

รสข้ามชาติ



ฉบับพิเศษ
ศิลปะวัฒนธรรม

ลิ้มรสประวัติศาสตร์-วัฒนธรรมอาหารการกินไทย
ก่อนเดินทางไกลสู่ “ซอฟต์พาวเวอร์” (?)

ชาติชาย
มุกสง

รสข้ามชาติ



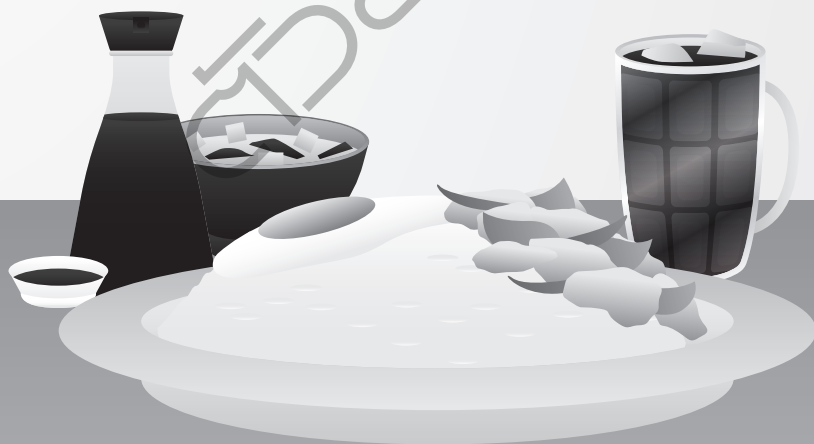


ฉบับพิเศษ

ศิลปะวัฒนธรรม

รสข้ามชาติ

ชาตีชาย มุกสง



ราคา 370 บาท

ฉบับพิเศษ

ศิลปวัฒนธรรม

รสข้ามชาติ • ชาติชาย มุกสง

พิมพ์ครั้งแรก : กรกฎาคม 2568

ราคา 370 บาท

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

ชาติชาย มุกสง.

รสข้ามชาติ.

กรุงเทพฯ : มติชน, 2568. 384 หน้า.

1. ไทย -- ประวัติศาสตร์. 2. อาหาร. I. ชื่อเรื่อง.
959.3

ISBN 978-974-02-1958-3

สำนักพิมพ์มติชน | www.matichonbook.com

- ที่ปรึกษาสำนักพิมพ์ : อารักษ์ คคะนาท, สุพจน์ แจ่มแจ้ง, สุจิตต์ ทิมวัฒน์
- ผู้อำนวยการสำนักพิมพ์ : มณฑล ปรภากาเกียรติ
- รองผู้จัดการสำนักพิมพ์ : ประภากร ประเสริฐโสภา, หทัยชนก ชิวไมกะ
- บรรณาธิการอาวุโส : สุภชัย สุชาติสุธาธรรม
- บรรณาธิการบริหาร : ปกรณ์เกียรติ ตีโรจนวานิช
- หัวหน้ากองบรรณาธิการ : ปิยะวัฒน์ สีแดงสูง
- นักศึกษาฝึกงาน : พิษขาร ปราบสกุล
- พิสูจน์อักษร : เต็มจิต อัคริยะกุล, ณบุญพร แก้วกระจ่าง
- ดัชนี : สิริรัตดา สุขทัพบ์
- กราฟิกเลย์เอาต์ : อรอนงค์ อินทรอุดม
- ศิลปกรรม : ชนาเมธ เภยจากพิสุทธิ์
- ออกแบบปก : นันทนิชา ศรีวุฒิ์
- ประชาสัมพันธ์และการตลาด : รมย์รวิษา พันธรักษ์, ณัชชา เขียวกล, โบนิสา ศรีสิงห์, อรจิรา ว่องรัตนะไพศาล

สั่งซื้อหนังสือจำนวนมากในราคาพิเศษ
ติดต่อที่ บริษัทงานดี จำกัด

โทรศัพท์ 0-2580-0021 ต่อ 3353

MATICHON
PREMIUM
PRINT


ฝ่าย MATICHON PREMIUM PRINT

บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน)

รับผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท

โทรศัพท์ 0-2580-0021 ต่อ 2419, 2424

email: print.matichon@gmail.com

 Matichon Premium Print

ใบกรณีที่มีหนังสือมีข้อผิดพลาดจากการพิมพ์

เช่น หน้าขาดหาย หน้าซ้ำ หน้าสลับ เข้าเล่มกลับหัว

กรุณาติดต่อมาที่ email: matichonbook.sales@gmail.com

หรือ inbox:  matichonbook เพื่อขอเปลี่ยนแปลงใหม่

จัดทำโดย : บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) 12 ถนนเทศบาลนฤมาล
ประชานิวเคิร์น 1 เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2580-0021 ต่อ 1235

พิมพ์ที่ : โรงพิมพ์มติชน 12 ถนนเทศบาลนฤมาล ประชานิวเคิร์น 1
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2580-0021 ต่อ 2000, 2108

จัดจำหน่ายโดย : บริษัทงานดี จำกัด (ในเครือมติชน)

12 ถนนเทศบาลนฤมาล ประชานิวเคิร์น 1 เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900




โทรศัพท์ 0-2580-0021 ต่อ 3350-3360

Matichon Publishing House a division of Matichon Public Co., Ltd.

12 Tethsabannarueman Rd., Prachanivate 1, Chatuchak,

Bangkok 10900 Thailand

 matichonbook  @matichonbook

 @matichonbook  @matichonbooks  @matichonbook

สารบัญ

สารบัญ

คำนำผู้เขียน (8)

1 ข้ามรสข้ามชาติ: ความหมายของอาหารที่เลื่อนไหล
จากชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมสู่การเป็นซอฟต์แวร์
ของโลก 2

อาหารการกินข้ามพรมแดนกับการเคลื่อนไหว
ความหมายทางสังคมวัฒนธรรม 3

อาหารการกินจากการบริโภคสินค้า
ไปเป็นการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ 8

การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในยุคทุนนิยมหลังสมัยใหม่ 11

การบริโภคข้ามวัฒนธรรม: การสร้างและต่อรอง
ความหมายระหว่างโลกาภิวัตน์กับท้องถิ่น 19

การเดินทางของคนกับอาหาร
ข้ามสังคมและวัฒนธรรมในโลกาภิวัตน์ 23

2 จากการกินขาดมาสู่การกินเกิน: ปฏิทรรศน์
ของภาวะโภชนาการในสังคมไทยร่วมสมัย 34

การกินเพื่อสุขภาพ: แนวคิดใหม่ของการกิน
ให้ครบส่วนถูกราตุ 38

กำเนิดกองส่งเสริมอาหารของรัฐเวชกรรมไทย 47

การตั้งคณะกรรมการโภชนาการ	
ดำเนินงานส่งเสริมอาหารในยุคสงครามเย็น	71
โภชนาการเกินกับปัญหาใหม่ด้านสุขภาพ	
ในยุคความทันสมัย	79
การกินเกินที่สร้างพิษภัยและโรคภัย	97
3 ประวัติศาสตร์การเปลี่ยนรสชาติและความทรงจำ	
ของอาหารหวาน ข้ามยุคสมัยจารีตพื้นบ้าน	
สู่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมบริโภค	112
กาลเทศะ (time and space) ของน้ำตาลพื้นบ้าน	120
การกินขนมและของหวาน	
จากพิธีกรรมและเทศกาลสู่ชีวิตประจำวัน	153
การเปลี่ยนความหมายของการกินอาหาร	
ที่สัมพันธ์กับสุขภาพ	177
ร่างกาย ปาก และลิ้น กับความหมายทางสังคม	187
4 ฟาสต์ฟู้ดกลายเป็นพันธุ์: การเปลี่ยนแปลงความหมาย	
ของอาหารกับการบริโภคเชิงสัญญะข้ามวัฒนธรรม	210
เมื่อฟาสต์ฟู้ดกลายเป็นจำเลยของสังคม	
เห่อความทันสมัย	213
อาหารฟาสต์ฟู้ดกับการเปลี่ยนแปลง	
วิธีการบริโภคความทันสมัยในสังคมไทย	216
McDonaldization: “แมคโดนัลดาภิวัตน์”	
ระบบปฏิบัติการในร้านฟาสต์ฟู้ด	
กับการปฏิวัติระบบบริหารจัดการทั้งสังคม	241

