

# ใบเบิกทางของการศึกษาสื่อวัตถุพื้นบ้าน

กาญจนา แก้วเทพ

## สารบัญ

	หน้า
1. ที่มาของงานเขียน	247
2. วัตถุเดียว ดูได้ 3 สภาวะ	251
3. ความหมายและความสำคัญของสื่อวัตถุ(พื้นบ้าน)	258
3.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อวัตถุโดยทั่วไป	258
3.2 ขอบเขตของสื่อ(วัตถุ)/สิ่งของ	260
3.3 ความสำคัญของสื่อวัตถุพื้นบ้านในโลกสมัยใหม่	262
3.4 วิธีการจัดแบ่งประเภทของสื่อวัตถุพื้นบ้าน	265
3.5 ความหมายและความสำคัญของวัฒนธรรมด้านวัตถุ (material culture) ตามกระบวนทัศน์ใหม่	270
4. หน่วยในการศึกษาและแนวทางการเข้าสู่การศึกษา	274
5. กระบวนการทางสังคมของสื่อวัตถุ: จากต้นทางสู่ปลายทาง	278
5.1 ขั้นตอนการผลิตวัตถุ	281
5.2 ขั้นตอนการแพร่กระจายของวัตถุ	285
5.3 ขั้นตอนการเก็บรักษาวัตถุ	286
5.4 ขั้นตอนการใช้/การบริโภควัตถุ	289
6. พัฒนาการของการศึกษาวัตถุ/สิ่งของ	291
6.1 ภาพรวมของแนวทางการศึกษาวัตถุ/สิ่งของ	291
6.2 พัฒนาการของการศึกษาวัฒนธรรมด้านวัตถุ	292
6.3 การสาธิตการวิเคราะห์วัตถุ/สิ่งของจากแต่ละสำนักคิด	296
7. สาขาวิชา/สำนักคิดที่ศึกษาวัตถุ/สิ่งของ	299
7.1 การศึกษาวัตถุ/สิ่งของในแง่ประวัติศาสตร์	299
7.2 การศึกษาวัตถุ/สิ่งของในแง่สุนทรียะ	301
7.3 การศึกษาวัตถุ/สิ่งของจากสาขามานุษยวิทยาวัฒนธรรม	308
7.4 การศึกษาวัตถุ/สิ่งของจากสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง	319
7.5 การศึกษาวัตถุ/สิ่งของจากทฤษฎีสัญญาวิทยา	329
7.6 การศึกษาวัตถุ/สิ่งของกับการเล่าเรื่อง	338

โครงการเมธีวิจัยอาวุโส “กระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อสารไทยศึกษา” (New Paradigm of Thai Communication Study) รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ ผู้รับผิดชอบโครงการ สนับสนุนโดย ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (พ.ศ. 2552-2555)

## ใบเบิกทางของการศึกษาสื่อวัตถุพื้นบ้าน

กาญจนา แก้วเทพ

### 1. ที่มาของงานเขียน

สำหรับผู้เขียน งานเขียนชิ้นนี้เปรียบเสมือน “การถือกำเนิดขึ้นมาโดยมิได้ตั้งใจ” เนื่องจากเป็นงานเขียนที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความสนใจศึกษาของผู้เขียนในเรื่อง “สื่อพื้นบ้าน” พร้อมทั้งที่ได้มีการลงมือปฏิบัติการแบบ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระบวนทัศน์ใหม่” (New paradigm of development communication) ที่มุ่งทั้งการใช้และการพัฒนาสื่อพื้นบ้านภายใต้โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (2548-2550 ต่อจากนี้จะเรียกว่า “โครงการ สพส.”)

ภายใต้กรอบการศึกษาและการพัฒนาสื่อพื้นบ้านของโครงการ สพส. ได้แยกแยะประเภทของสื่อพื้นบ้านออกเป็น 3 ประเภท คือ สื่อพิธีกรรม สื่อการแสดง และสื่อวัตถุ (การแยกแยะนี้เป็นไปเพื่อความสะดวกในการศึกษาเท่านั้น เพราะในสภาพความเป็นจริง สื่อทั้ง 3 ประเภทมักจะไม่ได้แยกออกจากกันอย่างเด็ดขาด) และหลังจากที่ได้จำแนกแยกแยะแล้วในช่วงเวลาต่อมา นักวิชาการในโครงการ สพส. ก็ได้เริ่มประมวลองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด เช่น สมสุข หินวิมานและคณะ (2553) ได้ประมวลองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อพิธีกรรม สุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์และคณะ (2553) ได้ประมวลองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อการพื้นบ้าน กัจจกร หลุยยะพงศ์และคณะ (2553) ได้ประมวลองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อวัตถุพื้นบ้าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนก็มีความเห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบกับชุดความรู้เกี่ยวกับสื่อพิธีกรรมและสื่อการแสดงพื้นบ้านแล้ว ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาสื่อวัตถุพื้นบ้านนั้นยังมีแง่มุมที่จำกัดอยู่มาก ยังดูเป็นหลุมดำที่นักวิชาการสาขานิติศาสตร์/การสื่อสารเช่นผู้เขียนและผองเพื่อนยังไม่เห็นแนวทางที่จะศึกษาอย่างชัดเจน แต่ในเวลาเดียวกัน จากผลงานใน

ภาคปฏิบัติการของโครงการการใช้และพัฒนาสื่อพื้นบ้านเช่น สฟส. ก็ได้มีผู้ทำงานฟื้นฟู ปรับประยุกต์ อนุรักษ์และส่งเสริมสื่อวัตถุพื้นบ้านอยู่หลายโครงการ เช่น การแกะตัวหนังสือ จ.สงขลา การสืบทอดการแทงหยวก จ.เพชรบุรี การปรับประยุกต์หมวกกุงไถ่ จ.นครปฐม การร้อยลูกปัดชุดโนรา จ.พัทลุง การทำโคมเมืองสาทร จ.เชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นลักษณะที่เคลื่อนไหวยับตัวของสื่อวัตถุพื้นบ้านได้เป็นอย่างดี และหากมองไปให้กว้างๆ ในกระแสของการรื้อฟื้นวัฒนธรรมพื้นบ้านขึ้นมาใหม่ในสังคมไทยและสังคมโลก เราก็คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่าปรากฏการณ์การหวนคืนชีพขึ้นมาของวัฒนธรรมพื้นบ้าน ที่เห็นได้ง่ายและชัดเจนที่สุดก็น่าจะเป็นแฉวงของสื่อวัตถุพื้นบ้านนี้เอง เริ่มตั้งแต่ผ้าทอพื้นเมือง จักสานพื้นบ้าน เรือนไทยพื้นถิ่น มาจนกระทั่งถึงอาหารพื้นบ้าน และนี่จึงน่าเป็นเหตุผลรองรับว่าเพราะเหตุใด ในโลกวิชาการจึงควรมีการบุกเบิกเส้นทางของการศึกษาวัตถุพื้นบ้านให้กว้างไกลออกไป

จากประสบการณ์ดังกล่าว ผู้เขียนจึงได้เริ่มหันมาทบทวนและถมฐานความรู้ของตนเองในเรื่องการศึกษาสื่อวัตถุพื้นบ้าน โดยเริ่มต้นจากการหันหน้ามาฟังความรู้ในสาขาการสื่อสาร/นิเทศศาสตร์ที่ผู้เขียนสังกัดอยู่ และก็พบว่า ทั้งๆที่สาขาวิชาด้านการสื่อสารนั้นอิงแอบอยู่กับ “สื่อวัตถุ” อยู่ตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่เครื่องมือเครื่องใช้ด้านการสื่อสาร (กล้อง แท่นพิมพ์ กระดาษ ฟิล์ม คอมพิวเตอร์) แต่ทว่า งานศึกษาเรื่อง “สื่อวัตถุ” นั้นดูเหมือนจะหลุดหายไป และแม้จะมีข้อเท็จจริงที่น่าสนใจในปัจจุบันที่ว่า บรรดาสื่อวัตถุทั้งหลายนั้นจะถูกบูรณาการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารประเภทอื่นๆอยู่ตลอดเวลา สื่อวัตถุประเภทเสียดกระดาษ ปากกา พวงกุญแจ ฯลฯ จะเป็นสื่อวัตถุที่ขาดไม่ได้เลยในการสื่อสารณรงค์ หรือรายได้จากสื่อวัตถุที่ต่อเนื่องมาจากสื่อภาพยนตร์ประเภทการ์ตูน เช่น ตัวการ์ตูน ของเล่น (ซึ่งรายได้จากสื่อวัตถุเหล่านี้มีมากกว่ารายได้จากค่าเข้าชมภาพยนตร์การ์ตูนด้วยซ้ำไป) แต่ในสาขาการสื่อสารก็ยังไม่มีความรู้ทางการศึกษาสื่อวัตถุอย่างเป็นขั้นเป็นอัน

ผู้เขียนจึงจำเป็นต้องก้าวข้ามเส้นกันพรมแดนของสาขาวิชาการ สื่อสารไปยังสาขาวิชาการอื่นๆ และได้พบว่า สาขาวิชาที่มีการศึกษาเรื่อง วัตถุพื้นบ้านนั้นมียุ่อย่างมกในสาขาวิชาคติชนวิทยาและมานุษยวิทยา (และแน่นอนว่ารวมทั้งโบราณคดีที่ศึกษาวัตถุโดยตรง) และเนื่องจากใน สองสาขาวิชานี้มักจะเลือกกลุ่ม/สังคมที่ศึกษาเป็นสังคมยุคก่อนอุตสาหกรรม (pre-industrial society) ดังนั้น สื่อวัตถุที่ศึกษาจึงมีลักษณะเป็น “วัตถุพื้นบ้าน” (Folk Material) เช่น หอก โลห้ หม้อ ไห ลูกบิด เครื่องมือจับปลา เครื่องมือล่าสัตว์ เครื่องมือเพาะปลูก เป็นต้น สำหรับวิธีการ/แนวทางในการศึกษาของสาขาคติชนและมานุษยวิทยา (รุ่นบุกเบิก) นั้น มักจะเป็นการพยายามตามเก็บรวบรวมวัตถุพื้นบ้านที่ ได้สูญหายไปในโลกปัจจุบันเพื่อทำการอนุรักษ์ ดูแลจำแนกประเภทและการแพร่กระจาย การกิจดังกล่าวถือว่ามีคุณูปการอย่างยิ่ง เพราะหาก วัตถุพื้นบ้านดังกล่าวสูญหายไปหมดสิ้นแล้ว โอกาสที่จะศึกษาทำความเข้าใจก็ย่อมเป็นไปได้

และเมื่อผู้เขียนได้ขยับขยายการค้นคว้าออกไปด้วยการอ่านตำรา ของต่างประเทศก็ได้พบว่า ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาี้ ได้เริ่มมีงานเขียนงาน ศึกษาที่เกี่ยวกับเรื่อง “วัฒนธรรมด้านวัตถุ” (Material Culture Study) เกิดขึ้นอย่างมากมาย ตัวอย่างเช่น งานของ Chris Tilley et al (ed) **Handbook of Material Culture** (2006) รวมทั้งการเกิดขึ้นของวารสาร ทางวิชาการชื่อ **Journal of Material Culture** ในปี ค.ศ. 1996 ซึ่ง สะท้อนให้เห็นถึงการหวนกลับคืนมาให้ความสนใจกับ “สื่อวัตถุ” กันใหม่ อีกครั้งหนึ่งในโลกวิชาการ ซึ่ง C.Tilley ได้ระบุว่า ในครั้งนี้การศึกษาเรื่อง “วัตถุ” นั้นมิได้จำกัดอยู่เพียงในสาขาคติชนวิทยา โบราณคดีศึกษา และ มานุษยวิทยาเท่านั้น หากทว่าได้ขยายออกไปถึงกลุ่มนักวิชาสาขาสังคม วิทยา ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ กลุ่มคนที่สนใจการทำงานเรื่องการ ออกแบบ นักเทคนิควิทยา นักวัฒนธรรมศึกษา และอื่นๆ นอกเหนือ จากการขยายแวดวงความสนใจออกไปสู่สาขาต่างๆที่มากกว่าเดิมแล้ว

ในการหวนกลับคืนมาครั้งนี้ ก็ยังมีแนวทางการศึกษาที่หลากหลายมากขึ้นอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่าในหนังสือที่เขียนเกี่ยวกับ Material Culture นั้น มักจะให้ความสนใจกับ “วัตถุแบบสมัยใหม่” ที่มีอยู่ในยุคปัจจุบัน เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งตัวสมัยใหม่ อุปกรณ์เครื่องใช้สมัยใหม่ รถยนต์ เครื่องครัวสมัยใหม่ ฯลฯ ตัวอย่างเช่น งานของ A.A.Berger, **Reading Matter: Multidisciplinary Perspective on Material Culture** (1992) หรืองานของ Ian Woodward, **Understanding Material Culture** (2007) ซึ่งเป็นจุดที่แตกต่างจากงานของนักคติชนวิทยา นักโบราณคดีและนักมานุษยวิทยารุ่นแรก

สำหรับตำแหน่งแห่งที่ของผู้เขียนในงานเขียนชิ้นนี้จะมีลักษณะเป็น “ลูกครึ่ง” กล่าวคือ ในด้านหนึ่งผู้เขียนมีความสนใจในประเภทของ **สื่อวัตถุที่เป็น “วัตถุพื้นบ้าน”** เช่นเดียวกับนักคติชนวิทยา แต่ในเวลาเดียวกัน ผู้เขียนก็สนใจ “วัตถุพื้นบ้าน” ที่กำลังผลิต แพร่กระจาย และถูกบริโภคอยู่ในสังคมยุคปัจจุบัน (มิใช่ในยุคอดีต) รวมทั้งผู้เขียนจะใช้มุมมองแบบ “นักนิเทศศาสตร์/นักสื่อสารศึกษา” เพื่อเทียบเคียงกับมุมมองของสาขาวิชาอื่นๆ ว่ามีจุดร่วมและจุดต่างเฉพาะตัวอย่างไร

และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า งานเขียนชิ้นนี้เป็นเสมือนบันทึกการเดินทางทางปัญญาของผู้เขียนเองที่ออกสตาร์ทตั้งแต่ความไม่รู้ในเรื่อง “สื่อวัตถุพื้นบ้าน” โดยที่ระหว่างเดินทางมานั้น ผู้เขียนก็ได้แวะเก็บเกี่ยวความรู้เรื่องของสื่อวัตถุพื้นบ้านที่กำลังดำรงอยู่ในโลกสมัยใหม่มาไว้ในคลังความรู้ของตนเอง แต่การเดินทางนั้นก็ยังไม่ไปได้ไม่ไกลนัก เนื่องในบทความนี้จึงยังมีข้อคำถามสุดท้าย แต่เป็นเพียงใบเบิกทางของคำถามเริ่มต้นเท่านั้น

## 2. วัตถุเดียว ดูได้ 3 สภาวะ

ไอน์สไตน์เคยให้บทสรุปเกี่ยวกับสถานะของ “สิ่งของ” เอาไว้ว่า สิ่งของอย่างหนึ่งนั้น เราอาจจะมองเป็น “วัตถุ/สสาร” ก็ได้ หรือจะมองเป็น “พลังงาน” ก็ได้ ประโยคดังกล่าวนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงวิถีคิดที่มีต่อสรรพสิ่งต่างๆว่า สรรพสิ่งทั้งหลายนั้นมิได้ถูกกำหนดสถานะ/สสารอย่างตายตัว (ที่เรียกว่า Essentialism) แต่สามารถแปรเปลี่ยนไปมา (เป็นสสารก็ได้ เป็นพลังงานก็ได้) แล้วแต่ “สภาวะ” (Mode) ของสรรพสิ่งนั้น (ที่เรียกว่า Non-essentialism)

ในที่นี้ ผู้เขียนจะใช้ทัศนะดังกล่าวมาพิจารณาบรรดาวัตถุทั้งหลาย และจะพิจารณาวัตถุหนึ่งๆอย่างน้อยใน 3 สภาวะ คือ

(2.1) มองว่าวัตถุเป็นสิ่งของที่มนุษย์ทำขึ้นมา

(Material as Artefact/Artifact)

(2.2) มองว่าวัตถุเป็นสื่อวัตถุ (Material as Media)

(2.3) มองวัตถุว่าเป็นสัญญาณ (Material as Sign)

(2.1) การมอง “วัตถุ” เป็น “สิ่งของ” (Artefact) B.Babcock (1992) กล่าวถึงที่มาของคำว่า “Artefact” ว่ามาจากคำว่า “Arte” กับ “factum” ซึ่งแปลตามตัวอักษรว่า “สิ่งของที่ทำขึ้นมาด้วยทักษะและความสามารถเชิงช่างของมนุษย์” (ซึ่งมีนัยยะว่าต้องมีใช้สิ่งของที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หากแต่ต้องเป็นสิ่งที่มีมนุษย์ทำขึ้นมา - man-made) ในความเข้าใจโดยทั่วไป มักจะหมายถึง “สิ่งที่ทำขึ้นมาด้วยมือ” (hand-made) และเมื่อมีการใช้คำๆนี้ ก็มักจะมึนัยยะอย่างอื่นๆตามติดมาด้วย เช่น มีคุณลักษณะที่เรียบง่าย มีลักษณะแบบดั้งเดิม (primitive) ซึ่งทำให้ดูเสมือนว่า “จะเป็นของที่ทำได้ง่ายๆ” ไปด้วย Babcock กล่าวว่า ความหมายแบบสำนักทั่วไปดังกล่าวได้เข้าบดบังคุณลักษณะอื่นๆของ Artefact เช่น การใช้ประโยชน์ (use) ความหมาย (meaning) และคุณค่า (value) ที่อยู่หลังสิ่งของเหล่านั้น

อย่างไรก็ตาม ในหมู่นักวิชาการที่สนใจการศึกษา “วัตถุ/สิ่งของ” หลายท่าน เริ่มตั้งแต่นักมานุษยวิทยาที่มีชื่อเสียงเช่น M.Mauss F.Boas B.Malinowski ได้เคยพูดถึงวัตถุ/สิ่งของเอาไว้ว่า สิ่งของ/วัตถุ นั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่ “ของที่ทำงานอยู่และเห็นๆกันอยู่แล้ว ของที่มนุษย์ทำขึ้นมา เหล่านี้มีความสำคัญในการทำความเข้าใจตัวมนุษย์และสังคมของมนุษย์อย่างมาก” G.Simmel นักสังคมวิทยาอีกท่านหนึ่งที่สนใจศึกษาเรื่องวัตถุ/สิ่งของที่เขาเรียกว่า “วัฒนธรรมเชิงวัตถุ” (objective culture) กล่าวถึงความสำคัญของวัตถุ/สิ่งของว่า วัตถุ/สิ่งของเป็นตัวให้นิยามและก่อรูป (shape) ชีวิตมนุษย์ขึ้นมา (ตั้งแนวคิดที่จะนำเสนอในลำดับต่อไปว่า “วัตถุสร้างคน/สร้างความสัมพันธ์ระหว่างคน”) B.Babcock สรุปความสำคัญของวัตถุ/สิ่งของเอาไว้สั้นๆว่า วัตถุ/สิ่งของนั้นเป็น “ตัวตีความ เป็นการดกผลึก และเป็นรูปธรรมแห่งประสบการณ์ของมนุษย์” (Artifacts are interpretation, objectification or materialization of experience)

ตัวอย่างงานศึกษาของไทยที่สนับสนุนแนวคิดของ B.Babcock ก็เช่น งานศึกษาเรื่องของเล่นพื้นบ้าน ต.ป่าแดด อ.แม่สรวย จ.เชียงราย โดยรัตติกาล เจนจัด (2548) ที่พบว่า ของเล่นพื้นบ้านเป็นสื่อวัตถุที่พิเศษกว่าของเล่นสมัยใหม่ที่ผลิตมาจากภายนอก เนื่องจากเป็นสื่อวัตถุที่เก็บเอาวิถีชีวิต ความรู้ภูมิปัญญา ความเฉลียวฉลาดในการแก้ปัญหาของบรรพบุรุษของชุมชนฝังเอาไว้ในรูปแบบและเนื้อหาของของเล่น ของเล่นพื้นบ้านจึงมีรูปร่างเป็น **ครกมอ** (แทนที่จะเป็นเครื่องปั้นน้ำฝนไม้) ที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิตในการนำเอาข้าวมากินว่าทำอย่างไร หรือเครื่องจักสานที่เรียกว่า “งูเกี่ยวสาว” ที่เป็นอุบายให้ผู้ชายมีโอกาสได้จับมือผู้หญิงโดยไม่ผิดประเพณี หรือของเล่นที่ทำเป็น “กั๊กหันลม” นั้น คนสมัยโบราณเวลาจะตีข้าว ก็จะลองเอากั๊กหันลมได้ลมดูจะได้รู้ว่าลมไปทิศทางไหน ถ้าอยู่ต้นลม เวลาตีข้าวก็จะไม่คัน เป็นต้น

(2.2) การมอง “วัตถุ/สิ่งของ” ให้เป็น “สื่อ” แนวคิดหลักของวิชาการสาขาการสื่อสารคือการอธิบายว่า กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้

เมื่อมีการชุมนุมกันของธาตุองค์ประกอบทั้งสี่คือ ผู้ส่งสาร/ผู้รับสาร/สื่อ/สาร ที่รู้จักกันในสูตร ดังนี้

Sender - Message - Channel (Media) - Receiver

S - M - C - R

### ภาพที่ 1: องค์ประกอบของการสื่อสาร

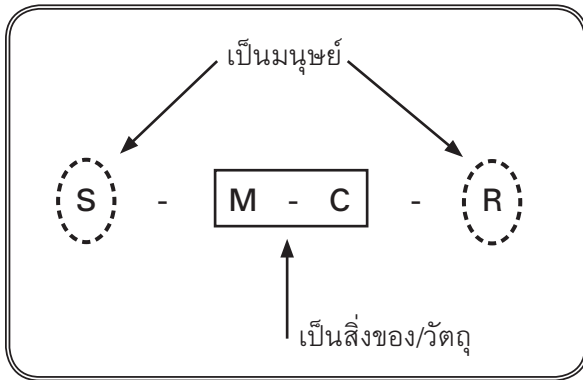
สำหรับสิ่งของ/วัตถุที่จะกลายมาเป็น “สื่อ” นั้นจะอยู่ตรงองค์ประกอบ “Media/Channel” แต่ทว่าสิ่งของ/วัตถุใดจะเป็น “สื่อ” ได้ก็ต้องอยู่ภายใต้ “สภาวะเฉพาะหนึ่งๆ” ลองดูตัวอย่างนี้ประกอบ

สมมติว่าผู้เขียนได้เดินทางไปเที่ยวเกาะแห่งหนึ่ง และได้นำเอาขวดใส่น้ำกั้นติดตัวไปด้วยในสภาวะ (Mode) แรกนี้ ขวดที่ใช้ใส่น้ำก็จะเป็นเพียง “วัตถุ/สิ่งของ” (Artifact) เท่านั้น แต่เมื่อเดินทางไปถึงเกาะปรากฏว่าเกิดพายุพัดเรือเสียหาย ทำให้ผู้เขียนต้องติดอยู่ที่เกาะนั้น ผู้เขียนจึงเขียนจดหมายที่มีข้อความขอความช่วยเหลือ (Message) แล้วใส่ในขวดน้ำใบเดิมและลอยทะเลไป ในสภาวะที่สอง ขวดน้ำใบเดิมได้แปรสภาพไปเป็น “สื่อ” (Media/Channel) ที่แบกรับ “ข่าวสาร” (จดหมาย) จากผู้เขียน (ผู้ส่งสาร) ไปยังคนที่เก็บขวดน้ำได้ (ผู้รับสาร)

นี่คือตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงสภาวะที่บรรดาวัตถุ/สิ่งของทั้งหลายจะแปรสภาพมาเป็น “สื่อ” ซึ่งตามหลักวิชาการแล้ว “สิ่งของ/วัตถุใดๆจะอยู่ในสภาวะเป็นสื่อได้นั้นก็ต่อเมื่อได้ “ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายแบบสื่อ” (Role assignment) เช่น ทำหน้าที่เป็นพาหนะนำพาข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร (transmission of message) หรือทำหน้าที่เป็น “แม่สื่อแม่ชัก” (Mediator) ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคู่การสื่อสาร (Relation building)

และหลังจากที่วัตถุ/สิ่งของชิ้นใดถูกมอบหมายบทบาทหน้าที่ให้ กลายสภาพเป็น “สื่อ” แล้ว เราก็สามารถจะนำ “เกณฑ์” (categories) ต่างๆที่เคยใช้วิเคราะห์สื่อทุกประเภทมาใช้วิเคราะห์วัตถุ/สิ่งของนั้นได้ เช่น มีคุณลักษณะเป็นสื่อแบบไหน (สื่อเสียง สื่อภาพ สื่อภาษา สื่อวัตถุ) เป็นการสื่อสารแบบทางเดียวหรือสองทาง เป็นการสื่อสารในระดับใด (เช่น ระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารภายในกลุ่มเล็ก การสื่อสารสาธารณะ ฯลฯ) เป็นสื่อเชิงรุก/เชิงรับ มีบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารอย่างไรบ้าง เป็นต้น

(2.3) การมอง “วัตถุ/สิ่งของ” ให้เป็น “สัญญาณ” จากแบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R นั้น อาจแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้



ภาพที่ 2: มิติมนุษย์/วัตถุในองค์ประกอบการสื่อสาร

ในขณะที่ผู้ส่งสาร-ผู้รับสารนั้นจะเป็นมนุษย์ ส่วนที่เป็นสื่อ/สาร จะเป็นวัตถุ/สิ่งของ-ภาพ-ภาษา (เช่น จดหมาย ขวดน้ำ ที่ได้ยกตัวอย่างไป) จากสายตาศาสตร์ของนักสัญวิทยา (Semiologist) ที่ศึกษาศาสตร์แห่งสัญญาณ (science of sign) จะพิจารณาว่า ในตัวสารนั้น (content) เราอาจจะพบ

“เนื้อหา” (Message) ที่อยู่ระดับพื้นผิว แต่หากเราเจาะทะลุพื้นผิวของเนื้อหาสารลงไปเบื้องล่าง เราก็จะพบสิ่งที่เรียกว่า “ความหมาย” (Meaning) ซึ่งตัวความหมายนี้เองเป็นสิ่งที่นักสัญวิทยาจะให้ความสนใจ

ตามปกติแล้ว เรามักจะยอมรับข้อตกลงกันว่า “ภาษา” นั้นเป็น “สัญญาณ” ชนิดหนึ่ง เพราะรอยขีดบนกระดาษหรือรอยพิมพ์นี้มีขอบในสัญญาณูเงินนั้น มิใช่เป็นเพียง “รอยเปื้อน” เท่านั้น หากทว่า “รอยขีด/รอยพิมพ์” นั้นมี “ความหมายมากไปกว่าตัวมันเอง” ซึ่งเป็นความหมายของคำว่า “ความหมาย” (meaning of meaning) กล่าวคือ อะไรก็ตามที่มีความหมายมากไปกว่าตัวของมันเอง เช่น แหวนบนนิ้วนางมือซ้าย มิใช่เป็นแค่ “แหวน” เท่านั้น แต่มีความหมายว่า “ผู้สวมใส่มีเจ้าของหรือแต่งงานแล้ว” และสำหรับนักสัญวิทยาแล้ว สิ่งที่จะกลายเป็น “สัญญาณ” (Sign) ได้นั้น จะมีขอบเขตกว้างขวางทั้ง ตัวอักษร ตัวเลข ภาพ รวมทั้งวัตถุ/สิ่งของด้วย หรือหากพูดให้ตรงยิ่งกว่านั้นก็คือ สรรพสิ่งทุกอย่างสามารถจะแปรสภาพไปเป็น “สัญญาณ” ได้ทั้งสิ้น หากว่าสรรพสิ่งนั้นถูกมอบหมาย/ถูกประกอบสร้าง “ความหมาย” (assignment/construction of meaning) ให้มากกว่าตัวของมันเอง

B.Babcock (1992) เสนอว่าเมื่อวัตถุ/สิ่งของใดแปรสภาพไปเป็น “สัญญาณ” ก็จะทำให้สิ่งนั้นมีคุณลักษณะ 5 ประการเกิดขึ้นดังนี้

(1) **Multifunctionality and polysemy** สิ่งของ/วัตถุที่กลายเป็นสัญญาณนั้น จะทำหน้าที่ได้อย่างหลากหลายและในเวลาเดียวกัน ก็จะมี “ความหมายที่หลากหลาย” บรรจุอยู่ Babcock ได้ยกตัวอย่างงานศึกษาด้านคติชนวิทยาของ Henry Glassic ที่ได้ศึกษาหม้อ/ไหของวัฒนธรรมชาว Pueblo และพบว่า ถึงแม้หน้าที่พื้นฐานที่มองเห็นได้โดยง่าย (Manifest function) เป็นหน้าที่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต (necessary) และเป็นประโยชน์ด้านการใช้งาน (practical) ของหม้อ/ไหเหล่านี้จะเห็นอยู่ชัดเจนแล้ว แต่ทว่าวัสดุเหล่านี้ก็ยังมีสถานะเป็น “สัญญาณ” อย่างหนึ่งที่มีความหมายแฝงฝังอยู่ข้างใน ตัวอย่างเช่น ลวดลายที่ขีดเขียนอยู่บนหม้อ/

ไหเหล่านั้จะเกี่ยวข้องกับความหมายของ “การขอฝน/เรียกฝน” เช่น ลายก้อนเมฆ สายฟ้า หรืออุ้ น้ำ เช่นเดียวกับงานศึกษาผ้าทอของวัฒนธรรม Moravia ของ Bogatyrev ที่พบว่าผ้าทอเหล่านั้มีหน้าท้อ่างน้อยถึง 6 หน้าท้อ และยังเป็นสัญญะที่ใช้สื่อสารว่า เมื่อใด ที่ไหน และใครจะใช้ ผ้าทอนั้ได้อย่างไร

**(2) Multiple frames and contextual determinants** สำหรับ สิ่งของที่เป็นสัญญะนั้นจะแปรเปลี่ยนความหมายไปตามกรอบแวดล้อม หรือบริบท ตัวอย่างเช่น หน้ากากทองของฟาโรห์เมือวางอยู่ในโรงพระศพ (บริบทเดิม) จะมีความหมายอย่างหนึ่ง เช่น มีความศักดิ์สิทธิ์ แต่เมือนำ หน้ากากดังกล่าวมาวางตั้งไว้ในพิพิธภัณฑ์ (บริบทใหม่) ก็ะแปรเปลี่ยน ความหมายไปเป็นเพียงงานศิลปะชิ้นหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นการ เปลี่ยนแปลงบริบทโดยที่วัตถุ (ตัวบท-text) ยังคงเหมือน หรือการ เปลี่ยนแปลงรูปทรง ขนาด วัตถุที่ใช้ทำ เทคนิคที่ใช้ผลิต ฯลฯ ก็อาจจะ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความหมายของวัตถุนั้ได้ทั้งสิ้น (กรณีการสร้าง พระเครื่องของไทยจะจะเป็นตัวอย่างที่ชัดเจน)

**(3) Multiple channels and Multivocality** ถึงแม้นในด้านหนึ่ง เราจะรับรู้ได้โดยง่ายว่า สื่อวัตถุเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวอย่างหนึ่ง คือ เป็น “สื่อเงียบเสียง” (silent media) เช่น บรรดาหม้อไห เครื่อง แต่งกาย ลูกบิด ฯลฯ จะไม่ส่งเสียงด้วยตัวเอง แต่ในอีกด้านหนึ่ง Babcock ก็กลับมีความเห็นว่า สื่อวัตถุนั้เป็นสื่อที่มีเสียงพูดได้ และแถมยังพูดได้ หลายเสียงอีกด้วย ดังนั้น สื่อวัตถุโดยทั่วไปเมืออยู่ในสภาวะของ “สัญญะ” จึงมักจะมี ความหมายมากกว่าหนึ่งความหมายเสมอ ส่วนเสียที่สื่อวัตถุ ส่งเสียงพูดนั้ก็จะผ่านรูปทรง วัสดุที่ใช้ ขนาด เทคนิคที่ผลิต สี การ ออกแบบ หรือโครงสร้าง เป็นต้น และด้วยเหตุนี้ หากมีการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบย่อยต่างๆไป ความหมายนั้ก็ย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น เครื่องแต่งกายที่ทอด้วยเส้นทอง หากเปลี่ยนมาเป็นฝ้ายธรรมดา

ความหมายก็ย่อมเปลี่ยนไป ในกระบวนการผลิตซ้ำสื่อวัตถุ (Reproduction of material culture) จึงต้องคำนึงถึงแง่มุมของการผลิตซ้ำของความหมายอยู่ตลอดเวลา ซึ่งอาจจะเป็นการผลิตความหมายเก่าหรือได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นความหมายใหม่ (Reproduction of meaning)

**(4) Recycling and bricolage** ต่อเนื่องจากลักษณะสรรพเสียงที่หลากหลายและความหมายที่มากกว่าหนึ่งของสื่อวัตถุที่กล่าวมาข้างต้น ในกรณีของสื่อวัตถุพื้นบ้าน ซึ่งถูกผลิตขึ้นในอดีต เมื่อมีการนำเอามา ดัดแปลง/ประยุกต์ หรือปรับแต่งใหม่ในยุคปัจจุบัน ที่เรียกว่า การ recycle/bricolage เช่น วัฒนธรรมที่เราคุ้นเคยคือการนำเอาของเก่ามาประยุกต์ใช้ใหม่ เช่น นำเอาตีนจกเดิม (ที่เคยอยู่ปลายผ้าถุง) มาทำเป็นส่วนประดับของผ้าคลุมเตียงหรือผ้าปูโต๊ะ หรือการนำถ้วยชามแตกของโบราณมา ตกแต่งอาคารสถานที่ที่ก่อสร้างใหม่ การนำเอาล้อเกวียนมาทำเป็นขาโต๊ะ ฯลฯ ท่ามกลางกระบวนการนำเอามาใช้ใหม่เช่นนี้ จะเกิดกระบวนการคู่ขนานคือกระบวนการสร้างและผลิตความหมายใหม่ให้แก่วัตถุนั้นไปด้วย

**(5) Ephemerality** มีสื่อวัตถุพื้นบ้านบางประเภทที่เมื่อถูกสร้างขึ้นและถูกนำมาใช้แล้ว ก็จะถูกสูญหายไป กล่าวคือ ดำรงอยู่เพียงชั่วครั้งชั่วคราว ดังนั้น “ความหมาย” ซึ่งเป็นนามธรรมและต้องเกาะอยู่กับรูปธรรม เมื่อรูปธรรมของวัตถุสูญหายไป ความหมายก็จะถูกกลบเลือนไปด้วย ตัวอย่างของสื่อวัตถุพื้นบ้านประเภทนี้ก็เช่น บรรดาเครื่องสักการะทั้งหลาย การก่อสร้างพระเจดีย์ทราย การจัดดอกไม้/ทำพวงมาลัย เครื่องประดับโลหะที่ตกแต่งด้วยหยวกกล้วย การแกะสลักผลไม้ เป็นต้น ดังนั้น จึงเป็นปัญหาอุปสรรคที่จะแสวงหาวัตถุดิบเหล่านี้มาศึกษา ซึ่งคงต้องอาศัยสื่อสมัยใหม่เช่นกล้องถ่ายภาพนิ่งหรือถ่ายหนัง/วิดีโอ เข้ามาใช้เก็บรักษาสื่อวัตถุพื้นบ้านเหล่านี้เอาไว้

ในลำดับต่อไป ผู้เขียนจะใช้คำว่า “วัตถุ สิ่งของ สื่อวัตถุ” ในความหมายเดียวกัน

### 3. ความหมายและความสำคัญของสื่อวัตถุ (พื้นบ้าน)

#### (3.1) ความหมายและความสำคัญของสื่อวัตถุโดยทั่วไป

หากเราเริ่มต้นจากคำว่า “วัฒนธรรม” ในความหมายที่นิยามว่า หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์เป็นผู้ประดิษฐ์คิดทำขึ้นแล้ว (Man-made) A.Berger (1992) ก็ได้จัดแบ่งวัฒนธรรมทั้งหมดออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material)	วัฒนธรรมเชิงความคิด (Ideational)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุ / สิ่งของ</li> <li>• มีลักษณะทางกายภาพ / จับต้องสัมผัสได้</li> <li>• อยู่ในชีวิตประจำวัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความคิด / ความเชื่อ</li> <li>• มีลักษณะทางความคิด / ทางจิตใจ</li> <li>• เป็นกิจกรรมทางปัญญา</li> </ul>

