น่าจะคิดอยู่ว่า การที่เราใช้มนต์เสน่ห์เกี่ยวกับแนวคิดหรือทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งทางการละครของเราไป กำหนดแนวทางการสร้าง-เสพละครเวทีเรื่องใดเรื่องหนึ่งนั้น เป็นการใช้ “ยี่ห้อ” มาตัดสินเนื้อในของตัวสินค้าหรือไม่ ดีไม่ดีคนรุ่นหลังอาจหัวเราะเยาะความเป็นตุเป็นตะของเราบ้างก็ได้

เหตุผลที่สำคัญที่สุดของการเป็นอยู่ในลักษณะต่างๆ ของละครเวทีเรื่องใดๆ ก็ตาม ก็คือ ละครเรื่องนั้นต้องการนำเสนออะไร ความคิดหลักนี้เองที่เป็นตัวกำหนดแนวทางในการนำเสนอละครเรื่องนั้นๆ มิใช่กฎเกณฑ์ทางการละคร ความอหังการของผู้สร้าง หรือความต้องการจะเอาใจผู้เสพ

ปัญหาเกี่ยวกับการสร้างใหม่ โดยการผสมผสานที่แตกต่างเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการเล่าเรื่องที่คนส่วนใหญ่มีมนต์เสน่ห์แบบหนึ่ง ผ่านสุนทรียะอีกแบบหนึ่ง หรือการใช้เทคนิคของละคร “เทศ” มาปรุง “ละครไทย” มักมีคำถามที่ก่อให้เกิดโต้เถียงอย่างกว้างขวางมากมาย อาทิ อะไรคือของแท้ อะไรของเทียม อะไรศักดิ์สิทธิ์และต้องไม่ได้ อะไรขายได้ “บทละครไม่ใช่คัมภีร์ที่เปลี่ยนismต่างๆ ไม่ได้ ของไทยเองก็เปลี่ยนได้ อาจมีคนบอกว่า กำลังทำลายวรรณกรรมไทยหรือเปล่า วรรณกรรมเกิดขึ้นเพื่อที่จะเข้ามารองรับชีวิต อย่าให้ชีวิตเรตกเป็นทาสวรรณกรรม”²³ “อะไรเป็น

²³ นิมิตร พิพิชกุล. *เรื่องเดิม*, หน้า 126.

สากล อะไรเป็นสิ่งที่เฉพาะกับถิ่นที่ กับชุมชน หรือกับชาติ ผมว่าเรื่องนี้เถียงกันไปจนไม่นอนทั้งคืนก็ไม่จบ”²⁴ ฯลฯ

เราคงต้องบอกตนเองเสมอๆว่า ความรู้นั้นลื่นไหลเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ เช่นเดียวกับสังคมพลวัตในยุคลูกโลกาภิวัตน์ แต่หลักในการสร้างสรรค์ละครแนวผสมผสานนั้นก็คือ ต้องแน่ใจเสียก่อนว่าสารที่จะสื่อคืออะไร และจะสื่ออย่างไร ทำไมจึงต้องผสมผสาน ต้องปรับ ต้องปรุง “ต้องรู้ว่าวรรณคดีเรื่องนี้จะเสนอแก่นอะไร สารอะไร ส่วนรูปแบบนั้น จะเป็นอะไรก็แล้วแต่ ต้องเป็นรูปแบบที่ท่านชำนาญ ดีกว่าการไปเห็นคนอื่นทำอะไรแล้วอยากทำบ้าง”²⁵ และเมื่อมีเหตุผลสมควรแล้ว จึงเลือกสรรลักษณะที่ส่งเสริมกันและกันของศิลปะต่างชนบ เพื่อให้งานละครที่สร้างสรรค์ใหม่นั้น สามารถสื่อ “สาร” ที่เหมาะสมกับท้องถิ่น และอย่าได้คิดว่าแนวทาง สร้างใหม่ ไทย-เทศ นี่เป็นของแปลกแหวกแนวแหวกชนบ ของคนคณะหนังที่ร้อนหรือไวรัชา เพราะตัวอย่างของการรับ-ปรับ-ปรุง-สร้างใหม่ ของสุนทรียศาสตร์ต่างชนบ-ต่างภาษานั้น มีมาตั้งแต่การสร้างละคร ดึกดำบรรพ์และละครร้อง ตามแบบโอเปร่าและโอเปอเรตตา ในยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์แล้ว

“ยี่” ละครยี่ห่อ

หลายคนมักกำหนดมโนทัศน์ที่มีต่อ“ชื่อ”กลุ่มผู้สร้างงานละครว่าจะมีลักษณะ เนื้อหา แนวทาง อย่างใดอย่างหนึ่งไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งนี่ก็คือการ “แปะฉลากยี่ห่อ” และเลือกที่จะมีความคาดหวัง อคติ หรือฉันทคติ ต่อละครเรื่องใดๆ ก็ตามที่สร้างขึ้นภายใต้ “ยี่ห่อ” นั้นๆ เช่น **ละครอักษรฯ** แปลว่าเป็นละครยากๆ ต้องป็นบันไดดู ต้องสร้างจากวรรณคดี ต้องอยู่ในกรอบระเบียบอันดีไม่ “ก้าวหน้า” จนเกินไป **ละครทาบัด** แปลว่าต้องเป็นละครตลก และเป็นตลกปัญญาชน ถ้าเราไม่เข้าใจว่าไม่ใช่ปัญญาชน **ละคร”แดส”** แปลว่าต้องมีดารา ต้องเป็นละครตลกเบาสมอง เหมือนๆกันทุกเรื่อง

ดังนั้นจึงเกิดความคิดทำนองว่า “ฉันจะไม่มีวันดูละครยี่ห่อนี้” “ผิดหวังจริง นี่ไม่ใช่ละครอักษรฯนี่” ฯลฯ

การบริโภคโดยยึดติดที่ “ยี่ห่อ” นี่เอง ที่ทำร้ายทั้งผู้เสพและผู้สร้าง และที่สำคัญ บั่นทอน พัฒนาการของละครเวทีด้วย

มีอะไรอยู่ในห่อ

²⁴ เจตนา นาควัชระ. **เรื่องเดิม**, หน้า 128.

²⁵ ภัทราวดี มีชูธน. **บันทึกคำบรรยาย**, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 3 (เรื่องเดิม), หน้า 101.

สังคมไทยบริโภคละครเวทีเพื่อใช้เสพเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นเพื่อหย่อนใจ หลีกหนี หรือ กำหนดตัวตนและพื้นที่ทางสังคม **การบริโภคเพื่อเรียนรู้นั้น** กล่าวได้ว่ามีเฉพาะในกลุ่มปัญญาชนเพราะยังไม่มี การปลูกฝังมุมมองของสุนทรียศาสตร์ทั้งแบบตะวันออกและตะวันตกอย่างจริงจังมาตั้งแต่ระดับประถมศึกษา การศึกษาศิลปะการละคร มิได้เป็นไปเพื่อใช้สร้าง-เสพละครเวทีเท่านั้น แต่ศาสตร์แขนงนี้ ยังช่วยทำให้เราเข้าใจมนุษย์ เข้าใจชีวิต และเข้าใจความเป็นไปต่างๆ ของโลกมากขึ้นด้วย

ที่ฉัน-เขาทำสิ่งนี้ ต้องการอะไร ที่ฉัน-เขารู้สึกเช่นนี้ เป็นเพราะคาดหวังอะไร ผิดหวังอะไร ที่ฉัน-เขามีปฏิกิริยาเช่นนี้และกระทำอะไรตอบอีกฝ่ายกลับไปนั้น แท้จริงแล้ว คือการทำอะไร เพื่ออะไร เพราะอะไร และการกระทำนี้-ความต้องการนี้ เป็นส่วนย่อยของ ภาพใหญ่ของสิ่งที่ฉัน-เขาต้องการและกระทำหรือไม่ และจะนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการหรือไม่ อย่างไร

หากผู้ที่ศึกษาฝึกฝนศาสตร์ของละคร นำคำถามที่นักแสดง ผู้กำกับการแสดง และผู้วิเคราะห์ตีความบทละครใช้ ในการทำความเข้าใจและเข้าถึงตัวละครและบทละครเหล่านี้ มาใช้ถาม-ตอบตนเอง เพื่อให้เข้าใจความคิด ความต้องการ และการกระทำของตนเอง และคนที่เกี่ยวข้อง ก็คงทำให้คนๆ นั้นไม่เสียเวลา “เล่นอารมณ์” หรือ “ฟุ่มฟาย” จนหลงทางหลงประเด็นว่า เขาและเรา กำลังทำอะไรอยู่ เพื่ออะไร

ส่วน**การบริโภคเพื่อสร้างสรรค์**นั้น ยังไม่มีการพัฒนาไปในทิศทางที่เกื้อกูลกันอย่างเต็มที่ หากจำกัดอยู่ในวงเล็กๆ ที่มีแนวทางไม่ชัดเจน เพราะผู้สร้างสรรค์งานศิลปการละคร ซึ่งมีทั้งกลุ่มศักดินาทางวัฒนธรรม ปัญญาชน “ศิลปิน” พวกหัวก้าวหน้ากัลลาลอง และผู้ที่ทำละครด้วยใจรักโดยไม่ได้ศึกษาอย่างเป็นระบบ ต่างก็พยายามรักษาอัตตาและพื้นที่ของตนอยู่ในที่

จะสร้างสรรค์ละครเวทีไทยร่วมสมัยอย่างไร ให้มีศักดิ์ศรีในฐานะที่เป็นศิลปะ?

เอ็ดเวิร์ด ซาอิด กล่าวว่า “โลกเราทุกวันนี้เป็นโลกแห่งการผสมปนเป การอพยพย้ายถิ่นฐาน และการข้ามพรมแดนระหว่างกัน ไม่มีวัฒนธรรมหรือสังคมใดๆ ที่บริสุทธิ์เป็นหนึ่งเดียวหรือโดดเดี่ยว”²⁶

ในโลกยุควัฒนธรรมผสมผสานและพัฒนาก้าวหน้าไปไม่หยุดยั้ง แม้กระทั่งการหยุดอยู่ที่แนวคิดแบบหลังสมัยใหม่ (post-modernism) ก็อาจเป็นการตีกรอบให้กับตนเองได้เช่นกัน เพราะมนุษย์และสังคมมีความหลากหลายซับซ้อนกว่าแต่ก่อนมาก จึงไม่สามารถนำเอาระบบความคิด

²⁶ เอ็ดเวิร์ด ซาอิด. มายาคติของการปะทะระหว่างอารยธรรม, สฤณี อาชยานันทกุล (แปล), บทความลำดับที่ 807 เผยแพร่บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนครั้งแรก 17 มกราคม 2549.

