

การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดี
โทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม

**The Construction of Semiotic Values in Food Culture in the
Television Documentary Series “Hom Klink Siam”**

จุฑารัตน์ พรโชคกุลพัฒน์,
สุภาวดี ยาดิ และ เจียง ถิ หัง
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

**Chutharat Phonchokkunlaphat,
Supawadi Yadi and Truong Thi Hang**
Lampang Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: nice0692@qq.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดีโทรทัศน์หอมกลิ่นสยาม งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการศึกษาจากรายการสารคดีโทรทัศน์หอมกลิ่นสยาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดของโรลิ่งด์ บาร์ตส์ วิเคราะห์การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร เพื่อให้เห็นถึงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย กรอบแนวคิด หนังสือตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า รายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม มีการประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ พบคำและภาพที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย ความสุนทรีย์ของอาหารแบบชนชั้นสูงหรือชาววัง ในเรื่องรูปลักษณ์ รสชาติ กลิ่น และเสียง รวมไปถึงคำที่สื่อถึงความทันสมัย พบการใช้คำภาษาต่างประเทศ และการใช้ความเปรียบเทียบกับทำให้เกิดจินตภาพ อันนำมาซึ่งสำนักหรือการตระหนักในคุณค่าของความเป็นรากเหง้า 2) ด้านความเชื่อเชิงสัญลักษณ์ พบการใช้สัญลักษณ์ที่มีความหมายมงคล เพื่อให้เกิดความเป็นสิริมงคลที่สำคัญเป็นการเพิ่มขวัญและกำลังใจในการดำเนินชีวิตให้เป็นไปอย่างมีความสุข 3) ด้านภูมิปัญญาเชิงสัญลักษณ์ พบอาหารที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมทาง ภาษา วรรณกรรม และศิลปะที่มีความสำคัญต่อสังคมไทย

คำสำคัญ: การประกอบสร้าง; คุณค่าเชิงสัญลักษณ์; วัฒนธรรมอาหาร; รายการสารคดีโทรทัศน์หอมกลิ่นสยาม

* วันที่รับบทความ : 3 ตุลาคม 2567; วันแก้ไขบทความ 21 ตุลาคม 2567; วันตอบรับบทความ : 24 ตุลาคม 2567

Received: October 3 2024; Revised: October 21 2024; Accepted: October 24 2024

Abstract

This research paper aims to study the construction of symbolic value in cultural cuisine in the television series “Hom Klink Siam”. This research is qualitative research. It studies a total of five episodes of the television series. Then, the obtained data is analyzed and presented in the form of descriptive analysis. The idea of Roland Barthes is used to analyze the construction of symbolic value in cultural cuisine to understand the symbolic value of cultural cuisine. The tools used in the research include a conceptual framework, documents, textbooks, and related research. The research findings indicate that the television documentary series “Hom Klink Siam” constructs cultural values related to food in three primary ways: 1.) Symbolic Consumption: The documentary utilizes language and imagery to convey the uniqueness of Thai cuisine, the aesthetic qualities of haute cuisine or royal dishes in terms of appearance, taste, aroma, and sound. It also incorporates foreign terms and comparative expressions to create imagery that enhances awareness and appreciation of cultural heritage. 2.) Symbolic Beliefs: The documentary utilizes symbols with auspicious meanings to promote good fortune and well-being. These symbols serve to enhance morale and provide encouragement for a fulfilling and joyful life. 3.) Symbolic Wisdom: The series features foods that represent significant aspects of Thai culture, including language, literature, and art, highlighting their importance to Thai society.

Keywords: Construction; Semiotic Values; Food Culture; Television Documentary Series “Hom Klink Siam”

บทนำ

ปัจจุบันรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและการบริโภคได้รับความนิยมนอย่างมากอันเป็นผลเนื่องจากกระแสการตื่นตัวด้านสุขภาพและอิทธิพลจากวัฒนธรรมข้ามชาติ เพราะการบริโภคเป็นเรื่องสำคัญต่อมนุษย์และสังคมโดยรวม อาหารจึงไม่ใช่ปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้มนุษย์อยู่รอดปลอดภัยเท่านั้น แต่อาหารยังมีมิติทางวัฒนธรรมและสังคมไม่ว่าจะเป็นวิวัฒนาการทางวัตถุ เช่น การผลิตภาชนะ การเก็บเกี่ยวเพาะปลูก การค้า ฯลฯ ที่ทำให้อาหารกลายเป็นวัฒนธรรมและพื้นที่การแลกเปลี่ยนสนทนากันของผู้คนทั่วโลก การบริโภคอาหารไม่เพียงแต่ทำให้ทุกคนอิ่มท้อง บำรุงสุขภาพ และรักษาโรคเท่านั้น แต่การหาอาหาร การปรุง การบริโภคยังเป็นเครื่องสะท้อนพื้นที่ทางสุนทรียศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ตลอดจนการคัดแปลงพลิกแพลงตามเงื่อนไขทางวัฒนธรรม รสนิยม และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งในตัวเนื้อหาของรายการนั้นอาจจะมียุทธศาสตร์ การค้าแอบแฝงหรืออาจจะมียุทธศาสตร์ทางการเมืองและสังคมในสื่อด้วย (สุภาชีณีย์ คำศรีม่วง, 2558 : 2)