#### ภาพที่ 3: ประเภทใหญ่ๆของวัฒนธรรม

และเมื่อแบ่งแยกวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภทดังกล่าวแล้ว ในความนึกคิดของผู้คนทั่วไป มักจะให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมเชิงความคิดมากกว่าวัฒนธรรมเชิงวัตถุ (อันที่จริง การแบ่งแยกมิติของวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภทนี้ก็ยังมีข้อถกเถียงได้อย่างมาก เพราะอันที่จริงแล้ว ยังมีแนวคิดอีกแบบหนึ่งที่เสนอว่า มิติเชิงวัตถุและเชิงความคิดนั้น อาจจะเป็นเสมือนด้านหัว-ก้อยของเหรียญเดียวกัน)

จากรายละเอียดในตารางข้างบน เราก็พอจะมองเห็นได้ว่า คุณสมบัติพื้นฐานของ “วัตถุ/สิ่งของ” นั่นก็คือ ต้องมีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏอย่างชัดเจน สามารถมองเห็นได้ จับต้องได้ ลิ้มรสได้ และนอกจากนั้นก็ยังอาจมีคุณสมบัติอื่นๆติดตามมา เช่น มีความคงทน

ทนทาน มีอายุยืนนานอยู่ได้นับเป็นพันๆปี ตัวอย่างเช่น ลูกบิดของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นต้น และใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวันโดยทั่วไป

นอกเหนือจากคุณสมบัติพื้นฐานคือลักษณะทางกายภาพดังกล่าวแล้ว สำหรับวัตถุ/สิ่งของบางชนิดนั้น นอกจากจะ “มองเห็นด้วยตาแล้ว” ก็ยังสามารถ “สัมผัสด้วยใจ” ได้อีกด้วย เช่น บรรดาศิลปะวัตถุทั้งหลาย และสำหรับกลุ่มนักวิชาการสายวัฒนธรรมศึกษาที่มีความสนใจเรื่อง “วัฒนธรรมการบริโภค” (Consumer Culture) นั้น I.Woodward (2007) ตั้งข้อสังเกตว่า นักวิชาการสายนี้จะสนใจคุณสมบัติพิเศษบางประการที่บรรจุอยู่ในวัตถุ/สิ่งของ คือ คุณสมบัติที่สามารถกระตุ้นให้มนุษย์อยาก **เสพอยากบริโภค** หรืออยากจับจองเป็นเจ้าของ ตัวอย่างเช่น ในภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับเรื่องการตามล่าหาสมบัติหรือหาทองคำ เราก็จะได้เห็นภาพที่แสดงอนุภาพของวัตถุ/สิ่งของ หรือตัวอย่างของตัวละครเช่น “กอลลัม” ในเรื่อง Lord of the Ring ก็เช่นเดียวกัน

และจากคุณสมบัติดังกล่าวของวัตถุ/สิ่งของจะเชื่อมโยงมาถึงความสำคัญของวัตถุ/สิ่งของที่มีต่อมนุษย์และสังคมในหลายๆแง่มุม ตัวอย่างเช่น

(i) วัตถุ/สิ่งของเช่นบรรดาเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาตั้งแต่เครื่องมือที่ดูเรียบง่ายที่สุดเช่น หินขัด มาจนกระทั่งถึงคอมพิวเตอร์/หุ่นยนต์นั้น ล้วนแล้วแต่ทำหน้าที่พื้นฐานประการหนึ่งร่วมกัน คือ การตอบสนองประโยชน์ในการยังชีพของมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์ประเภทเดียวที่รู้จักสร้างและใช้วัตถุที่เรียกว่าเป็น Homo Fabre ในแง่นี้ วัตถุ/สิ่งของจะมีความสำคัญในแง่ของประโยชน์ใช้สอยเพื่อการยังชีพ

(ii) แต่นอกเหนือจากการเอาชีวิตให้รอดด้านกายภาพด้วยการมีอาหารกินให้อิ่ม มีเสื้อผ้าที่ทำให้อบอุ่น มีไฟที่ช่วยป้องกันอันตรายจากสัตว์ร้ายแล้ว มนุษย์เราก็คงยังเป็น Homo Sapiens คือสัตว์โลกที่รู้จักคิด มีอารมณ์ความรู้สึก รู้จักใช้ภาษาและสัญลักษณ์ ดังนั้น วัตถุ/สิ่งของจึง

ทำหน้าที่ด้านความคิดและจิตใจอีกด้วย เช่น การจรรโลงใจทางศาสนา หรือการให้ความอบอุ่นใจมั่นใจ/กำลังใจ (ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ บรรดาสิ่งก่อสร้างด้านศาสนา วัฒนธรรม พระพุทธรูป รวมทั้งวัตถุ มงคลต่างๆ) หรือมิฉะนั้น ก็ทำหน้าที่เชิงสุนทรียะ คือประเทืองอารมณ์ ความรู้สึกให้เต็มต้ำกับความงาม ความสงบสุข และอื่นๆ ซึ่งหน้าที่เชิง สุนทรียะดังกล่าวนั้นก็แตกต่างกันไปตามประเภทของวัตถุ/สิ่งของ เช่น วิโรจน์ ศรีสุโร (2528) ระบุว่า ความงามของศิลปะพื้นบ้าน/วัตถุพื้นบ้าน (Folk art) จะแสดงออกมาจากความเรียบง่าย ซื่อๆแต่ดูซึ้ง ไม่กรุงกรัง หรือมากไปด้วยมารยาที่ถูกตกแต่งจนเกินเลย เป็นต้น

(iii) นอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ที่สำคัญของวัตถุ/สิ่งของที่กล่าว มาข้างต้น ซึ่งค่อนข้างจะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างคน-วัตถุ แต่เนื่องจาก มนุษย์เป็นสัตว์โลกที่จำเป็นต้องอยู่ร่วมกันเป็นสังคมจึงจะดำรงรักษาชีวิต และเผ่าพันธุ์ให้อยู่รอดได้ ดังนั้น ในการเชื่อมโยงให้มนุษย์มาอยู่ร่วมกัน เป็นสังคม จึงมีวัตถุ/สิ่งของเข้ามาทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” (Mediator) เป็นรูปแบบของคน-วัตถุ-คน รูปแบบที่เห็นได้ชัดที่สุดคือการแลกเปลี่ยน สิ่งของเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ หรือการให้ของขวัญ (gift) หรือการให้วัตถุ/สิ่งของเป็นเครื่องหมายผูกพันระหว่างผู้คน (ตัวอย่างของ ลีดอกเก็ด สร้อยคอ ตราประจำตระกูล ฯลฯ ที่ติดตัวนางเอกในละคร โทรทัศน์เป็นตัวอย่างที่ดีของการทำหน้าที่ของสิ่งของ/วัตถุที่กล่าวมานี้) บทบาทหน้าที่นี้แสดงมิติ “เชิงความเป็นสื่อ” อย่างชัดเจนของวัตถุ/ สิ่งของ (Mediation) ใน “การสานสัมพันธ์”(Relation building) แบบ “สื่อประสานใจ”

### 3.2 ขอบเขตของ(สื่อ)วัตถุ/สิ่งของ

A.Berger (1992) ตั้งข้อสังเกตว่า ในภาษาอังกฤษนั้น มีคำที่ใช้ เรียกของวัตถุ/สิ่งของอยู่หลายคำ และคำแต่ละคำก็จะมีองค์แห่งความ หมายที่เอียงจากเดิมไปคนละเล็กคนละน้อย เช่น

- **Thing:** เมื่อใช้คำๆนี้เรียกวัตถุ/สิ่งของ ความหมายที่เข้าใจกัน ก็มักจะหมายถึงของที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมและสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือค่อนข้างโน้มเอียงไปทาง**อรรถประโยชน์ของวัตถุ**

- **Object:** เมื่อใช้คำๆนี้เรียกวัตถุ/สิ่งของ ความหมายที่เข้าใจกัน มักจะหมายถึงสิ่งของที่มนุษย์สามารถรับรู้ได้ด้วยสายตาหรือการสัมผัส กล่าวคือค่อนข้างโน้มเอียงไปด้าน**มิติการรับรู้วัตถุ**

- **Artefact (Artifact):** เมื่อใช้คำๆนี้เรียกวัตถุ/สิ่งของ ความหมายที่เข้าใจกันมักจะหมายถึงสิ่งที่มนุษย์ร่วมกันสร้างสรรค์/ผลิตขึ้นมา กล่าวคือค่อนข้างโน้มเอียงไปด้าน**กิจกรรมทางสังคม/วัฒนธรรมของวัตถุ**

- **Goods:** เมื่อใช้คำๆนี้ ความหมายของวัตถุ/สิ่งของนั้นก็เริ่มเข้าสู่ความสัมพันธ์ทางสังคมแบบตลาด/การแลกเปลี่ยน กล่าวคือ มองเห็นมิติที่สามารถเกิดการ**แลกเปลี่ยนทางสังคมของวัตถุ**

- **Commodity:** อันที่จริงคำๆนี้จะมีความหมายที่ใกล้เคียงกับคำว่า “Goods” แต่มีลักษณะเป็นศัพท์เทคนิคมากกว่า และมักจะมียุยะว่า **ระดับพัฒนาการของสังคมนั้นจะสร้าง/ผลิตวัตถุสิ่งของขึ้นมาเพื่อการแลกเปลี่ยน/ค้าขายมากกว่าการผลิตเพื่อกินใช้เอง**

สำหรับการจัดแบ่งขอบเขตของวัตถุ/สิ่งของนั้น นักวิชาการแต่ละท่านก็จะมีวิธีการจัดแบ่งโดยใช้เกณฑ์ต่างๆกัน ในที่นี้จะยกตัวอย่างการจัดแบ่งประเภทของวัตถุ/สิ่งของในโลกสมัยใหม่ตามทัศนะของ A.Berger (1997) ที่เขากล่าวว่าได้ใช้เกณฑ์แบบทั่วไป (general categories) จัดแบ่งวัตถุ/สิ่งของออกได้เป็น 16 ประเภท ดังนี้

- |                                       |                           |
|---------------------------------------|---------------------------|
| 1. อาหาร (Foods)                      | 2. เสื้อผ้า (Clothing)    |
| 3. เครื่องตกแต่งบ้าน (Furniture)      | 4. ที่อยู่อาศัย (Housing) |
| 5. อาหาร/สิ่งปลูกสร้าง (Building)     | 6. เครื่องมือ (Tools)     |
| 7. เครื่องมือทางสุขภาพ (Health Aids)  | 8. อาวุธ (Weapons)        |
| 9. เครื่องตกแต่งความงาม (Beauty Aids) |                           |

10. เครื่องจักรกล (Machines)
11. เครื่องมือ/อุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ (Gadgets)
12. หนังสือ/สิ่งพิมพ์ (Publication)
13. พาหนะ (Vehicles)
14. อุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง (Pet Supplies)
15. อุปกรณ์ไฟฟ้า (Appliances)
16. เครื่องมือทำอาหาร (Cooking Utensils)

### 3.3 ความสำคัญของสื่อวัตถุพื้นบ้านในโลกสมัยใหม่

จากการใช้คำเรียกชื่อของ “วัตถุ/สิ่งของ” ทั้ง 5 คำที่กล่าวมาข้างต้น โดยเฉพาะคำสุดท้ายคือ “Commodity” (สินค้า) นั้น นักเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ เช่น K.Marx ได้ตั้งข้อสังเกตเอาไว้ว่า เมื่อพิจารณาบทบาทหน้าที่ของวัตถุ/สิ่งของโดยทั่วไปแล้ว จะพบว่า วัตถุ/สิ่งของจะมีมูลค่าอยู่ 2 แบบ มูลค่าแรกคือ **มูลค่าเชิงใช้สอย** (use value) ซึ่งเป็นหน้าที่โดยพื้นฐานของสิ่งของ เช่น อาหารช่วยให้มนุษย์หายจากความหิวโหย มนุษย์ใช้เสื้อผ้าเพื่อความอบอุ่นแก่ร่างกาย มูลค่าแบบที่สองคือ **มูลค่าแลกเปลี่ยน** (exchange value) มูลค่านี้จะเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์นำเอาสิ่งของนั้นไปแลกเปลี่ยนในความสัมพันธ์แบบตลาด เช่น เอาข้าวไปแลกกับเกลือ และมูลค่าแบบที่สองนี้จะทำให้สิ่งของนั้นกลายเป็น “สินค้า” ขึ้นมา (ดูรายละเอียดใน T.Dant, 2005)

และ Marx ยังได้ตั้งข้อสังเกตต่อไปอีกว่า สำหรับสังคมยุคสมัยใหม่หรือสังคมนิยมนั้น สิ่งของเกือบทุกสิ่งทุกอย่างได้แปรสภาพไปเป็น “สินค้า” แทบทั้งสิ้น ตัวบ่งชี้ว่าสิ่งของนั้นได้กลายเป็นสินค้าก็คือ **การมีราคาต่างวด** (price) และไม่เพียงแต่สิ่งของเท่านั้นที่กลายเป็นสินค้า เพราะแม้แต่สรรพสิ่งอื่นๆ เช่น ธรรมชาติ วัฒนธรรม (ความเอื้ออารี รอยยิ้ม ฯลฯ) ศาสนา (ความเชื่อ/ความศรัทธา) และที่สำคัญที่สุดก็คือ แม้แต่แรงงานและชีวิตของมนุษย์ก็ได้กลายเป็นสินค้าไปด้วย (ตัวอย่าง

ที่เห็นได้ง่ายแต่เราก็รับรู้กันโดยปริยายก็เช่น ราคาค่าตัวของนักกีฬา/ดารา-นักร้อง ฯลฯ) ด้วยเหตุนี้ ความสำคัญของสื่อวัตถุพื้นบ้านในโลกสมัยใหม่จึงยิ่งเพิ่มทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะอย่างน้อย สื่อวัตถุพื้นบ้านก็เป็นสื่อที่ถือกำเนิดมาก่อนสังคมยุคสมัยใหม่ (Modern Society) หรือสังคมทุนนิยม ดังนั้น สื่อวัตถุพื้นบ้านจึงยังคงรักษาคุณลักษณะที่มีมูลค่าใช้สอย (ทั้งด้านการยังชีพและด้านจิตใจ) อยู่เหนือกว่ามูลค่าแลกเปลี่ยนหรืออย่างน้อยก็ยังไม่ถูกมูลค่าแลกเปลี่ยนครอบงำไปทั้งหมด สื่อวัตถุพื้นบ้านหลายชนิดจึงได้ลางรหัสหรือปิดยันต์ป้องกันการถูกนำไปแลกเปลี่ยนเป็นสินค้า เช่น ศาลเพียงตา พระพุทธรูป ฯลฯ หรือมีข้อกำหนดว่าต้องเป็นสิ่งของที่ผลิตเอง ห้ามไปซื้อมา เช่น บรรดาเครื่องเช่นสังเวทียที่ใช้ในพิธีกรรม

ดังนั้น T.Dant (2005) จึงเสนอว่า หากเราต้องการจะหลีกเลี่ยงหนีไปจากมุมมองแคบๆ ที่มองวัตถุ/สิ่งของทุกสิ่งทุกอย่างให้เป็นเพียงแค่สินค้า เช่นในสังคมปัจจุบันแล้ว เราก็คงต้องหันกลับไปมอง “สื่อวัตถุพื้นบ้าน” ที่นอกจากจะมีสถานะเป็น “สินค้า” แล้ว ก็ยังมี “สถานะเป็นอย่างอื่นๆ อีกด้วย” อันเนื่องมาจากการถูกสละทิ้งสมาตั้งแต่ครั้งอดีตและยังคงหลงเหลือรื้อรอยอยู่จนถึงปัจจุบัน ตัวอย่างคุณสมบัติบางอย่างของสื่อวัตถุพื้นบ้านที่เป็นมากกว่าสินค้าที่ Dant ยกตัวอย่างไว้ก็เช่น

(i) เป็นสิ่งที่แสดงความเชื่อทางศาสนา เช่นตัวอย่างของพระพุทธรูปที่ได้กล่าวไปแล้ว ด้วยเหตุนี้ แม้ว่าอาจจะมีการ “ซื้อขายพระพุทธรูป” แต่คนไทยก็ประดิษฐ์ใช้คำว่า “เช่า” ขึ้นมาแทน หรือในครั้งอดีตสิ่งของ/วัตถุที่เป็นยารักษาโรค คนไทยโบราณก็จะไม่ใช่คำว่า “ซื้อยา” แต่จะใช้คำว่า “ไปขอเจียดยา” เป็นต้น นอกจากนี้จะมีกฎเกณฑ์พิเศษในฐานะสินค้าแล้ว แม้แต่กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ก็จะแตกต่างจากสิ่งของทั่วไป เช่น คนไทยจะไม่ใช้เศียรของพระพุทธรูปไปทำโคมไฟ เป็นต้น

(ii) เป็นสิ่งที่แสดงความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ (Pride of Identity) ถึงแม้ว่าเครื่องนุ่งห่มไม่ว่าจะเป็นแบบใด/ของใครก็มีหน้าที่พื้นฐานในการให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย แต่หากได้สวมใส่ “เครื่องแต่งกายชุดประจำชาติ/ชุดประจำเผ่า” แล้ว ก็จะทำให้ความรู้สึกบางอย่างที่มากกว่าความอบอุ่น คือความรู้สึกภาคภูมิใจ ซึ่งเป็นความรู้สึกถึงการมีตัวตน มีอัตลักษณ์ศักดิ์ศรี (เมื่อเกิดความรู้สึกเช่นนี้ ก็จะเกิดพลังอำนาจบางอย่างตามมา เช่น ความรู้สึกที่เสียดายภาคภูมิใจหน้าที่ยืมมาผู้อื่น) สำหรับบทบาทหน้าที่ของสื่อวัตถุพื้นบ้าน/หรือสื่อวัตถุประจำของแต่ละท้องถิ่นในการทำหน้าที่สร้างอัตลักษณ์/ความภาคภูมิใจดังกล่าวนี้ เริ่มมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งมีแนวโน้มจะบีบคั้น/โน้มน้าวให้คนในทุกๆ หนแห่งใช้วัตถุต่างๆ ที่เหมือนกัน การเลือกใช้วัตถุที่แตกต่างออกไปเช่นวัตถุพื้นบ้านจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการต่อต้าน/ต่อสู้อำนาจจากภายนอก ดังตัวอย่างเช่นการที่มหาตมะคานธีต่อสู้ให้มีการหันกลับมาุ่งชุดประจำชาติอินเดีย หรือประเทศจีนหลังการปฏิวัติเป็นสังคมนิยมก็เลิกใส่เสื้อสูทสากลแบบตะวันตกและสร้างเสื้อประจำชาติจีนแบบชุดทำนุประธาณเฒ่าขึ้นมาแทน เป็นต้น

อันที่จริง แนวคิดที่พยายามจะยกฐานะวัตถุ/สิ่งของบางอย่างให้หลักทางหรืออยู่เหนือกว่าการเป็นเพียงแค่ “สินค้า” นั้น นอกจากในแวดวงของสื่อวัตถุพื้นบ้านแล้ว แม้แต่การผลิตสร้างวัตถุ/สิ่งของในโลกปัจจุบัน เราก็สามารถมองเห็นความพยายามดังกล่าวได้ในหลายๆ รูปแบบ เช่น การทำสินค้าบางอย่างให้กลายเป็น “สัญลักษณ์” (ซึ่งมีความหมายมากกว่าตัววัตถุเอง) ในแวดวงการตลาดนั้น จะมองเห็นได้ง่ายที่สุดในเรื่องของ brand หรือ logo การผลิตสินค้าบางอย่างให้มีจำนวนที่จำกัด (รุ่น limited) รวมทั้งการหวนกลับมาของวัฒนธรรม “ทำสิ่งของ/เครื่องใช้ด้วยตัวเอง” (Do-It-Yourself - DIY) เพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าสู่วัฏจักร/วงจรของตลาดการแลกเปลี่ยนซื้อขาย เริ่มตั้งแต่การมีหนังสือทำมือไปจนกระทั่งถึงการตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยตัวเองของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย Cosplay (กลุ่มที่แต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูนหรือดาราที่ชื่นชอบ) เป็นต้น

ในท่ามกลางกระแสความพยายามเหล่านี้ หากเป็นกรณีของสื่อวัตถุพื้นบ้านก็น่าจะทำได้ง่ายขึ้นดังเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าต้นกำเนิดของสื่อวัตถุพื้นบ้านส่วนใหญ่อยู่นอกปริมณฑลของความสัมพันธ์แบบแลกเปลี่ยนสินค้า ในภาคปฏิบัติการ ผู้เขียนได้มองเห็นการปะทะ/ต่อสู้กันระหว่างกรมอบหมายคุณลักษณะ “มูลค่าประเภทต่างๆ” ให้แก่วัตถุ/สิ่งของ ตัวอย่างเช่น การทำสิ่งของถวายพระภิกษุแบบสังฆทานในอดีตนั้น บรรดาสิ่งของที่จะถวายพระนั้น มีข้อกำหนดว่าผู้ถวายจะต้องลงมือทำด้วยตัวเอง (เน้นมูลค่าใช้สอย) แต่เมื่ออิทธิพลของระบบตลาดและสินค้าแผ่ขยายอิทธิพลขึ้นมา ก็ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและแนวการปฏิบัติของชาวบ้านเสียใหม่ แม้รูปแบบประเพณีของการถวายสังฆทานยังคงมีอยู่ แต่ทว่า “วิธีการได้มาซึ่งวัตถุ/สิ่งของ” นั้นได้แปรรูปไปเป็นการซื้อหาจากตลาด ซึ่งหมายความว่า “วัตถุ/สิ่งของ” นั้นได้กลายเป็นสภาพเป็นมูลค่าแลกเปลี่ยนไปเสียแล้ว ในลำดับต่อมา ปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดวิกฤติขึ้นมาเมื่อพ่อค้านำเอาสินค้าคุณภาพเลวมาขายเนื่องจากทราบว่าเป็น “ผู้ซื้อไม่ได้ใช้เอง ส่วนผู้ใช้ไม่ได้ซื้อ” ที่เรียกว่าเกิด “ปรากฏการณ์ถังเหลือง” (เนื่องจากมีการรวบรวมวัตถุ/สิ่งของที่จะถวายพระรวมใส่ถังพลาสติกสีเหลือง) เมื่อมีกระบวนการทำงานเพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมประเพณีการทำสังฆทาน กลุ่มที่ทำงานจึงย้อนรอยถอยหลังกลับไปยังจุดตั้งต้น คือวางข้อกำหนดให้มีการจัดทำวัสดุ/สิ่งของที่จะถวายด้วยตนเอง ซึ่งเท่ากับเป็นความพยายามที่จะนำเอามูลค่าใช้สอยมาอยู่เหนือมูลค่าแลกเปลี่ยน

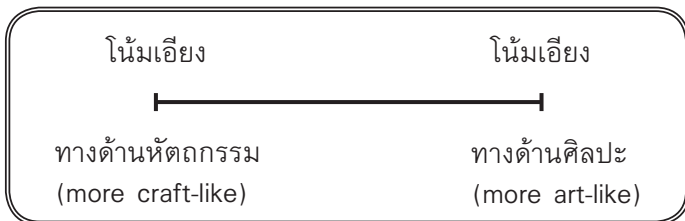
### 3.4 วิธีการจัดแบ่งประเภทสื่อวัตถุพื้นบ้าน

นักวิชาการที่ศึกษาเรื่องสื่อวัตถุ (ทั้งพื้นบ้านและสมัยใหม่) เช่น Babcock (1992) C.Tilley (2006) ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า ขอบเขตของสื่อวัตถุนั้นครอบคลุมอย่างกว้างขวางอย่างยิ่ง ดังนั้น สิ่งแรกที่นักวิชาการที่สนใจจะศึกษาสื่อวัตถุจะต้องดำเนินการเป็นเบื้องต้นก็คือ การจำแนกรวบรวมวัตถุ/สิ่งของทั้งหลายให้เป็นหมวดหมู่ก่อน และในการประมวล

เพื่อจัดจำแนกนั้นก็ต้องสร้างเกณฑ์ (Criteria/categories) ที่จะใช้แบ่งแยก และในขั้นต่อมา เกณฑ์ดังกล่าวนั้นก็อาจจะขยับขยายมาเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ (category for analysis)

ยังมีข้อถกเถียงกันว่า “เกณฑ์ที่นำมาใช้” ทั้งเพื่อการจัดจำแนกประเภท (Classification) และทั้งเพื่อการวิเคราะห์นั้น เป็นเกณฑ์ที่มีความเป็นกลางทางวิชาการ (neutral) หรือเป็นเกณฑ์ที่มีความโน้มเอียงทางการเมืองที่มีเรื่องของอำนาจเข้ามาเกี่ยวข้อง (Politic of Classification - ตามทัศนะของ M.Foucault)

ตัวอย่างเช่น การที่จะจัดแยกสื่อวัตถุประเภทใดว่าเป็น “หัตถกรรมพื้นบ้าน” (craft) หรือเป็น “ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน” (Folk Art) นั้นอาจจะมียุทธวิธีคิดตั้งแต่การแยกวัตถุแต่ละชิ้นออกจากกันอย่างเด็ดขาด เช่น ถ้าเป็นพระพุทธรูปที่เป็นพระประธานในวัดในชนบท จะถือเป็นศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน แต่ถ้าเป็นตุ้มลอบที่ชาวบ้านสานไว้สำหรับดักปลาหรือกระบุง ตะกร้า กระเชอสำหรับใส่ของไปนา ก็จะถูกกลายเป็นแค่ “หัตถกรรม” และแน่นอนว่า ในแง่สุนทรียะหรือคุณค่าเชิงจิตใจ งานศิลปหัตถกรรมย่อมมีสูงกว่าหัตถกรรมพื้นบ้าน อย่างไรก็ตาม ก็อาจจะมีทัศนะวิธีคิดต่อการแบ่งที่แตกต่างออกไป เช่น มีข้อเสนอว่า ความเป็นหัตถกรรมหรือศิลปหัตถกรรมนั้นวางอยู่บนเส้นตรงเดียวกัน แต่อยู่บนคนละปลายขั้ว ดังนั้น ในวัตถุ/สิ่งของแต่ละอย่างย่อมมีมิติทั้ง art และ craft เป็นส่วนผสมเสมอ เพียงแต่จะโน้มเอียงไปทางด้านใด ดังแสดงในภาพ (ดู วรณี วิบูลย์สวัสดิ์ แอนเดอร์สัน, 2531)



ภาพที่ 4: สองขั้วของความโน้มเอียงของศิลปะ/หัตถกรรม

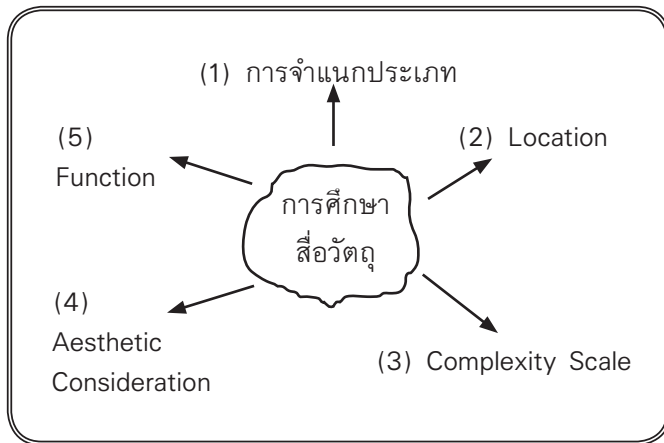
และหากใช้ทัศนคติแบบที่สองนี้ การประเมินคุณค่าของหัตถกรรม (craft) และศิลปหัตถกรรม (Folk Art) ก็จะเริ่มแตกต่างกันน้อยลง เช่น ในขณะที่พระพุทธรูปก็จะงดงามไปอย่างหนึ่ง กระบุง/ตระกร้าก็จะมี ความงดงามไปอีกแบบหนึ่ง

นอกจากนั้น ก็ยังมีอีกทัศนคติที่นำเอาแนวคิดเรื่อง “อำนาจ” (power) เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์เรื่องการจัดจำแนกประเภท โดยมีข้อเสนอว่า ความคิดเรื่องการจัดจำแนกแยกหัตถกรรมและศิลปหัตถกรรม ออกจากกันนั้นเพิ่งจะมาเกิดขึ้นในยุคสมัยใหม่ (Modern society) โดยผู้ที่ ดำเนินการดังกล่าวก็คือ รัฐในประเทศตะวันตกที่เริ่มเข้าสู่ยุคการผลิต แบบอุตสาหกรรม/ทุนนิยม รัฐได้ดำเนินการแบ่งแยก “ศิลปหัตถกรรม” ออกจาก “หัตถกรรม” แล้วก็เข้าครอบงำกระบวนการผลิต กระบวนการ จัดเก็บวัตถุ/สิ่งของพื้นบ้านทั้งหลาย เช่น มีแต่รัฐเท่านั้นที่มีอำนาจในการ นำเอาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเข้ามาเก็บเอาไว้ในพิพิธภัณฑ์ (ซึ่งเป็นวัตถุ กรรมของรัฐยุคสมัยใหม่) เป็นต้น

สำหรับการเก็บรวบรวมและจัดจำแนกวัตถุ/สิ่งของพื้นบ้านนั้น ในแวดวงวิชาการจะเริ่มต้นจากกลุ่มนักวิชาการสายศิลปะพื้นบ้าน และ สายคติชนวิทยา (ในขณะที่สายมานุษยวิทยาจะเน้นสื่อพิธีกรรมพื้นบ้าน และสื่อการแสดงพื้นบ้านเช่น เพลง นิทาน มากกว่า) ดังนั้น เราจึงจะได้ เห็นวิธีการแบ่งประเภทวัตถุพื้นบ้านเช่นตัวอย่างของวิโรจน์ ศรีสุโร (2528) จำแนกประเภทของวัตถุที่เป็นศิลปกรรมพื้นบ้านออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. งานถัก-สาน-ทอ
2. งานจักสาน
3. เครื่องปั้นดินเผา
4. งานแกะสลัก
5. งานโลหะ
6. งานก่อสร้าง
7. งานเขียนภาพ

สำหรับ A.Berger (1992) ได้จำแนกประเภทของสื่อวัตถุทั้งแบบสมัยใหม่และพื้นบ้านออกเป็น 16 ประเภทดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และได้นำเสนอต่อไปว่า หลังจากจำแนกประเภทแล้ว เกณฑ์ที่จะใช้ในการศึกษาวิเคราะห์โดยทั่วไปน่าจะมีอะไรบ้างดังนี้



ภาพที่ 5: กรอบทั่วไปของการศึกษาวัตถุ/สิ่งของ

(1) การจำแนกประเภท (General Categories) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า Berger ได้แบ่งประเภทของวัตถุ/สิ่งของซึ่งอยู่ในโลกสมัยใหม่ ออกเป็น 16 ประเภท ซึ่งหากนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาสื่อวัตถุพื้นบ้าน ก็อาจจะมีบางประเภทที่ไม่ปรากฏ เช่น อุปกรณ์เครื่องไฟฟ้า แต่ก็อาจจะมีประเภทอื่นๆของสื่อวัตถุพื้นบ้านที่เพิ่มเติมเข้ามา เช่น เครื่องเช่นสังเวย (น่าสังเกตว่า วัตถุ/สิ่งของในงานศึกษาของ Berger นั้นมักจะเป็นสิ่งของทางโลกมากกว่าสิ่งของที่ใช้ในพิธีกรรมศาสนา)

(2) สถานที่ของวัตถุ/สิ่งของ (Locations of objects) สำหรับเกณฑ์การวิเคราะห์ Berger ได้นำเสนอให้ศึกษา “พื้นที่/สถานที่” ของวัตถุ/สิ่งของเอาไว้ในหลายแง่มุม เริ่มตั้งแต่คำถามที่ว่า เราจะพบวัตถุสิ่งของนั้นได้ที่ไหน และเวลาใช้จะอยู่ที่ไหน (เนื่องจากวัตถุ/สิ่งของนั้น

จะมีมิติของเวลา/สถานที่ผูกติดอยู่เสมอ เช่น เราไม่น่าจะพบครกตำน้ำพริกในห้องนอน เป็นต้น)

เนื่องจากพื้นที่/เวลาเป็นตัวแปรที่มีความหมายบางอย่างอยู่ข้างหลัง ดังนั้น นอกจากเราจะตอบคำถามว่า วัตถุ/สิ่งของนั้นวางอยู่ที่ไหนแล้ว เรายังสามารถจะใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ต่อไปได้ว่า พื้นที่ดังกล่าวนั้นเป็นพื้นที่ส่วนตัว/พื้นที่สาธารณะ (private/public) เป็นพื้นที่ปกติ/พื้นที่พิเศษ เป็นต้น

(3) **ลักษณะความซับซ้อน (Complexity Scale)** สื่อวัตถุทั้งหลายจะมีขอบเขตตั้งแต่วัตถุที่สร้างขึ้นแบบง่ายๆไม่ซับซ้อน เช่น กระจวยตักน้ำ ไปจนกระทั่งถึงวัสดุที่เกิดจากการประกอบชิ้นส่วนหลายๆชิ้นเข้าด้วยกันอย่างซับซ้อน เช่น เรือไทย ในการวิเคราะห์ประเด็นเรื่องความซับซ้อนจึงเป็นมิติหนึ่งในการพิจารณา แม้แต่วัตถุประเภทเดียวกัน เช่น หม้อดินก็ยังมีระดับความซับซ้อนในการผลิตไม่เท่ากัน ตั้งแต่หม้อดินที่ไม่ได้เผา เผาแต่ไม่ได้เคลือบ จนกระทั่งถึงหม้อดินที่เผาและเคลือบ

(4) **การศึกษาเชิงสุนทรียะ (Aesthetic considerations)** เนื่องจากคำนิยามของคำว่า “วัตถุ/สิ่งของ” ที่ในภาษาอังกฤษเขียนว่า “Artifact” อันบ่งบอกความหมายว่าเป็นผลงานที่สำเร็จด้วยฝีมือเชิงช่างของมนุษย์ (workmanship) ดังนั้น ในวัตถุ/สิ่งของทุกชิ้นจึงย่อมมีมิติแห่งความสวยงาม/สุนทรียะบรรจุอยู่อาจจะมากหรือน้อยตามความตั้งใจหรือความสามารถของผู้ประดิษฐ์ การศึกษาวัตถุ/สิ่งของในแง่สุนทรียะจึงเป็นมิติที่พบเห็นได้ง่ายและบ่อยที่สุด คำถามย่อยๆต่อไปนี้เป็นตัวอย่างที่ใช้ในการพิจารณามิติเชิงสุนทรียะของวัตถุ/สิ่งของ

- (ก) ขนาดของวัตถุ/สิ่งของนั้นเป็นเท่าไร และขนาดดังกล่าวมีผลกระทบต่อผู้คน
- (ข) รูปทรงของวัตถุนั้นเป็นอย่างไร น่าดูชมหรือไม่ ดูเทอะทะหรือลงตัว
- (ค) มีสีอะไร สีที่ใช้ขึ้นนั้นเกี่ยวข้องกับสไตล์ การออกแบบ รสนิยม หรือชนชั้นทางสังคมอย่างไร

- (ง) การออกแบบวัตถุนั้นเป็นอย่างไร เป็นการออกแบบตามที่นิยมในยุคสมัยนั้นๆหรือไม่ รูปแบบของการออกแบบสัมพันธ์กับหน้าที่การใช้ประโยชน์หรือไม่ การออกแบบนั้นบ่งบอกถึงกลุ่มผู้ผลิต/หรือผู้ใช้วัตถุนั้นอย่างไร
- (จ) ใช้วัสดุอะไรในการผลิต ราคาของวัสดุเป็นอย่างไร วัสดุที่นำมาใช้เป็นไปเพื่อการใช้งานหรือเพียงเพื่อการประดับประดาตกแต่ง
- (ฉ) “สไตล์” ของวัตถุนั้นเป็นอย่างไร สไตล์นั้นเกี่ยวข้องกับวัตถุดิบอื่น ๆ อย่างไร เป็นสไตล์แบบเรียบง่าย หรือซับซ้อน

(5) บทบาทหน้าที่หรือการใช้ประโยชน์จากวัตถุนั้น (Function of objects) เราอาจถามคำถามแรกว่า วัตถุนั้นมีไว้เพื่อการใช้ประโยชน์ระดับบุคคลหรือระดับสังคม มีวัตถุนั้นๆที่ใช้ประโยชน์เหมือนกันไหม วัตถุนั้นผลิตขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่แทนวัตถุอื่นๆหรือเปล่า วัตถุนั้นมีความสำคัญมากน้อยเพียงใดต่อชีวิตผู้คน/สังคมนั้นๆ และท้ายที่สุดก็คือ วัตถุนั้นมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องเพศสภาวะ (gender) เชื้อชาติ ชนชาติ สถานะทางเศรษฐกิจ-สังคม-การศึกษา หรือไม่ อย่างไร