เพียงอย่างเดียวหนึ่ง มาตัดสินโลกปัจจุบันที่มีความเป็นพหุลักษณะได้ว่า อะไรถูก-ผิด-ดี-ไม่ดี หากต้องใช้หลายๆทฤษฎี หลายๆ แนวคิดประกอบกัน จากนั้นแล้วก็ให้ลืมเสีย แล้วลองใช้ตรรกะของความไม่เป็นตรรกะพิจารณาดู จากนั้นก็ถอยออกมามองในมุมกว้างและมุมสูง เพื่อสกัดแก่นแท้ของภาพที่ใหญ่โตซับซ้อนสับสนวุ่นทั้งหมดออกมา ว่า “ใคร ทำอะไร เพื่ออะไร และเหมาะกับเรา หรือส่วนรวมหรือไม่ อย่างไร” โดยไม่หลงประเด็นที่เกิดจากการใช้อคติหรือฉันทาคติ

ทัศนคติประเภทที่ว่า ยอมรับว่ามี แต่ไม่ยกให้เท่ากับ”ฉัน” นั้น ไม่ช่วยให้ประชากรในชุมชนละครเวที-ที่แม้จะมีขนาดไม่ใหญ่นักแต่ก็มีความเป็นพหุลักษณะ-อยู่ร่วมกันได้อย่างเกื้อกูลกัน หากเราต้องยอมรับความแตกต่าง และเห็นผู้อื่นเป็นเพื่อนร่วมพื้นที่ และต้องพึงระลึกว่า อัตลักษณ์นั้นมีใช้อย่างไร

กระแสบริโภคนิยมทำให้คนต้องวิ่งตามความไม่เสถียรของรสนิยม ศิลปะการละครไม่มีหน้าที่วิ่งกวาดให้ทันผู้ชม แต่มีหน้าที่ที่ต้องสื่อสารอันเป็นสาระสำคัญของชีวิต ให้กับผู้ชมยุคบริโภคนิยมทั้งหลาย ไม่ใช่แปรปรวนการบริโภคแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือ หรือส่งเสริมการบริโภคภาพลักษณ์

แก่นแท้ของละครเวทีนั้นมีเพียงสามประการ คือ เรื่องที่จะเล่า การแสดง และผู้ชม องค์ประกอบอื่นๆที่มีได้กล่าวถึงนั้น คือเครื่องมือในการแสดง “เรื่อง”ที่จะเล่าให้กับผู้ชม องค์ประกอบบางอย่าง ก็เป็นแค่เปลือกห่อหุ้ม ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปได้ไม่หยุดนิ่งแล้วแต่ยุคสมัย เพื่อให้เรื่อง-ซึ่งบางครั้งก็เปลี่ยนมุมมองเมื่อสังคมเปลี่ยน-ที่แสดงนั้นสื่อถึงผู้ชม-ซึ่งก็มีอัตลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุคสมัยเช่นกัน

ฉะนั้นแล้ว เราจึงเป็นผู้บริโภคละครเวทีที่รู้เท่าทันมายาคติทั้งหลาย ไม่พิศดูแค่เปลือก ของห่อ หรือฉลากยี่ห้อ แล้วก็ด่วนสรุปคุณค่าของละครเวทีเรื่องหรือแนวต่างๆ

ลองชิมเนื้อในดูก่อน หากไม่ชอบก็ไม่ต้องกินต่อ แต่กระนั้น ก็ไม่จำเป็นว่าละครเวที “ยี่ห้อ” นี้จะต้องมีรสชาติเช่นนี้ตลอดไป **เพราะศิลปะนั้นไม่จำเป็นต้องมียี่ห้อ**

และตัวเราเอง ก็ใช้ว่าจะมีอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับละครเวที ที่หยุดนิ่งคงที่ เป็นอมตะนิรันดร์กาลเสียเมื่อไหร่

บรรณานุกรม

- กมลมาศ จิตต์ขันติวงศ์. บทวิจารณ์ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, อ้างใน “การเขียนบทละครเวทีในประเทศไทย : สภาพ ปัญหาและทางออก” ของปาริชาติ จึงวิพัฒน์นาภรณ์. หน้า 8.
- เจตนา นาควัชระ. **บันทึกคำบรรยาย**, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 3 เรื่อง “ละครเวที : เรื่องไทย เรื่องฝรั่ง” 27 สิงหาคม 2542, พิมพ์ในวารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 128.
- “เฉียดรวิ”. **“สุฝนอันยิ่งใหญ่”**, อ้างใน “การเขียนบทละครเวทีในประเทศไทย : สภาพ ปัญหาและทางออก” ของปาริชาติ จึงวิพัฒน์นาภรณ์, วารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 6.
- ปาริชาติ จึงวิพัฒน์นาภรณ์. “ละครเวทีสมัยใหม่ : เรื่องไทย เรื่องเทศ ฤาสำคัญไฉน”, วารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 16-20.
- ธีรยุทธ บุญมี, **ชาตินิยมและหลังชาตินิยม**, พิมพ์ครั้งที่ 3—กรุงเทพฯ : สายธาร, 2547, หน้า 28-30, 200-201.
- นัทธนัย ประสานนาม, **เพศ ชาตินิยม และปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในภาพยนตร์เรื่อง Touch of Pink**, บทความลำดับที่ 738 เผยแพร่บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนครั้งแรกเมื่อ 13 พ.ย. 2548.
- นิมิต พิพิฑกุล. **บันทึกคำบรรยาย**, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 3 เรื่อง “ละครเวที : เรื่องไทย เรื่องฝรั่ง” 27 สิงหาคม 2542, พิมพ์ในวารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 121 และ 126.
- ภัทราวดี มีชูธน. **บันทึกคำบรรยาย**, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 3 เรื่อง “ละครเวที : เรื่องไทย เรื่องฝรั่ง” 27 สิงหาคม 2542, พิมพ์ในวารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 101.
- สกุณ บุญยทัต. **บันทึกคำบรรยาย**, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 3 เรื่อง “ละครเวที : เรื่องไทย เรื่องฝรั่ง” 27 สิงหาคม 2542, พิมพ์ในวารสารภาษาและหนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 110-111.
- สฤณี อาชวานันทกุล (แปล.) **มายาคติของการปะทะระหว่างอารยธรรม**, บทบรรยายของเอ็ดเวิร์ด ซาอิด, บทความลำดับที่ 807 เผยแพร่บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนครั้งแรก 17 มกราคม 2549.

สมเกียรติ ตั้งนโม. **วัฒนธรรมทางสายตาในวัฒนธรรมกระแสนุน**, ถอดเทปจากการนำเสนอที่
สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย เมื่อ 11 ธันวาคม 2547.

สายชล สัตยานุรักษ์, **ประวัติศาสตร์ความคิด “ชาติไทย” กระแสหลัก**, สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย, บทความลำดับที่ 788 เผยแพร่บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน ครั้งที่
26 ธันวาคม 2548, หน้า 2-10, 12 และ 23-28.

สายวรุณ น้อยนิมิตร. “จากละครตีกดาบรพถึงละครร้อง : พระอัจฉริยภาพของสองนักปราชญ์”
วารสารภาษาและหนังสือ. ปีที่ 33, พ.ศ. 2545.

สุรพล วิรุฬักษ์. **บันทึกคำบรรยาย**, โครงการศึกษาวรรณกรรมบทละครไทยร่วมสมัย ครั้งที่ 1
เรื่อง “จากวรรณคดีสู่ละครเวทีสมัยใหม่” 31 มกราคม 2542, ตีพิมพ์ในวารสารภาษาและ
หนังสือ ปีที่ 33, พ.ศ. 2545, หน้า 99.

เอ็ดเวิร์ด ซาฮิด. **มายาคติของการปะทะระหว่างอารยธรรม**, สฤณี อาชยานันทกุล (แปล), บทความ
ลำดับที่ 807 เผยแพร่บนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนครั้งแรก 17 มกราคม 2549.

บทคัดย่อ

- ชื่อเรื่อง** “แบบแผนการบริโภคและการดำรงชีพของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์—
มุมมองจากหลักฐานโบราณคดี”
- ชื่อผู้เขียน** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิช เลิศชาญฤทธ์ (ภาควิชาโบราณคดี คณะโบราณคดี
มหาวิทยาลัยศิลปากร วังท่าพระ กรุงเทพฯ)

สาระสำคัญ

การบริโภคและการดำรงชีพของมนุษย์นับตั้งแต่การปรากฏตัวของมนุษย์ในยุคหินเก่า (เริ่มประมาณ 2.5 ล้านปีมาแล้ว) ยุคหินกลาง ยุคหินใหม่ จนกระทั่งถึงยุคโลหะ มีพัฒนาการที่มีทั้งความเหมือนและความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ของโลก แบบแผนการยังชีพที่มนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ดำรงไว้อย่างยาวนานที่สุดคือการของป่า-ล่าสัตว์-ตกปลา แหล่งอาหารหลักมีอยู่ตามธรรมชาติและฤดูกาล อาหารหลักของมนุษย์ในช่วงยุคหินเก่าและยุคหินกลางคือสัตว์ (ทั้งสัตว์ขนาดใหญ่และสัตว์ขนาดเล็ก) มีการล่าและดักจับประเภทสัตว์บกและสัตว์น้ำ เช่น ปลา และหอย ในขณะเดียวกันก็ยังเก็บหาอาหารประเภทอื่นด้วย เช่น พืชป่า ผักและผลไม้ป่า ลักษณะเศรษฐกิจเป็นแบบพอเพียง เน้นการบริโภคภายในครอบครัว หรือกลุ่มชาติพันธุ์ และแลกเปลี่ยนเชิงตอบแทน จนกระทั่งถึงช่วงเปลี่ยนผ่านจากตอนปลายสมัยไพลสโตซีนเข้าสู่สมัยโฮโลซีนตอนต้น (ประมาณ 11,000 ปีมาแล้ว) จึงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงและแบบแผนการบริโภคมาเป็นการผลิตอาหารเองโดยการเพาะปลูกพืชบางชนิด (เช่น ข้าวไรย์ ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ข้าว ข้าวฟ่าง ข้าวโพด) และการเลี้ยงสัตว์ (เช่น แพะ แกะ สุกร วัว-ควาย) สังคมเริ่มมีชุมชนเป็นหมู่บ้านเกษตรกรรมที่ผู้คนตั้งถิ่นฐานอย่างถาวร มีพัฒนาการทางเทคโนโลยีเพื่อทำการเกษตรกรรมอย่างเข้มข้นเพื่อให้มีอาหารส่วนเกินเพื่อใช้แลกเปลี่ยนสินค้าฟุ่มเฟือยสำหรับผู้นำชุมชน การตั้งถิ่นฐานเป็นชุมชนใหญ่ขึ้นจนกลายเป็นเมือง ประชากรเพิ่มมากขึ้น มีสิ่งก่อสร้างสาธารณะขนาดใหญ่ และเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมระดับรัฐ

คำหลัก ยุคหินเก่า ยุคหินกลาง ยุคหินใหม่ สมัยไพลสโตซีน สมัยโฮโลซีน สังคมเก็บของป่า-ล่าสัตว์-ตกปลา วิถีชีวิตเร่ร่อนอพยพตามแหล่งอาหาร การตั้งถิ่นฐานถาวร สังคมกสิกรรม หมู่บ้านเกษตรกรรม การกสิกรรม การเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ เมือง รัฐ

Title “Prehistoric Consumption and Subsistent Patterns: A Cross-Cultural Perspective from Archaeological Evidence”

Author Assistant Professor Dr. Thanik Lertchamrit (Department of Archaeology, Silpakorn University, Bangkok)

Abstract

Different consumption patterns and subsistent strategies of hominids and modern humans took place in different places across the globe at different time periods since 2.5 million years ago in the Lower Paleolithic throughout the Mesolithic, Neolithic, and until the Metal Age. Hunting-gathering-fishing subsistence was the earliest economic strategy and is the longest-lasting subsistent pattern in human history. Early humans foraged for a wide variety of food from various food sources ranging from big games to small games, from terrestrial to marine animals, from leaves, berries to root crops. They practiced self-sufficient economy, and their subsistent strategies were primarily intended for household consumption and sometimes for bartering. Around the terminal Pleistocene to the early Holocene (11,000 years ago) saw some changes in consumption and subsistence patterns. People began to cultivate some wild plants (e.g., rye, wheat, barley, rice, millet, maize) and domesticated some kinds of animals (e.g., goats, sheep, pigs, and cattle). These food-producing societies were later developed into farming villages, with permanent residence or settlement. Technological development (e.g., metal production) in later times was targeted for intensive agriculture. Surplus from agriculture were collected and used in exchange for luxury items for elites or the ruling class. Later settlements increased in size and some were developed into cities. Also saw in accordance with larger settlements are the higher density of population and the construction of public buildings, signaling the advent of state-level societies.

Key Words: Paleolithic, Mesolithic, Neolithic, Pleistocene, Holocene, Hunting-Gathering-Fishing Societies, Mobile Lifestyle, Permanent Settlement, Food Producing Societies, Farming Villages, Agriculture, Domestication of Plants and Animals, Cities, States

การดำรงชีพและแบบแผนการบริโภคของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์¹

ธนิช เลิศชาญฤทธิ

ภาควิชาโบราณคดี คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

ความนำ

บทความนี้เป็นความพยายามที่จะนำเสนอหลักฐาน ข้อมูล และการตีความเรื่องอาหาร การกิน ความเป็นอยู่ และพฤติกรรมการดำรงชีพของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ทั้งนี้ผู้เขียนวางขอบเขตด้านช่วงยุคสมัยของคำว่า “สมัยก่อนประวัติศาสตร์” หรือยุคสมัยที่ยังไม่ปรากฏการประดิษฐ์และใช้ภาษาเขียนหรือลายลักษณ์อักษรไว้อย่างกว้างๆ โดยนับตั้งแต่ระยะแรกเริ่มที่พบหลักฐานการปรากฏขึ้นของบรรพบุรุษของมนุษย์เมื่อราว ๖-๗ ล้านปีมาแล้วมาจนถึงยุคสมัยที่เริ่มต้นการตั้งถิ่นฐานและการจัดระเบียบทางสังคมแบบรัฐ หรือช่วงเวลาประมาณ ๕,๐๐๐-๔,๐๐๐ ปีมาแล้ว (ในกรณีของทวีปแอฟริกา เอเชีย และยุโรป หรือโลกเก่า) และประมาณคริสต์ศตวรรษที่ ๑๕ (ในกรณีของพื้นที่อเมริกาเหนือ อเมริกากลาง และอเมริกาใต้ หรือโลกใหม่)

ในแง่ของวิธีวิทยาในการนำเสนอบทความนี้ผู้เขียนใช้มุมมองในภาพรวมระดับโลก (world perspective) มากกว่าการเลือกอธิบายเฉพาะพื้นที่ อย่างไรก็ตามผู้เขียนใช้กรณีศึกษาในบางครั้งเพื่อย้ำประเด็นต่างๆ ตามที่ผู้เขียนเห็นว่าเหมาะสม โดยกรณีศึกษาที่ใช้มาจากการศึกษาวิจัยในพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลก นอกจากนี้ผู้เขียนเลือกตรวจสอบหลักฐานเพียงสามประเภทหลักในการอธิบายประเด็นต่างๆ หลักฐานประเภทดังกล่าวได้แก่ หลักฐานซากบรรพชีวิน (fossil evidence) หลักฐานโบราณคดี (archaeological evidence) และหลักฐานทางชีววิทยา (biological evidence)

ผู้เขียนขอเริ่มต้นด้วยกลุ่มสังคมมนุษย์วานร หรือบรรพบุรุษของมนุษย์ในสกุลและสายพันธุ์ต่างๆ ก่อนที่จะวิวัฒนาการมาเป็นมนุษย์ในสกุล *โฮโม* (*Homo*) ซึ่งเป็นสกุลของมนุษย์ในปัจจุบัน จากนั้นจึงจะกล่าวถึงสังคมนักเก็บของป่า-ล่าสัตว์ สังคมเกษตรกรรม และสังคมที่ซับซ้อนระดับแคว้นและรัฐ ตามลำดับ

ล่าสัตว์หรือสัตว์ล่า? ความเป็นอยู่ของมนุษย์วานรรุ่นแรก

หลักฐานซากบรรพชีวิน หลักฐานทางพันธุศาสตร์ และหลักฐานโบราณคดีที่ค้นพบในห้วยหลายทศวรรษที่ผ่านมาบ่งชี้ว่าสิ่งมีชีวิตที่มีลักษณะคล้ายกับมนุษย์ ที่เรียกกันในวงวิชาการด้าน

¹ บทความอยู่ในระหว่างการปรับปรุง กรุณาย่านำไปใช้อ้างอิง

มานุษยวิทยากายภาพว่า “โฮมินิดส์” (hominids) หรือที่เรียกกันอย่างไม่เป็นทางการว่า “มนุษย์วานร” (ape-man) นั้นมีกำเนิดในแอฟริกาเมื่อประมาณ ๖-๗ ล้านปีมาแล้ว มนุษย์วานรรุ่นแรกๆ (ปรากฏขึ้นระหว่าง ๗-๑ ล้านปีมาแล้ว) ที่ค้นพบมีหลายสกุล เช่น *Sahelanthropus*, *Orrorin*, *Ardipithecus*, *Australopithecus*, *Kenyanthropus* และบางสกุลประกอบด้วยหลายสายพันธุ์ เช่น *ออสตราโลพิเทคัส* ประกอบด้วยสายพันธุ์ต่างๆ ประมาณแปดสายพันธุ์

มนุษย์วานรรุ่นแรกๆ เหล่านี้มีลักษณะทางชีววิทยาร่วมกันคือ มีสมองเล็ก (เฉลี่ยประมาณ ๔๐๐ ลูกบาศก์เซนติเมตร) หรือขนาดสมองใหญ่กว่าสมองลิงชิมแปนซีเล็กน้อย ตัวเล็กและมีความแตกต่างทางกายภาพระหว่างเพศชายกับเพศหญิงค่อนข้างมาก สูงเฉลี่ยประมาณ ๑ เมตรหนักไม่เกิน ๕๐ กิโลกรัม ฟันใหญ่ ใบหน้าแบนคล้ายกับลิงไร้หาง ลักษณะของกระดูกแขนและขาบ่งชี้ว่ามนุษย์วานรรุ่นแรกนี้เคลื่อนย้ายโดยการเดินสองขาเป็นส่วนมาก แต่เป็นการบนสองขาที่ดูงุ่มง่าม รุ่มร่าม ไม่เหมือนมนุษย์ปัจจุบัน ควรกล่าวด้วยว่าการเดินบนสองขา (ซึ่งเป็นรูปแบบการเคลื่อนย้ายที่แตกต่างจากลิงไร้หางที่เคลื่อนย้ายโดยการวิ่งและเดินบนสี่เท้า) เป็นวิวัฒนาการที่สำคัญที่อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางชีววิทยาและความอยู่รอดของมนุษย์วานรในสมัยหลัง

รูปแบบการดำรงชีพของมนุษย์วานรรุ่นแรกนี้ยังต้องถกเถียงกันอีกมากเนื่องจากหลักฐานที่พบยังมีไม่มากนักและซากบรรพชีวินที่พบก็มักแตกหัก ไม่สมบูรณ์ อย่างไรก็ตามนักวิชาการหลายท่านได้ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ต่างๆ ในการศึกษาหลักฐานเท่าที่ค้นพบเพื่ออธิบายพฤติกรรมของเหล่ามนุษย์วานรที่กล่าวมา

ภาพชีวิตของมนุษย์วานรที่นักวิชาการ “ค้น” ออกมาจากหลักฐานและซากบรรพชีวินพอสรุปได้ดังนี้

