

บทที่ 2

ลัทธิบริโภคนิยม

2.1 ความเบื้องต้น

ปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “บริโภคนิยม” (Consumerism) เป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นในวิถีการผลิตแบบทุนนิยมสมัยใหม่ โดยมีจุดประสงค์ทำให้มนุษย์มีความต้องการบริโภคนิยมมากขึ้น มนุษย์ที่อยู่ในฐานะของผู้บริโภคมักมีความต้องการขึ้นมาทั้งนี้ทั้งนั้น ก็เพื่อรักษาการขยายตัวและการดำรงอยู่ของวิถีการผลิตของตน และได้ทำให้การตอบสนองต่อความต้องการในทุกปริมณฑลของชีวิตมนุษย์ ให้กลายเป็นการบริโภคเพื่อแสวงหาความพึงพอใจผ่านวัตถุในรูปแบบของสินค้าและบริการ

เนื่องจากกรอบคิดเรื่องบริโภคนิยมมีความหมายที่กว้าง ดังนั้นการศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมกรบริโภคของมนุษย์ในสังคมบริโภคนิยมนั้น ต้องอาศัยมิติของการศึกษาที่หลากหลายและซับซ้อนมากยิ่งขึ้นกว่าการทำความเข้าใจการบริโภคเฉพาะภายในบริบททางเศรษฐศาสตร์ เพราะกิจกรรมการบริโภคในปัจจุบันมิใช่เป็นการกระทำเพื่อตอบสนองแต่ความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย หรือความต้องการที่มีเหตุมีผลบนพื้นฐานของความเข้าใจในทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility) หรือ ทฤษฎีความพึงพอใจ (pleasure theory) เท่านั้น หากแต่จะต้องขยายความสนใจออกไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการด้านอื่นๆของผู้บริโภคที่ซับซ้อนกว่าบนพื้นฐานของความเข้าใจในมิติต่างๆเช่น จิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis) มานุษยวิทยา (Anthropology) สังคมวิทยา (Sociology) และสัญวิทยา (Semiology) เป็นต้น

การก้าวเข้ามามีบทบาทของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมได้ทำให้พรมแดนของการแบ่งประเภทหรือระบบคุณค่าที่แตกต่างกันเริ่มจางลงและสูญหายไปมากที่สุด โดยที่กระบวนการทำให้สรรพสิ่งทุกประเภทกลายเป็นสินค้าที่แลกเปลี่ยนกันได้ (Commodisation) นี้เองที่เป็นพลังของระบบทุนนิยมและระบบเศรษฐกิจแบบเงินตราที่ผลักดันให้ระบบคุณค่าหมดความหลากหลาย (ยศ สันตสมบัติ, 2537)

2.2 องค์ความรู้ของบริโภคนิยม

เนื่องจากปัญหาจากการทำงานของระบบเศรษฐกิจ และความรุนแรงของปัญหาที่เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการพัฒนาภายใต้กระบวนการทัศน์ของเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ได้ถูกหยิบยกขึ้นมาถกเถียงและวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับเรื่อง “คุณค่า”

(value) ว่ามีการพิจารณาจากแง่มุมที่แคบ แม้ว่าจะกล่าวถึงเรื่องสวัสดิการและอรรถประโยชน์ ก็เป็นเพียงสิ่งซึ่งเกิดจากการบริโภคทางวัตถุเท่านั้น ขาดการคำนึงถึงเรื่องคุณค่าทางจิตใจ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคล และสังคมมนุษย์โดยรวม เป็นเหตุให้องค์ความรู้ของกระบวนทัศน์นี้กลายเป็นสิ่งที่ว่าด้วยปริมาณล้วนๆที่มีผลให้มองข้ามประเด็นของคุณภาพชีวิต ซึ่งให้นัยที่กว้างกว่าการเสพสุขทางวัตถุไป และมีผลต่อการทำลายหรือลดคุณค่าของความเป็นมนุษย์ ตลอดจนมีส่วนส่งเสริมให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติจนเสียหาย และ มีผลที่เป็นอันตรายย้อนกลับสู่โลกและมนุษย์ในที่สุด กล่าวอีกแง่หนึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามกระบวนทัศน์นี้บรรลุเป้าหมายเพียงในด้านปริมาณหรือวัตถุธรรมเท่านั้น ส่วนในด้านคุณภาพหรือคุณค่า ซึ่งต้องพิจารณากันที่ความเป็นมนุษย์หรือจิตสำนึกต่อส่วนรวม มิใช่มนุษย์ผู้มุ่งคั่งมีกินมิใช่กลับล้มเหลวอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นเราจึงต้องหันกลับมาพิจารณาและศึกษาองค์ความรู้และปรัชญาการทำงานของกระบวนทัศน์นี้อย่างจริงจัง เพื่อการตัดสินใจต่อทิศทาง เป้าหมาย และสร้างแนวคิดพื้นฐานที่ชัดเจนต่อทิศทางการพัฒนาในอนาคต

ปัญหาการพัฒนาที่ทำลายคุณค่าของความเป็นมนุษย์ มิใช่เพิ่งปรากฏผลในยุคสมัยนี้ แต่มีอยู่เป็นเวลานานกว่าศตวรรษแล้ว นับแต่คาร์ล มาร์กซ์ ได้พยายามชี้ให้มนุษย์ชาติได้เห็นแล้วทำ ความเข้าใจต่อปัญหานี้ โดยการวิพากษ์วิจารณ์โครงสร้างที่เลวร้ายของระบบทุนนิยม ด้วยปัญหา ความแปลกแยก (alienation) ของมนุษย์ และปัญหาการเอารัดเอาเปรียบทางชนชั้นในแง่ที่มองไปยังอดีตที่เป็นประวัติศาสตร์สังคมของมนุษย์ แนวคิดของมาร์กซ์จึงปรากฏเห็นความหวังที่จะหลุดพ้น จากสภาพที่เลวร้ายนี้ไปสู่สภาพที่ดีกว่า(สุนทรภรณ์ เตชะพะโลกุล, 2534, น. 7)

2.3 กำเนิดบริโภคนิยม และการปฏิวัติการบริโภค

จากการอ้างอิงหลักฐานที่ชัดเจนทางทฤษฎีนั้น เราอาจไม่ทราบได้เลยว่าบริโภคนิยมเกิดขึ้นเมื่อไหร่ และการที่ยังไม่สามารถจะกำหนดลงไปได้ว่า เมื่อใดที่เป็นจุดเริ่มต้น เป็นสังคมบริโภคได้อย่างชัดเจน ก็ทำให้ไม่สามารถที่จะกล่าวได้อย่างเต็มปากเต็มคำว่า “เรากำลังอยู่ในสังคมบริโภคนิยม” ถึงแม้ว่าผู้คนจะเรียกกันจนไม่มีใครเคยสงสัยว่า คุณลักษณะของสังคมบริโภคนิยมเป็นอย่างไร และเริ่มต้นเมื่อใดก็ตาม จนทำให้ดูราวกับว่า “สังคมบริโภคนิยม” เป็นลักษณะที่เกิดขึ้นเรียบร้อยแล้ว และมีลักษณะที่สมบูรณ์ไปแล้ว

ถึงแม้ว่าจะยอมรับกรอบความคิดของนักคิดทางสังคมวิทยาผู้หนึ่ง ชื่อ Zigmunt Bauman (Trentmann, Beyond Consumerism, 2004, p.373) ที่เห็นว่าสังคมบริโภคนิยมนั้นมีลักษณะจบแล้ว และเริ่มต้นใหม่อยู่ตลอด ก็ไม่ได้ช่วยทำให้เข้าใจได้ว่า “สังคมบริโภค” เริ่มต้นเมื่อใด และเมื่อไม่สามารถรู้ได้แน่ชัดว่าสังคมบริโภคนิยม นั้น เกิดขึ้นอย่างแน่นอนเมื่อใด ก็ไม่สามารถเข้าใจกระบวนการ

เปลี่ยนผ่านมาเป็นสังคมบริโภคนิยม และรวมถึงคุณลักษณะของสังคมบริโภคนิยม และหากเป็นเช่นนั้น แล้วเราจะรู้ได้อย่างไรว่า เรากำลังอยู่ใน สังคมบริโภคนิยม

ถ้าจะกล่าวแบบบรูโน ลาตัวร์ (Bruno Latour, 1993) ก็คือ เรายังไม่เคยเป็นสมัยใหม่ (We have never been Modern)แล้วก็แสดงว่า “เรายังไม่เคยเป็นสังคมบริโภคนิยม” หากอธิบายในเชิงเปรียบเทียบ ครั้งเมื่อเรายังไม่เคยเป็นสมัยใหม่ก็หมายความว่า เรากำลังมุ่งหน้าไปสู่ความเป็นสมัยใหม่ และแม้ว่าภาวะสมัยใหม่ยังเป็นสิ่งที่ยังไม่ถึง ในทำนองเดียวกัน “เรากำลังมุ่งหน้า ไปสู่สังคมบริโภคนิยม” แม้ว่า “สังคมบริโภคนิยม” ยังคงเป็นสิ่งที่ยังไม่ถึง

การกล่าวแบบนี้แม้ว่าจะเป็นการมองกลับหลัง แต่ที่ถือได้ว่าเป็นการใช้แนวความคิดแบบหลังสมัยใหม่(post-modern) ของ ฟร็องซัวส์ เลียวทาร์ด (Jean- Francois Lyotard, 1984, p.79) ได้กล่าวไว้ว่า

งานชิ้นใดชิ้นหนึ่งจะเป็นสมัยใดก็ตามเมื่อมันต้องเป็นหลังสมัยใหม่ก่อน
ดังนั้นจะต้องเข้าใจความคิดของสภาวะหลังสมัยใหม่ (postmodern) ว่าไม่ใช่อยู่ใน
ในฐานะที่เป็นเป้าหมายของความคิดของความเป็นสมัยใหม่
แต่เป็น ขั้นตอนระยะพื้นตัวและสภาวะนี้ก็เป็นสภาวะที่ดำรงอยู่อย่างคงที่
และเมื่อไม่เคยเป็นสภาวะสมัยใหม่ แต่สภาวะสมัยใหม่ยังคงเป็นเป้าหมายที่อยู่ใน
อนาคต

ดังนั้นจึงหมายความว่า “สังคมบริโภคนิยม” หรือสังคมสมัยใหม่ ก็ยังคงเป็นสิ่งที่อยู่ในอนาคตและกำลังจะมุ่งหน้าไปให้ถึง สังคมบริโภคนิยมจึงเป็นสังคมที่กำลังจะมา (เพื่อให้สมบูรณ์) แต่ยังไม่ถึงสักที เปรียบเช่นเดียวกับสภาวะสมัยใหม่ แต่การบริโภคนิยมเองก็กลายเป็นจุดเชื่อมสำคัญของการเป็นสภาวะสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ ดังที่จะเห็นได้จาก ผลงานการศึกษาการบริโภคนิยมต่างๆ มากมายไม่ว่าจะมาจากกรอบความคิดแบบสภาวะสมัยใหม่หรือหลังสมัยใหม่

ดังนั้นการบริโภคนิยมจึงเป็นแรงปรารถนา(desire)ที่ไม่มีวันได้รับการตอบสนองเพราะเมื่อใดก็ตามที่ได้รับการตอบสนอง ก็ไม่ใช่แรงปรารถนาอีกต่อไป สภาวะของแรงปรารถนาที่ไม่มีวันที่จะได้รับการตอบสนอง

2.4 ความหมายของบริโภคนิยม

วัฒนธรรมบริโภคนิยมเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นภายใต้อุดมการณ์เศรษฐกิจแบบทุนนิยม (capitalism) โดยมีเป้าหมายของการผลิตก็เพื่อขายสินค้าที่ผลิตได้นั้นให้กับผู้คนในสังคม และใน

ขณะเดียวกันก็พยายามที่จะผลิตและขายให้ได้กำไรมากที่สุดด้วย ดังนั้นจึงทำให้ระบบทุนนิยมต้องอาศัยกลไกการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่สามารถผลิตสินค้าได้ครั้งละมากๆ และผลิตได้อย่างรวดเร็ว (mass product) ปัญหาที่ตามมาก็คือ เกิดภาวะ ปริมาณของอุปทานล้นเกิน (oversupply) ซึ่งวิธีการที่ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรีนิยมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ใช้จัดการแก้ปัญหานี้ก็คือ ยุทธศาสตร์การตลาดและการโฆษณาของบริษัทข้ามชาติใน โลกที่สาม ซึ่งส่งผลให้เกิดลัทธิบริโภคนิยมขึ้น บริษัทข้ามชาติเป็นผู้กำหนดว่าจะผลิตอะไร แล้วกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคสินค้านั้นทั้งในโลกที่หนึ่งและโลกที่สาม (พระสุหะ ขวัญเมือง, 2546, น. 3-4)

อย่างไรก็ตามหากเราพิจารณาตามความหมายของคำ Consumption มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Consumere เป็นคำที่บ่งบอกถึงการ ใช้สิ่งของที่เปลี่ยน ได้เลื่อน ได้และทิ้งได้ ในสังคมชนบทยุโรป ในภาษาของพ่อค้าในสมัยกลางไม่ปรากฏคำว่า การบริโภค คำๆ นี้เริ่มมีบทบาทในการเก็บภาษีของพานิชย์นิยม(mercantilism) ในปีค.ศ. 1663 นักทฤษฎีอย่าง โยฮัน บลาซาร์ ชุப்ப์ (Johann Blathasar Schupp) ใช้คำว่า Consumieren ในความหมายของการได้ใช้สอยสิ่งของต่างๆ และการเก็บภาษี ในราวศตวรรษที่18 ตอนต้น คำๆ นี้ หมายถึงการเก็บภาษี ดังนั้นถ้า Consumption มีความหมายเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเก็บภาษีแล้ว จึงทำให้ Consumption เป็นสิ่งจำเป็น เพราะภาษีเป็นสิ่งที่เลี่ยงไม่ได้ในการดำรงอยู่ในรัฐ อะไรที่สามารถเก็บภาษีได้ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เหล้า ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่จำเป็นที่อยู่ในรูปของ Consumption

