

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

“อาหาร” เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่ใกล้ชิด เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ในทุกวัฒนธรรม มุมมองของผู้คนที่มืต่ออาหารนั้นสามารถถูกมองในมิติที่แตกต่างกัน ทั้งมิติทางด้านโภชนาการ สุขภาพ เศรษฐกิจ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ วัฒนธรรม พิธีกรรม หรือสังคม งานวิจัยตลอดจนองค์ความรู้ด้านอาหารจำนวนมากถูกผลิตออกมาตามมุมมองในแต่ละมิตินั้น ในขอบเขตของการศึกษาทางด้านสังคมศาสตร์นั้น อาหารมิใช่หมายถึงเพียงถึงอาหารที่ถูกใส่อยู่ในจาน วางตรง หน้ามนุษย์พร้อมที่จะถูกบริโภคเท่านั้น แต่อาหารนั้นรวมไปถึงกระบวนการที่อาหารนั้นถูกผลิตขึ้น (food production) กระบวนการประกอบอาหาร (food preparation) กระบวนการบริโภคอาหาร (food consumption) และยังรวมถึงบทบาทหน้าที่ กระบวนการสื่อสารเพื่อประกอบสร้างความหมายของอาหารในระดับสังคมและระดับปัจเจกบุคคล ฯลฯ อาหารจึงกลายเป็นประเด็นที่นักวิชาการให้ความสนใจในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา

ความสำคัญของการศึกษาการสื่อสารในมิติของอาหารนั้นสามารถเห็นได้จากงานของ Appadurai ที่ทำการศึกษาหนังสือ/ตำราทำกับข้าว (cookbook) ของประเทศอินเดีย ซึ่งได้รับการตีพิมพ์เป็นจำนวนมากในช่วงเวลา 20 ปีที่ผ่านมา โดยทำการศึกษาว่า การทำครัวถูกประกอบสร้างมาได้อย่างไร และสิ่งที่หนังสือ ตำราทำกับข้าวนั้นได้สื่อความหมายถึง และสร้างขึ้น ซึ่งเขาได้สรุปผลจากการศึกษาว่าตำราอาหารเหล่านี้เป็นการประกอบสร้างการทำอาหารของชาติ (construction of a national cuisine) ภายใต้งื่อนไขของสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ Appadurai ยังเห็นว่าตำราทำกับข้าวเหล่านี้เป็นการประกอบกันระหว่างคู่มือการปฏิบัติ กับงานในลักษณะของวรรณกรรมที่ผู้อ่านได้รับความเพลิดเพลิน ตำราทำกับข้าวสะท้อนถึงการเคลื่อนที่ของขอบเขตว่าอะไรคือสิ่งที่กินได้ (boundaries of editibility), ความเหมาะสมถูกต้องของกระบวนการในการครัว (culinary process), ตรรกะในมืออาหาร, ความจำเป็นในเรื่องงบประมาณในการครัวเรือน, ความไม่แน่นอนของตลาด, โครงสร้างของอุดมการณ์ (the structure of domestic ideologies), การปรากฏของตำราอาหารในสังคมหนึ่งๆ ยังเป็นการสะท้อนถึง ระดับของการอ่านออกเขียนได้ในสังคมนั้นๆ, ความพยายามที่จะสร้างความรู้เกี่ยวกับการครัวให้เป็นมาตรฐาน, การส่งต่อตำนานเกี่ยวกับการครัว, การเผยแพร่คู่มือทางประเพณีอันเป็นการเดินทางของอาหารจากตลาด สู่ ครัว จาก ครัว สู่โต๊ะอาหาร อันแสดงให้เห็นถึงการประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม และเทคนิคอย่างประณีตของกระบวนการทำอาหารที่เรียกว่า “cuisine” (Appadurai. 2011 : pp.289-290) ซึ่งศัพท์คำว่า cuisine นี้ Goody ได้แสดงทรรศนะไว้ว่าเป็นการนำเสนอที่ไม่ใช่แค่เรื่องของโครงสร้างของการผลิตหรือการแพร่กระจาย (structures of production / distribution) เท่านั้น แต่เป็นเรื่องของชนชั้น (class) และลำดับชั้นของความสูง ต่ำกว่ากัน (hierarchy) (Appadurai, 2011 : p.289) ขณะที่ Appadurai เห็นว่าตำราทำกับข้าวหรือรูปแบบการทำครัวในลักษณะของ cuisine ต่างก็เป็นการแพร่กระจายของกระบวนการให้

ความหมายผ่านระบบสัญลักษณ์เพื่อสร้างความแตกต่างทางชนชั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Elias ในเรื่องกระบวนการสร้างอารยธรรม (the civilising process) อีกด้วย

ผลจากการศึกษาของ Appadurai ที่แสดงถึงมิติทางวิชาการที่ชุกช่อนอยู่ในตำราอาหารนำผู้วิจัยไปสู่ความสนใจในการศึกษาศาสตร์ด้านการสื่อสารในมิติของอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของอาหารไทย ในปัจจุบันฐานะของอาหารไทยมิได้หยุดอยู่เพียงคุณสมบัติในแง่ของโภชนาการที่หล่อเลี้ยงการเจริญเติบโตของคนในชาติเท่านั้น แต่ “อาหารไทย” เป็นส่วนหนึ่งใน “อัตลักษณ์ของสังคมไทย” เป็น “สินค้าทางวัฒนธรรม” ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจจำนวนมหาศาล ผู้คนสามารถพบร้านอาหารไทยแพร่กระจายอยู่ทั่วทุกมหานครขนาดใหญ่ของโลก อาหารไทยเป็นที่รู้จักของนานาชาติ ยามมีการจัดอันดับอาหารจานที่ผู้คนที่ชื่นชอบมากที่สุดระดับโลกคราใด อาหารไทยอย่างต้มยำกุ้ง ผัดไทย มัสมั่น หรือชาวม ก็ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันครองตำแหน่งอาหารจานโปรดของผู้บริโภคนานาชาติ อาหารยังเป็นสินค้าด่านหน้าที่สำคัญซึ่งรัฐบาลต้องการผลักดันให้ประสบความสำเร็จในเวทีโลก

การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารไทยให้สามารถเป็นอาหารชั้นสูงที่ยืนอยู่แถวหน้า (เช่นเดียวกับอาหารฝรั่งเศส) และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล การวิเคราะห์กระบวนการประกอบสร้างความหมายและความหมายของอาหารไทยที่ร้านอาหารไทยชั้นนำที่ประสบความสำเร็จในระดับสากลได้ประกอบสร้างขึ้นจึงเป็นประเด็นที่ประโยชน์ทั้งต่อในแวดวงวิชาการเพื่อเพิ่มองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารอาหารซึ่งเป็นมิติที่ยังไม่มีการศึกษากันมากนักในปัจจุบัน และผลที่ได้จากการวิจัยยังประโยชน์ในการเพิ่มขีดความสามารถของประเทศในการผลักดันอาหารไทย สินค้าเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญไปสู่เวทีโลก

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษากระบวนการประกอบสร้างความหมายและความหมายของอาหารไทยของร้านอาหารไทยชั้นนำที่ได้รับรางวัลในระดับนานาชาติหรือได้รับการยอมรับจากสื่อมวลชนระดับสากล ซึ่งเป็นอาหารไทยที่มีการครัวแบบชั้นสูงที่เรียกกันในระดับสากลว่า Cuisine โดยผู้วิจัยเห็นว่าการบริโภคอาหารไทยจากร้านอาหารไทยชั้นนำเหล่านี้ มิได้เพียงเพื่อให้ท้องอิ่มเท่านั้น แต่ผู้ส่งสาร/ ร้านอาหารไทยชั้นนำเหล่านี้ได้พ่วงชุดสัญลักษณ์มากับอาหารไทยเหล่านี้ด้วย

ผู้วิจัยมอง “อาหาร” เป็นระบบ “สัญลักษณ์” ที่ทุกองค์ประกอบของกระบวนการผลิต (food production) กระบวนการประกอบอาหาร (food preparation) และกระบวนการบริโภค (food consumption) ล้วนเป็นกระบวนการในการใส่ความหมายเข้าไปเพื่อที่จะสื่อสารความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา การมองกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นระบบสัญลักษณ์นี้ทำให้การมองมิติของอาหารได้แง่มุมที่ลึกไปอีกมิติเข้าไปอีก อาทิ อาหารและแบบแผนการบริโภคเป็นตัวบ่งบอกถึงความ เป็นชนชั้น (กระบวนการในการบริโภคอาหารบอกความเป็นชนชั้นล่าง ชนชั้นกลาง และชนชั้นสูง), การบริโภคอาหารตะวันตก เป็นการประกอบสร้างความศิวิไลซ์ให้แก่ตัวตน, กรรมวิธีในการประกอบอาหาร เช่น การชั่งตวงวัด ล้วนแสดงให้เห็นถึงความพยายามก้าวเข้าสู่ความศิวิไลซ์ของสังคมไทย การประดับตกแต่งอาหารอย่างประณีตที่แสดงถึงความชนชั้นสูง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเห็นว่าร้านอาหารไทยได้กลายเป็นพื้นที่การสื่อสารสำคัญที่คนชั้นกลางไทยเลือกใช้สื่อความหมายและการผสมผสานความเป็นโลกกับความ เป็นท้องถิ่นเนื่องจากเป็นพื้นที่ในชีวิตประจำวันซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริโภคปัจจัยสี่ เป็นวิถีใหม่ของการใช้เวลาว่างของผู้คน และเป็น

พื้นที่สาธารณะที่เป็นสนามรบทางความหมายที่ใกล้ชิดกับคนกลุ่มนี้มากที่สุด การรับประทานอาหารนอกบ้านในร้านอาหาร เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวตนและสถานะทางสังคม (self and social status) ดังที่ Bourdieu ได้อธิบายถึงบทบาทของวัฒนธรรมอาหารที่สัมพันธ์กับการสร้างความแตกต่าง (distinction) พื้นที่ในร้านอาหารจึงเป็นพื้นที่ที่ชนชั้นกลางใช้ในการสร้างขอบเขตให้กับสถานะผ่านการแสดงออกถึงรสนิยม การมีทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางวัฒนธรรม เช่น ผ่านการเลือกร้านอาหาร อาหารและเครื่องดื่ม และการมีมารยาทบนโต๊ะอาหาร (table manners and social etiquette) ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างให้คนเรามีความแตกต่าง (distinction) จากคนอื่นๆ รหัสทางวัฒนธรรมต่างๆ เหล่านี้ถูกใส่ไว้ในแบบแผนการบริโภคอาหารมือเย็นนอกบ้าน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ
2. เพื่อศึกษาความหมายของอาหารไทยที่ถูกประกอบสร้างจากร้านอาหารไทยชั้นนำ

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษากระบวนการสื่อสารความเป็นอาหารไทยและความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลจำนวน 4 แห่ง ที่เปิดในกรุงเทพมหานคร ได้แก่

- (1) ร้านสระบัว โรงแรมเคปินสกี ร้านอาหารที่เป็นร้านสาขาจากร้าน KIIN KIIN ในกรุงโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก อาหารไทยแห่งเดียวในโลกที่ได้รางวัลมิชลินสตาร์
- (2) ร้าน NAHM โรงแรมเมโทรโพลิแทน ร้านอาหารไทยชื่อดังจากลอนดอน ที่ติดอันดับร้านอาหารที่ดีที่สุดในโลก 1 ใน 50 ร้านจากนิตยสาร Restaurant Magazine จากประเทศอังกฤษ
- (3) ร้าน Blue Elephant ร้านอาหารไทยสาขาจากประเทศอังกฤษ ที่มีโรงเรียนสอนอาหารไทยด้วย
- (4) ร้าน โบ.ลาน ร้านอาหารไทยที่มีการนำเมนูอาหารพื้นบ้านจากภาคต่างๆ มานำเสนอใหม่

ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์จากตัว “สาร” ซึ่งหมายถึง เนื้อหาสาระที่ร้านอาหารเป็นผู้ส่ง ได้แก่ ลักษณะของอาหารที่สะท้อนถึงกระบวนการในการประกอบอาหาร การนำเสนอ ตกแต่งจานอาหาร รสชาติอาหาร แบบแผนของกระบวนการในการบริโภคอาหาร ลักษณะของอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภค เนื้อหาและรูปแบบของเมนูอาหาร ลักษณะการตกแต่ง การสร้างบรรยากาศในร้านอาหาร การนำเสนอและให้บริการของบริการและเนื้อหาในการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของทางร้านและ “สื่อ” ซึ่งหมายถึง ช่องทางในการสื่อสารในร้านอาหาร ได้แก่ อาหารในจาน กระบวนการในการบริโภคอาหาร อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภค เมนูอาหาร บริการ ร้านอาหารและเว็บไซต์ของร้านอาหาร

ข้อจำกัดในงานวิจัย

เนื่องจากรงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยตีความจากสัญญาณอันเป็นองค์ประกอบของความเป็นอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ จึงอาจมีข้อจำกัดในการตีความซึ่งเป็นการตีความจากมุมมองของผู้วิจัย

เนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนย่อมมีอำนาจในการถอดรหัสจากสิ่งที่ร้านอาหารไทยชั้นนำซึ่งอยู่ในฐานะผู้ส่งสารได้สื่อสารออกมา ซึ่งอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. งานวิจัยชิ้นนี้ได้ให้คำอธิบายที่เพิ่มเติมในเรื่องกลวิธีในการประกอบสร้างความหมาย/กระบวนการเข้ารหัส (encoding) ของสินค้าเชิงสัญลักษณ์ประเภทอาหารที่จัดอยู่ในกลุ่มที่มีการคว่ำแบบขั้นสูง
2. งานวิจัยชิ้นนี้ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม (cultural hybridisation) ในบริบทหรือเงื่อนไขในการผสมผสานทางวัฒนธรรมเพื่อประกอบสร้างความหมายของสินค้าเชิงสัญลักษณ์
3. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์/ แนวทางการสื่อสารเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารไทยในฐานะสินค้าทางวัฒนธรรมซึ่งผู้ประกอบการ, หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษาด้านศาสตร์อาหารและการสื่อสาร สามารถนำไปใช้

นิยามศัพท์

“การสื่อสาร” หมายถึง กระบวนการผลิต/ สร้างความหมายโดยมีองค์ประกอบการสื่อสารในงานวิจัย ดังนี้

- “ผู้ส่งสาร” (sender) คือ ร้านอาหารไทยชั้นนำ
- “สาร” (message) คือ เนื้อหาสาระที่ร้านอาหารเป็นผู้ส่ง ได้แก่ ลักษณะของอาหารที่สะท้อนถึงกระบวนการในการประกอบอาหาร การนำเสนอ ตกแต่งจานอาหาร รสชาติอาหาร แบบแผนของกระบวนการในการบริโภคอาหาร ลักษณะของอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภค เนื้อหาและรูปแบบของเมนูอาหาร ลักษณะการตกแต่ง การสร้างบรรยากาศในร้านอาหาร การนำเสนอและให้บริการของบริการและเนื้อหาในการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของทางร้าน
- “สื่อ” (channel) คือ ช่องทางในการสื่อสารในร้านอาหาร ได้แก่ อาหารในจาน กระบวนการในการบริโภคอาหาร อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภค เมนูอาหาร บริการ ร้านอาหารและเว็บไซต์ของร้านอาหาร

- “ผู้รับสาร” (receiver) คือ ลูกค้า ผู้บริโภคในร้านอาหาร

“ความหมายของอาหารไทย” หมายถึง ชุดความหมายของอาหารไทยที่สื่อสารผ่านองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการประกอบอาหาร กรรมวิธีในการประกอบอาหาร การตกแต่งอาหาร รสชาติอาหาร แบบแผนในการบริโภค เมนูอาหาร บริการ การตกแต่งร้านอาหาร ราคา และการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของร้านอาหาร ในร้านอาหารไทยชั้นนำ

“ร้านอาหารไทยชั้นนำ” หมายถึง ร้านอาหารไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับสากล เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ โดยวัดจากการรับการยอมรับจากสถาบันจัดอันดับร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในระดับสากลอย่างมิชลินสตาร์หรือการอันดับร้านอาหารยอดนิยมจากสื่อชั้นนำ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

“อาหาร” เป็นประเด็นที่น่าสนใจสำหรับวงวิชาการด้านสังคมศาสตร์ในปัจจุบัน อาหาร การกินมิใช่มีความหมายเป็นแค่การหล่อเลี้ยงร่างกาย หรือเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในรสชาติของอาหารเท่านั้น แต่การกิน ตลอดจนกระบวนการที่เกี่ยวข้องต่างๆ นั้นเป็นปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นวิถีชีวิต วัฒนธรรม ตลอดจนเป็นพื้นที่ของการครอบงำและการต่อสู้ ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คนในแต่ละยุคสมัย แต่ทว่าการศึกษารื่องอาหารและกระบวนการที่เกี่ยวข้องในเชิงสังคมศาสตร์นั้นอาจมีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับประเด็นอื่นๆ ทั้งๆ ที่ในโลกของความเป็นจริง มนุษย์เรารับประทานอาหารกันตั้งแต่เช้าจรดค่ำ อยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน องค์กรความรู้เกี่ยวกับอาหาร เช่น แบบแผนการบริโภค กลวิธี ตำราในการอาหาร ก็เป็นสิ่งที่ถูกผลิต สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนาน

ในการศึกษาความหมายของอาหารไทยที่ถูกประกอบสร้างในร้านอาหารไทยชั้นนำ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Jean Baudrillard เรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (consumption of signs) และความจริงเสมือน, แนวคิดของ Homi Bhabha เรื่องกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม (process of hybridity), แนวคิดของ Roland Robertson เรื่อง “การผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น” (glocalisation), แนวคิดของนักวิชาการกลุ่มโครงสร้างนิยม (structuralist approach) อย่าง Claude Lévi-Strauss, Mary Douglas และ Roland Barthes ที่ทำการศึกษาสัญญวิทยาด้านอาหารมาประกอบการวิเคราะห์, แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างอารยธรรม (civilization process) ของ Norbert Elias, แนวคิดเรื่องฮาบิทัส (Habitus) ในการบริโภคอาหารของชนชั้นต่างๆ ของ Pierre Bourdieu, แนวคิดเกี่ยวกับการรับประทานอาหารนอกบ้าน (eating out), ความหมายของอาหาร, ความหมายของการกิน, กระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และแนวคิดด้านสัญวิทยา โดยมีรายละเอียดในแต่ละแนวคิดดังนี้

แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (Consumption of Signs)

ในงานวิจัยชิ้นนี้ใช้แนวคิดของ Jean Baudrillard นักคิดในกลุ่มหลังสมัยนิยม (postmodern) ซึ่งแนวคิดของเขานั้นได้รับอิทธิพลมาจากนักวิชาการต่างๆ ทั้งทางด้านสังคมวิทยาและปรัชญา ไม่ว่าจะเป็น Karl Marx ในเรื่องการคลั่งไคล้บูชาสินค้า (commodity fetishism), งานด้านสัญวิทยาของ Roland Barthes จากงานเขียนเรื่อง Mythologies (1957) และ The Fashion System (1957), งานของ Guy Debord เรื่องสังคมแห่งการเป็นผู้ชม (society of the spectacle), งานของ Marcel Mauss ในแนวคิดเรื่องทฤษฎีว่าด้วยของขวัญ/ ของแลกเปลี่ยน (theory of the gift) แนวคิดของ Marshall McLuhan ในเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Macey, David, 2000: p.33, กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 443-458) ตลอดจนแนวคิดของสำนักหลังสมัยใหม่ (postmodernism) แนวคิดของ Baudrillard ที่นำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ในงานวิจัย ได้แก่ แนวคิดเรื่อง “การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (consumption of signs)” และ “ความจริงเสมือน” ในการทำความเข้าใจกระบวนการประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยและความหมาย

ของอาหารไทยที่ถูกประกอบสร้างจากร้านอาหารไทยชั้นนำซึ่งเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติตะวันตก โดยมีรายละเอียด แต่ละแนวคิดดังนี้

ในการจะทำความเข้าใจแนวคิดของ Baudrillard ในเรื่องการบริโภคเชิงสัญญะนั้น ต้องเริ่มจาก เข้าใจความแตกต่างระหว่างแนวคิดของ Baudrillard กับสัญวิทยา อย่าง de Saussure และ Barthes

ความแตกต่างระหว่างแนวคิดของ Baudrillard กับสัญวิทยา อย่าง de Saussure และ Barthes นั้นคือ แนวคิดในกลุ่มสัญวิทยา มองว่าสัญญะ (sign) หนึ่งจะเกิดขึ้นได้นั้นก็มาจาก ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปสัญญะ (แหวนเพชร) กับความหมายสัญญะ (รักอันเป็นนิรันดร์) ขณะที่ Baudrillard มองว่าสัญญะหนึ่งจะเกิดขึ้นได้นั้นไม่จำเป็นต้องมาจากความสัมพันธ์ระหว่าง รูปสัญญะกับความหมายสัญญะเสมอไป เพราะในตัวของสัญญะเองนั้นสามารถที่จะสร้างให้เกิดสัญญะใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นได้อีกมากมายจนไม่รู้จักจบสิ้น (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 460)

พรรณณะของ Baudrillard ต่อสินค้า

ในการวิเคราะห์ว่า สินค้าคืออะไร Baudrillard ได้เปลี่ยนวิธีวิเคราะห์สินค้า (commodity) จากมิติเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นวิธีคิดแบบมาร์กซิสม์ดั้งเดิม ที่ได้ให้คำอธิบายสินค้าไว้ว่าหมายถึง “ผลผลิต รูปธรรมของแรงงาน” มาสู่มิติเชิงวัฒนธรรม โดย Baudrillard ให้คำนิยามสินค้าว่าเป็น “ผลผลิต รูปธรรมที่สุดของวัฒนธรรม” (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 462) และเมื่อ สินค้าถูกมองว่าเป็นผลผลิตของวัฒนธรรม ดังนี้

(1) กระบวนการผลิต แพร่กระจาย และบริโภคสินค้าจะสัมพันธ์กับเงื่อนไขของวัฒนธรรมในแต่ละสังคม สังคมที่ต่างกันจึงผลิตสินค้าที่ต่างกัน มีการตอบสนองต่อผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไป เป้าหมายในการผลิตก็มีความแตกต่างหลากหลาย และแพร่กระจายไปสู่ผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เช่น การผลิตเฟอร์นิเจอร์ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ในบ้าน ยี่ห้อ “MUJI” ก็ถูกผลิตออกมาเพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่น ขณะที่การผลิตเฟอร์นิเจอร์ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ในบ้าน ยี่ห้อ “IKEA” ก็ถูกผลิตออกมาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคชาวสแกนดิเนเวีย หรือร้านสตาร์บัคส์ ร้านกาแฟแบรนด์ระดับโลก แม้จะมีจุดกำเนิดอยู่ที่สหรัฐอเมริกาแต่ในการเข้าไปเปิดสาขาในแต่ละประเทศก็จะต้องมีการออกแบบร้านให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ ในอังกฤษจะเป็นลักษณะซื้อเพื่อนำกลับไปกินข้างนอกร้าน ที่ทำงาน แต่ถ้าเป็นสตาร์บัคส์ในประเทศไทยก็จะต้องออกแบบร้านให้น่านั่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวไทยที่ชอบนั่งอยู่ในร้านทั้งนั่งทำงานและพบปะสังสรรค์

