



การบริโภคเชิงวัฒนธรรมของกล้องฟิล์ม
(Cultural Consumption of Film Camera)

นรชิต จิรสัทธรรม^{1*} และ ปิยธิดา ขำขันมะลี²

Norachit Jirasatthumb^{1*} and Piyathida Khakhanmalee²

Received: February 28, 2020

Revised: May 14, 2020

Accepted: May 25, 2020

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของบทความคือการศึกษาารูปแบบวัฒนธรรมการบริโภคกล้องฟิล์ม โดยนำแนวคิด เศรษฐศาสตร์การเมืองของปีแอร์ บูร์ดิเยอ มาวิเคราะห์ประเด็นของ ทุน รสนิยม ฮาบิทัส และ แวดวง การวิเคราะห์ด้านทุนได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 4 ลักษณะตามระดับทุนทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม การวิเคราะห์ ด้านรสนิยมบ่งชี้ว่าการบริโภคกล้องฟิล์มในปัจจุบันสอดคล้องกับรสนิยมแห่งความหรูหรา ซึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยฮา บิทัสที่ชื่นชอบความคลาสสิก ความต้องการท้าทายสิ่งใหม่ๆ และปลดปล่อยความสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ยัง ชี้ให้เห็นว่าฮาบีทัสได้ถูกบ่มเพาะด้วยอิทธิพลจากปัจจัย ครอบครัว เพื่อน โซเชียลมีเดีย และรูปแบบการใช้ชีวิต การวิเคราะห์แวดวงชี้ให้เห็นข้อค้นพบที่สำคัญว่า กิจกรรมของผู้ชอบกล้องฟิล์มนั้นเป็นพื้นที่แห่งการช่วงชิงทุน ระหว่างผู้คนในแวดวง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นพื้นที่ๆ เปิดโอกาสให้เกิดการเลื่อนระดับของทุนได้ การศึกษาครั้ง ต่อไปควรติดตามกลุ่มตัวอย่างที่มีอยู่แล้ว เพื่อวิเคราะห์พลวัตของการเปลี่ยนแปลงระดับทุนที่อาจส่งผลต่อความ คงทนของฮาบีทัสและแวดวงได้

คำสำคัญ : กล้องฟิล์ม การบริโภคเชิงวัฒนธรรม บูร์ดิเยอ เศรษฐศาสตร์การเมือง

ABSTRACT

The objective of this article is to study the cultural pattern of film camera consumption by employing the political economy framework of Pierre Bourdieu in order to analyse the issues of capital, taste, habitus, and field. The analysis of capital classifies samples into four

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Assistant Professor, Faculty of Economics, Khon Kaen University, E-mail: norachitji@kku.ac.th

* Corresponding Author

² ผู้ช่วยวิจัย, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Research Assistant, Faculty of Economics, Khon Kaen University E-mail: piyathida.kh07@gmail.com

characteristics according to the degree of economic and cultural capital. The analysis of taste identifies that at the present, film camera consumption is consistent with the taste of luxury driven by habitus the joy of collecting, the need for new challenges and liberating creativity. The analysis also shows that habitus is cultivated by various factors such as, family, friend, social media, and life style. The analysis of field indicates an important finding that the activities of film camera lover clubs represent a space of competition for capital mobility among its members. Further study should follow up on these existing samples in order to analysis the dynamics of capital change that could affect the persistence of habitus and field.

Keywords: Film Camera, Cultural Consumption, Bourdieu, Political Economy

บทนำ

การถ่ายภาพ เป็นงานศิลปะที่ช่วยให้มนุษย์สามารถบันทึกเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา จุดเริ่มต้นของการถ่ายภาพนั้นเกิดมาจากการบังเอิญเห็นภาพเหมือนในลักษณะกลับหัวบนผนังห้องที่ทึบและอับแสง ภาพเหมือนที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากแสงของภาพจากภายนอกลอดผ่านรูเล็กๆ ที่ผนังห้องจนก่อเกิดภาพเหมือนบนผนังอีกด้านที่อยู่ฝั่งตรงข้ามของห้อง ซึ่งภาพเหมือนนี้ถูกเรียกว่า ภาพจากรูเข็ม นี้ได้นำมาสู่การสร้างกล้องรูเข็ม (Pinhole Camera) นั้นเอง ต่อมากล้องถ่ายภาพได้ถูกพัฒนามาเรื่อยๆ จนเกิดเป็นกล้องฟิล์มคือ กล้องที่สามารถถ่ายภาพได้โดยบันทึกภาพลงแผ่นฟิล์ม ซึ่งมีหลักการทำงานแบบ Single Lens Reflex (SLR) โดยอาศัยการสะท้อนแสงจากวัตถุเข้าสู่เลนส์ของกล้องผ่านรูรับแสง ม่านชัตเตอร์ และเข้าไปตกกระทบและทำปฏิกิริยากับแผ่นฟิล์มที่วางไว้หลังม่านชัตเตอร์จนเกิดเป็นภาพแฝงบนแผ่นฟิล์ม (วินัย บุญคง, 2559) ในยุคสมัยนั้นตลาดของกล้องฟิล์มมีเติบโตที่ดีขึ้นเรื่อยๆ มีบริษัทผลิตฟิล์มถ่ายภาพและกล้องฟิล์มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Canon, Nikon, Fuji, Kodak, Leica, Olympus, Yashica เป็นต้น

จากการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดของตลาดฟิล์มสีในประเทศไทยโดย จรัสศรี วชิรพรอนันต์ (2536) พบว่า ช่วงปี 2532 - 2535 มีมูลค่าตลาดรวม 5,000 ล้านบาท และมีการจำหน่ายฟิล์มกว่า 10 ล้านม้วนต่อปี และจากรวบรวมข้อมูลจากบริษัทฟูจิ โฟโต้ ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด โดยช่อทิพย์ จ้าวพิทักษ์ธรรม (2546) พบว่า ในช่วงปี 2538 - 2543 มีการจำหน่ายฟิล์มกว่า 13-19 ล้านม้วนต่อปี ข้อมูลยอดจำหน่ายของฟิล์มที่กล่าวมา บ่งชี้ถึงความนิยมของกล้องฟิล์มในยุคสมัยนั้น อีกทั้งกล้องฟิล์มยังจัดได้ว่าเป็นกล้องถ่ายภาพถูกใช้ในการบันทึกเหตุการณ์สำคัญต่างๆ อย่างมากมาย เช่น เหตุการณ์การรบในสงครามโลกครั้งที่ 1 และ 2 เหตุการณ์พฤษภาทมิฬของไทย เหตุการณ์การรบในสงครามเวียดนาม เหตุการณ์การขึ้นครองราชย์ของกษัตริย์ในประเทศไทยต่างๆ และ การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เป็นต้น

เมื่อเวลาผ่านไปเทคโนโลยีการถ่ายภาพพัฒนาไปสู่ระบบดิจิทัล กล้องดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในงานหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ในช่วง พ.ศ.2543-2547 แต่ในกลุ่มอาชีพนี้ยังคงมีการใช้กล้องฟิล์มควบคู่ด้วย (อาณัติ มาขรรงค์, 2543) แต่ในส่วนภาพรวมนั้น จำนวนของกล้องดิจิทัลในตลาดได้เติบโตสูงขึ้นมาก จาก 2,000 ตัวในปี

2538 เป็น 60,000 ตัว ในปี 2544 (ช่อทิพย์ ง้าวพิทักษ์ธรรม. 2546) ดังนั้นกล้องดิจิทัลจึงถูกมองเป็นสิ่งทดแทนกล้องแบบดั้งเดิมหรือกล้องฟิล์มเนื่องจากมีศักยภาพที่สูงกว่า และยังช่วยให้ช่างภาพมีประสิทธิภาพในการถ่ายภาพที่ดีขึ้น ในยุคสมัยนี้กล้องฟิล์มจึงได้ลดบทบาทลง จนทำให้หลายบริษัท อาทิ Canon, Nikon, Fuji, Olympus ต้องปรับตัวหันมาผลิตกล้องดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของยุคสมัย

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันกล้องดิจิทัลได้รับความนิยมอย่างมาก แต่ก็มีผู้คนบางกลุ่มที่ยังคงใช้กล้องฟิล์มอยู่ โดยสังเกตได้จากการซื้อขายกล้องฟิล์มในสื่อโซเชียลมีเดีย อีกทั้งยังมีการรวมกลุ่มออนไลน์ของผู้ที่ใช้กล้องฟิล์มด้วย เช่น กลุ่มคนรักกล้องฟิล์ม กลุ่มตลาดคนรักกล้องฟิล์ม เป็นต้น และยังพบเห็นกลุ่มศิลปินและคนดังบางคนที่ทำให้ความสนใจในการถ่ายภาพด้วยกล้องฟิล์ม เช่น ไอ้ต ปราโมทย์, ลิซ่า Blackpink, ณเดช คูกิมิยะ, ญาญา อุริสยา ทำให้มีกระแสนิยมกล้องฟิล์มเกิดขึ้น ซึ่ง อาทิตย์ เลิศรักษ์มงคล (2557 และ 2558) ได้ให้ข้อสังเกตเบื้องต้นว่าความนิยมนี้เกิดจาก ผลงานจากกล้องฟิล์มสามารถใช้เป็นสื่อในการแชร์เรื่องราวลงบนโซเชียลมีเดียได้ และโซเชียลมีเดียรวมถึงสื่อโทรทัศน์ทั้ง ละคร ภาพยนตร์ ได้สร้างภาพให้กล้องฟิล์มกลายเป็นกระแสแฟชั่นอย่างหนึ่งไม่ต่างจาก การแต่งตัวหรือไลฟ์สไตล์ต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อพิจารณาความสนใจของกล้องฟิล์มผ่านงานเขียนที่เป็นเชิงวิชาการมากขึ้นพบว่า การใช้กล้องฟิล์มไม่ใช่เรื่องของแฟชั่นเท่านั้นหากแต่เกิดขึ้นร่วมกับภาวะโหยหาอดีต โดยมีเรื่องเล่าแห่งอดีตเป็นสิ่งเร้าไปสู่ความอยากบริโภคสินค้าย้อนยุคดังเช่นกล้องฟิล์ม (กิตติกร โพธิ์ทอง. 2560)