กลุ่มชาวฝรั่งเศสที่เรียกกันว่าพวกฟิสิโอแครตส์(Physiocrats) นักคิดเหล่านี้เป็นพวกแรก ที่เรียกตนเองว่านักเศรษฐศาสตร์ พวกเขาถ่วงถ่วงถึงทฤษฎีของตนเป็นวิทยาศาสตร์ เป็น “สภาวะวิสัย” (objective) และ พัฒนาทักษะเศรษฐศาสตร์ของฝรั่งเศสที่สมบูรณ์แบบขึ้นมาก่อนการปฏิวัติใหญ่ฝรั่งเศส คำว่า “Physiocracy” หมายถึง “กฎธรรมชาติ” และนักคิดกลุ่มฟิสิโอแครตส์ (นักนิยมกฎธรรมชาติ) ได้ทำการวิพากษ์วิจารณ์ลัทธิพาณิชย์นิยม และวิจารณ์การเติบโตของมหานครด้วยความรู้สึกที่ขมขื่น พวกเขาประกาศว่าการเกษตรกรรมและที่ดินเท่านั้นที่เป็นตัวสร้างความมั่งคั่งอย่างแท้จริง

กลุ่มฟิสิโอแครตส์ ได้เริ่มทำให้การบริโภคเป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับการผลิต(production) การบริโภคถูกจัดให้เป็นอาณาของประชาสังคม (civil society) หรืออาณาเขตของความต้องการ ความคิดเช่นนี้เริ่มปรากฏให้เห็นชัดมากขึ้น ในค.ศ.ที่19 แม้ว่าความคิดที่เกิดขึ้นจากแรงปรารถนาและความต้องการจะมีมาก่อนหน้านั้นแล้ว ประชาสังคมจึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับวิธีการบริโภคที่ไม่จำเป็นจะต้องเกี่ยวข้องกับเหตุผล (rationality) ที่มาจากความเป็นปัจเจก (individual)เสมอไป ในอีกด้านหนึ่ง Consumption สามารถที่จะเกี่ยวข้องกับการจัดตั้ง วางแผนและล่อลวงและอะไรอื่นที่ ทำลายระเบียบต่างๆ ทางสังคมการเมืองแบบที่สังคมโบราณหวาดวิตก

ต่อมาในศตวรรษที่17 คำว่า Consumption ไม่ได้จำกัดอยู่ที่แวดวงการเมืองและเศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่ยังปรากฏอยู่ในแวดวงการแพทย์ด้วย ในศตวรรษที่17นี้ คำว่า Consumption หมายถึง วัณโรค ความหมายของคำว่าConsumptionที่มากับอาการที่เลวร้ายของวัณโรคจึงบ่งบอกความหมายในแง่ลบของคำนี้ วัณโรคทำให้คนมีเวลาเตรียมตัวตาย รำลึกและเสียใจต่อบาปที่ตัวเองทำเอาไว้ จากโรคที่ทำให้คนตายนี้เอง กลายมาเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างโลก “แฟชั่นแห่งวิถีชีวิตของตัวเอง” (self-fashioning) เพราะทำให้ผู้ป่วยสามารถเผชิญชีวิตความตายแต่เพียงผู้เดียว คำนิยมในการกำหนดวิถีทางแห่งความตายนี้ พบได้มากในค.ศ.ที่18 แม้ว่าอาจจะสรุปได้ว่า Consumptionในช่วงเวลานี้ หมายถึงการเผชิญหน้าต่อความตายของมนุษย์ ในทางเดียวกันก็เป็นการบ่งบอกนัยยะของความเสื่อม ของเหลือค้วยเช่นกัน

ความหมายของการใช้ทุกสิ่ง ทุกอย่างจนหมดสิ้นคือความหายนะ หรือConsumption ยังถูกนำไปเชื่อมโยงกับเรื่องความสำเร็จความใคร่ด้วยตัวเอง(masturbation) เพราะสิ่งนี้ไม่ได้นำไปสู่การผลิตใดๆ อันหมายถึงการผลิตลูกหรือทายาทนั่นเอง

ในทางตรงกันข้ามConsumption นั้นมาจากคำว่า Cum Summa ที่ในทางคณิตศาสตร์ หมายถึงการทำผลรวม การทำให้สมบูรณ์ หรือจบสิ้น ในขณะที่รากศัพท์ของคำๆนี้ยังใช้ คำว่า Consummate อันแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจความตาย และชีวิต หรือแสดงให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จท่ามกลางความหายนะ ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า รากฐานของคำว่า Consumption จึงมีลักษณะที่ขัดแย้งกันในตัวเอง (ชเนศ วงศ์ยานนาวา, 2550, น. 66-69) หากมองตามบริบทที่เกิดขึ้นในปรากฏการณ์ทางสังคมแล้ว ลัทธิบริโภคนิยมนั้น หมายถึง แบบแผนการบริโภคที่ได้รับอิทธิพลมาจากอุดมการณ์ทุนนิยม ใ้ทำให้มีการบริโภคมากขึ้น ๆ ซึ่งเป็นการเผาผลาญทรัพยากรอย่างไร้เหตุผล ทั้งหมดก็เพื่อ ส่งเสริมธุรกิจ ทุนนิยม ที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุด ลัทธินี้มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับ วัตถุนิยมและลัทธิบูชา ความเจริญเติบโต (ปรีชา เปี่ยมพงษ์สาน์, 2539, น. 181)

ในเศรษฐศาสตร์กระแสหลักมิได้ให้ผู้บริโภค บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพหรือพิจารณาที่ “คุณภาพ” ของสินค้าเป็นหลัก แต่มุ่งให้ผู้บริโภคพิจารณาที่อรรถประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จะได้รับจากการบริโภคสินค้าเป็นหลัก ซึ่งเป็นการกระทำตามความอยาก และผลจากที่ไม่มีการควบคุมค้นหาและความทะยานอยาก การบริโภคจึงขยายตัวอย่างไร้ขอบเขตจำกัด

กล่าวในที่สุดแล้ว เรื่องผลิตภาพและควมมีประสิทธิภาพของเศรษฐศาสตร์กระแสหลักเป็นเรื่องเกี่ยวกันกับความมีเหตุผลทางเศรษฐกิจ ในลักษณะเมื่อจะต้องได้ให้มากที่สุด และเมื่อจะต้องเสียต้องเสียให้น้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากเศรษฐศาสตร์กระแสหลักเกิดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการแก้ปัญหาความขาดแคลน (scarcity) ทางวัตถุ ที่ไม่สามารถสนองความต้องการ (demand) ที่ถูก

กระตุ้นให้ขยายตัวอย่างไร้ขอบเขต ในขณะที่ทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด (สุนทรภรณ์ เตชะพะ โลกุล , 2534, น. 134)

บริโภคนิยม ในความหมายของข่าวสารทั่วไปในปัจจุบันได้อธิบายว่าเป็นพฤติกรรมของบุคคลต่างๆ ที่มีการลอกเลียนแบบ และตามแฟชั่นนิยม ไม่ว่าจะเป็สิ่งของและ เครื่องใช้ใน ชีวิตประจำวัน จำพวกที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อาหาร และเครื่องนุ่งห่ม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และอื่นๆ และพฤติกรรมการลอกเลียนแบบตามแฟชั่นนี้ ส่วนมากเป็นผลมาจากการโฆษณาชวนเชื่อผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอื่นๆ มุ่งหวังที่จะกระตุ้นพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคให้สนใจซื้อสินค้าและบริการเช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เสื้อผ้าแบรนด์เนม ยี่ห้อดัง ได้รับการยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคให้มากที่สุด

ฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส ผลงานในช่วงต้นๆ ของเขา โดดเด่นอย่างมากในประเด็นเรื่อง โครงสร้างของสังคมบริโภค เกี่ยวกับ คุณค่า ความหมาย และกิจกรรม โดยได้อิงอาศัยพื้นฐานของลัทธิมาร์กซ์และเศรษฐกิจการเมืองเป็นหลัก เขาได้เสนอแนวคิดทฤษฎีในเรื่องเกี่ยวกับวัตถุและสังคมบริโภคในปัจจุบันว่า การทำความเข้าใจแนวคิดการบริโภคในปัจจุบันนั้น ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการอธิบายด้วยทฤษฎีอรรถประโยชน์ (utility) หรือ ทฤษฎีความพึงพอใจ(Pleasure)อีกต่อไป (Baudrillard, 1975) โบดริยาร์ดเสนอว่าควรที่จะศึกษาแนวคิดเรื่องการบริโภคผ่านรากฐานของการทำความเข้าใจในเรื่องของการสร้างคุณค่า และความหมายให้แก่วัตถุที่เรียกว่า “การบริโภคเชิงสัญลักษณ์” ซึ่งได้สร้าง การสื่อสารความหมาย อันก่อให้เกิดการผลักดันให้มนุษย์นั้น เกิดการบริโภคได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังเห็นได้จากปรากฏการณ์ปัจจุบัน

ตรรกวิทยาของการบริโภค (Logic of Consumption) (Baudrillard, 1981) จัดแบ่ง ออกเป็น 4 ประเภท ด้วยกันเพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตกต่าง และการเข้าสู่การพิจารณาบนพื้นฐานของตรรกวิทยาของค่าเชิงสัญลักษณ์ของสังคมสมัยใหม่ นั่นคือ

1. ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของการใช้ (A Functional Logic Of Use Value) ซึ่งก็คือตรรกวิทยาเชิงปฏิบัติของวัตถุหรือ Logic of Utility หมายถึงการนำวัตถุมาใช้ ประโยชน์ในแง่เครื่องมือ เครื่องใช้ โดยพิจารณาถึงสิ่งทีให้ความสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนแล้ว ก็จะเอาเงินที่มีค่าเปรียบเทียบกับราคาที่ไปซื้อ เพื่อแลกกับสิ่งที่ คิดว่าคุ้มค่านั้นมา

2. ตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของการแลกเปลี่ยน (An Economic Logic of Exchange Value) ซึ่งก็คือตรรกวิทยาเชิงเปรียบเทียบ (Equivalence) หรือตรรกวิทยาเชิงตลาด (Logic of Market) ที่จะนำวัตถุไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งอื่น

3. ตรรกวิทยาของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (A Logic of Symbolic Exchange) ซึ่งก็คือตรรกวิทยาของความหมายหลายนัย (Ambivalence) หรือ Logic of Gift เมื่อสถานะของวัตถุนั้นถูกนำไปแลกเปลี่ยน ในเชิงสัญลักษณ์ กับสัญลักษณ์อื่นๆ หรือ เอาชุดสัญลักษณ์ของตนไปแลกเปลี่ยนกับชุดสัญลักษณ์ของผู้อื่น

4. ตรรกวิทยาของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (A Logic of Sign Value) ซึ่งก็คือตรรกวิทยาของความแตกต่าง (Difference) หรือ Logic of Status เมื่อสถานะของวัตถุนั้นเป็นตัวแทน ที่สร้างสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ให้แก่เจ้าของ โดยสัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ดังกล่าว เป็นคุณค่าที่มีความหมายเชิงนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น ความทันสมัย ความหวังไข ความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร ไม่ค่อยมีใครใช้ เป็นต้น ซึ่งความหมายต่างๆเหล่านี้ ได้ถูกแสดงออกผ่านสิ่งที่เป็นรูปธรรม สามารถจับต้องได้จริง กล่าวคือ ผ่านสินค้าและบริการ นั่นเอง

โบริยาร์ดเชื่อว่าแนวความคิดเรื่อง “การบริโภค” (Consumption) สินค้าและบริการ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการตามธรรมชาติ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคนั้น ในหลายๆ ส่วนได้ถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นมาจากระบบทุนนิยมเอง ภายใต้ภาพของการตอบสนองความต้องการและการสร้างความพึงพอใจ บนภาพลวงตาของการแสวงหาความสุข (Hedonistic Illusion) ดังนั้นความต้องการจึงเป็นการทำงานของวาทกรรมของระบบทุนนิยมซึ่งถูกทำให้น่าเชื่อถือ (The Concept of Need is consecration) ในขณะที่ความต้องการนั้นไม่ได้มีขึ้นอย่างแท้จริงในตัวมนุษย์ ความต้องการเกิดขึ้นได้ก็เพราะระบบทุนนิยม สร้างให้มีขึ้น (The System Needs His Needs) เพื่อแปรสภาพมนุษย์อยู่ให้อยู่ในสถานะของผู้บริโภคเพื่อรักษาให้วิธีการผลิตแบบทุนนิยมดำรงอยู่แผ่ขยายไปทั่ว

พุทธทาส อินทปัญโญกับบริโภคนิยม (อ้างถึงในจารุณี วงศ์ละคร, 2548, น. 126-127)

พุทธทาส อินทปัญโญ ปรากฏทางพุทธ ศาสนาบอกให้พวกเรา “การถอนตัวออกจากอำนาจวัตถุนิยม” ดังกล่าวของท่านว่า

“วัตถุนิยมนั่นแหละ คือตัวอันตรายของมนุษย์ยิ่งกว่าสิ่งใด โดยเฉพาะในโลกยุคปัจจุบัน วัตถุนิยมกำลังครองโลก กำลังจับจิตจับใจมนุษย์ทุกคนในโลกบีบบังคับให้ดิ้นรนไปในทางของความลุ่มหลงต่อวัตถุ ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดความเห็นแก่ตัวหรือส่งเสริมความเห็นแก่ตัวให้ยิ่งขึ้นไป วัตถุนิยมสวยงาม น่ารัก ชั่วหวานชวนใจ มันมีสอระอยตรงกับความรู้สึกคนปุถุชน ทั่วไป คือตามธรรมชาติ ตามธรรมดา มนุษย์ก็ปรับปรุงเรื่องของวัตถุนิยมให้มีอำนาจมากขึ้นทุกที

