

## บทที่ 2

### กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง สนวนในบ้าน : การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการสร้างความโดดเด่นทาง เป็นการศึกษาโดยใช้จุดยืนของสังคมวิทยาแบบใหม่ที่ศึกษาการก่อตัวของชนชั้นโดยการให้ ความสำคัญกับการบริโภคมากกว่าการให้ความสำคัญกับการผลิตเพียงอย่างเดียว ซึ่งต่างกับ การศึกษาชนชั้นทางสังคมแบบเดิมที่มองว่าการก่อตัวของชนชั้นเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ทางการ ผลิตหรือจากตำแหน่งงาน ตามทฤษฎีการเคลื่อนไหวของชนชั้นแรงงาน (labour movement theory) หรือ ทฤษฎีจิตสำนึกทางชนชั้น (theory of class consciousness) (Allen 2008 : 2-4)

เมื่อการศึกษาชนชั้นทางสังคมในสังคมบริโภคนิยมต้องพิจารณาจากสินค้าและบริการที่ ผู้คนบริโภค ผู้ศึกษาจึงเลือกที่จะมองสวนในฐานะที่เป็นสินค้าและบริการที่ผู้คนบริโภคซึ่งสัมพันธ์ กับชนชั้นทางสังคมของผู้ที่เป็นเจ้าของสวน สวนจึงเป็นสิ่งตกแต่งบ้านให้แตกต่างและโดดเด่น รวมทั้งยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงรสนิยมและสถานภาพทางสังคมของเจ้าของสวนนั้น

แนวคิดทฤษฎีที่ทำหน้าที่อธิบายการบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่างที่นำไปสู่การสร้าง สถานภาพทางสังคมให้กับผู้ที่บริโภคสินค้านั้นมีแนวคิดที่สำคัญอยู่ 2 แนวคิด นั่นคือ

- 1) แนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ของ ฌอง โบตริยาร์ด (Jean Baudrillard)
- 2) แนวคิดการสร้างความโดดเด่นทางสังคม<sup>1</sup> (Social Distinction) ของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu)

ในบทที่ 2 ที่กล่าวถึงแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาจึงขอกล่าวถึงแนวคิดทั้งสองแนว ดังต่อไปนี้

#### 1) แนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

ในการอธิบายการบริโภคสินค้าในสังคมทุนนิยม ฌอง โบตริยาร์ดได้เปลี่ยนการอธิบาย การบริโภคด้วยเกณฑ์ทางศีลธรรม (moral) แบบนักคิดสายมาร์กซิสต์และการบริโภคด้วยเกณฑ์

---

<sup>1</sup> คำแปลภาษาไทยของคำว่า Social Distinction นี้เสนอโดย อ.ดร.สายพิณ ศุภุทธมงคลใน เอกสารประกอบคำบรรยายเรื่อง ปีแอร์ บูร์ดิเยอกับสังคมวิทยาว่าด้วยรสนิยมและความแตกต่าง ทางชนชั้น

ความต้องการพื้นฐาน (primary need) แบบนักจิตวิทยา มาสู่การใช้เกณฑ์ด้านสัญลักษณ์ (symbolic) แทน

วิธีการวิเคราะห์การบริโภคแบบนักคิดมาร์กซิสต์มักจะใช้เหตุผลเชิงศีลธรรมมาเป็นตัวอธิบายสาเหตุของการบริโภค เช่น ก็เลสทำให้มนุษย์เราบริโภคหรือสั่งสมมูลค่าส่วนเกิน หรือความละโมภโลกมากเป็นปัจจัยในการกระตุ้นอุปสงค์ของผู้คน ส่วนวิธีการวิเคราะห์แบบนักจิตวิทยามักใช้เหตุผลของความ ต้องการพื้นฐานโดยอธิบายการบริโภคว่าเป็นเรื่องของความพอใจที่เกิดขึ้นจากสินค้าต่างๆ

โบดริยาร์ดเชื่อว่าเกณฑ์ศีลธรรมและความต้องการพื้นฐานไม่ทำให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมบริโภคอย่างแท้จริง เขาเสนอให้ใช้เกณฑ์เชิงสัญลักษณ์ที่ทำให้เข้าใจว่าความต้องการของมนุษย์ถูกสร้างขึ้นได้อย่างไร ซึ่งคำตอบคือ ความต้องการของมนุษย์ยุคนี้ไม่ใช่แค่การใช้หรือการเสพสินค้าที่เป็นวัตถุปรธรรมเท่านั้น หากแต่มีด้านของการเสพย์ัญญะ (sign) ที่แนบอยู่ในสินค้านั้นๆ ด้วย และเนื่องจากสัญญะนั้นเป็นนามธรรมและมีนัยยะทางวัฒนธรรม ดังนั้นเมื่อเราเสพย์ัญญะ เราจึงสามารถบริโภคสินค้าต่างๆได้ไม่สิ้นสุด (กาญจนาและสมสุข 2551 : 461 ; Baudrillard 1981 : 155)

เมื่อเขาเปลี่ยนวิธีวิเคราะห์สินค้าในมิติทางเศรษฐกิจมาสู่มิติทางวัฒนธรรม โดยนิยามว่าสินค้าก็คือวัตถุปรธรรมที่สุดของวัฒนธรรม เขาได้อธิบายนัยยะสำคัญเกี่ยวกับสินค้าไว้ดังนี้

1) กระบวนการผลิต แพร่กระจายและบริโภคสินค้าต่างๆจะสัมพันธ์กับเงื่อนไขของวัฒนธรรมในแต่ละสังคม เช่น ในสังคมที่แตกต่างกันนั้น สินค้าจะถูกผลิตมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน สนองต่อผู้บริโภคที่ไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน เป้าหมายในการผลิตอาจมีหลากหลาย และแพร่กระจายไปสู่ผู้ใช้สินค้าแตกต่างกัน

2) หากสินค้าเป็นเครื่องแสดงออกซึ่งวัฒนธรรม สินค้าต่างๆก็จะสัมพันธ์กับบริบทนิยมของผู้ใช้และผู้บริโภค

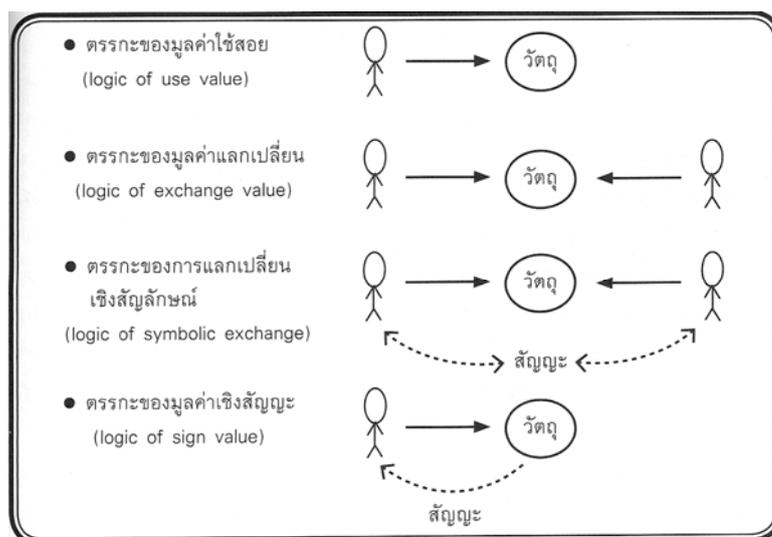
3) หากการบริโภคสัมพันธ์กับเงื่อนไขการบริโภคและเงื่อนไขทางวัฒนธรรมแล้ว สินค้าต่างๆจะมีหน้าที่หลักในการรณรงค์เกณฑ์ของวัฒนธรรมไปพร้อมๆกัน เช่นในกรณีการบริโภคนิตยสารนั้น คนจนก็อาจจะไม่มีโอกาสอ่านนิตยสารหัวนอกอย่าง Elle หรือ Cosmopolitan ในขณะที่คนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี ก็อาจจะไม่สนใจอ่านนิตยสารอย่าง คู่สร้างคู่สม หรือ ซีวิต ต้องสู้ ดังนั้นการบริโภคจึงเป็นกลไกการรักษาระดับชั้นทางเศรษฐกิจและสังคม (social and economic class) นั่นเอง