การพัฒนาเศรษฐกิจและความเป็นเมือง: พื้นที่และเวลาของการกินที่เปลี่ยนแปลง	268
พาสต์ฟู้ดกับภาพลักษณ์ความเป็นผู้ร่ำรวย ในวงการสุขภาพ	276
เมื่อพาสต์ฟู้ดต้องมาคลายพันธู์	282
5 ข้ามฟ้าข้ามแดนรสไทยไปสู่โลก	294
สืบสาแหรกของซอฟต์แวร์อาหารไทย ในบริบทการเมืองและเศรษฐกิจยุคโลกาภิวัตน์	297
นโยบายซอฟต์แวร์	
ในรัฐบาลเศรษฐา ทวีสิน	300
นโยบายซอฟต์แวร์	
ในรัฐบาลแพทองธาร ชินวัตร	305
นโยบายอาหารไทยในปัจจุบัน	307
ซอฟต์แวร์อาหารไทยจะไปทางไหนดี	321
จากอาหารแห่งชาติสู่อาหารข้ามชาติ และอาหารโลก	322
ซอฟต์แวร์ต้องโน้มนำดังดูดให้ “ไทยเท่” ไปพร้อมกัน	326
อาหารไทยจะกลายเป็นปรากฏการณ์ วัฒนธรรมข้ามชาติไปทั่วโลกได้หรือไม่	328
<i>บรรณานุกรม</i>	340
<i>ดัชนี</i>	364

คำนำผู้เขียน

สาขามชาติ

“เรื่องกินเรื่องใหญ่ เรื่องตายเรื่องเล็ก” เป็นคำพังเพยที่ติดปากคนไทย อันแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการกินที่เหนือกว่าอย่างอื่นเสมอมาของคนไทย ไม่ว่าจะประวัติศาสตร์จะผันเปลี่ยนไปอย่างไร เรื่องกินก็ยังคงเป็นเรื่องใหญ่ของคนไทย

ดังมีหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับให้เห็น ไม่ว่าจะเป็นการสรรค์สร้างวัฒนธรรมการกินให้เกิดทั้งความหลากหลายและอลังการยิ่งใหญ่ว่า เพื่อจัดระเบียบความสัมพันธ์กันของคนไทย การขับเคลื่อนการกินผ่านการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในแต่ละยุคสมัย ด้วยการให้ความหมายของการกินให้คนได้หันมาเปลี่ยนการกินของตนเองเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยดังกล่าว

หรือจะเป็นตัวละครรวมรายได้จากการขายอาหารการกินของประเทศไทยไปยังครัวของคนทั่วโลก ซึ่งเป็นมาตั้งแต่อดีตที่การค้าขายเริ่มเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการค้าโลกที่เน้นการขายวัตถุดิบเป็นหลัก จนกระทั่งเปลี่ยนมาเน้นการขายที่มากกว่าวัตถุดิบ โดยหันมาสร้างมูลค่าเพิ่มของอาหารไทยให้มีความหมายและสัญลักษณ์ที่หลากหลายจนกลายเป็นที่นิยมไปทั่วโลกในฐานะ

เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยที่เรียกกันติดปากในปัจจุบันว่า “ซอพต์พาวเวอร์”

กระแสสร้างซอพต์พาวเวอร์จากอาหารไทยและวัตถุดิบทางการเกษตรจากเกษตรกรไทยผ่านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมวัฒนธรรมของรัฐบาลแทบทุกชุดในรอบ 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ได้กลายเป็นความหวังใหม่ครั้งสำคัญที่จะเป็นเครื่องจักรนำพาเศรษฐกิจไทยให้กลับมารุ่งโรจน์อีกครั้ง พร้อมไปกับการท่องเที่ยวที่ต้องเชื่อมประสานให้มีมูลค่าสูงขึ้น เพื่อจุดตัวเลขทางเศรษฐกิจของประเทศให้พ้นจากหุบเหวที่เป็นอยู่ทุกวันนี้

ดังเห็นได้ชัดจากนโยบาย “1 ครอบคลุม 1 ซอพต์พาวเวอร์” ที่รัฐบาลแพทองธาร ชินวัตร ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ และคาดการณ์ไว้ว่าจะใช้นโยบายนี้พลิกฟื้นเศรษฐกิจไทย โดยอาหารเป็น 1 ใน 13 ด้านของซอพต์พาวเวอร์สำคัญที่รัฐบาลวางแผนเป้าหมายของการสร้างรายได้เข้าประเทศเพื่อสร้างจีดีพี ซึ่งอาหารมีความสำคัญเพราะพิสูจน์ตัวเองด้วยรายได้เข้าประเทศที่มากเป็นอันดับต้นของซอพต์พาวเวอร์อยู่แล้วอย่างต่อเนื่อง

ฉะนั้น หนังสือเล่มนี้จึงเป็นเหมือนการทบทวนและทำหยาบการสร้างชาติด้วยอาหารที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วหลายครั้งในประวัติศาสตร์ไทย *รสข้ามชาติ* ต้องการเล่าเรื่องอาหารการกินและรสชาติ อันเป็นการให้นิยามความหมายต่ออาหารในแง่มุมที่มนุษย์ใช้มาสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ทั้งยังสร้างให้อาหาร

การกินมีความหมายตามความสัมพันธ์ทางสังคมและการเมือง
ที่มนุษย์รังสรรค์ขึ้นตลอดมาในประวัติศาสตร์จนปัจจุบัน และ
ยังคงเปลี่ยนแปลงไม่หยุดยั้งอีกในอนาคตอย่างแน่นอน

เรื่องใหญ่ของอาหารและการกินสะท้อนให้เห็นผ่านจุดร่วม
กันในการแลกเปลี่ยนอาหารและวัฒนธรรมการกินกันระหว่าง
มวลมนุษยชาติในโลกนี้ ชาวโลกใช้อาหารเป็นสื่อกลางของการ
แลกเปลี่ยนทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมมาโดย
ตลอด ทั้งยัง “ข้ามชาติ” อย่างเข้มข้นขึ้นตามกระแสโลกาภิวัตน์
ที่เชื่อมโยงมนุษย์มาใกล้ชิดขึ้นตามไปด้วย