(2) สินค้าสัมพันธ์กับรสนิยมทั้งของผู้ใช้และผู้บริโภค เนื่องจากสินค้าเป็นเครื่องแสดงออกถึงวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้จากร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดระดับโลกทั้งหลาย เมื่อมาเปิดร้านในประเทศไหนก็จะต้องมีการปรับรสชาติ ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับรสนิยมในการรับประทานอาหารของประเทศนั้นๆ

(3) เมื่อการบริโภคสัมพันธ์กับผู้บริโภคและเงื่อนไขทางวัฒนธรรม สินค้าจึงมีหน้าที่หลักในการดำรงรักษาภูมณฑลทางวัฒนธรรมไปด้วย การบริโภคจึงเป็นกลไกดำรงรักษาชนชั้นทางเศรษฐกิจ

สังคม (social economic class) เช่น ผู้หญิงใช้กระเป๋าแบรนด์เนมจากต่างประเทศราคาแพงก็เพื่อบอกถึงความมั่งมี ความประสบความสำเร็จ และความมีรสนิยมของตนเอง

Baudrillard จำแนกประเภทของสินค้าออกเป็น 2 ประเภท ประเภทแรกเป็น “สินค้าทั่วไป (consumer commodity)” เป็นสินค้าที่ในการบริโภคจะเป็นไปเพื่อประโยชน์ใช้สอย และประเภทที่สองเป็น “สินค้าทางวัฒนธรรม (cultural commodity)” เป็นสินค้าที่มีผลกระทบต่อระดับจิตใจ/จิตวิญญาณ (spiritual impact) ซึ่งเป็นสินค้าที่เมื่อผู้บริโภคเสพแล้วจะไม่สิ้นสุดในตัวเอง แต่จะมีการเชื่อมโยงไปสู่การบริโภคสินค้าอื่นๆ เป็นสินค้าที่ขายสัญญะเป็นหลัก กล่าวคือเน้นการขายคุณค่า/ความหมาย/รสนิยม/รูปแบบการใช้ชีวิต เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 462-463) เช่น เมื่อผู้บริโภคชนชั้นกลางได้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ชื่อดังของอิตาลีมาแล้ว เขาก็ย่อมจะแสวงหาสินค้าตัวอื่นๆ ที่เป็นของแบรนด์เนมด์ จากฝีมือดีไซน์เนอร์ชื่อดังเช่นกันมาวางในห้อง เพื่อให้ความงามของห้องมีความสมบูรณ์แบบในทรศนะของเขา เพื่อสะท้อนถึงความมีรสนิยมของเจ้าของ

แนวคิดเรื่องตรรกะของการบริโภค (Logic of Consumption)

ในแนวคิดเรื่องตรรกะของการบริโภค Baudrillard ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุว่า มี 4 ระดับ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 463-465)

ระดับแรก ตรรกะมูลค่าใช้สอย (logic of use value) หรือ ตรรกะเชิงอรรถประโยชน์ (logic of utility/ practical operation) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัตถุนี้เป็นไปในลักษณะที่มนุษย์บริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยหรือนำมาเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ (instrument) เช่น การที่คนเรากินข้าวโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้อิ่มท้อง หรือใช้ครกเพื่อตำวัตถุดิบต่างๆ ในการประกอบอาหาร

ระดับที่สอง ตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยน (logic of exchange value) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัตถุเป็นไปในลักษณะที่การเชื่อมโยงความสัมพันธ์นั้นมีวัตถุเป็นตัวกลาง เช่น มนุษย์ได้แปลงวัตถุเป็นสินค้า แล้วนำเงิน หรืออาจจะเป็นวัตถุดิบอื่นมาซื้อหรือเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างมนุษย์กับมนุษย์

ระดับที่สาม ตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (logic of symbolic exchange value) หรือตรรกะเชิงคุณค่านามธรรม (logic of ambivalence) ในความสัมพันธ์ลักษณะนี้ วัตถุได้กลายเป็นสัญลักษณ์ (symbol) ที่มีความหมายบางอย่างกับมนุษย์ และมนุษย์ได้ใช้สัญลักษณ์นี้ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความหมายกับผู้อื่น เช่น การให้ของขวัญกับผู้อื่น ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้นั้น Baudrillard ได้รับอิทธิพลทางความคิดมาจากงานของนักมานุษยวิทยา Simmel และ นักสังคมวิทยา Mauss ที่ได้สร้างทฤษฎีว่าด้วยของขวัญ/ ของแลกเปลี่ยน (theory of gift)

ระดับที่สี่ ตรรกะของมูลค่าเชิงสัญญะ (logic of sign value) หรือตรรกะของความแตกต่าง (logic of difference) ในที่นี้สถานะของวัตถุที่บริโภคถูกเปลี่ยนเป็นสัญญะ (sign) และมนุษย์ใช้สัญญะนั้นเปรียบเทียบกับสัญญะอื่นๆ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างมนุษย์ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ได้กลายเป็นสัญญะของการเป็นผู้มีรสนิยมที่ดี มีความสามารถและมีฐานะของคนรุ่นใหม่ การท่องเที่ยวด้วยตนเองในประเทศอิตาลีย่อมสถาปนาสถานภาพของการเป็นคนรุ่นใหม่ผู้มีรสนิยมวิไลได้มากกว่าการเป็นซื้อทัวร์ท่องเที่ยวประเทศไชนเเซีย

การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (Consumption of signs)

ในตรรกะของมูลค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (logic of symbolic exchange value) หน้าที่ของสินค้า/ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ นั้น วัตถุได้กลายเป็นสัญลักษณ์ (symbol) ที่มีความหมายบางอย่างกับมนุษย์ และมนุษย์ได้ใช้สัญลักษณ์นี้ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความหมายกับผู้อื่น

การเสพมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ทำให้การบริโภคเป็นไปได้อย่างไม่สิ้นสุด และการบริโภคนั้นอาจไม่ได้เกิดจากความต้องการจริงๆ แต่เป็นความต้องการบริโภคสัญลักษณ์ที่พ่วงมากับสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่าง (logic of social differentiation) (Kellner, 1991: p.15)

สัญลักษณ์นี้ได้กลายเป็นกลไกที่ระบบทุนนิยมยุคใหม่ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (added value) ให้กับสินค้า มูลค่าของวัตถุจึงไม่ได้อยู่ที่ตัววัตถุ หรือตัวอ้างอิง (reference) แต่มูลค่าของวัตถุเกิดจากตัวสัญลักษณ์ที่ถูกประกอบสร้างความหมายขึ้น สินค้าเหล่านี้จึงถูกผ่านกระบวนการเข้ารหัส (encoding) ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การทำโฆษณา การสร้างตราสินค้า การสร้างหีบห่อบรรจุภัณฑ์ (packaging) การกำหนดราคา เป็นต้น เพื่อสร้างสินค้าเชิงสัญลักษณ์

ผลลัพธ์ที่วัตถุสิ่งของที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์แนบมาด้วยเหล่านี้สร้างให้กับผู้บริโภค คือ สถานภาพและเกียรติภูมิ (status and prestige) (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 463-465) โดยมีลักษณะ ดังนี้

- ในตรรกะของมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ ผู้คนจะไม่บริโภคแต่วัตถุรูปธรรม แต่เสพสัญลักษณ์ด้วย เช่น การรับประทานอาหารที่ห้องนอร์มดี โรงแรมโอเรียลเต็ลนั้น ผู้บริโภคไม่ได้ไปรับประทานอาหารของภัตตาคารเพียงเพื่อให้อิ่มท้อง แต่ยังเสพสัญลักษณ์อย่างอื่นพ่วงมาด้วย เช่น การเป็นภัตตาคารสำหรับชนชั้นสูงที่แสดงถึงฐานะ เกียรติยศ และความมีรสนิยม

- การเสพมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ทำให้การบริโภคเป็นไปได้อย่างไม่สิ้นสุด และการบริโภคนั้นอาจไม่ได้เกิดจากความต้องการจริงๆ แต่เป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้เกิดความต้องการบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง (need for difference) เช่น การใช้จานชามของบริษัทมีชื่อของยุโรปก็เพื่อแสดงวิถีชีวิตของชนชั้นกลางผู้มีรสนิยมในการบริโภค

- สัญลักษณ์จะเข้ามากำหนดแบบแผนการบริโภคของผู้คน เช่น การที่เราเลือกรับประทานอาหารฝรั่งเศสแบบคอร์ส ที่มีแบบแผนในการบริโภคอันสลับซับซ้อน กินเวลานาน ที่ไม่ใช่อาหารจานเดียว ก็เพื่อสถาปนาสถานภาพความมีรสนิยม ผู้มีฐานะให้แก่ตนเอง

- สัญลักษณ์เป็นกลไกที่ระบบทุนนิยมยุคใหม่ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (added value) มูลค่าของวัตถุจึงไม่ได้อยู่ที่ตัววัตถุ หรือตัวอ้างอิง (reference) แต่มูลค่าของวัตถุเกิดจากตัวสัญลักษณ์ที่ถูกประกอบสร้างความหมายขึ้น เช่น มูลค่าของไข่ปลาการ์เวียร์ไม่ได้อยู่ที่มูลค่าที่แท้จริง ต้นทุนที่ผู้ผลิตใช้จ่ายไปในการผลิตไข่ปลาการ์เวียร์ แต่อยู่ที่ความเป็นอาหารที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความมั่งคั่งของผู้บริโภค

Baudrillard มองว่าการบริโภคของมนุษย์ในปัจจุบันนั้นไม่ได้บริโภคสินค้าแต่ในเชิงวัตถุรูปธรรมเท่านั้น แต่มีด้านของการเสพสัญลักษณ์ (sign) แนบอยู่ในตัวสินค้าด้วย เช่น เมื่อเรารับประทานอาหารที่ภัตตาคารอิตาเลียนชั้นนำในกรุงเทพฯ จุดมุ่งหมายของการบริโภคมิใช่แค่การรับประทานอาหารให้อิ่ม แต่กำลังเสพความหรูหราที่มีระดับแบบตะวันตกด้วย

สัญญะนี้เป็นสิ่งที่เป็นนามธรรม ดังนั้น เมื่อเสพสัญญะ ผู้บริโภคจึงสามารถที่จะบริโภคสินค้าได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด เช่น เมื่อเราบริโภคไข่ปลาเค็มแล้ว ทรายใดที่ไข่ปลาเค็มก็ยังเป็นสัญญะของความมั่งคั่งมีระดับบริษัทยาอโนโล ผู้บริโภคก็จะไม่เบื่อหน่ายที่จะบริโภคไข่ปลาเค็ม เพราะจุดมุ่งหมายของการบริโภคไข่ปลาเค็มก็เพื่อสร้างความแตกต่างออกไปจากผู้อื่น ในฐานะของผู้บริโภคมีฐานะที่มีบริษัทยาอโนโล

แนวคิดเรื่องความจริงเสมือน

แนวคิดนี้เป็นงานช่วงหลังของ Baudrillard ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากสำนักโทรอนโต และสำนักคิดแนวหลังสมัยใหม่ (postmodernism) และปรากฏการณ์จริงที่เกิดขึ้นในสังคมที่เทคโนโลยีสร้างโลกเสมือนจริงขึ้นมาให้มนุษย์ได้รับประสบการณ์ผ่านโลกเสมือนจริงเหล่านี้ (แทนที่จะมีประสบการณ์ตรงด้วยตัวเอง) คำที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดนี้ ได้แก่

“ภาพนิมิต” (simulacrum / simulacra) เป็นตัวผลผลิตของความจริงเสมือน ปรากฏคำนี้ในงานของเพลโตยุคกรีก

“การสร้างภาพนิมิต” (simulation) หมายถึง กระบวนการสร้างความจริงเสมือน

“สภาวะเหนือจริง” (hyperreality) หมายถึง ลักษณะนามธรรมหรือสภาวะของความจริงเสมือน

Baudrillard ได้แบ่งยุคความคิดเกี่ยวกับสัญญะออกเป็น 4 ช่วง (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 470-471) ได้แก่

- “ยุคก่อนสมัยใหม่” (pre-modern phase) ในยุคนี้สัญญะกับของจริงจะเชื่อมโยงกันอย่างแนบแน่น ผ่านการสื่อสาร / ปฏิสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว (face-to-face encounters) โดยสัญญะจะทำหน้าที่สะท้อนซึ่งวัตถุที่เป็นของจริง (reflection of a profound reality)

- “ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการในยุโรป” (European Renaissance phase) ยุคนี้สัญญะจะเป็นมากกว่าภาพตัวแทนตรงๆ โดยทำหน้าที่ชุกซ่อนและเปลี่ยนแปลงลักษณะตามธรรมชาติของวัตถุอ้างอิงของจริง (masks and denatures a profound reality) เช่น การสร้างภาพวาดของดาร์วินซีที่มีการจัดวางลายเส้นความสมดุลในองค์ประกอบภาพ

- “ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม” (Industrial Revolution phase) เป็นยุคที่สัญญะชุกซ่อนการหายไปของวัตถุอ้างอิงของจริง (masks and denatures a profound) เป็นยุคที่สัญญะถูกใช้เป็นเครื่องหมายแสดงสถานะและอำนาจ ผ่านการบริโภคสินค้าและวัตถุต่างๆ

- “ยุคหลังอุตสาหกรรม” (Post-industrial phase) ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึงปัจจุบัน เป็นยุคสังคมสารสนเทศที่เทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของผู้คน และสัญญะในยุคนี้เริ่มไม่มีความสัมพันธ์อันใดกับความเป็นจริง ซึ่งสภาวะเช่นนี้เองเป็นยุคที่ตรรกะของการผลิต / บริโภคของสังคมทุนนิยมได้เข้าสู่ตรรกะของการสร้างภาพนิมิต (logic of simulation)

ในหนังสือเรื่อง Symbolic Exchange and Death (1993) Baudrillard ได้อธิบายว่าสภาวะหลังสมัยใหม่นั้น เป็นการสิ้นสุดความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญญะและความหมายสัญญะ การลบเลือนของมูลค่าเชิงประโยชน์ใช้สอยและสัญลักษณ์ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการสิ้นสุดยุคสัญญะในแบบดั้งเดิม (the end of the classical era of the sign) โดยสัญญะยุคหลังสมัยใหม่นี้อาจไม่มี

ความสัมพันธ์อันใดกับของจริงเลย หรืออาจเป็นภาพนิมิตที่สมบูรณ์ในตัวเอง (a sign is “its own pure simulacrum”) สัญลักษณ์แทนที่ด้วย ภาพนิมิต (simulacra) ขณะที่ความจริงถูกแทนที่ด้วย “สภาวะเหนือจริง” (hyperreality) (Macey, David, 2000; p.34)

Baudrillard ได้วิเคราะห์กระบวนการสร้างภาพนิมิต โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงใหญ่ๆ กาญจนาก้าวเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 472) ได้แก่

(1) ยุคการสร้างภาพนิมิตในลำดับแรก (first – order simulation) อยู่ในช่วงฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance) ในยุคนี้ความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์และของจริง อยู่ในลักษณะของการทำเทียมและเลียนแบบ (counterfeit) ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ผู้คนสามารถจำแนกได้ว่าอะไรเป็นของจริง/ ของปลอม เช่น ภาพวาด แผนที่ ปูนปั้น

(2) ยุคการสร้างภาพนิมิตในลำดับที่สอง (second-order simulation) อยู่ในยุคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นยุคของการอัดสำเนา (copy) เพื่อผลิตซ้ำของจริงได้เหมือนยิ่งกว่าจริง เช่น การสำเนาเอกสารด้วยเครื่องถ่ายเอกสาร การถ่ายภาพ ในยุคนี้ของจริงเป็นอย่างไร สำเนา ก็จะถ่ายทอดออกมาเหมือนกับต้นฉบับโดยมีตัวอ้างอิงของจริงอยู่ และเมื่อเป็นสำเนา ก็สามารถผลิตซ้ำออกมาเป็นจำนวนมากตามตรรกะของระบบอุตสาหกรรม

(3) ยุคการสร้างภาพนิมิตลำดับที่สาม (third – order simulation) หรือยุคสภาวะเหนือจริง / ความจริงเสมือน (hyperreality / virtual reality) ในยุคนี้การสร้างความจริงสัมพันธ์กับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่สามารถสร้างความจริงของตัวเอง (reality of its own) โดยไม่จำเป็นต้องมีของจริง/ ตัวอ้างอิงรองรับ ซึ่งโลกแห่งภาพนิมิตนี้จะมีทั้งของปลอมที่ถูกทำขึ้น (hype / deception) และเป็นของที่พรางเลือนความจริงออกไป (obfuscation / obscure) ตัวอย่างของการสร้างภาพนิมิตในยุคที่ 3 ที่ Baudrillard ยกมาวิเคราะห์ คือ ดิสนีย์แลนด์ (Disneyland) ของอเมริกาที่เป็นภาพนิมิตที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างความจริงกับจินตนาการ ส่วนที่เป็นจริงคือสิ่งก่อสร้างอาณาบริเวณ แต่ลักษณะสถาปัตยกรรมถูกถอดออกมาจากภาพยนตร์ มีพนักงานต้อนรับแต่งตัวเหมือนในเทพนิยาย และผู้คนที่ย้ายมาเยือนที่นี่จะรู้สึกเหมือนกับว่าอยู่ในแฟนตาซีวัยเด็ก ดิสนีย์แลนด์จึงเป็นอเมริกาที่อบอุ่นไปด้วยมิตรภาพ สนุกสนาน ความเป็นครอบครัว แม้ว่าจะไม่ได้มีอยู่จริงก็ตาม (Macey, David, 2000; p.34 และ กาญจนาก้าวเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 473)

อำนาจของภาพนิมิต

ในยุคการสร้างภาพนิมิตลำดับที่สาม Baudrillard เห็นว่าผู้คนมีแนวโน้มที่จะถูกล่อลวง (seduced) เพราะผู้บริโภคเริ่มขาดศรัทธาในการจำแนกแยกแยะระหว่างของจริงกับสิ่งลวง เหตุที่ภาพนิมิตมีอำนาจแห่งการล่อลวง (power of seduction) (Macey, David, 2000; p.34) ก็เพราะว่าสัญลักษณ์ได้ถูกสร้างขึ้นอย่างแนบเนียน มีกลยุทธ์อันแยบยลจนผู้คนไม่สามารถแยกแยะระหว่างของจริงกับของลวง และในอีกด้านหนึ่งเหตุที่อำนาจแห่งการล่อลวงของภาพนิมิตนั้นวันจะยิ่งมีสูงขึ้นไปก็เพราะผู้คนมีแนวโน้มที่จะเสพภาพตัวแทน/ภาพนิมิต โดยไม่มีประสบการณ์ตรงกับของจริงรองรับ กล่าวคือผู้คนมีแนวโน้มที่จะมีประสบการณ์ผ่านภาพนิมิต (simulated experience) มากกว่าที่จะมี

ประสบการณ์ตรง (direct experience) และประสบการณ์ผ่านภาพนิมิตนี้เองที่กำหนดทิศทางการรับรู้ของผู้คนในเรื่องต่างๆ กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 474)

งานวิจัยชิ้นนี้ นำแนวคิดของ Baudrillard เรื่อง “การบริโภคนิยมเชิงสัญลักษณ์” และ “ความจริงเสมือน” ในการทำความเข้าใจกระบวนการประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยและความหมายของอาหารไทยที่ถูกประกอบสร้างจากร้านอาหารไทยชั้นนำซึ่งเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติตะวันตก

แนวคิดเรื่องกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Process of Hybridity)

แนวคิดเรื่องกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม (articulation) เป็นแนวคิดในกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาที่มองว่า ไม่มีองค์ประกอบวัฒนธรรมใดที่จะสามารถครอบงำวัฒนธรรมอื่นๆ ได้เสมอไป โดยนักทฤษฎีในกลุ่มนี้มองว่า วัฒนธรรมทุกสายพันธุ์มีความแตกต่าง (different) และหลากหลาย (diverse)

Homi Bhabha นักวิชาการลูกครึ่งอินเดีย-อเมริกัน นักทฤษฎีในกลุ่มหลังอาณานิคม (post - colonialism) ได้เสนอความคิดว่า โดยธรรมชาติแล้ว ไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่เป็นหนึ่งเดียว แต่ทุกวัฒนธรรมจะมีลักษณะเป็น “พันธุ์ทาง / ลูกผสม” (hybrid) กล่าวคือ ไม่มีวัฒนธรรมใดสมบูรณ์ในตัวเอง ทุกวัฒนธรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นตลอดเวลา กระบวนการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridisation) จึงเป็นพื้นที่ใหม่ของการต่อรองและสร้างสรรค์ความหมายใหม่ๆ ซึ่งนำไปสู่การสร้างสรรค์รูปแบบและความหมายของวัฒนธรรมใหม่ ซึ่งมีฐานมาจากองค์ประกอบทางวัฒนธรรมดั้งเดิม (สมสุข หินวิมาน, 2548: หน้า 431-432) เช่น เราจะเห็นในเมนูอาหาร อย่างเลย รสเมี่ยงคำ รสน้ำพริกเผา กุลิโกะรสลาบ

Bhabha ปฏิเสธมโนทัศน์เรื่องความสัมพันธ์แบบขั้วตรงข้าม (binary opposition) ที่แยกความแตกต่างระหว่างตะวันตกกับตะวันออก อารยะกับอนารยะ โดยเห็นว่าไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่เป็นหนึ่งเดียว แต่ทุกวัฒนธรรมจะมีลักษณะเป็น “พันธุ์ทาง / ลูกผสม” (hybrid) กล่าวคือทุกวัฒนธรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นตลอดเวลา เกิดสิ่งที่เรียกว่า “กระบวนการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม” (cultural hybridisation) ซึ่งเป็นพื้นที่ใหม่ของการต่อรองและสร้างสรรค์ความหมายใหม่ๆ เขามองว่า “ทุกวัฒนธรรมล้วนมีการข้ามสายพันธุ์ทั้งสิ้น” (all cultures are hybrid) ดังนั้นจึงไม่มีวัฒนธรรมใดที่หยุดนิ่งหรือเป็นหนึ่งเดียว แต่ทุกวัฒนธรรมจะมีความแตกต่าง (different) และความหลากหลาย (diverse) (สมสุข หินวิมาน, 2548: หน้า 257) และไม่เคยมีวัฒนธรรมใดที่สมบูรณ์ในตัวเอง (never finished in itself) แต่ทุกวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นๆ เสมอ (changing relatively to other cultures) (สมสุข หินวิมาน, 2548: หน้า 257)