นอกจากนี้รายการสารคดีโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีคุณค่าสำหรับการให้ความรู้และการเผยแพร่วัฒนธรรม ทำให้ปรากฏงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับรายการสารคดีอาหารในประเด็นต่าง ๆ อ่างงานวิจัยของ XU ZHILAN (2561) เรื่อง วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นในรายการโทรทัศน์ ภัตตาคารบ้านทุ่ง พ.ศ. 2561 ได้วิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหาร ผลการวิจัยพบว่า อาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ความเชื่อ ประเพณี และความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ของคนไทยในแต่ละภูมิภาคอีกด้วย ส่วนงานวิจัยที่

ใช้แนวคิดสัญญาณมาวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ ได้แก่งานวิจัยของ สุภาชีณีย์ คำศรีม่วง (2558) ที่ศึกษาเรื่องสัญญาณทางวัฒนธรรมอาหารผ่านรายการโทรทัศน์สารบันเทิงทางอาหาร ยังได้วิเคราะห์ถึงสัญญาณทางวัฒนธรรมอาหารผ่านเนื้อหาและองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์สารบันเทิงทางอาหาร ผลการวิจัยพบว่าสัญญาณทางวัฒนธรรมอาหารและองค์ประกอบในการนำเสนอรายการโทรทัศน์สารบันเทิงทางอาหาร สะท้อนภาพกระบวนการประกอบสร้างความจริงอย่างประณีตจากการใช้ภาพสัญลักษณ์ของท้องถิ่นด้วยการสร้างความตระหนักถึงวัฒนธรรมการบริโภคแบบดั้งเดิมผ่านเทคนิคสารคดีที่เสนอเนื้อหาและคุณค่าของภาพแทนวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นที่คุ้นเคย

จากงานวิจัยดังกล่าวนำมาสู่ประเด็นการศึกษาวัฒนธรรมอาหารผ่านรายการโทรทัศน์ในมุมมองที่แตกต่างกัน การพิจารณาในเรื่องความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ที่เป็นเครื่องมือทันสมัยเพื่อการถ่ายทอดวัฒนธรรมนั้น ผู้วิจัยพิจารณาจากการที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้แพร่ภาพออกอากาศอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551 เป็นสื่อสาธารณะที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในระดับประเทศและในระดับภูมิภาคในฐานะสถาบันสื่อมวลชนที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์ผ่านการรายงานเหตุการณ์สำคัญที่รอบด้านและรายการที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทั้งได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติต่าง ๆ มากมายเป็นประจำทุกปี เช่น รางวัลโทรทัศน์ไทยเกียรติคุณ “อัตลักษณ์แห่งสยาม” บุคคลผู้สร้างสรรค์ผลงานดีเด่นแห่งชาติ ประจำปี 2566 เข้ารับพระราชทานเข็มที่ระลึกงานเพื่อนพ้อง(ภาฯ)ประจำปี 2566 ในปี พ.ศ. 2565 ได้รับรางวัลจากโครงการเวทีรางวัลเชิดชูเกียรติสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไทยพีบีเอสได้รับรางวัลประเภทสื่อโทรทัศน์ 8 รางวัล จากการคัดเลือกผลงานที่ส่งเข้าประกวดทั้งหมด 683 ผลงาน โดยองค์กรสื่อและสถาบันอุดมศึกษา 24 แห่ง รายการที่เกี่ยวข้องกับอาหารมี 4 รางวัล ได้แก่ รายงานพิเศษตอน “อาหาร (ไม่) มั่นคงสุวิกุลดี” สารคดีหอมกลิ่นสยาม ละครโทรทัศน์ปลายจวัก รายการภัตตาคารบ้านทุ่ง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าสื่อที่แพร่ภาพออกอากาศโดยสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสสามารถเป็นแบบอย่างแก่สื่อสถานีโทรทัศน์อื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี

รายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม เป็นสารคดีอาหารที่ผลิตขึ้นเป็นพิเศษเพื่อฉลองครบรอบ 10 ปี ของโทรทัศน์ไทยพีบีเอสโดยแพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ตั้งแต่วันที่ 1-29 ธันวาคม 2561 จำนวนทั้งสิ้น 5 ตอน รายการแต่ละตอนมีเวลาออกอากาศประมาณ 48 นาที และในปี พ.ศ.2565 ได้นำกลับมาออกอากาศซ้ำอีกในช่วงเวลาพิเศษ ผู้วิจัยจึงพิจารณาว่า รายการสารคดีโทรทัศน์ “หอมกลิ่นสยาม” เป็นรายการที่สำคัญ เนื้อหาถูกสร้างขึ้นเพื่อนำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยใช้อาหารเป็นสื่อกลาง บอกเล่าเรื่องราววัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวสยามตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้วยความรู้อันหลากหลายผ่านอาหารนานาชาติที่แฝงแง่คิด สร้างค่านิยมเชิงบวก ทั้งต่อตนเองและสังคม โดยนำเสนอสารคดีวัฒนธรรมอาหารจากต้นตำรับสู่สำรับไทยในครัวโลกที่เล่าเรื่องสยามผ่าน 5 สำรับไทยในสมัยโบราณ คือ ข้าวเครื่องควา เครื่องหวาน เครื่องว่าง และเครื่องจิ้ม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษที่ถือเป็นทั้งศาสตร์

และศิลป์ที่ทรงคุณค่าผ่านสำหรับไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม ที่ออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ไทยพีบีเอส โดยมุ่งศึกษาการประกอบสร้างความหมายคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ให้แก่อาหารและกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับอาหาร อันจะนำไปสู่การตระหนักรู้และซาบซึ้งในคุณค่าของอาหารไทยในมิติต่าง ๆ กับทั้งเป็นแนวทางการส่งเสริมเผยแพร่เอกลักษณ์อาหารไทยจากต้นตำรับสู่สำหรับไทยในครัวโลกต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการศึกษาจากรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ โรลิ่งด์ บาร์ตส์ วิเคราะห์การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารเพื่อให้เห็นถึงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย กรอบแนวคิด หนังสือตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดลำดับขั้นตอนการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. วิธีการคัดเลือกข้อมูลแบบเจาะจง รายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม เป็นสารคดีอาหารที่ผลิตขึ้นมาเป็นพิเศษเพื่อฉลองครบรอบ 10 ปี ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ตั้งแต่วันที่ 1-29 ธันวาคม 2561 จำนวนทั้งหมด 5 ตอน รายการแต่ละตอนมีเวลาออกอากาศประมาณ 48 นาที และในปีพ.ศ.2565 ได้นำกลับมาออกอากาศซ้ำอีกในช่วงเวลาพิเศษ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า รายการสารคดีโทรทัศน์ “หอมกลิ่นสยาม” เป็นรายการที่สำคัญ เนื่องจากเป็นรายการพิเศษจึงจำเป็นต้องคัดสิ่งที่ดี ๆ มานำเสนอ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกมาเป็นข้อมูลในการศึกษาเพื่อสืบค้นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารที่แฝงเร้นอยู่

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำโดยค้นคว้าจากเอกสารที่ได้รวบรวมจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ บทความสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารในสื่อโทรทัศน์ กรอบแนวคิดของ โรลิ่งด์ บาร์ตส์ เพื่อนำมาวิเคราะห์การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารและข้อมูลรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม โดยคัดลอก (ดาวน์โหลด) จากเว็บไซต์ www.thaipbs.or.th/program/HomKlinSiam เพื่อใช้ศึกษาประกอบการอ้างอิงถึงแนวคิดลักษณะของรายการสารคดีโทรทัศน์หอมกลิ่นสยามที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงตอนในรายการโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม ที่ออกอากาศทั้งหมด 5 ตอน

ลำดับที่	ออกอากาศเมื่อวันที่	ชื่อตอน	เวลาออกอากาศ
1	1 ธ.ค. 61	ข้าว =ชาติ	48 นาที
2	8 ธ.ค. 61	กับข้าว กับปลา กับวิถีไทย	48 นาที
3	15 ธ.ค. 61	ความเชื่อ เครื่องหวาน งานมงคล	46 นาที
4	22 ธ.ค. 61	เครื่องว่างไทย จากสำรับชาววังสู่ของว่างชาวบ้าน	48 นาที
5	29 ธ.ค. 61	เครื่องจิ้ม เสน่ห์รสไทย	46 นาที