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมการถ่ายภาพ ไม่ใช่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นหรือความนิยมเท่านั้น หากแต่ยังมีประเด็นด้านการครอบงำทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น การใช้แนวคิดเรื่องรสนิยมของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) เป็นกรอบในการวิเคราะห์³ ของต่อสิต กลีบบัว (2553) ได้พบว่าในแวดวงของผู้ถ่ายภาพนั้น ผู้ที่มีทุนด้านการถ่ายภาพมากกว่า (ทั้งทุนในรูปแบบของพลังทรัพย์และในรูปแบบของความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ) มีแนวโน้มของการนำทุนความรู้ของตนไปครอบงำผู้ที่มีทุนทางด้านถ่ายภาพที่น้อยกว่า เช่น ช่างภาพมืออาชีพมีแนวโน้มในการสร้างความชอบธรรมให้แก่การถ่ายภาพในแบบฉบับของตนโดยถ่ายทอดเทคนิคของตนให้เป็นกระแสให้ผู้ถ่ายภาพเพื่อการท่องเที่ยว หรือ มือสมัครเล่นทำตาม เป็นต้น โดยในประเด็นการครอบงำนี้ Grenfell and Hardy (2007) ได้มีมุมมองที่สอดคล้องกันคือ กลุ่มช่างภาพที่มีทุนทางวัฒนธรรมสูงย่อมมีบทบาทในการกำหนดทิศทางเศรษฐกิจของแวดวง กล่าวคือ พวกเขามีความสามารถกำหนดว่าสินค้าใดจะกลายเป็นกระแสให้ผู้คนบริโภคตามนั่นเอง

การประเมินเอกสารข้างต้นได้ให้ข้อสังเกตสำคัญสองข้อคือ (1) กิจกรรมการถ่ายภาพเกี่ยวพันกับมิติด้านวัฒนธรรมแน่นอน เพราะมันเกี่ยวข้องกับ กระแสนิยม การโหยหาอดีต และการครอบงำ ดังนั้นการศึกษารูปแบบการบริโภคของกล้องฟิล์มไม่สามารถละเลยมิติด้านวัฒนธรรมได้ และ (2) งานเขียนที่กล่าวถึงข้างต้น แม้มีการวิเคราะห์มิติด้านวัฒนธรรมของกิจกรรมการถ่ายภาพ แต่ไม่ได้วิเคราะห์ถึง “รูปแบบการบริโภค” กล้องฟิล์มอย่างตรงไปตรงมา ดังนั้น บทความนี้จึงต้องการหาคำตอบถึงรูปแบบการบริโภคเชิงวัฒนธรรมของกล้องฟิล์มโดยมีวัตถุประสงค์นำมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ ทั้งสี่ด้านได้แก่ แวดวง (Field) ฮาบิทัส (Habitus)

³ รายละเอียดด้านทฤษฎีของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ นำเสนอในส่วนต่อไป

รสนิยม (Taste) และ ทุน (Capital) มาปรับใช้เพื่อวิเคราะห์ให้เห็นลักษณะเฉพาะของการบริโภคกล้องฟิล์มที่ผู้คนในกลุ่มมีการปะทะและแลกเปลี่ยนกันทางวัฒนธรรม จนเกิดเป็นการแบ่งชนชั้นทางสังคมของคนในแวดวงด้วยเงื่อนไขที่แต่ละคนมีทุนทางวัฒนธรรมและสังคมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ กลุ่มผู้ใช้กล้องฟิล์มในจังหวัดขอนแก่นและกลุ่มเฟซบุ๊กคนรักกล้องฟิล์ม⁴

กรอบแนวคิดหลัก: ทฤษฎีวัฒนธรรมการบริโภค

ตามปกตินักเศรษฐศาสตร์วิเคราะห์การบริโภคด้วยทฤษฎีอรรถประโยชน์ ที่มองว่าภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ (Budget Constraint) ปัจเจกชนที่มีเหตุผลย่อมเลือกบริโภคตามหลักอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Marginal Utility) เพื่อให้เกิดความพอใจมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ดังที่ผู้เขียนได้เสนอในที่อื่นแล้วว่า ทฤษฎีอรรถประโยชน์มีปัญหาอย่างมากในการพิจารณาปรากฏการณ์การบริโภค เพราะว่ามันใช้วิธีวิทยาที่ “ลดรูป” ปรากฏการณ์มนุษย์และความสัมพันธ์ทางสังคมให้เหลือเพียงแบบจำลองคณิตศาสตร์ (นรชิต จิรส์ธรรม. 2553) อีกทั้งเมื่อพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของบทความนี้ที่ต้องการวิเคราะห์มิติทางด้านวัฒนธรรมที่อยู่ในการบริโภคกล้องฟิล์มยิ่งช่วยยืนยันว่าทฤษฎีอรรถประโยชน์ของเศรษฐศาสตร์คงไม่เพียงพอ เพราะมันกำหนดให้ปัจจัยเชิงคุณภาพต่างๆ ทั้ง วัฒนธรรม ชนชั้น ฯลฯ เป็นตัวแปรภายนอกระบบ ดังนั้นบทความนี้จึงพยายามศึกษาปัจจัยวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคที่เศรษฐศาสตร์ละเลย โดยนำเอาแนวคิดของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ อันได้แก่ ทฤษฎีสสนาม แนวคิดฮาปัทส แนวคิดเรื่องรสนิยม และแนวคิดเรื่องทุน มาใช้วิเคราะห์ปรากฏการณ์การบริโภคกล้องฟิล์ม

1. ทฤษฎีสสนาม (Field Theory)

“สนาม” หรือ “แวดวง” คือรูปแบบสังคมที่บูร์ดิเยอสร้างขึ้นมาจากปฏิเสธวิธีการแบ่งสังคมออกเป็นโครงสร้างส่วนบน (สถาบันทางสังคมต่างๆ) และโครงสร้างส่วนล่าง (พื้นฐานการผลิต) แบบที่มาร์กซ์ได้เสนอไว้ ซึ่งแวดวงตามแนวคิดของบูร์ดิเยอคือ ปริณพทหรืออาณาบริเวณทางสังคม (Social Arena) ที่มีการต่อสู้กันเพื่อแย่งชิงหรือช่วงชิงการเข้าถึงทรัพยากร (ทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนสัญลักษณ์ ทุนสังคม) เช่น สินค้าทางวัฒนธรรม (วิถี/ลีลาชีวิต) บ้าน ความแตกต่างด้านความรู้ การจ้างงาน ที่ดิน ชนชั้นทางสังคม อภิสัทธ์ หรืออะไรก็ตามที่จะทำให้ตัวเราแตกต่างไปจากผู้อื่น โดยทรัพยากรที่จะแย่งชิงนั้นจะมีลักษณะเป็นรูปธรรมจับต้องมองเห็นได้ และแวดวงยังเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมระหว่างตำแหน่งต่างๆ ทางสังคม ตำแหน่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดฮาปัทสของสถาบันหรือผู้ที่อยู่ในตำแหน่งนั้นในแวดวงนั้นๆ โดยที่แวดวงจะมีโครงสร้างอำนาจกระจายตัวกันอยู่

ในสังคมหนึ่งๆ นั้น จะประกอบด้วยแวดวงต่างๆ มากมาย เช่น แวดวงวิชาการ, แวดวงแพทย์, แวดวงกีฬา, แวดวงศิลปะ, แวดวงบันเทิง, ฯลฯ โดยแต่ละแวดวงนั้น มีความเป็นอิสระต่อกัน กล่าวคือ มีเนื้อหา มีตรรกะ มีกฎเกณฑ์ มีโครงสร้าง ฯลฯ เป็นของตัวเอง แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีปฏิสัมพันธ์กัน มีการปะทะสังสรรค์ต่อกัน รวมถึงมีการต่อสู้กัน และบูร์ดิเยอได้แบ่งระดับของแวดวงออกเป็น 2 ระดับ คือ แวดวงใหญ่ และ แวดวงย่อย ซึ่งแต่ละแวดวงย่อยอาจมีการต่อสู้กันเอง หรือ แวดวงย่อยอาจจะมีการต่อสู้กับแวดวงใหญ่เอง นอกจากนี้

⁴ เหตุผลของการเลือกกลุ่มตัวอย่างระบุในส่วนของวิธีการศึกษา

แนวคิดยังมีความสัมพันธ์กับฮาบิทัส คือ แนวคิดจะเป็นทั้งสถานที่ที่ผลิตฮาบิทัสแบบต่างๆ และในขณะเดียวกัน แนวคิดเองก็เป็นผลผลิตของฮาบิทัสเช่นเดียวกัน (กาญจนา และสมสุข, 2553)

2. แนวคิดเกี่ยวกับฮาบิทัส (Habitus)

บูร์ดิเยอ ได้นิยามความหมายของฮาบิทัส ไว้ในหนังสือ Outline of a Theory of Practice (Bourdieu. 1977) ว่า

“...habitus, systems of durable, transposable dispositions structured structures predisposed to function as structuring structures, that is, as principles of the generation and structuring of practices and representations which can be objectively "regulated" and "regular" without in any way being the product of obedience to rules, objectively adapted to their goals without presupposing a conscious aiming at ends or an express mastery of the operations necessary to attain them and, being all this, collectively orchestrated without being the product of the orchestrating action of a conductor.”

จากนิยามความหมายข้างต้น ทำให้ทราบว่า ฮาบิทัส คือ ระบบความโน้มเอียงที่คงทนยาวนาน สามารถปรับเปลี่ยนระดับได้ โดยยังรักษาโครงสร้างเดิมเอาไว้ เป็นทั้งโครงสร้างที่ถูกสร้างขึ้นมา และเป็นทั้งเงื่อนไขล่วงหน้าในการทำหน้าที่เป็นผู้วางโครงสร้าง กล่าวคือ เหมือนเป็นหลักแห่งการก่อกำเนิดและวางโครงสร้างให้แก่การปฏิบัติและการสร้างภาพแทนความจริง ซึ่งอาจถูกทำให้เป็นกฎ และเป็น ผู้วางกฎ อย่างเป็นวัตถุวิสัย โดยที่ไม่ได้เป็นผลมาจากการยอมจำนนต่อกฎเกณฑ์ใดๆ สามารถปรับตัวไปตามจุดมุ่งหมายของตัวมันเองได้อย่างเป็นวัตถุวิสัย โดยปราศจากการคาดคะเนในการมุ่งไปสู่จุดสิ้นสุดอย่างสุ่ว่านึก หรือ ปราศจากการแสดงออกซึ่งการควบคุมให้ทำงานเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว ฮาบิทัส จึงสามารถบรรเลงเพลงร่วมกันได้ โดยไม่ได้เป็นบทเพลงที่บรรเลงโดยกำกับกรของวาทยกร (สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต. 2548)