### 3.5 ความหมายและความสำคัญของวัฒนธรรมด้านวัตถุตามกระบวนทัศน์ใหม่

เนื่องจากแวดวงวิชาการที่ศึกษาสื่อวัตถุนั้นได้เริ่มต้นกันมาอย่างยาวนานแล้ว และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สาขาวิชาที่เปิดตัวให้ความสนใจศึกษาวัตถุ/สิ่งของ/เครื่องใช้ มักจะเกิดอยู่ในสาขาวิชาคติชนวิทยา โบราณคดี และมานุษยวิทยา ซึ่งในสาขาวิชาเหล่านี้จะพิจารณาความหมายและความสำคัญของสื่อวัตถุใน 3-4 แง่มุมที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ เป็นเครื่องยังชีพของมนุษย์ ทำหน้าที่จรรโลงจิตใจ และทำหน้าที่เกี่ยวกับคติความเชื่อต่างๆ

และดังที่ได้กล่าวมาแล้วเช่นเดียวกันว่า ความสนใจในการศึกษาวัฒนธรรมด้านวัตถุ (Material culture) ได้หวนกลับมาใหม่ในช่วง 2

ทศวรรษที่ผ่านมา ในการหวนกลับมาครั้งนี้มีการปรับเปลี่ยนหรือมีจุดเน้นหนักที่แตกต่างไปจากเพื่อนพ้องที่เคยศึกษามาในอดีตหลายประการ เช่น แปรเปลี่ยนความสนใจจากวัตถุในยุคก่อนสังคมอุตสาหกรรมมาเป็นสนใจวัตถุที่กำลังใช้อยู่ในยุคปัจจุบัน เปลี่ยนจุดเน้นหนักจากขั้นตอนการผลิต/ผู้ผลิตวัตถุ (production/producer) มาเป็นให้ความสนใจกับขั้นตอนของการบริโภค/ผู้บริโภค (consumption/consumer) เป็นต้น และในท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายนี้ แง่มุมหนึ่งที่เปลี่ยนไปก็คือ การพิจารณาความหมายและความสำคัญของวัตถุจาก 3-4 แง่มุมที่เคยใช้เป็นแนวทางในการศึกษา นักวิชาการที่ศึกษาสื่อวัตถุด้วยกระบวนทัศน์ใหม่ เช่น ทัศนะของ I.Woodward (2007) จะมองเห็นความหมายของวัตถุ/สิ่งของในโลกปัจจุบัน ดังนี้

(1) วัตถุ/สิ่งของทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายเชิงสังคม (objects as social markers) นักวิชาการรุ่นใหม่ ๆ เช่น P.Bourdieu (1984) ได้ให้ข้อเสนอว่า รสนิยม (taste) ซึ่งหมายถึงวิธีการเลือกใช้วัตถุเชิงสุนทรีย์ะนั้นมีบทบาทสำคัญในการผลิตซึ่งความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม (Role of Aesthetic choice-taste-in reproducing social inequality) เขาเริ่มต้นตั้งแต่การปฏิเสธข้อเสนอของ I.Kant ที่ว่า การตัดสินรสนิยมนั้นเป็นเรื่องภาวะวิสัยและสัมบูรณ์ (objective and absolute) กล่าวคือ บางอย่างที่ว่าดีและงามนั้นมีเกณฑ์ที่แน่นอนที่ใช้ตัดสินได้ หากแต่ Bourdieu เสนอว่า มีแต่ชนชั้นที่มีอำนาจเท่านั้นที่สามารถจะครอบครองเป็นเจ้าของ “วัตถุที่ (ถูกระบุว่า) มีรสนิยมสูง/ดี” และนอกจากนั้น ชนชั้นนี้ก็ยังมีอำนาจที่จะเป็นผู้กำหนดว่า อะไรที่เรียกว่า “มีรสนิยมสูงและดี” (highbrow taste) อะไรที่เรียกว่า “รสนิยมต่ำ” (lowbrow culture) ตัวอย่างเช่น การเดินร่ำไปด้วยปลายเท้า (บัลเล่ต์) ถูกกำหนดว่า มีรสนิยมสูงกว่าการเดินร่ำอย่างเต็มเท้า (แบบบอลรูม) หรือการเดินร่ำด้วยปลายมือ (แบบ B-boy) และเกณฑ์การตัดสินรสนิยมดังกล่าวจะถูกจัดวางเอาไว้ในโครงสร้างของคนแต่ละกลุ่มสังคม การเรียนรู้เรื่องการมีรสนิยมนี้ถูก

ถ่ายทอดโดยฝังอยู่ในวิธีการใช้ร่างกาย (body) วิธีการนำเสนอตัวเอง (self-presentation) และการวางท่าทางการแสดงออก (performance) เช่น การขีดหน้าจะต้องเป็นรสนิยมของชนชั้นสูงอย่างแน่นอน เป็นต้น

ดังนั้น หากสรุปอย่างง่ายก็คือ โดยเนื้อแท้แล้ว Bourdieu ไม่คิดว่าจะมีวัตถุ/สิ่งของใดที่มีรสนิยมสูงและต่ำในตัวเอง แต่เมื่อใดที่ชนชั้นที่มีอำนาจมากเข้ามาครอบครองหรือใช้วัตถุ/สิ่งของใด สิ่งของนั้นก็กลายเป็นของที่มีรสนิยมสูงไป ด้วยเหตุนี้ รสนิยมจึงทำหน้าที่เป็นกลไกรักษาความแตกต่างทางชนชั้นเอาไว้ และ Woodward เสริมว่าอันที่จริง สิ่งที่สำคัญไม่ได้อยู่ตรง “ตัววัตถุ/สิ่งของ” หากทว่าอยู่ที่ “เนื้อหาที่พูดถึงวัตถุนั้นๆ หรือเรื่องเล่าเกี่ยวกับวัตถุนั้นๆ” เราจึงเห็นได้ว่าการสื่อสารได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องรสนิยม ฉะนั้น เมื่อเวลาทำการวิเคราะห์วัตถุ/สิ่งของและการเล่าเรื่อง เราจึงต้องไม่หยุดอยู่เพียงแค่การตอบคำถามว่า “มีเรื่องเล่าอะไร” (what) แต่จะต้องเจาะลึกถามต่อไปว่า “ทำไมจึงมีเรื่องเล่าเช่นนั้น” (why) และ “มีวิธีเล่าอย่างไร” (how)

(2) วัตถุ/สิ่งของเป็นเครื่องหมายแสดงอัตลักษณ์ (objects as markers of identity) I.Woodward (2007) อธิบายความสำคัญของวัตถุ/สิ่งของในโลกปัจจุบันในแง่มุมมองที่สองว่า มีความต่อเนื่องมาจากคุณลักษณะแรกที่ว่าวัตถุ/สิ่งของทำหน้าที่เป็นตัวบ่งบอกรสนิยมของผู้คน เขากล่าวว่า หลังจากที่ผู้คนได้ “เลือกที่จะมีรสนิยมในการเสพวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง” (ซึ่งสื่อแสดงถึงรสนิยมของเขาแล้ว) ก็จำเป็นต้องมี “การหาเหตุผลประกอบการตัดสินใจเลือก” นั้น (justification) ซึ่งทำให้ความหมายของสิ่งของนั้นเป็นเครื่องแสดง “อัตลักษณ์” ของเจ้าของวัตถุนั้น เนื่องจาก “อัตลักษณ์” เป็นนามธรรม เมื่อจะรู้จักได้ก็ต้องแสดงออกผ่านรูปธรรมคือเครื่องหมายแสดง เช่น ภาษา อากัปกิริยา และวัตถุ/เครื่องใช้ ปัจจุบันความสนใจเรื่องบทบาทหน้าที่ของวัตถุ/สิ่งของในฐานะเครื่องหมายแสดงอัตลักษณ์กำลังเป็นที่สนใจอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มที่ศึกษาเรื่อง “กลุ่มวัฒนธรรมย่อย” (subculture) ที่ใช้วัตถุ/สิ่งของไม่ว่าจะเป็นเครื่องแต่งกาย ผลงานสื่อมวลชน ยานพาหนะ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ฯลฯ

เป็นเครื่องหมายบ่งบอกอัตลักษณ์ของตนเองที่แตกต่างไปจากคนในกลุ่มวัฒนธรรมใหญ่ทั่วไป

(3) **วัตถุ/สิ่งของเป็นพื้นที่แห่งอำนาจเชิงวัฒนธรรม-การเมือง (objects as sites of cultural and political power)** ทศณะนี้เกิดจากข้อเสนอของกลุ่มนักทฤษฎีที่ชื่อกลุ่ม Actant-Network Theory ที่อธิบายว่า การสร้าง/ผลิตวัตถุนั้นจะถูกดำเนินการภายใต้รูปแบบความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่มีลักษณะเฉพาะๆ เช่น รูปแบบความสัมพันธ์ที่ระบุว่าใครจะเป็นคนผลิต ผลิตเสร็จแล้วใครจะครอบครองเป็นเจ้าของ ใครจะเป็นผู้ได้ใช้ ฯลฯ (ตัวอย่างเช่น ในสังคมไทยโบราณ งานช่างเป็นงานที่คนไทยที่มีฐานะหรือเป็นชนชั้นสูงจะไม่กระทำหรือไม่ใช้เลื่อยซิป พวกเขาอาจจะป็นหัวหน้า หรือทำแบบสมัครเล่น แต่จะไม่ลงมือทำงานหรือหาเลื่อยซิปด้วยการเป็นช่างเอง แต่ทว่า หลังจากทำงานผลิตเสร็จแล้วพวกเขาจะได้ครอบครองเป็นเจ้าของและเป็นผู้ใช้) และหลังจากที่วัตถุนั้นได้ผลิตมาแล้ว วัตถุนั้นก็จะกลับไปประกอบสร้าง/อำรงรักษาความสัมพันธ์นั้นให้สืบทอดต่อไป

ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2550) กล่าวอ้างงานศึกษาของนักประวัติศาสตร์สังคมแบบ Peter Bruke ที่ชี้ให้เห็นว่าพระเจ้าหลุยส์ที่สิบสี่แห่งราชสำนักฝรั่งเศสที่ทรงพลาญภาพอย่างมหาศาล ได้แสดงศักดาบารมีของพระองค์ผ่านสิ่งของเครื่องใช้ที่หรูหราฟุ่มเฟือยต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านผลงานศิลปะที่ทรงคุณค่า (มรดกที่ยังตกทอดมาถึงปัจจุบันก็คือเครื่องเรือนตกแต่งบ้านแบบพระเจ้าหลุยส์ที่ 14) หรือตัวอย่างของสังคมก่อนสมัยใหม่เช่นสังคมโบราณ จะมีกฎหมายควบคุมการบริโภคให้ชนชั้นสูงเท่านั้นที่สามารถบริโภคสิ่งของหรูหราฟุ่มเฟือยได้ (ที่เรียกว่า Sump-tuary Law) ชนชั้นล่างแม้จะมีเงินทองก็ไม่สามารถบริโภคได้ (เช่น สังคมไทยในอดีตจะห้ามคนธรรมดาใช้สีทองซึ่งเป็นสีของกษัตริย์เท่านั้น) โดยกฎหมายนี้มีไว้เพื่อตอกย้ำถึงความแตกต่างทางชนชั้น ดังนั้น แต่ละชนชั้นจึงต้องครอบครองวัตถุหรือข้าวของเครื่องใช้ที่เหมาะสมกับฐานะของตัวเอง เช่น ในประเทศจีนที่มีการสร้างหลุมฝังศพให้สอดคล้องกับสถานะทาง

ชนชั้น ด้วยเหตุนี้ วัตถุแต่ละชนิดจึงเป็นพื้นที่แสดงระดับชั้นต่างๆของอำนาจในสังคม นับตั้งแต่อดีตที่ว่า ผ่าทอยกดอกที่เป็นใหม่ (ชนชั้นเจ้านายเท่านั้นที่จะนั่งได้) มาจนกระทั่งถึงรถยนต์ยี่ห้อต่างๆในปัจจุบัน

#### 4. หน่วยในการศึกษาและแนวทางการเข้าสู่การศึกษา (Unit and Approach of Analysis)

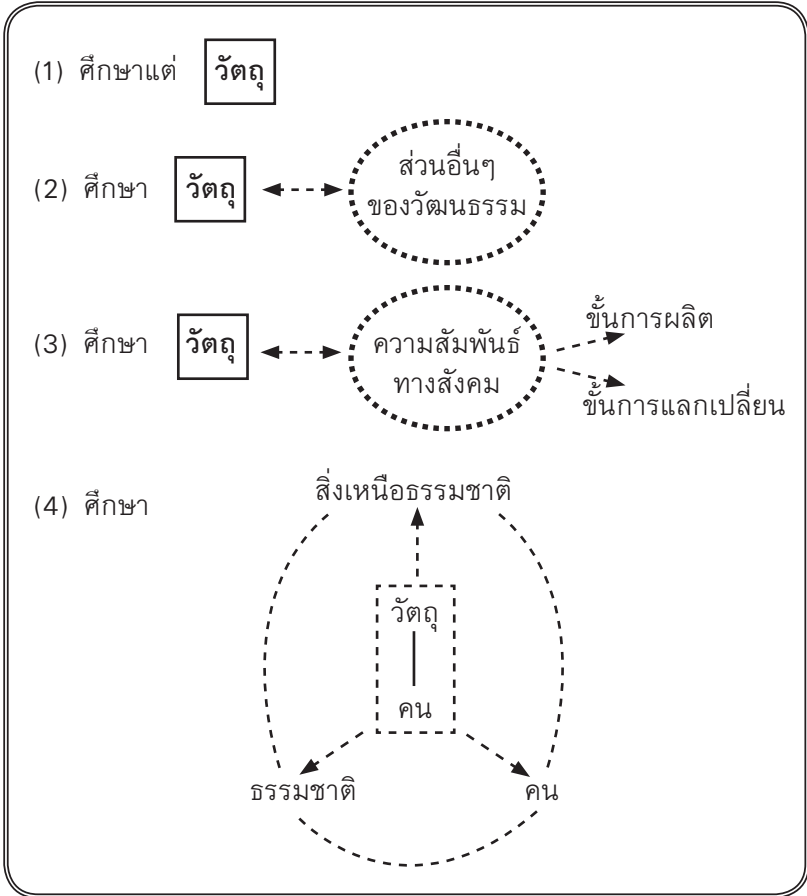
ในการจัดแบ่งประเภทของการศึกษาสื่อวัตถุนั้น นอกจากจะจัดแบ่งด้วยเกณฑ์ของสาขาวิชา (ดังที่ได้เกริ่นมาบ้างแล้ว) ยังสามารถจัดแบ่งตามสำนักคิด (School of Thought) ที่จะได้กล่าวถึงต่อไป ในขั้นแรกนี้ จะขอเสนอแนวทางการเข้าสู่การศึกษาสื่อวัตถุตามข้อเสนอของ Craig Gilborn (อ้างใน A.Berger, 1992) ซึ่งแบ่งไว้เป็น 3 วิธีการคือ

- (i) การพรรณนา (description)
- (ii) การจัดจำแนกประเภท (classification)
- (iii) การตีความ (interpretation)

และ Gilborn ยังระบุว่า แต่ละสาขาวิชาการก็จะเน้นหนักวิธีการทั้งสามนี้แตกต่างกันไป I.Woodward (2007) ระบุว่า “สำหรับสาขาวิชามานุษยวิทยายุคแรกๆที่อยู่ภายใต้แนวคิดของสำนักวิวัฒนาการนิยม (Evolutionism) นักวิชาการชาวตะวันตกมักจะศึกษาวัตถุ/สิ่งของของชุมชนโบราณโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมแล้วนำมาจัดจำแนกประเภท จากนั้นก็พรรณนารายละเอียดของสิ่งของ/วัตถุแต่ละอย่าง ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาแบบที่ 1 และแบบที่ 2 ในขั้นต่อมาจึงได้เริ่มมีการ “ตีความ” วัตถุ/สิ่งของว่าเป็นเครื่องสะท้อนสภาพของสังคมที่เกิดวัตถุ/สิ่งของนั้นขึ้นมา (Reflection Theory) หรือเป็นเครื่องสะท้อนโครงสร้างวิธีคิดของคนในสังคม (mentality) (Structuralism)

ในที่นี้ผู้เขียนจะขอเสนอแนวทางการศึกษาสื่อวัตถุโดยใช้เรื่อง **หน่วยที่ศึกษา** (unit of analysis) เป็นเกณฑ์ โดยอาจจะบวกผสมกับวิธีการศึกษาทั้ง 3 ประเภทที่ Gilborn ได้ระบุไว้ หากจัดแบ่งวิธีการศึกษาวัตถุ/

สิ่งของตามหน่วยที่ศึกษาแล้ว เราอาจจะจัดแบ่งได้อย่างน้อยเป็น 4 หน่วย ดังนี้



ภาพที่ 6: หน่วยต่างๆของการศึกษาวัตถุ/สิ่งของ

(4.1) การมองวัตถุ/สิ่งของเป็นหน่วยของการศึกษา ซึ่งอาจจะมองวัตถุ/สิ่งของในแง่ “ผลผลิต” แล้วก็พรรณนาคุณลักษณะต่างๆของวัตถุ/สิ่งของนั้น (ตามแนวทาง 6-7 ข้อที่ A.Berger ได้เสนอเอาไว้ข้างหน้า)

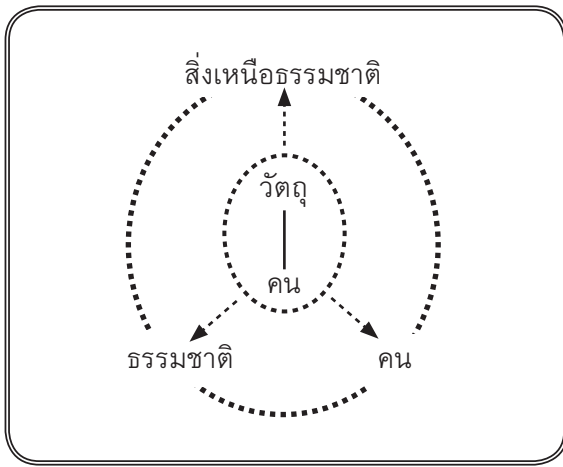
หรืออาจจะพรรณนา “กระบวนการผลิต” วัตถุ/สิ่งของนั้นว่าทำได้อย่างไร เช่น บรรยายวัสดุอุปกรณ์/เครื่องมือ/วัตถุดิบ และกระบวนการผลิตวัตถุดิบ งานศึกษาสื่อวัตถุพื้นบ้านของไทยเท่าที่ผ่านมาจะใช้หน่วยการศึกษาแบบนี้ค่อนข้างมาก

(4.2) การมองวัตถุ/สิ่งของที่สัมพันธ์กับส่วนเสี้ยวอื่นๆของวัฒนธรรม เป็นงานศึกษาที่ขยายหน่วยการศึกษาจากตัววัตถุ/สิ่งของออกไปสู่หน่วยที่เป็นส่วนเสี้ยวอื่นๆของวัฒนธรรม เช่น เทคนิควิทยา ภาษา ฯลฯ ตัวอย่างเช่น ข้อเสนอของเสฐียรโกเศศ (2524) ที่กล่าวว่า วัตถุนั้นเป็นที่ฝังตัวของเทคนิควิทยาของชนกลุ่มนั้นๆ ดังนั้น หากเราวิเคราะห์มิติเชิงเทคนิควิทยาในตัววัตถุก็จะเข้าใจพัฒนาการของสังคมนั้นๆ หรือวัตถุ/สิ่งของมักจะสัมพันธ์หรือเป็นตัวให้กำเนิดกับมิติด้านภาษาในวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น ในสังคมที่หนาวเย็นแถบขั้วโลกซึ่งชาวเอสกิโมอาศัยอยู่ ชาวเอสกิโมจำเป็นต้องเก็บตุนอาหารเอาไว้กินในฤดูที่หนาวจัดจนล่าสัตว์ไม่ได้ อาหารที่เก็บเอาไว้อย่างยาวนานย่อมเน่าเหม็นและมีระดับการเน่าเหม็นที่แปรไปตามระยะเวลาที่เก็บ ในภาษาเอสกิโมจึงมีคำว่า “เหม็น” อยู่ถึง 40 คำ เป็นต้น

(4.3) การมองวัตถุ/สิ่งของที่เชื่อมโยงกับ “ความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คน” (social relation) แนวทางนี้จะขยายหน่วยของการศึกษาจากตัววัตถุ/สิ่งของ และขยายเชื่อมโยงมาถึงความสัมพันธ์ทางสังคม แนวทางนี้มีนักวิชาการจากหลายสำนักคิดนำมาใช้ ตัวอย่างเช่น Karl Marx สนใจความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุกับความสัมพันธ์ทางสังคมในช่วงขั้นตอนของการผลิต (production stage) ในขณะที่นักมานุษยวิทยา เช่น M.Mauss สนใจความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุกับความสัมพันธ์ทางสังคมในขั้นตอนการแลกเปลี่ยน (exchange stage) ที่อยู่ในงานวิเคราะห์เรื่อง “ของขวัญ” (Gift) เป็นต้น ในกรณีของไทยก็เช่น งานศึกษาของสุริยา สมุทคุปต์ และคณะ (2537) ที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุคือผืนผ้า กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงรุ่นต่างๆที่เข้ามาสัมพันธ์กันใน

กระบวนการผลิต ทั้งความสัมพันธ์ในแบบดั้งเดิม เช่น การสอนเทคนิคการทอผ้าจากแม่สู่ลูกสาว และความสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่คือการรวมกลุ่มทอผ้าของกลุ่มแม่บ้านชาวอีสานในปัจจุบัน

(4.4) การมองวัตถุ/สิ่งของที่เชื่อมโยงกับหน่วยการวิเคราะห์ที่หลากหลาย ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง คน-วัตถุ-ธรรมชาติ-คน-สิ่งเหนือธรรมชาติ (ความเชื่อ)



ภาพที่ 7: ความสัมพันธ์หลายด้านของวัตถุกับสิ่งอื่นๆ

ตัวอย่างของงานศึกษาที่แสดงให้เห็นมิติความสัมพันธ์ระหว่างสื่อวัตถุพื้นบ้านกับมิติที่หลากหลายก็เช่น งานศึกษากลองสะบัดไชยของสุวัฒน์ ญานะโค และกาญจนา แก้วเทพ (2549) ที่พบว่า สำหรับวัตถุพื้นบ้านที่เป็น “กลองสะบัดไชย” นั้น ก็เริ่มตั้งแต่ความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุกับธรรมชาติ คือการเลือกไม้ที่มากำกอลง ต้องตัดไม้อย่างไรไม่ให้ทำลายระบบนิเวศน์ จากนั้นก็เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนผ่านวัตถุ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับศิษย์ในการสอนตีกลอง ซึ่งจะผ่านพิธีกรรมการไหว้ครูและการปลดขันตั้งครู (เมื่อเรียนจบ) ส่วนความสัมพันธ์

ระหว่างวัตถุกับสิ่งเหนือธรรมชาตินั้น ก็เช่น ความเชื่อที่ว่ากลองที่ทำนั้น ต้องมีหัวใจกลองซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เสียงกลองนั้นสามารถอัญเชิญเทวดามาชุมนุมได้ เป็นต้น

## 5. กระบวนการทางสังคมของสื่อวัตถุ: จากต้นทางสู่ปลายทาง

งานศึกษาวัฒนธรรมโดยทั่วไป หรืองานศึกษาสื่อวัตถุโดยเฉพาะ สามารถจะจำแนกวิธีการศึกษาได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

(1) การพิจารณาวัฒนธรรมหรือตัววัตถุว่าเป็น “ผลผลิต” (product) เช่น สนใจเครื่องแต่งกาย เครื่องดนตรี เครื่องมือเครื่องใช้ อาหาร บ้านเรือน ยารักษาโรค ฯลฯ วิธีการศึกษาแบบนี้มักจะเก็บรวบรวม ใช้วิธีการบรรยาย/พรรณนาคุณลักษณะของวัฒนธรรม/วัตถุ จัดจำแนกประเภท ฯลฯ

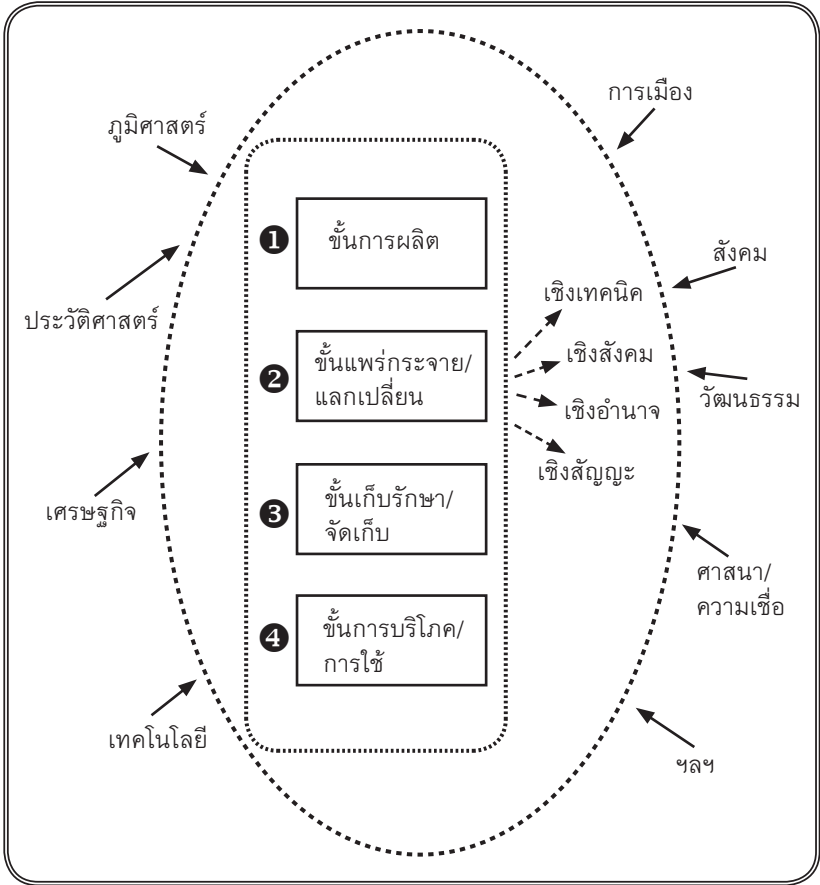
(2) การพิจารณาวัฒนธรรมหรือตัววัตถุว่าเป็น “กระบวนการ” (process) แนวทางนี้จะถอยหลังกลับมาดูเบื้องหลังของ “ผลผลิตทางวัฒนธรรม/วัตถุ” ขึ้นหนึ่งๆว่า มีกระบวนการผลิตมาอย่างไร มีกระบวนการแพร่กระจาย มาจนถึงกระบวนการเสพ/ใช้/บริโภค อย่างไร

สำหรับวิธีศึกษาทั้ง 2 แบบนี้ หากมองแบบยอมรับความแตกต่างโดยปริยาย ก็จะได้ข้อสรุปเพียงว่า ทั้ง 2 วิธีการนั้นมีกระบวนการและท่าทีในการศึกษาที่แตกต่างกันเท่านั้น แต่หากใช้ทัศนะเชิงวิพากษ์เช่นทัศนะของKarl Marx ที่วิจารณ์ว่า ในสังคมที่มีการเอาวัดเอาเปรียบกัน ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันนั้น ผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมมักจะถูกติดตั้งวิธีการรับรู้สิ่งของวัตถุให้มองเห็นแต่ “ตัวผลผลิต” แต่มองไม่เห็น “กระบวนการผลิตที่อยู่เบื้องหลัง” มองไม่เห็น “ตัวผู้ผลิตหรือแรงงานที่ใส่เข้าไป” เป็นต้น Marx เรียกปรากฏการณ์ที่มนุษย์เราถูกมันมายาของสังคมบดบังทำให้มองเห็นแต่ “ตัววัตถุ” แต่มองไม่เห็น “ที่มา/กระบวนการผลิต/แรงงานที่ผลิตวัตถุ” นี้ว่า Reification ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวมีผลต่อเรื่องการรับรู้ “วัตถุ/สิ่งของ” ของผู้คนอย่างมาก เช่น รับรู้ว่าการเกิดขึ้น

ของวัตถุ/สิ่งของนั้นเกิดมาจาก “เงินทุน/เครื่องจักร” มิใช่ “แรงงานมนุษย์” ทำให้มองไม่เห็น “ความสำคัญของแรงงาน” (ไม่เห็นคุณค่า - appreciation) และต่อเนื่องมาถึง “การมองไม่เห็นความสำคัญของผู้ใช้แรงงาน” และสำหรับสื่อวัตถุพื้นบ้านที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้นว่า มีลักษณะดูเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ดูเสมือนว่าทำได้ง่ายๆ ก็ยิ่งทำให้เกิดปรากฏการณ์ Reification ได้ง่ายยิ่งขึ้น

(ด้วยเหตุนี้ ในภาคปฏิบัติการของโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) จึงได้แก้ไขปรากฏการณ์ reification ด้วยการเคลื่อนย้ายเด็ก/เยาวชนซึ่งมีฐานะเป็นเพียงผู้เสพ/ผู้ใช้วัตถุให้เปลี่ยนที่ยืนมาเป็นผู้สร้าง/ผู้ผลิต เพื่อสร้างความตระหนักและการเห็นคุณค่าของแรงงานเมื่อตนเองต้องเดินผ่านกระบวนการผลิตด้วยตัวเอง (กลยุทธ์การทำงานดังกล่าว เรียกว่า production approach)

ในที่นี้ ผู้เขียนจะใช้วิธีการพิจารณาสื่อวัตถุในแบบที่สอง คือการพิจารณาสิ่งที่เรียกว่า “กระบวนการทางสังคมของสื่อวัตถุ” (social process of object) ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอนใหญ่ๆ ดังในภาพ



ภาพที่ 8: ขั้นตอนของกระบวนการทางสังคมของวัดตุ้สิ่งของ

จากในภาพ กระบวนการทางสังคมของวัดตุ้สิ่งหนึ่งๆตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางนั้น แบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอนใหญ่ๆคือ ขั้นตอนการผลิต (production) ขั้นตอนแพร่กระจาย (distribution) ขั้นตอนเก็บรักษา/จัดเก็บ (Maintenance) และขั้นตอนบริโภค/การใช้ (consumption) โดยที่ในระหว่าง 4 ขั้นตอนนี้ อาจจะแบ่งวิธีการศึกษาแบบย่อยๆ ได้เป็นอีกหลายมิติ เช่น

- มิติเชิงเทคนิค (technical dimension)
- มิติเชิงสังคม/ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (social/power relation)
- มิติเชิงสัญลักษณ์/ความหมาย (symbolic dimension)

และเนื่องจากขั้นตอนทั้ง 4 นี้เป็นกระบวนการทางสังคมของวัตถุ/สิ่งของ ดังนั้นจึงมีปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองสังคม วัฒนธรรม ศาสนา/ความเชื่อ เป็นต้น

นอกจากนั้น ยังมีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับจุดสนใจ (Focus of study) ที่แวดวงวิชาการได้ปรับเปลี่ยนไปจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้วว่า ในอดีตนั้น การศึกษาวัตถุ/สิ่งของจะให้ความสนใจกับขั้นตอนแรกคือ **ขั้นตอนของการผลิต** เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นงานศึกษาด้านโบราณคดี มานุษยวิทยา คติชนวิทยา หรือแม้แต่สำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง แต่ในปัจจุบันนี้ กลุ่มนักวิชาการที่หวนกลับมาให้ความสนใจเรื่องวัฒนธรรมด้านวัตถุนับตั้งแต่ทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา จะเปลี่ยนจุดเน้นของความสนใจมาที่การศึกษาขั้นตอนสุดท้ายคือ **ขั้นตอนของการบริโภค** มากกว่า

จากนี้ เราจะพิจารณาตัวอย่างรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการทางสังคมของวัตถุ/สิ่งของตามลำดับ ดังนี้

### (5.1) การศึกษาขั้นตอนการผลิตวัตถุ (production stage)

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในแต่ละขั้นตอนนี้เราจะพิจารณาแยกย่อยออกไปได้อีกหลายมิติ ในกรณีของขั้นตอนการผลิตนี้จะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงมิติทั้ง 3 คือ มิติเชิงเทคนิค มิติเชิงสังคม/ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และมิติเชิงสัญลักษณ์ ที่จะควบคู่กันไป อย่างไรก็ตาม สำหรับนักวิชาการแต่ละสาขา/แต่ละสำนักคิดก็อาจจะเลือกให้ความสนใจเน้นมิติใดมิติหนึ่ง

(5.1.1) การศึกษามิติเชิงเทคนิคของการผลิต สำหรับผู้ที่ใช้แนวทางศึกษาเช่นนี้มักจะใช้การรับรู้ “วัตถุว่าเป็นสิ่งของ” (material as

artifact/object) ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ส่วนวิธีการที่ใช้ศึกษานั้นมักจะ  
ใช้การพรรณนาลักษณะ/กระบวนการ/ขั้นตอนของการผลิตในเชิงเทคนิค  
วิทยา ตัวอย่างเช่น งานศึกษาเรื่องการทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านสั้งหม้อ  
จ.สงขลา ของสุภาภรณ์ อินทองคง (2528) ที่ได้บรรยายกรรมวิธี/อุปกรณ์/  
เทคนิคการผลิตการทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านสั้งหม้อ ดังนี้

ผู้วิจัยเลือกศึกษาต้นแบบของการผลิตเนื่องจากมีข้อสังเกตว่า กระบวนการ  
นั้นมีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก จากนั้นก็ระบุวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในแต่ละ  
ขั้นตอนคือ

1. **ขั้นเตรียมดิน:** กิจกรรรมคือการนวดดิน/ผสมดิน ก่อน  
นำมาขึ้นรูป ขั้นตอนนี้จะใช้แรงงานคน อุปกรณ์ที่ใช้คือ จอบ เสียม

2. **ขั้นการผสมดิน:** จะใช้การประมาณการ ใช้สายตาคาดคะเนเอาเอง

3. **การขึ้นรูป:** ขึ้นรูปโดยใช้แป้นหมุนชนิดมือหมุนทั้งหมด (ผู้วิจัยสังเกตว่าไม่มีการขึ้นรูปด้วยวิธีอื่นๆเลย)

4. **การตกแต่งรูปทรงและลวดลาย:** มีไม่มากนัก มีเพียงการขัดผิว ทำกัน ตีลาย ชีดลายและฉลุลาย

5. **การเผา:** จะใช้ฟืนเป็นเชื้อเพลิงทั้งหมด การกำหนดอุณหภูมิ จะไม่มีการใช้เครื่องมือวัด แต่จะใช้การสังเกตสีของเครื่องปั้นและสีของปล่องไฟ จึงต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้เผาเป็นหลัก

สำหรับการเผาเคลือบนั้น ในครั้งอดีตจะไม่มีเลย ปัจจุบันมีการทดลองเผาเคลือบบ้าง ส่วนเตาเผานั้นมี 3-4 ประเภทคือ เตากลมเตายืน เตาทาบ และเตานอน ขนาดกลางและขนาดเล็ก ความสามารถของเตาเผาใช้เผาดินได้อย่างเดียว

(5.1.2) การศึกษามิติเชิงสังคม/มิติความสัมพันธ์ระหว่าง  
มนุษย์ผู้ผลิตกับกระบวนการผลิต การศึกษาในมิติดังนี้อาจจะแยกออกได้  
เป็นอีก 2 แนวทางคือ

(ก) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ผู้ผลิตกับกระบวนการผลิต ในขณะที่ ในทัศนะของการผลิตเชิงเทคนิคนั้นจะมองว่า “คนเราเป็นผู้สร้าง/ผู้ผลิตวัตถุ” แต่ในมิติเชิงสังคมนี้จะมองย้อนกลับไปได้ว่า และใน “กระบวนการผลิตวัตถุ” นั้นเอง มนุษย์เราก็ได้สร้างตัวเองขึ้นมา” ดังเช่นข้อสรุปที่รวบรัดชัดเจนของชินสุภา นิลผึ้ง (2550) ที่ศึกษางานปูนปั้น จ.เพชรบุรีที่ว่า “คนปั้นปูน และปูนก็ปั้นคน” ด้วย โดยที่งานปูนปั้นนั้นมีขั้นตอนที่ต้องอาศัยความเพียรพยายามมานะอดทน เช่น ขั้นตอนการตำปูน การอดทนกับปูนที่กัดมือ ฉะนั้น ผลจากการผลิตปูนปั้น ก็สามารถปลุกปั้นให้ช่างปูนมีอุปนิสัยมานะอดทนเพียรพยายาม

และนอกเหนือจากแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตสามารถก่อร่างสร้าง “บุคลิกภาพ” เช่นอุปนิสัยของช่างปูนบันทึกกล่าวมานี้ ซึ่งอาศัยฐานวิธีคิดแบบ “กระบวนการอบรมบ่มเพาะ” (Socialization) แต่ทว่าเป็นการเรียนรู้ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากการเรียนการสอนในห้องเรียน เพราะเป็นการเรียนการสอนที่ไม่ได้ใช้ “ภาษาพูดอบรม” หากทว่าเป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียน “เอาร่างกายเข้าแลก/เรียนด้วยการลงมือกระทำ แล้วได้ข้อสรุปด้วยตนเอง” ซึ่งต่อมาแนวคิดดังกล่าวนี้จะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในกระบวนการทัศน์ใหม่ด้านสังคมศาสตร์ที่ให้ความสนใจกับประเด็นศึกษาใหม่ๆ เช่น ร่างกาย (body) จึงก่อให้เกิดความสนใจที่ว่า มนุษย์ที่อยู่กับกระบวนการผลิตวัตถุแบบใดแบบหนึ่ง จะซึมซับเอากระบวนการผลิตนั้นเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายของตน (embodiment) จนกลายเป็นความรู้ประเภทหนึ่งคือความรู้ที่ติดอยู่ในร่างกาย (embodied knowledge)

มีตัวอย่างงานของไทยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวคนกับวัตถุในกระบวนการผลิตโดยเฉพาะเน้น “ตัวคน” ในส่วนเสี้ยวของ “ร่างกายและการใช้ร่างกาย” วิภาส ปรัชญาภรณ์ (2544) ผู้วิจัยได้ทดลองเอาตัวเองเข้าไปฝึกการเป็นช่างไม้ทำเครื่องเรือน/เฟอร์นิเจอร์ นักวิจัยได้เรียนรู้ว่าวิธีการจับกบไสไม้ นั้น ช่างจะต้องตั้งมือจับกบให้ได้สมดุล และ

ต้องรู้จังหวะที่จะกดน้ำหนักมือลง มิฉะนั้นแล้วจะใส่ไม่ได้ไม่ตรง การใส่ไม้ให้ตรงต้องใช้เวลาลักษณะประมาณ 3 เดือน จึงจะทำให้ความรู้ในการใส่ไม้ซิมซาบเข้าไปบังคับการจัดวางร่างกาย (เช่นมือ) ได้ หรือในการตัดไม้ต้องบังคับให้หัวไหล่อยู่กับที่ มีเพียงข้อมือกับข้อศอกเท่านั้นที่เคลื่อนไหว ฉะนั้น การใช้คำในภาษาไทยที่ว่า “มีความรู้ติด(อยู่ใน)ตัว” นี้จึงเป็นความหมายที่ตรงไปตรงมาอย่างยิ่ง

(ข) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกันในกระบวนการผลิต K.Marx เป็นนักวิชาการท่านหนึ่งที่มีความสนใจเรื่องความสัมพันธ์เชิงสังคมของมนุษย์ในกระบวนการผลิต โดยได้กล่าวว่า ในโรงงานนั้นมีการบวนการผลิต 3 กระบวนการเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน กระบวนการแรกคือ การผลิตวัตถุดิบ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เรามักเห็นได้ง่าย กระบวนการที่สอง การผลิตตัวมนุษย์เอง ในระหว่างที่คนงานผลิตวัตถุดิบนั้น เขาก็ได้ผลิตตัวเองไปด้วยพร้อมๆ กัน ดังตัวอย่างงานช่างไม้ของ วิภาสปรัชญาภรณ์ (2544) ที่ได้กล่าวไปแล้ว หรือในงานเขียนของ Marx ก็ได้ระบุว่า คนงานจะต้องจัดร่างกายของเขาให้เข้ากับเครื่องจักร ไม่ว่าจะเป็ความเร็วของการใช้มือ จังหวะในการเดิน ทำอื่น ฯลฯ (อ้างใน T.Dant, 2005) และกระบวนการที่สามก็คือ การผลิตความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็ระหว่างคนงานกับเพื่อนคนงานด้วยกัน คนงานกับหัวหน้างาน คนงานกับเจ้าของโรงงาน เป็นต้น

ในงานศึกษาเรื่องช่างไม้ของวิภาสก็ได้แสดงให้เห็นมิติความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ที่เกิดขึ้นในท่ามกลางกระบวนการผลิตวัตถุดิบในหลายแง่มุม เช่น

- การจัดวางลำดับขั้นของผู้ผลิต ซึ่งอย่างน้อยก็แยกเป็น “ช่างรุ่นพี่” กับ “ช่างลูกมือ” ซึ่งแยกกันด้วยเกณฑ์บ่งชี้หลายๆอย่าง เช่น ความสามารถที่จะทำงานขั้นตอนต่างๆได้ เช่น ต้องใส่ไม้เป็น เข้าไม้เป็น เพลาะไม้เป็น ร้องค้ประคอบหลักๆของชิ้นส่วนของงาน ต้องอ่านแบบเป็น เป็นต้น หรืออาจจะแยกกันด้วยเกณฑ์การมีเครื่องมือเครื่องใช้ รวมทั้ง

มีกระบวนการยกระดับจากลำดับชั้นต่างๆ เช่น จากลูกมือเป็นช่าง และจากช่างเป็นผู้รับเหมา

- รูปแบบความสัมพันธ์ในการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งเป็นการถ่ายทอดจากช่างไปสู่ลูกมือด้วยวิธีการมาฝึกทำงานด้วยกัน หรือรูปแบบความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างช่างกับช่างด้วยกัน
- ลักษณะพิเศษของการจัดองค์กรของช่างไทย ผู้วิจัยพบว่า ช่างไม้ไทยที่ศึกษาไม่มีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมวิชาชีพ (guild) แบบช่างไม้ในโลกตะวันตก แต่ทว่าก็มีกฎเกณฑ์บางอย่างที่แม้จะไม่ระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แต่ก็มีกรถือปฏิบัติกัน โดยที่กฎเกณฑ์ดังกล่าวนั้นได้สะท้อนคุณค่าอะไรบางอย่าง เช่น กฎเกี่ยวกับการเปลี่ยนลูกพี่ของช่าง ลูกน้องของช่างไม้สมัยก่อนนั้น หากเป็นลูกน้องของใครก็จะเป็นเพียงคนเดียว จะไม่มีการเปลี่ยนไปเป็นลูกน้องคนอื่น ถ้าลูกน้องทำดังนั้นตัวอาจารย์จะเสียชื่อเสียง แต่หากลูกน้องจะยกระดับเป็นผู้รับเหมา ก็ไม่เป็นไร เป็นต้น

### (5.2) การศึกษาขั้นตอนการแพร่กระจายของวัตถุ/สิ่งของ

สำหรับแนวคิดเรื่องการแพร่กระจาย/ไหลเวียนของวัตถุนั้น ในระยะเริ่มแรกจะอยู่ภายใต้สำนักคิดสำนักหนึ่ง คือทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion) (ดู ยศ สันตสมบัติ, 2540) ที่อธิบายว่า วัฒนธรรมนั้นมีจุดกำเนิดที่ศูนย์กลางหนึ่งหรือหลายศูนย์กลางก่อน แล้วจึงแพร่กระจายออกไปยังที่อื่นๆ ตัวอย่างเช่น ศูนย์กลางของวัฒนธรรมที่อียิปต์ วัฒนธรรมที่แพร่กระจายออกไปนั้น มีทั้งวัฒนธรรมด้านความคิด/การปฏิบัติ (เช่น ประเพณี พิธีกรรม) และวัฒนธรรมด้านวัตถุ/สิ่งของซึ่งดูเหมือนจะแพร่กระจายได้ง่ายยิ่งกว่า

จากแนวคิดดังกล่าว นักมานุษยวิทยาเช่น M.Mauss ได้ศึกษาการแพร่กระจายซึ่งกันและกันของวัตถุ/สิ่งของในรูปแบบของ “การแลกเปลี่ยนของขวัญ” ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในหน่วยระหว่างชนเผ่าและระหว่างภายใน

ชนเผ่าเดียวกัน ผลจากการศึกษาได้ข้อค้นพบว่า การแลกเปลี่ยนของชาวนั้นทำหน้าที่มากมายหลายอย่าง เริ่มตั้งแต่การรักษาสถานภาพและอำนาจอันสูงส่งของผู้ให้ การรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน (reciprocity) ระหว่างผู้ให้-ผู้รับ การรักษาสมานฉันท์ภายในกลุ่ม เป็นต้น

เราอาจจะนำมิติทั้ง 3-4 มิติที่ใช้ในการศึกษาขั้นตอนการผลิตมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาขั้นตอนการแพร่กระจายได้เช่นกัน ดังนี้

(i) การศึกษามิติเชิงเทคนิคของการแพร่กระจาย เช่น การศึกษากลไกการทำงานของตลาด การศึกษาว่าตัวไหมและวิธีการเลี้ยงไหมซึ่งเป็นความลับของสังคมจีนแพร่กระจายออกไปสู่สังคมอื่นๆได้อย่างไร

(ii) การศึกษามิติเชิงสังคมของการแพร่กระจาย เช่น การศึกษาเป้าหมายทางสังคมของการแพร่กระจาย การศึกษาความคิด/ความเชื่อในการแพร่กระจาย ดังตัวอย่างงานศึกษาของ M.Mauss

(iii) การศึกษามิติเชิงอำนาจของการแพร่กระจาย ตัวอย่างเช่น การศึกษาการแบ่งสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการผลิตระหว่างเจ้าของทุนและแรงงานตามแนวทางของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง

### (5.3) การศึกษาขั้นตอนการเก็บรักษาสิ่งของ/วัตถุ

หลังจากขั้นตอนของการแพร่กระจายไหลเวียนของวัตถุ/สิ่งของจนกระทั่งวัตถุ/สิ่งของนั้นได้มาถึงมือบุคคล แนวทางการศึกษาในลำดับต่อมาก็คือ ขั้นตอนของการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของ (ขั้นตอนนี้อาจจะสลับกับขั้นตอนการใช้/การบริโภคก็ได้) และเช่นเดียวกัน เราอาจจะใช้มิติทั้ง 3-4 มิติที่ได้กล่าวมาแล้วเป็นแนวทางพิจารณาการศึกษาการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของได้ดังนี้

(i) การศึกษามิติเชิงเทคนิคของการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของ ตัวอย่างที่พบเห็นบ่อยที่สุดคือ การเก็บรักษาถนอมอาหาร เช่น การเก็บปลาไว้ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งต้องมีกรรมวิธีเชิงเทคนิค เช่น การตากแห้ง การทำปลาร้า การทำปลาต้ม การอบเกลือ ฯลฯ

มีตัวอย่างงานศึกษาเกี่ยวกับการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของซึ่งแม้จะเป็นเชิงเทคนิค แต่ทว่าก็มีข้อปฏิบัติที่ละเอียดละอมาก นิรันดร์ ภักดี (2548) ศึกษาเรื่องกลองแหว ซึ่งเป็นกลองประเภทหนึ่งของล้านนา นอกจากผู้วิจัยจะให้รายละเอียดเรื่องวัสดุที่ทำกลองแล้ว ก็ยังระบุถึงวิธีการเก็บบำรุงรักษากลองแหวโดยกล่าวว่า กลองแหวที่มีเสียงดีต้องมีการบำรุงรักษาที่ดีทั้งในช่วงเทศกาล (ประมาณเดือนยี่เหนื่อถึงเดือนแปดเหนื่อ - พฤษภาคม-พฤษภาคม) และช่วงนอกเทศกาล (ประมาณช่วงเข้าพรรษา) ปัจจุบันการแข่งขันกลองแหวเป็นการแข่งขันการบำรุงรักษากลองด้วย หากเป็นช่วงเทศกาล สลักกลองต้องตั้งกลองแหวไว้ในที่ร่ม ต้องคลุมหน้ากลองด้วยผ้าเพื่อป้องกันฝุ่นและแมลง หลังจากบรรเลงหรือประกวดแล้ว ต้องชุบน้ำตาลหน้ากลองออกให้หมด แล้วใช้ผ้าชุบน้ำเช็ดหน้ากลองให้สะอาดทุกครั้ง เวลาเคลื่อนย้ายต้องระวังไม่ให้หน้ากลองและหน้ากลองกระทบของแข็ง ส่วนการบำรุงรักษาออกฤดูกาล ควรถอดหน้ากลองหรือคลายหน้ากลองออก ควรนำหน้ากลองด้านในวางคว่ำลงในภาชนะใส่น้ำมันพืช แล้วขโลมภายในในกลองให้ทั่ว ควรแขวนหน้ากลองไว้ในที่ร่มและควรใช้ผ้าอุดรูกันกลองและคลุมหน้ากลองเพื่อป้องกันแมลงเข้าไปทำลาย และควรหมั่นหน้ากลองทุกๆ 2 วันเพื่อให้เนื้อไม้ดูดซึมน้ำมันเป็นการรักษาเนื้อไม้ เป็นต้น

(ii) การศึกษามิติเชิงสังคมของการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของ ซึ่งจะสนใจมิติทางสังคมหรือการเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคมที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับ การเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของ ตัวอย่างเช่น งานศึกษาพระเครื่องของไทย ในอดีตนั้น โอกาสที่จะสร้างพระเครื่องที่เรียกว่า “พระพิมพ์” นั้น จะมีเฉพาะในการทำบุญและสถานที่เก็บรักษาพระเครื่องนั้นจะต้องเอาไว้ที่ “ที่วัด” (ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนรวม) แต่ในช่วงเวลาต่อมา สังคมไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงบริบทมีลักษณะเป็นปัจเจกนิยมและส่วนตัวมากขึ้น (individualism) จึงได้เริ่มมีการชุดกรพระบูชา (ในเบื้องต้นเพื่อค้นหาสมบัติที่เก๋ๆจากเจดีย์เก่า) บวกผสมกับการเริ่มก่อตัวของวัฒนธรรมการเก็บ

สะสมของที่ระลึก สถานที่เก็บพระเครื่องจึงเปลี่ยนแปลงจาก “วัด” มาเป็นเก็บไว้ “ที่บ้าน” (พื้นที่ส่วนตัว) และในลำดับต่อมาเมื่อระบบตลาดสินค้าทุกประเภทขยายตัวอย่างมากในประเทศไทย พระเครื่องก็ได้เปลี่ยนสถานะมาเป็น “สินค้าประเภทหนึ่ง” สถานที่เก็บรักษาพระเครื่องก็ได้กลายเป็นร้านค้า/ศูนย์การค้าที่จำหน่าย/ให้เช่าพระเครื่อง (ดู ฉลอง สุนทรวาณิชย์, 2550)

(iii) การศึกษามิติเชิงอำนาจของการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของ การศึกษาแนวทางนี้จะตั้งคำถามว่า ใครมีสิทธิ์เก็บวัตถุ/สิ่งของอะไร เก็บเอาไว้ที่ไหน ฯลฯ และเมื่ออำนาจในสังคมเปลี่ยนแปลงไป สิทธิในการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ตัวอย่างที่แสดงการศึกษาในมิตินี้ก็คือ เช่น การศึกษาเรื่องพิพิธภัณฑ์

C.Tilley (2006) และ I.Woodward (2007) กล่าวถึงต้นกำเนิดความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์ว่า จุดกำเนิดของการก่อตั้งพิพิธภัณฑ์อย่างเป็นทางการนั้นจะอยู่ในระหว่างช่วงปี ค.ศ. 1880-1920 ที่เรียกว่าเป็นยุคพิพิธภัณฑ์ (Museum Age) ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาทีลัทธิล่าอาณานิคมตะวันตกแผ่ขยายออกไปรุกรานชนพื้นเมืองอย่างกว้างขวาง ผลจากการล่าอาณานิคมดังกล่าวทำให้วัฒนธรรมของชนพื้นเมืองล่มสลายไป และทำให้หมุ่นักวิชาการตะวันตกเกิดความวิตกกังวลถึงการสูญสลายดังกล่าว ดังนั้น การจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่จึงเกิดขึ้นเพื่อเก็บรวบรวม สะสม และจัดจำแนกประเภทวัตถุ/สิ่งของพื้นเมืองอย่างเป็นระบบ รวมทั้งองค์ความรู้ในเรื่องพิพิธภัณฑ์ศึกษาก็ถูกสถาปนาขึ้นมาพร้อมๆกัน เราจึงเห็นจากประวัติศาสตร์ของการเกิดพิพิธภัณฑ์ได้ว่า เกิดมาจากอำนาจของชาติตะวันตกที่กระทำต่อชนชาติที่มีอำนาจน้อยกว่า ด้วยการเก็บรวบรวมวัตถุ/สิ่งของของชนพื้นเมืองมาไว้ในพิพิธภัณฑ์

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ต้นกำเนิดของพิพิธภัณฑ์จะมีความเป็นมาดังที่กล่าว แต่ทว่าปัจจุบันนี้ สถาบันทางสังคมแห่งนี้กำลังกลายเป็น

พื้นที่ต่อสู้ด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นที่มีเป้าหมายและชุดความรู้ที่แตกต่างไปจากพิพิธภัณฑท์ในทัศนะเดิม เป้าหมายของพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นนั้นส่วนใหญ่จะถูกก่อสร้างขึ้นเพื่อการฟื้นฟูหรือธำรงรักษาอัตลักษณ์ศักดิ์ศรี และความภาคภูมิใจของคนท้องถิ่นผ่านการเก็บรวบรวมวัตถุ/สิ่งของ และเรื่องราวของท้องถิ่นเอง (ดูตัวอย่างงานของศิริพร ศรีสินธุ์ไธสง, *พิพิธภัณฑท์บันทึก*, 2551)

(iv) การศึกษามิติเชิงสัญญะของการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของ เมื่อแนวทางการศึกษาวัตถุ/สิ่งของเคลื่อนย้ายจากความสนใจในขั้นตอนการผลิตมาสู่ขั้นตอนการบริโภค ประเด็นหนึ่งที่ปรากฏในชีวิตประจำวันซึ่งมีความสำคัญถึงระดับที่มีงานศึกษากันอย่างเป็นขั้นเป็นอันในปัจจุบันก็คือ เรื่อง “การสะสมและของสะสม” ดังตัวอย่างเช่นงานของนิติภาวครพนันธุ์ (2552) ที่ศึกษามูลเหตุจูงใจของการเก็บสะสม (ซึ่งกลายเป็นวัฒนธรรมที่แพร่หลายอย่างหนึ่งในปัจจุบัน) ซึ่งมีอยู่หลายปัจจัย เช่น เกิดจากใจรักสิ่งของ/วัตถุที่สะสม (เช่น สแตมป์ - ในแง่นี้อาจถือเป็นมูลค่าใช้สอย) เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อความเพลิดเพลินอย่างหนึ่ง และนิติได้เสนอว่า คุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของนักสะสมโดยทั่วไปก็คือ มีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นเจ้าของวัตถุ/สิ่งของที่สะสม ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นความสำคัญของมูลค่าเชิงสัญญะ (Sign value) ที่เข้ามากำกับมูลเหตุจูงใจในการเก็บรักษาวัตถุ/สิ่งของ

(5.4) การศึกษาขั้นตอนกระบวนการได้มา/การใช้/การบริโภคอันที่จริง ในขั้นตอนของกระบวนการได้มา/การใช้/การบริโภคนั้น ในสาขาวิชาต่างๆที่สนใจการศึกษาวัตถุ เช่น คติชนวิทยา มานุษยวิทยา ก็ได้ให้ความสนใจศึกษาอยู่บ้างแล้ว แต่ทว่าสำหรับนักวิชาการยุคหลังที่เริ่มมาสนใจศึกษาวัฒนธรรมด้านวัตถุในช่วงปลายๆของศตวรรษที่ 20 นั้น จะยิ่งเพิ่มความสนใจของขั้นตอนของการบริโภคมากยิ่งขึ้น และเราอาจจะสรุปความแตกต่างของความสนใจระหว่างแนวทางการศึกษาการบริโภค

แบบเดิมกับแบบใหม่ได้ว่า ในขณะที่วิธีการศึกษาแบบคติชนวิทยา/มานุษยวิทยาอาจจะสนใจมิติเชิงเทคนิคหรือเชิงสังคมของการบริโภค (เป็นทัศนะที่มอง material as artifact, material as media) แต่วิธีการศึกษาแนวใหม่จะค่อนข้างเน้นหนักมิติเชิงสังคม/ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และมิติเชิงสัญลักษณ์ของการบริโภค (เป็นทัศนะที่มอง material as media, material as sign)

T.Dant (2005) สาธิตวิธีการศึกษาแบบแผนการบริโภคตั้งแต่ “ขั้นตอนของวิธีการได้มาซึ่งวัตถุ/สิ่งของ” ซึ่งค่อนข้างเป็นมิติเชิงเทคนิค เช่น ได้มาด้วยวิธีการซื้อหา ได้มาจากการลงมือทำเอง ได้มาจากการขโมย ได้มาจากการเป็นของขวัญหรือมรดก เป็นต้น

เสฐียรโกเศศ (2524) ชี้ให้เห็นตัวอย่างเปรียบเทียบ “วิธีการใช้วัตถุ” ในแต่ละสังคมที่มีมิติเชิงวัฒนธรรมเข้าไปเกี่ยวข้อง เช่น วิธีการใช้มีดของคนไทยและคนตะวันตกว่า เมื่อเวลาบอกรักใคร่ คนไทยจะถือมีดเอาคมออกนอกตัว ในขณะที่คนตะวันตกถือมีดเอาคมเข้าหาตัว เป็นต้น

ส่วน ส.พลาายน้อย (2546) แสดงมิติที่ลึกลงไปในระดับวิธีการใช้เชิงสัญลักษณ์/ความหมายของการใช้วัตถุ เช่น การสวมเสื้อผ้า ผู้เขียนเล่าว่าเมื่อครั้งสมัยรัชกาลที่ 3 ในหมู่ข้าราชการนั้น ยังมีธรรมเนียมการไม่สวมเสื้อเข้าเฝ้าเป็นหลักปฏิบัติ และการตัดสินใจว่าเมื่อใดจะสวมหรือไม่สวมเสื้อนั้น ต้องแล้วแต่ว่าพระเจ้าแผ่นดิน (คือรัชกาลที่ 3) สวมหรือไม่หากรัชกาลที่ 3 สวม ข้าราชการก็จะสวมเสื้อตาม หากพระเจ้าแผ่นดินไม่สวม ขุนนางก็ห้ามสวมเสื้อแม้ว่าอากาศจะหนาวก็ตาม แต่ต่อมาในรัชสมัยของรัชกาลที่ 4 ท่านได้ทรงเปลี่ยน “ความหมายใหม่” ของการไม่สวมเสื้อว่าเป็นการเปลือยกายซึ่งเป็นเครื่องหมายของ “คนป่าที่ไม่สวมเสื้อผ้า” แต่คนในประเทศใหญ่ๆที่เจริญแล้ว ต้องสวมเสื้อผ้า การสวมเสื้อผ้าจึงมีความหมายใหม่เท่ากับความเจริญ เป็นต้น ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับบทสรุปของ E.Leach (1976, อ้างใน A.Berger, 1992) ที่ศึกษาบรรดาวัฒนธรรมที่ไม่ใช้ภาษาพูด (non-verbal dimensions of

culture) เช่น เสื้อผ้า บ้านเรือน ที่อยู่อาศัย เครื่องตกแต่งบ้าน อาหาร วิธีการปรุงอาหาร ดนตรี การร่ายรำ ฯลฯ วัฒนธรรมเหล่านี้ประกอบ ด้วยส่วนประกอบย่อยๆ เช่น วัตถุต่างๆ ซึ่ง Leach ยืนยันว่า การมา ผสมผสานกันของวัตถุต่างๆนั้นล้วนแล้วแต่มีรหัส/มีกฎไววยากรณ์เหมือน การผสมผสานกันของเสียงและถ้อยคำในการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น รหัส ไววยากรณ์ของการสวมเสื้อผ้า เป็นต้น

## 6. พัฒนาการของการศึกษาวัตถุ/สิ่งของ

สำหรับทฤษฎีที่ใช้ศึกษาสิ่งวัตถุนั้นอาจจะขึ้นอยู่กับ “สาขาวิชา” ที่ศึกษา หรืออาจจะขึ้นอยู่กับ “สำนักคิด” ที่ศึกษา ในที่นี้ผู้เขียนจะใช้ แนวทางของ C.Tilley et al (2006) ที่อยู่ในหนังสือ **Handbook of Material Culture** และ A.A.Berger (1992) ที่อยู่ในหนังสือ **Reading Matter: Multiciplinary Perspectives on Material Culture** เป็น แนวทาง ซึ่งในหนังสือทั้ง 2 เล่มนี้ ได้ใช้เกณฑ์ทั้งสาขาวิชาและสำนักคิด ผสมผสานกัน

(6.1) ภาพรวมของแนวทางการศึกษาวัตถุ/สิ่งของ C.Tilley (2006) ระบุว่า การศึกษาวัตถุ/สิ่งของในยุคหลังนี้จะมีลักษณะเป็นสห วิทยาการ (interdisciplinary) มากขึ้น โดยที่ในแต่ละสาขาวิชาอาจจะมี จุดเน้นที่แตกต่างกัน เช่น

- การเน้นภาษาที่ใช้กับวัตถุ → สาขาภาษาศาสตร์/มานุษยวิทยาเชิงภาษา
- การเน้นความสัมพันธ์ทางสังคม → สาขาสังคมวิทยา/มานุษยวิทยาเชิงสังคม
- การเน้นที่ช่วงเวลา → สาขาโบราณคดี และประวัติศาสตร์
- การเน้นที่พื้นที่ → สาขาภูมิศาสตร์
- การเน้นที่ภาพตัวแทน → สาขาวรรณคดี และประวัติศาสตร์ศิลป์
- การเน้นที่ความสัมพันธ์ของ การผลิต/แลกเปลี่ยน/บริโภค → สาขาเศรษฐศาสตร์

(6.2) พัฒนาการของการศึกษาวัฒนธรรมด้านวัตถุ C.Tilley (2006) ได้แบ่งยุคสมัยของวิชาการด้านสังคมศาสตร์ที่เข้ามาสนใจศึกษาวัตถุออกเป็น 3 ยุค คือ

- **ยุคที่ 1: ยุคทฤษฎีวิวัฒนาการ (Evolutionism)** ยุคนี้เริ่มต้นในศตวรรษที่ 19 จากสาขาวิชามานุษยวิทยาแรกๆ บริบททางสังคมในยุคนั้นกำลังเป็นยุคขยายตัวของลัทธิล่าอาณานิคมของชาติตะวันตก และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ผลจากการล่ายึดครองเอาดินแดนในส่วนเสี้ยวต่างๆของโลก ทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของชนพื้นเมืองเริ่มสูญหายไป ดังนั้น นักมานุษยวิทยา (ซึ่งเป็นนักวิชาการชาวตะวันตก) จึงเริ่มมีความกังวลว่าวัฒนธรรมของชนพื้นเมืองจะสูญสิ้นไป จึงได้ทำการเก็บรวบรวมจัดจำแนกประเภท ศึกษาการแพร่กระจายของวัฒนธรรมของชนพื้นเมือง และสืบเนื่องมาจากทัศนะทางทฤษฎีวิวัฒนาการที่เชื่อว่า วัฒนธรรมของชาวตะวันตกมีระดับพัฒนาการที่สูงกว่าวัฒนธรรมของชนพื้นเมือง จึงเป็นไปตามหลักการเลือกสรรของธรรมชาติที่วัฒนธรรมของชนพื้นเมืองคงจะรักษาเอาไว้ไม่ได้ และต้องถูกแทนที่ด้วยวัฒนธรรมของชาวตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บรรดาวัฒนธรรมที่เป็นแนวคิดหรือเป็นนามธรรม เช่น ประเพณี พิธีกรรม ส่วนเสี้ยวของวัฒนธรรมที่พอจะรักษาเอาไว้ได้ ก็คือ วัฒนธรรมที่มีรูปร่างทางกายภาพและมีความคงทน ซึ่งก็คือวัฒนธรรมด้านวัตถุนั่นเอง ดังนั้นจึงเกิดการเก็บรวบรวมวัตถุของชนพื้นเมืองเข้าไปไว้ในพิพิธภัณฑ์ ในด้านหนึ่งก็มีเป้าหมายที่จะให้การศึกษาแก่ผู้ที่มาเยี่ยมชม และในอีกด้านหนึ่งก็เท่ากับเป็นการหาเหตุผลให้ความชอบธรรม (justification) ว่าเป็นเรื่องถูกต้องแล้วที่วัฒนธรรมที่มีวิวัฒนาการสูงกว่า เช่นวัฒนธรรมตะวันตกก็สมควรที่จะเข้าแทนที่วัฒนธรรมชนพื้นเมืองที่มีวิวัฒนาการน้อยกว่า และไม่ถูกธรรมชาติเลือกสรรจึงต้องสูญสลายไปตามกาลเวลา

สำหรับทัศนะของนักทฤษฎีวิวัฒนาการที่มีต่อ “วัตถุ/สิ่งของ” นั้น จะมองดูว่าวัตถุ/สิ่งของเป็นผลงานสร้างของมนุษย์ (ใช้ทัศนะ material as

artifact) และจะให้ความสนใจที่หน่วยของ “ตัววัตถุ/สิ่งของ” เป็นหลัก แล้วจึงขยายไปสู่แง่มุมอื่นๆ เช่น การรับรู้ว่าวัตถุ/สิ่งของนั้นเป็นสิ่งที่เทียบเสียงแต่ก็คงทนถาวร สนใจการใช้ประโยชน์ในการตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ (โดยเฉพาะในด้านการยังชีพ) สนใจด้านเทคนิควิทยาที่ใช้ในการทำวัตถุ (สนใจมิติเชิงเทคนิคในการผลิต) นักวิชาการบางท่านที่เชื่อเรื่องการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (cultural diffusion) ก็จะค้นหาเส้นทางต่างๆของการแพร่กระจายของวัตถุ เช่น ผ่านการอพยพ การรุกราน การแต่งงาน การค้าขาย การทำสงคราม ฯลฯ ในระยะต่อๆมา แนวทางการศึกษาก็ขยายออกถึงทฤษฎีภาพสะท้อนทางสังคม (Reflection Theory) เริ่มตั้งแต่ทัศนะที่ว่า วัตถุอาจจะเป็นภาพสะท้อนทางสังคมของ **ชนเผ่า** เป็นเครื่องหมายแสดงลักษณะของชาติพันธุ์ ฐานะทางสังคม เป็นหมุดหมายชี้แสดงช่วงเวลาและพื้นที่ และต่อๆมาก็ขยายออกมาถึงว่าวัตถุอาจจะ เป็นภาพสะท้อนที่แสดงถึงความคิด/วิถีคิดของผู้คนในแต่ละพื้นที่

ตัวอย่างเช่น งานศึกษาชนเผ่าเยอร์ โยรอนต์ (Yir Yoront) (อ้างในยศ สันตสมบัติ, 2540) ซึ่งเป็นชนพื้นเมืองในทวีปออสเตรเลีย ในวัฒนธรรมของชนกลุ่มนี้ ขวานหินเป็นเครื่องมือการผลิตที่สำคัญที่สุด เป็นเครื่องมือทั้งในการหาอาหาร ล่าสัตว์ และในการกิจประจำวันแทบทุกด้าน และหินที่นำมาใช้ทำขวานเป็นสิ่งหายาก ขวานหินจึงมีจำนวนจำกัด ขวานหินเป็นกรรมสิทธิ์ของพ่อและผู้สูงอายุ ผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวเท่านั้น เมื่อผู้หญิงและเด็กต้องการใช้ขวานหินในการทำงานใด ก็ต้องขออนุญาตจากสามีหรือพ่อเสียก่อน จากวิธีการใช้วัตถุ/สิ่งของดังกล่าวเป็นภาพสะท้อนให้เห็นการจัดโครงสร้างสังคมของชาวเยอร์โยรอนต์ว่า มีลักษณะสังคมแบบชายเป็นใหญ่/ปิตาธิปไตย

(ส่วนคำถามที่ว่า แล้วนักวิชาการตะวันตกไปสนใจวัฒนธรรมของชนพื้นเมืองทำไมนั้น หากตอบแบบเป็นกลางๆ ก็อาจจะตอบว่า น่าจะเนื่องมาจากแรงจูงใจใฝ่รู้แบบปัญญาชนนักวิชาการ แต่หากตอบจากจุดยืนแบบ “การเมืองเรื่องความรู้” แล้ว นักคิดเช่น E.Said ก็คงจะตอบว่า

ชาวตะวันตกสนใจที่จะรู้จักวัฒนธรรมของชนพื้นเมืองเพื่อจะรู้จัก/กำหนด ตำแหน่งแห่งที่ของตัวเองนั่นเอง)

• **ยุคที่ 2: ยุคทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)** ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1920 อิทธิพลของทฤษฎีวิวัฒนาการต่อแวดวงวิชาการเริ่มถูกแทนที่ด้วยทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) เมื่อกล่าวโดยเปรียบเทียบแล้ว ในขณะที่ทฤษฎีวิวัฒนาการจะมีวิธีคิดต่อวัฒนธรรมของมนุษย์กลุ่มต่างๆ แบบมีลำดับขั้นสูงต่ำกว่าแบบขั้นบันได ทฤษฎีหน้าที่นิยมจะมีข้อเสนอแนะที่สร้างความเสมอภาคแก่วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมมากกว่าทฤษฎีวิวัฒนาการ ทฤษฎีหน้าที่นิยมเสนอว่า วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมนั้นถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ปรับตัวต่อสภาวะแวดล้อมของวัฒนธรรมนั้นๆ เราจึงไม่สามารถประเมินวัฒนธรรมต่างๆ ด้วยเกณฑ์เดียวกันแบบขั้นบันไดได้ หากแต่ต้องดูจากความสามารถในการปรับตัวของวัฒนธรรมนั้น ดังนั้น การสวมเสื้อผ้าแบบชาวตะวันตก (ที่มีสภาวะแวดล้อมที่หนาวเย็น) จึงไม่อาจถือว่ามีระดับวัฒนธรรมที่เหนือกว่าการนุ่งใบไม้ของชนพื้นเมืองในทวีปออสเตรเลีย (ที่มีสภาวะแวดล้อมที่ร้อนแห้งแล้ง) เนื่องจากวิธีการแต่งกายทั้ง 2 แบบนั้นล้วนเป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมที่แตกต่างกัน

ในส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษาวัตถุ/สิ่งของนั้น ในขณะที่ทฤษฎีวิวัฒนาการจะให้ความสนใจหลักอยู่ที่ “ตัววัตถุ” (มีทัศนคติแบบ material as artifact) แต่ทฤษฎีหน้าที่นิยมจะเริ่มให้ความสนใจ “วัตถุ/สิ่งของ” ที่เชื่อมโยงไปถึง “ความสัมพันธ์ทางสังคม” มากกว่า (มีทัศนคติแบบ material as media) ตัวอย่างเช่น งานของ M. Mauss ที่ศึกษาบทบาทของวัตถุในฐานะที่เป็น “สื่อกลาง” ในรูปแบบของ “ของขวัญ” ซึ่งทำหน้าที่เป็นทั้ง “เครื่องหมาย” (indicator) (วัตถุที่จะให้กับใครควรเป็นวัตถุอะไร) และเป็น “กลไก” (tool) สถาปนา/ธำรงรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้แลกเปลี่ยนนั้น

สำหรับนักโบราณคดีซึ่งเป็นสาขาหนึ่งของมานุษยวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Anthropology) มีทัศนคติต่อวัตถุ/สิ่งของที่วางอยู่บนแนวคิดหลัก

ของทฤษฎีหน้าที่นิยมคือแนวคิดเรื่อง “การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม” (adaptation) ดังนั้น การผลิตวัตถุต่างๆ ขึ้นมาของมนุษย์แต่ละกลุ่มจึงเป็นการปรับตัวของมนุษย์กลุ่มนั้นให้อยู่กับสิ่งแวดล้อมนั้นต่อไปได้

แนวคิดเรื่องการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ถูกนำมาใช้อย่างมาก ทั้งในแวดวงของการศึกษาและแวดวงของนักพัฒนาวัฒนธรรมที่ทำงานกับบรรดาสื่อพื้นบ้านทั้งหลายที่ต้องดำรงอยู่ในโลกสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการปรับในระดับของรูปแบบ เนื้อหา ความหมาย บทบาทหน้าที่ ช่องทางการเผยแพร่ วัสดุที่ใช้ เทคนิควิทยา ในการผลิต ฯลฯ