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ค้นหาคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 ถ่ายถอดความเนื้อเรื่องของรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม ทั้งหมด 5 ตอน เป็นลายลักษณ์อักษรแบบคำต่อคำ

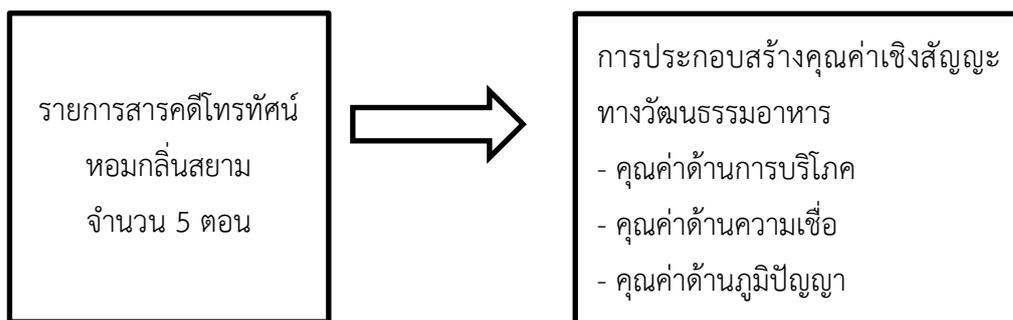
3.2 วิเคราะห์เนื้อเรื่อง โดยใช้กรอบแนวคิดสัญลักษณ์ของ โรลิ่ง บาร์ตส์

3.3 วิเคราะห์การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร เช่น คุณค่าด้านการบริโภค คุณค่าด้านความเชื่อ และคุณค่าด้านภูมิปัญญา

4. การนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยที่มุ่งศึกษาการประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร 3 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านการบริโภค คุณค่าด้านความเชื่อ และคุณค่าด้านภูมิปัญญา ซึ่งผู้วิจัยทำการถ่ายถอดความจากเนื้อเรื่องของรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม จำนวน 5 ตอน โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพประกอบ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม โดยใช้แนวคิดของโรลิ่งด์ บาร์ตส์ วิเคราะห์การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร เพื่อให้เห็นถึงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร ผลการวิจัยพบว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม มีการประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ 2) ด้านความเชื่อเชิงสัญลักษณ์ 3) ด้านภูมิปัญญาเชิงสัญลักษณ์ รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การประกอบสร้างคุณค่าด้านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร

คุณค่าด้านการบริโภค หมายถึง การบริโภคอาหารอย่างมีรสนิยม ตลอดจนกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับอาหารต่าง ๆ ที่มีคุณลักษณะสื่อคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ ความมีระดับ เช่น การเป็นของชั้นดีชั้นเลิศ ความเป็นเอกลักษณ์ต้นตำรับดั้งเดิมหรือสูตรโบราณ ความหรูหราประณีตของวัตถุดิบ ภาชนะใส่ตกแต่งอาหาร ความก้าวทันกระแสอย่างมีรสนิยม ความสุนทรีย์ยะใน รูป รส กลิ่น เสียง ซึ่งปรากฏมากในอาหารชาววัง ความสุนทรีย์ภาพ ความซาบซึ้งในความงาม ทั้งความงามทางธรรมชาติและ ความงามด้านศิลปะ และคุณค่าความแปลกใหม่ที่มีผลต่อการรับชมของผู้รับสารในรายการหอมกลิ่นสยาม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1 ขนมค้ำคาวกับขนมไส้หมู

ตอนที่ 4 เครื่องว่างไทยจากสำรับชาววังสู่ของว่างชาวบ้าน ดำเนินรายการโดย จันทรรัตน์ เหมเวช มัณฑนากรจากมหาวิทยาลัยศิลปากรและกรรณพล เทียนสุวรรณ เปิดเรื่องราวสมัยโบราณ อาหารว่างที่มีลักษณะการปรุงตกแต่งสวยงามใช้ทั้งศิลปะความละเอียดละไมมักเป็นสำหรับของคนชั้นสูงส่วนประวัติความเป็นมาของเครื่องว่างแบบนี้เกิดขึ้นในสมัยใดยังไม่มีหลักฐานชัดเจนแต่ในหนังสือตำราแม่ครัวหัวป่าของท่านผู้หญิงเปเลี่ยน ภาสกรณวงศ์ ว่ามีการถวายขนมไส้หมูกับขนมค้ำคาวในพระกระยาหารเครื่องต้นของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก รัชกาลที่ 1 ปรากฏดังภาพและข้อความต่อไปนี้