นอกจากนี้ โบเดียร์ดยังจำแนกประเภทของสินค้าออกเป็นสองประเภทหลักๆ คือ สินค้าทั่วไป (consumer commodity) และ สินค้าทางวัฒนธรรม (cultural commodity) ในขณะที่สินค้าทั่วไปจะนำมาบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แต่สินค้าทางวัฒนธรรมจะเป็นสินค้าที่มีผลกระทบในระดับจิตใจและจิตวิญญาณ (spirit impact)

สินค้าทางวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่ขายสัญญาะเป็นหลัก เป็นสินค้าที่เน้นขายคุณค่า ความหมาย รสนิยม รูปแบบการใช้ชีวิต ฯลฯ (กาญจนาและสมสุข 2551 : 462-463) ตัวอย่างเช่น กระเป๋าหูลยส์ วิกตอง จึงไม่ใช่แค่กระเป๋าถือ แต่สำหรับคนในสังคมบริโภค กระเป๋าหูลยส์ วิกตอง คำเชิงสัญญาะหรือสินค้าแห่งความหรูหราและความมีรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ

การวิเคราะห์สัญญาะ ในหนังสือเรื่อง system of object (1968) เขาได้เสนอประเด็นการวิเคราะห์สัญญาะในฐานะตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ไว้ ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับวัตถุ เขาอธิบายว่า วัตถุ (object) ต่างๆไม่ได้เป็นเพียงสิ่งสร้างที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อการบริโภคเท่านั้น หากแต่วัตถุที่เราบริโภคเข้าไปนั้นกำลังกระทำบางอย่าง (act on) ให้กับตัวเรา (Dant 2003 ใน กาญจนาและสมสุข 2551 : 463)
- 2) แนวคิดเรื่องตรรกะของการบริโภค (logic of consumption) เขากล่าวถึงตรรกะของการบริโภค หรือความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุว่า มีอยู่ 4 ระดับ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพแสดงตรรกะแห่งการบริโภค 4 ประเภทตามข้อเสนอของโบเดียร์ด

(กาญจนาและสมสุข 2551 : 463)

ในระดับแรกที่เป็นตรรกะของมูลค่าใช้สอย (logic of use value) หรือบางครั้งเรียกว่า ตรรกะเชิงอรรถประโยชน์ (logic of utility / practical cooperation) นั้น หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มนุษย์บริโภคเพื่อใช้สอย หรือนำวัตถุมาทำเป็นเครื่องมือเครื่องมือ (instrument) เป็นหลัก เช่น การกินข้าวเพื่อให้อิ่มท้อง

ส่วนในระดับที่สองนั้นเป็นตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน (logic of exchange value) หรือบางครั้งเรียกว่า ตรรกะเชิงเท่ากัน (logic of equivalence) ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ที่มนุษย์เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยมีสิ่งของเป็นตัวกลาง เช่น มนุษย์แปลงวัตถุนั้นเป็นสินค้า (commodity) และนำเงิน (หรือวัตถุอีกชนิดหนึ่ง) มาซื้อหรือเป็นตัวกลาง เช่น มนุษย์แปลงวัตถุเป็นตัวกลางที่เชื่อมระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ทั้งนี้ ทั้งระดับตรรกะของมูลค่าใช้สอยและมูลค่าแลกเปลี่ยนนั้น เป็นด้านที่มาร์กซให้ความสนใจศึกษามาก่อนแล้ว

สำหรับในระดับที่สาม คือ ตรรกะของมูลค่าการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (logic of symbolic exchange value) หรือ ตรรกะเชิงมูลค่านามธรรม (logic of ambivalence) อันหมายความว่าวัตถุนั้นกลายเป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายบางอย่างกับเราและเราใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวสื่อสารแลกเปลี่ยนความหมายกับผู้อื่น เช่น การให้ของขวัญ หรือ ของที่ระลึก เพื่อเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ซึ่งไม่ใช่แค่ตัววัตถุแบบง่ายๆ แต่เป็นสัญลักษณ์ที่ผูกติดมากับวัตถุนั้นๆ

และในระดับสุดท้าย เป็นระดับความสัมพันธ์ที่โอบอ้อมอารีมากที่สุด ก็คือ ตรรกะของมูลค่าเชิงสัญญาณ (logic of sign value) หรือที่เรียกว่าตรรกะของความแตกต่าง (logic of difference) ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อสถานะของวัตถุที่บริโภคถูกเปลี่ยนเป็นสัญญาณ และมนุษย์ใช้สัญญาณนั้นเปรียบเทียบกับสัญญาณอื่นๆ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างตนเองกับคนอื่น ๆ เช่น การสวมเสื้อผ้าอาจให้ความอบอุ่นทางร่างกายได้เหมือนกัน แต่ทว่าเสื้อผ้าที่มาจากช่างถนนกับเสื้อผ้ายี่ห้อจากห้างสรรพสินค้าชื่อดังก็อาจเป็นสัญญาณที่จำแนกแตกต่างระหว่างผู้สวมใส่ออกจากกัน (กาญจนาและสมสุข 2551 : 463-464)

ภายใต้ตรรกะของความแตกต่างนี้ วัตถุจะผ่านกระบวนการเข้ารหัส (encoding) กลายเป็นสัญญาณได้หลากหลายวิธี อาทิ การสร้างหีบห่อบรรจุสินค้า ผลที่ตามมาของสัญญาณในวัตถุนั้นก็คือ การสร้างสถานภาพและเกียรติภูมิ (status and prestige) (กาญจนาและสมสุข 2551 : 464) ให้แก่ผู้เสพย์วัตถุดังนี้

- 1) ด้วยตรรกะของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ คนเราไม่บริโภคแค่ตัววัตถุรูปธรรมเท่านั้น แต่ยังเสพย์สัญญาณที่ฝังติดไปด้วย เช่น การกินอาหารโรงแรม ไม่ใช่

แค่อิมท้อง แต่เพื่อปกป้องถึงรสนิยมอันวิไลและฐานะทางเศรษฐกิจสังคมด้วย

- 2) การเสพยามูลค่าเชิงสัญญาะ ทำให้การบริโภคเป็นไปได้ไม่สิ้นสุด ทั้งนี้เพราะการบริโภคนั้นๆ อาจไม่ได้เกิดมาจากความต้องการจริง แต่เป็นสัญญาะที่ทำให้เราต้องการบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง (need of difference) เช่น ต้องการไปสถานที่ท่องเที่ยวแปลกๆ ใหม่ๆ ที่ยัง unseen อยู่ เพื่อบอกว่าเราได้เห็นสถานที่นั้นก่อนใคร
- 3) สัญญาะจะเข้ามากำหนดแบบแผนการบริโภคของผู้คน เช่น ถึงเสื้อตัวเก่าจะยังไม่ขาด แต่ก็อาจดูตกยุคสมัยไปแล้ว หรือการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมบัตรเครดิตที่ดูมีรสนิยมกว่าการจ่ายเงินสด อำนาจของสัญญาะตามนัยนี้ ช่วยให้ระบบทุนนิยมสามารถแก้ปัญหาอุปทานของสินค้าล้นเกินได้มากขึ้น
- 4) สัญญาะเป็นกลไกที่ระบบทุนนิยมยุคใหม่ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (added value) เนื่องจากวัตถุอาจไม่ได้มีมูลค่าอยู่ที่ตัวจริงของจริง หรือในภาษาสัญวิทยาเรียกว่า 'reference' แต่วัตถุมีมูลค่าที่เกิดจากตัวสัญญาะ ที่ถูกเสกสรรปั้นแต่งขึ้นนั่นเอง (กาญจนาและสมสุข 2551 : 465)

การที่สังคมยุคนี้เต็มไปด้วยสัญญาะมากมาย เจตจำนงของการบริโภคจึงไม่ใช่แค่การเสพยาเชิงวัตถุเท่านั้น หากแต่เป็นการตีมูลค่าคุณค่าเชิงสัญญาะเอาไว้อีกด้วย และเป้าหมายแห่งการบริโภคสัญญาะดังกล่าวก็เป็นไปเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ (identity) หรือการบอกว่าเราเป็นใคร และเราเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร อันเป็นสองด้านของอัตลักษณ์ดังนี้

