

วัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกาภิวัตน์ : ศึกษากรณี "คนเล่นชิปโป" ในเมืองไทย

โดย

นายประพันธ์ กราตรพานิชกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชามานุษยวิทยา

ภาควิชามานุษยวิทยา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา ๒๕๕๑

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**CULTURE OF COLLECTIBLE IN GLOBALIZATION SOCIETY : A CASE STUDY OF
ZIPPO'S COLLECTORS IN THAILAND**

By

Praphan Paradonpanichkul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF ARTS

Department of Anthropology

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2008

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “วัฒนธรรมของ
สะสมในสังคมโลกาภิวัตน์ : ศึกษากรณี "คนเล่นชิปโป" ในเมืองไทย” เสนอโดย นายประพันธ์
ภราดรพานิชกุล เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชามานุษยวิทยา

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีวรรณ ผิวนิม

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ พุฒ วีระประเสริฐ)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ศาสตราจารย์ ปราณี วงษ์เทศ)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีวรรณ ผิวนิม)

...../...../.....

๔๗๑๐๘๒๐๖ : สาขาวิชามานุษยวิทยา

คำสำคัญ : ของสะสม / รสนิยม / โลกาภิวัตน์

ประพันธ์ ภราดรพานิชกุล : วัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกาภิวัตน์ : ศึกษากรณี “คนเล่นชิปโป” ในเมืองไทย. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ. ดร. มณีวรรณ ผิวนี้ม. ๑๘๒ หน้า.

วิทยานิพนธ์นี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาวัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกาภิวัตน์ (โลกาภิวัตน์) โดยศึกษา กลุ่มคนเล่นไฟแช็กชิปโปในเมืองไทย ว่ามีขั้นตอนอะไรบ้างที่ทำให้คนเหล่านี้รวมตัวกันเป็นกลุ่ม และดำรงอยู่ได้ในสังคม คนเล่นชิปโปมีการนิยามตัวตนอย่างไรกับภาพลักษณ์ของ “ผู้สูบบุหรี่” ที่ถูกสังคมตัดสินว่าเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีในปัจจุบัน เพราะอดีตภาพลักษณ์ของไฟแช็กมักจะอยู่คู่บุหรี่ยุคหนึ่ง คนกลุ่มเหล่านี้มีกระบวนการสร้างวาทกรรมอย่างไรบ้างเพื่อต่อรองกับวาทกรรมหลักที่รณรงค์ห้ามการสูบบุหรี่อย่างสม่ำเสมอ

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การรวมกลุ่มของคนเล่นชิปโปนั้นเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ที่เน้นความสะดวกรวดเร็ว และเปิดโอกาสให้ “คน” สามารถรวมกลุ่มได้เสมอตามต้องการ การเล่นชิปโปได้ถูกสร้าง และแทนความหมายให้กลายเป็นของสะสมในสังคมไทย ผ่านการสร้างเครือข่ายในรูปแบบของการจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งการพบปะสังสรรค์ ซื้อขายแลกเปลี่ยนกันระหว่างสมาชิก ซึ่งในการรวมตัวกันของคนเล่นชิปโปนี้ก็มีลักษณะเฉพาะที่คล้ายคลึงกันกับกลุ่มนักสะสมอื่นๆ คือ กลุ่มไม่อาจดำรงอยู่ได้หากปราศจากการค้าขาย นอกจากนี้ชิปโปได้ถูกนิยามให้กลายเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม และเปิดโอกาสให้นักสะสมสามารถเลือกหยิบสวมชุดความหมายของชิปโปได้เสมอ โดยผ่านการเลือกบริโภครสนิยมในระดับปัจเจก.

ภาควิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา ๒๕๕๑
ลายมือชื่อนักศึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

47108206 : MAJOR : ANTHROPOLOGY

KEY WORD : COLLECTIBLE / TASTE / GLOBALIZATION

PRAPHAN PARADONPANICHKUL : CULTURE OF COLLECTIBLE IN
GLOBALIZATION SOCIETY : A CASE STUDY OF ZIPPO'S COLLECTORS IN THAILAND..
THESIS ADVISOR : ASST.PROF.MANEewan PEWNIM,Ph.D.. 182 pp.

This thesis aims to study the nature of collecting culture in the age of globalization through a group of Zippo collectors in Thailand. It examines the various steps that lead to the formation of this group, its place in the Thai society, definition of its identity, negotiation of the unflattering image of 'smoker' and 'Zippo collector', and the discourse that the group generates to deal with the current anti-smoking campaign.

The study found that the formation of the Zippo collectors group in Thailand is consistent with the current globalization trend that focuses on the speed and convenience of interaction that allow 'people' to form a new group almost instantaneously. In Thailand, Zippo has increasingly become meaningful for their collectible rather than use value through the establishment of social networks that focus on social gathering and trading of Zippo among group members. The formation of this particular Zippo collector group shares a common characteristic with collector groups of other items; its existence relies mainly on trading relations among members. Moreover, Zippo has been defined as the symbol of the group identity and the meaning of this identity changes over time. Collectors can choose from a variety of meanings of their Zippo collecting culture to define their choice of taste on an individual basis.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

แบบฝึกหัดชีวิตฉบับนี้ไม่อาจเสร็จสิ้นได้หากปราศจากความกรุณาของ อาจารย์ มณีวรรณ ผิวเข้ม ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และที่ปรึกษาชีวิตของข้าพเจ้า รวมทั้งให้ข้อคิด คำแนะนำ ใต้ถามด้วยความห่วงใย และไมตรีจิตเสมอมา, อาจารย์ปรานี วงษ์เทศ ครูผู้สอนให้ เข้าใจมากกว่าศาสตร์เฉพาะทางมานุษยวิทยา แต่เป็นศาสตร์แห่งการเรียนรู้เพื่อเข้าใจชีวิต, อาจารย์พุ่ม วีระประเสริฐ ผู้สอนให้เข้าใจถึงพัฒนาการที่คลี่คลายของแนวความคิด เพื่อนำไป เชื่อมโยงและเข้าใจเหตุการณ์ในปัจจุบัน และให้ความกรุณาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์นี้

ขอบคุณอาจารย์เอกรินทร์ พึ่งประชา สำหรับการเคียงเคียงพร้อมๆ กับความห่วงใย และคำแนะนำที่มีแก่ข้าพเจ้าเสมอมา, คณาจารย์แห่งภาควิชามานุษยวิทยา เจ้าหน้าที่ พนักงาน คณะโบราณคดี และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ตลอดจนครู อาจารย์ทุกท่านที่สอน สั่งอบรมข้าพเจ้ามาตลอด

ขอบคุณครอบครัว “ภราดรพานิชกุล” และ “แซ่เป้” ที่เฝ้าสั่งสอนอบรม และให้ที่พึ่งพิง ที่ดีที่สุดแก่ข้าพเจ้าเสมอมา แม้ยามทุกขระทมที่สุดของชีวิต อย่างน้อยข้าพเจ้าก็ยังทราบดีว่ายังมีผู้ที่ห่วงใยด้วยความบริสุทธิ์ใจ โดยมิได้หวังสิ่งตอบแทนใดๆ มาตั้งแต่เริ่มต้นชีวิตของข้าพเจ้า

ขอบคุณมิตรภาพจากพี่โบ คมลักษณ์ ไชยยะ สำหรับทุกถ้อยคำ ทุกข้อถกเถียง แลกเปลี่ยนถึงเรื่องราวต่างๆ ทั้งทางวิชาการ ชีวิต และสังคม ให้ข้าพเจ้าได้พิจารณาถี่ถ้วนมากขึ้น, พี่ธีรพันธ์ ช่วงพิชิต สำหรับวิทยาทานต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งชี้แนะเกร็ดความรู้ทาง ประวัติศาสตร์ เพื่อทำความเข้าใจคน โดยเฉพาะมิติทาง “มุสลิมศึกษา” มากขึ้น, โอ ภาณุภูมิ ลบ ถม สำหรับข้อมูล ข้อคิดเห็น และคำวิจารณ์ที่ทำให้รู้ เข้าใจมิติต่างๆ ทางสังคมได้ชัดเจนขึ้น, ต้น ต้ม, นุ่น, เมย์, ออม, บอล และโย่ง เพื่อน พี่ น้องแห่งมานุษยวิทยาศิลปากร ตลอดจน กัลยาณมิตรทุกท่านที่คอยใต้ถามสารทุกข์สุกดิบของข้าพเจ้าด้วยความปรารถนาดีเสมอมา

ขอบคุณผู้ให้ข้อมูล ทุกๆ รายชื่อที่ปรากฏในทุกแหล่งอ้างอิงของแบบฝึกหัดชีวิตนี้

ขอบคุณฝ่ายวิชาการสังคมศาสตร์ สำนักพิมพ์แม็ค สำหรับโอกาสที่หยิบยื่นให้เพื่อ คลายความ “อึดอัด” ในภาวะที่ข้าพเจ้าขาดแคลนปัจจัยบางประการในการดำรงชีวิต

ขอบคุณโย จิตพร อาจนะ สำหรับกำลังใจ คำแนะนำ และโอกาสที่มอบให้มาตลอด

ความทรงจำทุกสิ่ง ทุกช่วงเวลา ที่ผ่านเข้ามาในชีวิตนั้น ข้าพเจ้าจะขอเลือกบางสิ่ง บางอย่างที่น่าจดจำเก็บไว้ เพราะเหตุการณ์ในปัจจุบัน บางเสี้ยวบางมุมล้วนทำให้รู้สึกเจ็บปวด ใต้เสมอ การ “ระลึก” ถึงความทรงจำดีๆ ที่เคยผ่านเข้ามาก็อาจช่วยบรรเทาความเจ็บลงบ้างไม่ มากก็น้อย ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอเลือกหยิบสิ่งเหล่านั้นออกมาจากลิ้นชักแห่งความทรงจำตามสมควร

หากแบบฝึกหัดชีวิตฉบับนี้มีคุณูปการอยู่บ้าง ข้าพเจ้าขอมอบให้แก่ทุกท่าน ทุก รายชื่อที่ปรากฏในงานชิ้นนี้ แต่ขอผิดพลาดประการทั้งปวงที่มี ด้วยความด้อยสติปัญญา และ รู้เท่าไม่ถึงการณ์ของข้าพเจ้านั้น ข้าพเจ้าขอน้อมรับข้อผิดพลาดเหล่านั้นแต่เพียงผู้เดียว.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่	
๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	๑๐
สมมติฐานของการศึกษา	๑๐
ขอบเขตของการศึกษา	๑๑
ขั้นตอนของการศึกษา	๑๑
ข้อดกลงเบื้องต้น.....	๑๒
ความจำกัดของการศึกษา.....	๑๓
คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา	๑๓
การนำเสนอผลงาน	๑๔
๒ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๑๕
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา	๑๕
งานศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริโศคนิยม.....	๑๕
งานศึกษาเกี่ยวกับความหมายของรสนิยมในสังคมบริโศค.....	๒๑
งานศึกษาเกี่ยวกับสัญญาะในวัฒนธรรมการบริโศค.....	๒๔
งานศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อ การใช้สื่อ Electronics เพื่อรวมกลุ่ม ในสังคมสมัยใหม่	๒๘
แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	๓๒
แนวคิดเรื่องการบริโศคเชิงสัญญาะ.....	๓๒
แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์.....	๔๑
๓ วัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกานุวัตร	๔๕
ของเล่น ของสะสม	๔๕
ของสะสมในสังคมไทย	๔๙
วัฒนธรรมการสะสม	๕๐

	แสดมปี.....	๕๐
	สิ่งสะสมอื่นๆ	๕๑
	ความเป็นมาของการสะสมในสังคมไทย	๕๔
	วัฒนธรรมการสะสมในสังคมไทย.....	๕๘
	วัฒนธรรมการสะสมในสังคมโลกานุวัตร.....	๕๙
	สรุป.....	๖๑
๔	พัฒนาการของการใช้ไฟ : จากกองไฟถึงชิปโป.....	๖๒
	วัฒนธรรมการใช้ไฟของมนุษย์ : ประวัติโดยสังเขป	๖๒
	มนุษย์กับไฟ	๖๒
	พัฒนาการของการใช้ไฟ.....	๖๔
	ชิปโป : ประวัติความเป็นมา	๖๕
	พัฒนาการโดยสังเขป	๖๖
	ชิปโปในบริบทของสังคมไทย	๖๙
	แผ่นพับชิปโป : การรับประกันตลอดอายุการใช้งาน.....	๗๓
	ภาพลักษณ์ของชิปโปในสายตาสื่อมวลชน	๗๔
	ชิปโปในภาพยนตร์	๗๕
	ชิปโปในสื่อสิ่งพิมพ์ : ชิปปัสัญลักษณ์ทางเพศ	๗๖
	ภาพสะท้อนวัฒนธรรมการใช้ไฟผ่านวรรณกรรมไทย	๗๗
	ชมรมชิปโป (Zippo Club) ในประเทศอื่นๆ	๘๐
	คุณรักชิปโปไหม ?.....	๘๑
	ชมรมคนเล่นชิปโปในเมืองไทย.....	๘๓
	การสมัครเข้าเป็นสมาชิก	๘๓
	สมาชิกในชมรม	๘๔
	สรุป.....	๘๔
๕	เรื่องราวของ “คนเล่นชิปโป”	๙๖
	คนเล่นชิปโปในชมรมฯ กับเรื่องราวในกระดานสนทนา.....	๙๖
	เรื่องราวจากกระทู้สนทนา : ความเห็นต่างๆ ในช่วงเริ่มแรก	๙๘
	หลังจากสมัครสมาชิกแล้ว : จากคนนอกสู่คนในกลุ่ม	๙๙
	กิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อผลประโยชน์ในกลุ่ม	๑๐๐
	การยืนยันความแน่นอน เชื่อใจ ภายในกลุ่ม	๑๐๑
	จากในกลุ่มประชาสัมพันธ์สู่คนนอกกลุ่ม	๑๐๒
	กิจกรรมพบประสังสรรค์: จากหน้าเว็บสู่โลกแห่งความเป็นจริง.....	๑๐๕

เสียงจากสมาชิก หลังกิจกรรมพบปะสังสรรค์	๑๐๘
การเขวกันภายในกลุ่ม	๑๐๙
คนเล่นชิปโป้ในชมรมฯ กับของมือสอง	๑๑๐
วิธีการดูและประเมินค่าชิปโป้	๑๑๑
ชิปโป้เลียนแบบ : วัตถุไร้รสนิยม	๑๑๑
การรับประมูลชิปโป้	๑๑๑
การปรับกลยุทธ์ทางการตลาด	๑๑๓
Tricks : การมีส่วนร่วมในชมรม สู้เกมโชว์ผ่านสื่อโทรทัศน์	๑๑๕
ผลที่ตามมาหลังแพร่ภาพสู่สาธารณชน	๑๑๗
พฤติกรรมการบริโภคในชมรมคนเล่นชิปโป้	๑๑๘
เรื่องราวของแทน	๑๑๘
เรื่องราวของปี	๑๒๒
เรื่องราวของแป๊ะ	๑๒๓
เรื่องราวของวัน	๑๒๖
เรื่องราวของสมาชิกคนอื่นๆ	๑๒๘
อาชีพของสมาชิกในชมรม : คนชั้นกลางในสังคม	๑๓๑
ประโยชน์ที่ได้รับจากชิปโป้	๑๓๒
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก	๑๓๔
ชิปโป้ : ในกระดานสนทนานอกชมรม	๑๓๕
ในกระดานสนทนาของชมรมมีดไทย	๑๓๗
ไฟแช็กชิปโป้มันดีจริงไหม ?	๑๓๙
คลิปจีบสาวด้วยชิปโป้	๑๔๐
การประมูลชิปโป้หารายได้เข้าชุมชน	๑๔๐
ไฟแช็ก : อุปกรณ์สำคัญของคนเดินป่า	๑๔๑
ชิปโป้ : มุมมองของคนไม่เล่นชิปโป้	๑๔๒
คนเล่นชิปโป้ย่านสนามหลวง	๑๔๒
สาเหตุที่เลือกคนเล่นชิปโป้ “สนามหลวง”	๑๔๓
สรุป	๑๔๙
๖ บทวิเคราะห์และสรุป	๑๕๕
วิเคราะห์	๑๕๕
วัฒนธรรมของสะสมกับลักษณะที่เป็นสากลของ “ของสะสม”	๑๕๕

ความเป็นมา และการดำรงอยู่ของคนเล่นชิปโปในเมืองไทย.....	๑๕๖
ทัศนคติ ค่านิยม ปัจจัยตลอดจนวาทกรรมการบริโภครสนิยม	
ชุดต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อชิปโป.....	๑๕๘
วิเคราะห์กระบวนการ “สะสมในสังคมโลกานุวัตร” : การสร้างและ	
แสดงออกความหมายของ “คนเล่นชิปโป” ในเมืองไทย.....	๑๖๐
สรุป	๑๖๑
บรรณานุกรม	๑๖๓
ภาคผนวก.....	๑๗๑
ภาคผนวก ก ชิปโป : นโยบายประกันสินค้า	๑๗๒
ภาคผนวก ข “ชิปโป” เสน่ห์เหนือกาลเวลา ของสะสมของคนมีไฟ	๑๗๕
· ประวัติผู้วิจัย.....	๑๘๒

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
๑	การใช้ไฟในสยามประเทศ สมัยรัชกาลที่ ๔.....	๘๖
๒	George Grant Blaisdell ผู้ประดิษฐ์ไฟแช็กชิปโป่	๘๖
๓	วิธีลำเลียงไส้ลงในไฟแช็กชิปโป่	๘๗
๔	วิธีเติมน้ำมันลงในไฟแช็กชิปโป่	๘๗
๕	ชิปโป่และทหารอเมริกัน	๘๘
๖	ชิปโป่ในสงครามเวียดนาม	๘๘
๗	“Windy” สัญลักษณ์ชิปโป่	๘๙
๘	ชิปโป่ด้านหน้า : ลวดลายข้าง ๓ เคียว	๙๐
๙	ชิปโป่ด้านหลัง : จอมพลถนอมถึงพลอากาศโท Francis H.Griswold	๙๐
๑๐	นิตยสารชิปโป่ของกลุ่มคนเล่นชิปโป่ญี่ปุ่น	๙๑
๑๑	ชิปโป่ (แฝง) ในนิตยสารไทย	๙๒
๑๒	ชิปโป่ : ของกำนัลแก่ลูกค้าในสถานบันเทิงแห่งหนึ่ง	๙๓
๑๓	ชิปโป่ย้อนยุค : มาริลีน มอนโร และเอลวิส เพรสลีย์.....	๙๓
๑๔	ชิปโป่ “การาบาว”.....	๙๔
๑๕	ไฟแช็กหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP).....	๙๔
๑๖	ชิปโป่กับภาพยนตร์ในปัจจุบัน : Transformers.....	๙๕
๑๗	ชมรมชิปโป่ในสหรัฐอเมริกา	๙๕
๑๘	ชิปโป่ที่บ้านประธานชมรม	๑๕๑
๑๙	ชิปโป่ตั้งโต๊ะ : ของรักของหวงประธานชมรม	๑๕๑
๒๐	รอยสักที่ต้นแขนของประธานชมรม	๑๕๒
๒๑	ชิปโป่ ๑๒ ราศี (มีเพียง ๑๐๐ ชุดในโลก).....	๑๕๒
๒๒	ขั้นตอนการเล่น Tricks ง่ายๆ ผ่าน website ชมรม	๑๕๓
๒๓	กิจกรรมพบปะสังสรรค์ : การเลือกและดูของแท้	๑๕๓
๒๔	ชิปโป่ลายเอลวิสของบีที่ซื้อมาจากอเมริกา.....	๑๕๔
๒๕	ชิปโป่ของพี่ คนนอกชมรม.....	๑๕๔

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสังคมทั่วโลกต่างมุ่งหน้าพัฒนาประเทศของตนให้เจริญก้าวหน้า โดยเน้นการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ทันสมัย ทันต่อความต้องการของคนในสังคม โดยมีประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา หลายประเทศในยุโรป และญี่ปุ่น เป็นต้นแบบของสังคมสมัยใหม่ que ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

สังคมไทยก็เช่นกัน หลายภาคส่วนได้วางนโยบายเร่งสร้างแผนในการพัฒนาตามต้นแบบสังคมสมัยใหม่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อก้าวเข้าสู่สังคมสมัยใหม่ภายใต้กระแสนิยมเสรี ที่เน้นการแข่งขันทางการตลาด การดำเนินชีวิตในสังคมภายใต้โลกทัศน์แบบวัตถุนิยม เน้นการสะสมเพื่อความมั่นคงในชีวิต และภายใต้อิทธิพลมหาศาลของเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม ประกอบกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้สื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างค่านิยมต่อความคิดและการกระทำของมนุษย์ให้ยอมรับในวัฒนธรรมและค่านิยมของระบบทุนนิยมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโลกทัศน์และวิถีชีวิตที่มีต่อสังคมปัจจุบัน^๑

อาจกล่าวได้ว่า โลกยุคปัจจุบันนี้ล้วนถูกรอบคลุมด้วยอิทธิพลจากสื่อทั้งทางตรงและทางอ้อม สื่อสามารถชี้นำว่าการเลือกบริโภคแบบใด ยี่ห้อใดถึงจะได้รับการยกย่องยอมรับจากคนในสังคมเดียวกับเราว่าเป็น “รสนิยมที่ดี” ทั้งหมดทั้งปวงที่กล่าวมาข้างต้นล้วนมี

^๑พิจารณาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๐๔ ถึงปัจจุบัน (๒๕๕๐) จำนวน ๑๐ ฉบับ โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑ - ๗ เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลัก จนเมื่อประกาศใช้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๘ ตั้งแต่พ.ศ. ๒๕๔๐ เป็นต้นมา เริ่มเน้นให้คนเป็นศูนย์กลาง หรือเป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนา, ใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, การปรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๘ พ.ศ. ๒๕๔๑ - ๒๕๔๔ (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๑), ๑ - ๗๒.

^๒มณีวรรณ ผิวนิยม, คำวิจารณ์โครงร่างวิทยานิพนธ์นี้, ๘ กันยายน ๒๕๔๙.

ความสัมพันธ์กับกระแสโลกาภิวัตน์^๓ (Globalization) กล่าวคือ การย่อโลกใบนี้ให้แคบลง การเดินทาง การรับข้อมูลต่างๆ ล้วนสะดวกง่ายดาย การรับรู้ข่าวสารผ่านสัญญาณดาวเทียมจากแม่ข่ายส่งผ่านข้อมูลเพื่อการรับรู้พร้อมๆ กัน เช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา การชมฟุตบอลโลกสด การเชื่อมต่อเครือข่ายโลกไร้พรมแดนด้วยอินเทอร์เน็ต (Internet) E-Books, E-Learning เป็นต้น โดยสิ่งที่กล่าวมาล้วนได้รับการประเมินค่าและการยอมรับจากสังคมว่าเจริญก้าวหน้าและทันสมัย ยิ่งไปกว่านั้นยังมีความสัมพันธ์กับกระแสการบริโภคทั้งการเลือกรับและเลือกรู้ตามความพอใจของปัจเจกอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

ปัจจุบันงานศึกษาวิจัยสังคมล้วนศึกษาประเด็นต่างๆ ในสังคมสมัยใหม่มากมาย (เนื่องจากท้องถิ่นต่างๆ ล้วนเปลี่ยนสภาพเป็นเมืองไปในรูปแบบที่คล้ายคลึงกันทั้งหมด) การตั้งคำถามต่อปรากฏการณ์ต่างๆ มากมายล้วนตอบคำถามว่า “ฉันคือใคร” สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ล้วนเป็นผลกระทบส่วนหนึ่งจากกระแสบริโภคนิยมที่ถาโถมเข้ามาสู่เรา จนเราไม่สามารถอธิบายและมองไม่เห็นตัวตนของเรา หากไม่มีกระแงจากผู้อื่นรอบข้างคอยส่องให้เรา รู้ จนต้องพึ่งพาการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่เสนออย่างฉับไวและต่อเนื่องเข้ามาบอกให้เราทราบ

ราวกับการบริโภคนั้นได้แทรกซึมเข้าสู่ทุกอณูทางจิตและวิญญาณของมนุษย์สมัยใหม่ไปแล้ว หรือแทบจะเรียกได้ว่าลัทธิบริโภคนิยมก็คือ “ศาสนา” ใหม่ในโลก สินค้าที่ห่อหุ้มเปรียบเสมือน “วัตถุมงคลล้ำค่า” ที่ต้องขวนขวายเพื่อให้ได้มาครอบครอง และมนุษย์ที่ตกอยู่ในวังวนของกระแสการคลั่งไคล้การบริโภคนั้นก็เป็นสาวกที่เปี่ยมศรัทธากับสินค้าที่ตนนิยม^๔ และปรากฏการณ์ดังกล่าวล้วนถูกขับเคลื่อนไปอย่างรวดเร็วภายใต้ระบบทุนนิยม การแข่งขันของกลไกตลาดผ่านการขายสินค้า การให้บริการ และการแสวงหาผลกำไร

^๓“โลกาภิวัตน์” เป็นคำนาม มีความหมายว่า “ความประพติดตามโลก” (ป. โลก – นวัตกรรม ; ส. โลกานวัตกรรม), ใน “โลกาภิวัตน์,” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๒ (กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, ๒๕๕๖), ๑๐๔๔., สอดคล้องกับที่ ชัยอนันต์ สมุทรวณิช บัญญัติคำ “โลกาภิวัตน์” แทน “Globalization” ต่อมาราชบัณฑิตยสถานได้ใช้คำ “โลกาภิวัตน์” แทน แต่ ธีรยุทธ บุญมี กลับเห็นว่า “นวัตกรรม” ถ้าใช้เป็นคำแปลต่อท้าย -ization ก็คงฟังดูพอได้ เกือบทุกคำ เช่น westernization ใช้คำว่า “อสังกตนวัตกรรม” institutionalization ใช้คำว่า “สถาบันนวัตกรรม” เป็นต้น, ใน ธีรยุทธ บุญมี, พหุนิยม Pluralism (กรุงเทพฯ : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๖), ๑๘., ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้คำ “โลกาภิวัตน์” แทน “โลกาภิวัตน์” เนื่องจากมีความเหมาะสมตรงกับประเด็นและขอบเขตของการศึกษานี้มากกว่า

^๔สุลักษณ์ ศิวรักษ์, อ้างถึงใน เกษียร เตชะพีระ, “บริโภคนิยมเป็นไทย,” ใน จินตนาการสู่ปี 2000 : นวัตกรรมเชิงกระบวนการทัศน์ด้านไทยศึกษา, ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๓๙), ๘๗.

หากพิจารณาความหมายของ “บริโภคนิยม” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน “บริโภคนิยม” [บริโภคนิยม] เป็นคำกริยา มีความหมายว่า “กิน (ใช้เฉพาะอาการที่ทำให้ล่วงล่งท้องไปสู่ กระเพาะ) เช่น บริโภคนิยมอาหาร, เสพ เช่น บริโภคนิยม; ใช้สิ้นเปลือง, ใช้สอย, เช่นบริโภคนิยมสมบัติ คู่ กับอุปโภค” (ป. บริโภคนิยม)^๕

ไม่เพียงเท่านี้ การบริโภคนิยมในความหมายเชิงเศรษฐศาสตร์มีความหมายกินความไปถึงการได้ใช้สอยสินค้า การเลือกซื้อสินค้า การรักษาซ่อมแซม ตลอดจนการได้ใช้บริการ แต่การบริโภคนิยมยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและความคิดในด้านวัฒนธรรมอีกด้วย สำหรับสังคมสมัยใหม่การบริโภคนิยมเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่มีความสำคัญมาก

เมื่อการบริโภคนิยมเป็นมากกว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทำให้ความหมายของการบริโภคนิยมในเชิงเศรษฐกิจกลายเป็นสิ่งที่ไม่ครอบคลุม เพราะการบริโภคนิยมกลายเป็นเรื่องทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เมื่อเป็นดังนั้น “บริโภคนิยม” (Consumerism) จึงมีความหมายที่ครอบคลุมมากกว่าแค่การซื้อและขายสินค้า^๖

ธเนศ วงศ์ยานนาวา กล่าวถึง แนวคิดบริโภคนิยมนั้นถือกำเนิดขึ้นราวศตวรรษที่ ๒๐ ในสังคมตะวันตก เป็นอุดมการณ์ใหม่ที่เกิดจากความพึงพอใจของแต่ละบุคคลต่อการได้ใช้สอยวัตถุ ซึ่งถูกกำหนดผ่านทางสื่อมวลชนและการโฆษณาโดยการนำการเสนอเพื่อแสดงให้เห็นถึงความแปลกใหม่ สร้างความต้องการในวัตถุที่แตกต่างไปจากสิ่งเดิมๆ ส่งผลให้คนจำต้องติดตามความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ในปัจจุบันความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีน้อยลง กลายเป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งของแทน บริโภคนิยมจึงมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของผู้คนในตะวันตกทุกด้าน^๗

นอกจากนั้นนัยยะทางสังคมที่มีการบริโภคนิยมเป็นแกนจึงครอบคลุมไปถึงความนิยมในวัตถุหรือที่เรียกว่าวัตถุนิยม มวลสมาชิกติดอยู่กับการอยากได้อะไรก็ อยากได้ครอบครองเป็นเจ้าของ จนไปสู่การหลงใหลในตัวเอง (เพราะตัวเองจะต้องเป็นผู้ที่ได้รับการตอบสนองด้วยการเป็นเจ้าของ) การให้ความสำคัญกับการมีทางเลือก และตลอดจนความสำคัญของผู้บริโภคหรือ

^๕“บริโภคนิยม,” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๒, ๖๐๘ – ๖๐๙.

^๖“บริโภคนิยม” มีความหมายว่า ระบบค่านิยมที่ชอบจับจ่ายใช้สอยเพื่อการบริโภค, ใน “บริโภคนิยม,” พจนานุกรม ฉบับมติชน (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, ๒๕๕๗), ๔๘๙.

^๗ธเนศ วงศ์ยานนาวา, “โครงสร้างของบริโภคนิยม/สังคมบริโภคนิยม/วัฒนธรรมบริโภคนิยม,” (คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘) (อัสสัมชัญ), ๑.

^๘สิริพร สมบูรณ์บุรณะ, วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดและการวิเคราะห์ (กรุงเทพฯ : ดำเนินการพิมพ์, ๒๕๓๘), ๑๙.

ผู้บริโภคในฐานะขององค์อธิปัตย์^{๓๓} (Consumer Sovereignty) ซึ่งก็แสดงความเป็นเอกเทศของผู้บริโภคในการตัดสินใจและการกระทำ ดังนั้นความหมายของบริโภคนิยมหรือถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่งวัฒนธรรมบริโภคแสดงให้เห็นว่า กลไกของสังคมทั้งหมดเคลื่อนตัวไปได้หรือเกิดขึ้นจากการบริโภค^{๓๔}

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ จัดแบ่งพัฒนาการประวัติศาสตร์ยุโรปในช่วงก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรม อาจแบ่งพัฒนาการของสังคมตะวันตกสู่บริโภคนิยมเป็น ๓ ช่วง ดังนี้

๑. ศตวรรษที่ ๑๖ สมัยพระนางอลิซาเบธ เกิดภาวะการบริโภคอย่างมากมาย ส่งผลต่อคน ๒ กลุ่มให้บริโภคแบบใหม่ ตัวพระนางอลิซาเบธเองได้เรียนรู้ที่จะใช้การบริโภคเป็นเครื่องมือในการปกครองเพื่ออุทิศแต่การสร้างอำนาจเบ็ดเสร็จของพระองค์เอง โดยสร้างและกระตุ้นให้เหล่าขุนนางและราชชนิกุลแข่งขันกันสั่งสมเกียรติยศของตระกูลด้วยการแย่งกันครอบครองหรือแสวงหาของที่จะรักษาชื่อเสียงของบรรพบุรุษตนไว้ ซึ่งก็คือของที่เป็นสัญลักษณ์ชั้นสูงจากราชสำนัก

๒. ศตวรรษที่ ๑๗ เกิดการปฏิวัติการบริโภค McCracken เสนอภาพการเปลี่ยนแปลงความนิยมจากเดิม สิ่งของที่คลั่งไคล้นั้นเป็นของเก่าที่มี Patina (คราบเขียวที่จับที่โลหะ) ซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงว่าตระกูลนั้นมั่งคั่งและมีอำนาจมากกว่า ๕ ชั่วอายุคน เปลี่ยนเป็นคลั่งไคล้สิ่งใหม่ที่เปลี่ยนตามแฟชั่น และสิ่งของนั้นก็ทำหน้าที่ใหม่ ไม่ใช่เป็นตัวบ่งชี้กำเนิดและสถานะของผู้เป็นเจ้าของอีกต่อไป หากแต่ได้กลายมาเป็นการแสดงออกถึงการขยายตัวของตัวเลือก (Explosion of choices)

๓. ศตวรรษที่ ๑๘ การบริโภคได้หยั่งรากลงในสังคมตะวันตกแล้ว เกิดห้างสรรพสินค้าขึ้น แบบแผนการใช้ชีวิตแบบใหม่ของผู้บริโภคและเทคนิคใหม่ที่เติมมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้านั้น เช่น ความงาม ความหมายทางวัฒนธรรมและแรงร่ำทางเพศ แต่การนิยมความหรูหราตามแบบราชสำนักก็ยังคงอยู่ การบริโภคในสมัยดังกล่าวเป็นตัวอย่างให้เห็นชัดของการใช้สินค้าในการสร้างรูป และบรรทุกความหมายทางวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้มีการใช้ภาษาของสินค้าที่เกิดขึ้นในการสร้างแนวความคิดทางวัฒนธรรมขึ้นแนวหนึ่ง ด้วยการสร้างคำจำกัดความใหม่

“ผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในรัฐ หรือ ผู้เป็นใหญ่ในแผ่นดิน ที่จะต้องใช้อำนาจด้วยความเป็นธรรม มิฉะนั้น อาจจะถูกล้มล้างได้ ถ้าเป็นในสมัยสมบูรณาญาสิทธิราชย์ก็คือ “พระมหากษัตริย์” ถ้าพูดกันในสมัยประชาธิปไตยก็คือ “ประชาชน” ซึ่งแสดงออกถึงอำนาจของตนเองโดยผ่านกระบวนการทางการเมืองต่าง ๆ นั้นเอง, ใน อานนท์ อาภาภิรม, รัฐศาสตร์เบื้องต้น (กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๘), ๓๘ – ๔๘.

^{๓๓} ธเนศ วงศ์ยานนาวา, “โครงสร้างของบริโภคนิยม/สังคมบริโภค/วัฒนธรรมบริโภค,”

ของบุคคล ของความสัมพันธ์ที่บุคคลนี้มีต่อสังคมที่ใหญ่กว่า และชุดของแนวคิดและค่านิยม สำหรับการกระทำทางสังคม ภาษาของสินค้าถูกใช้อย่างจริงจังและชำนาญเพื่อที่จะสร้างนวัตกรรมทางสังคมขึ้น อันได้แก่ การสร้างสรรค์ระเบียบใหม่ของชีวิตทางสังคม ระเบียบใหม่นี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ก่อนหน้านี้ ไม่ใช่เพราะสังคมเดิมไม่ทดลองใช้เท่านั้น แต่ยังเป็นเพราะไม่มีระบบวาทกรรมที่จะรองรับให้เกิดการคิดซ้ำและสร้างแนวคิดใหม่ๆ ของชีวิตทางสังคมขึ้นด้วย^{๑๑}

นอกจากนี้สมรภัฏยังอธิบายถึงการสื่อสารโดยใช้ภาษาของสินค้าในสังคมปัจจุบันที่ชี้ให้เห็นว่าคนไม่ได้บริโภคสินค้าเพื่อประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น แต่กิจกรรมการบริโภคของบุคคลเป็นการสื่ออัตลักษณ์ของปัจเจกในการปฏิสัมพันธ์ ภาษาของสินค้านี้กล่าววางอยู่บนพื้นฐานของการแบ่งประเภททางวัฒนธรรม มันเป็นรหัสที่สังคมรับรู้ผ่านการสังสมชุดของความรู้ที่ถ่ายทอดกันมา การตัดสินใจการบริโภคสิ่งหรูหราฟุ่มเฟือยเป็นเรื่องไร้สาระ และการแยกการบริโภคออกจากการศึกษาวัฒนธรรมไปเป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจจึงเป็นมุมมองที่ผิด เพราะวัฒนธรรมและการบริโภคมีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกันอย่างแยกไม่ออก^{๑๒}

ธเนศ วงศ์ยานนาวา เสนอว่าสินค้าต่างๆ ที่ออกสู่ตลาดนั้น การออกแบบเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะต้องออกแบบเพื่อให้สินค้านั้นมีลักษณะพิเศษกว่าสินค้าอื่นๆ แต่การออกแบบสินค้าในตลาดนั้นไม่ได้ออกแบบมาเพื่อใครโดยเฉพาะ การออกแบบกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นลักษณะที่แตกต่างไปจากการผลิตทางอุตสาหกรรมในยุคแรกๆ เพราะเป้าหมายของสินค้าอุตสาหกรรมนั้นมุ่งเพื่อใช้สอยมากกว่าที่จะเน้นเรื่องของรสนิยม หรือสุนทรีย์ะ การออกแบบกลายเป็นกลไกสำคัญในการขายผลิตภัณฑ์เพื่อสินค้าต่างๆ เหล่านี้ดูเป็นสิ่งที่น่าประจักษ์ จนก่อให้เกิดความอยากได้อย่างเป็นเจ้าของ การให้ความสำคัญกับการออกแบบและรสนิยมกลายมาเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการผลิตสินค้าในศตวรรษที่ ๒๐ สำหรับความหลากหลายของสินค้านั้นเกิดขึ้นมาพร้อมกับการขยายตัวของไฟฟ้าในปลายศตวรรษที่ ๑๙ ที่ประเทศอังกฤษ ความหลากหลายของสินค้าทำให้สินค้าแต่ละชนิดที่มีการออกแบบบ่งบอกถึงสถานะและรสนิยมที่กำกับความแตกต่างทางชนชั้น สถานะทางสังคม^{๑๓}

รสนิยมที่บ่งบอกจากสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันด้วยการออกแบบนั้นทำให้การผลิตเพิ่มจำนวน และความหลากหลายทำให้เกิดการขยายตัวของตลาด ลักษณะของสินค้าในครึ่งหลังของศตวรรษที่ ๑๙ จึงเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น การขยายตัวของตลาดและ

^{๑๑}สมรภัฏ ชัยสิงห์กานานนท์, รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม, (กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๔), ๒๐ – ๒๒.

^{๑๒}เรื่องเดียวกัน, ๒๑ – ๒๒.

^{๑๓}ธเนศ วงศ์ยานนาวา, “โครงสร้างของบริโภคนิยม/สังคมบริโภค/วัฒนธรรมบริโภค,”

ลักษณะที่พลวัตของตลาดทำให้สินค้าไม่สมควรที่จะมีอายุยาวนาน เพราะความคงทนของสินค้า ทำให้ตลาดไม่ขยายและเคลื่อนตัว ในแง่ที่อายุของสินค้าจึงจำเป็นจะต้องสั้นสุดและมีอายุในการใช้งาน สินค้าจึงจะไม่ถูกใช้ไปได้เรื่อยๆ แม้ว่าสินค้านั้นจะยังใช้ได้ต่อไปในเรื่องของอรรถประโยชน์ก็ตาม ทั้งนี้การออกแบบใหม่ๆ ทำให้สินค้ามีอายุที่จำกัด จึงมีความจำเป็นต้องทำให้สินค้าต่างๆ หมดยุขัยของมันอย่างรวดเร็ว สินค้าจึงต้องผลิตออกมาเพื่อความไม่คงทน ในแง่ของสไตล์ และการออกแบบ ในแง่ที่แฟชั่นและการออกแบบจึงเป็นตัวจักรสำคัญในการทำให้สินค้าหมดสมัยนิยม ผู้ซื้อจึงถูกบังคับให้ต้องเปลี่ยนสินค้า แต่ในขณะที่เดียวกันก็ดูเหมือนเป็นอำนาจของผู้ซื้อในการที่จะซื้อ ทั้งนี้ก็เพราะว่าถ้าผู้บริโภคไม่นิยมเมื่อใดสินค้าก็ไม่สามารถที่จะคงอยู่ในตลาดได้อีกต่อไป เพราะไม่มีใครซื้อ ดังนั้นการซื้อสินค้าจึงไม่ได้เป็นการซื้อสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการเลือกซื้อแบบแนวทางแบบนี้ที่เกิดขึ้นและได้รับความนิยมอย่างมากในสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะภาพลักษณ์ที่ปรากฏผ่านกลไกของอุตสาหกรรมบันเทิง และภาพยนตร์ฮอลลีวูด สุนทรีย์และรสนิยมจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการดำเนินชีวิตและการบริโภค^๔

การบริโภคและรสนิยมต่างมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันเป็นอย่างมาก ทั้งนี้รสนิยมจะเป็นเกณฑ์หนึ่งซึ่งช่วยพิจารณาว่าบุคคลอยู่ในชั้นใดของสังคม เช่น การแต่งกาย สิ่งของเครื่องใช้ ดนตรี รถยนต์ เป็นต้น^๕ ลักษณะวัฒนธรรมทางวัตถุมีส่วนใช้ในการศึกษาถึงความแตกต่างของชนชั้น ตามความคิดเห็นของคนกลุ่มจำนวนหนึ่ง “การมีรสนิยม” เป็นคุณสมบัติที่บุคคลพึงมี นอกจากนี้ยังถูกหยิบยกขึ้นมาในฐานะที่เป็นอุดมคติใหม่ในการจัดลำดับและแบ่งกลุ่มทางสังคม คำพูดที่ค่อนข้างแสบต่อบุคคลอื่นว่า “รสนิยมต่ำ” “ไร้รสนิยม” ตามวาทกรรมชุดต่างๆ ที่สร้างความหมายไว้ในเชิงอุดมคติ เป็นสะพานเชื่อมหรือแนวทางนำไปสู่การดำเนินการบริโภคให้เกิดการขยายตัว ผ่านวัตถุต่างๆ ที่ถูกจัดชุดและความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ถึงสิ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าดี มีคุณภาพทั้งตัวสินค้าเอง และความหมายในเชิงนามธรรมที่ซับซ้อนกว่านั้น อาทิ สินค้า Brand name ต่างๆ โฆษณาสินค้า “American Taste” “American Style” เป็นต้น

ผู้วิจัยเลือก ไฟแช็กชิปโป^๖ เป็นตัวแทนสินค้าสัญลักษณ์ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากชิปโปเป็นวัตถุที่ผลิตจากประเทศสหรัฐอเมริกา ได้รับความนิยมแพร่หลาย โดยได้รับการ

^๔ เรื่องเดียวกัน, ๔ - ๕.

^๕ ผจงจิตต์ อธิคมนันท์, “การแบ่งช่วงชั้นทางสังคม,” ใน สังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ ๑๗ (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๑), ๒๐๑.

^๖ เรียกตามเสียงเวลาเปิด - ปิด “ชิป” “โป” โดยชิปโปนั้นเริ่มผลิตอย่างต่อเนื่องมากกว่า ๗๐ ปี ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๗๕ (ค.ศ. 1932) จวบจนปัจจุบัน

ยอมรับทั้งในสหรัฐอเมริกาและทั่วโลก โดยผลิตได้ประมาณ ๑๖ ล้านอันต่อปี ลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม มีฝาครอบสำหรับเปิด - ปิด ส่วนใหญ่ทำมาจากทองเหลือง บางรุ่นที่หายากและเป็นที่นิยมมักทำมาจากวัตถุที่มีคุณค่าในตัวเอง เช่น เงินแท้ ทองเค็^{๑๗} นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงคุณค่าทางคุณภาพ ความหมาย และรสนิยมที่ยกย่องกันว่าดี ผ่านกระบวนการโฆษณา (ทั้งสื่อโดยตรง และในโฆษณาแฝงรูปแบบต่างๆ) การประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะช่วงสงครามเวียดนามนั้นชิปปี้ถูกนำติดตัวมากับทหารสหรัฐฯ ทุกคนที่มาประจำการในฐานทัพ^{๑๘} ชิปปี้ใช้ก่อไฟ ใช้งบออกถึงความเป็น “ทหารอเมริกัน” นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งแสดงถึงรสนิยมดีมีระดับ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันในกลุ่มด้วย

หากย้อนพิจารณาสังคมไทยเมื่อหลายสิบปีก่อน การ “ก่อไฟ” คือสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ทั้งใช้จุดเตา จุดตะเกียง จุดรูปเทียนไหว้พระ จุดบุหรี่สูบ ซึ่งสิ่งที่ใช้จุดให้เกิดไฟเพื่อการใช้ในกิจการต่างๆ ภายในบ้าน คงไม่พ้นไฟแช็กแบบเติมน้ำมันยี่ห้อ Zippo, Ronson ฯลฯ โดยบางบ้านก็อาจใช้ไม้ขีดไฟ^{๑๙} แต่ปัจจุบันไฟแช็กถูกนำไปจัดรวมเป็นส่วนหนึ่งของการสูบบุหรี่เป็นหลัก โดยขัดต่อนโยบายของรัฐบาลที่รณรงค์ให้คนเลิกสูบบุหรี่^{๒๐} ทั้งหมดทั้งปวงที่กล่าวมาล้วนแสดงให้เห็นว่าสังคมไทยในอดีตนั้นมีความเกี่ยวข้องกับสินค้าต่างๆ ที่นำเข้าจากต่างประเทศมานานแล้ว แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนไป สภาพสังคมเองก็เปลี่ยนตาม การจุดไฟเพื่อใช้แสงสว่างเพื่อนำทางเริ่มลดน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมือง เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เข้ามาแทนที่ เช่น ไฟฟ้า หม้อหุงข้าวอัตโนมัติ ฯลฯ การใช้ไฟเพื่อก่อไฟนำแสงสว่างในบ้านเริ่มหายไปจากสังคมไทย เหลือเพียงแต่มนต์เสน่ห์ของ “ไฟกับบุหรี่” เท่านั้น^{๒๑}

^{๑๗} Richard Sexton, American Style : Classic Product Design from Airstream to Zippo (San Francisco : Chronicle Books, 1987), 88.

^{๑๘} ช่วงคริสต์ศตวรรษที่ ๗๐ มีผลกระทบต่องานสังคมไทย คือ กองทัพอเมริกัน (G.I.) เข้ามาตั้งฐานทัพบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ, ปฐมฤกษ์ เกตุทัต, คำวิจารณ์โครงสร้างวิทยานิพนธ์นี้, ๓ พฤศจิกายน ๒๕๔๙.

^{๑๙} มีราคาถูกกว่าไฟแช็ก แต่เนื่องจากขีดจำกัดของไม้ขีดไฟ คือเมื่อโดนน้ำ ความชื้นหรือลมพัดแรงๆ ไม่สามารถจุดไฟได้ “ไฟแช็ก” จึงได้รับการยอมรับมากกว่าโดยเฉพาะชิปปี้ที่มีความทนทาน ทนต่อกระแสลมพัดแรงๆ ขจัดอุปสรรคต่อการจุดไฟ และให้ไฟแก่ผู้ใช้ได้ตามต้องการ

^{๒๐} มูลนิธิรณรงค์ช่วยให้เลิกบุหรี่และสารเสพติด สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่างๆ กำหนดนโยบายให้ประชาชน ลด ละ เลิกการสูบบุหรี่ และสิ่งเสพติดอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง

^{๒๑} รวมทั้งบุหรี่ยังอยู่ในภาวะที่ผลักใสถูกสังคม ผลักใส และเบียดขับเข้าสู่ภาวะขายขอบ หรือภาวะต้องห้ามในสังคม

นอกจากนี้ยังมีบทความที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมการใช้ไฟแช็กในสังคมไทยของ ‘รงค์ วงษ์สวรรค์’ คอลัมน์ ‘หมัดดับดวงตะวัน’ ในมติชนสุดสัปดาห์ ความว่า

กินบุหรี่-สูบเหล้า! ขอโทษ--ไต่สายโหวงเหวงเขียนผิด! เขียนถูกว่า กินเหล้า-สูบบุหรี่
ปรัชญาฝอยในวันแดดแล้งดอกไม้แดงบานสวย ควันบุหรี่ป้องควันบนกบาลนักเขียน (HA-
HA)

ผู้เขียนกับการสูบบุหรี่เรียนรู้ว่าควรคาบไว้หมื่นกับริมฝีปาก
คาบไม่ใช่หอมอย่างลีลาของนักร้องสาวทวันเสียงรุดตันกลมยาวไอ้ที่เรียกว่า
ไมโครโฟน

การจุดบุหรี่ป้องกับกันไม้ขีดไฟหรือกับเปลวไฟแชกนั้นเป็นศิลปะ & ศิลปะ

Lighter หมายถึงการตีหัวแม่มือโป้งบนขอบล้อโลหะกรีดหินเหล็กไฟ ภาษาอังกฤษเรียกว่า
flint ปะทุประกายจุดใส่ชุ่มน้ำมันไวไฟลุกเปลว เสียงของมันดังแซ็ก

ยุคต่อมาปรับเปลี่ยนเป็นการจุดไฟกับอะไรที่นักวิทยาศาสตร์เรียกว่า acetylene เปลวสีน้ำ
เงินขาวและกลิ่นหอมเย้ายวน แต่คงพูดติดปากกันว่าไฟแช็ก

ครับ--ด้วยเหตุผลคล้ายกันกับการเรียก detergent ผงซักฟอกทุกฉลากว่า แป้ง

นักการเมืองชายวิญญูณผู้ยกย่องตนเองเป็น ท่าน ในสภาฯ คนเดินถนนผู้โดนนโยบาย
ยกยอกภาชีเรียกแหม่งว่า ไอ้หางแดง (HA-HA)

ราคาของไฟแช็กบอกรสนิยมวิถีเช่นเฟอร์นิเจอร์ชิ้นอื่นระดับกาย เราผู้สำรวจเล่นแต่กับ
ของสวยและแพง แม้ความจริงยากจนเกลงในกระเป๋าทางเก่งพบแต่พวงกะเป้ง

Ronson อเมริกา

หรือทนมือทนต์ตอง Zippo อเมริกาเหมือนกัน

แบบบางนำลูกไล่เหมือนหยิบลูกเกดบนเต้านมนั้น Colibre เยอรมัน

คนจนเล่นไฟแช็ก Imco ราคาถูกเปลวไฟลุกโซนหมื่นเหมือนไฟตะเกียงน้ำมันก๊าด

ฯลฯ-ฯลฯ-ฯลฯ...^{๒๒}

การศึกษาครั้งนี้ เน้นศึกษาเฉพาะกลุ่มคนเล่นซิปปี้ในเมืองไทย จากการสอบถาม
และประเมินอย่างคร่าวๆ พบว่ามีจำนวนสมาชิกมากกว่า ๓๐๐ คน สมาชิกส่วนใหญ่เป็นคนชน
ชั้นกลาง และอาศัยอยู่ในเมือง อาทิ ผู้บริหารระดับสูงในองค์กร นักธุรกิจ Webmaster อาจารย์
สอนคอมพิวเตอร์ พนักงานบริษัท นักดนตรี รวมไปถึงนิสิตนักศึกษา และนักเรียนมัธยมปลาย
ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยช่วงวัยของกลุ่มดังกล่าวส่วนใหญ่ประมาณ ๓๐ ปี
เศษ โดยผู้ที่อายุมากที่สุด อายุประมาณ ๕๕ ปี จนถึงกลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาวอายุ ๒๐ ปีเศษ (ผู้วิจัย

^{๒๒} ‘รงค์ วงษ์สวรรค์, “หมัดดับดวงตะวัน,” มติชนสุดสัปดาห์ ๒๔, ๑๒๔๑ (๒๘
พฤษภาคม - ๒ มิถุนายน ๒๕๔๗) : ๕๑.

เคยพบสมาชิกหญิงที่อายุน้อยที่สุด อายุเพียง ๑๗ ปี และกำลังศึกษาอยู่ระดับมัธยมปลาย) สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่จะมีความรู้พื้นฐานด้านการใช้ Internet ในการติดต่อสื่อสารดีพอสมควร

สถานที่ตั้งของชมรมดังกล่าวอยู่บริเวณอ้อมใหญ่ อ.สามพราน จ.นครปฐม (บ้านของประธานชมรม) ผู้สะสมชิปไปไว้มากกว่า ๑,๐๐๐ อัน อาจกล่าวได้ว่า มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย โดยการติดต่อรับสมัครสมาชิก ประชาสัมพันธ์จะเน้นพื้นที่ทางเครือข่าย Internet ตั้งแต่การแจ้งข่าวคราวให้เหล่าสมาชิกทราบ จัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์^{๒๓} (meeting) การประกวดการเล่น “Tricks”^{๒๔} ต่างๆ รวมทั้งการให้ข้อมูลในการเลือกซื้อชิปไปของจริง เนื่องจากปัจจุบันมีของปลอมซึ่งราคาถูกกว่าและมีลักษณะคล้ายของจริงมาก พบเห็นได้ในตลาดซื้อขายทั่วไป นอกจากนี้ยังมีการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน รับประมูลชิปไปผ่าน www.eBay.com ซึ่งมีสินค้าต่างๆ มากมายนานาชนิด จากเครือข่ายทั่วโลก โดยจะเน้นประมูลสินค้าจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีจำนวนให้เลือกมากมายตามความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งราคาสินค้ายังถูกกว่าซื้อในประเทศไทย

จากการสอบถามอย่างคร่าวๆ พบว่ากลุ่มคนเล่นชิปไปแล้วมีความเชื่อถือใน “ยี่ห้อชิปไป” ทั้งในแง่ของสินค้าคุณภาพที่มาพร้อมกับความรู้สึกว่าตนมีรสนิยมดีในการเลือกใช้ ถึงแม้ชิปไปจะราคาแพงเท่าไรก็ตาม แต่ก็ยังรู้สึกว่าคุณค่าและดูมีรสนิยม เห็นได้จากวาทกรรมชุดต่างๆ ที่ออกมาเช่น “Windproof lighter” กันลมได้แม้พายุจะพัดมาแรงเพียงใดแต่ชิปไปก็ยังจุดไฟติดเสมอ “Lifetime guarantee” รับประกันตลอดอายุการใช้งาน (หากชิปไปชำรุดเสียหายสามารถส่งกลับไปสหรัฐอเมริกาเพื่อซ่อมแซมได้โดยไม่ต้องเสียค่าซ่อมฯ เพียงแต่ต้องจ่ายค่าส่งเอง การซ่อมแซมดังกล่าวจะใช้เวลาทั้งหมดไม่เกิน ๒ วัน) หรือวาทกรรมชุดหนึ่งที่กลุ่มคนเล่นชิปไปสร้างขึ้นเอง คือ “Reduce Smoking, Collecting Zippo”^{๒๕} ถ้อยคำ คำโฆษณา วาทกรรมเชิงปฏิบัติการชุดต่างๆ ที่สร้างขึ้นนั้นล้วนรองรับความหมายที่ซ่อนไว้ถึง “ความคุ้มค่า” หรือ “ดีที่สุด” นอกจากนี้ลวดลายต่างๆ บนชิปไปที่มีความหมายตามการตีความของปัจเจก ทั้ง

^{๒๓} ได้จัดมาแล้ว ๔ ครั้ง โดยกิจกรรมพบปะสังสรรค์ครั้งแรกนั้นจัดที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งย่าน ถ.เกษตร - นวมินทร์ กรุงเทพฯ ครั้งที่สองนั้นจัดที่บ้านของประธานชมรมฯ อ.สามพราน จ.นครปฐม ครั้งที่สามจัดที่ร้านอาหารย่านพระรามเก้า กรุงเทพฯ ครั้งที่ ๔ จัดที่ร้านอาหารบริเวณเลียบทางด่วนรามอินทรา กรุงเทพฯ และครั้งต่อไปคาดว่าจะจัดกิจกรรมการกุศล โดยร่วมกันรวมเงินเพื่อซื้อผ้าห่มมอบให้แก่ชาวอาซา จ.เชียงราย ในช่วงฤดูหนาวที่จะมาถึง (พฤศจิกายน – ธันวาคม)

^{๒๔} การใช้มือเพียงมือเดียว เปิด - ปิดชิปไปด้วยท่วงท่าต่างๆ ทั้งการสะบัด ควง หมุน สู้การจุดไฟติดเป็นขั้นตอนสุดท้าย

^{๒๕} “ลดการสูบบุหรี่ หันมาสะสมชิปไป” ตามความเห็นของผู้ศึกษาเห็นว่า เป็นอีควาทกรรมหนึ่งที่กลุ่มผู้สะสมฯ สร้างขึ้นมาเพื่อต่อรองกับนโยบายรณรงค์ให้คนเลิกสูบบุหรี่ของรัฐบาล

การสร้างลวดลายขึ้น หรือเลือกซื้อหาได้ตามความพอใจตามอัตลักษณ์ของผู้ใช้งาน ประกอบกับความหมายต่างๆ ที่สื่อมวลชนสร้างไว้ให้สอดคล้องรองรับอยู่แล้ว เช่น โฆษณาชิปโปที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด วรรณกรรมไทยเรื่องเพชรพระอุมา เป็นต้น ซึ่งวาทกรรมต่างๆ ดังที่กล่าวมาถูกนำมาผนวกสร้างอัตลักษณ์แก่กลุ่มผู้ใช้งานและแสดงถึงคุณค่าทางวัตถุให้ปรากฏเด่นชัดยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริโภคสันทนาการและการสร้างอัตลักษณ์ของตนเองให้แตกต่างจากคนอื่น

ผู้วิจัยสนใจประเด็นของการดำรงอยู่ และกระบวนการบริโภคไฟแช็กชิปโป ในขณะที่ปัจจุบันนโยบายรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่มีออกมาอย่างต่อเนื่อง แล้วเหตุใดไฟแช็กชิปโปยังคงมีผู้เล่น ผู้สะสมอยู่ และมีกลุ่มคนเล่นชิปโปรวมตัวกัน เหตุใดจึงมีการสะสม ชื้อหากันอย่างต่อเนื่อง เหตุใดไฟแช็กอันเล็กๆ ถึงมีราคาซื้อขายในกลุ่ม ในวงการนับแสน นับล้านบาท (เนื่องจากเป็นรุ่น Limited Edition ผลิตในจำนวนจำกัด หรือเป็นรุ่นหายาก) และไม่ได้มีคุณค่าพอที่จะตีราคาได้ในตัวของมันเอง เจกเซน ทอง เพชร อัญมณีต่างๆ และหากพิจารณาจากประโยชน์ใช้สอยแล้ว เหตุใดสมาชิกในกลุ่มบางคนต้องเก็บเงินเพื่อซื้อหาทุกเดือน เหตุใดจึงมีผู้ที่ชวนขายหามาเก็บสะสมไว้จำนวนมากเกินกว่าประโยชน์ใช้สอย เกินการใช้งาน รวมทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับชิปโปกับไฟแช็กแบบอื่น ที่วางขายตามท้องตลาด หรือร้านสะดวกซื้อทั่วไป พบว่าชิปโปมีราคาแพงกว่ามาก และไม่สะดวกในการซื้อหานัก

ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

๑. ศึกษาความเป็นมา และกระบวนการดำรงอยู่ของกลุ่มคนเล่นชิปโปในเมืองไทย
๒. ศึกษาทัศนคติ ค่านิยม ปัจจัย ตลอดจนวาทกรรมการบริโภคสันทนาการต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อคนเล่นชิปโป
๓. ศึกษาทำความเข้าใจวัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกานุวัตร โดยสะท้อนจากพฤติกรรมการบริโภคสันทนาการของคนเล่นชิปโปในเมืองไทย

สมมติฐานของการศึกษา

วัตถุที่ศึกษา (ไฟแช็กชิปโป) นั้นแสดงความหมายมากกว่าความหมายเดิม หรืออรรถประโยชน์เพื่อการใช้สอยเพียงอย่างเดียว ยังสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของผู้ใช้ผ่านการถูกนำไปทำให้กลายเป็นของขวัญ สิ่งของที่สื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ รวมทั้งมีค่าเกินกว่าราคาจริงภายใต้ชุดวาทกรรมต่างๆ ที่สร้างขึ้นผ่านวัตถุที่เป็นส่วนหนึ่งของการมีรสนิยมที่ดี

ทั้งนี้ จากข้อมูลต่างๆ ที่ได้กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยมีสมมติฐานว่าเกี่ยวข้องกับมิติการโหยหาอดีต (Nostalgia) ของผู้เล่นชิปโปด้วย โดยการออกแบบรูปทรงของวัตถุย้อนบั้นที่

เหตุการณ์ต่างๆ เช่น สงครามโลก สงครามเวียดนาม บันทึกการเดินทางของมนุษย์สู่ดวงจันทร์ ฯลฯ บนพื้นที่ (Space) เล็กๆ ด้านหน้า และด้านหลังชิปโป

ขอบเขตของการศึกษา

ผู้วิจัยเน้นเก็บข้อมูลจาก website ประจำของชมรม^{๒๖} ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะ ที่เปิดให้ผู้สนใจเข้ามาค้นหาข้อมูล หรือแสดงทัศนคติของตนผ่านกระดานสนทนา ได้ตามอัธยาศัย อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมิได้เก็บข้อมูลผ่านทาง website เพียงอย่างเดียว แต่ผู้วิจัยได้สมัครเป็นสมาชิกของกลุ่มและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่กลุ่มจัดขึ้น นอกจากนี้ยังทำการสัมภาษณ์ และสังเกตการณ์พฤติกรรม ค่านิยม ทัศนคติ รวมทั้งการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมโดย ร่วมซื้อขาย แลกเปลี่ยน กับกลุ่มคนเล่นชิปโป เพื่อศึกษาการให้คุณค่าและความหมายแก่ชิปโป ผ่านกระบวนการบริโภคสนิยมของกลุ่มดังกล่าว ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาคนเล่นชิปโปที่มีได้อยู่ชมรมชิปโปด้วย ทั้งผู้ค้าขายรายย่อย ผู้ที่สะสมชิปโปมานาน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย โดยจะเน้นศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ขั้นตอนของการศึกษา

ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) คือ ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ต่างๆ ทั้งจากงานเขียนของชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมทั้งการสืบค้นจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ Internet และ Website ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา นอกจากนี้ยังใช้วิธีการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ทั้งแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ดังนี้

๑. เริ่มสำรวจหาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมของสะสม และพัฒนาการของ “ไฟ” ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และค้นหากลุ่มผู้เล่น (สะสม) ชิปโป โดยสืบค้นจากหนังสือ โฆษณาต่างๆ และ Internet พบชมรมไฟแช็กชิปโปในเมืองไทย ที่เป็นศูนย์กลางในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนติดต่อ พบปะสังสรรค์ (Meeting) และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชิปโป

๒. ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ในรูปแบบของการสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการนัก แต่ออกมาในรูปแบบวิธีการพูดคุยกันอย่างเป็นกันเอง และนัดพบกันเป็นการส่วนตัวในการเดินเลือกชิปโป โดยมีได้จัดบันทึกต่อหน้าผู้ให้ข้อมูล

^{๒๖} ผู้วิจัยไม่สามารถระบุชื่อ Website ของ “คนรักชิปโปเมืองไทย” ได้ด้วยเหตุผลบางประการ

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีจำ จัดบันทึกหลังจากออกนอกพื้นที่ศึกษา และสัมภาษณ์ พูดคุยกับสมาชิกบางส่วนผ่านโปรแกรม MSN Messenger^{๒๗}

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกในชมรมดังกล่าว ตามวิธีศึกษาที่เรียกว่า “การสังเกตแบบมีส่วนร่วม” โดยเข้าไปอยู่ร่วมเพื่อศึกษาว่ากลุ่มคนเล่นชิปโป้นั้นคิดและแสดงพฤติกรรมนั้นบนรากฐานของเหตุและผลในบริบทของพวกเขายังไง ทางมานุษยวิทยา เรียกว่า “Emic” หรือระบบแนวคิด ความเชื่อของกลุ่มผู้เล่นชิปโป ซึ่งแตกต่างจาก “Etic” หรือกรอบทฤษฎีที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมของคนภายนอกหรือจากตัวผู้วิจัย และนำเอากรอบทฤษฎีนั้นๆ ไปเป็นเครื่องมือตรวจสอบพฤติกรรมความสัมพันธ์ และวัฒนธรรมของกลุ่มที่ศึกษา^{๒๘}

วิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีศึกษาผ่านมุมมองทั้งจากคนนอก (Etic) และจากคนใน (Emic) โดยผู้วิจัยจะพยายามลดอคติ (Bias) ของตนเองลงให้มากที่สุด เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์การศึกษาในเชิงมานุษยวิทยาวัฒนธรรม

ข้อตกลงเบื้องต้น

๑. การเขียนถึงชื่อบุคคลต่างๆ จะไม่ใช่ชื่อ นามสกุลจริง แต่เป็น “นามแฝง” หรือชื่อที่ใช้เรียกกันภายในกลุ่ม ผู้วิจัยจึงขอระบุชื่อผู้ให้ข้อมูลเป็นนามแฝง หรือชื่อสมมติทั้งหมด

๒. การใช้ “ตัวเลข” ในวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยเลือกที่จะใช้เฉพาะเลขไทยตลอดทั้งเล่ม ซึ่งถูกต้องตามรูปแบบการเขียนวิทยานิพนธ์ ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ความว่า “การใช้ตัวเลขให้ใช้ได้เฉพาะเลขไทยหรือเลขอารบิก แบบใดแบบหนึ่งตลอดเล่ม”^{๒๙} ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลบางส่วนในเชิงประวัติศาสตร์การใช้ตัวเลขไทยทั้งหมดอาจทำให้เกิดความกำกวมสับสนได้ เช่น “ปี ๒๐๐๗” ผู้อ่านอาจเข้าใจได้ทั้ง “พ.ศ. ๒๐๐๗” (เหตุการณ์ในอดีต) หรือ “ค.ศ. ๒๐๐๗” (เหตุการณ์ปัจจุบัน) ผู้วิจัยจึงเลือกเขียนเพื่อลดความกำกวม เป็น พ.ศ. ๒๐๐๗ (ค.ศ. 1464) หรือ ค.ศ. 2007 (พ.ศ. ๒๕๕๐) เป็นต้น ทั้งนี้ในการอ้างอิงจากหนังสือต่างประเทศจะใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด เนื่องจากข้อมูลจากต่างประเทศส่วนใหญ่จะระบุเป็นปีคริสต์ศักราช

^{๒๗}โปรแกรมสนทนาผ่านเครือข่าย Internet สามารถพูดคุยตอบโต้กันได้อย่างทันทีทันใดไม่ว่าจะอยู่ ณ ที่ใดของโลก ปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมากในสังคมไทย เนื่องจากไม่เสียค่าบริการใดๆ และสะดวกกว่าการสื่อสารทางโทรศัพท์ นอกจากนี้โปรแกรมหากล่าวยังสามารถสื่อสารกันผ่าน “Webcam” ที่สามารถเห็นภาพ และได้ยินเสียงของคู่สนทนาอีกด้วย

^{๒๘}ดำรงค์ ฐานดี, มานุษยวิทยาเบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ ๗ (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๔), ๒๙๗.

^{๒๙}มหาวิทยาลัยศิลปากร, บัณฑิตวิทยาลัย, คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์ พ.ศ. ๒๕๔๓ พิมพ์ครั้งที่ ๓ แก้ไขปรับปรุง, (ม.ป.ท., ๒๕๔๓) : ๑๕.

ความจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากกระดานสนทนา และข้อมูลบางส่วนผ่านโปรแกรม MSN Messenger จากชมรมคนเล่นชิปโป เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การพูดคุยนัดสัมภาษณ์เชิงลึก นั้นย่อมมีข้อจำกัดในการศึกษา กล่าวคือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลนั้นอาจผ่านการเลือกสรรในการเสนอข้อมูลแก่ผู้วิจัย (ผู้ให้ข้อมูลบางคนได้ปฏิเสธการนัดพบเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย) หรือปกปิดเรื่องราวบางอย่างที่ไม่สามารถเล่าให้ฟังได้ อาจจะเป็นการให้ข้อมูลตามจริง หรืออาจจะเป็นข้อมูลที่เกินจริงก็เป็นได้

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยไม่สามารถตรวจสอบความถูกต้อง เท็จจริงของข้อมูลได้ทุกประการ เนื่องจากระเบียบวิธีวิจัยที่ต่างไปจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลโดยตรง (Face to Face) ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การสังเกตการณ์อย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ รวมทั้งการนัดผู้ให้ข้อมูลบางคนเพื่อไปเดินเลือกซื้อหา (จับ) ชิปปโป่มือสองตามตลาดนัดมือสองต่างๆ ด้วย ซึ่งทำให้สามารถศึกษากระบวนการ ทัศนคติ ของกลุ่มคนเล่นชิปโปได้มากกว่าการเก็บข้อมูลจากสื่อ Internet เพียงอย่างเดียว วิทยานิพนธ์นี้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๔๙ ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๐ เป็นระยะเวลา ๑๑ เดือน

คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา

“วัฒนธรรมการบริโภค” (Culture of Consumption) “บริโภคนิยม” (Consumerism) มีความหมายตั้งแต่การกิน การเสพกาม การบริโภคสมบัติ^{๓๐} ครอบคลุมไปถึงความหมายทางเศรษฐกิจศาสตร์ และวัฒนธรรม ได้แก่ การติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิด เช่น ตื่นเช้าเพื่อชมข่าวอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ การอ่านหนังสือ ฯลฯ ในวิทยานิพนธ์นี้ผู้วิจัยได้จำกัดความหมายสั้นๆ ว่า “เป็นการรับเอาสิ่งหนึ่งสิ่งใด อาจจะใช้วัตถุหรือไม่ใช้วัตถุ อาจจะเป็นนามธรรมก็ได้ โดยความสมัครใจของปัจเจกและเลือกรับสิ่งนั้นเข้าเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นปัจเจก อย่างน้อยก็ช่วงระยะเวลาหนึ่ง”

“รสนิยม” (Taste) หมายถึง ค่านิยมในการเลือกใช้สินค้า หรือสิ่งต่างๆ เพื่อผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของตน สิ่งนั้นจะดี หรือไม่ดี ขึ้นอยู่กับบริบท และการตีความหมายเชิงสัญลักษณ์ผ่านชุดความหมายที่สร้างขึ้นจากวาทกรรมทางสังคม ตามการตีความของปัจเจก และการเลือกสรรเลือกรับ เลือกปฏิบัติตามบรรทัดฐานเพื่อตนให้ได้รับการยอมรับจากคนอื่นๆ

^{๓๐} “บริโภคนิยม,” พจนานุกรม ฉบับมติชน (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, ๒๕๔๗) :

“วัตถุ” (Material) และ “วัตถุวัฒนธรรม” (Culture, Material) หมายถึง วัฒนธรรมในส่วนที่ประกอบขึ้นด้วยสิ่งที่เป็นวัตถุ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือวัตถุอื่นใดที่วัฒนธรรมกำหนดความหมายหรือคุณค่า^{๓๑} ในที่นี้หมายถึง ไฟแช็กซิปปี้

“คนเล่นซิปปี้” (Zippo’s Collectors) หมายถึง คนที่รัก และนิยมสะสมไฟแช็กซิปปี้ นิยมการเล่นท่วงท่าต่างๆ (Tricks) หรือบริโภคมความหมายจากซิปปี้ ในการศึกษานี้จะเน้นศึกษาเฉพาะกลุ่มคนเล่นซิปปี้ในเมืองไทย และคนที่มีอาชีพหลักในการเลือกซื้อหาซิปปี้เพื่อนำไปขายต่อด้วย

การนำเสนอผลงาน

งานวิจัยฉบับนี้นำเสนอในรูปงานเขียนวิทยานิพนธ์ แบ่งออกเป็น ๖ บท ดังนี้

บทที่ ๑ บทนำ : ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา สมมติฐานของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา ขั้นตอนการศึกษา ข้อตกลงเบื้องต้น ความจำกัดของการศึกษา และคำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา

บทที่ ๒ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง : งานศึกษา วิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริโภคนิยม ความหมายของรสนิยมและการบริโภค สัญญาในวัฒนธรรมการบริโภค และการใช้สื่อ Electronics เพื่อรวมกลุ่มในสังคมสมัยใหม่ ตลอดจนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้

บทที่ ๓ วัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกาวัตร์ : ความหมายของวัฒนธรรมการสะสม วัฒนธรรมของสะสมในสังคมไทย และวัฒนธรรมการสะสมในสังคมโลกาวัตร์

บทที่ ๔ พัฒนาการของการใช้ไฟ จากกองไฟถึงซิปปี้ : ประวัติพอสังเขปวัฒนธรรมการใช้ไฟของมนุษย์ ไม้ขีดไฟ ไฟแช็ก ซิปปี้ ถึงการก่อตัวของคนเล่นซิปปี้ในบริบทของสังคมไทย โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ การแฝงตัวของซิปปี้ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ

บทที่ ๕ “เรื่องราวของคนเล่นซิปปี้” : กลุ่มคนและสนามในการศึกษา มุมมองทัศนคติ และค่านิยมในการเลือกใช้ สะสม ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกัน

บทที่ ๖ บทวิเคราะห์สรุป.

^{๓๑}“culture, material,” พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ - ไทย (กรุงเทพฯ : รุ่งศิลป์การพิมพ์, ๒๕๒๔) : ๑๐๒.

บทที่ ๒

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บทที่ ๒ นี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องจากวิทยานิพนธ์ หนังสือ และบทความต่างๆ พบว่า งานศึกษาเกี่ยวกับ “รสนิยมการใช้ไฟแฟลชชิปโปในบริบทของสังคมไทย” เป็นประเด็นที่ไม่เคยมีใครศึกษามาก่อน (โดยเฉพาะมิติทางมานุษยวิทยา) พบบ้างเพียงเกร็ดทางประวัติศาสตร์บางส่วนโดยจะขอลำถึงในบทที่ ๔ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรง บทนี้จะเป็นการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย ตลอดจนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบในการศึกษา และเปรียบเทียบหรือยืนยันผลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ โดยจะแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ

๑. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา แบ่งออกเป็น ๔ ประเด็น คือ งานศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริโภคนิยม รสนิยม สัญญาในวัฒนธรรมการบริโภค และการใช้สื่อ Electronics เพื่อรวมกลุ่มในสังคมสมัยใหม่

๒. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา กำหนดแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบในการอธิบายและวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น ๒ ประเด็น คือ แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญญา และแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

ขอบเขตและประเด็นของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น ๔ ประเด็น ดังนี้

๑. งานศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริโภคนิยม

นิธิ เอียวศรีวงศ์ กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีผลกระทบต่อมนุษย์ สิ่งที่ได้สัมผัสเป็นรูปธรรม คือ วัตถุ ความเจริญทางเทคโนโลยี การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสนองตอบความต้องการที่ดูเหมือนไร้ขีดจำกัด ทำให้กลืนกินวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ฝังามโดยไม่รู้ตัว ทั้งนี้เรื่องการแสดงตัวตนนั้นเป็นธรรมชาติของมนุษย์ แต่ปัจจุบันมนุษย์ในสังคมบริโภคใช้การบริโภคแสดงตัวตนของตนออกมา และวางตัวเองไว้ตำแหน่งไหนในสังคม จะแสดงรสนิยมและคติชีวิตส่วนตัวอย่างไรให้ปรากฏ หรือจะให้คนอื่นสัมพันธ์กับตนเองอย่างไร แล้วจึงเลือกแบบ

แผนการบริโภคนิยมหนึ่งที่กำลังจะได้ทำให้ตัวตนของตนเชื่อมโยงกับคนอื่นและสังคม ซึ่งทำให้ความเห็นแก่ตัวกลายเป็นธรรมชาติอย่างเดียวของมนุษย์ แล้วเรียกมันว่า “เศรษฐกิจศาสตร์”^๑

สุลักษณ์ ศิวรักษ์ วิพากษ์บริโภคนิยมนั้นเป็นศาสนาใหม่ที่เน้นการบริโภค และนิยมรับเพียงอย่างเดียว (ตรงข้ามกับ “การให้ทาน” ในพุทธศาสนา) คนมีเงินแล้วแต่ก็ยังไม่เพียงพอ ต้องขวนขวายเพื่อให้มีวัตถุที่ใหม่ที่สุด แดงที่สุด และดีที่สุดในวิถีการใช้สอย เป็นเครื่องมือหลัก ทำให้คนมองไม่เห็นโทษของการบริโภค รวมถึงการหลอกลวงโดยใช้วิธีโฆษณาชวนเชื่อให้คนหลง ของราคาถูกจะขายในราคาแพงขึ้น ลัทธิบริโภคนิยมเป็นการแสดงออกถึงทุนนิยมและขับเคลื่อนไปพร้อมๆ กัน (เรียกว่า Economism) จนทำให้เกิดประสิทธิภาพที่ทรงพลัง ทำให้คนยึดถือของปลอมเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิต ทั้งการติดอยู่กับเครื่องยนต์กลไก คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ ฯลฯ สุลักษณ์นิยามความหมายของ “การพัฒนา” เป็นคำหลอกลวงที่ให้ผลดีที่สุด ในประเทศมหาอำนาจ เช่น สมัยประธานาธิบดีทรูแมน สหรัฐอเมริกาได้ประกาศยกเลิกระบบจักรวรรดินิยม แต่หลอกลวงผู้คนด้วยคำว่า “Development” ให้ประเทศอื่นๆ รู้สึกว่าด้อยพัฒนา ต้องพยายามพัฒนาให้เหมือนอเมริกา ซึ่งสุลักษณ์มองว่า “Development” และ “อาณานิคม” ต่างแสดงความหมายเดียวกัน ในท้ายสุด สุลักษณ์กล่าวถึงผลกระทบของบริโภคนิยม ที่หลอกลวงให้คนรักศักดิ์ศรีปลอม ไม่ยอมรับศักดิ์ศรีจริงๆ ของความเป็นมนุษย์ กล่าวคือ “บริโภคนิยมหมายความว่า คนแต่งตัวดีมีค่ากว่าแต่งตัวเลว แต่งตัวดีคือแต่งแบบฝรั่ง แต่งตัวเลวคือแต่งตัวแบบผม (สุลักษณ์ ศิวรักษ์) แต่งตัวเลว คือ...เลวเหมือนคนพื้นเมือง”^๒

บทความของนิธิ และสุลักษณ์ต่างสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบของสังคมบริโภคนิยม ทั้งการทำให้คนเห็นแก่ตัวมากขึ้น การถูกหลอกลวงให้หลงในสิ่งปลอม มุ่งแต่จะรับทำเดียว โดยเฉพาะมุมมองของสุลักษณ์ที่บอกว่าลัทธิบริโภคนิยมเป็นศาสนาใหม่ที่ตรงข้ามกับการให้ทานในศาสนาพุทธ ซึ่งมุมมองของผู้วิจัยมีทัศนะที่แตกต่างไปจากของสุลักษณ์ หากพิจารณาในมุมมองต่างๆ ที่กว้างขึ้นบริโภคนิยมมิได้มีแต่แง่ลบเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะในบริบทของสังคมไทยที่พยายามวางนโยบายการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ บริโภคนิยม หรือทุนนิยมในบางแง่บางมุมก็อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กลไกต่างๆ ทั้งการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจขับเคลื่อนไปได้ อย่างไรก็ตามบทความนี้ก็แสดงให้เห็นถึงทัศนะและท่าทีหนึ่งของปัญญาชนที่ออกมาวิพากษ์ปรากฏการณ์บริโภคนิยมในสังคมไทย

^๑นิธิ เอียวศรีวงศ์, “สืบสายเดียวสู่สะดือ,” มติชนสุดสัปดาห์ ๒๐, ๑๐๑๕ (กุมภาพันธ์ ๒๕๔๓) : ๔๗.

^๒สุลักษณ์ ศิวรักษ์, “วิพากษ์บริโภคนิยม,” ไฮคลาส ๒๓, ๒๔๓ (๒๕๔๘) : ๔๒ – ๔๗, ๑๑๒ – ๑๑๓.

รง อุดมผล ศึกษาสังคมบริโภคนิยมผ่านองค์ประกอบต่างๆ ในกองขยะ ซึ่งแสดงออกถึงปัญหาทางสังคมที่ถูกทิ้ง ถูกปกปิด ซ่อนเร้นในสิ่งเลวร้าย และความสกปรกโสโครกของมูล กาก กองขยะนั้นเปรียบเสมือนกองแห่งทุกข์ หรือกองกิเลส ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่พบเห็นได้จากแหล่งชุมชนของสังคมเมือง ในการสะท้อนทางกายภาพ สิ่งแวดล้อมในตัวของมันเอง และสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางสังคม เมื่อคุณภาพชีวิต พฤติกรรม ค่านิยม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมในปัจจุบันที่ผู้คนต่างเชิดชูวัตถุนิยมเหนือจิตใจ โดยนำเสนอผ่านงานศิลปะเหมือนจริงที่ถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกที่หดหู่ยากแล้วในสภาวะที่เสื่อมโทรมสิ้นหวังด้วยเทคนิควิธีการทางจิตรกรรมและภาพถ่าย^๓

งานศึกษาชิ้นนี้แสดงให้เห็นในมุมมองด้านศิลปะ จิตรกรรม สะท้อนทัศนคติที่มีต่อวัตถุนิยม และบริโภคนิยม โดยแสดงให้เห็นถึงกระบวนการบริโภคในสังคมเมือง ในด้านหนึ่งบริโภคนิยมนั้นเป็นสิ่งที่คนบางกลุ่มยกย่องว่าดี หรรษา มีรสนิยม แต่อีกด้านหนึ่งเมื่อผ่านการบริโภคแล้วก็ออกมาในรูปขยะ ไร้ค่า น่าเหม็น (รง เปรียบเปรยว่าเสมือน กองทุกข์ กองกิเลส) ผลกระทบของวัตถุนิยม ทุนิยม และบริโภคนิยมผ่านการความหมายของงานศิลปะ ให้ตระหนักและหยุดทบทวนถึงผลกระทบที่แฝงตัวมากับบริโภคในสังคมไทย

กัลยา กนกกุลพลพงศ์ ศึกษาอิทธิพลของพ่อแม่ กลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชนซึ่งเป็นตัวแทนกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในการทำให้เด็กเกิดความต้องการสิ่งของภายใต้บริบทของวัฒนธรรมบริโภคนิยม รวมถึงวิธีการในการเรียกร้องกับพ่อแม่และอำนาจในการเรียกร้องของเด็กที่มีต่อพ่อแม่เมื่อเด็กเกิดความต้องการสิ่งของ การศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจากเด็กที่เกิดและเติบโตในกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง ๙ – ๑๒ ปี กำลังศึกษาอยู่ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๔ - ๖ พ่อแม่ของเด็กมีรายได้ตั้งแต่ ๑๑,๑๒๐ บาทขึ้นไปต่อเดือน โดยใช้เทคนิควิธีวิจัย แบบ Free Listing สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับเจ้าของร้านขายของ ๑ คน และกับเด็ก ๕๐ คน รวมถึงการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับพ่อแม่เด็ก ๑๐ คน ผลการศึกษาพบว่า พ่อแม่ กลุ่มเพื่อนและสื่อมวลชนมีส่วนในการขัดเกลาทางสังคมผู้บริโภคในการทำให้เด็กเกิดความต้องการสิ่งของภายใต้บริบทของวัฒนธรรมบริโภคนิยมซึ่งในแต่ละกรณีศึกษาเป็นตัวแทนที่ให้ภาพที่แตกต่างกันตามกระบวนการบริโภคนิยม เด็กแต่ละคนจะใช้วิธีการในการเรียกร้องกับพ่อแม่เพื่อให้ได้สิ่งของที่ต้องการมากกว่าหนึ่งวิธี สำหรับอำนาจในการเรียกร้องของเด็กนั้นพบว่า เด็กส่วนใหญ่มีอำนาจในการเรียกร้องเหนือพ่อแม่ซึ่งเป็นอำนาจที่อยู่บนพื้นฐานของความรัก ความผูกพันระหว่างพ่อแม่และเด็กถึงแม้เด็กไม่ได้เรียกร้องหรือไม่ได้ใช้อำนาจนั้น พ่อแม่ก็ยังซื้อสิ่งของที่รู้ว่าตัวเด็กชอบให้ โดยการซื้อแต่ละครั้งพ่อแม่จะคำนึงถึงความ

^๓รง อุดมผล, “ภาพสะท้อนสังคมบริโภคนิยม” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศิลป์ สาขาจิตรกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๒).

จำเป็นและประโยชน์เป็นหลัก แต่บางครั้งพ่อแม่ก็อาจปฏิเสธการซื้อสิ่งของให้กับเด็ก วิธีการที่เด็กใช้เมื่อพ่อแม่ไม่ซื้อสิ่งของให้ ก็จะเก็บเงินซื้อสิ่งของนั้นๆ ด้วยตัวเอง^๕

งานของกัลยาศึกษาเกี่ยวกับบริโภคนิยมของเด็กในวัยก่อนเข้าสู่วัยรุ่น (๙ – ๑๒ ปี) และครอบครัวชนชั้นกลางในสังคมไทย งานศึกษานี้ให้ภาพแทนของเด็กต่อกระแสและกระบวนการบริโภคนิยมที่มีอิทธิพลต่อพ่อแม่ และครอบครัวในสังคมเมือง

พันวสา พุทธจามร ศึกษาทัศนคติและค่านิยมของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยกลุ่มหนึ่งที่มีต่อแฟชั่นต่างประเทศผ่านการบริโภคนิตยสารต่างประเทศ ฉบับภาษาไทย ผลการศึกษาพบว่า ปรากฏการณ์ทางสังคมของประเทศไทยนั้นกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นตะวันตก และมีพฤติกรรมบริโภคนิยมมากขึ้น โดยข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษามีทั้งยอมรับ ไม่ยอมรับ หรือวางเฉย ไม่ว่าจะเป็นปฏิกิริยาลักษณะใดก็ตาม อย่างน้อยก็ช่วยสะท้อนปรากฏการณ์ทางสังคม คือ กระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรมตะวันตกจากคนกลุ่มหนึ่งไปสู่คนอีกกลุ่มหนึ่ง ทั้งนี้วัฒนธรรมตะวันตกที่ได้รับผ่านทางสื่อนิตยสารทั้งในด้านการแต่งกาย การดำเนินชีวิต การบริโภค ล้วนมีผลต่อการลดลักษณะของความเป็นไทยลงเรื่อยๆ อาทิ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงาม กริยามารยาท การวางตัวในสังคม เป็นต้น จนเกิดความตระหนักถึงผลกระทบและผลเสียที่คาดว่าจะได้รับทั้งปัจจุบันและอนาคต^๖

งานชิ้นนี้เป็นกรณีศึกษาหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างอัตลักษณ์ผ่านภาพตัวแทนถ่ายทอดวัฒนธรรมของความเป็นคนรุ่นใหม่ที่ยพยายามจะสร้างจากแบบฉบับเดียวกันปรับเปลี่ยนค่านิยมในการดำเนินชีวิตให้สอดคล้องกับวิถีการบริโภคในสังคมสมัยใหม่ที่กำลังดำเนินไป

รมณ ชมปริดา ได้ศึกษารูปธรรมของการบริโภคในยุคโลกาภิวัตน์และการเลี่ยนรูปแบบไฮโซ พบว่าในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการกระจายสินค้าออกไปทั่วโลก อาหารหมาก็เป็นตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการดังกล่าว เนื่องมาจากระบบเครือข่ายสื่อสารมวลชนระดับโลกมีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิถีการบริโภค การดูแลสุขภาพหมาที่ดีถูกทำให้เป็นความรู้ การดูแลสุขภาพกลายเป็นเรื่องซับซ้อน ต้องใช้ทั้งเงินและเวลาพอสมควรในการเลือกบริโภคสินค้าของหมา เห็นได้จากภาพลักษณ์หมาตัวเมียนั้นลอกเลียนภาพลักษณ์ของผู้หญิง เช่น หมา

^๕ กัลยา กนกกุลพลวงศ์, "บริโภคนิยมของเด็ก : ศึกษากรณีความต้องการและการได้มาซึ่งสิ่งของจากพ่อแม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสังคมวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๗).

^๖ พันวสา พุทธจามร, "บริโภคนิยมในนิตยสารแฟชั่นต่างประเทศ ฉบับภาษาไทย" (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๖).

ตัวเมียควรใส่ปลอกคอสีชมพู สืบเนื่องจากผลกระทบของสังคมสมัยใหม่ที่ทำให้คนจำนวนมากในเมืองใหญ่รู้สึกเหงา ความหมายของหมาจึงถูกเปลี่ยนจากหมาเฝ้าบ้านไปสู่เพื่อนสนิท ลูกชาย ลูกสาว น้อง ฯลฯ เพื่อชดเชยความเหงาของคน กลุ่มคนเลี้ยงหมาแบบไฮโซใช้เงินจำนวนมากในการดูแลหมาของเขา งานศึกษานี้ใช้แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของโบดริยาร์ดในการอธิบายรูปแบบการบริโภคของคนเลี้ยงหมาแบบไฮโซ พบว่าผู้คนไม่ได้บริโภคสินค้าเพียงแค่ประโยชน์จากตัวสินค้าโดยตรง แต่บริโภคความหมายที่ผูกติดมากับตัวสินค้าด้วย ทั้งการบริโภคบริการและสินค้าเกี่ยวกับหมาว่าเป็นเรื่องจำเป็น และเหมาะสมสำหรับหมาของพวกเขา เช่น ในสินค้าต่างๆ ที่เลือกสรรแล้วให้แก่หมาของตนล้วนสะท้อนให้เห็นถึงความรัก การดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิดของเจ้าของที่มีต่อหมา^๖

งานของรมณให้ภาพกว้างๆ สะท้อนให้เห็นถึงการกระจายตัวของสินค้าในยุคโลกาภิวัตน์ และการกำหนดวิถีการบริโภคสิ่งของต่างๆ แก่คนที่เลือกและรับสื่อเหล่านั้น กรณีศึกษานี้ รมณเลือกคนชั้นสูง (Hi - Society) เป็นภาพตัวแทนกระบวนการเติมแต่งลักษณะที่สะท้อนทัศนคติของตนสู่หมาที่ตนเลี้ยงไว้ การเลือกซื้อหาความหมายของสินค้าที่เติมแต่งเหล่านั้นก็ล้วนสะท้อนสัญลักษณ์ชุดต่างๆ ในสินค้าที่ซื้อเพื่อเติมความหมายแก่หมาที่ตนเลี้ยงไว้ ทั้งนี้ยังทำให้ทราบค่านิยม และเข้าใจตัวตนของเจ้าของหมาด้วย

รัศมี เตชะธาดากุล ศึกษาค่านิยม ปัจจัยและพฤติกรรมศาสนาความเชื่อเกี่ยวกับการสะสมพระพิมพ์ กรณีศึกษาประชาชนคนเล่นพระเครื่องย่านตลาดถนนท่าพระจันทร์ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ สังเกตการณ์ และแบบสอบถามจำนวน ๑๐๐ ชุด พบว่าปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการสะสมพระเครื่อง ได้แก่ ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา นอกจากนี้พฤติกรรมทางศาสนาความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อการสะสมมาก ทั้งตอบสนองความต้องการของคนในสังคม ตอบสนองความไม่มั่นคงในชีวิต ขาดที่พึ่งพิงทางใจ พระเครื่องจึงเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจแก่คนเหล่านั้น ดังนั้นธุรกิจพระเครื่องยังคงเฟื่องฟูอยู่ในสังคมไทย ตามความพึงพอใจและไม่เกี่ยงราคา ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการต่างๆ ๕ ประการที่เกี่ยวข้องระหว่างพระเครื่องกับคนที่นับถือ แล้วเป็นระบบเศรษฐกิจอย่างครบถ้วน คือ

๑. ผู้ผลิตและการผลิต คือ พระสงฆ์ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการประกอบพิธีกรรมเพื่อให้เกิดความศักดิ์สิทธิ์ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับผิดชอบการผลิต

๒. การประชาสัมพันธ์ ให้ข่าวการผลิตกระจายไปสู่สำนักนิยมพระเครื่อง ได้แก่ หนังสือพระเครื่องต่างๆ หนังสือพิมพ์รายวัน ตลอดจนวิทยุ และโทรทัศน์

^๖รมณ ชมปรีดา, “โลกของคนเลี้ยงหมาแบบ ‘ไฮโซ’ : วัฏจักรของการบริโภคยุคโลกาภิวัตน์” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๗).