กาญจนา และสมสุข (2553) ได้อธิบายเกี่ยวกับฮาบิทัสไว้ว่า ฮาบิทัสเป็นความโน้มเอียงของอุปนิสัย (Disposition) อันได้แก่ วิธีการใช้ร่างกาย วิธีคิด รสนิยม การกระทำ อารมณ์ความรู้สึก ฯลฯ ของปัจเจกบุคคล/กลุ่มที่อยู่ในแวดวงทางสังคมแต่ละประเภท ฮาบิทัสจึงเป็นเหมือนตัวคอยเป็นตัวควบคุมแนวคิด และในขณะเดียวกันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของคุณลักษณะในแนวคิดได้ ฮาบิทัสเป็นส่วนผสมระหว่างโครงสร้างภายนอกกับธรรมชาติในร่างกาย กล่าวคือ การซึมซับโครงสร้างภายนอกผ่านทางร่างกายของตัวบุคคล นอกจากนี้เมื่อกระทำการ/ปฏิบัติการอะไรบางอย่างที่ซึมซับผ่านร่างกาย วิธีในการกระทำกร/ปฏิบัติการนั้นจะกลายเป็นแบบเฉพาะตัวของบุคคล อีกทั้งยังมีด้านที่ถูกกระทำและด้านที่เป็นผู้กระทำ ฮาบิทัสนั้นค่อนข้างจะทำงานอยู่ในระดับจิตไร้สำนึก กล่าวคือสามารถประมาณการได้โดยไม่ต้องคิด โดยที่ตัวบุคคลอาจจะบอกไม่ได้ว่า ได้ความสามารถดังกล่าวมาจากที่ไหน นอกจากจะเป็นคุณลักษณะในระดับปัจเจกบุคคลแล้ว ในเวลาเดียวกันฮาบิทัสก็เป็นคุณลักษณะร่วมของคนแต่ละกลุ่ม แต่ละชนชั้น ดังนั้น การวิเคราะห์ฮาบิทัสสามารถทำให้เราจำแนกความแตกต่าง

ทางชนชั้น (Class Distinction) โดยวัดจากตำแหน่งของการบริโภค (Consumption) และในขั้นตอนของการบริโภคจะสามารถมองเห็นฮาบิทัสของแต่ละชนชั้นได้อย่างชัดเจน

ฮาบิทัสเป็นคุณลักษณะร่วมของคนแต่ละกลุ่ม แต่ละชนชั้น ซึ่งอารมณ์ความรู้สึกร่วม ตลอดจนค่านิยม ความเชื่อ รูปแบบพฤติกรรม วิธีการดำเนินชีวิต หรืออาจกล่าวได้ว่าการมีสิ่งเหล่านี้ร่วมกันคือ การมี “รสนิยม” (Taste) ที่คล้ายคลึงกัน

3. แนวคิดเกี่ยวกับรสนิยม (Taste)

บูร์ดิเยอได้กล่าวถึงรสนิยมไว้ในหนังสือ Distinction: a social critique of the judgement of taste (Bourdieu. 1984) ว่า

“Taste is a practical mastery of distributions which makes it possible to sense or intuit what is likely (or unlikely) to befall-and therefore to befit-an individual occupying a given position in social space. It functions as a sort of social orientation, a 'sense of one's place', guiding the occupants of a given place in social space towards the social positions adjusted to their properties, and towards the practices or goods which befit the occupants of that position.”

กล่าวได้ว่า รสนิยมคือพลังที่ควบคุมการจัดแบ่งจำแนก ทำให้เกิดความรู้สึกหรือการรับรู้โดยปราศจากเหตุผลในสิ่งที่บังเกิดขึ้น ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสมควรเหมาะสมที่ปัจเจกชนจะถือครองตำแหน่งในพื้นที่ทางสังคมที่กำหนดไว้แล้ว รสนิยมทำหน้าที่เหมือนกับการแนะนำทางสังคมรูปแบบหนึ่ง ซึ่งแนะนำทางให้คนเข้าครอบครองพื้นที่ทางสังคมที่กำหนดไว้แล้ว ให้รู้สึกสำนึกถึงตำแหน่งพื้นที่ของตน ที่สามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งทางสังคมไปตามทรัพย์สมบัติ และวิธีการปฏิบัติ หรือตามสินค้า ที่เหมาะสมกับผู้เข้าครอบครองตำแหน่งทางสังคมนั้น (เกษม เพ็ญภินันท์. 2549)

แนวคิดเรื่องรสนิยมเป็นแนวคิดที่ต่อเนื่องมาจากแนวคิดเรื่องฮาบิทัสเพราะรสนิยมคือผลผลิตที่เป็นรูปธรรมของฮาบิทัสที่แฝงอยู่ใน 2 มิติคือเงื่อนไขของการมีวัตถุ กล่าวคือ มีสิ่งของอะไรที่อยู่ในความครอบครอง และการมีความแตกต่างเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Differentiation) ซึ่งบูร์ดิเยอให้ความสำคัญกับ “เงื่อนไขของการมีวัตถุ” โดยให้เหตุผลว่า เมื่อเราพูดว่า รสนิยมเป็นแนวทางการเลือกใช้สิ่งของเพื่อการอุปโภคและบริโภคนั้น เราก็ต้องไม่ลืมว่า การเลือกดังกล่าวไม่ได้เป็นไปอย่างเสรี เช่น รสนิยมในการเลือกเล่นกีฬา ใ้ว่าทุกคนจะสามารถเลือกมีรสนิยมที่จะเล่นกอล์ฟได้ เพราะการที่จะเล่นกอล์ฟได้นั้นจำเป็นต้องครอบครองวัตถุต่างๆ มากมาย ดังนั้นการเล่นกอล์ฟจึงไม่ใช่การเกมกีฬาธรรมดา หากแต่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ให้อำนาจแก่ผู้มีรสนิยมกล่าวคือคนเล่นกอล์ฟต้องเป็นคนที่มั่งคั่งในสังคม

บูร์ดิเยอเห็นว่ารสนิยมเป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง/การผลิต/การครอบครอง/การใช้วัตถุนั้นๆ เพื่อปกป้องสถานะของตัวบุคคลในแวดวงทางสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุนั้นๆ จะมีความเกี่ยวพันถึง “อำนาจที่จะได้วัตถุนั้นมาครอบครอง” อีกทั้งรสนิยมไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นตาม

ธรรมชาติและไม่ใช่เรื่องส่วนตัวของปัจเจกบุคคลหากแต่รสนิยมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสังคมที่บุคคลใช้ชีวิตอยู่ เป็นเรื่องที่เกิดมาจากการขัดเกลาทางสังคมที่เข้าไปอยู่ในระดับจิตสำนึกประกอบกับเงื่อนไขการมีชีวิตอยู่ซึ่งอยู่ในระดับจิตไร้สำนึก

ทั้งนี้ บุคคลก้าวเข้าสู่แนวดวงทางสังคมของรสนิยมแบบต่างๆ โดยมีความโน้มเอียงแห่งอุปนิสัยที่จะเป็นตัวเลือกวิถีชีวิต (หรือไลฟ์สไตล์) แบบต่างๆ บุรดิเยอเห็นว่าวิถีชีวิตเป็นการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมที่สุดของสัญลักษณ์ของความสัมพันธ์ทางชนชั้น และสรุปอีกว่า รายได้ไม่สามารถเปลี่ยนรสนิยมได้ทันที เพียงแต่ต้องทำงานผ่านตัวกลาง (Mediator) คือ ฮาพิทัส กล่าวคือ เมื่อมีรายได้แล้วก็ต้องผ่านการซึมซับทุนทางวัฒนธรรมด้วยจึงจะมีรสนิยมที่สูงได้

บุรดิเยอได้แยกประเภทของรสนิยมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ รสนิยมแห่งความหรูหรา (Taste of Luxury) หรือรสนิยมแบบอิสระ (Taste of Freedom) ซึ่งเป็นบริโศคเพื่อความพึงใจ รสนิยมของเราไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองปัจจัยสี่ หรือมีความจำเป็นอย่างยิ่งยวดต่อชีวิต และรสนิยมแห่งความจำเป็น (Taste of Necessity) ซึ่งตรงข้ามกับหรูหรา กล่าวคือ มันเป็นการบริโศค ที่ค่านึงว่าสิ่งนั้นมีความจำเป็นต่อชีวิตจริงๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือ สิ่งที่เราบริโศคแบบรสนิยมหรูหราไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิต (เช่น การใช้บริการรถลีมูซีนที่หรูและแพง ทั้งๆ ที่นั่งแท็กซี่หรือรถประจำทางก็ถึงที่หมายโดยใช้เวลาเท่ากัน) แต่สิ่งที่เราบริโศคด้วยรสนิยมแห่งความจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการจริงๆ (เช่น การเดินทางต้องโดยสารรถประจำทางมิเช่นนั้นก็ไปไม่ถึงที่หมาย)

รสนิยมทั้ง 2 ประเภทนี้จะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการธำรงรักษาวัฒนธรรมความแตกต่างระหว่างชนชั้นเอาไว้ กล่าวคือ คนรวยจะถูกคนจนว่าใช้ชีวิตอย่างไร้รสนิยมหรือมีรสนิยมต่ำ โดยมองข้ามว่า รสนิยมดังกล่าวเกิดมาจากข้อจำกัดทางวัตถุของชีวิตคนจน ในทางตรงข้าม คนจนจะรับรู้ว่า วิถีชีวิตของชนชั้นสูงนั้นมีลักษณะน่าชื่นชม น่ายกย่อง เหมาะสมที่จะใช้เป็นมาตรฐาน ซึ่งการรับรู้ทั้งจากคนรวยและคนจนนี้เกิดจากอำนาจของกลไกต่างๆ ของสังคมที่สร้างอำนาจสัญลักษณ์ขึ้นมา ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็คือ รสนิยมของชนชั้นสูงจะถูกอำพรางตาให้เกิดการรับรู้มาจากวาทสนาบาร์มี ความรู้ ความถนัดตามธรรมชาติของคนรวยมากกว่าจะถูกรับรู้ ว่า คนรายนั้นปลอดจากความจำเป็นทางเศรษฐกิจ (กาญจนา และสมสุข, 2553)

4. แนวคิดเกี่ยวกับทุน (Capital)

การวิเคราะห์ทุนในระบบของเศรษฐศาสตร์มาร์กซิสต์ มุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์ทางการผลิตที่ขัดแย้งระหว่างชนชั้น เนื่องจากนายทุนเป็นผู้ดูตรีตมูลค่าส่วนเกินจากแรงงาน แต่บุรดิเยอได้ต่อยอดการวิเคราะห์ทุนเพิ่มเติม โดยพิจารณา ทุนในฐานะที่เป็นการสั่งสมทางวัฒนธรรม ทุนในการสร้างเครือข่ายทางสังคม และ ทุนในฐานะที่เป็นสิ่งสร้างให้สังคมยอมรับตนเอง ซึ่งบทความเน้นการวิเคราะห์ทุนวัฒนธรรม และ ทุนเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ชื่นชอบกล้องฟิล์ม

ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital) เป็นทุนที่คำนวณเป็นปริมาณที่แน่ชัดได้ เช่น รายได้ ทรัพย์สิน ความมั่งคั่ง ทุนทางเศรษฐกิจสะท้อนความสามารถในการครอบครองวัตถุที่แสดงถึงความเป็นผู้ชื่นชอบกล้องฟิล์ม เช่น กล้องฟิล์ม เลนส์กล้อง ฯลฯ ซึ่งทุนทางเศรษฐกิจนี้สามารถส่งเสริมทุนอื่นๆ ให้มีความชัดเจนขึ้นได้ เช่น การครอบครองกล้องฟิล์มหายาก หรือมีการสะสมมาก ย่อมเป็นการแสดงถึงการเป็นผู้รู้ในวัฒนธรรมการ

ใช้กล้องฟิล์ม (เป็นการเพิ่มพูนทุนวัฒนธรรม) รวมถึงอาจได้รับการยกย่องจากคนในแวดวงว่าเป็นนักสะสมหรือผู้รู้ด้วย (เพิ่มพูนทุนสัญลักษณ์) รวมถึงการมีทุนทางเศรษฐกิจจึงช่วยให้บุคคลสามารถสร้างเครือข่ายทางสังคมได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ทุนทรัพย์ในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับแวดวงเพื่อสร้างเครือข่ายและรักษาความสัมพันธ์ของกลุ่มคนในแวดวงให้ดำเนินต่อไปได้

ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง สิ่งที่บุคคลได้รับจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมอันกลายเป็นคุณสมบัติติดตัวที่เอื้อให้บุคคลสามารถนำไปเพิ่มพูนมูลค่าของตนเองได้ ทุนวัฒนธรรมได้หลอมรวมอยู่ในตัวตนของบุคคลและแสดงออกผ่านทางพฤติกรรม เช่น ความรู้ รสนิยม กิริยามารยาท โดยทุนทางวัฒนธรรมนั้นถูกแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรมที่แฝงฝังในกาย ทุนที่อยู่ในรูปวัตถุ และทุนที่อาศัยการสถาปนา ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมที่แฝงฝังในกาย คือ สมรรถนะทางวัฒนธรรมของบุคคล เช่น ความรอบรู้และความสามารถในการถ่ายภาพด้วยกล้องฟิล์ม โดยสมรรถนะนี้ต้องได้รับการสั่งสมตั้งแต่ในวัยเด็กโดยอาศัยการลงทุนทั้งเวลาและทุนทางเศรษฐกิจของสมาชิกในครอบครัว และสถาบันทางสังคมต่างๆ ส่วนทุนที่อยู่ในรูปวัตถุ คือ ทุนในรูปแบบของทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่สามารถครอบครองและสั่งสมได้ ได้แก่ ภาพถ่ายจากกล้องฟิล์ม ภาพวาดของจิตรกรชื่อดัง ผลงานเพลงคลาสสิก ฯลฯ ส่วนทุนที่อาศัยการสถาปนา คือ ทุนที่อยู่ในรูปของสถาบัน เช่น คุณภาพ/ชื่อเสียงของช่างภาพที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มคนที่เป็นช่างภาพด้วยกัน ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมนั้นมีความเกี่ยวข้องกับทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสัญลักษณ์ และทุนทางสังคม กล่าวคือ บุคคลจะสามารถเข้าถึงโอกาสในการสั่งสมทุนทางวัฒนธรรมได้ด้วยอำนาจของทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางวัฒนธรรมยังเอื้อให้เกิดทุนทางสัญลักษณ์ โดยการมีความรู้ความสามารถที่ดี มีรสนิยมที่ดีนั้นจะเสริมให้บุคคลมีสถานภาพ มีเกียรติและศักดิ์ศรีได้ และยังเอื้อให้บุคคลมีเครือข่ายทางสังคมที่มากขึ้นด้วยการมีทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นที่ยอมรับของคนในเครือข่ายนั้นๆ

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

บทความนี้ใช้วิธีการศึกษา 3 แบบ ได้แก่ (1) การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) (2) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และ (3) การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ความจำเป็นในการใช้วิธีการทั้งสามมีดังนี้

การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีความจำเป็นอย่างมากในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำความเข้าใจเรื่อง ฮาบิทัส และ รสนิยมของผู้ใช้กล้องฟิล์ม อีกทั้งความยืดหยุ่นในการถาม-ตอบ หรือโต้ตอบระหว่างผู้สำรวจและกลุ่มตัวอย่าง วิธีนี้ยังเป็นประโยชน์ในการสร้างพื้นที่ที่เปิดให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงตัวตนทางด้านวัฒนธรรมออกมาได้ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกได้เจาะจงไปที่สมาชิกในเพจ กลุ่มคนรักกล้องฟิล์ม จำนวน 9 คน ที่มีภูมิลำเนาสอดคล้องกับผู้เขียนที่อยู่ในขอนแก่น โดยแบ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน 3 (นามสมมติ A B และ C) คน และนักศึกษา 6 คน (นามสมมติ D E F G H และ I)

การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ได้ข้อมูลจากการร่วมแชร์รูปภาพ แสดงความเห็นต่อรูปภาพและกระทู้ต่างๆ รวมถึงพูดคุยกับคนในกลุ่มเฟซบุ๊กที่ชื่อว่า กลุ่มคนรักกล้องฟิล์ม และทำการเก็บข้อมูลการตอบสนองต่อโพสต์และความคิดเห็นที่เกิดขึ้น ตั้งแต่เดือนเมษายนถึงธันวาคม 2562 เป็นจำนวน 30 โพสต์ รวมถึง การเข้าร่วม

กิจกรรมระหว่างสมาชิกคนรักกล้องฟิล์มเพื่อเดินถ่ายภาพร่วมกัน ณ บริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่น และ ถนนศรีจันทร์ ในวันที่ 10 มิถุนายน และ 12 และ 29 ตุลาคม 2562 ตามลำดับ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ไปสังเกตการณ์กิจกรรมนิทรรศการ “ฟิล์มนอกจอ” ซึ่งจัดโดยร้าน SolarLab ในวันที่ 10 มิถุนายน 2562 และผู้ศึกษาได้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมการล้างฟิล์มขาวดำที่ร้านฟิล์มกาหลง ในวันที่ 17 พฤศจิกายน 2562 อีกด้วย คุณูปการสำคัญของการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมคือทำให้มองเห็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนที่อยู่ในแวดวงได้ชัดเจนกว่าการสัมภาษณ์รายบุคคล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังใช้ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรายได้ของสมาชิกในกลุ่มคนรักกล้องฟิล์มจำนวน 411 ชุด โดยบทบาทสำคัญวิธีการสำรวจนี้ คือ การได้มาซึ่งระดับและช่วงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งช่วยสร้างเกณฑ์การวิเคราะห์ในส่วนของทุนทางเศรษฐกิจของผู้ที่อยู่ในแวดวงกล้องฟิล์มได้

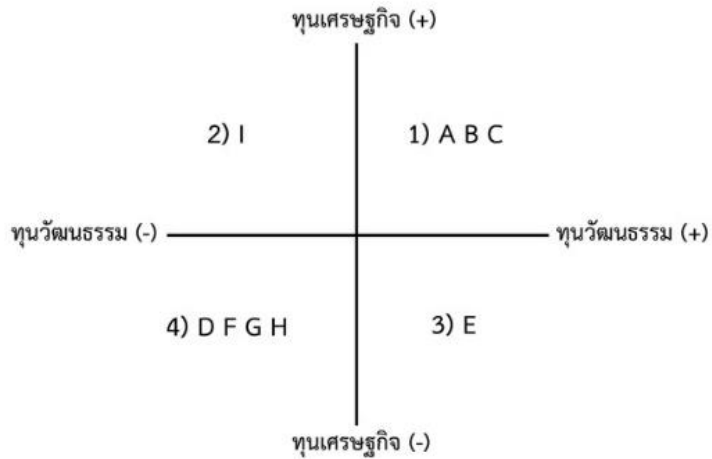
ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์นี้เริ่มจากภาพใหญ่ไปสู่รายละเอียดส่วนย่อย ผู้เขียนเริ่มด้วยการแบ่งลักษณะของกลุ่มตัวอย่างด้วยเกณฑ์ของทุนทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ จากนั้นจึงพิจารณารูปแบบของรสนิยมอันเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้แวดวงของผู้ใช้กล้องฟิล์มก่อตัว ต่อมาจึงวิเคราะห์ปัจจัยที่นำไปสู่การการปะทะฮาบิทัส และสุดท้ายเป็นการวิเคราะห์กิจกรรมที่เป็นตัวแทนของแวดวงเพื่อแสดงให้เห็นถึงการปะทะ แบ่งปัน และแย่งชิงทุนต่างๆ ของกลุ่มผู้ใช้กล้องฟิล์ม รายละเอียดมีดังนี้

1. การแบ่งกลุ่มด้านทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ได้กระทำโดยใช้เกณฑ์ของทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรม ในด้านทุนทางเศรษฐกิจใช้ข้อมูลฐานนิยามด้านรายได้ 15,000 บาท ที่เก็บจากกลุ่มผู้รักกล้องฟิล์มจำนวนทั้งหมด 411 คน เป็นตัวอ้างอิง⁵ กล่าวคือ หากกลุ่มตัวอย่างคนใดมีรายได้น้อยกว่าค่าฐานนิยามคือมีทุนเศรษฐกิจน้อย และถ้าหากมีรายได้เกินกว่าค่าฐานนิยามคือมีทุนเศรษฐกิจมาก ส่วนการพิจารณาทุนวัฒนธรรมประเมินจากลักษณะของฮาบิทัสของกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาจากทักษะของการถ่ายภาพของกลุ่มตัวอย่าง (ถ้ามีทักษะแสดงว่ามีพื้นฐานในการเล่นกล้องฟิล์ม) รวมถึงอุปนิสัยของกลุ่มตัวอย่างว่ามีบริบทความชื่นชอบกล้องฟิล์มอย่างไร ซึ่งหากการประเมินฮาบิทัสของกลุ่มตัวอย่างใดเป็นบวกแสดงว่าการผลิตผลงานจากกล้องฟิล์มของเขาอาจมีอิทธิพลในกลุ่มผู้ถ่ายภาพกล้องฟิล์มในแวดวงได้

⁵ เราใช้ข้อมูลฐานนิยามเนื่องจากลักษณะของมุลรายได้ที่เป็นช่วง



ภาพที่ 1 การแบ่งกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ด้านทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรม
ที่มา: จากการศึกษา