รูปที่ 1 ขนมค้ำคาว



รูปที่ 2 ขนมไส้หมู

“...เจ้าครอกทองอยู่ เป็นช่างทำขนมค้ำคาว ทำดีเป็นที่สุด
และชอบพอรักใคร่กันกับเจ้าครอกวัดโพธิ์กรมหลวงนรินทรเทวี
ถ้าจะเข้าไปพระบรมราชวังครั้งใดก็ชักชวนนัดหมายกันกับเจ้าครอก
วัดโพธิ์ เข้าเฝ้าด้วยกันทุกครั้ง ถ้าจะเข้าวังวันใดเวลาใดก็ให้ข้าหลวง
ข้ามไปหรือข้ามมานัดกันว่าวันนั้นเวลานั้นจะเข้าวัง ทำขนมค้ำคาว
และขนมจีบมาตั้งเครื่องทุกครั้ง...”

(รายการหอมกลิ่นสยามตอนเครื่องว่างไทยจากสำหรับชาววังสู่ของว่างชาวบ้าน, 2561, นาทีที่ 5:30)

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ขนมค้ำคาวเป็นเครื่องว่างไทยโบราณประกอบด้วย เผือก กุ้ง แป้ง
มะพร้าวลักษณะปั้นเป็นรูปสามเหลี่ยมคล้ายค้ำคาวมีจีบด้านบนสามจีบแล้วนำไปทอดจนเหลืองกรอบ
ส่วนขนมไส้หมูเป็นอาหารว่างโบราณตำรับชาววังมีลักษณะปั้นแป่งจับจีบขึ้นมาเป็นรูปตัวนกสอดไส้หมูสับผสม
กับถั่วลิสงปรุงรสด้วยรากผักชี กระเทียม พริกไทย สื่อถึงการบริโภคนิยมคนชั้นสูงหรือชาววัง โดยการ
กล่าวอ้างถึงขนมสองชนิดนี้ปรุงด้วยฝีมือเจ้าครอก ซึ่งเป็นสรรพนามที่ใช้เรียกเจ้านายผู้หญิงทั้งสองนี้เป็นสตรี
ชาววัง เจ้าครอกวัดโพธิ์ คือพระน้องนางเธอต่างพระชนนีในรัชกาลที่ 1 เจ้าครอกทองอยู่ คือพระอัครชายา
ในสมเด็จพระเจ้าหลานเธอ เจ้าฟ้ากรมพระอนุรักษ์เทเวศร์ และคุณค่าด้านการบริโภคแบบสุนทรีย์ใน
รูปลักษณะและรสชาติ ดังภาพประกอบที่ 1 ขนมค้ำคาวและภาพประกอบที่ 2 ขนมไส้หมู มีลักษณะรูปลักษณะ
เหมือนค้ำคาวและตัวนกจัดเป็นชิ้นพอคำอย่างสวยงามประณีตและมีรสชาติที่อร่อย ขนมค้ำคาวรับประทาน
คู่กับอาจาด อาจาด หมายถึง สิ่งที่รับประทานแก้เลี่ยนปรุงด้วยแตงกวาหัวหอมและน้ำส้มสายชู ส่วนขนมจีบ
ไทยหรือขนมไส้หมูรับประทานคู่กับมะเฟืองที่มีรสชาติเปรี้ยวเล็กน้อยเป็นการชูรสชาติให้ขนมอร่อยมากยิ่งขึ้น
สะท้อนให้เห็นว่าบุคคลที่มีความประณีตและความประณีตในที่นี้หมายถึง การใส่ใจรายละเอียดการให้
ความสำคัญกับความหมายที่ลึกซึ้งหรือการสร้างความหมายใหม่จากสิ่งที่สัมผัส ซึ่งหมายถึงคนที่มีความคิด
สร้างสรรค์ มีจินตนาการ และมีศิลปะถ่ายทอดออกมาจากสิ่งที่คิดได้ ศิลปะในการจัดสำรับไทยในสมัยก่อน
ซึ่งเข้าหลักการประนีประนอมอย่างแนบสนิหนั้น ปรากฏในข้อเขียนของ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช
ลงหนังสือพิมพ์สยามรัฐจำนวน 3 ฉบับติดต่อกัน ได้แก่ ฉบับเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2527 ฉบับเมื่อวันที่
13 ธันวาคม พ.ศ. 2527 และฉบับเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2527 ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช กล่าวว่า สำหรับ
ไทยที่เคยกินกันมาแต่ก่อนจะมีกับข้าวอะไรบ้าง ต้องมีหลักการและโครงสร้าง ห้ามการหากับข้าวใส่สำรับตาม
อารมณ์หรือตามแต่จะนึกออกหรือตามแต่จะง่าย แต่ต้องตรึงร่องอย่างค่อนข้างจะประณีต ตัวอย่าง เช่น
หากสำรับมีแกงเผ็ดกะทิ ของแฉกก็ต้องขึ้นอยู่กับแกงเผ็ด โดยต้องมีรสหวานไว้แก้รสเผ็ดของแกง ถ้ากับข้าว
หลักเป็นแกงส้ม ซึ่งไม่มีกะทิ ของแฉกก็ต้องกะให้มันหน้อย เช่น หมูหวาน เป็นต้น คำว่า “แฉก” แปลว่า