ในสังคมแห่งการบริโภคสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นจากกระแส
โลกาภิวัตน์ที่โลกได้กลายเป็น “หมู่บ้านโลก” มาตั้งแต่เมื่อไม่
กี่ทศวรรษที่ผ่านมา อาหารการกินถูกให้ความหมายในแง่มุม
ของการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่ขับเคลื่อนทุนนิยมแทนที่การบริโภค
อาหารเอาอิมที่เป็นความหมายเชิงวัตถุประสงค์ตามธรรมชาติของอาหาร
การกินมาแต่ไหนแต่ไร

สิ่งสำคัญคือ กระแสการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ได้ผลักดัน
อาหารและการกินของมนุษย์ให้แปรเปลี่ยนด้วยสัญลักษณ์ต่างๆ
ในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็วและรุนแรงยิ่งขึ้น ที่
สำคัญอาจกล่าวได้ว่า แทบไม่มีมนุษย์คนไหนจะหนีโลกมายา
จากการสร้างความหมายใหม่ๆ ผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ ในเรื่องอาหาร
การกินพ้นเลยสักคนเดียว

นี่ยังเป็นการท้าทายให้คนอ่านทุกคนเห็นว่า ทำไมต้องให้

ความสำคัญกับเนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ เพราะคุณจะได้เข้าใจปรากฏการณ์รอบตัวที่คุณจะต้องเผชิญกับการเลือกกินอย่างน้อย 3 มื้อในแต่ละวัน สามารถเป็นกิจกรรมประจำวันที่คุณจะสามารถกลืนเข้าไม่ต้องคายออกอย่างเข้าอกเข้าใจอย่างแท้จริงได้เสียที

กล้ารับประกันว่า เมื่อคุณอ่านแล้วก็จะกลายเป็นผู้บริโภคทรงอำนาจที่มี “ชีวหาริปไตย” เป็นของตนเองจากการอ่านแล้วเข้าใจอำนาจของอาหารต่อคนเรา ซึ่งจะนำไปใช้เป็นอำนาจในการเลือกและตัดสินใจกินสิ่งที่ดีมีประโยชน์ด้วยตัวคุณเอง เป็นผู้บริโภคที่กระตือรือร้นในการใช้สิทธิบริโภคของตนเองให้กลายเป็นอำนาจในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเองได้เป็นอย่างดี แล้วต่อไปอาจจะกลายเป็นพลังร่วมกันของผู้บริโภคที่ตื่นรู้ในสิทธิอำนาจตนเองไปเปลี่ยนแปลงสังคมได้ ซึ่งอาจจะพอยุ่กันหรือดีกว่าสิทธิพลเมืองในคุหาเลือกตั้งเสียอีก

เนื้อหาหลักของหนังสือเล่มนี้ประกอบด้วย 3 บทความที่ได้นำมาปรับปรุงดัดแปลงเพิ่มเติม โดยมีประเด็นหลักของหนังสือร่วมกันคือ เรื่องอาหารและการกินที่ข้ามวัฒนธรรมและเขตแดนประเทศในฐานะรัฐชาติมาโดยตลอด รวมทั้งได้เพิ่มเติมเนื้อหาใหม่ให้ทันสมัยของการประกอบสร้างอาหารให้เป็นซอฟต์แวร์แวร์ของประเทศที่มีมูลค่าสูงทางด้านเศรษฐกิจ เพื่อหวังจะส่งออกข้ามชาติไปทั่วโลกในปัจจุบัน จึงขอบันทึกถึงการพิมพ์ครั้งแรกเอาไว้เพื่อการตรวจสอบและอ้างอิงดังต่อไปนี้

บทที่ 2 ปรับปรุงจาก “จากการกินที่ขาดมาสู่การกินที่เกิน: ปฏิทรรศน์ของภาวะโภชนาการในสังคมไทยสมัยใหม่.” *วารสารสหศาสตร์*. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. 5, 2 (พฤศจิกายน 2548): 79-117.

บทที่ 3 ปรับปรุงจาก “ลิ้นกับฟัน (เฟื่อง): การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์การรับรสและความทรงจำเกี่ยวกับ ‘ความหวาน’ จากน้ำตาลพื้นบ้านสู่อุตสาหกรรม.” ใน *ภูมิปัญญาสุขภาพ: ปฏิบัติการต่อรองของความรู้ท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2548.

บทที่ 4 ปรับปรุงจาก “พาสต์ฟูดกลายเป็นรัฐ: การเปลี่ยนแปลงความหมายของอาหารกับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ข้ามวัฒนธรรม.” ใน *การเดินทางของสินค้าสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2550.

กว่าจะออกมาเป็นหนังสือเล่มนี้ ผมได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหลายคนที่จะได้รับความชื่นชมและขอบคุณไว้ในที่นี้สำหรับความเกี่ยวข้องตั้งแต่เป็นบทความจนมาเป็นหนังสือ ได้แก่ นพ. ดร. โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ ผศ. ดร. เกษม เพ็ญภินันท์ ผศ. ดร. คัททียากร ศศิธรามาศ อ. จีรพล เกตุจุมพล รศ. ดร. ทวีศักดิ์ เผือกสม ศ. ธเนศ วงศ์ยานนาวา อ. ธาวิต สุขพานิช รศ. ดร. ธิกานต์ ศรีนารา ผศ. ดร. วิลลา วิลัยทอง อ. ดร. สมิทธิ์ ถนอมศาสนะ รศ. สุชีลา ตันชัยนันท์ ผศ. อติศร หมวกพิมาย ผศ. ดร. อาวุธ วีระเอก ความช่วยเหลือเมื่อเป็น

หนังสือจะต้องขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับปรภรณ์เกียรติ ดีโรจนวานิช ปิยวัฒน์ สีแดงสุก ศุภวิชัย จันทร์กระจ่าง ภาณุพงศ์ สิทธิสาร สำหรับข้อมูลหลายส่วนที่บรรณาการมาให้พร้อมการถกเถียงและกระตุ้นคิดให้กันเสมอมา ศศิญา เขาวรากุล และณัชชา เกิดศรี สำหรับการช่วยเหลืออย่างเต็มที่ในส่วนของการค้นคว้าข้อมูลบทที่ 5 รวมทั้งช่วยอ่านให้ความเห็นเพิ่มเติม

ขอบคุณที่สุดกับภรรยา สำหรับทุกสิ่งทุกอย่างที่สนับสนุนให้ทำงานวิชาการที่รัก และช่วยเหลือตั้งแต่พิมพ์ต้นฉบับก่อนเป็นบทความและอ่านตรวจแก้ทุกชั้นทุกตอนจนมาเป็นหนังสืออย่างละเอียดและน่าไว้วางใจ ณัฐพรพรช และชัชพรพรช มุกสงบุดรทั้งสองที่เป็นทั้งแรงขับและแรงบันดาลใจที่จะเขียนหนังสือไว้ให้อ่าน และการสนทนาในเรื่องที่พ่อยกมาให้แสดงความเห็นและเมื่อขอความเห็นก็จะให้มุมมองให้คิดต่อได้เสมอ

ชาติชาย มุกสง

ต้นฤดูฝน 68 ณ บ้านศาลากลาง

คำอุทิศ

แด่ นายแจ้ง มุกสง
(พ.ศ. 2480-2567)