ในด้านความเป็นอยู่นั้นมนุษย์วานรอยู่กันเป็นกลุ่มเล็ก ประมาณ ๑๐-๒๐ คน ในแต่ละกลุ่มมีทั้งผู้ใหญ่ (ทั้งชายและหญิง) และเด็ก อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย ทั้งป่า หุบเขา และพื้นที่ปริมลำนํ้าและทะเลสาบ สภาพแวดล้อมในอดีตดังกล่าวมีสัตว์ต่างๆ ทั้งสัตว์กินเนื้อ สัตว์ร้าย สัตว์ขนาดเล็ก ขนาดใหญ่รวมอยู่ด้วย นั้นหมายความว่ามนุษย์วานรต้องแย่งชิงอาหารกับสัตว์อื่นๆ โดยแทบไม่มีข้อได้เปรียบอย่างใด มีหน้าซำยังอาจตกเป็นเหยื่อของสัตว์กินเนื้อที่ดุร้าย เช่น สิงโต เสือ หมาป่า เป็นต้น ตัวอย่างเช่น นักโบราณคดีค้นพบกะโหลกของออสตราโลพิเทคัสในแอฟริกาใต้ที่มีร่องรอยถูกกัดด้วยเขี้ยวสัตว์ นอกจากนี้นักโบราณคดียังค้นพบกะโหลกเสือลีโอปาร์ดซึ่งยังมีเขี้ยวติดอยู่ด้วย และเมื่อนำเขี้ยวเสือลีโอปาร์ดมาวางทับบนร่องดังกล่าวก็ปรากฏว่าสามารถสวมลงในรูได้พอดีพอดี หลักฐานดังกล่าวแสดงว่ามนุษย์วานรรุ่นแรกๆ นอกจากไม่ได้เป็นผู้ล่าแล้วยังถูกล่าด้วย

อย่างไรก็ตามมนุษย์วานรบางสกุล (เช่น *ออสตราโลพิเทคัส*) คงมีความสามารถในการปรับตัวได้ดีและในหลายกรณีอาจสามารถหลบเลี่ยงการถูกล่าได้โดยการยืนบนสองขาซึ่งทำให้มองเห็นศัตรูได้ในระยะไกล และดังนั้นจึงมีวิวัฒนาการต่อมาอีกนับล้านปีก่อนจะสูญพันธุ์ไปในที่สุด

มนุษย์วานรรุ่นแรกๆ คงมีวิถีชีวิตไม่ต่างจากสัตว์ไพรเมตอื่นๆ มากนัก ความเป็นอยู่ทั่วไปคงคล้ายกับลิงไร้หาง และดำรงชีวิตประจำวันอยู่ตามสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ยังไม่มีหลักฐานว่ามนุษย์วานรรู้จักสร้างเพิงพัก หรือมีสิ่งก่อสร้างใดๆ อาจจะเร่ร่อนไปตามแหล่งอาหารตามธรรมชาติที่พบนักพักพิงอาจเป็นเพิงผา ถ้ำ และได้ต้นไม้

ควรกล่าวด้วยว่ามนุษย์วานรรุ่นแรกๆ นี้ปรากฏในเฉพาะทวีปแอฟริกาเท่านั้น ยังไม่มีหลักฐานว่ามนุษย์วานรรุ่นแรกๆ นี้อพยพไปยังพื้นที่อื่นของโลก

ส่วนเรื่องอาหารและรูปแบบการบริโภคนั้นนักโบราณคดีตีความจากจากหลักฐานที่พบซึ่งอยู่พอสมควร หลักฐานซากบรรพชีวินของมนุษย์วานรรุ่นแรกๆ ที่ค้นพบส่วนมากเป็นกะโหลกขากรรไกร และฟัน หลักฐานเหล่านี้เป็นหลักฐานทางอ้อมที่ช่วยให้นักโบราณคดีและนักโบราณมานุษยวิทยา (paleoanthropologist) ตีความเกี่ยวกับการบริโภคและอาหารของมนุษย์วานรได้พอสมควร ตัวอย่างเช่น นักโบราณคดีพบว่าฟันของมนุษย์วานรทุกสกุลและสายพันธุ์มีขนาดใหญ่ (ใหญ่กว่าฟันของมนุษย์ปัจจุบันประมาณ ๓-๔ เท่า) หรือขนาดใหญ่เท่ากับฟันของชิมแปนซีเคลือบฟันหนา (thick enamel) และฟันเขี้ยวใหญ่ จากลักษณะทางกายภาพของฟันที่พบนักโบราณคดีตีความว่ามนุษย์วานรรุ่นแรกๆ เป็นพวกมังสวิรัส กินพืช ใบไม้ ผลไม้เป็นหลัก และจากการศึกษาไอโซโทปคาร์บอนเสถียร (stable carbon isotope studies) จากฟันของมนุษย์วานรพบว่ามนุษย์วานรบางกลุ่มยังกินหญ้า (grasses) และต้นพืชพวก sedges ด้วย

นอกจากนี้โบราณมานุษยวิทยาพบว่ามนุษย์วานรกลุ่มหนึ่งในสกุล *ออสตราโลพิเทคัส* (เรียกว่ากลุ่ม Robust Australopithecines ประกอบด้วยสามสายพันธุ์ ได้แก่ *Australopithecus aethiopicus*, *Australopithecus robustus* และ *Australopithecus boisei*) มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นตรงที่กะโหลกมีสันนูนตรงกลางขึ้นมาอย่างเห็นได้ชัด ฟันเขี้ยวใหญ่ ขากรรไกรก็ใหญ่เทอะทะกว่าของมนุษย์วานรกลุ่มอื่นมาก และมีใบหน้าแบนกว้าง นักมานุษยวิทยาภาพพจน์อธิบายว่าลักษณะดังกล่าวเป็นผลมาจากการกินอาหารที่เหนียวและแข็ง หรือมีใยมากซึ่งต้องเคี้ยวค่อนข้างหนัก เช่น ผลไม้เปลือกแข็ง รากพืชบางชนิด หรือแม้แต่ใบไม้หรือกิ่งไม้ที่ค่อนข้างสาบและเคี้ยวยาก ทำให้กล้ามเนื้อที่ยึดระหว่างขากรรไกรกับกะโหลกทำงานหนักจนร่างกายต้องสร้างกระดูกเพิ่มสูงขึ้นมา

ควรกล่าวด้วยว่านอกจากอาหารประเภทพืช ผลไม้สุก ใบไม้ และรากพืช หรือพืชที่มีหัวแล้ว มนุษย์วานรอาจกินสัตว์บางชนิดด้วย เพียงแต่กินเป็นอาหารเสริมมากกว่าจะเป็นอาหารหลัก เชื่อกันว่าสัตว์ที่มนุษย์วานรบริโภคเป็นพวกสัตว์เลื้อยลูกด้วยนมขนาดเล็กและแมลง (เช่น ปลวก)

เครื่องมือหินและไขกระดูก—จุดเปลี่ยนสำคัญในชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์วานรรุ่นหลัง

ประมาณ ๒.๕ ล้านปีมาแล้ว ซึ่งเป็นช่วงที่มนุษย์วานรสกุลออสตราโลพิเทคส์กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศโลกเปลี่ยนไป พืชและสัตว์บางชนิดสูญพันธุ์ไป เราพบหลักฐานซากบรรพชีวินของมนุษย์วานรกลุ่มใหม่ นักวิชาการจึงตั้งชื่อสกุลใหม่ เรียกว่าสกุล “โฮโม” (*Homo*) ซึ่งแปลว่า “มนุษย์”

มนุษย์วานรสกุลโฮโมสายพันธุ์ที่ปรากฏขึ้นครั้งแรกคือ โฮโม แฮบิลิส (*Homo habilis*) ต่อมาในสมัยหลังก็มีมนุษย์วานรสกุลโฮโมสายพันธุ์อื่น ๆ เกิดขึ้นตามมา รวมจนถึงปัจจุบันที่มีการค้นพบแล้วจำนวน ๙ สายพันธุ์ ผู้เขียนเรียกมนุษย์วานรสกุลโฮโมนี้ว่ามนุษย์วานรรุ่นหลัง ซึ่งปรากฏอยู่บนโลกระหว่าง ๒.๕ ล้านปีมาจนถึงเมื่อราว ๒ แสนปีมาแล้ว ควรกล่าวด้วยว่ามนุษย์ปัจจุบันก็จัดอยู่ในสกุลโฮโม แต่ต่างสายพันธุ์กับโฮโมอื่นๆ สายพันธุ์ของมนุษย์ปัจจุบันคือ เซเปียนส์ ดังนั้นมนุษย์ปัจจุบันจึงมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า โฮโม เซเปียนส์ (*Homo sapiens*)

มนุษย์วานรรุ่นหลัง (ไม่นับรวม โฮโม เซเปียนส์) มีลักษณะทางกายภาพและชีววิทยาแตกต่างจากมนุษย์วานรรุ่นแรกหลายประการ เช่น สมองใหญ่กว่า ฟันเล็กกว่า รูปแบบฟันคล้ายกับของมนุษย์ปัจจุบัน (ฟันเขี้ยวเล็กลง ไม่มีช่องว่างระหว่างฟันเขี้ยวกับฟันกรามน้อย) และใบหน้าและโครงสร้างกะโหลกคล้ายกับมนุษย์ปัจจุบันมากกว่า ลักษณะเหล่านี้เป็นวิวัฒนาการที่เกิดขึ้นไปในทิศทางที่ก้าวมาเป็นมนุษย์ปัจจุบันและสัมพันธ์กับวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมด้วย และควรกล่าวด้วยว่ามนุษย์วานรรุ่นหลังบางสายพันธุ์แพร่กระจายออกจากแอฟริกาเป็นครั้งแรก (กลุ่มแรกที่แพร่กระจายออกจากแอฟริาคือ โฮโม อีเรกตัส เมื่อประมาณ ๑.๕ ล้านปีมาแล้ว)