เดิมทีนั้นคำว่า “hybridity” ในยุคอาณานิคมถูกใช้ในความหมายในเชิงลบ โดยใช้เรียกคนที่มีสายเลือดผสมชาติต่างๆ ต่อมา hybridity ได้กลายเป็นหัวข้อในการศึกษาที่สำคัญในการศึกษาวาทกรรมในยุคหลังอาณานิคม (postcolonial discourse) ที่มาของแนวคิด Hybridity นั้นมาจากแนวคิดเรื่อง genealogy of difference และ idea of translation การถ่ายทอดทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะผ่านภาพตัวแทน (representation) หรือการผลิตซ้ำ (reproduction) เป็นการปฏิเสธความเชื่อที่ว่าวัฒนธรรมนั้นมีความจริงแท้อะไรบ้าง (the essentialism of a prior given original or

originary culture) ดังนั้นวัฒนธรรมในทุกรูปแบบจึงอยู่ในสถานะของกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม (process of hybridity) ทั้งหมด (Rutherford, 1990: p.211)

ทั้งนี้สิ่งสำคัญที่ Bhabha ย้ำคือ การผสมผสานทางวัฒนธรรมนั้นต้องมาจากเจ้าของวัฒนธรรมทั้ง 2 ฝ่าย ไม่ใช่เป็นการผสมผสานจากบุคคลที่สาม และ third space นี้เป็นการย้ายที่จากประวัติศาสตร์ที่สร้างมันขึ้นมา และสร้างโครงสร้างทางอำนาจขึ้นมาใหม่ เป็นการเริ่มต้นการเมืองในรูปแบบใหม่ๆ (Rutherford, 1990: p.211) พื้นที่ที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมนี้เองได้กลายเป็นพื้นที่ที่เกิดการต่อรองต่อความแตกต่าง กล่าวคือเกิดการต่อรองความหมาย (negotiate the difference) ระหว่างผู้ตกอยู่ภายใต้อาณานิคมกับเจ้าอาณานิคม อัตลักษณ์ที่ผสมผสานกัน (new hybrid identity/) จึงมาจากทั้งฝั่งของผู้ตกอยู่ภายใต้อาณานิคมกับเจ้าอาณานิคม ซึ่งไปท้าทายสิ่งที่เคยถูกมองว่าเป็นความถูกต้อง และจริงแท้ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นๆ

hybridity จึงเปรียบเสมือนเป็นยาถอนพิษ สำหรับกลุ่มผู้ที่เชื่อว่าสิ่งต่างๆ จะต้องมีความสมบัติตายตัว (essentialism) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เนื่องด้วย Bhabha ตระหนักถึงอันตรายของการกำหนดว่าอัตลักษณ์ของสิ่งต่างๆ จะต้องประกอบด้วยสิ่งใดบ้าง (fixity / fetishism of identities) ซึ่งเป็นอิทธิพลทางความคิดความสัมพันธ์แบบขั้วตรงข้าม (binary opposition) โดยเขาได้โต้แย้งว่า รูปแบบของวัฒนธรรม ทั้งหมดล้วนแต่อยู่ในกระบวนการผสมผสาน (all forms of culture are continually in a process of hybridity)

hybridity เป็นพื้นที่ระหว่าง (in-between) ผู้ตกอยู่ภายใต้อาณานิคมกับเจ้าอาณานิคม ซึ่งพื้นที่ในลักษณะนี้จะไล่การเล่าเรื่องที่มีลักษณะครอบงำของเจ้าอาณานิคมทั้งในโครงสร้างและการปฏิบัติ พื้นที่ที่มีลักษณะ in-between นี้ Bhabha เรียกว่า “third space” หรือพื้นที่ที่สามเป็นพื้นที่ที่ Bhabha เห็นว่ามีการวิพากษ์อย่างแท้จริงในเรื่องของอัตลักษณ์ (identity) เป็นพื้นที่ของการผสมผสานที่เป็นการประกอบสร้างขึ้น มิใช่การสะท้อนความจริง พื้นที่นี้จึงมีทั้งการขัดกัน การชักถามหรือการประกาศ มีลักษณะที่เป็นการเลื่อนข้อจำกัดของขอบเขตต่างๆ ตั้งคำถามกับการจัดแบ่งประเภทต่างๆ ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ เป็นพื้นที่ที่ไม่มีความแน่นอน ไม่มีความหมายทางวัฒนธรรมหรือภาพตัวแทน (representation) ที่จะได้ชื่อว่าเกิดก่อนหรือว่าเป็นคุณสมบัติที่ตายตัวในวัฒนธรรมนั้นๆ

Bhabha ยังได้แสดงความคิดเห็นของเขาต่อการผสมผสานวัฒนธรรมในปัจจุบันจากบทสัมภาษณ์ใน “The Third Space. Interview with Homi Bhabha” ว่าสภาพสังคมปัจจุบันนั้นจะถูกมองว่ามีความหลากหลาย แต่จริงๆ แล้ววัฒนธรรม บรรทัดฐานต่างๆ ถูกสร้างขึ้นจากเจ้าของประเทศ บรรยากาศผสมผสานทางวัฒนธรรมเป็นไปในลักษณะที่เจ้าของประเทศนั้น แม้จะมองว่าวัฒนธรรมอื่นก็ดี แต่ก็ต้องเอามากรองผ่านตะแกรงของประเทศนั้นๆ เสียก่อน (Rutherford, 1990: p. 208) Bhabha ยังมองว่าแม้ว่าสังคมในปัจจุบันจะมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม แต่การเหยียดเชื้อชาติอย่างดุร้ายก็ยังคงดำรงอยู่ นั่นเพราะในความหลากหลายเองก็อนุญาตให้ความคิดประเภทที่คิดว่าวัฒนธรรมตนเองเหนือกว่าผู้อื่นนั้นดำรงอยู่ด้วยเช่นกัน

Bhabha มองว่าทฤษฎีทางวัฒนธรรมมีความใกล้เคียงกับทฤษฎีทางภาษา กล่าวคือเป็นเรื่องของการ translation (Rutherford, 1990: p.210) เช่น การแปลภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาอังกฤษก็เป็นการเคลื่อนที่/ เคลื่อนย้ายภายในระบบสัญลักษณ์ของภาษา การแปลความทางภาษาจึงเป็นวิธีหนึ่ง

ของการเลียนแบบ ที่สิ่งต่างๆ สามารถถูกเลียนแบบ ถ่ายทอดในลักษณะของการ simulacrum ดังนั้น Bhabha จึงมองว่า original จึงเป็นสิ่งที่ไม่เคยเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในตัวเอง

อย่างไรก็ดี แม้ว่าทฤษฎีการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมนี้จะให้คำอธิบายในด้านที่วัฒนธรรมย่อยมาต่อรองกับวัฒนธรรมใหญ่ แต่ Storey (2003) กลับเห็นว่าปัญหาที่สำคัญของทฤษฎีกลุ่มนี้ คือการมองข้ามศักยภาพในการครอบงำท้องถิ่นผ่านอารยธรรมโลกาภิวัตน์ แม้แต่การสร้างสายพันธุ์ใหม่ทางวัฒนธรรมขึ้นมา โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจก็ไม่ได้หายไป ในการผสมผสานความเป็นโลกและท้องถิ่นเข้าไว้ด้วยกันนั้น หลายครั้งที่ความไม่เท่าเทียมกันยังคงถูกรักษาไว้ (สมสุข หินวิมาน, 2548: หน้า 260)

แนวคิดเรื่องการผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น (glocalisation)

แนวคิดนี้เป็นแนวคิดของ Roland Robertson นักวิชาการที่มีจุดยืนแบบพหุนิยม (pluralism) ที่มองปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่นว่าไม่ได้มีแต่ด้านครอบงำ มีความขัดแย้งระหว่างความเป็นท้องถิ่น (local) และความเป็นโลก (global) ตามแบบมุมมองด้านสังคมวิทยา ที่มีมุมมอง globalization ในลักษณะที่มีความขัดแย้งระหว่างความเป็นท้องถิ่น (local) และความเป็นโลก (global) แต่มีกระบวนการสร้าง/ผสมผสานความหลากหลายในการพบปะกันของวัฒนธรรมสองชุด ซึ่งเขาเรียกว่า “glocalisation” การผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นโลก (global) และ ความเป็นท้องถิ่น (local) นี้เป็นไปในลักษณะที่พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และในยุคโลกาภิวัตน์ กระบวนการสื่อสารจะทำหน้าที่ในการสร้างวัฒนธรรมแบบลูกผสม (hybrid cultures) อย่างต่อเนื่อง โดยความเป็นโลกที่ถูกสื่อสารข้ามชาติออกไปนั้นจะกลายมาเป็นวัตถุดิบที่ถูกนำมาผนวกรวมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

Robertson มองว่าเมื่อก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ กระบวนการสื่อสารจะทำหน้าที่ในการสร้างวัฒนธรรมแบบลูกผสม (hybrid cultures) อย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ความเป็นโลกที่ถูกสื่อสารข้ามชาติออกไปนั้นจะกลายมาเป็นวัตถุดิบที่ถูกนำมาผนวกรวมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (สมสุข หินวิมาน, 2548: หน้า 259)

การเคลื่อนแนวคิดจาก globalization ไปสู่ glocalization ถือว่าเป็นการเคลื่อนมุมมองทางประวัติศาสตร์ด้วย นักวิจัยหลายคนมักจะมอง globalization ว่าเกิดขึ้นในครึ่งหลังของศตวรรษ 20 แต่ Robertson มองว่าเกิดขึ้นในยุคสมัยใหม่ ในศตวรรษที่ 19 ที่มีการเกิดขึ้นของชาติรัฐ, การมีเวลาเป็นมาตรฐานเดียวกัน (standardisation of time), การเกิดขึ้นของงานแสดงโชว์ระหว่างประเทศ

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้แนวคิดเรื่องการผสมผสานทางวัฒนธรรมของ Bhabha และแนวคิดเรื่องการผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น (glocalisation) ของ Robertson มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์การผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏในกระบวนการประกอบสร้างความหมายปลงความหมายของอาหารไทยที่ถูกประกอบสร้างในร้านอาหารไทยชั้นนำ

แนวทางการศึกษาการสื่อสารอาหารของนักวิชาการกลุ่มโครงสร้างนิยม (The Structuralist Approach)

แนวคิดในกลุ่มโครงสร้างนิยม (structuralist approach) นั้น เปรียบสิ่งที่ศึกษา ซึ่งในที่นี้คืออาหารเป็นภาษา โดยมีข้อสันนิษฐานว่ากฎของการครว้นนั้นอยู่ภายใต้โครงสร้างบางอย่าง เช่นเดียวกับภาษาที่อยู่ภายใต้หลักไวยากรณ์ วิธีการของกลุ่มโครงสร้างนิยมคือการมองลึกลงไปทีโครงสร้างความคิด ที่อยู่ภายใต้ผิวหน้าหรือปรากฏการณ์ที่เราพบเห็น หอองค์ประกอบที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกันในแต่ละองค์ประกอบ เพื่อหาความสอดคล้องกันจนนำไปสู่โครงสร้างไวยากรณ์ในที่สุด

เมื่อประยุกต์ใช้แนวคิดโครงสร้างนิยมในการศึกษามิติเกี่ยวกับอาหารจึงเป็นการมองหาแบบแผนการปฏิบัติและกระบวนการทั้ง ในขั้นตอนของการผลิต (producing), การแพร่กระจาย (allocating) และการบริโภค (consuming) อาหาร เนื่องจากกลุ่มโครงสร้างนิยม มองว่า กฎ ธรรมเนียม ที่ควบคุมสิ่งต่างๆ เกี่ยวกับอาหารนั้น ทำให้เกิดการจำแนกประเภท (เช่น อะไรกินได้ อะไรที่กินไม่ได้) การเตรียมการ การประกอบซึ่งกันและกัน (เช่น ในการปรุงอาหารจะใช้วัตถุดิบอะไรปรุงคู่กับอะไร) (Beardsworth and Keil, 1999: p. 61)

แนวคิดของนักวิชาการคนสำคัญในกลุ่มนี้ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่ Claude Lévi-Strauss, Mary Douglas และ Roland Barthes โดยมีรายละเอียดของแนวคิดนักวิชาการแต่ละท่าน ดังนี้

แนวคิดของ Lévi-Strauss

Lévi-Strauss ได้ทำการวิเคราะห์มื้ออาหารดินเนอร์ ซึ่งเขาเรียกว่า “food practices” ระหว่างมื้ออาหารดินเนอร์ของประเทศอังกฤษ และมื้ออาหารดินเนอร์ประเทศฝรั่งเศส ในงานเขียนชื่อ “Structural Anthropology” (1958) โดยเขาพบความสัมพันธ์คู่ตรงข้าม (binary opposition) 3 คู่ ได้แก่ (1) endogenous/exogenous การใช้วัตถุดิบในประเทศ/การใช้วัตถุดิบนอกประเทศ (2) central/ peripheral ส่วนที่สำคัญกับส่วนที่เป็นองค์ประกอบ (3) marked/not marked ส่วนที่มีรสชาติดกับส่วนที่ไม่มีรสชาติ

ภายใต้ความสัมพันธ์ที่ตรงกันข้ามของชุดความหมาย 3 ชุด Lévi-Strauss ได้วิเคราะห์มื้ออาหารดินเนอร์ของประเทศอังกฤษว่า ในอาหารจานหลัก (main dish) มีลักษณะที่ใช้วัตถุดิบจากภายในประเทศ (endogenous) ชาตரசชาติ (not marked) ขณะที่อาหารจานเคียงอื่นๆ จะใช้วัตถุดิบจากนอกประเทศ exogenous มีรสชาติ (strongly marked) เช่น เค้กผลไม้ แยมส้ม พอร์ทไวน์

ส่วนอาหารฝรั่งเศสนั้นลักษณะของการแบ่งแยกระหว่าง endogenous / exogenous จะเบาบางลงหรือหายไป อาหารจานหลักและอาหารจานเคียงต่างเป็นอาหารที่มีรสชาติ (marked) (Ashley et al., 2004: pp.28-29)

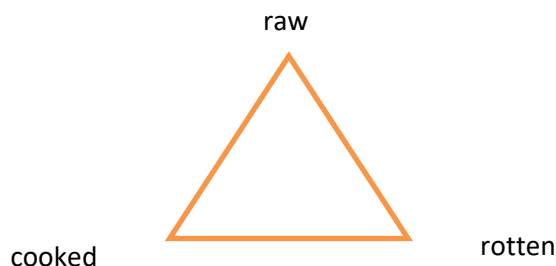
อย่างไรก็ดีในการวิเคราะห์ของ Lévi-Strauss ข้างต้นกลับถูกนักวิชาการตั้งข้อสังเกตถึงจุดบกพร่องในการวิเคราะห์ดังกล่าว เช่น การไม่มีตัวอย่างที่ชัดเจน และข้อวิจารณ์ของ Mennell ที่มองว่าการวิเคราะห์เปรียบเทียบมื้ออาหารดินเนอร์ระหว่างอังกฤษกับฝรั่งเศสของ Lévi-Strauss นั้น แท้จริงแล้วเป็นการเปรียบเทียบระหว่างอาหารฝรั่งเศสชั้นสูง (French haute cuisine) ที่บริโภคโดย

ชนชั้นสูงของอังกฤษ (English upper class) กับอาหารอังกฤษที่บริโภคโดยคนชั้นกลางซึ่งเป็นอาหารที่รับประทานกับในบ้านชนชั้นกลางของอังกฤษโดยทั่วไป) (Ashley et al., 2004: p. 29)

นอกจากการวิเคราะห์ไวยากรณ์ในมื้ออาหารดินเนอร์ของอังกฤษเปรียบเทียบกับฝรั่งเศสแล้ว Lévi-Strauss ยังได้ทำการวิเคราะห์โครงสร้างไวยากรณ์ของกรรมวิธีในการประกอบอาหารในงานชื่อ Mythologiques เขามองว่าการประกอบอาหาร (the act of cooking) เป็นการประกอบสร้างสัญลักษณ์ของคู่ความหมายที่ตรงข้ามข้ามกัน (binary oppositions) ระหว่าง heaven/earth, life / death และ nature / culture

การประกอบอาหารคือ กระบวนการที่อยู่ตรงกลางระหว่างการทำให้อัตถุที่ยังดิบอยู่กลายเป็นอาหารที่ผ่านการปรุง ผ่านกรรมวิธีต่างๆ ดังนั้นกระบวนการในการประกอบอาหารจึงเป็นกระบวนการที่อยู่ระหว่างความสัมพันธ์คู่ตรงข้ามข้ามกัน คือ อยู่ระหว่าง heaven / earth, life / death, nature / culture

Lévi-Strauss ได้เสนอโมเดลในการวิเคราะห์กระบวนการในการประกอบอาหารที่ชื่อว่า “The Culinary Triangle” (1968) โดยทำการเปรียบเทียบระบบภาษากับระบบทางวัฒนธรรม ซึ่งในที่นี้การวิเคราะห์กรรมวิธีในการประกอบอาหารของ Lévi-Strauss อ้างอิงมาจากรูปแบบในการวิเคราะห์ของ Roman Jakobson

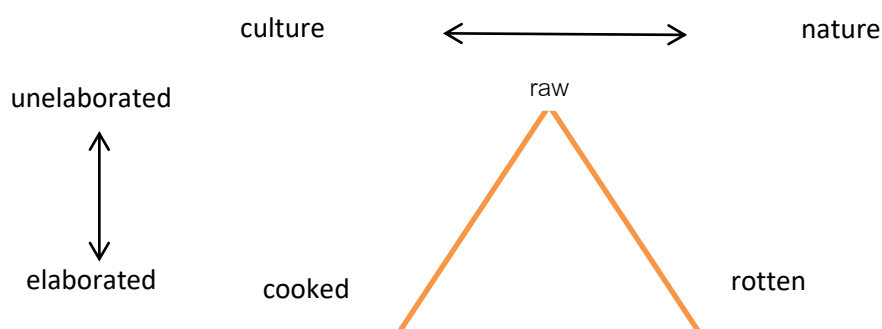


ภาพที่ 2.1 : the culinary triangle

ที่มา: Ashley et al., 2004: p. 30

ในทฤษฎีของ Lévi-Strauss อาหารแต่ละประเภทจะถูกจัดอยู่ในกลุ่มหนึ่งต่อไปนี้ได้แก่ กลุ่มดิบ (raw) กลุ่มที่ผ่านกระบวนการทำอาหารแล้ว (cooked) และกลุ่มที่ผ่านกระบวนการบ่มให้เน่าเปื่อย (rotten) อย่างไรก็ตามมีอาหารบางประเภทที่สามารถจัดอยู่ในกลุ่มทั้ง 3 กลุ่มเมื่อผ่านกระบวนการ เช่น นม ด้วยสภาพดั้งเดิมจะถูกจัดอยู่ในกลุ่มดิบ (raw) เมื่อผ่านกระบวนการประกอบอาหารให้กลายเป็นคัสตาร์ดแล้วก็ถูกจัดอยู่ใน กลุ่มที่ผ่านกระบวนการทำอาหารแล้ว (cooked) และถ้านมไปผ่านกระบวนการให้กลายเป็นบลูชีส ก็จัดอยู่ในกลุ่มที่ผ่านกระบวนการบ่มให้เน่าเปื่อย (rotten)

Lévi-Strauss ยังได้ทำการวิเคราะห์กรรมวิธีในการประกอบอาหาร 3 แบบ ได้แก่ การปิ้งย่าง (roasting), การต้ม (boiled) และการรมควัน (smoking) ผ่านข้อความหมายที่เป็นความสัมพันธ์คู่ตรงข้าม (binary opposition) 2 คู่ ได้แก่ culture/nature, elaborated/ unelaborated ดังแผนภาพ เบื้องล่าง ดังนี้



ภาพที่ 2.2 : culinary transformation

ที่มา: Ashley et al., 2004: p. 31

“การปิ้งย่าง” (Roasting) เป็นกระบวนการทำอาหารที่จัดอยู่ในกลุ่ม nature เพราะในกรรมวิธีนั้นอาหารจะสัมผัสกับไฟโดยตรง ซึ่งเป็นกรรมวิธีอาหารนั้นใกล้ชิดกับธรรมชาติ และส่วนในด้านผลลัพธ์ อาหารที่ผ่านกรรมวิธีปิ้งย่างก็จะมีลักษณะกึ่งดิบกึ่งสุก จึงจัดอยู่ในกลุ่ม nature และกรรมวิธีในการประกอบอาหารยังจัดอยู่ในกลุ่มไม่มีความซับซ้อนประณีต (unelaborated)

“การต้ม” (boiled) เป็นกระบวนการที่อาหารจะถูกนำไปใส่ภาชนะที่ใส่น้ำที่เป็นสื่อกลางระหว่างอาหารกับไฟ จัดอยู่ในกลุ่ม culture อาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีการต้มจะมีลักษณะเปื่อย โดยดำเนินจัดอยู่ในกลุ่มกรรมวิธีที่มีความประณีตซับซ้อน (elaborated) ขณะเดียวกันก็จัดอยู่ในกลุ่มที่เป็นธรรมชาติ (nature)

“การรมควัน” เป็นกรรมวิธีการประกอบอาหารที่อาหารสัมผัสกับไฟและอากาศจึงอยู่ในกลุ่มของ nature ในขณะที่ในด้านผลลัพธ์ของกระบวนการประกอบอาหาร อาหารจะถูกค่อยๆ ให้ความร้อนถึงสุกทั่วถึงตลอดทั้งชิ้น จึงเป็นกรรมวิธีการประกอบอาหารที่อยู่ในกลุ่มของ culture (Ashley et al., 2004: p.31)

ในการวิเคราะห์เบื้องต้นมีเพียงกรรมวิธีการประกอบอาหารเพียง 3 วิธีเท่านั้น Lévi-Strauss เห็นว่ายังมีกรรมวิธีการประกอบอาหารวิธีอื่นๆ ที่จะต้องถูกนำมาวิเคราะห์ผ่านชุดโครงสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าว และอาจจะต้องหาโมเดลที่เหมาะสมกับอาหารแต่ละประเภท เช่น เนื้อ ผัก หรือรสชาติอาหารที่มีความแตกต่างกัน

Lévi-Strauss ยังเห็นว่ากรรมวิธีในการประกอบอาหารนั้นสัมพันธ์กับชนชั้นอีกด้วย เช่น อาหารปิ้งย่างนั้นเป็นอาหารของชนชั้นสูง แต่อาหารต้ม นั้นเป็นอาหารของสามัญชน และกรรมวิธีการประกอบอาหารยังสัมพันธ์กับเพศด้วย โดยอาหารปิ้งย่างนั้นเป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับเพศชาย ขณะที่อาหารต้มนั้นเป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับเพศหญิง

อย่างไรก็ดี Ashley และคณะเห็นว่าปัญหาในการวิเคราะห์ของ Lévi-Strauss คือ การขาดวิธีการในการพัฒนาการวิเคราะห์ และเป็นโมเดลที่ไม่สามารถนำไปใช้กับวัฒนธรรมในการประกอบอาหารของชาติอื่นๆ ที่แตกต่างออกไป และยังเห็นว่าผลลัพธ์ของกรรมวิธีการประกอบอาหารแบบรมควัน (smoked) นั้น แม้ Lévi-Strauss จะมองว่าอยู่ในกลุ่ม culture แต่ก็มีอาหารบางประเภทที่แม้จะผ่านกรรมวิธีรมควันแล้วแต่ก็ยังคงความดิบอยู่ เช่น ปลาแซลมอนรมควัน โมเดลนี้จึงอาจจะง่ายเกินไปหากนำมาวิเคราะห์