- การบริโภคเพื่อการเลียนแบบ (imitation) หรือการบริโภคเพื่อให้เราเป็นเหมือนและเป็นเงาเช่นเดียวกับคนอื่นที่อยู่ในกลุ่มสังคมเดียวกันกับเรา อาทิ ถ้าเราสังเกตกลุ่มชนชั้นกลางในเมือง ก็พบว่าเราเลือกเล่น ก็ต้องเป็นกอล์ฟ วายน้ำ เทควันโด หรือขี่ม้า (แต่ไม่ใช่มวย ยกน้ำหนัก หรือกรีฑา) หรือ กาแฟที่ชนชั้นกลางเลือกดื่มเช่นกัน จะต้องเป็นคาปูชิโนหรือเอสเปรสโซเท่านั้น
- การบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง (distinction) หรือการบริโภคเพื่อให้เราแตกต่างจากคนอื่นในสังคม อาทิ หากเราดื่มคาปูชิโนแล้ว เราจะต่างจากชนชั้นล่างที่ดื่มเพียงแค้กาแฟโอเลี้ยงยกมือทิ้งไป หรือแม้การดื่มกาแฟเพื่อต่างของกลุ่มชนชั้นกลางอื่นๆ ด้วยวิธีการชงกาแฟที่ต่างออกไป ด้วยเหตุนี้ในท่ามกลางความเหมือน กระบวนการบริโภค

คือกระบวนการทำให้คนเรามีบางชอกมมของความต่างจากผู้อื่นควบคู่กันไปด้วย (กาญจนาและสมสุข 2551 : 465)

ในขณะที่เราบริโภคหรือเสพย์สัญญะจากสินค้าขึ้นหนึ่งก็เท่ากับว่าก็เท่ากับเรากำลังสร้าง ความเหมือนและแตกต่างจากคนอื่น การบริโภคจึงทั้งหน้าที่ในการสร้างความแตกต่างและความ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไปพร้อมๆกัน ดังที่บูร์ดิเยอได้ยกตัวอย่างหน้าที่ของระบบแฟชั่นไว้ใน หนังสือ The Consumer Society (1998) ว่า

ในขณะที่ระบบแฟชั่นเป็นแกนหลักในการสร้างความแตกต่างระหว่างบุคคลแทนระบบ ชาติตระกูลและศาสนา ระบบแฟชั่นทำให้เกิดการรวมกลุ่มของสมาชิกในกลุ่มเพื่อนผ่าน การแข่งขันทางอ้อมหรือการแข่งขันที่ไม่รุนแรงโดยผ่านรหัสของแฟชั่น ในขณะที่เดียวกัน กลุ่มก็จะสร้างความแตกต่างให้กับตนเองโดยการยึดถือแฟชั่นใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา (Baudrillard 1998 : 92-94)

ตัวอย่างของแฟชั่นที่ทำหน้าที่สร้างความแตกต่างและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ระหว่างบุคคล อาจเทียบเคียงได้กับการจัดสวนสวยงามที่บ้าน เพราะการเป็นเจ้าของสวนที่ สวยงามเป็นการบริโภคให้ตนเองเหมือนกับคนที่อยู่ในกลุ่มสังคมเดียวกันหรือเกิดการรวมกลุ่มของ คนที่อยู่ในกลุ่มทางสังคมเดียวกัน รวมทั้งยังสร้างความแตกต่างให้เจ้าของสวนผ่านการปรับปรุง สวนและการเลือกสไตล์สวนใหม่ๆ ในขณะที่เดียวกัน การเป็นเจ้าของสวนในบ้านยังสร้างความ ต่างต่างระหว่างเจ้าของบ้านที่มีสวนสวยงามและเจ้าของบ้านที่มีสวนหรือเจ้าของบ้านที่มีสวนแต่ จัดสวน 'อย่างไม่มีรสนิยม' และทำให้เจ้าของสวนสวยงามแตกต่างจากชนชั้นล่างหรือชนชั้นกลาง ทั่วไปที่ไม่สามารถสร้างสวนที่สวยงามในบ้านของตนเองได้

การสะสมเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการบริโภคสินค้าหรือเป็นเจ้าของสินค้าเพื่อตีมูลค่า กับสัญญะที่ผูกติดมากับสินค้า การสะสมคือ การดึงวัตถุออกมาจากบริบทเดิมของวัตถุนั้นและ สร้างบริบทใหม่ให้วัตถุโดยมีนักสะสมเป็นแกนกลางของบริบทใหม่ การสะสมจึงเป็นการแทนที่ มูลค่าการใช้สอยของวัตถุด้วยมูลค่าทางสุนทรียศาสตร์ในบริบทของการสะสม ยกตัวอย่างเช่น เมื่อนักสะสมเก็บรวบรวม ก้อนหิน ดอกไม้ ใบหญ้าที่อยู่ในธรรมชาติและนำมาจัดระเบียบ แยกประเภท หรือจัดวางไว้บนพื้นที่ของพวกเขา วัตถุเหล่านั้นจะแปรสภาพเป็น ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่มี คุณค่าตามบริบทของนักสะสม

เพราะการจัดระบบวัตถุที่สะสมนี้เอง การสะสมจึงไม่ได้มีคุณค่าในตัวเองของวัตถุที่สะสม แต่อยู่ที่คุณค่าเชิงแบบแผนของระบบการสะสม การเป็นนักสะสมจึงต้องเรียนรู้การจัดระเบียบ แบ่งประเภท แยกหมวดหมู่ของสิ่งของที่สะสม การสร้างแบบแผนของระบบการสะสมนี้เองที่มีส่วน

สำคัญต่อการสร้างตัวตนของนักสะสมหรือการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตัวผู้สะสม (ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช 2539 : 137,140)

ในมิติของเวลา แบบแผนของการสะสมคือการสร้างมิติของเวลาส่วนตัวขึ้นมาแทนที่มิติเวลาเชิงประวัติศาสตร์ของวัตถุที่สะสมแต่ละชิ้น เส้นของการสะสมไม่ใช่การที่นักสะสมไปซื้อวัตถุที่จะสะสมมาพร้อมกันทีเดียว หากแต่เป็นการค่อยๆซื้อ ค่อยๆเก็บ ติดตามและรอคอยชุดใหม่ๆที่จะทยอยออกมา การสะสมจึงเป็นการสร้างประวัติศาสตร์ ผิดแต่ว่าประวัติศาสตร์ที่สร้างขึ้นไม่ใช่ประวัติศาสตร์ของการผลิตวัตถุชิ้นๆ หากเป็นประวัติศาสตร์ของการสะสม

หากพิจารณาจากมิติทางพื้นที่เราจะพบว่าการสร้างแบบแผนทางพื้นที่ให้กับวัตถุสะสมโดยการกำหนดว่าชิ้นใดจะอยู่ซ้ายหรือขวา หน้าหลัง ล่างบน ล้วนเป็นไปโดยยึดเอาตัวผู้สะสมเป็นบรรทัดฐานในการกำหนดทั้งสิ้น บนพื้นที่ของชุดสะสม ประการังที่โดยธรรมชาติแล้วจะอยู่ในทะเลจึงสามารถวางเคียงคู่อยู่บนชั้นหนังสือกับหินที่เก็บมาจากภูเขาได้อย่างกลมกลืนเป็นที่สุด (ชูศักดิ์ 2539 : 140-141)

ด้วยเหตุนี้ ชุดสะสมทำหน้าที่สร้างพื้นที่ส่วนตัวให้ผู้สะสม และที่สำคัญการสะสมเป็นการสร้างภาคขยายของตัวตน (an extension of the self) ชุดสะสมจึงไปลบความหมายที่ 'พื้นที่' พึ่งจะมีทิ้งไป และความที่มันอิงอยู่กับบริบทของคนสะสม ชุดสะสมจึงทำให้พื้นที่นั้นกลายเป็นภาคขยายของตัวตนของผู้สะสม (ชูศักดิ์ 2539 : 142) ดังที่ Stewart เสนอไว้ว่า "การที่จะทำให้พื้นที่รอบตัว กลายเป็นภาคขยายของตัวตนนั้น สิ่งที่สำคัญไม่ใช่เข้าจัดการหรือเปลี่ยนพื้นที่นั้น แต่คือการเติมพื้นที่นั้นให้เต็มเพื่อประกาศว่าพื้นที่นั้นว่างเปล่าทางความหมาย" (Stewart 1993 : 157 citing ชูศักดิ์ 2539 : 142)