วัฒนธรรมสำคัญที่เกิดขึ้นในสังคมมนุษย์วานรรุ่นหลังก็คือการทำเครื่องมือหิน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นพัฒนาการทางวัฒนธรรมก้าวแรกในประวัติศาสตร์มนุษยชาติที่มีหลักฐานทางโบราณคดียืนยัน เครื่องมือหินรุ่นแรกที่พบมีลักษณะหยาบ กะเทาะอย่างง่าย ไม่พิถีพิถันในการประดิษฐ์ (เรียกกันในวงวิชาการว่าเครื่องมือหินแบบโอลโดวาน ซึ่งพบครั้งแรกที่แหล่งโอลดูไว กอร์จ ในประเทศแทนซาเนีย ทางแอฟริกาตะวันออก) เครื่องมือหินแบบนี้ถูกประดิษฐ์ขึ้นครั้งแรกเมื่อประมาณ ๒.๕ ล้านปีมาแล้ว ต่อมามนุษย์วานรรุ่นหลังบางสายพันธุ์ได้พัฒนาการทำเทคนิคการทำเครื่องมือหินที่ละเอียดซับซ้อน พิถีพิถัน มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามนัยยะสำคัญ

ของวัฒนธรรมเครื่องมือหินก็คือมันเป็นเสมือนพันธุกรรม (gene) ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นเปลี่ยนแปลง และถูกถ่ายทอดกันมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เครื่องมือหินยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้สังคมมนุษย์สามารถปรับตัวอยู่รอดได้มาจนถึงปัจจุบัน หากปราศเครื่องมือแล้วมนุษย์ก็ยากจะมีชีวิตรอด

การสร้างเครื่องมือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญประการหนึ่งในแบบแผนการดำรงชีพของมนุษย์วานรรุ่นหลัง ดังได้กล่าวมาแล้วว่าในช่วงประมาณ ๒.๕ ล้านปีมาแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสภาพแวดล้อมขึ้นทั่วโลก ในแอฟริกาเองป่าไม้ลดลง สภาพแวดล้อมเป็นทุ่งหญ้าและป่าโปร่งมากขึ้น มีพืชกินหญ้าจำพวกแก้ง กวาง ช้าง มากขึ้น พืชและสัตว์บางชนิดสูญพันธุ์ไป มนุษย์วานรรุ่นแรกบางกลุ่มไม่สามารถปรับตัวได้ (เช่น กลุ่มโอบัส ออสตราโลพิเทคัส) ในที่สุดก็สูญพันธุ์ไปด้วย แต่มนุษย์วานรรุ่นหลังสามารถปรับตัวได้ดีกว่า โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค และการทำเครื่องมือหิน

เครื่องมือหินช่วยให้มนุษย์วานรสามารถเข้าถึงแหล่งอาหารใหม่ นั่นก็คือ ไชกระดุกสัตว์ นักวิชาการจำนวนมากที่ศึกษากระดูกสัตว์ที่พบจากการขุดค้นแหล่งโบราณคดีที่มีอายุร่วมสมัยกับมนุษย์วานรรุ่นหลังล้วนเสนอว่ากระดูกที่พบมีร่องรอยการสับตัดจากการใช้เครื่องมือหิน และยังมีร่องรอยกัดแทะโดยสัตว์นักล่าที่มีเขี้ยวด้วย ซึ่งแสดงว่ากระดูกสัตว์บางชิ้นผ่านการกัดแทะจนแทบไม่เหลือเนื้อให้กินก่อนที่มนุษย์วานรจะนำกระดูกนั้นมาทุบหรือสับตัดเพื่อกินไชกระดุก แต่บางชิ้นก็อาจมีเนื้อเหลืออยู่มากพอที่กินเป็นอาหารได้ (ควรกล่าวด้วยว่าสัตว์นักล่าบางชนิดไม่กินเนื้อของสัตว์ถูกล่า แต่ชอบกินเครื่องในมากกว่า และดังนั้นจึงมีเนื้อเหลืออยู่มากสำหรับมนุษย์วานร) จากปรากฏการณ์ดังกล่าวนักวิชาการบางคนสรุปว่ามนุษย์วานรที่เริ่มทำและใช้เครื่องมือหินคงเป็น “นักเก็บตก” (scavenger) มากกว่าจะเป็นนักล่าสัตว์ (hunter) อย่างไรก็ตามความเปลี่ยนแปลงที่เราเห็นชัดเจนก็คือมนุษย์วานรสมัยหลังเน้นการกินอาหารประเภทเนื้อ หรือโปรตีนมากขึ้น และต่อมาในสมัยหลังๆ มนุษย์วานรก็ยิ่งกินเนื้อมากยิ่งขึ้นจนต่อมาเป็นนักล่าสัตว์เต็มตัว แต่ก็ไม่ได้ละทิ้งอาหารจากพืช ไม่ว่าจะเป็นเมล็ด ผลไม้ หรือราก หรือหัว

สังคมของมนุษย์วานรในยุคนี้เป็นสังคมล่าสัตว์ การล่าสัตว์กลายเป็นพฤติกรรมปกติและเป็นนิสัย (habitual hunter) มนุษย์วานรรุ่นหลัง เช่น โฮโม อีเรกตัส โฮโม ไฮเดลเบิร์กเกนซิส สามารถล่าสัตว์ขนาดใหญ่ได้ เช่น ม้า แพะ กวาง ฮิปโปโปแตมัส ควายป่า มนุษย์วานรรุ่นหลังใช้ประโยชน์จากแหล่งอาหารตามธรรมชาติที่หลากหลาย มีชีวิตเร่ร่อนไปตามแหล่งอาหาร โดยเฉพาะตามแหล่งพื้นที่ที่มีสัตว์ให้ล่า การจัดระเบียบทางสังคมยังเป็นกลุ่มเล็ก ไม่เกิน ๕๐ คน

ยังไม่หลักฐานของการคิดประดิษฐ์นวัตกรรมทางวัฒนธรรมอื่นนอกเหนือจากการทำเครื่องมือในการล่าสัตว์

นักล่าสัตว์-หาอาหารตามธรรมชาติ-ตกปลา และอื่นๆ

หลังจากหมดยุคของมนุษย์วานรรุ่นหลังแล้วก็มีมนุษย์รุ่นใหม่ที่เราเรียกว่า โฮโม เซเปียนส์ ซึ่งกำเนิดขึ้นเมื่อราว ๒๐๐,๐๐๐-๑๖๐,๐๐๐ ปีมาแล้ว มนุษย์รุ่นใหม่ซึ่งเป็นบรรพบุรุษของมนุษย์ปัจจุบันมีวัฒนธรรมที่แตกต่างจากมนุษย์วานรอย่างชัดเจน นักวิชาการบางคนถึงกับเรียกว่าเป็นยุคของการระเบิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (creative explosion) เลยทีเดียวเนื่องจากนอกจากมีการประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับใช้สอยในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องในการทำมาหากิน การสร้างที่พัก การคิดประดิษฐ์ไฟ การจัดระเบียบชุมชน ยังประดิษฐ์หรือแสดงออกถึงความคิดความเชื่อที่เป็นนามธรรม เช่น งานศิลปะ ประเพณีการฝังศพ การบูชารูปเคารพ เป็นต้น

มนุษย์รุ่นใหม่เป็นกลุ่มที่ยึดครองโลกก็ว่าได้เนื่องจากพบกระจายอยู่ทุกพื้นที่ของโลก พบทั้งโลกเก่า (แอฟริกา เอเชีย และยุโรป) และโลกใหม่ (อเมริกาเหนือและอเมริกาใต้) และสามารถปรับตัวได้ทุกสภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นที่หนาวเย็น ที่ร้อนแล้ง ทะเลทราย ร้อนชื้น หรือป่าดงดิบ มนุษย์รุ่นใหม่มีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมที่สามารถแบ่งออกได้หลายยุคสมัย เช่น ยุคหินเก่า ยุคหินกลาง ยุคหินใหม่ ยุคโลหะ ยุคประวัติศาสตร์ มาจนถึงปัจจุบัน (การแบ่งยุคสมัยมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในแต่ละพื้นที่ของโลก) ในหัวข้อที่จะกล่าวต่อไปผู้เขียนเลือกศึกษามนุษย์รุ่นใหม่ในยุคหินเก่าและยุคหินกลาง หรือที่นักวิชาการมักเรียกว่าสังคมเก็บของป่า-ล่าสัตว์ ซึ่งครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่ประมาณ ๒๐๐,๐๐๐-๑๐,๐๐๐ ปีมาแล้ว (บางพื้นที่มีช่วงเวลายาวนานกว่านี้ เช่น ยุคสังคมเก็บของป่า-ล่าสัตว์ในประเทศไทยครอบคลุมมาจนถึงเมื่อประมาณ ๔,๐๐๐ ปีมาแล้ว)

การบริโภคและการดำรงชีพของมนุษย์รุ่นใหม่ในสังคมเก็บของป่า-ล่าสัตว์ ซึ่งเป็นแบบแผนการยังชีพที่มนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ดำรงไว้อย่างยาวนานที่สุด มีพัฒนาการที่มีทั้งความเหมือนและความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ของโลก แหล่งอาหารหลักมีอยู่ตามธรรมชาติและฤดูกาล อาหารหลักของมนุษย์ในช่วงยุคหินเก่าและยุคหินกลางคือสัตว์ (ทั้งสัตว์ขนาดใหญ่และสัตว์ขนาดเล็ก) มีการล่าและดักจับประเภทสัตว์บกและสัตว์น้ำ เช่น ปลา เต่า และหอย ในขณะที่เดียวกันก็ยังเก็บหาอาหารประเภทอื่นด้วย เช่น พืชป่า ผักและผลไม้ป่า ลักษณะเศรษฐกิจเป็นแบบพอเพียง เน้นการบริโภคภายในครอบครัว และแลกเปลี่ยนเชิงตอบแทน เช่น การแลกเปลี่ยนทรัพยากรบางอย่างที่หายากในบางชุมชน แต่หาง่ายในบางชุมชน เริ่มมีการแลกเปลี่ยนทางไกลระหว่างชุมชนและระหว่างภูมิภาค