ประกอบเข้าไป ทำให้กับข้าวหลักนั้นอร่อยขึ้น น่าสนใจขึ้น ขณะที่คำว่า “เครื่องเคียง” หรือ “ของเคียง” นั้น หมายถึง กับข้าวที่ใส่ถาดหรือตะลุ่มต่างหากนำไปวางไว้เคียงสำหรับ ซึ่งไม่ต้องแนมกับแกงที่เป็นหลักของสำหรับ

ตัวอย่างที่ 2 น้ำพริก

ตอนที่ 5 เครื่องจิ้ม เสน่ห์รสไทย ดำเนินรายการโดย ชัยจักร ทวยทธานนท์ นักประวัติศาสตร์มาเล่าถึงเครื่องจิ้มไทยที่มีชาวต่างชาติคนหนึ่งชื่อ เมอร์ซีเออ เดอลาลูแบร์ ได้จดบันทึกว่าชาวสยามมีซอสชนิดหนึ่งเป็นซอสพื้นฐานใช้รับประทานกันอย่างกว้างขวางซึ่งซอสชนิดนี้ คือ น้ำพริก ดังข้อความต่อไปนี้

“เครื่องจิ้มไทย คือเสน่ห์คู่ครัว ที่มาของรสกลมกล่อมอันเผ็ดร้อน มีชาวต่างชาติคนหนึ่ง คือ เมอร์ซีเออ เดอลาลูแบร์ ซึ่งเป็นชาวฝรั่งเศสที่เข้ามาในแผ่นดินสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชบันทึกไว้ว่า ชาวสยามนั้นมีซอสชนิดหนึ่งเป็นซอสพื้นฐานซึ่งใช้กินกันอย่างกว้างขวางซึ่งซอสชนิดนี้ คือ น้ำพริก ประกอบไปด้วย พริก หัวหอม กระเทียม ตำคั่วด้วยกันแล้วเติมน้ำลงไปจะเห็นได้ว่าเป็น น้ำพริกพื้นฐานเป็นเครื่องจิ้มที่มีอยู่ทั่วไปในแผ่นดินสยาม ซึ่งเป็นของแปลกในสายตาของชาวต่างชาติ จะอิตแค่ไหนก็ต้องทานน้ำพริก เพราะน้ำพริกอยู่ในสายเลือดของคนไทย น้ำพริกทานอย่างไรก็ไม่มีวันเบื่อ เพราะอาหารไทยมีน้ำพริกหลากหลายประเภทมาก เรียกได้ว่าเป็นอาหารของชาติ ผมอยากให้อาหารไทยทานน้ำพริก ผมว่ามันเท่ต่อไป เสาะแสวงหาทานอาหารทั่วโลก คุณก็ต้องกลับมาทานน้ำพริกเพราะน้ำพริก คือตัวตนของเรา”

(รายการหอมกลิ่นสยาม ตอนเครื่องจิ้ม เสน่ห์รสไทย, 2561, นาทีที่ 0:55)