ลักษณะที่ 1 มีทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรมสูง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง A B และ C เหตุที่ทั้ง 3 อยู่ในกลุ่มที่มีทุนเศรษฐกิจสูง เนื่องจากพวกเขาสามารถได้จากการประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวอยู่ในช่วงประมาณ 20,000 – 50,000 บาท ซึ่งรายได้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจในแต่ละเดือน โดยธุรกิจที่ A และ C ทำคือร้านล้างฟิล์ม ส่วนธุรกิจของ B คือร้านอาหาร ในบริบทของ A และ C พวกเขาเคยเป็นช่างภาพงานแต่งงานมาก่อน โดยใช้กล้องดิจิทัล ซึ่งลักษณะอาชีพนี้ทำให้ A และ C มีฮาบิตส์เกี่ยวกับการถ่ายภาพมาก่อนที่จะใช้กล้องฟิล์ม ส่วน B นั้น แม้ว่าเขาจะไม่เคยเป็นช่างภาพเมื่ออาชีพ แต่เขาก็มีความชื่นชอบในการถ่ายภาพด้วยกล้องฟิล์มมาตั้งแต่สมัยก่อนที่ยังไม่มีกล้องดิจิทัลและสะสมกล้องฟิล์มจนมีจำนวนกว่า 100 ตัว เห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 คนนี้แสดงถึงฮาบิตส์ในแง่ของทักษะและความชื่นชอบการถ่ายภาพด้วยกล้องฟิล์ม นอกจากนี้ผลงานของทั้ง 3 คนยังได้รับการยอมรับจากผู้คนในกลุ่มคนรักกล้องฟิล์มอย่างสม่ำเสมอ โดยมักจะมีผู้เข้ามาตีชมและสอบถามเทคนิคในการถ่ายภูมุนั้นๆ ที่พวกเขาที่แชร์ลงกลุ่ม

ลักษณะที่ 2 มีทุนเศรษฐกิจสูง แต่มีทุนวัฒนธรรมต่ำ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง I เพียงคนเดียว ซึ่ง I นั้นเป็นเพียงนักศึกษาที่ยังไม่มีอาชีพแต่เนื่องจาก I มาจากครอบครัวที่มีฐานะดี เขาได้รับเงินจากครอบครัวมากถึงเดือนละ 20,000 บาท (ซึ่งเกินระดับรายได้ของนักศึกษาทั่วไป) ทำให้สามารถแบ่งสรรรายได้นี้ไปเพื่อใช้จ่ายในอุปกรณ์กล้องฟิล์มได้อย่างไม่ขัดสน ส่วนในด้านทุนวัฒนธรรม I ยังคงมีฮาบิตส์ที่ขัดแย้งกันระหว่างการใช้อุปกรณ์ดิจิทัล โทรศัพท์มือถือและกล้องฟิล์ม โดย I มีฮาบิตส์ในแง่ของการชื่นชอบในการถ่ายภาพด้วยกล้องฟิล์ม แต่เนื่องจากการถ่ายภาพด้วยกล้องฟิล์มนั้นจำเป็นต้องอาศัยทักษะการถ่ายภาพ อีกทั้งยังไม่สามารถดูรูปภาพที่ถ่ายได้ทันทีอีกด้วย ถึงแม้ว่า I จะผ่านการใช้งานกล้องดิจิทัลและกล้องจากโทรศัพท์มือถือมาก่อน แต่ I ก็เป็นเพียงมือสมัครเล่นที่อาศัยระบบการทำงานแบบอัตโนมัติของตัวกล้องในการถ่ายภาพเท่านั้นและยังยึดติดกับการถ่ายภาพที่สามารถดูรูปภาพได้ทันที จึงทำให้ I ขาดฮาบิตส์ในแง่ของการทักษะการถ่ายภาพที่เพียงพอจะทำให้ผลงานภาพถ่ายของเขาเป็นที่ยอมรับจากผู้คนกลุ่มคนรักกล้องฟิล์ม

ลักษณะที่ 3 มีทุนเศรษฐกิจต่ำ แต่มีทุนวัฒนธรรมสูง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง E เหตุปัจจัยที่บ่งชี้ว่า E อยู่ในกลุ่มที่มีทุนเศรษฐกิจต่ำ เพราะว่า เขายังคงเป็นนักศึกษาอยู่ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่น้อยกว่า 15,000 บาท อีกทั้ง E ไม่ได้มาจากครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี แต่ด้วยความที่ E ชอบในการถ่ายภาพอยู่เดิม ทำให้เขาอาสาเป็นช่างภาพประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ม.ขอนแก่น และรับงานพิเศษถ่ายภาพต่างๆ ทั้งถ่ายภาพบุคคล หรือสินค้า เป็นช่างภาพวันงานรับปริญญา และ/หรือ ถ่ายภาพโปรโมทกิจกรรมต่างๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ทั้งนี้ งานถ่ายภาพของ E ส่วนใหญ่มักใช้กล้องดิจิทัล แต่มีบางงานที่ผู้ว่าจ้างต้องการให้เขาใช้กล้องฟิล์มด้วย เห็นได้ว่า ทั้งงานอาสาและอาชีพเสริมของ E นี้ล้วนบ่งชี้ว่าเขาเป็นผู้ที่มีทุนวัฒนธรรมด้านกล้องฟิล์มเพราะฮาบิตัสที่แสดงพื้นฐานการถ่ายภาพ และเป็นที่ยอมรับจนทำให้ผู้ว่าจ้างไปถ่ายภาพอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งเมื่อติดตามผลงานจากกล้องฟิล์มของ E ในกลุ่มคนรักกล้องฟิล์มพบว่า ยังมีผู้คนสนใจสอบถามเทคนิคและให้คำติชมทางบวกเสมอ

ลักษณะที่ 4 มีทุนเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรมต่ำ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง D F G และ H เหตุที่ทั้ง 4 คนอยู่ในกลุ่มที่มีทุนเศรษฐกิจต่ำ เนื่องจากทั้ง 4 คนเป็นเพียงนักศึกษา อีกทั้งฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวก็ไม่ได้ร่ำรวยมาก จึงทำให้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 9,000 - 13,000 บาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่าง I แล้ว ทั้ง 4 คนจะมีความสามารถในการบริโภคกล้องฟิล์มที่ต่ำกว่า แต่ถึงอย่างนั้นพวกเขาก็มีความพยายามที่จะบริโภคกล้องฟิล์มโดยเลือกซื้อกล้องฟิล์มที่มีราคาต่ำแทน ซึ่งกล้องฟิล์มที่แต่ละคนมีนั้นมีราคาประมาณ 1,000 - 2,500 บาท ในด้านทุนวัฒนธรรม ทั้ง 4 คนนั้นมีฮาบิตัสที่ขัดแย้งกันระหว่างการใช้กล้องดิจิทัล โทรศัพท์มือถือและกล้องฟิล์มเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง I โดยพวกเขาเหล่านั้นมีความชื่นชอบในการถ่ายภาพด้วยกล้องฟิล์มแต่ยังคงยึดติดกับความสะดวกสบายที่ได้จากการถ่ายภาพด้วยโทรศัพท์และกล้องดิจิทัล แต่ถึงอย่างนั้นพวกเขาก็ยังมีความพยายามที่จะเข้าฮาบิตัสของการใช้กล้องฟิล์มโดยการเลือกซื้อกล้องฟิล์มบ้างในบางโอกาส เช่น การไปเที่ยว หรือการออกไปถ่ายภาพร่วมกับเพื่อนๆ อย่างไรก็ตามฮาบิตัสที่เกิดขึ้นนี้ก็ยังไม่แข็งแรงเพียงพอที่จะทำให้ผลงานของพวกเขาเป็นที่ยอมรับในสังคมได้

จุดร่วมที่สังเกตได้จากทั้ง 4 กลุ่มคือ การเข้าสู่แวดวงกล้องฟิล์มไม่จำเป็นต้องเริ่มต้นด้วยอุปกรณ์ราคาแพงเสมอไป ในส่วนของผู้ที่มีทุนทางเศรษฐกิจสูง แม้ว่าพวกเขาสะสมกล้องเยอะและมีราคาสูง แต่ก็มีการเล่นกล้องที่ราคาไม่แพงมากควบคู่กันไปด้วย (ไม่เกิน 1 หมื่นบาท) ในส่วนผู้ที่มีทุนเศรษฐกิจต่ำก็สามารถเริ่มเข้ามาสู่แวดวงด้วยอุปกรณ์ที่ราคาหลักพันได้ ซึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม กล่าวคือ ส่วนใหญ่ของผู้ที่รายได้ไม่น้อยกว่าค่ามัธยฐาน (ร้อยละ 62.2 ของผู้ที่รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท) และมากกว่ามัธยฐาน (ร้อยละ 73.1 ของผู้ที่มีรายได้เกิน 15,000 บาท) เล่นกล้องราคาที่พอจับจ่ายได้ ตั้งแต่ 2,000 บาทจนถึง 10,000 บาท

2. รสนิยมในการบริโภคกล้องฟิล์ม

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ต้องการแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีจุดร่วมทางรสนิยมด้านใด และเหตุใดพวกเขาถึงถูกกำกับด้วยรสนิยมนั้น ข้อค้นพบสำคัญคือ รสนิยมในการบริโภคกล้องฟิล์มในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกัน โดยในสมัยก่อน การใช้กล้องฟิล์มนั้นตกอยู่ภายใต้ตรรกะของรสนิยมแห่งความจำเป็น กล่าวคือ ในสมัยนั้นกล้องฟิล์มเป็นเพียงผลิตภัณฑ์เดียวที่ใช้ในการบันทึกภาพได้ ดังนั้นไม่ว่ากล้องฟิล์มจะมีราคาถูกหรือแพง ถ้าหากต้องการบันทึกภาพก็ต้องใช้กล้องฟิล์มเท่านั้น แต่ในปัจจุบัน รสนิยมได้มีการเปลี่ยนผ่านไป กล้อง

ฟิล์มไม่ใช่สิ่งจำเป็นอีกต่อไป เนื่องจากโครงสร้างของอุตสาหกรรมได้ปรับตัวเข้าสู่ความเป็นดิจิทัลมากขึ้น จึงทำให้ผู้คนสามารถถ่ายภาพด้วยสินค้าทดแทนอย่างกล้องดิจิทัลและโทรศัพท์มือถือ และสินค้าทดแทนเหล่านี้ยังใช้งานได้ง่ายกว่ากล้องฟิล์มอย่างมาก เนื่องจากมีระบบการทำงานแบบอัตโนมัติ และถ้าหากคำนวณค่าใช้จ่ายในระยะยาวแล้ว สินค้าทดแทนเหล่านี้มีราคาที่ถูกกว่ามาก