๓. การจำหน่าย ทั้งในวงแคบและวงกว้าง หากพระเครื่องรุ่นใดจำหน่ายหมดอย่างรวดเร็วนั้นขึ้นอยู่กับอุปสงค์และพิธีกรรมการผลิตว่าให้ความสำเร็จ มั่นใจกับผู้นิยมพระเครื่องเพียงใด

๔. ผู้บริโภคนิยมพระเครื่อง ทั้งผู้ที่เชื่อถือในความศักดิ์สิทธิ์ และผู้ที่ศึกษาพระเครื่องในทางศิลปะ นับเป็นตัวแปรในการผลิตที่สำคัญ หากมีผู้นิยมมากราคาพระเครื่องก็จะสูงตามความนิยม

๕. เงินทุน หรือเงินที่ได้จากการผลิตและจำหน่ายพระเครื่องจะนำไปใช้เป็นต้นทุนในการผลิตซ้ำในครั้งต่อไป

กระบวนการ ๕ ประการที่กล่าวมานั้นล้วนแสดงความสัมพันธ์กับความเชื่อ วิถีชีวิต ธรรมชาติ และระบบธุรกิจในสังคมไทยอย่างชัดเจน^๗

งานชิ้นนี้ทำให้เห็นภาพเบื้องต้นอย่างกว้างๆ แต่ผลของการศึกษาทำให้ทราบถึงค่านิยมและปัจจัยในการสะสมพระพิมพ์ ย่านท่าพระจันทร์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสะสม ได้แก่ อิทธิพลทางความเชื่อ ศาสนา และเศรษฐกิจ ดังนั้นเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับลัทธิบริโภคนิยมตามทัศนะของสูลักษณ์ ศิวรักษ์ (อ้างแล้ว) ที่กล่าวว่า ลัทธิบริโภคนิยมได้กลายเป็นศาสนาใหม่ในโลก ยี่ห้อ Brandname ชื่อดังเปรียบเสมือนวัตถุมงคลล้ำค่าที่ผู้คนต่างขวบขวายเพื่อให้ได้มา และผลิตซ้ำพิธีกรรมไม่รู้จบ ประกอบกับสาวกผู้ศรัทธาอย่างมากต่อสินค้านั้นๆ นำไปสู่การบริโภคนิยมไม่รู้จบ ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการทั้ง ๕ ประการที่กล่าวในข้างต้นและปัจจัยต่างๆ มีความคล้ายคลึง และสอดคล้องกันกับประเด็นที่ผู้วิจัยทำการศึกษาอยู่ ภายใต้เงื่อนไขและบริบททางสังคมเดียวกัน

“วัฒนธรรมการบริโภคนิยม” “บริโภคนิยม” “ลัทธิบริโภคนิยม” ฯลฯ นั้นมีผู้ศึกษาและวิพากษ์ปรากฏการณ์เหล่านี้มากมาย ทั้งกล่าวถึงผลกระทบในด้านต่างๆ ต่อสังคม และเสนอให้ผู้คนพิจารณาถึงปรากฏการณ์ดังกล่าวว่ามีใช่เพียงแค่ผลพวงมาจากสังคมสมัยใหม่ แต่แนวคิดเรื่องบริโภคนิยมดำรงและดำเนินควบคู่ไปกับทุนนิยมเสรีที่นับวันประเทศต่างๆ มุ่งพัฒนาประเทศของตนเข้าสู่บริโภคนิยม และทุนนิยม ส่งผลให้ทัศนคติในการเลือกซื้อ เลือกใช้ เลือกบริโภคนิยมถูกกำหนดจากปัจจัยดังกล่าว ซึ่งเกิดการยอมรับ และผลักดันให้วิถีการดำเนินชีวิตเป็นไปตามแบบฉบับเดียวกันมากขึ้นทุกที

^๗ รัศมี เตชะธาดากุล, “ค่านิยมในการสะสมพระพิมพ์ (พระเครื่อง)” (สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๓๕).

๒. งานศึกษาเกี่ยวกับความหมายของรสนิยมในสังคมบริโภค

ในส่วนแรกนี้ผู้วิจัยขอพิจารณาถึงความหมายของคำว่า “รสนิยม” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๒ เพื่อทำความเข้าใจความหมายเบื้องต้นก่อนจะเชื่อมโยงความหมายของรสนิยมกับงานศึกษาอื่นๆ ดังนี้

“รสนิยม” [รตสนิยม หรือ รตนิยม] เป็นคำนาม มีความหมายว่า “ความนิยมชมชอบ ความพอใจ เช่น เขามีรสนิยมในการแต่งตัว”^๘

และหากแยกความหมายเพิ่มเติมใน “รสนิยม” ให้ละเอียดมากขึ้น ก็อาจกล่าวได้ว่า

“รส” เป็นคำนาม มีความหมายว่า “สิ่งที่รู้ได้ด้วยลิ้น เช่น เปรี๊ยะ เผ็ด ฝาด โดยปริยายหมายถึง ความไพเราะ เช่น กลอนบทนี้ไม่มีรส”^๙

“นิยม” หากเป็นคำนาม มีความหมายว่า “การกำหนด ถ้าเป็นคำกริยา มีความหมายชมชอบ ยอมรับนับถือ ชื่นชมยินดี ถ้าใช้ประกอบท้ายคำสมาสบางคำมีความหมายว่า ลัทธิ เช่น ชาตินิยม สังคมนิยม”^{๑๐}

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ ประมวลข้อสังเกตบางประการที่ได้จากการศึกษาพัฒนาการทางความหมายของคำ “รสนิยม” ดังนี้

๑. รสนิยม เป็นคุณสมบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับความสามารถและคุณสมบัติในการทำงานและบทบาทหน้าที่ของบุคคลที่มีต่อสังคม หากแต่ผูกติดกับส่วนที่เป็นเวลาว่าง (Leisure) มากกว่า การปรากฏขึ้นของคำและแพร่หลายในความรับรู้ของสังคม จึงบ่งชี้ถึงการที่เวลาว่างทวีความสำคัญขึ้นเช่นกัน

๒. การนิยามรสนิยมในฐานะคุณสมบัติที่ทุกบุคคลมีแต่อาจต่างกัน ขึ้นอยู่กับการอบรมและบริบททางสังคม เป็นปรากฏการณ์ที่แสดงถึงลักษณะของการยอมรับและให้ความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของบุคคลในฐานะมนุษย์สามัญ ในขณะเดียวกันมันบ่งบอกถึงการยอมรับความไม่เท่าเทียมกันของมนุษย์ ในสังคมจึงมีการลำดับชั้นของคุณสมบัตินี้เป็นสูง - ต่ำ

๓. รสนิยม ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการแบ่งกลุ่มทางสังคม หากบุคคลต้องการเข้ากลุ่มและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มสังคมนั้นจะต้องปรับดัดแปลงให้ตนมีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ที่กลุ่มสังคมนั้นกำหนด ลักษณะเช่นนี้มีความสำคัญมากในแง่ของการเลื่อนสถานภาพทางสังคมและการจัดลำดับชั้นของสังคมไทย มันจึงมีนัยที่แสดงถึงความสั่นคลอนของเกณฑ์การแบ่งชั้นแบบเก่า

^๘“รสนิยม,” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๒ (กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, ๒๕๕๖) : ๙๒๗.

^๙“รส,” เรื่องเดียวกัน.

^{๑๐}“นิยม,” เรื่องเดียวกัน : ๕๘๙.

๔. รสนิยม เป็นคุณสมบัติในการเลือกปฏิบัติของบุคคล ในการที่จะกระทำอย่างที่ตนเห็นว่า ดี/งาม/ชอบ ในการที่จะเลือกซื้อสิ่งของและครอบครองวัตถุที่ต่างกัน ตามความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ลักษณะเช่นนี้ย่อมบังเกิดได้ในสภาพแวดล้อมที่สังคมไม่วางกฎเคร่งครัดตายตัวเอื้อให้เกิดทางเลือกในการปฏิบัติของบุคคลได้ อีกทั้งย่อมบังถึงการมีตัวเลือกที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งลักษณะเช่นนี้เป็นลักษณะของเศรษฐกิจระบบการตลาดเสรีในปัจจุบัน

๕. คุณสมบัติเช่นนี้ มีพื้นฐานอยู่ที่ความรู้ชุดหนึ่งในสังคมที่จะกำหนดว่าสิ่งใดงาม/ไม่งาม เป็นที่ยอมรับของสังคมในขณะนั้นหรือไม่ คุณสมบัติของปัจเจกบุคคลนี้จึงมิได้เป็นอิสระจากโลกทัศน์และโครงสร้างทางสังคมที่แวดล้อมปัจเจกนั้นอยู่ มนุษย์ไม่สามารถใช้ภาษาโดยปราศจากไวยากรณ์และหลักภาษาที่สังคมนั้นๆ รับรู้ร่วมกัน ฉะนั้นฉันนั้นรสนิยมในฐานะภาษาสังคมย่อมมีกฎเกณฑ์ที่รองรับมันอยู่เช่นกัน และกฎเกณฑ์ก็อาจถูกเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมในแต่ละมิติของเวลา

รสนิยมในฐานะคุณสมบัติปรากฏขึ้นในเวลาเดียวกับที่มีคำใหม่ๆ จำนวนมากได้เกิดขึ้น เช่น ศิลปะ วรรณคดี นักศึกษา ฯลฯ และเป็นที่ยกย่องทำความเข้าใจในสังคมไทย อะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คำเหล่านี้ปรากฏขึ้น *งานชิ้นนี้ให้คำตอบในเรื่องเหล่านี้ว่า (ขยายความ) เหตุใดมันจึงแพร่หลายในความรับรู้ของคนจำนวนมาก มันกระทบต่อการดำรงอยู่ และเคลื่อนไหวทางสถานะสังคม เศรษฐกิจของชนชั้นต่างๆ ในสังคมไทยอย่างไร เราอาจจะพบคำตอบเหล่านี้ได้ เมื่อเรานำการปรากฏตัวขึ้นของคำไปจัดวางเข้ากับบริบทที่แวดล้อมมันอยู่ในแต่ละช่วงเวลา^{๑๑}

นอกจากนี้สมรักษ์ ได้ศึกษาปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงมาสู่วัฒนธรรมบริโภคนิยมในสังคมไทย ผ่านการศึกษาพัฒนาการทางความหมายของ "รสน" และ สภาพการณ์ที่คนในสังคมไทยให้ความสำคัญแก่ "รสนิยม" หรือ คุณสมบัติของบุคคลในการเลือกบริโภคและครอบครองสิ่งของที่ตนเห็นว่างาม (ในงานศึกษาชิ้นนี้เน้นศึกษารสนิยมผ่านการแต่งกายในสังคมไทย) ในฐานะที่สื่อภาษาสามารถบอกให้คนในสังคมเข้าใจตัวตนของปัจเจกบุคคลและตำแหน่งทางสังคมที่ปัจเจกนั้นดำรงอยู่ในสภาพที่เศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรีเติบโตขึ้น ขณะที่ระบอบประชาธิปไตยเสนอประเด็นเรื่องเสรีภาพและเสมอภาคของประชาชน ทำให้ทางเลือกในการปฏิบัติตนของคนในสังคมไทยเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับระบบการผลิตสินค้าแบบมวลชนทำให้เกิดการเลียนแบบการแต่งกายของคนชั้นสูงได้ง่ายขึ้น ในขณะเดียวกันระบบแข่งขันทางการตลาดและการโฆษณาแบบใหม่ก็เปิดโอกาสให้รูปแบบการแต่งกายใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา เอื้อต่อการดิ้นรนต่อสู้ของคนที่ด้อยสถานะด้วยการทำทนายไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดจากกลุ่มอำนาจนำ และพยายามทำให้สิ่งที่พวกตนเห็นว่าดีงามนั้นเป็นที่ยอมรับ โดยการส่งผ่านรหัส

^{๑๑} สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม

(กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๔), ๖๓ - ๖๔.

ทางการแต่งกายที่หลากหลายขึ้น ทั้งการปิดกันเสรีภาพการแสดงออกทางการเมืองเป็นเวลา
กว่า ๑๐ ปี และภายใต้การเปิดกว้างทางการค้าและการบริโภคสินค้าทำให้คนจำนวนมากหันเห
ไปแสวงหาเสรีภาพในการบริโภคแทน "รสนิยม" กลายมามีความหมายเพียงความชอบส่วน
บุคคลที่แตกต่างกัน จนยากที่จะหาเกณฑ์ใดเพียงหนึ่งเดียวมาตัดสินระดับสูงต่ำของรสนิยมการ
แต่งกายของคนทั้งสังคมได้ ยิ่งในสภาพสังคมปัจจุบันที่คนในเมืองปฏิสัมพันธ์กันโดยตรงน้อยลง
ทุกขณะ การสื่อสารกันโดยผ่านสินค้าจึงทวีความสำคัญขึ้น รสนิยมหรือการเลือกบริโภคสินค้า
ของปัจเจกจึงกลายเป็นภาษาในสังคมบริโภค^{๑๒}

งานศึกษานี้ทำให้เห็นพัฒนาการความหมายของรสนิยม ในอดีตนั้นรสนิยมล้วน
เชื่อมโยงกับระบบชนชั้น ศักดินา การเลือก การใช้ การเสพสิ่งต่างๆ ของคนชั้นสูง ล้วนสร้าง
เป็นแบบแผนที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ดีของคนในสังคมส่วนใหญ่ เป็นแบบฉบับให้ชนชั้น
กลาง และชนชั้นต่ำ นำไปประพฤติปฏิบัติตามเพื่อยกฐานะ คุณค่าทางสังคมของตนให้สูงขึ้น
ตาม ทั้งนี้รสนิยมสามารถแปรเปลี่ยนได้เสมอ การจะบ่งชี้อย่างชัดเจนไปว่ารสนิยมที่ดีคืออะไร
เป็นสิ่งที่ยากต่อการนิยามความหมาย ผู้วิจัยมีความเห็นว่ารสนิยมนั้นเป็นความหมายทางสัญญาณ
(Sign) ที่จับต้องไม่ได้ แต่มีอิทธิพลทางความคิด และสร้างบรรทัดฐานของคนในสังคม ซึ่งถูก
ผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องไปไม่รู้จบ ผ่านสังคมอุตสาหกรรมในปัจจุบัน การเลือก การใช้สินค้าตาม
ยี่ห้อที่ถูกยกขึ้น ถูกประทับตราความขลัง และศักดิ์สิทธิ์ผ่านสินค้าโฆษณา ทั้งการถูกนำไปใช้
งาน และการนิยามคุณค่าผ่านการสะสมล้วนถูกสร้างขึ้นเป็นกระบวนการในการบริโภค แผ่ขยาย
อย่างทรงอิทธิพลไปทุกตลาด ทุกสังคมทั่วโลกอย่างมีอาจเหลือเถียงได้

ศิริพันธ์ ใจเที่ยง ศึกษาการสร้างคุณค่าแก่สินค้าภายในตลาดมือสอง ผ่านวาทกรรม
“รสนิยมดี ราคาประหยัด” และคุณค่าเชิงสัญลักษณ์กับผู้ผลิตนั้นๆ ในสังคมไทยนั้นให้คุณค่ากับ
สินค้าที่มีชื่อเสียงหรือ “มียี่ห้อ” ว่าเป็นของดี ผู้ที่จะบริโภคยี่ห้อนั้นๆ ได้ต้องมีฐานะดีพอสมควร
“ยี่ห้อ” จึงสร้างความแตกต่างระหว่างยี่ห้อด้วยกันเอง ไปจนถึงการสร้างภาพลักษณ์ให้กับ
ผู้บริโภคว่ามีรสนิยมดีอีกด้วย ประกอบกับการนำเสนอของผู้ค้าต่อลูกค้าว่ายี่ห้อสินค้าของตนว่า
เป็นของแท้เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ว่านอกจากจะได้ “ของแท้” แล้ว ยังมีราคาถูกกว่าที่
อื่นๆ ด้วย ผลการศึกษาพบว่าในกรณีที่เป็น “สินค้านอก” “มียี่ห้อ” เหล่านั้นจะปรากฏอยู่ใน
สถานที่ที่เป็นสัญลักษณ์บ่งบอกระดับของผู้บริโภค เช่น ในห้างสรรพสินค้า หรือนำเข้าจาก
ต่างประเทศ เพราะไม่มีวางจำหน่ายในประเทศ แต่ธุรกิจสินค้ามือสองก็ทำให้ “ยี่ห้อนอก”
เหล่านั้นมาอยู่ตรงหน้าผู้บริโภคให้เลือกซื้อหาได้ ในการวิเคราะห์ช่วงท้ายแสดงให้เห็นว่า สินค้า
มือสองไม่ได้เพื่อตอบสนองความต้องการทางปัจจัยพื้นฐานของมนุษย์เพียงอย่างเดียว แต่เป็น
การบริโภคคุณค่าทางสัญญาณที่ติดมากับสินค้าอีกด้วย ทั้งความทันสมัย รสนิยม มีราคา แตกต่าง

^{๑๒} เรื่องเดียวกัน.

จากผู้อื่น ฯลฯ ซึ่งเป็นแบบแผนการบริโภคที่สังคมบริโภคนิยมสร้างขึ้นและให้คุณค่า เพื่อหลอกให้ผู้คนหลงใหลไปตามกระแสการบริโภค โดยมองเลยประโยชน์การใช้สอยของวัตถุออกไปสู่ความหมายอื่นซึ่งจับต้องไม่ได้^๓

หากแทนความหมายของไฟแช็กชิปไปกับเสื้อผ้ามียี่ห้อในตลาดสินค้ามือสอง ก็อาจกล่าวได้ว่าเป็นของมีค่าและรสนิยมที่ดีเช่นเดียวกัน แต่ทว่าในตลาดมือสองมีราคาประหยัดกว่าสินค้ามือหนึ่งในห้างสรรพสินค้า โดยผู้บริโภคสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ รวมทั้งยังสร้างความเป็นสินค้า “นอก” และ “แท้” ให้ผู้บริโภคชั้นกลางหรือล่างได้เลือกเสพความหมาย คุณค่า รสนิยม นอกเหนือจากประโยชน์การใช้สอยสิ่งเดียวกันกับผู้บริโภคชั้นสูง เพื่มรสนิยมของตนเพื่อรับประเมินคุณค่าจากสังคมว่า “ดี” “เป็นแบบฉบับ ตลาดมือสองจึงกลายเป็นพื้นที่หนึ่งที่สามารถเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสัญญะนั้นๆ ผ่านสินค้าอัตลักษณ์ และปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนได้ตามต้องการ

๓. งานศึกษาเกี่ยวกับสัญญะในวัฒนธรรมการบริโภค

ศรินทร์ รัตน์เจริญจร ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับความหมายเชิงสัญญะของสินค้าที่มนุษย์บริโภคในสังคมไทยยุคบริโภคไร้พรมแดน โดยเลือกสตาร์บัคส์ ร้านกาแฟจากสหรัฐอเมริกาเป็นกรณีศึกษาครั้งนี้ ด้วยจุดเด่นของร้านที่พยายามนำเสนอตนเองเป็นสินค้าสัญญะที่ประกอบด้วยชุดความหมายสลับซับซ้อนเฉพาะตัวโดยอิงกับ “ความเป็นอเมริกัน” (ที่กำลังเป็นมาตรฐานทางวัฒนธรรมใหม่ของชนชั้นกลางในสังคมเมือง) อย่างชัดเจน งานศึกษานี้วิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะชุดดังกล่าวว่าสามารถทำงานอย่างไรในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยทั้งในแง่ที่ผู้บริโภคจะเลือกเสพความหมายที่ถูกเตรียมให้ และในแง่ที่ผู้บริโภคเองก็มีสิทธิที่จะผลิตความหมายให้กับ “สตาร์บัคส์” ได้ในเวลาเดียวกัน คำถามอีกอย่างหนึ่งที่น่าสนใจคือ พฤติกรรมการเสพความหมายของสินค้าสัญญะสะท้อนให้เห็นถึงวิธีสร้างและรับรู้ความหมายตนเองของผู้บริโภคอย่างไร

สตาร์บัคส์เป็นร้านกาแฟที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเองได้อย่างโดดเด่นผ่านการปรุงแต่งคุณค่าเชิงสัญญะให้กับกาแฟและร้านกาแฟ โดยใช้กระบวนการโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ กระบวนการดังกล่าวนำเสนอความหมายซับซ้อนและสำเร็จรูปให้กับสินค้าและบริการ โดยแท้จริงก็เป็นวิธีสากลอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตสินค้าในยุคทุนนิยมและบริโภคนิยมไร้พรมแดนใช้เพื่อกลบเกลื่อนความเป็นของไหลของตนเอง สร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายและเป็นคู่แข่งกัน เพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดใจกลุ่มผู้บริโภค ให้สินค้า

^๓ ศรินทร์ ใจเที่ยง, “ชีวิตของสินค้ามือสองประเภทแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ในตลาดนัดชั่วคราว : แง่มุมบางประการ,” ใน ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด, สมรักษ์ ชัยสิงกานานนท์, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๔๙), ๒๖๔ – ๓๒๐.

ของตนสามารถขายได้ ความสำเร็จรูปของชุดความหมายดังกล่าวทำให้ใครก็ได้ที่อยู่ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้ามาจับ “ครอบ”^{๔๔} ความหมายเหล่านั้นได้โดยมีกรรมวิธีไม่ยุ่งยากนัก

ผลการศึกษาพบว่า มนุษย์ กับสินค้าในวัฒนธรรมบริโภคนิยมถูกสร้างความหมายให้สัมพันธ์เชื่อมโยงกันผ่านการใช้ “สื่อสัญญาะ” ภายใต้ค่านิยมอันเป็นกติการ่วมชุดหนึ่ง ทำให้ผู้บริโภคตระหนักรู้ถึงการที่ตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมได้ภายใต้กรอบดังกล่าว ปัจเจกชนก็สามารถปรุงแต่งความหมาย หรืออัตลักษณ์ของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตใจผ่านชุดความหมายต่างๆ ที่ผู้ผลิตสินค้าตระเตรียมไว้ให้เช่นกัน แต่ทั้งนี้และทั้งนั้นก็ล้วนอยู่ภายใต้บังคับการของ “พระเจ้า” เงินตราองค์เดียวกัน^{๔๕}

งานศึกษานี้ทำให้เห็นกระบวนการแสดงอัตลักษณ์ของคนผ่านสัญญาะทั้งในรูปแบบการบริโภคการแพ้อัตลักษณ์ของร้านและกลุ่มลูกค้า ผ่านพื้นที่ร้านสตาร์บัคส์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นการเลือกเฟ้นทางอัตลักษณ์ของคนกลุ่มต่างๆ สู่พิธีกรรมการครอบความหมายนั้นๆ เพื่อรับเอาความเป็นสตาร์บัคส์ที่พึงปรารถนาจากค่านิยม รสนิยม ดังวาทกรรมที่กล่าวว่า “You are what you drink” ทั้งนี้เมื่อเชื่อมโยงเข้ากับการเลือกบริโภคสินค้าของคนเล่นชิปไป อาจแทนความหมายอัตลักษณ์สินค้ากับมนุษย์ในวัฒนธรรมบริโภคนิยมดังกล่าวล้วนถูกสร้างความหมายให้สัมพันธ์กัน ปัจเจกชนก็สามารถปรุงแต่งความหมาย หรืออัตลักษณ์เฉพาะของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตใจ ผ่านชุดความหมายต่างๆ ที่ผู้ผลิตสินค้าตระเตรียมไว้ตามกระบวนการบริโภคที่คล้ายคลึงกัน

*งานศึกษานี้ทำให้เห็นและเข้าใจถึงความหมายที่สตาร์บัคส์ไม่ได้สื่อออกมาตรงๆ แต่เป็นสัญญาะที่ซ่อนอยู่ในอัตลักษณ์ความเป็นสตาร์บัคส์ที่โดดเด่นที่สุด ไม่เพียงแต่กาแฟพันธุ์ดีเท่านั้น ยังบริโภคความรู้ ความเชี่ยวชาญที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดีทุกถ้วยเสิร์ฟกาแฟให้จดจำ ชีตความหมายดังกล่าวสะท้อนการสร้างความหมายทั้งบุคลากร และบรรยากาศภายในร้านในการคัดเลือกพนักงาน “เด็กที่ทำงานต้องจบปริญญาตรีเป็นอย่างน้อย” ทำให้เห็นและเข้าใจภาพสะท้อนของผู้รู้ด้านกาแฟที่ดีที่สุด นอกจากนั้นบรรยากาศของร้านเปรียบเสมือนที่ประกอบพิธีกรรม หากแทนความหมายของกลิ่นรูปเทียนอันศักดิ์สิทธิ์แล้วกลิ่นหอมจากกาแฟก็สร้างความศรัทธาแก่ผู้เสพความหมายนั้นถึงความดีที่สุด และเป็นผู้รอบรู้ รวมทั้งสัญลักษณ์การตกแต่งร้าน

^{๔๔} การที่ปัจเจกบุคคลรับความหมายอัตลักษณ์ในเชิงสัญญาะ เพื่อปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เดิมของตน ในที่นี้แทนความหมายของร้านกาแฟสตาร์บัคส์มีความหมายแตกต่างไปตามการตีความของปัจเจก

^{๔๕} ศรีนคร รัตน์เจริญจร, “ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔).

ศรีนครสรุปว่า อัตลักษณ์ของปัจเจกเป็นสิ่งที่เคลื่อนไหว ไหลลื่น ไม่แน่นอน โดยเฉพาะอัตลักษณ์ที่ก่อรูปจากการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมต่าง ๆ คนในวัฒนธรรมบริโภคสามารถมีชุดของคำอธิบายตัวตนได้หลากหลายชุด จากปัจจัยหลายอย่างภายใต้บริบททางสังคมที่แตกต่างกันไป และเปลี่ยนแปลงแตกต่างไปจากอัตลักษณ์ที่เคยแสดงออกไปได้อย่างไม่จำกัด

ทรงศักดิ์ แซ่ตั้ง ศึกษาการนำสัญลักษณ์มาใช้ในงานศิลปะ และการตีความสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏในงานของต้นช่วง พ.ศ. ๒๕๓๙ - ๒๕๔๑ โดยวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางสังคม สัญลักษณ์ของลัทธิบริโภคนิยม ผลการศึกษาพบว่า การนำสัญลักษณ์มาใช้ในงานศิลปะนั้นมาจากปัจจัย ๒ ประการ ประการแรกมาจากการให้ความหมายของผู้สร้างงานศิลปะเอง ประการที่สองมาจากบริบททางสังคมที่แวดล้อมผู้สร้างงานศิลปะ เช่น วัฒนธรรมย่อย สื่อมวลชน กระแสใหม่ที่เข้ามาใน สังคม การโฆษณา ธุรกิจบันเทิง ชาว เป็นต้น นอกจากนั้นยังพบว่าผู้สร้างงานศิลปะ หรือศิลปินจะมีบทบาทหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดอุดมการณ์ทางสังคม ความเชื่อทางสังคม ฯลฯ ผ่านงานศิลปะของตนโดยอยู่บนพื้นฐานว่าศิลปะเป็นสถาบันย่อยสถาบันหนึ่งทางสังคม โดยพิจารณาจากการตีความสัญลักษณ์ทางสังคมต่าง ๆ และเลือกผลงานบางส่วนของตนมาวิเคราะห์เพียงบางมุมที่ควรกล่าวถึงเนื่องจากผลงานบางชิ้นก็มีนัยยะแฝงหลายนัยยะด้วยกัน หากหยิบยกมาพิจารณาก็อาจเกินขอบเขตที่ได้ตั้งไว้ในงานศึกษา งานศึกษาของทรงศักดิ์เน้นการตีความทางสัญลักษณ์เป็นสำคัญ เมื่อศึกษาเกี่ยวกับการใช้สัญลักษณ์ และการตีความหมายทางสัญลักษณ์ในงานศิลปะพบว่าสิ่งที่ปรากฏในผลงานมีความหมายทางสัญลักษณ์แทบทั้งสิ้น ทั้งจากเงื่อนไขทางวัฒนธรรม สังคม ยุคสมัย และช่วงเวลา เข้ามาเกี่ยวข้องในการตีความจากผลงาน^{๒๖}

ยูอิ นากามูระ ศึกษากระบวนการสร้างสัญลักษณ์ของสินค้าโดยกิจกรรมทางการตลาดของผู้ผลิตและผลกระทบของสัญลักษณ์นิยมต่อกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาและสถาบันสังคม รวมทั้งกระบวนการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตและความนิยมในการบริโภคสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาร่วมกับสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจของครอบครัว ในการศึกษาครั้งนี้เลือกสินค้าชนิดหนึ่งที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมบริโภคของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร คือ สินค้าที่มีรูปการ์ตูนยี่ห้อหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงจากวัยรุ่น โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ศึกษากลุ่มตัวอย่างนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๑ - ๖ ของโรงเรียน ๓ แห่งในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร คือ สาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เซนต์จอร์จ และหอวัง ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการบริโภคสินค้า

^{๒๖} ทรงศักดิ์ แซ่ตั้ง, “สัญลักษณ์ของลัทธิบริโภคนิยม” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๐).

ที่มีรูปการ์ตูนของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักซึ่งอาศัยอยู่ใต้การกำหนดของระบบตลาด ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะรู้สึกถึงการมีเอกลักษณ์ของวัยรุ่นส่วนหนึ่ง และพยายามแสดงความเลียนแบบและความแตกต่าง โดยมีความมั่งคั่งและการใช้ชีวิตที่แสดงความหรูหรา มากกว่าคนอื่นหรือเหมือนคนอื่นในกลุ่มตัวอย่าง สืบเนื่องจากการอาศัยสินค้าที่มีรูปการ์ตูนดังกล่าวนี้เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจของผู้บริโภค เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศและมีราคาแพง^{๓๗}

งานศึกษาของยูอิ เป็นการศึกษาลงลึกในการสร้างสัญลักษณ์ให้แก่สินค้าที่ได้รับความนิยม และติดตลาด รวมทั้งเป็นของที่ผลิตในต่างประเทศและมีราคาสูงด้วย สินค้าเหล่านั้นล้วนผนวกสร้างอัตลักษณ์ให้กับผู้บริโภคให้เลือกสวมทับความหมายของสินค้าเหล่านั้น หากพิจารณาถึงขบวนการสร้างสัญลักษณ์และอัตลักษณ์ของงานศึกษานี้กับกลุ่มคนเล่นชิปโปที่กำลังศึกษานั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกันหลายประการ ทั้งรูปแบบของการเลือกเฟ้นสินค้าอัตลักษณ์เพื่อแสดงสัญลักษณ์บางประการ เช่น “ความต่าง” “เหนือ” หรือ “ดีกว่า” ด้วยยี่ห้อของ Brandname นั้นๆ ที่ปรากฏออกมาสู่สาธารณชน

นอกจากเรื่องของรสนิยมแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่า “การโหยหาอดีต” (Nostalgia) ก็เป็นอีกมิติหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ “พฤติกรรมการสะสมชิปโป” ซึ่งจะขอกล่าวถึง ดังนี้

พัฒนา กิตติอาษา กล่าวถึง “การโหยหาหรือถวิลหาอดีต” (Nostalgia) ว่าเป็นวิธีมองโลก หรือวิธีการให้ความหมายแก่ประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์อย่างหนึ่ง โดยเน้นความสำคัญของจินตนาการและอารมณ์ความรู้สึกของผู้คนใน “ปัจจุบันขณะ” ที่มีต่ออดีตที่ผ่านพ้นไปแล้ว เฟรดริก เจมสัน (Fredric Jameson) เรียกรูปแบบหรือวิธีการมองโลกลักษณะดังกล่าวว่า “วิธีการมองย้อนอดีต” (Retro mode) หรือ “วิธีการมองแบบโหยหาอดีต” (Nostalgia mode) หลังจากนั้นเจมสันได้อธิบายเพิ่มเติมว่า รูปแบบหรือวิธีการรับรู้เพื่อโหยหาอดีต (Nostalgia Mode of Reception) ดังเช่นที่ปรากฏในภาพยนตร์ย้อนยุค (Nostalgia Film) ไม่ได้มีความหมายเพียงแค่การย้อนเวลากลับไปหาอดีตอันไกลโพ้นในแง่ของสุนทรียภาพทางอารมณ์เท่านั้น หากยังเป็นรูปแบบของการรับรู้ความจริงอย่างหนึ่งที่ช่วยให้เรา “ได้คิดใคร่ครวญหรือทำความเข้าใจอดีตที่หายไปแล้ว แต่กำลังถูกนำกลับมาพิจารณาใหม่ในนามของกฎเหล็กแห่งการเปลี่ยนยุคสมัยของแฟชั่นและอุดมการณ์ของรุ่นอายุ”^{๓๘}

^{๓๗} ยูอิ นากามูระ, “พลวัตของวัฒนธรรมบริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นไทยในเขตมหานคร” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๓๙).

^{๓๘} พัฒนา กิตติอาษา, บรรณาธิการ, มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย (กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๔๖), ๓ – ๔.

พัฒนา เสนอให้ย้อนกลับไปทำความเข้าใจพื้นฐานทางทฤษฎีเกี่ยวกับมโนทัศน์เรื่อง “สินค้า” “สัญญาะ” และ “การบริโภค” ซึ่งเรามองข้ามความหมายของมโนทัศน์พื้นฐานชุดนี้ เราก็ไม่อาจเข้าใจความหมายของประสบการณ์ชีวิตโหยหาในบริบทของสังคมโลกยุคหลังสมัยได้เลย มโนทัศน์ดังกล่าวอาจจะเป็นกุญแจดอกสำคัญที่นำไปสู่การศึกษาความหมายและประสบการณ์ชีวิตแบบโหยหาของผู้คน ซึ่งต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้าง รื้อถอน หรือผลิตพื้นที่และอัตลักษณ์ในสังคมร่วมสมัย เพราะในปริบทของชีวิตประจำวันของสังคมไทยยุคหลังทันสมัย สินค้าและการบริโภคได้เบียดแย่งเข้ามาแทนที่บทบาทและความสำคัญของความเชื่อ พิธีกรรม และแบบแผนประเพณีต่างๆ ซึ่งเคยมีอิทธิพลต่อชีวิตของผู้คนในอดีตไปแล้วอย่างเห็นได้ชัด^{๑๙}

พื้นที่เล็กๆ ที่ปรากฏอยู่ด้านหน้าของชิปโปนั้น กล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่อันกว้างใหญ่ในเชิงสัญญาะ สามารถจารึกเรื่องราวต่างๆ ในอดีต ความทรงจำที่ได้ผ่านไปแล้ว หรือย้อนไปรำลึกถึงเรื่องราวในอดีต

๔. งานศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อ Electronics เพื่อรวมกลุ่มในสังคมสมัยใหม่

ในสังคมโลกาภิวัตน์นั้นการเข้าถึงความรู้ ข้อมูล หรือการเชื่อมต่อโลกไร้พรมแดน ล้วนอำนวยความสะดวกแก่ผู้คน ให้สามารถติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันได้สะดวก ไม่ว่าจะอยู่ ณ ที่ใดบนโลกก็ตาม ทั้งการติดต่อทางธุรกิจ คำขายต่างๆ ล้วนสะดวกและคล่องตัวขึ้นกว่าในอดีตมาก อาจกล่าวได้ว่าหากใครก็ตามที่เข้าถึงสื่อ Internet ได้มากก็มีสิทธิเข้าถึงศิลปวิทยาการในโลกยุคใหม่ได้มากขึ้นตามลำดับ

Ronald L. Warren นิยมความหมายของชุมชน คือ “กลุ่มบุคคลหลายๆ กลุ่มมารวมกันอยู่ในอาณาเขตและภายใต้กฎหมายหรือข้อบังคับอันเดียวกัน มีการสังสรรค์กัน มีความสนใจร่วมกัน และมีผลประโยชน์คล้ายๆ กัน และมีแนวพฤติกรรมเป็นอย่างเดียวกัน เช่น ภาษา พุด ขนบธรรมเนียมประเพณี หรือพฤติกรรมอย่างหนึ่งก็คือ มีวัฒนธรรมร่วมกันนั่นเอง”^{๒๐}

จีรพรรณ กาญจนะจิตรา แยกองค์ประกอบของ “ชุมชน” เป็น ๕ องค์ประกอบ ดังนี้

๑. คน (People) ตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป
๒. ความสนใจของคนร่วมกัน (Common Interest)
๓. อยู่ในอาณาบริเวณ (Area) เดียวกัน

^{๑๙} เรื่องเดียวกัน, ๒๓ – ๒๔.

^{๒๐} Ronald L. Warren, Community Change, Planned or Otherwise (New York : Department of Rural Sociology, Cornell University, 1971), 9, อ้างถึงใน จีรพรรณ กาญจนะจิตรา, การพัฒนาชุมชน พิมพ์ครั้งที่ ๑๔ (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๑), ๘.

๔. การปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (Interaction)

๕. ความสัมพันธ์ของสมาชิก (Relationship)^{๒๑}

ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าชุมชนใน Webboard นั้นมีลักษณะเป็น “ชุมชน” หนึ่ง นั่นคือสังคม Cyberspace (โดยเฉพาะกรณีที่ผู้ใช้ชื่อ Login เพื่อยืนยันและแสดงตัวตนของตน ก่อนแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ) แม้จะไม่ได้อยู่ในอาณาบริเวณเดียวกันแต่ก็มีองค์ประกอบของความเป็นชุมชนครบถ้วน ด้วยเหตุที่สังคมโลกาภิวัตน์ใช้การสื่อสารสัมพันธ์กันอย่างรวดเร็ว ทันทีทันใด ทำให้องค์ประกอบทางอาณาบริเวณกลายเป็นองค์ประกอบที่ไม่จำเป็นในการนิยามชุมชน เพราะหากพิจารณาในกรณีของกลุ่มคนที่เข้าไปชม Concert หรือเบียดเสียดกันอยู่บนรถโดยสารประจำทาง แม้จะอยู่ในอาณาบริเวณเดียวกัน แต่ไม่จัดว่าเป็นชุมชนนั่นเอง

งานศึกษาชิ้นนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มผ่านอิเล็กทรอนิกส์ นั่นคือ Webboard Internet และบางส่วนจากการสนทนา MSN แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยก็ได้ละเลยการศึกษาในเชิงลึก เพื่อทำความเข้าใจ ดีความ และวิเคราะห์ครั้งนี้ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการสื่อสารสมัยใหม่ (ในที่นี้คือ Internet) เพื่อสะท้อนปรากฏการณ์ของสังคมไทยยุคปัจจุบันที่การใช้งานสื่อดังกล่าวที่ทรงอิทธิพลต่อความคิดทัศนคติ ของผู้คนในสังคมเป็นอย่างมาก ทั้งนี้การค้นคว้าหาข้อมูล บริโภคข่าวสารต่างๆ หรือทางตรงข้าม อาทิ การติดเกมออนไลน์จนส่งผลกระทบต่อการศึกษา การดาวน์โหลด (Download) รูปภาพที่ยั่วให้เกิดความต้องการทางเพศ ที่ถูกประเมิณจากคนส่วนใหญ่ในสังคมว่า “ไม่ดี” และในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มชุมชนออนไลน์ขึ้นเป็นกลุ่มก้อน มีปฏิสัมพันธ์กันทั้งในโลกออนไลน์ และโลกแห่งความเป็นจริง ดังนี้

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย กล่าวว่า Internet คือการสื่อสารสองทางที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกันไปมาได้ โดยพิมพ์ข้อความลงแป้นพิมพ์ของคอมพิวเตอร์เท่านั้นก็จะโต้กลับได้ทันที การสื่อสารที่ไม่เห็นหน้าค่าตากันเช่นนี้ส่งเสริมให้ผู้สื่อสารมีอิสระที่จะแสดงความต้องการ ความรู้สึกที่แท้จริงออกมาได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะกับผู้ที่ไม่เคยรู้จักกันเลยว่าเป็นใคร ไม่จำเป็นต้องมีความอายเกรงกลัว และเกรงใจต่อกัน ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกที่มักมีข้อความหยาบคาย ฯลฯ หรือกระทั่งการล่อลวงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลต่างๆ บนกระดานสนทนา (Webboard) แต่อีกด้านหนึ่งการสนทนาทาง Internet กลับกลายเป็นที่พึ่งทางใจให้คนบางกลุ่มที่อยู่ในความทุกข์ เหงา ได้มีเพื่อนคุยคลายเครียด และในหลายกรณียังชักนำให้มาติดต่อ เห็นหน้าตากัน เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลกันในโลกแห่งความเป็นจริง^{๒๒}

^{๒๑} เรื่องเดียวกัน, ๘ – ๙.

^{๒๒} จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, บรรณาธิการ, สื่อกับมานุษยวิทยา (กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๔๖), ๑ - ๘.

มาลี สิทธิเกรียงไกร กล่าวถึงชุมชนออนไลน์ใน www.kaewdiary.com โดยพื้นที่ดังกล่าวนั้นมีลักษณะที่แตกต่างไปจากโลกแห่งความเป็นจริง ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงเรื่องที่มาลีศึกษาโดยสังเขป ดังนี้ “mookaew” หรือ “แก้ว” เล่าถึงเรื่องราวของเธอว่า หลังจากจบการศึกษาระดับปริญญาโท แก้วได้งานทำที่บริษัทชื่อดังแห่งหนึ่ง จากนั้นแก้วได้ไปพบแพทย์เพื่อตรวจเลือดประกอบการเข้าทำงาน ผลตรวจออกมาพบว่าแก้วติดเชื้อ HIV โดยติดมาจากแฟนของเธอ (บทความกล่าวว่าแก้วติดเชื้อมาตั้งแต่ก่อนเข้าเรียนปริญญาโทแล้ว) ในช่วงที่แก้วหมดความหวังในการจะมีชีวิตอยู่ ทั้งการถูกคำตราหน้าต่างๆ จากสังคมว่า “มั่ว” “ล่าสอน” แต่ยังมีดีที่ครอบครัวแก้วเข้าใจและเป็นกำลังใจให้เธอเสมอ จนวันหนึ่งแก้วเริ่มเข้าไปศึกษาเกี่ยวกับโรคร้ายที่ตนเป็น และเข้าสู่สังคม Internet โดยเขียนเรื่องราวของเธอผ่านกระทู้พันทิพย์ ดอท คอม จากนั้นไม่นานก็มีเพื่อนในชุมชนออนไลน์ได้เปิดเว็บส่วนตัวให้แก้ว มีชื่อว่า kaewdiary.com ซึ่งแก้วบอกว่าชุมชนดังกล่าวเปรียบเสมือนเป็นครอบครัวอีกครอบครัวหนึ่งของเธอ แม้จะไม่เคยพบเห็นกัน แต่กำลังใจที่เธอได้รับจากคนมากมาย (ถ้อยคำต่างๆ จากใน Webboard แต่มีเงื่อนไขว่าก่อนเข้าไปเขียนนั้นต้อง Login เพื่อยืนยันตัวตนของผู้เขียนก่อน หากไม่ Login ก็จะไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้) รวมทั้งมีคนที่ติดเชื้อเหมือนกับเธอเข้ามาร่วมสนทนาด้วยถึงประเด็นต่างๆ เช่น ยาต้านเชื้อ HIV การรักษาดูแลร่างกายให้แข็งแรง และกำลังใจต่างๆ ที่มอบให้เธอต่อสู้กับโรคร้ายนี้ ผลการศึกษาพบว่าชุมชนเสมือนกับสร้างอัตลักษณ์ของผู้ติดเชื้อนั้นปลดปล่อยแก้วจากชุมชนจริงที่อัตลักษณ์ของเอดส์ครอบงำจากกลไกของรัฐ เรื่องเล่าของแก้วใน Internet ทำให้แก้วแยกตัวตน/อัตลักษณ์เดิมออกจากตัวตน/อัตลักษณ์ใหม่และ Internet ซึ่งทำให้แก้วสามารถนำเสนอตัวตนได้ในชุมชนปกติ และไม่ต้องเกรงกลัวถึงผลกระทบที่ตามมา^{๒๓}

ชุมชนเสมือนจริงแห่งนี้จึงเป็นชุมชนในจินตนาการของแก้วและกลุ่มสมาชิกฯ เป็นพื้นที่ที่ไม่มีการรังเกียจผู้ติดเชื้อ เป็นครอบครัวที่อบอุ่นในหมู่คนจำนวนมาก (ข้อความในไดอารี่ของแก้วเคยตีพิมพ์เป็นหนังสือ และพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง) นอกจากนี้ชุมชนเสมือนนี้ได้เชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของคนกลุ่มหนึ่ง กลับสู่ชุมชนที่เป็นจริงด้วย

ยุกติ มุกตาวิจิตร กล่าวถึงภาษาสมัยใหม่ที่ใช้ใน MSN คือ ภาษาเขียนตอบโต้กันทันทีทันใดผ่านเครือข่าย Internet เช่น 'อ๊พ' นักภาษาศาสตร์เฝ้าหมายถึง update (ตามทัน) 'เดอะ' 'โป' หรือ 'มั่งๆ' 'อือ' แทนเสียงหัวเราะแบบหยันๆ อย่างสุภาพ ส่วน 'ดิ' กับ 'งะ' แทนคำลงท้ายที่ปกติมักเขียนว่า ละสิ นะ ส่วนสัญลักษณ์ประเภท :(หรือ :p สื่อแทนอารมณ์ ซึ่งใช้บ่อยเพื่อแสดงทั้งการเน้นย้ำสิ่งที่กล่าวมา การสร้างความเป็นกันเอง และการแสดงอารมณ์ ด้วยการ

^{๒๓} มาลี สิทธิเกรียงไกร, “ชุมชนออนไลน์กับการสร้างอัตลักษณ์ของผู้ติดเชื้อ : กรณีผู้หญิงชื่อแก้ว,” ใน สื่อกับมานุษยวิทยา, ๑๑๗ - ๑๔๗.

chat ในโปรแกรม MSN หรือเรียกสั้นๆ ว่า “ภาษาเอ็ม” บทความนี้ตั้งคำถามว่าภาษาดังกล่าวเป็นภาษาวิบัติหรือไม่ ท่ามกลางเสียงวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมที่กล่าวว่าภาษาเหล่านี้ของวัยรุ่นไทย (“เด็ก Chat” หรือ “เด็กติดเน็ต”) นำไปสู่ภาษาวิบัติ ดังที่ พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ อธิบายว่าภาษาดังกล่าวมีลักษณะเป็นภาษาในโลกของวัยรุ่นที่ต้องการสร้างตัวตนเฉพาะกลุ่ม เป็นการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) หรือวัฒนธรรมย่อย (Sub - Culture) ที่ต่อต้านวัฒนธรรมหลัก และเห็นว่าเป็นปรากฏการณ์ภาษาศาสตร์เชิงสังคมที่เกิดขึ้นทั่วไปในยุคของการสื่อสารที่มีทางเลือกใหม่ๆ ในปัจจุบัน ในความเป็นจริงแล้วภาษาเอ็มไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น อาจารย์ด้านภาษาศาสตร์คนหนึ่งที่ยกตัวรู้จักก็ใช้ภาษาเอ็มพูดคุยกับเพื่อนที่อยู่ต่างประเทศ ยุक्तिเห็นว่าภาษาเอ็มไม่แตกต่างอะไรกับภาษาอื่นๆ แต่ภาษาเอ็มก็มีลักษณะเฉพาะตัว ดังนี้

๑. หากเข้าใจว่าภาษาเอ็มเป็นภาษาของคนกลุ่มหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งภาษาเอ็มก็ไม่ใช่วิบัติ トラバโดที่คนทั่วไปไม่ได้พูดภาษาทางการตลอดเวลา ภาษาเอ็มก็มีที่จำกัดในปริมาณของตน ไม่ได้ก้าวก่ายโลกของการสนทนาด้วยภาษาปากในชีวิตประจำวัน หมายความว่าภาษาเอ็มเป็นการสื่อสารในขอบเขตหรือบริบททางสังคมที่จำกัด โดยทั่วไปเป็นการสื่อสารระหว่างเพื่อนฝูง จึงเป็นธรรมดาที่ชาวเอ็มจะมีภาษาของตนเอง

๒. ชาวเอ็มใช้ภาษาพูดหรือเขียนเป็นภาษาพูด แต่เป็นการพูดด้วยอักษร หรือเป็นการใช้อักษรเลียนภาษาพูดอย่างแทบจะตรงไปตรงมา เป็นวัฒนธรรมมุขปาฐะที่แสดงออกในรูปอักษร ซึ่งเป็นลักษณะสากลอย่างหนึ่งของการเอ็ม และชาวเอ็มได้ประดิษฐ์ภาษาสัญลักษณ์ที่พ้นข้อจำกัดของการสื่อสารด้วยอักษร ทั้งการแปลงเครื่องหมายวรรคตอนให้เป็นสัญลักษณ์แทนความหมายเกือบตรงไปตรงมา และอักษรจะแปลงเป็น Icon แทนที่ที่พิมพ์คำที่ตั้งค่าให้แทนที่ด้วยรูปภาพไว้ ภาษาเอ็มจึงเป็นเครื่องมือการสื่อสารแบบใหม่ที่รวมเอาทั้งภาษาเขียนแทนเสียง ภาษาพูด และภาษาภาพ

หากมองย้อนไปในประวัติศาสตร์การเขียนของไทย การเอ็มก็มีลักษณะเดียวกับการใช้อักษรขอมเขียนคัมภีร์ที่ออกเสียงเป็นภาษาไทย ทั้งนี้เพราะภาษาต่างๆ มีความหมายทางสังคม และตอบสนองความต้องการทางสังคมที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นภาษาเอ็ม (MSN) จึงไม่ได้วิบัติ แต่เป็นภาษาที่อุบัติขึ้นใหม่เพื่อตอบสนองการสื่อสารอีกลักษณะหนึ่ง และไม่ได้ทำลายเอกลักษณ์ของภาษาไทยหรือภาษาใดๆ แต่กลับเพิ่มพูนทางเลือกให้แก่การใช้ภาษา และเป็นความเจริญงอกงามตามธรรมชาติของภาษา^{๒๔}

เอกศาสตร์ สรรพช่วง ศึกษาเกย์อ้วนกลุ่มหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่ใช้พื้นที่ในคาราโอเกะคลับแห่งหนึ่งย่านสีลมแสดงอัตลักษณ์ของพวกเขา เอกศาสตร์เสนอว่าความเป็น “เกย์

^{๒๔} ยุक्ति มุกตาวิจิตร, “ภาษาเอ็ม ภาษาวิบัติ?”, กรุงเทพธุรกิจ : จุดประกาย, ๓๐ สิงหาคม ๒๕๔๙, ๒.

อ้วน” นั้นถูกประเมินค่าจากคนในสังคมเสมือนเป็นสิ่งผิดปกติ ทั้งการเป็นเกย์ที่แตกต่างไปจากมาตรฐานในสังคมไทย รวมทั้งความอ้วนที่ทำให้กลายสิ่งแปลกปลอมไปอีกในสังคมเกย์ ในงานศึกษานี้ใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม เสนอและวิเคราะห์วิถีชีวิตของเกย์อ้วน ๘ คนในพื้นที่ดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่าพื้นที่ทั้งในคาราโอเกะคลับ และพื้นที่จินตนาการใน Internet ล้วนเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้กลุ่มคนนี้มีโอกาสรู้จักกันและเป็นโลกส่วนตัวของตน ตลอดจนการสร้างให้รู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกันกับคนอื่นๆ สามารถปลดปล่อยแสดงตัวตนนอกเหนือไปจากมาตรฐานของสังคมไทย^{๒๔}

งานศึกษานี้กล่าวถึงการรวมกลุ่มของเกย์อ้วนในสังคมไทย โดยพื้นที่ทาง Internet และในคาราโอเกะคลับ ย่านสีลม ล้วนเป็นพื้นที่ที่กลุ่มคนดังกล่าวหลุดพ้นไปจากการถูกนิยามถึงความแปลกแยกในบริบทสังคมไทย ทั้ง “การเป็นเกย์” และ “ความอ้วนเกินมาตรฐาน” เป็นสถานที่ๆ เปิดพื้นที่ให้กลุ่มคนดังกล่าวรวมกลุ่มกัน และแสดงอัตลักษณ์ของตนได้อย่างอิสระไม่ต้อง “แอบ” หรือ “ซ่อน” ตัวตนของตนภายใต้บรรทัดฐาน และการสอดส่องจากคนในสังคม

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ในวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยกำหนดแนวคิดหลักเพื่อเป็นกรอบในการอธิบายและวิเคราะห์ไว้ ๒ แนวคิด ดังนี้

๑. แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

ก่อนจะกล่าวถึง “สัญลักษณ์” ผู้วิจัยขอพิเคราะห์ย้อนถึงมิติทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี ทำให้เห็นวามมนุษย์ในอดีตล้วนแสดงออกถึงความหมายโดยผ่านภาษาต่างๆ ทั้งภาษาทางร่างกาย ภาษาพูด ภาษารูปภาพ

ปรานี วงษ์เทศ เสนอว่า จากหลักฐานในยุคก่อนประวัติศาสตร์ มนุษย์รู้จักการใช้ภาษาสัญลักษณ์เพื่อใช้แทนรูปเคารพ หรือใช้ในพิธีกรรมต่างๆ มาโดยตลอด กล่าวคือ วัตถุพวกลูกปัด กำไล ต่างหู ของพวกชนเผ่าดั้งเดิมไม่ได้ถูกใช้เป็นเครื่องประดับหรือเสริมความงามของร่างกายแต่ประการเดียว แต่สิ่งเหล่านี้มีประโยชน์ในด้านอื่นซึ่งมีความหมายบอกถึงตำแหน่งสถานภาพ รวมทั้งเป็นเครื่องรางของขลังที่เกิดจากความเชื่อในอำนาจของสิ่งลึกลับเหนือธรรมชาติของชนกลุ่มนั้นอีกด้วย สัญลักษณ์ในสังคมถูกใช้ในบทบาทหน้าที่ที่ต่างกัน และยังมีระดับของความซับซ้อนที่ต้องแปลความหมาย หรือในระดับที่สามารถจะเข้าใจได้ง่ายในสัญลักษณ์ที่ใช้กันในวงสังคมโดยทั่วไป สัญลักษณ์มีการใช้ในเฉพาะกลุ่ม เฉพาะชนชั้น ภายใน

^{๒๔} เอกศาสตร์ สรรพช่าง, “คาราโอเกะคลับ...พื้นที่และตัวตนของเกย์อ้วน”

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขามนุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๖).

วงสังคมเล็กๆ เช่น ในแหล่งอารยธรรมสัมฤทธิ์แถบประเทศจีน เวียดนาม และไทยยุคบ้านเชียง พบว่ามีการใช้สัญลักษณ์รูปกบปรากฏอยู่บนกลองมโหระทึก ที่มีความหมายไปถึงความอุดมสมบูรณ์และการขอฝน พร้อมทั้งสัญลักษณ์รูปดาวหรือดวงอาทิตย์ อันหมายถึงพลังอำนาจของธรรมชาติก็เป็นได้ สัญลักษณ์จึงเป็นสิ่งบ่งบอกถึงอำนาจ ยศตำแหน่ง และลักษณะของสังคม การประกอบอาชีพ วิถีชีวิต ความเชื่อของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัย^{๒๖}

เพียงแต่สิ่งที่ปรากฏในความหมายเชิงวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นสิ่งที่ซับซ้อนกว่านั้น เพราะไม่สามารถตีความได้จากความหมายเชิงสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องวิเคราะห์พิจารณาจากองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งเชิงรูปธรรมและนามธรรม การศึกษาเชิงสัญลักษณ์จึงเป็นแนวทางที่จะนำมาใช้ศึกษาครั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์ถึงความหมายในระดับต่างๆ ของระบบสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้น สามารถเข้าใจและตีความหมายแฝงต่างๆ ได้ละเอียดมากขึ้น

ในการศึกษาสังคมสมัยใหม่ ผู้วิจัยเห็นว่าควรจะทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมสมัยนิยมก่อน เพื่อให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมการบริโภค และรู้ถึงความเป็นมาเป็นไป ดังนี้

Raymond Williams ให้คำนิยามของวัฒนธรรมสมัยนิยมตามเกณฑ์สำคัญ ๔ ประการ

๑. เป็นสิ่งที่ชื่นชอบ ชื่นชม หรือยอมรับโดยผู้คนจำนวนมาก
๒. เป็นสิ่งที่มักถูกมองว่าต่ำช้า ไม่มีคุณค่าและรสนิยมทางศิลปะ
๓. เป็นสิ่งที่ออกแบบหรือสร้างขึ้นเพื่อให้คนจำนวนมากชื่นชอบ สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในทางการค้า และบริโภคนิยม

๔. เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยผู้คน เพื่อพวกเขาเอง แต่วัฒนธรรมสมัยนิยมส่วนใหญ่ได้รับการกล่าวถึงหรือศึกษาวิเคราะห์โดยคนอื่น เช่น นักวิชาการ สื่อมวลชน นักวิจัยการตลาด บริษัทโฆษณา^{๒๗}

ฉัตร ฆะวรรณ ศึกษาแนวคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) ในการศึกษาและวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภค ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคเป็นการศึกษาแง่มุมที่สำคัญยิ่งในสังคมทุนนิยมที่ขยายประเด็นการวิเคราะห์ออกมาจากการวิเคราะห์การผลิตทางเศรษฐกิจ ไปสู่การผลิตทางวัฒนธรรม อาจกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมบริโภคเป็นส่วนหนึ่งของบรรดาวัฒนธรรมครอบงำในสังคมทุนนิยม วิลเลียมส์เสนอว่าจิตสำนึกทางการ

^{๒๖} ปราณี วงษ์เทศ, พื้นบ้านพื้นเมือง (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เจ้าพระยา, ๒๕๒๕), ๓ - ๔.

^{๒๗} Raymond Williams, อ้างถึงใน พัฒนา กิตติอาษา, บรรณาธิการ, คนพันธุ์ป๊อป : ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม (กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๔๖) ๔๐ - ๔๑.

บริโศกที่ครอบงำสังคมทุนนิยมสมัยใหม่อยู่คือ ภาพลักษณ์ สังคมแบบตลาด และเมื่อพิจารณาถึงการผลิตและผลิตซ้ำของวัฒนธรรมบริโศก วิลเลียมส์กล่าวว่าวัฒนธรรมบริโศกได้อาศัยระบบการสื่อสารขนาดใหญ่ คือ ระบบการพิมพ์ และโทรทัศน์ เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ดังนั้นวัฒนธรรมบริโศกจึงแผ่อิทธิพล ทรงอำนาจครอบงำการผลิตวัฒนธรรม ในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ นอกจากนี้หากจะพิจารณาถึงกระบวนการทางสังคมของการผลิตทางวัฒนธรรม วิลเลียมส์แสดงให้เห็นถึงกระบวนการปรับตัวของการครอบงำโดยวัฒนธรรมบริโศกด้วยการโฆษณา และการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า วิลเลียมส์พบว่ากระบวนการดังกล่าวดำเนินไปท่ามกลางการต่อต้าน เสนอทางเลือก และการก่อร่างวัฒนธรรมที่เสนอจิตสำนึกที่แตกต่างหลากหลายออกไปจากวัฒนธรรมบริโศก^{๒๘}

ประจักษ์พยานของการมีอยู่ของวัฒนธรรมป๊อป เห็นได้จากการโฆษณาสินค้าในสื่อประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ป้ายโฆษณา ใบปลิว นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรืออินเทอร์เน็ต (Internet) สินค้าในที่นี้ไม่ได้ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค บริการ ความบันเทิง และการท่องเที่ยว ปัจจุบันวัฒนธรรมป๊อปอาศัย “สื่อ” เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงคนจำนวนมาก ขณะเดียวกันก็สร้างคุณค่าและความหมายให้กับชีวิตผ่านสินค้าเหล่านั้น^{๒๙}

สัญวิทยา (Semiology) หรือ สัญศาสตร์ (Semiotics) เป็นวิชาการแขนงที่ศึกษากระบวนการให้ความหมาย โดยพิจารณาธรรมชาติของหน่วยสื่อความหมายและขั้นตอนการทำงานของมัน เพื่อทำความเข้าใจว่าความหมายถูกสื่อออกมา

Ferdinand de Saussure ผู้วางรากฐานวิชาสัญวิทยาให้คำนิยามไว้ว่า “สัญวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาวิถีชีวิตของสัญญาณภายในสังคมที่สัญญาณนั้นถือกำเนิดขึ้นมา รวมทั้งแสวงหากฎที่ควบคุมอยู่เบื้องหลัง”^{๓๐}

Saussure ให้ความสนใจในการศึกษา “ตัวสัญญาณ” โดยตรง รวมทั้งได้มองเห็นรอยแยกระหว่างสิ่งที่เรียกว่า “ตัวหมาย/รูปสัญญาณ” (Signifier) อันได้แก่ ภาพ – เสียงที่ถูกนำมาใช้แทนความหมายที่เป็น “ตัวหมายถึง/ความหมายสัญญาณ” (Signified) อันได้แก่แนวความคิด

^{๒๘} ฐิสรา ชมะวรรณ, “แนวความคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ในวัฒนธรรมศึกษาและการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโศก” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามนุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๗).

^{๒๙} นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, “‘ความต่าง’ ของ ‘วิถีคิด’ ต่อวัฒนธรรมกระแสนิยม,” ใน เหลียวหน้าแลหลัง วัฒนธรรมป๊อป จีรวุฒิ เสนาคำ, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๔๙), ๖๔.

^{๓๐} Ferdinand de Saussure, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ (กรุงเทพฯ : ศูนย์แห่งหนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓), ๔ - ๕.

ต่างๆ (Concepts)^{๓๑} เช่น “ควาย” (Signifier) ที่เป็นสัญลักษณ์แสดงความหมายของสัตว์ชนิดหนึ่ง มี สีขา เขียวาว หรืออาจหมายถึงความโง่เขลาเหมือนควาย ทั้งนี้ยังอาจเชื่อมโยงไปสู่ความหมาย ของชนชั้นแรงงาน เกษตรกร ก็ได้ ขึ้นอยู่กับการตีความเชิงภาษาศาสตร์ของผู้รับสาร รวมทั้ง บริบททางสังคมและวัฒนธรรมของความหมายต่างๆ เหล่านั้นทั้งจากผู้ส่งสารและผู้รับสารด้วย

โรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) เสนอว่า หน่วยสื่อความหมายแต่ละหน่วยมิได้มี ตัวตนอยู่ได้โดยลำพังโดดๆ แต่อาศัยความสัมพันธ์โยงใยระหว่างกันซึ่งประกอบเป็นโครงสร้าง ขององค์รวม จึงทำให้แต่ละหน่วยมีค่าสื่อความหมายขึ้นมาได้ ดังนั้น กระบวนการสื่อ ความหมายจึงอิงอยู่กับเครือข่ายความสัมพันธ์กันเองของหน่วยทั้งหมด กล่าวคือ สิ่งเหล่านี้ทำ หน้าที่ของมันโดยอาศัยหน่วยสื่อความหมาย ซึ่งในภาษาวិชาการเรียกว่า สัญลักษณ์ (Sign) สัญลักษณ์ ประกอบขึ้นด้วยสิ่งที่รับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัส (รูปสัญลักษณ์หรือ Signifier) กับสิ่งที่เข้าใจได้ว่า เป็นความหมายที่สื่อออกมา (ความหมายสัญลักษณ์หรือ Signified) ในกรณีของภาษา สัญลักษณ์ก็คือ ถ้อยคำ ซึ่งมีรูปสัญลักษณ์เป็นเสียงหรือตัวเขียน และความหมายสัญลักษณ์ก็คือแนวคิด (Concept) ที่ เราเข้าใจจากถ้อยคำนั้น^{๓๒}

“มายาคติ” ตามทัศนะของบาร์ตส์ คือการสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทาง วัฒนธรรมซึ่งถูกกลบเกลื่อนให้เป็นที่รับรู้เสมือนว่าเป็นธรรมชาติ หรืออาจกล่าวให้ถึงที่สุดได้ว่า เป็นกระบวนการของการลวงให้หลงอย่างหนึ่ง มายาคตินั้นมิได้ปิดบังอำพรางสิ่งใดทั้งสิ้น ทุก อย่างปรากฏต่อหน้าต่อตาเราอย่างเปิดเผย แต่เราต่างหากที่คุ้นเคยกับมันเสียจนไม่ทันสังเกตว่า มันเป็นสิ่งประกอบสร้างทางวัฒนธรรม เรานั้นเองที่ “หลง” คิดไปว่าค่านิยมที่เรายึดถืออยู่นั้น เป็นธรรมชาติ หรือเป็นไปตามสามัญสำนึก^{๓๓} ผู้วิจัยเห็นว่ามีความคล้ายกันกับนิยามความหมาย บริโภคนิยม ของสุลักษณ์ ศิวรักษ์ถึงกระบวนการลวงให้หลง และผู้คนต่างมิได้ฉุกคิดถึง กระบวนการที่ประกอบสร้างวัฒนธรรมทางสังคมเหล่านั้น

Jean Baudrillard กล่าวถึงแนวคิดบริโภคเชิงสัญลักษณ์ว่า “ไม่มีอะไรที่จะมีคุณค่าเพียง แต่การใช้สอยหรือมูลค่าแลกเปลี่ยนเท่านั้น แต่ทุกอย่างต้องมีมูลค่าเชิงสัญลักษณ์” วัฒนธรรมของ มนุษย์ทั้งหมดล้วนแต่เป็นกระบวนการสร้างและให้ความหมายแทบทั้งสิ้น^{๓๔} คุณค่าที่สัญลักษณ์

^{๓๑} เรื่องเดียวกัน, ๑๙.

^{๓๒} นพพร ประชากุล, “คำนำเสนอบทแปล,” ใน โรลันด์ บาร์ตส์, มายาคติ แปลโดย วรณพิมล อังคศิริสรรพ (กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, ๒๕๔๗), ๘ – ๙.

^{๓๓} เรื่องเดียวกัน, ๔.

^{๓๔} Jean Baudrillard, อ้างถึงใน พันวสา พุทธจามร, “บริโภคนิยมในนิตยสารแฟชั่น ต่างประเทศ ฉบับภาษาไทย,” ๕ – ๖.

สร้างขึ้นนี้เองทำให้สิ่งของสามารถเข้าไปอยู่ในระบบหนึ่งได้ เช่น ในสังคมชนเผ่านั้น คนป่าบริโภคคุณค่า “นาฬิกา” เชิงสัญญะผ่านวัตถุ กล่าวคือบริโภคความเป็นอารยะของวัฒนธรรมตะวันตก แม้ว่าคนป่ามิได้ใช้นาฬิกาตามหน้าที่ของการดูเวลา แต่ “นาฬิกา” นั้นสามารถถูกรวมเข้าไปอยู่ในสังคมของชนเผ่าที่นาฬิกามีได้ความหมายและความสำคัญโดยตรงได้ เพราะนาฬิกามีความหมายเชิงสัญญะที่ถูกสร้างขึ้นแทน^{๓๕}

Baudrillard อธิบายถึงลักษณะของสังคมยุคหลังสมัยใหม่ว่าเป็นสังคมที่สร้างจาก “ภาพจำลอง” (Simulation) “ความจริงที่เกินจริง” (Hyperreality) “การรวมความหมาย” (Implosion of Meaning) และเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ระบบดิจิทัล ที่ต้องการคำตอบในลักษณะ “ใช่” หรือ “ไม่” อยู่ตลอดเวลา ในยุคหลังสมัยใหม่ “ความเป็นจริง” (Reality) จะเป็น “ตัวต้นแบบแรก” (Model) ให้มนุษย์สร้าง “ภาพจำลอง” (Simulation) ขึ้น แต่ต่อมากการเกิดของภาพจำลองในรุ่นถัดมาก็ไม่จำเป็นที่จะพึ่งพาความเป็นจริงอีก ภาพจำลองเหล่านั้นจะเป็นตัวต้นแบบให้กันเอง จนเกิดเป็น “ภาพนิมิต” (Simulacrum) และเป็น “ความเป็นจริงเกินคาด” (Hyperreality) ในที่สุด ทั้งนี้การบริโภคในระบบทุนนิยมนั้นมีการสร้างกลลวงอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยการออกแบบสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยใช้สื่อเป็นตัวกำหนดทางเลือกของการบริโภค การเลือกบริโภคสินค้าอะไรสักอย่างไม่ได้เป็นการเลือกที่อิสระแต่เป็นตัวเลือกที่ถูกกำหนดมาล่วงหน้าแล้ว

“สัญญะวิทยา” เป็นศาสตร์ที่ศึกษาวิถีชีวิตของสัญญะภายในสังคมที่สัญญะนั้นถือกำเนิดขึ้นมา รวมทั้งแสวงหากฎที่ควบคุมอยู่ด้านหลังวิถีชีวิตของสัญญะ หมายความว่า การศึกษา การกำเนิด การเจริญ การแปรเปลี่ยน และการสลายของสัญญะตัวหนึ่งๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ

๑. ตัวสัญญะนอก (Sign) โดยให้ความสนใจศึกษาวิธีการสืบทอดความหมายของสัญญะประเภทต่างๆ และเนื่องจากสัญญะก็คือผลผลิตทางความคิดของมนุษย์ ดังนั้นการทำความเข้าใจสัญญะจึงจำเป็นต้องเข้าใจผู้สร้างสัญญะนั้นด้วย

๒. รหัส (Code) ระบบที่นำเอาสัญญะมาประกอบเข้าด้วยกัน มีมากมายหลายประเภท ทั้งรหัสที่เข้าใจง่าย และรหัสที่มีความหมายแฝง ต้องใช้การเรียนรู้ในการทำทำความเข้าใจ

๓. วัฒนธรรม (Culture) ดังที่กล่าวว่าสัญญะเป็นผลผลิตของมนุษย์ ดังนั้นจึงเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมด้วย ทั้งสัญญะและรหัสจึงถูกสร้าง ถูกใช้ และทำงานอยู่ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมหนึ่งๆ หากบริบทเปลี่ยนไป ความหมายของสัญญะและรหัสนั้นก็จะเปลี่ยนตาม ในขณะที่สัญญะและรหัสทำงานอยู่ในบริบททางวัฒนธรรมหนึ่งนั้น ในทางกลับกันหากวัฒนธรรมหนึ่งๆ จะดำรงอยู่ได้ก็ต้องอาศัยสัญญะและรหัสนั้นเช่นกัน จะเห็นได้ว่าทั้งสัญญะ

^{๓๕} ศรินทร์ รัตน์เจริญจร, “ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม”, ๘ – ๙.

รหัส และบริบททางวัฒนธรรมต่างมีความสัมพันธ์ที่ขึ้นต่อกันและกัน ดังนั้นในการวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์จึงจำเป็นต้องเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมที่เป็นบ่อเกิดของสัญลักษณ์ด้วย^{๓๖} ด้วยเหตุดังกล่าว ในการศึกษาสัญลักษณ์ของกลุ่มคนเล่นชิปโป จึงต้องเข้าใจวัฒนธรรมบริบทในบริบทของวัฒนธรรมไทยก่อน

อานันท์ กาญจนพันธุ์ วิเคราะห์สังคมไทยในปัจจุบันว่าไม่ได้ตกอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเท่านั้น หากยังเป็นส่วนหนึ่งของระบบโลกาภิวัตน์ หรือในบางครั้งก็เรียกขานกันว่า “ความเป็นสมัยใหม่” (modernity) ซึ่งแฝงไว้ด้วยลักษณะสำคัญประการหนึ่งคือ กระบวนการครอบงำทางความคิดในรูปของการสร้างมายาคติและภาพตัวแทนต่าง ๆ ซึ่งแสดงถึงความพยายามที่จะเปลี่ยนความคิดนามธรรมทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าและความหมายในชีวิตของผู้คนต่าง ๆ ให้กลายเป็นรูปธรรมไปเป็นเพียงวัตถุหรือสินค้าเท่านั้น เช่น การเปลี่ยนวัฒนธรรมหรือคุณค่าต่าง ๆ ให้กลายเป็นสินค้าสำหรับซื้อขายในตลาดการท่องเที่ยว จนนำไปสู่การลดทอนความเป็นมนุษย์ (Dehumanization) อย่างต่อเนื่อง ในอีกด้านหนึ่งก็จะตกย่ำให้ปัจเจกชนกลายเป็นเพียงผู้หลงใหลลัทธิบริโภคนิยมอย่างไม่ลืมหูลืมตา^{๓๗}

เรื่องของรูปสัญลักษณ์ที่ถูกแปลความหมายนำไปสู่คุณค่าทางรสนิยมนั้น Mary Douglas เสนอว่า ความหมายและหน้าที่ของวัตถุที่มีค่าและงดงาม หากเปรียบเทียบกับของมีค่าในสังคมดั้งเดิม ต่างมีลักษณะเหมือนคูปองหรือใบอนุญาตในระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสมัยใหม่ซึ่งคล้ายเงิน แต่มันไม่ได้เป็นเพียงแค่สื่อในการแลกเปลี่ยนเท่านั้น มันมีลักษณะ ดังนี้

๑. อำนาจในการได้มันมาครอบครอง แสดงถึงลักษณะที่เฉพาะเจาะจงมาก
๒. การกระจายของมันถูกควบคุมในหลายๆ ด้าน
๓. สภาวะที่ควบคุมจำนวนของมัน ได้สร้างให้เกิดชุดของความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์
๔. หน้าที่หลักของมัน คือ สร้างสภาวะที่จำเป็นสำหรับการเข้าสู่ตำแหน่งสถานะที่สูงเป็นการทำให้ลำดับชั้นยังคงอยู่หรือเป็นการรุกรทางสถานะ
๕. ระบบสังคมถูกใช้เป็นเครื่องมือในการกำจัด หรือทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อประโยชน์ทางสถานะที่ตายตัวนั้นลดน้อยลง^{๓๘}

^{๓๖} กาญจน กาเวเทพ, มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, ๕ - ๗.

^{๓๗} อานันท์ กาญจนพันธุ์, ทฤษฎีและวิธีวิทยาของการวิจัยวัฒนธรรม : การทะลุกรอบและกับดักของความคิดแบบคู่ตรงข้าม, (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์, ๒๕๔๘), ๔.

^{๓๘} Mary Douglas, (1967), อ้างถึงใน สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม, ๑๑ - ๑๒.

ด้วยเหตุที่ “รสนิยม” กลายเป็นคุณสมบัติของการเลือกสินค้าอันมีมูลค่า มันจึงสัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจของบุคคลด้วย การมีรสนิยมสูงกลายเป็นอุดมคติของสังคม จึงมีการโต้แย้งถกเถียงถึงมาตรฐานในการวัดว่ารสนิยมอย่างไรถึงจะดี บ้างก็นำไปผูกโยงกับสถานะเศรษฐกิจที่สูง ชนชั้นทางสังคมที่สูง เป็นต้น

Pierre Bourdieu (ปิแอร์ บูร์ดิเยอ) เสนอว่าคนจะไม่สามารถมีรสนิยมได้หากปราศจากวัตถุดิบของ “รสนิยม” เป็นชุดของการปฏิบัติและครอบครองสิ่งของของบุคคลหรือกลุ่มคน ดังนั้นรสนิยมจึงเป็นผลผลิตของการเผชิญหน้ากันระหว่างสิ่งของและผู้บริโภค^{๓๙} เขาเสนอกรอบที่ประกอบด้วย ๒ แกนหลัก แกนหนึ่งคือ Economic Capital เช่น สถานะทางการเงิน การครอบครองบ้าน การเป็นเจ้าของรถจากต่างประเทศ เป็นต้น อีกแกนหนึ่งคือ Cultural Capital เช่น การศึกษา การอ่านหนังสือ พื้นฐานทางครอบครัว เป็นต้น จะระบุได้ว่าคนที่มียุทธศาสตร์น้อย - ยุทธศาสตร์น้อย คนที่มียุทธศาสตร์มาก - ยุทธศาสตร์น้อย คนที่มียุทธศาสตร์น้อย - ยุทธศาสตร์มาก คนที่มียุทธศาสตร์มาก - ยุทธศาสตร์มาก คือคนกลุ่มใดมีรสนิยมอย่างไร^{๔๐}

Bourdieu เน้นที่กระบวนการทำให้ร่างกายมีสภาพเป็นสินค้า (Commodification) ในสังคมสมัยใหม่ ซึ่งหมายถึงร่างกายมีนัยสำคัญในการซื้อขายแรงงาน แต่นอกจากนั้น ยังหมายถึงวิธีการที่ร่างกายกลายเป็นรูปแบบหนึ่งของทุนทางกายภาพ ซึ่งหมายถึงว่าร่างกายเป็นเจ้าของอำนาจ สถานภาพ หรือรูปแบบทางสัญลักษณ์ที่มีความเป็นเลิศ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่จะนำไปสู่การสะสมทรัพยากรต่างๆ และเห็นได้ว่าร่างกายมีส่วนร่วมในการสร้าง และสืบทอดความแตกต่างและไม่เท่าเทียมกันในสังคม Bourdieu เห็นว่าร่างกายมีตราของชนชั้นประทับอยู่บนตัวเนื่องมาจากปัจจัย ๓ ประการ คือ

๑. ตำแหน่งทางสังคม (Social Location) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทางวัตถุต่างๆ ในชีวิตประจำวัน

๒. ที่อยู่ทางสังคม (Habitus) หมายถึง ศักยภาพ ความสามารถของร่างกายที่หล่อหลอมให้คนตอบโต้ต่อสถานการณ์ที่แวดล้อมเขา ทั้งที่คุ้นเคย และเป็นของใหม่

^{๓๙} Pierre Bourdieu, Sociology in Question, Translated by Richard Nice (London : Sage Publications, 1993), 108.

^{๔๐} สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม, ๑๒ -

๓. พัฒนาการของรสนิยม (Taste) หมายถึงการเข้าไปเป็นเจ้าของวิถีชีวิตบางแบบที่พิเศษตามเงื่อนไขทางวัตถุ^{๔๑}

นอกจากนี้ Bourdieu ได้แบ่งชนชั้นในสังคมอุตสาหกรรมตามอาชีพ พร้อมกับให้คำหนึ่งถึงอาชีพของพ่อแม่ คุณสมบัติทางการศึกษา ซึ่งเป็นทุนทางสังคมของปัจเจก และโอกาสทางเศรษฐกิจ (รายได้และอายุ) ประกอบด้วยชนชั้น ดังนี้

๑. กระจุกพี ได้แก่ ปัญญาชน นักธุรกิจอุตสาหกรรม และอาชีพอิสระ ชนชั้นนี้มีอำนาจนำทั้งทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

๒. กระจุกพีน้อย ได้แก่ ช่างฝีมือ ธุรกิจขนาดเล็ก พนักงานบริษัทระดับกลาง ช่างเทคนิคและครู เป็นต้น ชนชั้นนี้มีลักษณะก้ำกึ่ง บางโอกาสก็มีอำนาจนำ บางโอกาสก็ถูกครอบงำ

๓. ชนชั้นแรงงาน ได้แก่ คนงานในโรงงานที่ไม่มีทักษะ แรงงานภาคเกษตรกรรม Supervisor และคนงานในอุตสาหกรรมบริการ ชนชั้นนี้เป็นชนชั้นที่ถูกชี้หน้า

ในแต่ละชนชั้นจะเกิดการแตกกลุ่มย่อย และการต่อสู้ขัดแย้งทางค่านิยม เช่น กลุ่มปัญญาชนมักนิยมสันโดษ ไม่ชอบความหรูหราฟุ่มเฟือย ในขณะที่กลุ่มนักธุรกิจที่มีเงินมากจะนิยมความหรูหรา ชอบเข้าสังคม เป็นต้น เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีรากฐานต่างกัน จึงต้องต่อสู้แย่งชิงเพื่อให้ได้ครอบครองอำนาจทางโลกและทางจิตวิญญาณ เพื่อควบคุมกระบวนการสร้างความชอบธรรมให้แก่สิ่งของและพฤติกรรมของตน กล่าวคือสถานะของการดำรงอยู่แบบวัตถุวิสัยเมื่อถูกผนวกเข้ากับตำแหน่งในโครงสร้างทางสังคมจะผลิต Habitus หรือ ประวัติศาสตร์สังคมที่แฝงฝังอยู่ในร่างกาย ทำให้กายเป็นสิ่งไม่ตายตัว เป็นพื้นที่เชื่อมต่อของพลังทางชีวภาพความสามารถในการใช้สัญลักษณ์และการปะทะประสานของพลังสังคมต่าง ๆ กล่าวคือ รสนิยมความโน้มเอียงของโลกทัศน์ทางชนชั้นซึมผ่านเข้ามาและถูกประทับฝังแน่นอยู่ คนเลือกกระทำและจัดแจงสื่อภาษาภายในขอบเขตความเป็นไปได้ต่าง ๆ^{๔๒} และรสนิยมดังกล่าวจะผลิตและกระทำสิ่งที่ส่งผลต่อแบบแผนการใช้ชีวิตของคน

Bourdieu แบ่งระดับของการบริโภค (Class Consumption) ออกเป็น ๓ ระดับ คือ

๑. รสนิยมที่ได้รับการยอมรับ ยกย่อง คือรสนิยมของชนชั้นกระจุกพี (Legitimized Taste)

๒. รสนิยมของกระจุกพีน้อย ซึ่งยอมรับ พยายามเรียนรู้ และใฝ่หาสิ่งที่สังคมยอมรับว่าดี ถึงแม้จะไม่ทำตามบางอย่าง เพราะไม่เหมาะกับสภาพของตัวเอง (Middle - Brow Taste)

^{๔๑} สายพิณ ศุภุททมงคล และคณะ, “สำรวจทฤษฎีร่างกาย,” ใน เผยแพร่ - พร่างกาย : ทดลองมองร่างกายในศาสนา ปรัชญาการเมือง ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และมานุษยวิทยา ปรีติตา เจริญเฝ้า กอนันตกุล, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คปไฟ, ๒๕๕๑), ๓๔ – ๓๕.

^{๔๒} อภิญา เฟื่องฟูสกุล, อัตลักษณ์ Identity การทบทวนกรอบแนวคิดและทฤษฎี (กรุงเทพฯ : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๖), ๑๐๗ - ๑๐๘.

๓. รสนิยมที่แพร่หลายในหมู่คนจำนวนมาก และชนชั้นแรงงาน (Popular Taste)^{๔๓}

งามพิศ สัตย์สงวน กล่าวว่าในระบบชนชั้น ชนชั้นที่แตกต่างกันไม่ได้แยกจากกันอย่างเด็ดขาด แต่เป็นรูปแบบที่ต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ การเคลื่อนที่ทางสังคมคือการเคลื่อนจากชนชั้นหนึ่งไปอีกชนชั้นหนึ่งเป็นไปได้ ปัจเจกชนที่เกิดในชนชั้นหนึ่งสามารถใช้วิธีการต่างๆ เช่น การศึกษา การแต่งงาน ความโชคดียุติภัยและการทำงานหนัก ให้เคลื่อนไปยังอีกชนชั้นหนึ่งได้ สังคมไทยเหมือนสังคมจำนวนมากที่มีระบบชนชั้นแบบเปิด หมายความว่าสถานภาพทางสังคมของคนแต่ละคน ขึ้นอยู่กับสภาพสัมฤทธิ์อย่างมาก ปัจเจกชนมีโอกาสนี้ที่จะเคลื่อนที่ทางสังคมให้สูงขึ้นได้ ระบบชนชั้นที่เปิดในสังคมไทย เป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาทางการศึกษาที่ว่า คนทุกคนควรมีโอกาสชีวิตเท่าๆ กันในการเคลื่อนที่ทางสังคมให้สูงขึ้น แต่ปรากฏว่าหลักการดังกล่าวขัดกับความเป็นจริงในสังคม และช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนกว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตามชนชั้นเป็นด้านสำคัญด้านหนึ่งในการจัดระเบียบในสังคมไทย ได้มีการศึกษาและวิจัยจำนวนมากที่แสดงว่า สมาชิกของชนชั้นที่ต่างกัน จะมีทัศนคติ พฤติกรรม ค่านิยมและแบบชีวิตแตกต่างกันไป การศึกษาเกี่ยวกับชนชั้นจะทำให้เราเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มคนกลุ่มต่างๆ ที่ต่างกันได้ดี รวมทั้งเข้าใจการจัดระเบียบในสังคมนั้นๆ ด้วย^{๔๔}

ในสังคมไทยมีความซับซ้อนของสำนึกในการแบ่งชนชั้น รวมถึงวิธีคิดอื่นๆ ด้วย จนทำให้การจำกัดความชี้เฉพาะว่าใครจัดอยู่ในชนชั้นใดยังดูเป็นสิ่งที่คลุมเครือไม่ชัดเจน และในทางปฏิบัติก็ไม่มีแบ่งแยกที่ชัดเจน หลายอาชีพที่ได้รับการนับถือในสังคมไทยมีสถานะทางสังคมสูง แต่มีสถานะทางเศรษฐกิจสูง ปานกลางหรือต่ำ แตกต่างกันไป จึงทำให้มีความซับซ้อนในการแบ่งชนชั้น รวมไปถึงสำนึกทางชนชั้นของคนในสังคมไทยด้วย อีกทั้งโอกาสในการเลื่อนชนชั้นทางสังคมภายใต้สภาพการเปลี่ยนแปลงสังคมที่รวดเร็วของไทยในช่วง ๗๐ กว่าปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่เปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. ๒๔๗๕) คนบางกลุ่มเปลี่ยนสถานะอย่างรวดเร็ว รวยขึ้นหรือตกอย่างกะทันหัน นอกจากนี้สังคมไทยยังถูกกำกับด้วยแนวคิดทางพุทธศาสนาเป็นระยะเวลานาน ซึ่งทำให้การสร้างค่านิยมของการกระทำต่างๆ นั้นต้องอิงกับหลักคำสอนบางประการของพุทธศาสนาด้วย

^{๔๓} สมรภัฏ ชัยสิงห์กานานนท์, รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม, ๑๓ – ๑๔, ๑๖.

^{๔๔} งามพิศ สัตย์สงวน, หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๔ (กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓), ๑๔๓.

Arjun Appadurai ชี้ให้พิจารณาถึงลักษณะการทำงานที่ตรงข้ามกันของของแพะชั้นในสังคมที่ซับซ้อนขึ้น ระบบสถานะจะถูกปกป้องและผลิตซ้ำโดยเคร่งครัดต่อความเท่าเทียมกันและการแลกเปลี่ยนในโลกของสินค้าที่มั่นคงโดยระบบแพะชั้น แม้จะเกิดการเปลี่ยนแปลง และความหลากหลายของสินค้าที่เห็นเป็นภาพลวงตาว่า เป็นสิ่งไม่เคร่งครัด และเปลี่ยนแปลงไปมาเสมอ แต่ Appadurai เห็นว่าสิ่งที่ควบคุมและรักษาสถานะทางสังคมเอาไว้อย่างเคร่งครัดก็คือ รสนิยมนั่นเอง กฎในการควบคุมของที่หรูหราเป็นตัวกำกับกฎเกณฑ์ในการบริโภคสินค้าของบุคคลเพื่อให้เหมาะสมกับการแสดงออกถึงสถานะอันมั่นคง^{๔๕}

ผู้วิจัยเห็นว่าสังคมไทยก็มีความคล้ายคลึงกันกับลักษณะดังกล่าว นอกจากนี้ Appadurai ยังกล่าวถึงการเล่นเกมหางสถานะ โดยใช้รสนิยมเป็นเครื่องหมายแห่งการลำดับชั้นว่า การควบคุมแพะชั้นและรสนิยมที่ดีในสังคมตะวันตกปัจจุบันไม่ได้มีประสิทธิภาพลดน้อยลงในการจำกัดความเคลื่อนไหวทางสังคม การแสดงถึงลำดับชั้นทางสังคมและการเลือกบริโภค เพราะมันดึงให้ผู้บริโภคเข้าไปร่วมในเกมที่มีกฎที่ถูกกำหนดอยู่แล้วโดยผู้สร้างรสนิยม และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกลายเป็นกลุ่มที่อยู่ระดับบนของสังคม ผู้บริโภคในสมัยใหม่จึงตกเป็นเหยื่อของล่อแห่งแพะชั้น ดังเช่นผู้บริโภคสมัยก่อนที่เป็นเหยื่อของการยึดถือกฎแห่งความหรูหรา ความต้องการสินค้าจึงถูกกำหนดโดยกลไกการสร้างรสนิยมที่หลากหลายซับซ้อนนี้^{๔๖}

ปัจจุบันวัตถุสินค้าในวัฒนธรรมการบริโภคนั้นไม่ได้มีหน้าที่พื้นฐานทั่วไป แต่ถูกสังคมใส่ความหมายเชิงสัญลักษณ์เข้าไปเพื่อผูกร้อยความสัมพันธ์ที่คนมีต่อวัตถุในแง่จิตใจ หรือเรียกได้ว่า มนุษย์ได้สร้างมโนทัศน์ลงให้กับสินค้าเพื่อชี้ว่าตนเป็นผู้มีอิสระ และเสรีภาพที่จะเลือกบริโภคให้ได้มาก จากสินค้าที่ถูกกำหนดมาให้เลือก และยังเป็นความหมายที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อความแตกต่างไปจากคนอื่นในสังคม

๒. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์

ปัจจุบันวัตถุหรือสินค้าในวัฒนธรรมบริโภคนิยมนั้นไม่ได้มีหน้าที่พื้นฐานทั่วไป แต่ถูกสังคมใส่ความหมายเชิงสัญลักษณ์เข้าไปเพื่อผูกเรียงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ มนุษย์ได้สร้างมโนทัศน์ลงให้กับสินค้าต่างๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงอิสระเสรีในการเลือกบริโภคได้เพิ่มมากขึ้นของพวกเขา และเป็นความหมายที่สร้างขึ้นเพื่อบ่งชี้ความแตกต่างไปจากคนอื่น^{๔๗}

^{๔๕} Arjun Appadurai, ed., The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective (London : Cambridge University Press, 1986), 25.

^{๔๖} Ibid., 32.

^{๔๗} ศรีนิธ รัตน์เจริญขจร, “ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม,” ๘.