จากข้อความข้างต้นพบว่า น้ำพริกหมายถึง อาหารประเภทเครื่องจิ้มที่อยู่กับคนไทยมาช้านานมีรสกลมกล่อม เผ็ดร้อน ประกอบไปด้วย พริก หัวหอม กระเทียม ตำคั่วด้วยกันแล้วเติมน้ำลงไปจะเห็นได้ว่าเป็น น้ำพริก พื้นฐานที่มีอยู่ทั่วไป สื่อความหมายคือ อาหารของชาติ อาหารที่อยู่ในสายเลือด โดยเมอร์ซีเออ เดอลาลูแบร์ ชาวต่างชาติได้บันทึกประวัติศาสตร์ชาติไทยไว้ โดยการยกระดับคุณค่าของน้ำพริกให้เทียบเท่ากับซอส ซึ่งเป็นเครื่องจิ้มสากลของตะวันตก น้ำพริกยังเป็นอาหารประจำชาติที่อยู่ในสายเลือดของคนไทยเมื่อรับประทานน้ำพริกแล้วเท่ คำว่าเท่ หมายถึง โดดเด่น สื่อถึงรสนิยมการบริโภคแสดงตัวตนที่ทรูทรากันสมัย และคุณค่าด้านการบริโภคความแปลกใหม่ คือน้ำพริกที่เห็นว่าเป็นอาหารพื้นฐานของคนไทยแต่เป็นความแปลกใหม่ของชาวต่างชาติที่ไม่เคยรับประทาน สะท้อนตัวตนของความเป็นไทยโดยแท้ จึงกล่าวได้ว่าน้ำพริกเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมไทยอย่างหนึ่ง

สรุปได้ว่า ประกอบสร้างคุณค่าด้านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์วัฒนธรรมอาหาร ปรากฏคำสื่อความเป็นเอกลักษณ์โบราณหรือดั้งเดิม คำว่า อาหารโบราณ มีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่หลากหลายเนื่องจากอาหารโบราณไม่เพียงเป็นอาหารในอดีตเท่านั้นแต่ยังสะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนไทยในอดีตซึ่งมีความประณีตและพิถีพิถันในทุกขั้นตอนการปรุงอาหารมีการเลือกใช้วัตถุดิบชั้นเลิศการใช้เครื่องเทศที่มีกลิ่นหอมเฉพาะตัว และการจัดตกแต่งอาหารที่สวยงาม นอกจากนี้อาหารโบราณยังสื่อถึงความทรงจำในวัยเยาว์ความผูกพันในครอบครัวมักเกิดขึ้นระหว่างการรับประทานอาหารร่วมกัน ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของความเป็นไทย นอกจากนี้การใช้คำประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ คำสื่อความก้าวทันสมัยมักใช้คำภาษาต่างประเทศ เพื่อยกระดับคุณค่าให้เทียบเท่ากับตะวันตก ปรากฏคำที่สื่อคุณค่าคือ เท่ ซอส ฮิต อาหารไทยสไตล์โมเดิร์น เป็นต้น การใช้คำประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์โดยการใช้ความเปรียบ เป็นการเปรียบเทียบความเหมือนระหว่างสิ่งสองสิ่งโดยที่ทั้งสองสิ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มทางความหมายที่ต่างกัน ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดจินตภาพบางอย่างและเพื่อให้เกิดพลังในการสื่อความหมายไปยังผู้บริโภคในลักษณะที่พรรณนาให้ผู้บริโภคมองเห็นภาพและเข้าใจสิ่งที่รายการโทรทัศน์ต้องการจะกล่าวถึงด้วยการเปรียบเทียบนับเป็นการสื่อแทนความคิดของรายการโทรทัศน์ให้มีสีสันมากขึ้น (จันทิมา อังคพนิชกิจ, 2561 : 209-210) ตัวอย่างเช่น ข้าวเทียบเท่ากับชาติ อาหารชาวบ้านก็เหมือนอาหารชาววัง การทำอาหารก็เหมือนกับการงานศิลปะ อาหารก็เหมือนกับดนตรี น้ำพริกอยู่ในสายเลือด กะปิเป็นหัวใจของเครื่องจิ้ม เป็นต้น ความเปรียบเหล่านี้นอกจากจะช่วยให้เกิดจินตภาพยังช่วยให้เกิดพลังในการสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ด้วย

2. การประกอบสร้างคุณค่าด้านความเชื่อเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร

คุณค่าด้านความเชื่อ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของคนในสังคมและการยอมรับในสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจมีเหตุผลหรือไม่มีเหตุผลก็ได้ จึงเป็นเรื่องของอำนาจเหนือธรรมชาติที่มีอยู่เหนือการควบคุมของมนุษย์และยอมรับในพลังอำนาจด้วยการเคารพบูชา ประกอบพิธีกรรม และปฏิบัติตนให้อยู่ในกรอบกติกาที่เห็นว่าเหมาะสมกับความเชื่อนั้น เช่น ความเชื่อทางพุทธศาสนา ประเพณี และพิธีกรรม ซึ่งมีความสำคัญด้วยการเพิ่มขวัญและกำลังใจในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมให้เป็นไปอย่างมีความสุขความเจริญ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 3 ข้าวยาคุ