ในสังคมบริโภคนิยม การสะสมสิ่งของจึงเป็นเครื่องแสดงควมมีรสนิยม คือองค์ประกอบหนึ่งของ 'คุณภาพชีวิต' และเป็นกิจกรรมของผู้มี 'วัฒนธรรม' ไม่ใช่ความแห้งแล้งของชีวิตมีแต่การทำมาหากิน ดิ้นรนต่อสู้ หรือรวนอยู่กับการทำงาน (ชูศักดิ์ 2539 : 134) การสะสมจึงเต็มไปด้วยมนต์ขลังของการสร้างคุณค่าสูงส่งให้แก่วัตถุและการแสดงความเป็นเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ซึ่งทั้งสองอย่างนี้สื่อถึงบุคลิกภาพตามค่านิยมแบบกระฎุมพี (Stewart 1993 : 157 citing ชูศักดิ์ 2539 : 143)

เมื่อพิจารณาในบริบทของการจัดสวนสวยงามเพื่อการตกแต่งบ้านแล้ว ผู้ศึกษาพบว่า ในบางครั้งการจัดสวนเป็นกิจกรรมการสะสมพันธุ์ไม้และของตกแต่งสวนของเจ้าของสวน ต้นไม้แต่ละต้น ของตกแต่งสวนแต่ละชิ้นต่างเป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ในเชิงเวลาและในเชิงพื้นที่ที่เจ้าของสวนแต่ละคนสร้างขึ้นมา สวนเป็นเสมือนพื้นที่แห่งการจัดระเบียบและการแบ่งแยกประเภทของที่

ศึกษาจึงประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องการสร้างอัตลักษณ์จากของสะสมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์สวนในฐานะที่เป็นการสร้างความโดดเด่นทางสังคมด้วย

คำอธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคนกับวัตถุแบบตรรกะของความแตกต่าง การบริโภคเพื่อการเลียนแบบและสร้างความแตกต่าง และพื้นที่ของการสะสมสะท้อนให้เห็นมุมมองของโบดริยาร์ดที่ว่า ตัวตนของคนเป็นผลมาจากการบริโภคสัญลักษณ์ในวัตถุหรือสินค้าที่สื่อให้เห็นถึงตัวตนของพวกเขา

## 2) แนวคิดการสร้างความโดดเด่นทางสังคม

แนวคิดของฌอง โบดริยาร์ดได้ชี้ให้เราเห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการครอบครองวัตถุและการสร้างตัวตนของคนว่า ตัวตนหรืออัตลักษณ์ของคนประกอบสร้างขึ้นจาก 'ความไม่มีอะไร' เพราะ ตัวตนสร้างขึ้นมาจากการบริโภคของพวกเขา ไม่ได้สร้างขึ้นมาจากแก่น พื้นฐานและรากเหง้าของแต่ละคน ด้วยการสร้างตัวตนที่ไม่ได้อ้างอิงกับแก่น พื้นฐานและรากเหง้า ตัวตนของคนจึงเป็นตัวตนที่ไร้แก่นแกน ไร้ราก และเป็นตัวตนที่มีแต่สัญลักษณ์

ในขณะที่โบดริยาร์ดมองว่า 'ตัวตนคือความไม่มีอะไร' แต่นักสังคมวิทยาฝรั่งเศสผู้สนใจศึกษาวัฒนธรรมในสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ชื่อ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ได้พยายามที่จะเข้าใจการสร้างตัวตนของคนด้วยพื้นฐานความคิดที่ว่า การสร้างตัวตนของคนมีโครงสร้างบางอย่างคอยกำกับอยู่ โครงสร้างเหล่านั้นอาจเป็นได้ตั้งแต่ ฐานะทางเศรษฐกิจ ฐานะทางสังคม ระดับการศึกษา สภาพความเป็นอยู่ของครอบครัว โครงสร้างเหล่านั้นจะส่งผลให้เกิดโครงสร้างที่คอยกำหนดการกระทำและการสร้างตัวตนของแต่ละคนที่เขาเรียกว่า ฮาบิทัส (habitus)

กล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า ความพยายามในการอธิบายว่าตัวตนผ่านโครงสร้างบางอย่างที่คอยกำกับอยู่ปรากฏอยู่ในแนวคิดการสร้างความโดดเด่นทางสังคม (social distinction) บูร์ดิเยอได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับชนชั้นทางสังคมผ่านมโนทัศน์ "Distinction" ซึ่งเขาได้เขียนไว้ในหนังสือเรื่อง La Distinction : Critique sociale du jugement ในปี ค.ศ. 1979 ซึ่งได้รับการแปลเป็นภาษาอังกฤษโดย Richard Nice ในปี 1984 โดยมีชื่อว่า Distinction : Social Critique of the Judgement of Taste

Distinction เป็นหนังสือที่แสดงให้เห็นว่าชนชั้นนำในสังคมฝรั่งเศสแสวงหาความโดดเด่นให้กับตนเองผ่านกระบวนการอย่างไรบ้าง บูร์ดิเยอคิดว่า ชนชั้นนำมีการสืบทอดความเป็นชนชั้นนำผ่านทางกระบวนการอบรมเลี้ยงดู ทำให้คนเหล่านั้นมีทุนทางวัฒนธรรมที่ซึมอยู่ในสายเลือด

โดยไม่รู้ตัวและทำให้เขาโดดเด่นกว่าคนอื่น การแสดงออกทางความโดดเด่นนั้นปรากฏอยู่ทั้งในรูปแบบการใช้ชีวิต ทั้งที่เป็นในทางการงานและเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ (สุภาวงศ์ จันทวานิชและรุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข 2549 : 243)

กระบวนการสร้างความโดดเด่นนี้สัมพันธ์กับมโนทัศน์ (concept) หลายนามโนทัศน์ ไม่ว่าจะเป็น ชั้นทางสังคม (social class) ทุนเศรษฐกิจ (economic capital) ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) ฮาบิทัส (habitus) รูปแบบการใช้ชีวิต (life style) และรสนิยม (taste)

บูร์ดิเยอเสนอว่าชั้นทางสังคมของคน (class) ถูกสร้างขึ้นด้วยทุนหลายประเภท ซึ่งได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ (แบบที่ทฤษฎีมาร์กซิสต์แบบเดิมได้เสนอไว้) ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ ทุนต่างๆเหล่านี้สร้างการรับรู้ การประเมินคุณค่า และความโน้มเอียงทางอุปนิสัยที่เรียกว่า ฮาบิทัส ฮาบิทัสจะสร้างรูปแบบการใช้ชีวิตและรสนิยม ซึ่งเป็นรูปแบบการใช้ชีวิตและรสนิยมเฉพาะของแต่ละชั้น ลักษณะเฉพาะนี้เองที่ทำให้เกิดความโดดเด่นทางสังคมกับคนที่อยู่ในชั้นที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตและรสนิยมที่เป็นที่ยอมรับของสังคม

เพื่อทำความเข้าใจในกระบวนการสร้างความโดดเด่นทางสังคมดังที่กล่าวมา ผู้ศึกษาขอเสนอความหมายและรายละเอียดของมโนทัศน์แต่ละมโนทัศน์ ดังต่อไปนี้

### ชนชั้นทางสังคมแบบบูร์ดิเยอ

สำหรับบูร์ดิเยอแล้ว เขามีจุดยืนที่ชัดเจนว่าชนชั้นเป็นสิ่งที่อยู่จริง (Robbins et al. 1991 : 127) เช่นเดียวกับจุดยืนของคาร์ล มาร์กซ์ ในการวิเคราะห์เรื่องรสนิยมในหนังสือ Distinction : Social Critique of the Judgement of Taste เขาจึงใช้กลุ่มชนชั้นทางสังคมในการวิเคราะห์การเกิดขึ้นของรสนิยม เขามองว่าความเป็นกลุ่มชนชั้นทางสังคมชนชั้นทางสังคมของคนในสังคมสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ชนชั้นกระฎุมพี (the bourgeoisie) ชนชั้นกระฎุมพีน้อย (the petit bourgeoisie) และชนชั้นแรงงาน (the working class) (เกษม เพ็ญภินันท์ 2550 : 254)