การอธิบายถึงวิถีชีวิตทางวัฒนธรรมเพื่อบอกถึงอัตลักษณ์ นั้นเป็นกระบวนการที่เป็นหนทาง หรือวิถีทางในการอธิบายตัวเรา อาทิ อาหารที่เลือกบริโภค แนวเพลงที่นิยมฟัง การชมภาพยนตร์ที่ชอบ หนังสือที่ชอบอ่าน เป็นต้น กล่าวได้ว่าการพูดถึงวิถีชีวิตดังกล่าว คือ การบริโภคทางวัฒนธรรม เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า อัตลักษณ์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะเหล่านี้อย่างโดดๆ เพราะหนังสือที่เราอ่าน หรือเพลงที่เราฟังก็ล้วนเป็นสิ่งที่เหมือนกันกับคนอื่นๆ ดังนั้นในสังคมบริโภคจึงสร้างความหมาย ในรูปสัญลักษณ์ที่แตกต่างขึ้น และอัตลักษณ์ก็สามารถอธิบายได้ด้วยความแตกต่างนี้ อีกนัยยะหนึ่งอัตลักษณ์ขึ้นอยู่กับความแตกต่างที่ถูกสร้างขึ้นนั่นเอง การสร้างความแตกต่างดังกล่าว อาจสื่อสารผ่านวัตถุ สิ่งของหรือสินค้าที่บริโภค

Madam Sarup เสนอว่าการบริโภคทางวัฒนธรรมในปัจจุบันเป็นวิถีหนึ่งในการดำรงอยู่ หรือวิธีการได้มาซึ่งอัตลักษณ์ อัตลักษณ์อันหลากหลายของเรานั้นส่วนหนึ่งถูกสร้างขึ้นมาจากสิ่งของมากมายที่เราบริโภค ไม่ว่าจะเป็นเพลงที่เราฟัง รายการที่เราดู หนังสือที่เราอ่าน หรือเครื่องประดับที่เราใช้ หรือสวมใส่ ล้วนเป็นสิ่งที่ Sarup แสดงให้เห็นว่าตลาดนั้นเต็มไปด้วยสินค้ามากมายและกลายเป็นเครื่องมือที่เราจะใช้บ่งชี้ถึงอัตลักษณ์อันหลากหลาย^{๔๘} กล่าวได้ว่าเราบริโภคอะไร และบริโภคอย่างไรนั้นล้วนบ่งบอกว่าเราเป็นใคร เราจะต้องเป็นอะไร และคนอื่นนั้นมองเราอย่างไร จนเราอาจจะเป็นอย่างที่เราบริโภค

Kathryn Woodward ศึกษาเรื่องอัตลักษณ์นี้โดยสอบถามความแตกต่างของชาวเซิร์บกับชาวโครแอตในช่วงที่ทำสงครามกัน ทั้งๆ ที่เคยเป็นกลุ่มคนในชุมชนเดียวกัน คำตอบของชาวเซิร์บคือการไ้ซุ่หรืี่ที่พวกเขาสูบเป็นคนละยี่ห้อกับบุหรืี่ของชาวโครแอต เป็นตัวแบ่งแยก และบ่งชี้ว่า “พวกเขา” ต่างกับ “พวกเรา” อย่างไร และ “ตน” มีลักษณะอย่างไร^{๔๙} ทั้งนี้สรุปได้ว่าการอธิบายอัตลักษณ์ของปัจเจกคือการบอกถึงความแตกต่างระหว่างตนจากคนอื่น

Baudrillard กล่าวว่า ปัจจุบันมนุษย์ใช้สินค้าเป็นเครื่องมือแสดงออกถึงความหมายบางสิ่งบางอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น ภายใต้เงื่อนไขตามสังคมอันหลากหลาย สิ่งหนึ่งที่มนุษย์พยายามสื่อสารออกมาผ่านสินค้านานาชนิดก็คือความเป็นตัวตนของเขา ลักษณะเฉพาะของเขาว่าเป็นอย่างไร คำถามคือทำไมมนุษย์สมัยใหม่จึงกังวลกับเรื่องตัวตนหรืออัตลักษณ์ ทำไมมนุษย์ต้องแสวงหาตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมให้กับตนเอง รวมทั้งทำไมมนุษย์สมัยใหม่จึงคลั่ง

^{๔๘} Madam Sarup, อ้างถึงใน John Storey, Cultural Consumption and Every Life (London : Arnold, 1999), 136.

^{๔๙} Kathryn Woodward, “Concept of Identity and difference.” in Identity and Difference, (London : Sage, 1997), 8 – 9, 29, อ้างถึงใน ศรีนคร รัตน์เจริญจร, “ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม,” ๑๔.

ไคล์การบริโภคนิยม เพราะอะไรมนุษย์จึงต้องบริโภคกันเพิ่มมากขึ้น จอร์จ ซิมเมล (George Simmel) วิพากษ์สังคมสมัยใหม่ว่า เป็นกระแสที่ต้องการทำให้ทันสมัย คือความพยายามที่จะปลดปล่อยปัจเจกให้เป็นอิสระ สภาพจิตใจของปัจเจกในกระแสสมัยใหม่จึงมีทางออกเพียงหนทางเดียว คือการแสดงตัวตนผ่านสัญลักษณ์ หรือการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ด้วยสินค้าที่ตนบริโภค^{๕๐} จากคำถามและข้อวิพากษ์ดังกล่าวก็นำมาสู่แนวคิดต่อมาคือการอธิบายอัตลักษณ์ในสังคมบริโภคนิยมปัจจุบัน ซึ่งแตกต่างจากความเข้าใจประเด็นเรื่องอัตลักษณ์แบบเดิม ดังนี้

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์เป็นประเด็นที่เชื่อมต่อและความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกและสังคม ในมิตินี้ อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Aspect) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลากหลายแบบ ในแง่หนึ่งอัตลักษณ์เป็นมิติภายในของความเป็นตัวเราอย่างมากทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึกความคิด หรือจิตใจที่เกี่ยวกับตัวเราเองที่มักเปลี่ยนแปลงไปได้จากการผูกยึดติดเรากับโลกรอบตัว ส่วนในอีกแง่หนึ่งอัตลักษณ์คือความเป็นปัจเจกที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับสังคม กล่าวคือ ตัวเราถูกกำหนดบทบาทและหน้าที่จากสังคมอย่างไร ดังนั้น อัตลักษณ์จึงถูกแบ่งออกเป็น ๒ ระดับคือ ๑. อัตลักษณ์บุคคล และ ๒. อัตลักษณ์ทางสังคม^{๕๑}

ทั้งนี้จากงานเขียนเรื่อง “The Culture Industry : Enlightenment as Mass Deception” โดย ซีโอดอร์ ออดอร์โน (Theodor W. Adorno) และแมกซ์ ฮอร์คไฮเมอร์ (Max Horkheimer) ได้วิเคราะห์ความหมายของ “วัฒนธรรม” ในแง่ของศิลปะ การร้องรำทำเพลง ตลอดจนมหรสพต่าง ๆ ที่แพร่หลายเป็นที่นิยม ไม่ได้เป็นผลผลิตของมวลชนเอง ตรงข้ามมันกลายเป็น “สินค้าบันเทิง” ที่ถูกผลิตขึ้นโดยนายทุนนักอุตสาหกรรมและส่งกลับมาขายให้มวลชนได้บริโภคในยามพักผ่อน มวลชนจึงเป็นเพียงผู้รับไม่ใช่ผู้สร้างวัฒนธรรม ดังนั้นจึงควรเรียกสิ่งเหล่านี้ว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” แทนที่จะเรียกว่า “วัฒนธรรม (ของ) มวลชน” โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกระบวนการผลิตสินค้าวัฒนธรรมมีลักษณะเยี่ยงอุตสาหกรรม หรืออุปมาคล้ายการผลิตสินค้าจากระบบสายพานผลิตที่สามารถผลิตสินค้าจากต้นแบบเดียวกันได้ครั้งละมหาศาล (Mass Production) หรือปรากฏการณ์ “การบริโภคของมวลชนหรือแบบมวลชน” (Mass

^{๕๐} คริษฐ รัตน์เจริญจร, “ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม,”

๑๑.

^{๕๑} อภิญา เพื่องฟูสกุล, อัตลักษณ์ Identity การทบทวนกรอบแนวคิดและทฤษฎี, ๕

Consumption) ในสังคมสมัยใหม่ โดยสินค้าวัฒนธรรมที่ถูกผลิตขึ้นจึงมีลักษณะคล้ายสินค้าอุตสาหกรรม นั่นคือถูกทำให้เหมือนกันไปหมด^{๕๒}

การบริโภคในสังคมยุคใหม่ เป็นการบริโภคสินค้าด้วยมูลค่าทางวัฒนธรรม หรือมูลค่าทางสัญลักษณ์มิใช่มูลค่าการใช้สอย หรือมูลค่าแลกเปลี่ยนแต่เป็นการบริโภคสินค้าในฐานะที่มันเป็นสินค้าอัตลักษณ์ (Identity Commodity) ประกอบกับการปลดปล่อย กำหนดอัตลักษณ์ให้มีลักษณะไหลลื่นมากขึ้น อัตลักษณ์ที่เป็นทางเลือกนอกเหนือไปจากอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เชื้อชาติ หรือกรอบคิดเดิมจึงถูกใช้และร่วมกันสร้างผ่านสินค้าในฐานะที่มันเป็นสัญลักษณ์แห่งอัตลักษณ์ที่พึงปรารถนา ซึ่งหมายถึงความพึงพอใจที่ได้บริโภค ดังนั้นวัตถุสินค้าที่ทุกคนต่างต้องการก็อาจเปลี่ยนผันไปได้หลากหลาย ตั้งแต่เป็นสัญลักษณ์ประจำชาติ อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ หรือแม้แต่อัตลักษณ์ยี่ห้อสินค้านั้นๆ เอง การบริโภควัตถุสินค้าจึงเป็นการแสดงออกถึงบุคลิกลักษณะเฉพาะตนด้วยการใช้สินค้านั้นๆ เองตามความหมายของโฆษณาสินค้านั้นๆ หรือดังกล่าวดังกล่าวได้สร้างเสริมเติมแต่งไว้ให้^{๕๓}

อย่างไรก็ตาม วิทยานิพนธ์นี้เป็นกรณีศึกษาหนึ่งที่ผู้วิจัยได้นำวรรณกรรม และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกาวัตร์ ศึกษากรณี “คนเล่นชิปโป” เพื่อสะท้อนภาพตัวแทนหนึ่งในสังคมไทยเท่านั้น.

^{๕๒} นันทวัฒน์ จัตราอุทัย, “‘ฮอต’ร็อกกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม : กรณีศึกษาเพลงสมัยนิยม (popular music),” ใน เหลียวหน้าแลหลัง วัฒนธรรมป๊อป จีรวิมล เสนาคำ, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๕๙), ๘๒ - ๘๔.

^{๕๓} เกษียร เตชะพีระ, “บริโภคความเป็นไทย,” ใน จินตนาการสู่ปี 2000 : นวัตกรรมเชิงกระบวนการทัศน์ด้านไทยศึกษา, ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๓๙), ๑๐๒.

บทที่ ๓

วัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกาภิวัตน์

ก่อนกล่าวถึง “คนเล่นชิปโป” บทนี้ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมการสะสมเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงความหมายของวัฒนธรรมของสะสม กับไฟแฟ็กชิปโป โดยละเอียด ดังนี้

ของเล่น ของสะสม

วัฒนธรรม “ของสะสม” หรือ “ของเล่น” ผู้วิจัยมีความเห็นว่ามีลักษณะที่คล้ายคลึงกันหลายประการ ของสะสมทุกชิ้นอาจจะมิใช่ของเล่นไปเสียหมด เช่นเดียวกับของเล่นทุกชิ้นก็อาจมิใช่ของสะสมเสมอไป ในที่นี้ผู้วิจัยขอพิจารณาความหมายของ “ของเล่น” กับ “ของสะสม” โดยสังเขปเพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงนัยยะที่คล้ายคลึงและความเกี่ยวพันกัน ดังนี้

“เล่น” เป็นคำที่มีหลายนัย ซึ่งมิใช่แค่นัยเรื่องของความสนุกสนานเพลิดเพลิน หรือเรื่องของพฤติกรรมที่ไม่จริงจังเท่านั้น หากยังมีนัยอื่นๆ^๑ ตามการตีความตามบริบททางสังคม อาทิ เด็กเล่นขายของ หรือการที่นักวิชาการใช้คำว่า “เล่นเรื่องนี้” หมายถึงทำงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่ามีนัยยะคล้ายกัน “เล่น” คือการมุ่งความสนใจของตนไปในเรื่องนั้นๆ นั่นเอง

คำว่า “ของเล่น” ตามความหมายในพจนานุกรมฯ หมายถึงของสำหรับเด็กเล่นเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน แต่หากรวมถึงของสำหรับผู้ใหญ่เล่นด้วยก็น่าจะได้ เพราะของบางอย่างไม่ได้ทำขึ้นเพื่อประสงค์ให้เด็กเล่นอย่างเดียว ยังทำสำหรับดูเล่นด้วย อาจกล่าวได้ว่าทั้งเด็ก หรือผู้ใหญ่ก็เล่นได้ เช่น “ตุ๊กตาไขลานจีนขึ้นกยุงมือถือถ้วย” ไขแล้วเดินบนโต๊ะได้ เข้าใจว่าทำเพื่อเสิร์ฟเหล้า เสิร์ฟน้ำสนุกๆ ไม่ได้ต้องการให้เสิร์ฟจริงจังอะไร ตุ๊กตานี้มีหลักฐานในหนังสือ “ประชุมพงศาวดาร” ภาคที่ ๔๖ เป็นเครื่องราชบรรณาการที่สมเด็จพระนารายณ์

^๑ปรีติตา เณลิเมฬา กอนันตกุล, “เล่น,” ใน คำ : ร่องรอยความคิดความเชื่อไทย, สุวรรณ สถาอนันท์ และ เนื่องน้อย บุญเนตร, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙), ๓๖๘.

มหาราชโปรดเกล้าฯ ให้ส่งไปถวายพระเจ้าหลุยส์ที่ ๑๔ เป็นของเล่นไขลานรุ่นเก่าที่สุดที่มีการกล่าวถึงในเมืองไทย ฉะนั้นเรื่องของเล่นบางที่จึงคาบเส้นไปถึงข้างผู้ใหญ่ได้ด้วย^๒

ของเล่นมีคู่มากับมนุษย์ชาติแต่โบราณนานไม่อาจจะระบุแน่ชัดได้ แต่คาดว่าของเล่นในยุคเริ่มแรกน่าจะทำมาจากวัสดุธรรมชาติง่ายๆ ไม่ได้ปรุงแต่งอะไร เช่น ขุดเอาดินมาปั้นตุ๊กตา เต็ดเอาใบไม้ กิ่งก้านมาจักสานผ่านหัตถ์ประดิษฐ์เป็นรูปต่างๆ เช่น ม้าก้านกล้วย ตะกร้อทางมะพร้าว เป็นต้น ต่อมาคงจะปรับปรุงให้แข็งแรง ทนทานขึ้น โดยเอาดินมาเผา เอาโลหะมาหลอม จนสรรหาสารเคมีกลั่นจากของธรรมชาติต่างๆ มาผสมเข้า ของเล่นก็ยิ่งมีความละเอียดมากยิ่งขึ้นทุกที มีทั้งที่ทำจากเหล็ก ดีบุก ตลอดจนสังกะสี เซลลูลอยด์และพลาสติก มีทั้งที่ตั้งอยู่หนึ่งๆ กระทั่งมีลูกล้อ มีกลไกฟันเฟืองและใช้ไฟฟ้าเข้าประกอบ แสดงให้เห็นว่าของเล่นมีวิวัฒนาการอยู่ตลอดเวลา หลักฐานว่าด้วยของเล่นที่ปรากฏในสังคมไทย ที่ชัดเจนที่สุดนั่นคือตุ๊กตาดินไขลาน ในสมัยอยุธยา^๓

สมัยรัตนโกสินทร์ เฟรเดอริก อาร์เธอร์ นีล ที่เข้ามาในสยามเมื่อสมัยรัชกาลที่ ๓ ได้เขียนไว้ในหนังสือ “Narrative of a Residence in Siam” ตอนหนึ่งในบทที่ ๑๑ บรรยายไว้ว่า

ในหน้าสำเภา พ่อค้าจีนเข้ามาถึงกรุงเทพฯ คนกรุงเทพฯ ก็มีโอกาสดำเนินเลือกซื้อสินค้าข้าวของแปลกๆ สวยๆ มากมาย พ่อค้าจีนนำเสื้อผ้า ขนมหวาน กระจาดฟาง กล้องปริศนาทำด้วยงาช้าง กล้องไฟ มีดเงิน หมวกฟาง ของกินนานาชนิดเข้ามาขายกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ของเล่นนั้นเป็นรถบรรทุกและรถลากซึ่งใช้ไขลานเหมือนนาฬิกา พอไขแล้วรถจะวิ่งไปบนพื้นได้หลายนาทีทำให้เด็กๆ พอใจกันมาก น่าเสียดายที่ของประหลาดๆ แบบนี้ได้เห็นก็แต่ที่เป็นตัวหนังสือ ไม่มีของจริงให้ชื่นชม จนปัจจุบันนี้จึงไม่รู้ว่าคนจีนประดิษฐ์รถมาขายได้อย่างไร^๔

สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ เล่าในหนังสือ “ความทรงจำ” ตอนที่ ๑ ว่าในสมัยรัชกาลที่ ๔ พ.ศ. ๒๔๑๑ มีห้างฝรั่งเข้ามาตั้งเพิ่มขึ้นบ้าง จากเดิมที่มีแต่ห้างฮันเตอร์ ของชาวอังกฤษเพียงห้างเดียว ในสมัยนั้นเริ่มมี “เรือกลไฟชื่อ ‘เจ้าพระยา’ เดินทางไปมาระหว่างกรุงเทพฯ กับสิงคโปร์ ๑๕ วันมาถึงกรุงเทพฯ ครั้นหนึ่ง พอรู้ว่าเรือมาถึงเมื่อไร เจ้านายเด็กๆ ก็พากันยินดีเพราะรู้กันทั่วไปว่า “มักมีผู้ส่งของเข้ามาถวายทูลกระหม่อม บางทีมีของเล่นแปลกๆ ได้พระราชทานเนื่องๆ”

^๒ เอนก นาวิกมูล, ของเล่นแสนรัก (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โนรา, ๒๕๓๙), ๒๑ – ๒๒.

^๓ เรื่องเดียวกัน.

^๔ เฟรเดอริก อาร์เธอร์ นีล, (๒๓๙๕), อ้างถึงใน เอนก นาวิกมูล, เรื่องเดียวกัน, ๒๓.

สมัยรัชกาลที่ ๕ ห้างฝรั่งมีเพิ่มมากขึ้น ของกินของใช้ไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ ขนมนมเนย เครื่องกระป๋อง สมุดกระดาษ ตลอดจนเครื่องประดับ เหล่านี้มีประกาศแจ้งความในโฆษณาเชิญชวนให้คนไปซื้อกันบ่อยๆ ของอันน่าตื่นตานั้นได้แก่ ตุ๊กตาร้องไห้ ตุ๊กตาสัตว์ขยับขู่ไซลาน (?) รถราง เรียกลาโดสโคป (กลองมีกระจกข้างในสะท้อนเป็นรูปต่างๆ) แท่งไม้ เอ. บี. ซี. ลูกโป่ง ลูกบอล กลองลูกกวาด เป็นต้น^๕

สมเด็จพระเจ้าฟ้ามหาวชิรุณหิศ พระราชโอรสองค์โตของรัชกาลที่ ๕ ก็อาจได้รับพระราชทานของเล่นที่ซื้อจากห้างฝรั่งและจากที่ประดิษฐ์ในวัง ดังหลักฐานที่กล่าวว่า “เราตื่นนอนเช้า อาบน้ำกินข้าวแล้วเล่นตุ๊กตา”^๖

ของเล่นส่วนใหญ่ที่ทำขายมักเป็นของจากประเทศอื่น แต่ในสมัยรัชกาลที่ ๕ ในสยามก็เริ่มทำของเล่นบ้างแล้ว เห็นได้จากหนังสือพิมพ์ “บางกอกสมัย” ที่เนื้อเรื่องเป็นข่าวสั้นกล่าวถึงการเสด็จประพาสของรัชกาลที่ ๕ และสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ได้เสด็จไปตามลำคลองในกรุงเทพฯ กระทั่งเจอร้านทำของเล่น^๗ ระบุไว้ดังนี้

ทรงซื้อเครื่องเล่นต่างๆ

เมื่อวันที่ ๒๓ กันยายน เวลา ๖ โมงเย็น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวแลสมเด็จพระบรมราชินีนาถได้เสด็จพระราชดำเนินโดยทางเรือพายพระที่นั่งออกจากในคลองสามเสน ครั้นเรือพระที่นั่งของสมเด็จพระราชินีมาถึงหน้าแพจีนเอี้ยงจอดอยู่ได้ปากคลองผดุงซึ่งประกอบพิธีการทำเหล็กวิลาศรูปกระป๋อง แลรูปเครื่องเล่นต่างๆ ล้วนเปนของนำชมขณะนั้น จึงได้มีพระบรมราชเสาวนี้ให้ฝีพายหยุดประทับเรือพระที่นั่งที่แพจีนเอี้ยง แล้วก็ทรงจัดซื้อของในแพจีนเอี้ยงรวมเป็นเงินสิบบาท โดยทรงพระมหากรุณาจะอุดหนุนในการพานิชกรรมเจริญในบ้านเมืองของพระองค์ท่าน ครั้นทอดพระเนตรซื้อสิ่งของเล่นเสร็จแล้วก็เสด็จพระราชดำเนินกลับ^๘

ของเล่นของกำนัลที่ตั้งใจทำเป็นของแปลกสำหรับผู้ใหญ่เริ่มเป็นที่นิยมแพร่หลายเมื่อปลายศตวรรษที่ ๑๗ พัฒนาจนรุ่งเรืองมากในศตวรรษที่ ๑๘ และต้นศตวรรษที่ ๑๙ ของเล่นหรรษา พวกนี้เป็นของชนชั้นสูง ที่มักทำด้วยวัสดุราคาแพงเช่น เงิน หรือกระเบื้องเคลือบ ทำด้วย

^๕ เรื่องเดียวกัน, ๒๖ – ๒๗.

^๖ สมเด็จพระเจ้าฟ้ามหาวชิรุณหิศ, จดหมายเหตุรายวันของสมเด็จพระบรมราชปิตุลาธิบดินทร์เจ้าฟ้ามหาวชิรุณหิศ (๒๔๒๖), อ้างถึงใน เอนก นาวิกมูล, เรื่องเดียวกัน, ๒๘.

^๗ เอนก นาวิกมูล, เรื่องเดียวกัน, ๒๙ - ๓๐.

^๘ บางกอกสมัย (กันยายน ๒๔๔๒), อ้างถึงใน เอนก นาวิกมูล, เรื่องเดียวกัน, ๓๐.

ทองเหลือง หรือดินเผา จนทำให้เส้นแบ่งแยกระหว่างของเล่นกับของเล่นนั้นเลื่อนรางมาก แต่ของเล่นมักจะคิดกันว่าเป็นเครื่องประดับตกแต่งชิ้นเล็กๆ ซึ่งอาจมีประโยชน์คือใช้การได้บ้าง^๙

การทำของเล่นอย่างเป็นทางการหลักโดยตัวของมันเองพัฒนาขึ้นในปลายศตวรรษที่ ๑๙ และผลิตผลก็มีอย่างแพร่หลาย แต่ในช่วงสิบปีหลัง ค.ศ. 1930 เป็นต้นมาการผลิตของเล่นโลหะหล่อยังคงนิยมกันอยู่ แม้ว่าจะมีการใช้พลาสติกมากขึ้นตาม ซึ่งของเล่นมักจะสะท้อนให้เห็นยุคสมัยที่ผลิต ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่นหรือประติมากรรมที่เปลี่ยนแปลงไปเช่น หัวรถจักรไอน้ำ และเครื่องบิน สงครามและเหตุการณ์สำคัญๆ ระดับโลก เหล่านี้ล้วนแต่ทิ้งร่องรอยเอาไว้ในการออกแบบของเล่นทั้งสิ้น จนต่อมาก็เริ่มมีการการผลิตของเล่นใหม่ๆ ขึ้นมาโดยอาศัยความนิยมจากดารา พระเอก – นางเอกในภาพยนตร์ และทีวี^{๑๐}

โรลิ่งส์ บาร์ตส์ กล่าวถึง “ของเล่น” ว่าเป็นสิ่งที่สามารถยืนยันว่าชาวฝรั่งเศสนั้นเห็นเด็กเป็นผู้ใหญ่ในอีกร่างหนึ่ง ของเล่นฝรั่งเศสที่พบได้ทั่วไป โดยเนื้อแท้แล้วก็คือโลกของผู้ใหญ่ที่ถูกย่อให้เล็กลง เลียนแบบ และย่อส่วนจากข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ของผู้ใหญ่ อาจจะกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า เด็กคือผู้ใหญ่ตัวเล็กๆ ที่จำเป็นต้องมีของใช้ขนาดเหมาะสมพอดีตัว

ของเล่นที่เอื้อให้เด็กได้ประดิษฐ์สร้างสรรค์นั้นแทบไม่มี ที่พอจะมีบ้างคือเกมตัวต่อ ซึ่งอาศัยหลักการสลับตำแหน่งองค์ประกอบไปมาให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ๆ นอกจากนี้แล้วของเล่นจะ “สื่อความหมาย” เสมอ และความหมายที่สื่อก็คือ วิถีปฏิบัติของสังคมอันก่อปรด้วยมายาคติและเทคนิควิทยาแขนงต่างๆ ในโลกสมัยใหม่ของผู้ใหญ่ เช่น การทหาร ไปรษณีย์ การแพทย์ (ห้องผ่าตัดของตุ๊กตา) การศึกษา การขนส่ง วิทยาศาสตร์ (ชุดมนุษย์ต่างดาว) เป็นต้น

การที่ของเล่นถูกจำลองจากโลกของผู้ใหญ่อย่าง “เที่ยงตรงตามตัวอักษร” นั้นย่อมเป็นการฝึกเด็กให้ยอมรับ “หน้าที่” ต่างๆ ที่มีอยู่ในโลก โดยรับยึดเยียดความคิดให้แก่เด็ก ตั้งแต่ยังไม่ทันรู้คิด ว่าธรรมชาติได้สรรค์สร้างให้มีมาตั้งแต่ไหนแต่ไร เห็นได้ว่าของเล่นนั้นแสดงรายการของสิ่งต่างๆ ที่ผู้ใหญ่คุ้นเคยอยู่แล้ว เช่น สงคราม ราชการ และสิ่งชั่วร้าย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สิ่ง que แสดงให้เห็นการไร้ความคิดสร้างสรรค์มิใช่มีแค่เพียงการลอกแบบจากของจริงๆ แต่ยังลอกเลียนเหมือนของจริงทุกกระเปาะนี้ว เช่น ของเล่นประเภทที่ทำหน้าที่เตรียมเด็กผู้หญิงไว้สำหรับเป็นแม่บ้านในอนาคต โดยหล่อหลอมให้เด็กรับบทเป็นแม่ได้อย่างสมบูรณ์ แต่ปัญหาในโลกอันเต็มไปด้วยของเล่นที่ถอดแบบจากของจริงอันละเอียดซับซ้อนนี้เด็กมีโอกาสรสร้างตัวตนให้เป็นเพียงผู้ครอบครองและผู้ใช้ ไม่เคยเรียนรู้ที่จะเป็นผู้สร้างสรรค์ แต่กลับถูกอบรมให้ทำกิจกรรมที่ไร้การผจญภัย เด็กถูกทำให้กลายเป็นเจ้าของทรัพย์สินผู้ด้อยคุณค่า เพราะทุก

^๙ An Encyclopedia of Small Antiques เก็บความโดย วรรณนา นาวิกมูล (สิงหาคม ๒๕๓๒), อ้างถึงใน เอนก นาวิกมูล, เรื่องเดียวกัน, ๓๕ - ๓๖.

^{๑๐} เรื่องเดียวกัน, ๓๕.

อย่างถูกจัดเตรียมไว้ให้แล้ว สิ่งที่เด็กจะต้องทำก็คือใช้ของที่เตรียมไว้ให้ ในทางตรงกันข้าม เกมตัวต่อธรรมดาๆ ที่ไม่ซับซ้อนกลับช่วยให้เด็กได้เรียนรู้โลกที่ต่างออกไป เพราะเด็กจะมีโอกาสประกอบสร้างวัตถุที่มีได้มุ่งสื่อความหมายถึงสิ่งใด ไม่ต้องใส่ใจว่าจะต้องสร้างอะไรให้ตรงกับสิ่งที่มีชื่อเรียกในโลกของผู้ใหญ่ สิ่งที่เด็กจะได้ฝึกฝนมิใช่การใช้ประโยชน์ แต่เป็นการได้สรรค์สร้างรูปทรงใหม่ๆ ที่เดินได้ เล่นได้ เขาจะได้สร้างชีวิต มิใช่ทรัพย์สิน สิ่งที่เขาสร้างสามารถดำเนินไปด้วยวิถีของตัวเอง มิใช่เป็นวัตถุอันยุ่งยากซับซ้อน แต่ทว่าของเล่นประเภทนี้มีอยู่น้อยมาก โดยทั่วไปของเล่นจะเป็นของเลียนแบบที่มุ่งฝึกฝนให้เด็กเป็นผู้ใช้ และเด็กมิใช่ผู้สร้าง^{๑๑}

โรเบิร์ต คัลफी เสนอว่า บางส่วนที่ขาดไปของประวัติการณ์ของเล่นนั้นอาจจะศึกษาได้จากของเล่นที่สะสมไว้ชนิดที่เกี่ยวกับยานพาหนะที่ยังคงเหลืออยู่ แต่สิ่งที่มีคุณค่ากว่าสิ่งอื่นใดทั้งหมดก็คือข้อมูลหรือเรื่องราวที่ของเล่นเหล่านี้เก็บรักษาไว้เป็นอย่างดี^{๑๒}

จากหลักฐานของเล่นที่เก่าแก่ที่สุดนั้นพบว่าของเล่นมีขึ้นตั้งแต่สมัยอียิปต์โบราณ ซึ่งพบได้จากหลุมฝังศพของชาวอียิปต์เป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่ทำด้วยหญ้าปาปิรุส หรือเครื่องปั้นดินเผา นอกจากนี้ยังพบของเล่นในหมู่ชนดั้งเดิม ในยุคกรีกโรมัน จากหลักฐานต่างๆ เหล่านี้ทำให้คิดไปถึงลักษณะที่เป็นสากลโดยไม่จำกัดเวลา ดังกรณีของผู้คนที่มิได้อาศัยอยู่ในภาวะที่จะให้และรับอิทธิพลซึ่งกันและกันได้ แต่กลับสามารถสร้างวัฒนธรรมที่เห็นจากของเล่นที่มีลักษณะเกือบจะเหมือนกันได้ ความคล้ายคลึงขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในฐานะที่เป็นสมาชิกของครอบครัวหรือแสดงถึงความเป็นพี่น้องกันในเชิงนามธรรม ก็ยังสามารถเห็นได้จากของเล่นเด็กอีกด้วย^{๑๓}

ของสะสมในสังคมไทย

เอนก นาวิกมูล กล่าวถึง การจัดหมวดหมู่ของเล่นทั้งหลายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจะแบ่งได้เป็น ๒ พวกใหญ่ๆ นั่นคือ ของที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และของที่มนุษย์ได้ค้นคิดประดิษฐ์สร้างขึ้นมามีมือมนุษย์เองเป็นสำคัญ

จากหนังสือ “ตำนานเรื่องเครื่องโต๊ะและถ้วยปั้น” ของพระนิพนธ์สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ กล่าวความตอนหนึ่งว่าของที่ชาวสยามชอบเล่นกันมาแต่ก่อน มี ถ้วย กระถาง

^{๑๑}โรลลิงด์ บาร์ตส์, มายาคติ แปลโดย วรณพิมล อังคศิริสรรพ, พิมพ์ครั้งที่ ๒ (กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, ๒๕๔๗), ๕๓ - ๕๖.

^{๑๒}โรเบิร์ต คัลफी, “คำนำ,” ของเล่นของโลก แปลและเรียบเรียงโดย ปรานี วงษ์เทศ. (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เจ้าพระยา, ๒๕๒๘) ไม่ปรากฏเลขหน้า.

^{๑๓}เรื่องเดียวกัน, ๖ - ๑๒.

ต้นไม้ และปั้นหรือปั้นขงน้ำชา เข้าใจว่าเล่นกันมาแต่กรุงเก่า นอกจากนี้ยังนิยมเล่นดัดไม้ดัดรูปทรงต่างๆ ด้วย ดังจะเห็นได้จากเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน^{๑๔}

พ.ศ. ๒๔๓๒ (1889) ช่วงกลางสมัยรัชกาลที่ ๕ หม่อมเจ้าเพิ่ม ได้ประมวลของที่เลือกเล่นกันอยู่ในพระราชอาณาจักรสยาม ได้ประมาณ ๑๐ กว่าชนิด ได้แก่ ตัวตราไปรษณียัตราอักษรชื่อ หรือยี่ห้อเครื่องหมายในกระดาษเขียนหนังสือ เงินตราต่างๆ รูปถ่าย เครื่องแก้วเจียรไน ถ้วยปั้น และสรรพสิ่งต่างๆ กล้องสุบยาสูบบุหรีต่างๆ ต้นไม้ต่างๆ ของแสดองด้วยสุราหรือยาอื่น มีสัตว์ตอง ผลไม้ตอง เป็นต้น เขาโค ไม้เท้า ด้ามมีด หอย และหินต่างๆ เป็นต้น

กล้องยาสูบ บุหรีต่างๆ นั้นถ้าใส่ยาเส้นฝรั่งเรียก “กล้องเมี่ยงหอม” (Meerchaum Pipes) ในพระราชหัตถเลขารัชกาลที่ ๔ นั้นเข้าใจว่าจะทรงใช้ด้วย ต่อมารัชกาลที่ ๕ ท่านก็ทรงสะสม มีตัวอย่างที่เห็นจากในพิพิธภัณฑ์พระที่นั่งวิมานเมฆ “คนเดี๋ยวนี้ไม่มีใคร ‘เล่น’ แล้ว”^{๑๕}

จากข้อมูลที่กล่าวถึงในข้างต้นนั้น พบมีพลวัตของการแปรเปลี่ยนความหมายจาก “ของเล่น” ไปสู่ “ของสะสม” ผู้วิจัยมีความข้อสังเกตว่าพฤติกรรมการ “สะสม” และการ “เล่น” ในบริบทของสังคมไทยแม้ความหมายจะแยกจากกันอย่างชัดเจน แต่ก็มีลักษณะและรูปแบบที่คล้ายคลึงกันอยู่พอสมควร

วัฒนธรรมการสะสม

ของสะสมที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีมากมาย อาทิ กล้องไม้ขีดไฟ ปฏิทินหนังสือ เอกสารที่ระลึกต่างๆ แต่เมื่อกล่าวถึงการสะสมที่สร้างความโด่งดังให้แก่วงการสะสมที่สุดนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าวัฒนธรรมการสะสม “แสตมป์” (Stamp) นั้นเองที่ดูจะมีลักษณะความเป็นสากลที่สุดในบรรดาของสะสมต่างๆ มีผู้รักการสะสมจำนวนมากศาล ในส่วนนี้ผู้วิจัยใคร่ขอกล่าวถึงประวัติ ความเป็นมาของแสตมป์โดยสังเขป

แสตมป์

ใน ค.ศ. 1840 (พ.ศ. ๒๓๘๓) อังกฤษเป็นประเทศแรกที่เริ่มกิจการไปรษณีย์อย่างเป็นระบบ โดยใช้ตราไปรษณียากร หรือแสตมป์แสดงหลักฐานการจ่ายเงินค่าส่งจดหมายและห่อพัสดุล่วงหน้า แสตมป์ชุดแรกของอังกฤษมีราคา “๑ เพนนีสี่ด้า” และ “๒ เพนนีสี่น้ำเงิน” ผู้คนทั่วไปต่างถือว่าดวงละ “๑ เพนนีสี่ด้า” เป็นแสตมป์ดวงแรกของโลก

ก่อน “แสตมป์ ๑ เพนนีสี่ด้า” จะออกจำหน่าย อังกฤษยังไม่มีแสตมป์ใช้ติดจดหมายที่ฝากส่งต้องรับตราประทับหรือลงลายมือชื่อของบุรุษไปรษณีย์บนซองเป็นหลักฐานก่อนฝากส่ง บางครั้งผู้ฝากส่งต้องชำระค่าไปรษณีย์ล่วงหน้า บางครั้งให้เก็บเงินจากผู้รับจดหมายปลายทาง

^{๑๔} เอนก นาวิกมูล, สิ่งพิมพ์คลาสสิก, (กรุงเทพฯ : สารคดี, ๒๕๓๓), ๑๐ - ๑๑.

^{๑๕} เรื่องเดียวกัน, ๑๑ - ๑๒.

ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ค่าฝากส่งจดหมายจึงมีราคาแพงมาก คิดตามน้ำหนักบ้าง ตามระยะทางบ้าง ต่อมาปรากฏว่าผู้รับปลายทางปฏิเสธรับจดหมายที่ส่งมาถึงเสมอๆ ทำให้เกิดความวุ่นวายระหว่างผู้รับปลายทางกับบุรุษไปรษณีย์ ถึงกับต้องส่งคืนต้นทางบ่อยๆ

เซอร์ โรว์แลนด์ ฮิลล์ (Sir Rowland Hill) และคณะนักปฏิรูปการไปรษณีย์ในสมัยสมเด็จพระนางเจ้าวิกตอเรียของอังกฤษได้เสนอรัฐบาลถึงวิธีฝากส่งไปรษณีย์ภัณฑ์สำหรับคนอังกฤษทั้งประเทศ ให้ใช้ในอัตราเดียวกันเพื่อให้มีมาตรฐาน ทำให้ค่าฝากส่งไม่แพง ไม่ต้องใช้งบประมาณแผ่นดิน โดยให้ชำระค่าฝากส่งไปรษณีย์ล่วงหน้าด้วยวิธีที่กำหนดไว้ ไม่ว่าส่งจากที่ไหนในอังกฤษ ให้กำหนดค่าฝากส่งในราคามาตรฐานเดียวกัน รัฐสภาอังกฤษลงมติเห็นชอบโดยออกพระราชบัญญัติ “อัตราไปรษณีย์เพนนีราคาเดียวกัน” ใน ค.ศ. 1839 เป็นต้นไป

ในระยะแรกให้ชำระค่าส่งเป็นเงินสดแก่ที่ทำการไปรษณีย์ เพราะยังเตรียมตราไปรษณียากรไม่ทัน วันที่ ๑ พฤษภาคม 1840 ก็เริ่มนำแสตมป์ราคา ๑ เพนนีสี่ด้า และ ๒ เพนนีสี่น้ำเงิน แสดงต่อสาธารณชน และเริ่มออกใช้ตั้งแต่วันที่ ๖ พฤษภาคม 1840 เป็นต้นไป

สำหรับนักสะสมตราไปรษณียากรมักถือกันว่า “แสตมป์ ๑ เพนนีสี่ด้า” ที่จำหน่ายในปี 1840 ถือเป็น “แสตมป์ดวงแรกของโลก” แสตมป์ ๑ เพนนีสี่ด้าพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์โลหะแกะสลัก มีพระสาทิสลักษณ์ของ “สมเด็จพระราชินีวิกตอเรีย” เป็นสัญลักษณ์ของประเทศอังกฤษ และคำว่า “ค่าไปรษณีย์หนึ่งเพนนี” และยอมรับกันว่าเป็น “แสตมป์ดวงแรกของโลก”^{๑๖}

สิ่งสะสมอื่นๆ

ปลอกและฉลากชิการ์ เริ่มเป็นที่นิยมเก็บสะสมตั้งแต่เมื่อชาวยุโรปเริ่มสืบทอดกันราวปลายศตวรรษที่ ๑๖ เนื่องจากนักสำรวจรุ่นแรกๆ ไปเห็นชาวอินเดียนสืบทอดด้วยใบปาล์มหรือใบข้าวโพดแห้ง จึงรับเอาวัฒนธรรมดังกล่าวมาเผยแพร่ในสังคมตะวันตก

ช่วงระหว่างปี 1850 – 1870 ผู้ผลิตชิการ์ได้ตระหนักถึงประโยชน์ของปลอกและฉลากชิการ์ที่สวยงาม จึงแข่งขันกันพิมพ์ปลอกและฉลากในลวดลายที่ฉูดฉาดบาดตา เป็นรูปต้นยาสูบที่เขียวช่อมั่งบ้าง เป็นรูปสาวงามบ้าง โดยใช้กระดาษอย่างดี มีราคาแพง ดังที่บทความหนึ่งในนิตยสารชั้นดีตั้งข้อสังเกตว่า “บ่อยครั้งที่ฉลากดีกว่าตัวชิการ์เอง”

ช่วงศตวรรษที่ ๑๙ ถึงศตวรรษที่ ๒๐ กลุ่มนักสะสมบางกลุ่มนิยมเก็บปลอกชิการ์เอาไว้เพื่อทากาวติดที่ด้านนอกกันงานเขียนบุหรื หรือติดเอาไว้ในสมุด โดยจะเก็บปลอกชิการ์ที่เป็นรูปบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเขียน เช่น เออร์เนสต์ เฮมิงเวย์ (Ernest Hemingway) โดยเชื่อกันว่าเฮมิงเวย์ได้มอบชิการ์ที่มีปลอกเป็นรูปตัวเขาเองให้แก่ เอวา การ์ดเนอร์ (Ava Gardner) เป็นของที่ระลึกในโอกาสที่ทั้งสองพบกันครั้งแรก

^{๑๖}พิพัฒน์ ชูรวาเช, ตำนานแสตมป์ไทยสำหรับนักสะสม (กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์, ๒๕๔๖), ๒๑, ๒๓ - ๒๔.

ช่วงต้นศตวรรษที่ ๒๐ การสะสมพลอกและฉลากซิการ์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก มีนักสะสมเกิดขึ้นมากมาย ส่วนใหญ่มักสะสมพลอกที่มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวเช่น รูปวีรบุรุษ ยุคพิชิตตะวันตก รูปนักการเมืองที่หาเสียงโดยการแจกซิการ์ พลอกซิการ์ที่มีราคาสูงมากคือ พลอกที่ขนาดใหญ่กว่าปกติ เป็นพลอกที่ใช้พันซิการ์ทั้งมัด แทนที่จะใช้พันรอบแต่ละมวน

พลอกซิการ์รุ่นเก่าจะมีคุณค่ามากกว่ารุ่นใหม่ เช่น พลอกหรือฉลากที่ออกในช่วง 1870 – 1930 ซึ่งเป็นช่วงที่ความนิยมสูบบุหรี่ลดลง เศรษฐกิจหรือคนมีชื่อเสียง มักจะนิยมสั่งทำ พลอกซิการ์ส่วนตัว บรรดาสโมสรและภัตตาคาร ตลอดจนร้านค้าซิการ์เกือบทุกแห่งจะมียี่ห้อของตนเอง ทำซื้อและเครื่องหมายที่บ่งชี้ถึงร้านของตนเองชัดเจน

ฉลากที่ติดกล่องซิการ์หายากกว่าพลอกซิการ์ และมีความสวยงามมากกว่า เพราะมีขนาดใหญ่พอที่นักออกแบบสามารถแสดงฝีมือได้เต็มที่ นักสะสมส่วนใหญ่จะลอกฉลากออกโดย แฉกล่องซิการ์ลงในน้ำเย็น จนกาวย่อนตัว ฉลากล่อนหลุดออกมาเอง แล้วนำไปตากให้แห้ง และทำให้เรียบโดยทับไว้ในสมุด แล้วค่อยนำไปเก็บในสมุดเก็บเช่นเดียวกับการเก็บแสตมป์

นักสะสมมักจะตามหาพลอกและฉลากโดยอาศัยความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมและสังคมในช่วงศตวรรษที่ ๑๙ และ ๒๐ คนที่เก็บ อาจเก็บไว้นานจนกระทั่งกลายเป็นของหายาก แล้วจึงนำออกขายทอดตลาด ตลาดนัด หรือตามร้านขายกระดาษใช้แล้ว ที่ๆ จะหาได้ดีคือตาม แหล่งผลิตซิการ์ ย่านที่มีการปลูกยาสูบ หรือตามโรงพิมพ์ที่เคยพิมพ์พลอกและฉลากซิการ์

สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นกับวงการสะสมพลอกและฉลากซิการ์ เช่นเดียวกับวงการเก็บสะสมเก่าอื่นๆ คือ “ของปลอม” แต่เรื่องของปลอมในวงการดังกล่าว ต่างไปจากของปลอมในวงการอื่นๆ กล่าวคือ ของปลอมก็มีค่าเกือบจะเท่าของจริง เพราะหากเป็นของปลอมที่ทำขึ้นอย่างดีและหายาก เช่น ในช่วงปี 1927 – 1944 บริษัทโคคา – โคล่าได้ทำซิการ์ที่มีลักษณะพิเศษขึ้นเพื่อแจก ในการประชุมด้านการขายของตน พลอกชุดนั้นเป็นรูปแก้วน้ำบรรจุโคคา – โคล่า และขวดโคคา – โคล่า ราคาพลอกของจริงตกราว ๑๐๐ เหรียญฯ หรือสูงกว่านั้น นับเป็นพลอกซิการ์ที่หายาก

คนที่ชำนาญในการใช้ใบมีดจะสามารถตัดพลอกซิการ์ที่เป็นภาพประกอบนั้นออกมาได้ราวกับว่าเป็นพลอกซิการ์ของจริง อย่างไรก็ตาม ของปลอมที่ตัดออกมานั้นมีข้อแตกต่างจากของจริงชนิดที่ผู้รู้จะดูออก^{๑๗}

ปฏิทิน เป็นของสะสมตั้งแต่ราว ค.ศ. 1895 เรื่อยมาจนถึงช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก ค.ศ. 1930 - 1940 “ปฏิทิน” นับเป็นของแจกเพื่อจูงใจลูกค้าที่หาได้ง่ายอย่างหนึ่ง เพราะเจ้าของกิจการต่างๆ จะจัดทำแจกกันเป็นจำนวนมาก

^{๑๗} Norman Wattz, “Cigar Bands and Labels, Pop Art from a smoke,” in The Encyclopedia of Collectible, แปลและเก็บความโดย วรณา นาวิกมูล, ใน เอนก นาวิกมูล, สิ่งพิมพ์คลาสสิก, ๕๗ - ๕๘.

ปฏิทินเป็นของแจกที่ทำกันสำหรับธุรกิจทุกประเภท ปฏิทินที่นักสะสมโปรดปรานส่วนใหญ่เป็นของบริษัท ซี.ไอ.ฮูด. แห่งเมืองโลเวล รัฐแมสซาชูเซตส์ โฆษณาน้ำชาสี่ระหว่างปี 1891 - 1920 บริษัทดังกล่าวพิมพ์ปฏิทินแจกปีละ ๖ - ๗ ล้านฉบับในปี 1897 นั้นปฏิทินของฮูดมีรูปองแกลมาเดือนและแผ่นด้วย สำหรับเอาไปแลกของอื่นๆ เช่น หนังสือ เกม ฯลฯ

ของแจกที่เป็นของจำเป็นในชีวิตประจำวันนอกจากปฏิทินก็คือ พัด มีการแจกพัดเป็นจำนวนมากพอๆ กับปฏิทิน แต่บางทีก็อาจจะไม่เข้ากันเลยกับสินค้าหรือกิจกรรมที่โฆษณา

ปฏิทินที่เป็นรูปหญิงสาวแนววาบหวามแรกสุดพิมพ์ราวช่วงปลายศตวรรษที่ ๑๙ และต้นศตวรรษที่ ๒๐ มาจนกระทั่งราวหลังปี 1940 (๒๔๘๓) นี้จึงเริ่มมีปฏิทินรูปหญิงสาววับๆ แวมๆ ที่ไม่ได้ทำเพื่อโฆษณากิจการ แต่ทำเพื่อขายโดยตรงด้วย^{๑๔}

ไปรษณียบัตร (Postcard) เริ่มมีอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ ๑ ตุลาคม ๒๔๑๒ (ค.ศ. 1869 หรือตรงกับต้นสมัยรัชกาลที่ ๕ ของสยาม)

ทั้งนี้ต้องนับย้อนไปตั้งแต่การประชุมเจ้าหน้าที่ไปรษณีย์เยอรมันปี 1865 ไฮน์ริช ฟอน สเตฟาน เป็นผู้เสนอความคิดเรื่องการใช้ไปรษณียบัตรเพื่อการสื่อสารข้อความสั้นๆ ชนิดที่ผู้ใช้ไม่ต้องซื้อแสตมป์มาปิด คือรวมค่ากระดาษ และค่าส่งพร้อมไปในนั้นแล้ว แต่ความคิดของสเตฟานยังไม่เป็นที่นิยมนัก เพราะไม่มีการดำเนินการใดๆ ต่อมาราวปี 1867 - 1868 เอมานูเอล เฮร์มาน ได้เสนอความคิดดังกล่าว และไปรษณีย์ออสเตรียได้รับความคิดไปดำเนินการ

ไปรษณียบัตรรุ่นแรกของโลกจึงเริ่มขึ้น ไปรษณียบัตรมีขายตามที่ทำการไปรษณีย์ทั่วออสเตรีย และคิดค่าส่งราคาถูกเพราะมีเนื้อที่เพียงให้เขียนข้อความสั้นๆ เท่านั้น แต่สมัยดังกล่าวไปรษณียบัตรยังเป็นเพียงแผ่นกระดาษธรรมดา ไม่มีรูปใดๆ ติดอยู่

ต่อมาปี 1870 (๒๔๑๓) อังกฤษ และสวีเดนแลนด์ได้เริ่มออกไปรษณียบัตรบ้าง และหลังจากนั้นประเทศอื่นๆ ก็เริ่มทำตาม ไปรษณียบัตรก่อให้เกิดยุคใหม่ในการเขียนจดหมาย คือมีการใช้ตัวย่อในการเขียนข้อความสั้น กระชับ เหมาะกับเนื้อที่จำกัดของไปรษณียบัตร

ช่วงสงครามระหว่างฝรั่งเศสกับปรัสเซีย (เยอรมนี) ปี 1870 มีการพิมพ์ไปรษณียบัตรที่มีรูปขึ้น ของฝรั่งเศสนั้นจะกระตุ้นให้รักชาติ ส่วนของเยอรมันออกมาในลักษณะอารมณ์ขัน หลังปี 1870 เยอรมันเป็นผู้นำในการพิมพ์ไปรษณียบัตรที่มีตัวอักษรอยู่ด้านบน เหมือนกับการออกแบบกระดาษเขียนโน้ต ที่ใช้กันมาก่อนมีโปสการ์ด โปสการ์ดดังกล่าวแต่แรกพิมพ์เป็นสีเดียว แต่หลังปี 1880 ก็ทดลองพิมพ์เป็น ๒ สี และหลังปี 1890 ก็เริ่มพิมพ์หลายสี ซึ่งเป็นการพิมพ์แบบพิมพ์หิน ที่เป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้พิมพ์บัตรอวยพรทุกชนิดในสมัยนั้น

ในอเมริกาโปสการ์ดชนิดมีรูปไม่มีใช้จนถึงปี 1893 เมื่อผ่านปรกกฎหมายไปรษณีย์ลง โปสการ์ดทั้งของรัฐบาลและเอกชนก็มีพิมพ์ออกจำหน่าย และเกิดโปสการ์ดรูปภาพขึ้น

^{๑๔}เอนก นาวิกมูล, สิ่งพิมพ์คลาสสิก, ๑๒๔.

ในอังกฤษ โปสการ์ดของเอกชนพิมพ์จำหน่ายในปี 1894 เพราะเดิมมีข้อจำกัดด้านการไปรษณีย์เช่นกัน โปสการ์ดรุ่นแรกต้องมีขนาดเดียวกับของรัฐบาล แต่ช่วงปลายศตวรรษที่ ๑๙ – ๒๐ จึงได้รับอนุญาตให้พิมพ์โปสการ์ดขนาดใหญ่ขึ้น^{๑๙}

ความเป็นมาของการสะสมในสังคมไทย

ไม้ขีดไฟ

จากการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์เรื่องของการใช้ไฟในประเทศไทยนั้น ไม่พบหลักฐานที่ชัดเจนนัก พบเพียงเกร็ดประวัติศาสตร์บางส่วน จากบทความ เรื่องสั้นที่สะท้อนภาพสังคมไทย จากการสอบถามเรื่องราวในอดีตจากคำบอกเล่าเรื่องราวในสมัยนั้นๆ และข้อมูลบางส่วนที่สืบค้นจาก Internet

ไม้ขีดไฟจากประเทศสวีเดนแพร่หลายเข้ามาในสยามประเทศ^{๒๐} ตั้งแต่กลางสมัยรัชกาลที่ ๔ (พ.ศ. ๒๓๙๔ - ๒๔๑๑) โดยบาทหลวงที่เข้ามาเผยแผ่ศาสนาเป็นผู้นำเข้ามา แล้วจึงเริ่มมีขายในสยาม

การสะสมหน้าไม้ขีดไฟนั้นมีตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๕ (พ.ศ. ๒๔๑๑ - ๒๔๕๓) โดยนิยมเก็บหน้าไม้ขีดไฟไว้ในสมุดบัญชีเล่มใหญ่ๆ โดยปิดกาวหรือเจาะกระดาษสำหรับสอดมุมหน้าไม้ขีดเข้าไปได้ โดยไม้ขีดไฟยุคแรกๆ ส่วนใหญ่จะเป็นของสวีเดนและญี่ปุ่น โดยของญี่ปุ่นนั้นจะมีตราหลายพันแบบ หน้าไม้ขีดไฟที่สำคัญจากญี่ปุ่นคือ ภาพวาดรัชกาลที่ ๕ ทรงม้า มีสีและลวดลายต่างๆ กัน เช่น รูปหนึ่งเขียนได้รูปว่า "พระรบ" ซึ่งเขียน ป.ปลา เป็น บ.ใบไม้ และตกสระอยู่ไปตัวหนึ่ง บางรูปจะมีทหารยืนถือธงข้างอยู่ข้างพระองค์ นอกจากนี้ยังมีรูปช้างสองเชือกหันหน้าเข้าหาพระจุลมงกุฎ หรือพระเกี้ยว ตราประจำพระองค์รัชกาลที่ ๕ และรูปอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน

ในสมัยรัชกาลที่ ๗ (พ.ศ. ๒๔๖๘ - ๒๔๘๔) ผู้คนในสยามประเทศสามารถผลิตไม้ขีดไฟขายเองได้ ทำให้การนำเข้าไม้ขีดไฟจากสวีเดนและญี่ปุ่นลดลงและหมดไปในที่สุด โรงงานไม้ขีดไฟของสยามประเทศในยุคนั้น ได้แก่ บริษัทมินแซจำกัด ผลิตตราถ ตรานกแก้ว บริษัท

^{๑๙} เรื่องเดียวกัน, ๑๕๔.

^{๒๐} ในอดีต “สยามประเทศ” คือชื่อที่เรียก “ประเทศไทย” ในปัจจุบัน โดยเปลี่ยนแปลงชื่อสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๒๔ มิถุนายน ๒๔๘๒ เป็นต้นมา หากเหตุการณ์เกิดขึ้นก่อน ๒๔ มิถุนายน ๒๔๘๒ ผู้วิจัยขอใช้คำว่า “สยามประเทศ” แต่หากเกิดหลังเหตุการณ์ดังกล่าว จะขอใช้คำว่า “ประเทศไทย” “เมืองไทย” หรือ “สังคมไทย”, พิจารณาเพิ่มเติมใน ศรัศกร วัลลิโกดม, สยามประเทศ : ภูมิหลังของประเทศไทยตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์จนถึงสมัยกรุงศรีอยุธยาอาณาจักรสยาม, พิมพ์ครั้งที่ ๔ (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, ๒๕๔๗).

ตั้งอจำกัด ผลิตภัณฑ์ไม้เท้า ทรายแมวเฟลิกซ์ บริษัทไทยไฟ ผลิตภัณฑ์ ๒๔ มิถุนา รูปพระที่นั่ง
อนันตสมาคม ที่ระลึกการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย บริษัทเอเชียไม้
ขีดไฟจำกัด ผลิตภัณฑ์ ก.ไก่ ข.ไข่ บริษัทสยามแมตซ์แฟกตอรี ภายหลังเปลี่ยนมาเป็นบริษัทไม้
ขีดไฟไทย ผลิตภัณฑ์ ไตรรงค์ ทรายพระยานาค (ผลิตมาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๗๓ ถึงปัจจุบัน) ในยุค
นั้นไม้ขีดไฟถูกใช้เป็นสื่อโฆษณาสินค้า และห้างร้านต่างๆ หน้าไม้ขีดไฟที่น่าสนใจ คือ ห้าง
เอ.มากวลด์ แอนด์ กัมปะนี หรือที่เรียกกันว่า "ห้างมากัว" เป็นบริษัทค้าข้าวทำกิจการโรงสี
ปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตไม้ขีดไฟในเมืองไทยเหลือเพียงบริษัทเดียวคือ บริษัทไม้ขีดไฟไทยจำกัด^{๒๑}

นอกจากนี้ยังมีการขายของเล่นประเภทสะสม เช่น แสตมป์ ภาพในซองซิกาแรต จน
มีผู้กล่าวว่า “เกิดนิยมเล่นกันขึ้นอย่างบ้าคลั่ง จึงทำให้สิ่งซึ่งแท้จริงไม่มีราคาเลยนั้นเกิดมีราคา
ค่าวดจำนวนตั้งชั่งตวงร้อย...ในขณะที่เงินตราของไทยบาทเดียวซื้อข้าวสารได้เกือบถึง”^{๒๒}

ปลอกซิการ์ การสูบซิการ์

ล้วนเป็นสิ่งที่สยามได้แบบอย่างมาจากตะวันตก คนสยามรู้จักสูบซิการ์มาตั้งแต่
เมื่อไรไม่มีหลักฐานแน่ชัด แต่ในสมัยรัชกาลที่ ๔ ทรงติดต่อกับฝรั่งมาก แต่พบหลักฐานส่วน
ใหญ่มาจากสมัยรัชกาลที่ ๕ โดยพระองค์ทรงโปรดให้สั่งทำปลอกซิการ์ประจำรัชกาลที่ ๕
โดยพระองค์ทรงโปรดให้สั่งทำปลอกซิการ์ประจำพระองค์ขึ้น เห็นได้จากหลักฐานที่ปรากฏพบ
ปลอกซิการ์ของรัชกาลที่ ๕ ที่หลงเหลืออยู่ถึงปัจจุบัน

เอนก นาวิกมูล กล่าวว่า การเล่นสะสมปลอกซิการ์ กระดาษมวนบุหรี (พิมพ์ชื่อบุหรี
และตราต่างๆ บนกระดาษ เวลาเก็บต้องเอาตัวยาออก) และไฟที่แถมมาในซองบุหรีนั้นมีตั้งแต่
สมัย ร.๕ (นิยมเล่นกันทั่วโลก) นิยมเล่นมาจนถึงสมัยสงครามโลกครั้งที่ ๒ จึงค่อยๆ ลดลง^{๒๓}

ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ ๖ ทรงสูบ “พระโสมงซิการ์” ที่ทำจากฮาวานา เมืองหลวงของ
คิวบาซึ่งมีชื่อเสียงที่สุดในโลกในการทำซิการ์ นอกจากนี้ พันยราชกิจ (พล ศิวเสน) นักเรียนเก่า
อาวุโสโรงเรียนมหาดเล็กหลวง ผู้เก็บปลอกซิการ์ของรัชกาลที่ ๖ ไว้จำนวนมาก เล่าว่า เวลาที่
รัชกาลที่ ๖ จะทรงสูบซิการ์ ท่านทรงทราบว่าพวกมหาดเล็กชอบเก็บปลอกซิการ์ “ท่านจะค่อยๆ
บรรจงถอดปลอกซิการ์ออกจากมวนซิการ์อย่างเบาๆ ไม่ให้ปลอกขาดแล้ววางไว้บนโต๊ะ หรือ
บางทีก็พระราชทานแกมหาดเล็กที่รับใช้ใกล้ชิดเบื้องพระยุคลบาทผู้อยู่ใกล้ชิด ที่พันยราชกิจเก็บ
ไว้ได้มากประมาณ ๑๐๐ ปลอก ก็ได้รับพระราชทานจากพระองค์ทั้งสิ้น”^{๒๔}

^{๒๑} ประวัติไม้ขีดไฟ, [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๔ พฤษภาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก
<http://members.thai.net/~tongmatchbox/web/history.htm>

^{๒๒} ยศ วัชรเสถียร, สารานุกรมรู้ไว้ใช่ว่า (พระนคร : แพร่พิทยา, ๒๕๐๓), ๒๘๙.

^{๒๓} เอนก นาวิกมูล, เก็บวันนี้ พรุ่งนี้ก็เก่า, (กรุงเทพฯ : สมาคมกิจวัฒนธรรม,
๒๕๔๑), ๘๕.

^{๒๔} เอนก นาวิกมูล, สิ่งพิมพ์คลาสสิก, ๕๘.

ส.ค.ส. (ส่งความสุข)

“การส่ง ส.ค.ส.” นับเป็นธรรมเนียมที่ได้รับแบบอย่างมาจากตะวันตก เพราะธรรมเนียมสยามแต่เดิมเมื่อขึ้นปีใหม่ มีเฉพาะการทำบุญเลี้ยงพระแล้วเล่นสนุกกันเป็นหลัก ตัวอย่างนี้ดูได้จากประเพณีสงกรานต์ที่ยังปฏิบัติสืบมาถึงทุกวันนี้

จากหลักฐานในหนังสือบางกอกรีคอร์เดอร์ ฉบับภาษาอังกฤษ เสาร์ที่ ๑๓ มกราคม ๒๔๐๙ ซึ่งอ้างในเนื้อเรื่องว่าเป็นการส่ง ส.ค.ส. วันขึ้นปี ๒๔๐๙ เป็นต้นมา สำหรับบัตร ส.ค.ส. และบัตรคริสต์มาสนั้นพิมพ์ขายกันอย่างเป็นล่ำเป็นสันหลังปี ๒๔๐๓ (ตรงกับรัชสมัยของรัชกาลที่ ๔) เพราะช่วงนี้มีผู้คนต้องการเป็นจำนวนมาก

ในสมัยรัชกาลที่ ๕ ส.ค.ส. ส่วนใหญ่ในช่วง ๒๔๒๙ มีลักษณะเป็นนามบัตรเขียนคำว่า “ส.ค.ส.” ปั้นขึ้นปีนี้ หรือไม่กี่เขียนคำอวยพรลงบนแผ่นกระดาษฝรั่ง นอกจากนั้นยังพบ ส.ค.ส. ฝรั่งนออยู่อีกหลายแผ่น ส.ค.ส. เหล่านี้เป็นคำถวายพระพรรัชกาลที่ ๕ จากข้าราชการสำนัก

การส่ง ส.ค.ส. ได้รับความนิยมเรื่อยมา ...ส.ค.ส. ยุคหลัง (กล่าวเฉพาะที่เห็นในเมืองไทย) เปลี่ยนจากนามบัตรมาเป็นรูปวาด รูปถ่ายต่างๆ ซึ่งเห็นได้ดาษดื่นในปัจจุบัน^{๒๕}

แสดมปี

ประเทศไทยเริ่มกิจการไปรษณีย์ปี ๒๔๒๖ (1883) แสดมปีชุดแรกประกอบด้วย แสดมปีที่มีราคาต่ำสุดคือ “๑ โสฬส” (เท่ากับ ๑/๑๒๘ บาท) นักสะสมแสดมปีถือกันว่า แสดมปีดวง “๑ โสฬส” นี้เป็นแสดมปีดวงแรกของไทย

“โสฬส” ในสมัยรัชกาลที่ ๕ สะกดว่า “โสฬศ” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ “โสฬส” แปลว่า “สิบหก” มีความหมายสอดคล้องกับค่าของเงินในสมัยโบราณ “๑๖ โสฬสเป็นเงินหนึ่งเฟื้อง” เงินโสฬสมีชื่อเรียกย่อว่า “พล”

แสดมปีชุดแรกของไทยมีชื่อว่า “ชุดโสฬส” ตั้งให้เป็นเกียรติแก่แสดมปีราคาต่ำสุดของชุดนี้ คือ “ราคา ๑ โสฬส” มีทั้งสิ้น ๖ ราคา แต่ที่นำออกจำหน่ายครั้งแรกมีเพียง ๕ ราคา ๓ คือ “ไปรษณียาคาร” (สะกดตามสมัยนั้น) ปากคลองโอ่งอ่าง ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งพระนคร อันเป็นที่ทำการของกรมไปรษณีย์และเป็นไปรษณีย์แห่งแรกของสยามเมื่อวันเสาร์ที่ ๔ สิงหาคม ๒๔๒๖ ในสมัยนั้น กรุงสยามยังใช้ปฏิทินจันทรคติ และจุลศักราช ๒๔๔๕ แต่อย่างไรก็ตาม จนกระทั่งปัจจุบันนักสะสมแสดมปียังเสาะหาตราประทับประจำวันวันแรกที่ประทับบนซองจดหมายหรือบนแสดมปีไม่พบ^{๒๖}

^{๒๕} เรื่องเดียวกัน, ๑๐๘.

^{๒๖} พิพัฒน์ ชูรวา, ตำนานแสดมปีไทยสำหรับนักสะสม, ๒๗, ๒๘.

ไพบรณียบัตร (หรือโปสการ์ด)

จากหนังสือพิมพ์สยามไสมย ของหมอสมิธ เล่ม ๒ แผ่น ๗ ฉบับวันพุธ ขึ้น ๑ ค่ำ เดือน ๑๒ ปีมะแม จ.ศ. ๑๒๔๕ (พ.ศ. ๒๔๒๖) พบว่าเริ่มมีใช้ไพบรณียบัตรในสยามประเทศแล้ว^{๒๗} ในตอนต้นสมัย ร. ๕ นั้นโปสการ์ดของทางการยังเป็นแบบง่าย ๆ ไม่มีรูปภาพโปสการ์ดของเอกชน เช่นโปสการ์ดที่ฝรั่งทำจำหน่าย และดโปสการ์ดของร้านถ่ายรูปในเมืองไทยเองนิยมใส่รูปเข้าไปด้วย มีทั้งรูปบ้านเมือง และผู้คน โปสการ์ดแบบนี้พบตั้งแต่สมัย รัชกาลที่ ๕ เช่นกัน และเป็นที่นิยมสะสมกันมากในขณะนั้น^{๒๘}

รูปยาชิกาเร็ด

หรือบุหรี่ปั้นบรรจุในซอง และกระป๋อง ถ้าเป็นแบบซอง โดยซองหนึ่งจะมีบุหรี่ปั้น ๑๐ มวนแถมรูป ๑ ใบ ถ้าเป็นกระป๋องๆ หนึ่งมี ๕๐ มวนแถมรูป ๑ หรือ ๒ – ๓ กิม

รูปยาชิกาเร็ดทั้งที่ทำเป็นรูปวงรี รูปวงกลมเท่าฝากระป๋อง และรูปสี่เหลี่ยม แต่แบบสี่เหลี่ยมนั้นมีมากที่สุด รูปอย่างหลังนี้มี ๓ ขนาดคือ

๑. ที่เรียกว่า “การ์ตเล็ก” ใหญ่เท่ารูปถ่ายติดบัตร ๒ นิ้ว หรือเล็กกว่านั้น
๒. ที่เรียกว่า “การ์ตกลาง” ยาวกว่ารูปถ่ายติดบัตรเล็กน้อย ๔ x ๖.๕ ซม. นิยมทำกันมากที่สุด แบบหนึ่งและสองนี้แทรกมาในซองบุหรี่ปั้น
๓. ที่เรียกว่า “การ์ตใหญ่” ใหญ่เกือบเท่าปฏิทินพกติดกระเป๋า แบบนี้มักแทรกลงมา ระหว่างกลางมวนบุหรี่ปั้นกระป๋องกลม

วัสดุและการพิมพ์มีทั้งแผ่นสังกะสี กระดาษ ผ้าไหม อีกหน้าเป็นกระดาษ ส่วนใหญ่จะพิมพ์บนกระดาษ พิมพ์สีหลายสี แต่บางชุดพิมพ์เป็นสีซีเปีย สีเม็ดมะปรางคือ ม่วงแก่ หรือบางชุดก็พิมพ์สีขาวดำ รูปที่นำมาพิมพ์มีทั้งรูปวาดและรูปถ่าย

รูปยาชิกาเร็ดชุดหนึ่งๆ อาจมีตั้งแต่ ๖ ใบไปจนถึง ๕๐ ใบ บางเรื่องมีรูปมากกว่า ๕๐ ใบก็ทำเป็นตอน ๑ ตอน ๒ ตอน ๓ ตอน ไปอีก รวมเป็นชุดละ ๑๐๐ หรือ ๑๕๐

ในบรรดารูปยาชิกาเร็ดที่ออกมาในโลกราว ๑,๐๐๐ – ๒,๐๐๐ ชุด มีทั้งที่เป็นรูปเมืองสยาม ๑ รูปปนกับบรรดานานาชาติ และชนิดที่ไม่กล่าวถึงสยามเลย รูปเมืองสยามยกชุดนั้นจะวาดแบบส่งไปให้บริษัทแม่ของอังกฤษ อเมริกา จีน ญี่ปุ่น พิมพ์ส่งกลับมา และที่ต่างประเทศถ่ายรูปไปออกแบบ มักเป็นรูปถ่ายคน หรือสถานที่ แต่หากเป็นแบบสยามออกแบบเช่นรูปวาดตัวละครในวรรณคดี อักษรไทย มีถึงเกือบ ๕๐ ชุด เช่น

๑. ชุดหญิงสยามชั้นสูง - ต้า รูปหญิงเจ้านายผู้มีบรรดาศักดิ์สูง กับหญิงสามัญ ชั้นต่ำ เปลือยอก หรือเป็นภาพใบ้ บริษัทยาสูบญี่ปุ่นทำสมัยรัชกาลที่ ๕ มี ๒๕ ใบ
๒. ชุดรามเกียรติ์ มีสามตอน ๑๕๐ ใบ

^{๒๗} เอนก นาวิกมูล, สิ่งพิมพ์คลาสสิก, ๑๕๔.

^{๒๘} เอนก นาวิกมูล, เก็บวันนี้ พรุ่งนี้ก็เก่า, ๕๖.

๓. ชุดอิเหนา ๕๐ ใบ

๔. ชุดพระอภัยมณี มีสองตอน ๗๒ ใบ

๕. ชุดราชาธิราช มีสองตอน ๑๐๐ ใบ ฯลฯ

หลังจากนั้นปรากฏว่ามีผู้ทำรูปแบบรูปยาชกาเร็ดเพื่อขายโดยตรงอีกหลายชุด แสดงให้เห็นถึงความนิยมในรูปแบบนี้ทางหนึ่ง^{๒๙}

จุดเริ่มต้นของ “การ์ดสะสม” ในสยามประเทศคือการผลิต “รูปยาชกาเร็ด” ที่เข้ามาช่วง พ.ศ. ๒๔๓๗ - ๒๔๔๑ โดยนำเข้าและผลิตในสยามจากผู้ผลิตหลายบริษัท ในช่วงดังกล่าวนั้นมีการจัดตลาดนัดรูปยาชกาเร็ดทุกวันอาทิตย์ที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เพื่อให้ นักสะสมแลกเปลี่ยนและซื้อขายกันตั้งแต่ปี ๒๔๔๕ การ์ดดังกล่าวจะแถมมากับซองบุหรี ซองละ ๑ รูป ส่วนใหญ่จะผลิตเป็นชุดๆ ละ ๕๐ ใบ โดยผลิตมากกว่า ๒๐๐ ชุด จนถึงช่วงสงครามโลกครั้งที่ ๒ ได้เลิกผลิตเพราะขาดแคลนกระดาษ และกิจการยาสูบตกเป็นของรัฐเกือบทั้งหมดในปี ๒๔๘๒ ทำให้ไม่จำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อดึงดูดลูกค้าอีกต่อไป การ์ดสะสมได้ถูกพัฒนาอีก ในช่วงหลังสงครามสงบ จากการดัดแปลงได้ถูกแยกขายเป็นซองจนเป็นรูปแบบที่เห็นในปัจจุบัน

“การ์ดสะสม” มีทั้งที่ขายทั้งซอง และการ์ดแถมหรือแลกซื้อพร้อมกับสินค้า ส่วนใหญ่มักจะสุมการ์ดที่จะได้ตามอัตราส่วนแตกต่างกันไป การ์ดบางประเภทจะระบุเลขรหัสและผลิตจำนวนจำกัด ทำให้หายาก การ์ดที่ไม่ได้รับความนิยมและผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก หาง่าย และราคาต่ำ ส่วนการ์ดที่ได้รับความนิยม ผลิตออกมาน้อย ราคาสูง แต่ส่วนใหญ่จะผลิตในจำนวนจำกัด หรือระยะเวลาสั้นๆ จึงทำให้เป็นสิ่งที่ต้องการของนักสะสมทั่วไป ซึ่งเป้าหมายของนักสะสมแต่ละคนก็มีแตกต่างกัน บางคนต้องการเก็บสะสมให้ครบชุดนั้นๆ บางคนต้องการเฉพาะการ์ดที่ผลิตจำนวนจำกัด หรือบางคนสะสมเฉพาะการ์ดที่มีตัวบุคคลที่ชื่นชอบเท่านั้น และที่สำคัญคือการแลกเปลี่ยนหรือตามหาการ์ดที่ยังขาดเพื่อเก็บสะสมให้ครบชุดกับกลุ่มผู้สะสมเดียวกัน ทำให้เกิดมีความสนุกสนาน ทำหาย เป็นความรู้ความคู่ความบันเทิง

วัฒนธรรมการสะสมในสังคมไทย

สำหรับการสะสมในสยามประเทศนั้นไม่ปรากฏหลักฐานที่ชัดเจนว่าเริ่มขึ้นตั้งแต่เมื่อใด แต่มีหลักฐานที่สามารถอ้างได้ว่า มีการนิยมสะสมกันเป็นอย่างมากเมื่อแสดมปี^{๓๐} ชุดแรกของสยามได้ออกวางจำหน่าย โดยชาวต่างประเทศที่เข้ามารับราชการและติดต่อค้าขายเป็นผู้เริ่มต้นสะสมก่อน ภายหลังจึงมีการสะสมกันในหมู่ชาวสยาม

^{๒๙} เอนก นาวิกมูล, สิ่งพิมพ์คลาสสิก, ๓๐.

^{๓๐} สยามประเทศ ได้เริ่มกิจการไปรษณีย์ขึ้นเป็นครั้งแรกในกรุงเทพมหานครเมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม พ.ศ. ๒๔๒๖ โดยออกจำหน่ายครั้งแรกมีเพียง ๕ ราคา ๓ ตีก “ไปรษณียาคาร”, ใน พิพัฒน์ ชูรวเวช, ตำนานแสดมปีไทยสำหรับนักสะสม, ๒๗, ๒๘, ๕๕.

เอนก นาวิกมูล ผู้มีบทบาทในวงการสะสมในปัจจุบัน กล่าวถึง “การสะสม” ใน “เก็บวันนี้ พรุ่งนี้เก่า” ไว้ว่า การเลือกเก็บสิ่งที่น่าสนใจเตรียมไว้ตั้งแต่วันนี้ เพราะอีกไม่นานมันก็จะกลายเป็นของเก่า ไปภายหน้าจะได้ไม่ต้องเสียเวลาความหากันอีก การศึกษาเรื่องเก่าในเมืองไทยมีปัญหาเพราะไม่ค่อยมีรูป หรือของจริงให้ดู

วิธีเลือกเก็บนั้น สามารถเลือกเก็บตามหัวข้อที่เราสนใจ หากยังไม่แน่ใจก็เก็บแบบไม่ต้องสนใจที่มากระยะหนึ่งก่อน แล้วจะรู้ว่าควรคัดอะไรออก ของราคาถูกก็เก็บได้ ของใหม่ก็เก็บได้ โดยสามารถเก็บได้ชอกมูมของบ้าน

เอนก เห็นว่าในส่วนของภาครัฐฯ นั้นน่าจะสร้างคลังเก็บของขนาดใหญ่ขึ้นในทุกภาค โดยเร็วเพื่อสกัดกั้นของที่กำลังสูญหายและกระจายย้ายออกจากพื้นที่

นักสะสมมีได้ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด คนแต่ละจังหวัดควรพยายามเก็บของที่เกิดขึ้นในจังหวัดของตนไว้สำหรับพิพิธภัณฑ์ประจำเมืองในอนาคต เช่น รูปถ่าย สินค้าที่เคยใช้ งานฝีมือ งานประดิษฐ์ อย่าปล่อยให้ถูกกว้านซื้อออกไปจากจังหวัดจนหมด

สำหรับจุดประสงค์ของการสะสมเพื่อสร้างสรรค์ คือ พยายามศึกษาหาความรู้ในเรื่องที่ตนสะสม มิใช่มีเพียงปริมาณ ไม่สะสมด้วยความโลภ ไม่แสวงหาด้วยการขโมย หรือทำให้ผู้อื่นเดือดร้อนแสบใจ และควรเก็บแบบตั้งใจ คือ มีกล่อง มีอัลบั้ม มีชั้นเก็บ และมีห้องเก็บ

สำหรับผู้ที่ยังไม่มีเวลา และยังไม่เคยคิดเป็นนักสะสมอย่างจริงจัง เพียงแต่สนใจเล็กน้อย ก็ลองซุกเศษตัวเอกสารชิ้นเล็กๆ ฝากไว้ตามหน้าหนังสือ ลองพับหรือสอดหนังสือพิมพ์ไว้หลังกรอบรูป เวลาผ่านไปสิบ ยี่สิบปีก็กลายเป็นของแปลก มีคุณค่าได้

วิธีการวินิจฉัยอายุ คือ เมื่อได้ของมา ให้ประทับหรือเขียนวันเดือนปีไว้เสมอ โดยเลือกจุดเขียน ในส่วนที่ไม่ทำให้ของดูสกปรกรัง

อุปกรณ์ในการเก็บนั้น ได้แก่ ตรายางวันที่ สำหรับประทับวันที่ได้มา บณัสดูจำพวกกระดาษ ปากกาแบบติดถาวร เส้นเล็กๆ ช่วยในการเขียนวันเดือนปีบนวัสดุจำพวกพลาสติก หรือเครื่องกระเบื้องที่เขียนด้วยปากกาลูกลื่นไม่ติด สมุดช่วยจำ บันทึกความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับของที่สะสม แวนชยาย ศึกษารายละเอียดที่อาจซ่อนอยู่ตามจุดต่างๆ^{๓๑}

วัฒนธรรมการสะสมในสังคมโลกาวัตร์

ข้อแตกต่างระหว่างการสะสมในอดีต กับในสังคมโลกาวัตร์นั้นที่เห็นได้ชัดเจน คือ การรวมกลุ่มกันผ่านชุมชนออนไลน์ หรือแลกเปลี่ยน ให้ความรู้ผ่านทางเว็บไซต์ ซื้อขายแลกเปลี่ยนกันทางกระดานสนทนา (Board) เป็นหลัก ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกันในเรื่องราวเฉพาะนั้นๆ แม้ไม่เห็นลักษณะของคนที่เราร่วมสนทนาด้วย แต่ก็ได้รับความรู้

^{๓๑}เอนก นาวิกมูล, เก็บวันนี้ พรุ่งนี้เก่า, ๓๙ - ๔๕.

ที่สะดวก และสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงนั้นๆ ได้ตามสมควร ในกรณีของสะสมในสังคมไทย นั้นผู้วิจัยขอเสนอตัวอย่างชมรม “นักสะสม” ในโลกออนไลน์ที่เด่นๆ ดังนี้

๑. นักสะสม

ในกระดานสนทนาของ “นักสะสม” มีสะสมทั้ง หนังสือ – วรรณกรรมไทย, วรรณกรรมตะวันออก, วรรณกรรมตะวันตก, การ์ตูน, แสตมป์ไทย และต่างประเทศ, ธนบัตร, และมีกิจกรรมพบปะ – พุดคุย, ตารางอัปเดตรายการสินค้า มีจุดประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลาง แนะนำสินค้าของแก่นักสะสม โดยวิธีการชำระเงิน คือ โอนเงินผ่านทางธนาคาร^{๓๒}

๒. Club ของคนรักพระ พระเครื่อง เครื่องรางของขลัง

จัดกิจกรรมโชว์ของรัก แลกเปลี่ยนความรู้วิชาการ ในเรื่องประวัติพระเกจิ, พระเครื่อง แจ้งข่าวแก่สมาชิก ในบทความเกี่ยวกับ “สะพายกลองท่องไทย” และ “จับกระแสพระเกี” การแลกเปลี่ยนผ่านทาง “เมนูพระเครื่อง” ได้แก่ การเช่าเพื่อบูชา ประมูลแบบมีราคา กลาง ประมูลแบบมีเวลาปิด^{๓๓}

๓. หนังสือเก่า ๆ หายาก สำหรับนักสะสม และสำหรับคนรักหนังสือไทย

เน้นการสะสมและค้าขายเฉพาะเรื่องที่คุณส่วนใหญ่หาซื้อกันไม่ค่อยได้ เช่น ชั่วฟ้าดินสลาย (ชนะ - ประจวบ), ซาติสิงห์ทุ่งสง (สมบัติ - ปริศนา) เป็นต้น

หนังสือของพระเอก มิตร ชัยบัญชา พระเอก นางเอกยอดนิยมทั้งอดีต และปัจจุบันมีให้เลือกกว่า ๑,๐๐๐ เรื่องโดยนำมาทำใหม่จากต้นฉบับ มีปกที่ดูสวยงาม และถูกต้องตามลิขสิทธิ์

จุดประสงค์ของ “คนรักหนังสือไทย” คือ อยากให้คนไทยดูหนังสือไทย ผู้ใหญ่อยากให้เด็กๆ หรือคนรุ่นใหม่รู้จัก รักหนังสือไทย ไม่ลืมดารานักแสดงรุ่นเก่าๆ และอยากให้หนังสือไทยที่ดีสามารถบ่งบอกวัฒนธรรมความเป็นไทยให้โลกได้รับรู้ เช่น หนังสือเรื่อง “แผลเก่า” ที่ปัจจุบันยังไม่ได้ทำออกมาแบบถูกกฎหมาย มีแต่การผลิตซ้ำที่ทำออกมาโดยขาดความเข้าใจ แต่ในกรณีของหนังสือใหม่ ที่วางขายตามท้องตลาดนั้นไม่อยู่ในความสนใจของนักสะสมกลุ่มนี้^{๓๔}

^{๓๒} นักสะสม [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑๐ กันยายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก

<http://naksasom.pantown.com/>

^{๓๓} Club ของคนรักพระ พระเครื่อง เครื่องรางของขลัง [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑๑

กันยายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://thaiamuleclub.com/>

^{๓๔} [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑๐ กันยายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก

<http://classified.sanook.com/entertainment/item.php?id=3168458>

สรุป

วัฒนธรรมการสะสมนั้นเกิดขึ้นในทุกๆ สังคม แต่แตกต่างกันเพียงรายละเอียดปลีกย่อยตามการกำหนด สร้าง และแทนความหมาย ให้คุณค่าต่อสิ่งที่สนใจจะสะสมตามบริบททางสังคมนั้นๆ แต่ก็พบว่ามีลักษณะสากลบางประการที่มีความคล้ายคลึงกัน เป็นไปในรูปแบบหรือทิศทางเดียวกัน ดังนี้

สิ่งของสะสมนั้น หากออกมาเพียงชิ้นเดียว แบบเดียว ก็จะไม่สามารถสะสมได้ สิ่งสะสมนั้นต้องถูกผลิตออกมาจำนวนมากเพียงพอต่อการสะสม ต้องมีความหลากหลาย มีให้เลือกให้เก็บ แต่ในส่วนของความงาม หรือสุนทรีย์นั้น ขึ้นอยู่กับการประเมินคุณค่าจากนักสะสมนั้นๆ

ของสะสมที่หายาก จำนวนจำกัด หรือปัจจุบันไม่ได้ผลิตออกมาแล้ว มักจะได้รับความนิยมในการสะสมจากกลุ่มนักสะสม เป็นสิ่งที่มีคุณค่า และมีราคาแพง โดยลักษณะดังกล่าว นั้นไม่ว่ากลุ่มใดก็มีลักษณะสากลนี้เหมือนกัน ในทางกลับกัน ของที่ยังผลิตออกมาให้เก็บสะสมได้ มักจะได้รับความนิยมในการสะสมน้อยกว่าของที่หายาก กล่าวได้ว่าเป็น “วัฒนธรรมดาดๆ” นอกจากจะเกิดการ “กักตุน” ของสะสมนั้นๆ ไว้เพื่อเก็งกำไรในอนาคตจากพ่อค้าต่างๆ

ในสังคมไทยนั้น กล่าวได้ว่า เอนก นาวิกมูล เป็นผู้มีบทบาทในการปลูกฝังค่านิยม “การสะสม” “การเก็บรักษา” วรรณคดีให้อนุรักษ์สิ่งต่างๆ แก่เยาวชน คนในสังคมไทย (ดังที่เห็นใน “เก็บวันนี้ พรุ่งนี้ก็เก่า”) แม้มีการตื่นตัวบ้างในบางกลุ่ม แต่ยังไม่จริงจังสักที่หวงแหน และมุ่งรักษาอนุรักษ์วัฒนธรรมของตนอย่างเต็มที่นัก มีเพียงกลุ่มเล็กๆ เท่านั้น ส่วนใหญ่เหล่านักสะสมจะนิยมสะสมในสิ่งที่ตรงกับความสนใจเฉพาะของตนเองมากกว่า

การสะสมในสังคมโลกาวัตุนั้น “การออนไลน์” มีส่วนช่วยให้ค่านิยมการสะสมแพร่หลายไปสู่ภาคส่วนอื่นๆ ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น ในขณะเดียวกัน “โลกาวัตุน” ก็มีส่วนช่วยให้บรรดานักสะสมที่มีความสนใจที่คล้ายคลึงกัน แต่คนเหล่านั้นไม่ได้อยู่ในชุมชนเดียวกัน เพราะอาศัยอยู่ต่างชุมชน ภูมิภาค หรือสังคมต่างๆ แต่ได้เข้ามาอาศัย “พื้นที่” ในเว็บไซต์ภายใต้กติกาชุดเดียวกัน เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตน แม้ไม่ทั้งหมด แต่ก็แสดงออกได้ตามสมควร

มีข้อสังเกตบางประการที่อาจจะบ่งชี้ได้ว่า อิทธิพลของโลกาวัตุนมีผลกระทบต่อการรับ แลก หรือเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของสะสมไปจากอดีต กล่าวคือ แต่เดิมของสะสมในสังคมไทย และ/หรือ สังคมอื่นๆ มักจะเป็นของในท้องถิ่นที่หาได้ยาก เช่น ไม้เท้า นกเขา ไก่ชน เครื่องถ้วย เครื่องประดับ อัญมณี ฯลฯ แต่เมื่อโลกาวัตุนเริ่มทรงอิทธิพลขึ้น มีการติดต่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันกับสังคมภายนอกมากขึ้น ของสะสมก็มีความหมายเปลี่ยนไปในทางที่คล้ายคลึงและสอดคล้องกับสังคมอื่นๆ เช่น ของสะสมบางประเภทอาจจะไม่ใช่ของหายากในประเทศที่ผลิต แต่หายากในประเทศของผู้ซื้อที่ไม่สามารถผลิตเองได้ เป็นต้น

ในส่วนของ “คนเล่นชิปโป” ผู้วิจัยจะขอกล่าวทำความเข้าใจถึงเรื่องพัฒนาการของไฟโล่มาจนถึงไฟแซ็กชิปโปในบทต่อไป.

บทที่ ๔

พัฒนาการของการใช้ไฟ : จากกองไฟถึงชิปโป

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการศึกษา วิจัย ครั้งใดก็ตาม สิ่งที่ไม่อาจมองข้ามได้นั้นคือ ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา พัฒนาการในการก่อตัวขึ้นของสิ่งที่จะศึกษานั้น เนื่องจากร่องรอยทางประวัติศาสตร์ล้วนเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำความเข้าใจเรื่องราวต่างๆ การก่อตัวขึ้นของวัฒนธรรมนั้นในบริบททางสังคมที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะไม่มีสิ่งใดสามารถเกิดขึ้นมาลอยๆ โดยปราศจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์นั่นเอง เช่นเดียวกันกับการศึกษาทำความเข้าใจ “รสนิยมการใช้ไฟในสังคมโลกาณูวัตร” จึงจำเป็นต้องเข้าใจบริบทของวัฒนธรรมการใช้ไฟในอดีตเสียก่อน ในบทนี้ผู้วิจัยจึงขอกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของ “ไฟ” ในบริบทต่างๆ ตั้งแต่อดีตกาล พัฒนาการของไฟก่อเกิดวัฒนธรรมการใช้ไฟ “ไม้ขีดไฟ” “ไฟแช็ก” จนถึง “ไฟแช็กชิปโป” ในสหรัฐอเมริกา และการเดินทางเข้าสู่สังคมไทย จวบจนปัจจุบันที่มีกลุ่มคนเล่นชิปโปรวมตัวกันขึ้น และเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยศึกษาในครั้งนี้

วัฒนธรรมการใช้ไฟของมนุษย์ : ประวัติโดยสังเขป

๑. มนุษย์กับไฟ

เมื่อพิจารณาตามแนวคิดวิวัฒนาการของ Lewis Henry Morgan ที่เชื่อว่าสังคมในยุคแรก หรือยุคคนป่า (Savagery) มนุษย์รู้จักใช้ไฟ ลูกศรและธนู แต่ยังไม่รู้จักการทำเครื่องปั้นดินเผา^๓ นักมานุษยวิทยาจัดให้กลุ่มชนที่ดำรงชีพด้วยการหาอาหารป่าล่าสัตว์ เป็นกลุ่มชนที่มีชีวิตลำหลัง หรือดั้งเดิมมากที่สุด เผ่าพันธุ์เหล่านี้จะมีอาวุธ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ เช่น ไม้ขีดดิน หอก ธนู ขวาน ไม้สำหรับจุดไฟ มีดทำจากไม้หรือหินเท่านั้น ความสามารถที่จะรับรู้สัญญาณจากธรรมชาติและฤดูกาลถือเป็นพื้นฐานของความสามารถในการอยู่รอดของชนพวกนี้ เพราะยังไม่รู้จักการทำเกษตรกรรมหรือเลี้ยงสัตว์ ด้วยสภาพของเทคโนโลยีที่ง่าย ๆ

^๓Lewis Henry Morgan, อ้างถึงใน ปราณี วงษ์เทศ, สังคมและวัฒนธรรมในอุษาคเนย์ (กรุงเทพฯ : เรือนแก้วการพิมพ์, ๒๕๔๓), ๘ - ๙.