คนก็หลงวัตถุ ก็ซื้อหาวัตถุนั้นที่ไม่จำเป็นมาไว้เต็มบ้านเต็มเมืองเกินความต้องการ อดสำหรับนี้ยืมสิ้นไปซื้อหาอุปกรณ์แห่งวัตถุนิยม เงินเดือนไม่พอ ต้องคดโกง ต้องคอร์รัปชัน หลายอย่างหลายประการหลายๆ วิธีมันก็เต็มไปด้วยคอร์รัปชัน ในโลกนี้ก็หาความสุขไม่ได้ วัตถุนิยมเป็นยักษ์ร้ายถึงกับทำลายโลกได้ชนิดที่สมัครงใจ ก็มนุษย์สมัครงใจจะวินาศด้วยความสมัครงใจเพราะหลงเสน่ห์อย่างยิ่งของสิ่งที่เรียกว่าวัตถุนิยม”

สำหรับเนื้อหาของวัตถุนิยมนั้น ท่านพุทธทาสภิกขุได้กล่าวเอาไว้ว่า

1. กลุ่มหลงรสอร่อยของวัตถุ เพราะมันง่าย เด็กๆ คดอดออกมาจากท้องของมารดา มันก็ง่ายที่สุดที่จะติตรสของวัตถุ นับตั้งแต่น้ำนมของมารดาเป็นต้นมาจนถึงของกินของอร่อยต่างๆ เป็นไปได้เอง ไม่ต้องมีใครสอน ใครส่งเสริม....เมื่อเติบโตขึ้น อยาตนะ คือตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ มีสมรรถภาพสูงขึ้นก็ชวนให้กลุ่มหลงรสอร่อยของวัตถุลึกลงไปอีกทุกๆทาง....บุขารรสอร่อยของวัตถุ นี้ก็เรียกว่าวัตถุนิยม

2. พอใจ หลงไหลในความสะดวก สบายในทางวัตถุ....ต้องการจะบำรุงบำเรอด้วยวัตถุเพื่อความสะดวกสบายทางกาย เช่น มีห้องปรับอากาศ มีรถยนต์ มีสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องอำนวยความสะดวก จากความพึงพอใจเหล่านี้ ก็จะทำให้มนุษย์เรารู้จักแต่ความงามทางวัตถุ ไม่รู้จักความงามในทางจิตใจ รู้จักแต่ค่านิยมในทางวัตถุ ไม่รู้จักค่านิยมในทางจิตใจ

3. การตรากฎเกณฑ์ บัญญัติกฎเกณฑ์ บันทึกประวัติ หรือทำหลักฐานใดๆ ที่เป็นเรื่องทางวัตถุ บันทึกได้แต่ทางวัตถุ เช่น ประวัติศาสตร์ ก็บันทึกหรือแสดงออกกันได้แต่ทางวัตถุ นักปราชญ์ที่บัญญัติความจริงของธรรมชาติ ก็บัญญัติได้แต่เพียงเรื่องทางวัตถุที่ผิวเผิน

4. ความเชื่อ ความคิด ความเห็น ที่เชื่อว่าวัตถุนำจิต ถ้าวัตถุดีแล้วอะไรก็ดีหมด ฉะนั้น คนก็กลุ่มหลงและร่วมแรงร่วมกำลังกันพัฒนาวัตถุเป็นการใหญ่แล้วเราก็จะครองโลก การพัฒนาหรือการทำให้เจริญก็คือทำให้วัตถุเจริญ ความเจริญหรือการพัฒนาขึ้นอยู่กับวัตถุ

2.5 ผลกระทบของลัทธิบริโภคนิยมจากอดีตสู่ปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามความเลวร้ายของการบริโภคนิยม ย่อมไม่ได้เกิดขึ้นเพราะวัตถุซ้ำของ เครื่องใช้ต่างๆ สิ่งเหล่านั้นไม่ได้มีความเลวหรือ ดีในตัวเอง การวิพากษ์การบริโภคนิยมแสดงให้เห็นถึงการจัดระเบียบและสายสัมพันธ์ ระหว่างมนุษย์ กับวัตถุต่างๆ (material relation) ในขณะเดียวกัน การวิจารณ์กลับทำลายความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสรรพสิ่ง เพราะตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มนุษย์ต้องมีสายสัมพันธ์ กับวัตถุ ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่จะไม่ทำให้มนุษย์สัมพันธ์อะไรกับวัตถุ กรอบความคิดศีลธรรมที่วิพากษ์สายสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัตถุ จึงมีลักษณะ โรแมนติค เป็นพื้นฐาน

นอกจากนี้ดังที่ เดเนียล มิลเลอร์ (Daniel Miller) นักมานุษยวิทยาท่านหนึ่งกล่าวไว้ว่า ศิลกรรมและทฤษฎีกลับทำให้ผู้บริโภค ไม่มีความเป็นมนุษย์ ศิลกรรมทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นคนหลงใหลในวัตถุ (Fetishism) และติดอยู่กับระบบของทุนนิยม การวิพากษ์ผู้บริโภคจึงเป็นเพียงเส้นทางของการวิพากษ์ระบบทุนนิยม (เชนศ วงยานนาวา, 2548, น. 86)

การบริโภคกับการสิ้นเปลือง

การบริโภคในสถานะที่ก่อให้เกิดความสิ้นเปลืองนี้จึงมิใช่กิจกรรมที่เป็นเครื่องมือ (Instruments) หรือวิถีทาง (Means) ที่จะนำไปสู่เป้าหมายของการตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ตามธรรมชาติอย่างที่เข้าใจกัน หากแต่ในระบบทุนนิยมได้ทำให้การบริโภคกลายเป็นกิจกรรมอันมีจุดมุ่งหมาย (Ends) ที่จำเป็นในตัวของมันเองไป การบริโภคในหลายๆ ส่วนไม่ได้มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับคุณค่าในการใช้ (Use value) หรือคุณค่าของการสนองตอบต่อความต้องการที่แท้จริงภายในตัวมนุษย์ (Alienated from our concrete real self) สินค้าและบริการที่ผลิตในปริมาณมากขึ้นในสังคมสมัยใหม่ในหลายๆ ส่วนจึงไม่มีคุณค่าในการบริโภคเพื่อเป้าหมายที่แท้จริง หากแต่ถูกผลิตขึ้นเพื่อสนองตอบต่อความต้องการเทียมที่ถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้นอย่างไม่มีเจตจำนงใดๆ รองรับ ความไม่มีเหตุผล (Irrationality) จึงเป็นรากฐานของกิจกรรมของมนุษย์ในระบบทุนนิยม ดังนั้นความแปลกแยก (Alienation) ภายในวิถีชีวิตของมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในสังคมปัจจุบัน ทั้งในรูปแบบที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ (ในสถานะผู้บริโภค) (Alienated Consumption) ควบคู่ไปกับการยอมรับในสภาพของความแปลกแยกในการทำงาน (Alienated work) ของมนุษย์ในสถานะของแรงงานภายใต้กระบวนการผลิตแบบทุนนิยม (Edward, 1972) ผลิตวัตถุสำหรับบริโภคตามหน้าที่ของตนเองขึ้นมาเท่านั้น หากแต่ยังได้ผลิตวิถีของการบริโภคของตนขึ้นมาอีกด้วย

ผู้บริโภคเองแล้ว ความต้องการของเขา (Consumers' Need) ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของการควบคุมจัดการผ่านสื่อการโฆษณาของระบบสื่อสารมวลชนอันทันสมัยในสังคมของข่าวสาร ข้อมูล เพื่อเป็นหลักประกันว่าสินค้าและบริการที่ถูกผลิตขึ้นมาในระบบเศรษฐกิจจะต้องถูกบริโภค แม้ว่าสินค้านั้นอาจจะไม่ได้ถูกนำมาใช้สอยให้เกิดค่าแห่งของการใช้ (Use Vale) ใดๆ ขึ้นเลยก็ตาม บริโภคนิยมจึงเป็นอุดมการณ์ที่มุ่งสร้างจิตสำนึกแห่งความอยากโดยครอบครองและควบคุมมวลชนไว้ภายใต้สัญญาแห่งเสรีภาพของการบริโภค เพราะในสังคมแห่งการบริโภคนิยมกิจกรรมการบริโภคไม่ได้เป็นมรรคหรือหนทาง (Means) อันนำไปสู่เป้าหมาย (End) ที่มีคุณค่าใดๆ ในระดับขั้นที่สูงขึ้น หากแต่กลับกลายเป็นกิจกรรมที่สร้างจุดจบและเป้าหมายในตนเองต่อเนื่องไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

โดยรากฐานแล้วปัญหาของสังคมนิยมในระบบทุนนิยมสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นบนฐานของกระบวนการปลูกปั่นความต้องการของมวลชนผู้บริโภคนั้น ดำเนินไปด้วยความเข้าใจที่ผิดพลาดคลาดเคลื่อนตั้งแต่ต้นของมนุษยชาติที่เชื่อมั่นว่า มนุษย์เรามีอำนาจอันชอบธรรมและมีความสามารถที่จะเข้าไปควบคุมครอบครองและดูดซับเอาผลประโยชน์จากธรรมชาติได้ตามความต้องการ ด้วยท่าทีของมนุษย์ต่อธรรมชาติแบบทรราช (Despotic Position) ซึ่งมองความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับโลกธรรมชาติว่าเป็นเสมือนความสัมพันธ์ระหว่างเจ้า “ทรราช” (มนุษย์) กับ “ป่าว” (โลกธรรมชาติ) ในมิติที่มนุษย์มิได้มีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ (เนื่องน้อย บุญเนตร, 2537, น. 8) การจัดการกับปัญหาทางเศรษฐศาสตร์ของมนุษย์จึงออกมาในรูปของความพยายามจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติอันมีอยู่อย่างจำกัด เพื่อนำมาตอบสนองกับความต้องการของมนุษย์ที่เชื่อว่าโดยธรรมชาติแล้วมีอยู่อย่างไม่จำกัด นั่นคือเป็นการมองที่แบ่งแยกตนเองออกจากธรรมชาติและตั้งเอามนุษย์ให้เป็นจุดศูนย์กลางผลักดันให้เข้าไปเปลี่ยนแปลงแปรสภาพโลกธรรมชาติเพื่อมาตอบสนองต่อผลประโยชน์ของมนุษย์ ในขณะที่ความเชื่อที่ว่าความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่อย่างไม่จำกัดนั้นเป็นไปตามธรรมชาติจึงไม่ใช่ปัญหาที่จะต้องทำการแก้ไขให้ลดน้อยลง แต่กลับมีแนวโน้มที่ถูกกระตุ้นให้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง ด้วยเหตุนี้ปัญหาของสังคมนิยมในปัจจุบันจึงทวีความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้น

กล่าวอย่างที่สุดแล้ว ความคิด ความเชื่อมั่นของมนุษย์เศรษฐกิจอันเกิดจากการปฏิวัติวิทยาศาสตร์ ได้กลายเป็นพลังอันมหาศาล ที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมโลก ส่งผลรวมสะสมขึ้นมากกระทบต่อการดำรงอยู่ของมวลชีวิตและสิ่งแวดล้อมอย่างเอนกอนันต์ จากสังคมนิยมมาเป็นสังคมนิยมเครื่องยนต์กลไกและสิ่งแปลกปลอมแปลกแยก

ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมขยายตัวอย่างไม่หยุดยั้ง เรื่อยมาพร้อมกับการเติบโตของระบบตลาดและลัทธิที่นิยมการแสวงหาวัตถุ แต่ในขณะที่เดียวกันเราก็พบว่าท่ามกลางความเจริญทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี มนุษย์ยังคงอยู่ในสภาพที่เราเรียกว่า “วิกฤตการณ์ทางจิตวิญญาณ” มากขึ้นทุกที ในขณะที่ “ค่าของธุรกิจ” เพิ่มสูงขึ้น ในทางตรงกันข้าม “ค่าของความเป็นมนุษย์” กลับยังมีแนวโน้มลดลง ดังนั้น ท่ามกลางการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ เราจะพบแนวโน้มว่า มนุษย์จะเกิดความสับสนระหว่าง “เป้าหมายชีวิต” และ “หนทางที่นำไปสู่เป้าหมาย” อาจเรียกได้ว่าเป็น “มาตรการ” หรือ “เครื่องมือ” ที่ทำให้มนุษย์บรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้เราจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การผลิตและการบริโภค ได้กลายเป็นเป้าหมายของชีวิตมนุษย์ไปแล้ว ทั้งๆที่สองสิ่งนี้โดยพื้นฐานแล้วควรจะเป็นแค่เพียง “ปัจจัย” ที่ช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้

จึงพอสรุปได้ว่า มนุษย์ส่วนใหญ่ในยุคสมัยใหม่นี้ ไม่ได้รู้แล้วว่าเป้าหมายสุดท้ายของชีวิตคืออะไร? มีชีวิตอยู่เพื่ออะไร? มนุษย์รู้อย่างเดียวคือ ต้องทำการผลิต ต้องบริโภคสินค้า

ต้องการสะสมวัตถุและทรัพย์สินสมบัติ ถ้าหาก นักปรัชญา กลับมามีชีวิตอยู่ในยุคนี้เขาอาจกล่าวว่า “ฉันผลิต ฉันขาย ฉันซื้อ ดังนั้น ฉันจึงมีอยู่”

ในเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่ ไม่ได้ขบคิดเรื่องของปรัชญาชีวิตเท่าไรนัก ศาสตร์นี้มุ่งสอนแต่เพียงว่า ทำอย่างไรเราจึงจะบรรลุความพึงพอใจสูงสุดภายใต้สภาพของทรัพยากรที่ขาดแคลน เศรษฐศาสตร์ที่เราเรียนและสอนกันในมหาวิทยาลัยยังคงอยู่ในประเพณีของประโยชน์นิยม (ethics of utilitarian philosophy) ตามแนวคิดนี้ ความสุขของมนุษย์จะมีขึ้นได้ก็ต่ออาศัยการครอบครองวัตถุ ปัจเจกชนแต่ละคนเท่านั้นจะบอกได้ว่า เขาจะต้องทำอะไรบ้างจึงจะพบกับความสุข การแสวงหาวัตถุ ความมั่งคั่ง ทรัพย์สินสมบัติต่างๆ ได้กลายเป็นค่านิยมหลัก ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ที่อยู่ในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ การนึกถึงผลประโยชน์ของตนเอง เป็นกลไกสำคัญที่จะสร้างความเจริญให้กับปัจเจกชนและสังคมทั้งหมด