อย่างไรก็ตามบริบททางสังคมในศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นระบบทุนนิยมในยุคที่การผลิตสินค้ามีปริมาณที่ล้นเหลือ จึงต้องทำให้ผู้คนบริโภคสินค้าให้หมดไปอย่างรวดเร็วได้ส่งอิทธิพลต่อความคิดของบูร์ดิเยอว่า ในศตวรรษที่ 20 นี้ชนชั้นเกิดขึ้นมาบนพื้นฐานของการบริโภคมิใช่การผลิตอีกต่อไป บูร์ดิเยอจึงศึกษาและวิเคราะห์ชนชั้นทางสังคมทั้ง 3 กลุ่มด้วย “รูปแบบการบริโภค” แทน (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน 2551 : 550)

ในหนังสือเรื่อง Distinction บูร์ดิเยอเขียนอธิบายไว้ว่า ชนชั้นในความหมายของเขาไม่ได้เป็นเพียงชนชั้นที่มีความหมายเชิงทฤษฎีที่ว่า

ชนชั้น หมายถึง กลุ่มของผู้กระทำที่อยู่ภายใต้สภาวะเงื่อนไขที่เหมือนกันยอมรับเงื่อนไขแบบเดียวกัน และอยู่ภายใต้ระบบที่สร้างแนวโน้มให้เกิดการกระทำแบบเดียวกัน จึงมีปฏิบัติการที่เหมือนกัน รวมทั้งยังครอบครองคุณลักษณะบางอย่างเหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สินสมบัติที่สามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจน เช่น สินค้า อำนาจ และทรัพย์สินสมบัติที่แฝงฝังอยู่ในร่างกาย เช่น อุปนิสัยเฉพาะของแต่ละชนชั้น (Bourdieu 1979 : 101)

แต่เขายังสามารถนำความหมายของชนชั้นในทางทฤษฎีมาใช้ในระดับปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจริง ให้เป็นสิ่งที่ป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยการพิจารณาจากตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ตำแหน่งในความสัมพันธ์ของการผลิตที่สามารถดูได้จากอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และการกระจายตัวในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แน่นอน คุณลักษณะของสิ่งที่เป็นที่รับรู้ร่วมกันซึ่งดูได้จากกฎที่คอยกำกับว่าสิ่งใดเป็นพวกเดียวกัน สิ่งใดไม่เข้าพวก (เช่น เพศ เชื้อชาติ เป็นต้น) (Bourdieu 1979 : 102)

ตัวแปรหรือเงื่อนไขเหล่านั้นคือสิ่งที่บูร์ดิเยอเรียกว่า “ทุน” ซึ่งประกอบไปด้วยทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ จึงกล่าวได้ว่า การพิจารณาและแบ่งชนชั้นของบูร์ดิเยอเป็นไปตามเกณฑ์ของทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์นั่นเอง (กาญจนา และสมสุข 2551 : 550)

ดังนั้นผู้มีชนชั้นที่แตกต่างกันจึงครอบครองทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ที่แตกต่างกัน ชนชั้นกรรมพีซึ่งเป็นชนชั้นที่อยู่ในระดับที่สูงที่สุดจึงเป็นผู้ครอบครองทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ในระดับที่สูงกว่าชนชั้นชนชั้นกรรมพีน้อยและชนชั้นแรงงาน

### ทุนทางเศรษฐกิจ

ทุนทางเศรษฐกิจหมายถึง ทุนที่อยู่ในพื้นที่ (field) เศรษฐกิจ หรือ ทรัพยากรที่อยู่ในรูปของวัตถุซึ่งถูกควบคุมหรือครอบครองจากเจ้าของทรัพยากรนั้น ตัวอย่างของทุนทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ทรัพย์สิน ความมั่งคั่งที่สะสมเอาไว้ เงินทอง สิ่งของที่มีราคา เช่น ที่ดิน อาคารบ้านเรือน เครื่องเพชรนิลจินดา รถยนต์ หุ่น ฯลฯ

จะเห็นได้ว่า ทุนทางเศรษฐกิจนั้นเป็นทุนที่สามารถคำนวณเป็นปริมาณที่แน่นอนได้ และสามารถระบุแบบได้อย่างแน่ชัด เช่น เงินสดในธนาคาร ราคาเครื่องจักร ราคาที่ดิน ทุนประเภทนี้จึงเป็นทุนที่ง่ายแก่การศึกษา ซึ่งอาจเกิดขึ้นในรูปแบบของการวิเคราะห์การสะสมทุน การครอบครองทรัพย์สิน เป็นต้น (กาญจนา และสมสุข 2551 : 550-551 ; Scott Appelrouth 2008 : 668)

## ทุนทางวัฒนธรรมและฮาบิทัส

ทุนทางวัฒนธรรมนี้เป็นทุนอีกประเภทหนึ่งที่บูรณาการได้เสนอไว้ การศึกษาทุนประเภทนี้เป็นไปได้ยากกว่าทุนทางเศรษฐกิจ เพราะทุนทางวัฒนธรรมมีซับซ้อนมากกว่าและมีรูปแบบที่เป็นนามธรรมมากกว่าทุนทางเศรษฐกิจ บูรณาการแบ่งทุนทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อนออกเป็น 3 รูปแบบดังนี้

- 1) ทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบวัตถุ เช่น หนังสือ รูปภาพ ซีดี ที่บุคคลครอบครองเป็นเจ้าของ
- 2) ทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบสถาบัน เช่น คุณภาพและความมีชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา เป็นต้น
- 3) ทุนทางวัฒนธรรมที่แฝงฝังเข้าไปในตัวบุคคล คือฮาบิทัสหรือความโน้มเอียงทางอุปนิสัย ที่กลายเป็นสมรรถนะด้านวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล เช่น ความสามารถและความรอบรู้ที่จะพูดเรื่องศิลปะ ความชื่นชอบ การมีบุคลิกภาพที่สง่างาม อารมณ์ ความเชื่อ ความศรัทธา อากัปกริยา (manner) ต่างๆทางร่างกาย (กาญจนา และสมสุข 2551 : 550 ; สายพิณ ศุภพุทธิมงคล 2551 : 5)

ฮาบิทัสจึงเป็นโครงสร้างที่ดำรงอยู่อย่างถาวรในร่างกายซึ่งได้มาจากการเรียนรู้ทางร่างกายโดยใช้เวลาอบรมบ่มเพาะเป็นเวลานานในบริบทการขัดเกลาในครอบครัว ตัวอย่างเช่น เด็กที่ได้สัมผัสกับเครื่องดนตรีของชนชั้นสูงตั้งแต่ขวบปีแรก หรือเด็กที่เกิดขึ้นมาในโลกที่เต็มไปด้วยวัตถุที่เป็นทรัพย์สินสมบัติของครอบครัววงศ์ตระกูลจะได้เรียนรู้ คุณค่า วิธีใช้ วิธีเล่น วิธีชื่นชมสิ่งของเหล่านั้น ซึ่งเป็นของชนชั้นสูง เป็นกิริยาอาการในการเล่น หรือชื่นชมแบบชนชั้นสูง สิ่งที่แสดงออกมาให้ปรากฏอยู่ภายนอกร่างกายจะส่งผลให้การผลิตซ้ำโครงสร้างของกลุ่มหรือชนชั้นทางสังคม เรียกว่า การกลายสภาพสู่วัตถุ (objectification) เป็นการแสดงออกมาโดยที่ผู้แสดงรู้ตัวบ้าง ไม่รู้ตัวบ้าง