สังคมของกลุ่มชนระดับนี้จึงไม่สามารถเพิ่มจำนวนประชากรมาก ๆ ได้ เพราะต้องเร่ร่อนหาอาหารตามสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ^๔

ทั้งนี้ข้อมูลทางโบราณคดีในยุคน้ำแข็งละลาย (Holocene) นั้นพบหลักฐานที่สำคัญ คือ มีการใช้เตาไฟในการหุงหาอาหาร ให้ความอบอุ่นในที่พำนัก และจากเศษโบราณวัตถุเช่น หม้อ ไห ถ้วย ชาม ต่างๆ ล้วนใช้ไฟในการเผาขึ้นรูปเครื่องใช้เหล่านั้นแทบทั้งสิ้น^๕

หลุยส์ ลีคกี พิจารณาจากหลักฐานทางโบราณวัตถุต่างๆ เสนอแนวคิดที่โฮโมอีเรคตัส (Homo erectus, มีชีวิตอยู่ระหว่าง ๖๐๐,๐๐๐ – ๒,๐๐๐,๐๐๐ ปีมาแล้ว) นั้นสามารถสร้างเครื่องมือเครื่องใช้ได้อย่างชำนาญเพื่อใช้ในการล่าสัตว์ขนาดใหญ่ อาศัยอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม และริเริ่มใช้ “ไฟ” ขึ้นเป็นครั้งแรก และเครื่องมือเครื่องใช้ที่โฮโมอีเรคตัสคิดขึ้นที่สำคัญได้แก่ เครื่องมือหินสำหรับสับหรือตัด โดยกะเพาะให้มีความคมด้านหนึ่ง แหล่งทำหินที่สำคัญก็คือ อาชูเลียน (Acheulian) หินที่นำมาทำก็คือหินเหล็กไฟและหินเชิร์ต ซึ่งใช้ทำขวานหิน นอกจากนี้ยังทำภาชนะใส่ของ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และสามารถจัดระเบียบทางสังคม โดยมีการแบ่งงานระหว่างชายและหญิง ฟังฟังนายพรานในการล่าสัตว์ ตลอดจนอยู่รวมกันเป็นกลุ่มราว ๒๐ - ๕๐ คน หรือ ๓ - ๑๒ ครอบครัว และเชื่อกันว่าโฮโมอีเรคตัสเป็นกลุ่มแรกที่เริ่มใช้ภาษาในการสื่อสาร แม้ว่าจะพูดได้ช้าราว ๑ ใน ๑๐ ของความเร็วที่มนุษย์ปัจจุบัน แต่พวกเขาก็สามารถใช้ “ระบบสัญลักษณ์” ด้านภาษาพูดเพื่อบ่งบอกถึงความต้องการและความรู้สึกของตนได้บ้าง เราเรียกวัฒนธรรมเหล่านี้ว่า “วัฒนธรรมอาชูเลียน”^๖

ราว ๑๒,๐๐๐ ปีก่อนคริสตกาล มนุษย์ยุคหินใช้หินชนิดดีที่สุดในช่วงแร้เหล็กสีเหลืองถูกกับหินเหล็กไฟเพื่อให้เกิดประกายไฟ ซึ่งเมื่อถูกกับหญ้าหรือใบไม้แห้งก็จะทำให้ไฟลุก จากนั้นราว ๔,๐๐๐ ปีต่อมา มนุษย์ยุคหินใช้ก้อนไม้ถูกกับรอยบากของไม้อีกก้อนหนึ่ง ทำให้เกิดความร้อนขึ้นจากการเสียดสีจนลุกเป็นไฟในที่สุด^๗

ในสมัยที่มนุษย์เริ่มรู้จักใช้ไฟนั้น “ไฟ” เป็นสิ่งมีประโยชน์ต่อมนุษย์อย่างมหาศาล เปลวร้อนแดงของไฟมอบแสงสว่างและความอบอุ่นให้มนุษย์ทั้งต่อร่างกายและจิตใจ ป้องกันไม่ให้สัตว์ร้ายเข้ามาใกล้ ใช้หุงต้มอาหาร ฯลฯ ไฟเอื้อประโยชน์สุดประมาณให้มนุษย์ในบรรพกาลก่อนประวัติศาสตร์จวบปัจจุบัน

^๔ เรื่องเดียวกัน, ๓๔.

^๕ Willem Van Liere, Excavating God : An Enquiry into the Birth of Civilizations (Bangkok : Matichon Publishing House, 2004), 47 – 48.

^๖ หลุยส์ ลีคกี, อ้างถึงใน ดำรงค์ ฐานดี, มานุษยวิทยาเบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ ๗ (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๔), ๘๓, ๘๖.

^๗ ประวัติไม้ขีดไฟ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๔ พฤษภาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://members.thai.net/tongmatchbox/web/history.htm>

“ไฟ” คือจุดเปลี่ยนผ่านสำคัญหนึ่งของวัฒนธรรมมนุษย์ เราไม่เพียงใช้ไฟสร้างสรรค์เครื่องมือในการดำรงชีวิต แต่เรายังใช้สร้างความเป็นสังคมวัฒนธรรมขึ้นมา ไฟก่อให้เกิดร่องรอยและวิถีทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย กองไฟปิ้งย่าง คบไฟส่องทาง ธนูไฟล่าสัตว์ เครื่องมือหินกะเทาะขัดฉลุนไฟให้แหลมคม หนังสือและขนสัตว์อิงไฟตัดเย็บเป็นเครื่องนุ่งห่ม ภาชนะซึ่งปั้นดินไปเผาไฟ การหลอมละลายโลหะที่เปลี่ยนยุคสมัยของมนุษย์ วิธีการสุรา ต้ม ถนอมอาหารจนเป็นวัฒนธรรมเฉพาะ การเผาที่ทำไร่อยู่อาศัยจนเกิดเมือง ฯลฯ

นอกจากนี้เปลวไฟอันลึกลับและสว่างร้อนยังก่อให้เกิดความคิดจินตนาการทางวัฒนธรรมขึ้น ความสำคัญที่ไฟมีต่อมนุษย์จึงก้าวไปสู่กรอบโครงสร้าง ระบบความคิดความเชื่อ ตำนาน และจักรวาลวิทยาทางสังคม ซึ่งปรากฏพบอย่างหลากหลายในแทบทุกวัฒนธรรม ไฟกลายเป็นเทพเจ้าศักดิ์สิทธิ์ หรือใช้ประกอบพิธีกรรมเพื่อบูชาสัมพันธ์กับอำนาจเหนือธรรมชาติ ความคิดความเชื่อของมนุษย์เชื่อมผ่านสู่เปลวไฟ แต่อีกสิ่งหนึ่งที่เชื่อมผ่านเปลวไฟสู่จักรวาลวิทยา พลังศักดิ์สิทธิ์ก็คือควันของไฟนั่นเอง^๕

๒. พัฒนาการของการใช้ไฟ

มนุษย์มิได้หยุดความคิดที่จะพัฒนาเครื่องมือให้กำเนิดไฟ โดยได้พยายามอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากหลักฐานทางโบราณคดี เช่น การใช้สายคันธนูพันเข้ากับแท่งไม้ โดยที่ปลายของแท่งไม้นั้นวางกดไว้บนรอยบากของไม้อีกท่อนหนึ่ง เมื่อชักคันธนูไปมาไม้ทั้งสองท่อนก็จะเสียดสีกันจนเกิดความร้อนและติดไฟได้อย่างรวดเร็วขึ้น^๖

ทั้งนี้ ในการก่อไฟขึ้นเองนั้นอาจพบอุปสรรคต่างๆ มากมาย ทั้งความชื้น กระแสลม ฯลฯ มนุษย์จึงประดิษฐ์สิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นมาเพื่อเอาชนะอุปสรรคทางธรรมชาติ สามารถเรียกใช้ไฟได้ทุกเวลาที่ต้องการ ใช้จุดตะเกียงในยามค่ำคืน รวมทั้งใช้จุดรูป เทียน ในพิธีกรรม บวงสรวงต่างๆ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเรียกไฟใช้งานได้ตามต้องการเหล่านั้นถูกประดิษฐ์ขึ้นมาในรูปของเครื่องขีดไฟ จวบจน ไม้ขีดไฟ (Matches) และไฟแช็ก (Lighter) ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานกล่าวถึงความหมายของไม้ขีดไฟ และไฟแช็ก ดังนี้ “ไม้ขีดไฟ” เป็นคำนาม มีความหมายว่า “เครื่องขีดไฟชนิดหนึ่ง ซึ่งใช้กันไม้หรือก้าน กระดาษชุบปลายข้างหนึ่งด้วยสารเคมีบางอย่างให้เป็นตุ้ม เรียกว่า หัวไม้ขีด มี ๒ ชนิด ชนิด

^๕วิศิษฐ์ ศิลปสุวรรณชัย, “บุหรี : การเบียดขับสู่ภาวะต้องห้าม,” (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔.), ๑๙.

^๖ประวัติไม้ขีดไฟ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๔ พฤษภาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://members.thai.net/tongmatchbox/web/history.htm>

หนึ่งใช้ขีดกับผิวที่ฉาบด้วยสารเคมีซึ่งมีฟอสฟอรัสแดงเป็นองค์ประกอบสำคัญทำให้เกิดไฟขึ้น อีกชนิดหนึ่งใช้ขีดกับผิวขรุขระทำให้เกิดไฟขึ้น”^{๑๐}

“ไฟแช็ก” เป็นคำนาม มีความหมายว่า “เครื่องขีดไฟชนิดหนึ่ง เวลาใช้ต้องทำให้จักรโลหะครูดกับถ่านไฟแช็ก เกิดประกายไฟติดไส้ที่ชุ่มด้วยน้ำมันหรือแก๊สที่บรรจุอยู่ถูกเป็นเปลวไฟขึ้น”^{๑๑}

ซึ่งหากพิจารณาที่มาและประวัติของไม้ขีดไฟและไฟแช็กแล้ว อาจกล่าวได้ว่าไม้ขีดไฟน่าจะมีการใช้งานมานานกว่าไฟแช็ก เพราะไม้ขีดไฟมีราคาถูกและไม่ได้มีเทคโนโลยีสูงนัก หากโดนน้ำหรือความชื้นก็ไม่สามารถใช้งานต่อได้ แต่ไฟแช็กนั้นใช้เชื้อเพลิงในการก่อไฟ (ทั้งแบบน้ำมัน และแก๊ส) มีความสะดวกกว่าไม้ขีดหลายประการ แต่ไม่พบหลักฐานแน่ชัดว่าไฟแช็กมีประวัติเริ่มต้นใช้งานมาตั้งแต่เมื่อใด ผู้วิจัยคาดว่าน่าจะเป็นผลพวงมาจากการพัฒนาการทางเทคโนโลยีรวมทั้งนวัตกรรมใหม่ๆ ของมนุษย์ พัฒนาการของการใช้ไฟดังกล่าวทำให้มนุษย์สามารถใช้ไฟได้ตามต้องการโดยเอาชนะขีดจำกัดของธรรมชาติได้ในที่สุด

๓. ชิปโป : นวัตกรรมใหม่ของไฟแช็ก

แม้ว่าไม้ขีดไฟและไฟแช็กจะเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่เพิ่มความความสะดวกสบายให้แก่มนุษย์มากกว่าในอดีต แต่มนุษย์ยังคงเร่งพัฒนาด้านเทคโนโลยีเรื่อยมา ไฟแช็กถูกพัฒนาให้ใช้ได้ในทุกสถานการณ์ ทุกภาวะ สามารถกันลม กันความชื้น โดยสร้างฝาสำหรับครอบเปิด - ปิดไว้ ทั้งนี้พบไฟแช็กยี่ห้อต่างๆ ที่ได้รับความนิยมมากมาย เช่น Imco ผลิตภัณฑ์จากออสเตรีย Ronson และ Zippo จากสหรัฐอเมริกา St. Dupont จากฝรั่งเศส ฯลฯ ไฟแช็กดังกล่าวส่วนใหญ่ราคาสูง มีการตกแต่งอย่างสวยงาม รวมทั้งประดับสิ่งมีค่าอื่นๆ เพื่อความสวยงาม และใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพประกอบกับสังคมแบบทุนนิยมสมัยใหม่ที่เน้นการผลิตสินค้าในโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อขายในตลาด และกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมหาศาล แต่ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยขอยกกล่าวถึงไฟแช็กชิปโปเพียงอย่างเดียวเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษานี้

ชิปโป : ประวัติความเป็นมา

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประวัติและพัฒนาการของไฟแช็ก Zippo ตั้งแต่ผลิตขึ้นในสหรัฐอเมริกา และเดินทางเข้าสู่สังคมไทย จวบจนปัจจุบันที่เกิดกลุ่มคนเล่นชิปโปขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่จะศึกษาในวิทยานิพนธ์นี้โดยสังเขป ดังนี้

^{๑๐}“ไม้ขีดไฟ,” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ (กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, ๒๕๔๖), ๘๘๕.

^{๑๑}“ไฟแช็ก,” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒, ๘๑๖.

ไฟแช็กชิปโป ถูกผลิตขึ้นครั้งแรกใน ค.ศ. 1932^{๑๒} (พ.ศ. ๒๔๗๕) ที่เมืองแบรดฟอร์ด (Bradford) รัฐเพนซิลวาเนีย (Pennsylvania) ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยชาวยาวอเมริกันชื่อ จอร์จ แกรนท์ เบลสเดลล์ (George Grant Blaisdell)^{๑๓} ผู้ก่อตั้งบริษัท Zippo Manufacturing Company ในปีเดียวกัน โดยบริษัทดังกล่าวสามารถผลิตชิปโปได้ถึง ๑๖,๘๐๐,๐๐๐ อันต่อปี^{๑๔}

พัฒนาการโดยสังเขป

ค.ศ. 1932 (๒๔๗๕) ตั้งบริษัท Zippo Manufacturing Company ที่เมืองแบรดฟอร์ด รัฐเพนซิลวาเนีย สหรัฐอเมริกา โดยรูปทรงของชิปโปในรุ่นนี้จะเป็นเหลี่ยมทั้ง ๔ ด้าน บานพับอยู่ข้างนอก มีขนาดใหญ่กว่าที่เห็นในปัจจุบันเล็กน้อย

ค.ศ. 1937 (๒๔๘๐) ผลิตรูปทรงใหม่ให้มีขนาดเล็กกว่ารุ่นก่อน มีขนาดเหมาะกับมือผู้ใช่มากขึ้น แต่รูปทรงยังคงเป็นเหลี่ยมเหมือนรุ่นแรก ปัจจุบันถูกผลิตขึ้นมาอีกครั้งเรียกว่า “Vintage” เพราะปัจจุบันรุ่นนี้หายากมาก จึงถูกผลิตอีกครั้งเพื่อสนองความต้องการของผู้สะสม

ค.ศ. 1938 (๒๔๘๑) เริ่มผลิตชิปโปรุ่นตั้งโต๊ะ ที่มีลักษณะใหญ่ไม่เหมาะแก่การพกพา แต่กลุ่มผู้สะสมถือว่ารุ่นนี้เป็นรุ่นหายาก น่าสะสม เพราะมีจำนวนน้อยมากในเมืองไทย

ค.ศ. 1939 - 1945 (๒๔๘๒ - ๒๔๘๘) ช่วงสงครามโลกครั้งที่ ๒ บริษัท Zippo เข้าไปมีส่วนร่วมกับกองทัพอเมริกัน โดยทหารอเมริกันทุกหน่วย ทุกคนจะมีชิปโปประจำตัว ทั้งใช้ในการก่อไฟ คลายหนาว แสดงสังกัดของตนจากรุ่นที่สลักลายไว้ด้านหลังตัวชิปโป เสมือนเป็นการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของชิปโปไปทั่วโลกผ่านทหารอเมริกัน

ค.ศ. 1941 (๒๔๘๔) ผลิตรูปทรงใหม่คือมนทั้งสี่ด้าน ต่างจากรุ่นก่อนๆ ที่จะเป็นเหลี่ยมทุกด้าน ปัจจุบันรุ่นนี้ถูกผลิตขึ้นมาอีกครั้งเรียกว่า “Replica” หรือรุ่นจำลองชิปโปแบบเดียวกับอดีต

ค.ศ. 1949 (๒๔๙๒) ชิปโปเริ่มขยายฐานการผลิตโดยตั้งโรงงานที่ประเทศแคนาดา ที่ท้ายไฟแช็กจะระบุว่า “Niagara Falls, Ontario” (แต่โรงงานที่ประเทศสหรัฐอเมริกาจะระบุว่า Bradford, P.A.) โดยโรงงานดังกล่าวสามารถผลิตชิปโปได้ราว ๕๐๐,๐๐๐ อันต่อปี จนกระทั่งเลิกผลิตในวันที่ ๓๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๔๕ (2002) นับเป็นรุ่นที่นิยมสะสมอีกรุ่นหนึ่ง

^{๑๒} มีชีวิตอยู่ตั้งแต่ ค.ศ. 1895 - 1978 (พ.ศ. ๒๔๓๘ - ๒๕๒๑)

^{๑๓} Richard Sexton, American Style : Classic Product Design from Airstream to Zippo (San Francisco : Chronicle Books, 1987), 88.

^{๑๔} Wikipedia, Zippo, [Online], accessed 10 May 2007. Available from <http://en.wikipedia.org/wiki/Zippo>

ค.ศ. 1950 (๒๔๙๓) เริ่มผลิตเรือนหุ้มหนังสือต่าง ๆ ออกจำหน่าย และนำสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในธรรมชาติมาประดับหรือแต่งลายสีเป็นรูปห่าน ปลา เรือ ม้า นับเป็นพัฒนาการด้านการออกแบบและผลิตอีกชิ้นหนึ่ง

ค.ศ. 1950 - 1953 (๒๔๙๓ - ๒๔๙๖) รุ่นสงครามเกาหลี ใช้ทองและเงินตกแต่ง

ค.ศ. 1954 - 1975 (๒๔๙๗ - ๒๕๑๘) รุ่นสงครามเวียดนาม โดยทหารกองทัพอเมริกันทุกหน่วยทุกเหล่าต่างมีชิปไปประจำสังกัดของตน รุ่นนี้จัดเป็นรุ่นหายาก เป็นที่ต้องการมากในกลุ่มคนที่สะสม เนื่องจากเป็นรุ่นที่เข้ามาในสังคมไทยผ่านทหารอเมริกันเป็นจำนวนมาก ที่เข้ามาตั้งฐานทัพบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ค.ศ. 1957 (๒๕๐๐) เริ่มผลิตชิปไปรุ่น “Slim” หรือ “Lady Bradford” มีลักษณะบางกว่าชิปไปรุ่นอื่นๆ ที่เคยผลิตมา เพื่อขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าผู้หญิงโดยตรง

ค.ศ. 1969 (๒๕๑๒) ผลิตชิปไปรุ่น Apollo 11 ยานอวกาศลำแรกที่ลงจอดบนพื้นผิวดวงจันทร์ (๑๖ กรกฎาคม ๒๕๑๒) เป็นที่ระลึกถึงเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ระดับโลก

ค.ศ. 1976 (๒๕๑๙) ผลิตรุ่นครบรอบ ๒๐๐ ปี สหรัฐอเมริกา

ค.ศ. 1982 (๒๕๒๕) ผลิตรุ่น ๕๐ ปีชิปไป และย้อนกลับไปผลิตรุ่น 1932 Replica ซึ่งเป็นรุ่นแรกเมื่อ ๕๐ ปีก่อนออกขายอีกครั้ง ปัจจุบันถือว่ามียุคขายสูง

ค.ศ. 1990 - 1991 (๒๕๓๓ - ๒๕๓๔) เป็นต้นมา มีการอิงถึงตำนานบุกเบิกตะวันตก ชุดประธานาธิบดีอเมริกัน ชุดสงครามเหนือ - ใต้ ออกแบบขนาดที่เล็กลงหลากหลายสี

ค.ศ. 1992 (๒๕๓๕) ผลิตรุ่นชิปไปครบรอบ ๖๐ ปี รุ่น Chevrolet Corvette รถยนต์ยอดนิยมของชาวอเมริกัน และผลิตย้อนยุครุ่น “Windy”^{๑๕} ปี 1937

ค.ศ. 1994 (๒๕๓๗) จำหน่ายไฟแช็กฉลองครบรอบ ๕๐ ปีวัน D - Day (๖ มิถุนายน พ.ศ. ๒๔๘๗) หรือวันที่ทหารพันธมิตรยกพลขึ้นบกที่นอร์ม็องดี (Normandy Campaign) ประเทศฝรั่งเศส ซึ่งจำหน่ายไปทั่วโลกจำนวน ๔๕๐,๐๐๐ อัน^{๑๖}

ค.ศ. 1997 (๒๕๔๐) ผลิตรุ่น Zippo ครบรอบ ๖๕ ปี รุ่น “The GI's Friend” เป็นการย้อนระลึกถึงเรื่องราวของทหารอเมริกันยุคสงครามโลกครั้งที่ ๒ และผลิตรุ่นเกี่ยวกับยุทธภูมิ

^{๑๕} “กล่าวกันว่าเป็นสัญลักษณ์ของชิปไป เป็นภาพผู้หญิงใช้ชิปไปจุดบุหรี่ ในขณะที่กระโปรงพลิ้วไปตามแรงลมแต่ไฟจากชิปไปก็ไม่ได้ดับ (ตำนานไฟที่ไม่มีวันดับ)

^{๑๖} “ZIPPO ไฟแช็กสำหรับนักสะสม,” นิตยสารผู้จัดการ ๑๓, ๑๔๒ (สิงหาคม ๒๕๓๘) : ๗๒, ๗๔.

อื่นๆ ด้วย เช่น ยุทธภูมิมีดเวทย์ ผงบินพยัคฆ์ จิ้งจอกทะเลทราย ทหารกองทัพบกที่ ๓ โดยจำกัดจำนวนผลิตไว้ที่อย่างละ ๑๐,๐๐๐ อัน^{๑๗}

ค.ศ. 2001 (๒๕๔๔) ผลิตรุ่นตำนานดาราสอลลีวีตรุ่นเก่า อาทิ Frank Sinatra, John Wayne, Lucille Ball บางคนเสียชีวิตไปแล้ว เพื่อระลึกถึงดารานี้

ค.ศ. 2002 (๒๕๔๕) บริษัทชิปโปเริ่มปรับแผนการตลาดใหม่โดยเปลี่ยนสไตล์รูปลักษณ์และ Concept โดยออกแบบมาสำหรับจุดเทียนไข จุดเตาทำความร้อนและเตาปิ้งย่างต่างๆ เป็นการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นเพื่อให้เป็นของใช้ในครัวเรือนมากกว่าใช้จุดบุหรี่สูบ โดยออกแบบรูปทรงให้บางเบา และยาวกว่าเดิมเพื่อใช้งานอเนกประสงค์ ทั้งนี้ได้ใช้โฆษณาราว ๓ ล้านดอลลาร์ และวางกลุ่มเป้าหมายไว้กว้างกว่าเดิม นั่นคือ ได้รวมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสตรีซึ่งชอบความน่ารักแบบเด็กๆ เอาไว้ ชิปปโปแบบใหม่มีลักษณะที่โดดเด่นในตัวเอง มีลักษณะคล้ายเครื่องมือประจำกายของ James Bond คือ รูปทรงกระบอกมีทั้งสีดำและสีเงินยาว ๘ นิ้ว มีหน้าต่างกระจกแสดงขีดน้ำมัน มีปุ่มปรับความแรงไฟ เหมาะสำหรับใช้ในห้องอาหารที่มีเทียนจุดระหว่างรับประทานอาหาร ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถวางจำหน่ายได้ตามร้านเทียนไขทั่วไป และร้านค้าปลีกที่ขายข้าวของเครื่องใช้ครัวเรือน ตลอดจนร้านค้าที่ขายของสตรี สโลแกนในโฆษณาชิ้นหนึ่งที่มีภาพของไฟแช็กแบบใหม่ คือ “Zippo For Real” (ชิปปโปนี่ละของจริง) มีราคาขาย ๑๔.๙๕ - ๑๙.๙๕ ดอลลาร์ พร้อมกล่องใส่ลายสวยงาม^{๑๘} และในปีเดียวกันนี้ได้ออกรุ่น “Zippo ครบรอบ ๗๐ ปี” 1941 Replica ผลิตจำกัดจำนวน ๗๐,๐๐๐ ชิ้น ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

ค.ศ. 2004 (๒๕๔๗) ผลิตรุ่น “การาบาว” วงดนตรีเพื่อชีวิตของไทย นับเป็นศิลปินในเอเชียกลุ่มแรกที่ชิปปโปนำเสนอสัญลักษณ์ของวงรูป “หัวควาย” ออกวางจำหน่าย^{๑๙} ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดและสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในเมืองไทย

^{๑๗} ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และ มนัสศิริ เผือกสกนธ์, Retro Marketing สูตรใหม่การตลาดย้อนยุคปลุกกระแส (กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด, ๒๕๔๕) ๙๐ - ๙๑.

^{๑๘} บิสิเนสไทย, ชิปปโป Re-Positioning ดีไซน์ใช้งานในครัวเรือน [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑๙ เมษายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก http://www.businesssThai.co.th/content.php?data=403479_Brand%20Power/

^{๑๙} ที่ผ่านมามากกว่าสิบปีทางชิปปโปอเมริกา จะมีคอลเลคชั่นของศิลปินต่างประเทศทั้งยุโรปและอเมริกามาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็น The Beatles, Rolling Stone หรือดาราสอลลีวีต ขณะที่ศิลปินในเอเชียมีเพียงไม่กี่ประเทศที่มีโอกาส โดยเฉพาะประเทศไทยด้วยแล้วไม่เคยมีศิลปินวงใดไปมีรูปประทับบนไฟแช็กชิปปโปมาก่อน

ชูศักดิ์ เตชเกรียงไกรกุล และ มณัสศิริ เผือกสกนธ์ ได้วิเคราะห์ไฟแฟกซ์ชิปโปเชิงการตลาดไว้ว่า ชิปโปเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing) และเล่นกับปรากฏการณ์โหยหาอดีต (Nostalgia) อยู่เสมอ ดังนี้

ชิปโปนั้นใช้การตลาดแบบย้อนยุคที่เล่นกับ Emblem, Idol, Icon พวก Homage ฯลฯ ย้อนยุคได้ดี ยกตัวอย่างเช่น Flower-Power ทำให้นึกถึงปลายยุค 60's – ต้นยุค 70's ช่วงที่กระแสเสรีภาพ อิสระชนชาวอเมริกันแถบซานฟรานซิสโก ชิปปี้ เสี้ยวหนึ่งของ American's Generation บางครั้งชิปโปก็อิงถึงสถานที่ที่ผู้คนรู้จักว่าเป็นตำนานที่ขลัง เช่นรุ่น Rushmore (รูปสลักในภูเขาหิน Rushmore เป็นรูป ๔ ประธานาธิบดีอเมริกัน) อิงถึงตำนาน American Rock 'N' Roll เช่นรุ่น Elvis Silhouette, British Rock 'N' Roll รุ่น The Beatle Song อิงถึงรถยนต์เด่นๆ ในอดีต เช่น The Corvette Collection, Motor Sports Collection อิงประวัติศาสตร์เช่นสงครามเหนือ – ใต้ The Civil War Series ออกมา มีรุ่น Wild West ตำนานบุกเบิกสู่ตะวันตก อิงบุคคลสำคัญทางการเมือง เช่น The President Series : George Washington, Abraham Lincoln, John F. Kennedy เป็นต้น

1997 – ปัจจุบัน The Nostalgic Art ตอนครบรอบ ๖๕ ปี ชิปโปได้ออกแคมเปญการตลาดโดยใช้ "Nostalgic Art Deco Pewter Emblem" เป็นปณิธานที่ใช้การตลาดด้วยความโหยหาอดีตอย่างชัดเจน มีการสื่อสารการตลาดที่ใช้ Retrospective เต็มตัว เพราะศิลปะแห่ง Deco Style นั้นเป็นสิ่งที่เคยเฟื่องฟูในอเมริกาในยุค 1930 's มีการตกแต่งด้วยลวดลายโลหะโครมแวววาว เป็นการ Recall the Glamour of 1930's เพื่อใช้เป็นแคมเปญที่แรงขึ้น Zippo ได้ผลิตที่เห็นบนเค้ท พวงกุญแจ กระดุมสุท ฯลฯ ย้อนไปถึง Deco Style แห่งยุค 1930 's และ Zippo Remembrance คราวนี้ใช้ชื่อแคมเปญว่า "The GI's Friend" เป็นการนำเรื่องราวทหารอเมริกันยุคสงครามโลกครั้งที่ ๒ มาผลิตซ้ำอีกครั้ง โดยแต่ละรุ่นจะมี Serial Number กำกับ เพื่อให้คุณค่าและมูลค่าเพิ่มขึ้นอีกหลายเท่าในอนาคต เมื่อ Remembrance ที่อิงสงครามประสบความสำเร็จ Zippo ก็ออกแคมเปญทำนองเดียวกัน แต่คราวนี้ผลิตเกี่ยวกับการสำรวจนอกโลก เช่น โครงการเมอคิวรี โครงการเจมินี โครงการกระสวยอวกาศ โดยจำกัดจำนวนผลิตไว้ที่อย่างละ ๑๐,๐๐๐ ชิ้น^{๒๐}

ชิปโปในบริบทของสังคมไทย

ชิปโปเดินทางเข้าสู่สังคมไทยตั้งแต่เมื่อไรนั้น ไม่ปรากฏหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน แต่จากข้อมูลภาคสนามเบื้องต้นโดยการสอบถามผู้คนในสมัยที่กองทัพอเมริกันเข้ามาตั้งฐานทัพในประเทศไทย ทำให้ทราบว่าไฟแฟกซ์ชิปโปเข้ามาสู่สังคมไทยตั้งแต่ช่วงสงครามโลกครั้งที่ ๒ แล้ว จนถึงช่วงสงครามเวียดนามเริ่มมีทหารอเมริกันเข้ามาตั้งฐานทัพบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเป็นจำนวนมาก โดยทหารอเมริกันทุกหมู่เหล่าต่างมีชิปโป

^{๒๐} ชูศักดิ์ เตชเกรียงไกรกุล และ มณัสศิริ เผือกสกนธ์, Retro Marketing สูตรใหม่การตลาดย้อนยุคปลุกกระแส, ๘๘ - ๙๑.

ประจำตัว หรือประจำฐานทัพเรือ จนกระทั่งสงครามเวียดนามได้สิ้นสุดลง แต่ทหารอเมริกัน หรือที่เราเรียกกันว่า “จี.ไอ.”^{๒๑} ก็ยังคงผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

อาจินต์ ปัญจพรรค์ กล่าวถึงสภาพสังคมไทยในช่วงสงครามโลกครั้งที่ ๒ ขณะที่ทหารอเมริกันเข้ามาตั้งฐานทัพในประเทศไทย ความว่า

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ ๒ ...ทหารอเมริกันเป็นทหารเศษฐี มียุทธโศปกรณ์และเครื่องบำรุงความสุขพร้อมมูล หลังอาหารทุกมื้อเขาจะได้รับแจกของกินหลังอาหารแพ็กไว้ในอับโลหะแบบๆ ทาสีเขียวเข้ม เรียกว่า ration

ในอับมีผงกาแฟ ๑ ซองกระดาษใบ สำหรับแช่น้ำร้อนชงได้เลย, มีน้ำตาล ๑ ซอง - ๔ ก้อนครีม ๑ ซอง, มีช็อกโกแลต ๑ ซอง - ๔ ก้อน, มีบุหรี่ยอเมริกัน ๔ มวน, มีซีดกระดาษใช้แผงกระดาษแข็งพับหุ้ม ๑ แผง นี่คือนครื่องบริโภคหลังอาหารของทหารอเมริกัน

ตามถนนที่จอแจในกรุงเทพฯ จะมีเด็กชายอายุ ๕ ขวบถึง ๑๐ ขวบ ไม่ว่าลูกไทย - ลูกจีน ชุกกล้วยหอม ๑ หวีดักหน้าทหารอเมริกัน พลาจรื่องว่า ‘โอเค ซิก้าแรต’ เพื่อขอแลกบุหรี่ยหรือแท่งช็อกโกแลตกับกล้วยหอมตามแต่จะชู้นี้ว้ตอรองกันว่า บุหรี่ยกี่มวน, ช็อกโกแลตกี่ก้อนแลกได้กล้วยหอมกี่ลูก นี่คือนครื่องมาของวลี ‘โอเค ซิก้าแรต’^{๒๒}

ต่อมาในช่วงสงครามเวียดนามคนไทยเริ่มคุ้นเคยกับทหาร จี.ไอ. เพราะกำลังทหารสหรัฐอเมริกาที่มาพักอาศัยผืนแผ่นดินไทยเป็นฐานทัพเพื่อส่งเครื่องบินไปทิ้งระเบิดในเวียดนามเหนือต่อเนื่องกันหลายปี โดยกระจายไปตามจังหวัดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสนามบินอู่ตะเภา อำเภอสัตหีบ จังหวัดระยอง สนามบินตาคลีจังหวัดนครสวรรค์ รวมถึงแคมป์ที่อุดรธานี อุบลราชธานี นครราชสีมา ฯลฯ

ในช่วงดังกล่าวนี้เกิดเรื่องราวระหว่างทหาร จี.ไอ. กับผู้หญิงไทยจำนวนหนึ่งซึ่งสมัครใจที่จะอยู่กับทหาร จี.ไอ. ในสถานภาพเมียเช่า หรือโสเภณีน้าส่งผลให้ความรู้สึกของคนไทยขณะนั้นเกิดความรู้สึกรับไม่ได้กับพฤติกรรมดังกล่าว และมีความรู้สึกรังเกียจเหยียดหยามผู้

^{๒๑} G.I. (Government Issue) หมายถึง หมายถึงเรียกเข้ารับการเกณฑ์ทหาร ซึ่งเป็นคำเรียกทหารเกณฑ์ที่ถูกส่งไปรบในสงครามเวียดนาม (พ.ศ. ๒๔๙๗ - ๒๕๑๙) โดยสหรัฐอเมริกาได้เข้ามาตั้งฐานทัพในเมืองไทยตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๙๙ และได้ถอนตัวไปใน พ.ศ. ๒๕๑๙ ส่วนจังหวัดต่างๆ ที่สหรัฐอเมริกาเข้ามาตั้งฐานทัพ ได้แก่ นครราชสีมา นครพนม อุบลราชธานี ลพบุรี อ.ตาคลี นครสวรรค์ อ.น้ำพอง ขอนแก่น และสนามบินอู่ตะเภา อ.สัตหีบ ชลบุรี

^{๒๒} อาจินต์ ปัญจพรรค์, “วาทความคิด,” มติชนสุดสัปดาห์ ๒๐, ๑๐๒๕ (๒ พฤษภาคม ๒๕๔๓) : ๖๐.

หญิงไทยที่อยู่ในสถานภาพเช่นนั้น และที่น่าห่วงที่สุดคือการที่ผู้หญิงเหล่านั้นปล่อยให้ลูก ซึ่งเด็กที่เกิดมาก็มักได้รับการล้อเลียนจากผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา^{๒๓}

ชั้น [นามแฝง] กล่าวถึงสังคมไทยในช่วงสงครามเวียดนามสิ้นสุดลง ประมาณ พ.ศ. ๒๕๑๙ สมัยนั้นของนำเข้ามาจากอเมริกาเข้ามาเยอะมาก^{๒๔} ไฟแช็กชิปโปไม่มีใช้กันอย่างแพร่หลาย ราคาบุหรี่ยี่ห้อกรองทิพย์และบุหรี่ยี่ห้อกรองทุกยี่ห้อของละ ๗ บาท ส่วนชิปโปราคาตัวละ ๘๐ บาท โดยร้านที่ซื้อจะเป็นร้านขายข้าวของเครื่องใช้สิ่งละอันพันละน้อยในบ้าน ไม่มีตู้โชว์ชิปโปสารพัดรุ่นหมุนรอบตัวสวยงามเหมือนปัจจุบันนี้ เวลาซื้ออาเฮียในร้านก็จะหยิบมาให้เลือก ๓ - ๔ ตัว เพื่อให้ลูกค้าได้ลองเปิดๆ ปิดๆ เช็คว่าตัวไหนเสียงเพราะเสนาะหู เมื่อเลือกตัวที่ถูกใจได้แล้ว จ่ายเงินเสร็จสรรพ อาเฮียก็จะเปิดลิ้นชักตู้ หยิบเอาน้ำมันรอนสันมาเติมให้ จนประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๓ - ๒๕๒๔ ไฟแช็กพลาสติกเริ่มเข้ามาแทนที่ เนื่องจากสะดวกซื้อ สะดวกใช้ สะดวกทั้งหายก็ไม่เสียดาย ขนาดและน้ำหนักก็ไม่หนักมาก ไม่ต้องกระเป๋ามีเหมือนกับชิปโป^{๒๕}

เมื่อปี ๒๕๓๓ ทหารอเมริกันหลายพันคนเข้ามาประจำการในพญาประเทศไทย ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าบริเวณริมหาดพัทยาระหว่างทหารอเมริกันและร้านค้าของคนไทย บางร้านค้าพวกทหารอเมริกันไม่จำเป็นต้องใช้เงินสดในการซื้อของ เพียงแค่ใช้ไฟแช็กชิปโปเป็นสื่อกลางแลกกับสินค้าบางประเภท เช่น เสื้อยืด ของชำร่วย หรือจ่ายแทนค่าบริการ ค่าอาหาร โดยปกติเรือรบทุกลำของอเมริกัน จะต้องมียี่ห้อที่ระลึกประจำเรือ เช่น หมวก เข็มกลัด รวมถึงไฟแช็กชิปโปที่มีตราสัญลักษณ์ของเรือลำนั้นๆ และเป็นของแท้จากอเมริกา โดยชิปโปที่ผลิตขึ้นมาสำหรับทหารในกองทัพเปรียบเสมือนหนึ่งในอุปกรณ์ประจำตัวของทหารอเมริกัน บางครั้ง

^{๒๓} ศิริรัตน์ แอดสกุล, “การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมของผู้หญิงชนบทในเขตจังหวัดอุดรธานี,” (ดุสิตนิพนธ์ปริญญาดุสิตบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา โครงการปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๙), ๑ - ๒.

^{๒๔} สมัยนั้นผมยังเป็นวัยรุ่น ชอบเดินเที่ยวแถววังบูรพา ไปดูหนังที่โรงหนังแกรนด์โรงหนังคิงส์ (ปัจจุบันคือห้างเมอริคคิงส์) และโรงหนังควีน (ปัจจุบันเป็นลานจอดรถ) ห้างเซ็นทรัลวังบูรพายังไม่ติดแอร์เลย วัยรุ่นยุคนั้น นิยมใส่เสื้อยืดยี่ห้อฮอแซงค์เทน (ตราตีนตุ๊ก) ราคา ๘๐ - ๓๗๕ บาท เนื้อผ้าทอดีมาก กางเกงยีนส์ลีวายส์ แรเงเลอร์ เท็กซ์วูด ใส่แว่นกันแดดเรย์แบนทรงแม็กอาเธอร์ รองเท้าผ้าใบยูเอสมาสเตอร์ คู่ละ ๑๘๐ คอนเวอร์สราคา ๒๐๐ บาท นันยาง หรือ สตาร์ไลท์ คู่ละ ๓๕ บาท กระเป๋านักเรียนจากอบ ๑๖ นิ้ว ราคา ๑๖๐ บาท ใส่สมุดอยู่เล่มเดียว, บุรณ [นามแฝง], ๘ มีนาคม ๒๕๕๐.

^{๒๕} SUNDANCE, zippo โลโก้ลายเซ็น ๔ ขีด ๕ ขีด ในกล่องกระดาษแข็ง ตัวละ ๘๐ บาท [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๕ เมษายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก http://www.zippadeedoo.com/?lay=boardshow&ac=webboard_show&Category=1&No=316386/

ช่วยให้รอดชีวิต และเรือที่เข้ามาขณะนั้นเป็นเรือขนาดใหญ่ ดังมากในกลุ่มทหารเรือ ทำให้ชิปโปเป็นที่ต้องการมาก ปัจจุบันนี้เลิกผลิตแล้ว ชิปโปสัญลักษณ์เรือรบจึงกลายเป็นของหายากในกลุ่มผู้สะสม^{๒๖}

พ.ศ. ๒๕๓๖ บริเวณพัทธามักจะมีเรือบรรทุกเครื่องบินและเรือรบอเมริกัน มาแวะจอดที่พัทธามอยู่เสมอ บรรดาเรือเหล่านี้จะมี Zippo ที่เป็นแบบเฉพาะของเรือแต่ละลำ และจะมีคนนำมาขายอยู่เรื่อยๆ แต่การที่จะซื้อหามาใช้นั้นจำเป็นต้องไปคอยเฝ้าซื้อตามชายหาดจากลูกเรือที่ขึ้นฝั่งหรือจากเรือเล็กที่คอยรับส่งลูกเรือเหล่านั้นอีกทีหนึ่งราคาประมาณ ๓๐๐ - ๔๐๐ บาท บางครั้งถึงกับต้องแย่งกันก็มี หรือไม่ก็ต้องซื้อต่อกันมาเป็นทอดๆ ราคาจึงขยับตามสูงขึ้นๆ ทุกครั้งไป โดยเฉพาะผู้ซื้อรายสุดท้าย

ต่อมา พ.ศ. ๒๕๓๘ - ๒๕๓๙ เรือบรรทุกเครื่องบินพลังงานนิวเคลียร์ U.S.S. NIMITZ พร้อมด้วยเรือพิฆาตและเรือคุ้มกัน จำนวน ๕ ลำ ได้มาจอดที่พัทธาม ให้บุคคลทั่วไปขึ้นไปเที่ยวชมเรือบรรทุกเครื่องบินลำนี้ Zippo ประจำเรือลำนี้สลักรูปเรือบรรทุกเครื่องบิน U.S.S. NIMITZ CVN-68 มองจากมุมสูงลอยอยู่บนผืนน้ำ พร้อมกับมีโลโก้ประจำเรืออยู่เยื้องกับลำเรือเล็กน้อย^{๒๗}

หากพิจารณาบริบททางการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ชิปโปถูกใช้เป็นของที่ระลึก หรือสัญลักษณ์แสดงความหมายจากผู้นำประเทศหนึ่งถึงผู้มีอำนาจในอีกประเทศหนึ่ง กล่าวคือ ในรัฐบาลไทยสมัยจอมพลถนอม กิตติขจร ได้มอบไฟแช็กชิปโปถึงพลอากาศโท Francis H. Griswold^{๒๘} ลักษณะชิปโปดังกล่าวนี้ทำจากเงินที่ตกแต่งในประเทศไทย ด้านหน้าสลักรูปช้าง ๓ เศียร ด้านหลังจารึกเป็นอักษรว่า “To: Lt. General Francis H. Griswold From Gen. T. Kittikachorn, Minister of Defense Thailand” ภายใต้การบริหารประเทศของรัฐบาลถนอม กิตติขจร พ.ศ. ๒๕๐๖ - ๒๕๑๖ (ค.ศ. 1963 - 1973)^{๒๙}

^{๒๖} สัมภาษณ์ แทน [นามแฝง], ประกอบธุรกิจส่วนตัว, ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๔๙.

^{๒๗} SUNDANCE, zippo โลโก้ลายเซ็น ๔ ชีต ๕ ชีต ในกล่องกระดาษแข็ง ตัวละ ๘๐ บาท [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๕ เมษายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก http://www.zippadeedoo.com/?lay=boardshow&ac=webboard_show&Category=1&No=316386/

^{๒๘} ประจำกองทัพอากาศ (Air Force) สหรัฐอเมริกา เกษียณอายุราชการวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๐๗ (1964) เสียชีวิตวันที่ ๑๑ เมษายน ๒๕๓๒ (1989), ใน LIEUTENANT GENERAL FREANCIS H. GRISWOLD [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๗ พฤษภาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://www.af.mil/bios/bio.asp?bioid=5636>

^{๒๙} “ถึงพลอากาศโท Francis H. Griswold จากจอมพลถนอม กิตติขจร รัฐมนตรีกระทรวงกลาโหมแห่งประเทศไทย” ใน Sterling Lighters for Zippo inserts [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑๔ กรกฎาคม ๒๕๔๙. เข้าถึงได้จาก <http://zippogallery.com/Sterling%20Lighters.htm>

ไม่เพียงเท่านั้นยังพบว่าในผลิตภัณฑ์ “ไฟแช็ก” ของปรีชาโรงงาน ในโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของตำบลตลาดขวัญ จังหวัดนนทบุรี ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในปี ๒๕๔๗ ด้านศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก สินค้าดังกล่าวมีราคาขายส่ง ๓๒๐ บาท และราคาขายปลีก ๔๐๐ บาท^{๓๐} ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสังเกตและเห็นว่าสินค้านี้มีลักษณะและรูปร่างเหมือนกับชิปโปเกือบทุกประการ^{๓๑} ต่างกันตรงสีสันทนวลลายที่เพิ่มเติมขึ้น โดยทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนสะท้อนให้เห็นถึงส่วนหนึ่งของการนิยามความหมายและคุณค่าของไฟแช็กชิปโปในสังคมไทย

ปัจจุบันบริษัท Concern (คอนเซิร์น ประเทศไทย) เป็นตัวแทนนำเข้าไฟแช็กชิปโปพร้อมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น น้ำมัน ถ่าน และไส้ชิปโป^{๓๒} โดยวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าต่างๆ แต่เมื่อรวมกับค่าภาษีนำเข้าแล้วทำให้ราคาเพิ่มสูงขึ้นกว่าการซื้อจากสหรัฐอเมริกาโดยตรง

ทำให้ตลาดที่มีสินค้าประเภทชิปโปต่างๆ เราอาจจะพบว่ามีชิปโปราคาถูกกว่าตามห้างสรรพสินค้าวางขายอยู่ทั่วไป และสามารถซื้อหาได้ง่าย แต่จากคำบอกเล่าของ “คนเล่นชิปโป” คนหนึ่ง กล่าวว่าสินค้าต่างๆ ที่วางจำหน่ายนั้นบางส่วนเป็นชิปโปของปลอมที่ผลิตขึ้นจากจีน ฟิลิปปินส์ ฯลฯ (ชิปโปของจริงที่วางขายตามห้างจะมีราคาประมาณ ๖๔๐ หรือ ๗๒๐ บาทขึ้นไป แต่ของปลอมจะมีราคาราว ๑๐๐ – ๔๕๐ บาทตามลวดลาย) โดยการพิจารณาสีต่างๆ เหล่านี้ว่า “จริง” หรือ “ปลอม” นั้นต้องอาศัยความเชี่ยวชาญจากผู้ซื้อเอง^{๓๓}

แผ่นพับชิปโป : การรับประกันตลอดอายุการใช้งาน

ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันชิปโปทุกตัวจะมีแผ่นพับเพื่อรับประกันตลอดอายุการใช้งาน (Lifetime Guarantee) แนบติดมาในกล่องชิปโปทุกตัว ในใบการันตีนั้นนอกจากจะรับประกัน “คุณภาพ” ชิปโปที่มีมายาวนานแล้ว ยังระบุถึงขั้นตอนการใช้งาน ตั้งแต่การเติมน้ำมัน เปลี่ยน

^{๓๐}ไทยตำบล ดอท คอม. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจในตำบลตลาดขวัญ นนทบุรี [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๔๙. เข้าถึงได้จาก http://www.thaitambon.com/tambon/tsmep_desc.asp?Prod=06321153244&ID=120102&SME=0371615277

^{๓๑}ดูภาพประกอบท้ายบท

^{๓๒}อุปกรณ์ดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็นในการใช้งานไฟแช็กชิปโป ทั้งนี้กลุ่มผู้สะสมส่วนใหญ่จะใช้เฉพาะสินค้าของจริง หลีกเลียงของปลอมที่วางจำหน่ายตามตลาดทั่วไป

^{๓๓}สัมภาษณ์ พู [นามแฝง], คำขาย, ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๔๙.

ถ่าน การระมัดระวังและควบคุม “ไฟ” ในระหว่างใช้งาน การเก็บให้พ้นมือเด็ก โดยตีพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และเยอรมัน (ซิปโป้ที่ผลิตในญี่ปุ่นจะระบุแผ่นพับภาษาญี่ปุ่นไว้ด้วย)^{๓๔}

นอกจากนี้ข้อความในแผ่นพับที่แนบมากับซิปโป้ทองเหลือง (ซึ่งมีราคาแพงกว่าซิปโป้รุ่นปกติเล็กน้อย) โดยระบุข้อความว่า “ขอแสดงความยินดี ไฟแช็กที่คุณมีในครอบครองนี้ คือ ซิปโป้ ซึ่งผลิตจากทองเหลืองคุณภาพดี เราขอชื่นชมคุณที่เลือกใช้งานสินค้าที่มีคุณภาพนี้” และระบุวิธีการดูแลรักษา ด้วยการเช็ดดูน้ำยาต่างๆ ให้สวยงามอยู่เสมอ^{๓๕}

ข้อความในแผ่นพับล้วนแสดงความหมายรองรับการเป็นสิ่งที่มีความหมาย เห็นได้จากถ้อยคำต่างๆ เช่น “First - Class” (ชั้นหนึ่ง) “Quality” (มีคุณภาพ) “Best” (ดีที่สุด) ในสินค้าซิปโป้ทุกตัวที่วางจำหน่าย เป็นต้น

ภาพลักษณ์ของซิปโป้ในสายตาสื่อมวลชน

ปัจจุบันการโฆษณาได้ให้ความสำคัญในการครองใจผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ทั้งความสำคัญและคุณสมบัติในการใช้งาน ภาพลักษณ์ของสินค้าจะถูกสร้างและเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันแต่ต่างยี่ห้อ นอกจากนี้แนวทางการเสนอข้อมูลในการโฆษณานั้น การสร้างสัญลักษณ์ก็เป็นวิธีการหนึ่ง นอกจากการเปรียบเทียบ สาริตสินค้า หรืออ้างประจักษ์พยานจากบุคคลสำคัญต่างๆ สินค้าในสังคมสมัยใหม่จึงไม่เพียงขายสินค้าตามคุณภาพที่มีอยู่เท่านั้น แต่ขายภาพลักษณ์ที่ดีด้วย อาจกล่าวได้ว่าภายใต้การผลิตจำนวนมากเพื่อการบริโภคของมวลชน กลวิธีในการระบายสินค้าจึงทำได้ด้วยการสร้างสัญลักษณ์ ภาพลักษณ์ และแบ่งลำดับชั้นให้สินค้า เพื่อกระตุ้นให้คนบริโภคความหมายเชิงสัญลักษณ์นั้นพร้อมๆ กับประโยชน์ใช้สอยสินค้า ดังนั้นในสังคมสมัยใหม่ที่มีการบ่งชี้สถานภาพทางสังคมกระทำได้อย่างขึ้น ทำให้การเลือกใช้สินค้ายี่ห้อ กลายเป็นกลวิธีหนึ่งที่ผู้คนในสังคมสร้าง “ชนชั้น” ขึ้นให้แก่สินค้าและผู้ใช้เอง^{๓๖} ทั้งนี้ผู้วิจัยขอยกตัวอย่าง “ภาพ” ของซิปโป้ในสื่อที่ถ่ายทอดไปสู่มวลชน ที่เห็นได้ชัดเจนดังนี้

^{๓๔} Zippo Manufacturing Company, The World famous Zippo Guarantee (Pennsylvania : n.p., n.d.).

^{๓๕} Zippo Manufacturing Company, Care of Your Zippo Brass Case (Pennsylvania : n.d.).

^{๓๖} ศรีนคร รัตน์เจริญขจร, “ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชามานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔), ๓๘ – ๓๙, ๕๒.

๑. ชิบโป้ในภาพยนตร์

ชิบโป้ปรากฏตัวในสื่อภาพยนตร์ต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะในวงการของสหรัฐอเมริกา หรือที่รู้จักกันในนาม “หนัง Hollywood” ทั้งนี้จากข้อมูลการศึกษาพบว่าชิบโป้ได้ปรากฏแฝงใน Hollywood มากกว่า ๒๐๐ เรื่อง^{๓๗} ตั้งแต่ยุคเจมส์ ดีน (James Dean) ถึง เจมส์ บอนด์ (James Bond) และผลิตซ้ำครั้งแล้วครั้งเล่าในวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างต่อเนื่องจนปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น ชิบโป้ที่ Bruce Willice พระเอกในภาพยนตร์เรื่อง "Die Hard" สะท้อนภาพของ “American Hero” อย่างชัดเจน สัญลักษณ์ของพระเอกตามแบบฉบับอเมริกันถูกถ่ายทอดให้ผู้บริโภคเลือกหยิบสัญลักษณ์ดังกล่าวมาผนวกรวมกับอัตลักษณ์ของตนเอง

แม้จะ สมาชิกในชมรมเล่าให้ฟังถึงเหตุการณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชอบและนิยมสะสมชิบโป้ ดังนี้

ผมจำได้ดีว่าในหนังฮอลลีวูดเก่าๆ ที่เคยดูตอนเด็ก จะเห็นพระเอกฮอลลีวูดจุดบุหรี่จากชิบโป้เสมอๆ อย่างเรื่อง ไตฮาร์ดภาคหนึ่งนี่ บรูซ วิลลิสจุดชิบโป้แล้วดูเท่มาก อืม..แล้วในหนังบางเรื่องก็จะมีฉากที่จุดไฟเผาโดยการราดน้ำมันแล้วช้อนมอเตอร์ไซค์หนี พระเอกก็ขว้างชิบโป้เข้าไปในกองน้ำมันนั่นละ ไฟลุกพริบ ติดตามาถึงทุกวันนี้เลย นี่ผมก็เคยลองจุดแล้วโยนชิบโป้ตามหนังบ้างนะ โอโฮ ไฟมันไม่ดับแฮะ^{๓๘}

หรือแม้แต่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดในปัจจุบันก็พบชิบโป้ปรากฏอยู่ เช่นเรื่อง Transformers^{๓๙} ที่เข้าฉายช่วงกลางปี ๒๕๕๐ มีสมาชิกชมรมชิบโป้คนหนึ่งกล่าวว่า

zippo จากภาพยนตร์เรื่อง Transformer สุดยอดจริงๆ พับผ่าดี ถ้าใครมีอยู่นี่ขอยลโฉมหน่อยนะคร้าบ เพราะอันนี้แพงเหลือเกินคาดว่าจะไม่มีปัญญา แถมเค้าบอกว่ามีจำกัดชะด้วยเห้อ สงสัยคงไม่มีบุพเพสันนิวาสกับมันแน่ๆ และอยากจะบอกว่าผมเข้าไปดู zippo ที่ทำออกมาจากหนังไม่ว่าจะเป็น Constantine, The Matrix หรือ Transformer แต่ละอันน่าสนใจ น่าสะสมมากเลย แต่ราคาอันนี้ใช้ย่อยของ constantine ถ้าจำไม่ผิดนี่สองร้อยกว่าเหรียญ อยากได้มาเซยชมจริงๆ ไม่ทราบว่าจะสั่งจากนอกนี้ค่า shipping จะแพงมากมัยคร้าบ แล้วตามประสบการณ์ของพี่แทนี่ควรจะรีบสั่งขนาดไหน พอมีเวลาเก็บเงินอีกซักเดือนสองเดือนหรือไม่? (ถามกันตรงๆ เลย แฮะ) ถ้าพี่ๆ คนไหนมีก็บอกกันมั้งนะคร้าบ อยากถือวิสาสะไปชมจริงๆ (gelgloog)

^{๓๗} Zippo In The Movies, [Online], accessed 2 October 2006. Available from <http://zippo.com/FunCenter/ZippoInTheMovies.aspx>

^{๓๘} สัมภาษณ์ แป๊ะ [นามแฝง], นักศึกษา, ๑๒ ธันวาคม ๒๕๕๗.

^{๓๙} ดูภาพประกอบท้ายบท

ทั้งนี้ยังพบภาพยนตร์ไทยในอดีต หรือย้อนอดีตอีกหลายเรื่องที่ปรากฏภาพชิปโปคู่กับการใช้จุดไฟสูบบุหรี่ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง “๒๔๙๙ อันธพาลครองเมือง” ที่นำเสนอเรื่องราวของกลุ่มอันธพาลย่านพระนคร (กรุงเทพมหานคร) ในสมัยดังกล่าวนั้นการสูบบุหรี่มิได้ถูกต่อต้านหรือรณรงค์ให้เลิกสูบบุหรี่ เช่นสังคมไทยปัจจุบัน อัตลักษณ์ของผู้สูบบุหรี่จึงมิได้ถูกเบียดขับออกจากสังคม ภาพของบุหรี่ยี่ห้อชิปโปที่ปรากฏจึงเป็นภาพที่แฝงอัตลักษณ์จากตัวละครผู้ซุ่ม หรือแสดงการขบถต่อวิถี บรรทัดฐานสังคม ด้วยภาพตัวแทนของอันธพาลในยุคสมัยดังกล่าว

๒. ชิปโปในสื่อสิ่งพิมพ์ : ชิปโปสัญลักษณ์ทางเพศ

จากการศึกษาชิปโปที่ปรากฏในวารสารและสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส พบว่ามีทั้งนิตยสารที่จัดทำเองภายในกลุ่มของคนเล่นชิปโป และนิตยสารที่จัดพิมพ์เป็นรายปักษ์ รายเดือน เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการประชาสัมพันธ์ชาวคราวเรื่องราวต่างๆ ระหว่างกลุ่มฯ ชิปโปรุ่นใหม่ๆ ที่ออกมา Trick การเล่นท่วงท่าต่างๆ และวิธีการดูรุ่นที่หายาก น่าสะสม รวมไปถึงคู่มือการดูแลรักษา การซ่อมแซมเองในกรณีที่เสียหายไม่มากนัก นอกจากนี้ยังพบแผ่นโฆษณาชิปโปที่ผูกโยงเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับ “คุณภาพและรสนิยมที่ดี” ของชิปโป และแฝงกับโฆษณาและสินค้าต่างๆ เช่น Harley - Davidson สุรายี่ห้อ Jim Beam, Johnny Walker บุหรี่ยี่ห้อ Marlboro, Lucky Strike นิตยสาร Playboy, Walt Disney เป็นต้น

ในกรณีของสังคมไทย สื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับชิปโปมีไม่มากนัก พบเพียงนิตยสารบางเล่มที่กล่าวเกี่ยวกับประวัติชิปโปบ้าง แต่ไม่ได้เจาะจงนัก จากการสำรavn นิตยสารในปัจจุบัน พบภาพชิปโปเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณาแฝง เป็นของขวัญในการสมัครสมาชิก เช่น ในนิตยสาร PENTHOUSE ฉบับภาษาไทย (เดือนกรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๔๓) ระบุว่าเมื่อสมัครสมาชิก ๑ ปีจะได้รับชิปโปลาย “PENTHOUSE” ซึ่งผลิตในจำนวนจำกัดเป็นของแถม^{๔๐} ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเนื้อหา และภาพประกอบในนิตยสารดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นภาพ Nude ของผู้หญิง รวมทั้งบทความต่างๆ ที่สนองความอยากรู้ และต้องการของผู้ชาย

ทั้งนี้หากกล่าวถึงชิปโปที่แฝงในโฆษณา ยังพบยี่ห้อของชิปโปไปปรากฏในรูปแบบของกำนันแลกลูกค้าจากการเข้าไปใช้บริการในสถานบันเทิงแห่งหนึ่ง โดยมีกติกาว่า เมื่อเปิดเหล้า ๑ ขวดจะได้ Giftcard ๑ ใบ เมื่อสะสมครบ ๒๐ ใบสามารถนำมาแลกไฟแช็กชิปโปสลักภาพชื่อร้าน “Route 66” ผู้หญิง และรถยนต์^{๔๑} หากพิจารณาจากยี่ห้อ “Zippo” และภาพของสตรีเพศที่แสดงความยั่ววนแก่บุรุษเพศ (ลูกค้าที่ใช้งาน) ซึ่งสอดคล้องกับโฆษณาแฝงในนิตยสาร PENTHOUSE ทั้งนี้หากพิจารณาถึงข้อความที่พูดถึงชิปโป และร้านดังกล่าว ดังนี้

^{๔๐} PENTHOUSE : ฉบับภาษาไทย, ๒ (กรกฎาคม ๒๕๔๓) : ๑๐๙.

^{๔๑} ดูภาพประกอบท้ายบท

แหม ว่าแล้วก็นึกเสียดาย ZIPPO ROUTE 66 ที่เอาไปดันทำหล่นหายซะนี่ ไม่รู้เป็นรุ่นที่ร้าน ROUTE 66 (RCA) สั่งทำพิเศษหรือเปล่า เพราะตีตราสัญลักษณ์ร้านซะด้วย ใช้ก็ฟาร์ตตั้ง ๒๐ โบแนะ เปิดเหล้าหนึ่งขวดได้ ๑ โบ ขวดหนึ่งก็หมดประมาณ ๑,๐๐๐ – ๑,๕๐๐ บาท รวมมิกซ์ แฮ้อ เสียดาย (เด็กบ้านหม้อ)^{๔๒}

ผู้วิจัยเห็นว่าชิปโปในบริบทดังกล่าวเปรียบเสมือนเป็นวัตถุสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ความเป็น “ชายในสังคมไทย” ตามค่านิยมที่สังคมตะวันตกในกระแสโลกาภิวัตน์พึงมีที่กลุ่มผู้บริโภคต่างคิดว่าอัตลักษณ์ของความเป็นชายในอุดมคติในสังคมไทยควรเป็นอย่างไร

ภาพสะท้อนวัฒนธรรมการใช้ไฟแช็กที่ปรากฏผ่านวรรณกรรมไทย

ในวรรณกรรมไทยเรื่องเพชรพระอุมา นวนิยายแนวผจญภัยขนาดยาว เขียนโดยพนมเทียน หรือฉัตรชัย วิเศษสุวรรณภูมิ ศิลปินแห่งชาติ สาขาวรรณศิลป์ พ.ศ. ๒๕๔๐ นวนิยายดังกล่าวใช้ระยะเวลาเขียนนานกว่า ๒๕ ปี ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๐๙ - ๒๕๓๓ โดยนวนิยายเรื่องนี้ได้ถูกสร้างเป็นภาพยนตร์หลายต่อหลายครั้ง มีกลุ่มผู้อ่านรวมตัวกันมากมาย อาทิ แฟนพันธุ์แท้เพชรพระอุมา ชมรมคนรักเพชรพระอุมา เป็นต้น สำหรับชิปโปที่ปรากฏในเพชรพระอุมานั้น สมาชิกในชมรมฯ คนหนึ่งกล่าวว่า

ผมเองที่หาชิปโปมาใช้ ก็แน่นอนละเป็นคนสูบบุหรี่ เลยอยากหาไฟแช็กที่มันทนทานมาใช้สักอัน แต่สาเหตุสำคัญกว่านั้นคือ ผมชอบอ่านเพชรพระอุมา ซึ่งถ้าใครเคยอ่านละก็จะพบว่า มีชิปโปโผล่มาในเรื่องนี้ตลอดทั้งเรื่องเลย ทำให้ผมคิดว่า โห มันต้องเจ๋งแน่ๆ เจ้าชิปโปนี่ ไปบุกป่าฝ่าดงกับเขาอย่างโชกโชน^{๔๓}

จากการใช้ไฟแช็กที่ปรากฏในเรื่องเพชรพระอุมาตอนหนึ่ง กล่าวว่า

...ม.ร.ว. หญิง ดาริน วราฤทธิ์ ที่นั่งร่วมอยู่ด้วยอย่างสงบ โดยไม่ได้ปริปากคำใดทั้งสิ้นมาแต่แรก ขยับตัวอย่างอึดอัด ซะโงกไปหยิบบุหรี่ในกล่องกลางโต๊ะ รพินทร์ถือไลท์เตอร์เดาเล่นอยู่ในมือก่อนแล้ว เขาจุดขึ้นในทันที และยื่นส่งไปให้ ตามกริบของหล่อนเลื้อบขึ้นสบเขาอีกแวบหนึ่งก่อนจะจุด ดารินกล่าวขอใบเบาๆ แล้วพนควันขึ้นสูง จะเป็นนายแพทย์ จะเป็นนักศึกษาปริญญาเอกทางมานุษยวิทยา หรืออะไรตามที่นายอำพลกล่าวแนะนำก็ตาม สำหรับ

^{๔๒} ขออนุญาตเรื่องหนอยนะครับ ยอกรู้ไฟแช็ก Zippo ของแท้ดูยังไง [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑ พฤษภาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://topicstock.pantip.com/ratchada/topicstock/2006/08/V4659687/V4659687.html/>

^{๔๓} สัมภาษณ์ บิ [นามแฝง], อาจารย์สอนคอมพิวเตอร์, ๑๐ มิถุนายน ๒๕๔๙.

สายตาของรพินทร์ในขณะนี้ เขามองเห็นหล่อนเป็นเด็ก ที่ได้รับการพะนอเอาออกมาเสียจน
เคยตัว...^{๔๔}

ทั้งนี้ยังพบความเห็นส่วนหนึ่งจากชมรมคนรักเพชรพระอุมา ใน PANTIP.COM ที่
สนับสนุนว่าไฟแช็กที่ปรากฏในเรื่อง “เพชรพระอุมา” คือ “ไฟแช็กชิปโป” นั่นเอง

“ส่วนไฟแช็กเนี่ย น่าจะมุ่งเป้าไปที่ชิปโป เท่าที่ทราบมันเป็นที่นิยมในหมู่ทหาร
อเมริกัน แล้วรพินทร์^{๔๕} เองนี่ก็มักจะได้ของใช้จากเพื่อนทหารอยู่เสมอ อย่างเช่นเครื่องยังชีพก็
ยังเป็นของเพื่อนทหาร ดังนั้นไฟแช็กที่เขาใช้ก็น่าจะมาจากเพื่อนทหารเขาแหละ เพราะมันผลิต
ขึ้นตั้งแต่ปี 1932 แล้วรูปลักษณะมันก็ออกจะสมบุกสมบันกว่ายี่ห้ออื่นๆ และสมัยนั้นก็ไม่มีไฟ
แช็กราคาถูกอย่างทุกวันนี้” (ฟาน ฟาฟ)

“ไฟแช็กน่าจะเป็นชิปโป เพราะคุ้นๆ ว่าอ่านเจออยู่ค่ะ” (Nymph)

“zippo นี่สำหรับทหารนะ คนที่น่าจะมี ก็มียุทธพรและพวกนายจ้าง สำหรับพวก
นายพรานไม่น่าจะมีนะ” (thanapatpp)

“ชิปโปที่ต่างประเทศดังมากค่ะ รพินทร์ผู้ที่ผ่านเมืองนอกเมืองนามาถึง ๓ ประเทศ
น่าจะมีไว้ใช้ เหมือนจะเคยอ่านเจอในหนังสือว่าไฟแช็กของรพินทร์เป็นชิปโปนะ และแงซายก็
พกชิปโปค่ะ เคยมีตอนที่แงซายจุดไฟให้รพินทร์ด้วย จำไม่ได้เหมือนกันว่าอยู่เล่มไหน แต่จาก
บทสนทนาที่แงซายกับรพินทร์คุยกัน ทำให้รู้ได้ว่าถึงแม้แงซายจะไม่ได้สูบบุหรี่แต่ก็พกชิปโป
เพราะในป่านั้นชิปโปไม่ได้มีไว้เพียงเพื่อจุดบุหรี่นะคะ อันที่จริงแล้วเขาพกกันเพื่อเอาไว้จุดไฟ
ค่ะ” (ปลาเค็ม)^{๔๖}

ผู้วิจัยขอหยิบยกวรรณกรรมชิ้นหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงรสนิยมและวัฒนธรรมย่อย
(Sub - Culture) ของการใช้ไฟแช็กในสังคมเมือง ผ่านเรื่องสั้นของจำลอง ฝั่งชลจิตร ความว่า

...เขานั่งอยู่ที่โต๊ะด้านหลัง เยื้องมาทางขวามือของข้าพเจ้า บริการวางเหยือกเบียร์ที่บรรจุ
รินเกือบปริ่มแก้วลงบนกระดานแผ่นบางๆ ที่ปูไว้เบื้องหน้าของเขา เขาเป็นสุภาพบุรุษรูปงาม
พอตัว ใบหน้าสะอาดเกลี้ยงเกลา แต่งตัวดี

“ดื่มอะไรดีครับ ?” ข้าพเจ้าหมุนตัวกลับมาตามเสียงถามของบริการที่บาร์

^{๔๔} จักรชัย วิเศษสุวรรณภูมิ [พนมเทียน], เพชรพระอุมา, พิมพ์ครั้งที่ ๒, เล่ม ๑, ตอน
ไพรมหากาฬ (พระนคร : ม.ป.ป.), ไม่ปรากฏเลขหน้า.

^{๔๕} รพินทร์ ไพรวลย์ พรานใหญ่ประจำคณะเดินทาง ตัวเอกของเรื่องเพชรพระอุมา

^{๔๖} PANTIP.COM, A5219315 บุหรี่ไฟแช็ก [เพชรพระอุมา] [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ
๒๔ เมษายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก

<http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2007/03/A5219315/A5219315.html/>

(ข้าพเจ้าออกจะโชคดีนะครับ เพราะห้องอาหารแห่งนี้มีกาแฟให้เรียกดื่มเพียงอย่างเดียว ถ้าเป็นบางที่จะยุ่งยากน่าดู ตัวละครของข้าพเจ้าต้องสั่งกาแฟโดยระบุชื่อสกุลบราซิล โปลิเวีย เยอรมันหรืออเมริกาตามท้ายไปด้วย โชคดีจริงๆ มิฉะนั้นแล้วตัวละครนาม 'ข้าพเจ้า' จะต้องแสดงความไร้รสนิยมออกมาแน่นอน ตามกติกาของการดื่มกาแฟในที่หรูๆ เป็นเรื่องน่าละอายมากถ้าบอกชื่อกาแฟร้อนเฉยๆ ข้าพเจ้าเห็นจะต้องขอบคุณสปีดโฆเซนาบรันตียี่ห้อหนึ่ง ที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์เพื่อยกระดับรสนิยมแก่คนไทยโดยทั่วกัน สปีดโฆเซนาชั้นนั้นย่ำเตือนให้ตระหนักว่า ผู้สูงส่งด้วยรสนิยมจะเรียกดื่มบรันตีโดยระบุสกุลตามท้ายเสมอ ตัวละครของข้าพเจ้าจึงไม่ทำอะไรเป็นๆ จนเป็นที่ระคายคายตาของโต๊ะข้างๆ)

บริการวางถ้วยกาแฟ จอกนมขนาดจิ๋ว กับตัวเปิดที่ข้างในบรรจุก้อนน้ำตาล ข้าพเจ้าชงกาแฟให้ตัวเองโดยไม่แตะต้องจอกนม ค่อยๆ จิบกาแฟร้อนฉ่ำ เหลือบเห็นเขาวางเหยือกเบียร์ซ่าๆ หลังละเลียดดื่ม เขาระดกบุหรี่ยอกจากซอง (ถ้าให้ทันสมัย ข้าพเจ้าควรระบุยี่ห้อฝรั่งเสียด้วย จะหนุนตัวละครให้มีระดับขึ้น) หล่นมือลงเคล้นไฟแช็กจากกระเป๋าทางเกงแล้วเปลี่ยมันออกจากซองหนึ่ง เขาแตะมันเพียงแฉะเดียวเท่านั้น เปลวไฟสีเหลืองแกมฟ้าพุ่งโพล่งขึ้นลนบุหรี่ที่คาบเอาไว้ เขาสูดเบาๆ ระบายควันซ่าๆ ดูสวย เท่ และสง่างามเสียเหลือเกิน

ข้าพเจ้าวางถ้วยกาแฟ เสียงแช็กโซโฟนพรูพร่างมาจากลำโพงด้วยท่วงทำนองของแจ๊ซอันอีกทีก็ครั้นเคร่ง เป็นแจ๊ซที่ข้าพเจ้าคุ้นเคยถึงขั้นโปรด (ข้าพเจ้าจะไม่ชี้ชัดว่าเป็นแจ๊ซของใคร เพราะรู้สึกว่าจะบ่งบอกรสนิยมของตัวละครนาม 'ข้าพเจ้า' ชัดเกินไป ข้ายังเปิดจุดอ่อนให้นักวิเคราะห์วิจารณ์ยกไปพิจารณา แล้วลามปามมาถึงรสนิยมของข้าพเจ้าซึ่งเป็นผู้เขียนอีกทอด) ข้าพเจ้าเพิ่งเห็นว่าโต๊ะข้างๆ เขา สุภาพสตรีคนหนึ่งนั่งจิบเบียร์ โรยอารมณ์เยือกเย็นของเธอตามสบาย สายตาหลายคู่จ้องเธอ เธอหันหลังให้ข้าพเจ้า จึงเห็นแต่ท้ายทอยที่ผมตัดฟู ก้มต่ำหน่อยจะเห็นทางเกงบลูยีนที่เธอสวม เขาก็แอบชำเลื่องมองเธอเช่นเดียวกับคนอื่น เธอจิบเบียร์อีกครั้งเนิบเนิ่นเชื่องช้า บนข้อมือที่ลדתเหยือกเบียร์ลง ภูเงินหลายตัววิ่งวนรอบข้อมือเล็กๆ มันวามและทันสมัยร้อนๆ เช่นปัจจุบัน เธอทอดถอนใจก่อนเอนหลังพิงเก้าอี้รุ่นแรงหลายครั้งเหมือนรอใครสักคน (ข้าพเจ้าควรจะมีขีดเส้นใต้มันเสียเลย จะได้ทราบว่าช่วงนี้สำคัญแล้วนะอย่างสมัยเรียนประถม คุณครูมักจะบอกให้ขีดเส้นใต้ตรงที่สำคัญๆ ทุกที) เธอล้วงบุหรี่ของแดงจากกระเป๋าเสื้อ เขาเหลือบมองไฟแช็กบนซองบุหรี่ของตัว เขาคุ่นคิดและคงคิดไม่ต่างจากข้าพเจ้าเกี่ยวกับวัฒนธรรมการใช้ไฟแช็กในสังคมอันศิวิไลซ์ เธอคาบบุหรี่หนึ่งจันอยู่ชั่วขณะกวาดสายตาไปรอบๆ เขาคว่าไฟแช็กโน้มนำมาทางเธอ

เรื่องของโชคมักมาและไปอย่างคาดหมายไม่ถูกเสมอ แค่แตะไฟแช็กสองครั้งแล้วไม่มีเปลวไฟ เขาร้อนผ่าวตามลำคอ ใบหน้าแดงคล้ำจนเห็นได้ชัด โอกาสของเขาผลุดผล้อยไปต่อหน้าต่อตา

ร่างหนึ่งพร้อมไฟแช็กคู่กายเคลื่อนวูบผ่านข้าพเจ้าไป

“ขอบคุณค่ะ” เธอกล่าวกับสุภาพบุรุษไฟแช็กคนใหม่ ขณะที่เขารับร้อนเช็กบิลเพราะไฟแช็กทำพิษ แล้วจะทนนั่งอยู่ต่อหน้าเธอได้อย่างไร เขาเดินลี้วออกไป ด้วยความซบซึ้งในกติกาก่อนการใช้ไฟแช็กในสังคมทันสมัย

ข้าพเจ้าได้ยินสองคนสนทนากัน เสียงสรวลต๋อยๆ ถี่ขึ้นตามลำดับ คงลงร่ำอารมณ์กันไม่ยาก สุภาพบุรุษไฟแช็กเป็นคนหนุ่ม ตูมรุ่ม ร่าม ร่ามง่าย ๆ มีความเกื้อหนุนในดวงหน้า ทำทางสุภาพ ข้าพเจ้าเห็นเขายิ้มบ่อย ๆ พูดช้าแต่ชัดถ้อย มิใช่ไฟแช็กต้อยๆ นี่เอง

สองคนอ่อนอารมณ์รีนเริงแก่กัน บางคำพูดที่ชาญฉลาดหลุดออกมา เป็นประโยคคั่นๆ จากภาพยนตร์ จากเพื่อนฝูง จากคนเปื้อนโลก เป็นบทพูดที่เก่าแก่หาตัวคนเขียนบทไม่ได้ จนพาลคิดว่า เป็นบทพูดของตนเอง เป็นต้นว่า...สังคมมันหลอกลวง...ทุกคนต่างใส่หน้ากากเข้าหากัน ข้าพเจ้าสั่งกาแฟอีกถ้วย ไม่ทันใส่น้ำตาล สองคนนั้นจ่ายเงิน แล้วชวนกันออกไป

“ไปเสียแล้ว” ข้าพเจ้าเปรียบกับบริการหนุ่มน้อย

“คงไปต่อกันที่อื่น” เขาตอบกลับหัวเราะในลำคอ ข้าพเจ้าคิดว่าเขามองโลกในแง่ร้ายเกินไป

“คงไปหาข้าวกิน”

“ดีแล้ว”

ข้าพเจ้าเห็นสุภาพบุรุษหลายคนที่คอยอยู่ตามหลายโต๊ะ มีไฟแช็กวางคู่กับซองบุหรี่ (หรือซุกอยู่ในกระเป๋า) ห้องอาหารหรูหราใจกลางเมืองหลวง...หญิงสาวที่รู้วัฒนธรรมการใช้ไฟแช็กปิ้ง...น่าขบคิด...น่าเชื่อเท่ากับไม่น่าเชื่อ ข้าพเจ้ามีอาการคิดร้ายเหมือนบริการหนุ่มน้อย จ่ายค่ากาแฟเรียบร้อยแล้วที่จับไปแค่อีกเดียว เพราะถึงดื่มต่อไปก็คงไม่สนุกแล้ว

(ท่านผู้อ่านที่รัก ถ้าข้าพเจ้านำเรื่องที่ตัวละครนาม 'ข้าพเจ้า' พบเห็นไปเล่าให้ผู้ใหญ่ที่บ้านที่ บ้านนอกฟัง คำที่แก่เป็นคนทันสมัยกว่าคนอื่น ๆ อีกหลายคนในหมู่บ้านของข้าพเจ้า แก่จะคิดอย่างไรกับกรณีนี้ แก่คงถามข้าพเจ้าทำนองว่า เปลวไฟวูบเดียวกับไม้ขีดตราพญานาคหนึ่งก้าน ค่าอะไรมันจะสูงกว่ากัน ข้าพเจ้าคงตอบยากเหมือนกับตัวละครของข้าพเจ้ากำลังเป็น)

ข้าพเจ้ายืนรออยู่หน้าห้องอาหาร ลมดีที่โชยมาจากฟ้า ข้าพเจ้าขอเวลาโยนโยนความเกี้ยว กัณหหว่างรสนิยมกับวัฒนธรรมสักนิด ก่อนตัดสินใจเรียกแท็กซี่กลับบ้าน^{๔๗}

ชมรมซิปโป้ (Zippo Club) ในประเทศอื่น ๆ

เนื่องจากชมรมซิปโป้ (Zippo Club) นั้นไม่ได้มีเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะขอลำถึงชมรมซิปโป้ในประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นซึ่งมีชมรมต่าง ๆ เหล่านี้มากมายเพื่อเปรียบเทียบกระบวนการการรวมกลุ่ม ตลอดจนทัศนคติ กับกรณีศึกษาคนเล่นซิปโป้ในเมืองไทย เพื่อนำไปวิเคราะห์และพิจารณาในบทต่อไปโดยสังเขป

ก่อนอื่นขอลำถึงประเทศที่จัดทำเว็บไซต์แบบเป็นทางการเฉพาะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับซิปโป้ แต่ไม่ได้เป็นชมรม (Club) นั้นมีมากมายส่วนใหญ่อยู่ในทวีปยุโรปและทวีป

^{๔๗} จำลอง ผังชลจิตตร, สุภาพบุรุษไฟแช็ก (ม.ป.ท. : สำนักพิมพ์สมิต, ๒๕๓๙), ๕๕ -

อเมริกาเหนือ อาทิ อิตาลี เยอรมนี ญี่ปุ่น ออสเตรีย อินเดีย แคนาดา ฝรั่งเศส ฮอลแลนด์ เบลเยียม เกาหลี เวียดนาม สหราชอาณาจักร ตุรกี อิสราเอล แอฟริกาใต้^{๔๘} เป็นต้น

แต่ในประเทศที่จัดตั้งชมรมซิปโป (Zippo Club) ขึ้นนั้นไม่ได้มีทุกประเทศที่มีเว็บไซต์เกี่ยวกับซิปโปเท่านั้น กล่าวได้ว่าเป็นเป็นกลุ่มที่เล็กจากที่กล่าวในข้างต้น ดังนี้

ชมรม Zippo Club ในญี่ปุ่น (zipclub.com) จากการสืบค้นทาง Internet พบว่ามีไม่ต่ำกว่า ๓ ชมรม และจัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์ (Meeting) แลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างสมาชิก มีการจัดทำนิตยสารเกี่ยวกับซิปโปกันเองภายในกลุ่ม และส่งข่าวสารไปยังสมาชิกด้วยสื่อร่วมสมัย เช่น อีเมล

กรณีชมรมคนเล่นซิปโปในไทย กลุ่มที่ศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ามีลักษณะคล้ายกับชมรมในญี่ปุ่นทั้งชื่อชมรม และประธานชมเคยไปอยู่ที่ญี่ปุ่นระยะเวลาหนึ่ง มีกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจกับชาวญี่ปุ่นหลายคน)

ในที่นี้ขอยกตัวอย่างชมรมซิปโปในสหรัฐอเมริกา (zipclick.com) เนื่องจากเป็นชมรมที่มีผู้สนใจและเป็นสมาชิกมากที่สุดในโลก (มากกว่า ๑๓,๐๐๐ คน) รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของแท้ที่เกี่ยวกับซิปโปเกือบทุกชิ้นจะระบุเว็บไซต์ดังกล่าวไว้ด้วย รวมทั้งศูนย์กลางของชมรมนี้อยู่ใกล้กับบริษัทซิปโปในสหรัฐอเมริกาอีกด้วย

คุณรักไฟแช็กซิปโปไหม ?

ถ้าคุณรักซิปโป ก็สามารถร่วมสมัครเข้าเป็นสมาชิกชมรมกับเราได้นะ เพราะชมรมของเราเป็นชมรมที่มีสมาชิกและผู้ที่สะสมมากที่สุดในโลก และมีเครือข่ายระหว่างสมาชิกมากกว่า ๑๓,๐๐๐ คนให้สามารถร่วมแลกเปลี่ยนเรื่องราวเกี่ยวกับซิปโปได้ที่สุด

โดยผ่านเครือข่ายที่ผู้สะสมเข้ามาชมเรื่องราวต่าง ๆ ในนี้ทั่วโลกที่ ZippoClick.com (ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับซิปโปเกือบทั้งหมดจะระบุถึงเว็บไซต์ดังกล่าวไว้ ให้สามารถเข้ามาชมได้เสมอ)

ทางชมรมของเรายินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะได้เป็นเลือกแนะนำในการสะสมซิปโปของคุณ แล้วร่วมเดินทางไปร่วมงานโชว์ซิปโปประจำปีพร้อมกันกับเรา ในงานครบรอบ ๗๕ ปีไฟแช็กซิปโปที่เมืองแบรดฟอร์ด รัฐเพนซิลวาเนีย วันที่ ๒๗ และ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๕๐

พิเศษเฉพาะสมาชิกจะได้รับส่วนลดในการซื้อหา (ทั้งนี้ไม่นับสินค้าในรุ่นพิเศษ) รวมทั้งได้รับสิทธิในการประมูล ซิปโปรุ่นหายากจาก Zippo/Case Museum อีกด้วย

^{๔๘} [zipmania zippo](http://www.zipmania.it/inglink.htm) [Online], accessed 5 August 2007. Available from <http://www.zipmania.it/inglink.htm>

สมัครสมาชิกได้ตั้งแต่บัดนี้ โทร (814) 368-2700 และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนเดียวกัน โดยจ่ายเพียง ๒๐ ดอลลาร์ ต่อปีเท่านั้น

ผลประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ : ได้รับชิปโปพิเศษเฉพาะตัว, สามารถเข้าไปสนทนาออนไลน์เพื่อประชุมเพื่ออภิปรายภายในชุมชนคนเล่นชิปโป และมีสิทธิ์เข้าร่วมประมูลสินค้าภายในกลุ่มสมาชิก รวมทั้งมีสิทธิ์สั่งซื้อไฟแช็กชิปโปที่ผลิตในจำนวนจำกัดได้ทั้งปี

สมาชิกของ Zippo Click จะได้รับนิตยสารพิเศษของชมรม เนื้อหาของนิตยสารประกอบด้วยชิปโปรุ่นใหม่ ๆ ที่เพิ่งวางจำหน่าย ประวัติของนักสะสมชิปโปทั้งในและนอกชมรม เทศกาลเกี่ยวกับชิปโปที่กำลังจะเกิดขึ้น และอื่นๆ อีกมากมาย

การซื้อสินค้าต่างๆ ของชมรม สมาชิกจะได้รับส่วนลดร้อยละ ๒๐ จากราคาสินค้า

ในการชุมนุมแลกเปลี่ยนความคิดความรู้ระหว่างกัน และนิทรรศการพิเศษอื่นๆ สมาชิกของ Zippo Click จะได้รับเชิญไปร่วมงานดังกล่าวด้วย รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมชิปโปนานาชาติที่จะจัดขึ้นทุกๆ สองปี และจะได้ชิปโปลวดลายพิเศษเป็นของที่ระลึกด้วย

สมาชิกของ Zippo Click สามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับชิปโปได้ทั้งหมด โดยการร่วมสนทนาออนไลน์ระหว่างเหล่าสมาชิกได้ตลอดเวลา และจะได้รับการแจ้งถึงปฏิทินการจัดงานกิจกรรมชิปโปต่างๆ ผ่านทาง E-Mail Address : zippoclick@zippoclick.com หรือเขียนจดหมายสมัครมาที่ 33 Barbour St., Bradford, Pa. 16701 U.S.A.^{๔๙}

ซูตักดี เดชเกรียงไกรกุล และ มนัสศิริ เผือกสกนธ์ ได้กล่าวถึงชุมชนคนเล่นชิปโปในสหรัฐอเมริกา ดังนี้

ประดิษฐ์กรรมชิปโป ปัจจุบันขายไปแล้วถึง ๔๐๐ ล้านอัน มีการเก็บสะสม ขายเอากำไร มีการสร้างชุมชน (Community) มีการส่งข่าวแก่สาวก (Cult) ในรูป Newsletter, Fax, E-mail, Website มีการจัด Event โชว์ มีการชุมนุมแลกเปลี่ยนความคิดความรู้ระหว่างกัน (Swap Meeting) มีการเล่าเรื่อง กล่าวกันว่าชิปโปทุกชิ้นทุกรุ่นนั้น “Tell-A-Story” ขึ้นไ้ดูมันได้บังเอิญไปเกิดในช่วงเหตุการณ์สำคัญ หมายเลขผลิต Serial Number นั้นจะตีเป็นมูลค่าไม่ได้ เช่น Patent # 203695 ซึ่งผลิตในช่วงสงครามโลก ที่ Supply ด้านทองเหลืองและโครมขาดแคลน ชิปโปหันมาใช้โลหะเบาชนิดอ่อนและทาสีดำ สินค้า Lot ทั้งหมดถูกป้อนให้กับกองทัพสหรัฐฯ เท่านั้น ปัจจุบันจึงมีมูลค่าเป็นตัวเงินไม่ได้^{๕๐}

^{๔๙} Zippo Click Collectors Club [Online], accessed 5 August 2007. Available from <http://www.zippoclick.com/>

^{๕๐} ซูตักดี เดชเกรียงไกรกุล และ มนัสศิริ เผือกสกนธ์, Retro Marketing สูตรใหม่ การตลาดย้อนยุคปลุกกระแส, ๘๘ - ๙๑.

ชมรมคนเล่นซิปปโปในเมืองไทย

กลุ่มคนเล่นซิปปโปในเมืองไทย มีเครือข่ายที่สัมพันธ์กับคนเล่นซิปปโปในญี่ปุ่นอยู่มาก เห็นได้จากสมาชิกมีชาวญี่ปุ่นอยู่หลายคน และประธานชมรมก็เคยไปญี่ปุ่นหลายต่อหลายครั้ง การเกิด และรวมกลุ่มครั้งนี้มีความละม้ายคล้ายคลึงกันกับกลุ่มคนเล่นซิปปโปญี่ปุ่น และอเมริกา (Zippo Click) ในการใช้สื่อสมัยใหม่ในการรวมกลุ่มหลายอย่าง โดยจะขอกล่าวในบทต่อๆ ไป

ชมรมซิปปโปในเมืองไทยเริ่มก่อตั้งเมื่อเดือนกันยายน ๒๕๔๕ โดยใช้ร้านแห่งหนึ่ง บริเวณจตุจักรพลาซ่าเป็นสถานที่ตั้งชมรม ขณะนั้นมีผู้คนให้ความสนใจสะสมซิปปโปมากพอสมควร ในระยะเวลาประมาณ ๓ เดือน ทางชมรมสามารถรับสมัครสมาชิกได้ราว ๖๐ คน มีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่ขณะนั้นจตุจักรพลาซ่ายังมีคนรู้จักไม่มากนัก รวมทั้งค่าเช่าร้านราคาแพง ร้านดังกล่าวจึงได้ปิดตัวลงในเดือนมกราคม ๒๕๔๖ แต่ยังมีสมาชิกอีกจำนวนมากที่ต้องการให้ชมรมนี้มีอยู่ต่อไป ประธานชมรมจึงได้เช่า website ขึ้นเป็นศูนย์กลางของชมรม ในช่วงต้นปี ๒๕๔๙ (ต่อมากลางปี ๒๕๔๙ ได้เปลี่ยนแปลงชื่อเนื่องจากปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ที่ชื่อเว็บไปพ้องกับคำว่า “zippo” โดยไม่ได้ขออนุญาตจากบริษัทซิปปโปในสหรัฐอเมริกา) ชมรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับสมาชิกและบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ ให้คำแนะนำและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการสะสมไฟแช็กซิปปโป ทั้งวิธีการดูแลรักษา การเลือกซื้อซิปปโปของจริง และข้อแตกต่างระหว่างซิปปโปของจริง - ปลอม เป็นต้น

๑. การสมัครเข้าเป็นสมาชิก

ประธานชมรม กล่าวว่าตอนที่เริ่มคิดที่จะทำชมรมนี้ได้ปรึกษากับสมาชิกและคณะกรรมการชมรม เพื่อจะทำบัตรประจำตัวสมาชิก แต่ว่าบัตรสมาชิกนั้นดูธรรมดาเกินไป สำหรับเหล่าสมาชิกซิปปโป จึงทำไฟแช็กซิปปโปลดลายพิเศษแบบไทยๆ ผสมผสานระหว่างความเป็นไทยและซิปปโปผ่านสัญลักษณ์ของ “กิ่นนร”^{๕๑} (มีลักษณะคล้ายกิ่นรี แต่เป็นเพศผู้) โดยให้กิ่นนรนี้ทำท่าทางเลียนแบบ Windy (สัญลักษณ์ของซิปปโป) กำลังทำท่าจุดไฟแช็กเพื่อตบบุหรี่ มีลมพัดแรงๆ จนกระโปรงปลิว ในส่วนล่างด้านขวาตอกรหัสสมาชิกเป็นเลขไทย ตั้งแต่เลข ๐๐๑ ถึง ๑๑๐ ไฟแช็กดังกล่าวนี้ผลิตจำนวนจำกัด (Limited Edition) จากนั้นจึงสั่งทำบล็อกรูปปั๊มขึ้นรูป หนุนโดยปั๊มลายบนเนื้อเงินแท้ (Sterling 925) พร้อมขัดเงาและพ่นทราย โดยมีค่าสมัครสมาชิก ๑,๒๐๐ บาท ทั้งนี้ผู้สนใจคนอื่นๆ ก็สามารถสมัครได้โดยไม่เสียเงิน แต่จะไม่ได้รับซิปปโปชมรม

^{๕๑}กิ่นนร [กิ่นนอน] เป็นคำนาม มีความหมายว่า “อมมนุษย์ในนิยาย มี ๒ ชนิด ชนิดหนึ่งเป็นครึ่งคนครึ่งนก ท่อนบนเป็นคน ท่อนล่างเป็นนก อีกชนิดหนึ่งมีรูปร่างเหมือนคน เมื่อจะไปในไหนมาไหน ก็ใส่ปีกใส่หางบินไป” ใน “กิ่นนร,” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ : ๑๒๘ - ๑๒๙.

