

## บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง สนวนในบ้าน : การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการสร้างความโดดเด่นทางสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำรงสถานะทางสังคมของชนชั้นกลางผ่านการจัดสวนในบ้านของตนเอง โดยศึกษาด้วยแนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (Consumption of Symbolic Value – Baudrillard, 1968) และการสร้างความโดดเด่นทางสังคม (Social Distinction – Bourdieu, 1984) ประเด็นคำถามหลักคือ สวนที่เป็นวัตถุแห่งการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ได้สร้างอัตลักษณ์แก่เจ้าของสวนอย่างไร และการจัดสวนตกแต่งในบริเวณบ้านสะท้อนรสนิยมของเจ้าของสวน รวมทั้งสร้างความแตกต่างอันนำไปสู่การสร้างความโดดเด่นทางสังคมได้อย่างไร

ผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพวิธีโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเจ้าของสวนจำนวน 10 คนเป็นวิธีการหลัก จากนั้นจึงใช้วิธีการศึกษาอื่นๆช่วยในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม วิธีการเหล่านั้นคือ การสังเกต การใช้กล้องถ่ายภาพช่วยเก็บข้อมูล การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม การสร้างทุนทางวัฒนธรรมและการสร้างทุนทางวัฒนธรรมให้ตนเอง

ผลการศึกษาพบว่า สวนเป็นพื้นที่แห่งการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของเจ้าของสวนหรือเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่เจ้าของสวนสร้างขึ้นเพื่อเสพคุณค่า ความหมาย รสนิยม และรูปแบบการใช้ชีวิต พื้นที่สวนที่มีการจัดวางองค์ประกอบสวนที่แตกต่างกันคือพื้นที่แห่งตัวตนที่แตกต่างกันของเจ้าของสวนแต่ละคน

การบริโภคสวนยังเป็นการบริโภคเพื่อเลียนแบบหรือเพื่อให้เป็นเหมือนคนที่อยู่ในกลุ่มทางสังคมเดียวกับเรา การบริโภคสวนยังสร้างความแตกต่างระหว่างคนที่ไม่มีสวน/คนที่มีสวนแต่ไม่สวยงามกับเจ้าของสวนที่มีสวนสวยงาม ในการดำรงสถานภาพทางสังคมของตนเอง กลุ่มเจ้าของสวนบ้านที่เป็นชนชั้นกลางต่างสะสมทุนหลายรูปแบบ นั่นคือ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสัญลักษณ์ ทุนเหล่านี้จะประกอบสร้างรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตเฉพาะแบบ ทำให้ชนชั้นทางสังคมของเจ้าของสวนปรากฏเด่นชัดขึ้น

ด้วยความหลากหลายและคลุมเครือของชนชั้นกลาง ผู้ศึกษาจึงจำเป็นต้องประยุกต์ใช้แนวคิดทั้งสองแนวคิด ตามความหลากหลายของชนชั้นซึ่งสามารถแบ่งได้สองกลุ่มคือ กลุ่ม 'ผู้ดีเก่า' และ กลุ่ม 'คนรวยใหม่' ผลปรากฏว่า แนวคิดการสร้างความโดดเด่นทางสังคมที่สามารถนำมาอธิบายชนชั้นกลางที่เป็น 'ผู้ดีเก่า' ที่สืบทอดทุนทางเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรมจากครอบครัวเดิมของตนเองได้ดีกว่า ในทางกลับกัน การอธิบายด้วยแนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์สามารถนำมาปรับใช้ได้เหมาะสมกว่าสมาชิกชนชั้นกลางที่เป็น 'คนรวยใหม่' ซึ่งแสวงหาทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรมในรุ่นของตนเอง