สามัญชนคนไทย
ที่ได้สร้างประวัติศาสตร์ไว้เหมือนกับ
ทุกคนบนผืนแผ่นดินไทย

செவ்வாய்

รสข้ามชาติ



ข้ามรสข้ามชาติ:
ความหมายของอาหารที่เลือนไหล
จากชีวิตทางสังคมวัฒนธรรม
สู่การเป็นซอฟต์แวร์ของโลก



อาหารการกินข้ามพรมแดนกับการเคลื่อนไหว ความหมายทางสังคมวัฒนธรรม

อาหารเป็นปัจจัย 4 ที่สำคัญต่อการอยู่รอดของมนุษย์ทุกสังคม วัตถุที่เป็นของกินเช่นอาหารจึงเป็นวัฒนธรรมที่ใกล้ชิดและพัฒนาควบคู่กันกับอารยธรรมของมนุษยชาติทุกยุคทุกสมัย มนุษย์ไม่สามารถละทิ้งวัฒนธรรมการกินของตนได้ มีแต่จะปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงให้กลายเป็นวัฒนธรรมที่สนองตอบต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตลอดมาในประวัติศาสตร์

เนื้อหาหลักของหนังสือเล่มนี้ต้องการเสนอให้เห็นว่าอาหารการกินเกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลและเทศะในทางสังคม ความหมายของอาหารการกินนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากหลังจากถูกให้ความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและสถานที่ใดที่หนึ่ง โดยเฉพาะสถานที่อันมีขอบเขตรัฐชาติเป็นสำคัญของโลกสมัยใหม่

จากความรู้เรื่องการกินตามแนววิทยาศาสตร์สมัยใหม่ที่เสนอให้คนเลือกกินอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายเพื่อสุขภาพที่ดี หรือโภชนาการใหม่ที่ “การกินขาด” อย่างเช่นโปรตีนและวิตามินก่อให้เกิดโรคภัยไข้เจ็บจนต้องรณรงค์ให้กินอย่างถูกต้องครบถ้วน ก่อนจะเกิดปฏิกิริยาควน (paradox)¹ “การกินเกิน” ทั้งไขมัน คาร์โบไฮเดรต และวิตามิน จนก่อให้เกิดโรคไม่ติดเชื้อเรื้อรัง กลายเป็นปัญหาสังคมด้านสุขภาพตามมาเป็นด้านที่ตรงข้ามกัน ต้องลดทั้ง “หวาน มัน เค็ม” แล้วกินผักผลไม้สดให้มากขึ้น โดยการกินตามหลักโภชนาการจะไม่ให้ความสำคัญเรื่องรสชาติมากนัก หรือรสชาติถูกกดทับให้หายไป

ขณะเดียวกัน รสชาติอาหารในแต่ละยุคนั้นก็มีความแตกต่างกัน โดยเปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคมที่เป็นบริบทให้เกิดประสบการณ์ของผู้คนในการรับรู้รสชาติ ทำให้รสชาติเป็นผลพวงจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรม

ในกรณีดังกล่าวจะยกตัวอย่างเรื่องรสชาติความหวานจากรสน้ำตาลพื้นบ้านมาสู่น้ำตาลจากอุตสาหกรรมในสังคมไทย โดยพยายามแสดงให้เห็นว่า โครงสร้างทางเศรษฐกิจมีส่วนกำหนดต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของอาหารการกินและรสชาติอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ปัจเจกชนก็มีอำนาจและเจตจำนงในการยอมรับและต่อต้านวาทกรรมเรื่องรสชาติอยู่ไม่น้อยเช่นกัน

อาหารและรสชาติไม่ได้มีปฏิบัติการในชาติเท่านั้น แต่ยังข้ามชาติและข้ามแดน อันเป็นผลมาจากกระบวนการโลกาภิวัตน์ที่ก่อให้เกิดความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อข้ามกาลและเทศะจากเขตแดนของรััฐชาติหนึ่งไปอีกรัฐชาติหนึ่ง

นอกจากกระบวนการบริโภคนิยมในเศรษฐกิจตลาดแบบทุนนิยม ทำให้อาหารจากวัฒนธรรมหนึ่งสามารถเดินทางข้ามวัฒนธรรมไปสู่วัฒนธรรมอื่นได้อย่างรวดเร็วง่ายดายแล้ว ก็ยังได้ประกอบสร้างความรู้ ความหมาย และความรับรู้เรื่องรสชาติ รวมถึงความหมายของอัตลักษณ์อาหารและตัวผู้บริโภคให้เปลี่ยนแปลงไปด้วย นับเป็นการเปิดให้เห็นพลวัตของอาหารและรสชาติในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการบริโภคนิยมเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญได้ดี

นอกจากนี้ หนังสือเล่มนี้ยังต้องการชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมอาหารที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งได้เปิดโอกาสให้การประกอบสร้างความหมายทางวัฒนธรรมของอาหารเกิดขึ้นได้โดยไร้ข้อจำกัดมากขึ้นในโลกยุคไร้พรมแดน จากการเปลี่ยนแปลงความหมายของอาหารที่เดินทางข้ามวัฒนธรรมแล้วผสมผสานเป็นวัฒนธรรมอาหารขึ้นมาใหม่อย่างซ้ำๆ ในอดีต กลายเป็นการส่งออกอาหารในรูปแบบของการทูตวัฒนธรรมที่ไปพร้อมกับวัฒนธรรมร่วมสมัยด้านบันเทิง ซึ่งสร้างแรงดึงดูดใจให้คนสามารถกินอาหารของชาติต่างๆ ทั่วโลกในชั่วข้ามคืน โดยเรียกขานกันติดปากว่า “ซอฟต์พาวเวอร์” (soft power) ซึ่งในหนังสือเล่มนี้จะยึดคำทับศัพท์นี้

ที่นิยมใช้กันทั่วไปเป็นหลัก แต่ก็จะมีการใช้คำแปลภาษาไทยว่า “อำนาจโน้มนำ” สลับกันบ้าง ตามแต่การเน้นและความหมายของบริบท

สำหรับนิยามของคำว่า ซอฟต์พาวเวอร์ หรืออำนาจโน้มนำ ที่ใช้อธิบายในที่นี้ อาศัยนิยามตามต้นฉบับแปลงานของโจเซฟ เอส. นาย. จูเนียร์ (Joseph S. Nye, jr.) โดยตรงที่เสนอว่า “คือความสามารถที่จะได้สิ่งที่คุณต้องการผ่านการดึงดูดใจมากกว่าจะเป็นการบังคับขู่เข็ญหรือใช้เงินจบบ่าย มันเกิดขึ้นมาจากแรงดึงดูดใจในวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งประเทศใด อุดมคติทางการเมือง และนโยบาย เมื่อนโยบายต่างๆ ของเราถูกมองว่าถูกต้องเหมาะสมในสายตาของคนอื่นๆ อำนาจโน้มนำของเราจึงเริ่มยกระดับขึ้น”²

ขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาร่วมกับการประยุกต์ใช้ในประเทศที่ประสบความสำเร็จจากการใช้นโยบายนี้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในทางปฏิบัติแล้ว พบว่าไม่ใช่แค่วัฒนธรรมการสร้าง ความชื่นชมที่คนส่วนใหญ่มักเข้าใจกัน และมีได้เฉพาะในระดับประเทศเท่านั้น ไม่ใช่มีได้ในระดับชุมชน หน่วยงาน หรือบุคคล แต่นิยามตามแนวคิดของการเมืองระหว่างประเทศที่ให้ความหมายว่า ซอฟต์พาวเวอร์จะต่างจากอำนาจในลักษณะบังคับ (coercive power) โดยเป็นอำนาจในลักษณะโน้มนำ (co-optive power) ผ่านการสร้างเสน่ห์และความดึงดูดใจ (attraction) ความชื่นชม ความนิยม ชื่อเสียงอันดี จนอาจสามารถโน้มนำ