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันกล้องฟิล์มไม่มีความจำเป็นในการถ่ายภาพ อีกทั้งยังมีรูปแบบการใช้งานที่ยากลำบากกว่าและค่าใช้จ่ายในระยะยาวที่แพงกว่ากล้องดิจิทัลและโทรศัพท์มือถือ แต่การพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีรูปแบบรสนิยมหนึ่งที่ยังคงรักษาการใช้กล้องฟิล์มไว้ นั่นคือ รสนิยมแห่งความหรรษา ซึ่งความหรรษานั้นไม่ได้หมายความว่า ผู้บริโภคจะต้องบริโภคกล้องฟิล์มในราคาที่แพง แต่เป็นการเลือกบริโภคกล้องฟิล์มเพราะเขามีความพึงพอใจในการเลือกบริโภคกล้องฟิล์ม ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่กล้องดิจิทัลหรือโทรศัพท์มือถือไม่สามารถให้ได้ โดยกลุ่มตัวอย่างได้กล่าวว่า กล้องดิจิทัลถ่ายออกมามันก็ได้รูปภาพเหมือนกัน แต่รูปภาพที่ได้ออกมา มันไม่ใช่สีในแบบที่ต้องการ และการถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัลมันทำให้เราไม่เห็นคุณค่าของรูปภาพที่เราถ่ายไป แต่กล้องฟิล์ม เมื่อถ่ายออกมาแล้ว สีของรูปภาพที่ได้ มันคือสีที่เราชอบและต้องการ อีกทั้งในขณะที่ถ่ายรูปนั้นไป มันทำให้เราเห็นคุณค่าว่าเราจะได้ออกภาพนี้มาเราลำบากแค่ไหน⁶

ประเด็นหนึ่งที่บ่งชี้ถึงความพึงพอใจในการบริโภคกล้องฟิล์มคือ การสะสม โดยในปัจจุบันกล้องฟิล์มมีสถานภาพที่เปลี่ยนไปเป็นของสะสมเหมือนรถคลาสสิก ไฟแช็กซิปปิ่หรือนาฬิกา ซึ่งอธิบายได้ด้วยกลุ่มตัวอย่าง B ที่สะสมกล้องฟิล์มเอาไว้มากกว่า 100 ตัว โดยเริ่มสะสมกล้องฟิล์มตั้งแต่สมัยก่อนที่ยังไม่มีดิจิทัลและสะสมเรื่อยมา เขาสะสมกล้องฟิล์มเพราะมีความชื่นชอบในการถ่ายภาพอยู่แต่เดิมแล้ว และระบบการทำงานที่ละเอียดอ่อนของกล้องฟิล์มและการล้างฟิล์มสร้างความพึงพอใจให้เขาได้มากกว่าระบบดิจิทัล นอกจากนี้กล้องฟิล์มยังมีความสามารถในการรักษามูลค่ามากกว่ากล้องดิจิทัล กล่าวคือ เมื่อกำลังดิจิทัลตกทุนไปแล้วราคาย่อมลดลง แต่มูลค่าของกล้องฟิล์มบางรุ่นสามารถเพิ่มขึ้นได้⁷ ซึ่งรูปแบบการสะสมกล้องฟิล์มนี้เป็นการแสดงฮาบิทัสที่ชื่นชอบความความคลาสสิก

อีกประเด็นหนึ่งที่ก่อให้เกิดรสนิยมในการบริโภคกล้องฟิล์ม คือ ความลักษณะนิสัยที่ชอบความท้าทายจากการใช้กล้องฟิล์ม โดยในการถ่ายภาพแบบดิจิทัลนั้น นั้นเมื่อถ่ายเสร็จแล้วเราสามารถดูได้ทันทีว่ารูปที่ถ่ายนั้นใช้งานได้หรือไม่ แต่ในการใช้กล้องฟิล์ม เราไม่สามารถตรวจสอบรูปที่ถ่ายได้ทันที กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวว่าการที่เราต้องคอยลุ้นว่ารูปที่เราถ่ายนั้นจะออกมาเป็นอย่างไร นี่คือการท้าทายที่เราไม่สามารถได้รับจากการใช้กล้องดิจิทัล⁸ และอีกประเด็นหนึ่งคือ ความต้องการปลดปล่อยจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นแรงขับให้เกิดรสนิยมในการบริโภคกล้องฟิล์ม กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวว่า การถ่ายภาพด้วยกล้องฟิล์มทำให้เขาได้ปลดปล่อยจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ในการถ่ายภาพ เพราะเมื่อถ่ายภาพออกมาแล้วภาพที่ได้นั้นเป็นมีสีและองค์ประกอบของภาพเป็นไปตามที่เขาต้องการ⁹

⁶ A. สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2562.

⁷ B. สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2562.

⁸ D. สัมภาษณ์, 2 กรกฎาคม 2562.

⁹ G. สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2562.

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ในปัจจุบัน ธรรมเนียมแห่งการบริโภคกล้องฟิล์มเป็นเรื่องของความหรูหรา โดยภายใต้ธรรมเนียมหรูหรานี้มีปมฮาบทัสในความชอบสิ่งคลาสสิก ความต้องการสร้างสรรค์ และความชอบสิ่งท้าทาย ซึ่งล้วนผลักดันให้มีความชื่นชอบในการบริโภคกล้องฟิล์ม

3. การบ่มเพาะฮาบทัส

การวิเคราะห์ข้างต้นเปิดเผยให้เห็น “ฮาบทัส” อันเป็นแรงขับเคลื่อนในการบริโภคกล้องฟิล์ม อย่างไรก็ตาม ฮาบทัสไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นอย่างไร้บริบท ดังนั้น เราต้องทำการประเมินปัจจัยทางสถาบันที่ชักนำให้เกิดการบ่มเพาะสมรรถนะทางวัฒนธรรมด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทำให้เราพบว่า มีสี่ประเด็น ได้แก่ ปัจจัยครอบครัว ปัจจัยสื่อสารมวลชน/โซเชียลมีเดีย ปัจจัยแวดล้อมจากเพื่อน/คนรู้จัก และปัจจัยด้านรูปแบบการใช้ชีวิต ดังปรากฏในตารางที่ 1 ซึ่งแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละคนได้รับปัจจัยชักนำใดบ้างที่ทำให้เกิดฮาบทัสในกล้องฟิล์ม สังเกตได้ว่ามีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่จะอาจมีปัจจัยชักนำเกินกว่า 1 ข้อได้ โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยที่ชักนำไปสู่ฮาบทัส

ครอบครัว	สื่อสารมวลชน/โซเชียลมีเดีย	เพื่อน/คนรู้จัก	รูปแบบการใช้ชีวิต
E F	D G H	D I	A B C E

ที่มา : จากการศึกษา

1) ปัจจัยในด้านสถาบันครอบครัว คือ การสืบทอดทางวัฒนธรรมและปฏิสัมพันธ์ของคนในครอบครัว เป็นสิ่งสำคัญที่ปลูกฝังให้เกิดฮาบทัสในกล้องฟิล์มได้ โดย กลุ่มตัวอย่าง E ได้แสดงถึงบ่มเพาะฮาบทัสด้วยการสืบทอดมาจากรุ่นก่อน โดยเขาได้รับกล้องฟิล์มและเลนส์ที่เคยเป็นของคุณปู่และพ่อมาก่อน ที่อาจกล่าวได้ว่ามีอายุกว่า 40 ปี ทำให้เกิดความสนใจที่จะเรียนรู้ใช้กล้องฟิล์มเพื่อถ่ายภาพในโอกาสต่างๆ¹⁰ ในด้านของกลุ่มตัวอย่าง F ได้แสดงให้เห็นถึงการที่ครอบครัวโดยเฉพาะพ่อที่เข้ามาปฏิสัมพันธ์ในการสอนให้เขารู้อัจฉกรใช้กล้องฟิล์มตั้งแต่เด็ก กลายเป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดความสนใจเรียนรู้เกี่ยวกับกล้องฟิล์ม¹¹

2) ปัจจัยในด้านสถาบันสื่อสารมวลชน/โซเชียลมีเดีย ปัจจุบันผู้คนสามารถถูกชักจูงได้โดยสื่อออนไลน์ที่มี Influencer¹² รวมถึง การดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเพื่อลองสิ่งใหม่ๆ ซึ่งกรณีของกลุ่มตัวอย่าง D และ G นั้นเป็นคนรุ่นใหม่ที่ไม่เคยเห็นกล้องฟิล์มมาก่อน แต่เมื่อพวกเขาได้เห็นภาพถ่ายจากกล้องฟิล์มที่ถูกแชร์โดย

¹⁰ “พอดีไปค้นบ้านแล้วเจอรูปเนื้อฟิล์มกับรูปถ่ายเก่า เลยคิดอยากจะลองเล่นกล้องฟิล์มดูบ้างบวกกับได้กล้องมาจากปู่กับพ่อด้วย เลยทำให้ได้มาเล่นกล้องฟิล์ม” (E. สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2562)

¹¹ “พ่อเอาอันเก่าของพ่อให้เล่น พ่อสอนก็เลยเล่นมาเลย” (F. สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2562)

¹² Influencer ในที่นี้คือ บุคคลที่สร้างสรรค์ผลงาน หรือ มีไลฟ์สไตล์ปรากฏให้เห็นบนโลกออนไลน์ และ โซเชียลมีเดีย และมีผู้ชื่นชอบและติดตามเป็นจำนวนมาก

คนตั้ง (และไม่ตั้ง) ตามสื่อโซเซียล ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจในสีของภาพถ่าย¹³ จึงกลายเป็นจุดเริ่มต้นให้พวกเขาตัดแต่งภาพจากกล้องดิจิทัลให้คล้ายภาพจากกล้องฟิล์ม แต่สุดท้ายมันก็ยังไม่เป็นที่พอใจจนพวกเขาต้องหากกล้องฟิล์มมาถ่ายเอง ส่วนกรณีของ H การนั้นการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันกลายเป็นสิ่งจูงใจให้เขาเข้ามาสู่วงการกล้องฟิล์ม โดยแอปพลิเคชันที่ดาวน์โหลดมีหน้าทำให้รูปที่ถ่ายด้วยโทรศัพท์ที่มีสีที่ดูคล้ายกับภาพจากกล้องฟิล์ม¹⁴ อย่างไรก็ตาม เมื่อนานวันเข้า เขาเกิดความรู้สึกว่าแอปพลิเคชันนี้มันไม่เพียงพอเพราะสุดท้ายมันก็ไม่ใช่วิวภาพที่มาจากฟิล์ม ทำให้เขาหันมาใช้กล้องฟิล์ม

3) ปัจจัยในด้านสถาบันเพื่อน/คนรู้จัก เป็นการชักนำในรูปแบบของการสร้างความสัมพันธ์กับวัตถุผ่านทางมิตรภาพ พิจารณาได้จากกลุ่มตัวอย่าง D ที่เขามีความประทับใจในภาพถ่ายจากกล้องฟิล์มที่อยู่ในสื่อโซเซียลมีเดียต่างๆ อยู่ก่อนแล้ว แต่ด้วยเพื่อนของเขาเองก็ใช้กล้องฟิล์มอยู่ก่อน เพื่อนของเขาจึงได้นำกล้องที่มีมาให้เขาลอง เมื่อได้ลองใช้แล้ว ยิ่งเป็นการยืนยันความรู้สึกว่า เขาต้องมีกล้องฟิล์มเป็นของตัวเองแล้ว¹⁵ ส่วนกลุ่มตัวอย่าง I ได้ถูกชักชวนโดยตรง โดยกลุ่มเพื่อนได้นำกล้องฟิล์มมาให้เขาได้ลองใช้และได้นำรูปภาพจากกล้องฟิล์มมาให้เขา ซึ่งเมื่อเขาได้ลองใช้และได้เห็นรูปภาพที่เพื่อนถ่ายแล้ว เขาก็เกิดความสนใจและอยากที่จะสัมผัสกล้องฟิล์มนั้นอีกครั้ง¹⁶