วิธีการรับสมัครสมาชิก ผู้สนใจจะต้องส่งชื่อ - สกุล ชื่อเล่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และวันเดือนปีเกิดของผู้สนใจเป็นสมาชิก มาที่ E - mail ของประธานชมรมฯ จากนั้นทางชมรมจะส่ง E - mail เพื่อยืนยันการสมัครสมาชิกตอบกลับไป

สิทธิพิเศษของสมาชิกฯ คือ สามารถซื้อไฟแช็กที่ทางชมรมฯ จำหน่ายในราคาพิเศษ สมาชิกที่สมัครแบบเสียค่าสมัครได้รับส่วนลด ๑๐ % ส่วนสมาชิกที่ไม่เสียค่าสมัครได้รับส่วนลด ๕ % รวมทั้งสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของชมรมฯ และสิ่งจูงใจสินค้าต่างๆ ทั้งการประมูลทาง www.ebay.com และฝากซื้อสินค้ากับทางชมรมฯ ในราคาพิเศษ ทั้งนี้ไม่รวมค่าจัดส่งสินค้าทั้งต่างประเทศและในประเทศ ตลอดจนการได้รับสิทธิประโยชน์จากกิจกรรมต่างๆ ของชมรม

๒. สมาชิกในชมรม

สมาชิกในชมรมที่สมัครแล้วได้ไฟแช็กฯ มีทั้งหมด ๑๑๐ คน และสมาชิกใหม่อีกกว่า ๒๐๐ คน สมาชิกส่วนใหญ่นั้นเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีทั้งสมาชิกชาวไทย และชาวญี่ปุ่น โดยอายุของสมาชิกนั้นมีตั้งแต่อายุน้อยสุด ๑๗ ปี และมากที่สุด ๕๕ ปี

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชมรมมีทั้งการติดต่อแลกเปลี่ยนความเห็น สั่งซื้อสินค้า ฝากประมูลสินค้าผ่าน eBay.com โดยติดต่อสื่อสารกันผ่านกระดานสนทนาของชมรม ทางโทรศัพท์ E - mail และการพูดคุยทาง MSN ทั้งนี้ในการเข้าถึงสื่อดังกล่าวล้วนแสดงให้เห็นว่าในกลุ่มสมาชิกนั้นมีพื้นฐานที่ดีในการใช้สื่อดังกล่าวพอสมควร นอกจากนี้ยังมีการพบปะสังสรรค์กันภายในกลุ่ม หรือนัดแนะเพื่อรู้จักกันเป็นการส่วนตัว

สรุป

เนื้อหาบทที่ ๓ กล่าวถึงความเป็นมาของการใช้ไฟ ในอดีตไฟมีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์มาก มนุษย์สร้างวัฒนธรรมการก่อไฟเพื่อสนองความต้องการใช้งานของตนเอง และมีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ก่อเกิดเครื่องขีดไฟต่างๆ เช่น ไม้ขีดไฟ ไฟแช็ก เพื่ออำนวยความสะดวกแก่มนุษย์ จนถึงการออกแบบและผลิตไฟแช็กชิปไปในปัจจุบันที่สามารถใช้งานได้ทุกสภาวะการณ์ไม่ว่าจะมีความชื้น หรือลมแรงเพียงใดก็ตาม

ชิปโปได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในสหรัฐอเมริกา และประเทศอื่นๆ ทั่วโลก (พิจารณาจากระบบอุตสาหกรรมในการผลิตชิปโป ระยะเวลาเพียง ๑ ปีนั้นชิปโปสามารถผลิตได้ถึง ๑๖ ล้านอัน ดังนั้นชิปโป ๑ อันจะผลิตออกมาอย่างต่อเนื่องทุกๆ ๒ วินาที) ผ่านรูปแบบการประชาสัมพันธ์ทั้งทางตรงและแฝง เห็นได้จากทหารในกองทัพอเมริกันที่เข้าร่วมสงครามและเข้าประจำการ ณ ฐานทัพต่างๆ เช่น สงครามโลกครั้งที่ ๒ และสงครามเวียดนามในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ ๗๐ ชิปโปได้เดินทางเข้าสู่สังคมไทยพร้อมๆ กับความหมาย รสนิยม คุณค่า และความเป็น "Made in U.S.A." เหล่านั้นล้วนถูกเลือกสรรและแสดงออกผ่าน สื่อมวลชน และ

ปรากฏในวรรณกรรมไทย โดยเฉพาะคำนิยมตามแบบฉบับอเมริกัน ได้รับการยกย่องว่าดี ล้วนถูกผลิตซ้ำ ผลิตสร้างชุดความหมายต่างๆ ให้เลือกรับ เลือกรู้ เลือกเป็น และเลือกแสดงออก ก่อกำเนิดวาทกรรมที่ทรงอำนาจต่อการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของคนบางกลุ่มในสังคมไทย

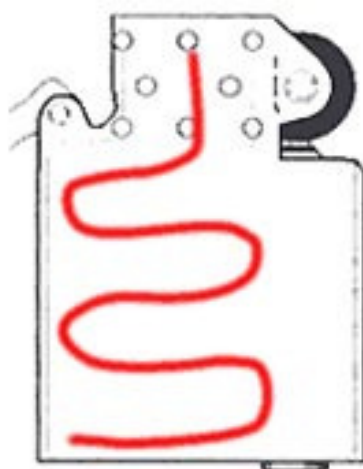
กรณีศึกษา “คนเล่นชิปโปในเมืองไทย” ในวิทยานิพนธ์นี้ เป็นเพียงภาพสะท้อนส่วนหนึ่งที่ผู้วิจัยเลือกนำเสนอถึงทัศนคติ คำนิยมของคนกลุ่มดังกล่าวในบริบทของสังคมไทยปัจจุบัน บทนี้กล่าวถึงคนกลุ่มนี้โดยสังเขปเพื่อเชื่อมโยงกับข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกัน โดยบทที่กล่าวถึงเรื่องราวของคนเล่นชิปโป ทัศนคติ คำนิยม การนิยามตัวตนของพวกเขาที่มีต่อชิปโป ตลอดจนกระบวนการดำรงและคงอยู่ของคนกลุ่มดังกล่าว ซึ่งจะนำเสนอในบทที่ ๕ อย่างละเอียด.



ภาพที่ ๑ การใช้ไฟในสยามประเทศ สมัยรัชกาลที่ ๔
ที่มา : ประวัติไม้ขีดไฟ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก
<http://www.geocities.com/tongmatchbox/web/history.htm>

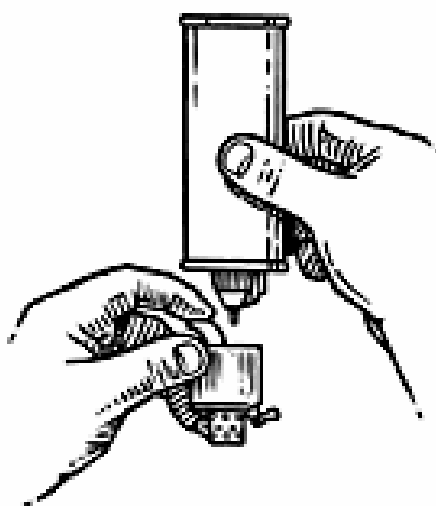


ภาพที่ ๒ George Grant Blaisdell ผู้ประดิษฐ์ไฟแช็กชิปโป
ที่มา : [Online], Accessed 10 September 2007. Available from http://content.zippo.com/media/contentMedia/www.Zippo.comVersion2/Zippo_History/mrBlaisdell.jpg



ภาพที่ ๓ วิธีลำเลียงไส้ลงในไฟแช็กชิปโป

ที่มา : [Online], Accessed 27 August 2007. Available from <http://www.zippoclick.com/>



ภาพที่ ๔ วิธีเติมน้ำมันลงในไฟแช็กชิปโป

ที่มา : [Online], Accessed 27 August 2007. Available from <http://www.zippoclick.com/>



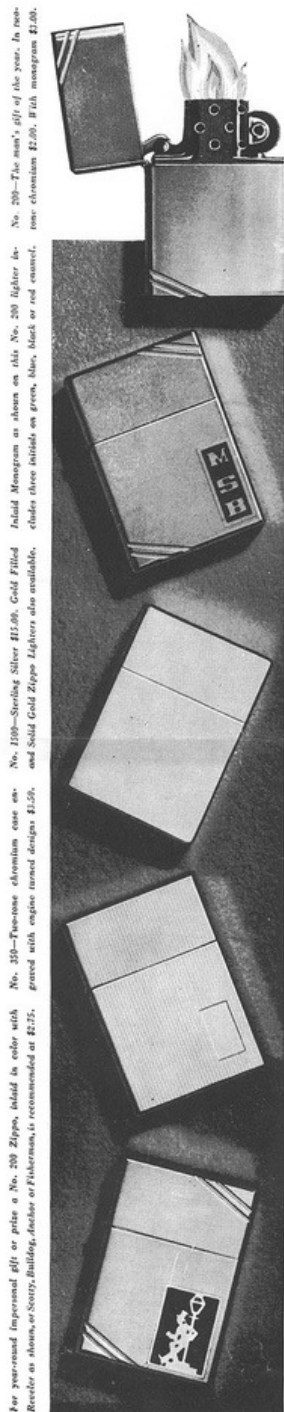
ภาพที่ ๕ ซิปโปและทหารอเมริกัน

ที่มา : [Online], Accessed 27 August 2007. Available from <http://www.gerstes.ch/>



ภาพที่ ๖ ซิปโปในสงครามเวียดนาม

ที่มา : [Online], Accessed 27 August 2007. Available from <http://www.gerstes.ch/>



For your mind, impersonal gift or prize a No. 209 Zippo, inlaid in color with
 Reciter as shown, or Scotty, Bulldog, Anchor or Fisherman, is recommended at \$2.75.
 No. 359—Two-tone chrome case engraved with engine turned designs \$3.50.
 No. 1100—Sterling Silver \$15.00. Gold Filled
 Inlaid Monogram as shown on this No. 209 lighter in-
 cludes these initials on green, blue, black or red enamel.
 No. 209—The man's gift of the year. In non-
 four chromium \$2.50, 14th monogram \$2.50.



*She passed the fan test

WINDPROOF

A gale can't blow it out. Here is the *one* lighter that *always* lights—it never fails. A *zip* of the wheel and you have a man-sized flame. The ZIPPO Windproof LIGHTER is a *one* hand lighter which gives you a great advantage when driving, even when alone. The man-sized flame is better than a flash light to locate keyholes (and etchings) in the dark. It's a real guiding light, at sports or play—outdoors or in.

ZIPPO Windproof LIGHTER is the great pal of the pipe lover—lights a pipe as easy as a cigarette no matter how hard the wind blows.

ZIPPO is the only lighter with an unqualified life-time guarantee. *No one has ever paid a cent to repair a ZIPPO.*

Other little features are the gadgetless design (refueling is simplicity itself); 10 day fuel supply; permanent wick; no flint adjustment; rugged construction.

Remember there is only one genuine ZIPPO Windproof LIGHTER — patented, demand it by name. Set in handsome black and silver gift boxes from \$2.00 up.

Painting by ENOC BOIES



*TRY THE FAN TEST

*ZIPPO is the one lighter that will pass the fan test. Your dealer will prove it to you. Hundreds of thousands of satisfied users of ZIPPO LIGHTERS.

If your dealer cannot supply item desired, order direct. Mention dealer's name.

ZIPPO MANUFACTURING CO., BRADFORD, PA. New York Office: 52 Vanderbilt Ave.

FOR YOUR PROTECTION: Look for this engraving  on the bottom of every genuine ZIPPO LIGHTER

ZIPPO

Windproof LIGHTER

EXECUTIVES ATTENTION: Here is the answer to your Company's gift and Christmas present problem. Zippo Lighters with your firm's trademark, insignia, or product, faithfully reproduced (inlaid in full color or engine turned); or with personalized monograms, make you remembered many times a day—long after other gifts are forgotten. Prices are based on quantity.

Reprinted from Christmas Issue ESQUIRE, December, 1937

ภาพที่ ๗ “Windy” สัญลักษณ์แห่งชิปโป

ที่มา : [Online], Accessed 27 August 2007. Available from

http://static.flickr.com/114/313995761_c27cffbb69_b.jpg



ภาพที่ ๘ ซิปโป้ด้านหน้า : ลวดลายช้าง ๓ เศียร
ที่มา : [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก
<http://zippogallery.com/images/Kittikachorn1957-63.jpg>



ภาพที่ ๙ ซิปโป้ด้านหลัง : จอมพลถนอมถึงพลอากาศโท Francis H.Griswold
ที่มา : [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก
<http://zippogallery.com/images/KittikachornR1957-63.jpg>



ภาพที่ ๑๐ นิตยสารชิปโปของกลุ่มคนเล่นชิปโปญี่ปุ่น

ที่มา : [Online], Accessed 27 August 2007. Available from

<http://jeanspavilion.web.fc2.com/mybible.htm>

PENTHOUSE

Subscribe today and get:

สมัครสมาชิก 1 ปี 12 ฉบับ
 ราคา 2,200 บาท (รวมค่าจัดส่งลงทะเบียน)

รับทันที!

ZIPPO สลักโลโก้ **PENTHOUSE** จากอเมริกา มีให้เลือก 3 แบบ



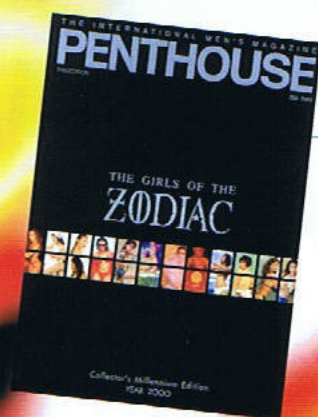
No. 002



No. 001

zippo USA
 Limited Edition

No. 003

**พร้อมรับฟรี**

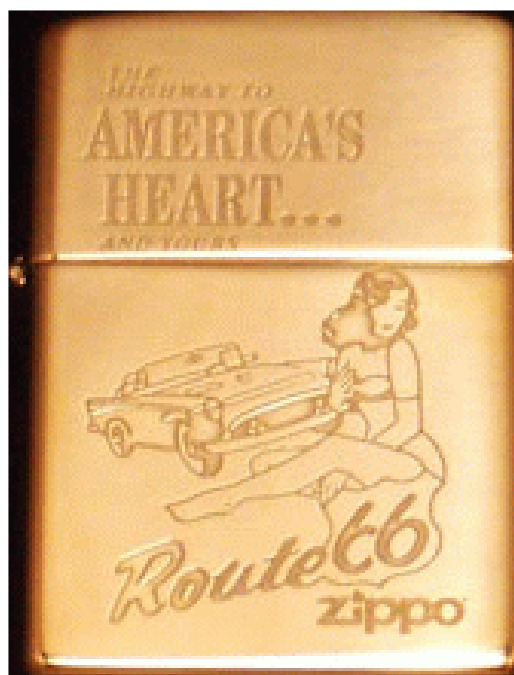
Penthouse ฉบับพิเศษ
The Girls of The Zodiac
 Collector's Millennium Edition
 รวมภาพชุด 12 นางแบบ
 พร้อมโบลการ์ด สาว 12 ราศี



สอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร. 587-7704-6

ภาพที่ ๑๑ ซิปโป้ (แฟง) ในนิตยสารไทย

ที่มา : PENTHOUSE : ฉบับภาษาไทย ๒ (กรกฎาคม ๒๕๔๓) ๑๐๙.



ภาพที่ ๑๒ ซิปโป : ของกำนัลแก่ลูกค้าในสถานบันเทิงแห่งหนึ่ง



ภาพที่ ๑๓ ซิปโปย้อนยุค : มาริลีน มอนโร และเอลวิส เพรสลีย์



ภาพที่ ๑๔ ซิปโป้ “คาราบาว”



ภาพที่ ๑๕ ไฟแช็กหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

ที่มา : [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaitambon.com/tambon/tsmepdesc.asp?Prod=06321153244&ID=120102&SME=0371615277>



ภาพที่ ๑๖ ซิปโปกับภาพยนตร์ในปัจจุบัน : Transformers Zippo
 ที่มา : [Online], Accessed 10 September 2007. Available from
<http://www.toysnjoys.com/transformers/zippolighter.jpg>



ภาพที่ ๑๗ ชมรมซิปโปในสหรัฐอเมริกา
 ที่มา : [Online], Accessed 11 September 2007. Available from <http://www.zippoclick.com/>

บทที่ ๕

เรื่องราวของ “คนเล่นชิปโป”

จากเนื้อหาบทที่แล้วกล่าวถึงพัฒนาการของวัฒนธรรมการใช้ไฟโดยอ้างอิงข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์เพื่อให้เห็นและเข้าใจบริบท ความสัมพันธ์ทางสังคมในช่วงเวลานั้นๆ แต่การศึกษาทางมานุษยวิทยานอกจากจะศึกษาประวัติศาสตร์ทางเอกสารแล้ว ยังไม่อาจละเลยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ หรือข้อมูลจากคำบอกเล่าได้

พุ่ม วีระประเสริฐ กล่าวถึง วิชามานุษยวิทยาที่มุ่งศึกษาทำความเข้าใจมนุษย์ และสังคมวัฒนธรรมของมนุษย์ทั้งอดีตและปัจจุบัน ลักษณะและสาระของการศึกษานั้นไม่อาจละเลยการศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ได้ แม้กระทั่งในการศึกษาสังคมวัฒนธรรมปัจจุบันนั้นก็เป็ผลพวงของความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบและเงื่อนไขของสภาพสังคมในอดีต การทำความเข้าใจสภาพปัจจุบันจึงต้องเข้าใจพัฒนาการที่มีจุดเริ่มมาจากสภาพในอดีตด้วย อย่างไรก็ตามการศึกษาอดีตของนักมานุษยวิทยาไม่จำกัดอยู่กับข้อมูลด้านเอกสารเท่านั้น นักมานุษยวิทยายังใช้วิธีการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในอดีตจากสังคมที่เข้าไปทำการศึกษาด้วย การศึกษาประวัติศาสตร์ในลักษณะนี้เรียกกันว่า “การศึกษาประวัติศาสตร์จากคำบอกเล่า” (Oral History) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้จะช่วยเพิ่มชีวิตชีวาให้กับเหตุการณ์ในอดีตได้มากกว่าประวัติศาสตร์ที่เน้นการใช้ข้อมูลด้านเอกสารเพียงอย่างเดียว^๑

ในเนื้อหาของบทนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงข้อมูลจากภาคสนามเป็นตอนๆ โดยอาศัยการถอดคำสัมภาษณ์ จดบันทึก บรรยายถึงพฤติกรรมคนเล่นชิปโปในเมืองไทย

ทั้งนี้การนำเสนอเรื่องราวทั้งหมดจากข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยใคร่ขอเล่าจากสิ่งที่สังเกตเห็นในกลุ่มคนเล่นชิปโป ทั้งจากชมรมชิปโปในเมืองไทย คนนอกชมรมชิปโป ตลอดจนผู้มีอาชีพค้าขายสินค้าที่เกี่ยวกับชิปโปมานาน ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับความหมายที่สื่อออกมา

ชมรมชิปโปเมืองไทย กับเรื่องราวในกระดานสนทนา

ชมรมชิปโปในเมืองไทยนั้นได้เริ่มรวมกลุ่มกันอย่างเป็นทางการตั้งแต่กลางปี ๒๕๔๙ (กุมภาพันธ์ – มีนาคม) โดยช่วงแรกเริ่มนั้นยังไม่มีผู้รู้จักมากนัก มีสมาชิกเพียงไม่กี่คนเท่านั้น จนกระทั่งเริ่มประชาสัมพันธ์และรับสมัครสมาชิกผ่าน Internet รวมทั้งใน Website เป็นต้นมา

^๑พุ่ม วีระประเสริฐ, “การศึกษาประวัติศาสตร์ด้วยวิธีการทางมานุษยวิทยา,”

ศิลปวัฒนธรรม ๓, ๑๐ (สิงหาคม ๒๕๒๕) : ๘๔ – ๘๗.

จึงเริ่มมีผู้สนใจมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้กลุ่มผู้สนใจและสมาชิกส่วนใหญ่นั้นเป็นผู้มีความรู้ และทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์ และ Internet ระดับดีพอสมควร สามารถสืบค้นข้อมูลต่างๆ ผ่านระบบ Internet และจากการสอบถามกลุ่มคนในชมรมชิปปิ้งเบื้องต้นพบว่า พวกเขารู้จักชมรมดังกล่าวผ่านการสืบค้นจาก Search Engine ยอดนิยมแห่งหนึ่ง ลักษณะดังกล่าวล้วนแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลสื่อ Internet ทั้งจากกระดานสนทนา กับการเข้าถึง (Access) ของผู้ใช้งานส่งผลให้เกิดกระบวนการรวบรวมกลุ่มคนที่ชอบชิปปิ้ง และรสนิยมที่ใกล้เคียงกันเกิดขึ้น

แป๊ะ เล่าให้ฟังว่าประมาณช่วงต้นเดือนพฤษภาคม ๒๕๔๙ ตนได้เข้าไปค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับชิปปิ้งที่มีใน Internet เพราะแป๊ะมักพบแต่ชิปปิ้งของปลอมเป็นประจำ จึงอยากค้นหาวิธีเลือกซื้อของจริง จนเข้าสู่การเป็นสมาชิกของชมรมฯ

จริงๆ แล้วผมชอบชิปปิ้งมานานนะ เคยซื้ออันแรกมาตั้งแต่ ๗ ปีก่อน บ้าเป็นพักๆ ครับ แล้วก็เพิ่งรู้ว่าไม่นานมานี้ว่าไอ้ที่เราซื้อนี้เป็นของปลอม ก็เพิ่งมาดูเป็นช่วงหลังๆ นี่เอง ก็ตอนที่ผมลองหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับชิปปิ้งจากอินเทอร์เน็ตเจอเว็บไซท์ชิปปิ้งคลับไทยนี่ล่ะครับ เพราะหาหนังสือทางนี้ยากมาก ผมก็หาเวลาว่างศึกษาประวัติมันไปเรื่อยๆ เปิดเน็ตเปิดเว็บดูเอาละครับ ผลิตรุ่นไหน ปีไหน หายากไหม^๒

ตั้งแต่ส่วนนี้จะขอเสนอเรื่องราวของ “คนเล่นชิปปิ้งในชมรม” ส่วนหนึ่งที่ปรากฏผ่านกระดานสนทนา ดังนี้

เตี่ยว [นามแฝง] เป็นสมาชิกตั้งแต่ช่วงแรกๆ ของชมรมชิปปิ้งในเมืองไทย กล่าวว่าตนชอบใช้ชิปปิ้งเล่น Tricks ท่วงท่าต่างๆ มานานพอสมควร จนกระทั่งต้นปี ๒๕๔๙ ได้ลองค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับชิปปิ้งใน Internet และสมัครเป็นสมาชิกของชมรมในเวลาต่อมา

เมื่อสองปีก่อนเตี่ยวได้เจอเว็บ lightertricks.com เป็นเว็บที่เกี่ยวกับ tricks ล้วนๆ เป็น Clip VDO ก็เลยลองหาดูตั้งแต่นั้นมา แต่ก็ไม่ได้ตั้งใจหาดูมากนัก วางๆ ถ้าอยู่ใกล้มีก็เอามาควงเล่น ชิปปิ้งอันแรกบอบช้ำมากครับ ครั้งสุดท้ายคือท่าที่ควงตอนจุดไปด้วยแล้วมันร้อนมาก ตกฝาหักเลย นิ้วก็พอง เตี่ยวเลยเอาไปให้ร้านที่เซ็นทรัลเขาซ้อม เขาบอกว่ามันไม่แข็งแรงเหมือนเก่าละนะ แต่ก็ถือเล่นอีกหักอีก พอแล้ว สงสารชิปปิ้ง แต่ก็ไปซื้ออันต่อไปมาหัดอีกแล้ววันหนึ่งก็ลองค้นใน Google.com มาเจอเว็บนี้ เข้ามาครั้งแรกมีอยู่ ๔ กระพุ่ม้ง ตอนแรกก็นึกว่าเว็บร้าง หรือเพิ่งเปิด แล้วก็ได้ add mail คุยกับพี่ๆ มีความเป็นกันเองมากเลยคับ โดยเฉพาะพี่แทน เตี่ยวโทรไปหาครั้งแรกตอนสั่งชิปปิ้งชมรม หลังจากนั้นก็โทรหากันเรื่อยๆ พี่เขาก็โทรมาถามทุกข์สุขบ้าง พอได้รู้จักกับพี่เขาๆ ก็สอนสิ่งที่ไม่รู้อะไรหลายๆ อย่าง ตอนนั้นก็เลยไม่ได้ไปที่ร้านซ้อมอีกเลย

^๒สัมภาษณ์ แป๊ะ [นามแฝง], นักศึกษา, ๑๒ ธันวาคม ๒๕๔๙.

ชั้น [นามแฝง] พบชมรมชิปไปผ่านสื่อ Internet หลังจากที่ชมรมดังกล่าวเริ่มเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับชมรมมาได้ระยะเวลาหนึ่งแล้ว และมีคนรวมกลุ่มกันมากพอสมควร

วันหนึ่งผมนั่งอยู่หน้าคอมพิวเตอร์ นึกอยู่ว่าจะเข้าไปเว็บไหนดี สายตาผมเหลือบไปเห็นชิปโปที่วางอยู่บนโต๊ะ ผมเลยทดลอง search คำว่า zippo ซึ่งได้นำผมเข้ามายังเว็บชมรมนี้ซิ ผมแปลกใจมาก ไม่คิดว่าจะมีผู้นิยมขึ้นชอบชิปโปถึงขนาดจัดทำเว็บเป็นเรื่องเป็นราวขนาดนี้ ผมได้ไล่อ่านทุกๆ กระทั่งตั้งแต่กระทุ้งแรกเรื่อยไป วันละเล็กละน้อยจนครบทุกกระทุ้งทุกหน้า

เรื่องราวจากกระทุ้งในกระดานสนทนา : ความเห็นต่าง ๆ ในช่วงเริ่มแรก

ช่วงต้นปี ๒๕๔๙ กระทุ้ง ความเห็นต่าง ๆ ในกระดานสนทนานั้นยังมีไม่มากนัก ผู้สนใจในช่วงแรกๆ ได้เข้ามาถามและเปิดกระทุ้งสะท้อนความเห็นของตนเอง เป็นต้นว่า

“สวัสดีครับ เป็นกำลังใจให้ละ เว็บเพิ่งเปิดอาจจะยังไม่มีคนรู้จัก แต่อย่างน้อยก็มีผมคนหนึ่ง ที่รอเว็บแบบนี้มานานแล้ว ผมเชื่อว่ามีคนชอบแบบผมอีกเยอะครับ สู้ๆ อยากได้ข้อมูลที่เป็นภาษาไทยเยอะกว่านี้หน่อยครับ” (ทอม) พร้อมบอก space^๓ ที่มีภาพถ่ายชิปโปของตน

“เฮ้อ ในที่สุดก็มีคนมาคอมเมนต์ซักกะที ผมมาตั้งแต่เปิดวันแรกๆ แล้วละ หน้าต่างๆ ยังเปิดไม่ออกเลย ดีใจมากเลยที่มีเว็บชิปโปเนี่ย ดีๆ อยากมาแลกเปลี่ยนความรู้จัง และอยากรู้แหล่งซ่อมแซมชิปโปแสนรักด้วยว่ามีที่ไหนมั่ง ผมอยู่แถวฝั่งธนฯ มีร้านไหนบ้างครับ” (ทาโร่)

“เว็บนี้โดนใจ ไม่เข้าไม่ได้ ปีก่อนนี่ก็อยู่ว่าไม่มีใครเปิดเว็บชิปโปมั้งหรือ เฮ้อ มาเจอเว็บนี้เข้าก็ดีใจ” (บี)

ประธานชมรม (แทน) ออกมาตอบคำถาม พร้อมรับซ่อมแซมกรณีทีไฟแช็กชิปโปมีปัญหา ผ่านเบอร์โทรศัพท์ที่ให้ไว้เพื่อติดต่อโดยตรง

“ใครทีไฟแช็กมีปัญหาโทรมาปรึกษากับผมได้ อยู่แถวๆ สามพรานครับ โทรมาคุยก่อนก็ได้ เผื่อจะแนะนำให้ซ่อมเอง จะได้ไม่ต้องเสียเวลามาเพราะมันค่อนข้างไกลครับ ผมซ่อมให้ฟรี แต่ถ้าหากต้องเปลี่ยนไส้หรือถ่าน ขอคิดแค่ค่าอะไหล่ในราคาปกติครับ”

^๓เป็นพื้นที่ส่วนตัวของผู้ใช้ MSN Messenger สามารถแสดงตัวตนของตนเอง ทั้งการถ่ายภาพถ่าย บทความ Blog (บทความต่างๆ) รวมทั้งประวัติผู้ใช้งาน โดยผู้ใช้สามารถเลือกแสดง หรือปกปิดข้อมูลของตนได้ตามต้องการ อาทิ ใน space.live.com ได้ระบุไว้ว่า “ชื่อ Space ของคุณจะบอกให้ผู้อื่นทราบว่าบุคคลเหล่านั้นกำลังดู Space ใดอยู่ คุณสามารถใช้แท็กไลน์เพื่อบอกให้ผู้อื่นทราบถึงวัตถุประสงค์ของ Space ความรู้สึก หรือสิ่งที่คุณต้องการแบ่งปันได้” และกล่าวถึงการรวมกลุ่มว่า “หากคุณรวมกลุ่ม Space ของคุณ โปรแกรมอ่านข่าวสารและโปรแกรมรวบรวมข้อมูลจะสามารถอ่านข้อมูลนั้นได้ หากคุณรวมกลุ่ม Space ของคุณ ผู้ใช้ Windows Live Alerts จะได้รับการแจ้งเตือนเมื่อมีการอัปเดต Space ของคุณด้วย”

มีบางความเห็นที่แสดงความสนใจจะสมัครเป็นสมาชิกและอยากได้ชิปไปของชมรม
“พอดีเพิ่งพบเว็บนี้ และสนใจอยากได้มาเข้าคอนเสิร์ตครับ ต้องทำอย่างไรบ้าง ผม
เก็บชิปไปมาระยะหนึ่งแล้ว ตอนนี้มีประมาณ ๓๐ ตัว ขอบคุณล่วงหน้าครับ” (พงศ์)

ประธานชมรมออกมายืนยันและตอบคำถามดังกล่าวว่า

“สวัสดีครับ ยินดีต้อนรับสู่ชมรมคนรักชิปไป ช่วงนี้มีคนโทรเข้ามาถามเรื่องสมัคร
สมาชิกชมรมเยอะมากครับ ขอบคุณที่ให้ความสนใจ ผู้สนใจจะสมัครสมาชิกกรุณาส่งอีเมล ชื่อ
นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ มาทางอีเมลล์ชมรม ถ้ามีเรื่องเล่าเกี่ยวกับชิปไปที่คุณมีก็ส่งมาด้วย
นะครับ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน แล้วทางชมรมจะติดต่อกลับไป ตอนนี้ไฟแช็กชมรมเหลือ
ไม่เยอะแล้ว ถ้าอยากได้यरอรชานะ หหมดแล้วหมดเลย เพราะบล็อกล้อมีแล้วครับ”

นอกจากนี้ยังมีความเห็นจากผู้สนใจสมัครที่อายุยังไม่ถึง ๒๐ ปี และมีความลังเลใน
การสมัครสมาชิก เนื่องจากข้อจำกัดทางการเงิน ได้เข้ามาสอบถามในกระดานสนทนา ดังนี้

“ชื่อใจครับ คือผมยังแค่ ๑๙ อะครับ ฉะนั้นเรื่องการเงิน ผมไม่ได้มีเยอะขนาดที่
สะสมเป็น collection แต่ชอบชิปไปมาก่อนข้างนานแล้ว อาจจะคล้ายๆ พี่เดียว เพียงแต่เรื่อง
tricks ผมทำเป็นแต่เปิดแล้วจุดไฟ ยังไงก็ขอสมัครเข้าชมรมด้วยคนนะครับ ขอบคุณครับ”

“เรายังเด็กๆ มาเล่น trick กัน ไว้โตๆ ค่อยสะสม www.lightertricks.com ตั้งแต่จุด
ไฟไม่เป็นยันเล่นทำได้ เว็บนี้ช่วยได้นะครับ” (เดียว)

แทนก็ออกมาตอบคำถาม และตอบรับความประสงค์ของผู้สนใจเช่นเดิม

“ขอชี้แจงเรื่องการรับสมัครสมาชิก ชมรมเราไม่เคยปิดกั้นคนที่ฐานะ หรืออายุครับ
ใครๆ ก็สมัครได้ ไม่มีปัญหา เพียงแต่ถ้าสมัครแบบเสียเงินจะได้ไฟแช็กที่ระลึกของชมรมเพียง
๑๑๐ อันในโลก โดยระบุหมายเลขสมาชิกเป็นเลขไทย แต่ถ้าไม่มีงบก็สมัครแบบลงทะเบียนไว้
เฉยๆ ไม่ต้องเสียเงิน จริงๆ แล้วอยากทำแบบที่สมัครได้ทันทีผ่าน website ชมรม แต่ยังไม่
ถึงตรงนั้น ตอนนี้ใช้วิธีสมัครแบบ manual ไปก่อนครับ”

หลังจากสมัครสมาชิก : จากคนนอกสู่คนในกลุ่ม

“ตอนเล่นชิปไปใหม่ๆ ก็มีคำแนะนำว่าให้ใช้ถ่านแท้นะ ไม่งั้นตัวชิปจุดไฟมันจะเสีย
เล่นเอาผมต้องรีบไปหาถ่านของแท้ม้าใช้ทันที ก็ซื้อตามห้างใหญ่ๆ นะครับ ที่ซื้อประจำก็
เซ็นทรัลลาดพร้าว เป็นร้านซ่อมนาฬิกา เขาจะมีอุปกรณ์ชิปไปขายครบหมด” (บี)

“เมื่อก่อนตอนไม่มีความรู้เลยก็ได้ร้านนาฬิกาที่เซ็นทรัลลาดพร้าวนี้ละคับซ่อมให้
เดี๋ยวนี้พอมีไรก็ hotline สายคุณพี่แทนอย่างเดียวเลย” (เดียว)

“แหม ใช้บริการร้านเดียวกะผมด้วย ร้านนี้ผมใช้บริการบ่อยเพราะเวลาไปสอนที่
เซ็นทรัลต้องไปขึ้นลิฟต์ตรงร้านเขาพอดี แต่ตอนนี้มีพี่แทนไว้ปรึกษาอีกคนแล้ว ค่อยยังชั่ว
หน่อย” (บี)

๑. กิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อผลประโยชน์ภายในกลุ่ม

เมื่อจุด ชิบโป้ แล้วไม่ติด นับเป็นปัญหาระดับชาติเลย เช่นกำลังจุดบุหรี่ จดชิบโป้ออกมา เปิดฝาดังปิ้ง ผู้คนมองเราเป็นตาเดียวกัน อนิจจา ขณะที่นิ้วโป้งขีดไฟนั้นเองก็มีเกิดไฟลุก มีแต่เสียงแฉะๆ ให้อายผู้คน หรือมีคนมาขอไฟจุดบุหรี่ เราก็จุดชิบโป้ให้แต่ไม่ติด สร้างความเสียหายแก่ทั้งเราและเขานัก ผมเลยมาบอกวิธีแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้ฟัง (อ่าน) ซึ่งไม่ใช่เรื่องความบกพร่องของชิบโป้ ที่เราต้องดูแลมันให้ดี แต่บางคนก็ใช้อย่างเดียว ไม่ดูแล เช่นผมเป็นต้น อี้

เวลาขีดแล้วไฟไม่ลุกก็เปิดฝาดูไว้ เอนิ้วโป้งอุดที่ก้นลมแน่นๆ สะบัดข้อมือ (ประมาณว่า ชิบโป้กูมีรหัสผ่าน คนอื่นมาจุดให้ตายก็ไม่ติด) น้ำมันจะไม่ระเหยเร็ว การสะบัดทำให้ น้ำมันวิ่งดีขึ้น อุดแล้วสะบัดจะมันคงมาก ไม่งั้นตอนสะบัดชิบโป้อาจบินจากมือเสียหายได้ แล้วก็ขีดไฟทันทีอย่าแฉะๆ ผมลองสืบทอด ไฟติดกำหนด ถ้าทำต่อเนื่องจะช่วยให้ไม่เสียฟอร์ม แต่ต้องซ้อมบ่อยๆ จัดเป็นท่าคลาสสิกที่ไฟแช็กอื่นทำไม่ได้ เทกว่าเปิดมาแล้วขีดติดด้วยซ้ำ ถ้าไม่ติดแถมมีไฟแลบเปรี้ยะๆ ก็ไปเติมน้ำมันหะะะ รังแต่ทำให้เสียค่าเสียไปเปล่าๆ ผมจะเติมน้ำมันทุกครั้งก่อนออกจากบ้าน น้ำมันก็จะไม่หมดกลางทาง แต่ก่อนเดิมอาทิตย์ละหน ใช้น้ำมันหมดเร็ว กะลำบาก (ยกเว้นรุ่นใสแบบพีแทน) คงจบบทความไร้สาระเท่านี้ ถ้าว่างจะมาบ้าให้อ่านกันใหม่ (บี)

“ผมไปร้านขายของใกล้บ้าน พี่เจ้าของร้านบอกว่าน้ำมันไฟแช็กที่สั่งไว้มาส่งแล้วนะ คือแถมนั้นจะมีผมใช้คนเดียว เลยสั่งเจ้าของร้านว่าช่วยสั่งให้ด้วย เผื่อได้ราคาส่ง พี่เขาซื้อมาลงไว้ที่ร้าน ๓ กระป๋องๆ ละ ๓๐ บาท ผมเหมาหมดเลย เพราะเกรงราคาจะพุ่งกว่านี้ ตอนไว้อีกก่อนไม่แน่ใจไม่เสีย วันผลิตของล็อตนี้คือปลายปี ๔๘ ก่อนราคาจะขึ้น เสียตายอาทิตย์ก่อนไปซื้อตั้ง ๓๙ บาทนะ เป็นล็อตใหม่ ผลิตเดือน ๔ ปี ๔๙ นี้เองราคาก็เลย up มาอีกเกือบ ๑๐ บาทนะ” (บี)

“แถมบ้านผมยังขาย ๓๐ อยู่ครับ เพราะฉลากหน้ากระป๋องจะมีราคาบอกไว้ แต่มีบางร้านไม่น่าอดหนุนเลย ราคาทุนต่ำกว่า ๒๘ แล้วฉวยโอกาสเพิ่มเป็น ๓๕ เพราะบางรุ่นไม่ได้ระบุราคาไว้ก็ขายตามใจเจ้าของร้าน ผมซื้อตอนไว้อีก ๗ น้ำมันชิบโป้ ๒ กระป๋อง แต่รอนสันก็ผลิตทุกเดือน จำนวนค่อนข้างมาก ยังไงถ้าร้านขายเกิน ๓๐ บาท ผมว่าซื้อร้านอื่นดีกว่านะ” (แป๊ะ)

“ราคาน้ำมันชิบโป้วันนี้ ๑๔๐ บาทไทยจ้า เดียวใช้รอนสันทำความสะอาดแล้วเติมชิบโป้เอาฮา” (เดียว)

“อย่าลืมนะครับ ถ้าจะขึ้นเครื่องบินอย่าพกน้ำมันใส่กระป๋องไปเชียะ โดนจับทั้งแล้วจะเศร้าใจ มีทางรอดคือถ้าย้ำมันใส่ขวดแก้วไว้อีกก่อน ก็น่าจะผ่านด่านไปได้ ขวดยาแดงแอลกอฮอล์ก็ได้ แต่ล้างให้สะอาดก่อนนะ” (บี)

“อ่าน rep ของคุณบีแล้วตกใจ เพราะเมื่อสองเดือนก่อนเดียวพึ่งโดนยึดน้ำมันชิบโป้ตอนขึ้นเครื่องบิน อี้ โดนลงถังเยย” (เดียว)

“ที่ Emporium ขายน้ำมัน ชิบโป้ ๑๓๐ บาทเอง ๒ เดือนก่อนไปญี่ปุ่นมาเห็นน้ำมันชิบโป้กระป๋องใหญ่กว่าเมืองไทยเกือบซื้อมาแล้วราคาแค่ ๘๐ กว่าบาทเอง” (โอมาจุ)

“ขอบคุณทุกคนมากครับที่ม๊าพเรื่องน้ำมันให้ ผมเลยไปซื้อมาตุนไว้ ๑๐ กระป๋อง แถมได้ราคาดีอีกด้วยผมไปซื้อในร้านเขามี ๖ กระป๋องผมเลยเอาหมดเจ้าของร้านสงสัยงกก็เลย กดที่เครื่องว่า ๔ กระป๋องเองครับกำไรเห็นๆ” (กอล์ฟ)

“คุณโอมารุ ซื้อจากญี่ปุ่นแล้วเอาขึ้นเครื่องไมโดนยึดหรือ เอาเข้ามายังไงครับ?” (ปี)

๒. การยืนยันความแน่นอน เชื่อใจ ภายในกลุ่ม

ในกระดานสนทนานั้นมีผู้ให้ความสนใจมากพอสมควรที่เข้ามาสอบถาม ดิชม และ แสดงความคิด แต่ก็มีส่วนที่ยังคลางแคลงใจ เนื่องจากไม่มีอะไรรับประกันว่าจะโดนทาง ชมรมหลอกหลวงหรือไม่ และเกรงว่าหากตนจ่ายเงินไปแล้วจะไม่ได้รับของที่สั่ง จึงเข้ามาแสดง ความคิดเห็นว่า

“ซัวร์นะ ว่าได้ของจริง ๆ กลัวมกๆ” (เอก)

หลังจากสมาชิกในชมรมได้อ่านความเห็นดังกล่าวแล้ว มีหลายคนออกมาต่อว่าด้วย ถ้อยคำรุนแรง ขณะที่แทนได้ออกมาชี้แจงความเห็นดังกล่าวว่า

“เรียนคุณเอก ขอทำความเข้าใจเรื่องการสั่งของครับ ไม่เคยมีใครที่สั่งของจากเว็บนี้ แล้วจ่ายเงินที่ไม่ได้รับของครับ เว็บนี้กำลังมีชื่อเสียงเราไม่เอาชื่อเสียงมาแลกกับเงินไม่กี่บาท หรือครับ หากไม่แน่ใจก็ไม่ต้องสั่ง ไปซื้อของแพงๆ ตามห้างได้ตามสบายครับ อย่างนั้นคุณ จ่ายเงินแล้วได้รับของแน่นอนสบายใจกว่าด้วย ถ้าใครผมก็ไม่ได้มีเยอะอะไร แค่อยากให้สมาชิก และผู้ที่สนใจจริงๆ ได้ซื้อของแท้ ราคาถูก และมีให้เลือกมากกว่าในท้องตลาดเท่านั้นเอง”

พร้อมกับขอร้องให้สมาชิกที่เคยสั่งสินค้าไปแล้วออกมายืนยันว่าทางชมรมไม่โกง ไม่ เอาเปรียบลูกค้าว่า

“สมาชิกหรือผู้ที่เคยสั่งของกับผมช่วยยืนยันหน่อยครับ ไม่อยากให้คนที่มาใหม่เข้าใจ ผิด ขอขอบคุณครับ” ปรากฏว่ามีสมาชิกหลายคนออกมายืนยัน ดังนี้

ผมก็เป็นสมาชิกคนหนึ่งของที่นี้ แต่ก่อนจะมาเป็นสมาชิก ผมก็คิดว่าถ้าเราส่งเงินไปก่อน แล้วไม่ได้ของละตุจะทำไงวะ ผมคิดอยู่นานจนตัดสินใจว่าการลงทุนย่อมมีความเสี่ยง แต่หากจะ ตัดสินคนจากที่เราไม่ได้รู้จักเห็นหน้ามาก่อนมันคงถูกต้องแล้วหรือ อันที่จริงการหลอกหลวงย่อมมี ทุกที่ไม่เว้นแม้แต่เพื่อนเราเอง การที่เราจะมั่นใจและเชื่อถือกับบางสิ่งมันก็ยาก ฉะนั้นเราควรจะ ตัดสินคนจากมโนภาพที่เราสร้างขึ้นมาก่อน หรือ ถ้าคุณไม่ลองก็ไม่มีวันรู้ บางครั้งมิตรภาพไม่ได้มา จากคนรอบข้างเสมอไปหรือครับ ถ้าคุณไม่มั่นใจมากแต่อยากได้ก็ลองสั่งรุ่นราคาไม่แพง ถ้าเขา โกงเราก็กไม่เจ็บมาก แต่ถ้ามันใจขึ้นก็สั่งเพิ่มชิ้นก็ได้ ภาษาชาวบ้านเขาเรียกซื้อใจครับ สุดท้าย คุณก็คงรู้สึกเหมือนผม คือความจริงใจมันจะไม่มีถ้าเราไม่ได้ลองด้วยตัวเอง (ในด้านที่ดีนะครับ) และในที่สุดผมก็มาเป็นคนในครอบครัวนี้ (สมาชิก) ครับผม (ทอง)

“ผมได้รับไฟแช็กแล้วหมายเลข ๐๕๔ เรียบร้อยแล้วครับ” (พัฒน์)

“สวัสดี ยินดีต้อนรับสมาชิกใหม่ครับ” (เดีย)

“ได้รับแล้วเหมือนกัน หมายเลข ๑๒ ใส่น้ำมัน จุดปั๊มน้ำมัน ปั๊มน้ำมัน ไม่มีอเนก มีลายข้างนอกก็ดีนะ จักรยานดีดี แม้จะหนักไปหน่อย” (บี)

“ขอขอบคุณสำหรับการต้อนรับที่อบอุ่น จันทน์ อออิ” (พัณ)

“อยากได้แต่ไม่มีตังค์ แต่ก็ยินดีด้วยครับ ขอนอกเรื่องบ้างเมื่อครูโทรไปคุยกับพี่แทนเป็นกันเองมากเลยให้ความรู้เยอะ ดีจริงๆ ขอขอบคุณครับ” (วัน)

จากนั้นประธานชมรมได้ตั้งกระทู้สอบถามความเห็นสมาชิกเกี่ยวกับการสั่งซื้อชิปไปว่าสินค้าและบริการที่ได้รับจากชมรมเป็นอย่างไรบ้าง มีผู้เข้ามาแสดงความเห็นมากมาย

“ใครที่เคยสั่งซื้อสินค้าจากเว็บนี้ แล้วประทับใจหรือไม่ประทับใจยังไง ช่วยติชมด้วย อยากู้ FEEDBACK ครับ ขอความคิดเห็นจากคนที่เคยสั่งไปแล้วจริงๆ นะ ไม่เอาหน้าม้า และอย่าแกล้งกัน อยากู้เพราะจะนำไปปรับปรุงให้ดีขึ้นครับ”

“ผมก็เป็นคนหนึ่งที่ได้สั่งของกับพี่แทนประทับใจมาก เพราะผมรู้ว่าพี่คงไม่ได้หวังรวยกับการแคชเชียร์ไฟแซ็ก แต่พี่เขาบริการดีมาก ๆ ขอขอบคุณมากครับ” (ก๊อบ)

“ผมเพิ่งสั่งซื้อสินค้ากับพี่แทน ประทับใจมากกับสินค้าและบริการรู้เลยว่าพี่เค้าเป็น แฟนพันธุ์แท้ชิปไป อยากบอกว่ามันเป็นชิปไปอันแรกของผมเลย และเรื่องใจนะผมว่าสุดยอด” (นัฐ)

ผู้ที่เคยสั่งซื้อสินค้ากับทางชมรมไม่ได้มีเพียงผู้ชายเท่านั้น แต่มีผู้หญิงที่สนใจชิปไปด้วย

“เพิ่งสั่งไปวันจันทร์ ได้ของวันพุธ ก็เร็วดีนะคะ แล้วก็ประทับใจคะ ของใหม่ไม่บูบสลายด้วย ตอนนั้นก็สมัครเป็นสมาชิกไปแล้วก็คงจะสั่งชิปไปเว็บนี้อีกหลายตัวเลยคะ” (pink)

“เพิ่งได้ของมาสองวันที่แล้ว พร้อมซีดีทริค แบบว่าได้มาแล้วก็เห่อมาก ๆ ลองทำเหมือนในซีดี บังเอิญเกิดผิดพลาดเลยได้ผลเป็นรอยไหม้มาเป็นของแถม ประทับใจมาก ๆ แต่ว่าทำไมพอดูแต่ละทริคได้ครั้งนึงภาพมันหายอะพี่แทน หรือว่ามันเป็นแบบนี้ทุกอันคะ” (เป็ย)

ประธานชมรมออกมาแสดงความมั่นใจกับลูกค้า สินค้าชำรุดยินดีเปลี่ยนให้ใหม่ทันที

“ถ้าแผ่นมีปัญหาเดียวจะเปลี่ยนให้ใหม่เลยครับ คุณเป็ย ขอขอบคุณครับ” (แทน)

“เออ ไม่เคยสั่งของในเว็บเลยอะ ยอมรับตอนแรกไม่มั่นใจเลย แต่ก็เอานะลองดูซักครั้ง ปรากฏว่าสั่งวันนี้ โอนวันนี้ ได้พรุ่งนี้ โอ้ย อะไรจะเร็วดีปานนั้น ทนใจแท้ ขอขอบคุณคับที่ทำให้ผมไม่รอเก้อ แล้วอีกอย่างดีมากเลยคับที่ช่วยแนะนำให้สั่งทั้งน้ำมันและถ่านด้วยในที่เดียวจะได้ประหยัดค่าส่งไป ๕๐ บาท ใจดีจริงๆ อยากให้ update ของใหม่ๆ บ่อยๆ คับ เผื่อมีถูกใจจะได้สั่งอีก ชอบๆ จะให้ตีส่งเมลมาบอกว่าของใหม่มาจะดีมากคับ ขอขอบคุณอีกครั้งคับ” (กานท์)

๓. จากในกลุ่มประชาสัมพันธ์สู่หน่อกลุ่ม

ช่วงต้นเดือนกรกฎาคม ๒๕๔๙ นั้น มีนักข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่ง ได้ติดต่อประธานชมรมเพื่อขอสัมภาษณ์ ลงข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชมรมชิปไป และเผยแพร่ออกสู่

สาธารณะชน ทั้งในหน้าหนังสือพิมพ์^๔ และหน้าข่าวใน Internet ทำให้มีผู้สนใจเข้ามาสมัครสมาชิกเพิ่มขึ้น ประธานชมรมได้ประชาสัมพันธ์แก่สมาชิกในชมรม ดังนี้

พุ่มนี่ลองซื้อหนังสือพิมพ์ผู้จัดการมาอ่านซักฉบับ ใครชอบข่าวไหนก็อ่านข่าวนั้น เสร็จแล้วอย่าลืมพลิกไปอ่านส่วนที่ ๓ “ปริทรรศน์” เพราะว่าเมื่อวันก่อนมีนักข่าวผู้จัดการมาขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องชิปโปและชมรมของเรานี่ละ ใครอยากเห็นหน้าผมว่าหล่อขนาดไหนลองไปหาอ่านดูนะครับ แต่บอกจริงๆ ว่าตัวจริงหล่อกว่าเยอะครับ 5555 หรือถ้าใครไม่สะดวกก็ลองเปิดดูเว็บของผู้จัดการดูก็ได้ครับ manager.co.th แล้วเลื่อนลงมาดูด้านขวาที่เขียนว่าผู้จัดการปริทรรศน์ ดูก็ได้ครับ ยังไม่รู้เหมือนกันว่าจะออกมาเป็นยังไง คอยลุ้นอยู่เหมือนกันครับ

หลังจากนั้นไม่นานได้มีผู้ร้องเรียนเรื่องชมรมชิปโปเมืองไทยไปยังบริษัทชิปโปอเมริกา ด้วยปัญหาลิขสิทธิ์กับตัวแทนจำหน่ายไฟแช็กชิปโปแห่งประเทศไทย ทำให้ชมรมอาจจะต้องเปลี่ยนชื่อ ทั้งนี้ประธานชมรมได้ตั้งกระทู้ให้เหล่าสมาชิกเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นว่า

ชมรมเราอาจมีปัญหาเนื่องจากใช้ว่า zippo มาเป็นชื่อของเว็บโดยมิได้อนุญาตอย่างเป็นทางการจากเจ้าของลิขสิทธิ์ แม้ชมรมจะได้เจตนาสร้างความเสียหายให้กับบริษัทผู้ผลิตก็ตาม วัตถุประสงค์หลักของชมรมเพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนไทยรู้จักชิปโป และให้ข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับเลือกซื้อชิปโปโดยไม่ถูกหลอกจากคนขายของปลอม ดังนั้นเพื่อป้องกันการถูกฟ้องร้อง จึงอยากให้ทุกท่านร่วมกันตั้งชื่อเว็บใหม่โดยไม่ใช้คำว่า zippo และเป็นชื่อที่จดจำได้ง่าย ชื่อที่เสนอจะนำมารวบรวม และโหวตเพื่อให้ได้ชื่อที่ทุกคนพอใจ ขอขอบคุณทุกท่านครับ

“เป็นชมรมไฟแช็กแห่งประเทศไทย ก็ดูเซี่ยๆ ใจไม่รู้ละ” (บี)

“ชมรมเหล็กไฟไทยแลนด์ หรือ แฮะๆ ลูกทุ่งดีจัง” (นก)

“ชมรมเหล็กไฟไทย น่าจะดีนะครับ ท่านอื่นๆ คิดยังไงบ้าง” (พัฒน์)

“zipswindproofclubthailand อาจยาวไปหน่อย แต่ก็ดูเหมาะกับวัตถุประสงค์ของชมรมหรือ หรือไม่ก็ใช้เป็น “ZOPPI” ที่ผวนมาจาก ZIPPO ให้รู้แล้วรู้รอดไปเลย” (แป๊ะ)

“z-lighterclubthailand ส่วนใหญ่คนที่ต้องการหาชิปโปมักจะ search คำว่า zippo หรือ lighter ถ้าใช้ zippo ไม่ได้ก็ใช้คำที่มี lighter หรือ lighterclubthailand เนี่ยๆ ก็ได้” (เก่ง)

“ผมก็เคยคิดไว้เหมือนกันว่าจะใช้ชื่อ OPPIZ เขียนถอยหลังจากหลังมาหน้า หรือว่า oqqiz อันนี้เขียนแบบสะท้อนกระจก ใช้ตัว q แทนตัว p ใครว่ายังไงบ้างครับ” (แทน)

“เห็นด้วยกับการคิดผวนคำ กลับหน้า หลัง โดยไม่ทิ้ง concept zippo ครับ” (นก)

^๔ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ข

“ThaiLighterClub.com หรือ Thailighter.com คือพูดถึงไฟแช็กหลายๆ แบบ ไม่จำเป็นต้อง zippo ก็ได้ แต่เราอาจเน้น zippo ให้เด่นๆ หน่อย เช่นมีเรื่อง zippo ๙๐%” (บี)

“cool-z-Lighter clubthai Lighterz.com น่าจะค้นหาจาก google เจอนะ” (ทอม)

“เขาฟ้องเมื่อไรเราค่อยเปลี่ยนก็ได้มั้งครับพี่ ฟ้องเราไปจะได้ซักที่บาทเดียว” (ปาม)

“เค้าอาจไม่ฟ้องก็ได้ครับ ตอนนี้งำลังติดต่อไปอเมริกาโดยตรงคงได้คำตอบเร็วๆ นี้ ถ้าไม่มีปัญหาอะไรก็จะใช้ชื่อเดิมต่อ แต่ก็เตรียมเอาไว้ เผื่อเค้าไม่อนุญาตก็จะเปลี่ยนชื่อใหม่สบายใจกว่า ไม่ต้องคอยกังวลกลัวใครกลั่นแกล้ง ขอบคุณทุกคนครับ” (แทน)

ท้ายที่สุดประธานฯ เลือกเปลี่ยนเป็นชื่ออื่นโดยเลี่ยงใช้คำว่า “zippo” และชี้แจงเหตุผลกับสมาชิกในชมรมว่า

ความจริงผมก็ชอบชื่อเดิม แต่มีบางคนต้องการขัดขวางชมรมเรา เนื่องจากเว็บเรานั้นมีผู้เข้าชมสูงสุดในเรื่องซิปโป หาได้ง่ายใน google ด้วยการ search ว่า ซิปโป หรือ zippo ในหน้าประเทศไทย ก็จะเจอเว็บของเราลำดับต้นๆ จนมีคนจินตนาการไปร้องเรียนกับผู้ผลิตซิปโปอเมริกา แต่ก็ต้องขอบคุณทางอเมริกาที่ให้โอกาสเราทำเว็บต่อ เพียงเปลี่ยนชื่อเว็บ zippo และดใช้โลโก้ของเขาเท่านั้น ส่วนเรื่องความหมายของชื่อใหม่นั้นคือทุกครั้งที่ทำอะไรเกี่ยวกับซิปโปมันทำให้ผมมีความสุข และนึกถึงเพลงที่เคยได้ยินตอนเด็กๆ ว่า zip a dee doo dah...

ประธานตั้งกระทู้สอบถามความต้องการของคนในกลุ่ม

“ใครอยากรู้ หรืออยากให้เอาเรื่องอะไรมาลงเพิ่มเติมอีก แนะนำมาได้ครับ” (แทน)

“วิธีซ่อมซิปโปไฟฟี่ ที่เขียนค้างต่อจากบทความวิธีดูแลซิปโป” (ซิปบี้)

“เมื่อไรป่าแทนจะแจกซิปโปฟรีครับ นี่ล่ะอยากรู้สุดๆ” (โจ)

“อยากให้พี่แทนอัปเดตตรงส่วนสินค้าหน้าเว็บหน่อยครับ” (โก้)

“อยากได้ TRICK การเล่นซิปโปแบบเด็ดดวงสุดๆ ครับ” (เมธัสเฮด)

“ของแท้ดูยังไงครับ แล้วดูแต่ละปียังงัยครับ” (ไอ้ด)

“อยากให้เพื่อนๆ บอกแหล่งซื้อซิปโปเก่าที่เคยซื้อกัน เอาแบบของดีราคาถูกนะ บัจจุบันไม่ค่อยเอื้ออำนวยเท่าไร เผื่อว่าเจอเจอกันจะได้รู้จักกันไว้นะ ส่วนผมซื้อที่ตลาดมีดคลองถมแต่จะได้ของอย่างอื่นซะมากกว่า ผมก็สะสมไฟแช็ก ไม่ซิดไฟด้วยเหมือนกัน” (ทอง)

สมาชิกได้ร่วมตอบคำถามกันระหว่างสมาชิก เพื่อแสดงความเป็นส่วนหนึ่งของชมรม

“วิธีดูปีก็ด้านล่างครับ สมมุติว่าเขียนว่า “A 04” ก็คือเดือนมกราคม ปี 2004 ครับ A B C D E F G H I J K L แทนเดือน ผิดพลาดอะไรก็ขอโทษครับ” (โจ)

“พี่ครับ ผมอยากได้อันที่ผลิตเดือนกันยายนปี 1980 สักอันครับ ลายอะไรก็ได้ แบบไม่แพงเกินไปนะครับ เพราะได้ตรงเดือนเกิดผมพอดีเลย พอจะหาได้ไหมครับ?” (ธี)

“ปี 1980 นะพอหาได้ครับ แต่จะเอาเดือนด้วยหาไม่ได้หรอก เพราะปี 1980 เค้ายังไม่ระบุเดือนที่ผลิตครับ ส่วนถ้าจะเอารุ่นใหม่ๆ แบบระบุปีและเดือนด้วยพอจะหาได้ แต่ก็ไม่ใช่ง่ายๆ นะครับ ต้องฟลุคจริงๆ” (แทน)

“เอ อย่างนี้ราคาจะประมาณเท่าไรหรือครับ” (ธี)

“ราคานี้ไม่แน่ใจครับ แต่ชิปโปที่ผลิตเมื่อ ๒๖ ปีก่อนคงไม่มีขายตามห้างแน่ อันนี้ต้องลองหาดูเองครับ คงเป็นของมือสองนะ” (แป๊ะ)

ชิปโปกับความทรงจำในอดีตของใครหลายๆ คนก็ถูกยกมาตั้งเป็นประเด็นในกระทู้

“๑๐ กว่าปีที่แล้วผมเห็นชิปโปเวียตนาม ๔๐๐ - ๕๐๐ ตัวได้ขายอยู่ที่มาบุญครองฝั่งจุฬาฯ น่าเสียดายกลับไปดูเมื่อ ๔ ปีที่แล้วไม่มีแล้วครับ ขายอยู่ชั้น ๒ ใครเคยเห็นบ้างครับ เป็นร้านขายออกแนวของทหารนะครับ” (เสก บางกรวย)

“ผมก็เคยเห็นแต่ไม่เคยอะนะ ตอนนั้นทำงานอยู่ฮาร์ตโรดสยามพอดี ราคาแพงหน่อยได้ไปดูบ่อยๆ แต่ไม่กล้าซื้อเพราะเงินเดือนน้อย รู้สึกว่ามีของปลอมปนอยู่ด้วยนะ” (แทน)

“อยากรู้รุ่นที่สมัย ๕๐ ปีก่อนนิยมกันในไทยครับ เคยเห็นคุณพ่อผมใช้สักห้าสิบปีที่แล้ว เป็นรุ่น Pure แต่จำไม่ได้ว่าเป็นรุ่น street หรือ satin ตอนนั้นท่านเสียไปนานแล้ว และเลิกสูบบุหรี่ก่อนเสียหลายปี หา zippo ไม่เจอ จำได้ตอนเด็กๆ แอบรื้อออกมาตอนพ่อเผลอ บางทีพอกี่ใช้เปลี่ยนถ่าน อยากซื้อรุ่นที่วามาเป็นที่ระลึกครับ” (สุนทร)

“เหมือนกับผมเลยคับ พ่อของผมท่านก็ใช้ Zippo ทุกๆ ครั้งที่ผมใช้ Zippo ก็จะมีนึกถึงพ่อกับ ถึงท่านจะเสียไปนานแล้ว แต่ Zippo ก็ยังอยู่ เยี่ยมก๊าบ” (จอห์น)

๔. กิจกรรมพบปะสังสรรค์ : จากหน้าเว็บไซต์โลกแห่งความเป็นจริง

นอกจากนี้ยังมีความเห็นต่างๆ จากสมาชิกที่ต้องการให้จัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์ขึ้น

“ผมสมาชิกใหม่ฝากตัวด้วยครับ ตอนนี้ผมสมัครเป็นสมาชิกแล้วแบบไม่เสียตังค์ เพราะไม่ค่อยมีตังค์ ขอบคุณมากๆ ครับ ผมอยากให้มีการจัดมีตังค์มาเจอกันหน่อย เอาชิปโปมาแลกกันดู น่าจะดีนะครับ หมายเลขของผม ๐๐๔” (วัน)

“ดีครับ ผมจะได้ไปชมชิปโปแท้ๆ แต่ของผมไม่ต้องดู เพราะไม่เท่นะครับ” (บี)

“อยากจะไปเจอกันที่ไหนดีล่ะครับ แล้วจะมากันซักกี่คนนี่ ช่วยยืนยันกันหน่อย เดี่ยวจัดให้ครับ อยากเจอหน้าสมาชิกตัวเป็นๆ เหมือนกันล่ะ” (แทน)

“เห็นด้วยอย่างยิ่งครับ เคยคิดไว้เหมือนกันแต่ไม่กล้าบอกใคร สุดท้ายครับ ใจตรงกันเลย ผมไปด้วยนะ กลางเดือนสิงหาจะกลับได้แล้ว จะนัดกันที่ไหนบอกด้วยนะครับ” (นก)

“ไปๆ ว่างสบายมากคับ เปิดเทอมแล้วไม่ค่อยได้ว่างส่งข่าวด้วยนะ พี่แทน” (เดียว)

“เฮ้ย อีตาเดียว จะไปประท้วงไล่ใครที่ไหนหรอ ถ้ามจริง ถ้าจัดจริงๆ แล้ว จะว่างมาใหม่เนี่ย ถ้ามาอย่าลืมที่เคยคุยกันไว้นะ อย่าลืมเอามาด้วยละ อี้” (แทน)

“ถ้าไปได้จะไปนะครับ อืม จัดวันไหนกันหรือ แต่อยากไปมากเลยครับ” (กอล์ฟ)

“ผสมเสียงกันแล้วลองนัดวันเวลาดู จะไปครับ” (พัฒน์)

“เห็นด้วยครับ ผมว่านัดเจอกันกรุงเทพคงรวมกันได้เยอะ สนุกแน่ๆ อาจมีโชว์ trick จากน้องเดียวให้ชม แลกเปลี่ยนข้อมูลกันก็ดีนะครับ จะได้ทราบจำนวนกลุ่มของเราด้วย” (แป๊ะ)

“ไม่เอาอะ เดี่ยวเจอเดียวตัวจริงแล้วเล่น trick อ่อนๆ โชว์นี่เขินเลยน้า ใครบอกว่า เดี่ยวเล่นเก่งไม่จริงง่า” (เดียว)

“อยากให้พวกพี่ๆ ในที่มี Power ช่วยเป็นตัวตั้งตัวตีในการจัดหน่อยเถอะครับ” (วัน)

แป๊ะ เสนอให้จัด Meeting ครั้งที่ ๑ ที่บ้านแทน โดยรับอาสาเดินทางไปแก่สมาชิกที่ไม่รู้จักเส้นทางไปบ้านแทน

ผมดีใจมากๆ ครับ ที่ตั้งกระทู้แล้วเป็นจริงได้ ขอเป็นช่วง ๔ - ๕ โมงก็ดีครับ (ส่วนพี่แทน จะพาไปเถิดเทิงที่ไหนต่อก็ได้ครับ อ้อ) อยากได้แถว กทม นี่แหละครับ เกษตรนวมินทร์ยิ่งดี ใกล้บ้านครับ ฝากสมาชิกทุกท่านนาชิบไปไปด้วยก็ดีนะครับ ส่วนพี่แทนไม่ต้องเอามาหมั่นนะ ครับ ผมกลัวจะเหลือกลับไม่ครบ แฮ่ๆ แต่ถ้าไปบ้านพี่แทนจริง ท่านแป๊ะกรุณาพาผมไปด้วยนะ รถก็ไม่มีไปเองก็ไม่เป็น (วัน)

“ผมก็ไม่มีรถส่วนตัวครับ ปกติก็จะไปรถเมล์ ด้วยความยินดีท่านวันยินดีร่วมทางกัน ได้ครับ แต่ไม่ใช่ทางชีวิตนะ ทางชีวิตคงต้องร่วมกันแฟนผมนะ” (แป๊ะ)

“แหม ท่านแป๊ะเล่นคำคมอยู่เรื่อยเลย ผมอยู่แถวรามอินทรา กม. ๘ เกิดมาไม่เคยไป สามพรานเลย เต็มที่ก็แค่เคหะพระราม ๒ เวลาไปแถวฝั่งธนฯ นี่ผมกินหญ้าทุกที แล้วอึดาท่าน บิ๋หายไปไหนนี่ แอบอ่านของคนอื่นเขาอีกแล้วชิ” (วัน)

“ย้ายเข้ามาแถบบนเมืองหน่อยไม่ตีหรือครับ บ้านเฮียแกลไกลมาก ขนาดผมไปจาก ตลิ่งชันยังรู้สึกว่ายไกลเลย บ้านผมอยู่อ่อนนุชเลยะ” (จ๊อ)

“หากเพื่อนๆ เห็นว่าไกลไป ก็ส่งความเห็นมาครับ แต่คิดว่าน่าจะลองไปนะ ฟังแล้วดู ไกล แต่เดินทางไปจริงๆ อาจไม่ไกลอย่างที่คิดก็ได้” (แป๊ะ)

“เดียวมีรถอ่า พี่แป๊ะพาเดียวไปได้แค่บอกทางก็ได้น้า ไปไม่เป็นอ่า ไปไหนไปหมด”

แป๊ะเข้ามาบอกเดียวถึงการเดินทางไปสามพราน แทนก็ออกมาแสดงความเห็นว่า

ยินดีครับถ้าจะมาบ้านผม จะได้เตรียมการแต่เนิ่นๆ เรื่องการเดินทางอาจจะลำบากหน่อย ถ้ามาหลายคน คนที่ไม่มีรถให้นัดเจอกันก่อน เช่น สนามหลวง แล้วผมจะเอารถตู้ไปรับ ถ้ามากัน เป็นร้อยจะจ้างรถบัสไปรับเลย หรือนัดเจอกันแล้วเอารถส่วนตัวมาก็ได้ ตอนนี้อยู่แล้วว่าอึดาเดียว กะน้องโจ้น้ำมันปลอมมีรถ สำหรับสมาชิกที่อยู่ต่างจังหวัดก็ไม่ต้องน้อยใจ ว่าจะจัด Meeting สัญจรถ้ามีโอกาสและได้รับความสนใจจากคนในจังหวัดนั้นเยอะๆ นะครับ

“พรงี้ผมจะไปที่บ้านพี่แทนจะลองสำรวจเส้นทางดูก่อนครับ และก็นัดกับพี่แทนไว้แล้วด้วย ผมอยู่แถวรังสิตนะ ส่วนเรื่องวิธีไปผมก็ถามมาจากพี่แป๊ะแล้ว ขอขอบคุณครับ” (นก)

“ว้าว อยู่รังสิตด้วย ผมอยู่ตอนเมือง ชอบฉายาโจ้น้ำมันปลอมจัง ชำๆ นะ” (ทอม)

ทั้งนี้ก็มีสมาชิกบางคนที่ไม่อาจมาร่วมงานดังกล่าวได้ เข้ามาแสดงความเห็นว่า

ขอภัยสมาชิกทุกท่านครับ อยากไปมากแต่ติดภารกิจนัดฝรั่งมาเซ็นสัญญางานวันที่ ๑๕ ถ้าจะไปคงนั่งเครื่องบินไป - กลับสมุยก็ประมาณ ๘,๐๐๐ บาท ไม่รวมค่าแท็กซี่ ที่พัก เอาเป็นว่าถ้าผมได้ไปทอม. จะโทรไปหาสมาชิกที่มีเวลาแล้วจัดมีดตั้งเล็กๆ ชวนมากินเหล้าพูดคุยกันคงจะดีกว่า ขอขอบคุณครับผม (พัฒน์)

“ผมก็ต้องขอภัยครับ อยากไปมาก แต่คงติดงาน ก็ขอให้เพื่อนๆ สนุกกันนะ ผมเองก็มีความสุขกับเล็กๆ น้อยๆ กับชิปปิ้งเสมอ หากจัด meeting เล็กๆ ก็พร้อมครับ ยังมีสุรามาเคล้าเสริมรสชาติการพูดคุยด้วยยังไม่พลาดเป็นแน่แท้ แล้วติดต่อกันอีกทีครับ” (แป๊ะ)

การนัดพบปะสังสรรค์ครั้งแรกนั้นมันต้องล้มเลิกไป เพราะเมื่อถึงวันที่กำหนดแล้วมีคนที่จะไปจริงๆ น้อยกว่าที่คาดไว้มาก ต่อมาประธานชมรมจึงได้กำหนดวัน เวลา และสถานที่ และเป็นตัวตั้งตัวตีในการจัดเอง ตลอดจนพยายามโทรศัพท์ และส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปหาสมาชิกหลายคน (รวมทั้งผู้วิจัยด้วย) งานพบปะสังสรรค์ครั้งแรกจึงรวมคนมาพบกันได้มากที่สุด

ปัจจุบันชมรมจัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์ ๔ ครั้ง และนัดพบปะย่อยๆ อีกหลายครั้ง
ครั้งที่ ๑. วันที่ ๒๖ สิงหาคม ๒๕๔๙ จัดที่ร้านอาหารย่าน ถ.เกษตร - นวมินทร์ กรุงเทพฯ เป็นกิจกรรมครั้งแรกที่เหล่าสมาชิกได้พบปะกัน มีผู้สนใจมาประมาณ ๒๐ คน

ครั้งที่ ๒. วันที่ ๘ ตุลาคม ๒๕๔๙ ที่บ้านของประธานชมรม ย่านสามพราน นครปฐม พร้อมแจกแผ่น Sticker เพื่อประชาสัมพันธ์ชมรมชิปปิ้งในเมืองไทยสู่พื้นที่สาธารณะ

“ไม่ทราบว่ามีสมาชิกที่ได้รับสติ๊กเกอร์ของชมรมไปแล้วเอาไปติดที่ไหนกันบ้าง บอกกันหน่อยนะครับ สำหรับคนที่เอาไปติดแล้วไม่ว่าจะเป็นที่ไหนช่วยถ่ายรูปแล้วส่งเมลล์กลับมาให้ดูกันหน่อยนะงานหน้ามีรางวัลให้ด้วยนะ ขอขอบคุณครับ” แทน ๑๐ ตุลาคม ๒๕๔๙

ครั้งที่ ๓ วันที่ ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๐ ที่ร้านอาหารย่านพระราม ๙ กรุงเทพฯ

ครั้งที่ ๔ วันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๕๐ ที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งบริเวณเลียบทางด่วนลาดพร้าว - รามอินทรา กรุงเทพฯ ประธานชมรมได้ใช้วิธีประชาสัมพันธ์ ส่งข่าวสารผ่าน E - mail ไปหาสมาชิกทุกคนรวมทั้งผู้วิจัย มีข้อความประชาสัมพันธ์ดังนี้

เรียนสมาชิกทุกท่าน หลังจากงานมีที่ตั้งครั้งที่ ๓ ที่ผ่านมานี้ก็ผ่านมาหลายเดือนแล้วที่เราไม่ได้จัดมีที่ตั้งกันเลย ตอนนี้สมาชิกของชมรมเราก็มีเกือบ ๔๐๐ คนแล้ว และมีเสียงเรียกร้องให้จัดมีที่ตั้งอีกครั้ง หลังจากที่ได้คุยกันกับสมาชิกหลายท่านแล้ว สรุปว่าจะจัดงานมีที่ตั้งครั้งที่ ๔ ปลายเดือนนี้ในวันเสาร์ที่ ๒๘ กรกฎาคม เวลา ๑๘:๐๐ น. ที่ (ขอสงวนนาม) ถนนเกษตร-นวมินทร์ ใครที่คิดว่าจะไปร่วมงานได้ช่วยลงชื่อไว้ในบอร์ด้วย ขอขอบคุณครับ^๕

๕. เสียงจากสมาชิก หลังกิจกรรมพบปะสังสรรค์

ทันทีที่กิจกรรมพบปะสังสรรค์เหล่าสมาชิกที่ไปร่วมงานดังกล่าวมาก็เข้ามาพูดคุยกันต่อผ่านกระดานสนทนา รวมทั้งสมาชิกที่ไม่ได้ไปก็เข้ามาร่วมพูดคุยด้วย ดังนี้

“งานจบด้วยน้ำตานองหน้าของวันและจอห์น สมน้ำหน้าเอ๊ย เสียใจด้วยครับ” (ทอง)

“ขอบคุณพี่ทองด้วยครับที่มาส่งผม” (ดี)

“อ้าว อิจจาคอนได้ไป ผมสียดไป แถมยังรถพังอีก” (อาร์ต)

“ແหม ไม่ได้ไป เสียหายมากครับ ไว้โอกาสหน้าไม่พลาดแน่นอนครับ” (ไอ้ต)

“บรรยากาศในงานอบอุ่นดีครับ ทุกคนที่ไปมีความสุขกันทั่วหน้า ขอแสดงความดีใจกับคนที่ได้รางวัลติดไม้ติดมือกลับบ้านทุกคนครับ โดยเฉพาะพี่ทองเอาน้องๆ รถถึงมารับพวกเรา ขากลับได้รถกลับไปอีกหนึ่งคันคงจะถูกใจนะพี่เน้อ” (เอ็กซ์)

“เซ็งครับ บักจอห์นคนกันเองไม่น่าทำกันได้ จวดที่แล้วท่านพี่ทองก็เล่นงานผม แต่จวดนี้เป็นบักจอห์น นิ่งโกล้ๆ กันมันยังทำกันได้ จวดหน้าใครจับซื้อกระผมขึ้นมา แทะใส่แดกเน้อ ไอ้พระเจ้า บักจอห์นมันแกล้งผม ท่านนายก^๖ ขอพรีตัวดิ อี้ๆ” (วัน)

“อ้าวคุณวันยังมีชีวิตเหลือกลับบ้านด้วยหรือ ผมนึกว่าคุณโดนเด็กสอยหมกป่าไปแล้ว ไม่น่าเลย นึกว่าคุณจอห์นจะได้ใช้เลขทะเบียนรถตามหาซะแล้ว อีอิอิ” (ทอง)

“ແหม เจอกันที่หน้าแมค ท่านนายกก็นึกว่าผมเป็นญี่ปุ่นไม่ใช่คนไทยซะอีก ผมต้องแอบไปโทรหาหลังต้นไม้ เพื่อยืนยันตัวท่าน คราวหน้ามีเมื่อไร จะไม่พลาดครับ” (ซี)

“เหอๆ คุณที่โคตรตลกเลย แกล้งทำเป็นเดินผ่านแล้วจูดบุหรีสูบ แถมยังแกล้งปิดชิปโปแรงๆ เพื่อให้พวกเราทุกคนที่ยืนอยู่หน้าแมคเห็น แถมยังหน้าตาแต่งตัวเหมือนคนญี่ปุ่นอีก พวกที่ยืนอยู่หน้าแมคเลยจับกลุ่มนิทานา ที่ไหนได้ลีลาเยอะนะเนี่ย ฮ่าๆๆ” (แทน)

“ดาวันท่าชิปไปเสริมโซ่สวิงอาร์มเดี่ยวให้อันนี้ดิโคตรเจ๋งเลย คิดได้ไงอะ” (เอ็กซ์)

“ฮือ อยากไปด้วยจะแต่อยู่ชะโกลเลยคงได้ไปยากจะ เซงเลย นำหนูกะ” (กอล์ฟ)

^๕Meeting ครั้งที่ 4 วันที่ 28 กรกฎาคม [ออนไลน์], ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๕๐. Email to pong PRAPHAN <maepong@hotmail.com>

^๖“ท่านนายก” เป็นชื่อที่สมาชิกหลายคนพร้อมใจกันเรียก “แทน” ประธานชมรมฯ

๖. การแฉกกันภายในกลุ่ม

“เปิดฝาแล้วเสียงมันบึง ทำกันไฉน ใช้น้อยกับอะไรครับ ต้องโมดิฟายฝาหรือเปล่า เคยเห็นน้องคนหนึ่งทำให้อู มันเทดี ฝาเขาเปิดง่ายจัง เอานี้วัดแล้วตั้งเลย เราซื้อของแท้ไม่เห็นบึงกะเขาบ้าง เว็บที่ให้ไปดูก็โหลด Quicktime มาชม แต่ละท่าทรมานชิบไปน่าดู น่าจะตั้งชื่อเว็บว่า “เว็บทรมานชิบไป” บางท่านี้กลัวฝาหลุดจัง ตกลงนี้จะเล่นชิบไปหรือนกเขานะ ฮ่าๆ มีการเล่นกับเสียงด้วย” (บี)

“ท่าเทห์ๆ ไม่ทรมานไฟแซ็ก แต่ทรมานใจสาวก็มีครับผม แฮ่ๆ” (ปาม)

“ช่วยๆ ทรมานใจสาวมากมาย อี้” (เตียว)

“เตียวต้องหัดทริคหน่อยดีกว่า เพื่อจะตามทันคุณปาม น้องเตียว พี่บี พี่แทนขึ้นมาบ้าง นี่ว่าจะลองหัดทำทรมานใจสาวแก่แม่หม้ายเลยนะครับ” (แป๊ะ)

“เพิ่งรู้เนี่ยว่าคุณแป๊ะชอบสาวแก่แม่หม้าย ไม่น่าล่ะเห็นมีแต่ชิบไปมือสองของใหม่ๆ ไม่ชอบว่านั่นหะ ชอบของที่เคยมีเจ้าของมาแล้วอะดิ แฉกกันเล่นๆ นะคุณแป๊ะ แต่ช่วยยืนยันหน่อยดิว่าจริงป่าว” (แทน)

“คือสาวๆ นะคุณปาม น้องเตียว พี่บี คงทรมานกันยกใหญ่แล้ว ผมเลยเบนกลุ่มไปเจาะสาวใหญ่ แม่หม้ายโดยเฉพาะ สาวๆ เด็กๆ เอ๊ะๆ ก็ยังชอบอยู่จ้ะ ส่วนมือสองหรือมือหนึ่งนั้นผมไม่ค่อยสนนัก เพียงเงินในกระเป๋าค่อนข้างจำกัดจำเขี่ย บางทีไปเดินดูของเก่าเห็นชิบไปสภาพพอใช้ นำมาซ่อมแซมเองได้ ราคาพอไหวเลยซื้อไว้ ยืนยันสิทธิแล้วนะ พี่แทน” (แป๊ะ)

“หุๆ ช่วยรายงานทรัพย์สินด้วยครับ มีชิบไปอะไรในครอบครองบ้าง” (บี)

“ผมไม่ได้ซื้อใหม่สักอันเลย อาศัยซื้อมือ ๒ ไม่ค่อยมีตังค์แต่ชอบครับ ผมเพิ่งได้มาช่วง ๔ วันนี่เอง เพราะได้รู้จักเว็บนี้ถึงได้ไปหาซื้อ แท่นะครับเพราะให้พวกเซียนดูแล้ว” (วัน)

“แหม ข้างบนโพสต์นอกเรื่อง ประเดี๋ยวโดนยา” (บี)

“โดนพี่บีแฉกสองความเห็นทั้งขึ้นทั้งล่อง ฮะๆๆ แฉกกันสนุกๆ เพิ่มสีสันในชีวิตตามประสาพี่น้อง เพื่อนฝูง ขอบคุณพี่แทนสำหรับ eBay ขอบคุณพี่บีสำหรับข้อความที่แฉว อี้ พบกันใหม่เมื่อชาติเรียกหา สวัสดีครับ” (แป๊ะ)

“เรื่องในชมรม : ในชมรมเรานี้ละ ใครลามกสุดในความคิดของสมาชิก” (พัฒน์)

“นายห้วนนั้นละ แต่ก็ดีคู่มากับป่าทอง ดาวันก็ช่วยอยนะ อี้ ล้อเล่นคับ ข้าๆ” (นนท์)

“ขอบคุณมากนนท์ ที่ชม..ก้ากก” (พัฒน์)

“ตาพัฒน์เป็นคนพูดเก่ง แล้วก็ส่อไปทางลามก แต่ผมว่าไม่หрок เป็นคนดี สามสี่วันก่อนได้ข่าวว่าน้องกินเหล้าอยู่สมุยแล้วมีฝรั่งพุดจาไม่ให้เกียรติสาวไทย ตาพัฒน์แกล้งกระโดดตอยฝรั่งหัวแตกเลย แต่ตัวเองเล็กกว่าเค้าเลยโดนฝรั่งสวนหัวแตกไปด้วย ที่น่าเจ็บใจว่าก็คือระหว่างซุ่มชิบไปชมรมของตาพัฒน์ได้หายไปด้วย น่าสงสารจริงๆ ผมว่าโรคจิต+ลามกตัวจริงต้องคุณเอก กับดาวัน สองคนนี้พุดจริงแล้วทำจริงด้วยใครเห็น ‘ควรด้วย’ (ผวน) มั่งครับ” (แทน)

“ในที่สุดคนดีก็ต้องมีคนยืนยั้น และแล้วสวรรค์ก็มีตาคนดีอย่างเราที่ต้องถูกข้อครหาอีกต่อไป คุณวัน คุณเอก ลามกๆๆ คุณพัฒนารอดปาย” (ทอง)

“ท่านนายกلميซ้อแคะทะทอง ก้าก ทองคนนี้นะ ลามกระดับปรมาจารย์เลยนะ” (พัฒน)

“ไม่จริงครับพี่น้อง ผมไม่ลามก ผมเป็นคนดีครับ ขำๆ ครับ ไม่มีไรเกินเลยครับ” (วัน)

“ทำไมกระพู่เรื่องพรรค์นี้ มันมีคนตอบยาวกว่ากระพู่ธรรมดาหละคับ 555+” (ออม)

“สรุปว่าลามกกันหมดเลยทั้งชมรม..เฮ้อ” (แทน)

๗. คนเล่นชิปโป้ในชมรมฯ กับของมือสอง

“ลายแทงชมุทรัพย์ชิปโป้มือ ๒ ใครรู้บ้างรีบบอกด้วย เจาะมือ ๒ หรือบางทีก็มีของใหม่ โดยเฉพาะคนซางจ๊ีบ (ทรัพย์จาง) อย่างผม” (วัน)

“แหม ไปที่เดียวกับที่ผมเลย แต่ยังมีที่อื่นๆ อีกนะ ถ้าวันไหนว่างจะไปเดินดูของด้วยเน้อ ทั้งชิปโป้และข้าวของเครื่องใช้อื่นๆ ก็อาจได้พบกันครับ ช่วงนี้ว่าจะเพลารื่องชิปโป้เพราะตอนนี้มีเก็บอยู่ ๑๐ อันแล้ว กะว่าเดือน – สองเดือนซื้ออันหนึ่งก็พอ แล้วคงได้พบกันนะคุณวัน เผื่อมีคำถามเกี่ยวกับชิปโป้ก็จะได้ร่วมแลกเปลี่ยนทัศนะกัน” (แป๊ะ)

“ว่างๆ จะไปนะครับ อยากเจอตัวคุณวันด้วย ไปเฉยๆ แต่ไม่ซื้อก็ยังดี” (บี)

“ยินดีที่ได้รู้จักครับ ท่านบี ท่านแป๊ะ” (วัน)

“วันนี้ไปตลาดมือ ๒ มาได้ k ZIPPO x NIAGARA FALLS. ONTARIO ด้านข้างเงาด้านในพิมพ์เหมือนกัน ราคา ๓๐๐ มันจะแท้ป่าวครับ ถ้าแท้แ่งไปไหม สภาพ ๙๐%” (วัน)

“ชิปโป้มือสอง เดือน พ.ย. 1994 ราคา ๓๐๐ บาท ก็ไม่แพงนะครับ ส่วนแท้หรือไม่ยังไ้ลองสอบถามพี่แทน ส่งรูปไปให้ช่วยดูก็ได้ครับ แต่ของผลิตช่วงนั้นไม่น่าจะปลอมนะ เพราะเห็นของปลอมช่วงยุค ‘90 ปลายๆ จนถึงหลัง 2000 มากกว่า ที่ตรงกันพิมพ์ "NIAGARA FALLS. ONTARIO" นั่นคือชิปโป้ที่ผลิตจากแคนาดาครับผม” (แป๊ะ)

“ลืมนะไปเลย วันนี้ได้มา ๒ ตัวครับ อีกตัว ๓ ZIPPO ๓ ข้างหน้าเขียนว่า “US ARMY FT.LEE, VA” สภาพ ๙๐% ราคา ๓๐๐ เหมือนกัน ต่อ ๒๐๐ แต่ไม่ได้” (วัน)

“สุขา ๑ อยู่ในระยะทำการของผมแฮะ ผมอยู่แถวราม ชวนตาแป๊ะไปด้วยน่าจะดี” (บี)

“น่าอิจฉาคนอยู่แถวนั้นจังเลยอยากไปมั่ง ไม่เคยไปอะ ที่ถามว่าชิปโป้ที่ซื้อมา อันนี้น่าสะสม จริงๆ แล้วโรงงานชิปโป้มีอยู่ ๒ ที่ คือ USA และ Canada นี่ละ แต่ที่ Canada ได้ปิดไปเมื่อไม่นานนี้ ดังนั้นชิปโป้แคนาดาในอนาคตน่าจะเป็นที่นิยมของนักสะสมเหมือนกัน เก็บไว้ดีดีนะครับ ตอนนี้อยู่พอหาได้ไม่ยากวางแผนการสะสมดีดีนะครับ” (แทน)

“เห็นด้วยกับพี่แทนครับ ชิปโป้แคนาดาน่าสะสมจริงๆ ผมยังไม่มีเลยว่าจะไปหาอยู่อาทิตย์หน้าว่าจะไปลองไปเดินดูเหมือนกันครับ เผื่อได้ zippo canada สักอัน” (แป๊ะ)

วัน และจอห์นชอบเล่นของมือสองกับพ่อค้าคนหนึ่งชื่อพู (คนขายของมือสองย่านสนามหลวง) โดยเฉพาะจอห์นกล่าวว่า “ชอบของมือสอง เพราะแบบเก่าๆ นั้นคลาสสิก และมันมีประวัติและความหมายเฉพาะของมันแต่ละชิ้น มันขลังกว่าของมือหนึ่งใหม่ๆ นะครับ”

๘. วิธีการดูและประเมินค่าชิปโป

ผู้สะสมชิปโปนั้นผลิตเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดราคา และเป็นสิ่งที่ราคาได้แตกต่างกันไป แต่เพราะปีหรือเดือนผลิตนั้นยังมีความเข้าใจผิดอีกมากสำหรับนักสะสมใหม่ๆ หรือผู้ขายบางรายให้ข้อมูลผิดๆ แก่ลูกค้าทำให้เกิดความเข้าใจผิด นำไปสู่การสะสมที่ผิดจุดประสงค์ เมื่อทราบภายหลังทำให้เกิดความเบื่อบ่อยที่จะสะสม ดังนั้นทางชมรมจึงเห็นว่าการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้สนใจ และผู้สะสมทุกท่าน

ส่วนของมือสองในเมืองไทยราคาค่อนข้างถูก ผมก็ชอบเหมือนกัน แต่เวลาซื้อดูตัวนอกตัวในให้มันตรงกัน บางทีตัวนอกสภาพดี เก่าแก่ แต่ตัวในเป็นของใหม่ก็หมดราคาเลย แต่การดูตัวในนั้นค่อนข้างยาก บางทีรู้ว่าไม่ตรงกันแต่คนขายไม่เปลี่ยนให้ สมัยก่อนผมจึงเหมาหมดแล้วมาจับคู่ให้ตรงกันเอง นี่เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่อยากทำชมรม เพราะอยากให้นักสะสมรู้ข้อมูลที่แท้จริงจะได้ไม่โดนหลอก และพอเรารวมกลุ่มกันอาจจะนำมาแลกเปลี่ยนกัน บางคนอาจมีตัวในตรงกับตัวนอกของคนอื่น แล้วจะหารูปการแยกปีผลิตมาลงในเว็บให้ครับ (แทน)

๙. ชิปปโปเลียนแบบ : วัตถุไร้รสนิยม

“เลิกงาน Meeting ครั้งที่ ๒ : ถึงบ้านคนแรก พร้อมชิปปโปปลอมติดมือมา ๒ อัน ฮ่าๆ โอกาสหน้าต้องเป็นเรา วันนี้สนุกมาก ขอขอบคุณพี่แทนที่มีกิจกรรมดีๆ ครับ” (ดี)

คนที่ไม่ได้ไปร่วมงานอย่าเพิ่งเข้าใจผิดนะว่าทำไมไม่มีที่ดั่งที่บ้านผมทั้งที่แต่ได้ชิปปโปปลอมกลับไป ไม่มีอะไรหรอกพอดีสมาชิกบางท่านนำของปลอมมาให้ดูเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างของจริงกับปลอม หลังจากทำการจับฉลากแจกชิปปโปจริงไปแล้ว ของปลอมที่นำมาศึกษาไม่รู้จะเอาไปไว้ไหนดี ไม่มีใครอยากได้ เลยต้องจับฉลากหาผู้โชคร้ายไป บังคับให้เอา ใครได้ไปจะเอาไปเขี่ยเล่น หรือเอาไปหัดเล่นทริกแบบไม่ต้องเสียตายนะ (แทน)

๑๐. การรับประมูลชิปโป

ประธานชมรมมีการสะสมชิปปโปผ่านการประมูลสินค้าจากต่างประเทศเป็นประจำ โดยเลือกดูสินค้าต่างๆ ที่หายาก มีราคา และตนเองชอบ ทั้งนี้ประธานยังรับฝากประมูลชิปปโปตามความต้องการของเหล่าสมาชิกอีกด้วย แต่จะคิดค่าประมูลราว ๑๐ – ๒๐ % ของชิปปโปนั้นๆ

แหล่งชุมทรัพย์ชิปปโปที่แท้จริงผมว่าอยู่ใน eBay นะเพราะมีให้เลือก ชื่อ ประมูลมากกว่า ๒๐,๐๐๐ ชิ้นทุกวัน ราคาก็มาตรฐานดี ค่อนข้างถูก แต่อาจถูกสู้แบบกะดินบ้านเราไม่ได้ แต่บาง