การที่เศรษฐศาสตร์ไม่ให้ความสนใจเรื่อง “ชีวิต” นับเป็นจุดอ่อนที่สุดในพัฒนาการของระบบเศรษฐกิจสังคม เมื่อมนุษย์ไม่มีความสำนึกว่า เขากำลังทำอะไร เพื่ออะไร ทำไม มนุษย์ย่อมหลงทางมนุษย์ไม่อาจควบคุมตนเองให้เดินไปในหนทางที่ถูกต้องได้ มนุษย์ต้องการควบคุมสิ่งของวัตถุ ทรัพย์สินสมบัติและต้องการควบคุมมนุษย์ด้วยกัน มนุษย์มีอำนาจที่จะทำสิ่งเหล่านั้นได้ แต่ไร้อำนาจที่จะควบคุมชะตากรรมของตนเอง

นี่คือโรคร้ายของสังคมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นสังคมที่เต็มไปด้วย ความมั่งคั่งทางวัตถุ แต่จิตใจมนุษย์เต็มไปด้วยความวุ่นวาย ในขณะที่เดียวกัน ก็ยังมีมนุษย์กลุ่มหนึ่งพยายามครอบงำและเอาเปรียบมนุษย์อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นต้นเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดความยากไร้ทางวัตถุ ความยากจน และความเหลื่อมล้ำหลายรูปแบบ ซึ่งภาวะเช่นนี้ก็คือ ความเป็นจริงของระบบเศรษฐกิจที่ไม่มีมนุษยธรรมนั่นเอง อย่างไรก็ตามลักษณะข้อหนึ่งซึ่งอริสโตเติลเคยกล่าวไว้หลายพันปีมาแล้ว และนักเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่คงจะ 모르จักเลย นั่นคือ เธออย่าลืมว่า หลักพื้นฐานข้อแรกเกี่ยวกับความสุขสมบูรณ์ของมนุษย์ คือ เราต้องทำงานเศรษฐกิจเพื่อดำรงอยู่แล้วก็ต้องปฏิบัติตนให้เป็นคนมีคุณธรรม “เศรษฐกิจกับคุณธรรม” เป็นของคู่กันอย่างแยกไม่ออกเลย

ปรัชญาการจัดการเศรษฐกิจสมัยใหม่ซึ่งตั้งอยู่บนรากฐานของปัจเจกชนนิยมและการสะสมวัตถุแบบแข่งขันกัน (Competitive accumulation) ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมเป็นอย่างมาก

2.6 จิตวิญญานที่สูญเสียไปจากการบริโภคของมนุษย์

จอห์น รัสคิน (John Ruskin) นักเศรษฐศาสตร์มนุษยนิยมได้ให้ทัศนะว่า การผลิตและการบริโภคมีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์อย่างใหญ่หลวง ระบบเศรษฐกิจที่เป็นอยู่เน้นการต่อสู้เอาชนะมากเกินไปความเหลื่อมล้ำทางความเป็นอยู่ ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน ความเคร่งเครียดในการ

บริโภคนิยมและการผลิตย่อมทำให้มนุษย์ยอมสูญเสียจิตวิญญาณ ไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในระบบเช่นนี้ มนุษย์ไม่อาจมีชีวิตอยู่อย่างสงบสุขได้เลย

การบริโภคนิยมเป็นวัตถุประสงค์และจุดหมายของการผลิต แต่เราไม่ควรลืมว่า การพัฒนาชีวิต (development or expansion of life) เป็นวัตถุประสงค์และจุดหมายของการบริโภคนิยม หลักเกณฑ์นี้ เราควรจะใช้วัดได้ว่า การผลิตอะไรมีประโยชน์หรือไม่มีประโยชน์ รัฐมนตรีต้องการให้เราทำการผลิตอย่างมีความหมาย ปัญหาสำคัญไม่ได้อยู่ที่ว่า “ผลิตเท่าไร บริโภคเท่าไร” แต่อยู่ที่ว่า “ผลิตเพื่ออะไร บริโภคเพื่ออะไร”

รัฐมนตรีมีความเห็นว่า ความเจริญรุ่งเรืองของประเทศ ย่อมขึ้นอยู่กับ ปริมาณที่ใช้ไปในการผลิตให้ได้มาซึ่ง “ปัจจัยแห่งชีวิต” เหล่านี้ด้วย ปัญหาสำคัญไม่ได้อยู่ที่ปริมาณการผลิตและการบริโภคนิยม แต่อยู่ที่ว่า เราจะต้องให้การผลิตและการบริโภคนิยมดำเนินไปในทิศทางที่ส่งเสริมการสร้างสรรคชีวิตของผู้คนในสังคม บางคนอาจกล่าวว่า เศรษฐศาสตร์คือศาสตร์ว่าด้วยการสร้างความร่ำรวย แต่รัฐมนตรีแย้งว่า ในการสร้างความร่ำรวย เราสามารถทำได้หลายทาง ในระบบธุรกิจสมัยใหม่มีแนวโน้มอย่างหนึ่งเกิดขึ้นมา นั่นคือ การเอารัดเอาเปรียบแรงงาน โดยให้ค่าจ้างต่ำ หรือการเอาทรัพย์สินสมบัติ เช่น ที่ดินของคนยากจนมาเป็นของของตน รัฐมนตรีกล่าวว่า “การปล้นคนยากจน เพราะว่าเขาเป็นคนยากจน” นี่คือ รูปแบบของการขโมยชนิดหนึ่ง ซึ่งก็ทำให้เกิดความร่ำรวยแก่กลุ่มที่ทำธุรกิจเหมือนกัน

เศรษฐศาสตร์ที่แท้จริงต้องเป็นศาสตร์ว่าด้วยการสร้างความเจริญทางวัตถุโดยวิธีการที่ถูกต้องตามกฎหมายและเป็นไปได้อย่างยุติธรรม นั่นคือ ต้องเน้นกฎหมาย แต่บางทีกฎหมายอาจจะมีปัญหาที่แก้ได้ ดังนั้นเราจึงต้องเน้นเรื่องความยุติธรรมด้วยเพื่อที่ประชาชนจะเจริญเติบโต เราจะต้องเจริญเติบโตอย่างยุติธรรม และเราจะต้องรู้ด้วยว่าอะไรคือความยุติธรรม เศรษฐศาสตร์จะต้องเน้นให้มนุษย์มี “ความรักต่อความยุติธรรม” อย่างลึกซึ้ง การกระทำทุกอย่างในระบบเศรษฐกิจจะต้องเกิดขึ้นบนพื้นฐานของความรักนี้

นอกจากประเด็นเรื่อง การให้มาใส่ใจในเรื่องความเป็นมนุษย์ และความยุติธรรมแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าหนึ่งในอิทธิพลแนวความคิดทางการตลาดของคอตเลอร์นั้น ได้ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้เกิดลัทธิบริโภคนิยมดังนี้คือ สินค้าไม่ได้ เป็นเพียงแค่อินทรีย์ หรือ วัตถุเพียงเท่านั้น หากแต่ว่ามันได้สะท้อนคุณค่า หรือ ค่านิยมบางประการให้เกิดขึ้นกับสังคมปัจจุบันกล่าวคือ เรามักเข้าใจว่าเราบริโภคนิยมใช้สอยของสินค้า เช่น ซื้อเสื้อมาสวมใส่ ซื้อรถยนต์มาใช้เป็นพาหนะในการเดินทางเท่านั้น แต่นั่นเป็น แนวคิดหรือเป็นเพียงวิธีผลิตของชายในศตวรรษที่18-19 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ถูกวิฤตอุตสาหกรรมมาไม่นาน แต่เวลานี้เรา โดยเฉพาะคนชนชั้นกลาง ไม่ได้ซื้อ

สินค้ามาบริโภค ประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น แต่ที่สำคัญไปกว่านั้น คือ บริโภคความหมายที่ติดมากับสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่พ่อค้าสร้างขึ้นและยึดไต่ลงไป ในสินค้านั้นๆ (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2547, น. 74)

2.7 การบริโภคนัยยะทางวัฒนธรรมของความหมายแฝง : โรลิ่งด์ บาร์ตส์

การทำความเข้าใจ แนวคิดดังกล่าวนี้ในเรื่องการบริโภคความหมายที่ติดมากับสินค้านี้ ถูกขยายความให้ชัดเจนขึ้น โดยผ่านการอธิบายของ โรลิ่งด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) และแม้ว่าแนวความคิดทางสัญวิทยาของบาร์ตส์ ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาวรรณกรรมก็ตาม แต่ขอบข่ายทางการศึกษาของเขายังขยายไปถึงความเป็นจริงทางสังคมสมัยใหม่ และรูปแบบวัฒนธรรมบริโภคที่ปรากฏอยู่ในสื่อด้านต่างๆ เช่น โฆษณา ภาพถ่าย นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ เป็นต้น เพื่อพิจารณารูปของสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏออกมาในสื่อเหล่านี้ในฐานะที่มีรหัสทางความหมายในการสื่อความ และแจกแจงความหมายออกมาบนสัมพันธ์ภาพระหว่างสิ่งที่ปรากฏให้เห็นและสิ่งที่หมายถึง

ในบทวิเคราะห์เชิงสัญวิทยาในงานเขียนชิ้นสำคัญของบาร์ตส์คือ Mythologies เขาได้วิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิตที่ความสลับซับซ้อนของนัยยะทางวัฒนธรรมได้บ่มเพาะความคุ้นเคยแก่เรา และก่อให้เกิดความหมายกับคุณค่าแฝงในการดำรงชีวิต เช่น ของเล่น บาร์ตส์ได้วิเคราะห์ไว้ว่าของเล่นแต่ละชิ้นที่เด็กเล่นนั้นได้จำลองโลกของผู้ใหญ่ไว้ในการรับรู้ของเด็ก เมื่อเขาโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่เขาก็รู้หน้าที่ของตนเอง เป็นต้น บาร์ตส์เรียกความลวงของสิ่งดูราวกับว่าเป็นธรรมชาตินี้ว่า ‘มายาคติ’ และยังให้นิยามต่อมันเป็น ‘รูปแบบของคำพูดที่สื่อออกมา’ เมื่อกล่าวอ้างถึงสิ่งต่างๆ ที่มีความหมายในเชิงคุณค่ามากกว่าประโยชน์ใช้สอย กล่าวคือ คุณลักษณะของมายาคติคือความหมายในเชิงคุณค่าที่เรายึดถือ เมื่อเราเชื่อมโยงกับสิ่งต่างๆ จนกลายเป็นความคุ้นเคย และในขณะเดียวกัน เราเข้าใจความหมายนี้เป็นอย่างดี แต่เราไม่ทันได้คิดต่อไปว่า มายาคตินี้ได้เข้ามาทำกับการเอ่ยถึงสิ่งต่างๆ ในการสื่อความหมาย เช่น มายาคติของดอกกุหลาบที่ใช้แทนความรัก จนในที่สุด เมื่อเรานึกถึงการมอบความรัก เรามักจะมอบดอกกุหลาบ ทั้งๆ ที่ความรักและดอกกุหลาบเป็นคนละสิ่งกัน เป็นต้น บาร์ตส์ยังกล่าวต่อไปอีกว่า เรามักจะเข้าถึงความจริงทางมายาคติในระนาบของความหมายที่สื่อออกมา มากกว่าตระหนักรู้ถึงความลวงของความหมายแฝงที่ฉาบเคลือบบนรูปลักษณ์ทางสัญยะ มายาคติเป็นสิ่งที่ เป็นจริง เป็นรูปแบบความเข้าใจความหมายในเชิงสัญยะ ส่วนปฏิบัติการจริงของมันเกิดขึ้นในระดับทางวาทกรรมและการสื่อความที่แพร่กระจายอยู่ในสังคม ทั้งนี้ก็เพราะว่า “มายาคติไม่ได้ซ่อนเร้นสิ่งใดไว้เลย : หน้าที่ของมันไม่ได้ทำให้สรรพสิ่งหายไประยะแต่บิดเบือน[เท่านั้น]” (Barthes, 1972, p.121)

กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เรารู้ว่ามันเป็นมายาคติ ไม่ใช่เพราะว่าเรารู้ว่ามันบิดเบือนความหมายเดิม แต่เรารู้จากระบบการสื่อความหมายในวาทกรรมที่บิดเบือนการอ้างถึงความหมายเดิม และข้อความที่วาทกรรมผลิตมานั้นได้ย้ายระนาบของรูปทางสัญชัญและ ความหมายของสัญชัญนั้นๆ จากระนาบเดิม ไปสู่อีกระนาบหนึ่ง มายาคติของคอกกุกหลายกลายเป็นสื่อของความรักได้ ก็ต่อเมื่อเกมของการสื่อความหมายได้ทำให้เราเชื่อว่ามันเป็นเช่นนั้นจริงในปฏิบัติการของวาทกรรม

ดังนั้น มายาคติไม่ได้ถูกนิยามโดยข้อความอันเกี่ยวกับวัตถุสิ่งของ แต่โดยหนทางที่มันเอ่ยถึงข้อความดังกล่าว: มีข้อจำกัดในเชิงรูปแบบเกี่ยวกับมายาคติ; ไม่มีอะไรที่เป็นเนื้อแท้เกี่ยวกับมัน ดังนั้น ทุกๆอย่างสามารถเป็นมายาคติได้หรือไม่? ได้ ข้าพเจ้าเชื่อเช่นนั้น สำหรับความเป็นสากลของมายาคติ ย่อมเต็มไปด้วยหมกมุ่นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ครั้นเมื่อกล่าวอ้างถึง (Barthes, 1972, p.109)