อย่างไรก็ตามเนื่องจากฮาบิทัสเป็นโครงสร้างที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างร่างกายของคนกับโครงสร้างทางสังคม ทำให้ฮาบิทัสไม่ได้เป็นโครงสร้างที่แข็งที่อ ตายตัว แต่เป็นโครงสร้างที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนระดับได้ (transposable) เช่นในกรณีของเด็กที่ได้เล่นเครื่องดนตรีของชนชั้นสูง หรือแวดล้อมไปด้วยศิลปวัตถุประจำตระกูลต่างๆ เป็นต้นเด็กๆจะได้เรียนรู้วิธีการเล่น วิธีการชมแล้ว เด็กๆยังได้รับทัศนคติที่มีต่อเครื่องดนตรีหรือศิลปวัตถุเหล่านั้น หรือได้รับอากัปกริยาที่มาจากการเล่น การชื่นชมแล้วสามารถนำไปปรับใช้ในเรื่องอื่นๆได้โดยไม่รู้ตัว อากัปกริยาเหล่านั้นจะไปคล้องจองกับอากัปกริยาของชนชั้นสูงคนอื่นๆ ที่เคยได้รับการบ่มเพาะในวัยเด็กมาคล้ายๆกัน จึงทำให้เด็กเป็นที่ยอมรับในชนชั้นนั้นๆ ความสามารถในการปรับใช้กับเรื่องอื่นๆได้จึงเป็นเหมือน

ความรู้ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและอาจถูกมองว่าเป็นพรสวรรค์เหมือนอย่างการด้นสด (improvisation) ของนักแสดงที่สามารถแสดงออกหรือแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าโดยไม่ต้องเตรียมมาก่อนนั้น แล้วสามารถนำมาปรับใช้กับสถานการณ์ปัจจุบันได้ โดยที่ผู้ใช้ไม่สามารถบอกได้อย่างชัดเจนว่าการใช้ในปัจจุบันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ในอดีต (สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต 2548 : 48)

สภาพเงื่อนไขการใช้ชีวิต (system of condition) ที่แตกต่างกัน จะสร้างฮาบิทัสที่แตกต่างกัน แวดวงไฮโซเป็นสภาพเงื่อนไขที่สร้างฮาบิทัสที่แตกต่างจากสังคมในชุมชนแออัด ชนบทเป็นสภาพเงื่อนไขที่สร้างฮาบิทัสแบบหนึ่ง ส่วนเมืองก็เป็นสภาพเงื่อนไขที่สร้างฮาบิทัสอีกแบบหนึ่งที่แตกต่างจากชนบท เป็นต้น ฮาบิทัสทำหน้าที่ 2 ประการ คือ

- 1) การทำให้เกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งตามสภาพเงื่อนไขชนชั้น
- 2) การทำให้บุคคลสามารถแยกแยะความแตกต่างและความขึ้นชอบต่อการกระทำ (practice) และผลิตภัณฑ์ (product) (Bourdieu 1984 :170-172)

จึงกล่าวได้ว่า ฮาบิทัสเป็นโครงสร้างทางสังคมที่คอยกำกับการกระทำของคนว่าควรทำอะไร ไม่ควรทำอะไร การกระทำเช่นใดเป็นการกระทำที่ดี เป็นการกระทำที่เด่น หรือเป็นการกระทำที่สร้างความแตกต่าง

### ทุนทางสัญลักษณ์

ในความหมายของบูร์ดิเยอ ทุนทางสัญลักษณ์หมายถึง สถานภาพ ชื่อเสียง การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ ที่ทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบและเกิดประโยชน์ต่างๆ หรือคุณสมบัติบางอย่างที่ต้องอาศัยการตีความโดยกลุ่มสมาชิกที่มีกระบวนการรับรู้และประเมินคุณค่าชุดเดียวกันจึงสามารถมีมูลค่าได้ ทุนทางสัญลักษณ์เป็นที่มาของอำนาจ ซึ่งเป็นอำนาจที่ได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งเป็นอำนาจที่ตระหนักได้ง่าย แต่ต่อต้านขัดขืนได้ยาก (กาญจนา และสมสุข 2551 : 550-551 ; ชนิตา เสี่ยงยมไพศาลสุข 2550 : 82 ; Jen Webb, Tony Schirato, and Geoff Danaher 2002 : .x-xi ; สายพิณ 2551 : 6)

บูร์ดิเยอชี้ให้เห็นว่าทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ต่างช่วยดำรงความแตกต่างของชนชั้นทางสังคม โดยเฉพาะทุนทางวัฒนธรรมประเภทที่แฝงฝังเข้าไปในตัวบุคคลและทุนทางสัญลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการหล่อหลอมทางสังคมนั้นจะประกอบสร้างเป็นโครงร่างการรับรู้และประเมินคุณค่าซึ่งเอื้อให้บุคคลมีศักยภาพที่จะครอบครองหรือบริโภควัตถุทางวัฒนธรรมที่มีวัตถุประสงค์ของการบริโภคเพื่อความสุนทรีย์ คือ ให้ความสำคัญกับเรื่องสัญลักษณ์ (symbolic) มากกว่าการใช้งานในตัววัตถุ

(material) เช่น คนตรีงานศิลปะ (ชนิตดา 2550 : 82-83 ; Webb Schirato and Danaher 2002 : 149)

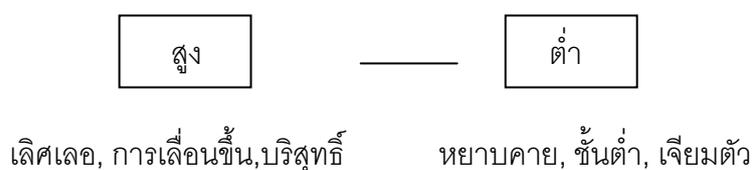
ดังนั้น ชนชั้นสูงหรือชนชั้นกระฎุมพีจึงเลือกวัตถุเข้ามาใช้ในบ้านบนพื้นฐานของสุนทรียะ โดยเลือกว่าของชิ้นนั้นสวยงามหรือดูดีมีรสนิยมหรือไม่ ในทางกลับกัน ชนชั้นล่างต่างเข้าไม่ถึงความรู้สึกทางสุนทรียะ จึงเลือกซื้อของบนพื้นฐานของความจำเป็น (choice of necessary) (Bourdieu 1984 : 384 อ้างใน Peter Hamilton 2002 : 146)

### รสนิยมและการก่อตัวของรสนิยม

สภาพเงื่อนไขในการดำรงชีวิต รวมทั้งเงื่อนไขในการดำรงชีวิตของชนชั้นที่ถูกหลอมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายโดยอาศัยการทำงานของฮาบิทัสดังที่กล่าวมานั้น ได้ทำให้ปัจเจกบุคคลมีความสามารถในการตัดสินใจหรือประเมินคุณค่าความงามด้วยประสาทสัมผัสและอย่างทันทีทันใด หรือ มีความสามารถในการแยกแยะความแตกต่างและความชื่นชอบของการกระทำ (practice) และผลิตภัณฑ์ (product) ต่างๆ ที่เรียกว่า “รสนิยม” (Bourdieu 1989 : 99 อ้างใน สุภาวงศ์และรุ่งนภา 2549 : 243 ; กาญจนนาและสมสุข 2551 : 550)

เช่นเดียวกับฮาบิทัสที่ทำหน้าที่ ‘สร้าง’ และ ‘แยกแยะ’ การกระทำและผลิตภัณฑ์ รสนิยมในฐานะที่เป็นผลลัพธ์หรือผลผลิตของฮาบิทัส จึงแฝงฝังอยู่ในสองมิติที่ทำหน้าที่อย่างสอดคล้องกัน นั่นคือ มิติของเงื่อนไขของการมีวัตถุ (มีสิ่งของเครื่องใช้อะไรบางอย่างในครอบครอง) และ มิติของการมีความแตกต่างเชิงสัญลักษณ์ เช่นของที่มีอยู่นั้นเป็น ของสูง/ของต่ำ ดูยากไว้/ดูมีราคามั่งคั่ง เป็นต้น (กาญจนนาและสมสุข 2551 : 575)

ความแตกต่างเชิงสัญลักษณ์ในมิติที่สอง เกิดขึ้นจากสิ่งที่บูร์ดิเยอเรียกว่า “โครงร่างการรับรู้และประเมินคุณค่า” ซึ่งเขาได้อธิบายไว้ในหนังสือ Distinction ว่า “ทุกหน่วยในสังคมมีโครงร่างการรับรู้ร่วมกัน ซึ่งเริ่มต้นจากการทำให้สิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่พวกเขาสามารถรับรู้ได้ด้วยกรับรู้ถึงการเป็นคู่ตรงข้ามกันเพื่อใช้ในการจัดประเภทและคัดเลือก (classify and qualify) คนหรือสิ่งของในพื้นที่ของการกระทำของเขา” เครื่องข่ายของคู่ตรงข้ามที่บูร์ดิเยอกล่าวไว้ (Bourdieu 1984 : 468) สามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