น้ำให้ประเทศอื่นคล้ายตาม เห็นดีเห็นงามกับสิ่งที่ประเทศนั้นๆ
ทำ ตลอดจนมีการกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับผลประโยชน์
ของตน และสร้างภาวะผู้นำของประเทศได้ โดยมีทรัพยากร
สำคัญที่ก่อให้เกิดซอฟต์แวร์ 3 ประการคือ วัฒนธรรม
(culture) ค่านิยม (value) และนโยบายต่างประเทศ (foreign
policy)³

อย่างไรก็ตาม ในที่นี้จะให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของ
อาหารระดับชาติ และเลือกรับปรับใช้นิยามที่ไม่หยุดนิ่งตายตัว
ของซอฟต์แวร์ในบริบททางสังคมวัฒนธรรมและประวัติ
ศาสตร์เป็นสำคัญ

ประเทศไทยหมั่นปั้นปั้นมือที่จะส่งออกอาหารเป็นซอฟต์แวร์
พาวเวอร์ 1 ใน 5 ประการ ตามนโยบายของไทยด้านซอฟต์แวร์
พาวเวอร์ ซึ่งมีมาตั้งแต่รัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา
(พ.ศ. 2562-2566) ที่ประกาศผลักดันส่งเสริม “วัฒนธรรมที่มี
ศักยภาพ 5 F” เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย
1. อาหาร (Food) 2. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) 3. แฟชั่น
การออกแบบ (Fashion) 4. ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว (Fight-
ing) และ 5. เทศกาลประเพณีไทย (Festival)⁴ ทั่วโลก เพื่อ
สร้างรายได้สำคัญให้แก่ประเทศร่วมกับการท่องเที่ยวที่เริ่ม
ได้ผลกระทบหลังจากการระบาดของโควิด-19 ทั้งนี้ วัฒนธรรม
ที่จะผลักดันเป็นซอฟต์แวร์พาวเวอร์ในแต่ละรัฐบาลนั้นไม่เท่ากัน
แต่จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังจะเห็นต่อไปข้างหน้า

การผลักดันซอฟต์แวร์ด้านอาหารไทยจะสำเร็จได้หรือไม่อย่างไร ความพยายามแสดงให้เห็นถึงพลวัตและพัฒนาการในสังคมไทยว่า เราจะมีโอกาสประสบความสำเร็จแค่ไหน หรือต้องเติมเต็มอะไรอีกบ้าง นี่คือการท้าทายที่หนังสือเล่มนี้ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนถกเถียงให้ผู้อ่านที่เป็นประชาชนคนไทยในฐานะเจ้าของประเทศได้รับรู้และร่วมตัดสินใจอนาคตได้ด้วยตนเอง

การสำรวจถึงความรู้และพลวัตความเปลี่ยนแปลงของอาหารในประวัติศาสตร์สังคมวัฒนธรรมของโลกและของไทย จึงจำเป็นที่จะต้องทบทวนและค้นหาศักยภาพองค์ความรู้ รวมถึงวิธีคิดในการขับเคลื่อนซอฟต์แวร์อาหารไทยให้สำเร็จ อันเป็นความหวังร่วมกันของคนในชาตินี้ จึงจะพาเราไปพบการถกเถียงหาแนวทางการพัฒนาแนวคิดที่พิจารณาอาหารในทางวัฒนธรรมเป็นลำดับต่อไป

อาหารการกินจากการบริโภคสินค้า ไปเป็นการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

หนังสือเล่มนี้ศึกษาอาหารในฐานะวัตถุที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ผูกติดอยู่ในทุกกาลเทศะ และเน้นไปที่การบริโภคอาหารในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมที่เป็นระบบการผลิตขนาดใหญ่ อันอาศัยการผลิตและกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคเป็นปริมาณมาก การจะให้ระบบทุนนิยมดำรงอยู่ต่อไปได้นั้นจึงต้อง

มีการสร้างการบริโภคสินค้าเป็นปริมาณมาก (mass consumption) และเพื่อให้การบริโภคสินค้าที่มาจากกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ผลิตครั้งละมากๆ และผลิตอย่างต่อเนื่องเป็นไปได้ จึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนของการบริโภคสินค้าว่าเป็นกระบวนการที่มีบทบาทอย่างไร โดยคำนึงถึงสินค้าในฐานะวัตถุในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะพิจารณาถึงอุตสาหกรรมอาหารโดยรวม และเน้นไปที่อาหารพาสต์ฟู้ด หรืออาหารจานด่วน ในแง่ที่ว่าถูกบริโภคอย่างไร รวมทั้งเกิดปฏิสัมพันธ์ต่อสังคมและเศรษฐกิจอย่างไร

แนวคิดที่ศึกษาการบริโภคสินค้าเกิดจากรากฐานของการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าที่ผลิตในระบบทุนนิยมของสำนักคิดมาร์กซิสต์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการมองสินค้าที่ผลิตจากกระบวนการ ซึ่งเกิดการแบ่งงานกันทำว่าได้ทำให้ตัวมนุษย์ผู้ผลิตมีความแปลกแยก (alienation) กับสินค้าที่เขาผลิต เนื่องจากสินค้าที่เขาผลิตในระบบอุตสาหกรรมนั้นเกิดจากหลายคนมาร่วมกันทำตามสายพานการผลิต หรืองานตามหน้าที่ของตน เมื่อตัวสินค้าผลิตออกมาก็ไม่มีใครสามารถบอกได้ว่า ผลงานหรือแรงงานส่วนที่แต่ละคนลงไปในงานชิ้นนั้นๆ ของตนอยู่ตรงไหนและมีคุณค่าอย่างไร เนื่องจากกระบวนการแบ่งงานกันทำในกระบวนการผลิต ซึ่งแยกวิธีการผลิตออกจากเป้าหมายการผลิต ผู้ผลิตจะรับรู้เฉพาะงานในหน้าที่ของตน ไม่เห็นกระบวนการทั้งหมดของงาน และไม่รู้ว่าจะผลิตสุดท้ายของห่วงโซ่แรงงาน

คืออะไร ผู้ใช้แรงงานผลิตจึงไม่รู้ดอกผลของแรงงานตน เพราะไม่ได้ผลิตขึ้นมาให้มีมูลค่าการใช้สอยของตน แต่เป็นการผลิตเพื่อมูลค่าการแลกเปลี่ยน⁵

แนวคิดดังกล่าวแตกต่างจากการผลิตในระบบก่อนทุนนิยมอุตสาหกรรมที่งานเป็นผลจากหัตถกรรมของแต่ละคน จึงสามารถคำนวณมูลค่าของแรงงานที่ทำลงไปได้ เช่น เครื่องจักรสานแต่ละชิ้น หรือผ้าทอแต่ละผืน ที่ผู้ผลิตคนเดียวสามารถรู้มูลค่าแรงงานที่แท้จริงได้