Judith Williamson ได้นำแนวคิดของ Lévi-Strauss มาวิเคราะห์อาหารในโฆษณาและหนังสือ/ตำราทำอาหาร Williamson เห็นว่าการตกแต่งอาหารด้วยการใช้ผักสดโรยหน้านั้นเป็นการทำให้อาหารจานนั้นจัดอยู่ในกลุ่ม nature และความเป็นธรรมชาตินั้นสื่อความหมายถึงทั้ง ความโหดร้าย (savage) – ความเป็นชนชั้นสูง (noble), ความเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (wholesome) – ความเป็นพิษต่อสุขภาพ (polluted), กิเลส (lewd)- ความไร้เดียงสา (innocent), ความโกลาหล (chaotic) กับความเป็นระเบียบ (ordered), กามารมณ์ (carnal) กับความบริสุทธิ์ (pure) (Ashley et al., 2004: pp.39-40)

แนวคิดของ Mary Douglas

Douglas ได้เชื่อมโยงแนวคิดของ โครงสร้างนิยม (Structuralist) เข้ากับอาหารและการกิน แนวคิดของ Douglas นั้นสามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวันและเข้าใจได้ง่ายกว่าแนวคิดของ Lévi-Strauss Douglas มองอาหารเป็นเสมือนรหัส (code) และสาร (message) ที่ถูกเข้ารหัส เป็นสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางสังคม (social events) และความสัมพันธ์ทางสังคม (social relations) ซึ่งมีลำดับชั้นสูงต่ำ (hierarchy), การผนวกรวมและกันออกไป (inclusion/exclusion) และการสร้างขอบเขต และก้าวข้ามขอบเขต (boundaries/transactions across boundaries)

Douglas ได้นำเอาสิ่งที่ Halliday (ใน Categories of the theory of grammar) ได้วางกรอบ (Scheme) เกี่ยวกับการจัดประเภทมาใช้ในการอธิบายในเรื่องการกิน ซึ่งเป็นเสมือนการอธิบายให้เห็นโครงร่างไวยากรณ์ของการกิน (เฉกเช่นเดียวกับภาษาที่มีลำดับชั้นตั้งแต่ ย่อหน้า ประโยค วลี คำ ตัวอักษร พยัญชนะ) โดยมีลำดับชั้นไล่ตั้งแต่หน่วยที่ใหญ่ที่สุดไปจนหาเล็กที่สุดดังนี้ (1) เมนู (daily menu) (2) มื้ออาหาร (meal) (3) คอร์ส (course) และ (4) คำ (the mouthful) ซึ่งจัดว่าต่ำสุดที่เป็นฐานของโครงสร้างคือ มีฐานะเหมือนกับ หน่วยคำทางการครัว (gastronomic morpheme) Douglas ได้นำความคิดดังกล่าวมาประยุกต์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการกินในครอบครัวของเธอ ซึ่งสามารถทำความเข้าใจโครงสร้างพื้นฐานของมื้ออาหารส่วนใหญ่ในครัวอังกฤษ เนื่องจากโครงสร้างนี้ปรากฏซ้ำ ในมื้ออาหารต่างๆ ที่หลากหลาย ตั้งแต่มื้ออาหารที่ปกติ ธรรมดา ไปจนมื้ออาหารเพื่อการเฉลิมฉลอง (Beardsworth, Alan และ Keil, Teresa: 1999, p. 63)

ในมุมมองของนักวิชาการสายโครงสร้างนิยมเช่น Douglas อาหารถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ถูกอุปมา (metaphor), เป็นสัญลักษณ์ (symbol) หรือเป็นพาหะของการสื่อสาร (a vehicle of communication) และขณะเดียวกันก็เป็นสิ่งที่หล่อเลี้ยง เป็นแหล่งอาหารให้กับชีวิตมนุษย์เรา

แนวคิดของ Roland Barthes

Roland Barthes นักวิชาการกลุ่มโครงสร้างนิยม (structuralist approach) ที่สนใจศึกษาเรื่องอาหาร และการกิน โดยเขามองว่า อาหารสามารถถูกมองเป็นระบบสัญลักษณ์ได้ในระบบการสื่อสาร หัวข้อต่างๆ เกี่ยวกับอาหารจึงไม่ต่างไปกับหัวข้อต่างๆ ของข้อมูล อาหารไม่ต่างไปจากภาษาที่มีการประกอบสร้างโครงสร้างความสัมพันธ์ทางไวยากรณ์ (syntaxes) ดังที่เราจะเห็นได้จากเมนู และยังมีลีลา (styles หรือ diet) ในการบริโภคด้วย

เขามองว่าการกินของมนุษย์มิใช่เป็นเพียงการบริโภคสารอาหารต่างๆ เท่านั้น แต่ยังเป็นการสื่อสารความหมายเชิงสัญลักษณ์ของมนุษย์ชาติด้วย นอกจากนี้เขายังเน้นย้ำว่า การที่อาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ และคนต้องกินอาหารทุกวันนั้น กระบวนการแห่งความหมายทางสังคมผ่านการกินจึงเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลา และอยู่ในชีวิตประจำวันของเรา (สมสุข หินวิมาน: 2545, หน้า 4)

Barthes (cited in Beardsworth and Keil, 1999: p. 63) มองว่า (1) อาหารถูกใช้ในการสื่อความหมายถึงความต่อเนื่องของประเพณีและอดีต (2) การจำแนกความแตกต่างระหว่างความเป็นเพศชายกับเพศหญิง โดยเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ความเป็นเพศนั้นๆ บริสุทธิ์ (element of sublimated sexuality) และ (3) การกินอาหารเป็นเรื่องของสุขภาพ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขระหว่างร่างกายกับอาหารที่เหมาะสม เช่น อาหารที่กินแล้วให้พลัง (energy) ความตื่นตัว (alertness) หรือความผ่อนคลาย (relaxation)

ตัวอย่างงานของที่ Barthes ได้ทำการวิเคราะห์อาหารโดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาหาร, อัตลักษณ์ของชาติ (national identity) และจักรวรรดินิยมผ่านมายาคติในอาหาร (imperialism in the mythology) ปรากฏในบทความที่วิเคราะห์อาหาร Steak and Chips ในหนังสือชื่อ Mythologies (1972) โดย Barthes ได้อธิบายความหมายโดยตรง (denotation) ของความเป็นสเต็กที่เป็นก้อนเนื้อที่สามารถมองเห็นเลือด หัวใจของความเป็นเนื้อ สื่อถึงความบริสุทธิ์ สภาวะกึ่งดิบ (quasi-rawness) มีเลือด เป็นธรรมชาติ แน่น โดยการปรุงอาหารจนกระทั่งเลือดออกมานี้คือการเปลี่ยนสถานะจากเนื้อ (meat) ไปเป็นสเต็ก (steak) ส่วนความหมายโดยนัย (connotations) ก็อยู่รอบๆ “ความดิบ” (rawness) ซึ่งนำเสนอการแบ่งแยกเชิงสัญลักษณ์ตนเองในฐานะสิ่งที่ปลอดภัยซึ่งเหมาะกับสังคมสมัยใหม่

นอกจากนี้ Barthes ยังได้ทำการวิเคราะห์ Steak Tartare (อาหารฝรั่งเศส) ชิ้นเนื้อสเต็กที่มีไขดิบวางอยู่ด้านบน อันสื่อความหมายถึงการมีสุขภาพดีจากธรรมชาติและขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณี ส่วนความหมายโดยนัย (connotations) นี้ถูกสร้างเป็นช่วงชั้นของความหมาย โดยสเต็กนี้ แม้อูเหมือนสื่อความหมายถึงความเป็นอเมริกัน แต่อาหารจานนี้ก็สื่อถึงความเป็นชาติฝรั่งเศสอย่างลึกซึ้ง อาหารจานนี้ยังนำเสนอสัญลักษณ์ที่ตัดข้ามชนชั้นทางสังคม ที่เกี่ยวข้องกับการบำรุงเลี้ยงชีวิต ทั้งความแบนรอบที่มีขอบสีเหลือง เหมือนพื้นรองเท้า ความแน่นที่เปรียบเสมือนสีสนของร้านอาหารเล็กๆ และแสดงออกถึงการครัวชั้นสูง (haute cuisine) ผ่านการประดับประดาผักที่ชุ่มชื้นบนขนมปังที่ไหม้เกรียม เนื้อสัตว์ของสเต็กที่เสมือนเนื้อของทหารฝรั่งเศส ที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ เกี่ยวพันกับประวัติศาสตร์ความพยายามทางการทหารของฝรั่งเศส อันแสดงถึงการเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นชาติ (Ashley et al., 2004: p. 5) อย่างไรก็ตามก็ได้ Barthes วิเคราะห์จุดอ่อนในงานของตนว่าไม่สามารถจะอธิบายไวยากรณ์ของอาหาร (grammar of food) ได้อย่างสมบูรณ์แบบและข้อสรุปที่สำคัญในการวิเคราะห์ความหมายต่างๆ ของอาหารนี้เป็นสิ่งที่ไม่เคยหยุดนิ่ง ไม่เคยสมบูรณ์ที่สุดขึ้นกับว่าอาหารจะไปรวมกับสิ่งใด

Barthes ยังตั้งข้อสังเกตอีกว่าในประเทศที่พัฒนาแล้ว จิตสำนึกในการบริโภค (nutritional consciousness) จะถูกมายาคติเป็นตัวกำกับ (mythically directed) ซึ่งเป็นการปรับตัวของมนุษย์ให้เข้ากับสังคมสมัยใหม่ และขณะเดียวกันก็เพิ่มความหลากหลายของพฤติกรรม ที่แสดงออกผ่าน

อาหาร (increasingly diverse range of behaviours in expressed through food) เช่น การทำงาน กีฬา ความพยายาม เวลาว่าง และการเฉลิมฉลอง

Barthes ยังได้วิจารณ์พฤติกรรมการกินอาหารของผู้คนยุคนี้ แบบ Business Lunch ว่าการกินไม่ใช่แค่การกินเพื่อหล่อเลี้ยงชีวิตมนุษย์ แต่กิจกรรมต่างๆ นั้นถูกแสดงออกผ่านการกิน ไม่ว่าจะเป็น กิจกรรม การทำงาน กีฬา ความพยายาม การใช้เวลาว่าง การเฉลิมฉลอง ทุกอย่างถูกแสดงออกผ่านอาหารหมด ซึ่งเรียกสภาวะนี้ว่า polysemia of food characterizes modernity (Beardsworth and Keil, 1999: p. 64) อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ของ Barthes ก็ถูกวิจารณ์จาก Mennell (1985) ว่าขาดการวิเคราะห์มุมมองทางประวัติศาสตร์อย่างเป็นระบบ เป็นเพียงการวิเคราะห์จากสามัญสำนึก

ในปัจจุบันการวิเคราะห์อาหารและกระบวนที่เกี่ยวข้องผ่านแนวคิดในกลุ่มโครงสร้างนิยม (structuralist approach) ที่มองอาหารและกระบวนที่เกี่ยวข้องเป็นภาษาและการสื่อสารนั้น ถูกวิพากษ์ วิจารณ์ว่าเป็นการวิเคราะห์ที่ขาดเชื่อมโยงกับระบบอาหารทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นนิติการผลิตอาหาร นิติการบริโภคอาหารการเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจ การจัดลำดับชั้นองค์กรของสังคมมนุษย์ หรือแนวโน้มอิทธิพลของปัจจัยด้านชีวภาพหรือภูมิอากาศ

ข้อวิจารณ์ที่สำคัญที่สุดมาจาก Mennell (1985) ซึ่งเขานำแนวคิดนี้มาจาก Elias นั่นคือ ฐานความคิดของโครงสร้างนิยมมีพื้นฐานมาจากฐานความคิดของตะวันตก ดังนั้นแม้สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงทุกวัน (เปรียบเสมือนผิวหน้า) แต่โครงสร้างลึกๆ (ไวยากรณ์ / โครงสร้างที่แนวคิดโครงสร้างนิยมพยายามค้นหา) ลงไปกลับไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลย (ซึ่ง Elias เรียกว่า process – reduction) (Beardsworth and Keil., 1999: p.64) ทำให้การวิเคราะห์ในลักษณะนี้ไม่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดของนักวิชาการกลุ่มโครงสร้างนิยม ทั้ง Lévi-Strauss, Douglas และ Barthes ในการวิเคราะห์ความเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในมื้ออาหารและการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของร้านอาหารไทยชั้นนำ

แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างอารยธรรม (Civilization Process)

แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างอารยธรรม (civilization process) ของ Nobeit Elias นั้นมีที่มาจากจากการวิเคราะห์หนังสือสอนมารยาท ประเพณีสมบัตินิติ (etiquette book) ที่ถูกสร้างขึ้นตั้งแต่ช่วงศตวรรษที่ 13-19 ซึ่งเกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนผ่านจากสังคมศักดินา feudalism ไปสู่สังคมแบบ court society ทั้งนี้การเปลี่ยนผ่านที่น่าสนใจที่สุดในทรรศนะของ Elias คือวิธีการที่คนเราจัดการกับร่างกายตนเอง เพื่อเดินทางเข้าสู่การประกอบสร้างร่างกายอันให้ศิวิไลซ์ โดย Elias เห็นว่ากระบวนการสร้างอารยธรรมนี้ดำเนินควบคู่ไปกับการสร้างรัฐ สร้างชาติ (nation state) ในช่วงศตวรรษที่ 11-12

ในช่วงสมบูรณาญาสิทธิราชชนชั้นอำนาจการปกครองสูงสุดอยู่ที่กษัตริย์ที่ควบคุมขุมกำลังสองอย่างที่สำคัญ ได้แก่ อำนาจทางการทหาร และอำนาจในการเรียกเก็บภาษี แต่ในช่วงเวลาต่อมาอำนาจเหล่านี้ก็ถูกโค่นล้มจากชนชั้นกลาง (the bourgeoisie) ภายใต้อารยธรรมแบบประชาธิปไตย

กระบวนการสร้างอารยธรรมนี้ถูกสร้างขึ้นจากเหล่าชนชั้นสูงที่อยู่รอบสถาบันกษัตริย์ ซึ่งอยู่ในรูปของสภาที่ช่วยกษัตริย์บริหารงาน ทั้งที่ก่อนหน้านี้ในยุคขุนนาง พวกเหล่านั้นก็ยังไม่ได้มีการควบคุมร่างกายให้มีความสง่างาม ทั้งนี้ Elias เห็นว่าการคุกคามจากประเทศศัตรูใกล้เคียงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การควบคุมร่างกายของเหล่านั้นเป็นสิ่งจำเป็น

แม้ว่ากษัตริย์จะผูกขาดอำนาจก็ตาม แต่พื้นที่สาธารณะที่เป็นที่ชนชั้นทุกชนชั้นมาพบปะกัน เช่น ตลาด ก็กลับมีมากขึ้นเรื่อยๆ และเพื่อที่จะสร้างความแตกต่าง ชนชั้นกลางเริ่มที่จะควบคุมร่างกายของตน ให้แลดูศิวิไลซ์ ที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กับพัฒนาการของรัฐที่นำสังคมเข้าสู่สังคมแห่งการแบ่งงานกันทำ

การควบคุมร่างกายเหล่านี้จะทำให้สมาชิก court แตกต่างออกไปจากชนชั้นพ่อค้า (เช่น เมื่อเดินอยู่กลางตลาด) และการสร้างร่างกายนี้สามารถสร้างผลสะท้อนที่กว้างไกล สามารถสร้างความแตกต่างทางชนชั้น (social distinction)

นอกจากนี้ Elias ยังได้ทำการวิเคราะห์มารยาทบนโต๊ะอาหาร โดยเขาเห็นว่ากระบวนการสร้างอารยธรรมนี้ มีจุดเริ่มต้นจากการนิยามว่าพฤติกรรมใดบนโต๊ะอาหารที่ถือว่าเป็นสิ่งน่าอาย เช่น การเรอ การผายลม ทั้งที่ในยุคสมัยก่อนหน้านี้ พฤติกรรมเหล่านี้ถือเป็นเรื่องปกติ ซึ่งมารยาทก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเวลาผ่านไป เขายังเห็นอีกว่าความรู้สึกอับอายนี้เองที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญของกระบวนการสร้างอารยธรรมที่ internalised เข้าไปอยู่ในร่างกาย ความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์

อีกประเด็นหนึ่งที่ Elias วิเคราะห์ไว้อย่างน่าสนใจคือการแชร์จานหรือชามอาหารก่อนหน้านี้ ถือเป็นเรื่องปกติบนโต๊ะอาหาร แต่ต่อมาก็กลายเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม ขณะที่ขอบเขตของบุคคลบนโต๊ะอาหารกลายเป็นสิ่งที่ถูกเน้นย้ำมากขึ้น ทั้งนี้ Elias อ้างถึงหนังสือสอนมารยาทในช่วงแรกนั้นยังมีการอธิบายถึงเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่สามารถใช้ร่วมกันได้ หรือใช้มือรับประทานได้ แต่พอมาถึงศตวรรษที่ 17 ทุกๆ อย่างก็ถูกจำแนกไว้เป็นส่วนบุคคล อีกทั้งเครื่องมือที่ใช้ในการรับประทานอาหารก็มีจำนวนมากขึ้น ทั้งนี้ นอกจากขอบเขตระหว่างบุคคลบนโต๊ะอาหารจะเพิ่มขึ้นแล้วขอบเขตระหว่างคนกับอาหารที่ถูกบริโภคก็เพิ่มมากขึ้นด้วย ทั้งนี้ Elias เห็นว่าที่มาของมารยาทบนโต๊ะอาหารนี้ล้วนมีเหตุมาจากเรื่องสุขภาพและอนามัย (healthy and hygiene) แต่ขณะเดียวกันมันก็สร้าง social distinction และพลังให้กับ court society (Ashley et al., 2004: pp. 46-51)

นอกจากนี้ Elias ยังเห็นว่ามารยาทบนโต๊ะอาหารยังเป็นเครื่องมือในการควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างชายหญิง และยังมีกำหนดด้วยว่าเพศหญิงไม่ควรกินอะไร เช่น อาหารเรียกน้ำย่อยเป็นอาหารที่เพศหญิงไม่ควรกิน หรือเพศหญิงไม่ควรกินชีสระหว่างอาหารมื้อค่ำ

อย่างไรก็ดีสำหรับแนวโน้มวัฒนธรรมการบริโภคในปัจจุบันนั้นความเคร่งเครียดของระเบียบแบบแผนในการกินอาหาร หรือการกินอาหารในลักษณะที่เป็นมื้ออาหารจะน้อยลง แต่ผู้คนจะหันมาบริโภคอาหารที่เป็นลักษณะอาหารกินเล่น (หรืออาจเป็นสิ่งที่ไม่เคยถูกพิจารณาว่าเป็นอาหารมาก่อน) มากขึ้น เช่น ของหวาน เครื่องดื่มแบบซอร์พดริงค์ หรือแอลกอฮอล์

ในงานวิจัยขั้นนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างอารยธรรมมาใช้ในการวิเคราะห์แบบแผนในการบริโภคในมื้ออาหารในร้านอาหารไทยชั้นนำ

แนวคิดเรื่องฮาบิตัส (Habitus) ในการบริโภคอาหารของชนชั้นต่างๆ

ฮาบิตัส (habitus) หมายถึง ความโน้มเอียงของอุปนิสัย (disposition) ซึ่งรวมทั้งวิธีการใช้ร่างกาย วิธีคิด รสนิยม การกระทำ อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ ของปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มที่อยู่ใน social field แต่ละประเภท (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 589) ในงานวิจัยชิ้นนี้จะสนใจเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในการบริโภคอาหารของชนชั้นต่างๆ โดยในหัวข้อเรื่อง "The habitus and the space of life-styles" ของหนังสือ Distinction ของ Bourdieu นั้นส่วนหนึ่งได้บรรยายถึงรสนิยมในการกินอาหารของชนชั้นกรรมาชีพและกรรมกรภายใต้วิถีชีวิตในระบบทุนนิยมของสังคมสมัยใหม่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การบริโภคอาหารของชนชั้นกรรมาชีพ

อาหารเน้นที่ความอุดมสมบูรณ์ มีความอิสระในด้านรูปแบบการจัดวาง และชนิดของอาหาร หลีกเลี่ยงการนับจำนวนและการชั่งตวงวัดที่ตายตัว

การรับประทานอาหารของชนชั้นกรรมาชีพไม่มีการแบ่งแยกระหว่างห้องรับประทานอาหารกับห้องครัว ซึ่งห้องครัวนั้นมักถูกใช้เป็นที่สำหรับคนรับใช้หรือเด็กๆ ไว้สำหรับรับประทาน

ในการรับประทานอาหารไม่มีการลำดับประเภทอาหารอย่างตายตัว ต่อเนื่อง เช่น ไม่จำเป็นต้องเสิร์ฟอาหารคาวก่อนอาหารหวาน แต่ทุกอย่างจะถูกนำไปวางที่โต๊ะพร้อมกัน ซึ่งช่วยให้ไม่ต้องเดินไปมาหลายเที่ยว การนำอาหารมาวางพร้อมกันนี้ในสายตาคนภายนอกอาจมองว่าสกปรกหรือไร้ระเบียบ แต่สำหรับพวกเขาเป็นสิ่งที่มีความหมาย เพราะเป็นการประหยัดแรงงาน ด้วยเหตุผลนี้ เมื่อกาแฟถูกเสิร์ฟ ซอซกาน่าแค้นเดียวก็จะถูกเวียนใช้กันให้ทั่ว เพื่อที่จะไม่ต้องล้างซอซกาน่าหลายคัน แต่วิธีการแบบนี้จะใช้เฉพาะเมื่ออยู่ในบ้าน หรือเป็นคนบ้านเดียวกัน หรือคนที่รู้สึกเป็นกันเองเท่านั้น หรือในการรับประทานขนมหวาน ขนมหวานจะถูกหยิบมาวางในงานที่ฉีกมาจากกล่องขนมเค้ก และเพื่อนบ้านที่ได้รับเชิญมาก็จะได้รับแจกกล่องขนมเค้กนั้นด้วย ซึ่งแสดงถึงความเป็นครอบครัวเดียวกัน หรือเมื่อเปลี่ยนประเภทของอาหารก็อาจไม่มีการเปลี่ยนจาน เช่น จานใส่ซุสจะถูกเช็ดด้วยขนมปังแล้วนำไปใส่อาหารอย่างอื่นได้อีก การเปลี่ยนจานจะเกิดขึ้น เมื่อหญิงเจ้าของบ้านต้องการที่จะอวดจานซึ่งเป็นของขวัญชิ้นใหม่ และอาจใช้กลยุทธ์เปลี่ยนจานนี้เพื่อไล่แขกที่ไม่เป็นที่ต้องการ โดยปฏิบัติต่อแขกเหมือนเป็นคนแปลกหน้า หรืออาจใช้วิธีไม่หัวเราะไปกับมุขตลกของพวกเขา หรือแกล้งดูเด็กๆ เพื่อประชดพดติกรรมพวกเขา