จิตใจ	—	วัตถุ
-------	---	-------

ดีเลิศ	—	ไม่ดี
--------	---	-------

ทำให้เรียบร้อย, สง่างาม      หนัก, อ้วน, หยาบกระด้าง, โหดร้าย

เบา	—	หนัก
-----	---	------

บอบบาง, มีชีวิตชีวา, แผลมคม, คล่องแคล่ว      เชื่องช้า, หนา, ลำบาก, รุ่มง่าม

อิสระ	—	บีบบังคับ
-------	---	-----------

---

เป็นเอกลักษณ์	—	ทั่วไป
---------------	---	--------

หายาก, แตกต่าง, น่ารังเกียจ,      ดั้งเดิม, ซ้ำซาก, ดาษดื่น  
 ผูกขาด, เฉพาะตัว, ใหม่      ไม่สำคัญ, เดิมๆ

ฉลาด	—	โง่
------	---	-----

อัจฉริยะ      มีดมัว, เศร้าหมอง, งั้นๆ

จากมุมมองนี้ ระบบสัญลักษณ์ก็คือระบบการแยกแยะความสูงต่ำที่สร้างขึ้นบนตรรกะของการเป็นพวกเดียวกัน และการกันออกไปจากพวก จากระบบสัญลักษณ์ที่เป็นคู่ตรงข้ามกัน เช่น หายาก/หาง่าย ดี/เลว สูง/ต่ำ ช่างใน/ช่างนอก ผู้ชาย/ผู้หญิง น่ารังเกียจ/น่าชื่นชม (David Swartz, 1997 : 84)

เมื่อคู่ตรงข้ามได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งธรรมดาและได้รับการยึดถือร่วมกัน คู่ตรงข้ามจะเข้าไปทำงานร่วมกับตำแหน่งในโครงสร้างทางสังคม โดยการผลิตฮาบิทัส (โครงสร้างที่ถูกกำกับและไปกำกับสิ่งอื่น) และทำให้เกิดระบบของการแบ่งประเภทสิ่งของและการกระทำ (ระบบของการรับรู้ชื่นชม) ที่เรียกว่า 'รสนิยม' ประเด็นสำคัญคือ การทำงานร่วมกันดังกล่าว เป็นการทำให้ผู้คน

เข้าใจผิดว่าคู่ตรงข้ามทุกคู่เชื่อมโยงกับสิ่งที่มีความเหนือกว่า คู่ตรงข้ามทุกคู่จึงเป็นความสัมพันธ์แบบครอบงำ/ถูครอบงำ เมื่อความสัมพันธ์แบบครอบงำ/ถูครอบงำถูกใช้ในความสัมพันธ์ทางอำนาจในชีวิตทางสังคม ความมีรสนิยมจึงมีอำนาจครอบงำ ความไม่มีรสนิยมจึงถูครอบงำด้วยความมีรสนิยมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (David Swartz 1997 : 85 ; สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ 2544 : 14 ; กาญจนา และสมสุข 2551 : 575) ด้วยเหตุนี้ ผู้ที่ครอบครองวัตถุที่มีสัญลักษณ์แห่งการมีรสนิยมที่สูงศักดิ์จึงมีอำนาจครอบงำผู้ครอบครองวัตถุที่มีสัญลักษณ์แห่งการมีรสนิยมที่ต่ำช้า

รสนิยมจึงไม่ใช่สิ่งที่บริสุทธิ์ที่ติดตัวแต่ละบุคคลมาตามธรรมชาติหรือโดยสันดาน แต่รสนิยมเป็นอะไรที่มากกว่าเรื่องของตัวบุคคล รสนิยมที่บุรุษศึกษาจึงไม่ใช่เรื่องของสุนทรียศาสตร์ ที่มักตั้งคำถามว่าคำถามว่าอะไรสวยงาม อะไรไม่สวยงาม แต่อยู่ที่กฎเกณฑ์เบื้องหลังที่คอยกำกับรสนิยมของคน ยกตัวอย่างเช่น การตั้งคำถามว่าทำไมคนจึงทุ่มเทให้กับการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรม ทำไมผู้คนจึงซื้อภาพวาดหรือเข้าชมภาพยนตร์ สิ่งเหล่านี้ช่วยให้พวกเขาจัดการกับโลกที่เขาอยู่ได้อย่างไร และมีความหมายอะไรที่ผูกติดอยู่กับการกระทำ เหล่านั้น (Jen Webb et al. 2002 : 146) หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า สิ่งที่บุรุษสนใจคือ “การรวมความคิดเกี่ยวกับการบริโภคความสุนทรีย์เข้ากับโลกของการบริโภคในระดับสามัญ (ปฏิเสธว่าสุนทรีย์ะนั้นเป็นเป้าหมายในตัวของมันเอง หรือที่เรียกว่า ความสุนทรีย์เพื่อความสุนทรีย์)” (Bourdieu 1984 : 100 citing Peter Hamilton 2002 : 137)

สำหรับบุรุษที่มองด้วยสายตาของนักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยา รสนิยมเป็นการจำแนกแตกต่างทางสัญลักษณ์ให้เป็นการแสดงออกของลำดับชั้นทางสังคม รสนิยมเป็นสิ่งที่กำหนดและรักษาไว้ซึ่งขอบเขตทางสังคม (social boundary) หรือที่เรียกว่า สร้างเขตแดนระหว่างชนชั้นครอบงำและชนชั้นถูครอบงำ รวมทั้งเส้นแบ่งในชนชั้นเดียวกัน (Peter Hamilton 2002 : 137) เนื่องจาก การแบ่งในระดับสัญลักษณ์ทำให้ผู้คนรับรู้และให้ความหมายแก่โลกทางสังคมในกรอบของสิ่งที่อยู่ใน (กลุ่ม) สังคมและสิ่งที่ไม่เข้าพวกกับ (กลุ่ม) สังคม แล้วก็ติดกันสิ่งที่ไม่เข้าพวกออกจากกลุ่มทางสังคม (Peter 2002 : 138 ; Robbins 1991 : 154 อ้างใน สมรักษ์ : 15 ; David Swartz 1997 : 87)

เมื่อรสนิยมเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้คนเลือกผลิตภัณฑ์ต่างๆมาใช้และครอบครอง (กาญจนา และสมสุข 2551 : 576) ผู้ที่ครอบครองวัตถุสิ่งของแบบเดียวกันจะรับรู้และถูกรับรู้ว่าอยู่ในกลุ่มทางสังคมเดียวกัน ในทางกลับกัน ผู้ที่ครอบครองวัตถุสิ่งของที่แตกต่างกันจะรับรู้และถูกรับรู้ว่าไม่ได้อยู่ในกลุ่มทางสังคมเดียวกันและถูกกีดกันออกไป

## รูปแบบการใช้ชีวิต

รสนิยมที่ถูกกำหนดโดยทุนและฮาบิทัสจะทำให้เกิดการกระทำและงานที่มีผลต่อรูปแบบการใช้ชีวิต (สมรภัทร์ 2544 : 14) เนื่องจากฮาบิทัสจะทำให้แต่ละชนชั้นมีลักษณะพิเศษเป็นของตนเองจากการมีตำแหน่งการกระจายตัวของทุนที่ตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตเฉพาะของแต่ละชนชั้น (Bourdieu 1984 : 260) ดังนั้นคนที่อยู่ต่างชนชั้น หรือ คนที่มีทุนและฮาบิทัสต่างกันจึงมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต่างกัน ดังเช่นการวิจัยเชิงสำรวจในสังคมฝรั่งเศสของบูร์ดิเยอที่ได้ยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นกับรูปแบบการใช้ชีวิต จากผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึง รสนิยมที่เหมือนกันของกลุ่มอาชีพเดียวกัน (กลุ่มชนชั้นเดียวกัน) (Bourdieu 1984 : xii ; สุภาวงศ์และรุ่งนภา 2549 : 243)