ขณะที่นักคิดมาร์กซิสต์ดั้งเดิมได้มองวัตถุที่เป็นสินค้าว่ามีมูลค่าการใช้สอยและมูลค่าของการแลกเปลี่ยนเป็นหลักในการวิเคราะห์ การศึกษาการบริโภคสินค้าในระบบทุนนิยมตามแนวมาร์กซ์ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงมโนทัศน์ขึ้นในราวทศวรรษ 2470 เป็นต้นมา จากการศึกษาของนักทฤษฎีในกลุ่มทฤษฎีเชิงวิพากษ์ (Critical Theory) หรือสำนักแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt school) ที่มุ่งเน้นไปยังประเด็นสำคัญประการแรกคือ การทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าสินค้าที่เป็นมูลค่าการใช้สอย โดยให้ความสำคัญกับมูลค่าการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้านั้นๆ

ประการต่อมา เปิดเผยให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางการผลิตในทางสังคม ซึ่งเป็นรูปแบบความสัมพันธ์เฉพาะของสังคมทุนนิยมที่ผู้คนทั้งสังคมมีความเกี่ยวพันหรือพึ่งพากันอย่างแยกจากกันไม่ออก ทั้งยังไม่สามารถอ้างได้ว่า ผู้ผลิตและผู้บริโภค

แต่ละรายเป็นอิสระจากกัน

ประการสุดท้าย ความสัมพันธ์ทางการผลิตในทางสังคมดังกล่าว มิได้ดำเนินไปบนวิถีแห่งความเท่าเทียมกัน แต่ถูกกลบเกลื่อนหรืออำพรางไว้ด้วยการแลกเปลี่ยนสินค้า แม้แต่แรงงานก็ถูกนำไปแลกเปลี่ยนเป็นเสมือนสินค้าชนิดหนึ่ง⁶

ดังนั้น การพิจารณาการบริโภคในระบบทุนนิยมสมัยหลังจึงเป็นการให้ความสำคัญกับกระบวนการบริโภคต่างๆ กับการผลิต โดยเฉพาะในความเป็นสินค้าของวัตถุต่างๆ ในระบบตลาดแบบทุนนิยมที่เป็นการสัมพันธ์กันระหว่างวัตถุกับวัตถุเข้ามาบดบังความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์หรือการแลกเปลี่ยนสินค้าในตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์จึงกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงวัตถุ ขณะที่วัตถุมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเชิงสังคม ประวัติศาสตร์ของสิ่งต่างๆ จึงถูกปกปิดจนเหลือแต่การเป็นวัตถุในระบบตลาด⁷

ในแง่นี้ หากเราพิจารณาอาหารในฐานะวัตถุที่ถูกผลิตให้เป็นสินค้า อาหารจึงทำให้เกิดความสัมพันธ์กับวัตถุและความสัมพันธ์ทางสังคมอื่นตามมามากมาย

การบริโภคเชิงลัทธิ ในยุคทุนนิยมหลังสมัยใหม่

การวิเคราะห์สังคมหลังสมัยใหม่ได้มองว่า เราเข้าสู่สังคมทุนนิยมตอนปลาย (late capitalism) ตั้งแต่ทศวรรษ 2530 แล้ว

ส่งผลให้การบริโภคมีความหมายมากไปกว่าการใช้ประโยชน์ โดยตรงจากสินค้า โดยกลายเป็นการบริโภคความหมายหรือคุณค่าที่อยู่ในตัวสินค้านั้น เรียกว่า “การบริโภคเชิงสัญลักษณ์” (consumption of the sign) ซึ่งเป็นแนวคิดของฌอง โบตริยาร์ด (Jean Baudrillard) นักทฤษฎีสังคมชาวฝรั่งเศสที่มองว่า โลกยุคปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการบริโภคที่สินค้าถูกบริโภคได้มากกว่ามูลค่าที่แท้จริง และประโยชน์ใช้สอยของสินค้าถูกทำให้หมดบทบาทลงอย่างสิ้นเชิง เพราะโดยปกติแล้ว ผู้คนมักคิดว่าวัตถุที่อยู่รอบๆ ตัวเราเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ไม่สอย หรือไม่ก็เป็นวัตถุเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนเป็นอันดับแรก จากนั้นวัตถุเหล่านี้ก็จะแสดงความหมายบางอย่างขึ้นในสังคม

ทว่าโบตริยาร์ดกลับมองในทางตรงกันข้ามกับทัศนะข้างต้น เพราะเขาเชื่อว่า เครื่องใช้ไม่สอยและวัตถุที่อยู่รอบตัวเรานี้มีพื้นฐานมาจาก “ค่าแห่งการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์” (valeur d'échange-signe) เป็นสำคัญ ส่วน “ค่าแห่งการใช้” (valeur d'usage) ของวัตถุนั้น ไม่ใช่สิ่งอื่นใดนอกเหนือจากเป็นสิ่งที่ทำให้เราระลึกถึงคุณค่าของสิ่งนั้นหรือเป็นเพียงเครื่องเตือนใจเท่านั้น ดังที่เขาเน้นย้ำว่า “ค่าแห่งการใช้เป็นเพียงเงาของค่าแห่งการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์”⁸

อย่างไรก็ตาม ทั้งค่าแห่งการใช้และค่าแห่งการแลกเปลี่ยนก็ไม่ได้หายไปไหนในระบบการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ เพียงแต่ถูกซ่อนอยู่ภายใต้สัญลักษณ์นั่นเอง⁹

โบดริยาร์ดเชื่อว่า ระบบทุนนิยมโดยทั่วไปนั้น ความหมายของความต้องการหลังจากที่คนเราได้รับการสนองความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นมาจากระบบทุนนิยมและสังคมนิยมโดยส่วนรวม คนเราเป็นเพียงผลผลิตของตรรกวิทยา สังคม ความต้องการเกิดขึ้นได้ เพราะมีระบบความต้องการ กล่าวคือ

“คนเราไม่ใช่เกิดมาเพื่อมีความต้องการแต่ถูกสร้างความต้องการนี้ขึ้นมาในสังคม การที่ระบบได้สร้างคุณค่าในลักษณะที่แปรสภาพคนให้เป็นผู้บริโภคก็เพื่อให้ระบบอยู่รอดต่อไป นอกจากนี้ค่าการใช้ไม่มีความหมายอันใดในสังคม ในทางกลับกันค่าการแลกเปลี่ยนจะเป็นความเป็นจริงในมิติการบริโภคและระบบวัฒนธรรมโดยทั่วไป กล่าวคือการวิเคราะห์การบริโภคจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อตั้งอยู่บนรากฐานการวิเคราะห์ตรรกวิทยา สังคมการผลิตและการแลกเปลี่ยนเชิงสัญญาะเท่านั้น”¹⁰

ทั้งนี้ โบดริยาร์ดเสนอว่า วัตถุในสังคมแห่งการบริโภคถูกสร้างด้วยตรรกะของความแตกต่าง (difference) และการบริโภคเชิงสัญญามีคุณค่าตามระบบหรือโครงสร้างที่ถูกจัดตั้ง

ขึ้นในระบบทฤษฎีนิยามที่ได้สร้างอุปายหรือกลวงอย่างต่อเนื่องในเรื่องการบริโภคและวัตถุ โดยอาศัยการออกแบบ สภาพแวดล้อม เครื่องหมาย (แบรนด์) และสัญญาเป็นสำคัญ จนยากที่จะมองเห็นการบริโภคและวัตถุในความเป็นจริงได้อย่างชัดเจน¹¹