ที่ฟลุคๆ อาจจะถูกกว่า ของเก่า หายาก สภาพดี ที่อยากได้มานานก็ได้ในนี้ละ สามสี่เดือนนี้หมดไปเป็นแสนแล้ว แต่ก็หาต่อครับสนุกดี ๒ วันก่อนเพิ่งได้รับชิปโปตั้งโต๊ะสวยมาก ราคาทั่วไปประมาณ 400 \$ (๑๖,๐๐๐ บาท) แต่ผมซื้อแค่ 120 \$ (๔,๘๐๐ บาท) คิดว่าเป็นตัวแรกในเมืองไทยเลยเนี่ย ไม่ได้โหม่งะ อย่างไฟแช็กตั้งโต๊ะบางคนก็ว่ามันใหญ่เทอะทะ แต่ผมว่ามันคลาสสิกมาก นี่เหลืออีกแค่สองสามแบบก็จะครบทุกรุ่นแล้ว

“ขอให้พี่แทนสะสมครบทุกแบบตั้งโต๊ะ ได้เร็วๆ นะครับ” (เก่ง)

“โอ้โฮ! สวยงามมากครับ ชาตินี้จะมีบุญได้เห็นของจริงมัยเนี่ย” (นก)

ทั้งนี้ประธานชมรมได้นำภาพชิปโปรุ่นหายาก มีราคามาเผยแพร่ผ่านกระดานสนทนา เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกเกิดความต้องการ อยากได้มาครอบครอง อย่างต่อเนื่อง เช่น

“ชิปโปปี 1933 - 1934 ของแท้ ขายเป็นอีเบย์ ๗๐,๐๐๐ บาท เอามาให้ดูเพื่อศึกษากันครับ สวยมาก หายาก ใครอยากได้ต้องตามดูในอีเบย์ครับ นานๆ จะโผล่ออกมาที”

เมื่อข้อมูลชมรมจากแทนได้ประชาสัมพันธ์ออกสู่สาธารณชน ทั้งทางหนังสือพิมพ์รายวัน และ Website ทำให้เกิดบางความเห็นที่ไม่อาจสืบได้ว่าเป็นของใคร แสดงความเห็นในทางที่ไม่ดีต่อชมรม แทนจึงออกมาตอบโต้ความเห็นดังกล่าวในเว็บบอร์ดของผู้จัดการว่า สมาชิกในชมรมของตนนั่นไม่ใช่ “พวกขี้ยา” หรือ “ติดบุหรี่” ดังนี้

ความเห็นที่ ๑๒ “ขี้ยาเอ๊ย” (แพนด้า)

ความเห็นที่ ๑๕ “ตอนนี้เว็บเรา ได้เปลี่ยนชื่อแล้วครับ มีอะไรที่น่าสนใจเพิ่มขึ้นอีกเยอะเลย ต้องขอบอกคุณแพนด้า คห. ที่ ๑๒ ให้ทราบด้วยนะครับว่าคนที่สะสมไฟแช็กชิปโปแต่ไม่ได้สูบบุหรี่ก็ยังมีอีกมาก และสมาชิกของชมรมส่วนใหญ่ก็ไม่ดื่มเหล้าไม่สูบบุหรี่ด้วย กรุณาอย่ามองคนอื่นผิดๆ” (แทน)^๗

นอกจากนี้ยังมีความเห็นจากคนนอกชมรมได้เข้าไปแสดงความเห็นในชมรมว่า

“ความเห็นที่ ๔ บุหรี่สูบเยอะไม่ดีนะครับ (veenee)”

หลังจากนั้นจึงปรากฏคำขวัญประจำเว็บ หรือสร้างวาทกรรมกลุ่มของตนว่า “Reduce Smoking, Collecting Zippo” ให้ปรากฏในเว็บไซต์หน้าแรก

^๗ผู้จัดการรายวัน, “ชิปโป” เสน่ห์เหนือกาลเวลา ของสะสมของคนมีไฟ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒ กรกฎาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9490000089049>

ทั้งนี้ชมรมดังกล่าวพยายามจะจัดกิจกรรมอาสาสมัครทำประโยชน์ให้แก่สังคม ที่ประกาศผ่านเว็บไซต์ในรูปแบบของการรวมกลุ่มสมาชิก ร่วมเดินทางไปบริจาคผ้าห่มให้แก่ชาวอาข่า จังหวัดเชียงราย ในช่วงฤดูหนาว ดังคำที่แทนได้เชิญชวนเหล่าสมาชิก ดังนี้

ผมว่าเดือนธันวานี้ น่าจะดี ให้อากาศเย็นๆ สบายๆ จริงๆอยากจัดกิจกรรมไปเที่ยวต่างจังหวัด อยากไปกันมัยหละ ช่วงปีใหม่ว่าจะไปเชียงราย-เชียงใหม่ ว่าจะเอาของไปบริจาคให้ชาวบ้านที่โดนภัยหนาว ผมเคยจัดมาแล้วครั้งหนึ่งเมื่อสองปีก่อน คือว่าตอนนั้นมีคนใจบุญเอาเงินมาให้ผมบอกให้ไปซื้อผ้าห่มแจกให้คนยากจนที่ต่างจังหวัด แต่เค้าให้มา ๕,๐๐๐ เลยซื้อผ้าห่มได้เพียงไม่กี่ผืน ผมเลยโทรตามพรรคพวก ขอให้ช่วยกันบริจาค ใช้เวลาแค่สองสามวันหาเงินมารวมกันประมาณ ๓๐,๐๐๐ เพราะผ้าห่มหนาๆ ผืนละ ๓๐๐ ตั้งใจจะเอาไปบริจาค ๑๐๐ ผืน แล้วก็ติดต่อไปเชียงรายถามว่ามีหมู่บ้านไหนที่ยังขาดแคลน ปรากฏว่ายังขาดแคลนกันเพียบ เลยต้องเลือกเอาหมู่บ้านเล็กๆ ที่บ้านเวียงหมอก อ.เชียงของ จ.เชียงราย เป็นหมู่บ้านชาวเขาเผ่าอาข่า ก็เลยนำผ้าห่มไปบริจาคให้ ส่วนเงินที่เหลือก็เอาไปซื้อขนมแจกเด็กๆ สนุกมาก มีการจัดเลี้ยงต้อนรับกันใหญ่โต มีการแสดงของเด็กๆ ชาวเขาด้วยครับ สมาชิกของชมรมท่านอื่นคิดเห็นยังไงบ้างถ้าจะจัดกิจกรรมของชมรมไปต่างจังหวัด ทำประโยชน์หรือกิจกรรมที่เป็นสาธารณะประโยชน์ได้บุญได้กุศลในนามของชมรม มาร่วมแสดงความคิดเห็นกันนะครับ

มีสมาชิกหลายคนสนใจ แต่มีปัญหาเรื่องการเดินทางและค่าใช้จ่าย

ถ้าอยากไปกันจริงๆ ก็ต้องช่วยกันหาของบริจาค เรื่องรถถ้าใครมีรถกระบะจะเอามาร่วมเดินทางเป็นคาราวานก็ยิ่งดี ช่วยๆ กันออกค่าน้ำมัน ส่วนเรื่องที่พักก็ไม่ต้องห่วงหามาหนัก พักแบบชาวบ้านๆ ไม่ต้องมีแอร์เพราะหนาวอยู่แล้ว ลุยนิดๆ กำลังสนุก ช่วงปีใหม่ใครว่างยังไม่มีโปรแกรมไปเที่ยวที่ไหนจะไปด้วยกันก็ดีนะ หลุ่ๆ (แทน)

๑๑. การปรับกลยุทธ์ทางการตลาด

สั่งชิปโปผ่านเว็บได้มากมาย ทุกแบบ ทุกลายหากไม่มีประธานจะหาให้ หรือสามารถสั่งผ่านเว็บชมรมได้โดยตรง “ขายไฟแช็กชิปโปในราคาถูกที่สุดในประเทศไทย ราคาถูกกว่าห้างสรรพสินค้าทั่วไปถึง ๔๐ % มีให้เลือกมากกว่า ๗๐๐ แบบ หากชอบลายใดก็แจ้งความจำนงค์ไว้ได้ ทางเราจะค้นหาให้” ทั้งนี้ในการจัดส่งสินค้าต่างๆ ประธานชมรมจะแถม CD “500 Tricks” (ซีดีเล่นท่าจากชิปโป) ไปพร้อมๆ กับสินค้าเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของชมรม

หลังจากนั้นไม่นานทางชมรมประชาสัมพันธ์ชิปโปชมรมรุ่นที่สอง ๔ รุ่นให้เลือก ผ่านทางหน้าเว็บไซต์และส่งอีเมลล์ เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิกทุกคนในชมรม ดังนี้

“ไฟแช็กชมรมรุ่นที่ 2 [ออนไลน์]. ๙ สิงหาคม ๒๕๕๐. Email to pong PRAPHAN <maepong@hotmail.com>

๑. **A รุ่นเงินไหลมา มีกุ่มมิ่งไม่หมดไฟ** ทำจาก 250 High Polish Chrome ลาย Windy คู่กับกินนร (สัญลักษณ์ชมรม) ผสมผสานระหว่างตะวันออกและตะวันตก ชื่อชมรมเป็นภาษาอังกฤษ และสลักหมายเลขสมาชิก ชื่อ สกุลเป็นภาษาอังกฤษไว้ที่ด้านล่าง (๑, ๑๐๐ บาท)

๒. **B รุ่นทองเต็มบ้าน ไฟแรง ใช้แล้วรวย** 254B High Polish Brass (๑,๒๕๐ บาท)

๓. **C รุ่นเงินไม่รั่วไหล รักเมืองไทย ๑๙ สิงหาไปลงประชามติ** 250 High Polish Chrome สำหรับผู้ที่ชอบแบบที่เป็นไทยล้วนๆ มีเพียงหมายเลขสมาชิก ชื่อ นามสกุล เท่านั้นที่เป็นภาษาอังกฤษ (๑,๑๐๐ บาท)

๔. **D รุ่นโคตรจะรวย ช่วยไม่มี เจ้าหนี้ไม่มา** 254B High Polish Brass (๑,๒๕๐ บาท)

ไฟแช็ก ๔ รุ่นนี้จะทำขึ้นตามจำนวนสมาชิกเท่านั้น หากไม่ใช่สมาชิกไม่มีสิทธิ์นะครับ ทุกอันจะระบุหมายเลขสมาชิกและชื่อของสมาชิกเป็นภาษาอังกฤษ สามารถเลือกแบบและสีได้ตามใจชอบ ใครชอบแบบไหนก็สั่งแบบนั้นตามจำนวนที่ต้องการ ไม่มีการบังคับใดๆ

- ราคาตั้งกล่าวรวมค่าส่งทางไปรษณีย์ด่วนพิเศษภายในประเทศ (EMS) แล้ว
- สินค้าพร้อมส่งภายใน ๒ - ๓ สัปดาห์หลังจากที่ได้รับเงินโอนครบตามจำนวนแล้ว
- เมื่อกรอกแบบฟอร์มสั่งสินค้าแล้วให้รอการตอบกลับภายใน ๒๔ ชั่วโมง
- กรุณาอย่าโอนเงินเข้ามาก่อนได้รับอีเมลตอบกลับพร้อมรหัสโอนเงิน เพื่อกันความสับสน หากมีสมาชิกสั่งสินค้าเข้ามาพร้อมกันจำนวนมาก ในการเรียงลำดับผลิตจะดูจากวันที่โอนเงินมา ไม่มีการแข่งคิวเป็นอันขาด สมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน
- ขออภัย ไม่รับสั่งของอย่างอื่นพ่วงกับออเดอร์นี้ เพื่อกันการสับสน เพราะเมลที่ตอบกลับจะเป็นเมลใหม่สำหรับออเดอร์นี้ ถ้ามีคำถามกรุณาถามทางเว็บบอร์ด หรืออีเมลนะครับ

กลยุทธ์การขายดังกล่าวนี้ประธานชมรมพยายามสร้างความน่าเชื่อผ่านการตั้งชื่อรุ่นให้พ้องกับปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่ได้รับความนิยมจากคนในสังคม เช่น “รุ่น A เงินไหลมา มีกุ่มมิ่งไม่หมดไฟ” “รุ่น B ทองเต็มบ้าน ไฟแรง ใช้แล้วรวย” และ “รุ่น D โคตรจะรวย ช่วยไม่มีเจ้าหนี้ไม่มา” มีความคล้ายคลึงกันกับ “จตุคามรามเทพ” หรือนำเหตุการณ์บ้านเมืองปัจจุบันมาเป็นจุดขาย เช่น “รุ่น C เงินทองไม่รั่วไหล รักเมืองไทย ๑๙ สิงหาไปลงประชามติ”

เลือกภายใต้ ๒ แบบ (กินนรกับวินดี้ และกินนรกับลายกนก) และเลือกสีได้ ๒ สี (เงินและทอง) ทำให้สมาชิกมีสิทธิที่จะเลือกได้ ต่างจากไฟแช็กชมรมรุ่นแรกที่มีแบบเดียว เหมือนกันทั้งหมด รวมทั้งการสลักลายชื่อของผู้ใช้ก็เป็นการแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของคนที่ไม่ซ้ำกับใคร

นอกจากนี้ประธานชมรมยังมีความคิดจะทำหนังสือเกี่ยวกับชมรมชิปไปไทยแลนด์ (ในลักษณะเดียวกับชมรมชิปไปประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา ฯลฯ) ซึ่งสอดคล้องกับที่สมาชิกคนหนึ่งเรียกร้องต่อประธานฯ ดังนี้

“ไหนๆ ท่านประธานของเราก็น่าจะมีความเชี่ยวชาญในเรื่องของ zippo เป็นอย่างมาก ทำเป็นหนังสือออกมาเลยครับ จะได้ใช้เป็นคู่มือในการสะสมหรือหาความรู้ในด้านของวิชาการของ

zippo เพราะบางทีดูใน net ดันลืมหน้าครับ สมาชิกท่านอื่นช่วยเชียร์ด้วย และถ้าทำหนังสือขึ้นมาจริงผมขอจองเล่มแรกเลย” (turbo77)

จากนั้นประธานฯ ได้ออกมาตอบคำถามดังกล่าวว่า

“ไม่ต้องบอกก็กะว่าจะทำอยู่แล้วครับ ตั้งใจจะทำไว้ให้เป็นเกียรติประวัติแก่วงการชิปโปในบ้านเราสักครั้งหนึ่ง เคยคุยไว้กับสมาชิกเมื่อหลายเดือนก่อน แต่พอถึงงานยุ่งๆ เลยยังไม่ได้เริ่มต้นอะไรเลย แต่รับรองครับว่าจะต้องทำออกมาแน่นอน ยิ่งถ้าหาสปอนเซอร์ได้พอที่จะทำแบบไม่ต้องลงทุนเลย งานนี้อาจจะแจกฟรีให้ไปเลยครับ ใครไม่เอาก็จะยึดเยียดให้ครับ อ้อ! เข้าขอเสียงเชียร์หน่อยพี่น้อง ยิ่งเชียร์เยอะ ยิ่งบ้ายครับ”

๑๒. Tricks : การมีส่วนร่วมในชมรม สู่เกมโชว์ผ่านสื่อโทรทัศน์

“ใครที่มีความสามารถในการเล่นทริคเชิญทางนี้ ด่วนมากๆ เนื่องจากรายการเกมพันหน้าจะเข้ามาถ่ายสัปดาห์การแสดงความสามารถเล่นทริคชิปโป ในวันพุธที่ ๑๕ สิงหาคมนี้ ตอนเที่ยงถึงเย็นที่บ้านผม สมาชิกท่านใดที่รู้ตัวว่ามีความสามารถในการเล่นทริคพอสมควร และอยากแสดงออก (ออกทีวีด้วย) รีบติดต่อมาด่วนเลยครับ สำหรับสมาชิกท่านอื่นที่อยากจะมาร่วมถ่ายทำด้วยก็เชิญนะครับ เรื่องการเดินทางมากันยังงั้โทรมาสอบถามผมได้เลย” (แทน)

“ตอนนี้ที่นัดกันไว้แล้วก็มี น้องเตี๋ยว ต้า จอห์น ที่จะมานอนค้างบ้านผมคืนพรุ่งนี้เพื่อเตรียมตัวฝึกซ้อม นัดแนะกันก่อน ใครว่างก็เชิญครับ มากันหนุกๆ ไม่ต้องซีเรียส” (แทน)

“อยากไปบ้านพี่แทนจังครับ จะไปดูชิปโปของพี่ ไปได้หรือเปล่าครับ” (เกม)

“ใครจะมาก็โทรมาเลยครับ” (แทน)

“อยากไปดูด้วย อยากออก TV แต่ไม่ว่างครับ ออกรายการวันไหนแจ้งให้ทราบด้วยนะครับ จะคอยติดตามครับ” (ชา)

“แม่ครับ ผมจะได้ออกทีวี !!! ที่จริงผมไม่เก่งอะไรเลย สู้คุณเตี๋ยว กะคุณจอห์น ไม่ได้หรอกครับแต่เห็นว่างๆ เลยจะไปให้กำลังใจกันครับ ถ้าใครว่างๆ ไปด้วยกันได้นะครับ” (ต้า)

“ดีใจด้วยครับ จะได้เป็นการโปรโมตชิปโปไปในตัว ถ้าผมเก่งกว่านี้ผมจะไปแล้วออกรายการวันไหนมาบอกกันด้วยนะครับ ผมจะรอดู เอาใจช่วยทุกคนครับ” (อาร์ม)

“แล้วอาจารย์ทองละครับ ไม่ไปกับเค้าด้วยหรือ พี่ท่านออกจะเก่ง” (วุฒิ)

“มายินดีด้วยครับ คราวนี้คงได้สมาชิกใหม่อีกเพียบครับ” (โอ๊ด)

“ผมความสามารถยังไม่ถึงครับท่านวุฒิ ยังห่างอีกหลายขุม แล้วผมก็ไม่ว่างด้วยเพราะทำงานครับ ยังไงก็ให้กำลังใจผ่านสื่อทางบอร์ดนี้ก็แล้วกันครับ สู้ไว้” (ทอง)

“พอดีตอนนี้ผมอยู่กรุงเทพ บ้านพี่อยู่แถวไหนครับ ตอนเที่ยงถึงเย็นนี้ประมาณกี่โมงครับ ผมทำได้แต่ทริค Basic ๒ - ๓ ทริค ทริค Pro ยังทำไม่ได้ ไปได้หรือป่าวครับ” (นันท์)

“ไม่มีความสามารถแต่อยากไปโชว์ความงมอะ ฮ่าๆๆ พุดไปได้ แต่จะเอาใจช่วยพี่ๆ ที่ไปนะคับ แบบว่าเพิ่งได้ชมพี่เตี๋ยวโชว์สตีปไปหมาดๆ งงไปเลย เก่งจังๆ พี่น้องเรา” (เปี๊ยะ)

“ถ่ายเสร็จแล้วครับ หนูกหนานมาก งานนี้มีคนแจ่มเจิดแน่นอน น้องจอห์น น้องเดี่ยว น้องต้าเล่นได้ดีทุกคนเลย โดยเฉพาะจอห์นแจ่มเจิดได้เลยทั้งหุ่นทั้งหน้าตาและลีลา ที่ทีมงานก็เป็นกันเองช่วยให้บรรยากาศเป็นไปแบบสบายๆ ไม่เครียด ที่แรกทุกคนตื่นเต้นกันหมด ต้องขอขอบคุณจริงๆ ครับ แล้วคอยติดตามชมเกมพันหน้า ช่อง ๗ เทียวันอาทิตย์นะครับ คาดว่าออนไลน์ประมาณกลางเดือนกันยายนี่ละ ขอขอบคุณสมาชิกทุกคนที่ให้กำลังใจครับ” (แทน)

ผู้วิจัยได้ถอดคำสัมภาษณ์และเรื่องราวที่ออกอากาศผ่านรายการเกมพันหน้า ทางโทรทัศน์ช่อง ๗ เวลา ๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น. ดังนี้

พิธีกร : “สวัสดีครับ คุณผู้ชมครับ เขาบอกว่าเขามีวิธีควง มีวิธีเปิดแบบไม่ธรรมดาครับ จะสุดยอดขนาดไหน เดี่ยวเราเดินทางไปหาชมรมชิปโป้ไทยแลนด์กันดีกว่าครับ ไปเลย ... นี่ ยืนรอกันเป็นแถว พี่แทน ไหน คนไหนพี่แทน ? เดี่ยวไปดูข้างไหนกันหน่อย เชิญเลยครับ ... โอ้ คุณผู้ชมครับ สังเกตว่าชิปโป้เพียบเลยครับ โอ้โห นี่ถือว่าเยอะมากเลยครับ เดี่ยวเรามาดูพี่แทนก่อนว่าทำไมถึงมาขึ้นชมชิปโป้ ?”

แทน : “เอ่อ...เพราะว่าชิปโป้เป็นไฟแฟลชที่มากกว่าไฟแฟลช สามารถเล่นท่า เล่น Tricks ได้สามารถสะสมได้โดยที่ไม่มีการสิ้นสุด”

พิธีกร : “วันนี้ดีครับ เอาอย่างนี้ ผมขอชมเป็นบุญตาหน่อยนะครับ วันนี้เดี่ยวน้องๆ ในชมรมของพี่แทนจะโชว์ให้เราดู รวมทั้งพี่แทนด้วย เอ้า! มาเลยครับ”

(ขณะโชว์ Tricks ได้ปรากฏข้อความว่า “คำเตือน เป็นความสามารถพิเศษเฉพาะตัวอันตราย ห้ามลอกเลียนแบบเด็ดขาด”)

พิธีกร : “โอ้! เป็นยังไงกันบ้างครับ ท่านผู้ชมครับ เห็นลีลาของพี่แทนและน้องๆ ในชมรมชิปโป้ไทยแลนด์นี่ละครับ แหม เรียกว่าเป็นความสามารถพิเศษส่วนตัว เอาเป็นว่าถ้าคุณผู้ชมที่สนใจในเรื่องราวของชิปโป้ก็เข้าไปดูได้ที่เว็บไซต์ที่ได้เนะครับ เข้าไปศึกษา ไปดูอะไรได้ในเว็บนะครับ วันนี้ขอบคุณพี่แทน และน้องๆ ในชมรมมากครับ สวัสดีครับ”

วันที่ ๙ กันยายน ๒๕๕๐ หลังจากแพร่ภาพชมรมชิปโป้ผ่านรายการเกมพันหน้าแล้ว ประธานชมรมได้ออกมาแสดงความเห็นว่า

“เรียนสมาชิกและผู้สนใจทุกท่าน หลังจากรายการเกมพันหน้าได้ออกอากาศเมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา ตอนนี้ก็มีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บและสมัครสมาชิกเยอะมาก ต้องขอภัยผู้ที่สมัครสมาชิกเข้ามาใหม่ด้วยนะครับที่อาจจะตอบรับการเป็นสมาชิกช้าไปหน่อย แต่จะพยายามเคลียร์ให้เสร็จภายในคืนนี้ครับ ทางชมรมต้องขอขอบพระคุณรายการเกมพันหน้าเป็นอย่างสูงที่ช่วยเผยแพร่ชมรมของเราให้คนรู้จักมากขึ้น ขอขอบคุณครับ”

ผลจากการออกอากาศดังกล่าวทำให้มีผู้สนใจจำนวนมาก ดังข้อความแทนเขียนไว้ในวันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๕๐ ดังนี้

ตอนนี้กำลังนั่งส่งเมลล์ตอบรับสมาชิกใหม่ๆ ที่เพิ่งสมัครเข้ามาวันนี้เยอะมากครับ ปกติมีวันละ ๒ - ๓ คน แต่วันนี้มาแล้วเกือบ ๑๐๐ ที่น่าตกใจคือจำนวนที่เข้ามาดูเว็บ ปกติวันละ ร้อยกว่าคน แต่วันนี้ปาเข้าไปประมาณ ๑,๖๐๐ แล้ว Feedback ดีจริงๆ ครับ

ตั้งแต่เมื่อวานจนวันนี้มีผู้สนใจและสมัครสมาชิกกันไม่ขาดสายจนผมตาลายไปหมดแล้ว มากันทั่วประเทศจริงๆ แต่ที่น่าแปลกใจก็คือ ๑ ใน ๔ ของผู้ที่สมัครมาเป็นคุณสุภาพสตรี และเด็กชายอีกหลายคนเลย ท่านใดที่สมัครมาแล้วได้รับหรือยังไม่ได้รับอีเมลล์ยืนยันพร้อมรหัสสมาชิกช่วยบอกด้วยครับ เพราะบางคนใส่อีเมลล์ผิดมา ทำให้ส่งกลับไปไม่ได้ หรือจะแนะนำตัวกันหน่อยก็ดี ว่าชื่ออะไร มาจากไหน เพื่อจะได้เจอคนบ้านอยู่ใกล้กัน

อ้าว ขอเสียงพี่น้องจาวเหนือหน่อยเน้อ คนอีสานอยู่สักน้าบหลังจ๊ะ คนใต้ใจดีมีใครบ้างเนี่ย? ภาคกลางและเด็กเต็บ มาจากไหนกันบ้างหลังจ๊ะครับ ยินดีต้อนรับทุกคนครับ ขอบคุณครับ

๑๓. ผลที่ตามมา หลังจากแพร่ภาพสู่สาธารณชน

หลังจากที่ชมรมดังกล่าวได้ออกอากาศทางโทรทัศน์ได้ราว ๑ เดือน นั้นไม่เพียงแต่มีผู้สนใจชมรมซิปโปเพิ่มขึ้นมาก แต่ยังพบว่าผู้ที่นำเนื้อหา รูปภาพ ข้อมูลบางส่วนของชมรมเพื่อใช้ประกอบในการขายซิปโปใน website ของตนเองอีกด้วย เมื่อประธานชมรมทราบข้อมูลดังกล่าวจึงได้ออกมาชี้แจง ดังนี้

ระวัง ! คนแอบอ้างเอาซิปโปของชมรมรุ่นที่ ๒ ไปขาย

เรียนสมาชิกและผู้สนใจทุกท่าน เนื่องจากตอนนี้พบว่ามีคนบางคนซึ่งยังไม่ทราบเจตนาว่าดีหรือร้าย แอบอ้างนำภาพและข้อมูลต่างๆ จากเว็บเรา ไม่ว่าจะเป็นสินค้า รายละเอียด และราคา ไปขายในเว็บๆ หนึ่งซึ่งทำขึ้นมาเพื่อขายซิปโปโดยเฉพาะ

ที่น่าเกลียดมากก็คือนำรูปภาพของไฟแช็กชมรมรุ่นที่ ๒ และรายละเอียดแม้กระทั่งชื่อรุ่นที่ผมคิดขึ้นมาเองไปลงประกาศขายโดยมิได้ขออนุญาต ซึ่งทำให้ผมจำเป็นต้องป้องกันการเซฟรูปภาพที่มีในเว็บนี้ (ความจริงอาจป้องกันอะไรไม่ได้นักหากต้องการจะเอารูปและข้อมูลไปจริงๆ)

จึงขอแจ้งให้ทุกคนทราบว่าทางชมรมไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอันใดกับเว็บๆ นั้น (ยังไม่อยากบอกชื่อเว็บ และหากใครทราบกรุณาอย่าเพิ่งโพสต์ชื่อของเว็บนั้นลงในบอร์ดนี้นะครับ) เพราะแน่นอนว่าซิปโปของชมรมแท้ๆ ต้องมาจากที่นี้ที่เดียวเท่านั้น และขอแจ้งให้คนที่ทำแบบนั้นอยู่ทราบว่า หากท่านมีเจตนาที่ดี กรุณาติดต่อกลับมาหาผมโดยด่วน เพราะหากไม่มีการติดต่อกลับมาภายในสิ้นเดือนนี้ ผมอาจจำเป็นต้องดำเนินคดีทางกฎหมายกับคุณ

ทั้งนี้สมาชิกของชมรมคนหนึ่งก็ได้ออกมาแสดงความเห็นเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวว่า

ไม่มีใครบอกนะว่าเว็บไหนแต่ลองไปหาในเน็ตดูก็เจออย่างที่ผมบอก มีการเอารูปไฟแช็กชมรมไปประกาศเพื่อจำหน่ายจริง ความเห็นส่วนตัวของตัวนะครับ เรื่องนี้เป็นเรื่องที่เสียมารยาทมากๆ ไม่ใช่เรื่องเปิดเว็บขาย Zippo นะครับ เพราะถ้าลองหาดูในเน็ตก็มีหลายเว็บที่มี Zippo

ขายเป็นปรกติอยู่แล้ว แต่เรื่องที่เอารูป Zippo ชมรมไปแอบอ้างเพื่อจะขาย อันนี้รับไม่ได้เท่าที่
 สมองของเด็กที่เรียนกฎหมายยังไม่จบพอบอกได้ว่าการกระทำแบบนี้ผิดกฎหมายหลายเรื่องครับ
 ขอความกรุณาเจ้าของเว็บดังกล่าวติดต่อกับมาแล้วหยุดการกระทำดังกล่าวโดยด่วนด้วย
 ครับ (ถ้ารัก Zippo เหมือนกันก็ควรเคารพต่อคนที่รัก Zippo เช่นเดียวกับท่านด้วยครับ) (ต้า)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคในชมรมคนเล่นชิปโป

จากข้อมูลที่สืบค้นนั้น พบว่าชมรมดังกล่าวมีสมาชิกทั้งหมด ๓๖๘ คน สมาชิกที่อายุ
 มากที่สุดอายุ ๕๕ ปี และสมาชิกอายุน้อยที่สุดอายุ ๑๗ ปี โดยมากกว่าร้อยละ ๘๐ ของสมาชิก
 ในชมรมนั้นเป็นเพศชาย มีบางส่วนที่ยังเป็นนักศึกษา (ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาด้านวิศวกรรม
 อาทิตย ธิ และนก เป็นต้น) แต่สมาชิกส่วนใหญ่ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นผ่านกระดาน
 สนทนา และร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ จะอยู่ในช่วงอายุ ๑๘ – ๔๐ ปี

ผู้วิจัยเห็นว่าการตั้งชมรมรวมกลุ่ม ตลอดจนทำให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ระหว่างสมาชิก
 ผู้ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งนั่นคือประธานชมรมทั้งในฐานะของ “ผู้รู้” “ผู้ให้ข้อมูล” เกี่ยวกับ
 เรื่องชิปโป และฐานะของ “ผู้ขาย” สืบค้นผ่านเว็บชมรมดังกล่าว ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอ
 เรื่องราวของแทน ผู้มีความสำคัญและมีบทบาทกำหนดความเป็นไปของชมรมมากที่สุด และ
 พฤติกรรมการบริโภคชิปโปของสมาชิกคนอื่นๆ ดังต่อไปนี้

เรื่องราวที่ ๑ : แทน

ผู้วิจัยได้พบกับแทน ๒ ครั้ง แทนอายุราว ๓๕ ปี เรียนจบประกาศนียบัตรวิชาชีพ
 ด้านพาณิชยกรรม ที่โรงเรียนแห่งหนึ่งในกรุงเทพ ปัจจุบันประกอบธุรกิจส่วนตัวประเภท
 อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเป็นผู้ก่อตั้งชมรมชิปโปในเมืองไทย ครั้งแรกที่ได้พบนั้นผู้วิจัยติดต่อกับ
 แทนทาง MSN เพื่อสอบถามถึงเรื่องไฟแช็กชมรมลายกินนร และติดต่อขอพูดคุยกันที่บ้านแทน
 ในวันอาทิตย์หนึ่งที่แทนและผู้วิจัยมีเวลาว่างตรงกัน ก่อนจะพบกันครั้งแรกแทนบอกว่าให้ผู้วิจัย
 นำชิปโปติดตัวไปด้วย และเมื่อพบกันครั้งแรกก็ขอดูชิปโปที่มีก่อนเลย แทนบอกว่าเป็นการ
 ทักทายทำความรู้จักระหว่างกันผ่านชิปโปที่ใช้อยู่ แทนดูแล้วบอกว่าชิปโปที่ผู้วิจัยนำไปเป็นของ
 ปลอม จากนั้นจึงอธิบายการดูข้อแตกต่างระหว่างของจริง และปลอมให้ฟัง

แทนมีบุตร ๒ คน เป็นหญิง ๑ ชาย ๑ แทนไม่ได้จดทะเบียนสมรส และจัดงาน
 แต่งงาน แต่ตนอยู่กินกับภรรยามากกว่า ๑๐ ปีแล้ว ที่บ้านแทนมีตู้โชว์ชิปโปขนาดใหญ่ และมีชิป
 โปจำนวนมาก ทั้งรุ่นเก่า รุ่นหายาก เช่น รุ่น Zodiac (๑๒ ราศี) โดยรุ่นดังกล่าวผลิตจำนวน
 จำกัดเพียง ๑๐๐ ชุดเท่านั้น พร้อมกับเปิดตู้หยิบมาให้ผู้ศึกษาดู และเล่าให้ฟังว่า

ตอนที่ยังเด็กเวลาไปต่างจังหวัด บ้านแม่ ก็จะเจอลุงพี่ ลุงมักจะชอบสูบไปจากเสมอ พอ
 มวนเสร็จแล้วก็จะเอาไฟแช็กสีเงินที่พกติดตัวเสมอขึ้นมาจุด พอได้ยินเสียงจากไกลๆ ก็รู้ว่าลุง

กำลังจะสูบยาเส้นแล้ว ยิ่งเข้าไปใกล้ๆ ลุงก็จะได้กลิ่นหอมๆ จากน้ำมัน แต่บางคนก็ว่าเหม็นนะ แล้วเวลาไปหาลุงที่ไรลุงก็ใช้ไฟแช็กอันเดิมทุกที ไม่ยกกะเปลี่ยน มีครั้งหนึ่งพี่ก็ลองถามลุงว่า “นี่มันอะไรครับ เห็นใช้มานานจัง เวลามหาที่ไรก็เห็นใช้แต่ไฟแช็กอันนี้ทุกครั้งเลย” ลุงพี่ก็ตอบว่า “อันนี้เขาเรียกไฟแช็กชิปโป้ เป็นของรักของหวงเลย ใช้มานานตั้งแต่ยังหนุ่มไม่เคยเสีย แล้วเวลาซื้อธมเตอร์ใช้ก็อยากจะทำจุดสูบก็ไม่ต้องกลัวไฟดับ กลัวจุดไม่ติด แล้วเวลาไปไหนมาไหน เวลาหยิบมาใช้ก็มีแต่คนมอง โดยเฉพาะสาวๆ ถ้าใครไม่มีใช้ก็เซยแยะ” แล้วลุงก็ทำท่าเปิดและจุดชิปโป้ที่เท่าให้ดู พี่ชอบใจมาก หัวเราะลั่นบ้านเลย แล้วภาพนั้นที่ก็ติดตาพี่มาตลอดตั้งแต่เด็กยันโต

ขณะเป็นนักเรียนนั้นแทนไม่สูบบุหรี่ แต่พอเริ่มทำงานมีเพื่อนที่ทำงานหลายคนสูบ เขาจึงต้องสูบตามเพื่อเข้าสังคม เมื่อราว ๑๖ ปีก่อนแทนเคยทำงานที่ฮาร์ดร็อกคาเฟ่ เวลาลูกค้าเปิดเหล้าจะมีของแถมเป็นไฟแช็กชิปโป้ มีลูกค้าประจำคนหนึ่งเปิดเหล้าไปหลายขวด ได้ชิปโป้เป็นของแถมหลายอัน และเป็นลายเดียวกันหมด ลูกค้าคนนั้นจึงให้แทน ๑ อัน นับเป็นชิปโป้ตัวแรกของแทน และรู้สึกดีใจมากเพราะอยากได้มานานแต่ไม่รู้ว่าซื้อที่ไหน ชิปโป้อันแรกของแทนนั้นได้สูญหายไปแล้วเมื่อหลายปีก่อน ในช่วงวันหยุดยาวที่แทนและครอบครัวไปเที่ยวทะเลที่จังหวัดระยอง ตอนกลางคืนแทนออกมาสูบบุหรี่นอกบังกะโล แต่ลืมชิปโป้กับบุหรี่ไว้ข้างนอก พอตอนเช้านึกได้จึงรีบมาดูพบว่าชิปโป้หายไป แต่บุหรี่ยังอยู่ที่เดิม

เจ้าชิปโป้นี้พอได้ใช้ไปนานๆ พี่ถึงรู้ว่ามันไม่ธรรมดาจริงๆ ยิ่งใช้ยิ่งชอบ พอเจอเพื่อนที่ใช้ชิปโป้เหมือนกันเขาก็จะสอนวิธีเล่นทริคให้ เลยยิ่งชอบเข้าไปใหญ่เลย แล้วมีช่วงหนึ่งพวกทหารอเมริกันมาที่พัทยาเยอะเลย หลายพันคน ตอนนั้นพี่ทำงานอยู่ฮาร์ดร็อก บังเอิญทางร้านก็ส่งให้ไปเปิดร้านขายของที่ระลึกแถวๆ ริมหาด พี่รู้สึกอยากได้ชิปโป้ตราสัญลักษณ์ของเรือพวกนั้นมาก ช่วงที่ทำงาน ๕ วันก็เลยได้ชิปโป้ ๓ อัน โห แทบจะต้องแย่งกันเล่นนะ

หลังจากนั้นแทนเริ่มสนุกกับการสะสมชิปโป้ และตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะเก็บสะสมทุกเดือน พอเงินเดือนออกก็ไปซื้อที่ห้างสรรพสินค้า หรือสวนจตุจักร เพื่อหาซื้ออย่างน้อยเดือนละ ๑ อัน จนผ่านมาประมาณ ๓ ปี แทนมีชิปโป้ราว ๓๐ อัน ในช่วงดังกล่าวนั้นไฟแช็กชิปโป้ในเมืองไทยเริ่มไม่มีแบบใหม่ให้เลือกซื้อ เนื่องจากผู้นำเข้าเกิดปัญหาและเลิกการนำเข้าพอดีกับแทนได้ไปทำงานที่ญี่ปุ่นช่วงนั้นพอดี ที่เมืองโตเกียวจึงเป็นตลาดสะสมชิปโป้แห่งใหม่ของแทน

ตอนไปโตเกียวอะ โอโห ที่นั่นเหมือนเป็นสวรรค์ของชิปโป้เลย เพราะมีให้เลือกมากมาย เป็นหมื่นๆ อันเลย ทั้งของรุ่นเก่าๆ หายาก ของใหม่ลายพิเศษ แล้วก็ขายเฉพาะในญี่ปุ่นเท่านั้นนะ แต่ราคาก็ไม่ใช่เล่นนะ แพงเหมือนกัน จะซื้อทีหนึ่งต้องคิดแล้วคิดอีก เอาที่สวยเข้าตาจริงๆ ราคาไม่แพงเกินไป ตลอดเวลาที่พี่ไปอยู่โตเกียวตลอด ๖ เดือน ก็มีชิปโป้เพิ่มมาอีกหลายอันเลยล่ะ แล้วตาม Night Club หรือ Pub ยามค่ำคือนั้นจะเห็นพวกหนุ่มโสดเข้าไปนั่งเล่น Tricks พี่

ว่ามันเป็นสัญลักษณ์ทางเพศนะ เวลาที่มีผู้ชายนั่งอยู่ในร้านคนเดียวแล้วหยิบชิปไปมาเล่นทำต่างๆ ผู้หญิงในร้านจะรู้เลยว่าคนนั้นยังโสดอยู่ แล้วจะเข้ามานั่งพูดคุยด้วย บางคนก็ไปต่อกัน

เนื่องจากอาชีพหลักของแทนต้องติดต่อทางธุรกิจกับคนหลากหลาย แทนจึงต้องเรียนรู้ และฝึกฝนการใช้ภาษาเพื่อติดต่อกับลูกค้าอยู่เสมอ แทนบอกกับผู้วิจัยว่าสามารถใช้ภาษาได้ถึง ๔ ภาษา (คือ ไทย อังกฤษ ญี่ปุ่น และจีน) วิถีชีวิตประจำวันของแทนนั้นต้องเดินทางไปๆ มาๆ ทั้งบ้าน และโรงงานโดยตลอด ช่วงที่ผู้วิจัยจะกลับบ้านนั้นแทนได้ขับรถไปส่งผู้วิจัยบริเวณอุโมงค์อ้อมน้อย ส่วนตน ภรรยา และลูกแหว่ไปดูบ้านใหม่ที่เพิ่งปลูกแถวอ้อมน้อย^๕ ในช่วงแรกที่สมาชิกชมรมยังไม่มากนัก แทนจะโทรศัพท์ไปหาสมาชิกเสมอ รวมทั้งผู้วิจัยด้วย กล่าวได้ว่าแทนโทรหาบ่อยมาก แทบจะวันเว้นวันเลยทีเดียว

ครั้งที่ ๒ ที่ได้พบกับแทนนั้นผู้วิจัยเดินทางไปหาแทนที่โรงงานตามคำชวนของแทน และผู้วิจัยได้พบกับปาม อายุ ๒๗ ปี เป็นคน จ.เชียงใหม่ ปามประกอบอาชีพอิสระ ทั้งถ่ายภาพและรับจ้างทั่วไป หลังจากเสร็จงานถ่ายภาพที่ศรีราชา แทนได้ติดต่อไปหาและขับรถไปรับปามจากสถานีขนส่งเอกมัยมาที่บ้านตน เพื่อให้ปามช่วยถ่ายภาพชิปไปลงคอมพิวเตอร์ และ update website ชมรม โดยปามพักอยู่ที่บ้านแทนประมาณ ๒ - ๓ สัปดาห์ และผู้วิจัยก็มีส่วนร่วมบ้างเล็กน้อย (อยู่ร่วมด้วย ๒ วัน) เนื่องจากแทนต้องการให้ “ชมรมชิปไป” ของตนสะดวกต่อการสืบค้นใน Internet เมื่อสืบค้นครั้งใดต้องพบชมรมของตนก่อนเสมอ โดยปามที่มีความรู้เรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดีให้ช่วยปรับ Title หลัก โดยแทนออกค่าใช้จ่ายให้ปามทั้งหมดทั้งค่าอาหารที่พัก และให้ค่าตอบแทนเป็นไฟแช็กชิปไป ๒ อัน พร้อมลดราคาชิปไปอีก ๑ อันที่ปามอยากได้ในราคาพิเศษ ๕๐%

ปาม หนุ่มชาวเชียงใหม่ อายุ ๒๗ ปี ประกอบอาชีพอิสระ (Freelance) กล่าวถึงเหตุผลที่ชอบไฟแช็กชิปไปว่า

ผมชอบความ เรียบง่าย แข็งแรง ทนทาน ของชิปไป และดูมีคุณค่ามากกว่าไฟแช็กอันละ ๕ บาทที่ใช้แล้วทิ้ง แต่ในความเรียบง่ายก็แฝงไว้ด้วยความเท ไม่น่าเชื่อว่าแค่มีฝาเปิด ปิด แล้วก็ลูกกลิ้งจุดไฟ ก็สามารถเล่น trick อะไรได้มากมาย สิ่งที่ไม่ชอบอยู่อย่างเดียวก็คือต้องเติมน้ำมันเองบ่อยๆ เวลาไปไหนมาไหนหลายๆ วัน ถ้าน้ำมันหมดก็แหย่น้อย เพราะไม่ได้พกพาน้ำมันไปไหนได้สะดวก ถ้าเรื่องความคุ้มค่าก็ต้องไฟแช็กแก๊ส แต่ถ้าคุณค่าทางใจก็ต้องตอบชิปไปครับ

ส่วนเรื่องการดูของแท้ของปลอมผมไม่ค่อยสนใจหรอก ผมว่าอะไรแบบนี้มันอยู่ที่ใจนะ บางคนอาจจะรักชิปไปของปลอมที่แฟนซื้อให้ มากกว่าของแท้ที่ลูกน้องซื้อมาให้ ก็อยากดูแลรักษาด้วยตัวเองครับ^๖

^๕สัมภาษณ์ แทน [นามแฝง]. ธุรกิจส่วนตัว, ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๕๙.

^๖สัมภาษณ์ ปาม [นามแฝง]. อิสระ, ๗ มิถุนายน ๒๕๕๙.

คืนวันนั้น แทน ปาม และผู้วิจัยได้พูดคุยกัน แทนเล่าว่าในกลุ่มสมาชิกขณะนี้มีคนสนใจเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ แล้วกล่าวถึงสมาชิกคนหนึ่งที่มีอาชีพเป็นผู้บริหารระดับสูงในองค์กรแห่งหนึ่งว่า “ดินะที่รู้จักสมาชิกแบบนี้ บางทีอาจจะช่วยฝากงานให้กันในกลุ่มได้ น้อง ญาติหรือใครเราก็คุยกับเขา บางทีใครว่างงานก็บอกไป เขาอาจช่วยเราได้นะ ในยามจำเป็น”

เรื่องการรับประมูลชิปไปจากสมาชิกในชมรมนั้น แทนจะคิดค่าฝากประมูลร้อยละ ๑๐ ของราคาสินค้า เดือนหนึ่งแทนจะได้ค่ารับฝากเหล่านี้ประมาณหนึ่งหมื่นบาท หรือบางเดือนก็ได้มากกว่านั้น เมื่อถามแทนถึงจุดประสงค์เกี่ยวกับการตั้งชมรมชิปไป แทนกล่าวว่าเขาอยากไปแข่งรายการใน “แฟนพันธุ์แท้เกี่ยวกับชิปไป” เพราะเขาคิดว่าในประเทศไทยนั้นเขารู้เรื่องเกี่ยวกับชิปไปดีที่สุดคนหนึ่ง “ถ้าเป็นแฟนพันธุ์แท้พูดอะไรออกไป ใครๆ ก็เชื่อ” นอกจากนี้แทนยังชักชวนให้ผู้วิจัยลงแข่งรายการดังกล่าวด้วย “พี่ก็คงฝึกเรื่อง ๓ วินาทีนั้นแหละ จะให้ลูกพี่ลองเอารุ่นต่างๆ มาให้ลองทายดูก่อนวันแข่งสัก ๒ – ๓ เดือน พี่ว่าสำหรับพี่นะอันนี้คงยากที่สุด” ส่วนเรื่องรางวัลแทนต้องการชิปไปรุ่นแรก (ที่หาได้ยากมาก) เมื่อ ๗๐ กว่าปีก่อน หรือไม่ก็ชิปไปทองคำแท่งๆ ที่สั่งทำจากโรงงานชิปไปสหรัฐอเมริกา “แต่ใจจริงอยากจะไปที่โรงงานชิปไปอเมริกามากกว่านะ ไปในฐานะแฟนพันธุ์แท้ชิปไปเมืองไทย อยากไปดูว่าขั้นตอนการผลิต การซ่อมแซมเป็นอย่างไรบ้าง เผื่อพวกเราจะมีปัญหาจะได้ซ่อมแซมให้ได้เหมือนโรงงานในอเมริกา”

นอกจากนี้แทนได้ตั้งใจไว้ว่าหลังจากทำชมรมฯ ตนอยากจะมีร้านอาหารเล็กๆ (Bar) ของตนเอง เพื่อเป็นศูนย์กลางให้เหล่าสมาชิกได้มาพบปะสังสรรค์กันที่ร้านของตน และได้เห็นชิปไปรุ่นต่างๆ ของตนผ่านตู้โชว์ที่มีจำนวนมาก และหายากที่สุดในประเทศไทย

ขณะที่กำลังพูดคุยกันนั้นมักจะมีเสียงโทรศัพท์มือถือของแทนดังขึ้นเสมอ เพราะมีผู้สนใจจะซื้อ หรือขอคำปรึกษาเกี่ยวกับเรื่องชิปไปติดต่อนมาหาแทนตลอด ตั้งแต่นายตำรวจ นักศึกษาสาว ผู้ที่อยู่ต่างจังหวัดห่างไกลก็มีความประสงค์จะเข้ามาเลือกซื้อหาชิปไปถึงบ้านแทน

เคยมีตำรวจอยู่แถวศาลาयाโทรมาหาว่าพี่ บอกอยากจะซื้อชิปไปฟีไปเป็นของขวัญให้ลูกของเจ้านาย แต่เขาไม่ถูก ก็เลยโทรมาถามทางว่าจะมายังไง นักศึกษาก็มีมาซื้อนะ ผู้หญิงน่ารักด้วย แต่น่าเสียดาย ตอนนั้นเมียพี่อยู่วะ แต่เมียพี่เขาไม่ค่อยยุ่งเรื่องชิปไป มีแต่ลูกสาวคนโต (๙ ปี) มีแววนะ ชอบถามเกี่ยวกับชิปไปอยู่เรื่อย พี่ก็เคยบอกลูกนะว่า เก็บไว้ละ มีค่าในอนาคต นี่ถ้าวันไหนพ่อตายก็ให้เอาชิปไปที่พ่อมีไปขายได้เลย แคร่นหายากก็ได้หลายหมื่นแล้ว หมดนี่คงได้หลายล้านละ

หลายปีก่อนพี่เคยผ่าหัวใจมา แต่ก่อนก็กินเหล้านะตั้งแต่ตอนทำงานที่ฮาร์ดร็อกก็กินมาตลอด แต่ตอนนี้พี่เลิกหมดแล้ว นี่ก็ว่าจะเลิกสูบบุหรี่แล้วละ แต่คงไม่เลิกสะสมชิปไปแน่ๆ

แทนพูดพร้อมกับถลกแขนเสื้อให้ดูรอยสักรูปวินดีและอักษร “ZIPPO”^{๑๑} พร้อมกับพูดทิ้งท้ายว่า “สำหรับคนสะสมอย่างพี่ ถ้าได้ทำอะไรเกี่ยวกับชิปโปเราก็มีความสุข เพื่อนที่ญี่ปุ่นก็เคยบอกนะ ว่าถ้ารักจะสะสมแล้วต้องรักให้จริง อย่างพี่นี่รักชิปโปมาก ก็เหมือนกับรักเมียพี่นั่นแหละ”^{๑๒}

เรื่องราวที่ ๒ : ปี

ปี อายุ ๓๗ ปี อาศัยอยู่กรุงเทพฯ มาตั้งแต่เด็ก “ผมเรียนจบปริญญาตรีด้านออกแบบนิเทศศิลป์ แถวๆ ชานเมือง เกือบจะบ้านนอกละ ตอนนี้งานสอนคอมพิวเตอร์กราฟฟิก แล้วก็เขียนหนังสือเกี่ยวกับการใช้โปรแกรม Animation” ปีให้เหตุผลที่เล่นชิปโปว่า

ผมเองที่หาชิปโปมาใช้ก็แน่นอนละ เป็นคนสูบบุหรี่ เลยอยากหาไฟแช็กที่ทนทานมาใช้สักอัน แต่สาเหตุสำคัญกว่านั้นคือชอบอ่านเพชรพระอุมา^{๑๓} และจากหนังสือที่เคยดูหลายๆ เรื่องก็จะเห็นเจ้าชิปโปประจำเลย โดยเฉพาะฉากเด็ด จุดชิปโปแล้วโยนไปที่น้ำมันนงพั้นแล้วไฟลุก จากนั้นก็ระเบิด แหม ฉากแบบนี้เห็นแล้วเสียดายชิปโปจัง แต่ชิปโปที่เมืองนอกมันหลักร้อยเองนี่นา ไม่ได้แพงเป็นบ้าเป็นหลังเหมือนตอนเข้ามาเมืองไทย เคยเห็นมีเว็บฝรั่งรวบรวมไว้ด้วยนะว่าชิปโปไปโผล่ในหนังสือไหนบ้าง ผมจำเว็บไม่ได้ละ ก็ด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้ผมไปหาซื้อชิปโปมาใช้ ๑ อัน จากห้างในกทม. ราคาเฉียดๆ พันบาท

ครั้งแรกที่ผู้วิจัยได้เจอปีย่านบางกะปิ ปีแวะมาดูชิปโปที่ห้างสรรพสินค้าในย่านนั้นกับผู้วิจัยก่อนที่จะเดินทางไปสอนคอมพิวเตอร์ในห้างฯ ใกล้กัน ครั้งนั้นเองที่ได้พบกับพุ (พ่อค้าชิปโปมือสอง) และสัมภาษณ์ของพุ โดยปีได้ซื้อชิปโปมือสองของพุในราคา ๒๕๐ บาท เพราะราคาถูกเมื่อว่างจากงานสอน ปีชอบอ่านหนังสือ นวนิยายต่างๆ ทั้งพล นิกร กิมหงวน และชื่นชอบ “เพชรพระอุมา” เป็นพิเศษ ปีเล่าให้ฟังประเด็นถึงเกี่ยวกับชิปโปที่ปรากฏในนิยายเรื่องต่างๆ และภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ประทับใจ ปีเล่าประสบการณ์ของตนเกี่ยวน้ำมันไฟแช็กว่า

พูดถึงน้ำมันแล้วมีเรื่องเล่าให้ฟังคือเขาห้ามนำขึ้นเครื่องบินนะ ใครเอาใส่กระเป๋าไว้ เขาสแกนเจอก็ต้องทิ้งลูกเดียว หรือไม่ก็ฝากญาติที่มาส่งไว้ก่อน ผมเคยโดนสอยที่สนามบินเชียงใหม่ ดีว่าจะหมดแล้วเลยตัดใจทิ้งไป แต่ทิ้งก็ตอนสแกนที่ดอนเมืองผ่านฉลุย แสดงว่ามันเอาแน่

^{๑๑}ดูภาพประกอบท้ายบท

^{๑๒}สัมภาษณ์ แทน [นามแฝง]. ธุรกิจส่วนตัว, ๗ มิถุนายน ๒๕๔๙.

^{๑๓}ตามทีกล่าวดังในบทที่ ๓

ไม่ได้ แล้วแต่ดวง ตอนเดินเข้าไปในส่วนที่สแกนกระเป๋า เขาจะติดป้ายไว้เลยมีกระป๋องน้ำมันในป้ายด้วยว่าห้ามเอาขึ้นเครื่องบิน ยีตรอนสันล่ะพอน ถ้าียดกระป๋องชิบไปนี่แทบน้ำตาาร่วง^{๑๔}

ครั้งที่สองที่พบกันนั้นปีโทรมาหาผู้วิจัยเนื่องจากปัญหาของชิบโป่มือสองที่เพิ่งซื้อไปจุดไฟติดยาก และวานให้ผู้วิจัยติดต่อกับพี่เพื่อขอเปลี่ยนชิบโป่อันใหม่ที่ราคาใกล้เคียงกัน

“เรื่องตะไบตัวซิดเนี่ย เขาเรียกลูกโมโซมะ ผมว่าทำให้การซิดลำบากขึ้นมาก เพราะมันจะลื่นๆ จุดจนนิ้วโป้งถลอกยังไม่ค่อยจะติด ถ้าเปลี่ยนตัวซิดใหม่ไปเลยน่าจะดีกว่านะ”^{๑๕}

ครั้งสุดท้ายที่ผู้วิจัยได้พูดคุยกับปีนั้นเป็นการสนทนาผ่านโปรแกรม MSN ในตั้งแต่ต้นเดือนกรกฎาคม ๒๕๕๐ ปีเริ่มสอนคอมพิวเตอร์น้อยลง เพราะกำลังเขียนหนังสือเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์อยู่ที่บ้าน และลดการเข้าไปโพสต์ในเว็บบอร์ดชมรมลงโดยให้เหตุผลว่า “ช่วงปีใหม่ผมเข้าไปอัปเดตหรรษารอนสัน แต่พวกคนที่มาอ่านนั้นก็บอกว่าน้ำมันรอนสันห่วย อย่าไปใช้เลย เขาก็เยอะ ใช้น้ำมันชิบโป่แท้ๆ ดีกว่า ผมเลยไม่ค่อยอยากจะเข้าไปโพสต์เหมือนเมื่อก่อนแล้ว”

เรื่องราวที่ ๓ : แป๊ะ

แป๊ะ อายุ ๒๕ ปี เป็นนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง เล่าถึงสาเหตุที่สะสมว่า “มันก็พุดยากครับ เมื่อก่อนตอนแรงๆ ก็ตะเวนหาไปทั่ว ตอนนั้นเราก็อชอบนะ เพราะเคยเห็นจากหนังฝรั่ง ติดตามมาตั้งแต่เด็กๆ แล้ว ผมคงต้องบอกว่าชอบที่มันต่างจากไฟแช็กอื่นๆ ราคาถูกๆ ดูแล้วชิบโป่มันมีระดับกว่า ใช้แล้วรู้สึกเหมือนเราย้อนยุคไปในอดีต แบบพระเอกฮอลลีวูด บางทีอยู่กับเพื่อนเราก็อวขึ้นมาจุดก็ดูเท่ๆ บางทีมีคนมาขอต่อนุหรือเขาก็มองไฟแช็กเรา ดูมันมีระดับกว่าไอ้ไฟแช็กที่ขายถูกๆ ทั่วไปตามตลาดนะ แต่หลังๆ มานี้งานผมยุ่งมากครับ”

แป๊ะมีชิบโป่ของแท้ ๑๙ อัน และของปลอม ๕ อัน โดยราคาถูกที่สุดที่ซื้อคือ ๕๐ บาท มีสภาพเก่า เสียหายมากต้องมาซ่อมแซมเอง และราคาแพงที่สุด ๑,๓๐๐ บาทเป็นของใหม่มือหนึ่งจากห้างสรรพสินค้าใกล้บ้าน “ของปลอมนี่หลวมตัวไปซื้อตอนแรกๆ ไอ้เรากียังดูไม่เป็นครับว่าอันไหนปลอม อันไหนจริง เพิ่งมารู้ก็ช่วงหลังๆ นี่เอง”

ส่วนใหญ่แป๊ะจะเลือกซื้อจากตลาดนัดมือสองต่างๆ เช่น คลองถม จตุจักร ปฎิวิกรณ์ สนามหลวงยามค่ำคืน และห้างสรรพสินค้าใกล้บ้าน (มือหนึ่ง) โดยจะซื้อครั้งละ ๑ – ๓ อัน และซื้ออาทิตย์ละ ๑ ครั้ง แต่หลังๆ ตนไม่ได้ไปบ่อยนัก สะสมมาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ๒๕๔๙ จนถึงปัจจุบัน “ช่วงครึ่งปีที่ผ่านมา ก็ ‘บ้า’ ครับ ไอ้รุ่นที่เราอยังไม่มี หรือสวยๆ พอเจอปั๊บก็ซื้อเก็บตลอดเลย ทั้งๆ ที่ใช้ประจำอยู่แต่ไม่ใช่อันเอง ราวๆ ๓ - ๔ อัน”

^{๑๔}สัมภาษณ์ ปี [นามแฝง]. อาจารย์สอนคอมพิวเตอร์, ๑๐ มิถุนายน ๒๕๔๙.

^{๑๕}สัมภาษณ์ ปี [นามแฝง]. อาจารย์สอนคอมพิวเตอร์, ๑๑ มิถุนายน ๒๕๔๙.

เมื่อถามถึงมุมมองของแป๊ะที่มีต่อการสะสม แป๊ะนึกทบทวนเล็กน้อยก่อนตอบว่า “มี นักสะสมเครื่องเสียงโบราณคนหนึ่งเคยบอกผมไว้นะ ‘คนที่ปราศจากความรักในการสะสมนั้น มีแค่ชีวิตเดียว ต่างจากคนที่รักการสะสมซึ่งมีสองชีวิต เพราะเขาใช้ชีวิตพร้อมกันไปในโลกสองโลก’ ผมว่าการสะสม ‘ชิปโป’ นี่ก็เหมือนกันครับ”

ชิปโปรุ่นหายากที่สุดของแป๊ะ “รุ่นหายากนี้ไม่รู้จะหาจากไหนนะครับ เคยเห็นบ้างแต่ สู้ราคามันไม่ไหว แพงเหลือเกิน แต่ถ้ารุ่นเก่าเก็บนี่ก็มีบ้างครับ ปี 1965 (พ.ศ. ๒๕๐๘) ครับ ๔๐ กว่าปีแล้ว ช่วงก่อนสงครามเวียดนาม มันเก่า มันเก่าดีครับ เป็นฐานทัพอเมริกันที่ฟิลาเดลเฟีย เก่ามาก แต่พอใช้ได้ ไม่ใช่มีสอง ‘ไม่รู้มีที่เท่าไรเหมือนกัน (ยิ้ม) ราคา ๘๐๐ กว่าบาทครับ”

มุมมองที่มีต่อการเล่นชิปโป “ผมว่าซื้อชิปโปมาเก็บไว้ดีกว่าเอาเงินไปเที่ยวเตร่ กิน เหล้านะ อย่างน้อยก็มีให้เราเห็น ให้เราจับต้องได้ แต่พอเอาเงินไปเที่ยว มันก็สุขประเดี๋ยว ประด้าว เข้ามาก็หายไปหมด ถึงจะหมดไปกับชิปโปหลายหมื่นกันนะ แต่ของที่ผมเก็บไว้ไม่มีซ้ำ กันนะ หาดู หาลายใหม่ ลายสวยเก็บไปเรื่อย มีตั้งค์ก็ตระเวนหาบ้าง บ้าง^{๑๖} ก็หยุดชั่วคราวครับ”

เมื่อถามถึงผู้ซื้อแป๊ะ ที่ปรึกษาในการเล่นชิปโปนั้น แป๊ะบอกว่าศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง ผ่าน Internet website ต่างๆ ว่า ชิปโปที่ตนมีนั้นผลิตรุ่นไหน ปีไหน หายากหรือไม่ แป๊ะตอบว่า

ก็ถามเอาจากเซียนบ้าง แถวสนามหลวงฝั่งหน้าศาลฯ มีเซียนคนหนึ่งเล่นชิปโปมาสิบกว่าปี แล้ว บางทีเราก็ไปนั่งคุยกับเขา แลกเปลี่ยนความเห็นกันตั้งแต่สี่ - ห้าทุ่มถึงเกือบเช้าก็มี บางคน เข้มมองเราไร้สาระ ก็ช่างเขา อันไหนไม่รู้ก็ไปถามในเว็บครับ โพสต์ถามเอาในเว็บชิปโปคลับ ไทยแลนด์นะ ดอตๆ ถามเอาข้อมูลเค้าครับ บางทีก็เข้าเว็บชิปโปฝรั่ง นั่งอ่านเอาแปลเอาบ้าง ก็มี มั่วๆ เยอะเหมือนกัน เพราะหาหนังสือทางนี้ยากมาก

แป๊ะ เล่าว่าปฏิกิริยาของคนในครอบครัวของตนที่มีต่อชิปโปนั้นไม่สู้ดีนัก

“ก็เพราะมีเยอะนี่ล่ะ นี่ก็แทบจะเต็มบ้านอยู่แล้ว (ยิ้ม) แม่เห็นก็มีบ่นๆ นะ บอกให้ เผลาๆ บ้างเหมือนกัน แม่เขาคงรู้สึกเปลืองตังค์แทนผมนะ”

แป๊ะรู้ประวัติของชิปโปทุกตัวที่มีเป็นอย่างดี “ผมศึกษาเอาเอง เวลาว่างก็ศึกษา ประวัติมันไปเรื่อย จะได้รู้ที่มาที่ไปด้วย ไอ้ตัวที่ใช้อยู่นี้เราก็ต้องรู้นะ เวลาใครถาม ก็ตอบเขาได้”

ชิปโปที่แป๊ะใช้อยู่เป็นรุ่นปีเกิด บางทีก็ผลัดกันใช้งานกับชิปโปตัวอื่นๆ อีก ๒ – ๓ ตัว “ผมใช้รุ่นซิดเดียว ในวงการเขาจะเชื่อว่ารุ่นนี้ดีนะ ขายได้ราคา บางคนคิดว่าเป็นรุ่นแรก แต่ผมใช้เพราะมันรุ่นปีเกิดผมนะ อันนี้เขาให้เราเวลาเปิดเสียงมันกริ่งดี อีกตัวหนึ่งนี้ใช้รุ่นทำใหม่แต่ รูปทรงมันย้อนยุคไป ๗๐ กว่าปี รุ่นแรกๆ ทรงมันจะเหลี่ยมๆ คลาสสิกดีครับ”

ความสนใจของแป๊ะอยู่ที่รูปทรงและคุณภาพ “ชอบความคลาสสิกมัน ชอบลวดลาย หลากหลายให้เลือกเยอะดีครับ เคยเห็นของพี่คนหนึ่ง เขาไปสกรีนลายลูกเมียเขาติดตลับชิปโป

^{๑๖} “บ้าง” หมายถึง “ไม่มีเงิน”

เลย ทำที่ก็เป็นพื้นนะ ถูกหน้อยก็หำร้อย แต่ผมจะเก็บตามรุ่นตามปีมากกว่า บางทีเดินๆ อยู่เจอรุ่นที่เราไม่มีก็ซื้อหามาเก็บไว้ ต่อได้ราคาถูกบ้าง แพงบ้าง ถ้าแพงเกินสองสามร้อยผมก็ไม่เอาแล้ว นอกจากลายมันสวยโดนใจจริงๆ แต่ผมก็ดูสภาพใช้งานด้วยนะ แต่ก่อนซื้อมา ข้างนอกสวย ใหม่ แต่พอซื้อไปลองเติมน้ำมันที่บ้านแล้วจุดไม่ค่อยติด เฟืองจุดมันสึกหมดแล้ว เจ้าของเก่าเล่นซะเย็นเลย ผมว่ามันต้องไปด้วยกันนะ รูปทรงต้องสวยและต้องใช้งานได้”

แป๊ะเล่าว่าเจอของปลอมเยอะมาก หากคิดจะเล่นชิปไปจริงๆ ต้องดูให้เป็น ตอนเริ่มสะสมใหม่แป๊ะยังดูไม่ออกว่าอันไหนจริงหรือปลอม ถูกหลอกให้ซื้อมา ๓ อัน แต่ตอนนี้เก็บของปลอมไว้บ้าน และให้เหตุผลว่า “ไม่เอาออกมาใช้ครับ เดี่ยวคนอื่นเห็นจะว่าเราได้ว่าเราดูไม่เป็น”

เมื่อแป๊ะศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับชิปไปมากขึ้นแป๊ะสามารถบอกรุ่น บอกปีได้อย่างถูกต้องทั้งหมดโดยไม่ต้องเปิดตำราใดๆ ไม่ว่าจะเจอชิปไปตัวใดก็ตาม แป๊ะมักจะนิยามตนเองกับผู้วิจัยว่า “เขาเป็น Guru (ผู้รู้) เกี่ยวกับชิปไประดับดีคนหนึ่ง” ทั้งนี้ในการดูเพื่อแยกของจริงหรือปลอมนั้นต้องดูเปรียบเทียบกันจะพบว่ามีความแตกต่างกันเกือบทุกอย่าง “ถ้ายังมีเวลามาส่องมาแตงนี่ยิ่งต่างกันใหญ่เลย บางคนเขาแค่เห็นเขารู้เลยนะว่าของปลอม แต่ผมต้องลองจับดูก่อน จับดูถึงจะรู้ ยังไม่เซียนถึงขนาดมองปาดแล้วรู้ปั๊บหรอก ถ้าเจอของปลอมนี้ผมก็จะเก็บไว้ แต่ก่อนก็คิดนะว่าจะเอาไปหลอกขายเพื่อนต่อ แต่ไม่ดีกว่า เก็บเอาไว้ดูมันเปรียบเทียบกันได้ บางทีของจริงเสียก็เอาอะไหล่ของปลอมถอดเปลี่ยนกันได้ครับ แต่เสียดายตอนแรกๆ นึกว่าของปลอมเป็นของจริง ไอ้คนขายก็บอกว่าของจริงๆ แล้วผมดันซื้อมาแพงซะด้วยสิ”

กรณีที่ชิปไปของแป๊ะเสีย ถ้าเสียหายไม่มาก แป๊ะจะลงมือซ่อมแซมเอง “ก็ต้องดูอาการมันนะ เหมือนกับเราเป็นหมอก็ต้องวินิจฉัยโรคไข้ปะฟี เราเองก็ใช้มานาน เวลามันมีปัญหาตรงไหนเราลองเช็คดู ก็รู้แหละ แต่ซ่อมเองนี้ได้บางกรณี ถ้าผ่าหัก ตัวในหักอันนี้ก็ต้องส่งให้ช่างดูครับ เราซ่อมเองไม่ได้ อะไหล่ เครื่องมือเราไม่มี แต่ถ้าแต่งเสียงให้มันปิ้งอะเราพอทำได้”

ในกรณีที่ชิปไปเสียหายเกินจะซ่อมแซมเองได้ “ก็จะไปสนามหลวงตอนดึกๆ นะครับ แถวนั้นจะมีคนซ่อมชิปไปอยู่ เขาขายด้วยนะ แพงบ้าง ถูกบ้างแล้วแต่ของ เขารับซ่อมเฉพาะไฟแช็กทั้งชิปไป ดูปองท์ หลายอย่าง อะไหล่เขามี ซ่อมมานานแล้วด้วย ค่าซ่อมก็ไม่โหดไปนัก”

แป๊ะเคยเจอชิปไปแบบฟลุ๊คๆ เป็นของมือสอง สภาพพอใช้ได้ แต่ถูกกว่าของใหม่ประมาณสิบเท่า “คือของใหม่ๆ ในห้างนี่มันจะขายพันสี่พันห้า เราได้มาร้อยยี่สิบบาท ลวดลายเหมือนกันตะ แต่เก่าหน้อย ไม่เป็นไร แต่งนิดๆ ก็โอเค แล้วครับ”

เมื่อถามแป๊ะว่าเคยรู้สึกสับสนเปลืองกับชิปไปโดยใช้เหตุไหม แป๊ะบอกว่าช่วงแรกๆ ที่สะสมนั้นไม่คิดว่าสับสนเปลืองมาก ในใจอยากซื้อมาเก็บอยู่เรื่อยๆ เพื่อสนองความต้องการของตน และมีความรู้สึกเพลิดเพลินใจทุกครั้งที่อยู่กับชิปไป แต่ต่อมาเมื่อลองคำนวณจำนวนเงินที่ซื้อไปเป็นเงินจำนวนมาก ทำให้รู้สึกเปลืองเงินพอสมควร “แค่ครึ่งปีก็ ๔ - ๕ หมื่นบาทแล้วนะพี่ เลยไม่ค่อยหามาสะสมเท่าไรแล้ว ใช้ไอ้ที่เรามีอยู่นี้แหละ ไม่ต้องหาเพิ่มแล้ว”

แต่บางครั้งก็ต้องนำออกมาขาย “ไม่ค่อยอยากปล่อย นอกจากร้อนเงินจริง ๆ ขาดทุนบ้างก็ปล่อยไป แต่ถ้าไม่ร้อนเงินนี้ผมไม่ค่อยเอามาขายเลยนะ เราเก็บไว้เราก็ Happy นะ ก็คงเก็บไว้นานๆ อีกสักสิบปีมาปล่อยราคามันคงสูงกว่าปล่อยตอนนี้เยอะเลยนะ”^{๑๗}

เรื่องราวที่ ๔ : วัน

วัน อายุ ๒๗ ปี วันคือสมาชิกที่มักจะแสดงความเห็นต่างๆ ในกระดานสนทนาอย่างต่อเนื่อง เช่น อยากให้จัด Meeting, สินค้ามือสองที่จับมา และการติดต่อกันระหว่างสมาชิก วันแนะนำตัวเองว่า

ผมทำงานตัดต่อเทป Casting สำหรับงานโฆษณาครับ ใช้ Adobe Premiere 6.5 เป็นอย่างเดียวครับ ส่งเมลยังส่งไม่เป็นเลย ที่สมัครได้ก็ให้พี่สาวส่งให้อ่อนนิบเป้งเลยอะ วันไหนว่างผมจะไปเดินดูชิปไปกับของมือสองแถวตลาดปัฐวิกรณ์ สุขภิบาล ๑ แต่แนะนำให้ไปวันเสาร์อาทิตย์ ช่วงบ่ายสองครึ่งถึงบ่ายสามครึ่งดีกว่านะ ตอนเขาเริ่มวางของอาจได้ราคาหลุด ๕๐ - ๒๐๐ เพราะจะมีคนขายหน้าใหม่ๆ เขาจะขายด้วยความพอใจ ถ้าไปหลังบ่ายสามครึ่งก็ป้ายบายไม่เหลือราคาหลุดแล้ว ราคายังพุ่งกระฉูดด้วย ด้วยความที่ไม่รู้ผมเคยได้ Jack Daniels Old No.7 ใหม่ ๆ พร้อมกล่องราคา ๗๐ บาท แล้วผมก็ต่อเขา ด้วยความสงสารเขาก็ลดให้เหลือ ๕๐ แต่ถ้าขวยไปเจอพวกเสือโหดหรือพวกเจ้าถิ่นนี้แยะ พวกนี้มันเปิดราคาบ้าเลือดแถมชอบพูดต่อแหลด้วย^{๑๘}

วันมักจะหาเวลาว่างจากงานมาเดินจับของมือสองต่างๆ โดยเฉพาะนาฬิกา TAG HEUER นั้นวันสะสมมานาน และชื่นชอบเป็นพิเศษ วันกล่าวว่าตนเองเล่นนาฬิกามานานกว่าชิปไปนับว่าตนก็เป็นเซียนคนหนึ่ง ที่ตลาดนัดมือสองแห่งหนึ่งย่านสุขภิบาล ๑ ปกติแล้ววันจะมาที่ตลาดนี้เกือบทุกวัน เพราะเป็นทางผ่านขณะเดินทางกลับบ้าน ทั้งเย็นหลังเลิกงาน เสาร์ อาทิตย์

ผู้วิจัยนัดพูดคุยและสังเกตปฏิสัมพันธ์ของวันที่มีต่อพ่อค้าแม่ขายใกล้เคียง วันออกตัวว่าปกติแล้วตนไม่ใช่คนพูดจาสุภาพ ถ้ามีคำหยาบคายหลุดออกมาก็ขอโทษล่วงหน้าด้วย ครั้งนั้นวันเดินดูของมือสอง เกิดชอบใจแว่นกันแดดนอกยี่ห้อหนึ่ง สภาพยังดี และต่อราคากับแม่ค้า พอทราบว่าเป็นของแท้มาจากพญา วันจึงต่อราคาจาก ๒๐๐ เหลือ ๕๐ บาท ด้วยท่าทางคล่องแคล่ว และพูดแซวกับแม่ค้า และกลุ่มผู้ค้าอื่นๆ ในละแวกใกล้เคียงอย่างเป็นกันเอง

ผู้ค้าในย่านดังกล่าวนี้มีทั้งคนที่ชอบวัน รู้จักกันมานานพูดคุยถูกคอกับ บ่อยครั้งที่วันฝากซื้อหาสินค้าที่ต้องการกับผู้ค้าต่างๆ ให้ช่วยหาให้ และมีผู้ค้าหลายคนไม่ชอบหน้าวันเช่นกัน เนื่องจากวันมักจะพูดอย่างตรงไปตรงมา (วันบอกว่าเขาเป็นพวกขวานผ่าซาก) กรณีที่

^{๑๗} สัมภาษณ์ แป๊ะ [นามแฝง]. นักศึกษา, สัมภาษณ์. ๑๒ ธันวาคม ๒๕๔๙.

^{๑๘} สัมภาษณ์ วัน [นามแฝง]. พนักงานบริษัทโฆษณา, ๒๘ ตุลาคม ๒๕๔๙.

เป็นของปลอม หรือหลอกขาย วันจะพบกับคนตรงๆ ว่า “ปลอม” ทำให้หลายคนไม่ชอบเขา ขณะเดินดูของด้วยกัน วันบอกผู้วิจัยเบาๆ เกี่ยวกับพฤติกรรม ข้อดี ข้อเสียของผู้ค้ารายต่างๆ ให้ฟังเสมอ วันเล่าว่าครั้งหนึ่งตนกับจอห์น (สมาชิกชมรมคนหนึ่ง) เคยไปเลือกจับชิปไปมือ ๒ ย่านสุขาภิบาล ๑ วันบอกกับจอห์นที่ดูของไม่เป็นต่อหน้าผู้ชายทำให้เกิดความไม่พอใจว่า

“เฮ้ย จอห์น นี่ของปลอม เท่านี่แหละ แม่มองหน้าผมเขม็งเลย ผมเลยพยายาม เลี่ยงๆ ไป ไม่งั้นก็คงโดนตีจนกระต๊อบเข้าสักวันนะ”

ทัศนคติของวันที่มีต่อชมรมชิปไปนั้นต้องการให้สมาชิกในชมรมไม่เครียดเมื่อเขาเข้าไปแสดงความเห็น วันบอกว่า “ผมอาจจะดูกวนต๊านๆ แต่ไม่เป็นพิษเป็นภัยกับใครหรอก สนุก เฮฮาไปวันๆ อยากให้คนอื่นๆ อ่านความเห็นของผมแล้วหายเครียดนะ”

ประโยชน์ที่วันได้รับจากชมรมนั้น เขากล่าวยิ้มๆ เล่าถึงความหลังเรื่องชิปไปมือสอง ว่า “มีครั้งหนึ่งผมได้มือสอง ปลายคาเมล เทงสติก สวยมาก แต่ดันไม่รู้ว้าของแท้ ชื้อมา ๗๐ บาทพร้อมกล่อง พอมีคนขอซื้อเลยขายไป ๒๗๐ แต่พอมารู้จักเว็บชิปไป ได้รู้จักท่านนายกแทน และลองเปิดอีเบย์ดู อยากจะเขยกะโหลกตัวเองครับ เสียตายจัง ไม่น่าโง่ขายไปเลยเรา”

วันมักจะบอกผู้วิจัยเสมอๆ ว่างานที่ทำอยู่นั้นให้เงินเดือนไม่พอกับรายจ่าย แต่วันก็ยังคงซื้อสินค้ามือสองอย่างสม่ำเสมอ แม้แต่ช่วงแรกที่วันเข้าชมรมใหม่ๆ ก็ไม่ได้จ่ายเงินสมัคร และได้ชิปไปชมรม “นี่ชิปไปชมรมผมก็ไม่ได้ซื้อนะ ผมเอาชิปไปมือสองรุ่นหายากที่จับมาสองอัน ไปแลกกับชิปไปใหม่ๆ มา พี่แทนเขาบอกว่ารุ่นนี้หายาก สลักรูปสินค้ายี่ห้อหนึ่งในอดีต”

เรื่องราวทั้ง ๔ ที่ผู้วิจัยเลือกนำเสนอมานั้นเป็นข้อมูลที่ได้จากการคัดเลือกมาในระดับหนึ่งแล้ว อาจกล่าวได้ว่าเป็นตัวแทนการจะเรียนรู้และเข้าใจ “คนเล่นชิปไปในชมรม” ได้ชัดเจนขึ้นระดับหนึ่ง โดยทั้ง ๔ กรณีศึกษาที่กล่าวไปนั้นให้ภาพของทัศนคติ ปัจจัย ค่านิยมของคนเล่นชิปไปว่ามีอะไรบ้าง กล่าวคือ “แทน” ประธานผู้ก่อตั้งชมรม มีอำนาจในการกำหนดนโยบาย สร้างวาทกรรมให้ห่างจากมโนทัศน์ “บุหรี” จากการณรงค์ให้ลด ละ เลิกของรัฐบาล และกำหนดแนวทางต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลในการเลือกดูและซื้อชิปไปของจริงแก่เหล่าสมาชิก ในอีกตัวตนหนึ่งก็คือผู้ชายชิปไปแก่สมาชิกคนอื่นๆ ด้วย (โดยจะวิเคราะห์บทบาทนี้ในบทที่ ๕ ต่อไป) “บี” ผู้อำนวยการในการใช้สื่อร่วมสมัย (บีเป็นอาจารย์สอนคอมพิวเตอร์จึงมีทักษะด้านนี้เป็นพิเศษ) ในการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นกับสมาชิกคนอื่นๆ เช่น เข้ามาบอกเรื่องราคาน้ำมัน การห้ามเอาน้ำมันไฟแช็กขึ้นเครื่องบิน ฯลฯ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มคนอื่นๆ “แป๊ะ” สมาชิกคนแรกๆ ของชมรม ซึ่งยังเป็นนักศึกษาไม่มีอาชีพแต่การเล่นชิปไปทำให้ต้องใช้เงินจำนวนพอสมควรในการซื้อหา และ “วัน” ที่เป็นทั้งสมาชิกของชมรมชิปไป และนักจับชิปไปมือสองที่ไม่เคยซื้อชิปไปของชมรม แสดงจุดยืนอย่างชัดเจนว่าไม่มีเงินพอต่อการซื้อของใหม่ราคาแพงได้ (เน้นหาเอาจากตลาดมือสองที่สามารถต่อรองราคาได้) แต่เข้ามาในชมรมเป็นประจำ เพื่อหาข้อมูลการเลือกดูชิปไป เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการจับและขายของมือสองของตน รวมทั้งการนัด

แนะกลุ่มย่อยๆ ในชมรม เช่น วันจับของมือสองแล้วไปขายที่ตลาดแถวรัชดา และนัดแนะสมาชิกคนอื่นๆ ไปร่วมขายของกับเขาด้วย

เรื่องราวของสมาชิกคนอื่น ๆ

นอกจากเรื่องราวของคนเล่นชิปโป ๔ เรื่องที่กล่าวไปในข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยใคร่ขอกล่าวถึงสมาชิกคนอื่นๆ ที่ต้องกล่าวถึงเนื่องสมาชิกจากมีบทบาทต่อการมีส่วนร่วม การนิยามตนเองเป็นส่วนหนึ่งของชมรม และมีกิจกรรมและร่วมประชาสัมพันธ์ชมรมอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

เดียวก [นามแฝง] อายุ ๒๐ ปี นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยรัฐฯ แห่งหนึ่ง ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เดียวกผ่านโปรแกรม MSN เดียวกเป็นฝ่ายถามผู้วิจัยก่อนว่า

“ไฟแช็กชมรม มันเปิดแล้วเสียงไม่ค่อยดังเลย ของเป็นฟี่ปาวหว่า หรือเป็นเฉพาะของเดียวก ?”

“อ้อ เป็นเหมือนกันหมดครับ ของผมก็เป็น” ผู้วิจัยตอบ

“หรือเป็นเพราะลายมันถ่วง อ้อ คับ เพราะแผ่นเงิน”

“ลายที่เป็นเงินติด เป็นอย่างนี้เหมือนกันครับ” ผู้วิจัยตอบซ้ำอีกครั้ง

เมื่อถามถึงทัศนคติเรื่องความรัก แฟน เดียวกตอบกลับมามีแฟนคนเดียว ไม่มีสาว ๆ คนอื่นอีก ช่วงที่พูดคุยนั้นเดียวกกำลังรอเรียนวิชาต่อไป เมื่อถึงเวลาแล้วเดียวกจึงขอตัวไปเรียนก่อนแล้วถ้ามีเวลาว่างคงได้พูดคุยกันอีก

ผู้วิจัยกล่าวลากับเดียวก ว่า “ขอให้โชคดี มากๆ ครับ เดียวก จ้าวแห่ง trick”

“กำ ไม่ขนาดนั้น ยังอ่อนน้อยอยู่เลย บะบายจ้า”^{๑๔}

เดียวกได้เล่าถึงชิปโปอันแรก ว่าสิ่งที่ชอบมากที่สุดของไฟแช็กชิปโปคือการได้เล่นท่วงท่า (Tricks) ต่างๆ เดียวกบอกว่าทำยิ่งยากขึ้นเท่าไร เขายังมีความรู้สึกภูมิใจมากขึ้นเท่านั้น

เมื่อก่อนเดียวกเรียนโรงเรียนติดกับเซ็นทรัลมาตั้งแต่ ม. ๑ ก่อนกลับบ้านทุกวันก็จะไปเดินเล่นเซ็นทรัล ผ่านตู้ชิปโปหลายร้านก็ชอบไปดูลายมันสวยดี อยากได้มานานตั้งแต่ยังไม่คิดจะสูบบุหรี่เลย ก็คิดว่าอยากเอามาไว้เล่นๆ แล้วพอเข้ามาหา'ลัยก็ได้เงินเพิ่ม พอเก็บซื้อของได้บ้างวันหนึ่งมีเงินติดตัวอยู่ ๑,๕๐๐ บาท ไปเดินสยามกับเพื่อนไปหาอะไรกินที่ MBK มันมีห้างโตคิวในนั้น เห็นมีตู้ชิปโปก็เลยหยุดดู มองไปที่ชิปโปอันหนึ่งสีดำ พิมพ์ข้างล่างว่า “zippo” ตัวเล็กๆ ก็เป็นครั้งแรกที่บอกคนขายขอดู พอลองเปิดเสียงมันแหลมมาก ‘กึ่ง’ แบบดังๆ ราคา ๑,๒๕๐ บาท ไม่รู้ว่าถูกหรือแพง แต่ที่แน่ๆ มันน่าจะเป็นของจริงนะเพราะอยู่ในห้าง ก็ตัดสินใจซื้อเลย เหลือดั่งค์ทอง ๒๕๐ บาท ชื่อน้ำมันรอนสันอีก ๓๐ บาท ไม่รู้อะไรทำให้ซื้อก็ยังไม่เข้าใจเลยถึงทุกวันนี้

ทั้งๆ ที่เดียวกไม่มีความรู้เรื่องการใช้ชิปโปเลย เป็นแต่เติมน้ำมันแล้วก็ใช้โก้ๆ ไปวันๆ จนวันหนึ่งจุดแล้วไม่มีประกายไฟขึ้นมาเลยเอาไปให้ร้านที่เซ็นทรัลเค้าซ่อมให้ ๔๐ บาท ก็ไม่แพงนะ

^{๑๔}เดียวก [นามแฝง]. สัมภาษณ์ผ่าน MSN, ๒ มิถุนายน ๒๕๔๙.

พอมารู้มันก็แค่ถ่านจุดหมด เรื่องโง่ๆ เริ่มมา พอต่อมาใส่ชนวนดำมากก็ไปให้เค้าทำอีก ชื้อใส่มาให้เปลี่ยน เค้าไม่คิดตั้งค์แต่พอแกะออกมาแล้วชดอยู่ข้างในอีกยาวเฟื้อยเลย โง่อีกแล้ว แล้วก็เรื่องที่เอาถ่าน Taiyo (ไฟแช็กพลาสติกราคาถูก) มาใส่ ทำให้ล้อจุดเรียบ ไม่มีความคม เดียวก็ไปให้เขาเปลี่ยนให้อีกด้วยราคา ๑๘๐ บาท นี่คือประวัติของชิปปิอันแรกอะครับ เดียวใช้มาเรื่อยๆ ตอนนี่ก็ทำทุกอย่างแทบจะเป็นหมดแล้วครับ

กอล์ฟ [นามแฝง] อายุ ๑๙ ปี เรียนอยู่ปี ๒ มหาวิทยาลัยรัฐบาลแห่งหนึ่ง กล่าวว่า

ผมเพิ่งสะสมได้ไม่นานเท่าไร ไปตรงกับบอกได้นะครับ เริ่มแรกผมเริ่มจากไฟแช็กที่มีรูปแบบแปลกต่างๆ ที่ชอบก็เลยสะสมมาเรื่อยๆจนได้เห็นชิปปิผมรู้สึกชอบทั้งๆ ที่ไม่ได้ดูบุหรืแต่มันก็รู้สึกแปลกตาก็เลยหามาเรื่อยแต่เพราะยังเรียนอยู่และพ่อแม่ไม่สนับสนุนก็เลยไม่ค่อยมีเงินซื้อและชิปปิก็หาได้ยากมากในตรัง เลยทำให้มีไม่กี่อันแต่ยังงี้ก็จะพยายามหามาเพิ่มเรื่อยๆ

นก [นามแฝง] อายุ ๒๔ ปี แนะนำตัวว่า “ผมเรียนวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ บ้านอยู่ที่ใต้ครับ แต่ตอนนี้ฝึกงานอยู่กรุงเทพ ชอบชิปปิไปเพราะมีความขลัง และ Classic ในตัวมันเองบวกกับความทนทานด้านสถาปัตยกรรมที่ดูเรียบง่ายแต่ออกแบบมาเป็นอย่างดี ทำให้ชิปปิครองใจใครหลายๆ คนครับ”

ปอ [นามแฝง] นักเรียนหญิงชั้นมัธยมปลาย โรงเรียนรัฐบาลแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ อายุ ๑๗ ปี เข้าไปตั้งกระทู้สอบถามในเว็บชมรมชิปปิว่า “คือหนูอยุ่กทม. จะหาซื้อได้ที่ไหน ที่หนูอยากได้เพราะเริ่มเป็นคนสูบบุหรืและเห็นพี่ของเพื่อนใช้แต่ไม่กล้าถามว่าซื้อที่ไหน ชอบรูปลักษณะมากๆ ตอบหน่อยนะคะ สมัครสมาชิกยังงี้คะ อยากร่วมชมรมคะ แล้วขาย zippo ตั้งแต่ราคาเท่าไรถึงเท่าไรคะ”

จากนั้นไม่นานผู้วิจัยได้ติดต่อพูดคุยกับปอผ่านอีเมลที่ปอให้ไว้ ปอเล่าให้ผู้วิจัยฟังผ่านโปรแกรมสนทนา MSN ครั้งแรกที่ผู้วิจัยได้รู้จักปอผ่าน Display ปอแสดงข้อความไว้ว่า “ทามมัยแม่ต้องไม่ให้ชิบรลไปโรงเรียนอะ...แล้วขอยกเครื่องใหม่ก้อไม่ให้ ไม่เข้าใจเลยเซงๆๆๆๆ แม่ง...ป็นรั้วบ้านตัวเองตอนตี ๒ หนักูเห่าอะ แชนถลอกเลือดออกชิบิๆ”^{๒๐}

ปอเล่าให้ฟังว่าตนเริ่มสูบบุหรืมาตั้งแต่เรียนอยู่มัธยมต้นแล้ว “แต่ก่อนปอกก็แอบแม่สูบวันละ ๒ - ๓ มวน แต่ถ้าเครียดมากก็ ๗ - ๘ มวน บางทีว่างมากก็วันละซองอะคะ”

วิธีการซื้อหาบุหรืนั้นปอจะไปซื้อที่ร้านแห่งหนึ่งย่านสยามสแควร์ โดยร้านดังกล่าวจำหน่ายบุหรืนำเข้ายี่ห้อต่างๆ มากมาย หลายยี่ห้อ (ปอบอกว่ามีทุกยี่ห้อ “ที่ปอสูบอยู่อะหรอ ก็ มีกิบแซง กับดาวிடอบ แต่ตอนนี้พอสูบเอม..เอมแดง”) สนนราคาตั้งแต่ซองละ ๖๐ - ๑๐๐ บาท

^{๒๐} ปอ [นามแฝง]. Display ใน MSN, ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๕๐.

หรือบางยี่ห้ออาจจะราคาแพงกว่านั้น ผู้วิจัยสงสัยว่าเหตุใด ปอจึงสามารถซื้อบุหรี่ได้ทั้งๆ ที่อายุยังไม่ถึง ๑๘ ปี (ดังประกาศที่เห็นตามร้านขายบุหรี่ทั่วไปว่า “ไม่ขายให้เด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี”) ปอตอบว่าส่วนใหญ่ก็ฝากพี่ซื้อให้

สาเหตุที่ปอสูบบุหรี่นั้น คือ ชอบบุหรี่ที่ “อร่อย” มีรสชาติดี

เมื่อถามถึงสาเหตุที่สมัครเป็นสมาชิกชมรมฯ ปอบอกว่าครั้งหนึ่งตนเคยเห็นชิปโปลายมังกรที่พี่ชายของเพื่อนในกลุ่มแล้วรู้สึกทึ่งในเชิงศิลปะ เท่ และถูกใจมาก

เรื่องฐานะทางบ้านนั้น ปอต้องเก็บเงินรายเดือนที่บ้านเพื่อซื้อชิปโปทุกเดือน (เฉลี่ยราว ๑,๐๐๐ บาท) “แต่ตอนนี้ปอไม่ค่อยได้เล่นแล้ว ไม่ค่อยมีตังค์ ช่วงนี้มีแฟนแล้วมันขาดแคลน แถมตอนนี้ก็ทะเลาะกับเพื่อนๆ อยู่ด้วย”

ในเรื่องทัศนคติต่อความรัก ชีวิต และครอบครัวนั้น ปอพูดให้ฟังว่า

“หนูมีแฟนตลอดทั้งปีนะ มีแฟนตั้งแต่ ม.๑ - ม.๒ ที่ไม่ค่อยมีตังค์เพราะคนนี่จริงจังไปปกติไม่ค่อยจริงจังแค่คบผ่านๆ แล้วตอนนี้ก็ใกล้จะเลิกันแล้ว โสดไม่ได้อะคะ”

ปอเล่าให้ฟังเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อชีวิตตนเองว่า

“ปออะ รู้สึกเหนื่อยมาก ค้มแล้ว ที่เหลือคือทำอะไรชีวิต พอแล้วชีวิตนี้ เหนื่อย”

ผู้วิจัยถามว่าเหนื่อยเรื่องอะไร ปอตอบว่า “ก็ชีวิตมันเหนื่อยมากเลย”

ผู้วิจัยจึงถามต่อว่า

“แล้วพรุ่งนี้ไปโรงเรียนเรียนไหม ทำไมจึงนอนดึกจัง” (ขณะนั้นเวลา ๐๑.๐๐ น.)