นอกจากนี้ ทุนทางวัฒนธรรมที่พวกเขาได้รับการปลูกฝังมาจากครอบครัวยังเป็นตัวกำหนดการบริโภคของบุคคลด้วย ในช่วงเวลาที่พวกเขาเป็นเด็ก ผู้คนจะเรียนรู้ที่จะแยกแยะ จัดประเภท และมองโลกที่ถูกจัดแบ่งเป็นกลุ่มที่มีความสูงต่ำไว้เรียบร้อยแล้วจากวัฒนธรรมของชนชั้นของครอบครัว แนวโน้มที่น่าว่าจะบริโภคอะไรนั้นจึงถูกกำหนดมาจากครอบครัว ดังนั้น รูปแบบการใช้ชีวิตจึงถูกกำหนดจากภูมิหลังทางชนชั้นมากกว่าการเลือกใช้ชีวิตที่เต็มไปด้วยทางเลือกที่มีอิสระ (Joanne Hollows 2008 : 80)

ภูมิหลังทางชนชั้นที่กำหนดรูปแบบการใช้ชีวิต จะทำให้ปัจเจกบุคคลก้าวเข้าสู่พื้นที่ทางสังคม (social field) ของรสนิยมหรือการแสดงออกในฮาบิทัสแบบต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น การหัดเล่นเปียโน เริ่มไปฟังเพลงคอนเสิร์ต การตกแต่งบ้าน การเลือกซื้อเสื้อผ้า การท่องเที่ยว การพักผ่อนหย่อนใจ การกีฬา และอาหาร เป็นต้น

รูปแบบการใช้ชีวิตจึงเป็นการแสดงออกอย่างเป็นนามธรรมที่สุดของความสัมพันธ์ทางชนชั้น ตัวอย่างเช่น หากเราเป็นคนที่มียุทธศาสตร์การใช้ชีวิตแบบดูแลสุขภาพ กินอาหาร พักผ่อน ออกกำลังกาย รูปแบบการใช้ชีวิตเช่นนี้จะบอกถึงลักษณะของชนชั้นของเราได้ดีว่าอย่างน้อยก็ต้องเป็นชนชั้นกลางที่มีความรู้เรื่องการสร้างเสริมสุขภาพ (กาญจนาและสมสุข 2551 : 576)

### ความโดดเด่นทางสังคม

รูปแบบการใช้ชีวิตสามารถบ่งบอกถึงชนชั้นทางสังคม เพราะรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต่างกันทำให้แต่ละชนชั้นมีความแตกต่างกัน ความแตกต่างนี้เองที่สร้างลักษณะพิเศษให้กับชนชั้น จนนำไปสู่ความโดดเด่นทางสังคมของชนชั้นนั้น

ความโดดเด่นทางสังคมก็คือ การใช้ “ความสามารถในการตัดสินใจหรือประเมินคุณค่าความงามด้วยประสาทสัมผัสและอย่างทันทีทันใด” ว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่มีความนิยม/ไม่มีความนิยม (เข้าพวก/ไม่เข้าพวก) การเลือกวัตถุทางวัฒนธรรมมาครอบครอง จึงเป็นเครื่องหมายในการสร้างความแตกต่างทางชนชั้น และเป็นอาวุธในการสร้างความโดดเด่นให้กับบุคคลนั้นเพื่อสร้างระยะห่างระหว่างเขาและผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย (Bourdieu 1979 : 99 ; สายพิณ ศุภทรงมคด 2551 : 5) ความโดดเด่นจึงเป็นเสมือนเลนส์ของการจำแนกแตกต่างที่ทำให้ผู้คนสามารถมองเห็นสถานะความแตกต่างทางสังคมอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อรับรู้โลกทางสังคมและให้ระเบียบที่มีความหมายแก่มัน (Peter Hamilton 2002 : 87) รวมทั้งมองเห็นชนชั้นในพื้นที่ทางสังคม (space) จากการรับรู้ถึงความแตกต่างทางสังคมเหล่านั้น (Bourdieu 1991 : 238)

ด้วยเหตุที่ว่า ความโดดเด่น (Distinction) เป็นการสร้างความแตกต่างทางสังคมด้วยการทำให้ตนเองแตกต่างจากชนชั้นอื่นโดยการใช้อนุรักษ์นิยมเป็นเครื่องมือทางสัญลักษณ์ให้ตนเองโดดเด่นจากชนชั้นอื่นๆที่มีลำดับชั้นที่ต่ำกว่า เราจึงเห็นคนชั้นนำหรือชนชั้นกระฎุมพีเลือกบริโภคสินค้าด้วยวัตถุประสงค์ทางสุนทรีย์ (สินค้าที่เป็นสัญลักษณ์แห่งความมีรสนิยม) เพื่อติดตนเองให้แตกต่างจากชนชั้นกลางหรือชนชั้นกระฎุมพีน้อย และชนชั้นกลางที่พยายามเลียนแบบรสนิยมของชนชั้นสูง ถึงแม้จะเป็นสิ่งที่พวกเขาไม่มีวันเลียนแบบได้ทั้งหมด เพื่อสร้างความโดดเด่นให้ตนเองต่างจากชนชั้นล่างให้มากที่สุด

จะเห็นได้ว่ามโนทัศน์ที่กล่าวมาทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น ชนชั้นทางสังคม ทุน ฮาบิทัส รสนิยม รูปแบบการใช้ชีวิต และความโดดเด่นทางสังคมนั้นมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันเป็นอย่างมาก

ชนชั้นทางสังคมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งประกอบขึ้นมาจากความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ที่บุคคลนั้นครอบครอง ชนชั้นทางสังคมทำให้เกิดความโน้มเอียงทางอุปนิสัยที่เรียกว่า ฮาบิทัสซึ่งทำให้เกิดการกระทำและความสามารถในการแยกแยะความชื่นชอบของแต่ละบุคคล ฮาบิทัสจะส่งผลต่อการก่อตัวของรสนิยมของแต่ละบุคคล ซึ่งรสนิยมนี้จะส่งผลต่อการเลือกรูปแบบการใช้ชีวิต และรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละชนชั้นนั้นจะทำให้เกิดความโดดเด่นทางสังคมให้กับบุคคล

อย่างไรก็ตาม ชนชั้นทางสังคมก็ไม่ใช่สิ่งที่ส่งผลต่อความโดดเด่นทางสังคมเท่านั้น หากอธิบายในทางกลับกัน ความโดดเด่นทางสังคม รูปแบบการใช้ชีวิต รสนิยม และฮาปัทสต่างทำหน้าที่ในการยืนยันชนชั้นทางสังคมของบุคคลนั้น หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่าทำให้ผู้อื่นสามารถรับรู้ถึงชนชั้นทางสังคมของบุคคลนั้น ยกตัวอย่างเช่น เมื่อเราเห็นรสนิยมของพวกเขา เราก็สามารถที่จะคาดเดาได้ว่าบุคคลนั้นอยู่ในชนชั้นสูงหรือชนชั้นกลาง

สวนเพื่อการตกแต่งบ้านในฐานะที่เป็นศิลปะหรือวัตถุทางวัฒนธรรมที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางสังคม สวนอาจจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความโดดเด่นให้กับเจ้าของสวนและช่วยให้เจ้าของสวนสามารถแสดงว่าตนเองแตกต่างจากชนชั้นล่างและชนชั้นกลางทั่วไป

การทบทวนแนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการสร้างความโดดเด่นทางสังคมทำให้เราเห็นถึงความพยายามในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมที่เป็นปรากฏการณ์เดียวกัน นั่นคือการครอบครอง การเป็นเจ้าของข้าวเจ้าของวัตถุ และการสร้างตัวตนของผู้คน อย่างไรก็ตามทั้งโบดริยาร์ดและบูร์ดิเยอก็มีจุดยืนในการมองการครอบครองวัตถุที่แตกต่างกัน งานศึกษาชิ้นนี้จะนำข้อเสนอทางทฤษฎีของทั้งโบดริยาร์ดและบูร์ดิเยอมาอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวเพื่อดูว่าแนวคิดใดสามารถนำมาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในบริบทของสังคมไทยได้ดีกว่า