ด้วยเหตุนี้ บาร์ตส์จึงมีเป้าหมายที่จะถอดโฉมหน้ามายาคติของความคุ้นเคยดังกล่าว และเน้นให้เราได้ตระหนักถึงความไม่เป็นธรรมชาติของนัยยะทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม แต่เรากลับดำเนินไปตามครรลองอย่างเป็นธรรมชาติในชีวิตประจำวันอยู่ตลอดเวลา จนในที่สุด เรามักจะสับสนปนเปกันระหว่างธรรมชาติและวัฒนธรรมหรือไม่อาจแยกแยะออกจากกันได้ นอกจากนี้ บาร์ตส์ยังมีเป้าหมายในการวิเคราะห์มายาคติต่างๆ ในหนังสือเล่มนี้ปรากฏระดับทฤษฎีอยู่ 2 ประการ กล่าวคือ ประการแรก เขาต้องการนำเสนอ การวิพากษ์อุดมการณ์บนพื้นฐานทางภาษาของวัฒนธรรมมวลชน เพื่ออธิบายให้เราได้เห็นถึงปฏิบัติการของระบบสัญชัญที่ปรากฏอยู่ใกล้ตัวเรา และปรุงแต่งความจริงให้เป็นไปในวิถีทางใดได้บ้างบนสัมพันธภาพ ระหว่าง ความคลุมเครือของความหมายที่กล่าวถึง และ ความชัดเจนของรูปธรรมที่เรารับรู้และคุ้นเคยเป็นอย่างดีในชีวิตประจำวัน ประการต่อมา บาร์ตส์ต้องการชี้ให้เห็นถึง “ความพยายามวิเคราะห์กลไกของภาษาที่กล่าวถึงด้วยสัญวิทยา” เพื่อเปิดเผยให้เราได้เห็นถึงความหมายต่างๆ ที่ซ่อนเร้นอยู่ในมายาคติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตในวัฒนธรรมกระฎุมพี นอกจากนี้ เขายังต้องการ “ศึกษา ในรายละเอียดสำหรับการทำให้เกิดขึ้นมาของมายาคติ ซึ่งแปรสภาพวัฒนธรรมกระฎุมพีให้กลายเป็นธรรมชาติสากล” (Barthes, 1972, p.9)

บาร์ตส์อธิบายสัมพันธภาพระหว่างภาษาและมายาคติที่ทำให้เกิดนัยยะทางวัฒนธรรมว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงซ้อน โดยมายาคติเป็นระบบสัญชัญชนิดหนึ่งที่ไม่แตกต่างไปจากระบบสัญชัญของภาษา ด้วยเหตุนี้ เขาจึงจัดวางระนาบ ของระบบระเบียบทางสัญวิทยาออกเป็น 2 ระดับ ในระดับของภาษา จะมีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

- 1) สัญชัญ
- 2) ความหมายของสัญชัญ
- 3) รูปลักษณ์ทางสัญชัญ

ยกตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ของดอกกุหลาบ คือ ดอกกุหลาบ ที่เรากล่าวถึง ส่วนความหมายที่กำกับสัญลักษณ์นี้คือ การอ้างอิงถึงดอกกุหลาบจริงๆ ที่เรารู้จักกันซึ่งแตกต่างจากดอกไม้อื่นๆ ไม่ว่าจะ เป็น คาร์เนชั่น กุหลาบไม้ ลิลลี่ ป๊อป มะลิ ชบา พุทธรักษา ฯลฯ และรูปลักษณะทางสัญลักษณ์ของมันคือ คำว่า กุหลาบ ที่สะกดคำๆ นี้ทั้งในภาษาเขียนหรือภาษาพูดที่เราเปล่งเสียงออกมาแตกต่างจากคำอื่นๆ คือ กุลา กำราบ เป็นต้น

ดังนั้น ดอกกุหลาบที่กล่าวมาเป็นตัวอย่างนี้จึงเป็นเพียงคำอธิบายเบื้องต้นที่ช่วยให้เราเข้าถึงความหมายในระดับของภาษา ส่วนในระดับมายาคติ บาร์ตส์กล่าวว่า สัญลักษณ์ในระดับภาษาจะมีสถานะเหมือนกับเป็นรูปลักษณะทางสัญลักษณ์ ในระดับมายาคติ และเชื่อมโยงกับความหมายของสัญลักษณ์ เพื่อให้เราเข้าใจต่อสัญลักษณ์ นั้นๆว่ามีมายาคติอะไรดำรงอยู่ เมื่อปฏิบัติการของความหมายที่กำกับสัญลักษณ์นั้นๆ อ้างถึง ฉะนั้น สัญลักษณ์ของดอกกุหลาบที่เพิ่งกล่าวถึงนำมาเชื่อมโยงกับความรัก และบอกว่าดอกกุหลาบหมายถึงความรัก จนในที่สุด ดอกกุหลาบได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของความรัก ผลที่ตามมาก็คือ เมื่อเรากล่าวถึงดอกกุหลาบ มันไม่ได้มีความหมายแค่การอ้างอิงถึงดอกไม้ชนิดหนึ่ง แต่หากยังแฝงมายาคติไว้ในฐานะที่เป็นสื่อทางความรักอีกด้วย ในกรณีนี้ เราจะเห็นได้ว่า ดอกกุหลาบกลายเป็นสื่อแทนความรัก ที่ความหมายของดอกกุหลาบมีนัยยะทั้งสองระดับเสมอ จากคำอธิบายเรื่องดอกกุหลาบนี้ บาร์ตส์ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่านัยยะทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการเสกสรรปั้นแต่งทางการสื่อความหมาย และมายาคติของมันได้กลายเป็นคุณค่าและความหมายที่แท้จริง แต่ปราศจากเนื้อหาสาระที่อิงอยู่กับเนื้อในของสิ่งนั้น

จากการวิเคราะห์ในเชิงสัญลักษณ์วิทยาต่อการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคของบาร์ตส์ คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า บทวิเคราะห์มายาคติสมัยใหม่ในสังคมปัจจุบันของเขาได้เปิดมุมมองความเข้าใจและพาดานการรับรู้ของเราให้กว้างไกลขึ้นในการพิจารณา สิ่งที่เรabriโภคและรับรู้กันอยู่แล้วถึงคุณค่าในการใช้สอยโดยปราศจากข้อกังขา ด้วยข้อกังขาต่อสิ่งเหล่านี้ที่มีนัยยะทางวัฒนธรรมของความหมายแฝงนั้น โดยมีนัยยะที่มากกว่า ความเป็นวัตถุที่เรabriโภคอยู่ บาร์ตส์ทำให้เราเห็นว่า สิ่งที่เราabriโภคอยู่นั้นมีสถานะทางคุณค่าของความหมายอื่นแฝงอยู่ด้วยเสมอ แต่เมื่อใดก็ตามที่ความหมายอื่นนี้สื่อออกมา มันทำให้ความหมายเดิมอยู่ไกลจนเรามักจะมองข้ามหรือมองไม่เห็น แต่ไม่ได้หมายความว่า ความหมายอื่นปกปิดความหมายเดิมหรือทำให้หายไป ในทางตรงข้าม ความหมายเดิมกลับซ่อนเร้นตัวเอง เมื่อความหมายใหม่ปรากฏออกมาบนระนาบเดียวกับสิ่งที่เรabriโภคอยู่ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ วัตถุที่เราใช้สอยนั้นคือสัญลักษณ์อันประกอบด้วยรูปธรรมของวัตถุดังกล่าวและความหมายที่อิงอยู่ แต่สื่อความหมายออกมาโดยไม่จำเป็นต้องพูดถึง เช่น นักธุรกิจต้องการซื้อรถยนต์ยี่ห้อ BMW หรือ MERCEDES BENZ ไม่เพียงเพื่อประโยชน์ใช้สอยในการขับขี่ หากมันยังโยงใยถึงสถานะทางสังคม ความร่ำรวย หน้าตา หรือแม้กระทั่งหนทางที่จะกู้เงินจาก

สถาบันทางการเงินทั้งในและนอกระบบ เพราะฉะนั้นความหมายของรถยนต์ที่เป็นพาหนะในการขับขี่ จึงถูกละเลย หรือมองข้ามไป ในขณะที่ความหมายแฝงที่เป็นมายาคติหล่อหลอมความเชื่อว่ารถยนต์ ยี่ห้อดังกล่าวสื่อความหมายถึงคุณค่าบางอย่างแทน บาร์ตส์เรียกสิ่งเหล่านี้ว่า “อะไรที่เกิดขึ้นแต่ ปราศจากการกล่าวถึง” กล่าวคือ นี่เป็นทั้งความจริงของมายาคติสมัยใหม่ที่ลวงเราให้เชื่อ และความ ลวงของมัน ทำให้เราเห็นเป็นจริงเป็นจังกับคุณค่าอันออกมาจากความหมาย จนทำให้เรากลือตาม ดังนั้น สิ่งที่เราบริโภคกันในปัจจุบัน ไม่เพียงแค่ว่าเพื่อการตอบสนองต่อการยังชีพซึ่งเป็นความจริงของ การดำเนินชีวิต หากยังรวมไปถึงการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่เรื่องราวของการสื่อความหมายปรากฏอยู่ ในสื่อและรูปแบบของวัฒนธรรมร่วมสมัย บาร์ตส์วิเคราะห์ความแยกของเรื่องราวเหล่านี้ออกมา ในการศึกษามายาคติสมัยใหม่ในหนังสือ Mythologies ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ไชยรัตน์ เจริญ ลิน โอปาร์ (2545) ให้ข้อสรุปต่อแนวการศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยาไว้อย่างน่าประทับใจว่า

หนังสือ Mythologies นี้นอกจากจะช่วยให้เราเข้าใจและเห็นภาพการวิเคราะห์สัญลักษณ์ วิทยาในแบบของโรล็อง บาร์ตส์ได้อย่างคมชัดแล้ว ยังทำให้เราสูญเสียความไร้เดียงสาในการมองสรรพ สิ่งรอบตัวในชีวิตประจำวันของเราอีกด้วย โดยบาร์ตส์ได้เพียรพยายามแสดงให้เราเห็นในรูปของ การศึกษาสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันว่าการวิเคราะห์แบบสัญลักษณ์วิทยาจะต้องให้ความสำคัญกับ ความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อน และซ่อนเงื่อนระหว่างรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์ เป็นการ วิเคราะห์ที่มีพื้นฐานจากภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างของโซซูร์ โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการ ของการใช้ภาษาที่สื่อให้เห็นภาพพจน์ (figurative) และความหมายแฝงต่างๆ ที่แสดงออกมาในรูป ของวัฒนธรรมมวลชน จารีตปฏิบัติ และอุดมการณ์หลักในสังคม (ไชยรัตน์ เจริญ ลิน โอปาร์, 2545, น.135)

ในทำนองเดียวกัน ถ้าหากบาร์ตส์นำเสนอบทวิเคราะห์มายาคติของวัฒนธรรมบริโภค ตามแนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ วิทยา ด้วยการถ่ายทอดความหมายของความเป็นจริง ผ่าน ระบบสัญลักษณ์ในวาทกรรมต่างๆแล้ว ดังนั้นจึงอาจจะกล่าวได้ว่า งานเขียนของฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) ก็ได้นำเสนอบทวิพากษ์ระบบสัญลักษณ์ภายใต้กระบวนการแลกเปลี่ยนคุณค่าของ สินค้าที่ความหมายของมันไม่ได้อยู่ที่สินค้า หากเป็นนัยยะทางสังคมที่กำกับคุณค่า เพื่อให้การ แลกเปลี่ยนมีความหมายต่อการบริโภคสินค้าอื่นๆ

ในช่วงงานยุคต้นๆ ของโบดริยาร์ด เขาได้วิเคราะห์ประเด็นทางด้านบริโภคนิยมไว้ โดย เริ่มตั้งในวิทยานิพนธ์ปริญญาโทของเขา ได้เสนอความคิดว่าเกี่ยวกับบริโภคนิยมว่า ลัทธิบริโภคนิยม แบบอุตสาหกรรมยุคใหม่นี้ ได้สร้างระบบที่สินค้าที่เป็นวัตถุได้กำหนดความต้องการของมนุษย์ซึ่ง ได้เข้ามาเติมเต็ม และได้ประโยชน์จากความจริงที่ว่าไม่มีขีดจำกัดต่อการบริโภคและความต้องการ ที่จะบริโภคมักจะทำให้คนไม่เคยรู้สึกพึงพอใจราวกับภาพโป๊ก็มีปาน ซึ่งต่อมาได้พัฒนาแนวคิดจาก

วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกของเขาที่ถูกตีพิมพ์ในปี 1968 มาเป็นหนังสือชื่อ Consumer Society (1970) เขาเห็นว่า สินค้าในการบริโภคได้สร้าง "ป่าดงดิบซึ่งคนป่าเถื่อนใหม่ในยุคสมัยใหม่พบกับปัญหาในการมองหาภาพสะท้อนของอารยธรรม" และใน For a Critique of the Political Economy of the Sign (1972) เขาได้ขยายความคิดว่าในสังคมบริโภคนิยมต่ออีกว่า คำและสัญลักษณ์ได้กลายเป็นระบบของการจัดการทางสังคม ซึ่งอำนาจของมันเหนือชีวิตของพวกเราสามารถถูกทำลายโดย "การปฏิวัติทุกด้าน" ใน Symbolic Exchange and Death (1976) เขาพยายามที่จะอธิบายยุคร่วมสมัยว่าเป็นเวลาที่ความพยายามของสังคมในการปฏิเสธการมีอยู่ของความตายได้ทำให้มันกลายเป็น "ภาวะแห่งความไม่ปกติ" (State of abnormality) ถึงแม้ว่ามันได้ทิ้งร่องรอยเชิงสัญลักษณ์ไว้ทุกที่ ในงานชิ้นนี้ของเขานี้เองที่เขาเสนอความคิดเป็นครั้งแรกเกี่ยวกับความจริงที่เหนือจริง(Hyper reality) ซึ่งหมายความว่าวัฒนธรรมที่ถูกขับเคลื่อนโดยสื่อและเทคโนโลยีล้วนถูกกำหนดโดย "simulacra" ที่ผสมผสานความจริงกับจินตนาการ(<http://www.telegraph.co.uk>)