หลักฐานทางโบราณคดีบ่งชี้ว่ามนุษย์ในยุคนี้บริโภคอาหารหลากหลายมากขึ้น อาจจะเนื่องจากความสามารถในการผลิตเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่สามารถล่าสัตว์ได้หลากหลายชนิด ทั้งสัตว์ขนาดใหญ่ (เช่น ช้าง ม้า กวาง แรด) สัตว์ที่วิ่งเร็วบนพื้นดิน (เช่น กระต่าย เสือ) หรือเคลื่อนที่เร็วบนต้นไม้ (เช่น ลิง กระรอก กระแต) สัตว์ที่บินในอากาศ (เช่น นก) สัตว์ที่ขุดรูอยู่ในดิน (เช่น เม่น หนู) สัตว์ที่อยู่ในน้ำลึกและน้ำตื้น (เช่น เต่า ปลา หอย) อาจกล่าวได้ว่ามนุษย์รุ่นใหม่ไม่ใช่นักล่าสัตว์ธรรมดาทั่วไป แต่เป็นนักล่าสัตว์ที่ชาญฉลาดและเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้วย

นอกจากนี้การรู้จักใช้ไฟในการหุงต้มอาหารยังช่วยให้สามารถกินอาหารบางที่มนุษย์รุ่นก่อนยังไม่ค้นพบก็ได้ หมายความว่าอาหารบางอย่างมีพิษหรือยาง หรือสารบางอย่างที่เป็นอันตรายต่อร่างกายหากบริโภคดิบ หรือไม่ผ่านกระบวนการสลายพิษ การสลายพิษจากอาหารดังกล่าว (ส่วนมากเป็นพืช) มักเป็นกระบวนการที่ใช้ความร้อน เช่น ต้ม ย่าง เผา อบ หุง หรือแม้แต่รมควัน จากการขุดค้นแหล่งทางโบราณคดีหลายแห่งทั่วโลกก็พบร่องรอยเตาถ่าน กองไฟ และเตาไฟอยู่เสมอ

มนุษย์รุ่นใหม่ในช่วงสมัยสังคมล่าสัตว์นี้ยังสร้างแบบแผนการบริโภคอย่างหนึ่งขึ้นมาใหม่ นั่นก็คือการผลิตสิ่งของที่นอกเหนือการใช้งานที่จำเป็นในชีวิตปกติทั่วไป หรือสร้างค่านิยมในการสะสมหรือเป็นเจ้าของวัตถุ หรือจะเรียกว่าแนวคิดวัตถุนิยมก็ได้ แม้ว่าเรายังไม่รู้แน่ชัดว่าการบริโภควัตถุเกิดจากสาเหตุใด หรือมีวัตถุประสงค์ใด (อาจเกิดจากความเชื่อ พิธีกรรม ความรู้สึกเชิงสุนทรีย์หรือความงาม หรือจินตนาการก็ได้) หลักฐานที่พบส่วนมากเป็นเครื่องประดับร่างกาย (เช่น ลูกปัด กำไล ต่างหู จี้ สร้อยคอ แหวน) สิ่งของบางอย่างอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและเชื่อ (เช่น รูปตุ๊กตาเทพีวีนัส (Venus figurines) รูปแกะสลักรูปมนุษย์และสัตว์) และอื่นๆ โบราณวัตถุเหล่านี้ทำจากวัสดุหลายชนิด นับตั้งแต่หิน ไม้ กระดูกสัตว์ เขาสัตว์ เขี้ยวสัตว์ งาช้าง หอย และเปลือกไข่ ควรกล่าวด้วยว่าบริบทที่พบสิ่งของเหล่านี้มักเป็นแหล่งฝังศพ เช่นขุดค้นที่แหล่งโบราณคดีมอลต้า (Mal'ta) ในเอเชียกลาง ซึ่งกำหนดอายุได้ประมาณ ๑๕,๐๐๐ ปีมาแล้ว นักโบราณคดีค้นพบหลุมฝังศพเด็กที่มีเครื่องประดับร่างกายจำพวกสร้อยคอ ลูกปัดทำจากกระดูกสัตว์และเขาสัตว์ และจี้ห้อยคอทำจากงาช้าง น่าสังเกตด้วยว่าวัตถุที่กล่าวมาล้วนแต่ผ่านกระบวนการผลิตที่ยุ่งยาก ซับซ้อน ต้องใช้ฝีมือ เวลา แรงงาน และที่สำคัญก็คือสิ่งของบางอย่าง (เช่น เครื่องประดับ) ทำจากวัสดุหายาก ไม่มีในท้องถิ่น หรือเป็น “ของแพง” ในแง่ของการได้มาและการลงทุนเวลาเพื่อเสาะหามา ตัวอย่างเช่น นักโบราณคดีค้นพบเครื่องมือหินชนิดหนึ่งทำจากหินฟลินท์สีดำที่แหล่งโบราณคดี Kostenki-Borshevo ในรัสเซีย เครื่องมือหินดังกล่าวนำเข้ามาจากแหล่งหินที่อยู่ห่างออกไปไม่ต่ำกว่า ๓๐๐ กิโลเมตร และอีกตัวอย่างหนึ่งก็คือ

ที่แหล่งโบราณคดีบางแห่งในอิตาลีพบโบราณวัตถุทำจากหินอบซีเดียนซึ่งเป็นหินภูเขาไฟใสเหมือนแก้ว และจากการศึกษาแหล่งที่มาของหินพบว่าเป็นหินที่นำมาจากห่างไกลถึง ๕๐๐ กิโลเมตร สภาพการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นทั่วไปทั่วโลกในขณะนั้น นักวิชาการหลายท่านจึงเสนอว่าการเกิดปรากฏขึ้นของวัตถุดังกล่าวอาจเป็นการแสดงออกหรือตระหนักในตัวตนและความสำคัญของอัตลักษณ์ของตัวตนของมนุษย์ และการ “ไขว่คว้า” หาวัตถุดังกล่าวอาจนำไปสู่การติดต่อแลกเปลี่ยนทางไกล ทำให้เกิดเครือข่ายการติดต่อ รวมทั้งเป็นการสร้างพันธมิตรทางการค้าและวัฒนธรรมอีกด้วย

ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นในช่วงสังคมล่าสัตว์ก็คือการผลิตงานศิลปะซึ่งออกเป็นสองประเภทตามลักษณะที่ปรากฏ ประเภทแรกคืองานศิลปะติดที่ (parietal art) เช่นภาพเขียนบนผนังถ้ำและเพิงผา ภาพแกะสลักบนหิน ประติมากรรมนูนสูง ประเภทที่ ๒ คืองานศิลปะที่สามารถนำพาติดตัวไปได้ (portable art) เช่น และประติมากรรมลอยตัว ตุ๊กตา (figurine) เป็นต้น งานศิลปะเหล่านี้ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในสมัยของมนุษย์วานร อย่างไรก็ตามนักวิชาการมีความเห็นหลากหลายมากเกี่ยวกับความหมายของงานศิลปะที่ปรากฏในสมัยนี้ ซึ่งผู้เขียนขอข้ามไปไม่พูดถึงในที่นี้

กล่าวโดยสรุป หลักฐานโบราณคดีและซากบรรพชีวินที่ค้นพบจนถึงปัจจุบันบ่งชี้ว่ามนุษย์มีพัฒนาการในเรื่องการดำรงชีพและการบริโภค และการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งต่างๆ ที่อยู่นอกเหนือความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีพ เช่น เครื่องประดับ งานศิลปะ และอื่นๆ ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตวัฒนธรรมเหล่านี้ได้ถูกถ่ายทอดและสืบทอดมาในสมัยหลังด้วย

สู่สังคมที่ผลิตอาหารเอง

เมื่อเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่านจากตอนปลายยุคน้ำแข็งหรือสมัยไพลสโตซีนเข้าสู่สมัยโฮโลซีนตอนต้น (ประมาณ 11,000 ปีมาแล้ว) หรือยุคสมัยที่รู้จักกันโดยรวมว่ายุคหินใหม่ (Neolithic Age) นักโบราณคดีค้นพบหลักฐานว่ากลุ่มคนบางกลุ่มค่อยๆ เปลี่ยนแบบแผนการดำรงชีพจากการล่าสัตว์ ตกปลา และหาเก็บพืชป่า มาเป็นการผลิตอาหารเองโดยการเพาะปลูกพืชบางชนิด (เช่น ข้าวไรย์ ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ข้าว ข้าวฟ่าง ข้าวโพด) และการเลี้ยงสัตว์ (เช่น แพะ แกะ สุกร วัว-ควาย) นักโบราณคดีบางคนเรียกการเปลี่ยนแบบแผนพฤติกรรมการดำรงชีพในช่วงเวลาดังกล่าวว่าเป็นการปฏิวัติยุคหินใหม่ (Neolithic Revolution)

พื้นที่ที่พบหลักฐานการริเริ่มเปลี่ยนรูปแบบการดำรงชีพมาเป็นการผลิตอาหารเองคือ ตะวันออกใกล้ (Near East) ตะวันออกกลาง และเอเชียไมเนอร์หรือยูเรเชียหรือแถบประเทศตุรกี

ในปัจจุบัน ต่อมาแบบแผนการดำรงชีพดังกล่าวก็กระจายไปยังพื้นที่อื่นของโลก อย่างไรก็ตาม ควรกล่าวด้วยว่าการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีพจากการล่าสัตว์มาเป็นเพาะปลูกเลี้ยงสัตว์ในบางพื้นที่เกิดขึ้นช้าและเกิดจากสาเหตุปัจจัยที่แตกต่างกัน และเกิดขึ้นอย่างเป็นอิสระ ไม่ได้รับอิทธิพลสังคมอื่น ตัวอย่างเช่นกรณีของสังคมในโลกใหม่ เช่น อเมริกากลางและอเมริกาใต้ ซึ่งการเพาะปลูกกำเนิดและพัฒนาขึ้นมาอย่างอิสระเมื่อประมาณ ๗,๐๐๐ ปีมาแล้ว นำสังเกตด้วยว่ากลุ่มสังคมล่าสัตว์เป็นผู้เริ่มการเพาะปลูก ไม่ใช่กลุ่มคนที่ตั้งถิ่นฐานถาวรหรือกึ่งถาวร