4) ปัจจัยในด้านของรูปแบบการใช้ชีวิต คือความเกี่ยวพันของตัวบุคคลกับสภาพแวดล้อมทางสังคมและการหาเลี้ยงชีพที่เป็นตัวชักนำให้เกิดฮาบิทัสในการใช้กล้องฟิล์ม โดยกลุ่มตัวอย่าง A และ C มีความคุ้นชินกับการใช้กล้องฟิล์มอยู่ก่อนแล้ว เพราะเขาเป็นคนมีอายุอยู่ในช่วงที่การใช้กล้องฟิล์มเป็นปรากฏการณ์ทั่วไป ซึ่งรูปแบบการใช้ชีวิตนี้ได้ทำให้พวกเขามีสมรรถนะหรือทักษะที่จำเป็นในการใช้กล้องฟิล์ม อีกด้วยอาชีพที่เป็นช่างภาพได้ช่วยให้พวกเขาดำรงอยู่ในกลุ่มผู้ใช้กล้องฟิล์มได้อย่างยาวนาน ส่วนกลุ่มตัวอย่าง B ได้แสดงถึงความคงทนของฮาบิทัสที่มีต่อกล้องฟิล์ม โดยเขาเป็นคนในยุคเดียวกับ A และ C (แต่แตกต่างตรงที่ไม่ได้ประกอบอาชีพถ่ายภาพ) และมีความคิดว่าภาพที่ได้จากกล้องฟิล์มมีคุณสมบัติเก็บรักษาได้นานกว่ารูปดิจิทัล เพราะภาพดิจิทัลเมื่อส่งผ่านไปเรื่อยๆ อาจถูกลดขนาดไฟล์ลงในขณะที่กล้องฟิล์มยังคงสภาพได้เหมือนเดิม¹⁷ ส่วนของกลุ่มตัวอย่าง E แม้ว่าไม่ได้อยู่ในช่วงอายุเดียวกันกับคนที่ถูกกล่าวถึงข้างต้น แต่การที่เป็นช่างภาพ (รับงานระหว่างที่ยังเป็นนักศึกษา) ผวนวกกับการชักนำโดยครอบครัวทำให้เขานำทักษะการถ่ายภาพที่มีอยู่ก่อนมาเรียนรู้และเข้ามาอยู่ในแวดวงกล้องฟิล์ม

¹³ ภาพที่ถ่ายโดยกล้องดิจิทัลอลงแม้มีความละเอียดสูงและสีที่เหมือนจริง แต่บางคนมองว่าภาพไม่มีเสน่ห์ ในทางกลับกัน ภาพจากกล้องฟิล์ม แม้มีความละเอียดของภาพน้อยกว่า แต่ความไม่สม่ำเสมอของสีและความละเอียดกลับทำให้รูปภาพดูมีเสน่ห์สำหรับคนบางกลุ่ม

¹⁴ “ก็เห็นภาพฟิล์มอะแหละ แล้วอยากลองก็เลยโหลดแอปพลิเคชันกล้องฟิล์มมาใช้” (H. สัมภาษณ์, 28 ตุลาคม 2562)

¹⁵ “บังเอิญเห็นเพื่อนเล่นก็เลยเล่นตามเพื่อน แล้วเพื่อนก็เอามาให้ลองด้วยแหละก็เลยเล่นตาม” (D. สัมภาษณ์, 2 กรกฎาคม 2562)

¹⁶ “พวกเพื่อนในกลุ่มก็เล่นกัน ขอลองเล่นแล้วติดใจ ก็เลยเล่นตามเลย” (I. สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2562)

¹⁷ “ดิจิทัลอิมเมจที่เก็บไฟล์คือคอมพิวเตอร์ ทุกๆ ครั้งที่ย้ายไฟล์ ภาพจะถูกลดขนาดลง แต่ฟิล์มคุณสมบัติตลอด สแกนใหม่ก็ยังได้ภาพอยู่ ดังนั้นภาพถึงอยู่ได้เป็นร้อยๆ ปี” (B. สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2562)

4. แวดวงของผู้ใช้กล้องฟิล์ม

“แวดวง” หรือ “Field” คือที่พื้นที่ๆ กลุ่มคนที่มีระดับทุนที่แตกต่างกัน แต่มีฮาบิทัสและรสนิยมในกล้องฟิล์ม ได้ทำการปะทะ ช่วงชิงทุนกัน แวดวงอาจแสดงออกเป็นกิจกรรมที่มีพื้นที่กายภาพชัดเจน หรือกิจกรรมที่อยู่บนพื้นที่ออนไลน์ (หรือ เป็นส่วนผสมระหว่างทั้งสองแบบ) การศึกษานี้ได้สังเกตการณ์จากกิจกรรมที่สะท้อนแวดวง 5 รายการ ได้แก่ การซื้อขายและการประมูลกล้องฟิล์มและอุปกรณ์ออนไลน์ การแชร์รูปภาพจากกล้องฟิล์มลงสื่อโซเชียล การจัดนิทรรศการภาพถ่ายจากกล้องฟิล์ม กิจกรรมกลุ่มเดินถ่ายภาพบริเวณ ม.ขอนแก่นและถนนศรีจันทร์ และการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้วิถีล้างฟิล์มเบื้องต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

กิจกรรมการซื้อขายและประมูลกล้องฟิล์มและอุปกรณ์ แสดงถึงการช่วงชิงทุนเศรษฐกิจ โดยการประมูลให้ขณะนั้นต้องอาศัยความรวดเร็ว และพลังของทุนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในการประมูลสินค้าที่แพงและหายาก (เช่น กล้องและอุปกรณ์ยี่ห้อไอ้ก้า) เพราะทำให้ผู้ประมูลสามารถตัดสินใจให้ราคาสูงสุดได้ทันเวลา ซึ่งการประมูลนี้กล่าวได้ว่า เป็นกระบวนการที่ผู้ประมูลแปลงทุนทางเศรษฐกิจ “ส่วนตัว” ให้กลายเป็นทุนทางเศรษฐกิจ “ในแวดวง” ที่อยู่ในรูปแบบของวัสดุอุปกรณ์เกี่ยวกับกล้องฟิล์ม¹⁸ ที่สะท้อนความลึก ความชอบ ความคลั่งไคล้ และรสนิยมอันแสดงออกว่าเป็นผู้มีวัฒนธรรมในการบริโภคกล้องฟิล์ม อย่างไรก็ตาม แวดวงแห่งการประมูลไม่จำเป็นต้องเป็นพื้นที่สำหรับผู้มีทุนเศรษฐกิจสูงเท่านั้น เช่น กรณีของกลุ่มตัวอย่าง E และ G ได้ซื้อและประมูลกล้องฟิล์มแบบออนไลน์ ในราคาไม่แพง (ไม่เกิน 2000 บาท) กระบวนการนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการช่วงชิงพื้นที่เริ่มต้นในแวดวงกล้องฟิล์ม

การแชร์รูปภาพและแสดงความเห็นลงสื่อโซเชียลของกลุ่มกล้องฟิล์ม เป็นปรากฏการณ์แวดวงที่ผู้คนต่างช่วงชิงอัตลักษณ์ ด้วยการแปลงทุนวัฒนธรรมให้กลายเป็นทุนทางสัญลักษณ์ หรืออีกนัยหนึ่งคือทำให้ผู้โพสต์หรือแชร์ภาพถ่ายและความเห็นกลายเป็นผู้ที่โดดเด่นในกลุ่มคนรักกล้องฟิล์ม โดยการโพสต์รูปภาพและแสดงความเห็นอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ แวดวงแห่งการแชร์รูปภาพยังเป็นพื้นที่แบ่งแยกระหว่างกลุ่มผู้มีทุนวัฒนธรรมสูงและต่ำ กล่าวคือ เวทีแห่งการโพสต์และแสดงความเห็นได้กลายเป็นที่ๆ ส่วนใหญ่มีแต่กลุ่มผู้มีทุนวัฒนธรรมสูงเข้ามาปะทะและสังสรรค์กัน และมันได้กลายเป็นการกีดกันผู้มีทุนวัฒนธรรมต่ำไปโดยปริยาย เพราะพวกเขาคิดว่ามีคุณภาพของผลงานและความรู้ในการวิจารณ์ภาพจากกล้องฟิล์มไม่เพียงพอ

การวิเคราะห์ผลจากสังเกตการณ์นิทรรศการ “ฟิล์ม นอก จอ” จัดโดยร้าน SolarLab พบว่ากิจกรรมนี้มีความคล้ายกับการแลกเปลี่ยนความเห็นในสื่อโซเชียล เพราะเป็นพื้นที่ๆ ให้คนมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับกล้องฟิล์มและการถ่ายภาพ แต่สิ่งที่ต่างคือ กิจกรรมนี้ผู้จัดและผู้แสดงผลงานได้แปลงทุนทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของตนให้กลายเป็นนิทรรศการที่ผู้คนในแวดวงสามารถเข้ามาสร้างฮาบิทัสร่วมกันได้ผ่านสื่อกลางที่มีกายภาพ เป็นภาพถ่ายที่สัมผัสได้จริง นิทรรศการนี้ได้ทำให้ผู้แสดงผลงานและผู้เข้าร่วมนิทรรศการนั้นได้รู้สึกร่วมกันว่า ภาพถ่ายจากกล้องฟิล์มนั้นสามารถรับชมผ่านสิ่งอื่นที่ไม่ใช่จอโทรศัพท์ได้ การได้ร่วมรับชม สัมผัส แลกเปลี่ยนความเห็น ภาพฟิล์มที่ถูกล้างออกมาโดยตรงยิ่งการต่อยอดฮาบิทัสที่ชื่นชอบความคลาสสิกให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