การทำงานของระบบสัญญาเป็นการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันอิงกันอยู่อย่างเป็นอิสระ ไม่ได้พึ่งต้องกันอย่างแน่นอน เป็นเพียงการจัดให้มาอยู่ร่วมกันแล้วผลิตความหมายออกมา¹² ในแง่นี้ ความหมายของสัญญาจึงไม่ได้ตายตัว แต่ขึ้นอยู่กับว่าจะไปจัดให้อยู่ร่วมกันกับอะไร ดังนั้น ความหมายจึงเปลี่ยนแปลงไปได้ไม่สิ้นสุด ขึ้นอยู่กับการจับคู่หรือสร้างคู่ตรงข้ามของสัญญา

พื้นฐานทางทฤษฎีการบริโภคเชิงสัญญาของโบดริยาร์ด ในการมองหรือพิจารณาวัตถุนั้น นอกเหนือจากการดัดแปลงแนวคิดมาร์กซิสต์ที่ใช้วิเคราะห์บางส่วนแล้ว กรอบการมองวัตถุอีกแนวทางที่เขานำมาใช้คือ กรอบทฤษฎีของสัญวิทยา (sémiologie) และภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้าง (linguistique structurale)¹³ ในการวิจารณ์มาร์กซิสต์ว่า พยายามอธิบายโครงสร้างทางเศรษฐกิจบางส่วนในลักษณะที่กว้างโดยละเว้นความเชื่อทางสัญญา ซึ่งเป็นส่วนประกอบในการดำเนินงานของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ อันมีผลให้การวิเคราะห์ในแนวที่มาร์กซิสต์สนใจศึกษา เป็นเพียงข้อขัดแย้งพื้นฐานระหว่าง “ค่าแห่งการใช้” กับ “ค่าแห่งการแลกเปลี่ยน” โดยละเว้นการศึกษา “ค่าแห่งการแลกเปลี่ยนเชิงสัญญา”¹⁴

แนวคิดเรื่องสัญวิทยาที่เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ของ ทฤษฎีการบริโภคเชิงสัญญะนี้ เมื่อสืบสาวไปแล้วพบว่า มีรากฐานของวิธีการหาความรู้ของสำนักโครงสร้างนิยมและสัญวิทยา โดยมีพัฒนาการมาจากความคิดทางด้านภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างของแฟร์ดีนันด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) ซึ่งได้วางกรอบความคิดเกี่ยวกับการศึกษาภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างที่สำคัญ ต่อมาเป็นฐานคิดหลักของสำนักโครงสร้างนิยมและสัญวิทยาที่มีหลายประการ

ที่สำคัญคือ การที่โซซูร์เสนอให้แยกระหว่างสิ่งที่เรียกว่า “ภาษา” (langue) กับ “การพูด/การใช้ภาษา” (parole) ออกจากกัน โดยโซซูร์ใช้ภาษาในความหมายของระบบ/องค์รวมที่มีความสมบูรณ์ในตัวเองและมีกฎเกณฑ์ในการจัดประเภท แยกแยะแบบต่างๆ ส่วนการพูด/การใช้ภาษา หมายถึง การกระทำทางสังคมอันเป็นผลมาจากความสามารถในการใช้ภาษาของบุคคล บวกกับชุดของกฎเกณฑ์จารีตปฏิบัติที่สังคมส่วนใหญ่จำเป็นต้องยอมรับ เพื่อให้การติดต่อสื่อสารพูดคุยเป็นไปได้¹⁵

กล่าวอีกนัยหนึ่ง เสียงไม่ถือเป็นภาษาจนกว่าเสียงที่ได้ยินนั้นจะสื่อความหมายบางอย่างออกมา ส่วนความหมายเป็นเรื่องของระบบระเบียบที่ตกลงกันเพื่อใช้เป็นกรอบในการสื่อความเข้าใจกัน

ในกระบวนการสื่อความหมายนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยกลไกการทำงานของระบบสัญญะ ซึ่งระบบสัญญะนี้ไม่ได้หมาย

ถึงภาษาเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีระบบสัญลักษณ์แบบอื่นๆ ที่สื่อถึงความคิดต่างๆ ไม่แตกต่างกันไปจากระบบภาษา เช่น พิธีกรรมเชิงสัญลักษณ์ กฎเกณฑ์เกี่ยวกับมารยาทในสังคม สัญลักษณ์ทางทหาร สัญลักษณ์จราจร ฯลฯ เพียงแต่ภาษาเป็นระบบสัญลักษณ์ที่มีความสำคัญสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับระบบสัญลักษณ์แบบอื่นๆ

โดยนัยนี้ สัญลักษณ์จึงไม่จำเป็นต้องเป็นเครื่องหมายในภาษาเพียงอย่างเดียว แต่อาจเป็นสัญลักษณ์แบบอื่นที่สื่อความหมายได้ เช่น ภาพยนตร์ การทักทาย การแสดงความเคารพ หรือแม้แต่การกินของหวาน-ผลไม้ในกรณีของอาหารไทยปัจจุบัน การดื่มชา-กาแฟในกรณีของอาหารตะวันตกในฐานะสิ่งบ่งบอกถึงการสิ้นสุดของมื้ออาหาร ก็คือสัญลักษณ์อีกแบบ เพราะของหวาน-ผลไม้หรือชา-กาแฟ ต่างก็อยู่ภายใต้ระบบกฎเกณฑ์ของการจัดลำดับอาหาร¹⁶

กล่าวอีกนัยหนึ่ง ในสังคมเต็มไปด้วยสัญลักษณ์และระบบของสัญลักษณ์เป็นโครงสร้างที่ควบคุมและบงการระบบความสัมพันธ์กันของปัจเจกบุคคลในสังคม

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญลักษณ์หรือตัวสื่อ/ตัวหมายกับความหมายสัญลักษณ์มีมากกว่าเรื่องของการถูกกำหนดให้เป็น (arbitrary) แต่สามารถแยกแยะออกเป็นความสัมพันธ์ได้เป็น 3 ประการคือ

ประการแรก ถ้าเป็นความสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงกันก็จะเรียกว่า “ภาพเหมือน” (icon) เช่น ภาพถ่าย ภาพวาดเหมือน

คนจริง เป็นเรื่องของความคล้ายคลึงมากกว่าเรื่องกฎเกณฑ์ทางสังคม

ประการต่อมา ถ้าความสัมพันธ์เป็นแบบสาเหตุ-ผลลัพธ์ (causal relation) เรียกว่าเป็น “ดัชนี” (index) เช่น ควันเป็นดัชนีของไฟ เมฆเป็นดัชนีของฝน

ประการสุดท้าย ถ้าความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญญะกับความหมายสัญญะเป็นเรื่องของความเป็นตัวแทน (representation) และสังคมในวงกว้างยอมรับก็เรียกว่า “สัญลักษณ์” (symbol) เช่น รถยนต์ยี่ห้อเมอร์เซเดส-เบนซ์ในสังคมไทยถือเป็นสัญลักษณ์ของความร่ำรวย ทั้งที่มีรถยนต์ยี่ห้ออื่นที่แพงกว่าเบนซ์ก็ตาม โดยนัยนี้ สัญลักษณ์จึงเป็นสัญญะที่ได้รับการยอมรับให้เป็นตัวแทน ถูกสังคมเลือกให้เป็นตัวแทนของสิ่งนั้นๆ¹⁷