อย่างไรก็ตาม ความยุ่งยากในการทำความเข้าใจแนวความคิดของโบดริยาร์ดคือคำอธิบายของเขาไม่ได้เริ่มต้นจากข้อเสนอเกี่ยวกับแนวทางการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภค หากเป็นการโต้แย้งทางทฤษฎีต่อแนวความคิดเรื่องสินค้า(Commodity) ด้วยการผนวกแนวความคิดทางสัญวิทยา เพื่ออธิบายการแปรสภาพรูปแบบทางสังคมสมัยใหม่ที่เกิดจากวิถีการบริโภค โดยใช้รูปธรรมมาเป็นคำอธิบายหลัก ยิ่งไปกว่านั้น งานเขียนของเขาได้กลายเป็นสิ่งที่มากกว่าการเขียนงานทางความคิด แต่มันคือรูปแบบการนำเสนอการวิพากษ์สังคมสมัยใหม่ที่กระแสวิพากษ์หลังสมัยใหม่รับไป และสร้างบทวิพากษ์ปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย

ประเด็นหลักในการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคของโบดริยาร์ด คือ การบริโภค เนื่องจาก "ความจริงเกี่ยวกับการบริโภคไม่ได้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับความรื่นรมย์ หากเป็นหนึ่งในหน้าที่ของการผลิต ดังนั้น มันจึงไม่ได้เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล แต่เป็นเรื่องของส่วนรวมโดยตรงทั้งหมด เช่นเดียวกับการผลิตเชิงวัตถุ" (Baudrillard, 1988, p. 46) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เมื่อสินค้าชนิดหนึ่งถูกผลิตขึ้นมา มันย่อมต้องมีคุณค่าทางการใช้สอย ฉะนั้น มันย่อมถูกผลิตซ้ำเพื่อตอบสนองทั้งความต้องการและความจำเป็นต้องใช้ของเรา ขั้นตอนนี้บ่งบอกให้เราทราบเป็นอย่างดีว่า การบริโภคคือปัจจัยสำคัญที่อยู่ควบคู่กับการผลิต

อย่างไรก็ตามสาระสำคัญของโบดริยาร์ดวิพากษ์ไม่ใช่แค่คำอธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตและการบริโภค หากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดคุณลักษณะของการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นในสัมพันธภาพระหว่างคุณค่าทางการใช้สอย (use value) และคุณค่าทางการแลกเปลี่ยน (exchange value) ในงานเขียนช่วงแรกๆ ของโบดริยาร์ด นับตั้งแต่ Le système des

objets, La societe de consommation, For a Critique of the Political Economy of the Sign และ The Mirror of Production ได้นำเสนอประเด็นสำคัญดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน

หากเรากลับมาพิจารณาแนวความคิดของมาร์กซ์ ในประเด็นเรื่องคุณค่าทางการใช้สอย และคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนนั้น สามารถทำให้เราเข้าใจถึงความคิดของโบดริยาร์ดได้ชัดเจนขึ้น กล่าวคือ มาร์กซ์นำเสนอคำอธิบายเกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างคุณค่าทางการใช้สอยและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยน เพื่อวิพากษ์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเนโคลาสสิกที่เชื่อในระบบตรรกะที่ว่า เงินหรือมูลค่าที่กำหนดการแลกเปลี่ยนจะเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดมูลค่าของสินค้าที่นำมาแลกเปลี่ยน และขั้นตอนการแลกเปลี่ยนนี้จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อต่างฝ่ายต่างก็มี หรือถือครองปัจจัยที่นำมาแลกเปลี่ยนกันได้

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

สำหรับมาร์กแล้ว แนวความคิดนี้ไม่ได้วางอยู่บนเงื่อนไขเชิงวัตถุ (material condition) หรือแรงงาน ที่เป็นพื้นฐานทางการผลิตอย่างแท้จริง ดังนั้น เขาจึง กลับหัว กลับหาง คำอธิบายของเศรษฐศาสตร์การเมืองรูปแบบใหม่ด้วยการจัดวางสัมพันธภาพของคุณค่าทางการใช้สอยและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนเสียใหม่ บนตรรกะของการแลกเปลี่ยนดังนี้

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

กล่าวคือ มนุษย์ทำการผลิตเพื่อการดำรงชีพ ส่วนผลผลิตที่ได้จากแรงงานเพื่อนำไปแลกเปลี่ยน คือ สินค้าแต่มนุษย์ไม่สามารถแลกเปลี่ยนได้ หากไม่มีสื่อกลางของการแลกเปลี่ยนเพื่อกำหนดมูลค่าของสินค้า ซึ่งก็คือ เงิน มาร์กซ์อธิบายขั้นตอนเหล่านี้ว่า สินค้าจะมีคุณค่าทางการใช้สอยย่อมเกิดจากแรงงานที่มนุษย์ใช้ผลิตสินค้า ดังนั้น การแลกเปลี่ยนจึงวางอยู่บนพื้นฐานของแรงงานและการตอบสนองต่อการยังชีพ ส่วนมูลค่าที่กำหนดการแลกเปลี่ยนโดยเงินนั้น จะทำให้คุณค่าทางการใช้สอยของสินค้าที่เรานำมันมาแลกเปลี่ยนมีมูลค่าที่เท่าเทียมกัน นี่เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้อย่างชัดเจนว่า มาร์กซ์เน้นคุณค่าทางการใช้สอยให้เป็นปัจจัยพื้นฐานของกระบวนการแลกเปลี่ยน เพราะว่ามันเกิดขึ้นจากเงื่อนไขเชิงวัตถุ หรือ แรงงานของมนุษย์เองที่ทำการผลิตสินค้านั้นๆ

โบดริยาร์ดได้วิพากษ์แนวความคิดของมาร์กซ์ในประเด็นเรื่องคุณค่าทางการใช้สอย โดยให้ความสำคัญต่อคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนเป็นตัวกำหนดคุณค่าของการบริโภค และคุณค่านี้ไม่ได้

เกิดภายใต้ตรรกะการแลกเปลี่ยนเดิมของมาร์กซ์ หากเกิดจากรหัสและความหมายที่สินค้าชนิดหนึ่ง จะได้รับการบริโภค นอกเหนือไปจากคุณค่าทางการใช้สอยของมัน ด้วยเหตุนี้ โบ德里อาร์ดจึงได้นำเสนอการวิพากษ์เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงสัญญะขึ้น เพื่อทำการวิพากษ์มูลค่าการแลกเปลี่ยนอันเกิดขึ้นจากเล่นเกมของความหมายในสินค้าที่มากำกับคุณลักษณะการบริโภคสินค้าของเรา

ในหนังสือ *For a Critique of the Political Economy of the Sign* โบ德里อาร์ดได้จัดวางระนาบของคุณค่าทางการใช้สอยและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนใหม่ ด้วยการสอดแทรกระบบสัญญะเข้ามาในการวิเคราะห์การบริโภค ที่ความหมายทางสังคมที่ปรากฏอยู่ในสินค้าได้กลายเป็นปัจจัยหลักที่มากำกับคุณลักษณะการแลกเปลี่ยนด้วยเหตุนี้เอง

โบ德里อาร์ดจึงได้จัดวางระนาบความสัมพันธ์ออกเป็น 2 ชุด

- 1) ระหว่างคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนและคุณค่าทางการใช้สอย หรือสินค้าที่นำมาแลกเปลี่ยนและประโยชน์ใช้สอยของมัน
- 2) ระหว่างรูปลักษณะทางสัญญะและความหมายของสัญญะ หลังจากนั้น เขาได้จัดวางคู่ความสัมพันธ์เหล่านี้ใหม่ ให้เกี่ยวเนื่องกับสินค้าที่เราบริโภค โดยพิจารณาจาก “หน้าที่ในเชิงช่วงชั้นระหว่างรูปแบบที่ครอบงำอยู่และรูปแบบที่อ้างอิง (หรือสิ่งที่กล่าวถึง)” (Baudrillard, 1981, p.143)

ดังนั้น คุณค่าทางการแลกเปลี่ยนกับรูปแบบทางสัญญะจึงเป็นสิ่งเดียวกัน เพราะว่า สิ่งที่เรานำสินค้ามาแลกเปลี่ยนไม่ใช่ความเป็นวัตถุ (materiality) หรือแรงงานที่ผลิตมันขึ้นมาแล้วให้มูลค่าแก่สินค้านั้นๆ หากขึ้นอยู่กับรูปแบบที่ปรากฏให้เราได้เห็น ในขณะเดียวกัน คุณค่าทางการใช้สอยกับความหมายทางสัญญะเทียบเคียงได้ว่าเป็นสิ่งเดียวกัน เพราะว่ามันบ่งบอกถึงสิ่งที่เราตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับหรือความหมายที่กำกับสามัญสำนึกของเรามากกว่ามันมีนัยยะทางสังคมวัฒนธรรมของสินค้า โบ德里อาร์ดแจกแจงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันนี้ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเราเข้าใจถึงความตรรกะของสินค้า ที่มูลค่าของคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนและคุณค่าทางการใช้สอยเป็นตัวบ่งชี้ว่าสินค้าเป็นสินค้าที่มีราคาเพียงใด ในขณะที่ระบบตรรกะของสัญญะบ่งบอกรูปลักษณะทางสัญญะและความหมายทางสัญญะเป็นตัวบ่งชี้นัยยะต่างๆ ที่ทำให้เราบริโภคสินค้า

ด้วยเหตุผลดังกล่าว โบ德里อาร์ดจึงให้ความสำคัญต่อรูปแบบหรือรูปลักษณะทางสัญญะมากกว่าความหมายเชิงคุณค่าทางการใช้สอยของสินค้า เนื่องจากรูปแบบเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความหมายที่การบริโภคของเราอ้างอิงถึง กล่าวอีกนัยหนึ่ง การบริโภคสินค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณค่าของสินค้าว่ามีประโยชน์ใช้สอยอย่างไร หากประโยชน์ใช้สอยจะมีค่าก็ต่อเมื่อกระบวนการแลกเปลี่ยนบ่งบอกให้เห็นถึงความหมายทางสังคมที่กำกับสินค้าอยู่ ดังนั้น โบ德里อาร์ดจึงได้กล่าวถึงกระบวนการบริโภคสินค้าในฐานะที่เป็นความหมายเชิงสัญญะที่ไม่มีวันสิ้นสุด และส่งผลต่อการ

ดำเนินชีวิตในวัฒนธรรมบริโภคนิยมให้เราคำนึงคุณค่าที่เกิดขึ้นจากความหมายที่สังคมหยิบยื่นให้สำหรับโบครียาร์ดแล้ว การบริโภคนิยมจึงเป็นปฏิบัติการเชิงสัญญะ ที่เข้ามากำหนดวิถีในการดำเนินชีวิตของเรา เขายังได้ขยายความต่อไปว่า สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเพราะว่า ตรรกะของการบริโภคนิยมที่สัญญา ในขณะที่โครงสร้างของสัญญะคือรูปแบบของสินค้า เมื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าบนพื้นฐานของระบบสัญญะเกิดขึ้น การให้ความหมายต่อรูปลักษณ์ทางสัญญะจึงเป็นสื่อกลางที่ทำงานควบคู่กับการแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อการใช้สอย ดังนั้น การบริโภคนิยมมีสถานะมากกว่าความต้องการเพื่อการดำเนินชีวิตของเรา และ “การบริโภคนิยมไม่ได้มีหน้าที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของปัจเจกบุคคลอย่างเป็นทางการอันหนึ่งอันเดียวกัน แต่มันได้กลายเป็นกิจกรรมทางสังคมอย่างไม่มีที่สิ้นสุด” (Baudrillard, 1970, p. 102)

ในหนังสือเล่มแรกของโบครียาร์ดคือ *La systeme des objets* เขาได้เริ่มต้นอธิบายเนื้อหาเกี่ยวกับระเบียบทางสังคมชุดใหม่ที่เกิดขึ้นภายใต้การทำความเข้าใจสินค้าว่าเป็นสัญญะ ที่การรับรู้ของผู้บริโภคนิยมถูกครอบงำโดยรูปแบบการบริโภคนิยมที่ตอบสนองกับความต้องการ ความปรารถนาหรือความพึงพอใจ และความชอบธรรมของสังคมบริโภคนิยมในการสร้างวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของเรา โบครียาร์ดอธิบายว่า เรามักจะจัดการกับชีวิตประจำวันของเราผ่านการผลิตสินค้าโดยแรงงานของเรา การจัดการและใช้สินค้าที่ผลิตได้จากการแลเห็นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย ถึงการเกิดความหมายทางสังคมของการทำให้เป็นสินค้าอันจำเป็นต่อบริโภคนิยม โบครียาร์ดเรียกกระบวนการของการทำให้เป็นสินค้านี้ในมนทัศน์อันหลากหลายไม่ว่าจะเป็น ‘ระเบียบเชิงเทคโนโลยีชนิดใหม่’ (a new technological order), ‘สิ่งแวดล้อมชนิดใหม่’ (a new environment), ‘สนามแห่งใหม่ของชีวิตประจำวัน’ (a new field of everyday life), ‘ศีลธรรมใหม่’ (new morality) และ ‘อารยธรรมเหนือจริงรูปแบบใหม่’ (a new form of hyper civilization) แต่เราสามารถเข้าใจมนทัศน์ต่างๆ เหล่านี้ได้โดยรวมว่าเป็น ‘ระบบของการบริโภคนิยมสินค้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน’ ซึ่งเกิดขึ้นจากกระบวนการทำให้เป็นสินค้า (commodification) ที่เข้ามาครอบงำความคิดของเรา ในการเลือกสรรการบริโภคนิยมทั้งในด้านการติดตามแนวโน้มเพื่อบริโภคนิยม และ ความแตกต่างที่เราเป็นผู้เลือกสรรสินค้าแต่ละชนิดภายใต้ระบบสัญญะที่ความหมายของการบริโภคนิยมคือ ‘ความก้าวหน้า’ โดยความก้าวหน้ามีนัยยะทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต

ยิ่งไปกว่านั้น โบครียาร์ดได้จัดวางระนาบการอธิบายกระบวนการทำให้เป็นสินค้าที่เราจำเป็นต้องบริโภคนิยมผ่านการใช้สอย ด้วยการแบ่งเนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ออกเป็น 3 ส่วน และบรรยายเนื้อหาผ่านรูปธรรมเพื่อให้เราเข้าใจถึงปฏิบัติเชิงสัญญะของสินค้า กล่าวคือ ในส่วนแรก โบครียาร์ด กล่าวถึงสินค้านี้มีหน้าที่ในเชิงประโยชน์ใช้สอยอันหลากหลาย โดยหยิบยกตัวอย่างเรื่อง

เครื่องเรือนในอดีตที่ใช้ในบ้านเรือนมักจะทำขึ้นตามรสนิยม ฐานะ ความชื่นชอบส่วนบุคคล และมีราคาแพง แต่กลับไม่มีหน้าที่ในการใช้สอยสักเท่าใดนัก ในขณะที่เครื่องเรือนสมัยใหม่ผลิตขึ้นเพื่อมีหน้าที่ใช้สอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต มีแบบอย่างตามชนิดของการใช้งานที่สอดคล้องกับความต้องการและสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น เก้าอี้รับแขกถูกออกแบบให้สามารถใช้เป็นที่นั่ง หรือเคลื่อนออกมาเป็นที่นอนได้ด้วย เป็นต้น ดังนั้น โบคิริยาร์ดจึงสรุปถึงความหลากหลายในประโยชน์ใช้สอยของสินค้าว่าเป็นผลจากการพัฒนาของเทคโนโลยี ที่เอื้อต่อการขยายตัวของปฏิบัติการของการบริโภค เมื่อเราสามารถจัดการต่อสินค้าให้มีหน้าที่ที่หลากหลายเพื่อประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น โบคิริยาร์ดได้กล่าวต่อไปถึงส่วนที่สอง ซึ่งเกี่ยวกับสินค้าในฐานะที่เป็นการหยิบยื่นอนาคต เขาอธิบายจากเรื่องเครื่องเรือนต่อไปว่า พัฒนาการของเครื่องเรือนไม่มีความต่อเนื่องจากอดีต ไม่มีความก้าวหน้าของรูปแบบและกระแสรสนิยม แต่มันถูกทำให้ดูเหมือนว่าล้ำสมัย หรือใช้สอยได้ไม่ตรงกับความต้องการอีกต่อไป หรือมีหน้าที่ในการใช้ประโยชน์ได้ไม่น้อยเมื่อเทียบเคียงเครื่องเรือนใหม่ๆ ที่ผลิตออกมา สิ่งนี้เป็นผลมาจากพัฒนาการของเทคโนโลยีที่พัฒนาสินค้าให้มีหน้าที่ใช้สอยดียิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน การเติบโตของการโฆษณาสินค้าในเชิงประโยชน์ใช้สอยต่างๆ ไม่ได้เป็นเพียงแค่การแนะนำสินค้าเท่านั้น แต่บ่งบอกถึงวิธีการดำเนินชีวิตและสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ อันเป็นผลมาจากการคิดสรรวัตถุคติที่ผลิต รสนิยม สีสัน และการออกแบบ ที่มากำหนดกระแสรสนิยม และการก้าวล้ำนำสมัย จนในที่สุด คุณลักษณะดังกล่าวของสินค้าได้เป็น “เสมือนสัญลักษณ์เชิงวัฒนธรรม” (Baudrillard, 1968, p. 54) และในส่วนสุดท้าย โบคิริยาร์ดกล่าวถึงสินค้าที่ไม่ได้มีหน้าที่ในด้านประโยชน์ใช้สอยแต่เป็นเพียงของสะสม สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อการสะสมวัตถุมุ่งความสำคัญไปที่การครอบครองมากกว่าการใช้สอย และมันยังได้สร้างคุณค่าขึ้นจนกลายเป็นความหมายอย่างหนึ่งในการบริโภค เมื่อใดก็ตามที่เราเห็นรูปลักษณ์ทางสัญลักษณ์ของสินค้า เราย่อมคำนึงถึงความหมายที่บ่งบอกคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมได้

สิ่งต่างๆ ที่โบคิริยาร์ดอธิบายถึงคุณลักษณะของสินค้านี้ ย่อมบ่งชี้ให้เห็นว่าสินค้าได้กลายเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและผูกไว้กับความหมายในเชิงคุณค่าที่สังคมหยิบยื่นให้ ดังนั้น เมื่อใดก็ตามที่มีการบริโภคเกิดขึ้น สินค้าได้กลายเป็นความไม่มีขีดจำกัดของปฏิบัติการของระบบสัญลักษณ์ ทั้งนี้ก็เพราะว่า “สัญลักษณ์ของสินค้าทั้งหลายย่อมมีความเหมือนกันในระดับอุดมคติ และสามารถแพร่กระจายได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด” (Baudrillard, 1968, p. 283) โบคิริยาร์ดขยายประเด็นนี้ให้เห็นอย่างชัดเจนอีกใน *La societe de consummation* โดยอธิบายผ่านกิจกรรมต่างๆ ในโลกของการบริโภค ที่พัฒนาการของมันมักจะเกิดขึ้นในพลวัตของสังคมทุนนิยม “ทุกวันนี้ เราถูกแวดล้อมด้วยความน่าสะพรึงกลัวของการบริโภคและอิทธิพลของมัน การขยายตัวอย่างมากของวัตถุ การบริการ และสินค้า” ดังนั้น โบคิริยาร์ดจึงได้เสนอว่า ชีวิตประจำวันของเราได้แปรสภาพ

การปฏิสังสรรค์กับผู้คนมาเป็นการปฏิสังสรรค์กับวัตถุหรือสินค้า จนทำให้เป็นการง่ายต่อวิถีชีวิตของเราที่จะถูกชักจูงให้เคลื่อนไปตามแรงจูงใจที่จะบริโภคสินค้าชนิดต่างๆ โบคิริยาร์ดยังได้อธิบายเสริมต่อไปว่า “เราอาศัยอยู่ในห้วงเวลาของสินค้า: กล่าวคือ, เราอาศัยอยู่ในช่วงทำนองของมันตามที่มันเคลื่อนตัวไปอย่างไม่หยุดหย่อน” (Baudrillard, 1970, pp. 17-18) เราอยู่กับมันก็เพราะว่าพัฒนาการของระบบทุนนิยมได้ทำให้เราเห็นว่าการบริโภคได้กลายเป็นศูนย์กลางของการดำเนินชีวิตของเรา พฤติกรรมต่างๆ ที่เราแสดงออกไปนั้นย่อมถูกยึดโยงอยู่กับระนาบของความหมายในระบบสัญลักษณ์ที่ยึดโยงสามัญสำนึกของเราด้วยคุณค่าที่ได้รับจากสินค้า ทั้งประโยชน์ใช้สอยและความหมายทางสังคม ในการวิเคราะห์ความหมายของการบริโภคสินค้านี้ โบคิริยาร์ดได้ชี้ให้เห็นถึงนัยยะในการดำเนินชีวิตตามแนวทางวัฒนธรรมบริโภคคือ การทำให้ชีวิตมีความสุข มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี แม้กระทั่งการเกิดอารมณ์ความรู้สึกที่ร่วมสมัยและการก้าวทันกระแสนิยม เป็นต้น

2.8 การจำแนกแยกแยะรสนิยมของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ

ถ้าหากคำอธิบายของ โบคิริยาร์ดทำให้เราเข้าใจว่า แนวความคิดสัญวิทยาอันนั้น สามารถสอดคล้องกับทฤษฎีมาร์กซิสต์เพื่ออธิบายเรื่องคุณค่าทางการแลกเปลี่ยน ที่กระบวนการของมันได้ทำให้เราเห็นถึงความหมายทางสังคมที่ถูกสร้างขึ้นจากระบบสัญลักษณ์เข้ามากำกับวัฒนธรรมการบริโภคของเรา เราก็สามารถพบเห็นเนื้อหาในแนวความคิดสัญวิทยาที่นำมาศึกษาการบริโภคในการศึกษาเรื่องรสนิยมของปีแอร์ บูร์ดิเยอ(Pierre Bourdieu) คือ Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste ที่เขาต้องการชี้ให้เห็นถึงรสนิยมมิใช่เรื่องของปัจเจกบุคคล หากเป็นเรื่องที่สังคมกำหนดขึ้นมา รวมทั้งยังได้เป็นการวิพากษ์ความคิดทางสุนทรียศาสตร์ของเอ็มมานูเอล ค้านท์ (Immanuel Kant) ที่เสนอว่าความสวยงามขึ้นอยู่กับรูปแบบ (Form) อำนาจใจการตัดสินคุณค่าของเราเป็นการสะท้อนออกมา (reflective judgment) ให้เราได้รู้ธรรมเนียมเท่านั้น

อาจกล่าวได้ว่าสาระสำคัญของหนังสือ Distinction คือการวิเคราะห์เรื่องรสนิยมและการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสังคมที่มีผลต่อการผลิตเชิงวัฒนธรรม บูร์ดิเยอไม่ได้ค้นหาโครงสร้างทางความหมายที่กำกับรูปลักษณ์ทางสัญลักษณ์ แต่ต้องการนำเสนอ ประเด็นเรื่องการจำแนกแยกแยะ (classification) รสนิยมซึ่งถูกกำกับด้วยโครงสร้าง และรูปแบบการผลิตทางวัฒนธรรมที่จำแนกความแตกต่างให้เกิดขึ้น “รสนิยมแยกแยะ และมันได้แยกแยะสิ่งที่จำแนกมัน องค์กรประธานสังคม (social subject) ซึ่งถูกจำแนกโดยกระบวนการแยกแยะนี้ได้แบ่งแยกผู้คนด้วยความแตกต่างที่มันได้สร้างขึ้น ระหว่างความงามและความอัปลักษณ์ ความเลอเลิศและความสามัญ ในที่ซึ่งการแยกแยะอย่างเป็นทางการได้แสดงออกมา หรือบิดเบือน” (Bourdieu, 1984, p. 6)

บูร์ดิเยออธิบายมโนทัศน์ ‘การจำแนกแยกแยะ’ ด้วยการอธิบายเนื้อหาและรูปธรรมผ่านลักษณะการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกัน โดยตรงกับการชิมชั้บงานศิลปะและสุนทรียศาสตร์ เพราะว่า มัน เป็นปัจจัยพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมที่เราได้รับหรือชิมชั้บรูปแบบและค่านิยมของมันมาเป็นของเราเอง “การบริโภคในกรณีนี้คือขั้นตอนในกระบวนการของการสื่อสาร อันได้แก่ การแปลความ การถอดความ ที่แสดงถึงสภาพอันแท้จริง หรือแสดงออกอย่างชัดแจ้งถึงความหมายของรหัสนั้น โดยนัยแล้ว เราจะพูดถึงความสามารถในการมอง (voir ในภาษาฝรั่งเศส) ว่าเป็นหน้าที่หนึ่งของความรู้ (savoir ในภาษาฝรั่งเศส) หรือมโนทัศน์ กล่าวคือ ถ้อยคำดังกล่าวมีความสามารถในการกำหนดเรียกสิ่งต่างๆ ที่มองเห็นได้ และสิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่กำหนดการรับรู้ของเรา งานศิลปะจะมีความหมายหรือเป็นที่สนใจของคนบางคนที่ครอบครองอำนาจทางวัฒนธรรม และนั่นก็คือรหัสที่ต้องได้รับการถอดรหัส” (Bourdieu, 1984, p. 2)

นอกจากนี้ บูร์ดิเยอยังได้กล่าวถึงรสนิยมแบบสมัยนิยม (popular taste) และสุนทรียศาสตร์แบบสมัยนิยม (popular aesthetics) ที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างศิลปะและชีวิตจริงเข้าด้วยกัน โดยมุ่งไปที่ประโยชน์ใช้สอยมากกว่ารูปแบบเชิงสุนทรียะ ฉะนั้นการชิมชั้บรสนิยมชนิดนี้คือการชิมชั้บชีวิตจริงที่ได้ลดทอนมิติทางศิลปะมาสู่วิถีการดำเนินชีวิต และกลายเป็นคุณลักษณะทางของวัฒนธรรมสมัยนิยม (popular culture) บูร์ดิเยออธิบายเนื้อหาเชิงทฤษฎีเหล่านี้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เขาศึกษาสังคมฝรั่งเศส เพื่อแจกแจงรูปแบบการดำเนินชีวิตและรสนิยมจากสถานภาพทางสังคมและภูมิหลัง โดยแยกแยะประเด็นต่างๆ ด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกันด้วยรูปแบบของการเสพงานศิลปะ ความหลากหลายของรสนิยมที่ครอบงำในแต่ละกลุ่มชน ชนชั้นและลำดับช่วงชั้นในสังคม

บูร์ดิเยออธิบายสาระสำคัญของรูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ด้วยมโนทัศน์ ‘ความเป็นปกติวิสัย’ (habitus ในภาษาฝรั่งเศส) ที่กล่าวไว้ในหนังสือ Outline of the Theory of Practice มาประกอบการอธิบายเรื่องปฏิบัติการทางสังคมที่กำกับคุณค่าและความหมาย ซึ่งเกิดจากโครงสร้างที่จำแนกเราให้แยกแยะการบริโภควัฒนธรรมของตนเองที่แตกต่างกัน เนื่องจาก ความเป็นปกติวิสัยเกิดขึ้นจากสัมพันธ์ภาพระหว่าง โครงสร้างที่กำหนดระบบความคิด เหตุผล และความหมายในการดำเนินชีวิต กับโครงสร้างอันไร้สำนึกที่กำกับชีวิตของเราไว้ด้วยความเคยชินและไร้ความตระหนักถึงสิ่งที่ควบคุมเราให้กลายเป็นองค์ประธานทางสังคม ซึ่งวัฒนธรรมสมัยนิยมได้เข้ามากำหนดและแยกแยะรสนิยมให้เป็นไปตามคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มชนชั้นในสังคม