ตัวอย่างเช่น งานศึกษาของโซมลี แส่นจิตต์ (2548) ที่ศึกษาการปรับตัวของสล่าพื้นบ้าน (ช่างไม้) ที่บ้านหลุก อ.แม่ทะ จ.ลำปาง ที่บ้านหลุกนั้นได้เริ่มอาชีพงานแกะสลักมาได้ประมาณ 40 ปี (ราวปี พ.ศ. 2507) โดยในระยะเริ่มแรก รูปแบบดั้งเดิมของงานแกะสลักจะมาจากการคิดสร้างสรรค์ของช่างจากสภาพแวดล้อมของชุมชน เช่น เป็นรูปสัตว์ป่า (ช้าง กวาง) สัตว์เลี้ยง (แมว ไก่) พืชไม้ดอกที่พบในชีวิตประจำวัน แต่เมื่อชุมชนกลายเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว การผลิตชิ้นงานก็เริ่มปรับเปลี่ยนไปตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นการทำตามออเดอร์ของลูกค้า รูปทรงของวัตถุที่แกะสลักก็เปลี่ยนไปเป็นรูปกุ๊กฝรั่งผู้ชาย ศิระะอินเดียนแดง เปาบุ๋นจิ้น รูปนักรบกรีก เป็นต้น

• ยุคที่ 3: ยุคทฤษฎีโครงสร้างนิยมและมานุษยวิทยาเชิงสัญลักษณ์ (Structuralism & Symbolic Anthropology) นับตั้งแต่ช่วงหลังทศวรรษ 1960 เริ่มมีทฤษฎีแบบใหม่ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อแวดวงการศึกษาวัฒนธรรมด้านวัตถุ คือ ทฤษฎีโครงสร้างนิยม (ที่เป็นสำนักคิดในประเทศฝรั่งเศส) และทฤษฎีมานุษยวิทยาเชิงสัญลักษณ์ (ซึ่งได้รับอิทธิพลจากสำนักคิดสัญวิทยา - Semiology) หากกล่าวเปรียบเทียบความแตกต่างในการศึกษาวัตถุระหว่างทฤษฎีในยุค 3 กับยุคที่ 2 C.Tilley (2006) ได้สรุปอย่างสั้นๆว่า ในขณะที่ทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นคิดว่า “วัตถุ

นั้นเหมาะสำหรับ**การใช้งาน**” (good to work) เช่น นาฬิกาข้อมือช่วยทำหน้าที่ให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนที่ในแง่ของกาลเวลาสามารถเป็นไปได้อย่างแม่นยำ (เช่น นัดพบกันเป็นเวลาที่เหมาะสม) แต่ทว่านักโครงสร้างนิยมและนักมานุษยวิทยาเชิงสัญลักษณ์จะคิดว่า “วัตถุนั้นเหมาะที่จะเป็นเครื่องมือสำหรับเรื่อง**การพูดถึงและการคิด**” เช่น นาฬิกาอาจจะไม่ได้มีหน้าที่สำหรับใช้ดูเวลา หากแต่ใช้บ่งบอกรสนิยมและฐานะของผู้สวมใส่มากกว่า

หากกล่าวสรุปโดยใช้แนวคิด “วัตถุเดียว 3 สภาวะ” ที่กล่าวมาข้างต้น ก็อาจจะกล่าวได้ว่า ทฤษฎีในยุคที่ 3 นี้ จะมีทัศนะว่า material as sign นั่นเอง

และในยุคที่ 3 นี้ บรรดาสาขาวิชาการต่างๆที่เคยศึกษาวัฒนธรรมด้านวัตถุมาก่อนต่างก็หันมาทบทวนทัศนะที่มีต่อวัตถุนั้นใหม่ และข้อสรุปล่าสุดเกี่ยวกับวัตถุ/สิ่งของก็คือ ความสำคัญของวัตถุสิ่งของนั้นอาจจะไม่ได้อยู่ที่ว่า วัตถุสิ่งของนั้นมีบทบาทในการดำรงรักษาชีวิตทางสังคมหรือแม้แต่ว่าเป็นตัวผลิต/และผลิตซ้ำสืบทอด/หรือแม้แต่เปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคมเท่านั้น หากทว่ารูปแบบของวัตถุ/สิ่งของนั้นยังสำคัญตรงที่ว่า มันเป็นพาหะที่สำคัญสำหรับ “การสถาปนา/การสร้างตัวตน-อัตลักษณ์” (self-realization of the identity) ทั้งของระดับปัจเจกและกลุ่มโดยที่ไม่ต้องใช้ภาษาพูดเลย มนุษย์เราจึง “พูด” และ “คิดถึง” ตัวเองผ่าน “วัตถุ/สิ่งของต่างๆ” นั่นเอง (ปัจจุบันเราค้นเคยกับแนวคิดที่ว่า สิ่งของ/เครื่องใช้ของบุคคลนั้นก็คือเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ -identity marker- นั่นเอง)

(6.3) การสาริตการวิเคราะห์วัตถุ/สิ่งของจากแว่นของแต่ละ**สำนักคิด** สำหรับ A.Berger (1992) สนใจที่จะสาริตให้เห็นว่า เมื่อใช้แว่นของแต่ละสาขาวิชา/แต่ละสำนักคิดมาส่องดู “วัตถุ/สิ่งของ” อย่างเดียวกัน ภาพที่ได้จะออกมาแตกต่างกันอันเนื่องมาจากการทำงานของแว่นนั่นเอง เขาได้สาริตตัวอย่างของนักวิชาการจาก 6 สำนัก/สาขาวิชาที่มองดูร้าน McDonald

(i) **นักสัญวิทยา** จะวิเคราะห์ว่าร้าน McDonald นั้นเป็น “สัญลักษณ์ของความเป็นอเมริกัน/สัญลักษณ์แห่งความมีประสิทธิภาพ ความทันสมัย ความสามารถที่จะผสมผสานเทคนิคการผลิตแฮมเบอร์เกอร์ได้อย่างรวดเร็ว ในปริมาณมากๆ อย่างได้มาตรฐานเดียวกันหมด รวมทั้งวัฒนธรรม “แบบใช้แล้วทิ้ง” (throwaway culture) ของอเมริกันชน” และดูเหมือนว่าการกินแฮมเบอร์เกอร์ร่วมกับดื่มโค้กนั้นจะเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมอเมริกัน

(ii) **นักจิตวิเคราะห์** จะวิเคราะห์ว่า บรรยากาศในร้าน McDonald นั้นสามารถตอบสนองความต้องการแบบจับปล้นทันด่วนได้ ตอบสนองความต้องการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม (เพราะเรานั่งกินรวมกับคนอื่น ๆ ในร้าน) แต่ในเวลาเดียวกัน บรรยากาศในร้านก็มีลักษณะ “ไม่เป็นส่วนตัว” (depersonalization) และ “ไร้ความเป็นมนุษย์” (dehumanization) ไปพร้อมๆ กันเพราะคนที่เข้าไปสั่งอาหารจะมีทางเลือกน้อยมาก และไม่สามารถจะควบคุมกระบวนการปรุงอาหารได้เลย

(iii) **นักมานุษยวิทยา** จะสนใจลักษณะของประสบการณ์ภายในร้าน Mc ว่าเป็นไปอย่างมีโครงสร้างสูงมาก คล้ายๆ กับโครงสร้าง/แบบแผนในพิธีกรรม รวมทั้งการที่ร้าน Mc ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของตำนานแห่งสังคมอเมริกัน รูปตัว M ที่อยู่หน้าร้านมีลักษณะเหมือนสัญลักษณ์ของศาสนา และตัวร้าน Mc เองก็เป็นเสมือนสถานที่ทางศาสนา (แบบใหม่) ร้าน Mc เปิดสาขาแพร่หลายไปทั่วโลก แม้แต่ในประเทศรัสเซีย (ในรัสเซียเรียกร้าน Mc ว่า “สถานทูตอเมริกัน”) และเมื่อวิเคราะห์ใบหน้าและการแสดงกิริยาท่าทางของผู้คนที่เข้าไปในร้าน Mc ก็ดูเสมือนว่าผู้คนเหล่านี้เป็นสาวกของลัทธิความเชื่อบางอย่าง

(iv) **นักประวัติศาสตร์** คงจะสนใจวิวัฒนาการการเกิดขึ้นของร้าน Mc ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่ค่อยๆ มีวิวัฒนาการมาจากร้านอาหารเล็กๆ จนกลายมามีสัดส่วนถึง 7% ของร้านอาหารในสหรัฐ การศึกษาทางประวัติศาสตร์คงจะชี้ให้เห็นถึงอำนาจของธุรกิจร้านอาหารจานด่วน Mc ที่มีต่อชีวิตทางการเมืองและชีวิตทางสังคมของคนในอเมริกา

รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในส่วนเสี้ยวต่างๆของร้านอาหารนี้

(v) **นักสังคมวิทยา** คงจะวิเคราะห์ว่า McDonald มีบทบาทในฐานะส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมวัยรุ่นในสหรัฐได้อย่างไร นักวิชาการบางคนอาจจะเข้าไปศึกษาการเอาใจเอาเปรียบในการจ้างแรงงานคนหนุ่มสาวซึ่งปัจจุบันนี้ค่อยๆเปลี่ยนแปลงไปเป็นชนกลุ่มน้อยและคนอพยพ นอกจากนั้น ยังอาจจะศึกษาแบบแผนการกินอาหารแบบ “จานด่วน” ที่เกิดขึ้นพร้อมๆกับการล่มสลายของวัฒนธรรมการกินอาหารร่วมกันภายในบ้านที่เกิดขึ้นในสังคมอเมริกัน

(vi) **นักเศรษฐศาสตร์การเมือง** คงจะให้ความสนใจกับการเอาเปรียบแรงงานคนหนุ่มสาวและคนงานในธุรกิจของ McDonald และนักวิชาการสำนักนี้บางคนก็อาจจะให้ความสนใจกับ “มายาคติ” (Mystification) ที่ร้าน Mc ได้สร้างขึ้นว่า ทุกคนมีความเสมอภาคกันในการรับประทานอาหาร เนื่องจากอาหารของทางร้านมีราคาไม่แพงนัก ในขณะที่ในอดีตนั้น มีแต่คนรวยเท่านั้นที่จะได้กินเนื้อสัตว์ แต่เมื่อมีร้าน Mc เกิดขึ้น ไม่ว่าคนรวยหรือคนจนก็ได้กินเนื้อสัตว์อย่างเท่าเทียมกัน นักวิชาการบางท่านอาจจะสนใจกระบวนการต่อสู้ของกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคที่เปิดโปงเรื่องสัดส่วนและวิธีปรุงอาหารของ McDonald ว่ามีอันตรายต่อสุขภาพของผู้รับประทาน และทำให้ McDonald ต้องปรับปรุงวิธีการผลิต เป็นต้น

ตัวอย่างที่ยกมากล่าวนี้แสดงให้เห็นว่า วิธีการศึกษา “วัตถุ/สิ่งของ” นั้นสามารถจะพิจารณาได้หลายแง่หลายมุม จากหลายสาขาวิชาการ และจากนานาทัศนะของแต่ละสำนักคิด แม้ว่าวัตถุดิบที่ศึกษา (material) จะเป็นสิ่งเดียวกันก็ตาม

จากนี้จะขอแนะนำสาขาวิชาและสำนักคิดที่ใช้ศึกษาวัตถุ/สิ่งของอย่างพอสังเขป

## 7. สาขาวิชา/สำนักคิดที่ศึกษาวัตถุ/สิ่งของ

### (7.1) การศึกษาสื่อวัตถุ/สิ่งของในแง่ประวัติศาสตร์

#### (Historical approach)

A. Berger (1992) ได้ยกตัวอย่าง 4-5 ตัวอย่างที่แนะนำให้เราได้เห็นวิธีการศึกษาวัตถุ/สิ่งของด้วยแนวทางประวัติศาสตร์ ตัวอย่างแรกคืองานของ Johan Huizinga (1924) ที่ศึกษาประวัติศาสตร์ของชิ้นงานศิลปะและทางศาสนาในยุคกลาง (ศตวรรษที่ 14-15) เขาได้ข้อสรุปว่าบรรดาวัตถุ/สิ่งของทางศิลปะและศาสนานั้นจะมีฐานะเป็น “สัญลักษณ์” ที่มีความหมายเชื่อมโยงกับความคิดทางศาสนาอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น ระฆังซึ่งมักจะถูก “ตั้งชื่อ” และจะมีวิธีการใช้/การตีที่เฉพาะเจาะจงอยู่เสมอ เช่น ในวันที่มีเหตุการณ์สำคัญๆ เช่น วันคัดเลือกพระสันตปาปา จะมีการตีระฆังทั้งวันและทั้งคืน เป็นต้น (แนวคิดนี้พบเห็นได้เช่นกันในงานศึกษาเรื่องการติกลงสะบัดไชยของทางภาคเหนือ หรือการศึกษาลวดลายบนผ้าทอของไทย ที่เกี่ยวเนื่องกับความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์เช่นกัน) และ Huizinga ได้แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในวิถีคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบของวัตถุ เช่น เสื้อผ้า กล่าวคือในยุคกลางนั้น เครื่องแต่งกายของชนชั้นสูง/ขุนนางจะมีราคาแพง และหรูหรา มีการใช้สีที่ฉูดฉาด ตกแต่งประดับประดาอย่างมากมาย ซึ่งแตกต่างจากชุดสูท 3 ชั้นที่พบเห็นกันในโลกตะวันตกยุคปัจจุบันอย่างมาก

นักประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงอีกท่านหนึ่งคือ Fernand Braudel ได้ศึกษาสิ่งของที่ซักกันอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวัน คือ “ขนมปัง” โดยได้อธิบายประวัติศาสตร์ของการปลูกข้าวสาลีและเมล็ดพืชที่เป็นอาหารอย่างอื่นๆ รวมทั้งบทบาทของขนมปังในประวัติศาสตร์ เช่น ขนมปังเป็นเครื่องแบ่งชนชั้นในสังคมออกเป็น 2 กลุ่ม คือคนกลุ่มน้อยที่มั่งคั่งจะกินเนื้อ และคนส่วนใหญ่ที่ยากจนจะกินขนมปังและส่วนที่เป็นหัว/รากของพืชต่างๆ ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อนั้นมีราคาแพงกว่าขนมปังซึ่งมีราคาถูกกว่าอาหารอื่นๆ ในยุคช่วงปี 1780 ขนมปังถูกกว่าเนื้อถึง 11 เท่า ถูกกว่า

ปลาทะเลถึง 65 เท่า ถูกกว่าไข่ไก่ 6 เท่า และถูกกว่าเนยและน้ำมันถึง 3 เท่า

และการศึกษาในแนวประวัติศาสตร์ยังแสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องและความเปลี่ยนแปลงของวัตถุ/สิ่งของ เช่น แม้ว่าคนอเมริกันจะยังคงกินขนมปังเป็นอาหารพื้นฐาน แต่ทว่าในช่วงทศวรรษ 1990 ความนิยมกินขนมปังขาวก็ลดลงจาก 80% เหลือเพียง 55% โดยผู้คนจะเพิ่มความนิยมกินขนมปังที่มีเมล็ดธัญพืชอย่างอื่น ๆ ผสมด้วยมากกว่า ส่วนการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีเช่น การประดิษฐ์เครื่องทำขนมปังที่ใช้ตามบ้านขึ้นมา ก็ทำให้จำนวนของครัวเรือนที่ผลิตขนมปังกินเองมีเพิ่มมากขึ้น

อีกตัวอย่างหนึ่งของวัตถุชิ้นเล็กๆที่น่าสนใจก็คือ การเกิดขึ้นของไม้ขีดไฟที่ Asa Briggs (1988, อ้างใน Berger, 1992) ทำการศึกษา Briggs เลือกที่จะศึกษาประวัติศาสตร์ของไม้ขีดไฟตั้งแต่ยุคควิควอเรียนเพื่อแสดงให้เห็นว่า ในยุคสมัยนั้นผู้คนมีความคิดอย่างไรต่อวัตถุแบบนี้ และเนื่องจากไม้ขีดไฟเป็นวัตถุที่ยังคงมีมาจนถึงปัจจุบัน เราจึงสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างในวิถีคิดระหว่างอดีตกับปัจจุบันได้

ประวัติศาสตร์ของไม้ขีดไฟเริ่มต้นตั้งแต่การค้นพบธาตุฟอสฟอรัสในปี ค.ศ. 1699 และมีการนำมาใช้จุดไฟ แต่ทว่าฟอสฟอรัสนั้นเป็นสารก่ออันตรายและทำให้เกิดโรคที่ถึงตายได้ที่เรียกว่า phosphorus necrosis จนกระทั่งได้มีการทดลองค้นคว้าจนท้ายที่สุดก็ได้ “ไม้ขีดไฟที่ปลอดภัย” ซึ่งทำมาจากส่วนผสมของฟอสฟอรัสกับโปรตัสเซียมคลอไรด์ เป็นต้น และจากประวัติศาสตร์เชิงเทคนิคนี้ Briggs ก็ได้ค้นคว้าออกไปยังการขยายตัวของธุรกิจอุตสาหกรรมของไม้ขีดไฟ มิติด้านการเมือง (การเก็บภาษีไม้ขีดไฟ) การรวมตัวกันนัดหยุดงาน และอื่นๆ

การศึกษาแนวประวัติศาสตร์ของวัตถุ/สิ่งของนี้ อาจจะนำเอาแนวคิดของทฤษฎีหน้าที่นิยมมาใช้อธิบายเพิ่มเติม ตัวอย่างเช่น งานของ Alan Gawans (1981 อ้างใน Berger, 1992) ที่ศึกษาชิ้นงานศิลปะต่างๆ

(เช่น ตุ๊กตาบาร์บี้) เขาได้ระบุหน้าที่ทางสังคมของชิ้นงานศิลปะเอาไว้  
หลายๆประการ ดังนี้

(i) **การทำหน้าที่ทดแทนจินตนาการ (Substitute imagery)**  
งานศิลปะช่วยทำหน้าที่สร้างจินตนาการที่เป็นภาพของสิ่งของหรือ  
ความคิดเอาไว้ให้อยู่ในความทรงจำหรือเก็บไว้เป็นที่ระลึก เช่น ต้นไม้  
ของจริงอาจจะต้องตายไป แต่ภาพวาดหรืองานแกะสลักต้นไม้ นั้นจะคงอยู่

(ii) **การทำหน้าที่เล่าเรื่องราว (Illustration)** ตัวอย่างเช่น ภาพ  
ฝาผนังในวัดที่บันทึกเรื่องราวชีวิตประวัติของพระพุทธเจ้า พระเยซู หรือ  
ศาสดาของศาสนาต่างๆ

(iii) **การทำหน้าที่สร้างความงดงาม (Beautification)** เนื่องจาก  
งานศิลปะนั้นถูกประดิษฐ์ขึ้นอย่างมีเป้าหมาย มีความตั้งใจ มีความประณีต  
บรรจง ดังนั้น ผลงานที่ออกมาจึงมีความงดงามเป็นคุณสมบัติหลัก

(iv) **การทำหน้าที่โน้มน้าวชักจูง (Persuasion/Conviction)**  
ในผลงานศิลปะส่วนใหญ่ ศิลปินผู้สร้างมักจะสอดใส่เนื้อหาความหมาย  
ที่มีความคิด ความเข้าใจ ความเชื่อเกี่ยวกับสถาบันต่างๆในสังคม ไม่ว่าจะ  
จะเป็นสถาบันศาสนา การเมือง วัฒนธรรม ฯลฯ เอาไว้ ดังนั้น  
ผลงานศิลปะจึงทำหน้าที่แบบ “สื่อประเภทหนึ่ง” ที่สามารถโน้มน้าวชักจูง  
ผู้ที่ได้พบเห็น/สัมผัสให้เห็นคล้อยตามศิลปินผู้ส่งสาร

## (7.2) การศึกษาสื่อวัตถุ/สิ่งของในแง่สุนทรียะ

### (Aesthetic Approach)

ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นบ้างแล้วว่า คุณลักษณะพิเศษของเผ่าพันธุ์  
มนุษย์นั้นก็คือ นอกจากจะเป็น Homo Fabre คือรู้จักผลิตเครื่องมือ  
เครื่องใช้เพื่อการยังชีพเอาชีวิตรอดแล้ว ก็ยังเป็น Homo Sapiens คือรู้จัก  
ประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้เพื่อการจรโลงจิตใจ เพื่อถ่ายทอดอารมณ์ความ  
รู้สึก เพื่อเก็บรักษาความประทับใจ เพื่อชื่นชมตีมูลค่า ฯลฯ และคุณสมบัติ  
ประการหลังนี้เองเป็นบ่อเกิดของสิ่งที่เรียกว่า “สุนทรียะ”

สำหรับแนวคิดเรื่องสุนทรียะนั้น ก็เหมือนแนวคิดทางวิชาการ

อื่นๆ กล่าวคือมีข้อถกเถียงที่ยังไม่จบไม่สิ้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องของสุนทรียะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินวินิจฉัยที่เป็นอัตวิสัย (subjective) เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกซึ่งจะซัง ดวง วัตถุ หรือคิดคำนวณโดยใช้เหตุผลไม่ได้ ฉะนั้น ข้อถกเถียงเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงสุนทรียะก็ยังมีมากยิ่งขึ้น ในที่นี้จะนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียะตามกระบวนทัศน์แบบเดิมและแบบใหม่อย่างคร่าวๆเท่านั้น และจะเน้นสุนทรียะที่เกี่ยวข้องกับสื่อวัตถุพื้นบ้านเป็นหลัก

### (ก) สุนทรียะในกระบวนทัศน์แบบเดิม

#### (i) มักจะมอง “วัตถุ/สิ่งของ” เป็น “ผลผลิต” (product)

หากเราใช้เกณฑ์เรื่องมุมมอง/การรับรู้ “สื่อวัตถุ/สิ่งของ” แบบเป็น “ผลผลิต” (product) หรือเป็น “กระบวนการผลิต” ก็จะพบว่า การศึกษามิติสุนทรียะของวัตถุ/สิ่งของนั้นมักจะเน้นมุมมองที่ “ตัววัตถุ” เป็นสำคัญ ตัวอย่างเช่น การให้คำนิยามสื่อวัตถุพื้นบ้านที่เป็น “ศิลปกรรมพื้นบ้าน” ว่าเป็นผลงานสำเร็จของชาวบ้านที่มีคุณค่าทางศิลปะพอสมควร ไม่ว่าจะ เป็นผลงานแบบจารีตนิยม หรือแบบสมัยใหม่ก็ตาม (คูวิโรจน์, 2528) และหลังจากพิจารณาที่ “ตัววัตถุ” เป็นสำคัญแล้ว การวินิจฉัยเชิงสุนทรียะก็จะพิจารณาจากส่วนประกอบต่างๆของวัตถุ/สิ่งของนั้นๆ เช่น ขนาด รูปทรง สี สัน วัสดุที่ใช้ การจัดวาง ฯลฯ ตามเกณฑ์ต่างๆเชิงสุนทรียะ (เช่น ความสมดุล ความลงตัว ความประณีต ฯลฯ)

#### (ii) ความแตกต่างระหว่างหัตถกรรม V.S. ศิลปหัตถกรรม

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า สำหรับสื่อวัตถุพื้นบ้านนั้นมักจะตกอยู่ในวังวนของข้อถกเถียงที่ว่า ผลงานชิ้นนั้นเป็นเพียงแรงงานหัตถกรรม (Craft) หรือเป็นศิลปหัตถกรรม (Folk art) ในที่นี้จึงจะขอให้ข้อสรุปอีกครั้งหนึ่งว่า มักมีการใช้เกณฑ์ 2 เกณฑ์ในการแยกแยะระหว่างผลงานที่เป็นเพียงหัตถกรรมและศิลปหัตถกรรม คือ

- ระหว่างเกณฑ์เรื่องการใช้ประโยชน์ (utility) กับ

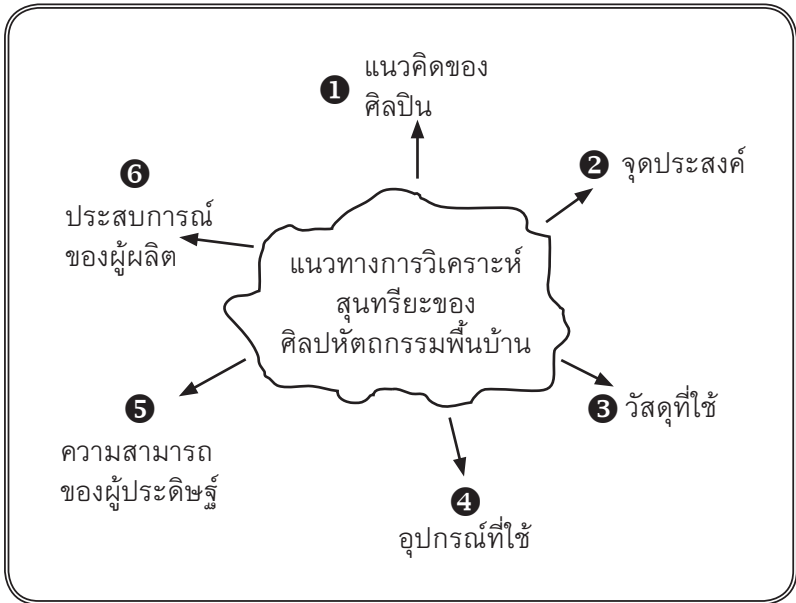
**ความมดงาม** เพื่อพิจารณาว่า ผลงานชิ้นนั้นมีความโน้มเอียงไปทางด้านใด ดังที่กล่าวมาแล้วว่า หากโน้มเอียงไปในเรื่องการใช้ประโยชน์โดยลดหย่อนเรื่องความมดงาม ก็จะถือว่าเป็น “หัตถกรรม” (Craft) แต่ถ้าเน้นความมดงามเหนือกว่าการใช้ประโยชน์ ก็จะถือว่าเป็นศิลปหัตถกรรม (Folkart)

- พิจารณาจาก**ความตั้งใจของผู้สร้างผลงาน**ว่าตั้งใจจะให้เกิดความมดงามหรือเป็นความมดงามที่เกิดขึ้นมาเอง เกณฑ์ที่สองนี้โยกย้ายจากการพิจารณาอยู่ที่ “ตัวผลผลิต” มาอยู่ที่ “ตัวผู้ผลิต” และหากผู้ผลิตมีความตั้งใจที่จะสร้างความมดงามให้เกิดขึ้น ก็จะถือว่าเป็น “ศิลปหัตถกรรม”

(iii) **ลักษณะพิเศษของสุนทรียะแบบพื้นบ้าน** ถึงแม้จะมีการแยกแยะเกณฑ์ระหว่าง “การใช้ประโยชน์” กับ “ความมดงาม” ออกจากกัน เพื่อนำมาใช้แบ่งแยกว่า ผลงานชิ้นใดเป็นหัตถกรรม ชิ้นใดเป็นศิลปะ แต่ทว่าการนำเกณฑ์ดังกล่าวมาใช้กับสื่อวัตถุพื้นบ้าน ก็ดูจะเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก และไม่ลงตัวเสมอไป เนื่องจากมีบางแนวคิดที่นำเสนอว่า คุณลักษณะเฉพาะและเป็นพื้นฐานของวัตถุพื้นบ้านนั้นน่าจะเป็นการคำนึงถึงการใช้ประโยชน์มาก่อนอย่างอื่น เช่น การสร้างบันไดที่ผลักออกจากตัวบ้านไทยในยามวิกาลนั้น เป็นความเฉลียวฉลาดของช่างที่แก้ปัญหาเรื่องการป้องกันสัตว์ร้ายขึ้นบ้านในยามค่ำคืน หรือลักษณะการยื่นของชายคาให้พ้นจากตัวเรือนเพื่อป้องกันฝนให้ได้มากที่สุด สุนทรียะแบบพื้นบ้านจึงมักจะ “ต่อยอด” มาจาก “การมุ่งใช้ประโยชน์” มากกว่าจะเป็นคู่หรือขั้วที่อยู่ตรงกันข้าม

และในเวลาเดียวกัน สื่อวัตถุพื้นบ้านชนิดเดียวกันก็สามารถจะเป็นไปได้ทั้ง “หัตถกรรม” และ “ศิลปหัตถกรรม” เช่น งานจักสาน หากเป็นภาชนะเป็นตะกร้า กระบุง ฝาชี ฯลฯ ที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน ก็อาจเป็นเพียงหัตถกรรม แต่ถ้าจะสานเป็นตะกร้าไปวัดหรือนำไปถวายพระ ก็จะผลิตอย่างประณีตเป็นพิเศษจนกลายเป็น “ศิลปหัตถกรรม” ได้เป็นต้น

(iv) แนวทางการวิเคราะห์ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน วรรณีวิบูลย์สวัสดิ์ แอนเดอร์สัน (2531) นำเสนอเกณฑ์ของ Douglas D. Anderson ที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินผู้ประดิษฐ์กับสิ่งประดิษฐ์ ซึ่งอาจจะนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์สุนทรียะของวัตถุพื้นบ้านได้ ดังนี้



ภาพที่ 9: แนวทางการวิเคราะห์สุนทรียะของวัตถุพื้นบ้าน

(1) ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดสร้างสรรค์ของศิลปินผู้ประดิษฐ์กับวัตถุ/สิ่งของที่ประดิษฐ์

(2) จุดประสงค์ของการใช้งาน (function) ตัวอย่างเช่น ตะกร้ากระบุงที่ใช้ใส่ของไปนาของชาวบ้านจะมีลายไม้สั้ละเอียดน้ก เนื่องจากตะกร้าพวกนี้มักจะเปราะเป็อน ลายที่สานห้างๆจะช่วยให้ผู้ใช้จุ่มกระบุงตะกร้าลงล้างน้ำได้สะอาด

(3) วัสดุที่ใช้ในการประดิษฐ์ เช่น การมุงหลังคาบ้าน  
 ด้วยจาก กระเบื้อง และสังกะสี

(4) อุปกรณ์ที่ใช้ในการประดิษฐ์

(5) ความสามารถของผู้ประดิษฐ์ (skill)

(6) ประสบการณ์ที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ นอกจากประสบการณ์ที่เป็นความสามารถของผู้ประดิษฐ์แล้ว ในข้อสุดท้ายนี้ยังหมายถึงประสบการณ์ในด้านอื่นๆที่นอกเหนือจากนั้น เช่น ประสบการณ์ที่ได้จากการใช้สิ่งของนั้นมาแล้ว หรือเคยเห็นรูปแบบของจริงของวัตถุ/สิ่งของนั้นมาแล้ว ดังเช่นตัวอย่างงานศึกษาสล้าพื้นบ้านที่ตำบลบ้านหลุก จ.ลำปาง (ดูขอมสึ แสนจิตต์, 2548) ที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ความสามารถของสล้าพื้นบ้านเหล่านี้ สามารถจะรังสรรค์งานแกะสลักทั้งจากสิ่งแวดล้อมที่เป็นประสบการณ์ตรงของตนเอง หรือแม้แต่ใช้จินตนาการสร้างสรรค์งานแกะสลักประเภทตัวอิ้วกั้วน่า ดอกทิวลิป รถซ้อปเปอร์ ฯลฯ ทั้ๆที่ไม่เคยเห็นของจริงแต่ก็สามารถแกะสลักออกมาได้ เป็นต้น

จากเกณฑ์ทั้ง 6 ประการนี้ หากกล่าวด้วยสูตรของสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์/การสื่อสารที่ระบุว่า การสื่อสารนั้นเกิดจากการชุมนุมขององค์ประกอบทั้ง 4 ตัว S-M-C-R (Sender-Message-Channel/Media-Receiver) เราก็จะสังเกตเห็นได้ว่า กระบวนทัศน์แบบเดิมนั้น สนใจการวิเคราะห์มิติสุนทรีย์โดยพิจารณาจาก “ตัวผู้ผลิต/ผู้ส่งสาร” (เน้น S-M-C) ซึ่งจุดยืนดังกล่าวนี้จะแตกต่างจากแนวทางของกระบวนใหม่ที่จะได้กล่าวถึงต่อไป

### (ข) สุนทรีย์ในกระบวนทัศน์แบบใหม่

ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้วว่า ความแตกต่างประการสำคัญระหว่างกระบวนทัศน์แบบเดิมกับแบบใหม่ในการศึกษาวัตถุ/สิ่งของ ก็คือการเคลื่อนย้ายจุดสนใจในการวิเคราะห์จาก “ฝ่ายศิลปิน/ผู้ผลิต/ผู้ส่งสาร” มาสู่ “ฝ่ายผู้ใช้/ผู้เสพ/ผู้รับสาร” และในการเคลื่อนย้ายนี้ แม้แต่การ

วิเคราะห์หัตถ์ของสุนทรียะก็พลอยมีการโยกย้ายด้วยเช่นกัน ดังตัวอย่างของ Featherstone (1990 อ้างใน Woodward, 2007) ที่จะได้ยกมากล่าวในที่นี้

Featherstone เริ่มต้นด้วยข้อเสนอที่ว่า สำหรับผู้เสพ/ผู้ใช้วัตถุ นั้น เขามิได้ใช้วัตถุ/สิ่งของเพียงเพื่ออรรถประโยชน์ (utility) เท่านั้น หากแต่ใช้วัตถุ/สิ่งของเพื่อจะสื่อสารบางสิ่งบางอย่างอีกด้วย และสิ่งที่ Featherstone สนใจก็คือบทบาทของความรื่นรมย์ (pleasure) และความปรารถนา (desire) ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการวางกรอบแห่งการบริโภค เขาเห็นว่า ในโลกปัจจุบันนี้ วัตถุ/สิ่งของได้แปรสภาพมาเป็น “สื่อ” หรือ “สัญลักษณ์” มากกว่าจะเป็นเพียงแค่วัตถุ/สิ่งของเฉยๆ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องกลายเป็น “ผู้เชี่ยวชาญด้านสัญลักษณ์” ในการที่จะบริโภคไปด้วย กล่าวคือ ต้องรู้ความหมายว่า การนุ่งกางเกงยีนส์เป็นสัญลักษณ์ของอะไร การใส่ผ้าหอมแต่ละกลิ่นเป็นการบ่งบอกสารอะไร เป็นต้น (หากวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารทั้งหลาย ก็จะเป็นกระบวนการให้ความรู้ดังกล่าวแก่ผู้อ่าน/ผู้บริโภค) Featherstone ขนานนามกระบวนการดังกล่าวนี้ว่า “กระบวนการแห่งสุนทรียะในชีวิตประจำวัน” (Aestheticization of everyday life) (น่าสังเกตว่าทัศนคติของ Featherstone นั้นจะมอง material as media และ material as sign)

ฉะนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการทัศน์แบบเดิมแล้ว มิติสุนทรียะจึงมิได้เกิดมาจากศิลปิน/ผู้ประดิษฐ์ในขั้นตอนของการผลิตเท่านั้น หากทว่ามิติสุนทรียะสามารถเกิดขึ้นได้ในขั้นตอนของการบริโภคโดยผู้บริโภค ซึ่งไม่เพียงแต่ “ใช้ประโยชน์” จากวัตถุเท่านั้น (หรือบางครั้งอาจจะไม่ได้มุ่งใช้ประโยชน์ด้วยซ้ำไปหรือขัดแย้งกับหลักอรรถประโยชน์ เช่น การใส่ถุงน่องของสาวไทยในวันที่อากาศร้อนอบอ้าว) หากแต่ยังเป็น “การใช้เพื่อเป้าหมายทางสุนทรียะ” อีกด้วย

Featherstone ขยายความเรื่อง “กระบวนการแห่งสุนทรียะในชีวิตประจำวัน” ที่เกิดขึ้นมากในยุควัฒนธรรมบริโภค (consumer culture)

ว่า ประการแรก ผู้คนจะถือว่าชีวิตนั้นเป็นดัง “โครงการแห่งสไตล์” (Life is conceptualized as a project of style) ซึ่งโครงการนี้จะสำเร็จหรืออยู่เหนือกว่าผู้อื่นก็ขึ้นอยู่กับว่าสไตล์ของชีวิตนั้นเป็น “ต้นแบบ” (originality) มีรสนิยม หรือมีสมรรถนะเชิงสุนทรียะมากน้อยเพียงใด (แนวคิดทั่วไปที่เราคุ้นเคยก็คือ โลฟส์สไตล์นั่นเอง) และความสามารถที่จะใช้ชีวิต “โครงการแห่งสไตล์” ให้มีสุนทรียะนี้จะไม่ขึ้นอยู่กับฐานทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว การใช้ชีวิตในแง่ของการบริโภคนี้จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการสร้าง-การดำรงรักษาอัตลักษณ์ การมีทางเลือกหลายๆ แบบ (choice) การมีเสรีภาพ (freedom) การแสดงออก (expressive) การไตร่ตรองขบคิด (reflexive - เช่น จะเลือกกินอาหารประเภทไหน เพราะอะไร) รวมทั้งเป็นความเพลิดเพลินเจริญใจอีกด้วย (playful)