¹⁸ ดูในภาคผนวก

กิจกรรมกลุ่มเดินถ่ายภาพ เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้สมาชิกในแวดวงเกิดปฏิสัมพันธ์เรียนรู้ซึ่งกันและกัน ครั้งนี้เราได้สังเกตเห็นสองกิจกรรมคือ การเดินถ่ายภาพบริเวณรอบ ม.ขอนแก่น¹⁹ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง G และ H เป็นผู้ร่วมกิจกรรมด้วย และ การเดินถ่ายภาพบริเวณถนนศรีจันทร์²⁰ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง B เป็นผู้จัดการ ทั้งสองกิจกรรมนี้มีจุดต่างกันคือ การปะทะและสังสรรค์ระหว่างสมาชิกในแวดวงของกิจกรรมแรกนั้น มีลักษณะกระตุ้นรสนิยมแห่งความท้าทาย นั่นเพราะว่า แต่ละคนที่ร่วมกิจกรรมล้วนเป็นผู้มีทุนวัฒนธรรมต่ำ จึงเกิดเป็นการเรียนรู้ผิดถูกในการถ่ายภาพร่วมกัน ซึ่งเป็นกระบวนการปรับฮาบิทัสให้สมาชิกเข้ากับแวดวงได้ดีขึ้น²¹ ส่วนกิจกรรมที่สองนั้นกระตุ้นรสนิยมแห่งความสร้างสรรค์มากกว่า เพราะการมีผู้เชี่ยวชาญร่วมเดินถ่ายภาพไปด้วยทำให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้เทคนิคและวิธีการใหม่ รวมถึงมุมและแสงถ่ายภาพแปลกๆ เป็นต้น

กิจกรรมการเรียนรู้วิธีล้างฟิล์มเบื้องต้นได้ถูกจัดการสอนโดยกลุ่มตัวอย่าง C กิจกรรมนี้เริ่มด้วยการอธิบายเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้และขั้นตอนการล้าง จากนั้นจึงเริ่มปฏิบัติจริง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนี้ทำให้พบว่ามันเป็นภาพตัวแทนของการจัดลำดับสูง-ต่ำ ของอำนาจที่มาจากระดับทุนวัฒนธรรมของผู้ที่อยู่ในแวดวง เพราะในการร่วมกิจกรรมนี้ ผู้เข้าร่วมต้องปฏิบัติตามที่ C สอนทุกขั้นตอน และการใช้อำนาจเกิดขึ้นด้วยการที่ผู้สอนกดดันผู้เข้าร่วมให้ออกจากขั้นตอนที่มีความยากเกินกว่าที่มือใหม่จะสามารถทำได้ ซึ่งนี่ทำให้เห็นถึงการจัดตั้งอำนาจแห่งทุนวัฒนธรรมของ C อย่างไรก็ตาม กิจกรรมนี้ไม่ใช่มีเพียงประเด็นเรื่องอำนาจ เพราะในขณะเดียวกันมันก็ยังเป็นภาพตัวแทนของพื้นที่ๆ เห็นเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีทุนวัฒนธรรมต่ำได้มาเพิ่มพูนทุนวัฒนธรรมได้ด้วย

สรุปและข้อเสนอแนะ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการบริโภคเชิงวัฒนธรรมของกล้องฟิล์ม โดยนำแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การเมืองของปีแอร์ บูร์ดิเยอมาประยุกต์ใช้ การศึกษาค้นคว้า ได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน การสังเกตการณ์โดยเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของกลุ่มผู้รักในกล้องฟิล์ม และ การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 411 ชุด

กล่าวโดยสรุป วัฒนธรรมของการบริโภคกล้องฟิล์มเป็นพื้นที่ๆ มีกลุ่มคนที่มีระดับทุนทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมทั้งสูงและต่ำ แต่มีจุดร่วมด้านรสนิยมที่ว่ากรบริโภคกล้องฟิล์มเป็นตามตรรกะของรสนิยมแห่งความหรูหรา ความหรูหราในที่นี้ไม่ได้หมายถึงความแพงเสมอไป หากแต่รวมเอาลักษณะความพึงใจต่อความคลาสสิกของกล้องฟิล์ม และ ความต้องการท้าทายใช้กล้องฟิล์มเป็นเครื่องมือปลดปล่อยความคิดสร้างสรรค์ ฮาบิทัสที่ผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมความชอบกล้องฟิล์มสามารถได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยครอบครัว ปัจจัยสื่อสารมวลชน/โซเชียลมีเดีย ปัจจัยแวดล้อมจากเพื่อน/คนรู้จัก และปัจจัยด้านรูปแบบการใช้ชีวิต และสุดท้าย การบริโภคกล้อง

¹⁹ การถ่ายภาพบริเวณศูนย์อาหารคอมเพลค อาคาร 50 ปี วิศวกรรมใจ และร้าน TE lake view café ของคณะเทคโนโลยี

²⁰ การถ่ายภาพเริ่มที่ร้านโบราณบางเวลาแถวบึงแก่นนคร จากนั้นจึงค่อยเคลื่อนตัวไปที่ถนนศรีจันทร์ ซึ่งสถานที่ไปถ่ายภาพได้แก่ร้านเต้าหู้ร้อยปี วัดศรีจันทร์ โรงแรมรังษีแกรนด์ไฮเทล และร้านหนังสือ Wild Dog

²¹ จากการสัมภาษณ์ G และ H พบว่า นิสัยของพวกเขาได้มีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง จากเดิมที่เป็นคนใจร้อน เพราะเมื่อก่อนใช้แต่กล้องมือถือนัดถ่ายเมื่อไหร่ก็ได้ ถ่ายแล้วไม่ตีก็ถ่ายใหม่ หรือลบทิ้ง แต่เมื่อหันมาเล่นกล้องฟิล์มทำให้พวกเขาใจเย็นและมีสมาธิมากขึ้น เพราะการกดชัตเตอร์แต่ละครั้งต้องตัดสินใจให้ดีๆ ไม่งั้นรูปอาจพังได้ ตรงนี้แสดงให้เห็นว่าปฏิสัมพันธ์ร่วมกันก็ช่วยพัฒนาฮาบิทัสให้สมาชิกมีความสอดคล้องกับแวดวงมากขึ้น

ฟิล์มเป็นพื้นที่แห่งแวดวงที่แสดงให้เห็นถึงการแย่งชิงทุนผ่านกิจกรรมต่างๆ ทั้งที่เป็นกิจกรรมที่มีพื้นที่กายภาพ และกิจกรรมในพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้เห็นถึงรูปแบบการกีดกัน การกระตุ่นรสนิยม และความพยายามในการเลื่อนระดับทุนของผู้ที่อยู่ในแวดวง

ผู้เขียนเชื่อว่าบทความนี้เป็นประโยชน์ในฐานะที่ได้นำร่องการศึกษาในรูปแบบการบริโภคโดยคำนึงถึงมิติทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่เศรษฐศาสตร์ยังละเลยอยู่มาก การศึกษาเช่นนี้สามารถนำไปใช้พิจารณาสินค้าชนิดอื่นที่มีรูปแบบการบริโภคเกี่ยวกับข้อกับความหรูหรา ความงาม และ/หรือ สุนทรียะ ได้ เช่น นาฬิกา กระเป๋า แบรินด์เนม หรือ ของสะสมประเภทต่างๆ

ถ้าหากมีการศึกษาในประเด็นนี้ต่อไปควรพิจารณาพลวัตของกลุ่มตัวอย่างในแวดวงกล้องฟิล์มด้วย โดยอาจติดตามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างชุดเดิม และเน้นประเด็นการวิเคราะห์ไปที่การเลื่อนระดับของการบริโภค (เพิ่มขึ้นหรือลดลง) ตามการเปลี่ยนแปลงของทุนวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงความเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างมีการเคลื่อนตัวออกจากแวดวงจากปัจจัยต่างๆ เพื่อต่อยอดทำให้เราสามารถประเมินความคงทนของแวดวงและฮาบิทัสของผู้ซึ่งชอบกล้องฟิล์มได้

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ, และ สมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- กิตติกร โปธิ์ทอง. (2560). การเปิดรับเรื่องเล่าอดีตและการโยยหาอดีตของผู้ใช้กล้องฟิล์มเจเนอเรชันแซต. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิตยสาร, 3(3), 49-59.
- เกษม เพ็ญภินันท์. (2549). สู่พรมแดนความรู้...เรื่องวัฒนธรรมการบริโภค: ความเป็นปกติวิสัยของการบริโภควัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน. *วัฒนธรรมผู้บริโภค: การประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 5* (น. 7-61). กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- จรัสศรี วชิโรพรอนันต์. (2536). *จากแผนการตลาด...สู่กลยุทธ์โฆษณา ศึกษาเฉพาะกรณีโกดัก เอ็กซ์เพรส*. (สารนิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ข้อพิพัย จ้าวพิทักษ์ธรรม. (2546). *การศึกษาพฤติกรรมการณ์การซื้อฟิล์มสีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต)
- ต่อสิต กลีบบัว. (2547). *ทัศนคติและความคาดหวังของผู้ใช้กล้องถ่ายภาพดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- _____. (2553). *การเมืองในการถ่ายภาพท่องเที่ยว: การครอบงำ และการต่อรองทางวัฒนธรรม*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- นรชิต จิรสิทธิ์ธรรม. (2553). *โพสต์โมเดิร์นกับเศรษฐศาสตร์: บทวิพากษ์สมมติฐานความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- วินัย บุญคง. (2559). การพัฒนาเทคโนโลยีกล้องถ่ายภาพและผลกระทบ. *วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย*, 11(5), 1-7.

สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต. (2548). *แนวความคิดฮาบิตัส ของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ กับทฤษฎีทางมานุษยวิทยา.*

(วิทยานิพนธ์หลักสูตรสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

อาณัติ มาขรงค์. (2543). *แนวโน้มการใช้กล้องถ่ายภาพดิจิทัลในการถ่ายภาพในงานหนังสือพิมพ์และนิตยสารในระยะเวลาอีก 5 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2543-2547) โดยใช้เทคนิคเดลฟาย.* (วิทยานิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

อาทิศย์ เลิศศรีภมรมงคล. (27 กุมภาพันธ์ 2557). *กล้องฟิล์มกับวัยรุ่นไทย จะยืนยาวหรือชั่วคราว* [เว็บไซต์].

สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2562 จาก <https://artyt.me/2014/02/27/กล้องฟิล์มกับวัยรุ่นไทย/>

_____. (8 พฤศจิกายน 2558). *“ฟิล์มยังไม่ตาย” ยังอยู่ได้เพราะดิจิทัล??* [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2562 จาก <https://artyt.me/2015/09/08/ฟิล์มยังไม่ตาย-ยังอยู่/>

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice.* (R. Nice, Trans.). Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: a social critique of the judgement of taste.* (R. Nice, Trans.). Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Grenfel, M., and Hardy, C. (2007). *Art Rules Pierre Bourdieu and the Visual Arts* (1st ed.; Berg, Ed.). New York: Oxford International Publishers Ltd.

Harrington, C. L., and Bielby, D. D. (2000). Constructing the Popular: Cultural Production and Consumption. *Popular Culture: Production and Consumption*, (p. 1-16). Wiley-Blackwell.

ภาคผนวก



ภาคผนวกที่ 1 ภาพแสดงความชอบ ความคลั่งไคล้ในการบริโภคกล้องฟิล์ม

ที่มา: กลุ่มเฟซบุ๊กคนรักกล้องฟิล์ม