สิ่งที่ตามมากับการผลิตอาหารเองด้วยการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ก็คือการจัดระเบียบสังคมที่เป็นชุมชนใหญ่ เป็นหมู่บ้านเกษตรกรรม ประชากรในแต่ละชุมชนมีจำนวนมากขึ้นนับจำนวนหลายร้อยและบางชุมชนมีจำนวนมากถึง ๑๐,๐๐๐ คน (เช่น ที่แหล่งโบราณคดี Catalhoyuk ในตุรกี) ผู้คนตั้งถิ่นฐานอย่างถาวรในบางพื้นที่ และมีพัฒนาการทางเทคโนโลยีเพื่อทำการเกษตรกรรม (เช่น จอบ เสียม ขวาน มีด เคียว) และการเตรียมอาหารได้จากการเพาะปลูก (เช่น ครก สาก หินบด ภาชนะดินเผา)

คำถามสำคัญที่นักโบราณคดีและนักวิชาการพยายามหาคำตอบกันต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันคืออาหารที่มนุษย์ผลิตเองในยุคหินใหม่นี้มีคุณค่าทางโภชนาการมากน้อยแค่ไหนและดีกว่าอาหารที่ได้จากการเก็บของป่า-ล่าสัตว์หรือไม่ จากการศึกษาหลักฐานซากพืชและกระดูกสัตว์ที่พบในแหล่งโบราณคดียุคหินใหม่หลายแห่งทั่วโลกพบว่าอาหารของมนุษย์หินใหม่มีคุณค่าทางโภชนาการค่อนข้างสูง ตัวอย่างเช่นพืชหลายชนิด (เช่น ข้าวสาลี ข้าวโพด ข้าว ถั่ว มันฝรั่ง มะพร้าว มันสำปะหลัง) ที่คนยุคนี้เพาะปลูกมีโปรตีนสูง อย่างไรก็ตามแม้ว่ามนุษย์ยุคหินใหม่กินอาหารที่มีโปรตีนสูง แต่พืชบางชนิดก็ขาดสารโปรตีนพวกกรดอะมิโนบางชนิดที่จำเป็นต่อร่างกาย (เช่น isoleucine, leucine, lysine, valine, methionine) ตัวอย่างเช่น ข้าว ข้าวโพด และข้าวสาลี นั้นมีโปรตีนสูงก็จริง แต่ขาดสารไลซีน ดังนั้น เราจึงพบว่ามนุษย์ยุคหินใหม่ยังปลูกพืช หรือหาอาหารป่ามาช่วยเติมเต็มสารอาหารที่ขาดไป เช่น ถั่ว ลูกเดือย ถั่วเขียว และสัตว์ป่าต่างๆ

ควรกล่าวด้วยว่าการเปลี่ยนแปลงแบบแผนการดำรงชีพมาเป็นการเกษตรกรรมไม่ได้นำไปสู่วิถีชีวิตและสังคมที่ดีกว่าการดำรงชีพด้วยการเก็บของป่า-ล่าสัตว์เสมอไป แม้ว่าการเกษตรกรรมสามารถผลิตอาหารได้มากกว่าการล่าสัตว์ สามารถเลี้ยงผู้คนได้จำนวนมากกว่า และสามารถดำเนินการได้ในหลากหลายพื้นที่ แต่หลักฐานโบราณคดีและชีววิทยากลับบ่งชี้ว่ามนุษย์ในยุคการเกษตรกรรมไม่ได้มีสุขภาพที่ดีกว่ามนุษย์นักเก็บอาหารป่า-ล่าสัตว์เลย ตัวอย่างเช่น นักมานุษยวิทยากายภาพบางท่านศึกษาโครงกระดูกของมนุษย์ในสังคมเกษตรกรรมและสังคมล่าสัตว์จากทั่วทุกมุมโลกพบว่าผู้คนในสังคมเกษตรกรรมมีโรคภัยไข้เจ็บและประสบภาวะทุ

โภชนาการ (malnutrition) มากกว่ามากกว่าผู้คนในสังคมล่าสัตว์ สุขภาพของคนในสังคมล่าสัตว์ก็ดีกว่า ร่างกายแข็งแรงกว่า ซึ่งหมายความว่าผู้คนในสังคมล่าสัตว์กินอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่า และผู้คนในสังคมล่าสัตว์ยังมีร่างกายสูงกว่ามนุษย์ในสังคมเกษตรกรรมเฉลี่ย 2 เซนติเมตร (ทั้งในเพศหญิงและเพศชาย) นอกจากนี้ชีวิตผู้คนในสังคมเกษตรกรรมยังมีปัญหาเรื่องความรุนแรงและการรบราฆ่าฟันเนื่องจากการแย่งชิงพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการเกษตรกรรมและการที่มีคนบางกลุ่มมีฐานะร่ำรวยมากกว่าคนบางกลุ่มซึ่งมีฐานะยากจนกว่า และดังนั้นเมื่อคนจนไม่มีอาหารบริโภคอย่างเพียงพอ หรือประสบความอดอยาก คนจนพวกนี้ก็พร้อมจะก่อกบฏลุกขึ้นมาชิงแหล่งอาหาร ทำให้เกิดสงครามย่อยระหว่างกลุ่ม การตีความเช่นนี้มีหลักฐานโบราณคดีสนับสนุนมากที่เดวิดตั้งพบว่าโครงกระดูกมนุษย์บางโครงมีร่องรอยการถูกทำร้าย มีรอยบาดแผลหลงเหลือบนกระดูก และยังพบว่าเครื่องมือที่เป็นอาวุธ (เช่น ธนู มีด ดาบ หอก ขวาน) มากขึ้นกว่าในสมัยสังคมล่าสัตว์ นักวิทยาศาสตร์บางท่านจึงเรียกการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการค้าขายด้วยเกษตรกรรมว่าเป็น “ความผิดพลาดอันเลวร้ายที่สุดในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ”

อย่างไรก็ตามการผลิตอาหารยังนำไปสู่เรื่องอื่นอีกมากนอกจากการผลิตเพื่อบริโภค และอาจเป็นรากเหง้าของความซับซ้อนทางสังคมในสมัยหลัง เช่น เมื่อมีการผลิตอาหารเองได้ก็มีอาหารส่วนเกิน (surplus) ที่เหลือกินเหลือใช้ที่สามารถนำไปใช้แลกเปลี่ยนสินค้าอย่างอื่นกับชุมชนที่ห่างไกล ผู้นำชุมชนบางกลุ่มที่มีที่ดินและแรงงานในการเกษตรกรรมมากกว่าคนอื่นก็สามารถสะสมความมั่งคั่งได้มากกว่าและในขณะเดียวกันก็สามารถเลี้ยงผู้คนได้มากขึ้นจนมีบารมีมากพอในการเป็นผู้นำชุมชน ลักษณะเช่นนี้อาจนำไปสู่ความแตกต่างทางชนชั้นหรือสถานภาพ อย่างไรก็ตามเราไม่พบหลักฐานชัดเจนถึงความแตกต่างในเรื่องกลุ่มทางสังคม หรือโครงสร้างทางสังคม ยกเว้นในช่วงยุคสมัยหลังๆ ที่พบว่ามีการผลิตอาหารอย่างเข้มข้น มีการพัฒนาระบบชลประทาน ขุดคูน้ำ คันนา ไถพรวนดินให้ลึก รวมทั้งระบบการสร้างท่อส่งน้ำใต้ดิน ซึ่งแสดงถึงการเกษตรกรรมอย่างเข้มข้นในแต่ละปีเพื่อเพิ่มผลผลิต และเพื่อให้มีอาหารส่วนเกินเพื่อใช้แลกเปลี่ยนสินค้าฟุ่มเฟือยสำหรับผู้นำชุมชน การตั้งถิ่นฐานเป็นชุมชนใหญ่ขึ้นจนกลายเป็นเมือง ประชากรเพิ่มมากขึ้น มีสิ่งก่อสร้างสาธารณะขนาดใหญ่ และเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมระดับรัฐ

อาหารเหนือการบริโภคในสังคมรัฐ

รัฐและอารยธรรมโบราณในภูมิภาคต่างๆ ของโลกถือกำเนิดขึ้นต่างกรรมต่างวาระกัน (เช่น อารยธรรมเก่าแก่ที่สุดในโลกกำเนิดในตะวันตกกลางเมื่อประมาณ ๕,๐๐๐ ปีมาแล้ว อารยธรรมโบราณในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เริ่มเมื่อประมาณ ๑,๕๐๐-๑,๐๐๐ ปีมาแล้ว) และอาจกล่าวได้

ว่ากำเนิดและพัฒนาการของอารยธรรมมนุษย์เป็นเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์มนุษยชาติ การเกิดขึ้นของสังคมรัฐและอารยธรรมอาจมีหลายสาเหตุ ไม่มีสาเหตุใดสาเหตุหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่ผู้อยู่เบื้องหลังสำคัญที่สุดและยังเป็นกระดูกสันหลังของสังคมอารยะมาตลอดก็คือสังคมที่มีการผลิตอาหารหรือการเกษตรกรรมนั่นเอง หลักฐานโบราณคดีที่ค้นพบในพื้นที่ที่อารยธรรมโบราณถือกำเนิดขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็นอารยธรรมเมโสโปเตเมีย อารยธรรมอียิปต์ อารยธรรมลุ่มแม่น้ำสินธุ อารยธรรมลุ่มแม่น้ำฮวงโหและแยงซี อารยธรรมกรีก อารยธรรมอเมริกากลาง และอารยธรรมบนเทือกเขาแอนดีสในอเมริกาใต้ ล้วนแต่มีวิวัฒนาการต่อยอดมาจากสังคมเกษตรกรรม

สังคมรัฐหรือสังคมอารยะเป็นสังคมที่ซับซ้อนในความหมายที่ว่าสังคมนั้นมีการจัดระเบียบในระดับที่สูงกว่าการจัดระเบียบในระดับครัวเรือน หรือครอบครัว หรือชุมชนท้องถิ่น สังคมที่ซับซ้อนแสดงถึงความแตกต่างเหลื่อมล้ำทางสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง อำนาจ สิทธิ และฐานะความมั่งคั่งอย่างเห็นได้ชัด ดังจะเห็นได้จากการก่อสร้างสิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่ มีเมือง มีตลาดกลางแลกเปลี่ยน มีการผลิตระดับอุตสาหกรรม เป็นต้น นอกจากนี้เรายังมักพบว่าในสังคมรัฐมักมีกลุ่มทางสังคม หรือชนชั้นทางสังคม เช่น กษัตริย์ ฟาโรห์ ชนชั้นผู้นำ ชนชั้นสูง นักบวช พ่อค้า สามัญชน ช่างฝีมือ ชาวไร่ ชาวนา ทาส นักโทษ เชลยศึก เป็นต้น ชนชั้นเหล่านี้มีแบบแผนการบริโภคที่แตกต่างกันตามฐานะและความเชื่อ