นอกจากกระบวนการทัศน์ใหม่เรื่องการศึกษาเรื่องสุนทรียะจะเคลื่อนย้ายจากการผูกขาดสุนทรียะจากแ่งมุมของผู้ผลิต/ผู้ทรงพลังสุนทรียะมาสู่สุนทรียะในแ่งมุมของผู้ใช้/ผู้บริโภคแล้ว ในกระบวนการทัศน์ใหม่นี้ก็ยังสนใจแ่งมุมที่เรื่องของสุนทรียะได้กลายเป็นเวทีของการต่อสู้ช่วงชิงความหมายด้วยการใช้อำนาจแบบต่างๆ ที่เรียกว่า “การเมืองแห่งสุนทรียะ” (Politics of Aesthetic) ตัวอย่างเช่น งานศึกษาเรื่อง “การเมืองของสุนทรียะภาพ: ผ้าชิ้นตินจกจากแม่แจ่ม” โดย ปราโมทย์ ภัคดีณรงค์ (2548) ที่พบว่า “ชิ้นตินจก” ของชาวแม่แจ่มนั้นได้กลายเป็นพื้นที่ช่วงชิงความหมายจากคนหลายกลุ่มสังคม ทั้งกลุ่มคนท้องถิ่นเจ้าของวัฒนธรรมเดิม (ซึ่งก็มีหลาย version อยู่แล้ว) กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มบุคคลภายนอก ฯลฯ เช่น ข้อถกเถียงที่ว่า การมีชิ้นตินจกหรือลวดลายในชิ้นนั้นเกี่ยวข้องกับความเชื่อ/ความศรัทธา/การได้ขึ้นสวรรค์หรือไม่ เรื่องราวที่ว่าแม่บ้านแม่แจ่มอย่างน้อยต้องมีชิ้นตินจกอย่างน้อยคนละหนึ่งผืน หรือข้อโต้แย้งที่ว่าคนแม่แจ่มในอดีตมีวิถีชีวิตแบบพึ่งตนเองจึงปลูกฝ้ายไว้จากชิ้นเอง เป็นต้น

### (7.3) การศึกษาวัตถุ/สิ่งของจากสาขามานุษยวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Anthropology)

เนื่องจากสาขามานุษยวิทยาวัฒนธรรมสนใจศึกษาวัฒนธรรมเป็นหัวใจหลัก ซึ่งก็จะรวมเอาวัฒนธรรมด้านวัตถุเอาไว้ด้วย ในที่นี้ ผู้เขียนจะเลือกกล่าวถึงนักคิดบางท่านและแนวทางบางแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวัตถุ/สิ่งของ โดยอาศัยงานเขียนของ I.Woodward (2007) และ A.A. Berger (1992) เป็นแนวทาง

อนึ่ง ถึงแม้ในยุคเริ่มแรกของนักมานุษยวิทยานั้นจะสนใจศึกษาสังคมที่มีมาก่อนยุคโลกสมัยใหม่ เช่น กลุ่มชนเผ่าดั้งเดิม แต่ปัจจุบันนี้ก็ได้มีการพัฒนามาศึกษาสังคมในยุคปัจจุบัน และไม่เพียงแต่จะศึกษา “สังคมอื่น” เท่านั้น นักวิชาการบางท่าน เช่น P. Bourdieu ได้ศึกษา “สังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ด้วย “

I.Woodward (2007) เริ่มอธิบายแนวคิดของสำนักคิดมานุษยวิทยาวัฒนธรรมว่า มีความแตกต่างจากสำนักคิดเชิงวิพากษ์และสำนักโครงสร้างนิยม ตรงที่สำนักนี้เน้นความสำคัญของการตีความ/การศึกษาระบบความหมายที่อยู่ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมของสังคมนั้น ประเด็นที่สาขามานุษยวิทยาที่ศึกษาวัตถุ/สิ่งของสนใจ จะมีดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ก) **แนวคิดเรื่อง “รสนิยม” (taste)** Woodward ตั้งข้อสังเกตว่าในชีวิตประจำวัน ความเกี่ยวข้องระหว่าง “ผู้คน” กับ “วัตถุ” ก็คือการตัดสินใจว่าจะเลือกใช้ เลือกซื้อ เลือกเก็บ เลือกทิ้ง เลือกกิน ฯลฯ วัตถุชิ้นใด ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนั้นก็คือ แนวคิดเรื่อง “รสนิยม” ที่เป็นเกณฑ์ให้คนใช้ตัดสินใจเลือก และระบบการจัดจำแนกประเภทดังกล่าวนั่นเองได้กลายมาเป็นเส้นแบ่งกันวัฒนธรรม (เช่น ถ้าเป็นผู้สูงอายุแล้วก็ไม่ควรจะนั่งกระโปรงจีบรอบตัวแบบสาวน้อยวัยรุ่น) แนวคิดเรื่อง “รสนิยม” จะช่วยให้เราเข้าใจทั้งบริบทสังคมในแต่ละช่วงเวลา และยังช่วยให้เราเข้าใจเหตุผลที่ผู้คนใช้ในการตัดสินใจเลือกวัตถุ/สิ่งของ รวมทั้งคำอธิบายเบื้องหลังของการตัดสินใจนั้น ซึ่งหมายความว่า แนวคิดเรื่อง

“รสนิยม” จะช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 ตัว คือ วัฒนธรรม ด้านวัตถุ (material culture) การเลือกของปัจเจก (individual choice) และวาทกรรม (discourse) ที่เกี่ยวข้อง (เช่น ฉันทชอบใช้เครื่องแต่งบ้านแบบไหน และเพราะอะไรจึงชอบแบบนั้น) และในทางกลับกัน ผลจากการเลือกนั้นก็ช่วยจัดวางตำแหน่งแห่งที่ทางวัฒนธรรม (cultural location) ของบุคคลนั้นๆ (การเลือกของเราเหมือนหรือต่างจากคนอื่นๆอย่างไร)

ผลพวงจากแนวคิดเรื่อง “รสนิยม” ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องเลือก ต้องตัดสินใจ นี่จึงนำมาสู่การประเมินคุณค่าว่า “(รสนิยม)ดีหรือเลว” อันเป็นผลที่เกิดสืบเนื่องมาจากการตัดสินใจเลือกวัตถุชิ้นนั้นๆ แน่แน่นอนว่า ความคิดว่า “อะไรดีหรือเลว” นั้น เป็นแนวคิดที่ถกเถียงกันมาตั้งแต่ครั้งอดีตจนแม้ปัจจุบันก็ยังไม่สิ้นสุด ข้อถกเถียงนั้นก็คือ ใครใช้เกณฑ์อะไร ตัดสินว่าอะไรดีหรือเลว ตัวอย่างเช่น Francis Sparshott (1958, อ้างใน Woodward) ระบุว่า สิ่งของที่เรียกว่า “ดี” ก็คือสิ่งของที่สามารถตอบสนองความต้องการของเราได้นั่นเอง เป็นต้น

แต่ถึงแม้การถกเถียงในเชิงปรัชญา/วิชาการจะยังไม่จบสิ้น หากทว่า ในชีวิตประจำวันผู้คนต่างก็พากันใช้แนวคิดเรื่อง “รสนิยม” ในการจัดการกับวัตถุ/สิ่งของแวดล้อมรอบตัวพวกเขา เราจะได้ยินคำพรรณนาคุณสมบัติ (ปรากฏอยู่ในคำคุณศัพท์) ของวัตถุ/สิ่งของอย่างมากมาย เช่น น่าใช้ รูปสวย กระทัดรัด ดูทรงคุณค่า เรียบง่าย พกพาได้สะดวก ประหยัด ทุนแรง ฯลฯ ซึ่งในท้ายที่สุดแล้ว บรรดาคำพรรณนาเหล่านี้ สื่อแสดงให้เห็นถึงเกณฑ์ที่ใช้ตัดสินใจ เช่น เป็นที่น่าพึงปรารถนา (desirability) มีความต้องการ (needs and wants) ให้ความพึงพอใจ (satisfaction) มีความถูกต้อง (rightness) มีประสิทธิภาพ (efficiency) ให้ความรื่นรมย์ (pleasure) และเป็นสิ่งพึงกระทำ (obligation) เป็นต้น

นอกเหนือจากมิติด้านเหตุผลที่กล่าวมาแล้ว การตัดสินใจว่าอะไรดี/เลวนั้นยังมีมิติด้านอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้องอย่างมาก (จนน่าสงสัยว่าในเรื่องรสนิยมนี้ เหตุผลหรืออารมณ์กันแน่ที่เป็นปัจจัยหลัก) ในงาน

เขียนชื่อ **The Anatomy of Disgust** (1997) ของ William Ian Miller ได้วิเคราะห์ว่า การแบ่งแยกทุกสิ่งทุกอย่างออกเป็นขั้วสองข้างแบบ “ขาวกับดำ ดีกับเลว” นั้น เป็นกลไกทางด้านภาษาที่มนุษย์ทั่วโลกและทุกยุคสมัยใช้เป็นวิธีคิดหลักในการแยกแยะผู้คนและวัตถุ/สิ่งของรอบๆตัว และจากปลายขั้วของ “ดี” มาจนถึง “เลว” นั้น ระหว่างกลางทางนี้ก็จะมี “เฉดของอารมณ์ประเภทต่างๆ” (variety of emotional shades) ที่แสดงออกผ่านกลไกการใช้ภาษาของเราเช่นเดียวกัน เช่น คำว่า “ฉันไม่ค่อยชอบ ไม่ชอบเลย รังเกียจ ขยะแขยงของชิ้นนี้” แม้ว่าจะแสดงรสนิยมที่ไม่ชื่นชมวัตถุชิ้นนั้น แต่ประโยคทั้ง 4 ก็แสดงเฉดของอารมณ์ที่มีระดับแตกต่างกัน

และจากแนวคิดเรื่องการใช้ “รสนิยม” เป็นเส้นกันพรมแดนสิ่งของต่างๆที่มีได้ให้กำเนิดแก่**ทฤษฎีการจัดจำแนกประเภท** (theory of classification) ซึ่งมีความสำคัญตั้งแต่ “เกณฑ์ที่ใช้จัดแบ่ง” และ “ผลสืบเนื่องที่มีต่อการจัดแบ่ง” นั้น ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวเป็นพื้นฐานแก่นักวิชาการที่ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมด้านวัตถุในชั้นต่อมา

(ข) **E.Durkheim และความรู้สึกเชิงศาสนา (religious sentiment)** จากแนวคิดเรื่อง “รสนิยม” และ “ทฤษฎีการจัดจำแนกประเภท” ที่กล่าวมาข้างต้น นักสังคมวิทยา เช่น E.Durkheim ได้นำมาศึกษาเพิ่มเติม Durkheim ได้ตอกย้ำว่า การจัดจำแนกประเภทสิ่งของต่างๆในโลกนั้นมีบทบาทหน้าที่อย่างสำคัญในการช่วยให้มนุษย์จัดการกับชีวิตประจำวันของเขาได้ จัดการกับโลกแวดล้อมรอบๆตัวได้ และการจัดจำแนกประเภทดังกล่าวนั้น แม้จะมองเห็นว่าเป็น “การกระทำของปัจเจกบุคคล” แต่ที่จริงแล้ว วิธีการจัดจำแนกสิ่งต่างๆในคนแต่ละกลุ่ม สังคมแต่ละสังคม และในแต่ละยุคสมัยนั้น ล้วนเป็น “จิตสำนึกร่วม” (collective consciousness) ของคนกลุ่มนั้นๆ

นอกจากนั้น เนื่องจากการจัดจำแนกวัตถุ/สิ่งของนั้นมิได้เป็นไป

ตามเจตน์จำนงค์เสรีของแต่ละบุคคล (แม้ว่าดูจากภายนอกอย่างผิวเผิน จะเสมือนว่าใช่) เนื่องจาก Durkheim มีทัศนะว่า บรรดาพฤติกรรม/ การกระทำทางสังคมของมนุษย์ (Social action) ล้วนดำเนินไปโดยมี “พลังแรงผลักดันทางสังคม” (Social force) เป็นตัวผลักดัน/กำหนด ทิศทาง (พลังนี้จะดำเนินไปอย่างไรไม่รู้สักตัวเลยว่ามียู่อุ่ เสมือนเวลาที่เรา ลอยตัวไหลไปตามกระแสน้ำ แต่หากเมื่อใดที่เราลองต่อต้านว่ายทวน กระแสน้ำ เราจะรู้สึกได้ทันทีถึงพลังบีบคั้นดังกล่าว) ซึ่งในกรณีของ การกระทำต่อวัตถุ/สิ่งของนั้น Durkheim สนใจพลังที่เรียกว่า “พลังทาง ศีลธรรม” (moral force)

พลังทางศีลธรรมนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางว่ามนุษย์เราควรจะทำ ปฏิบัติต่อวัตถุ/สิ่งของต่างๆอย่างไร (เช่น ถ้าเห็นต้นไม้ที่ถูกพันด้วยผ้า สีแดง/จีวรพระ ก็ไม่ควรจะตัดโค่น) Durkheim ตอกย้ำอีกครั้งหนึ่ง วิธีการจัดจำแนกวัตถุ/สิ่งของต่างๆของผู้คนในสังคมนั้น มิใช่มาจากการ ใช้เกณฑ์พวกปัจจัยภายนอก เช่น รูปทรง สี สัน ขนาด กลิ่น รสชาติ ฯลฯ ของปัจเจกบุคคลเท่านั้น หากทว่าเป็น “แรงพลังทางศีลธรรม” ในระดับ ของสังคมนี้เองที่ทำให้การจัดจำแนกประเภทนั้นมีความคงทนและมีความ เข้มแข็ง ไม่เปลี่ยนแปลงไปมาอย่างง่ายๆ เนื่องจากไม่ใช่เรื่องของปัจเจก บุคคล และแรงพลังทางศีลธรรมนี้ยังหล่อหลอมอารมณ์ความรู้สึกที่เรา มีต่อสรรพสิ่งต่างๆ อารมณ์ความรู้สึกดังกล่าวนี้ Durkheim เรียกว่า “อารมณ์ความรู้สึกเชิงศาสนา” (religious sentiment) (อารมณ์แบบนี้ จะทำงานอย่างเข้มข้นมากสำหรับวัตถุ/สิ่งของที่ถูกใช้อยู่ในพิธีกรรม เช่น เครื่องเซ่น สิ่งก่อสร้างทางศาสนา ฯลฯ)

และจากอารมณ์ความรู้สึกเชิงศาสนานี้เอง มนุษย์ก็จะนำมาใช้ เป็นเกณฑ์ในการแบ่งแยกจัดจำแนกวัตถุ/สิ่งของต่างๆในโลกออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ วัตถุ/สิ่งของทางโลก (profane) กับวัตถุ/สิ่งของศักดิ์สิทธิ์ (sacred) การแบ่งแยกว่าอะไรศักดิ์สิทธิ์/อะไรเป็นของธรรมดาสามัญ จะช่วยให้คนสามารถคิดได้ว่า จะจัดการกับโลก จัดการกับคนอื่น จัดการ

กับสิ่งของรอบๆตัวอย่างไร และหากวัตถุ/สิ่งของนั้นถูกจัดเข้ากลุ่มที่เปลี่ยนไป เราก็จะมีวิธีการจัดการที่เปลี่ยนไป ตัวอย่างเช่น เมล็ดข้าวในสังคมไทยโบราณ ถือว่าเป็นวัตถุศักดิ์สิทธิ์เพราะมีแม่โพสพรักษาอยู่ก่อนจะกินข้าว คนไทยโบราณจึงต้องไหว้ขอขอบคุณ เวลาทำข้าวหกกก็จะไม่เหยียบเพราะบาปกรรม และถึงเวลาที่กำหนดก็ต้องการทำพิธีสู่ขวัญข้าว แต่สำหรับในยุคสมัยปัจจุบัน เมล็ดข้าวได้ถูกย้ายกลุ่มมาเป็น “วัตถุ/สิ่งของแบบทางโลก” ไปแล้ว พฤติกรรม/การกระทำต่างๆที่คนไทยเคยมีต่อเมล็ดข้าวจึงเปลี่ยนแปลงไป

และสำหรับคำว่า “ศักดิ์สิทธิ์” ในทัศนะของ Durkheim นี้ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของ “ศาสนา” อย่างเดียวเท่านั้น สำหรับ “สิ่งของที่ศักดิ์สิทธิ์” หมายถึง สิ่งของ/วัตถุที่มี “รังสี” (aura) มีสถานภาพเชิงสัญลักษณ์ (Iconic Status) สูงกว่าวัตถุทั่วไป ตัวอย่างเช่น ชุดครุยปริญญา หนังสือที่มีลายเซ็นต์ของผู้เขียน เสื้อยืดที่นักฟุตบอลคนโปรดเคยใส่ลงแข่งขัน บรรดาของรัก/ของหวงของสะสมต่างๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว วัตถุ/สิ่งของที่ศักดิ์สิทธิ์นี้มักจะมีเรื่องราวเกี่ยวกับวิธีการที่จะได้มา/และจะมาเกี่ยวข้องกับวิธีการเก็บรักษาและวิธีการใช้ต่อไป ซึ่งอาจสรุปได้ว่า ความหมายของคำว่า “ศักดิ์สิทธิ์” โดยเฉพาะในโลกยุคปัจจุบันนั้น มีความหมายที่กว้างขวางกว่ามิติของศาสนาแม้ว่าจะมีรากเหง้าความเป็นมาที่คล้ายคลึงกัน

Durkheim อธิบายต่อไปด้วยว่า สำหรับการสร้างวัตถุ/สิ่งของอย่างหนึ่งให้กลายเป็น “ของศักดิ์สิทธิ์” นั้น จะดำเนินการผ่านรูปแบบสูงสุดของชีวิตทางจิต (highest form of psychic life) ของมนุษย์ คือ รูปแบบพิธีกรรม (rituals) ซึ่งภายในพิธีกรรมนั้น ก็จะมีเรื่อง “ความเชื่อ” (belief) และ “การปฏิบัติ” (practice) บรรจุกว้างขวางครบเครื่อง และเช่นเดียวกับขอบเขตความหมายที่กว้างขวางของคำว่า “ศักดิ์สิทธิ์” คำว่า “พิธีกรรม” นี้ก็อาจจะหมายความตั้งแต่พิธีกรรมทางศาสนาแบบโบราณ มาจนกระทั่งถึงพิธีกรรมต่างๆในโลกสมัยใหม่ เช่น พิธีกรรมแต่งงาน พิธีรับปริญญาบัตร พิธีรับขวัญน้อง มาจนกระทั่งถึงบรรดาพิธีกรรมต่างๆ

ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย เช่น “พิธีกรรมการจัดคอนเสิร์ตของกลุ่มแฟนเพลงเฮพี้เมทัล” เป็นต้น และเนื่องจากพิธีกรรมเป็นรูปแบบสูงสุดของชีวิตทางจิตของมนุษย์ พิธีกรรมจึงสามารถ “สถาปนา” อารมณ์ความรู้สึกร่วมหรือจิตสำนึกร่วมให้เกิดขึ้นได้ ฉะนั้น วัตถุ/สิ่งของที่ “เดินผ่าน” พิธีกรรมมาแล้วจึงเปลี่ยนสภาพจากวัตถุ/สิ่งของแบบทางโลกไปเป็นวัตถุ/สิ่งของแบบศักดิ์สิทธิ์ได้ กระบวนการทำพิธีปลุกเสก (Sanctification) บรรดาวัตถุมงคลทั้งหลายนั้นก็เป็นการกระทำที่เกี่ยวกับการใส่เสื้อยัดกีฬา แล้วลงแข่งของนักฟุตบอลคนโปรดเช่นเดียวกัน

ถึงแม้แนวคิดเรื่องความรู้สึกเชิงศาสนา พิธีกรรม และความศักดิ์สิทธิ์อันเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงกับเรื่องรสนิยม/และการจัดจำแนกวัตถุ/สิ่งของต่างๆ จะดูเป็นเรื่องของสังคม/ผู้คนในอดีต แต่ทว่า Woodward & Emmison (2001, อ้างใน Woodward, 2007) ได้ทำวิจัยสำรวจเพื่อยืนยันว่าแนวคิดต่างๆ ที่กล่าวมานี้ยังคงฝังรากลึกอยู่ในผู้คนยุคปัจจุบัน การวิจัยนี้ได้ออกแบบสำรวจให้กลุ่มตัวอย่างระบุว่า “อย่างไรที่เรียกว่ามีรสนิยมดี อย่างไม่ที่เรียกว่ามีรสนิยมแย่” ถึงแม้ในระดับแรก กลุ่มตัวอย่างจะใช้คำคุณศัพท์ประเภทที่ว่า “สวยงาม/เป็นอมตะ/หรูหรา/ดูดี/ดูฉลาด/เซ็กซี่/ไม่เหมาะสม/ไม่เข้ากันเลย” แต่ในท้ายที่สุดแล้ว บรรดาคุณลักษณะทั้งหมดนี้ก็จะถูกนำมาจัดรวมกลุ่ม “ดี/เลว” ที่เน้นหนักมิติเชิงศีลธรรม (moral weight) อยู่ดี นี่จึงสะท้อนให้เห็นถึง “พลัง/แรงทางศีลธรรม” ที่แฝงอยู่เบื้องหลังรสนิยมของคนสมัยใหม่

และสำหรับแนวคิดเรื่อง “ความศักดิ์สิทธิ์” (sacred) กับ “ความเป็นทางโลก/โลกย์” (profane) นี้ มิใช่คุณลักษณะที่ตายตัวของวัตถุ/สิ่งของ ในทางตรงกันข้าม กลับเป็นคุณสมบัติที่เคลื่อนไหวไปมาได้อยู่ตลอดเวลา บรรดาวัตถุมงคลต่างๆ เมื่อยังไม่ปลุกเสกนั้น ก็จะเป็นเพียงก้อนดิน/ก้อนหินเท่านั้น แต่เมื่อผ่านปฏิบัติการทางสังคมรูปแบบพิเศษ (social practice) เช่น การสวดมนต์ การเจิม การเป่า การปลุกเสก จึงจะแปรสภาพไปเป็น “วัตถุศักดิ์สิทธิ์” เช่นเดียวกับบรรดา “ของขลัง”

ทั้งหลาย หากผู้สวมใส่ไปเดินลอดใต้ราวผ้านุ่งหรือนำมาผูกประจำเดือนของผู้หญิง ก็จะหายขลังและแปรสภาพมาเป็น “วัตถุธรรมดา” เป็นต้น (โปรดดู กาญจนา, เมื่อสื่อพิธีกรรมเป็นลำนำแห่งความสุข, 2549)

**(ค) M.Douglas กับแนวคิดเรื่องการบริโภควัตถุ/สิ่งของ**

สำหรับผู้ที่ทำงานต่อจากแนวคิดของ Durkheim คือ M.Douglas ที่นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับวัตถุ/สิ่งของของ Durkheim มาใช้ในเรื่องของ “การบริโภค” Douglas นำเสนอแนวคิดไว้ในหนังสือชื่อ **The World of Goods** (1979) ที่เธอเขียนร่วมกับ Baron Isherwood ข้อเสนอสำคัญๆ เกี่ยวกับการบริโภควัตถุ/สิ่งของมีดังนี้

(i) Douglas ปฏิเสธแนวคิดเบื้องหลังการบริโภควัตถุ/สิ่งของของผู้คนตามทฤษฎีของพวกเศรษฐศาสตร์เชิงเหตุผลนิยมที่เสนอว่า ผู้คนตัดสินใจบริโภควัตถุสิ่งของโดยใช้หลักคิดเรื่องเหตุเรื่องผล เรื่องประโยชน์ ไร้สอย (rationality & utility) แต่ในเวลาเดียวกัน Douglas ก็ปฏิเสธแนวคิดเรื่องพลังทางศีลธรรม/ความศักดิ์สิทธิ์ที่ Durkheim ได้นำเสนอเอาไว้ ข้อเสนอของ Douglas ต่อการรับรู้วัตถุ/สิ่งของก็คือ “วัตถุ/สิ่งของที่เป็นสินค้านั้นมีลักษณะที่เป็นกลาง (neutral) แต่วิธีการใช้สินค้าจะมีลักษณะทางสังคม (social) สินค้าอาจจะถูกใช้ทั้งเป็นรั้วกัน (ปิดตัว/แยกตัว) หรือเป็นสะพาน (ทอดเชื่อมไปหาคนอื่น) ก็ได้”

(ii) แนวคิดเกี่ยวกับวัตถุของ Douglas นั้นคล้ายคลึงกับข้อเสนอของ Claude Levi-Strauss ที่ว่า สินค้านั้นเป็นแหล่งกำเนิด (resource) สำหรับการขบคิด (thinking) สำหรับการปักเขตแดน (demarcating) และการจัดจำแนกประเภท (classifying) ถึงแม้ว่า “สินค้า (ซึ่งเป็นวัตถุ/สิ่งของในโลกปัจจุบัน) จะถือกำเนิดขึ้นมาในระบบการผลิตแบบทุนนิยม แต่ทว่าสินค้าทั้งหลายก็ได้สืบทอดความหมายทางสังคม (social meaning) มาด้วย ด้วยเหตุนี้ สินค้าเช่นเครื่องแต่งกาย เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในครัวจึงสามารถเป็นแหล่งกำเนิดของการคิดถึงในแง่มุมมองที่เป็นส่วน

เสี้ยวหนึ่งของวัฒนธรรม (เช่น วัตถุ/สิ่งของที่เป็นเครื่องใช้ในครัว อย่างครก ก็เป็นแหล่งกำเนิดให้คิดถึงแบบแผนวัฒนธรรมการประกอบอาหารหลักของคนไทย คือ การตำน้ำพริก เป็นต้น นอกจากนั้น ครกและสากก็ยังมีเรื่องราวและความหมายทางสังคมที่ติดมาตั้งแต่ครั้งอดีตอย่างมากมาย) และน่าสังเกตว่า การศึกษาสื่อวัตถุพื้นบ้าน (ซึ่งถูกประกอบสร้างความหมายทางสังคมมาตั้งแต่ครั้งอดีต) ที่มาถูกผลิตซ้ำในโลกสมัยยุคปัจจุบัน จะมีแง่มุมที่กล่าวนี้เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมาก

(iii) ถึงแม้การผลิตสินค้าจะเกิดมาจาก “มิติเศรษฐกิจ” แต่ในการทำความเข้าใจกับเรื่องความหมายของสินค้านั้น เราก็ต้องไปให้ไกลกว่ามิติเศรษฐกิจ (และอาจจะเป็นอิสระจากการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจด้วย) เนื่องจากวัตถุ/สิ่งของเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความหมาย (make sense) ของโลก ดังนั้น วัตถุ/สิ่งของที่เป็นสินค้าของการบริโภคจึงทำหน้าที่ช่วยผู้คนให้สามารถปักปันแบ่งเขตแดนทางสังคม (คนกลุ่มไหน ควรบริโภคสินค้าแบบไหน) ช่วยธำรงรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม และช่วยกำหนดมูลค่า/ความมีคุณค่าให้แก่สิ่งของและผู้คน ฉะนั้น การบริโภควัตถุ/สิ่งของของคนเราจึงมิใช่ทั้งเหตุผลด้านความต้องการใช้ประโยชน์ (คนปัจจุบันซื้อหาสิ่งของมิใช่เพราะมีความจำเป็นต้องใช้) หรือมิใช่ “การนึกตัดสินใจเฉยเฉยๆ” (sample choice) แต่ทว่า Douglas เสนอว่า การบริโภควัตถุ/สิ่งของนั้นมีเรื่องของความหมาย/อารมณ์ความรู้สึก(เชิงสังคม)ที่อยู่เบื้องลึกเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ด้วย แต่แน่นอนว่า สินค้าบางประเภทอาจจะมีเรื่องของอารมณ์/ความหมายในระดับความลึกล้ำ/รุนแรงมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับอายุ/รุ่นวัย/ภูมิหลังทางสังคมของผู้บริโภค

(iv) และจากเรื่องความหมายของวัตถุ/สิ่งของ Douglas ได้เชื่อมโยงเรื่องการบริโภควัตถุมาที่ตัวผู้บริโภค ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การบริโภคนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการสร้างความหมาย (consumption is about meaning-making) ดังนั้น โลกของสินค้าจึงกลายเป็นโลกแห่งความหมายนานาชนิดในการรับรู้ของผู้บริโภค และเมื่อผู้บริโภคนำตัวเอง

เข้าผูกพันกับวัตถุ/สิ่งของผ่านการบริโภค เรื่องของความหมายจึงโยงใยไม่เพียงแต่ “ตัววัตถุ” เท่านั้น หากแต่เชื่อมมาถึง “ตัวผู้บริโภค” ด้วย สำหรับมนุษย์เรานั้นจะรับรู้ความหมายของตัวเองได้จาก 2 หนทาง ทางแรกคือการที่ผู้อื่นบอกว่าเราเป็นคนแบบไหน (เป็นแนวคิด others as looking-glass ของสำนัก Symbolic Interaction) และอีกหนทางหนึ่งคือ ผ่านวัตถุ/สิ่งของที่แวดล้อมอยู่รอบๆตัวเรา (อันเป็นที่มาของแนวคิดเรื่อง You are what you eat, drink, have, etc) เช่น หากเราลองเดินเข้าไปในบ้านของบุคคลคนหนึ่งทีทุกห้อง ตรงฝาผนังหรือมุมต่างๆจะมีชั้นวางหนังสือที่มีหนังสือบรรจุอยู่ทุกแห่ง เราก็คงพอจะอ่าน “ตัวตน” ของเจ้าของบ้านได้จากวัตถุ/สิ่งของที่อยู่แวดล้อมตัวเขา เป็นต้น ดังนั้น ในกิจกรรมการ shopping ซึ่งเป็นรูปแบบของการได้มาซึ่งวัตถุ/สิ่งของแบบสมัยใหม่ กระบวนการนี้จึงมีหลักเกณฑ์เรื่องความหมายของวัตถุ ความหมายของตัวคน และความสัมพันธ์กับคนอื่นๆเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ตลอดเวลา

(v) Douglas และ Isherwood ได้ยกตัวอย่างแบบแผนการบริโภคอย่างง่ายที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เช่น การดื่มกาแฟ ซึ่งมีให้เลือกตั้งแต่จะชงกาแฟด้วยกาแฟสำเร็จรูปหรือกาแฟสด จะซื้อกาแฟสดที่บดแล้วหรือจะซื้อแบบที่เป็นเม็ดมาบดเอง จะใช้เครื่องบดกาแฟแบบไหน เป็นเครื่องบดไฟฟ้าหรือเป็นที่บดแบบใช้มือหมุน ฯลฯ นี่จึงหมายความว่า การบริโภค (consumption) นั้นได้กลายเป็น “ระบบสังคม” ในตัวของมันแล้ว และเป็นวิถีทางที่แท้จริงของการสถาปนาตัวตน สถาปนาสังคม และสถาปนาวัฒนธรรม (เช่น คนที่เลือกวิถีทางการดื่มกาแฟแต่ละแบบก็จะบ่งบอกว่าเขาเป็นคนประเภทไหน สังคมที่มีวิถีทางให้เลือกกินกาแฟได้หลายแบบนี้ เป็นสังคมแบบไหน และสังคมที่มีความประณีตบรรจงกับการกินกาแฟแบบนี้ วัฒนธรรมแห่งกาแฟได้มีตำแหน่งแห่งที่ในสังคมนั้นอย่างไร) ความสำคัญของ “การบริโภค” จึงมีมากใน 2 ระดับ คือ ทั้งระดับของการเป็น “วิถีทางแห่งการแสดงออกทางวัฒนธรรม” (expressing) และในทางกลับกันก็เป็น “กลไกแห่งการจัดการตัวเองและกลุ่มคน” อีกด้วย

(managing self & population) (เช่น คนที่มีความละเอียดละไมกับการเลือกกินกาแฟสดน่าจะเป็นคนที่มีรสนิยมดีกว่าคนกินกาแฟสำเร็จรูป) ฉะนั้น ในแต่ละส่วนเสี้ยวของพฤติกรรมกรรมการบริโภคจึงเป็นทั้งกระบวนการ “สร้างสรรค์วัฒนธรรม” (building) ด้วยการใช้จ่าย (expending) ปรับแต่งใหม่ (rebuilding) แล้วก็เอามาใช้อีก (expending) การบริโภคสินค้าจึงมิใช่เป็นเพียง “ตัวเนื้อหาข่าวสาร” เท่านั้น หากทว่าเป็น “ระบบทั้งระบบ” หรือหากกล่าวด้วยภาษาของคอมพิวเตอร์ก็คือ การบริโภคมิได้เป็นเพียง software เท่านั้น แต่มันเป็นระบบ hardware ทั้งระบบเลย

### (ง) M.Mauss กับเรื่องการแลกเปลี่ยนวัตถุ/สิ่งของ

สำหรับ M.Mauss นั้นจะสนใจบทบาทของวัตถุ/สิ่งของในขั้นตอนของการแลกเปลี่ยนโดยมีวัตถุ/สิ่งของเป็นสื่อกลาง (ซึ่งหมายความว่า มีการรับรู้ material as media) เขาได้ศึกษารูปแบบการแลกเปลี่ยนวัตถุ/สิ่งของในรูปแบบของ “ของขวัญ” (Gift) ในสังคมดั้งเดิม (ชนเผ่าซามัว) ข้อค้นพบของเขาตอกย้ำแนวคิดของ Durkheim ที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การแลกเปลี่ยนสิ่งของ/วัตถุนั้นจะอยู่ภายใต้กฎแห่งศีลธรรมที่พิจารณาการจัดจำแนกประเภทของวัตถุ/สิ่งของและผู้คนอยู่ตลอดเวลา (เราอาจใช้แนวคิดดังกล่าวมาศึกษาเป้าหมายของการทอผ้าของผู้หญิงอีสานในอดีตซึ่งมีวัตถุประสงค์หลายแบบ เช่น ทอผ้าใส่เอง ทอผ้าไปถวายพระ ทอผ้าเอาไว้รับไหว้ลูกเขย ฯลฯ ซึ่งเป้าหมายที่แตกต่างกันนี้จะปรากฏออกมาในประเภทของผ้าที่ทอ)

งานศึกษาเรื่องการแลกเปลี่ยนของขวัญกันและกันของ Mauss ได้เปิดเผยข้อค้นพบบางอย่างที่ว่า การให้และการรับของขวัญนั้นมีใช่เรื่องที่เป็นไปอย่างสมัครใจ (voluntary) มิใช่เรื่องที่เกิดขึ้นเอง (spontaneous) และมีได้ปราศจากผลประโยชน์ส่วนตัว (self-interest) ในทางตรงกันข้าม เมื่อการแลกเปลี่ยนของขวัญนั้นเป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติ (obligatory) เป็นเรื่องที่ต้องมีการวางแผน (planned) และเป็นเรื่องที่มีผลประโยชน์ส่วนตัว

เข้ามาเกี่ยวข้องกับอยู่ตลอดเวลา (อันที่จริง แม้แต่ในสังคมสมัยใหม่ ในช่วงเทศกาลของการให้ของขวัญ ผู้ให้ก็ต้องวางแผนเลือกสิ่งของที่จะเป็นของขวัญโดยคำนึงถึงว่าใครเป็นผู้รับอยู่เสมอ) การที่เรามีความเข้าใจว่าของขวัญเป็นสิ่งที่เราจะให้อะไรกับใครก็ได้ นั้นเป็นรูปแบบการลวงตาทางสังคม (social deception) อย่างหนึ่ง

ดังเช่นในเผ่าซามัวนั้น ของขวัญจะเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งเกียรติยศแก่บุคคล และจะนำมาซึ่งหน้าตาศักดิ์ศรี (ทั้งแก่ผู้ให้และผู้รับ) ดังนั้นเมื่อมีฝ่ายให้แล้ว จึงเป็นข้อบังคับเลยว่า ต้องมีการให้คืนตอบกลับ และต้องอยู่ภายใต้กฎแห่งศีลธรรมเดียวกัน (ต้องคำนึงว่าจะให้อะไรตอบกลับจึงจะเหมาะสม) จึงมีข้อสรุปว่า “การให้อะไรบางสิ่งบางอย่างไป ก็เท่ากับให้ส่วนเสี้ยวหนึ่งของตัวผู้ให้” การแลกเปลี่ยนของขวัญจึงทำงานอยู่ภายใต้กฎ 3 ประการคือ (i) ข้อบังคับ/พันธะที่จะให้คืน (ii) ข้อบังคับ/พันธะที่จะต้องให้ (iii) ข้อบังคับ/พันธะที่จะต้องรับ