ภายใต้รูปแบบการรับประทานอาหารที่เรียบง่าย ธรรมดาของชนชั้นกรรมาชีพนี้ พวกเขา มองว่าเป็นรากฐานของเสรีภาพ (liberties) ให้ความรู้สึกว่าไม่ถูกควบคุม กัดค้น หรือกดบังคับ เพราะการกินเป็นความจำเป็นพื้นฐานที่แสดงให้เห็นว่าครอบครัวเป็นปริมาณแห่งอิสรภาพ ปฏิสัมพันธ์จะมีแต่ความจริงใจ ไม่เสแสร้ง ตรงไปตรงมา เป็นความสนิทสนมที่คุ้นเคยเป็นกันเอง หรืออาจมีความหมายอย่างอื่นที่ต่างไปจากธรรมดา (สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต: 2553: หน้า 118)

นอกจากนี้เพศที่ต่างกันยังมีลักษณะการเลือกรับประทานอาหารที่ต่างกันด้วย ขึ้นกับทัศนคติที่มีต่อร่างกายและผลกระทบของอาหารที่มีต่อร่างกาย ชนชั้นกรรมาชีพเพศชายนั้นจะให้ความสนใจต่อร่างกายที่แข็งแรงมากกว่ารูปร่าง ดังนั้นจึงมักเลือกกินอาหารที่มีราคาถูกและให้พลังงานมาก โดย

จะมีการควบคุม หรือเลือกกินอาหารบางอย่าง เช่น อาหารจำพวกปลาจะถูกมองว่าไม่เหมาะกับผู้ชาย เพราะเป็นอาหารที่กินไม่อิม ไม่อยู่ท้อง เป็นอาหารสำหรับคนป่วยและเด็ก และผู้ชายนั้นไม่สามารถที่จัดการกับวิธีการในการกินปลา วิธีการกินปลานั้นต้องระมัดระวัง อดทน กินคำเล็กๆ เคี้ยวด้วยปาก ช่วงหน้าด้วยปลายฟัน เพราะมีก้าง ขณะที่วิธีการกินของผู้ชายนั้นจะกินคำโตเต็มปาก ผู้ชายจะกิน และต็มมากกว่าผู้หญิง และกินอาหารประเภทอาหารหนัก อย่างเนื้อสัตว์ ที่ทำให้ร่างกายแข็งแรง มีเลือด มุขภาพดี ผู้ชายจะต็มเหล่า 2 แก้ว เพื่อช่วยการเจริญอาหาร และปล่อยให้อาหารประเภทชิ้น เล็กชิ้นน้อย เช่น บิสกิต เป็นของเด็กและผู้หญิง ขณะที่ผู้หญิงจะต็มเหล่าเพียงเล็กน้อย กินผักดิบ มากกว่าผู้ชาย และ กินอาหารประเภทเนื้อสัตว์ในสัดส่วนที่น้อยกว่าผู้ชาย

การบริโภคอาหารของชนชั้นกระฎุมพี (The bourgeoisie)

อาหารที่ชนชั้นกระฎุมพีรับประทานนั้นเป็นอาหารที่มีราคาแพง ใช้เวลา และความเอาใจใส่ ในการจัดเตรียม อาหารจึงเป็นประเภทต้มเคี้ยว ปิ้ง หรือย่าง เหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะสตรีในชนชั้น กระฎุมพีนั้นมีเวลามากกว่าสตรีจากชนชั้นกรรมาชีพ และอาจมีคนรับใช้มาช่วยทำงานบ้าน หรือ ถ้าหากต้องการที่จะประหยัดเวลาและแรงงาน ของที่นำมารับประทานก็จะมีแคลอรีต่ำ อย่างอาหาร จำพวกสลัด อาหารแช่เย็น โยเกิร์ต และผลิตภัณฑ์จากนมชนิดต่างๆ สิ่งที่บริโภคเน้นคุณภาพมากกว่า ปริมาณ (Bourdieu, 1989: p.196)

อาหารชนชั้นกระฎุมพีมีรูปแบบการรับประทานที่มีจังหวะจะโคน ประณีต บรรจง พิถีพิถัน และมีพิธีรีตอง เช่น จะต้องรอจนคนสุดท้ายได้รับการเสิร์ฟอาหารจึงจะเริ่มรับประทาน มีการ ช่วยเหลือกันและกันในการเสิร์ฟอาหาร ตักอาหารอย่างสุภาพนุ่มนวล ไม่แสดงความอยากจนเกินพอดี มีขั้นตอนในการเสิร์ฟที่แน่นอน อาหารได้รับการแยกประเภทตามลำดับ เช่น เสิร์ฟปลาคู่กับเนื้อ เนย กับขนมหวาน และก่อนที่เสิร์ฟขนมหวาน งานขนมทุกอย่างจะถูกนำออกไปจากโต๊ะ รวมทั้งขวดใส่ เกลือ และจะเสด็จอาหารไปจนสะอาด จึงจะเสิร์ฟขนมหวาน

ชนชั้นกระฎุมพีมีแบบแผนการบริโภคในลักษณะนี้ ทั้งในบ้านและนอกบ้าน ทั้งใน ชีวิตประจำวัน และในโอกาสพิเศษ พวกเขาเชื่อว่าแบบแผนในการบริโภคของพวกเขาเป็นจริยวัตร อันดีงาม เป็นการขัดเกลาทางสุนทรีย์ะ ทั้งในด้านอากัปกิริยา วิธีการรับประทานอาหาร การตกแต่ง สถานที่ที่สวยงาม การจัดระเบียบอาหารด้วยการแบ่งแยกอย่างเข้มงวด เน้นเรื่องลำดับของอาหารแต่ ละประเภท การจัดวางให้ชวนมอง ภาชนะที่ถูกนำมาใส่อาหารนั้น ก็จะพิจารณาด้ำนรูปทรงและสี สัน ราวกับกำลังเนรมิตผลงานทางศิลปะ

ขณะรับประทานอาหารต้องควบคุมกริยามารยาทให้งดงาม รู้วิธีการเสิร์ฟอาหารให้ตนเอง และผู้อื่น มีการใช้เครื่องครัวที่ต่างกัน การจัดที่นั่งต้องรอบคอบเรื่องลำดับชั้นตามสถานภาพ ขณะ รับประทานอาหารต้องระวังและตรวจสอบการกระทำของตนที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย เช่น น้ำเสียง ความเร่งรีบ ทั้งนี้ถือว่าผู้ที่ทำตามใจตนเองด้วยการตอบสนองความพึงพอใจในด้านอาหาร และเครื่องต็มนั้น ถือเป็นความหยาบกระด้าง

ทั้งนี้แม้ในสายตาของชนชั้นอื่นนั้น แบบแผนการบริโภคของชนชั้นกระฎุมพีจะดูยุ่งยากแต่ พวกเขาจะรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เป็นสิ่งที่ควรทำและเต็มใจที่จะทำ พวกเขาจะรู้สึกถึง ความงดงาม มีสง่าราศี ปลอดภัยและนุ่มนวล (สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต: 2553: หน้า 120)

ในงานวิจัยชิ้นนี้จะนำแนวคิดฮาบิตัส (Habitus) ของ Bourdieu ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในการบริโภคอาหารของชนชั้นต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์แบบแผนในการบริโภคที่เกิดขึ้นในร้านอาหารไทยชั้นนำ

แนวคิดเกี่ยวกับการรับประทานอาหารนอกบ้าน (Eating Out)

ภัตตาคารไม่ใช่แค่สถานที่ที่ผู้คนเข้าไปรับประทานอาหาร Bell และ Valentine เห็นว่าการไปรับประทานอาหารนอกบ้านที่ภัตตาคาร คือ ประสบการณ์ในการบริโภคโดยรวมทั้งหมด (a total consumption package) ไม่ใช่แค่การกินดื่ม แต่เป็นประสบการณ์โดยรวมทั้งหมด (whole experience) (1997: 125 cited in Ashley et al., 2004: p.143) บรรยากาศของร้านอาหารกลายเป็นสิ่งที่สำคัญพอๆ กับอาหาร ซึ่งสามารถดูได้จากความคิดเห็นของลูกค้านอกบ้านที่ร้านอาหารที่หย่อนไว้ในกล่องแสดงความคิดเห็น

การออกแบบและการดูแลจากบริการ (staff) กลายเป็นเรื่องสำคัญ เพราะภัตตาคารกลายเป็นวิถีใหม่ของการใช้เวลาว่างในยามเย็นของผู้คน สิ่งสำคัญที่ภัตตาคารมอบให้กับลูกค้า คือ “การออกแบบ สไตล์ และการให้ประสบการณ์แก่ลูกค้า (consumer experience)”

การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมบริโภคเช่นนี้สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยเข้าสู่ยุค post- fordism ร้านอาหารที่มีธีม (themed restaurant) เริ่มมีจำนวนเพิ่มขึ้นในตลาด niche market ความพึงพอใจในตัวร้านอาหารนั้น ไม่จำกัดอยู่เพียงรสชาติของอาหารอีกต่อไป แต่รวมไปถึงกิจกรรมของลูกค้าที่ทางร้านมอบให้ด้วย ประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับกลายเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เช่น ภัตตาคารในสหรัฐอเมริกาที่มาประสบความสำเร็จในอังกฤษอย่าง Dave and Buster’s ที่มาเปิดดำเนินการในปี 1993 แนวคิดของร้านนี้คือ play for fun ทางร้านขายเบอร์เกอร์ มันฝรั่งทอด ที่ลูกค้าสามารถที่จะเลือกเล่นคาสีโน สนามกอล์ฟจำลอง และอื่นๆ ไปด้วย

การแสดง (performance) ถือเป็นลักษณะหนึ่งที่ร้านค้าให้ประสบการณ์กับลูกค้า (restaurant experience) ในยุคแรกๆ ถือเป็นกิจกรรมหนึ่งขณะรอคอยการทำงานของบริการในธรรมเนียมของภัตตาคารชั้นสูง ขณะที่บริการทำหน้าที่เปลี่ยนชุดอาหาร ทำความสะอาดโต๊ะ เช่น อาจจะเป็นการเอาจุกไวน์ออกจากขวดไวน์แล้วสูดกลืนไวน์ของบริการ หรือในปัจจุบันการทำอาหารของพ่อครัวก็ได้กลายเป็นการแสดง ผ่านการออกแบบครัวแบบเปิดให้ลูกค้าได้ชมกรรมวิธีในการทำอาหารไปด้วย ขณะที่นั่งรอและรับประทานอาหาร (Ashley et al., 2004: p.144)

กระบวนการเตรียมอาหาร (preparation process) ซึ่งเคยอยู่แต่ในครัว กลายมาเป็นสิ่งที่เป็นการแสดงได้ เนื่องจากเป็นความงามในการมองเห็นอาหาร (visual aesthetics of food) ที่เริ่มมีความสำคัญมากขึ้น และขณะเดียวกันเชฟเริ่มอยู่ในฐานะของศิลปิน (artist) ภัตตาคารชั้นนำในลอนดอนอย่าง Connaught เริ่มมีโต๊ะสำหรับพ่อครัวในครัว เกิดเชฟคนดังอย่าง Gordon Ramsay หรือหากเราอ่านคอลัมน์วิจารณ์อาหารต่างๆ ในร้านอาหาร ก็จะได้เห็นว่าผู้เขียนให้ความสำคัญกับ “Total Experience” ที่เขาได้รับจากทางร้าน

ตัวอย่างของประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากร้านอาหารใน Sharrow Bay Hotel ในเขต Lake District ของอังกฤษคือ อาหารอังกฤษแบบประณีตสไตล์คันทรี่ ห้องอาหารที่เป็นทางการ ฝ้าคลุมโต๊ะที่ลงแป้ง จานชามที่เนื้อกระเบื้องมีคุณภาพสูง การบริการที่ได้รับความเอาใจใส่ตลอดเวลา

แต่ก็ไม่ใช่การกดดันลูกค้า ซึ่งแน่นอนว่าราคาอาหารต่อมื้อก็จะมีราคาสูงตามไปด้วย บางครั้งอาจเท่ากับค่าอาหารของครอบครัวหนึ่งตลอดทั้งสัปดาห์

อย่างไรก็ดี Roy C. Wood ได้ตั้งข้อสังเกตต่อวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารนอกบ้านว่า องค์ประกอบของภัตตาคารในด้านดีไซน์หรือการตกแต่งนั้นปิดบังความจริงที่ว่าอาหารในภัตตาคารต่างๆ นั้นเริ่มต้นที่จะเหมือนๆ กัน ความใหม่ นวัตกรรมอะไรก็แล้วแต่ที่ภัตตาคารอ้างถึงนั้นเริ่มมาจากปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับอาหาร แต่เป็นบริบทที่อาหารนั้นถูกเสิร์ฟ และคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากบริบท การรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านเริ่มกลายเป็นสิ่งที่ถูกทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีลักษณะที่เหมือนเป็นงานประจำ (standardized and routinized) Wood มองว่าการที่ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการรับประทานอาหารเย็นนอกบ้านนั้นเป็นเพียงภาพลวงตา เพราะไม่ว่าจะร้านไหนก็ถูกทำให้เหมือนๆ กันไปหมด

ความเป็นมาตรฐานของร้าน (standardized)

ในบทความ Eating Out ได้อธิบายถึงมาตรฐานทางการครัว โดย Wood อธิบายว่ายิ่งร้านอาหารให้ความสำคัญกับบรรยากาศของร้าน การออกแบบ และการแสดง (performance) ก็แสดงว่าร้านอาหารให้ความสำคัญกับ standardized เท่านั้น โดยเขาได้ตั้งข้อสังเกตว่า ความรู้สึกของความแปลกใหม่ เป็น innovation หรือ real difference อาจมาจากปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับอาหาร อาจเป็นบริบทที่อาหารถูกเสิร์ฟ หรือคุณค่าที่ส่งมอบแก่ผู้บริโภคที่มีต่อบริบทนั้นๆ (Ashley et al., 2004: p.145)

มาตรฐานของร้านอาหารนี้อาจนิยามได้จากคำกล่าวของ John Russell ไว้ใน The Book of Nurture (1460) ว่า “ผ้าปูโต๊ะของคุณสะอาด และหอมดีหรือไม่ มีดวาววับและช้อนล้างเกลี้ยงหรือไม่”

การรับประทานอาหารนอกบ้านกับการสร้างความแตกต่าง (distinction)

ความพึงพอใจในการรับประทานอาหารนอกบ้านนั้นถูกมองว่ามาจากความแตกต่างที่ได้รับจากการรับประทานอาหารในบ้าน การหลุดออกไปจากกิจวัตรประจำวันที่คุ้นเคย การไปรับประทานอาหารนอกบ้านจึงเป็นสิ่งที่พิเศษ

ในอีกแง่หนึ่งการรับประทานอาหารนอกบ้านถูกมองว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวตนและสถานะทางสังคม (self and social status) ดังที่ Bourdieu ได้อธิบายถึงบทบาทของวัฒนธรรมอาหารที่สัมพันธ์กับการ distinction ของชนชั้น

Warde and Martens (Ashley et al., 2004: p.148) ได้สรุปว่าการรับประทานข้าวนอกบ้านเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ field of distinction ที่สร้างขอบเขตให้กับสถานะผ่านการแสดงออกถึงรสนิยม

สื่อได้บัญญัติศัพท์ของผู้ที่มีความพึงพอใจในรสชาติอาหารว่า “the foodie” ซึ่งมักเป็นชนชั้นกลางใหม่ผู้ซึ่งต้องการจะเปลี่ยนแปลงชนชั้นของตนใหม่ผ่านงานอดิเรกแบบสุขนิยม ดังที่ Michael Winner นักเขียนคอลัมน์ Winner’s Dinners ในหนังสือพิมพ์ Sunday Times เคยได้ทำการวิเคราะห์วิถีชีวิตของพวก foodie ในการสร้างทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เช่น จะต้อง

รับประทานอาหารจากฝีมือของเหล่าเชฟคนดัง (superstar chef) แล้วอาหารที่รับประทานนั้นจะต้องมีอะไรบ้าง เช่น main course ควรเป็นหัวหมูกับมันบด และเนื้อส่วนต่างๆ ของหมู ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของการนำเอาอาหารเรียบง่ายในชนบทที่มีราคาไม่แพงมาประกอบสร้างให้แลดูมีรสนิยมสื่อถึงความทันสมัยมากขึ้น นอกจากนี้ยังต้องมีไวน์ที่มีราคาแพง เช่น Mouton Rothschild ปี 1986 เพื่อแสดงว่าตนเองนั้นมีทั้งทุนทางเศรษฐกิจ (มีเงินจ่ายค่าอาหารราคาแพง) และทุนทางวัฒนธรรม (มีความรู้ในการเลือกไวน์)

ในบทความ “Eating Out” นี้ยังระบุว่ามารยาทบนโต๊ะอาหาร (table manners and social etiquette) ก็เป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างให้คนเรา distinction ออกจากคนอื่นๆ รหัสทางวัฒนธรรมต่างๆ เหล่านี้ถูกใส่ไว้ในแบบแผนการบริโภคอาหารมือเย็นนอกบ้าน (Ashley et al., 2004: pp.149-150)

การรับประทานอาหารนอกบ้านนั้นถูกมองว่าเป็น การ distinction ของชนชั้นกลาง ซึ่งหากมองย้อนกลับไปในประวัติศาสตร์การครัวแล้ว การรับประทานอาหารนอกบ้าน หรือ ดินเนอร์นั้น มีที่มาจากวัฒนธรรมของพวกกรรมพีในฝรั่งเศส ก่อนการปฏิวัติ ชนชั้นกรรมพีนั้นมุ่งที่จะเลียนแบบวิถีชีวิตของชนชั้นสูง เมื่อชนชั้นกรรมพีเหล่านี้มีอำนาจมากขึ้น พวกเขา ก็พัฒนาธรรมเนียมในการบริโภคของตัวเอง ภัตตาคารในปารีส ถูกมองว่าเป็นที่รวมตัวกันของเหล่าชนชั้นนำ (elite) เหตุที่ปารีสเป็นศูนย์กลาง ก็เพราะเมื่อชนชั้นสูงล่มสลาย พวกพ่อครัวต่างๆ ที่เคยอยู่ในวังก็มาเปิดร้านอยู่รอบๆ ปารีส และปารีสในขณะนั้นก็เป็นศูนย์กลางการครัวและวัฒนธรรม เนื่องจากตัวแทนสถานทูตต่างๆ ต่างมาตั้งสำนักงานอยู่ที่ปารีสกันเป็นจำนวนมาก

ความจริงแท้และการทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Authenticity and standardisation)

ความจริงแท้และความมีมาตรฐานนี้เป็นหัวใจสำคัญของวัฒนธรรมอาหารในปัจจุบัน ภัตตาคารอาหารเปรียบเสมือนสถานที่ที่เป็นเพชรเม็ดเล็กที่ส่งมอบความเป็นสเปน โพรวองซ์ หรือทัสคานี ให้แก่ผู้บริโภค มาตรฐานที่ภัตตาคารชั้นสูงเหล่านี้มอบให้แก่ผู้บริโภค ห่างไกลจากมาตรฐานที่ผู้บริโภคได้รับจากร้านแมคโดนัลด์หรือพิซซาฮัท

“authenticity” ในบทความนี้ผู้เขียนยกตัวอย่างภัตตาคารที่ประสบความสำเร็จในลอนดอน 2 แห่งที่สามารถสื่อถึงความ Authenticity ได้แก่ Belgo ร้านเบียร์เบลเยียม และร้าน La Tasca ร้านทาปาสจากสเปน

ในร้าน Belgo พนักงานของร้านจะแต่งกายคล้ายนักบวช ส่วน La Tasca ก็ตกแต่งร้านที่ให้บรรยากาศเหมือนอยู่ในสเปน นอกจากนี้ยังมีเทรนของการที่เชฟ เป็นเจ้าของภัตตาคารอีกด้วย ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของการส่งมอบความเป็น authenticity ให้กับผู้บริโภค

อย่างไรก็ดี Hugh Fearnley – Whittingstall (1999) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารเย็นที่ภัตตาคารนั้นดูเหมือนจะลดลง สวนทางจำนวนที่เพิ่มขึ้นของภัตตาคารที่ถูกจัดว่าได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะลูกศิษย์ของเชฟคนดัง (ซึ่งก็มีจำนวนไม่มาก) ซึ่งก็มีมาตรฐานและทัศนคติในการทำอาหารไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเขามองว่าความมีมาตรฐานเหล่านี้กลับทำให้คุณค่าของการรับประทานอาหารในภัตตาคารเพื่อสร้างความแตกต่างนั้น กลับเลือนหายไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับการรับประทานอาหารนอกบ้านข้างต้น ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์รูปแบบการรับประทานอาหารแบบดินเนอร์ที่ปรากฏในร้านอาหารไทยชั้นนำ

ความหมายของอาหาร

ทรรศนะนักวิชาการด้านสังคมศาสตร์หลายคน มีความเห็นสอดคล้องไปในทางเดียวกันว่าอาหารคือ “ผลผลิตแห่งธรรมชาติที่ถูกแปลงให้เป็นวัฒนธรรม” (cultured nature) ไม่ว่าจะเป็น Tony Miller and Alec McHoul (1998) ที่ได้อธิบายว่าอาหารขึ้นอยู่กับพรมแดนระหว่างความเป็นธรรมชาติและความเป็นวัฒนธรรม เพราะอาหารที่มนุษย์ “เลือก” ใส่ปากและกลืนสู่ร่างกาย จะมีทั้งส่วนที่สนองความต้องการทางชีวภาพ และส่วนที่สร้างลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม (สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 4) หรือ de Certeau et al. (1998) ที่ได้ขยายความในประเด็นนี้เพิ่มเติมว่า มนุษย์นั้นไม่เคยเสพอาหารในลักษณะที่เป็นธรรมชาติล้วนๆ แม้ผลไม้จะเติบโตมาจากต้น แต่ต่างก็ล้วนเป็นผลไม้หรือผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความหมายเชิงวัฒนธรรม (culture foodstuff) แทบทั้งสิ้น เพราะแม้จะไม่ได้จัดเตรียมอาหาร แต่เพียงแค่ตระหนักว่าสิ่งใดกินได้ สิ่งใดกินไม่ได้ ก็เท่ากับว่าได้ยกระดับวัตถุที่มีตามธรรมชาติให้กลายเป็นอาหารในเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ในแต่ละสังคมที่แตกต่างกัน อาหารแต่ละชนิดก็จะถูกลงรหัสค่านิยม กฎเกณฑ์สังคม และระบอบสัญลักษณ์ ที่แตกต่างกันออกไปด้วยเช่นกัน (สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 182)