ดังที่เราราทบทวนดีแล้วว่า บูร์ดิเยออธิบายเนื้อหาสาระเหล่านี้ด้วยเรื่องรสนิยม เนื่องจากเขาพบว่า “รสนิยมคือพลังที่ควบคุมการจัดแบ่งจำแนก ทำให้เกิดความรู้สึกหรือการรับรู้โดยปราศจากเหตุผลในสิ่งที่บังเกิดขึ้น ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสมควรเหมาะสมที่ปัจเจกชนจะถือครอง

ตำแหน่งในพื้นที่ทางสังคมที่กำหนดไว้แล้ว ทัศนียภาพทำหน้าที่เหมือนกับการแนะนำทางสังคม รูปแบบหนึ่ง ซึ่งแนะนำแนวทางให้คนเข้าครอบครองพื้นที่ทางสังคมที่กำหนดไว้แล้ว ให้รู้สึกสำนึกถึง ตำแหน่งพื้นที่ของตน ที่สามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งทางสังคมไปตามทรัพย์สินสมบัติ และวิถีการปฏิบัติ หรือตามสินค้า ที่เหมาะสมกับผู้เข้าครอบครองตำแหน่งทางสังคมนั้น” (Bourdieu, 1984, p. 467) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ทัศนียภาพไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแค่ความชื่นชอบหรือความพึงพอใจของปัจเจกชนที่มีสิ่งต่างๆ แต่มันยังเป็นสิ่งที่ปัจเจกชนสามารถเห็นร่วมกัน มีร่วมกัน และสื่อความรู้สึกต่อกันได้ คุณลักษณะของทัศนียภาพนี้เป็นสภาวะที่ทำให้เกิด “การบูรณาการอย่างสามัญของการบริโภคเชิงสุนทรียะเข้าสู่โลกของการบริโภคทั่วไป” (Bourdieu, 1984, p. 100) เพราะว่ทัศนียภาพสามารถนำเราให้ซึมซับคุณลักษณะของยอมรับร่วมกันของกลุ่มคนชนชั้นเดียวกันในทางสังคมที่จะบริโภคสินค้าร่วมกันได้ หรือผสมผสานความรู้สึกทางทัศนียภาพเข้าด้วย

ทัศนียภาพคือนักจับคู่ (match-maker) มันจับคู่สัมพันธ์กับผู้คน ทำให้เกิดคู่ที่เหมาะสมกัน นี่เป็นจุดเริ่มแรกของทัศนียภาพ การกระทำต่างๆ ของ ‘กลุ่มหลัก’ (primary group) อันเกี่ยวข้องกับการเลือก เป็นการแสดงออกของความรู้ที่มีต่อเรื่องของการแสดงของความรู้ นั้น หรือแสดงออกในภาษาของผู้ทรงภูมิ การอ่านสัญลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อประสบพบเห็นกันเป็นครั้งแรก ผ่านสิ่งที่เรียกว่าความเป็นปกติวิสัย ได้ยืนยันความเกี่ยวพันกับความเป็นปกติวิสัยของผู้อื่น ด้วยเหตุนี้ ความกลมกลืนอย่างน่าพิศวงของคู่รักทั่วไป ที่สามารถเข้ากันได้ตั้งแต่แรกเห็น ก็คือกระบวนการจับคู่ด้วยการผสมผสานทางวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่าย (Bourdieu, 1984, p. 243)

ดังนั้น บูร์ดิเยอจึงยืนยันว่า ทัศนียภาพได้กลายเป็นสาระสำคัญที่เข้ามากำหนดคุณลักษณะทางวัฒนธรรมในกระบวนการแยกแยะทางชนชั้นของผู้บริโภค เพราะว่าปฏิบัติการทางสังคมของมันได้ทำให้เรากลายเป็นองค์ประธานของการเลือกบริโภคสินค้าผ่าน “การแยกแยะ การจำแนกได้รวมและแบ่งแยกสินค้าตามสภาวะการณ์ทางชนชั้นที่ดำรงอยู่ มันได้รวบรวมกลุ่มคนที่ถือครองสินค้าเหมือนกัน และแบ่งแยกจากผู้อื่น นอกจากนี้ มันได้แบ่งแยกในทางพื้นฐานที่สุด นับตั้งแต่ทัศนียภาพเป็นพื้นฐานของทุกๆ สิ่งที่เรา มี และทุกๆ สิ่งที่เราแตกต่างจากคนอื่น ในขณะที่เราแยกแยะตัวเราเอง และถูกจำแนกโดยคนอื่น” (Bourdieu, 1984, p. 56)

และจากคำอธิบายของบูร์ดิเยอ เราจะเห็นได้ว่าการจำแนกแยกแยะตามคุณลักษณะทางทัศนียภาพที่แตกต่างจากกันย่อมมีความสัมพันธ์ร่วมกันอยู่ เพราะว่า ถ้าไม่อยู่ร่วมกัน การจำแนกย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ แต่เราไม่สามารถเข้าใจได้ว่า ทัศนียภาพที่เกิดขึ้นจากการจำแนกแยกแยะโดยปฏิบัติการทางสังคมจนก่อให้เกิดวัฒนธรรมบริโภคใดก็อย่างไร หากเราไม่เข้าใจถึงพื้นที่ที่ทำให้การจำแนกแยกแยะรูปแบบการบริโภคและทัศนียภาพเกิดขึ้น มันเกิดขึ้น ก็เพราะว่าความเป็นปกติวิสัยได้เข้ามากำกับคุณลักษณะของวัฒนธรรมให้เป็นไปตามทิศทางที่โครงสร้างสร้างทางความหมายกำหนดไว้

และในขณะเดียวกัน มันต้องสอดคล้องต่อความเป็นอิสระของเราต่อการเสพรสนิยมด้วย บูร์ดิเยอเรียกพื้นที่นี้ว่า ‘สนาม’ (field) ซึ่งหมายถึง อะไรที่คล้ายคลึงกับเครือข่ายความสัมพันธ์อันเกิดจากการจำแนกแยกแยะสิ่งที่แตกต่างกัน และในกรณีคือ วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน บูร์ดิเยอแจกแจงคุณลักษณะของสนามให้เราด้วยตัวอย่างเรื่อง สีนค้ำฟุ่มเฟือย

ถ้าท่ามกลางสนามของความเป็นไปได้ต่างๆเหล่านี้ ไม่มีสนามไหนแสดงออกถึงความแตกต่างทางสังคมได้อย่างชัดเจนไปกว่าโลกของสินค้ำฟุ่มเฟือย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้ำทางวัฒนธรรม สิ่งนี้เกิดขึ้นเนื่องจากความสัมพันธ์ของการแบ่งแยกความแตกต่างที่จารีกอยู่ภายในนั้น ได้ถูกกระตุ้นซ้ำขึ้นอย่างจริงจัง ในแต่ละการบริโภคผ่านเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ และการยึดถือเอาวัฒนธรรมที่มีความต้องการ สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นแค่การยืนยันความแตกต่างของนักเขียนและศิลปินที่ต่างยืนยันกันว่า ความเป็นอิสระในสนามของการผลิตวัฒนธรรม (the autonomy of the field of cultural production) เป็นสิ่งที่ควรได้รับการกล่าวถึงมากขึ้นเท่านั้น แต่จะต้องปรากฏอยู่ทั่วไปในวัตถุทางวัฒนธรรมด้วย (Bourdieu, 1984, p. 226)

คำอธิบายนี้ไม่ได้แสดงให้เห็นเพียงแต่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในสนามของการผลิตทางวัฒนธรรม ที่เข้ามาจำกัดการบริโภคสินค้ำเท่านั้น หากมันยังรวมไปถึงการแบ่งแยกความแตกต่างที่เกิดจากการกระตุ้นซ้ำอย่างจริงจังในสนามของการผลิตทางวัฒนธรรมได้ทำให้ได้มีการจัดวางรูปแบบความแตกต่าง และการจำแนกแยกแยะการบริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ซ้อนทับกันกับวัฒนธรรมในแต่ละชนชั้น บนพื้นฐานทางด้านความขัดแย้งทางความหมายในเชิงสัญลักษณ์อันเนื่องมาจากสินค้ำ เพราะว่า “พลวัตรในสนามที่สินค้ำเหล่านี้ถูกผลิตขึ้น ถูกผลิตซ้ำ และออกจำหน่าย ขณะที่ผลประโยชน์ของการจำแนกความแตกต่างนั้นอ่อนไหวกลยุทธ์ ที่เหยียบยกรื่องความยาก และความเชื่อในคุณค่าของสินค้ำ และสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีผ่นวกรวมกัน ซึ่งในทางตรงข้ามทำให้เกิดการจำแนกแยกแยะ เกิดชนชั้น การแปรสภาพ การรับรู้ที่ผิด และรูปแบบที่ถูกต้องของชนชั้นทางสังคมที่ปรากฏผ่านความพยายามที่เพื่อยึดถือเอาสัญลักษณ์ที่ใช้จำแนกความแตกต่าง ให้กลายเป็น ‘การจำแนกตามธรรมชาติ’” (Bourdieu, 1984, p. 250)

ถ้าคำอธิบายของบูร์ดิเยอบ่งชี้ลงไปถึงคุณลักษณะที่วัฒนธรรมบริโภคปรากฏตัวขึ้นในสนามที่เป็นพื้นที่ของการจำแนกแยกแยะรสนิยม ให้สอดคล้องกับความเป็นปกติวิสัย ที่ให้ทั้งอิสระแก่เราในการเลือกสินค้ำที่จะบริโภคและทิศทางของกฎเกณฑ์ที่อนุญาตให้ปฏิบัติการทางสังคมเคลื่อนตาม บูร์ดิเยอกล่าวถึงสัมพันธ์ภาพระหว่างความเป็นปกติวิสัยและสนามว่ามีลักษณะที่เทียบเคียงกันได้ (homology) ยิ่งไปกว่านั้น เขายังได้ขยายสัมพันธ์ภาพนี้ด้วยการโยงใยเข้ากับ ทุน (capital) เนื่องจากทุนเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อได้จำแนกผู้บริโภค รูปแบบการยังชีพที่กำกับวิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละชนชั้น และความรู้สึกทางสุนทรียศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกสินค้ำ อย่างไรก็ตาม ทุนใน

ที่นี้ใช้สิ่งที่มีมูลค่า แต่เป็นเนื้อหาเชิงคุณค่าที่เผยแพร่ผ่านสัญลักษณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม บุรีดิเยออธิบายว่า คุณค่าที่ปรากฏอยู่ในทุน คือ การถือครอง เพราะว่า นอกจากนี้ทุนยังทำให้เกิดการผลิตซ้ำคุณค่าทางวัฒนธรรมและการจำแนกแยกแยะความแตกต่างที่กระบวนการของมันเป็นมากกว่าเกมส์ชนิดหนึ่ง ที่การเข้าร่วมเล่นกับความเชื่อที่มีร่วมกันทำให้เกิดคุณค่าในเกมส์ที่ทำให้เกิดทุนและเกิดการแข่งขันใหม่ เพื่อประโยชน์อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้น บุรีดิเยอจึงสรุปเนื้อหาของทุนดังนี้

การดำรงอยู่ของสังคมโดยรวม ซึ่งทุกสิ่งทุกอย่างได้กำหนดนิยามความคิดของตนเองไว้แล้ว โดยนัยยะก็คือสิ่งที่พวกเขาานิยามคำว่า ‘เขา’ หรือ ‘คนอื่น’ และสิ่งเหล่านี้เป็นรากฐานของการคิดกัน (คนที่ไม่เหมือนกับเรา) และรวมคนที่เหมือนกับเราเข้ามา สิ่งเหล่านี้เป็นลักษณะที่เกิดจากการผลิตของระบบการจำแนกที่เป็นสาธารณะ (Bourdieu, 1984, p. 478)

กล่าวโดยสรุป บริโศคนิยมโดยทั่วไปแล้วจึงหมายถึง การที่ผู้คนมีพฤติกรรมที่ติด หรือหลงใหลการบริโศคมากเกินไป ซึ่งการบริโศคเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่มีความสำคัญมากในสถานะสมัยใหม่ การบริโศคปรากฏให้เห็นอย่างดาษดื่น ราวกับว่า การบริโศคดำรงอยู่เช่นเดียวกับ การสถิตอยู่ทุกหนทุกแห่งของพระเจ้า (omnipresence) ในทุกหนทุกแห่งของการบริโศคเป็นมากกว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทำให้การอธิบายบริโศคนิยมในเชิงกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว นั้น เป็นการอธิบายที่ไม่ครอบคลุม เพราะบริโศคนิยมนั้นเป็นเรื่องที่อยู่ใน วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ดังนั้น บริโศคนิยมจึงมีความหมายที่ครอบคลุม มากกว่าเป็นเพียงแค่การซื้อขายสินค้า และ เงื่อนไขที่ทำให้ บริโศคกลายเป็นสิ่งสำคัญขึ้นมาได้นั้น ไม่ได้เป็นเพียงเพราะมนุษย์ในสังคมได้รับการตอบสนอง จากการได้รับ ได้ซื้อ หรือมีความสุขจากการได้ใช้สินค้าเท่านั้น สำหรับสังคมที่มีบริโศคนิยมเป็นแกนนั้น คือสังคมที่วัตถุนิยมเป็นแกนนั่นเอง (materialism) การนิยมในวัตถุหรือ ติดชึ่ดกับวัตถุ นั้นผูกพันอยู่กับการอยากได้ใคร่มี การได้ครอบครอง การเป็นเจ้าของ ซึ่งตัวเองจะได้รับการตอบสนองก็ต่อเมื่อได้ครอบครองเป็นเจ้าของ