“ก็เรื่อย ๆ อะคะ ไม่มีไรทำ มีเรียน แต่คงไปสายๆ อะ เพราะไม่รู้จะรีบไปทำไม”^{๒๑}

ชัน [นามแฝง] อายุราว ๔๕ - ๔๖ ปี เล่าให้ฟังถึงเรื่องราวชิปโปของตนในอดีตว่า

ผมจำได้ว่าประมาณปี ๒๕๑๙ ผมต้องเก็บเงินค่าอาหารกลางวันอยู่นานกว่าจะได้ชิปโปตัวแรก ชิปโปที่ขายตอนนั้นมีรุ่นเดียวคือ brushed chrome ข้างใต้จะมีก็ซีดก็ไม่สนใจเพราะไม่รู้ความหมายมัน ช่วงนั้นน้ำมันชิปโปไม่มีขายนะ ถ้าชิปโปก็ยังไม่ มียี่ห้อเดียวที่นิยมมาถึงปัจจุบันคือรอนสัน เวลาจุดบุหรี่นี้เฝ้าบอกใครเขี้ยว เพื่อนฝูงต่างมองด้วยสายตาเกรง แต่ทำเท่อยู่ไม่นานชิปโปตัวเก่งก็ถูกอาจารย์ฝ่ายปกครองยึดไป ไม่เป็นไรยึดได้ก็ซื้อใหม่ได้ ช่วงนี้ซื้อชิปโปไป ๔ - ๕ ตัว ที่ซื้อก็เพราะหายประจำ ไม่เคยใช้จนพังคามือสักที ตัวสุดท้ายซื้อปี ๒๕๒๓ ตัวนี้อยู่ได้นานกว่าตัวก่อนๆ เพราะเก็บในลิ้นชักมากกว่านำมาใช้ เนื่องจากไฟแช็กพลาสติกเริ่มเข้ามาแทนที่เพราะสะดวกซื้อ ใช้ และทิ้ง หายก็ไม่เสียดาย น้ำหนักไม่มาก ไม่ตุงกระเป๋ แต่สิ่งที่ไม่มีเหมือนชิปโปคือความรู้สึก สัมผัส และเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ กลิ่นของน้ำมันที่ลอยกระทบจมูก ผิวโลหะเรียบเย็นมือมีแต่ชิปโปเท่านั้นที่ทำให้รู้สึก เวลาผ่านไปชิปโปที่มีก็มากขึ้นถึง ๑๑ ตัว จนผมต้องบอกตัวเองว่าชักจะมากเกินจำเป็นแล้ว คนทั่วไปเขาคงไม่ทำกัน

^{๒๑} ปอ [นามแฝง]. สัมภาษณ์ผ่าน MSN, ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๕๐.

แล้วจะหยุดซื้ออย่างไร มันไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ที่ซื้อบ่อยเพราะราคาถูกกว่าในห้าง ถ้าราคามันพอกันคงไม่ซื้อมากขนาดนี้ ที่สำคัญคือผมพอใจไฟแช็กรูปทรงที่อู ๆ กลไกธรรมดา ไม่ซับซ้อน ลองเปิดฝาตังตัวในก็ตัวก็เหมือนกันหมด ไม่มีตัวไหนโดดเด่นกว่าตัวอื่น เมื่อก่อนเป็นยังงี้เดี๋ยวนี้ก็ยังเหมือนเดิม ไม่มีพัฒนาการเอาซะเลย แต่นี่ก็คือเสน่ห์ของมัน

ชีวิตที่ผ่านมาผมมีเรื่องมากมายที่ต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว ที่สำคัญต้องไม่เกิดผลเสียตามมา แต่ครั้งนี้ใช้เวลานานเพราะมีอารมณ์ ความรู้สึกด้วย สาเหตุที่ตัดสินใจเพราะสนุกที่ได้ซื้อชิปไปจากร้านประจำ ความสนุกอยู่ที่ชิปไปแต่ละแบบในร้านนี้มี ๑ ตัวเท่านั้น ขายไปแล้วก็คือหมด จะให้หาอีกไม่ได้ เพราะทางร้านไม่รู้ว่าจะลืดยังมีอะไร ของส่วนใหญ่จะหิ้วเข้ามา เจ้าของร้านเล่าว่าบางลืดยังไปซื้อไม่ทัน ร้านอื่นก็เลือกของสวยไปหมด ถ้าอยากได้ของดีก็ต้องตามเอง เหตุนี้ผมจึงสนุกกับการซื้อที่ร้านนี้มากกว่าในห้าง ผมก็เป็นแค่ผู้นิยมชมชอบชิปไปเท่านั้น ด้วยเหตุผลใดก็อธิบายยาก สรุปคือ ชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้นเอง

นนท์ [นามแฝง] อายุ ๒๓ ปี เรียนจบปริญญาตรีด้านกฎหมาย จากมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในขณะศึกษานั้นนนท์ตั้งวงเล่นดนตรีกับเพื่อนตามแหล่งบันเทิงในยามค่ำคืนมาตลอด นนท์จะเล่นตำแหน่งมือกีตาร์ประจำวง จนเมื่อไม่นานนี้นนท์บอกผู้วิจัยว่ากำลังเตรียมตัวสอบตัวทนาย จากนั้นจะศึกษาต่อเนติบัณฑิตฯ ตามลำดับ นอกจากนี้นนท์ยังพูดคุยกับผู้วิจัยและมักชักชวนให้ไปพบปะอยู่เสมอ ผ่านโปรแกรม MSN

"ดีครับพี่ ได้ซื้อไรเพิ่มป่าว ไม่ได้คุยกันนานเลย ตอนนี้กำลังหาชิปไปปีเกิด 1983 อยู่จะไปเหนือกะทันนายกปาวครับ เสาร์หน้าไปซัดเบียร์กันนะ"

ผู้วิจัยตอบว่า "มีงานหรือครับ ผมยังไม่รู้เลยว่าจัดที่ไหน"

"ที่ ถนน RCA ครับ ดูได้เลย ที่กระทู้พี่ทอง"

นนท์จะพยายามชักชวนผู้วิจัยให้ไปร่วมงานของชมรมฯ เสมอ "ดีพี่ ตกลงไปปะ"

"ครับ นนท์ จะพยายามเคลียร์งานให้ว่างนะ ขอขอบคุณครับ"^{๒๒}

อาชีพของสมาชิก : ภาพสะท้อนคนชั้นกลางในสังคม

นอกจากอาชีพของสมาชิกที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว ยังพบว่าสมาชิกส่วนใหญ่จัดเป็นชนชั้นกลางในสังคม สามารถเก็บเงินสะสมซื้อหาสิ่งของต่างๆ และร่วมกิจกรรมอื่นๆ ด้วย เช่น

ทอม [นามแฝง] อายุ ๒๒ ปี อาชีพนักดนตรีประจำร้านอาหาร

ธี [นามแฝง] อายุ ๒๖ ปี กล่าวว่า "ผมเป็นนักศึกษา ป.โท วิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งย่านฝั่งธนฯ ชอบเดินป่า ชอบกีฬายิงปืน มีปืนอยู่หลายกระบอกแต่ไม่ใช่ของผม เป็นของพ่อผมทั้งหมดเลยครับ S&W 686, 640 ,Colt combat, Cz 75 ไปยิงที่สนาม รด. สวนเจ้าเชตุ"

^{๒๒} นนท์ [นามแฝง]. สัมภาษณ์ผ่าน MSN, ๒๘ มกราคม ๒๕๕๐.

สมาชิกบางคนมีรายได้มากพอสมควรในการซื้อหาชิปไปราคาแพง นอกจากสะสมชิปไปแล้วจะใช้เวลาว่างกับงานอดิเรก หรือสะสมสิ่งอื่นๆ เช่น มีด ปืน เป็นต้น

พัฒน [นามแฝง] อายุ ๓๕ ปี ประกอบธุรกิจส่วนตัว “ผมเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ติดตั้งระบบ ออกแบบและก่อสร้างสระว่ายน้ำที่เกาะสมุย ถ้าท่านใดจะมาเที่ยวก็เชิญนะครับ นอกจากชิปไปแล้วยังชอบสะสมมีด อุปกรณ์เดินป่า กีฬายิงปืน ขอบธนูวิบาก บางครั้งก็จะขับกึ่งทัวร์ริง แวะพัก-กินไปเรื่อย ยินดีต้อนรับและขอบคุณทุกท่านที่ให้การต้อนรับครับ”

โมทย์ [นามแฝง] อายุ ๔๔ ปี กล่าวว่า “ผมทำงานธนาคารครับ นอกจากชิปไปแล้วชอบปืน มีอยู่ ๕ กระบอก ชอบนาฬิกา แต่ไม่ค่อยมีตังค์จะสะสมนะครับ”

ขณะที่แทนได้คุยโต้ตอบกับสมาชิกว่า “พี่โมทย์ชอบสะสมปืนเหมือนผมเลย ตอนนี้มีอยู่ ๔ กระบอก แต่หลังๆ ราคาสูง หาซื้อยากเลยหยุดไปก่อน สะสมชิปไปต่อดีกว่าครับ”

ตาม [นามแฝง] อายุ ๓๑ ปี ทำงานด้าน Graphic Designer

ประโยชน์ที่ได้รับจากชิปโป

ผู้วิจัยเห็นว่าความหมาย หรือสัญญาของชิปโปนั้นมีความหมายมากกว่าสรรพประโยชน์จากการใช้งานเพียงอย่างเดียว ที่นี้เราลองมาดูนิยามความหมายของชิปโปจากคำนิยามของคนเล่นชิปโปในชมรมว่าเป็นอย่างไร ดังนี้

วัน กล่าวว่า “ผมรู้สึกสนุกทุกครั้งนะที่ได้ลุ้นเวลาซื้อชิปโป ลองนึกดูเวลาไปตามตลาดของมือ ๒ แล้วเจอชิปโปตัวหนึ่ง หากอยากได้ต้องสำรวจให้ดี แล้วคำนวณเป็นจำนวนเงินที่เราจะจ่ายได้ สมมุติเจอรุ่นเงินแท้ สภาพยังดี ไม่มีรอยบุบ ถ้าของใหม่น่าจะขายห้าพัน แต่ราคาที่เรารู้ได้ที่สองพันห้า แล้วลองถามราคาเขา ตอนนี้ละอะดรีนาลินจะเริ่มสับสนแล้ว แต่ถ้าราคาออกมาที่สองพันห้าคุณก็ยังต่อได้อีก หรือถ้าสองพันก็ยิ่งดีเพราะยังงี้จะต่ออยู่แล้ว แต่เล่นอยู่ครับ สิ่งที่ได้จากชิปโปนั้นนอกจากจุดบูห์แล้วมันสนุกที่ได้ซื้อด้วยราคาที่เรารู้ใจ และบ่อยครั้งที่ได้ชิปโปใหม่ในราคามือสอง ที่สำคัญหากจะซื้อนั้นควรดูให้ดีว่าจริงหรือปลอม”

ออม [นามแฝง] อายุ ๒๒ ปี “พกชิปโปไว้โชว์หึงครับ ฮ่าๆ ล้อเล่น บางคนไม่ชอบบูห์ก็สะสมด้วยความชื่นชมในคุณค่า สำหรับผมสะสมเพราะชอบครับ จุดบูห์เป็นผลพลอยได้”

ทอง [นามแฝง] อายุ ๓๕ ปี เจ้าของอู่รถยนต์แห่งหนึ่งย่านสัมพันธวงศ์ กล่าวว่า

มันเป็นความชอบส่วนตัว และทำให้รู้จักกับอีกสังคมหนึ่งที่ชอบในทางเดียวกัน ซึ่งก่อให้เกิดสังคมที่บุคคลอื่นมองว่าไร้สาระ แต่ในกลุ่มที่สะสมนั้นก็กลับมองตรงข้ามโดยสิ้นเชิง การสะสมนั้นมันมีคุณค่าทางจิตใจมากกว่า ของแต่ละชิ้นที่เราได้มานั้นบางครั้งก็ยาก บางครั้งก็ง่าย เมื่อก่อนไม่ได้มีชิปโปมากมายอย่างนี้ และสังคมก็แคบมาก ผิดกับตอนนี้ซึ่งข่าวสารเปิดกว้างทำให้พวกเราได้รู้จักกัน นั่นละคือประโยชน์ที่ผมคิดว่าสำคัญที่สุด ก็คือเราได้รู้จักในสิ่งที่คิดว่ามีคุณค่า ในความคิดผมไฟแช็กก็คือที่จุดบูห์ มันไม่สามารถจะเพิ่มคุณค่าในตัวของมันได้หรอก

แต่เราทำให้มันมีคุณค่าได้ ถ้าคนที่ไม่รู้จักมันก็เหมือนไม้ขีดไฟดีๆ นี่เอง แต่คนที่มองเห็นสิ่งที่แฝงไว้ภายในหรือคุณค่าของมัน มันก็คือของที่มีคุณค่า แต่ถ้าคนที่ไม่รู้จักมันอธิบายมากแค่ไหน ก็เป็นได้เพียงที่จุดบุหรี่ ผมได้เห็นคุณค่าที่อธิบายไม่ได้ด้วยคำพูดและผมก็เป็นหนึ่งในหลายคนที่จะเห็นสิ่งนั้น ซึ่งเป็นคุณค่าทางใจครับ และถ้าคุณเห็นมันแล้วคุณอยากจะครอบครองมันล่ะชิปโป

การสะสมของผมคือการเก็บแล้วมีความสุข ถ้าเก็บแล้วมีทุกข์มันก็ไม่ใช้การสะสม ผมเริ่มจากการซื้อแบบราคาที่ถูกก่อนทำให้ไม่ลำบากในการใช้จ่าย แล้วค่อยเก็บรุ่นที่ต้องการ มันจะทำให้เรามีความสุขในการเก็บสะสมครับ

อาร์ [นามแฝง] อายุ ๒๑ ปี กล่าวสั้นๆ ว่า “ชิปโปเป็นมากกว่าเพื่อน แต่ไม่ใช่แฟน”

ต้อง [นามแฝง] อายุ ๓๖ ปี กล่าวถึงการสะสมชิปโปแล้วมีความสุขทางใจว่า

ผมว่ามันเหมือนการสะสมอะไรสักอย่างของนักสะสมนะ เช่น สแตมป์ นาฬิกา แบริ่งเก่า แบบสุขทางใจนะ แต่ที่รู้สึกได้คือมันเป็นของใช้ที่จำเป็นอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะคนที่ชอบเที่ยวป่า เขาเล่าว่าไฟต้องมีไว้เลยละ อีกอย่างมันจำเป็นมากสำหรับคนสูบบุหรี่ มิฉะนั้นจะหงุดหงิด เวลาสูบบุหรี่แล้วต้องเดินหาคนที่กำลังสูบบุหรี่อยู่เพื่อขอต่อไฟ อ้อ! ในบทความของนายกแทนจำได้ว่าทหารอเมริกันรอดตายเพราะศัตรูยิงไปโดนชิปโปในเสื้อ สรุปว่ามันมีประโยชน์อย่างน้อยก็เอาไว้ลั่นตุ๊ดเพื่อนให้มันไม่่วงนอนเวลาจำเป็นได้

บีม [นามแฝง] เล่าให้ฟังถึงเหตุการณ์หนึ่งที่รู้สึกภาคภูมิใจในชิปโปของตนเองว่า

ครั้งหนึ่งผมไปมีนบุรี ซึ่งไม่ใช่ถิ่นของผม ต้องไปในซอยเปลี่ยว ขาเข้านั่งแท็กซี่ แต่ขาออกนี้ต้องเดินเพราะไม่มีรถเข้า ระหว่างเดินออกไกลโคตร ผมจุดบุหรี่สูบ เดินริบๆ เกือบถึงปากซอย ดันเจอกลุ่มวัยรุ่น อายุราวสิบเจ็ดสิบแปด (พวกเด็กแว้น^{๒๓}) เกือบสิบคน ทั้งเปลี่ยวทั้งมืด มีเด็กคนหนึ่งเดินเข้ามาทำท่าจะหาเรื่อง (เพราะกร่างมาก) ผมก็ทำแบบปกติแต่ใจสั่นนิดหน่อย เด็กนั้นก็พูดว่า “พี่ชอบบุหรี่ตัวดี” ผมหยิบชิปโปขึ้นมาจุดให้ เพื่อนเขาก็แซวว่า ‘โอ้ มีชิปโปด้วย’ ผมมองไปที่กลุ่มนั้นทำหน้าตาอย่างเหนือกว่า จินตนาการอย่างภูมิใจว่าเรามีชิปโปด้วย จากนั้นผมก็เดินอย่างปลอดภัยจนถึงปากทาง สรุปว่าชิปโปมีประโยชน์เอาไว้ชูครับ

ยม [นามแฝง] อายุ ๓๑ ปี มองว่าการออกแบบชิปโปนั้นเป็นเรื่องของศิลปะ “ผมว่าเป็นความงามทางศิลปะอีกอย่างหนึ่งนะครับ ได้เห็นความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างออกมาแต่ละชิ้นงาน ทำให้คนที่รักและชอบในสิ่งเดียวกันได้มาเจอกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้”

^{๒๓} เป็นศัพท์แสลง หมายถึง “กลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบการแข่งขันรถจักรยานยนต์ในยามค่ำคืน”

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก

หลายคนในชมรมเข้าสู่กระดานสนทนาเพื่อต้องการรวมกลุ่ม บางคนพอได้พูดคุยกัน แล้วถูกคอก หรือที่พำนักรอยู่ใกล้เคียงกัน นำมาสู่การติดต่อสร้างความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง

“พี่วันขายของอยู่ที่ตลาดรัชดาประจำปะครับ อยากจะแวะไปหาบ้างจัง” (อาร์)

“ไม่เหวี่ยงครับ ไป ๒ ครั้งเองครับ เอาชิปไป กับ TAG HEUER ที่สะสมไปนั่งขายเล่นๆ อะครับ เสาร์นี้ก็ไปอีกครับ อีๆ ขำๆ ครับ” (วัน)

“โห พี่วันสะสมแทคด้วยหรอเนี่ย” (อาร์)

“มีไม่เยอะหรอก ซื้อมาใส่เบือแล้วก็ขาย อีๆ อยากได้ก็หาซื้อมือ ๒ เอาอะ”^{๒๔} (วัน)

“วันนี้ไปที่ตลาดรัชตามาครับ เอา TAG กับชิปไปขายครับ เพราะวันนี้ไม่มีงาน ะไปขำๆ ครับ เจอคุณอาร์ คุณอม คุณวุฒิด้วย ช่วยค่าข้าวผมได้หลายมื้อเลยครับ แม้มีการใช้นิ้วเคเรตติดกันบ้าง (ไม่ใช่บัตรนะ) แต่ก็ขอบคุณทั้ง ๒ ท่าน เสียขายผู้เฒ่าทองตันมาไม่ได้ เห็นบอกว่าจะมาตามมา สงสัยไปเล่นอะไรพิสดารหกล้มหัวฟาดอย่างเลยมีนมาไม่ได้ โอกาสหน้าท่านใดว่างไปเจอกันได้นะครับ ผมไปขายแบบฮาๆ กลับบ้านมามีนตริบเลยครับ” (วัน)

“อะไรกันตาวัน ออมมันชอบใช้นิ้วหรอ สงสัย...ไม่สู้ดี เทอๆ” (นนท์)

“ลายนิ้วมือนั้นชัดอะครับ ไม่เคยบิ้มที่ไหนมาก่อน ฮ่าๆ หายไปนานเลยพี่นนท์ อยู่ไหนมาเนี่ย” (อม)

“เดี๋ยวก็ไม่จ่ายซะเลย แหม จะไม่แปะได้ใจบรรยายสรรพคุณซะขนาดนั้นอะ” (อาร์)

“โห คุณอาร์จร ก็พอมบอกว่า ตูดตัน คุณก็กดมา ๑๘๐ เลยนี่นา อีๆ” (วัน)

“ผมไปถึงที่หลังเลยไม่มีอะไรแล้ว ก็เล่นเก็บใส่กระเป๋ากันไปคนละ ๒ - ๓ ตัวแล้ว ถ้าน้องอมเบือ Jack Daniel's เมื่อไรบอกผมด้วยนะครับ จะขอซื้อต่อซักสี่ห้าร้อย” (วุฒิ)

“ขอบพระคุณท่านอาร์จร ด้วยนะครับ ที่ชำระค่าเสียหายเรียบร้อยแล้ว ส่วนท่านอมไม่เป็นไรนะครับ ไม่ต้องรีบ รอได้ครับ (มากอดตื้นนิดๆ อีๆ)” (วัน)

พื้นที่ในกระดานสนทนา ไม่เพียงแต่เป็นพื้นที่ในการค้าขาย หรือคุยเรื่องชิปไปเพียงอย่างเดียว พื้นที่ดังกล่าวยังเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยน ให้คำปรึกษากันระหว่างสมาชิก ผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างกรณีพบบ้าน ๒ คน พูดคุยกันถึงเรื่องราวในบ้านและการเล่นชิปไป ดังนี้

^{๒๔} NUMBER1, ถึงสมาชิกใหม่ทุกท่านและที่ยังไม่ได้เป็น [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 9

ว่าจะสั่งชิปโป้อีกอัน แต่ต้องทิ้งระยะสักพัก เพราะเดี๋ยว ผบ.ทบ. คุณเธอจะด่าเอา ไฟเช็กอะไรกัน อันนี้ตั้งเป็นพัน ออ ออ เนอะที่ตัวเองซื้อเสื้อผ้า กระเป๋า หมาเงินตั้งเยอะไม่บ่นสักคำ ทำไปทำมาก็เข้าโหมดบ่นคนที่บ้านซะงั้นเรา (กอล์ฟ)

คุณกอล์ฟไม่ต้องไปสนใจคำบ่นของ ผบ.ที่บ้านหรอก ผมมีวิธีดี ๆ นะ เอาวิธีผมไปใช้มั้ย?

๑. ซื่อให้เป็นกิจวัตรประจำเดือนซิ เก้าบ่นได้ซัก ๒ - ๓ เดือนก็เบื่อไปเองแหละ

๒. อย่าแสดงอะไรให้เค้าเห็นว่าเราเป็นพ่อบ้านแสนดีมากเกินไป เพราะเมื่อไหร่ที่คุณแค่นี้ น้อยลงความซวยก็จะมาเยือนแล้ว ในทางตรงข้ามถ้าคุณตามใจตัวเองบ่อย ๆ จนมันเบื่อ เวลาคุณตามใจเค้าบ้างเท่านั้นละ 'เหนื่อยไหมพ่อ จะเอาอะไรไหม เดี่ยวจัดการให้' 'เสียวโย้ย..!'

๓. ถามเค้าว่าจะให้เรามีความสุขกับชิปโปอยู่ที่บ้าน หรือให้แอบไปมีความสุขกับกิ๊กข้างนอก (อันนี้เสี่ยงหน่อย เวลาพูดก็ดูทิศทางลม ร่มเงาไม้หน่อยนะ อย่าพูดตอนเค้าอยู่ในครัวจะมีดอาจบินมาหาได้) ลองดูนะครับ เพราะผมใช้วิธีแรกได้ผลดี ไม่เห็นแฟนผมมันพูดอะไรอีกเลย นอกจาก 'ปีที่โรงเรียนลูก เค้าไม่ให้เอาชิปโปไปจ่ายค่าเทอมอะ ทำยังไงดี' (ต้อง)

ถูกใจคุณต้องจัง ขอบคุนแนวคิดคุณต้องมาก ชักวันคงเป็นวันของเรา ลู..! (กอล์ฟ)

ชิปโป : ในกระดานสนทนาออกซมรม

นอกจากคนเล่นชิปโปในซมรมแล้ว ผู้วิจัยจะเสนอให้เห็นเรื่องราวของชิปโปในกระดานสนทนาอื่นๆ บ้าง แม้จุดประสงค์ของกลุ่มคนอื่นๆ ในส่วนนี้มิได้พูดคุยหรือสนใจชิปโปเป็นประเด็นหลัก แต่ก็ทำให้เห็นทัศนคติ มุมมองต่างๆ ของ “คนนอกซมรม” ที่มีต่อชิปโป

ในพื้นที่หน้าเว็บผู้จัดการที่เคยสัมภาษณ์และนำเสนอเรื่องราวของซมรมชิปโปในเมืองไทย นอกจากความเห็นที่เคยกล่าวไปในข้างต้น (ที่มองว่าเป็น “พวกขี้ยา”) แล้วยังมีความเห็นอื่นๆ จากคนนอกซมรมมองกลุ่มซมรมชิปโป ดังนี้

“เคยเห็นชิปโปลายกันดั้มที่ร้าน LOFT สวยดี แต่แพงไปหน่อย” (จิ้งจิง)

“ขอบคุณที่เอาเรื่องดีๆ มาลงให้อ่านครับ” (555)

“ลองเข้าไปดูเว็บของเค้ามาแล้ว ได้ข้อมูลดีดีเกี่ยวกับชิปโปเพียบเลย เพราะตอนนี้ผมก็สะสมอยู่เหมือนกัน ดูแล้วอยากสะสมอีก ขอให้เว็บอย่างนี้อยู่ต่อไปอีกนานๆ คนไทยจะได้ไม่โดนหลอกจากพวกชอบขายของปลอม ขอเป็นกำลังใจให้คุณแทนด้วยครับ” (zippofan)

“ดีจังเลยครับ คนจ๋าได้รู้จับเว็บมากขึ้นอะครับ” (กอล์ฟ)

“ชิปโปนี้ผมก็สะสมอยู่ แต่ขาดข้อมูลและผู้ชี้แนะครับ ขอบคุนครับ” (นก)

“น่าสนับสนุนครับ ของดีๆ แบบนี้ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เป็นสิ่งหรรพ์ควัน แต่ก็สามารถสะสมได้ครับ ZIPPO คือ ตำนาน” (biggycat_49@yahoo)

“ไม่ได้สะสมครับ แต่มีใช้อยู่อันหนึ่ง รู้สึกมันมีคุณค่ามากเมื่อมันถูกจับมาบวกกับความผูกพันกับความทรงจำบางอย่าง พอได้จุดที่ไร ก็นึกถึงเหตุการณ์ในอดีตทุกครั้ง มันจึงมีคุณค่ามากกว่าไฟแช็กธรรมดาครับ” (ชอบชิปโปเช่นกัน)

“เจ๋งเป้งมากเลย หาได้ไงนายสุดยอด” (เคลรี เจตเฟอร์)

“ดื้ออยู่ ึ้นๆ เหละ” (ซินดี้)^{๒๕}

ในกระดานสนทนาอื่นๆ ก็มีกระทู้ที่อยากทราบข้อมูลต่างๆ มีผู้คนพูดคุยกันเกี่ยวกับชิปโปบ้าง ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่แตกต่างไปจากชมรมชิปโป เช่น Pantip.com พูดคุยกันว่า

“ขออนุญาตเรื่องนะครับ อยากรู้ว่าชิปโปของแท้ดูยังไง คือจะซื้อเป็นของขวัญให้ญาติผู้ใหญ่คนหนึ่งเค้าชอบสะสมไฟแช็กและปากกา รู้ว่าไฟแช็กดีๆ ก็ยี่ห้อชิปโป แต่อยากทราบว่าของแท้ใหม่ ผลิตในประเทศอะไร เพราะพี่ของเพื่อนผมบอกของแท้ต้องเยอรมัน แต่ไปดูที่ห้างเขียนว่า USA เลยชักไม่แน่ใจครับ” (ชงโค ฟาใส)

“สมัยเป็นหนุ่มใช้อยู่ถ้าจำไม่ผิดให้ดูที่ขีดที่ติดไฟแช็ก ถ้าขีดเดียวเป็นของ USA ถ้า ๓ ขีดจะไม่ใช่ของ USA ZIPPO ของแท้ต้อง USA คร้าบ” (ยุ่งด้วยคน)

“ความเชื่อโบราณไม่เชื่อก็อย่าลบหลู่ ชื้อไฟแช็กให้ก็เหมือนกับให้ “ไฟ” (ความร้อน เผาผลาญ) ถ้าให้กับคนรุ่นเก่า อย่าให้ บางคนถือ แต่มีวิธีแก้เคล็ดคือทำแบบขายครับ ชื้อเป็นของขวัญให้แต่ขอเงินกลับ ๑ บาท แปลว่าไม่ได้ให้ครับ เค้าซื้อจากเรา ๑๒. มีอีกอย่างหนึ่งคือผ้าเช็ดหน้า อย่าซื้อให้เป็นของขวัญ คนโบราณถือว่าเอาไว้ซับน้ำตา” (Land Speed)

“ขีดที่ติดเป็นรุ่นครับ เป็นเลขโรมันก็มี แต่ขีดเดียวนี้เป็นรุ่นเก่า หายากครับ ต้องดึงออกมาดูเหมือนตอนเติมน้ำมันไฟแช็กครับ จะสลักที่ใส่ในว่า BRAFORD by ZIPPO USA ประมาณนี้อะนะ แล้วก็ที่กล่องมีใบการันตีถ้าจะเป็นของขวัญน่าจะหาที่เป็นรุ่นพิเศษนะครับ เพราะรุ่นธรรมดาไม่น่าจะไม่แพง ดูไม่ค่อยมีค่าเท่าไร ลองหาที่เป็นลายแปลกๆ พวกสีๆ ก็ดีครับ หรือที่เป็นทองเหลืองขัดเงาก็ได้ เผื่อวันไหนมันหมองๆ แล้วเขาหยิบมาขัดเงา จะได้นึกถึงเรา

“แล้วชิปโปของจีไอที่ไปรบเวียดนาม เห็นเขาว่าใช้มีดพกแกะเอา ก็สวยบ้าง ไม่สวยบ้างตามฝีมือทหารที่แกะให้อะนะ เคยเห็นขายที่มาบุญครองเหมือนกันแต่นานแล้วนะ มีหลายสิบอันเลย แต่ไม่สวยซักอัน ก็เลยไม่เอาซักอัน” (เด็กบ้านหม้อ)

“ปกติจะมีกล่องกับคู่มือให้ด้วยครับ ถ้าเป็นรุ่นพิเศษๆ กล่องก็จะสวยกว่าธรรมดา ผมไม่ได้เล่นไฟแช็ก แต่ซื้อลายสวยๆ เก็บไว้บ้างเหมือนกัน” (Helter Skelter)

^{๒๕} ผู้จัดการรายวัน, “ชิปโป” เสน่ห์เหนือกาลเวลา ของสะสมของคนมีไฟ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒ กรกฎาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9490000089049>

ทั้งนี้ก็พบข้อความของสมาชิกชมรมคนหนึ่งเข้าไปประชาสัมพันธ์เว็บของชมรมว่า

“ถ้าคุณได้เข้าไปดูในเว็บคนรักชิปโปไทยแล้วน่าจะให้ความกระจ่างมากที่สุดเกี่ยวกับชิปโป ความคิดที่ว่าชิปโปแท้หรือเก๋าต้องมีขีดเดียว หรือความเข้าใจผิดต่างๆ น่าจะหมดไปจากคนไทยซะที ไม่ได้โฆษณาให้เค้าแต่ผมก็เป็นสมาชิกของชมรมนี้เหมือนกัน เค้ามีขายของด้วย แต่อยากให้เราเข้าไปหาข้อมูลและศึกษารายละเอียดก่อนดีกว่าครับ” (muanokmuanjai)^{๒๖}

๑. ในกระดานสนทนาของชมรมมิดไทย

ชมรมมิดไทยนั้นสมาชิกเกือบทั้งหมดเป็นเพศชาย มักพูดคุยกันเกี่ยวกับเรื่องกิจกรรมที่พวกเขากระทำกันว่า “กิจกรรมของผู้ชาย” เช่น มีด ปืน ตะเกียง การเดินป่า ผจญภัย การตกแต่งรถ รวมไปถึงการจัด Camp ก่อกองไฟ อุปกรณ์ที่ใช้จุดไฟ และชิปโป

“ไฟแช็ก เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผมชอบมาก โดยเฉพาะ Zippo นี่ชอบเป็นพิเศษ ส่วน Dupont หรือ Dunhill นี่ไม่ค่อยชอบเพราะดูแก่เกินและหรูหราเกินไป เมื่อก่อนพอเห็นก็ต้องซื้อไว้โดยที่ผมไม่สูบบุหรี่ แต่ซื้อมาแล้วไม่ใช้ก็ไม่ใช้ผม เลยหาเรื่องใช้โดยพกไว้ต่อบุหรี่ให้เพื่อน ชิปโปจะก็ขีตนั้นผมไม่สนใจ ขอให้บอกดีถูกใจเป็นพอ ไม่ได้เล่นถึงขนาดสะสมต้องรู้แน่นั่นรู้แน่นี้ ถ้าสะสมผมคงจนกว่านี้แน่ เพราะ Zippo ออกมาเยอะ แถมเดี๋ยวนี้ของปลอมผลิตได้เหมือนของจริงมาก ผมเคยซื้อรุ่นปลาติดอยู่ที่ไฟแช็ก นึกว่ารุ่นพิเศษ พอกลับมาดูที่บ้าน ‘เฮ้ย เกินหัว’ โดยสังเกตจากไส้ไม่มีลวดทองแดงถักให้ไส้ตั้ง ตัวหนังสือก็บ้มนิด ไม่ถูกที่ เมื่อเทียบกับของจริง ‘แบบเคลือบสีถลอกแล้วไม่สวย แบบติดโลโก้แฉะและหลุดได้ แบบมีลายราคาแพง’ ตอนนั้นมาจบที่บอกดีแสดนเลสเรียบๆ ไม่เน้นลาย โดยผิวสัมผัสเป็นผิวด้าน ถ้าผิวมันก็สวยแต่จับที่ไรต้องเซ็ดลายนิ้วมือออกทุกที ถ้าใช้ทุกวันผมว่าดีเลย แต่ถ้านานๆ ใช้ที ก็ใช้แบบถูๆ ดิกว่า ไม่ต้องเติมหมดก็ทิ้ง หยิบขึ้นมาจุดไฟก็ติดทุกที ถ้าเป็น Zippo เติมน้ำมันไว้ไม่ได้ใช้ก็ระเหยหมด” (007)

“ผมเห็นลายการาบาวด้วย ตอนแรกงงๆ ว่าจ้างผลิตหรือ ดูแล้วก็สวยดี” (RaNGeR)

“ลายการาบาวไม่ได้จ้างผลิต แต่เป็นหนึ่งในเกียรติภูมิของศิลปินไทย ที่มีภาพปรากฏบนไฟแช็กชิปโป เช่นวงดนตรีดังๆ ระดับสากล” (DICK)

“ผมก็ชิปโปเหมือนกัน มีเก็บอยู่ ๑๐ กว่าอัน แต่ไม่แน่ใจว่าไว้ไหน เดี่ยวไว้คันเจอแล้วจะถ่ายรูปมาโชว์ครับ” (sarapud man)

“นึกว่าไม่มีใครตั้งกระทู้ซะแล้วกลัวแอนตี้ขี้ยา ผมชอบชิปโปครับ นี่ก็พอมีเก็บบ้างทุกๆ อันใช้หมด วนกันไป เพราะออกทะเลบ่อยๆ ชิปโปก็กันลมดีมาก” (uncle jessy)

“แบบกันลมก็แบบแก๊สฟูๆ อะพีชิปโปก็กันได้ดีเพราะกระบังมันสูง” (007)

^{๒๖} ขออนุญาตเรื่องหน้อยนะครับ อยากรู้ไฟแช็ก Zippo ของแท้ยังไง [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑ พฤษภาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://topicstock.pantip.com/ratchada/topicstock/2006/08/V4659687/V4659687.html/>

“ชอบเหมือนกันไอ้ฟูๆ นะแต่มักจะรั่ว วัสดุที่ทำพังตามเวลา เสียหายมากๆ หหมดแล้วอัดแก๊สไม่เข้า สรุ๊ป zippo นี่ละ MAN มั๊กๆ รอชมของคุณสาราพัตอยู่นะฮะ” (uncle jessy)

“รสนิยมการใช้ไฟแช็กของผมปรับเปลี่ยนตามกาลเวลา เริ่มจากรอนสันเพราะเป็นมรดกจากผู้ใหญ่ จนหลังๆ รู้ว่าหายากจึงเก็บเข้ากรุ แต่ก็ใช้จนโทรมนะ เปลี่ยนมาใช้ชิปโปกะเค้ามั่ง ของแท้หายไประสองอันแล้วจนมาได้ชิปโปเก ใช้จนโทรมก็ไม่ยอมหายสักที วางทิ้งไว้เด็กยังเก็บมาคิน สงสัยกลัวบาดทะยัก และเนื่องจากภวาระน้ำมันแพง เมื่อก่อนน้ำมันรอนสันกระป๋องละสิบกกว่าบาท เบนซินก็ลิตรละสิบกกว่าบาท เดี่ยวนี่รอนสันกระป๋องละยี่สิบกกว่า เบนซินก็ขยับมาใกล้เคียง กัน บางวันไม่มีเงินเติม น้ำมันหมด ลืม หรือซื้เกียจพกชิปโป ผมก็จะใช้ ‘ดูปอง’ (เคาะขวดถึงจะดังปอง) บางทีพอเข้ามินิมาร์ท ตอนคิดเงินพนักงานมักถามว่า ‘รับไฟแช็กเพิ่มไหมคะ’ ผมก็ต้องสำรวจความน่าสนใจของคนขาย เอ๊ย สินค้า จนมีไฟแช็กเพียบอย่างที่เราเห็นครับ” (แวบมา)

“แสดงว่าคุณแวบมาเข้าร้านเดิมบ่อยมากๆ ละซี” (uncle jessy)

“เรียนท่านเจสซี่ หากเราเด็ดดอกไม้ออกจากต้นเดียว ซ้ำๆ กันทุกวัน ที่ไหนมันจะออกทันให้เราดมได้ทุกวัน ต้องผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนเด็ดหลายๆ ต้น เพื่อความสมดุลครับ” (แวบมา)

“ผมมี zippo รุ่น black ice อยู่อันหนึ่งเป็นของเก่าสีถลอกหมดแล้วว่าจะ paint ลายใหม่ ไม่ทราบว่ามีที่ไหนแนะนำไหม” (ที)

“ผมเก็บชิปโปรุ่นเก่า มีของฮาเลย์ กับของทหารจีไอ” (sarapud man)

“มี ZIPPO ของปู่ สลักเป็นกองพลเสือด่า พร้อมยศ, ชื่อ-สกุล เดี่ยวผมไปหาก่อนจะถ่ายมาลงมั้งครับ เห็นปู่ว่าเขาทำแจกตอนไปรบ” (hans)

“สวัสดีพี่ๆ ขอร่วมชื่นชมไฟแช็กด้วยครับ พี่สาราพัตนี้มีของสะสมหลายรูปแบบนะครับ ชักสนใจจะเก็บสะสมชิปโปบ้างแล้ว พี่ๆ ช่วยกรุณาแนะนำร้านให้ด้วยครับ ทั้งของใหม่และของเก่า ขอขอบคุณล่วงหน้าครับ” (นายทะนง)

นอกจากจะการพูดคุยกันเรื่องชิปโปแล้วยังมีการกล่าวถึง “พนมเทียน” ผู้เขียนนวนิยายเรื่อง “เพชรพระอุมา” และการประชาสัมพันธ์กับชมรมคนรักชิปโปเมืองไทยด้วย ดังนี้

“คือว่าครูพนมเทียนให้ชิปโปเหี่ยวๆ ผมมาอันหนึ่ง สภาพค่อนข้างสาหัส สปริงตอกแตกหัก บานพับงอแงมาก อยากจะซ่อมครับ เพราะเป็นไฟแช็กอันโปรดที่ครูใช้ติดตัวตลอดช่วงที่เขียนเพชรพระอุมาทั้ง ๒ ภาค พอเจ้ท่านก็เปลี่ยนไปใช้ดินฮิล กับไฟแช็กพลาสติกใช้แล้วทิ้ง แล้วก็เลิกสูบไปในที่สุด เพื่อนๆ พอจะทราบไหมว่าพอจะซ่อมที่ไหนได้บ้างครับ” (ชมจันทร์)

“โทร XXX บอกสาราพัตแนะนำมาครับ แกเป็นเจ้าของเวปคนรักชิปโปในสยามมาก บ้านอยู่แถวสามพราน มีอะไหล่ใหม่ทุกชิ้น ที่สำคัญเป็นคนบ้าชิปโปเข้าขั้นเลยครับ” (สาราพัต)

“ชิปโปช่าง + อะไหล่หาง่ายออก คุณสาราพัตเขาเล่นจริงจังครับ แต่อยากเสริมหน่อยว่าถ้าไปเองจะได้ดีมาก เพราะอะไหล่แต่ละรุ่นอาจมีรายละเอียดแตกต่างกันบ้าง” (bancha)

“ขอบคุณครับ แต่ตอนนี้ยังแยะอยู่แค่ออกไปปากซอยยังลำบากเลยครับ” (ชมจันทร์)

“สวัสดีครับรักษาสุขภาพแล้วก็หายดีไว ๆ นะครับ” (อสุรไรใจ)

“ผมยินดีจัดการให้ คุณชมจันทร์ ฝากมาให้ผมเลย โทรหาผม XXX ครับ” (สราฟัด)

“สวัสดีครับ สราฟัด ผมก็เป็นสมาชิกชมรมชิปโปเหมือนกันครับ” (appaloosa)

“เมื่อคืนเพิ่งคุยกันยาวเลย เพื่อนท่านนี้อยู่สมัย ใครแวะผ่านไปเยี่ยมเยียนกันได้ ผมชอบความคิดหลาย ๆ ด้านของเพื่อนท่านนี้ครับ” (สราฟัด)

“ขอบคุณครับคุณสราฟัด คงจะได้เจอกันทีงานฯ ผมจะเอาติดไปด้วย” (ชมจันทร์)^{๒๗}

๒. ไฟแช็ก ZIPPO มั่นใจจริงไหม ?

กระดานสนทนาบางแห่งก็พูดถึงถึง “ชิปโป” ว่ามีคุณภาพ ทนทาน และคุ้มค่าสมคำร่ำลือหรือไม่ ก่อนจะหามาใช้เองจึงเข้ามาสอบถามความเห็นของคนอื่นๆ จากกระดานสนทนา

“แต่ก็คงดีละไม่จริงคงอยู่ไม่ถึงปัจจุบัน เห็นว่าจุดตอนฝนตกได้ กันลม ไม่รู้กันพายุ้มั้ยว่าจะลองดู พอดีเห็นแวบๆ ในบ้าน ใครเคยใช้แบบเอาท์ดอร์ มาเล่าสู่กันฟังหน่อย ผมเคยใช้จุดเทียนเล่นในบ้าน กลัวหายเพราะของคนอื่น ที่ถามเพราะตอนเย็นไปจุดเตา ไฟแช็กหมดอีกแล้วชอบตรงที่มันเติมน้ำมันง่ายดีอะ ดูมันหลักการเดียวกับตะเกียงเลยทำจะจุดได้นาน” (kitcamp)

หลายความเห็นของผู้ที่เคยใช้งานก็ออกมาแสดงทัศนะว่า

“น้ำหนักรันเทียบเท่าแบบแก๊ส ๓ - ๔ อัน การเติมน้ำมันเมื่อเทียบกับแบบแก๊ส ต้องเติมน้อยกว่าถึง ๓ - ๔ เท่า น้ำมันอาจหมดโดยไม่บอกกล่าว แต่แบบแก๊สจะมองเห็นได้จากความใสของตัวชิปโป เวลาเติมน้ำมันจนล้นแล้วพกดัตว์ น้ำมันจะไหลเยิ้มออกมากัดผิวหนังระคายเคือง ราคาสูงเกิน เพราะซื้อแบบแก๊สได้ ๕๐ - ๑๐๐ อัน เราเลือกใช้แบบแก๊สใช้แล้วทิ้ง ๒ - ๓ ห่อไว้ตามที่ต่าง ๆ ถ้าอยากได้แบบกันลมก็ใช้หัวฟู่ของเงินแดงร่อยกว่าบาทเอง” (Dick)

“too expensive...i think” (ตัวโน้ต กระเหรี่ยงน้อย ตกนรก)

“ผมนึกว่าไม่ต้องเติมน้ำมันบ่อยชะอีก แต่ชอบที่ทนลมกับฝนได้อะ งั้นไปซื้อแบบสามอันสิบมาใช้เหมือนเดิมดีกว่า” (kitcamp)

“จำได้ว่าเห็นคุณย่าใช้มาตั้งแต่เกิดจนท่านเสียชีวิตเลยละ เรื่องความคงทนคงไม่ต้องพูดถึง นอกจากความเท่แล้ว สรรพคุณคงเหมือนที่ไม่ไว้จริงนะละ ว่าจุดติดได้แม้มลจะแรง ว่าแล้วมันน่าจะยังอยู่ที่ไหนสักแห่งในบ้านนั่นแหละ” (เฮียบโค)

“เห็นในหนังเค้าจุดแล้วขว้างใส่น้ำมันในคลังแสงให้ระเบิดก็ยังไม่เห็นดับนะ เมื่อก่อนผมใช้ใส่ในกระเป๋ากางเกงโคตรเสียวเลย ผ่าตรงกระเป๋านี้เปื่อยเลยนะ ต้องระวังน้ำมันกัด” (4)

บางคนก็แสดงความเห็นว่าเปรียบเสมือนเครื่องประดับของเพศชายที่ดี

^{๒๗} ชมจันทร์, เลิกสูบบุหรี่มา ๖ ปีแล้ว แต่ขอถามเรื่องไฟแช็กชิปโป [ออนไลน์],

เข้าถึงเมื่อ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://www.konrakmeed.com/webboard/upload/?showtopic=2094&st=0&p=35459&#entry35459>

“อายุชัย + ทนทานนี้ให้ร้อยเลย เพราะเห็นของพ่อใช้งานมานานมาก จนผู้ใช้เบื่อไปเอง (เพิ่งหายไปเมื่อไม่นานนี้) สมัยปี '70 ถ้าใครมีชิปโปติดตัวนี้แหละเปิด แม้มิใช่สิ่งหอมหวานก็ยังพกไว้ รูปลักษณะภายนอกนิ่งามมาก ส่องประกายแวววับ เหมือนเครื่องประดับบุรุษเพศ ส่วนเรื่องลมกับฝนนี้ผ่าน เคยเห็นพ่อเอาเข้าไปจุดในป่าใช้ได้เลยละ ส่วนพายุไม่เคยเจออะ” (เฟื่อง) รวมทั้งยังเกี่ยวข้องกับความเท่ สะท้อนรสนิยมของคนไทยในอดีต (โก๋รุ่นเดอะ)

เวลาเอาไปไหนผมต้องพกน้ำมันรอนสันไปด้วย ไม่รู้มานานๆ ใช้ทีรีเปล่า น้ำมันระเหยหมด พวกที่สูบบุหรี่เขาเติมกันบ่อยๆ เลยใช้ได้ น้ำมันของชิปโปก็มีที่ JJ กระป๋องละเกือบร้อยไม่รู้ขายได้ไง รอนสัน ๒๕ บาทเอง จุดแล้วเป่าลมไฟก็ไม่ดับง่าย ๆ เพราะมีแผงบังลมไว้ รุนธรรมดาก็ ๕๐๐ - ๖๐๐ อย่าเป็นรุ่นลวดลายก็แล้วกัน จะให้เท่แบบโก๋รุ่นเดอะต้องเปิดและจุดได้ด้วยมือเดียว ตบกับขาทางเกวไปข้างหลังเพื่อเปิดฝา ตบกลับมาให้ขีดไฟ (นาย ส.)

๓. คลิปจีบสาวด้วยชิปโป

“Zippo ก็คือไอ้ไฟแช็กอันใหญ่ๆ แพงๆ ใจครับ สำหรับคนที่อยากเพิ่มสีสันให้กับชีวิตเดี๋ยวนี้ผมเห็นพวกวัยรุ่นชอบใช้ แล้วเขาจะมีท่าไม้ตายในการใช้ของเขา เพื่อเพิ่มเติมเสน่ห์ให้กับตนเอง” (โจอี้) พร้อมเปิด Clip Video ท่วงท่า (Tricks) จากชิปโปผ่านกระดานสนทนาบางคนไม่สนใจ “กะอีแค่ไฟแช็ก ประสาทกลับ ควาย” (เกรียนเทพจุติ) แต่ก็มีคนที่สนใจ “มีขายที่ไหน และราคาประมาณอันละเท่าไรครับ” (จักรพรรดิ)^{๒๘}

๔. การประมูลชิปโปเพื่อหารายได้เข้าชุมชน

นอกจากนี้ในกระดานสนทนาของกลุ่มคนที่ชอบตกปลา ได้นำชิปโปออกประมูลเพื่อทำกิจกรรมที่ (คนในสังคมส่วนใหญ่มองว่า) เป็นประโยชน์ เพราะช่วยเหลือชุมชน ชิปโปก็เปรียบเสมือนวัตถุหนึ่งที่มีค่า แลกเปลี่ยนกันกับเงินในการประมูล

“เป็นไฟแช็กยี่ห้อชิปโปครับ ของแท้ มีใบรับประกัน เป็นของที่ผมใช้อยู่เป็นประจำครับ สภาพประมาณ ๙๕ % ขอเริ่มราคาที่ ๕๐๐ บาทครับ โดยจะเพิ่มครั้งละ ๕๐ บาท และขอสิ้นสุดการประมูลวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๔๘ เวลาเที่ยงคืนครับ ล้อ ใส้ กระเดื่อง สลักบานพับ เดิมทุกอย่าง ไม่เคยผ่านการซ่อมแซม” (BOYd)

“๗๐๐ baht” (katehksthailand)

“๗๕๐” (จิง...ต๊ย) จากนั้นก็มีการประมูลกันอีกหลายครั้งจนมาจบการประมูลที่

“ผมให้ ๑,๐๓๙ บาทครับ ยึดท้ายสวยเหมือนกัน” (มนต์)

^{๒๘} สืบค้น, คลิปจีบสาวด้วย Zippo [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๐.

“อยากได้รุ่นสามชี่ดอะน้ำ” (มด ชีชม)

“จบการประมูลไฟแช็กชิปไปแล้วครับ ผู้ประมูลได้คือนามนต์ด้วยราคา ๑,๐๓๙ บาท รมกวนนามนต์โอนเงินเข้าบัญชีกองทุน เมื่อโอนแล้วโทรหาผมด้วยนะจะได้จัดส่งให้” (BOYd)^{๒๙}

๕. ไฟแช็ก : อุปกรณ์สำคัญของคนเดินป่า

นอกจากนี้ Website ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเดินป่านั้นจะกล่าวถึงไฟแช็กในฐานะสิ่งจำเป็นมาก โดยเฉพาะไฟแช็กชิปไปที่มีคุณสมบัติสามารถกันความชื้น และกันลมได้อย่างดี

“รายการของที่จะต้องเอาไปผมเขียนไว้เตือนตัวเองเวลาจัดของเดินป่า “ไฟแช็ก” เป็นสิ่งที่จะต้องมติดตัวไว้เสมอครับ เพราะต้องใช้ในการก่อกองไฟ หุงต้มอาหารเสมอ ถึงแม้คนอื่นในคณะจะพกไปแล้วก็ตาม แต่เราก็ต้องเตรียมไว้เพราะเราไม่มีทางรู้เลยว่าจะต้องใช้เมื่อไหร่ ถ้าหากพลัดหลงกับพรรคพวกขึ้นมา ตอนนั้นไฟแช็กนี่จะเป็นสิ่งที่มีค่าที่สุดที่เราจะมีอยู่” (Mr.OB1)

ในเว็บเดินป่าดังกล่าวนี้มีเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเจ้านาย - ลูกน้อง และวัฒนธรรมการใช้ไฟแช็ก ผู้วิจัยขอหยิบยกมาส่วนหนึ่ง ดังนี้

“จริง ๆ ผมไม่ถนัดเรื่องเที่ยวป่าเขา แต่เจ้านายชอบครับ เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานผมเลยต้องยอม เรื่องของเรื่องก็คือเจ้านายเป็นคนสูบบุหรี่ แต่เวลาท่านไปเที่ยวเนี่ย มักจะไม่เอาไฟแช็กดีๆ ที่มีอยู่ไป (ผมก็รู้ว่ามันยี่ห้ออะไร หน้าตาเป็นไง) คราวนี้เค้าเลยบอกให้ผมเตรียมไป เลยอยากทราบว่าจะเอาแบบไหนดี ช่วยทีครับ อาจจะไม่เกี่ยวกัน แต่ผมไม่รู้จะไปถามที่ไหน รอบ ๆ ตัวก็ไม่มีใครสูบบุหรี่ด้วย ขอคุณล่วงหน้าครับ” (ลูกน้องจำยอม)

“ลอง Zippo ดูนี่ ดีมัย” (ทาคูจัง)

“ใช้ไฟแช็กแก๊สสิครับ ราคาอันละ ๑๐๐ กว่าๆ มีขายทั่วไปครับ” (ลองใช้ดู)

“ไม่ต้องเอาของดีไปหรอก จะได้จุดไม่ติดเจ้านายจะได้เลิกบุหรี่ไปเอง แล้วเขาจะมาเป็นหนี้บุญคุณคุณภายหลังที่ทำให้เลิกบุหรี่ได้ แต่ของผมใช้ไฟแช็กทั่วไป แบบมีตัวใส่ จะทำให้เพิ่มความแรงไฟแช็กเป็นไฟฟูได้ แต่เดี๋ยวนี้ไม่มีขายแล้วเคยซื้อได้ที่คลองถม เอาไปใช้หลายทริบแล้ว ใครๆ เห็นก็อยากได้ แต่ไม่รู้จะไปซื้อได้ที่ไหน” (โบท)

“เห็นของคุณโบทใช้ตอนไปซับลึงกา ก็เลยลองซื้อมาใช้แต่คนละแบบกัน มันเป็นไฟฟู เพื่อใช้ก่อไฟน หรือถ้าลมแรงมากๆ ก็จุดไฟได้ (เรื่องสำคัญของคนสูบบุหรี่เลย) ๑๐๐ กว่าบาทเอง ตัวถึงเป็นพลาสติกใสใส่แก๊สได้เยอะ ใช้งานได้นาน สามารถล็อกเวลาต้องการใช้ไฟฟูนานๆ ได้ และมีตัวล็อกอีกตัวกันการกดปุ่มไฟแช็กนะครับ” (ลูกหาบจำเป็น)

“ใช้ไฟแช็กแก๊สธรรมดาอันละ ๑๐ บาท เหมาะสุดแล้ว หายไม่เสียดาย” (นายหัวครก)

^{๒๙} การประมูล ไฟแช็กชิปไป หารายได้เข้าชุมชน โดย BOYd [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๙. เข้าถึงได้จาก <http://www.siamfishing.com/board/view.php?tid=13352>

“แบบธรรมดาที่พูดถึงนี้ใช้แบบพลาสติกที่ขายในร้าน 7-eleven ป่าวครับ ถ้าใช่ ผมก็ว่าแบบนี้มันก็ดีนะครับ หายก็ไม่เสียดาย ถึงโดนน้ำก็เอามาผึ่งแดดให้แห้งก็ใช้ได้แล้ว คุณภาพสมราคาดีครับ เพราะผมก็ใช้อยู่ ผมว่า work ครับ” (เลทองคุ)

“ของผม ZIPPO กระแทกสฟู่ๆ แบบของพีโบทครับ” (cb 23)

“ไม่ต้องซื้อหรอก ให้ลงแดงตายมรดกจะไปไหนเสีย โหะๆ” (เมียนาย)

“Dupont ชีแน่นอนกว่า” (1)^{๓๐}

ชิปโป : ในมุมมองของคนไม่เล่นชิปโป

ชิปโปอาจเป็นของสิ่งหนึ่งของสิ่งหนึ่งที่อยู่ใกล้ตัวของหลายๆ คน อาจจะเคยเห็นจากคนรอบข้าง เพียงแต่ไม่รู้จักชื่อเรียกของมันเท่านั้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ลองสอบถามความหมายของชิปโปในแง่มุมมองจากคนไม่เล่นชิปโปหลายคน หลายเสียงสะท้อนความเห็นของตนออกมา ดังนี้

ป้าภรณ์ [นามแฝง] อายุ ๕๗ ปี บอกว่าเห็นชิปโปแล้วคิดถึงความหลังว่า “จำได้ว่าแต่ก่อนเคยเคยใช้อยู่ทั้งชิปโป แล้วก็รอนสัน ตอนนี้นึกน่าจะมีหลงอยู่ที่บ้านนะ แต่ป้าว่าเดี๋ยวนี้มันล้าสมัยไปแล้วนะ”

อาร์ต [นามแฝง] อายุ ๒๗ ปี ยิ้มน้อยๆ แล้วตอบว่า “ป้า (พ่อ) กูก็ใช้อยู่”

ชัย [นามแฝง] อายุ ๒๔ ปี ขอยิ้มชิปโปไปคู่ แล้วกล่าวว่า “ไอ้ไฟแช็กแบบนี้ กูจำได้เมื่อก่อนที่บ้านกูมีอยู่อันนึงของยายกูมั้ง พอยายตายไปก็ไม่รู้หายไปไหนแล้ว”

อ้อย [นามแฝง] อายุ ๒๕ ปี ตอบแบบงงๆ ว่า “คืออะไรอะ ไม่รู้จัก”

พีคัม [นามแฝง] อายุ ๒๘ ปี เห็นแล้วนึกถึงอดีตหลายปีก่อน “นึกถึงตอนสมัยเรียนป.ตรี ก็เห็นรุ่นพี่ใช้หลายคนนะ เห็นเขาว่าจุดบุหรี่กับชิปโปแล้วมันดีกว่าแก๊ส มันจะมีทำเปิดอะไรของเขาอะ ชีดกับกางเกงยีนส์ เวลาใช้เสร็จแล้วจะตบอีกทีให้ไฟมันดับ นี่คุณทำเป็นไหม”

ภาค [นามแฝง] อายุ ๒๗ ปี เปิดฝาชิปโปดมกลิ่นน้ำมัน แล้วกล่าวว่า “ชิปโปนี้เมื่อก่อนผมเห็นตามเขาใช้นะ เขาจะเติมน้ำมันรอนสัน มันจะมีกลิ่นเฉพาะตัวของมัน หอมนะ.. กลิ่นหอมแบบแปลกๆ”

คนเล่นชิปโปย่านสนามหลวง

หลังจากผู้วิจัยได้กล่าวถึงเรื่องราวของคนเล่นชิปโปในชมรมไปส่วนหนึ่งแล้ว ในส่วนท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกล่าวถึงพฤติกรรมของคนเล่นชิปโปนอกชมรมฯ เพื่อให้ภาพของคนเล่นชิปโป

^{๓๐}ไฟแช็กๆๆ ยี่ห้ออะไร แบบไหนดี ช่วยแนะนำด้วยครับ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๘ มิถุนายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://www.trekkingthai.com/board/show.php?Category=trekking&forum=7&No=11487&picfolder=trekking&PHPSESSID=80a51b2dce3b132f1b47337f50a95f41/>

ไปทั้งในชมรมและนอกชมรมเปรียบเทียบกัน ผู้วิจัยได้เลือกนำเสนอเรื่องราวเฉพาะคนเล่นชิปโปที่มีอาชีพหลักในการขายชิปโปเพียงอย่างเดียว ไม่ได้ขายชิปโปเป็นอาชีพรอง หรืออาชีพเสริม และเลือกศึกษาเฉพาะคนเล่นชิปโปย่านสนามหลวงเป็นสนามในการศึกษาครั้งนี้

สาเหตุที่เลือกคนเล่นชิปโป “สนามหลวง”

ย่านสนามหลวง มีลักษณะที่แตกต่างจากพื้นที่ค้าขายอื่นๆ ที่เด่นชัดที่สุดนั่นคือ ผู้ขายไม่ต้องเสียค่าเช่าใดๆ เหมือนตลาดนัดสินค้าอื่นๆ (จตุจักร เสียค่าเช่ารายเดือนค่อนข้างแพง, บัณฑิตวิทยาลัย ต้องเสียค่าเช่าเป็นรายวัน) เป็นหลักประกันว่าหากขายสินค้าได้น้อย – มาก เพียงใด หรือขายไม่ได้ ผู้ขายก็ไม่ต้องจ่ายค่าเสียโอกาสล่วงหน้า รวมทั้งเป็นพื้นที่ที่มีผู้คนเวียนอยู่เสมอ (เนื่องจากสนามหลวงเป็นพื้นที่ที่ “เปิด” ตลอดเวลา ผู้คนนัดแนะมาพบกันที่นี่ รวมทั้งการเดินทาง ต่อรถก็มักจะนิยมมาที่สนามหลวง) ผู้ขายสามารถขายตรง (Direct Sale) ให้แก่ผู้ซื้อ และสามารถเลือกที่จะขายสิ่งใดก็ได้ตามที่ตนต้องการ ผู้วิจัยเลือก “พู่” คนเล่นชิปโปที่ขายของบริเวณ ดังกล่าวเพื่อสะท้อนภาพตัวแทนหนึ่งของคนเล่นชิปโปนอกชมรม ดังนี้

พู่ อายุ ๓๐ ปี เป็นพ่อค้าขายของมือสอง ย่านสนามหลวงบริเวณฝั่งหน้าศาลฎีกา คลองหลอด หลังกระทรวงฯ “พู่” อาศัยอยู่ร่วมกับแฟนชื่อ “ส้ม” ที่อพาร์ทเมนต์ ย่าน ถ. รามคำแหง พู่ขายหนุ่มรูปร่างท้วมเป็นคนจังหวัดนครราชสีมา (โคราช) จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและไม่ได้ศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา

ทุกๆ วัน พู่และส้มจะขี่มอเตอร์ไซด์ออกตระเวนเพื่อจับของมือสอง ทั้งชิปโป และไฟแฟลชอื่นๆ ที่น่าสนใจตามตามตลาดนัดมือสองใหญ่ๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล พู่บอกว่าตนขายที่สนามหลวงนี้มา ๑๐ กว่าปีแล้ว (โดยการซื้อ – ขายสินค้าต่างๆ มักจะบอกราคาเป็นบาท เช่น เงิน ๑๐๐ บาท จะเรียกกันว่า “หนึ่งบาท”) คนในละแวกนั้นรู้จักพู่ในนามของ “อ้วน” “เจ้าพ่อไฟแฟลช” ในฐานะผู้ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับชิปโปได้ทุกปัญหา แก้ไขซ่อมแซมชิปโปได้ทุกอาการ

เมื่อถามถึงทัศนคติของพู่ที่มีต่อชิปโปนั้น พู่ตอบว่า “ชอบตรงความคลาสสิกของชิปโป ไม่รู้ติดใจอะไร ถึงตอนนี้ก็เล่นมาเป็นสิบปีแล้ว” นอกจากนี้ยังบอกว่าเวลาจับบุหรี่ยุติบัตรก็ใช้ชิปโปอันหนึ่งที่เสียงปั้ง ใครขอซื้อต่อก็ไม่ขายนอกจากจะให้ราคาดีจริงๆ จึงจะยอมขายไป

วิถีชีวิตของพู่คนเล่นชิปโปมือสองนั้น อาจกล่าวได้ว่าคือวิถีชีวิตของ “คนกลางคืน” โดยพู่จะขับรถจักรยานยนต์ออกจากที่พักพร้อมส้มทุกวัน เวลาประมาณ ๕ โมงเย็น แล้วขายของย่านสนามหลวงตั้งแต่ ๖ โมงเย็นถึงตี ๓ ของวันใหม่ (วันไหนขายดีอาจจะเพิ่มเวลาขายถึงตี ๔) จากนั้นจะเดินทางกลับที่พัก จากนั้นจึงนอนพักตั้งแต่ตี ๕ ถึงบ่ายโมงกว่า หลังจากตื่นนอนแล้วช่วงบ่ายโมงกว่าถึงบ่าย ๔ โมงครึ่งจะเป็นเวลาที่พู่ซ่อมแซมชิปโปของลูกค้า และเดินทางไปจับชิปโปมือสองตามตลาดนัดต่างๆ วิถีชีวิตเช่นนี้จะดำเนินไปซ้ำๆ กันเกือบทุกวัน

นอกจากนี้พวยังตระเวนขายของตามฤดูกาล โดยมีที่ขายประจำคือตลาดนัดนินจา อ. เมือง จ. ชลบุรี พุกบอกว่าถ้าไปวันเสาร์จะขายดีมาก ทัวเมืองชลบุรีจะมีที่นี้เพียงที่เดียวที่ผู้คนจะ มาเดินเลือกซื้อของมือสอง ปกติพุกจะไปขายกับเพื่อน ๒ คน (ก่อนรู้จักและคบหากับส้ม) หลาย ครั้งสินค้าที่นำไปขาย ขายดี ของหมด จนต้องขี่มอเตอร์ไซด์เข้ากรุงเทพฯ จับของแล้วเอาของ ไปเติมตลอด แต่ที่นั่นยุ่งเยอะมากเพราะตลาดดังกล่าวยู่ใกล้กันกับป่า ต้องเตรียมยากันยุ่งไป ด้วยเสมอ และต้องนำกางเกงยีนส์ ๒ ตัวเปลี่ยนไปมา เพราะหนากันยุ่งได้ รวมทั้งสะดวกและ คล่องตัวในการตระเวนไปขายตามจังหวัดต่างๆ เช่น ลพบุรี สระบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท ฯลฯ พุ อยากรหาเพื่อนร่วมขาย จนมาพบกับจิมมีและสอนจิมมีเรื่องการค้าขาย เดินจับของ ดูของ พุกอก ว่าเขาเบื่อหน่ายที่จะบอก และสอนจิมมีอีกแล้ว “เด็กมันไม่เอาทางนี้ พี่ก็ไม่อยากบังคับมัน ดิด เทียว ดิดเล่นมากกว่า” พุกเคยแนะนำให้ผู้วิจัยซื้อมอเตอร์ไซด์สักคัน ถ้าจะเล่นชิปไปมือสอง เพราะเวลาออกไปขายของจะสะดวกกว่าการรอรถเมล์นั่งไป - กลับบ้านในยามค่ำคืน

ความสัมพันธ์ระหว่างคนขายของด้วยกัน พุกจะโทรศัพท์ติดต่อหน้าแว่น หรือบาวเสมอ เพื่อวานให้ช่วยจับจองพื้นที่ในการวางของ ถ้าหากใครมาถึงก่อนก็ให้ช่วยจองที่ให้ด้วย เพราะ ขายของติดกัน มีความไวเนื้อเชื้อใจ และรู้จักกันมานาน หากไม่ว่างดูร้าน ไปเดินเล่น หรือเข้า ห้องน้ำ ก็สามารถฝากให้อีกฝ่ายช่วยดูร้านได้เสมอ แต่หากฝนตกก็จะโทรถามกัน ถ้าตกหนักก็ จะดขายในวันนั้น พุกบอกว่าสินค้าของเขาโดนฝนไม่ได้

ชิปไปมือสองของพุกขายดีวันศุกร์ – อาทิตย์ เพราะมีคนเดินซื้อหาเยอะ บางวันได้ กำไรราว ๑,๐๐๐ กว่า (พุกเคยขายที่ตลาดนัดนินจาและได้กำไรถึง ๑,๐๐๐ – ๒,๐๐๐ ต่อวันเลย ที่เดียว) บางวันก็ ๓๐๐ – ๔๐๐ ไม่เยอะแต่ขายได้เรื่อยๆ ดีกว่าหลอกเขา ขายได้กำไรมาครั้ง เดียวแต่ต่อไปลูกค้าอาจจะไม่ซื้อกับเราอีก เพราะไม่ไว้วางใจ เราต้องทำให้เขาไวใจเรา

“พี่ขายของนี้ ไม่เคยโกง ไม่เคยหลอกขายลูกค้านะ ที่พี่ขายมาเป็นสิบปี ถ้าหลอก ขายเขา พี่ก็คงอยู่ไม่ได้นานขนาดนี้ กำไรก็นิดๆ หน่อยๆ พออยู่ได้สองคนผิวเผิน ก็ขอแค่ค่า น้ำมันรถ กับข้าว แล้วก็จ่ายค่าห้อง ค่าน้ำ ค่าไฟก็พอแล้ว”

พุกเคยวานให้ผู้วิจัยถ่ายภาพชิปไปที่ตนมีเก็บบ ๑๐ อัน^{๓๑} จากนั้นจึงฝากให้ผู้วิจัย ติดต่อประธานชมรมเพื่อประกาศลงขายลงใน Website เพื่อหากมีคนต้องการซื้อสินค้ามือ สองของตน ผู้วิจัยก็มีเห็นว่านอกจากที่พุกขายโดยตรงที่สนามหลวงแล้วยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งใ นการขาย แต่ไม่สามารถลงหน้าเว็บได้ด้วยเหตุผลบางประการจากชมรมฯ

ขณะที่พุกขายของนั้น หากมีคนเอาไฟแช็กมาให้ดูหรือกรณีที่มีปัญหา ใช้งานไม่ได้ พุ จะซ่อมแซมไฟแช็กให้ลูกค้าฟรี มีทั้งกลุ่มพนักงานบริษัท นิสิตนักศึกษา รวมถึงกลุ่มสาวประเภท สอง (๔ – ๕ คน) ที่มักจะซื้อไฟแช็กลายหลุยส์ (Louis Vuitton) และไฟแช็กดูปองท์ (Dupont) ปลอมกับพุกเป็นประจำ โดยของปลอมเหล่านี้หากตำรวจผ่านมาตรวจ พุกจะรีบเก็บของดังกล่าวลง

^{๓๑}ดูภาพประกอบท้ายบท

กล่องทันที หลายคนมีปัญหาไฟแช็กชิปโป้ ดูปองท์ หรืออื่นๆ เวลาจุดไฟแล้วติดยาก น้ำมันหมด หลายคนมักจะนำมาให้พุ่มแซมเป็นประจำ สำหรับค่าซ่อมนี้พุ่มบอกว่า “แล้วแต่เขาจะให้”^{๓๒}

ส้ม อายุ ๒๐ ปี กำลังศึกษาอยู่ปี ๑ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง (สัมภาษณ์ว่าพ่อแม่อยากให้เรียนทางด้านนี้) พื้นเพของส้มเป็นคนภาคใต้ ส้มอาศัยอยู่กับพุ่มบริเวณ Apartment แห่งหนึ่งย่านรามคำแหง รู้จักกับพุ่มมานานหลายปี และขายของแบบกะดินทั้งสนามหลวง และหน้ารามฯ ตอนกลางคืน ส้มบอกว่ามาขายของที่นี้ทุกวันโดยเฉพาะ ตุ๊กตา เซอร์ และอาทิตย์ แต่หลังๆ วันเสาร์ผู้คนที่ไปเดินเลือกของตลาดนัดคลองถมตอนกลางคืน เพราะมีของเยอะมาก^{๓๓} ส่วนใหญ่พุ่มและส้มจะหยุดขายของบ้างในช่วงที่ส้มต้องสอบตอนเช้า หรือกรณีที่ฝนตกหนัก ไม่เหมาะต่อการขายของ

ส้มมักจะบ่นพุ่มในเรื่องการสูบบุหรี่เสมอ เพราะพุ่มสูบบุหรี่จัด บางครั้งหลังจากเลิกขายของพุ่มจะซื้อเบียร์มาดื่ม พอได้ทีแล้วจะขับรถมอเตอร์ไซด์กลับบ้านที่พัก ส้มบ่นให้ผู้วิจัยฟังว่าหลังจากพุ่มดื่มเสร็จจะขับรถเร็วมาก บ่อยครั้งที่ส้มรู้สึกกลัวเร็วจนอันตราย พุ่มเองก็บอกส้มเสมอว่าพยายามปรับปรุงในเรื่องนี้อยู่ พุ่มเคยบอกกับผู้วิจัยและเฮียอ้วนว่า “เรื่องดูดบุหรี่นี่โดนเมียบ่นตลอด เคยเกือบจะเลิกกับเมียหลายครั้งแล้ว” ดังนั้นพุ่มจึงเลือกซื้อบุหรี่ที่ถูกที่สุดเท่าที่มีขายในร้านสะดวกซื้อ (ซองละ ๓๐ บาท) เพื่อไม่ให้ส้มบ่นเรื่องสิ้นเปลืองเงินทอง พุ่มบอกว่าถึงจะเปลืองแต่ก็ยังเปลืองน้อยที่สุด^{๓๔}

ครั้งแรกที่ได้พบกับพุ่ม และส้ม ผู้วิจัยแนะนำให้พุ่มลองเข้าไปดูใน Website ชมรมชิปโป้ไทย เพื่อจะได้ข้อมูล หรือวิธีการดูปี สัญลักษณ์ต่างๆ ของชิปโป้เพื่อกำหนดราคาได้ ราว ๑ อาทิตย์ถัดไปผู้วิจัยได้พบกับพุ่มอีกครั้ง ครั้งนี้พุ่มเข้าไปในเว็บไซต์ดังกล่าว และพิมพ์วิธีการดูปีชิปโป้ และข้อมูลด้านกายวิภาคชิปโป้ (Zippo Anatomy) พกติดตัวไว้ตลอด เพื่อเป็นคู่มือในการจับชิปโป้มือสอง และกำหนดราคาขายว่าตัวไหนเก่า หายาก หรือรุ่นพิเศษ แต่พุ่มปฏิเสธไม่ต้องการสมัครเป็นส่วนหนึ่งของชมรมฯ โดยให้เหตุผลว่าที่ตนขายอย่างนี้ ไม่มีสังกัด รู้สึกสบายใจกว่า^{๓๕}

ครั้งนั้นผู้วิจัยก็ได้พบกับ เฮียอ้วน หนุ่มใหญ่วัย ๕๐ ปีเศษ ผู้เป็นลูกค้าประจำของพุ่ม (ติดต่อกันเสมอทางโทรศัพท์ วันใดที่พุ่มและส้มหยุดขายก็มักจะโทรแจ้งเฮียอ้วนเสมอ) สัมภาษณ์กับผู้วิจัยว่าเฮียอ้วนนั้นไม่เคยต่อราคาสินค้าเลย ซึ่งส้มมองว่าเป็นการกระทำที่ไม่ฉลาดนัก เฮียอ้วนไม่สูบบุหรี่ แต่มักจะพกชิปโป้และไฟแช็กอื่นๆ ที่ตนมองว่าสวยงามแปลกใหม่ติดตัวไว้ตลอด “พกไว้จุดไฟให้หัวหน้า เพื่อโอกาสทางหน้าที่การงาน” เฮียอ้วนมักจะมาที่ร้านพุ่มกับส้ม

^{๓๒} สัมภาษณ์ พุ่ม [นามแฝง], คำขาย, ๒๖ - ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๔๙.

^{๓๓} สัมภาษณ์ ส้ม [นามแฝง], นักศึกษาและคำขาย, ๑๐ มิถุนายน ๒๕๔๙.

^{๓๔} สัมภาษณ์ พุ่ม [นามแฝง], คำขาย, ๑๐ มิถุนายน ๒๕๔๙.

^{๓๕} สัมภาษณ์ พุ่ม [นามแฝง], คำขาย, ๑๙ - ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๔๙.

ตอนดีกราวตีหนึ่ง ทุกครั้งที่มาซื้อเหี่ยวอ้วนจะซื้อไฟแช็กกับพู่หลายอัน โดยไม่ต่อราคา พอใจอย่างไรก็ซื้ออย่างนั้น (เหี่ยวอ้วนซื้อชิปไปลายรถฟอร์ต ๑๐๐ ปี กับพู่ในราคา ๑,๒๐๐ บาท)

หลังจากนั้นอีกประมาณ ๑ ปี ผู้วิจัยได้พบกับพู่และส้มอีกครั้ง ทั้งคู่ได้เปลี่ยนสถานที่ขายจากบริเวณหน้าศาลฎีกาย้ายมาขายฝั่งสนามหลวงมาราวครึ่งปีแล้ว เนื่องจากเทศกิจบอกให้คนขายของมือสองทั้งหมดย้ายมาขายในที่ๆ จัดไว้ให้ขาย โดยชิปไปที่พู่ขายนั้นมีจำนวนมากขึ้นกว่าที่ผู้วิจัยเคยเห็นเป็นจำนวนมาก เพราะมีชิปไปให้ลูกค้าเลือกได้อย่างหลากหลาย และมีได้มีแต่เพียงมือสองอย่างเดียว ยังมีชิปไปมือหนึ่งขาย โดยพู่บอกว่าตนติดต่อผ่านบริษัทคอนเซิร์น (ผู้นำเข้าไฟแช็กชิปไปในเมืองไทย) รับราคาต้นทุนมาเท่ากับที่ขายในห้าง แต่ตนขายแบกะดิน ราคาถูกกว่า นอกจากนี้ยังมีบรรดาสมาชิกในชมรมชิปไปฯ แวะเวียนกันเข้ามานั่งพัก พูดคุย แลกเปลี่ยนความเห็นกับพู่เกือบทุกคำคืน เช่น จอห์น วัน ธี ทอง เป็นต้น^{๓๖}

น้ำแวน เป็นคนจังหวัดขอนแก่น อายุ ๔๗ ปี ประกอบอาชีพรับซ่อมนาฬิกา ดูนาฬิกา บริเวณย่านสนามหลวง (ร้านติดกับพู่) น้ำแวนบอกว่า หลายคนบอกว่าตนนั้นหนุ่มเกินไป “คนรุ่นเดียวกับตน พวกนั้นมันปล่อยตัวเกินไป” ช่วงกลางวันน้ำแวนจะเดินหาอะไหล่ตามย่านที่มีตลาดนัดมือสองทั่วไป ตลาดปัฐวิกรณ์ในช่วงเช้า เพราะเป็นทางผ่านกลับบ้าน น้ำแวนโดยสารรถเมล์สาย ๖๐ แล้วช่วงเย็นจนถึงคำคืนของทุกวันตนจะมาขายของแบกะดินที่สนามหลวง หรือบางครั้งหากเทศกิจไม่ให้ตนวางขาย ก็จะไปขายนาฬิกาบริเวณริมคลองหลอด ครั้งหนึ่งผู้วิจัยเคยเห็นแฟนน้ำแวน อายุต่างกันมากถึงเกือบ ๓๐ ปี น้ำแวนสนิทกับพู่และส้มมานาน บางครั้งจะฝากของ หรือให้ช่วยหาของให้กันได้ ครั้งหนึ่งน้ำแวนเคยหาอะไหล่ชิปไปให้พู่เพื่อใช้ในการซ่อมแซม (โดยไปเลือกของตอนเช้ามีด วันเสาร์ ณ ตลาดแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท ๑ จะมีของเต็มรถบรรทุกคันใหญ่ๆ น้ำแวนมักจะไปหาอะไหล่ ของนาฬิกาต่างๆ)

น้ำแวนมีชิปไปมือสองติดตัวอยู่อันหนึ่ง “อันนี้รักมาก ใครขอดูก็ไม่ให้ดู” เพิ่งใช้ได้ไม่นาน โดยฝากพู่ซื้อในราคา ๔๕๐ บาท (ผ่อนจ่าย ๒ งวด) เป็นรุ่นสลิม (ขนาดเล็กกว่าปกติ) สลักลวดลายกลีบดอกไม้ น้ำแวนเล่าว่าสมัยหนุ่มๆ นั้นตนใช้ชิปไปมาตลอด เคยลองจุดแล้วโยนชิปไปตามหนังฝรั่งมาแล้ว ถ้าเป็นชิปไปขนาดปกติไฟจะไม่ดับ (น้ำแวนเปรียบว่าแม้ขว้างไกลๆ ข้ามฝั่งสนามหลวงก็ยังได้ลมได้) แต่ถ้าเป็นชิปไปขนาดเล็กที่ตนใช้จะจุดยากกว่า ต้องเติมน้ำมันบ่อยกว่า และไฟดับง่ายกว่าแบบปกติด้วย

ผู้วิจัยเคยพบน้ำแวนบ้างเป็นครั้งคราวในการเดินจับของ แวะทานอาหารบ้าง ย่านท่าช้าง คลองหลอด และพักทายน้ำแวนตามสมควร แต่จากคำบอกเล่าของพู่ นั้น ปัจจุบันน้ำแวนเลิกขายนาฬิกามือสองที่สนามหลวง น้ำแวนกลับบ้านไปเลี้ยงหลานที่ จ.ขอนแก่นแล้ว

กลุ่มของพู่อีกคนนั้นคือ บาว อายุราว ๔๐ ปี มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดหนึ่งในภาคใต้ ประกอบอาชีพรับจ้างสัก (Tattoo) และมักจะมาพร้อมภรรยาซึ่งขายของอยู่ร้านใกล้ๆ กัน (ผู้วิจัย

^{๓๖} สัมภาษณ์ พู่ [นามแฝง], คำขาย, ๖ – ๗ ตุลาคม ๒๕๕๐.

เคยถามบาวเรื่องความแตกต่างระหว่างการสักยันต์กับ Tattoo บาวศรัทธาและเชื่ออิทธิฤทธิ์ เรื่องสักยันต์ “ไม่เชื่อแต่อย่าลบหลู่ และคนเรานั้นต้องมีครู” หากใครสักยันต์มาแล้วขอให้บาว Tattoo^{๓๗} ทับหรือตำแหน่งที่ใกล้เคียงกัน บาวจะไม่รับงานนั้นๆ (เด็ดขาด) บาวมักจะชอบหยิบชิปไปของฟูไปเล่นเป็นประจำ ครั้งหนึ่งเคยเล่นเปิดแล้วสะบัดจนผ่าหัก บาวไม่ถึงกับเป็นคนเล่นชิปไปเหมือนฟู แต่ชอบเล่าเรื่องความหลังของตนที่มีต่อความชอบชิปไปเป็นพิเศษนั่นเอง

จิมมี อายุ ๒๓ ปี มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดอุบลราชธานี มีอาชีพหลักคือผู้จัดการร้านสะดวกซื้อแห่งหนึ่งย่านปากคลองตลาด และอาชีพรองคือขายชิปไปมือสองร่วมกับฟู ก่อนเข้ามากรุงเทพฯ นั้นจิมมีเรียนจบปวส. จากนั้นจึงเข้ามาเรียนต่อที่วิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จบปริญญาตรี และทำงานมาประมาณ ๓ ปี จิมมีกล่าวว่าตนมาทำงานตั้งแต่ตอนที่เข้ามาเรียนกรุงเทพฯ แรกๆ ยังเป็นพนักงานธรรมดาพอเรียนจบมาก็เอาวุฒิไปปรับให้จนได้ตำแหน่งผู้จัดการร้านฯ “มันเหนื่อย แล้วเงินเดือนก็น้อยนะ ไม่พอใช้ แบบงานหนักให้ค่าตอบแทนน้อย มันใช้งานเรายังกะทาสเลยล่ะพี่ (ยิ้ม) เวลาผมไปซื้อของก็แฉวเล่นกันกับพนักงานนะ อย่าไปทนเลย ออกไปหางานที่ใหม่สบายกว่าเยอะ” และกล่าวถึงงานผู้จัดการร้านที่ตนเคยทำว่า

“ต้องพยายามทำให้ร้านมันทรงๆ อยู่ อย่าทำยอดดีมาก บางทีเดือนหนึ่งยอดดีมาก ไปก็ไม่ได้ เพราะมันจะให้เพิ่มยอดไปเรื่อยๆ น้อยไปก็โดนเพ่งเล็งอีก ต้องกลางๆ นี่ละดีที่สุด”^{๓๘}

จิมมีเล่นชิปไปเป็นอาชีพรอง โดยให้เหตุผลว่าชอบและมีความสุขทุกครั้งเวลาได้ไปเดินจับของตามตลาดมือสอง ทั้งชิปไปและของอื่นๆ เหตุผลที่ชอบชิปไปเพราะรู้สึกว่าคุณดี มีระดับ โดยเฉพาะเมื่อใช้งานต่อหน้าลูกน้องในที่ทำงาน ครั้งหนึ่งผู้วิจัยได้นั่งขายของร่วมกับจิมมี ฟู และส้ม มีลูกค้า ๒ คนผ่านมา และถูกใจชิปไปลายเทพีสันติภาพของจิมมี โดยพยายามต่อรองลดราคาให้หน่อย เพราะยังเป็นนักเรียน ยังไม่มีรายได้ จิมมีตัดสินใจไม่ได้จึงขอความเห็นจากฟู จนตกลงราคากันได้และขายชิปไปนั้นในราคาที่ซื้อมา (๒๓๐ บาท) จิมมีบอกกับผู้วิจัยว่าตนไม่ได้จริงจังกับการเล่นชิปไปนัก แคขายเล่นๆ “ได้เงินเท่าไรก็ลงขวดหมด”

ผู้วิจัยมักพบจิมมีไปเล่นดนตรี หรือพูดคุยกับนักดนตรีในยามค่ำคืนเสมอ หลังออกจากที่ทำงานที่เก่าแล้ว จิมมีก็ได้งานที่ใหม่ในตำแหน่งหัวหน้า Sell man ขายเครื่องแต่งกายสินค้าฝรั่งเศสยี่ห้อหนึ่ง จิมมีเล่าให้ฟังถึงพฤติกรรมผู้ค้าคนอื่นๆ ในย่านสนามหลวงว่า

“ส่วนใหญ่คนฝั่งนี้ (ตั้งแต่หน้าศาลฎีกาจนถึงคลองหลอด) พูดจากันเข้าใจ มีอะไรคุยกันได้ ไม่เหมือนคนฝั่งโน้น (สนามหลวง) อันตราย ผมเห็นมีเรื่องกันประจำ เวลาไปเดินนี่ รู้สึก

^{๓๗} “Tattoo” คือ การสักลวดลายต่างๆ ทั้งลายกราฟฟิก การ์ตูน ภาพแนวศิลปะลงบนส่วนต่างๆ ของร่างกาย บางท่านอาจกล่าวว่าเป็นแฟชั่นหนึ่งของคนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีความต่างจากพิธีกรรมสักยันต์ที่เกี่ยวข้องกับความศักดิ์สิทธิ์และความเชื่อตามการตีความของแต่ละบุคคล

^{๓๘} สัมภาษณ์ จิมมี [นามแฝง], คำขาย, ๒๖ – ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๙.

กลัวๆ ทุกครั้งเลย”^{๓๙} ครั้งสุดท้ายที่ผู้วิจัยพบกับจิมมีนั้น เขาได้ลาออกจากงาน และมาขายของมือสองอยู่บริเวณสนามหลวงโดยให้เหตุผลว่าอิสระกว่า

ช่วงวสันตฤดูกลางปี ๒๕๔๙ ยามค่ำคืนฝนตกหนักและบ่อยมาก ครั้งหนึ่งผู้วิจัยได้เข้าไปนั่งหลบฝนตามคำชวนของจิมมี บริเวณที่พักและที่นอนของลุงอู๊ด ที่พักดังกล่าวมีผ้าพลาสติกกันฝนไว้ แต่ก็ยังโดนฝนสาดเปียกพอสมควร ในบริเวณหลังแม่พระธรณีบีบมวยผม และได้ร่วมพูดคุยกับ ลุงอู๊ด พี่เล็ก นักดนตรี (ไม่ต้องการให้กีตาร์ไฟฟ้าของตนถูกฝน) และคนอื่นๆ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้มิได้เป็นการสัมภาษณ์แต่เป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

ลุงอู๊ด เป็นคนไร้บ้าน^{๔๐} อายุราว ๖๐ – ๗๐ ปี อาศัยอยู่บริเวณลานหลังแม่พระธรณีบีบมวยผมมานานหลายปี โดยประกอบอาชีพเก็บของเก่าขาย ชอบเล่นดนตรีแนวเพื่อชีวิต โดยคนในละแวกคลองหลอดต่างให้ความเคารพ และเกรงใจพอสมควร และเรียกลุงอู๊ดว่า “ป้า” ครั้งนั้นในวงสนทนาได้รวมเงินกันเพื่อซื้อเบียร์จากแม่ค้าในย่านดังกล่าวมารวมดื่ม พูดคุยกัน ลุงอู๊ดบอกว่าตนเป็นคนอยุธยา มีญาติที่รู้จักกันอยู่แถวลาดพร้าว (ซึ่งอยู่ใกล้กับที่พักของผู้วิจัย) แต่ตนไม่ได้ไปหานานหลายปีแล้ว นอกจากนี้ยังชักชวนให้ผู้วิจัยมาเป็นนักร้องนำวงของตน (เนื่องจากผมยาวเหมือนนักดนตรี) ลุงอู๊ดดูมีความเป็นสุภาพสุภาพบุรุษ ทุกคำพูดจะลงท้ายว่า “ครับ” ทุกครั้ง หรือชวนไปให้พร้อมๆ กับคำพูดชมคนอื่นเสมอ ครั้นฝนซาต่างแยกย้ายกันไป ลุงอู๊ดทิ้งท้ายไว้ว่าถ้าวันไหนผู้วิจัยว่างก็แวะมาเยี่ยมเยียนพูดคุยกับลุงได้ ลุงยินดีต้อนรับเสมอ

พี่เล็ก อายุประมาณ ๓๐ - ๓๕ ปี มีอาชีพหลักเป็นหัวหน้าคุมพนักงานรักษาความปลอดภัยแห่งหนึ่ง แต่อีกบทบาทหนึ่งคือ “เจ้าถิ่น” ของผู้ค้าขายย่านคลองหลอด และสนามหลวง หากคนที่รู้จักเกิดปัญหาขึ้น พี่เล็กมักจะเข้าไป “แก้ไข” ปัญหาดังกล่าวอย่างไม่รีรอ หากคนๆ นั้นมีความสัมพันธ์เหมือนพี่น้อง เพื่อน หรือคุ้นรู้จักชอบใจกัน พี่เล็กดูเป็นคนมีอัธยาศัยดี ชอบร้องเพลง ในเสียงที่ทุ้มใหญ่ (ครั้งนั้นผู้วิจัยแซวพี่เล็กว่าน่าจะไปร้องเพลง Opera) จากนั้นก็ร่วมร้องเพลงเพื่อชีวิต และร่วมร่ำสุรากันต่อจนฝนหยุดตก แล้วจึงแยกย้ายกันกลับมาตุภูมิของตนในรุ่งสาง

^{๓๙} สัมภาษณ์ จิมมี [นามแฝง], คำขาย, ๑๘ มิถุนายน ๒๕๔๙.

^{๔๐} “คนไร้บ้าน” (Homeless) หมายถึง ผู้ที่อาศัยหลับนอนตามที่สาธารณะ ไม่มีสิ่งปลูกสร้างที่เรียกว่าบ้าน หรือเพิงกระต๊อบใดๆ อาจจะมีแหล่งที่นอนประจำ กึ่งประจำ หรือไม่ประจำก็ได้ อาจจะมีเร่ร่อนถาวรหรือเร่ร่อนตามฤดูกาลก็ได้ โดยให้ลำดับความสำคัญกับผู้หลับนอนในที่สาธารณะมากกว่า ๑ เดือน ไม่ใช่ผู้ที่หลับนอนตามที่สาธารณะชั่วคราวไม่เกิน ๑ สัปดาห์, พิจารณาเพิ่มเติมใน บุญเลิศ วิเศษปรีชา, “เปิดพรมแดน โลกของคนไร้บ้าน” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖).

