

Book Review: Consumer Culture & Postmodernism

รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข



Featherstone, Mike. 1991

Consumer Culture and Postmodernism

London: SAGE, 164 pages.

หนังสือ Consumer Culture and Postmodernism (1991) เขียนโดย Professor Mike Featherstone ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ด้านสังคมวิทยาอยู่ที่มหาวิทยาลัยลอนดอน (University of London) เป็นบรรณาธิการผู้ก่อตั้งวารสาร Theory, Culture & Society และชุดหนังสือ Theory, Culture & Society รวมทั้งยังเป็นบรรณาธิการหลักในวารสาร Body & Society อีกด้วย วารสารทั้งสองเล่มถือเป็นวารสารที่มีความสำคัญในทางสังคมวิทยา เนื่องจากมีบทความจากนักวิชาการและนักทฤษฎีความสำคัญในทางสังคมวิทยาตีพิมพ์ และเป็นวารสารที่เป็นแกนนำในการเสนอแนวคิดในทางทฤษฎีและการประยุกต์ทฤษฎีทางสังคมวิทยาอีกด้วยโดยสำนักพิมพ์ SAGE มีจำนวนทั้งสิ้น 164 หน้า หนังสือเล่มนี้เป็นฉบับพิมพ์ครั้งที่ 1 โดยเนื้อหาภายในแบ่งออกเป็น 10 บท

สำหรับหนังสือ Consumer Culture and Postmodernism แบ่งออกเป็น 10 บท ผู้เขียนเริ่มต้นจากการกล่าวถึงการนิยามและการตีความคำว่าสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ (Modern and Postmodern) และความเป็นสมัยใหม่และความเป็นหลังสมัยใหม่ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เนื่องจากเมื่อแรกใช้คำว่าหลังสมัยใหม่ในหลายๆ ศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นดนตรี ศิลปะ ภาพยนตร์ ละคร ถ่ายภาพ สถาปัตยกรรม วรรณกรรม จนกระทั่งขยายมาถึงศาสตร์ด้านปรัชญา มานุษยวิทยา สังคมวิทยา ภูมิศาสตร์ ฯลฯ บ้างก็ใช้ในความหมายที่เหมือนบ้าง ก็ต่างบ้าง ก็ใช้เกินความหมายที่เป็น ฉะนั้นการหันกลับมาพิจารณาเพื่อทำความเข้าใจความหมายอีกครั้งจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะหากคำว่าสมัยใหม่กับหลังสมัยใหม่ ต่างกันเพียงแค่การมีคำว่า “หลัง” มาเติมข้างหน้าคำว่า “สมัยใหม่” ที่หมายถึงการมาทีหลัง จุดแยกออกจากสมัยใหม่จึงเป็นการตอบโต้ความแตกต่างที่เกิดขึ้น หลังสมัยใหม่นิยมจึงเป็นการปฏิเสธสมัยใหม่ ลักษณะต่างๆ ที่แสดงถึงความเป็นสมัยใหม่ และถอยห่างออกจากลักษณะที่เป็นเหตุเป็นผลแบบสมัยใหม่ ส่งผลให้การนิยามความเป็นหลังสมัยใหม่ไม่สามารถทำได้ง่ายๆ ผู้เขียนกล่าวถึงงานของ Jean Baudrillard ที่เสนอว่ารูปแบบใหม่ของเทคโนโลยี และการสื่อสารทำให้ความแตกต่างระหว่างความจริงกับสิ่งที่ปรากฏเลือนหายไป Jean Francois Lyotard กล่าวถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีไซเบอร์ว่า ทำให้สังคมและยุคหลังสมัยใหม่กลายเป็นสังคมคอมพิวเตอร์ ความหมายที่แท้จริงต่างๆ หายไปกลายเป็นเกมของภาษา และ Fredric Jameson ที่แม้ดูจะไม่อยากจะยอมรับว่ายุคสมัยได้เปลี่ยนไปเป็นหลังสมัยใหม่ แต่เสนอว่าหลังสมัยใหม่นิยมคือการครอบงำเชิงวัฒนธรรม

การกล่าวถึงนักทฤษฎีคนสำคัญเหล่านี้ ทำให้การทำความเข้าใจการบริโภคในยุคหลังสมัยใหม่ในบทต่อ ๆ ไปชัดเจนขึ้น เนื่องจากสิ่งที่ผู้เขียนต้องการนำเสนอคือ ภาวะการบริโภคของผู้คนในสังคมหลังสมัยใหม่ ได้เปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องจากระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมและการพัฒนาที่ก้าวไปสู่การเป็นสังคมแบบอุตสาหกรรม ระบบการผลิตและระบบเศรษฐกิจเป็นเงื่อนไขที่ผลักดันให้สังคมก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมแห่งการบริโภค คือ ผลิตมาก และบริโภคมาก โดยสิ่งนี้ได้กระตุ้นเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ขณะเดียวกันก็กำหนดการรับรู้ คุณค่า ความต้องการ และอัตลักษณ์ของบุคคลในสังคมแห่งการบริโภคดีด้วย