สังคมมนุษย์มักจะมี ความซับซ้อนมากขึ้นเมื่อแรงงานจำนวนมากถูกจัดระเบียบเพื่อทำงานต่างๆ ในการดำรงชีพ เช่น การถางป่าเพื่อเพิ่มพื้นที่การเกษตรกรรม การสร้างเขื่อน ระบบชลประทานเพื่อกักเก็บน้ำ หรือการสร้างเขื่อนหรือถมดินเป็นคันดินเพื่อป้องกันการน้ำท่วม การสร้างกำแพงเมืองเพื่อป้องกันข้าศึก เป็นต้น การจัดระเบียบแรงงานดังกล่าวก็เพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการในการผลิตอาหารในปริมาณมาก

ในสังคมรัฐ หรือสังคมซับซ้อนมักมีการโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ คำถามอันหนึ่งที่คนปัจจุบันอย่างพวกเราอยากได้คำตอบก็คือการสร้างโครงการ “เมกะโปรเจกต์” ขนาดใหญ่ในอดีต เช่น การสร้างปิรามิด (ในอารยธรรมอียิปต์และอารยธรรมในอเมริกากลาง) การสร้างซิกกูแรตและมหาวิหาร (ในอารยธรรมเมโสโปเตเมีย) การสร้างห้องชำระร่างกายขนาดใหญ่ (ในอารยธรรมลุ่มแม่น้ำสินธุ) การสร้างมหาปราสาท (ในอารยธรรมเมซอ) การสร้างสถูปเจดีย์และการขุดคูน้ำ-คันดินขนาดใหญ่ (ในวัฒนธรรมทวารวดี) นั้นทำได้อย่างไร นักโบราณคดีให้คำอธิบาย (ซึ่งอาจใช้คำตอบที่ทุกคนเห็นด้วยร้อยเปอร์เซ็นต์) ว่าการก่อสร้างสถาปัตยกรรมและสถานที่ขนาดใหญ่ เช่นนั้นจำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก ใช้เวลาในการก่อสร้างยาวนานเป็นแรมเดือน ปี หรือทศวรรษ แรงงานมาจากผู้คนในชุมชน หรืออาจเป็นเชลยศึก หรือนักโทษที่ถูกเกณฑ์มา แรงงาน

เหล่านี้ต้องการกินอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง ยิ่งถ้าเป็นแรงงานในชุมชน คนงานเหล่านี้ก็ต้องหยุดงานทำมาหากินตามปกติเพื่อมาเป็นแรงงาน แสดงว่าแรงงานเหล่านี้ไม่ต้องผลิตอาหารเอง ผู้นำหรือผู้ปกครองเป็นบุคคลที่ต้องจัดหาข้าวปลาอาหารมาให้แรงงานจำนวนมาก ข้าวปลาอาหารก็มาจากการเกษตรกรรมอย่างเข้มข้นซึ่งให้ผลผลิตจำนวนมากจนเหลือกินเหลือใช้สามารถนำมาเลี้ยงแรงงานก่อสร้างได้ นักวิชาการอเมริกันท่านหนึ่งคำนวณผลผลิตจากการกลั่นกรองว่า เกษตรกรหนึ่งคนจะสามารถเลี้ยงคนได้ถึง 130 คน ฉะนั้นจึงอาจไม่ใช่เรื่องแปลกแต่อย่างใดที่ สังคมรัฐและอารยธรรมโบราณต้องรักษาและหาวิธีการต่างๆ ในการทำการเกษตรกรรมไว้อย่างสุดชีวิตเพราะการเกษตรกรรมเป็นกระดูกสันหลังของการพัฒนาด้านอื่นๆ มากมาย

การผลิตอาหารในสังคมระดับรัฐมีวัตถุประสงค์มากกว่าการบริโภคภายในครัวเรือนหรือภายในชุมชนเป็นหลัก การผลิตอาหารกลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญทั้งภายในชุมชนหรือรัฐและภายนอกรัฐ กลุ่มผู้บริโภคอาหารภายในชุมชนมีหลากหลายกลุ่ม ประกอบด้วยผู้นำ กษัตริย์ นักบวช ช่างฝีมือ ชาวไร่ ชาวนา ทาส เซลยศึก จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคอาหารหลายกลุ่มไม่ใช่ผู้ผลิตอาหารเอง ส่วนการผลิตสำหรับการบริโภคภายนอกรัฐมักเป็นการผลิตเพื่อเป็นสินค้าส่งออกเพื่อแลกเปลี่ยนกับสิ่งของฟุ่มเฟือย เช่นการส่งปลาตากแห้งและข้าวสาลีจากรัฐเมโสโปเตเมียไปแลกกับทองแดงและแร่โลหะจากรัฐแถบที่ราบสูงอนาโตเลีย เป็นต้น น่าสนใจด้วยว่าการผลิตอาหารเพื่อส่งเป็นสินค้าออกยังนำไปสู่การเกิดวัฒนธรรมใหม่ขึ้นมาด้วย เช่น การคิดประดิษฐ์ระบบการทำบัญชีซึ่งอาจเป็นจุดเริ่มต้นของระบบการเขียนในกรณีของเมโสโปเตเมีย เนื่องจากพ่อค้าหรือกษัตริย์ซึ่งผูกขาดการค้ามีความจำเป็นต้องบันทึกรายการสินค้า ค่าใช้จ่าย และจำนวนแรงงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายสินค้า

หากมองในแง่วัฒนธรรมการบริโภคในสังคมรัฐ หรือสังคมที่ซับซ้อน เราเห็นความเข้มข้นในการบริโภควัตถุมากยิ่งขึ้นกว่ายุคสมัยอื่นๆ ที่กล่าวมา ชนชั้นผู้นำในเกือบทุกรัฐมักสะสมวัตถุสิ่งของ เครื่องใช้ รวมทั้งสิ่งมีชีวิต (เช่น สัตว์และมนุษย์) เป้าหมายของการบริโภคไม่เน้นที่ความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีพ หากแต่เพื่อแสดงความมั่งคั่ง หรือแสดงอัตลักษณ์ และรักษาสถานภาพทางสังคมและการเมืองของตัวเอง

กล่าวเฉพาะแบบแผนการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มในสังคมซับซ้อน เราพบว่าอาหารและเครื่องดื่มบางอย่างเคยเป็นอาหารสำหรับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และชนชั้นสูงซึ่งเชื่อว่าเป็นตัวแทนของเทพ เทพี แต่ต่อมาก็กลายเป็นอาหารสามัญที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงและผลิตได้เอง ตัวอย่างเช่น การปลูกโกโก้ (cacao) ในอเมริกากลางซึ่งในระยะแรกเป็นการปลูกเพื่อผลิตเครื่องดื่มอุทิศให้กับ

เทพเจ้า ต่อมาเมื่อชาวยุโรป (สเปน) เดินทางเข้าไปในพื้นที่จึงนำมาผลิตเป็นเครื่องดื่ม (ชอกโกแลต) สำหรับคนชั้นสูง ต่อมากลายเป็นที่นิยมจนสามัญชนก็สามารถผลิตเองได้

กล่าวโดยสรุป การบริโภคในสังคมรัฐมีความละเอียดซับซ้อนเกินกว่าจะเข้าใจได้ง่ายๆ ในบางกรณียังพบว่ามีปัจจัยอื่นๆ เช่นปัจจัยทางสังคม การเมือง และศาสนา เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมการบริโภคอีกด้วย สิ่งที่เราสามารถสรุปออกมาเป็นลักษณะทั่วไปหรือสากลเกี่ยวกับการบริโภคของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ก็คือแบบแผนการบริโภคในเกือบทุกสังคมล้วนแต่มีการเปลี่ยนแปลง มีวิวัฒนาการไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- Campbell, Bernard G. and James D. Loy. 2000. *Humankind Emerging*. (8th edition). Boston: Allyn and Bacon.
- Cohen, Mark H. and George J. Armelagos (editors). 1984. *Paleopathology at the Origins of Agriculture*. New York Academic Press.
- Craig, Albert M. and others. 2000. *The Heritage of World Civilizations, Volume One*. (5th edition). Upper Saddle River, CA: Prentice Hall.
- Diamond, Jared. 1987. The Worst Mistake in the History of the Human Race. *Discover* 8: 50-60.
- Diamond, Jared. 1997. *Guns, Germs, and Steel: A Short History of Everybody for the Last 13,000 Years*. London: Vintage.
- Diamond, Jared. 2005. *Collapse: How Societies Choose to Fall or Survive*. London: Penguin Books.
- Davidson, Ian and William C. McGrew. 2005. Stone Tools and the Uniqueness of Human Culture. *Journal of the Royal Anthropological Institute* 11:793-817.
- Fagan, Brian M. 2003. *Ancient Lives: An Introduction to Archaeology and Prehistory*. (2nd edition). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Feder, Kenneth L. 2003. *The Past in Perspective: An Introduction to Human Prehistory*. (3rd edition). Boston: McGraw-Hill.
- Higham, Charles. 2002. *Ancient Cultures of Mainland Southeast Asia*. Bangkok: River Books.
- Jurmain, Robert, Lynn Kilgore, Wenda Trevathan, and Harry Nelson. 2004. *Essentials of Physical Anthropology*. (5th edition). Belmont, CA: Wadsworth/Thomson.
- Klein, Richard G. and B. Edgar. 2002. *The Dawn of Human Culture*. New York: John Wiley and Sons.
- Patterson, Thomas C. 1993. *Archaeology: The Historical Development of Civilizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Richardson, J. B. III. 1994. *People of the Andes*. Washington, D.C.: Smithsonian Books.

Sutton, Mark Q. and Robert M. Yohe II. 2003. *Archaeology: The Science of the Human Past*. Boston: Pearson.

Wolpoff, Milford H. 1999. *Paleoanthropology*. (2nd edition). New York: McGraw-Hill.