อาหารยังเป็นสัญลักษณ์อีกด้วย การแบ่งว่าอะไรกินได้ (edible) และกินไม่ได้ (inedible) นั้นก็สัมพันธ์กับหลักการของความสัมพันธ์คู่ตรงข้าม (binary opposition) ตามแนวคิดของนักทฤษฎีในกลุ่มโครงสร้างนิยม ซึ่งเป็นหลักการเกี่ยวกับการแบ่ง us-them/ same-other / inside-outside / good-bad / culture-nature ทั้งนี้ Falk (1991) เห็นว่าสิ่งที่บอกเราว่าอะไรกินได้หรือกินไม่ได้ไม่ใช่มาจากเรื่องความปลอดภัยในชีวิตเราอย่างเดียว เช่น เป็นอาหารมีพิษ กินแล้วอาจตายหรือเจ็บปวดได้ แต่อาจเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดขึ้นจากสังคม วัฒนธรรมนั้นๆ เช่น ในสังคมอังกฤษหรืออเมริกันจะไม่รับประทานเนื้อม้า แต่ในสังคมญี่ปุ่นแล้วการรับประทานเนื้อม้าเป็นเรื่องปกติ หรืออาจจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ความเชื่อ เช่น ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม หรือยิวดาอิส (Judaism) ก็จะไม่รับประทานเนื้อหมู

นอกจากนี้อาหารยังสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดสุขนิยม (hedonism) อาหารบางชนิดมีความหมายเชิงอำนาจมากกว่าความพึงพอใจในรสชาติ เป็นสัญลักษณ์ของความหรูหรา การปรนเปรอตนเอง แต่ในด้านหนึ่งก็กลับให้ความรู้สึกผิด พอๆ กับการให้ความพึงพอใจ เช่น การกินช็อกโกแลตในด้านหนึ่งก็สร้างความพึงพอใจให้แก่มนุษย์ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็สร้างความรู้สึกวิตกกังวลจากปัญหาทางสุขภาพหากบริโภคไปจนมากเกินไป ขณะเดียวกันอาหารยังเชื่อมโยงกับการให้รางวัล การให้ของขวัญเป็นอาหารถือเป็นรางวัล การแสดงความชื่นชมยอมรับ (ในวัฒนธรรมตะวันตกร้านอาหารลูกกวาดมีบทบาทในฐานะสถานที่ที่รวบรวมรางวัลอันหลากหลายที่ผู้ใหญ่จะมอบให้แก่เด็ก)

ขณะที่ สมสุข หินวิมาน (2545, หน้า 5) เห็นว่าในชีวิตประจำวันของคนเรานั้น ปฏิบัติการแห่งวัฒนธรรมอาหารทำงานทั้งในเรื่องของ “อารมณ์” (emotion) และ “อำนาจ” (power) โดยจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับมนุษย์ใน 3 ระดับ คือ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับครอบครัว และระดับชุมชนหรือสังคม

ในระดับปัจเจกบุคคล อาหารก็ได้เข้าไปมีความสัมพันธ์ทั้งในด้านอารมณ์และเหตุผล ทั้งนี้ Mintz (1996) เห็นว่า อาหารเป็นเรื่องของอารมณ์ (sensual) มากกว่าเหตุผล (reasoning) เพราะอาหารจะมีมิติของรูป รส กลิ่น เสียง และการสัมผัส อาหารมีมิติของจินตนาการ และมิติทางความรู้สึก ดังนั้นอาหารจึงสามารถผูกโยงอารมณ์อันหลากหลายของมนุษย์ ทั้งอารมณ์รัก อารมณ์เศร้า

ในด้านอำนาจ ด้านหนึ่งอาหารมีอำนาจเหนือมนุษย์ เมื่อไม่ได้กินมนุษย์ก็โหยหา เมื่อได้กินแล้ว ในด้านดี อาหารช่วยมนุษย์มีกำลังวังชา บำรุงร่างกายให้สวยงาม แต่ในด้านลบ อาหารสามารถทำให้เกิดอาการจุกเสียดแน่นท้อง เผ็ดร้อนในคอและอาจเป็นบ่อเกิดของโรคต่างๆ ทั้งนี้ยังมีการตั้งข้อสังเกตด้วยว่า ช่วงเวลากินของมนุษย์ถือเป็นช่วงเวลาที่เราอ่อนแอมากที่สุด เพราะอำนาจของตนถูกลดทอนด้วยอำนาจของอาหาร แต่มนุษย์เราก็มีอำนาจเหนืออาหารผ่าน การเลือกอาหาร การหยิบ การเคี้ยว การกลืน การย่อย หรือการสั่งอาหาร ดังนั้นความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างอาหารกับปัจเจกบุคคลเป็นลักษณะสองทางเสมอ (dialectic) (สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 175-176)

ในระดับครอบครัว อาหารมีความสัมพันธ์ทั้งในเชิงอารมณ์และอำนาจเช่นเดียวกัน ในส่วนของอารมณ์ อาหารเป็นส่วนหนึ่งของการต่อยอดระบบเครือญาติ ดังที่ Carole M Counihan (1999) ตั้งข้อสังเกตว่า การป้อนอาหาร (feeding) เป็นช่องทางสำคัญที่ทั้งทารกและเด็กๆ จะได้เรียนรู้กฎ กติกา มารยาทของสังคม และสร้างบุคลิกตัวตนผ่านสายสัมพันธ์ทางเครือญาติ ส่วนในความสัมพันธ์เชิงอำนาจนั้น การกินอาหารร่วมกันของครอบครัวไม่ใช่เป็นแต่พื้นที่แสดงความรักความสัมพันธ์ที่มีต่อกันเท่านั้น แต่อาจเป็นพื้นที่ของการแสดงอำนาจระหว่างกันของสมาชิกในบ้าน โดยมีการต่อรองผลประโยชน์ มีการทะเลาะเบาะแว้ง และมีการผลิตกลไก ในการสลายความขัดแย้ง (สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 176-177)

ในระดับชุมชนหรือสังคม ในเชิงอารมณ์ อาหารจะเกี่ยวพันกับเรื่องอัตลักษณ์ (identity) เพราะขณะที่อาหารเชื่อมต่อกับโลกภายนอกกับโลกภายในที่เป็นร่างกายของเรา อาหารก็ได้ขัดเกลา (socialize) และผนึกอารมณ์หรือความรู้สึกนึกคิด (incorporate) ให้ปัจเจกบุคคลสำนึกในอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มสังคม (collective identity) (สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 176-177) ดังเช่นที่เราจะได้เห็นในงานประเพณีในวัฒนธรรมใดก็ได้ก็ตาม อาหารถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญเสมอ

ความหมายของการกิน

การกินมิได้มีความหมายในเชิงชีวภาพเพื่อหล่อเลี้ยงร่างกายมนุษย์เท่านั้น แต่การกินยังมีความหมายในเชิงสังคม ดังที่นักวิชาการสายสังคมศาสตร์ได้แสดงทรรศนะไว้ดังนี้

Luce Giard (ใน The Practice of Everyday Life ของ Michel de Certeau et al (1998) อ้างใน สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 173) ได้อภิปรายถึงการกินในชีวิตประจำวันว่า การกินเป็นกระบวนการที่หลอมมาจากความทรงจำตั้งแต่วัยเยาว์ ดังนั้น เมื่อเรากินอาหาร เราจะซึมซับความทรงจำต่างๆ ในอดีตที่สังคมพยายามสืบทอดรักษาไว้ การกินจึงไม่ได้เป็นเพียงแค่การย่อยอาหาร แต่ยังหมายถึงการอิมเมมกับความรู้สึกนึกคิดทางสังคมไว้ในขณะเดียวกัน

ขณะที่ Mintz (1996) เห็นว่า การกินเป็นช่วงเวลาที่เปิดโอกาสให้ความเป็นมนุษย์ได้ถอยกลับไปใกล้เคียงกับความเป็นสัตว์มากที่สุด แต่มนุษย์จะพยายามซ่อนเร้นสัญชาตญาณของตนไว้ ด้วย

การยกระดับ “การกิน” ให้กลายเป็นวัฒนธรรมขึ้นมา “การกินแบบคน” จึงไม่ใช่เหตุผลทางชีวภาพล้วนๆ แต่เป็นกิจกรรมที่มีความหมายเชิงสังคมอันซับซ้อน

นอกจากนี้ Mintz ยังเห็นว่าการกินแบบคน ต่างจากการกินแบบสัตว์ ดังนี้

(1) “การกินแบบคน” เป็นการกินที่มีประวัติศาสตร์ มีอดีต มีที่มา ที่ไป

(2) “การกินแบบคน” มีการประยุกต์เทคนิควิธีการมากมาย ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก การขนส่ง การกิน

(3) “การกินแบบคน” ถูกกำหนดขึ้นด้วยความหมายหรือสัญลักษณ์เชิงวัฒนธรรม เช่น การกินแบบชาววังย่อมมีแบบแผน พิธีรีตองมากกว่าการกินแบบชาวบ้าน (สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 173-174)

ในทฤษฎีของ Pasi Falk (1994) การกินอาหารเข้าสู่ปากของมนุษย์นั้น เป็น “พื้นที่แห่งการตัดสินคุณค่า” (side of judgement) เริ่มจากการตัดสินว่าจะเลือกอะไรเข้าปากตัวเอง โดยจะมีการแยกแยะตั้งแต่ระดับของสิ่งที่กินไม่ได้ (inedible) สิ่งที่ยากแต่ไม่น่ากิน (disgusting) สิ่งที่ยากได้ เป็นปกติธรรมดา (edible) สิ่งที่น่ากิน (delectable) และสิ่งที่กินแล้วเอร็ดอร่อย (delicious) จากนั้นสิ่งที่เราจำแนกแยกแยะตัดสินคุณค่าจะได้รับการกลั่นกรองผ่านเข้าสู่ปาก และเลื่อนไหลเข้าสู่ร่างกาย และท้ายที่สุด ทั้งอาหารและคุณค่าทางสังคมก็จะถูกย่อยเป็นส่วนหนึ่งกลายเป็นส่วนหนึ่งในตัวตน (self) ของมนุษย์ ดังนั้นการกินและปากของมนุษย์จึงมีทั้งการเชื่อมโยง ผสมผสาน ประกอบสร้าง ต่อรอง และแลกเปลี่ยนคุณค่าต่างๆ ไว้อย่างซับซ้อน (สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 174)

ขณะที่ Roland Barthes แสดงทฤษฎีว่า การกินของมนุษย์มิใช่เป็นเพียงการบริโภคสารอาหารต่างๆ เท่านั้น แต่ยังเป็นการสื่อสารความหมายเชิงสัญลักษณ์ของมนุษย์ชาติด้วย นอกจากนี้เขายังเน้นย้ำว่า การที่อาหารเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ และคนต้องกินอาหารทุกวันนั้น กระบวนการแห่งความหมายทางสังคมผ่านการกินจึงเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลา และอยู่ในชีวิตประจำวันของเรา (สมสุข หินวิมาน, 2545: หน้า 174)

จากทฤษฎีของนักวิชาการข้างต้น จะเห็นได้ว่าการกินจึงเป็นทั้งกระบวนการทางวัฒนธรรม และพื้นที่ของสัญญาณ ที่มีการครอบงำ ต่อสู้ ประกอบสร้าง การตัดสินคุณค่า เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ครอบคลุมที่มนุษย์เรายังคงรู้สึกหิว

กระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

ในการทำความเข้าใจกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับอาหารนั้น สามารถทำความเข้าใจได้จากแนวคิดของ Goody (1982: p.37) ที่อธิบายกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ไว้ใน *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology* ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ลักษณะของระบบอาหาร (The Features of Food System)

กระบวนการ	ขั้นตอน	สถานที่
การเพาะปลูก/เลี้ยงสัตว์ (Growing)	การผลิต (Production)	ไร่นา (Farm)
การจัดเก็บ/จัดจำหน่าย (Allocating/storing)	การเผยแพร่ (Distribution)	ตลาด (Market/granary)
การประกอบอาหาร (Cooking)	การจัดเตรียม (Preparation)	ครัว (Kitchen)
การกิน (Eating)	การบริโภค (Consumption)	โต๊ะอาหาร (Table)
การเก็บล้าง (Clearing up)	การขจัดของเสีย (Disposal)	อ่างล้างชาม (Scullery)

ที่มา: Beardsworth and Keil, 1999: p. 48

Goody (1982: 37) มองว่าการจัดหา (providing) และการเปลี่ยนรูป (transforming) ของอาหารนั้นสามารถสรุปได้ 5 กระบวนการ (processes) ได้แก่ การเพาะปลูก (growing) การจำหน่ายแพร่กระจาย (allocating/ storing) การทำอาหาร (cooking) การกิน (eating) และการทำความสะอาด ทั้งของเสีย (clearing up) โดยในแต่ละกระบวนการมีขั้นตอน (phase) ที่ชัดเจน และมีสถานที่เฉพาะในการปฏิบัติการในแต่ละขั้นตอน การเพาะปลูกจะเกิดขึ้นที่ไร่นาเรียกสวน การแพร่กระจายผลิตภัณฑ์อาหารจะเกิดขึ้นที่ตลาด หรือถูกกักเก็บไว้ที่โกดังสินค้า การทำอาหารเกิดขึ้นที่ครัว และการทำความสะอาดเก็บกวาดก็เกิดขึ้นที่ส่วนของที่ความสะอาด ทั้งนี้ Goody มองว่าขั้นที่ 5 ซึ่งเป็นขั้นการทิ้งขยะ ของเสีย มักเป็นขั้นตอนที่ถูกมองข้ามไปในการศึกษาเรื่องอาหาร

เมื่อนำกระบวนการต่างๆ ที่ Goody ได้อธิบายมาเชื่อมโยงกับการสื่อสาร จะเห็นได้ว่ากระบวนการในแต่ละขั้นตอนล้วนแต่ต้องมีการสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยทั้งสิ้น ดังนี้

- ในขั้นตอนการเพาะปลูก (growing) อาทิ การถ่ายทอดความรู้ในการเพาะปลูกถูกจากรุ่นสู่รุ่น การแสวงหาความรู้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูกในลักษณะต่างๆ เกษตรกร หรือการระดมกำลังผู้คนในชุมชนให้มาช่วยกันลงแขกเกี่ยวข้าว เหล่านี้ล้วนแต่ผ่านกระบวนการสื่อสาร

- ในขั้นตอนการจำหน่าย แพร่กระจาย (allocating/ storing) อาทิ การค้าขาย ต่อรองกับพ่อค้า การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลผลิตของตนไปสู่ผู้บริโภค

- ในขั้นตอนการทำอาหาร (cooking) การถ่ายทอดความรู้ในการครัวจากแม่สู่ลูก ตำราอาหารตำรับต่างๆ รายการสอนทำอาหาร

- ในขั้นตอนการกิน (eating) อาทิ การสืบทอดแบบแผนในบริโภคในแต่ละสังคม มารยาทบนโต๊ะอาหาร การประดับประดาโต๊ะอาหาร การตกแต่งประดิษฐ์จานอาหาร

- ในขั้นตอนการทำความสะอาด ทั้งของเสีย (clearing up) การแยกขยะ การนำขยะไปใช้ประโยชน์

ดังนั้น กระบวนการต่างๆ เกี่ยวกับอาหาร จึงสามารถใช้ศาสตร์ด้านการสื่อสาร ในการศึกษาปรากฏการณ์ เนื่องจากมิติการสื่อสารนับว่าเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่เสมอในระบบวงจรของอาหาร

แนวคิดด้านสัญวิทยา

Ferdinand de Saussure เป็นผู้บุกเบิกแนวคิดสัญวิทยา ซึ่งมีอิทธิพลต่อนักภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้าง (Structural Linguist) ในต้นศตวรรษที่ 20 และกลายเป็นฐานคิดของสำนักโครงสร้างนิยม (structuralism) จุดเด่นของแนวคิด de Saussure ที่ทำให้เขาแตกต่างไปจากนักภาษาศาสตร์รุ่นก่อนหน้านี้ นั่นคือมโนทัศน์ของเขาที่มีต่อสัญวิทยา de Saussure เห็นว่าสัญวิทยาคืออะไรก็ได้ที่ก่อให้เกิดความหมาย โดยการเทียบเคียงให้เห็นถึงความแตกต่างไปจากสิ่งอื่น และคนในสังคมยอมรับหรือเข้าใจ ดังนั้นในทรรศนะเช่นนี้

de Saussure เห็นว่าสัญวิทยาคืออะไรก็ได้ที่ก่อให้เกิดความหมาย โดยการเทียบเคียงให้เห็นถึงความแตกต่างไปจากสิ่งอื่น และคนในสังคมยอมรับหรือเข้าใจ การศึกษาภาษา / ความหมายไม่ได้จำกัดอยู่แค่ตัวอักษร / ภาษาพูด / ภาษาเขียน เท่านั้น แต่ทุกอย่างสามารถถูกมองว่าเป็นภาษาได้ หากมีการใส่ความหมายลงไป โดยพื้นที่ในการบรรจุความหมายนี้เรียกว่า ตัวบท (text)

แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของสัญวิทยา (Composition of Sign)

สัญวิทยาเป็นหน่วยพื้นฐานที่สุดของภาษาที่มีองค์ประกอบแบ่งออกเป็นสองส่วนย่อย ที่มีระบบของความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนซึ่งเชื่อมโยงระหว่าง (1) รูปสัญวิทยา หรือตัวหมาย (signifier) กับ (2) ความหมายสัญวิทยาหรือตัวหมายถึง (signified) ซึ่งทั้ง 2 ส่วนนี้ต่างประกอบกันขึ้นมาเป็นสัญวิทยาขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปไม่ได้

กระบวนการสร้างความหมาย (signification) จะเกิดขึ้น เมื่อมี ตัวอ้างอิง (reference) ซึ่งเป็นสิ่งที่ปรากฏในโลก เช่น ขนมอบ็องที่เราเห็นจริงๆ กับ ตัวสัญวิทยา (sign) ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ (1) รูปสัญวิทยา ที่อาจเป็นได้ทั้งภาพ / เสียง / ลักษณะทางกายภาพใดๆ เช่น ตัวอักษรที่เขียนคำว่า “ขนมอบ็อง” และ (2) ความหมายสัญวิทยา หรือแนวคิดที่เกิดขึ้นในใจ (mental concept) ที่เชื่อมโยงไปถึงตัวอ้างอิงที่เป็นวัตถุของจริง เช่น ภาพขนมอบ็องที่เกิดขึ้นในหัวเรา หลังจากที่เราได้ยินคำว่าขนมอบ็อง ซึ่งถ้ามีการจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างสัญวิทยาและตัวอ้างอิงไว้ กระบวนการสร้างความหมายก็จะเกิดขึ้นตามมา

การกำหนดให้สัมพันธ์หรือเชื่อมโยงกันนี้จะเกิดขึ้นใน 2 ระดับ ระดับแรก ในระดับของรูปสัญวิทยากับความหมายสัญวิทยา (signifier / signified) ดังที่ยกตัวอย่างข้างต้นว่าคำว่า “ขนมอบ็อง” กับภาพของขนมอบ็องที่เกิดขึ้นในหัวของเรา และ ระดับที่สอง ในระดับของรูปสัญวิทยาด้วยกันเอง (signifier/ signifier) เช่น คำว่า “ข้าว” ในภาษาไทย กับคำว่า “rice” ในภาษาอังกฤษ

สำหรับในระดับของความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญวิทยากับความหมายสัญวิทยา (signifier / signified) de Saussure ยังได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญวิทยากับความหมายสัญวิทยา ว่ามีลักษณะที่สัมพันธ์กันสามประการ (กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 414) คือ

(ก.) เป็นความสัมพันธ์ที่ปราศจากหลักเกณฑ์ใดๆ (arbitrary) กล่าวคือไม่มีความเชื่อมโยงกันตามธรรมชาติระหว่างภาพขนมอบ็องในหัวเรา เสียงคำว่า “ขนมอบ็อง” หรือตัวอักษรที่เขียนว่า “ขนมอบ็อง”

(ข.) เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจ (unmotivated) กล่าวคือ บางครั้งก็ไม่สามารถรู้ที่มาที่ไปได้ว่า รูปสัญวิทยากับความหมายสัญวิทยาเชื่อมโยงกันได้อย่างไร

(ค.) เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (unnatural) หมายความว่า การที่คนเราจะรู้จักเข้าใจสัญลักษณ์ได้นั้นต้องผ่านการเรียนรู้ทางสังคมเท่านั้น

Saussure ยังเห็นว่าสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาแทนที่ตัวอ้างอิงของจริงนั้น มีเอกลักษณ์ที่สำคัญคือสามารถโยกข้ามเวลาและสถานที่ได้ ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องเอาของจริงยกข้ามเวลาและสถานที่ ใช้เพียงสัญลักษณ์แทนตัวก็ได้แล้ว อย่างไรก็ตามสัญลักษณ์ไม่ได้มีความเป็นอิสระอย่างแท้จริง แต่ต้องขึ้นอยู่กับกรอบยอมรับของชุมชนที่ใช้ภาษานั้นๆ ด้วย (the linguistic community) ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ใช้ภาษาก็ไม่ได้มีส่วนในการเลือกหรือกำหนดรูปสัญลักษณ์ แต่ภาษาหรือระบบภาษาต่างหากที่เป็นผู้เลือก และเมื่อเลือกแล้วก็ใช้อย่างอื่นแทนไม่ได้ (ไชยรัตน์, 2551: หน้า 106) และการใช้นั้นก็ต้องใช้ภายใต้กฎเกณฑ์ของภาษาเป็นสำคัญ นั่นคือ ภาษาเป็นเรื่องของการส่งต่อของคนรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง จึงหาต้นตอหรือฐานรากไม่พบ หรืออาจกล่าวได้ว่า โครงสร้างภาษาต่างหากที่เป็นตัวกำหนดมนุษย์

กระบวนการสร้างความหมาย (process of signification)

Saussure มองว่าภาษาเป็นระบบที่สร้างขึ้นจากความแตกต่างหรือความตรงกันข้ามของหน่วยย่อยต่างๆ ความหมายไม่ได้เกิดจากคุณสมบัติเฉพาะของหน่วยย่อย แต่เป็นผลมาจากความแตกต่างของหน่วยย่อยด้วยกันเอง (distinction) ขณะเดียวกันความหมายของหน่วยย่อยเหล่านี้ก็อยู่ภายใต้หรือเป็นส่วนหนึ่งของระบบใหญ่ (relation) ดังนั้น เอกลักษณ์ในภาษาจึงเป็นเรื่องของการเปรียบเทียบและความแตกต่าง (relation identity)

ความคิดในเรื่อง “ความหมาย” ของ de Saussure จึงเป็นสิ่งที่ต่างไปจากทฤษฎีของนักทฤษฎีแนวประจักษ์นิยมและแนวปฏิฐานนิยมเชิงตรรกะที่มองภาษาเป็นเรื่องของการเป็นตัวแทนโลกวัตถุ Saussure มองว่าภาษาเป็นระบบของความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ต่างๆ ค่าของสัญลักษณ์แต่ละตัวนั้นเกิดจากความแตกต่างระหว่างสัญลักษณ์ เช่น ในเรื่องของพยัญชนะ A มีความหมายก็เพราะมันแตกต่างไปจาก B C D เขา จึงสรุปว่า “ในภาษาจะมีก็แต่เรื่องของความแตกต่างที่ถูกทำให้เกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กัน” และ “ภาษาเป็นเรื่องของรูปแบบไม่ใช่เนื้อหาสาระ” (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2551: หน้า 110)