อย่างไรก็ตาม การเข้าใจวิถีชีวิต การใช้ชีวิตของผู้คนหลังสมัยใหม่จะสามารถเข้าใจได้ดีมากขึ้นจากงานของ Pierre Bourdieu ที่กล่าวถึงวัฒนธรรมและแสดงออกผ่านพฤติกรรม การใช้ชีวิต ที่ผู้คนต่างต้องการยกระดับฐานะของตนเองด้วยการเข้าไปถึงการครอบครองทุนทางเศรษฐกิจจำนวนมาก เพราะทุนทางเศรษฐกิจจะทำให้มีโอกาสได้ใช้ชีวิตและบริโภคในแบบที่ต้องการ ซึ่งก็เป็นการจัดแยกประเภทตัวเองกับคนอื่น ๆ ด้วยการตัดสินจากรสนิยมของตนเองและคนอื่น ๆ สิ่งนี้เป็นปรากฏการณ์ของโลกหลังสมัยใหม่ที่มีเทคโนโลยีและการผลิตแบบจำนวนมาก ที่เอื้อให้คนสามารถเข้าถึงสิ่งที่ตัวเองต้องการได้

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะทำความเข้าใจด้วยนิยามความหมายหรือจากตัวอย่างงานของใคร ผู้เขียนเน้นย้ำให้ต้องพิจารณาถึงวิธีการที่ผู้คนในสังคมส่งสัญลักษณ์และข้อความ การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งผลกระทบและเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อผู้ชมหรือผู้รับข้อความข่าวสารนั้น ๆ เพราะภายใต้สถานการณ์ของเศรษฐศาสตร์การเมืองของสัญลักษณ์ การก่อร่างสร้างตัวของความรู้ทางปัญญาก็เป็นช่วงเวลาที่มีความสำคัญอย่างมากสำหรับการระบุหรือกำเนิดของความเป็นหลังสมัยใหม่ กล่าวคือการเข้าใจความเป็นหลังสมัยใหม่ต้องเข้าถึงความเป็นหลังสมัยใหม่ในหลากหลายระดับ กล่าวคือ หลังสมัยใหม่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ของความรู้และวิชาการด้านศิลปะ ขณะเดียวกันก็เข้าไปเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ทางวัฒนธรรมในรูปของวิถีการผลิต การหมุนเวียน และการแพร่กระจายสินค้า

ผู้เขียนเสนอว่า วัฒนธรรมการบริโภคและพฤติกรรมของผู้คนในสังคมหลังสมัยใหม่ที่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของเทคโนโลยี ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมที่เน้นการบริโภคผลิตภัณฑ์เชิงสัญลักษณ์เหมือน ๆ กัน (common culture) ดังเช่นปรากฏการณ์ popular culture ขณะเดียวกันการบริโภคนั้นก็สร้างความไร้ระเบียบในทางวัฒนธรรมด้วย เพราะทำให้เกิดวัฒนธรรมที่แปลกแตกต่างออกไป (uncommon culture) โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลางและชนชั้นล่าง ที่สามารถพูด แสดงออก และบริโภคได้โดยไม่ต้องถูกครอบงำโดยชนชั้นสูงแบบเดิมอีกต่อไป โลกาภิวัตน์ทำให้ความหลากหลายในสิ่งต่าง ๆ มากขึ้น สุนทรียะของการใช้ชีวิตในแต่ละวันของผู้คนถูกควบคุมน้อยลง ทั้งนี้

สิ่งที่น่าพิจารณาสำหรับสังคมโพสต์โมเดิร์นคือ มีความเป็นไปได้ที่ความหลากหลายที่เห็นนั้น แท้ที่จริงแล้วมีความเหมือนกัน ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่สังคมหนึ่ง ๆ เท่านั้น แต่สร้างความเหมือนกันทั่วทั้งโลกผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร

ฉะนั้น หนังสือเล่มนี้จึงเป็นเล่มหนึ่งที่ทำให้เข้าใจภาพกว้าง ๆ ของสังคมบริโภค และวัฒนธรรมบริโภคในสังคมโพสต์โมเดิร์น เนื่องจากได้กล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ที่อาจเป็นเป็นข้อสงสัย หรือคำถามในสังคมปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนได้กล่าวอ้างงานและความคิดของนักวิชาการที่สำคัญหลายคนในทางสังคมวิทยา ซึ่งหากผู้อ่านได้รู้จักแง่มุมหรือข้อเสนอในทางวิชาการของนักวิชาการคนต่าง ๆ อยู่แล้ว รวมทั้ง Raymond Williams หรือ Benedict Anderson ก็จะทำให้สามารถอ่านพร้อมกับตั้งคำถามกับยุคสมัยโพสต์โมเดิร์นของหนังสือเล่มนี้เป็นไปอย่างน่าติดตามมากยิ่งขึ้น