เราอาจจะมีคำถามว่ากฎของการแลกเปลี่ยนนั้นมีอยู่แต่เฉพาะในชนเผ่าดั้งเดิมโบราณเท่านั้นหรือ Sheila Johnson (อ้างใน Berger, 1992) ให้ข้อพิสูจน์ว่ามีใช่ เพราะแม้แต่ในยุคสมัยปัจจุบัน เมื่อ S.Johnson วิจัยเรื่องการให้ของขวัญในช่วงคริสต์มาส ผู้วิจัยก็ได้พบกฎเกณฑ์ของการให้ของขวัญนั้นเช่นกัน ในช่วงเวลาดังกล่าว ผู้ให้ของขวัญจะมีความวิตกกังวลอย่างมากว่า จะเลือกของขวัญอะไรให้แก่ใครดี โดยต้องพิจารณาทั้งราคาค่างวดและรสนิยมของผู้รับ ซึ่งจะย้อนกลับมาสะท้อนถึงรสนิยมของผู้ให้อีกชั้นหนึ่ง และของขวัญยังเป็นเครื่องสะท้อนซึ่งระดับความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ให้กับผู้รับ สำหรับผู้ที่มีความสัมพันธ์แบบธรรมดา กับผู้ที่มีความสัมพันธ์แบบพิเศษ ของขวัญที่ให้นั้นย่อมแตกต่างกัน

ด้วยเหตุนี้วัตถุ/สิ่งของที่มีฐานะเป็นของขวัญจึงถูกอ่านเสมือนหนึ่งเป็น “สัญลักษณ์” อย่างหนึ่งเสมอ (ของขวัญที่เป็น “แหวนเพชร” คงไม่ใช่ของขวัญแบบธรรมดา) ดังนั้น การให้ของขวัญในช่วงคริสต์มาสของคนในยุคปัจจุบันจึงมิได้แตกต่างไปจากชนเผ่าดั้งเดิมมากนัก โดยเฉพาะ

ในแง่ของบทบาทหน้าที่ของขบวนการนั้นก็ยังคงเป็น (i) การตอบสนองความต้องการที่จะมีเพื่อนและต่อยอดกิจกรรมชีวิตของมนุษย์ (ii) เพื่อทำตามกฎของการแลกเปลี่ยน (เมื่อมีผู้ให้มา ก็ต้องให้ตอบแทนกลับไป) (iii) เพื่อต่อยอดตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลในชุมชนนั้นๆ

และในขณะที่แนวคิดเรื่อง “การแลกเปลี่ยนวัตถุ/สิ่งของ-ของขวัญ” นั้นเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ของมนุษย์ผ่านวัตถุ/สิ่งของมาตั้งแต่สังคมในอดีต หากทว่ารูปแบบดังกล่าวยังคงผลิตซ้ำและสืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน (reproduction) โดยได้พัฒนารูปแบบให้มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น และฝังตัวอย่างหนาแน่นอยู่ในระบบโครงสร้างสังคม ดังเช่นกรณีพิสูจน์จากงานวิจัยของวิบูลย์ วัฒนนามกุล ในเรื่อง “ของกำนัลและความซื่อ” (2550) ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ (ทั้งในรูปของสิ่งของ-วัตถุและบริการ) ระหว่างตัวแทนจำหน่ายยาของบริษัทขายยากับแพทย์ในโรงพยาบาล ผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นถึงกฎหรือพันธะของการแลกเปลี่ยนระหว่างทั้งสองฝ่ายที่มีความสลับซับซ้อนไม่น้อยไปกว่าชนเผ่าซามัวในงานวิจัยของ M.Mauss เลย และบทบาทของสิ่งของ/วัตถุนั้นยังสามารถทำได้ถึงขั้น “ตกแต่ง” หรือทำศัลยกรรมรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองฝ่ายด้วย

#### (7.4) การศึกษาวัตถุ/สิ่งของจากสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง

นักคิดในสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองนั้นมีต้นกำเนิดมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นยุคสมัยของระบบทุนนิยมยุคแรกในยุโรป แต่ได้มีการพัฒนาแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองมาโดยตลอด ดังนั้น ในสำนักคิดนี้จึงมีกลุ่มย่อยๆอยู่หลายกลุ่ม

(7.4.1) Marx กับการวิเคราะห์วัตถุที่เป็นสินค้า นักคิดรุ่นแรกของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง คือ K.Marx ซึ่งมีความสนใจวิเคราะห์ระบบทุนนิยมเป็นหลัก ในการวิเคราะห์ระบบทุนนิยมนั้น Marx ได้เริ่มจากการวิเคราะห์ “วัตถุที่เป็นสินค้า” ซึ่งเป็นหน่วยพื้นฐานที่สุดของระบบทุนนิยม แต่ทว่าวัตถุที่ Marx วิเคราะห์นี้เป็นวัตถุที่ผลิตขึ้น

ภายใต้ระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม จึงมีลักษณะพิเศษหลายประการ เช่น ในแง่เป้าหมายของการผลิต การผลิตดังกล่าวมิใช่เป็นการผลิตเพื่อใช้ของผู้ผลิต (คนงาน) หากแต่เป็นการผลิตเพื่อขาย (แสวงหากำไรของนายทุน) เป็นการผลิตที่สุดท้ายแล้ว วัตถุที่ผลิตสำเร็จแล้วนั้นจะไม่ได้เป็นของแรงงานผู้ผลิต แต่กลับเป็นของ “เจ้าของทุน” (ผู้ไม่ได้ลงแรงผลิต) การผลิตส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้ความสามารถ/ศักยภาพและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ผลิต (แรงงาน) แต่ใช้ความสามารถของเครื่องจักร/อุปกรณ์การผลิตมากกว่า เป็นต้น สำหรับคำว่า “สินค้า” ในทัศนะของ Marx นั้น หมายถึง “วัตถุที่ถูกกำหนดค่าด้วยระบบเงินตรา และสามารถนำเอาไปใช้แลกเปลี่ยนในตลาดได้”

Marx จึงสรุปว่า วัตถุที่เป็นสินค้านั้นมีความแตกต่างจาก “วัตถุที่เคยผลิต” ในระบบหัตถกรรมหรือการผลิตแบบพื้นบ้านโดยสิ้นเชิงไม่ว่าจะเป็นเรื่องเป้าหมาย การเป็นเจ้าของผลผลิตหรือการใช้ความสามารถในการผลิต และความแตกต่างที่สำคัญก็คือ ในขณะที่ผลลัพธ์สุดท้ายคือผลผลิตที่ผลิตเสร็จแล้วของระบบการผลิตแบบพื้นบ้านนั้นจะเป็นผลงานที่เจ้าของแรงงานภาคภูมิใจ เป็นหยดเหงื่อแรงงานของตน แต่ผลงานแบบ “วัตถุ/สินค้า” ในระบบระบบทุนนิยมกลับกลายเป็น “แหล่งรวมของแรงงานที่ถูกเอารัดเอาเปรียบ”

ผู้เขียนมีข้อคิดว่า ในการวิเคราะห์สื่อวัตถุพื้นบ้านในสังคมปัจจุบัน เราก็คงจำเป็นต้องนำเอาแนวคิดของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง เช่นแนวคิดของ Marx มาใช้ เพราะในยุคปัจจุบันนี้ไม่เพียงแต่วัตถุที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม/ทุนนิยมเท่านั้นที่ได้กลายเป็นสินค้า แม้แต่วัตถุที่ผลิตจาก “ระบบการผลิตแบบพื้นบ้าน” ก็ดูเหมือนจะถูกกรงเล็บของระบบทุนนิยมจิกกัดเอาไปที่ละเล็กละน้อย

(7.4.2) G. Lukacs กับมิติเชิงอุดมการณ์ของวัตถุ นักคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองท่านต่อมาที่สนใจการวิเคราะห์วัตถุคือ G. Lukacs

ซึ่งได้เพิ่มเติมวิธีการวิเคราะห์ “วัตถุว่าเป็นสินค้า” ต่อมาจากทัศนะของ Marx Lukacs มีความเห็นว่า การวิเคราะห์วัตถุในมิติเชิงเศรษฐกิจอย่างเดียวนั้นที่ Marx กระทำนั้นอาจจะไม่เพียงพอที่จะตอบปัญหาของสภาพการณ์ที่เป็นจริงได้ เช่น สภาพการณ์ในช่วงที่ Lukacs มีชีวิตอยู่นั้น เป็นยุคที่เกิดมีชนชั้นแรงงานซึ่ง Marx ได้ทำนายเอาไว้ว่า ชนชั้นนี้จะลุกขึ้นมาต่อสู้เพื่อล้มล้างระบบทุนนิยมที่เป็นโทษต่อพวกเขา แต่ทว่า เหตุการณ์ดังกล่าวกลับไม่เกิดขึ้นดังคำทำนาย คำถามก็คือทำไม/เพราะเหตุใด ซึ่ง Lukacs ได้ตอบคำถามแรกนี้ว่า การที่ชนชั้นคนงานไม่ลุกขึ้นมาต่อสู้นั้น ก็เพราะมิติด้านจิตสำนึก/อุดมการณ์ของชนชั้นนี้ถูกกดทับอยู่

และหากตั้งคำถามต่อไปว่า การกดทับมิติจิตสำนึก/อุดมการณ์นั้นเกิดขึ้นได้อย่างไร และมาจากที่ไหน Lukacs ได้ให้คำตอบว่า แหล่งที่มาแหล่งหนึ่งของการกดทับดังกล่าวนี้มาจากลักษณะบางประการของวัตถุ ซึ่งเป็นเหลี่ยมมุมที่ Marx ยังไม่ได้มอง และ Lukacs ได้มาเสริมต่อ Lukacs อธิบายว่า ในสินค้าชิ้นหนึ่งๆ นอกจากจะมีมิติทางเศรษฐกิจแล้ว สินค้าก็ยังมิตีและมีบทบาทหน้าที่ด้านจิตสำนึกอุดมการณ์อีกด้วย ดังนั้นเมื่อนำเอาสินค้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากสินค้านั้นจะมีมูลค่าใช้สอยแล้ว สินค้านั้นก็ยังมิตีเนื้อหาเชิงอุดมการณ์อยู่ในเนื้อใน แต่เนื้อหา ด้านนี้จะถูกเนื้อหาด้านประโยชน์ใช้สอยเคลือบทับเอาไว้

จึงนับได้ว่า Lukacs เป็นผู้แหวกผ่านความสำคัญเรื่องจิตสำนึก/อุดมการณ์ที่มีอยู่ในวัตถุ (หากกล่าวในมิติการรับรู้วัตถุใน 3 สภาวะที่เราได้แบ่งไว้ตั้งแต่เริ่มแรก Lukacs ก็กำลังกล่าวถึง material as sign นั้นเอง) และในขั้นต่อมา ก็ได้มีนักคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองรุ่นหลังๆ เช่น J.Baudrillard ได้มาพัฒนาแนวคิดนี้ต่อไป

จากคำอธิบายของ Lukacs จึงให้คำตอบได้ว่า เพราะเหตุใด กิจกรรมการเดินจับจ่ายซื้อของ (วัตถุ) ที่เรียกว่า “shopping” นั้น จึงได้กลายมาเป็น “สัญลักษณ์แห่งความรื่นรมย์ใจ” ของผู้คนที่ใช้ชีวิตอยู่ภายใต้วัฒนธรรมแห่งสินค้า (commodity culture) ทั้งนี้เพราะมิติด้านจิตสำนึก/

อุดมการณ์ของวัตถุได้ช่วยสร้างสำนึกให้แก่ผู้คนที่ว่า “ความสุขที่เราได้มีได้กินได้ ใส่ได้...” ความรื่นรมย์ใจจากการได้ซอบบึงจึงเข้ามาแทนที่ความสุขที่จะได้มาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงสภาพชีวิตของตนเอง และเป็นที่น่าสังเกตว่า แม้แต่วัตถุพื้นบ้านก็ได้เข้าร่วมในกระบวนการของวัฒนธรรมแบบนี้เช่นเดียวกัน

### (7.4.3) สำนัก Frankfurt กับแนวคิดเรื่อง Culture Industry

สำนัก Frankfurt เป็นนักคิดรุ่นต่อจาก G.Lukacs สำนักนี้ให้ความสนใจกับมิติวัฒนธรรม (โดยเฉพาะด้านวัตถุ/สิ่งของ) ที่ผนวกเข้ากับระบบอุตสาหกรรม/ทฤษฎีที่ทางสำนักขนานนามว่า “อุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรม” (Culture Industry) สำนัก Frankfurt ได้ให้รายละเอียดว่า คุณลักษณะหลักของวัตถุ/สิ่งของที่ถูกสร้างจากระบบดังกล่าวจะเป็นอย่างไรบ้าง รวมทั้งบทบาทหน้าที่ของวัฒนธรรม (ด้านวัตถุ) ที่มีต่อผู้คนและสังคมทฤษฎีอุตสาหกรรม (โปรดดู กาญจนา และสมสุข, **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา**, 2551)

และหากนำเอาแนวคิดเรื่องคุณลักษณะของวัตถุที่ผลิตจากระบบอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมมาเปรียบเทียบกับวัตถุพื้นบ้าน จะพบว่า มีลักษณะที่ตรงกันข้ามกันแทบจะทุกประการ ตัวอย่างเช่น ลักษณะที่วัตถุ/ผลผลิตมีความคล้ายคลึง/เหมือนกันที่ถูกเคลือบด้วยแนวคิดที่ว่า “มีมาตรฐานเดียวกัน” (standardization) (ดูตัวอย่างเพลงไทยสากลแนวป๊อปเป็นตัวอย่าง) ทั้งนี้เนื่องจากระบบการผลิตวัฒนธรรมแบบทฤษฎีจะเน้นการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีเป็นหลัก ทำให้ไม่สามารถสร้างความแตกต่างระหว่างผลผลิตแต่ละชิ้นให้เกิดขึ้นได้ ในแง่นี้ วัตถุพื้นบ้านนั้นจะมีลักษณะที่มีเอกลักษณ์แต่ละชิ้นเนื่องจากทำจากมือของมนุษย์ (แต่ก็อาจจะถูกบักป้าว่า “ไม่ได้มาตรฐาน”)

เช่นเดียวกับเรื่องวิธีการใช้วัตถุ (Use) ของผู้คน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุในขั้นตอนของการบริโภค นักคิดสำนัก

Frankfurt ได้วิจารณ์ว่า รูปแบบการเสพวัตถุ/ผลผลิตทางวัฒนธรรมนั้น จะจัดวางรูปแบบให้ผู้บริโภคมีลักษณะเฉื่อยชามาก (passive consumption) T.Adorno ได้ยกตัวอย่างของการฟังวิทยุว่า ผู้ฟังจะมีบทบาทเพียงการฟังอย่างเดียว ซึ่งก็เป็นรูปแบบที่ตรงกันข้ามกับลักษณะของวัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งผู้เสพงานศิลปะวัฒนธรรมจะมีส่วนร่วมอย่างเอาการเองงาน (ตัวอย่างเช่น บทบาทของผู้ชมหมอลำที่สามารถจะร่วม “สอย” ในระหว่างที่ชมได้ และเราอาจจะวิเคราะห์ต่อไปได้ว่า บรรดาผู้ชมคอนเสิร์ตที่พยายามจะกรี๊ดเสียงเชียร์ ยกมือขวา ชูป้ายไฟ ฯลฯ ก็น่าจะเป็นอาการที่แสดงให้เห็นบทบาทที่ active ของผู้บริโภค)

ต่อเนื่องจากแนวคิดเรื่องลักษณะ “เป็นรูปแบบเดียวกันของวัตถุ/ผลผลิต” ทำให้ความแตกต่างระหว่างสินค้ามีน้อยมาก แต่ในเวลาเดียวกัน ระบบอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมพยายามสร้าง “ความแตกต่างแบบจอมปลอม/กำมะลอ” ขึ้นมาด้วยการใช้กลไกทางการตลาดที่สำคัญ คือการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านการเผยแพร่โฆษณา เช่น การทำการตลาดด้วยการแบ่งสินค้าออกเป็นรุ่น/แบบ (series/model) เพื่อให้ดูว่าแต่ละรุ่นมีความแตกต่างกัน การผลิตแบบ “มีจำนวนจำกัด/limited” ซึ่งเราจะพบว่าในระบบการผลิตแบบพื้นบ้านจะไม่มีแนวคิดเรื่องการสร้างความแตกต่างอย่างปลอมแปลงขึ้นมาเลย เพราะมีความแตกต่างที่เป็นจริงรองรับอยู่แล้ว

สำหรับบทบาทหน้าที่ของสินค้า/วัตถุจากระบบอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมนั้น นักคิดคนสำคัญท่านหนึ่งของสำนัก Frankfurt คือ H.Marcuse ได้วิเคราะห์ไว้ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้วว่า วัตถุและการบริโภควัตถุจะเข้ามาแทนที่หนทางการแสวงหาความสุขแบบอื่นๆทั้งหมด ไม่ว่าจะมีความสุขจากการทำงาน ความสุขจากการตีמד้ากับธรรมชาติ ความสุขจากการปฏิบัติธรรม ฯลฯ จนเหลือเป็นเพียงเส้นทางผูกขาดสายเดียวในการแสวงหาความสุข และเนื่องจากปริมาณของการผลิตวัตถุ/สินค้าในระบบอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมนั้นมีได้อย่างมากมาย

เนื่องจากผลิตภาพในการผลิต (productivity) มีสูงเพราะใช้เทคโนโลยี และเครื่องจักรในการผลิต (ซึ่งแตกต่างจากการใช้แรงงานมนุษย์ ดังนั้น การผลิตแผ่นเสียงหรือซีดีเพลงจึงทำได้นับเป็นล้านๆแผ่น แต่สำหรับการแสดงสดของคอนเสิร์ตหรือโนราพื้นบ้านจะไม่สามารถทำได้มากเช่นนั้น) การบ่อนัดดู/สินค้าให้ผู้คนได้เสพ/บริโภคเพื่อแสวงหาความสุขจึงทำได้ อย่างไม่จำกัด

นักคิดสำนัก Frankfurt เรียกรูปแบบการเสพ/บริโภควัตถุ/สินค้าเนื่องจากไม่มีทางเลือกอื่นที่ดีกว่าว่า “รูปแบบการหลีกเลี่ยงหนีด้วยการบริโภค” (Escapist forms of consumption) ซึ่งหากกล่าวเลียนแบบประโยคที่ Marx เคยวิจารณ์ศาสนาเอาไว้ว่าเป็นยาฝิ่นของประชาชนแล้ว ในยุคสมัยของอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรม การบริโภควัตถุ/สินค้าก็คือ ยาอีที่ระงับความสุขและความไร้สุขของผู้คนในระบบทุนนิยมนั่นเอง และจากทัศนะดังกล่าวก็จะเห็นได้ว่า จุดยืนของนักเศรษฐศาสตร์การเมืองสำนักนี้ค่อนข้างจะมีทัศนะที่ติดลบกับ “การบริโภควัตถุ/สินค้า” แต่ทว่า สำหรับนักเศรษฐศาสตร์การเมืองรุ่นหลังที่สนใจศึกษาขั้นตอนของการบริโภควัตถุ/สินค้า จะปรับเปลี่ยนทัศนะดังกล่าวเสียใหม่ โดยมองว่าในขั้นตอนของการบริโภคนั้นเป็นสนามรบที่สำคัญของการต่อสู้ของผู้คนในระบบทุนนิยม

นอกเหนือจากการวิเคราะห์มิติด้านเศรษฐกิจ การเมือง (อำนาจ) และวัฒนธรรมของวัตถุ/สิ่งของแล้ว ยังมีนักคิดด้านจิตวิทยาของสำนัก Frankfurt ที่เน้นการวิเคราะห์ที่เจาะลึกเข้าไปภายในจิตใจของมนุษย์ เช่น E.Fromm ที่เขียนเกี่ยวกับเรื่องวัตถุ/สิ่งของไว้ในหนังสือชื่อ “The Sane Society” (สังคมวิกัลจริต) Fromm ตอบคำถามของ G.Lukacs ในรายละเอียดมากขึ้นว่า วัตถุ/สินค้าในระบบอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมนั้นจะมีมิติด้านจิตสำนึก/อุดมการณ์บางอย่างแฝงฝังอยู่ และมีติดกล่าวนั้น ในด้านหนึ่งสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้ แต่ในอีกด้านหนึ่ง มิติเหล่านี้ก็กระตุ้น/กระพือให้ความ

ต้องการพื้นฐานของมนุษย์นั้นกลายเป็นความต้องการที่เกินเลย (surplus) ซึ่งจำเป็นสำหรับระบบทุนนิยม เช่น มนุษย์มีความต้องการวัตถุเพื่อยังชีพ แต่มนุษย์ในยุคทุนนิยมก็จะถูกกระตุ้นให้ต้องการวัตถุแบบวัตถุนิยม (เช่น เสพหรือสะสมเท่าไรไม่พอ) การอยากครอบครองเป็นเจ้าของ (need for acquisitiveness) ดังเช่น ตัวอย่างโฆษณาที่ชายหนุ่มที่มีฐานะดีอยากจะครอบครองเป็นเจ้าของเกาะ (รวมทั้งเนื้อหาของการ์ตูนประเภทอยากครอบครองเป็นเจ้าของโลกและจักรวาล) หรือความต้องการที่จะเป็นปัจเจกอย่างสุดขีด (hyper-individualism) เช่น ความอยากที่จะใส่เสื้อตัวเดียวที่มีในประเทศไทย ซึ่งความต้องการดังกล่าวนี้เป็นแรงเหวี่ยงที่จะหลีกหนี “สังคมแบบมวลชนที่ทุกคนใช้/เสพวัตถุที่เหมือนกัน” ตัวอย่างความต้องการที่ยกมากล่าวนี้ วัตถุ/สิ่งของ/สินค้าที่ถูกผลิตขึ้นมา ก็ให้สัญญาณว่าจะสามารถตอบสนองให้สมปรารถนาได้

#### (7.4.4) นักคิดกลุ่ม Sociology of culture

นอกเหนือจากนักคิดที่สืบสายตรงมาจากต้นฉบับทางความคิดของเศรษฐศาสตร์การเมือง เช่น K.Marx แล้ว ก็ยังมีกลุ่มนักคิดที่อาจจะเรียกรวมๆ ว่ากลุ่ม Sociology of Culture ซึ่งมีแนวคิดวิพากษ์วิจารณ์วัฒนธรรมด้านวัตถุเช่นเดียวกัน โดยให้ความสนใจความสัมพันธ์ระหว่างระบบทุนนิยมกับสังคมสมัยใหม่ (Modern Society) สำหรับสังคมสมัยใหม่นั้น แม้แต่นักเศรษฐศาสตร์ เช่น A.Smith ก็ยังตั้งข้อสังเกตว่า ในสังคมสมัยใหม่นี้ เริ่มเห็นแนวโน้มที่ผู้คนเริ่มแสวงหาและชื่นชมความมั่งคั่งทางวัตถุ จนกระทั่งสามารถที่จะสละละความรักในความรู้/ปัญญา รวมทั้งคุณค่า/คุณธรรมต่างๆที่เคยยึดถือกันมา และในท้ายที่สุด ก็จะทำให้เกิดความหายนะแก่ระบบศีลธรรมของมนุษย์

สำหรับ Marx แล้ว เขาได้ฟันธงในข้อสังเกตของ A.Smith ว่า แม้ว่า “คนเห็นแก่ตัว” นั้นจะมีมาตั้งแต่ไหนแต่ไรแล้วในอดีต แต่ทว่าสังคมในอดีตก็ยังมีข้อห้ามและมีท่าทีที่จะประณามการเห็นแก่ตัวนั้น

แต่สำหรับสังคมทุนนิยมแล้ว “การเห็นแก่ตัวได้กลายเป็นคุณธรรมที่มี ความชอบธรรมเลยของระบบทุนนิยม” ในส่วนที่เกี่ยวกับมนุษย์กับวัตถุ/ สิ่งของนั้น Marx สรุปว่า การผลิตในยุคทุนนิยมอุตสาหกรรมนั้น ทำให้ มนุษย์ลดคุณค่าของตัวเองไปเรื่อยๆพร้อมกับที่วัตถุ/สิ่งของที่มีมูลค่าขึ้นมา จากพื้นฐานแนวคิดดังกล่าว ในที่นี้ จะนำเสนอตัวอย่างของแนวคิดของกลุ่ม นักคิด Sociology of Culture ลัก 2-3 ตัวอย่าง

(i) G.Simmel กับความสนใจเรื่องรูปแบบของสังคม เนื่องจาก G.Simmel เป็นนักสังคมวิทยาที่สนใจเรื่อง “รูปแบบทางสังคม” ที่ เขาเรียกว่า “forms of sociation” เช่น รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่าง คน 2 คน คน 3 กลุ่ม ฯลฯ ดังนั้น เขาจึงขยายความสนใจมาที่การ วิเคราะห์ “รูปแบบของวัตถุ/สิ่งของในสังคมสมัยใหม่” Simmel เริ่มตั้ง ข้อสังเกตว่า การผลิตวัตถุสมัยใหม่นั้นจะมีลักษณะที่หลากหลายมาก โดยเฉพาะในเรื่องรูปแบบและสไตล์ ดังที่ปรากฏอยู่ในผลงานการวิเคราะห์ เรื่องแฟชั่นของเขา (จะเห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องความหลากหลายของรูปแบบ และสไตล์นี้จะมีผลต่อการผลิตวัตถุพื้นบ้านอย่างมาก เนื่องจากวัตถุ พื้นบ้านในอดีตนั้นจะไม่ค่อยมีความหลากหลายในแง่รูปแบบ แต่เมื่อต้อง มาผลิตในสังคมสมัยใหม่ จึงมักถูกเรียกร้องให้ต้องปรับตัวในเรื่องสร้าง รูปแบบให้หลากหลายอยู่เสมอ) และหากตั้งคำถามต่อไปว่า เพราะเหตุใด การผลิตวัตถุในสังคมสมัยใหม่จึงต้องมีความหลากหลายดังกล่าว Simmel ก็ให้คำตอบว่า เนื่องจากวัตถุดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการสร้าง “ความ เป็นปัจเจก” ให้แก่ผู้คนที่อยู่ในสังคมสมัยใหม่นั้นเอง นอกจากนี้ Simmel ยังตั้งข้อสังเกตอีกว่า ในสังคมสมัยใหม่นั้น รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่าง มนุษย์กับมนุษย์จะต้องมี “วัตถุ” เป็น “ตัวสื่อกลาง” (mediation) อยู่เป็น รูปแบบหลัก

(ii) P.Bourdieu กับการขยายแนวคิดเรื่องทุน จากแนวคิดที่ Marx ได้ริเริ่มเอาไว้ในการวิเคราะห์กระบวนการผลิตในระบบทุนนิยมว่า

การที่นายทุนสามารถควบคุมระบบการผลิตรวมทั้งแรงงานและชีวิตของ  
คนงานเอาไว้ได้ทั้งหมดนั้น ก็เพราะนายทุนนั้นมีอำนาจมาจาก “การเป็น  
เจ้าของทุน” (capital ownership) แนวคิดเรื่องทุนจึงเป็นแนวคิดหลักที่  
Marx ใช้วิเคราะห์ระบบทุนนิยม อย่างไรก็ตาม ความหมายของคำว่า  
“ทุน” ในทัศนะของ Marx นั้น ยังคงจำกัดอยู่ในบริบทของเศรษฐกิจ  
และการเมือง ในขั้นต่อมา P.Bourdieu จึงได้มาขยายแนวคิดเรื่อง “ทุน”  
ให้กว้างออกไปยังมีวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ ซึ่งในการขยายแนวคิดนี้  
ได้ก้าวเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องวัตถุ/สิ่งของด้วย

P.Bourdieu ได้ขยายแนวคิดว่า นอกจากจะมีทุนทาง  
เศรษฐกิจแล้ว ก็ยังมีทุนอีกประเภทหนึ่งที่เรียกว่า “ทุนทางวัฒนธรรม”  
(cultural capital) ทุนประเภทนี้จะฝังตัวอยู่ใน 3 รูปแบบคือ

(ก) **Embodied form** ทุนประเภทนี้จะฝังตัวอยู่ในตัว  
บุคคล ไม่ว่าจะเป็นอาชีพกิริยา การแสดงท่าทาง และน่าจะขยายรวม  
ถึงความสามารถ/ความชำนาญในการใช้ร่างกายส่วนต่างๆด้วย เนื่องจาก  
รูปแบบนี้ติดอยู่กับตัวคน ดังนั้นจึงเป็นทุนที่ไม่อยู่กับที่ แต่สามารถเคลื่อน  
ย้ายอาณาบริเวณไปได้อย่างกว้างขวาง ตัวอย่างก็เช่น ความสามารถในการ  
ใช้ร่างกายของนักฟุตบอล นักเทนนิส หรือนักดนตรี เป็นต้น

(ข) **Institutionalised form** ทุนประเภทนี้จะฝังตัวอยู่  
ในบรรดาสถาบันต่างๆที่ได้รับการยอมรับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบัน  
การศึกษา (ดังเช่นที่ Bourdieu วิเคราะห์ว่า แรงจูงใจของการเข้าไปศึกษา  
ในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงนั้น มิได้เกิดเนื่องมาจากความต้องการ  
ที่จะเรียนรู้ แต่เพื่อให้ได้มีโอกาสเป็นสมาชิก/นักศึกษาเก่าจากสถาบัน  
แห่งนั้น) และอีกสถาบันหนึ่งที่เริ่มไต่อันดับมีมูลค่าของทุนเพิ่มมากขึ้น  
เรื่อยๆ ก็คือ สถาบันสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะสถาบันสื่อมวลชนระดับ  
ข้ามชาติ เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ CNN เป็นต้น

(ค) **Objectified form** ทุนประเภทที่สามนี้คือทุนที่ฝัง  
อยู่ในวัตถุ รวมทั้งผลผลิตต่างๆจากการสื่อสาร เช่น งานเขียน ภาพวาด

อนุสาวรีย์ เครื่องมือต่างๆในการศึกษาวัตถุ/สิ่งของที่บ้าน เราก็สามารถจะนำเอาแนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรมโดยเฉพาะในรูปแบบสุดท้ายนี้มาใช้

(iii) การศึกษาวัตถุแนวบริโภคนิยมศึกษา (consumption study) ดังที่ได้กล่าวมาถึงกระบวนการทางสังคมทั้ง 4 ขั้นตอนของวัตถุ/สิ่งของ คือ ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนการแพร่กระจาย ขั้นตอนการเก็บรักษาและขั้นตอนการใช้/การบริโภค หากนำขั้นตอนทั้ง 4 นี้มาวิเคราะห์ระบบอุตสาหกรรมทุนนิยมของสังคมสมัยใหม่ก็จะพบว่า เกือบทั้ง 4 ขั้นตอนนั้นจะตกอยู่ในมือของนายทุนและผู้มีอำนาจรัฐทั้งสิ้น เนื่องจากในขั้นการผลิตนั้นจะใช้เครื่องจักรและใช้วัตถุดิบที่ไม่ได้มาจากธรรมชาติโดยตรง (คือต้องผ่านการดัดแปลง) ขั้นการแพร่กระจายคือระบบตลาด ก็ตกอยู่ในกำมือของธุรกิจอุตสาหกรรมข้ามชาติขนาดใหญ่ รวมทั้งขั้นตอนการเก็บกักตุนวัตถุ/สินค้า และแม้แต่ขั้นตอนการบริโภค อำนาจของผู้บริโภคก็มีน้อยเต็มทีเนื่องจากต้องบริโภคสินค้าตามที่นายทุนผลิตออกมา

อย่างไรก็ตาม ก็มีกลุ่มนักวิชาการในยุคหลังที่เริ่มเปลี่ยนแปลงจุดเน้นหนักของการวิเคราะห์ใหม่ โดยโยกย้ายจุดเน้นจากขั้นตอนของการผลิตมาสู่ขั้นตอนของการบริโภค โดยมีข้อเสนอว่า ปัจจุบันนี้สังคมส่วนใหญ่ได้ก้าวจากยุคสมัยใหม่ มาสู่ยุคหลังสมัยใหม่/ยุคปลายสมัยใหม่ (Late modernity) แล้ว และในยุคนี้สมมติฐานเกี่ยวกับการบริโภคแบบเฉื่อยชา (passive consumption) นั้นไม่เป็นจริงเสียแล้ว เพราะแม้ประชาชนจะไม่สามารถเข้าไปต่อสู้ในขั้นตอนต้นทาง คือขั้นตอนการผลิตได้ แต่ประชาชนก็ยังจะสามารถจะต่อสู้ตรงปลายทาง คือขั้นตอนของการบริโภคได้

อีกแนวทางหนึ่งของกลุ่มผู้ที่สนใจเรื่องการบริโภคนิยมก็คือ ข้อเสนอที่ว่า กลไกการทำงานของระบบทุนนิยมนั้น คือการแยกขาดระหว่างผู้ผลิตสินค้า/วัตถุกับผู้บริโภคแล้วก็ลดทอนอำนาจของทั้งสองฝ่ายลงไป (ตัวอย่างที่ชัดเจนคือชาวนาที่ปลูกข้าว แต่ก็ต้องขายข้าวของ

ตัวเองไปหมดเพื่อใช้หนี้ แล้วไปซื้อข้าวมากิน) ดังนั้น วิธีการต่อสู้ก็คือ ต้องย้อนรอยเส้นทางของระบบทุนนิยมด้วยการผนวกประสานเอาฐานะของผู้ผลิตและผู้บริโภครวมเข้ามาด้วยกัน ตัวอย่างเช่น การผลิตวัตถุ/สิ่งของที่เป็นปัจจัยการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน เช่น การปลูกบ้านดิน การปลูกผักเลี้ยงสัตว์กินเอง การทอผ้าใช้เอง การปลูกสมุนไพรรักษาโรค เป็นต้น และในการทำงานกับวัตถุนั้น ก็ต้องปลดเงื่อนไขบีบรัดของระบบทุนนิยม เช่น เปลี่ยนการผลิตจากการใช้เครื่องจักรมาใช้มือและแรงงานคน ในภาคปฏิบัติการของการทำงานกับสื่อวัตถุพื้นบ้าน ผู้เขียนได้มองเห็นรูปแบบการต่อสู้ดังกล่าวเกิดขึ้นเป็นแนวทางหนึ่งของการทำงาน เช่น ในกรณีของสื่อสมัยใหม่ การเปลี่ยนจุดยืนของเด็ก/เยาวชนที่เคยเป็นแต่ “ผู้บริโภคภาพยนตร์/โทรทัศน์” ให้เปลี่ยนมาเป็น “ผู้ผลิตภาพยนตร์/โทรทัศน์” บ้าง หรือในกรณีของสื่อพื้นบ้าน ก็หัดให้เด็กเป็นคนแกะตัวหนังสือตลกขบขัน ปักชุดโนราบ้าง หัดทำกลองบ้าง เพื่อเปลี่ยนจากจุดยืนที่เคยเป็นแต่คนดูหนังตลก/ดูโนรา/ดูการตีกลอง เป็นต้น

### (7.5) การศึกษาวัตถุ/สิ่งของจากทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology)

U.Eco (1976, อ้างใน Berger 1992) เสนอว่า การวิเคราะห์วัตถุ (objects) นั้นเป็นเป้าหมายหลักเลยของทฤษฎีสัญวิทยา เนื่องจากวัตถุนั้นก็คือเครื่องมือการสื่อสารชั้นดี (communicative device) ที่ทฤษฎีสัญวิทยาต้องการชุดเจาะศึกษานั้นเอง A.Berger ได้ยกตัวอย่างว่าเวลาที่เรอ่านนวนิยายนักสืบสายลับเช่น เซอร์ลอร์ดโฮมส์ เราก็จะพบว่าเซอร์ลอร์ดโฮมส์นั้นสืบสาวราวเรื่องต่างๆจากการวิเคราะห์ความหมายของวัตถุนั้นเอง ดังนั้น นักสัญวิทยาก็มีกระบวนการทำงานที่คล้ายคลึงกับเซอร์ลอร์ดโฮมส์

(i) **Claude Levi-Strauss** กับงานศึกษาวัตถุ ดังที่ทราบกันดีว่าผู้ที่วางรากฐานศาสตร์แห่งการศึกษาสัญวิทยา (Semiology) นั้นคือ F.de Saussure อย่างไรก็ตาม วัตถุดิบที่ Saussure ใช้ศึกษานั้นก็ยังเป็นภาษาและอยู่ในแวดวงของภาษาศาสตร์ ในขั้นต่อมา C.Levi-Strauss ได้นำเอา

หลักการวิเคราะห์สัญญาของ Saussure มาใช้ในมิติของวัฒนธรรม และใช้วัตถุที่ศึกษาเป็นองค์ประกอบต่างๆที่เป็นวัฒนธรรมด้านวัตถุ เช่น อาหาร สัตว์ประจำเผ่าที่เรียกว่า Totem

ผลจากการศึกษาของ C.Levi-Strauss ให้ข้อค้นพบที่น่าสนใจหลายประการ ประการแรกเป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดจำแนกประเภทของวัตถุ/สิ่งของที่เราได้กล่าวไปแล้ว C.Levi-Strauss ยังคงต่อยอดแนวคิดของ Saussure ที่ว่า วิธีคิดในการจัดแบ่งประเภทวัตถุของมนุษย์นั้นส่วนใหญ่แล้วมีลักษณะแบ่งเป็นสองขั้วที่ตรงกันข้ามคือ ดี/เลว ขาว/ดำ ดิบ/สุก กินได้/กินไม่ได้ เป็นประโยชน์/เป็นโทษ ฯลฯ รวมทั้งสนใจกระบวนการเคลื่อนย้ายแปรเปลี่ยน (transformation) ของวัตถุระหว่างปลายขั้วทั้งสองนี้

ประการที่สอง C.Levi-Strauss ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่าง “บริบท” (context) และ “ตัวบท” (text) ตัวอย่างเช่น ตัวบทที่เป็นเครื่องหมายทางเขานั้น จะทรงพลังอำนาจเชิงสัญญา (คือมีความหมาย) ก็ต่อเมื่ออยู่ใน “พื้นที่และกาลเวลา” (บริบท) เฉพาะๆเท่านั้น หรืออาจกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า “ความหมายของวัตถุ/สิ่งของนั้นจะต้องอยู่ภายใต้รหัสทางวัฒนธรรมเฉพาะแห่ง/เฉพาะกาลเวลานั้น ตัวอย่างเช่นพลังอำนาจของเครื่องหมายทางเขานั้นจะมีอำนาจสะกดได้ก็แต่ผีฝรั่งเช่นแดรกคูล่าเท่านั้น แต่หากนำมาใช้สะกดแม่มาคพระโขงก็คงจะใช้งานไม่ได้ ในแง่นี้ก็เป็นการต่อยอดมิติเชิงพื้นที่และกาลเวลาของวัตถุ

ประการที่สาม C.Levi-Strauss ใช้ทักษะที่มอง “วัตถุเป็นสัญญา” (material as sign) ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งหมายความว่าตัววัตถุนั้นจะมีความหมายบางอย่างมากไปกว่าตัวเอง เช่น สัตว์ที่เป็น Totem ของแต่ละชนเผ่าก็จะมี ความหมายมากไปกว่าการเป็นเพียงสิ่งมีชีวิตประเภทหนึ่ง (ตัวอย่างเช่น คนไทยโบราณบางคนไม่กินปลาบู่ เพราะความเชื่อในนิทานปลาบู่ทอง) และจากเรื่องสัญญานี้ C.Levi-Strauss เสนอต่อไปว่า มนุษย์เรามี “กลยุทธ์ทางปัญญา” (intellectual strategy)



ตำแหน่งแห่งที่ของตัวมนุษย์เองในจักรวาลนี้ และนี่คือบทบาทหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของวัตถุที่มีต่อมนุษย์

(ii) R.Barthes กับการวิเคราะห์มายาคติในของเล่นเด็ก

Barthes ได้ขยายการศึกษาวัตถุจาก C.Levi-Strauss ซึ่งศึกษาวัตถุในสังคมโบราณมาสู่การศึกษาสังคมสมัยใหม่คือ สังคมทุนนิยม และแนวคิดที่เขานำมาใช้ก็คือเรื่อง Myth (มายาคติ) ที่มีความหมายแตกต่างจากแนวคิดเรื่อง Myth ของสำนักหน้าที่-โครงสร้างนิยม Barthes เสนอว่าเราสามารถจะเข้าใจบรรดามายาคติต่างๆของสังคมชนชั้นกลางสมัยใหม่ได้ด้วยการเลือกวิเคราะห์วัตถุบางชนิด เช่น เลือกวัตถุที่ดูเป็นธรรมชาติ วัตถุที่ดูโปร่งใสไม่มีนอกไม่มีใน วัตถุที่ดูเหมือนมืออยู่อย่างเป็นกลาง และวัตถุที่ Barthes เลือกศึกษาในกรณีของสังคมฝรั่งเศสก็คือของเล่น

Barthes ให้คำนิยาม “Myth” ว่าเป็นภาษาประเภทหนึ่งที่น่าไปสู่ความเข้าใจผิดและทำให้กำวมคลุมเครือ (type of speech which act to mislead and obfuscate) ดังนั้น Myth จึงเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีเนื้อหาแบบหนึ่ง ผลจากการใช้ภาษาดังกล่าวทำให้วัตถุชิ้นหนึ่งงอกเงยคุณสมบัติและความสามารถที่วัตถุชิ้นนั้นเคยมีอยู่เพิ่มเติมขึ้นมา ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น ถ้าเราเปลี่ยนจากการใช้คำว่า “ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน” มาเป็น “กูรูด้านการเงิน” คำว่า “กูรู” นั้นเป็น Myth ที่ถูกสร้างขึ้นมาจาก (โดยอาศัยรากฐานจากความหมายดั้งเดิมในอดีต) เราก็คจะรู้สึกว่าคุณคนๆนั้นมีความเก่งกาจขึ้นมากกว่าเดิม

Barthes เป็นผู้ที่เพิ่มเติมแนวคิดเรื่อง “ความหมาย” ของวัตถุว่ามีหลายชั้น เช่น ความหมายชั้นแรกอาจจะเป็นความหมายโดยอรรถ (denotative) เช่น ดอกกุหลาบเป็นดอกไม้ประเภทหนึ่ง ความหมายชั้นสองอาจจะเป็นความหมายโดยนัย (connotative) เช่น ดอกกุหลาบเป็นเครื่องหมายแทนความเสน่หา และอาจจะมีความหมายชั้นที่ 3-4 ... ต่อๆไป Myth นั้นจะเป็นความหมายตั้งแต่ระดับชั้นสองขึ้นไป ด้วยอิทธิพลของ Myth อาจทำให้ความหมายชั้นที่สองก้าวขึ้นเหนือความหมายอันดับ

แรก และยังสามารถทำให้มิติประวัติศาสตร์ของวัตถุสูญหายไป และกลายเป็น “ธรรมชาติ” ของวัตถุนั้นที่มีมาแต่ไหนแต่ไร (เช่น ดอกกุหลาบมีความหมายแทนความรักอย่างเป็นทางการอยู่แล้ว)

ผลจากการวิเคราะห์ของเล่นในประเทศฝรั่งเศสปัจจุบันของ Barthes ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

- Barthes ได้ทำลาย myth ของผู้คนทั่วไปที่คิดว่า ของเล่นเด็กเป็นวัตถุที่แสดงความรู้เพียงอย่างเดียว หรือเป็นของที่สร้างขึ้นมาจากจินตนาการหรือทำขึ้นมาก็เพียงเพื่อให้เด็กๆ ได้เล่นสนุกๆ เท่านั้น เขาตั้งคำถามว่า ในขณะที่วัตถุสิ่งของในโลกมีอยู่มากมาย แต่ทำไมวัตถุที่เป็นของเล่นเด็กจึงคัดเลือก “วัตถุบางชนิด” เท่านั้นมาทำเป็นของเล่น เช่น ตุ๊กตา ทหารรถถัง ฯลฯ คำตอบก็คือ เพราะของเล่นที่ถูกคัดเลือกมานั้นได้ลรหสแห่งอุดมการณ์ต่างๆ ของโลกแห่งผู้ใหญ่ในยุคสมัยใหม่เอาไว้

- Barthes ตั้งข้อสังเกตว่า ของเล่นเด็กซึ่งเป็นของที่เลียนแบบโลกของผู้ใหญ่และเด็กๆ ได้เลือกที่จะเล่นอะไรทำให้ผู้ใหญ่เรามักจะคิดว่าเด็กๆ เป็นคนที่สามารถจะเลือกกระทำการอย่างเป็นอิสระในโลกใบนี้ (เราจึงมักเห็นภาพพ่อแม่ที่อนุญาตให้เด็กๆ เลือกของเล่นได้ตามใจ)

- และเนื่องจากของเล่นนั้นจะผลิตซ้ำโลกของผู้ใหญ่ในรูปแบบที่ลดรูปลง/เล็กลง ซึ่งสะท้อนอุดมการณ์ที่ผู้ใหญ่มีต่อเด็กว่า “เด็กๆ ก็คือผู้ใหญ่ที่ตัวเล็กๆ” พวกเขาต้องการเรียนรู้ทักษะและทัศนคติต่างๆ ที่ของเล่นจะช่วยนำทางพวกเขาได้ (เด็กๆ จะมีทัศนคติว่า ปีนไม้ไว้สำหรับปีน/ขจัดสิ่งที่เขาไม่พึงประสงค์)

- ด้วยเหตุนี้ ของเล่นเด็กจึงบรรจุเอาไว้ด้วยมายาคติและอุดมการณ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในโลกของผู้ใหญ่อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นอุดมการณ์เรื่องสงคราม (เป็นสิ่งจำเป็นและอาจจะสนุกสนาน) การขนส่ง (ของเล่นที่เป็นรถไฟ จรวด) วิทยาศาสตร์ แพชั่น การทำผม (ในของเล่นที่เป็นตุ๊กตา)

- ถึงแม้ข้อถกเถียงที่ว่า ควรจะให้เด็กผู้หญิงเล่นตุ๊กตา เด็ก

ผู้ชายเล่นปืนและรถถังเท่านั้น ไม่ควรให้มีการสลับกันเพราะจะทำให้เด็ก สับสนกับบทบาททางเพศ หรือควรที่จะเปิดโอกาสให้เด็กได้เลือกเล่นตาม ความชอบความสนใจ ฯลฯ ข้อถกเถียงดังกล่าวอาจจะยังไม่สิ้นสุด แต่ Barthes ระบุว่า ดูเหมือนจะไม่มีข้อถกเถียงกันเลยว่า เด็กๆจะมีความ สัมพันธ์กับของเล่นในฐานะ “เจ้าของ/ผู้ใช้/คนเล่นเท่านั้น แต่ทว่าไม่ใช่ “ผู้สร้างของเล่น” เองเลย

- และเนื่องจากของเล่นในยุคสมัยปัจจุบันล้วนทำมาจากวัสดุ ที่เป็นพลาสติกเป็นส่วนใหญ่ นี้ก็เท่ากับเป็นการสร้างโลกแวดล้อมรอบๆ ตัวเด็กให้ห่างไกลจากธรรมชาติตั้งแต่รุ่งอรุณของชีวิต

หากเรานำวิธีการวิเคราะห์ของ Barthes มาใช้กับการ วิเคราะห์ของเล่นพื้นบ้าน (คูร์ติคาล เจนจัด, 2548) เราจะพบว่า แม้ว่า ข้อค้นพบหลักที่ว่าของเล่นนั้นเป็นเครื่องมือในการปลุกฝัง Myth และอุดม การณ์บางอย่างอย่างแน่นอน แต่ความแตกต่างก็ยังมีอยู่ที่ว่า อุดมการณ์ ที่แฝงฝังอยู่ในของเล่นพื้นบ้านนั้นมีเนื้อหาที่ต่างจากของเล่นที่ Barthes วิเคราะห์มา

(iii) J.Baudrillard กับตรรกะแห่งการบริโภค (Logic of consumption)

J.Baudrillard เป็นนักวิชาการรุ่นใหม่ที่แสดงจุดยืนอย่างชัดเจน ว่า เขาสนใจกระบวนการบริโภคของผู้คนในสังคมยุคปัจจุบัน (โปรดอ่าน กาญจนาและสมสุข, สายธารฯ 2551, บทที่ 12) Baudrillard ประกาศ อย่างชัดเจนว่า มีแต่ต้องยืนฝั่งตรงข้าม (opposite side) ของขั้นตอน การผลิต (คือขั้นตอนของการบริโภค) เท่านั้น เราจึงจะเข้าใจระบบทุนนิยม ได้อย่างแท้จริง จุดยืนทางวิชาการของ Baudrillard จึงอาจจัดอยู่ในกลุ่ม “สังคมวิทยาแห่งการบริโภค” (Sociology of consumption)

แนวคิดหลักๆของ Baudrillard โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “วัตถุ” (object) มีพอสังเขปดังนี้

- Baudrillard เป็นนักคิดสังกัดสายโครงสร้างนิยม (Structuralism) การวิเคราะห์ปัญหาของเขาจึงมีได้วางน้ำหนักอยู่ที่ “ตัวบุคคล” (individual) หากคำตอบสุดท้ายจะอยู่ที่ “โครงสร้าง” แม้ว่าพฤติกรรมการบริโภคนั้นจะมองเห็นได้ในระดับบุคคลก็ตาม

- ดังนั้น Baudrillard จึงเสนอว่า การบริโภคนั้นมิใช่การกระทำที่ปัจเจกแต่ละคนจะกระทำไปได้อย่างอิสระเสรีและไม่มีหลักการกฎเกณฑ์ ตรงกันข้าม การบริโภคนั้นถือได้ว่าเป็นสถาบันทางสังคมที่แสดงให้เห็นบรรดาพลังต่างๆทางสังคม (social force) ไม่ว่าจะเป็นสถานภาพทางสังคม ชนชั้น อภิสิทธิ์ ฯลฯ

- จากแนวคิดเรื่อง “มูลค่า” (value) ในวัตถุที่ Marx ได้นำเสนอเอาไว้ว่ามีทั้งมูลค่าใช้สอย (use value) และมูลค่าแลกเปลี่ยน (exchange value) และ Marx ได้วิเคราะห์ว่า ปรากฏการณ์ของระบบทุนนิยมนั้น มูลค่าแลกเปลี่ยนได้เข้าครอบงำมูลค่าใช้สอย (ในปรากฏการณ์ของชีวิตประจำวันก็คือ สิ่งของที่มีราคาแพงไม่จำเป็นต้องแพงเพราะมีประโยชน์ใช้สอยอย่างสูง แต่เป็นเพราะกลไกการตลาดหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากกว่า) จากแนวคิดดังกล่าว Baudrillard ได้นำมาขยายต่อว่า สำหรับในปลายศตวรรษที่ 20 นี้ ได้เกิดปรากฏการณ์ที่มูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Value) ได้เข้าครอบงำมูลค่าเดิมทั้งสองแบบ

- ดังนั้น วัตถุในโลกสมัยใหม่จึงมีมิติของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์มากกว่ามูลค่าอื่นๆ และเนื่องจากเรื่อง “สัญลักษณ์/ความหมาย” เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นตรงต่อบริบท (context) ดังที่กล่าวไปแล้ว ฉะนั้น การศึกษา “วัตถุ” (material as sign) จึงไม่สามารถวิเคราะห์แต่ที่ตัววัตถุตามลำพังได้ หากทว่าต้องศึกษาวัตถุนั้นท่ามกลางโครงสร้างของพฤติกรรมทางสังคม กล่าวคือ หน่วยที่ใช้ศึกษาจะต้องเป็น “วิธีการใช้วัตถุ/วิธีการเก็บรักษาวัตถุ/

- รวมทั้งเรื่องสัญลักษณ์นั้น เป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคน-วัตถุ-คน เพราะความหมายนั้นอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างคน-วัตถุ-คน

มีใช้อยู่ที่ตัววัตถุ เป้าหมายของการศึกษาวัตถุจึงต้องเคลื่อนย้ายจากการวิเคราะห์เชิงเทคนิคไปสู่การศึกษาความหมายระดับสอง (ความหมายโดยนัย) ต้องเคลื่อนย้ายจากโครงสร้างเชิงเทคนิคไปสู่โครงสร้างเชิงวัฒนธรรม

- สำหรับฐานะของวัตถุกับโครงสร้างสังคมนั้นมีใน 2 ด้าน ด้านแรก Baudrillard เห็นว่า วัตถุมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งยวดในฐานะองค์ประกอบหลักของการกระทำเพื่อการบริโภค เนื่องจากวัตถุจะถูกใช้เป็นตัวกำหนด/สัญลักษณ์แห่งชนชั้น สถานภาพ และอภิสิทธิ์ต่างๆ (พูดอย่างง่าย ก็คือ การที่จะรู้ว่าใครสังกัดอยู่ชนชั้นไหน มีสถานภาพอย่างไร มีอภิสิทธิ์มากน้อยแค่ไหน ก็ดูได้จากวัตถุที่เขากิน เขาใช้ เขาเสพ เขาบริโภค) อันที่จริง บทบาทดังกล่าวของวัตถุนี้มีมาตั้งแต่สังคมในอดีตแล้ว (เช่น จำนวนหม้อดินที่ขุดพบในหลุมฝังศพของมนุษย์โบราณก็แสดงถึงฐานะของผู้ตาย) แม้ว่าวัตถุชิ้นเดิมอาจจะสูญหายไป แต่ก็จะมีวัตถุใหม่เข้ามาสร้างรหัสความหมายแทน เช่น การนุ่งผ้าทอด้วยฝ้ายหรือไหม อาจจะเป็นวัตถุที่ใช้แบ่งแยกชนชั้นเจ้านายกับชาวบ้านในครั้งอดีตในปัจจุบัน ยี่ห้อของรถยนต์หรือนาฬิกาก็จะเข้ามาทำหน้าที่แทน

ในอีกด้านหนึ่ง นอกจากวัตถุจะเป็นเครื่องหมายแสดงฐานะทางชนชั้น/อำนาจทางสังคมแล้ว ในทางกลับกัน วัตถุในฐานะตัวหมาย (Signifier) ก็ยังมีบทบาทหน้าที่เป็นกลไกในการผลิตซ้ำโครงสร้างอำนาจทางสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การมอมมรดกจากคนรุ่นหนึ่งไปให้คนอีกรุ่นหนึ่ง คำว่า “มรดก” นี้ก็หมายถึงวัตถุ/สิ่งของนั่นเอง

- สำหรับแบบแผนการบริโภควัตถุของคนสมัยใหม่จะใช้การรับรู้วัตถุในฐานะสัญลักษณ์เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น คนสมัยใหม่จึงใช้เกณฑ์ในการเลือกบริโภควัตถุเพื่อการสร้างอัตลักษณ์/ตัวตนเป็นสำคัญ (หมายความว่า เฟื่องเล็งมูลค่าเชิงสัญลักษณ์มากกว่ามูลค่าใช้สอยและมูลค่าแลกเปลี่ยน) Baudrillard ยกตัวอย่างที่ชัดเจนคือ แนวคิดเรื่องการออกแบบตกแต่งภายใน (ที่เริ่มต้นจากบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ปัจจุบันก็ขยายมาถึงการออกแบบงานแต่งงาน) ปัจจุบันนี้ การออกแบบตกแต่งภายในบ้านจะ

เป็นไปเพื่อสะท้อนบุคลิกของเจ้าของบ้าน (ประโยคดังกล่าวนี้ เรามักได้พบเห็นอย่างคุ้นเคยตามนิตยสารตกแต่งบ้านทั้งหลาย) และแนวคิดในการตกแต่งนั้นก็หลุดพ้นจาก “ข้อกำหนดทางศีลธรรม” (moral constraint) ที่ Durkheim ได้ระบุไว้ เช่น หลักการตกแต่งบ้านสมัยใหม่ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงความเชื่อทางศาสนา ไม่ต้องคิดถึงครอบครัว ฯลฯ มากนัก แต่จะถือเอาบุคลิกของตนเองเป็นหลัก (Baudrillard ใช้คำว่า เกิดเป็น “กระบวนการปลดปล่อยจากพันธนาการทางศีลธรรม - Liberalization) ผู้ออกแบบจะคำนึงการสร้างบรรยากาศ การออกแบบ การจัดสิ่งแวดล้อมในห้างตัว เช่น ความร่มเย็น ความอบอุ่น สีสด การมีระเบียบ ฯลฯ และเพื่อให้ได้บรรยากาศที่ต้องการ การเลือกใช้วัสดุจึงมักเป็น “กระจุก” ที่ให้ทั้งความเย็น ความโปร่งสบายตา แสงสว่างที่เหมาะสม ดูปลอดโปร่งไม่อึดอัด ดูสะอาดตา ฯลฯ นักออกแบบจึงเป็น “ช่างเทคนิคเชิงสัญลักษณ์” (symbolic technician) ที่คัดเลือก ควบคุม และจัดระบบวัตถุเพื่อให้ได้ความหมายที่ต้องการ การบริโภคจึงเป็นเสมือนการถักทอวัตถุเพื่อให้ได้ผืนผ้าแห่งความหมายตามที่ต้องการ (สนใจโปรดดูตัวอย่างจาก กติกา ศรีรักษา, 2550)

Baudrillard ได้นำเสนอแบบจำลอง 4 ขั้นตอนของหลักการบริโภคที่มีวิวัฒนาการมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ดังนี้

(i) **ตรรกะแห่งการใช้ประโยชน์ (The logic of utility)** ที่เรียกว่า “ตรรกะเชิงหน้าที่” (functional logic) ซึ่งเทียบเท่ากับ “มูลค่าใช้สอย” ของ Marx

(ii) **ตรรกะแห่งตลาด (The logic of market)** ที่เรียกว่า “มูลค่าแลกเปลี่ยน” (exchange value) ซึ่งหมายถึงคุณสมบัติของวัตถุที่จะสามารถวัดค่าได้

(iii) **ตรรกะแห่งของกำนัล (The logic of the gift)** ที่เรียกว่า “มูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์” เป็นมูลค่าของวัตถุที่สัมพันธ์กับบุคคล (Value of an object in relation to a subject)

(iv) **ตรรกะแห่งสถานะภาพ (The logic of status)** ที่เรียกว่า “มูลค่าเชิงสัญญาะ” เป็นมูลค่าที่วัตถุหนึ่งเมื่อถูกนำไปเปรียบเทียบกับเชิงสัญญลักษณ์กับวัตถุอีกชิ้นหนึ่ง (value of an object in relation to other objects)

และดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า วิวัฒนาการของการใช้ตรรกะในการบริโภคนั้นจะเคลื่อนย้ายจากอดีตที่อยู่ในตรรกะที่ 1 และ 2 มาสู่ตรรกะที่ 3 และ 4 มากยิ่งขึ้นทุกที (ดูตัวอย่างงานศึกษาของไทยในวรท สวนดอก, 2549)

### (7.6) สื่อวัตถุกับการเล่าเรื่อง (Narrative)

ดังได้เกริ่นมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า เราสามารถจะพิจารณาวัตถุ/สิ่งของนั้นได้ใน 3 สถานะ สำหรับสถานะที่สองและสาม คือ มองวัตถุ/สิ่งของในฐานะ “สื่อ” และในฐานะ “สัญญาะ” นั้น เนื่องจากคุณสมบัติของวัตถุที่เป็นสื่อ นั้น จะแตกต่างจากสื่อเป็นภาษา กล่าวคือ เป็น “สื่อที่เงียบเสียง” (silent media) ดังนั้น การที่จะทำให้สื่อวัตถุส่งเสียงแสดง “เนื้อหา/สาระ” หรือแปลงสถานะไปเป็น “สัญญาะ” ที่มีความหมายได้นั้น ก็ต้องมีกระบวนการบางอย่างประกอบเข้ากับวัตถุ/สิ่งของนั้น หนึ่งในกระบวนการนั้นเป็นกระบวนการสื่อสารที่เราเรียกว่า “การเล่าเรื่อง” (narrative)

ด้วยเรื่องราว (stories) และการเล่าเรื่อง (narrative) จึงจะทำให้วัตถุชิ้นหนึ่งมีเนื้อหาสาระหรือมีความหมายขึ้นมาในวัฒนธรรมหนึ่งๆ เพื่อที่จะยกระดับจากสถานะที่หนึ่งคือ material as artefact มาเป็น media & sign ดังที่ Rom Harre (2002 อ้างใน Woodward, 2007) สรุปเอาไว้ว่า “การเล่าเรื่องจะแปลงสภาพของ “ของชิ้นหนึ่งๆ” (a piece of stuff) กลายเป็น “วัตถุเชิงสังคม” (social object) และบรรดาวัตถุเหล่านั้นก็จะมียมนต์วิเศษขึ้นมาได้ก็ต่อเมื่ออยู่ภายในบริบทของเรื่องเล่าเท่านั้น”

จากคำกล่าวนี้ทำให้เราเข้าใจได้ว่า เมื่อเวลาที่เราเดินเข้าไปดู

สิ่งของที่จัดวางเอาไว้ในพิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ โบสถ์วิหาร ปราสาทราชวัง ฯลฯ หากปราศจากการมีเรื่องเล่ามาประกอบ สิ่งของเหล่านั้นก็แทบจะไม่มี ความหมายอะไรเลย คงเป็นเพียงของอย่างหนึ่งที่ผ่านเข้ามาในสายตา แล้วก็ผ่านไป แต่เมื่อใดก็ตามที่ไกด์เริ่มพรรณาน่าว่าสิ่งของเหล่านั้นมี ประวัติความเป็นมาอย่างไร มีมูลค่าเท่าไร ฯลฯ เมื่อนั้น สิ่งของดังกล่าว ก็จะเริ่มร่ายมนต์พิเศษทำให้นักท่องเที่ยวต้องแย่งกันถ่ายรูปเป็นพัลวัน หรือทำให้นักท่องเที่ยวต้องออกมาหาซื้อบรรดาของที่ระลึกกันราวกับต้อง คำสาป

และเนื่องจากหลักการของการเล่าเรื่องนั้น มักจะต้องมีองค์ ประกอบคือ **ตัวแสดง** (actor) ที่มีหน้าที่บทบาทคือ “การแสดงการ กระทำต่างๆ” (action) ดังนั้น การเล่าเรื่องของวัตถุจึงมักอยู่คู่กับตัว บุคคลอยู่เสมอ ฉะนั้น เมื่อนักถึงภาพพระเยซูก็ต้องอยู่คู่กับไม้กางเขน เมื่อคิดถึงเจมส์บอนด์ก็ต้องอยู่คู่กับปืนของเขา ภาพของเซ กวารา ต้องใส่ หมวกเสมอ ฯลฯ ในแง่นี้สื่อวัตถุจึงมีศักยภาพที่จะช่วยประกอบการแสดง (performative capacity) (ในภาษาของการเล่าเรื่อง มักจะจำแนกฐานะ ของวัตถุออกเป็นส่วนประกอบต่างๆ เช่น ฉาก เสื้อผ้า อาวุธ ยานพาหนะ ฯลฯ)

ในขณะที่การเล่าเรื่องเป็นเรื่องของ “ถ้อยคำ” ส่วนวัตถุนั้นเป็น “สิ่งของ” (thing) ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งของ/วัตถุกับภาษานั้นจึงมีอยู่ 2 ประเภท คือ

(i) วัตถุจะเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องเล่าที่เกี่ยวกับประสบการณ์ของ บุคคล ซึ่งยังเป็นระดับปัจเจก ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายก็คือ เรื่องเล่าของนัก ท่องเที่ยวที่ไปประสบกับสิ่งของ/วัตถุต่างๆในดินแดนที่เดินทางไป

(ii) แต่เนื่องจากเรื่องเล่าที่เกี่ยวกับเหตุการณ์/วัตถุนั้นไม่ได้จำกัด อยู่เพียงระดับบุคคลเท่านั้น หากแต่เรื่องเล่าเกี่ยวกับวัตถุ/สิ่งของยังไหล เวียนแพร่กระจายอยู่ในสังคม ดังนั้น เรื่องเล่าเหล่านี้จึงเป็นองค์ประกอบ สำคัญของวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น การเล่าเรื่องพระยาพิชัยดาบหัก

เรื่องเล่าประวัติความเป็นมาของเสื่อราชปะแตน หวี หมอน มุ้ง ฯลฯ ซึ่งตีพิมพ์เป็นหนังสือเล่มจำหน่าย เรื่องเล่าเกี่ยวกับวัตถุเหล่านี้จึงไหลเวียนแพร่กระจายอยู่ในสังคมไทย (ดู ส.พลายน้อย, 2546)

และขอกล่าวซ้ำอีกครั้งหนึ่งว่า หากเราต้องการจะทำความเข้าใจในเรื่องของการสื่อสารในรูปแบบของการเล่าเรื่องที่ขยายกว้างกว่ามิติเชิงเทคนิคหรือกลยุทธ์ของการเล่าเรื่องให้ขยายออกไปถึงมิติเชิงสังคม มิติเชิงอำนาจ และมิติเชิงสัญลักษณ์ การวิเคราะห์เรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับวัตถุ/สิ่งของก็ต้องตอบคำถามตั้งแต่ เรื่องเล่านั้นเป็นเรื่องอะไร (what) มีวิธีการเล่าอย่างไร (how) และท้ายที่สุด ทำไมจึงมีเรื่องเล่าเช่นนั้น (why)



## เอกสารประกอบ

### ภาษาไทย

#### 1. กติกา ศรีรักษา (2550)

“ความหมายและกระบวนการสร้างความหมาย “บ้าน” ใน นิตยสารบ้านและสวน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

#### 2. กาญจนา แก้วเทพ (2549)

“เมื่อสื่อพิธีกรรมเป็นลำนําแห่งความสุข” ใน **ยึดหลักปักแน่นกับงานสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขภาวะ** กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กรุงเทพมหานคร

#### 3. กาญจนา แก้วเทพ (2551)

**การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องสื่อสารชุมชน**, โครงการเมธีวิจัยอาวุโสฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

4. กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2552)  
**สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา**, ภาพพิมพ์. กรุงเทพมหานคร.
5. กำจร หลุยยะพงศ์ และคณะ (2553).  
 “การบริหารจัดการสื่อวัตถุพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย” ใน **การบริหารจัดการวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย**, กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ( สวช.)
6. ชนิษฐา นิลผึ้ง (2550)  
 “การศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน: ศึกษากรณีงานปูนปั้น จ.เพชรบุรี” ใน **กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2551), การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องสื่อสารชุมชน**, โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
7. โขมสี แสนจิตต์ (2548)  
 “การปรับตัวของสถาปัตยกรรมพื้นบ้านในบริบทของการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาชาวบ้านบ้านพลูก ต.บ้านพลูก อ.แม่ทะ จ.ลำปาง” ใน **เพลง ดนตรี ปรีศนา ผ้าทอ: ภูมิปัญญาด้านการละเล่นและการช่าง**, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน) กรุงเทพมหานคร
8. ฉลอง สุนทรวาณิชย์ (2550)  
 “เมื่อพระเครื่องก้าวขึ้นเป็น “สุดยอดของเครื่องรางไทย” ใน **ศึกษารูจักวิพากษ์คนชั้นกลาง** นลินี ดันธุนิตย์ (บรรณาธิการ), คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
9. ทรงศักดิ์ ปรารังค์วัฒนากุล และแพทรีเซีย ซีสมแมน แน่นหนา (2542)  
 “ผ้าไทลื้อ: การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม” ใน **คติชนกับคนไทย-ไท**, ศิราพร ณ ถลาง และสุกัญญา ภัทรราชย์ (บรรณาธิการ), โครงการตำราคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

10. ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2550)

**ปฏิวัติบริโภคนิยม:** จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งจำเป็น, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน) กรุงเทพมหานคร

11. นิติ ภาวครพันธ์ุ (2522)

**“วัฒนธรรมเก็บสะสม: ใจรักและกำไร”** ใน **ประวัติศาสตร์ในมิติวัฒนธรรมศึกษา:** ยกเครื่องเรื่องเรื่องวัฒนธรรมศึกษา, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน), กรุงเทพมหานคร.

12. นรินทร์ ภัคดี (2548)

**“ภูมิปัญญาล้านนาและคุณค่ากลองแอม”** ใน **เพลง ดนตรี ปริศนา**  
**คำทอ:** ภูมิปัญญาด้านการละเล่นและการช่าง, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน), กรุงเทพมหานคร.

13. ปราโมทย์ ภัคดีณรงค์ (2548)

**“การเมืองของสุนทรียภาพ: ผ้าขึ้นตีนจกจากแม่แจ่ม”** ใน **เพลง ดนตรี ปริศนา** คำทอ: ภูมิปัญญาด้านการละเล่นและการช่าง, ศูนย์มานุษยวิทยามานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน), กรุงเทพมหานคร.

14. ยศ สันตสมบัติ (2540)

**มนุษย์กับวัฒนธรรม,** สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

15. รัตติกาล เจนจิต (2548)

**“ของเล่นพื้นบ้านในฐานะสื่อเพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงอายุและเยาวชน ต.ป่าแดด จ.เชียงราย”** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

16. วรท สวนดอก (2549)

**“การสื่อความหมายตรรกะการบริโภคของงานแสดงมหรหรรรม แสดงสินค้า”** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

17. วรณี วิบูลย์สวัสดิ์ แอนเดรอสัน (บรรณาธิการ) (2531)  
**พื้นถิ่นพื้นฐาน**, สำนักพิมพ์ศิลปวัฒนธรรม, กรุงเทพมหานคร.
18. วิบูลย์ วัฒนนามกุล (2550)  
**“ของกำนัลและความซื่อ” ในการเดินทางของสินค้าสมัยใหม่**, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน), กรุงเทพมหานคร.
19. วิภาส ปรัชญาภรณ์ (2544)  
**“ช่างไม้: ความรู้และตัวตน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ**  
**คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
20. วิโรจน์ ศรีสุโร (2528)  
**“ศิลปกรรมพื้นบ้าน” ใน วัฒนธรรมพื้นบ้าน: ศิลปกรรม**,  
**เพ็ญศรี ตุ๊ก และคณะ (บรรณาธิการ) สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์**  
**มหาวิทยาลัย.**
21. ศิริพร ศรีสินธุ์ไฉ (2551)  
**พิพิธภัณฑน์บันทึก: ทบทวนบทเรียนจากงานวิจัย**, ศูนย์มานุษย  
**วิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน), กรุงเทพมหานคร.**
22. ศิราพร ณ ถลาง (2552) (พิมพ์ครั้งที่ 2)  
**ทฤษฎีคติชนวิทยา: วิธีวิทยาในการวิเคราะห์ตำนาน-นิทาน**  
**พื้นบ้าน**, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
23. เสฐียรโกเศศ (2524)  
**วัฒนธรรมเบื้องต้น** ราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพมหานคร.
24. ส.พลายน้อย (2546)  
**เรื่องเล่าจากข้าวของเครื่องแต่งกาย**, สำนักพิมพ์พิมพ์คำ,  
**กรุงเทพมหานคร.**
25. สมสุข หินวิมาน และคณะ (2553)  
**“การบริหารจัดการสื่อพิธีกรรมแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรม**  
**การวิจัย” ใน การบริหารจัดการวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วม**  
**ด้วยนวัตกรรมการวิจัย**, กาญจนนา แก้วเทพ และคณะ,

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ( สวช.)

26. สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ (2553)

“การบริหารจัดการสื่อการแสดงพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย” ใน การบริหารจัดการวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย, กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ( สวช.)

27. สุภาคย์ อินทองคง (2528)

“การทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านสั้งหม้อ จ.สงขลา” ใน วัฒนธรรมพื้นบ้าน: ศิลปกรรม เพ็ญศรี ดูก และคณะ (บรรณาธิการ), สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

28. สุรสิงห์สำรวม นิมพะเนาวิ (2536)

“ภาษาสัญลักษณ์ในพิธีกรรมสืบชะตา: ตัวอย่างวรรณกรรมเงียบ” ใน วัฒนธรรมพื้นบ้าน: ภาษา, เพ็ญศรี ดูก และคณะ (บรรณาธิการ), สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

29. สุรียา สมุทคุปดี และคณะ (2537)

แม่หญิงต้องตำหูก: พัฒนาการของกระบวนการทอผ้าและการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้หญิงในหมู่บ้านอีสานปัจจุบัน, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

30. สุวัฒน์ ญาณะโค และกาญจนา แก้วเทพ (2549)

“ติ๊กลองอย่างไรให้ได้สุขภาวะที่ยั่งยืน” ใน ยึดหลักปักแน่นกับงานสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขภาวะ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) กรุงเทพมหานคร

**ภาษาอังกฤษ**

31. Babcock, B.A., (1992)  
 “Artifact” in **Folklore, Cultural Performance and Popular Entertainment**, R.Bauman (ed), Oxford University Press.
32. Berger, A.A., (1992)  
**Reading Matter: Multidisciplinary Perspective on Material Culture**, Transaction Publishers, New Jersey.
33. Bourdieu, P. 1984)  
**Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste**, Massachusetts: Harvard University Press.
34. Dant, T. (1999)  
**Material Culture in the Social World**, Open University Press. Buckingham, U.K.
35. Dant, T. (2005)  
**Materiality and Society**, Open University Press, McGraw-Hill House.
36. Savage, M. et al (2005)  
**Globalization and Belonging**, Sage Publications.
37. Tilley, C. et al (eds) (2006)  
**Handbook of Material Culture**, Sage Publications.
38. Woodward, I. (2007)  
**Understanding Material Culture**, Sage Publications.