ในทัศนะของ de Saussure นั้นกระบวนการสร้างความหมายอาจเกิดได้จากหลายวิธีด้วยกัน ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551: หน้า 415)

- การเทียบเคียงเชิงโครงสร้าง (structural comparison) ในวิธีนี้นั้นสัญลักษณ์ต่างๆ จะสื่อสารความหมายได้ก็ต่อเมื่อเราเทียบเคียงสัญลักษณ์ดังกล่าวกับสัญลักษณ์ตัวอื่นๆ
- การเปรียบเทียบความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม (binary opposition) เป็นการสร้างความหมายโดยใช้ลักษณะแบบตรงกันข้ามมาจับคู่ความสัมพันธ์ของความหมาย
- การจัดระบบสัญลักษณ์แบบ paradigmatic และ syntagmatic การจัดระบบสัญลักษณ์ที่นำไปสู่การสร้างความหมายนั้นมาจากความสัมพันธ์สองชุด ได้แก่

(1) ความสัมพันธ์แบบแนวตั้ง หรือแบบกระบวนทัศน์ (paradigmatic relations) หรือชุดของสัญลักษณ์ที่มีตัวเลือกจากหมวดหมู่เดียวกัน (structural relations of choices) ถ้าเปรียบเทียบกับระบบของภาษาก็เป็นการนำคำที่มีลักษณะคล้ายกันมาเรียงไว้ในกลุ่มคำชุดเดียวกัน แล้วทำการเลือกใช้คำ เช่น ในหมวดการบรรยายความอร่อยของอาหารก็มีทั้งกลมกล่อม จัดจ้าน ถึงพริก

ถึงซึ่ง ฯลฯ ในความสัมพันธ์แบบนี้จะไม่เห็นการทำงานของความสัมพันธ์ เพราะมันถูกจัดระเบียบอยู่ในความคิดของเรา

(2) ความสัมพันธ์แบบวากยสัมพันธ์ (syntagmatic relations) เป็นความสัมพันธ์ในแนวเดียวกันหรือแนวราบ หรือชุดสัญญาณที่เป็นการเชื่อมโยง/ประสมประสาน โดยนำเอาตัวเลือกที่ได้มาจากหมวดหมู่เดียวกันข้างต้นมาประกอบเข้าด้วยกัน (structural relations of combination)

ผู้วิจัยใช้แนวคิดด้านสัญวิทยาของ Saussure มาวิเคราะห์ความหมายของอาหารไทยในกระบวนการผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานศึกษาด้านอาหารและกระบวนการที่เกี่ยวข้องเชิงสังคมวิทยาที่ผู้วิจัยเห็นว่าใกล้เคียงกับงานชิ้นนี้สามารถให้แนวทางการวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์แก่งานชิ้นนี้ได้แก่ งานวิจัยร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่: พื้นที่การสื่อสารความหมาย อัตลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่น, งานวิจัยเรื่องร้านอาหารเกาหลี: ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม, งานวิจัยเรื่อง การสร้าง “ความเป็นไทย” ในพื้นที่อาหารนานาชาติ: ศาสตร์แห่งอาหารไทยในโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยเรื่องการสื่อสารความหมายของอาหารไทยประยุกต์ในรายการสาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์ โดยมีรายละเอียดของประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจนำมาศึกษาต่อดังนี้

“งานวิจัยร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่: พื้นที่การสื่อสารความหมาย อัตลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่น” (2551) ของวุฒินันท์ สุนทรขจิต ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ที่ให้บริการอาหารญี่ปุ่นอยู่ในประเทศไทย ผู้วิจัยมองร้านอาหารญี่ปุ่นในฐานะของสินค้าทางวัฒนธรรมและสินค้าสัญญาณ โดยทำการศึกษาระบวนการในการทำเสมือนจริง ประกอบสร้าง ผลิตซ้ำ และเน้นย้ำสัญญาณ หรือความหมาย อัตลักษณ์ หรือตัวตน รสนิยม และภาพนิมิตเกี่ยวกับความเป็นญี่ปุ่น

ทั้งนี้ ยังศึกษามิติของผู้บริโภคอีกด้วยว่าผู้บริโภคร้านอาหารญี่ปุ่น มีแบบแผนการบริโภค การประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญญาณ หรือ ความหมาย อัตลักษณ์ หรือตัวตน รสนิยม รวมทั้งภาพนิมิตเกี่ยวกับความเป็นญี่ปุ่น รวมทั้งด้านอื่นๆ ของตนเองอย่างไร โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดการบริโภคเชิงสัญญาณ (consumption of signs) ของ Baudrillard และ แนวคิดในเรื่องการประกอบสร้าง และเน้นย้ำอัตลักษณ์หรือตัวตน (Identity and subjectivity) และรสนิยม (taste) จากวิถีทางการดำเนินชีวิต (lifestyle) และฮาบิทัส (habitus) ของ Bourdieu มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

ผลวิจัยพบว่า ร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ หรือภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ อาหารญี่ปุ่น และองค์ประกอบต่างๆ ของร้านในปัจจุบัน ซึ่งอยู่ยุคหลังสมัยใหม่นั้น ได้ถูกยกระดับจากการเป็นสินค้าธรรมดาให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมหรือสินค้าสัญญาณ (cultural or sign commodity) ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน พื้นที่การสื่อสาร และในฐานะของผล ผลิตผลิตของสื่อ โดยผ่านกระบวนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า (cultural commodity) โดยกระบวนการที่นำมาใช้ได้แก่ การทำเสมือนจริง (simulation or simulation model) ประกอบสร้าง ผลิตซ้ำ และเน้นย้ำสัญญาณ หรือความหมาย อัตลักษณ์ หรือ ตัวตน รสนิยม (taste) และภาพนิมิต (simulacrum or simulacra) เกี่ยวกับความเป็นญี่ปุ่น รวมทั้งด้านอื่นๆ ผ่านตัวของอาหาร ราคาอาหาร ชื่อร้าน ตราสินค้า การตกแต่งร้าน การเตรียมที่นั่ง และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในการรับประทานอาหาร และการนำสื่อ และ

สื่อมวลชนต่างๆ มาใช้ เพื่อที่จะให้ตนเองมีสัญญาณ ความหมาย อัตลักษณ์ หรือตัวตนรสนิยม และภาพนิมิตที่มากไปกว่าประโยชน์ใช้สอยเบื้องต้นอย่างความอึดท้อง

ในประเด็นการทำเสมือนจริงของร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ (ในที่นี้คือภัตตาคารฟูจิ) นั้นทำได้ อย่างเหมือนของจริง (reference) ที่อยู่ในประเทศญี่ปุ่น แต่ก็มี การปรับเปลี่ยนบางอย่างเพิ่มเติมจน การทำเสมือนจริงบางองค์ประกอบนั้นกลายเป็นความเหมือนจริงมากกว่าของจริงในประเทศญี่ปุ่น เช่น มีความเป็นญี่ปุ่นมากกว่าร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ในสังคมญี่ปุ่น การตกแต่งบรรยากาศภายในให้ เหมือนสวนแบบญี่ปุ่น ที่ปกติร้านอาหารสมัยใหม่ในสังคมญี่ปุ่นจะไม่มีให้เห็น จะเห็นเฉพาะ ร้านอาหารดั้งเดิมในสังคมญี่ปุ่นเท่านั้น จึงเป็นความสมจริงยิ่งกว่าของจริง

ความสมจริงยิ่งกว่าสมจริงที่เกิดขึ้นในร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ในประเทศไทยนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า สาเหตุหลายประการ ได้แก่

- มีการนำสื่อและสื่อมวลชนเข้ามาช่วยในการนำเสนอ ประชาสัมพันธ์ร้าน แนวคิด และสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

- สิ่งที่น่าเสนอมีลักษณะที่หรูหรา สวยงาม หรือทันสมัยกว่าของจริง เช่น การตกแต่งร้านให้ทันสมัยด้วยกระจก หรือจอแอลซีดี การใช้แสงไฟที่หลากหลาย

- รสชาติอาหารที่อร่อยกว่าของจริง เพราะเพิ่มรสชาติที่ถูกปากคนไทย

- ราคาถูกกว่าของจริง เพราะไม่ต้องเดินทางไกลไปถึงประเทศญี่ปุ่น ก็สามารถรับประทาน และเสพบรรยากาศได้เหมือนกัน (วุฒินันท์ สุนทรขจิต, 2551: หน้า 235)

ผู้วิจัยมองว่าปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นข้างต้นนั้นสอดคล้องกับแนวคิดของ Baudrillard ในเรื่อง การทำเสมือนจริงหรือการลอกเลียนแบบ

สิ่งที่ผู้รับประทานอาหารได้รับรู้ความเป็นญี่ปุ่นผ่านการประกอบสร้างความหมายของทางร้าน ขณะที่นั่งรับประทานอาหารในร้านฟูจินั้น จึงมีลักษณะของการทำเสมือนจริง / การลอกเลียนแบบ ที่ผู้บริโภคได้มีโอกาสรู้สึก และสัมผัสประสบการณ์ความเป็นญี่ปุ่นด้วยตนเอง โดยไม่ต้องสนใจกับตัวตนจริงๆ ของสิ่งนั้น และสามารถถูกผลิตซ้ำได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุดในสังคมที่มีแต่ความเหมือนจริง ไม่มีความแตกต่างระหว่างความจริง ของจริง และความไม่จริง ของไม่จริง ให้เห็นหรือตัดสินใจ

ร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่หรือภัตตาคารฟูจิในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงเป็นการทำเสมือนจริง หรือการลอกเลียนแบบจากกระบวนการและองค์ประกอบต่างๆ แทนของจริงจากประเทศญี่ปุ่น อย่างไม่ต้องมีของจริงจากประเทศญี่ปุ่นมารองรับ ผู้บริโภคเข้ามาบริโภค รับผิดชอบต่อองค์ประกอบต่างเหล่านี้ โดยมองว่าสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นของจริง ทั้งที่เป็นการทำเสมือนจริง ลอกเลียนกระบวนการและองค์ประกอบต่างๆ

สิ่งที่ถูกผลิตซ้ำในร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่อย่างไม่มีที่สิ้นสุดนี้ ได้แก่

- สัญญาณ ความหมาย อัตลักษณ์ หรือตัวตนของ “อาหารญี่ปุ่น” ทั้งทั่วไป และของฟูจิ

- สัญญาณ ความหมาย อัตลักษณ์ หรือตัวตนของ “ร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่” หรือภัตตาคารฟูจิ จาก ตัวอาหาร ตัวร้าน และองค์ประกอบต่างๆ ในฐานะของสินค้าทางวัฒนธรรม / สินค้าสัญญาณ และในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน พื้นที่การสื่อสาร ซึ่งถูกผลิตซ้ำและนำเสนออยู่ในสื่อและสื่อมวลชนต่างๆ เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์หรือเว็บไซต์

- การทำเสมือนจริงนี้ยังพบใน การผลิตจานชามขึ้นมาใหม่ จากการทำผลิตซ้ำจากสังคัมญี่ปุ่นแบบทั้งหมด มาสู่การผลิตซ้ำในสังคัมไทยด้วยการเปลี่ยนวัสดุจากแบบญี่ปุ่นดั้งเดิมที่เป็นเครื่องปั้นดินเผาไม้ หรือเซรามิก มาสู่แบบสมัยใหม่ที่เป็นพลาสติกหรือเมลามีน แต่ยังคงรูปแบบสีสันลวดลายแบบญี่ปุ่น

- การผลิตซ้ำอาหารญี่ปุ่นแบบสากลสมัยใหม่ที่ผสมผสานกับความเป็นสากล และความเป็นไทย

- การผลิตซ้ำชาเขียวแบบดั้งเดิมมาสู่แบบเดิมได้ไม่อัน หรือแบบขวดฟูจิ

สิ่งต่างๆ ทั้งหมดเหล่านี้ล้วนแต่แสดงให้เห็นถึง การผลิตซ้ำอย่างไม่สิ้นสุดของฟูจิ ตามหลัก “การทำเสมือนจริง” ของ Baudrillard (วุดินันท์ สุนทรชิต, 2551: หน้า 236)

การทำเสมือนจริงของร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่มีทั้งแบบที่สัมพันธ์กับความเป็นจริงสูง และแบบที่ไม่สัมพันธ์กับความเป็นจริงเลย

แบบที่สัมพันธ์กับความเป็นจริงสูง เช่น ภาพภูเขาไฟฟูจิที่เป็นสัญลักษณ์ของร้านนั้น เป็นภาพที่ตัดทอนมาจากภูเขาไฟฟูจิของจริง (แม้สีสันจะไม่เหมือน) รูปทรงและสีขาวยนยอดเขาแทนหิมะนั้น สะท้อนการคำนึงถึงและการสัมพันธ์กับของจริงเป็นอย่างดี, อาหารและเครื่องดื่ม อย่างซูชิ ซาซิมิ หรือชาเขียว ก็เป็นแบบที่นำเอาวัตถุดิบการปรุงการทำ และการตกแต่งจากสังคัมญี่ปุ่นมาอย่างเหมือนกัน ทั้งหมด และแท้จริง

แบบที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความเป็นจริงเลย ได้แก่ การตกแต่งร้าน การบอกความเป็นร้านด้วยป้ายพลาสติกขนาดใหญ่ (มิโซโนเรน) การตกแต่งด้วยกระจก แสงไฟสมัยใหม่ หลากสี และอาหารหรือขนมบางประเภท เช่น เสต็กเนื้อไทย พุดดิ้งชาเขียว

ผู้วิจัยเห็นว่า การที่องค์ประกอบในร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ มีหลายองค์ประกอบที่สัมพันธ์กับความเป็นจริงเป็นอย่างมาก และหลายองค์ประกอบก็มีความสัมพันธ์กับความเป็นจริงน้อย นั้นไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ Baudrillard ที่ได้อธิบายเรื่องการสร้างภาพนิมิต (simulacrum) ที่จะเป็นสถานะที่สัญลักษณ์หรือความหมายไม่มีความสัมพันธ์กับความเป็นจริง (reality) เหตุที่เป็นเช่นนั้นผู้วิจัยมองว่าเป็นเพราะการทำเสมือนจริงที่เกิดขึ้นในร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่มีมิติทางวัฒนธรรมสูงกว่าสินค้าทั่วไป

การทำเสมือนจริงของร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ ไม่ใช่การทำเสมือนจริงหรือลอกเลียนแบบมาทั้งหมด แต่หยิบเพียงบางเสี้ยวบางส่วนที่มีอยู่อย่างมากมาย หลากหลาย มาทำเสมือนจริง ในมุมที่เป็นเอกลักษณ์ที่ผู้คนรับรู้อยู่แล้ว หรือหากเป็นการรับรู้ใหม่ จะเป็นการรับรู้ได้โดยง่าย ที่เรียกว่า metonymy เพื่อสื่อสารมายังลูกค้าหรือผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มต่างๆ ที่ทางร้านต้องการ ซึ่งมีภูมิหลังวิถีการดำเนินชีวิต และรสนิยมสอดคล้องกับที่ทางร้านเป็นและนำเสนอไป (วุดินันท์ สุนทรชิต, 2551: หน้า 237)

ในที่นี้ผู้วิจัยจะนำแบบแผนในการวิเคราะห์ร้านอาหารญี่ปุ่นขึ้นมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย โดยวุดินันท์ ได้ออกแบบเครื่องมือในการวิเคราะห์ร้านอาหารญี่ปุ่น โดยการวิเคราะห์สัญลักษณ์ หรือความหมาย ด้วยการใช้เกณฑ์เชิงสัญลักษณ์วิทยาประยุกต์ ในการวิเคราะห์สัญลักษณ์ หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ หรือภัตตาคารอาหารฟูจิ รวมทั้งองค์ประกอบต่างๆ ประกอบด้วย

- เกณฑ์ด้านวัตถุดิบ เช่น ข้าว ปลา เนื้อสัตว์ หรือผัก ฯลฯ รวมทั้งวัตถุดิบของเครื่องปรุง และเครื่องดื่ม เช่น เหล้า โซดา น้ำผึ้ง และชาเขียว
- เกณฑ์ด้านการประกอบอาหาร และวิธีการปรุงการทำอาหาร ประเภทอาหาร เช่น ซาซิมิ ซูชิ เทมปุระ ฯลฯ วิธีการปรุงการทำอาหาร เช่น การนำมาปรุงรับประทานกันเป็นอาหารด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การรับประทานอย่างดิบสด หมักดอง ปิ้ง ย่าง ต้ม เพื่อนำไปบริโภค รวมทั้งการตกแต่ง และหั่น
- เกณฑ์ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ และถ้วยชามในการใส่ หรือการรับประทานอาหาร เช่น จาน ชาม หรือตะเกียบ เป็นต้น
- เกณฑ์ด้านวิธีการในการรับประทานอาหาร หรือแบบแผนการปฏิบัติในการรับประทาน อาหารแบบญี่ปุ่น เช่น การใช้มือหยิบรับประทานอาหาร การยกถ้วยชด
- เกณฑ์ด้านการตกแต่งร้าน และองค์ประกอบอื่นๆ เช่น วัสดุ และรูปแบบในการตกแต่งร้าน ภาษาและสื่อ รวมทั้งสื่อมวลชนต่างที่นำมาใช้

นอกจากนี้ยังใช้แนวทางการวิเคราะห์ความเสมือนจริงของ Baudrillard จากงานวิจัยของ วุฒินันท์ มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์กระบวนการประกอบสร้างความหมายของอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำ

“งานวิจัยเรื่อง ร้านกาแฟ: ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม” (2544) ของศรินธร รัตน์เจริญจร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ได้สร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ให้กับกาแฟ และพื้นที่ร้าน จนสตาร์บัคส์ได้กลายเป็นสินค้าสัญลักษณ์ ที่มีคนกลุ่มหนึ่งเลือกให้มาผูกกับวิถีชีวิต โดย ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงออกเกี่ยวกับบริสนิยม ความชอบส่วนตัว ทั้งกาแฟ และร้านกาแฟสตาร์บัคส์ถูกนำมาใช้ในการกำหนดตัวตน และตระหนักถึงตำแหน่งแห่งที่ทางสังคม โดยการยึดโยงตัวเองเข้ากับความหมายที่สตาร์บัคส์สื่อออกมา และยังพยายามผนวกตนเอง หรือสร้างความหมายใหม่ให้กับพื้นที่ร้านสตาร์บัคส์ ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคร้านสตาร์บัคส์ก็ได้กลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง ที่เป็นเสมือนภาพประดับให้ดูคึกคักและชายได้

ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์กาแฟสตาร์บัคส์ในแง่มุมที่สตาร์บัคส์พยายามสื่อความหมายออกมา นั้น ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นถูกปรุงแต่งผ่านวิธีการโฆษณา ทั้งสื่อโฆษณา และลักษณะการจัด ตกแต่งร้าน

ความหมายที่ก่อรูปเป็นอัตลักษณ์ของสตาร์บัคส์นั้นมีหลากหลายประกอบด้วย (ศรินธร รัตน์เจริญจร, 2544: หน้า 134 -135)

ชุดความหมายที่ 1 ความเป็นอเมริกันและความเป็นสากล ด้วยลักษณะการแสดงออกถึงมาตรฐาน ทั้งการปรุงกาแฟด้วยสูตรตายตัว และการตกแต่งร้านที่มีรูปแบบเหมือนกันทั่วโลก เช่น รูปแบบการตกแต่งร้านสตาร์บัคส์ที่ประเทศไทยที่เป็นรูปแบบเดียวกับที่อเมริกา การใช้ภาพสัญลักษณ์ในสื่อโฆษณาสีพิมพ์

ชุดความหมายที่ 2 ความพิเศษ เป็นเลิศ และดั้งเดิมเกี่ยวกับกาแฟ โดยสื่อความหมายดังกล่าวผ่านสื่อแผ่นพับ ที่มีการใช้คำหรือข้อความที่บ่งบอกความพิเศษต่างในกาแฟสตาร์บัคส์ และการจำแนกแยกแยะกาแฟให้มีความหลากหลายทั้งชนิดพันธุ์ ชนิดเครื่องดื่ม โดยสตาร์บัคส์ยังได้

สื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งที่มาที่ไปของเมล็ดกาแฟที่แตกต่างกัน การบอกเล่าตำนานที่ผูกพันระหว่างสตาร์บัคส์และกาแฟ การตกแต่งร้านด้วยสีและลวดลายธรรมชาติทำให้สตาร์บัคส์มีภาพของความเก่าแก่ และดั้งเดิมกว่ากาแฟและร้านกาแฟอื่น

ชุดความหมายที่ 3 ความรู้ความเชี่ยวชาญ (knowledge / professional) มาจากวิธีการสร้างความหมายให้กับบุคลากรโดยการให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้มีการศึกษาและบรรยากาศของร้านที่เปรียบเสมือนพื้นที่ประกอบพิธีกรรม พิธีกรรมต่างๆ นั้นจะอบอวลด้วยกลิ่นและควันธูป แต่พิธีกรรมสมัยใหม่ในร้านสตาร์บัคส์นั้นพุ่งไปด้วยกลิ่นของกาแฟ และกลิ่นอายของ “ความรู้” ซึ่งลูกค้าสามารถสัมผัสได้ตั้งแต่ก้าวเข้าไปในร้าน ที่กาแฟพันธุ์ต่างๆ ถูกคัดเลือกมาด้วยความรู้ ความชำนาญ เครื่องดื่มกาแฟชนิดต่างๆ ถูกปรุงด้วยความพิถีพิถันเป็นมาตรฐานจากการฝึกฝนอย่างหนัก ผู้ปรุงเป็นผู้ที่มีความรู้ สัญลักษณ์ต่างๆ ในการตกแต่งร้าน ระเบียบปฏิบัติที่ไม่เป็นทางการภายในร้าน ที่ลูกค้าสตาร์บัคส์ หรือเปรียบเสมือนผู้เข้าร่วมพิธีกรรมต้องเรียนรู้สิ่งต่างๆ และแม้ลูกค้าสตาร์บัคส์จะไม่สามารถตีความหรือเข้าใจความหมายได้ก็ยังมีพนักงานผู้รู้คอยแนะนำความหมายให้ความรู้เรื่องกาแฟกับลูกค้า

ชุดความหมายทั้ง 3 ชุดนี้เป็นชุดความหมายที่ผู้วิจัยเห็นว่าสื่อความได้ดีกับชนชั้นกลางในสังคมเมือง ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่พยายามเชื่อมโยงตนเองให้สัมพันธ์กับความเป็นสากล วัฒนธรรมต่างประเทศ ความสะอาดมาตรฐาน โดยอาศัยความรู้ความสามารถในการผูกให้ความสัมพันธ์นั้นเกิดขึ้น โดยการใช้สินค้าอัตลักษณ์ การมีค่านิยมแบบหนึ่ง หรือวิถีชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะตัว ผู้วิจัยเห็นว่าเหตุที่ชนชั้นกลางเป็นเช่นนี้ก็เพราะมีตำแหน่งในพื้นที่ทางสังคมไม่ชัดเจน ดังนั้นจึงต้องยึดตัวเองไว้กับโลก ชนชั้นกลางมีลักษณะก้ำกึ่งไม่แน่นอนระหว่างสถานภาพทางชนชั้น ชนชั้นกลางใช้ความรู้หรือการศึกษามาเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดสถานภาพตน (ศรีนคร รัตน์เจริญจร, 2544: หน้า 136)

ทั้งนี้ เพื่อให้ร้านสตาร์บัคส์มีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากร้านกาแฟลักษณะเดียวกันกับร้านอื่นๆ ร้านสตาร์บัคส์ได้สร้างชุดความหมายให้สตาร์บัคส์เป็นสินค้าอัตลักษณ์ที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ ซับซ้อน และหลากหลาย แต่ในภาพความหลากหลายของชุดความหมาย ผู้วิจัยเห็นว่าความหมายนั้นมีลักษณะ “สำเร็จรูป” กล่าวคือสตาร์บัคส์ได้จัดเตรียมชุดความหมาย (หลากหลาย) ทุกอย่างไว้อย่างพร้อมสรรพ ลูกค้าทุกคนสามารถเข้ามาเลือกหยิบความหมายเหล่านั้นไปได้ในทันที ความสำเร็จรูปนี้ไม่ใช่ความสำเร็จรูปที่เห็นได้ในสินค้าทั่วไป แต่เป็นความสำเร็จรูปที่มาพร้อมกับคำอธิบายที่หลากหลายซึ่งเตรียมไว้พร้อมสรรพ

ผู้วิจัยจะนำผลการศึกษาความหมายที่ก่อรูปเป็นอัตลักษณ์ของสตาร์บัคส์ไปเปรียบเทียบกับผลการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อทำการวิเคราะห์กระบวนการในการประกอบสร้างความหมายต่ออาหาร/ เครื่องดื่มไปสู่สินค้าเชิงสัญลักษณ์

“งานวิจัยเรื่อง การสร้าง “ความเป็นไทย” ในพื้นที่อาหารนานาชาติ: ศาสตร์แห่งอาหารไทยในโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพมหานคร” (2554) ของนิพัทธ์ชนก นางพินิจ งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา (1) ลักษณะของศาสตร์แห่งอาหารไทยที่ถูกนำเสนอในภัตตาคารอาหารไทยในโรงแรมระดับ 5 ดาว และ (2) วิเคราะห์กระบวนการประกอบสร้างความเป็นไทยผ่านศาสตร์แห่งอาหารไทยในพื้นที่อาหารนานาชาติ โดยใช้แนวคิดของ Hall (1997) เรื่องวงจรแห่งวัฒนธรรม (the circuit of

culture) เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาการประกอบสร้างความเป็นไทยผ่านศาสตร์แห่งอาหารไทย ผ่านองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การผลิต (production), การบริโภค (consumption), การกำกับควบคุม (regulation), ภาพตัวแทน (representation), และอัตลักษณ์ (identity) ซึ่งทั้ง 5 องค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์กันและปะทะประสานกันในแต่ละช่วงจังหวะทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ กล่าวคือความเป็นไทยจะถูกสร้างขึ้นในแต่ละช่วงจังหวะ ความเป็นไทยในแต่ละจังหวะจะมีความเชื่อมโยงกัน แต่ไม่จำเป็นที่จะต้องเข้าไปกำหนดชุดความหมายที่เกิดขึ้นในลำดับถัดไป

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรมห้าดาว 5 แห่ง ได้แก่ (1) ภัตตาคารศิลาตล โรงแรมสุโขทัย (2) ภัตตาคารน้ำ โรงแรมเมโทรโพลิแทน (3) ศาลาริมน้ำ โรงแรมแมนดาริน โอเรียลเต็ล โฮเทลและ (4) Spice Market โรงแรมโพธิ์ศรีชั้นส์

ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการประกอบสร้างความเป็นไทยผ่านศาสตร์แห่งอาหารไทยในพื้นที่อาหารนานาชาติกระทำผ่านองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ได้แก่

(1) การตกแต่งสถานที่และการสร้างบรรยากาศ โดยลักษณะของความเป็นไทยที่พบในการตกแต่งภัตตาคารทั้ง 4 ผ่านการตกแต่งทั้งภายในและภายนอก เพอร์นิเจอร์ ของตกแต่งต่างๆ โต๊ะเก้าอี้ จานชาม ภาพวาด รูปปั้น ในห้องรับประทานอาหาร ที่ตั้งของสถานที่ที่ล้อมรอบไปด้วยสวนบึงบัว แม่น้ำเจ้าพระยา และยังมี การสร้างบรรยากาศด้วยดนตรีไทยหรือการแสดงของไทย (Najpinij, 2011: p.167) เช่น เรือนไทย ลักษณะการตกแต่งที่คล้ายวัด การตกแต่งสวนแบบไทย การมีคลองหรือแม่น้ำ ซึ่งจะถูกนำมาปรับให้เข้ากับภัตตาคาร คุณค่าที่แสดงออกผ่านการตกแต่งนี้คือความสงบ เยือกเย็นแบบชนชั้นสูง, ความยิ่งใหญ่และความอลังการของสถานที่ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นตัวแทนของลูกค้ายอดนิยม การตกแต่งออกแบบให้มีความสบายและความเหมาะสม และจานชามถูกออกแบบมาอย่างประณีต สื่อความหมายถึงความเป็นภัตตาคารนั้น เนื้อหาเรื่องจะเป็นไปตามมาตรฐานตะวันตก แต่นำเสนอความเป็น ผ่านจานชาม ลายผักชี ลายเบญจรงค์ ซึ่งในอดีตจานชามเหล่านี้มีใช้กันเฉพาะในบ้านของชนชั้นสูง จานชามเหล่านี้ภัตตาคารสั่งทำเป็นพิเศษโดยระบุรายละเอียดทั้งขนาด น้ำหนัก และสี ดอกไม้ท้องถิ่นอย่างดอกกล้วยไม้ถูกนำมาใช้ในการประดับประดาจานอาหาร (Najpinij, 2011: p.132)

(2) การบริการ บริการจะต้อนรับแขกด้วยการกล่าวสวัสดิ์ พร้อมทำไหว้ กิริยามารยาทในการให้บริการอย่างนุ่มนวลและสุภาพ ผสมผสานกับมาตรฐานในการให้บริการในระดับสากล (Najpinij, 2011: pp. 135-136)

(3) การปฏิบัติด้านการครัว

(3.1) วัตถุดิบ ได้แก่ ข้าว, สมุนไพรและผัก, เนื้อสัตว์ที่หั่นชิ้นเล็กบางๆ, ความเผ็ด และการมีรสชาติที่หลากหลาย

- ข้าวที่ใช้ในภัตตาคารส่วนใหญ่ใช้คือข้าวหอมมะลิ บางส่วนใช้ข้าวกล้อง เมื่อมีกระแสรักสุขภาพ

- การใช้สมุนไพรและผักจำนวนมาก อาหารไทยส่วนหนึ่งมีกะทิจากมะพร้าวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

(3.2) สูตร ภัตตาคาร “น้ำ” มีการใช้สูตรอาหารที่มีความหลากหลายทางชนชั้นและวัฒนธรรม เช่น การใช้สูตรอาหารของท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ และตระกูลบุญนาค การที่เชฟ David Thompson เรียนรู้ทั้งอาหารจีนและอาหารมอญ แนวทางการทำอาหารไทยของร้านน้ำนั้นคือการทำตามสูตรอาหารที่มีอยู่ก่อน และสูตรอาหารที่ยังคงบริโภคกันอยู่ในสังคมไทย

(3.3) กรรมวิธีในการประกอบอาหาร ได้แก่ การใช้เครื่องครัวอย่าง หม้อดินเผา ครก สาก ในด้านกรรมวิธีในการประกอบอาหารนั้น ก่อนที่คนไทยจะรู้กรรมวิธีการประกอบอาหารจากคนจีนอย่าง การผัดในกะทะ อุปกรณ์การครัวที่ใช้ในครัวไทย คือ ไม้เสียบสำหรับย่าง และหม้อเครื่องปั้นดินเผา ความร้อนที่ใช้ก็เป็นความร้อนต่ำ อาหารจะสัมผัสกับไฟโดยตรง และความสด ถือเป็นหัวใจของการทำอาหารไทย

(3.4) การตกแต่งจานอาหาร ที่มีลักษณะที่เหนือความจริง (surreal) และแฟนตาซี (fantasia) อย่างการแกะสลักผลไม้ ในบางครั้งการตกแต่งนี้อาจจะมีลักษณะเหนือความจริง (hyperreality) และการพร่าเลือนความจริง (blurring of authenticity) ตามแนวคิดของ Baudrillard เป็นสิ่งที่ภัตตาคารเลือกใช้ในการสร้างความพิเศษเพื่อต้อนรับลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Najpinij, 2011: p. 148)

นอกจากนี้ยังพบผลการศึกษาน่าสนใจดังนี้

- งานชมที่ถูกใช้ในภัตตาคารชั้นสูงนั้นกระเบื้องจะต้องทำจากวัสดุที่มีคุณภาพสูง มีเนื้อเบาบาง ซ้อนและส้อมทำจากเงินที่มีน้ำหนักรูปทรงและสีสนเป็นแบบเรียบๆ เพื่อให้อาหารเด่น เมื่ออยู่ในจาน และเป็นตัวแสดงที่บอกเล่าองค์ประกอบของอาหารจานนั้นๆ (Najpinij, 2011: p. 148)

- ร้าน Nahm ใช้จานสีขาว ช้อนเงินแท้ สีสนอาหารเป็นไปตามธรรมชาติ สด ไม่มีการแกะสลัก หรือสิ่งใดมาประดับประดา จานสีขาวของร้าน nahm นั้นสั่งทำมาจากฝรั่งเศส มีขนาดเบา ขนาดแพมิลี่ การเลือกรูปแบบจานดังกล่าวมาจากความต้องการความทันสมัยและสุภาพ (modesty and politeness) (Najpinij, 2011: p.149) โดยแรงบันดาลใจในการเลือกใช้จานในลักษณะดังกล่าว มาจากการทำการศึกษาลักษณะจานชมที่ใช้กันในบ้านผู้ดีชั้นสูง เมื่อ 70 ปีที่แล้ว

- อาหารไทยในภัตตาคารทั้ง 4 ส่วนใหญ่เป็นอาหารจากภาคกลาง ได้รับอิทธิพลจากอาหารจีน และอาหารตะวันตกเล็กน้อย แต่ในปัจจุบันก็ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมการบริโภคในระดับสากล อย่าง slow food หรือ healthy food

- การบริโภคเนื้อขนาดใหญ่ขึ้นขัดแย้งกับศาสนาพุทธที่สอนไม่ให้มนุษย์เป็นผู้ฆ่า การบริโภคเนื้อสัตว์ขนาดเล็ก หั่นจนบาง จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสมมากกว่า อีกทั้งด้วยภูมิอากาศของประเทศที่มีลักษณะร้อนชื้นการบริโภคเนื้อสัตว์ดิบจึงเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมกับสุขภาพอนามัย (Najpinij, 2011: p. 170)

- ศิลปะและศาสตร์ของอาหารไทยที่เรียกกันว่า Thai gastronomy นั้น กำลังผสมผสานกับค่านิยมในการบริโภคแบบสากล เห็นได้จากอาหารชาววังที่กำลังถูกพัฒนาให้เป็นไปตามมาตรฐาน gastronomic process หรือบางภัตตาคารเริ่มที่จะมีการทำอาหารแบบฟิวชั่น (Niphatchanok Najpinij, 2011: p. 172)

- มาตรฐานแบบสากลที่เข้ามาท้าทายความเป็นไทยคือ ความปลอดภัยของอาหารและการปลอดภัย (food safety and hygiene) (Najpinij, 2011: p.172)

ผู้วิจัยจะนำผลการศึกษาจากงานวิจัยของนิพัทธ์ชนก ซึ่งทำการศึกษาระบบการประกอบสร้างความเป็นไทยในร้านอาหารไทยในโรงแรมชั้นนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้

“งานวิจัยเรื่องการสื่อสารความหมายของอาหารไทยประยุกต์ในรายการสาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์” (2556) ของนรมล เพ็ชรพูล ซึ่งทำการพิจารณาองค์ประกอบของรายการสาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์เพื่อดูลักษณะของการผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างความเป็นสากลกับความเป็นท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่าทุกองค์ประกอบมีการผสมผสานทางวัฒนธรรมอาหารของชาติอื่นๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น ผู้ดำเนินรายการ, ลักษณะห้องครัว, ส่วนผสม, อุปกรณ์ครัว, การจัดเตรียมอาหาร, วิธีการประกอบอาหาร และการจัดจานอาหาร เช่น ชื่ออาหาร ใช้ลักษณะการตั้งชื่อแบบอาหารไทยประยุกต์ที่ผสมผสานลักษณะเด่นของอาหารแต่ละชาติ, การจัดจานอาหาร โดยการจัดจานอาหารไทยประยุกต์ในรายการสาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์มีรูปแบบการจัดจานอาหารแบบต่างชาติ ทั้งหน้าตาของอาหาร สิ่งที่มาตกแต่งจาน และภาชนะที่ใส่อาหารเป็นของต่างชาติ

อย่างไรก็ตามมีบางองค์ประกอบที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ของอาหารไทยไว้ในเมนูอาหารไทยประยุกต์ ได้แก่

- ส่วนผสม: เครื่องปรุงแบบไทยที่รสชาติจัดจ้าน เช่น พริก น้ำปลา มะนาว ซึ่งส่วนนี้จะเข้าไปผสมผสานกับส่วนผสมหลักที่เป็นของต่างชาติ

- อุปกรณ์ครัว คือ ครกหินและสาก ที่ใช้ในการโขลก การตำ การบด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องการเนื้อสัมผัสของส่วนผสมที่ไม่ละเอียดมากในการนำไปประกอบอาหาร และยังต้องการความหอมจากน้ำมันหอมระเหยในส่วนผสมจำพวกสมุนไพร

- การจัดเตรียมอาหาร คือ วิธีการตำและโขลก เนื่องจากวิธีเหล่านี้จะช่วยชูกลิ่นของส่วนผสมแบบไทย และช่วยให้เนื้อสัมผัสของส่วนผสมมีความพอมะเข็ญกับอาหารไทยประยุกต์

- วิธีการประกอบอาหาร คือ วิธีการยำ และวิธีต้มแกง ซึ่งมีลักษณะเด่นอยู่ที่ส่วนผสมแบบไทยทั้งสมุนไพรและเครื่องปรุงรสต่างๆ ที่ช่วยอาหารจานยำและต้ม-แกงมีรสชาติที่จัดจ้านตามลักษณะเฉพาะตัวของอาหารไทย โดยในการประกอบอาหารนั้นจะเป็นการผสมผสานกันระหว่างส่วนผสมหลักแบบต่างชาติกับเครื่องปรุงแบบไทย (นรมล เพ็ชรพูล, 2556: หน้า 178-181)

ผู้วิจัยจะนำผลการศึกษาลักษณะของการผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างความเป็นสากลกับความเป็นท้องถิ่นในรายการสาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์มาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏในร้านอาหารไทยในร้านอาหารไทยชั้นนำในงานวิจัยชิ้นนี้

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมด้วยวิธีสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participation observation) และการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) เนื้อหาในการสื่อสารผ่านหน้าเว็บไซต์ร้านอาหารไทยชั้นนำที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดในวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล วัตถุประสงค์ แนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ และประเด็นในการสังเกตและวิเคราะห์ ดังนี้

การสังเกตแบบมีส่วนร่วม

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยผู้วิจัยอยู่ในฐานะของลูกค้า / ผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านอาหารทั้งสี่ร้าน

ประเด็นในการสังเกต

เมื่อผู้วิจัยเริ่มเข้าไปใช้บริการในฐานะลูกค้า ผู้วิจัยจะสังเกตประเด็นต่างๆต่อไปนี้

- (1) วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการประกอบอาหาร แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - (1.1) วัตถุประสงค์ประเภทเครื่องเทศ สมุนไพร และผลไม้
 - (1.2) วัตถุประสงค์ประเภทผัก
 - (1.3) วัตถุประสงค์ประเภทเครื่องปรุงและวัตถุดิบอื่นๆ
 - (1.4) วัตถุประสงค์ประเภทเนื้อสัตว์
- (2) กรรมวิธีในการประกอบอาหาร
- (3) การตกแต่งอาหารจานออเดิร์ฟ, อาหารจานหลัก และอาหารจานของหวาน
- (4) รสชาติอาหาร
- (5) แบบแผนในการบริโภค ประกอบด้วย
 - (5.1) การจัดวางอุปกรณ์ในการบริโภค
 - (5.2) ลักษณะอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริโภค
- ประเด็นในการวิเคราะห์
 - (5.3) รูปแบบในการบริโภคและมารยาทในการรับประทานอาหาร
- (6) เมนูอาหารประกอบด้วย
 - (6.1) การจัดแบ่งประเภทอาหาร
 - (6.2) รูปแบบการนำเสนอ
- (7) บริการ ประกอบด้วย
 - (7.1) การแต่งกาย
 - (7.2) การให้บริการ
- (8) การตกแต่งร้านอาหาร
- (9) ราคา

โดยผู้วิจัยจะถ่ายภาพตามประเด็นต่างๆ ชำรงต้น และจัดรายละเอียดบางอย่างไว้ เมื่อการใช้บริการสิ้นสุด ผู้วิจัยจึงจะจัดบันทึกรายละเอียดของประเด็นต่างๆ ตามที่ได้สังเกตไว้ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ตามกรอบทฤษฎี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยใช้ทฤษฎีดังต่อไปนี้ เป็นกรอบในการวิเคราะห์

- แนวคิดเรื่องกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม (process of hybridity)
- แนวคิดเรื่องการผลิตผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น (glocalisation)
- แนวคิดเรื่องการใช้บริโภคนิยม (consumption of signs)
- แนวคิดเรื่องความจริงเสมือน
- แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างอารยธรรม (the civilising process)
- แนวคิดของนักวิชาการกลุ่มโครงสร้างนิยม (structuralist approach) อย่าง Lévi-Strauss, Douglas และ Barthes ที่ทำการศึกษาศัญญวิทยาด้านอาหาร
- แนวคิดเรื่องสัญวิทยา
- แนวคิดเรื่องการรักษาอาหารนอกบ้าน

โดยการจำแนกคุณลักษณะของสิ่งที่สังเกตออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่แสดงถึงความเป็นสากล และกลุ่มที่แสดงถึงความเป็นไทย

การวิเคราะห์เอกสาร

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารในการเก็บรวบรวมข้อมูลการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของทางร้านในประเด็นต่างๆ มาประกอบเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะอยู่ในประเด็นที่อาจไม่ปรากฏในการสังเกต เช่น ปรัชญาในการทำร้านอาหาร การสื่อสารถึงความเชี่ยวชาญของเชฟ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยใช้ทฤษฎีดังต่อไปนี้ เป็นกรอบในการวิเคราะห์

- แนวคิดเรื่องกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม (process of hybridity)
- แนวคิดเรื่องการผลิตผสมผสานความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่น (glocalisation)
- แนวคิดเรื่องการใช้บริโภคนิยม (consumption of signs)
- แนวคิดเรื่องความจริงเสมือน
- แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างอารยธรรม (the civilising process)
- แนวคิดของนักวิชาการกลุ่มโครงสร้างนิยม (structuralist approach) อย่าง Lévi-Strauss, Douglas และ Barthes ที่ทำการศึกษาศัญญวิทยาด้านอาหาร
- แนวคิดเรื่องสัญวิทยา
- แนวคิดเรื่องการรักษาอาหารนอกบ้าน

โดยการจำแนกคุณลักษณะของสิ่งที่สังเกตออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่แสดงถึงความเป็นสากล และกลุ่มที่แสดงถึงความเป็นไทย

ทั้งนี้ ในการพัฒนาประเด็นในการสังเกตและวิเคราะห์นั้นผู้วิจัยพัฒนามาจากเกณฑ์ในการวิเคราะห์จากงานวิจัยเรื่องร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่: พื้นที่การสื่อสารความหมาย อัตลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่น” (2551) ของวุฒินันท์ สุนทรขจิต ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการประกอบอาหาร, การนำเสนอ ตกแต่งจานอาหาร, กระบวนการบริโภค อาหาร, กระบวนการโฆษณา ประชาสัมพันธ์, เรื่องเล่าของร้านที่ถูกประกอบสร้างขึ้น, การจัดเมนูอาหาร, การตกแต่งร้าน (place / ช่องทางการจัดจำหน่าย), การสร้างหีบห่อบรรจุภัณฑ์สินค้า, การกำหนดราคา, การให้บริการของพนักงานในร้านค้า และการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงให้เข้ากับงานวิจัยชิ้นนี้

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้นั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เริ่มจากตั้งเกณฑ์ในการคัดเลือกร้านอาหารไทยที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่าง จากการเป็นร้านอาหารไทยที่ประสบความสำเร็จในประเทศตะวันตก โดยวัดจากรางวัลที่ได้รับในระดับนานาชาติ เช่น รางวัลมิชลินสตาร์ หรือการสำรวจอันดับร้านอาหารยอดเยี่ยมจากนิตยสารชั้นนำ โดยร้านต่างๆ เหล่านี้มีการเปิดสาขาของร้านในกรุงเทพมหานคร ร้านอาหารไทยที่มีลักษณะดังกล่าวข้างต้นตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ นั้น มี 4 ร้าน ได้แก่

(1) ร้านสระบัว โรงแรมเคปินสกี ร้านอาหารไทยที่เป็นร้านสาขาจากร้าน KIIN KIIN ในกรุงโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ร้านอาหารไทยแห่งแรกที่ได้รางวัลมิชลินสตาร์และได้รับการจัดอันดับให้เป็น 1 ใน 50 ร้านอาหารที่ดีที่สุดในเอเชียในปี 2014

(2) ร้าน Nahm โรงแรมเมโทรโพลิแทน ร้านอาหารไทยที่เป็นร้านสาขาของร้าน Nahm ในลอนดอน ร้านอาหารไทยแห่งที่ 2 ที่ได้รางวัลมิชลินสตาร์ และติดอันดับร้านอาหารที่ดีที่สุดในโลก 1 ใน 50 ร้านจากนิตยสาร Restaurant Magazine จากประเทศอังกฤษ, ร้านอาหารที่ดีที่สุดในอันดับ 7 จาก 50 ในปี 2015 และ 8 จาก 50 ร้านอาหารที่ดีที่สุดในเอเชียปี 2016

(3) ร้าน Blue Elephant ร้านอาหารไทยที่มีการเปิดสาขาในลอนดอน โคเปนเฮเกน และปารีสอีกทั้งยังมีโรงเรียนสอนอาหารไทย

(4) ร้าน โบ.ลาน ร้านอาหารไทยที่ติดอันดับ 50 ร้านอาหารในเอเชียที่ดีที่สุดในปี 2013 และอันดับ 37 จาก 50 ร้านอาหารที่ดีที่สุดในเอเชียปี 2016

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในฐานะของลูกค้าของร้านอาหารไทยชั้นนำตั้งแต่ ธันวาคม พ.ศ.2557 – กุมภาพันธ์ พ.ศ.2558