สรุป

เนื้อหาในบทที่ ๕ นี้นำเสนอเรื่องราวของคนเล่นชิปโป้ทั้งในชมรมชิปโป้ และนอกชมรมชิปโป้ เรื่องราวในชมรมเสนอทั้งพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน กระดานสนทนา ผ่านโลกของ Cyberspace เครือข่าย Internet และข้อมูลที่ได้จากการเก็บสัมภาษณ์สมาชิกบางส่วนในชมรม และกลุ่มคนเล่นชิปโป้นอกชมรม ในที่นี้นำเสนอเรื่องราวของกลุ่มคนที่ประกอบอาชีพขายสินค้ามือสอง ย่านสนามหลวงและใกล้เคียง

ทั้งนี้ในการเข้าถึงสื่อ Internet ในกลุ่มสมาชิกชมรมนับเป็นสิ่งที่จำเป็นในการแสดงความคิดเห็น เสนออัตลักษณ์ของพวกเขาผ่านพื้นที่อันกว้างใหญ่ของ Website การแสดงตัวตนของสมาชิกไม่อาจยืนยันหรือตรวจสอบตัวตนของเขาได้อย่างถ่องแท้นัก เป็นการเข้าสู่โลกหรือชุมชนหนึ่งที่พวกเขามีความสนใจร่วมกัน และรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนดังกล่าว

กลุ่มนอกชมรมของคนเล่นชิปโป้นั้นต่างจากกลุ่มในชมรมเป็นอย่างมาก เพราะส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงสื่อได้มากนัก บางคนไม่เคยใช้งานคอมพิวเตอร์เลย เนื่องจากมีอาชีพหลักในการเลือกซื้อหา (จับ) สินค้ามือสอง และขายทุกวันในย่านที่มีผู้คนหลากหลาย อาทิ สนามหลวง หรือหน้ารามฯ ต่างจากกลุ่มสมาชิกในชมรมที่ส่วนใหญ่เป็นคนที่ใช้งาน Internet เป็นประจำ สามารถเข้าไปประมูล ฝากประมูลสินค้าชิปโป้ และเลือกดูรุ่นต่างๆ ตามที่ตนต้องการได้ เช่น นักเรียน นักศึกษา หรือผู้ประกอบการส่วนตัว อาจกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มคนชั้นกลางค่อนข้างสูงในสังคมเมือง สามารถสร้างและมีรสนิยมเฉพาะกลุ่มของตนเอง ต่างจากคนเล่นชิปโป้นอกชมรมที่อาจจะมองว่าเป็นพวก “หาเข้ากินค่า” หรือกลุ่มคนชั้นกลางค่อนข้างล่าง มีรสนิยมอีกชนิดหนึ่งที่พยายามยกระดับความชอบของตนผ่านสินค้า Brand name ในที่นี้ก็คือ “ไฟแช็กชิปโป้”

กลุ่มคนเล่นชิปโป้ในชมรมนั้นมีกระบวนการรวมกลุ่ม ทำความรู้จักกันผ่าน กระดานสนทนา ที่นับเป็น “พื้นที่พิเศษ” เพราะใครก็ตามที่ต้องการแสดงความคิดเห็น สามารถฝากความเห็น คำถามของตน เปิดโอกาสให้คนอื่น ๆ ทั้งสมาชิกในชมรม หรือคนนอกชมรมที่เข้ามาสู่พื้นที่ดังกล่าวมีสิทธิในการอ่าน การแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกันได้ ผู้วิจัยเห็นว่ากระดานสนทนา นั้นนับเป็นพื้นที่เฉพาะ ที่เอื้อให้บุคคลในระดับปัจเจกแสดงอัตลักษณ์ออกมาได้ระดับหนึ่ง และยังสะท้อนความหมายและปรากฏการณ์ของ “โลกาภิวัตน์” (Globalization) ได้อย่างชัดเจน เห็นได้จากการแสดงความคิดเห็นของสมาชิกในชมรมมีทั้งจากภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก (ที่ไม่อาจมางาน Meeting ได้ เนื่องจากอุปสรรคด้านการเดินทาง) นั้นสามารถแสดงออกผ่านกระดานสนทนาได้เสมอ รวมทั้งการส่งชิปโป้กับประธานชมรมทางไปรษณีย์ และการโทรคมนาคมติดต่อเป็นการส่วนตัวระหว่างประธานกับสมาชิก หรือสมาชิกภายในกลุ่มเอง (ในที่นี้คือ โทรศัพท์ และ MSN Messenger) เป็นการขนส่งข้อมูล เชื่อมต่อและสร้างกระบวนการรวมกลุ่มตามแบบฉบับของโลกาภิวัตน์ในสังคมปัจจุบัน

นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์ก็นำมาสู่การเชื่อมโยงตัวตน นอกเหนือจากพื้นที่ใน Cyberspace และการดำรงอยู่โดยสร้างวาทกรรมที่ตอบโต้สังคมในเรื่องของการสูบบุหรี่ (ที่ถูกละเมิดนโยบายของรัฐบาลณรงค์ให้คนที่สูบบุหรี่เลิกเสียเพื่อสุขภาพ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับต่างๆ ให้คนส่วนใหญ่ในสังคมรับรู้ และมองว่าการสูบบุหรี่นั้น “ไม่ดี” “เป็นภัยกับชีวิต เป็นพิษกับสังคม”) เช่น ประธานชมรมออกมาตอบโต้ความเห็นหนึ่งว่า “คนในชมรมส่วนใหญ่ไม่ได้สูบบุหรี่ แต่สะสมเพราะชอบในความสวยงามของชิปโป โปรดอย่ามองคนผิดๆ” และที่เห็นได้ชัดเจนในวาทกรรม “Reduce Smoking, Collecting Zippo” นั้นแสดงให้เห็นถึงการพยายามสร้างและแสดงตัวตนในกลุ่มคนเล่นชิปโปนั้น ไม่ขัดแย้งกับนโยบายของรัฐบาล และไม่มีจุดประสงค์ส่งเสริมการสูบบุหรี่

แต่จากการสัมภาษณ์และสังเกตพฤติกรรมของคนเล่นชิปโปทั้งในชมรมและนอกชมรม พบว่าเกือบทุกคนเป็นผู้สูบบุหรี่ทั้งสิ้น เช่น แทน สูบบุหรี่นอก เม็นทอลราคา ๔๗, บี สูบบุหรี่นอก ไลท์ราคา ๖๐, แป๊ะ สูบบุหรี่ไทยราคา ๔๒, พุ สูบบุหรี่ไทย เม็นทอลราคา ๓๐ เป็นต้น

ทั้งนี้ในบทที่ ๖ วิเคราะห์สรุป จะกล่าวถึงความสัมพันธ์และวิเคราะห์กระบวนการต่างๆ โดยละเอียด.



ภาพที่ ๑๘ ซิปโปที่บ้านประธานชมรม

ที่มา : [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก

www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9490000089049



ภาพที่ ๑๙ ซิปโปตั้งโต๊ะ : ของรักของหวงประธานชมรม

ที่มา : [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก

www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9490000089049



ภาพที่ ๒๐ รอยสักที่ต้นแขนของประธานชมรม



ภาพที่ ๒๑ ซิปโป่ ๑๒ ราศี (มีเพียง ๑๐๐ ชุดในโลก)

ที่มา : [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก

www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9490000089049



ภาพที่ ๒๒ ขั้นตอนการเล่น Tricks ง่ายๆ ผ่าน website ชมรม
ที่มา : [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก
www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9490000089049



ภาพที่ ๒๓ กิจกรรมพบปะสังสรรค์ : การเลือกและดูของแท้



ภาพที่ ๒๔ ซิปป์หลอดลายเอลวิสของบีที่ซื้อมาจากอเมริกา



ภาพที่ ๒๕ ซิปป์ของพู คนนอกชมรม

บทที่ ๖

บทวิเคราะห์สรุป

วิเคราะห์

จากการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของสะสม ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน กับ “เรื่องราวของคนเล่นชิปโป” ในบทนี้จะวิเคราะห์ถึงวัฒนธรรมของสะสมกับลักษณะที่เป็นสากลของ “ของสะสม” ความเป็นมา และการดำรงอยู่ของคนเล่นชิปโปในเมืองไทย ทั้งใน และนอก ชมรม หัตถศิลป์ ค่านิยม ปัจจัยตลอดจนวาทกรรมการบริโภคหรือนิยมชุดต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ ชิปโป และวิเคราะห์กระบวนการ “สะสมในสังคมโลกาภิวัตน์” : การสร้างและแสดงออก ความหมายของ “คนเล่นชิปโป” ในเมืองไทย

ในการวิเคราะห์จะใช้แนวคิดการบริโภคเชิงสัญญะ มาเป็นกรอบในการทำความเข้าใจ “วัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกาภิวัตน์ : ศึกษากรณี ‘คนเล่นชิปโป’ ในเมืองไทย” ดังนี้

วัฒนธรรมของสะสมกับลักษณะที่เป็นสากลของ “ของสะสม”

จากการศึกษาเรื่องราว “ของสะสม” ในบริบทต่างๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่า ของสะสมไม่ว่าจะสังคมไหนก็จะมีลักษณะสากลที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ นักสะสมไม่อาจสะสม สิ่งของนั้นๆ ได้หากปราศจากสิ่งของ กล่าวได้ว่า ของที่ถูกผลิตมาเพียงชิ้นเดียวในโลกนั้นไม่สามารถจัดเป็นของสะสมได้ ต้องอาศัยการ “ผลิต” เพื่อป้อนเข้าสู่การตลาดอย่างเป็นระบบ และมีความหลากหลาย เฉพาะเจาะจงในตัวของสะสมนั้นๆ เพราะหากผลิตออกมาเหมือนกันหมด ทุกชิ้น กรณีที่ถูกเก็บมาโดยนักสะสมคงเป็นการยากที่จะบ่งชี้ความหมายของวัตถุชิ้นๆ นั้นเอง

ลักษณะเฉพาะของ “ของสะสม” ที่กล่าวได้ว่าเป็นสากลคือ ดังนี้

๑. ของที่หายาก จะได้รับการประเมินว่ามีคุณค่ามากกว่าของที่หาได้ง่าย อาทิ การสะสมของที่เลิกผลิตไปแล้ว ย่อมมีคุณค่ามากกว่าของที่ยังหาได้ ยังถูกผลิตอยู่ในปัจจุบัน ในกรณีของ “ชิปโป” มีรุ่นหนึ่งที่พิมพ์ผิดพลาดจากโรงงาน (Code Error) กลับได้รับความนิยมในการสะสมมากกว่ารุ่นที่พิมพ์ถูกต้องตามปกติ เพราะเป็นสิ่ง “หายาก” หรือผิดพลาดโดยสุจริตจากผู้ผลิตเอง จึงนับว่ามีคุณค่าคู่ควรแก่การเก็บสะสม

๒. ของจริงแท้ดั้งเดิม ย่อมมีคุณค่ามากกว่าของที่ลอกเลียนแบบจากของจริง แม้ของสะสมบางอย่าง เช่น ปลอกชิการ์ ของลอกเลียนแบบประเภทที่สวยงาม หรือเพิ่มวัตถุอันมีค่าในการประดับประดาจะได้รับความนิยมในการสะสมมากกว่าของแท้ก็ตาม แต่โดยทั่วไป ของ

ลอกเลียนแบบนั้นจะหมดคุณค่าทันทีเมื่อถูกจับได้ว่าเป็น “ของปลอม” ความนิยมในการสะสมก็ลดลงตาม เพราะเมื่อเทียบกับคุณภาพในการผลิตแล้วมีคุณภาพที่ต่ำกว่า ไม่ทนทาน และไม่ได้รับการปกป้อง (รับประกัน) จากผู้ผลิตสินค้านั้นๆ เลย

๓. ของที่ได้รับการประเมินคุณค่าจากบรรดานักสะสมว่า “ดี” ย่อมมีการตีราคาค่าหวดเกินความจริง มีอัตราการแลกเปลี่ยนทั้ง “เงินทอง” และ “ของแลกของ” จนกระทั่งของบางอย่าง “มีคุณค่าสูง ชนิดที่ไม่สามารถระบุเป็นเงินตราได้” อาทิ ของที่เก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑ์ต่างๆ (โดยเฉพาะ “พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ”) จนมีความหมายมากกว่า “สินทรัพย์” แต่เป็น “มรดก” ที่มีคุณค่าต่อจิตใจของผู้คนในปริมณฑลนั้นๆ อย่างมีอาจเปรียบเทียบได้

“วัฒนธรรมของสะสมในสังคมโลกานุวัตร” ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากวัฒนธรรมของสะสมในอดีตนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า อดีตของสะสมในสังคมไทยมักจะเป็นของที่หาได้จากท้องถิ่นนั้นๆ อาจจะเป็นสิ่งที่หาได้ยาก ไม่อาจพบเห็นได้ตามที่สาธารณะทั่วไป อาทิ เครื่องเบญจรงค์ อัญมณี ศิลปหัตถกรรมต่างๆ แต่เมื่ออิทธิพลของโลกานุวัตรเริ่มแผ่อิทธิพล และแทรกซึมเข้าไป การติดติดต่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับสังคมภายนอกกลายเป็นเรื่องปกติในสังคมไทย ความหมายของ “ของสะสม” และ “วัฒนธรรมของสะสม” ก็เปลี่ยนแปลงและแปรผันตามอิทธิพลดังกล่าว ในลักษณะที่คล้ายคลึงกันกับสังคมอื่นๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ของสะสมบางอย่างไม่ใช่ของหายากในประเทศที่ส่งออก แต่เป็นของหายากในประเทศที่นำเข้าเป็นต้น

ชิปโป นอกจากจะเป็นสิ่งสะสมที่มีคุณสมบัติด้าน “การใช้งาน” พร้อมๆ กับ “สิ่งที่เป็นมากกว่าการใช้งาน” หรือ “ของสะสม” นั้นก็จัดว่าเป็นลักษณะสากลที่มีความคล้ายคลึงกันกับของสะสมอื่นๆ เช่น แสตมป์ ไปรษณียบัตร พระเครื่อง ใบปิดหนังเก่า ในแง่มุมของ “ความต้องการใช้ และ/หรือเล่น” ชิปโปเองก็ดูจะมีความสอดคล้องกับกระแสโลกานุวัตรที่กล่าวไปข้างต้น การแพร่หลายวัฒนธรรมชิปโปจากสหรัฐอเมริกาเข้าสู่สังคมไทย ที่มีนัยยะแฝงถึงการถูกครอบงำทางวัฒนธรรม ถูกทำให้กลายเป็นอเมริกัน (Americanization) ซึ่งหากอีกแง่หนึ่งก็นับว่าเข้าข่ายการถูกทำให้เป็นกลายเป็นอาณานิคมทางความคิด และวัฒนธรรมในสังคมหลังทันสมัย (Post-Colonialization)

ความเป็นมา และการดำรงอยู่ของคนเล่นชิปโปในเมืองไทย

กลุ่มนักสะสม หรือ “เล่น” ชิปโป เริ่มรวมตัวกันตั้งแต่กลางปี ๒๕๔๙ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ผ่านสื่อสมัยใหม่ ที่ปรากฏในรูปแบบของ Internet แต่เริ่มเดิมทีกลุ่มดังกล่าวเป็นเพียงกลุ่มคนจำนวนน้อยเท่านั้น แต่ต่อมาเมื่อเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านทางช่องทางอื่นๆ ทั้งโทรทัศน์ และการประชาสัมพันธ์อื่นๆ ทำให้ผู้สนใจ และจำนวนสมาชิกก็เพิ่มขึ้นตามลำดับ

ช่องทางการสื่อสารด้วย Internet, MSN Messenger และกระดานสนทนา นั้น อาจกล่าวได้ว่าเปรียบเสมือนตัวแทนภาพสะท้อนและความหมายของ “โลกานุวัตร” (Globalization) ได้ชัดเจนระดับหนึ่ง เพราะเมื่อพิจารณาจากปัจจัยในการสื่อสารสมัยใหม่ที่เกิดการเปลี่ยนแปลง

ทรัพยากรลง สามารถติดต่อได้สะดวกมากในการเข้าถึงคนหมู่มาก (Mass) เช่น เมื่อไม่นานนี้มีหน่วยราชการแห่งหนึ่งเปิดสอบบรรจุเข้าเป็นข้าราชการ และเปิดรับสมัครผ่านเครือข่าย Internet การประกาศสถานที่สอบ และประกาศผลสอบก็ผ่านเว็บไซต์ โดยให้เหตุผลว่าประหยัดทรัพยากรไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาสมัคร เป็นการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงผู้คนได้มากกว่าการประกาศสอบในอดีต มีผู้สนใจสมัครสอบมากกว่า ๒๕,๐๐๐ คน ทั้งคนในเมืองและชนบท (หากเป็นการสมัครสอบแบบเดิม ผู้สมัครต้องเดินทางมาสมัครเองที่หน่วยงานนั้นๆ ซึ่งใช้เวลาและค่าใช้จ่ายแตกต่างกัน ยิ่งเดินทางมาไกลมากก็ยิ่งเสียค่าใช้จ่ายมาก) แต่การสมัครในรูปแบบดังกล่าวผู้สมัครทุกคนจะเสียค่าธรรมเนียมเท่าเทียมกัน คือ ๑๓๐ บาท และใช้เวลาในการสมัครเพียงไม่กี่นาทีเท่านั้น

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ในการสื่อสารในโลกาันวัดรนั้น นอกจากช่วยลดเวลา ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันแล้ว ยังสร้าง “มาตรฐาน” ในการเข้าถึงโลกาันวัดร ในอัตราเดียวกัน ทั้งเรื่องของค่าใช้จ่ายที่น้อย ใช้เวลารวดเร็ว เรียกได้ว่าเป็นมาตรฐานที่คนในปัจจุบันพอใจ รู้สึกถึงความทันสมัย และมีความก้าวหน้ามากกว่าอดีตอย่างเทียบกันได้

เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่าโลกาันวัดรนั้นทรงอิทธิพล และส่งผลกระทบต่อคนในสังคมปัจจุบันแทบทุกด้านอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้เลย

ในกลุ่มคนเล่นชิปโป ประธานชมรมเป็นผู้มีอำนาจเด็ดขาดในการกำหนดเปลี่ยนแปลงความเป็นไปของชมรมได้ตลอดเวลา เช่น การเปลี่ยนชื่อชมรม การจัดกิจกรรม พบปะสังสรรค์ การเข้ามาตอบคำถาม ให้คำแนะนำเรื่องชิปโปแก่สมาชิก และทำให้เกิดความเป็นกันเอง และน่าเชื่อถือต่อสมาชิกที่เข้ามาใหม่ แม้ประธานจะมีอำนาจในชมรมเช่นใด ก็ย่อมต้องฟังเสียงจากสมาชิกบ้างในกรณีที่มีสมาชิกหลายคนไม่เห็นด้วยกับการกระทำบางอย่างของประธาน ทั้งนี้ก็เพื่อนำไปสู่การ “ซื้อใจ” หรือ “สร้างความยอมรับนับถือ” ในระยะยาว (อย่างน้อยก็ที่ปรากฏภายในเว็บไซต์)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าประเด็นที่สำคัญในการดำรงอยู่ของกลุ่มนั้นคือ การทำให้สมาชิกรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของชมรม กล่าวคือ การยอมรับ และเลือกสวมอัตลักษณ์ของกลุ่มชิปโป

ในช่วงเริ่มต้นของชมรมนั้น ประธานชมรมได้พยายามประชาสัมพันธ์สื่อ และช่องทางต่างๆ เพื่อบอกกล่าวให้สังคมรับรู้ถึง “ความมีอยู่” ของกลุ่มตน ผ่านสังคมออนไลน์เป็นหลัก หรือการให้สมาชิกที่เป็นสมาชิกแล้วกระจายข่าวบอกกันต่อไป เช่น การลงทุนทำสติ๊กเกอร์ประชาสัมพันธ์ แล้วแจกจ่ายเหล่าสมาชิกให้นำไปติดตามที่สาธารณะต่างๆ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น “ไฟแช็ก” ก็ยังคงถูกมองเป็นแง่ลบในสังคมปัจจุบันอยู่ดี

“Reduce Smoking, Collecting Zippo” จะเป็นการรวาทกรรมจากชมรมชิปโปที่เด่นชัดที่สุดในการสร้างวาทกรรมขึ้นเพื่อต่อรอง “พื้นที่” และการนิยาม “ตัวตน” จากวาทกรรมหลักของรัฐบาล วาทกรรมดังกล่าวคือการประกาศตนที่ชัดเจนที่สุดว่าพวกตนเป็น “นักสะสม”

ไม่ใช่ “นักสูบบุหรี่” เป็นการช่วงชิงความหมายและพื้นที่ ณ บริบทของสังคมไทยปัจจุบันที่มองภาพผู้สูบบุหรี่กลายเป็น “ผู้ร้าย” ไปตามนโยบายที่รัฐพยายามสร้างขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นวาทกรรมของรัฐที่พยายามจะลดภาระของตนลง กล่าวคือ เมื่อการสูบบุหรี่ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ ผู้ที่เจ็บป่วยเหล่านี้ก็ต้องพึ่งสวัสดิการจากรัฐ อาทิ ค่ารักษาพยาบาลต่างๆ จึงพยายามผลักภาระเหล่านี้กลับไปยังผู้สูบบุหรี่แทน โดยแรงจูงใจจากสถาบัน ภาคส่วนต่างๆ ในสังคมถึงพิษภัยของบุหรี่ที่มีผลต่อสุขภาพ (นอกจากนี้รัฐยังได้ “หน้า” (เครดิต) จากการรณรงค์ดังกล่าวด้วย) พร้อมๆ กับการขึ้นภาษีบุหรี่ สุรา ต่างๆ จนเกือบชนเพดานภาษีที่ตนสามารถเก็บได้ โดยมีเหตุผลที่ฟังขึ้นว่าของเหล่านี้เป็นอันตรายต่อสุขภาพ รัฐก็ประกาศเตือนพร้อมๆ กับรณรงค์แล้ว ผู้สูบบุหรี่ ผู้ดื่มสุราหากยังนิยมของที่ทำลายสุขภาพก็ควรต้องรับผิดชอบการกระทำของตนเอง

ทั้งนี้ จากการทบทวนเรื่องราวของไฟ และชิปโป้ในบทที่ ๔ ล้วนแสดงให้เห็นว่า อดีตภาพของการสูบบุหรี่ ดื่มสุราไม่ได้เป็นผู้ร้ายเช่นปัจจุบัน แต่ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปตามบริบททางสังคม ณ ขณะหนึ่ง เช่น สมัยที่ถนนมืด กิตติขจร ผู้นำรัฐบาลได้ส่งไฟแช็กชิปโป้เป็นของกำนัลหรือเครื่องบรรณาการให้แก่ประเทศมหาอำนาจในโลก (สหรัฐอเมริกา) ภาพลักษณ์ของไฟแช็กและบุหรี่ ก็น่าจะเป็นสิ่งที่แพร่หลายในสังคมระดับหนึ่ง มิใช่ดังที่เห็นในปัจจุบัน

ผู้วิจัยเห็นว่าวาทกรรมต่างๆ ที่ “สร้างขึ้น” มีจุดประสงค์ที่เพื่อช่วงชิงชิง “ความหมาย” และ “พื้นที่” ทางสังคมอยู่ตลอดเวลา อยู่ที่ว่าวาทกรรมหลักที่ผู้คนในสังคมนั้นๆ ยอมรับ และรับเอาไปปฏิบัติคืออะไร ทั้งหมดทั้งปวงที่กล่าวไปก็เพื่อจะชี้ให้เห็นว่าการสร้างสโลแกน หรือวาทกรรมของกลุ่มคนเล่นชิปโป้ในเมืองไทยมีความหมาย ความสำคัญ และส่งผลต่อการดำรงอยู่ของตนเป็นอย่างมาก ท่ามกลางการต่อรอง ยอมเปลี่ยนท่าที่ต่างๆปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ให้ไหลลื่น (flow) เพื่อให้ตนได้มีที่ยืนในสังคมนั่นเอง

ทัศนคติ ค่านิยม ปัจจัยตลอดจนวาทกรรมการบริโภคหรือนิยมชุดต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อชิปโป้

๑. ชมรมคนเล่นชิปโป้

สังคมในปัจจุบัน (โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมือง) มีความเจริญก้าวหน้า เศรษฐกิจมุ่งพัฒนาต่อยอดสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ และมุ่งเน้นการพัฒนาทางวัตถุมากกว่าพัฒนาคน ล้วนส่งชีวิตในสังคมมีความรีบเร่งตลอดเวลา ผู้คนมีความห่างออกจากสถาบันต่างๆ เรื่อยๆ โครงสร้างทางสังคมไร้ความเหนียวแน่นเหมือนอดีต ทำให้เกิดความโดดเดี่ยว ว้าเหว่ภายในใจมากขึ้น และดูเหมือนจะทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกขณะ

ด้วยปัจจัยดังกล่าวมีส่วนทำให้เกิดการรวมตัว และรวมกลุ่มของคนที่มีความนิยมชมชอบ และบริโภคหรือนิยมที่คล้ายคลึงกัน การแสดงออกโดยการได้แลกเปลี่ยนความคิด ได้บำบัดความเหงาที่มีในใจ รวมทั้งได้ปรับตัวซึ่งกันและกันกับคนหัวอกเดียวกัน โดยปัจจุบันได้เกิดกลุ่มต่างๆ เช่นนี้มากมาย อาทิ กลุ่มชายรักชาย สมาคมคนโสด สมาคมกาแฟ ฯลฯ เกิดขึ้นมากมาย ก่อปรกับอิทธิพลจากโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารสะดวกง่ายดายขึ้นเป็นอย่างมาก แม้อยู่ไกลกันเพียงใด ก็สามารถติดต่อซึ่งกันและกันได้ ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบนี้เห็นได้ชัดจากการใช้สื่อออนไลน์ อินเทอร์เน็ตต่างๆ นั้นเอง

การรวมกลุ่มในลักษณะของ “คนรัก...” “นักสะสม” ต่างๆ เหล่านี้ได้เกิดขึ้นมากมายในสังคมปัจจุบัน และจัดเป็นกลุ่มที่เด่นชัด เพราะเป็นการเข้าถึง “คน” ได้อย่างแทบจะไร้การปฏิเสธ เพราะคนนั้นๆ นิยม และยอมรับ และต้องการ “เก็บสะสม” วัตถุดังกล่าวเป็นฐานเดิมอยู่แล้วนั่นเอง โดยสิ่งที่ทำให้กลุ่มเหล่านี้มีเป็นกลุ่มที่สมบูรณ์ได้ต้องอาศัยการทำกิจกรรมที่ตน และบรรดาสมาชิกในกลุ่มนิยมชมชอบกัน

“การพบปะสังสรรค์” (Meeting) นับเป็นกิจกรรมที่เห็นภาพของ “ความเป็นกลุ่ม” นั้นๆ ได้เด่นชัดที่สุด เป็นการแสดงออกในกลุ่มที่ตนรัก เช่น การพบปะสังสรรค์และเดินชวอน เรียกร้องสิทธิที่ตนควรได้รับของกลุ่ม “รักร่วมเพศ” หรือกลุ่มกะเทยการเมืองที่ออกมาเป็นกระบอกเสียงเพื่อรักษาผลประโยชน์ตน แต่ลักษณะของกลุ่มสะสมมีรูปแบบที่ต่างไปจากกลุ่มดังกล่าว การพบปะสังสรรค์ไม่ได้เน้นหนักไปในการเรียกร้องสิ่งใดๆ จากสังคม แต่เพื่อให้ได้มาถึง “วัตถุ” ที่ตนรัก และต้องการเก็บสะสม (ในที่นี้อาจจะหมายถึงได้มาเก็บสะสม หรือได้รับความรู้จากเรื่องราวที่ตนนิยมก็ได้) กล่าวคือ สนองความต้องการให้ได้มาซึ่งวัตถุนั้นๆ ตามความต้องการของแต่ละปัจเจก และยังได้คลายความเหงาว่าเหงาของตนจากกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันนั้นได้อีกด้วย

ผู้วิจัยเห็นว่า “คนเล่นชิปโป” ในเมืองไทย ก็มีลักษณะ และรูปแบบคล้ายคลึงกันกับที่กล่าวมา เพราะการจะสะสมได้ต้องมี “ตลาด” รองรับ เพื่อการนำเข้า ส่ง - ออก ถ้ายาของสะสมนั้นๆ เสมอ ทำให้ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า การสะสมจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มี “พ่อค้า” “การค้า” และ “ตลาด” เพื่อรองรับสิ่งสะสมนั้นๆ ซึ่งเป็นลักษณะสากลที่ปรากฏใน “การสะสม” เกือบทุกประเภท

๒. คนเล่นชิปโปย่านสนามหลวง

ในกรณีของคนเล่นชิปโปย่านสนามหลวงที่ประกาศชัดเจนว่าตนเป็นพ่อค้า มีความรัก และนิยมชมชอบไม่ต่างไปจากคนรักชิปโปในชมรม แต่แตกต่างกันเพียงการรวมกลุ่มคนหรือเครือข่ายที่ตนมีนั้นมีเพียงกลุ่มคนเล็กๆ ไม่อาจเทียบได้กับการเข้าถึงสื่อออนไลน์ดังคนในชมรมได้เลย นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างระหว่างชนชั้นอีกด้วย พุ คนเล่นชิปโปย่านสนามหลวงนั้นจัดว่าเป็นคนชนชั้นกลางค่อนข้างมาทางชนชั้นล่าง แต่คนเล่นชิปโปในชมรมส่วน

ใหญ่เป็นคนชนชั้นกลางที่ค่อนข้างสูง โดยผู้วิจัยพิจารณาความต่างเรื่อง “ชนชั้น” จากองค์ประกอบเรื่อง การศึกษา อาชีพ รายได้ การเข้าถึงสื่อและสวัสดิการที่รัฐจัดเตรียมไว้ให้

ผู้ เล่นชิปไปสนามหลวง เล่นชิปไปในลักษณะของ “ของสะสมมือสอง” คือ หากโชคดีได้ของดีมา เก็บไว้ ของไม่ดีก็ปล่อยให้ผ่านไป วันไหนถ้าไม่มีเงินของดีที่เก็บก็พร้อมจะขายได้ตลอดเวลา แต่ขณะเดียวกันการดำรงอยู่ทั้งของผู้ และประชาชนชมรมก็มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือต่างสวมบทบาท (Agency) ทั้งของการเป็นพ่อค้าขายสินค้า และผู้รู้ (Guru) ให้คำแนะนำในเรื่องชิปไปได้ในขณะเดียวกัน

เนื่องจากอาชีพหลักของผู้ไม่มีรายได้ที่แน่นอน รายได้ที่มีเพียงทางเดียวก็คือการขายไฟแช็ก หากวันไหนขายไม่ได้ก็ทำให้การเงินของตนเกิดปัญหา ผู้จึงต้องปรับกลยุทธ์ทางการขายให้มีความยืดหยุ่นมากกว่าประชาชน กล่าวคือ ในขณะที่คนเล่นชิปไปในชมรมมีทัศนคติต่อชิปไปปลอมว่าเป็น “วัตถุไร้ค่า” “ของห่วย” “ไม่มีคุณค่าต่อการใช้งานและเก็บสะสม” ผู้กลับมองว่าหากสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้จะของปลอมหรือจริงตนก็ขายได้หมด เนื่องจากของปลอมราคาถูกกว่าของจริงมาก ทำให้ขายได้ง่าย ปริมาณมากกว่าการขายชิปไปจริง แต่สำหรับตนก็ยังรักจะสะสม และใช้งานชิปไปของจริงอยู่ตามเดิม

วิเคราะห์กระบวนการ “สะสมในสังคมโลกานุวัตร” : การสร้างและแสดงออก ความหมายของ “คนเล่นชิปไป” ในเมืองไทย

ในสังคมโลกานุวัตร แม้ชิปไปจะถูกสร้างความหมาย หรือได้รับการรับประกันว่า “ดี” “มีคุณภาพ” “บ่งบอกรสนิยมของผู้ใช้งาน” และพร้อมจะผลิตซ้ำภาพลักษณ์ดังกล่าวไปอย่างไม่จบสิ้น แต่หากขาดการทำการตลาดที่ดี (ที่ต้องผลิตซ้ำความหมาย และแพร่กระจายวัฒนธรรมนั้นๆ เป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง) ก็คงไม่สามารถอยู่ท่ามกลางกระแสโลกานุวัตรที่มาเร็วไปเร็ว หรือเกิดวัฒนธรรมป๊อป (Pop Culture) ขึ้นมากมาย ประเภทที่มาเร็ว ไปเร็ว และหลังจากไปแล้วก็ไม่เกิดร่องรอยทางสังคมที่ติดตรึงในใจของผู้คนมากนัก

ประชาชนชมรมนับว่าเป็นคนที่มีอิทธิพลต่อท่าทีของกลุ่มดังกล่าวได้พอสมควร โดยอาศัยอิทธิพลของโลกานุวัตรนั่นเองที่พยายามประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะการออกรายการโทรทัศน์เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตน และการสร้างวาทกรรมเพื่อต่อรองกับวาทกรรมของสังคม ให้กลุ่มและพวกตนสามารถมีพื้นที่ในสังคมอยู่ได้ ขณะเดียวกันก็เป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องชิปไปเป็นอย่างดี หากสมาชิกมีข้อซักถามก็พร้อมจะค้นหาคำตอบมาให้สมาชิกได้เสมอ

กล่าวได้ว่า คนที่เล่น หรือเลือกเสพสัญลักษณ์ของชิปไปในชมรม ส่วนใหญ่จัดอยู่ในชนชั้นกลางที่มีทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมดีพอสมควร อย่างน้อยก็สามารถเข้าถึงสื่อได้มากกว่ากลุ่มที่อยู่ต่ำกว่าทางสังคม และสามารถเข้าร่วม “การเล่นชิปไป” เป็นงานอดิเรกได้โดยไม่เดือดร้อนนัก พร้อมจะร่วมในตลาดชิปไปได้เสมอ

อย่างไรก็ตาม โลกานุวัตรนอกจากจะอยู่ในโลกของการออนไลน์แล้วยังมีปัจจัยต่อการเกิดขึ้นของตลาดรสนิยม “มือสอง” ที่มีราคาถูก ยังสามารถผสมผสาน “สัญญาะ” แบบชิปโปให้เหมาะสมต่อพลังการบริโภคของคนชนชั้นกลาง และคนชั้นกลางค่อนไปทางชั้นล่างของสังคมได้อย่างลงตัว นับเป็นตลาดสะสมใหญ่ที่สามารถต่อยอดกับตลาดสะสมออนไลน์ได้อย่างสูสี และหากขายของมือสองในสื่อออนไลน์แล้วยังทำให้เป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับคนส่วนใหญ่ที่ต้องการบริโภคสัญญาะจากสิ่งเหล่านั้น

ด้วยเหตุนี้ การสร้างความหมายเพื่อสินค้าอัตลักษณ์จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญมาก เพราะอัตลักษณ์จากสินค้าสามารถอธิบายเรื่องราว และตำนานได้ด้วยตัวมันเองโดยไม่ต้องปรุงแต่งใดๆ เพิ่มเติมเลย ชิปปโปก็อยู่ในลักษณะดังกล่าวด้วยเช่นกัน เมื่อชิปปโปอยู่ลักษณะความเป็นสำเร็จรูปแล้ว ผู้ใช้ ผู้สะสมก็จะสามารถเลือกสวมความหมายชุดต่างๆ เพื่อใช้ในการนิยาม และอธิบายตนเองในระดับปัจเจก ในขณะที่เดียวกันก็มีสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มด้วยเช่นกัน ในแง่มุมที่สินค้าอัตลักษณ์เหล่านี้พยายามสื่อความหมายออกมา และมีอิทธิพลต่อคนเล่นชิปปโปให้เลือกหยิบ หรือสวมความหมายของชิปปโปมาใช้อธิบายตัวตน และสร้างอัตลักษณ์ของผู้เล่นในระดับกลุ่ม และปัจเจกบุคคล

อัตลักษณ์กลุ่มของคนเล่นชิปปโปนั้นค่อยๆ ถูกถักทอ และผูกร้อยเชื่อมโยงระหว่าง “คน” กับ “สินค้า” ให้แลกเปลี่ยนอัตลักษณ์ซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา ภายใต้เงื่อนไขของบริบททางสังคมนั้นๆ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เมื่อเกิดการตื่นตัวของรวมผู้ที่มีความสนใจร่วมกันได้ในระดับหนึ่ง ย่อมต้องเกิด “เครื่องหมาย” หรือ “สัญลักษณ์กลุ่ม” ที่เหล่าสมาชิกต่างยอมรับ และมีความรู้สึกร่วมกัน จากกระบวนการปรุงแต่งอัตลักษณ์ และกระบวนการสร้างชิปปโปให้เป็น “สินค้าสัญญาะ” ขึ้นสำคัญ (หรือเป็น Totem ของกลุ่มในสังคมโลกานุวัตร) ให้สามารถสื่อสารความหมายสากลได้จากอัตลักษณ์ของชิปปโป แม้อยู่ในบริบททางสังคมที่แตกต่างกันก็ตาม

สรุป

“ของสะสม” ในบริบทต่างๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันก็มักจะมีลักษณะสากลที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ของที่หายากมักจะมีคุณค่ามากกว่าของที่หาได้ง่าย ของแท้ดั้งเดิม ย่อมมีคุณค่ามากกว่าของปลอม ของที่ดีย่อมได้รับการการตีราคาสูงเกินความจริง และมีพลวัตรทางสังคมของ “ของสะสม” ซึ่งปรับเปลี่ยน และผกผันกับกระแสโลกานุวัตรที่ถาโถมเข้าตลอดเวลา

ชิปปโปจัดได้ว่าเป็นสิ่งสะสมที่มีคุณสมบัติด้าน “การใช้งาน” และ “สินค้าสัญญาะ” ที่มีความหมายเชิงเช่นของสะสมอื่นๆ แต่อาจจะที่มึนยะแฝงที่พยายามครอบงำทางวัฒนธรรมและล่าอาณานิคมทางความคิด จากสหรัฐอเมริกาผู้เป็นต้นแบบแห่งความสำเร็จต่างๆ ในโลกปัจจุบัน

กลุ่มคนเล่นชิปโปได้รวมตัวกันผ่านอิทธิพลสื่อโลกานุวัตรอย่างเต็มที่ ที่นอกจากช่วยย่นเวลาของผู้คน และลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โลกานุวัตรยังพยายามสร้าง “มาตรฐาน” แก่ทุกคนในอัตราเดียวกัน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ปัจเจกบุคคลต่างๆ สามารถรวมตัวกันได้เสรี พร้อมๆ กับความรู้สึกก้าวหน้า และทันโลก

วัฒนธรรมสะสมชิปโปในสังคมไทยนั้น ไม่ว่าจะเป็นคนในชมรม และนอกชมรมก็ต่างไม่สามารถดำรงอยู่ได้โดยลำพังหากปราศจากการตลาด การทำการค้าแลกเปลี่ยนกัน จึงต้องอาศัยการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างตลาดของกลุ่มตน และขยายกลุ่มให้กระจายสู่สังคมมากขึ้น ทั้งนี้สร้างวาทกรรมของกลุ่มออกมาเพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ที่ไม่ดีนัก จากวาทกรรมหลักของสังคม เพื่อให้พวกตนมีพื้นที่ทางสังคม ที่เป็นในลักษณะ “อิง” กระแสโลกานุวัตร และวาทกรรมหลักจากภาครัฐต่างๆ เพื่อความเป็นไปและคงอยู่ของตน

ขณะเดียวกัน การสร้างอัตลักษณ์จากตัวชิปโปเองก็มีความสำคัญต่อกลุ่มเป็นอย่างมาก กลุ่มชมรมชิปโปพยายามจะสร้างความหมายใหม่ให้กับของสะสมของตน (เห็นได้จากชิปโปรุ่นพิเศษมีลักษณะเฉพาะของชมรม) ที่ไม่ต้องไปเบียดแย่งความหมายชุดดังกล่าวร่วมกับใคร สันคำสัญญาดังกล่าว หากสร้างจนมีพลัง หรือความเชื่อจนคนในกลุ่มศรัทธามันคงได้ระดับหนึ่งแล้ว ก็นำไปสู่การบริโภคสันทนระดับกลุ่ม และปัจเจกบุคคลโดยผ่านกระบวนการ “สะสม” ของ “คน” และ “ความหมาย” อัตลักษณ์ที่เลือกเฟ้นรอให้ปัจเจกเลือก “สวม” หรือ “ครอบ” ความหมายชุดนั้น พร้อมๆ กับดำเนินไปท่ามกลางกระแสโลกานุวัตรที่ขับเคลื่อนไปอย่างทรงอิทธิพล ด้วยปัจจัยอันทรงพลังจากทุนนิยมที่นับวันยิ่งแทรกซึมเข้าไปทุกอณูทางสังคมของโลกใบนี้.

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓.

เกษียร เตชะพีระ. “บริโภคร่วมสมัยไทย.” ใน จินตนาการสู่ปี 2000 : นวัตกรรมเชิงกระบวนการ ทัศนด้านไทยศึกษา, ๘๗, ๑๐๒. ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๓๙.

งามพิศ สัตย์สงวน. หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓.

จิรพรรณ กาญจนะจิตรา. การพัฒนาชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ ๑๔. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๑.

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, บรรณาธิการ. สื่อกับมานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๔๖.

จำลอง ผึ้งชลจิตร. สภาพบุรุษไฟแช็ก. ม.ป.ท. : สำนักพิมพ์สมิต, ๒๕๓๙.

ฉัตรชัย วิเศษสุวรรณภูมิ [พนมเทียน]. เพชรพระอุมา. พิมพ์ครั้งที่ ๒. เล่ม ๑, ตอน ไพร มหากาฬ. พระนคร : ม.ป.ป.

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกร และ มนัสศิริ เผือกสกนธ์. Retro Marketing สูตรใหม่การตลาดย้อนยุค ปลูกกระแส. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด, ๒๕๔๕.

ดำรงค์ ฐานดี. มานุษยวิทยาเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ ๗. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๔.

นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. “‘ความต่าง’ ของ ‘วิถีคิด’ ต่อวัฒนธรรมกระแสนิยม.” ใน เหลียวหน้าแลหลัง วัฒนธรรมป๊อป, ๒๓ – ๘๐. จีรวุฒิ เสนาคำ, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๔๙.

นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย. “ฮอตไลน์กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม : กรณีศึกษาเพลงสมัยนิยม (popular music).” ใน เหลียวหน้าแลหลัง วัฒนธรรมป๊อป, ๘๑ – ๑๒๖. จีรวุฒิ เสนาคำ, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๔๙.

ปราณี วงษ์เทศ. พื้นบ้านพื้นเมือง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เจ้าพระยา, ๒๕๒๕.

_____. สังคมและวัฒนธรรมในอุษาคเนย์. กรุงเทพฯ : เรือนแก้วการพิมพ์, ๒๕๔๓.

ปรีดา เฉลิมเผ่า กอหนันตกุล. “เล่น.” ใน คำ : ร่องรอยความคิดความเชื่อไทย. สุวรรณสถานอนันท์ และ เนื่องน้อย บุญยเนตร, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

ผจงจิตต์ อธิคมนันท์. “การแบ่งช่วงชั้นทางสังคม.” ใน สังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเบื้องต้น.

๒๐๑. พิมพ์ครั้งที่ ๑๗. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๕๑.

พัฒนา กิตติอาษา, บรรณาธิการ. คนพันธุ์ป๊อป : ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม.

กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๕๖.

_____. มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์ไทยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย.

กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๕๖.

มาลี สิทธิเกรียงไกร. “ชุมชนออนไลน์กับการสร้างอัตลักษณ์ของผู้ติดเชื้อ : กรณีผู้หญิงชื้อแก้ว.”

ใน สื่อกับมานุษยวิทยา, ๑๑๗ – ๑๔๗. จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, บรรณาธิการ.

กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๕๖.

ยศ วัชรเสถียร. สารนารถรู้ตัวไว้ใช้ว่า. พระนคร : แพร่พิทยา, ๒๕๐๓.

โรเบิร์ต คัลफी. ของเล่นของโลก. แปลและเรียบเรียงโดย ปราณี วงษ์เทศ. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์เจ้าพระยา, ๒๕๒๘.

โรลลิ่งด์ บาร์ตส์. มายาคติ. แปลโดย วรรณพิมล อังคศิริสรพ. นพพร ประชากุล,

บรรณาธิการ. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คปไฟ, ๒๕๕๗.

ศิริินทร์ ใจเที่ยง. “ชีวิตของสินค้ามือสองประเภทแฟชั่นเครื่องแต่งกายในตลาดนัดชั่วคราว :

แง่มุมบางประการ.” ใน ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด, ๒๖๔ – ๓๒๐. สมรักษ์ ชัยสิงห์

กานานนท์, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๒๕๕๙.

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม. กรุงเทพฯ :

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๔.

สายพิน ศุภุทธมงคล และคณะ. “สำรวจทฤษฎีร่างกาย.” ใน เผยแพร่ - พรางกาย : ทดลองมอง

ร่างกายในศาสนา ปรัชญาการเมือง ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และมานุษยวิทยา, ๑๕ –

๕๐. ปรีดา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์

คปไฟ, ๒๕๕๑.

สิริพร สมบูรณ์บุรณะ. วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดและการวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : ดำเนินการ

พิมพ์, ๒๕๓๘.

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. อัตลักษณ์ Identity การทบทวนกรอบแนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ :

คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๖.

อานนท์ อาภาภิรม. รัฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๘.

อานนท์ กาญจนพันธุ์. ทฤษฎีและวิธีวิทยาของการวิจัยวัฒนธรรม : การทะลุกรอบและกัก

ของความคิดแบบคู่ตรงข้าม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์, ๒๕๔๘.

เอนก นาวิกมูล. เก็บวันนี้ พรุ่งนี้ก็เก่า. กรุงเทพฯ : สมาคมกิจวัฒนธรรม, ๒๕๕๑.

_____. ของเล่นแสนรัก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โนรา, ๒๕๓๙.

_____. สิ่งพิมพ์คลาสสิก. กรุงเทพฯ : สารคดี, ๒๕๓๓.

วารสารและนิตยสารภาษาไทย

นิธิ เอียวศรีวงศ์. “สืบสายเด็ยวสู่สะตือ.” มติชนสุดสัปดาห์ ๒๐, ๑๐๑๕ (กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓) :

๔๗.

พุ่ม วีระประเสริฐ. “การศึกษาประวัติศาสตร์ด้วยวิธีการทางมานุษยวิทยา.” ศิลปวัฒนธรรม

๓, ๑๐ (สิงหาคม ๒๕๒๕) : ๘๔ – ๘๗.

‘รงค์ วงษ์สวรรค์. “หมัดดับดวงตะวัน.” มติชนสุดสัปดาห์ ๒๔, ๑๒๔๑ (๒๘ พฤษภาคม – ๒

มิถุนายน ๒๕๔๗) : ๕๑.

สุลักษณ์ ศิวรักษ์. “วิพากษ์บริโภคนิยม.” ไฮคลาส ๒๓, ๒๔๓ (๒๕๔๘) : ๔๒ – ๔๗, ๑๑๒ –

๑๑๓.

อาจันต์ ปัญจพรรค์. “วาทความคิด.” มติชนสุดสัปดาห์ ๒๐, ๑๐๒๘ (๒ พฤษภาคม ๒๕๕๓) :

๖๐.

PENTHOUSE : ฉบับภาษาไทย, ๒ (กรกฎาคม ๒๕๕๓) : ๑๐๙.

“ZIPPO ไฟแช็กสำหรับนักสะสม.” นิตยสารผู้จัดการ ๑๓, ๑๔๓ (สิงหาคม ๒๕๓๘) : ๗๒, ๗๔.

คำวิจารณ์

ปฐมฤกษ์ เกตุทัต. อาจารย์ประจำคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิจารณ์, ๓ พฤศจิกายน ๒๕๔๙.

มณีวรรณ ผิวนี้้ม. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร. วิจารณ์, ๘ กันยายน ๒๕๔๙.

หนังสือพิมพ์

ยุกติ มุกดาวิจิตร. “ภาษาเอ็ม ภาษาอุบัติ?” กรุงเทพธุรกิจ จดประกาย, ๓๐ สิงหาคม ๒๕๔๙,

๒.

ศิริกัญญา มงคลวัจน์. ““ชิปโป” เสน่ห์เหนือกาลเวลา ของสะสมของคนมีไฟ.” ผู้จัดการรายวัน,

๑๒ กรกฎาคม ๒๕๔๙, ๓๓ – ๓๔.

พจนานุกรม

พจนานุกรม ฉบับมติชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, ๒๕๔๗.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์

พับลิเคชั่นส์, ๒๕๔๖.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ - ไทย. กรุงเทพฯ : รุ่งศิลป์การพิมพ์

, ๒๕๒๔.

สารนิพนธ์ ศิลปนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และดุษฎิณิพนธ์

- กัลยา กนกกุลพลวงศ์. “บริโศคนิยมของเด็ก : ศึกษากรณีความต้องการและการได้มาซึ่งสิ่งของจากพ่อแม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๗.
- ฉัสนรา ชมะวรรณ. “แนวความคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ ในวัฒนธรรมศึกษาและการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภค.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๗.
- ทรงศักดิ์ แซ่ตั้ง. “สัญญาของลัทธิบริโศคนิยม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาจิตรกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๐.
- ธง อุดมผล. “ภาพสะท้อนสังคมบริโภคนิยม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาจิตรกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๒.
- พนัสสา พุทธจามร. “บริโศคนิยมในนิตยสารแฟชั่นต่างประเทศ ฉบับภาษาไทย.” สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๖.
- ยูธิ นากามูระ. “พลวัตของวัฒนธรรมบริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น ไทยในเขตมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม โครงการสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๓๙.
- รณณ ชมปรีดา. “โลกของคนเลี้ยงหมาแบบ ‘ไฮโซ’ : วัตรธรรมของการบริโภคยุคโลกาภิวัตน์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๗.
- รัศมี เตชะธาดากุล. “ค่านิยมในการสะสมพระพิมพ์ (พระเครื่อง).” สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๓๕.
- วิศิษฐ์ ศิลปสุวรรณชัย. “บุหรี : การเบียดขับสู่ภาวะต้องห้าม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔.
- ศรินทร รัตน์เจริญจร. “ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔.
- ศิริรัตน์ แอดสกุล. “การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมของผู้หญิงชนบทในเขตจังหวัดอุดรธานี.” ดุษฎิณิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา โครงการปรัชญาดุษฎิณิพนธ์บัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๙.
- เอกศาสตร์ สรรพช่าง. “การเอาใจเกะกะ...พื้นที่และตัวตนของเกย์อ้วน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๖.

เอกสารอัดสำเนา

ธเนศ วงศ์ยานนาวา. “โครงสร้างของบริโภคนิยม/สังคมบริโภค/วัฒนธรรมบริโภค.” เอกสารประกอบคำบรรยายโครงการปริญญาโท MPE วิชา รม. ๖๓๓ มิติทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘. (อัดสำเนา)

เอกสารของทางราชการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร. บัณฑิตวิทยาลัย. คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์ พ.ศ. ๒๕๔๓. พิมพ์ครั้งที่ ๓ แก้ไขปรับปรุง. ม.ป.ท., ม.ป.ป.
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. การปรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๘ พ.ศ. ๒๕๔๑ – ๒๕๔๔. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๑.

หนังสือภาษาต่างประเทศ

Appadurai, Arjun, ed. The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective. London : Cambridge University Press, 1986.
Bourdieu, Pierre. Sociology in Question. Translated by Richard Nice. London : Sage Publications, 1993.
Sexton, Richard. American Style : Classic Product Design from Airstream to Zippo. San Francisco : Chronicle Books, 1987.
Storey, John. Cultural Consumption and Every Life. London : Arnold Publishers, 1999.
Van Liere, Willem. Excavating God : An Enquiry into the Birth of Civilizations. Bangkok : Matichon Publishing House, 2004.

เอกสารอื่นๆ ภาษาต่างประเทศ

Zippo Manufacturing Company. The World famous Zippo Guarantee. Pennsylvania : n.p., n.d.
_____. Care of Your Zippo Brass Case. Pennsylvania : n.p., n.d.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การประมูล ไฟแช็กชิปโป หารายได้เข้าชุมชน โดย BOYd [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๓๑ ตุลาคม ๒๕๔๙. เข้าถึงได้จาก <http://www.siamfishing.com/board/view.php?tid=13352>

খনকৰেংখনোয়নকৰি অয়াকুইফ্ৰেঞ্চ Zippo খণ্ডত্ৰুয়ং [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ১

পুণ্ডাকম ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক <http://topicstock.pantip.com/ratchada/topicstock/2006/08/V4659687/V4659687.html/>

খমজঁথৰ. লেক্ষুবুধৰীমা ৬ পীল্ল ত্ৰুখণ্ডাংৰেংফ্ৰেঞ্চখিপু [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ২১

লিংহাকম ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক <http://www.konrakmeed.com/webboard/upload/?showtopic=2094&st=0&p=35459&#entry35459>

থায়তাম্বল ঢওথ কওম. খণ্ডললিটকণ্ডত্ৰুত্ৰুনাংসজ্ঞাতাম্বলতলাতখবুথ ননথবু [অণ্ডলাইন].

খেঁগুঁমেও ১৫ ঠন্বাকম ২৫৫৭. খেঁগুঁমেওতক <http://www.thaitambon.com/tambon/tsmepdesc.asp?Prod=06321153244&ID=120102&SME=0371615277>

নক্সসম [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ১০ গঁন্বায়ন ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক

<http://naksasom.pantown.com/>

বানপিপিটকণ্ডত্ৰু [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ১২ গঁন্বায়ন ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক

http://www.painaima.com/travelogue/onedaytrip/banpipit.php?mcat_id=1&scat_id=5&story_id=21

বিসিনেসথায়. খিপু Re - Positioning ত্ৰুইশনুইংগাননকৰুৱেওন [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ১৫

মেখায়ন ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক http://www.businessthai.co.th/content.php?data=403479_Brand%20Power/

পৰৱতীমুখিতফ্ৰ [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ৫ পুণ্ডাকম ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক

<http://members.thai.net/tongmatchbox/web/history.htm>

পুঁজিতকৰায়ৱন. "খিপু" সেন্ধুইনুওকালৱেলা খণ্ডসসমখণ্ডকনমীফ্ৰ [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ২

কৰকণ্ডাকম ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9490000089049>

ফ্ৰেঞ্চখমৰুণ্ডত্ৰু ২ [অণ্ডলাইন]. ৭ লিংহাকম ২৫৫০. Email to pong PRAPHAN

<maepong@hotmail.com>

ফ্ৰেঞ্চককককক যীহুওককক বাবনুইনুত্ৰু খুয়ননুওনুত্ৰুত্ৰু [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ৭ মীণ্ডন্বায়ন

২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক <http://www.trekkingthai.com/board/show.php?Category=trekking&forum=7&No=11487&picfolder=trekking&PHPSESSID=80a51b2dce3b132f1b47337f50a95f41/>

ৱিকীপীডিয়া সারানুগৰমেসী. স্ৰেতমপু [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ১০ গঁন্বায়ন ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক

<http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%81%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A1%E0%B8%9B%E0%B9%8C>

সীংডং. কলিপীপসাবত্ৰুত্ৰু Zippo [অণ্ডলাইন]. খেঁগুঁমেও ১১ লিংহাকম ২৫৫০. খেঁগুঁমেওতক

<http://seedang.com/stories/9296/>

Club ของคนรักพระ พระเครื่อง เครื่องรางของขลัง [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๑๑ กันยายน

๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://thaiamuletclub.com/>

LIEUTENANT GENERAL FREANCIS H. GRISWOLD [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๗

พฤษภาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก <http://www.af.mil/bios/bio.asp?biolID=5636>

Meeting ครั้งที่ 4 วันที่ 28 กรกฎาคม [ออนไลน์]. ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๕๐. Email to pong

PRAPHAN <maepong@hotmail.com>

PANTIP.COM. A5219315 บุหรี่ไฟแช็ก [เพชรพระอุมา] [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๑๐

พฤษภาคม ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก [http://topicstock.pantip.com/chalermthai/](http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2007/03/A5219315/A5219315.html/)

topicstock/2007/03/A5219315/A5219315.html/

Sterling Lighters for Zippo inserts [Online]. Accessed 14 July 2006. Available from

<http://zippogallery.com/Sterling%20Lighters.htm>

SUNDANCE. zippo โลโก้ลายเซ็น ๔ ชีต ๕ ชีต ในกล่องกระดาษแข็ง ตัวละ ๘๐ บาท

[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๒๕ เมษายน ๒๕๕๐. เข้าถึงได้จาก

[http://www.zippadeedoo.com/?lay=boardshow&ac=webboard_show&](http://www.zippadeedoo.com/?lay=boardshow&ac=webboard_show&Category=1&No=316386/)

[Category=1&No=316386/](http://www.zippadeedoo.com/?lay=boardshow&ac=webboard_show&Category=1&No=316386/)

Wikipedia. Zippo [Online]. Accessed 11 May 2007. Available from

<http://en.wikipedia.org/wiki/Zippo>

zipmania zippo [Online]. Accessed 5 August 2007. Available from

<http://www.zipmania.it/inglink.htm>

Zippo Click Collectors Club [Online]. Accessed 5 August 2007. Available from

<http://www.zippoclick.com/>

Zippo In The Movies [Online]. Accessed 2 October 2006. Available from

<http://zippo.com/FunCenter/ZippoInTheMovies.aspx>

Zippo Repair Clinic Information [Online]. Accessed 10 May 2007. Available from

<http://www.zippo.com/Repairs/Index.aspx>

[Online]. Accessed 10 September 2007. Available from [http://classified.sanook.com/](http://classified.sanook.com/entertainment/item.php?id=3168458)

[entertainment/item.php?id=3168458](http://classified.sanook.com/entertainment/item.php?id=3168458)

[Online]. Accessed 27 August 2007. Available from

<http://www.toysnjoys.com/transformers/zippolighter.jpg>

การสัมภาษณ์

จิมมี่ [นามแฝง]. ค้าขาย, สัมภาษณ์. ๒๖ – ๒๗ พฤษภาคม, ๑๘ มิถุนายน ๒๕๔๙.

แทน [นามแฝง]. ธุรกิจส่วนตัว. สัมภาษณ์, ๑๔ พฤษภาคม, ๗ มิถุนายน ๒๕๔๙.

น้ำแวน [นามแฝง]. คำขาย, สัมภาษณ์. ๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๔๙.

ปี [นามแฝง]. อาจารย์สอนคอมพิวเตอร์, สัมภาษณ์. ๑๐ - ๑๑ มิถุนายน ๒๕๔๙.

ปาม [นามแฝง]. อีสระ, สัมภาษณ์. ๗ มิถุนายน ๒๕๔๙.

แป๊ะ [นามแฝง]. นักศึกษา, สัมภาษณ์. ๑๒ ธันวาคม ๒๕๔๙.

พู [นามแฝง]. คำขาย, สัมภาษณ์. ๑๙ - ๒๐, ๒๖ - ๒๗ พฤษภาคม, ๑๐ มิถุนายน ๒๕๔๙, ๖
- ๗ ตุลาคม ๒๕๕๐.

วัน [นามแฝง]. พนักงานบริษัทโฆษณา. สัมภาษณ์, ๒๘ ตุลาคม ๒๕๔๙.

ส้ม [นามแฝง]. นักศึกษา และคำขาย. สัมภาษณ์, ๑๐ มิถุนายน ๒๕๔๙.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ชีปโป : นโยบายประกันสินค้า

ตั้งแต่ ค.ศ. 1932 บริษัทชิปโปได้ประกาศนโยบายเพื่อรับประกันสินค้าว่า “ชิปโปจะไม่เรียกเก็บเงินแก่ลูกค้าในการซ่อมแซม โดยชิปโปทุกอันเมื่อถูกส่งมาที่โรงงาน จะได้รับการซ่อมแซมโดยช่างผู้ชำนาญการและไม่เสียค่าใช้จ่ายในการซ่อม เราจะไม่คิดเงินค่าซ่อมแม้แต่ Cent เดียว ไม่ว่าไฟแช็กอันนั้นจะเก่าแก่ มีสภาพใด หรือใช้งานมายาวนานเพียงใดก็ตาม ยกเว้นงาน ชุบ เคลือบสีที่หลุดออก หรือเป็นรอยเท่านั้นที่ไม่ได้มีการรับประกัน”

เพียงลูกค้าจ่ายเงินค่าส่งทางไปรษณีย์ แล้วส่งจดหมายพร้อมไฟแช็กชิปโปที่ต้องการซ่อมแซมไปยัง Zippo Manufacturing Company Attention : Zippo Repair Clinic 1932 Zippo Drive, Bradford, PA 16701 USA โดยหลังจากทำการซ่อมแซมแล้ว บริษัทจะเป็นผู้จ่ายค่าขนส่งทางไปรษณีย์กลับมาถึงลูกค้าเอง พร้อมจดหมายยืนยันการซ่อมแซมชิปโปแล้ว โดยระบุว่า “เราขอบพระคุณมากที่คุณเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของเรา”

Zippo Repair Clinic ตั้งอยู่ใน Zippo Case Museum เปิดทำการตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันเสาร์ ในเวลา ๙ - ๑๗ นาฬิกาโดยประมาณ เมื่อชิปโปส่งมาถึง ชิปโปทุกตัวจะได้รับรหัสการซ่อมแซม และส่งไปให้ช่างซ่อม เมื่อซ่อมเสร็จแล้วจึงส่งกลับไปยังแผนกจัดส่งเพื่อส่งคืนให้ลูกค้าทางไปรษณีย์ลงทะเบียนแบบรับประกันกรณีสูญหาย

นโยบายในการซ่อมของบริษัทชิปโป คือหากกลไก หรือส่วนต่างๆ ของตัวถังด้านในเสียหายจะเปลี่ยนอะไหล่ของใหม่ให้ทันที แต่อะไหล่จะเป็นรุ่นที่ในผลิตภัณฑ์ปัจจุบันเท่านั้น กรณีที่เสียหายไม่อาจซ่อมแซมได้ ก็จะเปลี่ยนตัวในอันใหม่ของปีปัจจุบันให้แทน ส่วนตัวถังด้านนอกหากบานพับเสียหายจะเปลี่ยนบานพับใหม่ให้โดยที่ตัวนอกยังเป็นอันเดิม ถ้าถึงตัวนอกสีลอก ถลอก มีรอยขีดข่วนจะไม่ซ่อมแซมสีให้ ในกรณีที่ไม่สามารถซ่อมได้ เช่น ตัวถังบิดเบี้ยว ก็จะเปลี่ยนชิ้นส่วนใหม่ให้ทันที แต่ถ้าไฟแช็กที่ส่งไปนี้เป็นไฟแช็กพิเศษที่ไม่ต้องการให้เปลี่ยนชิ้นส่วน ผู้ส่งต้องแจ้งให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร และหากไฟแช็กที่ส่งไปนั้นมีความสำคัญมาก ผู้ส่งจะต้องทำประกันการสูญหายขณะที่ส่งไปรษณีย์ หรือส่งทาง UPS เท่านั้น

๑. ขั้นตอนในการส่งเพื่อความปลอดภัย

- ก่อนที่จะบรรจุลงหีบห่อกรุณาถอดตัวถังด้านในออกมาแล้วนำถ่านออกมาก่อน จากนั้นปล่อยให้น้ำมันที่ตกค้างอยู่ระเหยออกให้หมด โดยวางทิ้งไว้เฉยเป็นเวลา ๒ - ๓ วัน
- บรรจุลงในหีบห่อที่มีขนาดใหญ่พอสมควร เนื่องจากหีบห่อที่เล็กอาจตกหล่นหรือสูญหายได้ง่าย พร้อมแนบชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และอีเมลให้ชัดเจน ในกรณีที่ต้องการส่งเป็นพิเศษให้เขียนภาษาอังกฤษแนบลงในหีบห่อดังกล่าวด้วย และที่สำคัญคือที่อยู่ปลายทางต้องเขียนให้ชัดเจนและถูกต้องเพื่อผลประโยชน์ของผู้ส่งเอง

๒. ข้อพึงระวังในการส่ง

- หากตราสัญลักษณ์ หรือแผ่นโลหะบนไฟแช็กหลุดออก อย่าติดสติ๊กเกอร์ กาว หรือเทปกาวบนตัวไฟแช็ก เพราะอาจทำให้เกิดรอยขีดข่วนได้ขณะลอกกาวเก่าออก

- อย่าใช้หนังยางรัดตัวไฟแช็ก
- อย่าบรรจุรวมกับวัสดุที่เป็นของแข็ง
- อย่าซ่อมแซมไฟแช็กด้วยตนเอง เพราะอาจทำให้เกิดความเสียหายมากขึ้น^๑

^๑Zippo Repair Clinic Information, [Online], accessed 10 May 2007. Available from <http://www.zippo.com/Repairs/Index.aspx>

ภาคผนวก ข

“ชิปโป” เสน่ห์เหนือกาลเวลา ของสะสมของคนมีไฟ

ของใช้ในวันนี้ นานวันไปอาจจะกลายเป็นของเก่า ของสะสมที่มีมูลค่าดีเป็นเงินตรา มหาศาล หรืออาจจะมียุคค่าทางจิตใจอย่างอนอกันต์จนไม่สามารถแปลงเป็นเงินตราได้ แต่สำหรับ “ไฟแช็กชิปโป” ของสะสม นวัตกรรมได้ล้มซึ่งผ่านมาหลายยุคหลายสมัย นอกจากรุ่นเก่าจะเป็นของสะสมหายากแล้ว ยังมีการพัฒนาแบบใหม่ๆตามเทคโนโลยีปัจจุบันทันสมัย จึงยังครองใจนักสะสมกลุ่มหนึ่งที่อุทิศทั้งเวลาและกำลังทรัพย์แสวงหามาครอบครอง

จุดประกายนักสะสม

แทน [นามแฝง] ผู้ก่อตั้งชมรมคนรักชิปโปย้อนหลังให้ฟังถึงแรงบันดาลใจในการสะสมไฟแช็กชิปโป ว่าเริ่มต้นตั้งแต่วัยเด็ก

“ลุงของผมสูบบุหรี่ พอลุงมวนยาเส้นเสร็จ ก็จะนำไฟแช็กสีเงินที่พกไว้ติดตัวประจำขึ้นมาจุด ไปที่ไรก็เห็นใช้ไฟแช็กอันเดิมทุกที ก็ปีๆ ก็ไม่เคยเปลี่ยน จึงเอ่ยปากถามลุงว่ามันคือไฟแช็กอะไร ทำไมใช้นานจัง ก็ได้คำตอบว่าคือไฟแช็กชิปโป ลุงใช้มานานไม่เคยเสีย เวลาใช้มอเตอร์ไซค์ อยากจะจุดก็ไม่ต้องกลัวว่าจะดับ แถมพกไปไหนมาไหน เวลาใช้ ก็มีแต่สาว ๆ มองสมัยนั้นใครไม่มีใช้เชย ลุงโชว์ทำเปิดและจุดให้ผมดู ภาพนั้นติดตาตลอด”

สมัยเป็นนักเรียน เขาเล่าว่าไม่สูบบุหรี่ กระทั่งทำงานจึงหันมาสูบบุหรี่ ซึ่งเขาเอ่ยว่าถือเป็นตัวอย่างที่ไม่ดี และจากการทำงานในร้านฮาร์ดร็อก คาเฟ่เอง ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสะสมไฟแช็กชิปโป

“เคยทำงานที่ ฮาร์ดร็อกคาเฟ่ สมัยนั้นเวลาลูกค้าเปิดเหล้าจะแถมชิปโป บางคนเปิดหลายขวดก็ได้ชิปโปหลายอัน ลูกค้าก็แบ่งให้ผม ชิปโปอันนั้นจึงเป็นชิปโปอันแรกที่ได้ จากนั้นก็มีเพื่อนแนะนำว่าชิปโปสามารถเล่นท่าทางได้เยอะ แล้วก็สอนวิธีการให้ ตั้งแต่นั้นมาก็เริ่มสะสม เพราะมองว่ามันมีอะไรให้เล่นมากกว่าไฟแช็กธรรมดา ประกอบกับถูกส่งไปทำงานขายของที่ระลึกของฮาร์ดร็อก ริมหาดพิทยา ซึ่งสมัยนั้นมีทหารอเมริกันเยอะ”

เขาเล่าต่อไปว่า ที่นั่นเขาได้เห็นชาวเรือเอาของไปแลกของที่ระลึกจากเรือรบ เช่น หมวกทหาร บางร้านขายเสื้อผ้าก็เอาเสื้อไปแลกของที่ระลึกจากเรือรบ โดยเฉพาะไฟแช็กชิปโป ดูจะเป็นสิ่งที่คนต้องการมากที่สุด

“ผมเอาเสื้อไปแลกชิปโปได้มา ๓ อัน ชิปโปที่ผลิตขึ้นมาสำหรับให้ทหารในกองทัพนั้น เปรียบหนึ่งในอุปกรณ์ประจำตัวของทหารอเมริกัน บางครั้งช่วยให้รอดชีวิต และเรือที่มาตอนนั้นเป็นเรือขนาดใหญ่ ดังมากในกลุ่มทหารเรือ ทำให้ชิปโปเป็นที่ต้องการมาก เดียวนี้เลิกผลิตชิปโปสัญลักษณ์ของเรือรบ จึงกลายเป็นของหายาก”

ชายหนุ่มยังคงย้อนความหลังต่อไปว่า “สมัยก่อนได้เงินเดือน ๕,๐๐๐ - ๖,๐๐๐ บาท ชิปไปราคาอันละประมาณ ๓๐๐ บาท แต่ละเดือนจะเก็บเงินเพื่อซื้อชิปไป ๑ อัน เดือนไหนมีรายได้เยอะ ก็จะซื้อเยอะ ครั้งละ ๔ - ๕ อัน เริ่มสะสมมาเรื่อยๆ”

“กระทั่งเปลี่ยนไปทำงานที่บริษัทญี่ปุ่น ทำให้มีโอกาสเดินทางไปญี่ปุ่น มีแบบให้เลือกเป็นพันเป็นหมื่นแบบ แต่ละครั้งก็จะได้ชิปไปกลับมา ๕ - ๑๐ อัน จนรู้สึกว่ามีเยอะแล้ว ต้องหาตัวมาเก็บ จึงไปสอบถามตามร้านค้า ก็ได้รับคำแนะนำว่าถ้าซื้อจากตัวแทน ๔๐ อันจะได้แถมตัวบางอันไม่ใช่ลายที่ต้องการ ก็จะนำไปฝากเพื่อนขาย”

ไฟแฟลชผ่านมือของเขากว่าพันแบบ ช่วงหลังๆ จึงนำออกมาขายบ้าง ปัจจุบันหลงเหลือทั้งหมดประมาณ ๔๐๐ แบบ ซึ่งเขาบอกว่ายังคงสะสมอยู่ และจะยังคงสะสมต่อไปเรื่อยๆ ถึงแม้จะเลิกสูบบุหรี่แล้วก็ตาม

“สะสมแรกๆ เลือกซื้อลายที่ชอบ โดยไม่สนใจเรื่องของความเก่าหรือใหม่ ราคาประมาณ ๒๐๐ ขึ้นไป ตอนนี่เปลี่ยนมาสะสมของเก่า คลาสสิก พยายามได้ปีเก่ามากเท่าไร ยิ่งมีความภูมิใจมากเท่านั้น เก้าที่สุดประมาณปี 1950 แต่ราคาค่อนข้างแพง ซื้อผ่านการประมูลในเว็บไซด์ www.ebay.com ส่วนใหญ่เป็นของไม่เคยเห็นวางขายในเมืองไทย คิดว่าจะสะสมไปเรื่อยๆ ชิปไปสะสมอีก ๑๐๐ ปีก็ไม่หมด แต่นักสะสมจะหมดเงินก่อน”

เน้นสะสมไฟแฟลชแดนปลาดิบ - มะกัน

เขาอธิบายถึงชิปไปสะสมเรียงรายหลายร้อยอันมีทั้งแบบใช้แล้ว และที่ยังห่อหุ้มอยู่ในถุงพลาสติกในสภาพใหม่ก๊ิก บ่งบอกให้รู้ว่ายังไม่เคยใช้งานมาก่อน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชิปไปผลิตในสหรัฐอเมริกา ประเทศต้นตำรับและชิปไปจากประเทศญี่ปุ่น

“ชิปไปของสหรัฐฯ เน้นทำออกมาเป็นลายคลาสสิก มีเรื่องราวประวัติศาสตร์อยู่ในนั้น เช่น ลายชุดสงครามครั้งต่างๆ ลายมารีริน มอนโร ชุดเอลวิสตอนนี้มีมากกว่า ๓๐ ลาย แต่เข้ามาเมืองไทยไม่หมด ก็ต้องหาทางอินเทอร์เน็ตต่อไป ต่างจากชิปไปของญี่ปุ่นจะเน้นแกะลายทันสมัย สีฉ่ำสวยงาม”

เขาอธิบายถึงชิปไปสะสมแบบต่างๆ ต่อไปว่า ชิปไปผิวเรียบ ไม่มีลวดลายอะไรเลย ดังนั้นจึงเน้นดูที่ปีผลิต ยิ่งเก่ายิ่งดี “ชนิดพื้นผิวสีเงินมันเงา มีทั้งสีเงิน ทอง ทองแดง , ชนิดผิวด้านหน้าและหลังแบบด้าน แต่ด้านข้างขัดเงา มีสีเงินและทอง, ชนิดพ่นทราย, ชนิดทำจากทองเค มีทั้ง ๑๐ K ๑๔ K ราคาแพงตามเปอร์เซ็นต์ของทอง, ชนิดเคลือบเงิน, ชนิดเคลือบทอง สะสมตามปีที่ผลิต ความแตกต่างของแต่ละรุ่น แต่ละปี โดยดูจากฐาน บางชิ้นผลิตขึ้นใหม่ แต่ใช้แบบของรุ่นเก่า ทำให้ต่างด้วยการระบุคำว่า REPLICA และปีที่ผลิต เพื่อไม่ให้สับสน”

“ชิปโปประเภทที่แกะสลักยี่ห้อย โลโก้ของบริษัทห้างร้าน สินค้าแบรนด์เนม รูปคน สัตว์ต่างๆ กีฬา ดารา นักร้อง การ์ตูน กองทัพ สัญลักษณ์ของประเทศต่างๆ ลายโฆษณาสินค้า เช่นรถยนต์ เหล้า บุหรี่ สายการบิน อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น สมัยก่อนเวลาช่วงเทศกาล บริษัทต่างๆ จะนำของขวัญไปให้ลูกค้า ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าจำได้จึงต้องใส่ลวดลายที่เป็นสัญลักษณ์ของบริษัท ต่างๆ เหล่านั้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริษัทไปในตัว ชิปปโปสมัยก่อนได้รับความนิยมมาก ถ้ามีงานแต่ละครั้งจะแจกของที่ระลึกเป็นชิปปโปแกะสลักชื่อ”

ชิปปโปรุ่นผลิตออกมาเป็นชุดๆ เนื่องในโอกาสพิเศษ เช่นชุดเกี่ยวกับกีฬา สัตว์ต่างๆ ที่ระลึกงานฉลองครบรอบต่างๆ นอกจากนี้ยังมีชนิดที่ผลิตจำนวนจำกัด (Limited Edition) ,รุ่นพิเศษสำหรับสะสมของแต่ละปี (Collectible of The Year) เริ่มผลิตครั้งแรกคือปี 1992 จนถึงปี 2002 ซึ่งในแต่ละปีจะผลิตออกมาเพียงแบบหรือชุดเดียว และจำหน่ายเฉพาะในปีนั้นๆ, รุ่นที่มีห่วงร้อยติดกับสลักบานพับ สำหรับร้อยเชือกหรือโซ่ กับไฟแฟลชเพื่อป้องกันการสูญหาย, รุ่นสลิม บางเรียวย รูปร่างเล็กกะทัดรัด พกพาสะดวก และบางกว่าชิปปโปของผู้ชาย เหมาะสำหรับสุภาพสตรี ใช้งานได้ กันลมได้ แต่น้ำมันจะหมดเร็วกว่ารุ่นปกติ

อีกรุ่นที่มีความนิยมอย่างมากได้แก่รุ่นที่เป็นการ์ตูนของดิสนีย์ เช่นมิกกี้เมาส์ เป็นต้น “สมัยก่อนไปเที่ยวดิสนีย์แลนด์จะมีไฟแฟลชมิกกี้เมาส์ขาย เดี่ยวนี้จะหาสภาพดี ๆ ราคาประมาณ ๔๐,๐๐๐ บาท ผมใช้เวลาประมูลเป็นเวลา ๒ - ๓ เดือน ด้วยราคาหลักสาเหตุที่ราคาแพงเพราะว่าต้นทศวรรษ 1980 ดิสนีย์ได้รณรงค์ไม่ให้คนหันมาสูบบุหรี่ ดังนั้นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบุหรี่จะเลิกจำหน่าย ของหายาก ทำให้มีราคาแพง”

เขาบรรยายชิปปโปแต่ละแบบอย่างเพลิดเพลินต่อไปว่า “ชิปปโปของเก่าได้ความคลาสสิก เทคนิคไม่เยอะ แกะสลักชื่อโดยย่อ ลวดลายและสีสันไม่มาก แต่สมัยใหม่มีเทคนิค ลูกเล่น ลวดลายเยอะมาก บางอันทำเป็นลายแก้วเบียร์ พอเปิดไฟแฟลช ปริมาณเบียร์ในแก้วหมดก็สามารถทำได้ หรือชิปปโป ชุดเซอร์ไพร์ส เช่น ลายไฟ พอเปิดออกมากลายเป็นไฟอีกใบซ่อนอยู่”

ในจำนวนชิปปโปเหล่านี้ หากจะถามว่าชิ้นไหนที่เขารักและหวงแหนที่สุดแล้ว ชายหนุ่มยิ้มน้อยๆก่อนจะตอบว่ามีเยอะมาก พร้อมกับหยิบ ชิปปโปแบบตั้งโต๊ะ เรียกว่ารุ่น เลดี้แบรดฟอร์ด (Lady Bradford) หนึ่งในชิปปโปของรักออกมาชื่นชม

“พอศึกษามากขึ้น มีคนที่สนใจเข้ามาถาม ซึ่งอันไหนตอบไม่ได้ก็จะไปค้นคว้าเพิ่ม ทำให้ได้เห็นแบบอื่นๆที่ยังไม่มี จึงพยายามหาซื้อ อย่างแบบตั้งโต๊ะอยากได้มานาน แต่ราคาแพงมากและไม่รู้แหล่งซื้อขาย เพิ่งได้มาจากการประมูลในเว็บไซต์ เป็นไฟแฟลชตั้งโต๊ะรุ่น ๒ ผลิตปี 1947 ประมูลมาด้วยราคา ๒๐๐ ดอลลาร์ ส่วนรุ่น ๑ หายาก ราคาประมูลประมาณ

๑,๕๐๐ ดอลลาร์ ถ้ามองว่าขึ้นไหนดอบมากที่สุด มีเป็นสิบๆ แบบ เช่น ไฟแช็กตั้งโต๊ะ รุ่นเลดี้ แบรดฟอร์ด อายุ ๖๐ ปี แต่ว่ายังสภาพดี เป็นรุ่นที่สวยงามที่สุด อีกอย่างสลักอักษรตัวที่ ซึ่งเป็นอักษรชื่อเล่นของผม”

สะสมได้แม้ไม่ใช่สิ่งหอมหวาน

อเมริกาเป็นตลาดชิปโปรายใหญ่ ขณะที่ตลาดชิปโปในญี่ปุ่นก็ไม่น้อยหน้า มีปริมาณคนสะสมเยอะ โดยเฉพาะเป็นที่ฮิตมากในกลุ่มวัยรุ่นญี่ปุ่น เขาเล่าว่าที่ญี่ปุ่นนิยมใช้ชิปโปแทนสัญลักษณ์แสดงความเป็นโสด ดังนั้นจะเห็นมีคนที่ยิบชิปโปออกมาโชว์ตามแหล่งนัดพบของวัยรุ่น สำหรับนักสะสมในเมืองไทยมีหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มที่สะสมเพื่อความเท่ และกลุ่มสะสมเป็นงานอดิเรก

“นักสะสมมีทั้งผู้ชายและผู้หญิง ผู้หญิงชอบลายญี่ปุ่น เพราะมีสีสันให้เลือกเยอะ คนสะสมเยอะ เป็นพันๆ ชิ้นก็มี หลายคนเป็นนักสะสม โดยที่ไม่สูบบุหรี่ แต่อยากสะสม”

ด้านกระแสลม - เสน่ห์ชิปโป

ชายหนุ่มพลิกมือที่กำลังจับไฟแช็กชิปโปไปมา ก่อนจะจุดประกายไฟให้สว่างขึ้น พร้อมกับเอ่ยว่าทำเปิดและจุดไฟแช็กสัก ๒ - ๓ ปีก่อนมีประมาณ ๕๐๐ ทำทาง แต่ปัจจุบันน่าจะเพิ่มขึ้นประมาณ ๑,๐๐๐ ทำแล้ว

นอกจากจะมีลูกเล่นมากกว่าไฟแช็กธรรมดาแล้ว เสน่ห์ของชิปโปยังอยู่ที่คุณสมบัติไฟในการโต้กระแสลม

“ถ้าพูดถึงความนิยมใช้งาน ไฟแช็กทั่วไปอันละ ๕ บาทนิยมมากกว่า เพราะหายก็หาย แต่ไม่มีดีไซน์ เล่นทำได้ แต่จำกัด ขณะที่ชิปโปมีเสน่ห์บางอย่างที่คนใช้จะรู้ คุณสมบัติพิเศษคือสูบลม ไม่ว่าลมจะแรงขนาดไหนก็สามารถจุดไฟได้ ในประเทศที่มีอากาศหนาวเย็นนิยมใช้ชิปโปเป็นตัวแทนความอบอุ่นให้มือ โดยการจุดไฟทิ้งไว้สักพัก แล้วนำมาเก็บใส่ในกระเป๋าแล้วล้วง เพื่อไม่ให้มือเย็นเกินไป หรือทหารสมัยสงครามจะพกพาชิปโปติดตัว บางครั้งถูกยิง แต่ไม่สัมผัสร่างกาย เพราะมีชิปโปอยู่ในกระเป๋า ชิปโปบางอันจึงมีรอยกระสุนฝังอยู่”

ของแท้ - ของเทียม

ไฟแช็กชิปโปมีทั้งของแท้ทั้งหมด หรือตัวเครื่องเป็นชิปโปแท้ แต่แต่งลายภายหลัง หรือผลิตลอกเลียนแบบของจริงทั้งหมด ซึ่งเขาแนะนำวิธีสังเกตชิปโปของจริงและของปลอมว่าตรวจสอบจากปีที่ผลิต

“คนที่ใช้ของจริงมาระยะหนึ่ง พอจับจะรู้ว่าอันไหนของจริงของปลอม เนื่องงานต่างกัน การจุดไฟของปลอมออกแรงมากกว่า เวลาเล่นทำจะเจ็บมือ อาจจะเป็นเพราะบานพับ สปริงแข็ง

จุดไฟติดยาก หรือเติมน้ำมันใช้ได้เป็นอาทิตย์ แต่ถ้าเป็นของปลอม ถึงจะเติมน้ำมันชิปไปแค่เพียง ๔ วัน เชื้อเพลิงก็หมด และความทนทานต่างกัน”

“ตรวจสอบปีที่ผลิต ไฟแช็กชิปไปได้เริ่มผลิตเป็นครั้งแรกปี 1933 เป็นต้นมา ช่วงแรกตั้งแต่ ค.ศ. 1933 ถึง 1957 ยังไม่มีการระบุปีที่ผลิตอย่างแน่ชัด แต่สามารถจำแนกได้โดยดูจากแบบและโมเดลที่ผลิต รวมทั้งหมายเลขที่ระบุไว้ที่กัน”

“พอปี 1958 นำสัญลักษณ์ ต่างๆ มากำหนดปีที่ผลิต ทำเป็นจุดกลม ด้านซ้ายและขวาของโลโก้ชิปไป ต่อมาทำเป็นขีดตรง ขีดเอียงขวา ขีดเอียงซ้าย ปี 1986 ระบบการใช้สัญลักษณ์แบบลดขีดถูกเปลี่ยนใหม่ โดยกำหนดใช้ตัวเลขโรมันแทนปีที่ผลิต และตัวอักษร A - L แทนเดือนที่ผลิต ตัวอย่างเช่น A = มกราคม B = กุมภาพันธ์ ปัจจุบันใช้วิธีระบุปีที่ผลิต”

เขาแนะนำต่อไปว่าควรจะใช้อะไหล่อุปกรณ์ของจริงเพื่ออายุการใช้งานที่ยาวนาน

“ถ่านชิปไปปลอมทำให้อายุการใช้งานสั้นลง ถ่านถั่วแข็งมาก ทำให้เฟืองที่ได้ชื่อว่าเฟืองจุดไฟที่ดีที่สุดในโลก สามารถใช้จุดได้หลายหมื่นครั้งโดยไม่มีปัญหาอะไรเลย แต่ถ้าใช้ถ่านปลอมทำให้เฟืองสึกหรอเร็ว”

ชายหนุ่มเล่าประสบการณ์ที่เคยเผชิญมาว่า “ผมเคยซื้อชิปไปลายมิกกี้เมาส์ที่ญี่ปุ่น ตอนนั้นยังไม่ได้ศึกษาวิธีดูลายมิกกี้เมาส์มาก่อน ทำให้ได้ลายของปลอม แต่ของปลอมบางอันก็สามารถขายได้ เพราะอย่างน้อยตัวไฟแช็กก็เป็นของแท้ หรืออาจจะเป็นเพราะตัวเลขวันที่ผลิตตรงกับวันเกิดของคนซื้อ เคยมีกรณีตัวเครื่องข้างในและข้างนอกระบุปีผลิตต่างกัน ถ้าต่างกันไม่กี่เดือน อาจจะเกิดจากความผิดพลาดระหว่างขั้นตอนการผลิต แต่ถ้าต่างกันข้ามปี ตรงนี้อาจจะถูกหลอกได้”

ยืดอายุด้วยการดูแล

หากได้รับการดูแลรักษาอย่างดี ไฟแช็กชิปไปอาจจะมีอายุการใช้งานได้เป็นสิบๆปี เขาแนะนำวิธีดูแลว่าอันไหนไม่ได้นำออกมาใช้ จัดเก็บโดยห่อหุ้มด้วยพลาสติก ไม่ให้โดนอากาศของใหม่ที่ซื้อมาไม่ค่อยจับบอย เพราะรอยมือ ถ้าทิ้งไว้นานจะเซ็ดไม่ออก อันไหนใช้งานแล้วจะใช้อย่างทะนุถนอม ไม่เอาไปเล่นตลกมากเกินไป ประกอบกับหมั่นทำความสะอาดคราบเขม่าดำในของตัวตลับนอกโดยเฉพาะส่วนฝา และทำความสะอาดตัวถังด้านในบริเวณปากปล่องโดยใช้เศษผ้า และก้านสำลิจุ่มน้ำมันไฟแช็กหมาดๆ เช็ดคราบเขม่าตามซอกต่างๆ

นับเป็นของสะสมอีกชิ้นที่นักสะสมไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งห่อหุ้มวันก็สามารถสะสมเป็นคอลเลกชันไว้ชื่นชมได้

ประวัติไฟแช็กชิปโป

จอร์จ จี. เบลสเดลล์ (George G. Blaisdell) คิดค้นและก่อตั้งบริษัท Zippo Manufacturing Company ขึ้นครั้งแรกในปี 1932 สหรัฐอเมริกา วันหนึ่งในงานเดินร่ำ เขาได้ออกมาพักสูบบุหรี่ ที่นั่นเขาได้เห็นเพื่อนคนหนึ่งพยายามที่จะจุดไฟแช็ก โดยใช้มือทั้ง ๒ ข้างด้วยความลำบาก เขาสงสัยว่าทำไมไม่ใช้ไฟแช็กราคาถูก เพื่อนคนนั้นบอกกับเขาว่า ไฟแช็กที่ดีมีไว้สำหรับจุดไฟ เมื่อไหร่ก็ตามที่ต้องการจะจุดมันต้องติด ไม่ว่าลมจะแรงขนาดไหน หรือสถานการณ์ใดๆ ไฟแช็กที่มีราคาแพง และสวยงามแต่จุดไม่ติดจะมีไปทำไม

เขาเก็บคำพูดเหล่านั้นมาคิดและคิดวิธีทำให้ใช้งานได้สะดวกขึ้น เขาจึงนำไฟแช็กนั้นมาชุบโครเมียมที่ฝาด และเพิ่มราคาขายเป็น ๑ ดอลลาร์ แต่ขายไม่ได้ ต่อมาได้ค้นพบข้อเสียของไฟแช็ก จึงทำการคิดค้น แก้ไข ดัดแปลงเพื่อแก้ปัญหาและข้อเสียต่างๆ ให้เป็นไฟแช็กที่สมบูรณ์แบบ

จากนั้นเขาได้ค้นคิดและพัฒนาไฟแช็กให้มีขนาดเหมาะสมกับฝ่ามือ และใส่บานพับเพื่อยึดฝาดและตัวถัง แต่สามารถเปิด - ปิดได้ ด้วยมือข้างเดียวโดยไม่มีปัญหาใดๆ เหมือนกับที่เพื่อนเขาที่เจอกันในคืนวันนั้น และนำแผ่นโลหะเจาะรูเหมือนกับไฟแช็กเพื่อป้องกันลม แล้วตั้งชื่อไฟแช็กนี้ว่า "ชิปโป"

ตั้งแต่นั้นมาไฟแช็กชิปโปรุ่นแรกจึงถูกวางจำหน่ายในปี 1932 ลักษณะเป็นสีเหลี่ยม มีบานพับสามข้อด้านนอก ปัจจุบันถือเป็นไฟแช็กหายากและมีราคาแพง^๑

^๑ศิริกัญญา มงคลวัจน์, ““ชิปโป” เสน่ห์เหนือกาลเวลา ของสะสมของคนมีไฟ,” ผู้จัดการรายวัน (๑๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙), ๓๓ – ๓๔.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นายประพันธ์ ภราดรพานิชกุล
 เกิด วันพุธ ที่ ๘ เมษายน ๒๕๒๔
 ที่อยู่ ๑๘๓ ซอยลาดพร้าว ๖๒ แขวงวังทองหลาง
 เขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ๑๐๓๑๐
 โทรศัพท์ ๐๘-๑๔๐๑-๑๙๙๔
 E – mail Address, MSN : <maepong@hotmail.com>

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ๒๕๓๕ สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา
 จากโรงเรียนสวัสดิวิทยา กรุงเทพมหานคร
 พ.ศ. ๒๕๓๘ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
 จากโรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง กรุงเทพมหานคร
 พ.ศ. ๒๕๔๑ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แผนกวิทยาศาสตร์
 และคณิตศาสตร์ จากโรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง กรุงเทพมหานคร
 พ.ศ. ๒๕๔๕ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกสังคมวิทยาและ
 มานุษยวิทยา วิชาโทสื่อสารมวลชน จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง
 พ.ศ. ๒๕๔๗ ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชามานุษยวิทยา
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
 พ.ศ. ๒๕๔๘ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์
 จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง
 พ.ศ. ๒๕๔๙ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตร สาขาวิชาภาษาไทย
 จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. ๒๕๔๘ – ๒๕๔๙
 นักวิชาการ Outsource ด้านสังคมศาสตร์ สำนักพิมพ์แม็ค
 (Modern Academic Center) กรุงเทพมหานคร
 พ.ศ. ๒๕๕๑ – ๒๕๕๒
 ภัณฑารักษ์ปฏิบัติการ (๓) สังกัด พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิมาย สำนัก
 ศิลปากรที่ ๑๒ นครราชสีมา กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม.