

## บทคัดย่อ

งานชิ้นนี้เป็นการศึกษาและทำความเข้าใจปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงมาสู่วัฒนธรรมบริโภคนิยมของสังคมไทย โดยผ่านทางการศึกษาพัฒนาการทางความหมายของคำ “รส” และสภาพการณ์ที่คนในสังคมไทยให้ความสำคัญแก่ “รสนิยม” หรือ คุณสมบัติของบุคคลในการเลือกบริโภคและครอบครองสิ่งของที่ตนเห็นว่างาม ( เฉพาะกรณีของการแต่งกาย ) ในฐานะสื่อภาษาที่จะบอกให้คนอื่นในสังคมเข้าใจตัวตนของปัจเจกบุคคลและตำแหน่งทางสังคมที่ปัจเจกนั้นดำรงอยู่

เมื่อประมาณ 60 ปีที่ผ่านมาเอง คำว่า “รส” ได้แปรเปลี่ยนมามีความหมายเป็นคุณสมบัติของบุคคลในการรู้คุณค่าเชิงสุนทรียภาพของวัตถุ และเกิดวาทกรรม “กุศุมรส” ขึ้นในกลุ่มผู้มีการศึกษาและคนชั้นสูงของไทย ทั้งนี้เป็นเพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่สำคัญขึ้น การใช้ “บุญบารมี” และ “ชาติกำเนิด” เป็นเกณฑ์ในการแบ่งลำดับชั้นทางสังคมเริ่มไม่เป็นที่ยอมรับในหมู่คนชั้นกลางที่เติบโตขึ้น การศึกษา ความสำเร็จความสามารถในการทำงาน และเงินตรา เริ่มทวีความสำคัญขึ้น และท้าทายต่อการสร้างสถานะภาพที่สูงของชนชั้นสูง แม้สถานะทางเศรษฐกิจจะเสื่อมถอยลงเนื่องการแข่งขันทางสถานะด้วยการใช้ชีวิตอย่างหรูหรา แต่ด้วยทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่คนชั้นสูงมีอยู่อย่างเหลือเฟือ จึงมีการหยิบยกเอาชุดของความรู้เฉพาะ อาทิ กริยามารยาท การแต่งกาย การเข้าสมาคม เป็นต้น ซึ่งปลูกฝังอบรมกันในกลุ่มคนชั้นสูงอย่างเคร่งครัดมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งลำดับชั้นและเลือกปฏิบัติทางสังคมต่อผู้ที่ไม่มีคุณสมบัตินี้ เช่น เศรษฐีใหม่ เป็นต้น

ในสภาพที่เศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรีเติบโตขึ้น และการเปลี่ยนมาสู่ระบอบประชาธิปไตยที่ชูประเด็นเรื่อง เสรีภาพและเสมอภาคของประชาชน ทำให้ทางเลือกในการปฏิบัติตนของคนในสังคมไทยมีมากขึ้น ด้วยระบบการผลิตสินค้าแบบมวลชน ทำให้เกิดการเลียนแบบการแต่งกายของคนชั้นสูงได้ง่ายขึ้น ในขณะเดียวกัน ระบบแข่งขันทางการตลาดและการโฆษณาแบบใหม่ ก็เปิดโอกาสให้รูปแบบการแต่งกายใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา เอื้อต่อการคืนรสนิยมของคนที่คอยสถานะด้วยการท้าทายไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยกลุ่มอำนาจนำ และพยายามทำให้สิ่งที่พวกตนเห็นว่าดีงามนั้นเป็นที่ยอมรับ โดยการส่งผ่านรหัสทางการแต่งกายที่หลากหลายขึ้น

การปิดกั้นเสรีภาพในการแสดงออกทางการเมืองเป็นเวลากว่า 10 ปี ภายใต้การเปิดกว้างทางการค้าและการบริโภคสินค้า ทำให้คนจำนวนมากหันเหไปแสวงหาเสรีภาพในการบริโภค

## บทคัดย่อ

งานชิ้นนี้เป็นการศึกษาและทำความเข้าใจปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงมาสู่วัฒนธรรมบริโภคนิยมของสังคมไทย โดยผ่านทางการศึกษาพัฒนาการทางความหมายของคำ “รส” และสภาพการณ์ที่คนในสังคมไทยให้ความสำคัญแก่ “รสนิยม” หรือ คุณสมบัติของบุคคลในการเลือกบริโภคและครอบครองสิ่งของที่ตนเห็นว่างาม ( เฉพาะกรณีของการแต่งกาย ) ในฐานะสื่อภาษาที่จะบอกให้คนอื่นในสังคมเข้าใจตัวตนของปัจเจกบุคคลและตำแหน่งทางสังคมที่ปัจเจกนั้นดำรงอยู่

เมื่อประมาณ 60 ปีที่ผ่านมาเอง คำว่า “รส” ได้แปรเปลี่ยนมามีความหมายเป็นคุณสมบัติของบุคคลในการรู้คุณค่าเชิงสุนทรียภาพของวัตถุ และเกิดวาทกรรม “กุศุมรส” ขึ้นในกลุ่มผู้มีการศึกษาและคนชั้นสูงของไทย ทั้งนี้เป็นเพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่สำคัญขึ้น การใช้ “บุญบารมี” และ “ชาติกำเนิด” เป็นเกณฑ์ในการแบ่งลำดับชั้นทางสังคมเริ่มไม่เป็นที่ยอมรับในหมู่คนชั้นกลางที่เติบโตขึ้น การศึกษา ความสำเร็จความสามารถในการทำงาน และเงินตรา เริ่มทวีความสำคัญขึ้น และท้าทายต่อการสร้างสถานะภาพที่สูงของชนชั้นสูง แม้สถานะทางเศรษฐกิจจะเสื่อมถอยลงเนื่องการแข่งขันทางสถานะด้วยการใช้ชีวิตอย่างหรูหรา แต่ด้วยทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่คนชั้นสูงมีอยู่อย่างเหลือเฟือ จึงมีการหยิบยกเอาชุดของความรู้เฉพาะ อาทิ กริยามารยาท การแต่งกาย การเข้าสมาคม เป็นต้น ซึ่งปลูกฝังอบรมกันในกลุ่มคนชั้นสูงอย่างเคร่งครัดมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งลำดับชั้นและเลือกปฏิบัติทางสังคมต่อผู้ที่ไม่มีคุณสมบัตินี้ เช่น เศรษฐีใหม่ เป็นต้น

ในสภาพที่เศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรีเติบโตขึ้น และการเปลี่ยนมาสู่ระบอบประชาธิปไตยที่ชูประเด็นเรื่อง เสรีภาพและเสมอภาคของประชาชน ทำให้ทางเลือกในการปฏิบัติตนของคนในสังคมไทยมีมากขึ้น ด้วยระบบการผลิตสินค้าแบบมวลชน ทำให้เกิดการเลียนแบบการแต่งกายของคนชั้นสูงได้ง่ายขึ้น ในขณะเดียวกัน ระบบแข่งขันทางการตลาดและการโฆษณาแบบใหม่ ก็เปิดโอกาสให้รูปแบบการแต่งกายใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา เอื้อต่อการคืนรนต่อสู้ของคนที่คอยสถานะด้วยการท้าทายไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยกลุ่มอำนาจนำ และพยายามทำให้สิ่งที่พวกตนเห็นว่าดีงามนั้นเป็นที่ยอมรับ โดยการส่งผ่านรหัสทางการแต่งกายที่หลากหลายขึ้น

การปิดกั้นเสรีภาพในการแสดงออกทางการเมืองเป็นเวลากว่า 10 ปี ภายใต้การเปิดกว้างทางการค้าและการบริโภคสินค้า ทำให้คนจำนวนมากหันเหไปแสวงหาเสรีภาพในการบริโภค

แทน “รสนิยม” กลายมามีความหมายเพียงความชอบส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จนยากที่จะหาเกณฑ์ใดเพียงหนึ่งเดียวมาตัดสินระดับสูงต่ำของรสนิยมการแต่งกายของคนทั้งสังคมได้ ยิ่งในสภาพสังคมปัจจุบัน ที่คนในเมืองปฏิสัมพันธ์กันโดยตรงน้อยลงทุกขณะ การสื่อสารกันโดยผ่านสินค้าจึงทวีความสำคัญขึ้น รสนิยม หรือการเลือกบริโภคสินค้าของปัจเจกจึงเป็นภาษาในสังคมบริโภค