ความสัมพันธ์ในระบบสัญญะที่เป็นตัวแทนหรือสัญลักษณ์นี้เป็นชุดความสัมพันธ์ของสัญญะที่สำคัญที่สุด และทำให้เกิดการสร้างความหมายใหม่ๆ ขึ้นมาเป็นตัวแทนของสิ่งต่างๆ อย่างมากมายและไม่สิ้นสุดในประวัติศาสตร์ของแต่ละสังคม เช่น การกินอาหารฟาสต์ฟู้ด หรือน้ำอัดลมโคล่า ที่สังคมไทยให้การยอมรับว่าเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัย

ดังที่เกษียร เตชะพีระ ได้อธิบายถึงกลไกการทำงานของบริโภคนิยมเชิงสัญญะที่เกิดจากรากฐานของแนวคิดสัญวิทยาเอาไว้ว่า เนื่องจากในสังคมหนึ่ง คำคำหนึ่งที่เราพูดหรือเขียนออกมาเป็นเสียงหรืออักขระรูปธรรมย่อมสื่อความหมายและสื่อสาร

ถึงข้อความหนึ่งในความคิดความเข้าใจที่เป็นนามธรรมของเรา ซึ่งคำเหล่านี้ในระบบความหมายของโครงสร้างภาษาจะก่อให้เกิดสัญญาณขึ้น เมื่อนำมาตีความหมายให้เข้ากับวัฒนธรรมในยุคสมัยและสถานที่หนึ่งๆ โดยสัญญาณเหล่านี้เป็นของมีมูลค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งสินค้าในระบบทุนนิยมก็จะมาแปลหรือสร้างความหมายให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าจากมูลค่าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ให้กลายเป็นมูลค่าแห่งการแลกเปลี่ยนนั่นเอง¹⁸

ในแง่นี้ อาหารปลอดภัยที่มีสัญญาณที่ดีต่อสุขภาพจึงถูกกำหนดมูลค่าการแลกเปลี่ยนให้สูงกว่าอาหารแปรรูปที่มีสัญญาณของการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่มีสารเคมีเข้าไปเกี่ยวข้องหลายขั้นตอนและอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพ

อาจกล่าวได้ว่า นี่คือต้นแบบการสร้างคำอธิบายประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมหรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปจนถึงอำนาจโน้มนำที่อยู่บนฐานทางวัฒนธรรม ซึ่งคือการใส่สัญญาณทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าแลกเปลี่ยนสูงเข้าไปในสินค้าที่ทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจขึ้นได้ในยุคโลกาภิวัตน์นั่นเอง

พูดง่ายๆ คือ นอกจากประโยชน์ใช้สอยและราคาแล้ว วัตถุดิบมีฐานะเป็นส่วนประกอบในการสร้างความหมาย และบรรยากาศของระบบคุณค่าใดระบบคุณค่าหนึ่ง หรือสัญญาณหนึ่งที่มีอยู่มากมายในสังคมสมัยใหม่ เช่น “การกินแฮมเบอร์เกอร์แมคโดนัลด์นั้น นอกจากจะเพื่อตอบสนองความหิวแล้ว เรายังบริโภคสัญญาณของมันนั่นคืออารยธรรมตะวันตก เพราะ

ในบริบทของสังคมไทยในปัจจุบัน แฮมเบอร์เกอร์แมคโดนัลด์ ถูกกำหนดให้อยู่ในระบบคุณค่าซึ่งสะท้อนความเป็นอารยธรรม ตะวันตกออกมา”¹⁹

ดังนั้น การมองหรือการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลง ในการบริโภคที่สำคัญและเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของคนเมือง ของสังคมไทย ซึ่งเกิดการแลกเปลี่ยนเวียนหมุนของสินค้าอาหาร ข้ามพรมแดนและข้ามวัฒนธรรมมาบริโภคได้ก่อให้เกิดการสร้าง สัญญาและความหมายใหม่ของการบริโภคขึ้นไม่หยุดหย่อน ตลอดมาจนปัจจุบัน

การทำความเข้าใจปรากฏการณ์เหล่านี้จำเป็นต้องอ่าน รหัสหมายของปรากฏการณ์นี้ผ่านแนวคิดที่ว่าด้วยการบริโภค เชิงสัญญา เนื่องจากการบริโภคอาหารประเภทนี้ได้สร้างความ หมายและสัญลักษณ์ต่างๆ ขึ้นจำนวนมากอย่างเห็นได้เด่นชัด และสามารถแปลความหมายได้ แม้จะมีการข้ามพรมแดนทาง วัฒนธรรมไปก็ตาม เพราะเป็นการค้นหาความหมายที่เกิดจาก ความสัมพันธ์ของสัญญาที่อยู่ในแต่ละวัฒนธรรมนั่นเอง

การบริโภคข้ามวัฒนธรรม: การสร้างและต่อรอง ความหมายระหว่างโลกาภิวัตน์กับท้องถิ่น

ในปลายทศวรรษ 2530 มีการประเมินกันว่า แต่ละวันจะมีลูกค้าจำนวน 30 ล้านคนเข้ามาใช้บริการในร้านแมคโดนัลด์ที่

อาหารไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของ “รสชาติ”
หรือ “การกิน” แต่เป็น “ภาษา” อีกรูปแบบหนึ่งที่สะท้อน
ความหมายทางวัฒนธรรม ตลอดจนความสัมพันธ์ทางสังคม
และการเมืองที่มนุษย์รังสรรค์ขึ้นตลอดมาในประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบัน

ในแง่นี้ อาหารจึงเป็นเรื่องใหญ่ที่ไกลเกินกว่าปากท้อง
ของใครคนใดคนหนึ่ง หรือการบริโภคของประเทศใดประเทศหนึ่ง
เพราะอาหารนั้น “ข้ามชาติ” ไม่อาจถูกขังกั้นด้วยพรมแดน
หรือภาษาอีกต่อไป เมื่อนานาชาติไม่เว้นแม้แต่ไทยต่างมุ่งผลักดัน
ให้รสชาติจากงานตนไปสู่ “รสชาติสากล” ที่ครองใจคนทั่วโลก

รสข้ามชาติ จะพาผู้อ่านไปสืบเสาะการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม
อาหารการกินไทย ซึ่งปรับแปรความหมายไปตามกระแสโลกาภิวัตน์
ทั้งจากการกินขาดสู่การกินเกิน จากรสหวานแบบน้ำตาลฟิ้นบ้าน
สู่น้ำตาลอุตสาหกรรม และจากฟาสต์ฟู้ดตะวันตกสู่การกลายพันธุ์
เป็นแบบไทย

ตลอดจนตั้งคำถามต่อนโยบายชอฟต์พาวเวอร์อาหารไทย
ซึ่งจะขายไปสู่คนทั่วโลกที่มี “ชีวหาธิปไตย” อันมีค่านิยมหลัก
เป็นประชาธิปไตยได้หรือไม่นั้น การเมืองปัจจุบัน
อาจเป็นคำตอบ ...



ประวัติศาสตร์

ISBN 978-974-02-1958-3



9 789740 219583

ราคา 370 บาท