ตอนที่ 1 ข้าวเท่ากับชาติ ดำเนินรายการโดย ดร.นิพัทธ์ชนก นางพินิจ ได้อธิบายคุณสมบัติประโยชน์ของข้าวยาคุที่มีประโยชน์สูงมากเทียบเท่ากับยาในสมัยพุทธกาล จึงอนุโลมให้เป็นวิกาลโภชนให้สงฆ์อาพาธฉันได้ ปรากฏดังข้อความต่อไปนี้

“ข้าวยาคุ ใช้ข้าวตอนที่ยังเป็นเมล็ดสีเขียว ๆ ยังไม่ขาวเต็มที่พอใช้เวลาอีกประมาณเดือนกว่ามันจะขาว ตรงนั้นเวลาเราเดินเข้าไปในระหว่างที่ข้าวมันเป็นสีเขียว เรียกว่า ข้าวมีข้าวน้ำนมจะหอมมากเอาเมล็ดข้าวนั้นมาบดจะได้น้ำใส ๆ หอม อร่อย และมีประโยชน์สูงมากในสมัยพุทธกาล

พระพุทธเจ้า ท่านอนุโลมให้เป็นวิกาลโภชน เพราะด้วยความเป็นยานี้
ก็ให้สงฆ์อาพาธท่านฉันได้”

(รายการหอมกลืนสยาม ตอนข้าวเท่ากัษชาติ, 2561, นาทิตี 18:32)

จากการศึกษาพบว่า ข้าวยาคุ หมายถึง ขนมพื้นบ้านชนิดหนึ่งมีบริโภคหลายพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกข้าว แต่เดิมบริโภคปีละครั้งในช่วงที่ต้นข้าวออกรวงหรือเรียกว่า ระยะตั้งท้อง เต็มไปด้วยเมล็ดข้าวอ่อนหรือเรียกว่าข้าวระยะให้น้ำนม โดยเกี่ยวข้าวมาตำนวดทิ้งรวง แล้วคั้นเอาน้ำนมข้าวมาเคี้ยวในกระทะ จนได้เนื้อชั้นเหนียวสีเขียวอ่อนถึงเข้ม ตัวขนมนี้ให้กลิ่นหอมอ่อน ๆ จากข้าว รสนุ่มนวล ไม่หวานมาก สื่อความหมาย คือความเป็นยาที่บริสุทธิ์ เป็นยาอายุวัฒนะ ข้าว น้ำนมใส ๆ หอม อร่อย และมีประโยชน์สูงมาก เป็นการใช้กลวิธีทางภาษาเปรียบเทียบกับความเป็นสีขาวบริสุทธิ์หรือสิ่งบริสุทธิ์ที่มากด้วยคุณค่าคุณประโยชน์ และคุณค่าด้านความเชื่อทางพุทธศาสนาที่ตั้งแต่ในสมัยพุทธกาล พระพุทธเจ้าอนุโลมให้เป็นวิกาลโภชน หมายถึง การฉันในเวลาวิกาล หรือการฉันอาหารผิดเวลาที่กำหนด แต่ด้วยความเชื่อที่เป็นยานี้ก็ให้สงฆ์อาพาธท่านฉันได้ นับเป็นการยกระดับคุณค่าของข้าวยาคุให้เป็นอาหารที่สำคัญในพิธีกรรมทางพุทธศาสนา ตามความเชื่อที่ปรากฏในพระไตรปิฎกที่กล่าวถึงที่มาของข้าวยาคุว่าพราหมณ์คนหนึ่งนำข้าวยาคุมาถวายพระพุทธเจ้า ผลบุญจึงส่งให้เป็นผู้บรรลุดุจรรณงค์แรก ชาว พุทธส่วนหนึ่งจึงเชื่อว่า อานิสงส์ของการถวายข้าวยาคุแก่พระสงฆ์หรือให้ข้าวยาคุแก่ผู้อื่น คือการให้อายุ วรรณะ สุขกำลัง และปฏิภาณผู้มีปัญญา

สรุปได้ว่า ความเชื่อทางศาสนาและพิธีกรรม มีความศักดิ์สิทธิ์และมีอำนาจโน้มน้าวให้คนที่มีส่วนร่วมร่วมรับคุณค่าและแบบอย่างพฤติกรรมที่ต้องการเน้นเข้าไว้กับตัวเป็นการตอกย้ำความเชื่อและกรอบศีลธรรมจรรยาของกลุ่มชนรวมทั้งแนวปฏิบัติและความคาดหวังโดยไม่ต้องใช้เหตุผลแต่ใช้ศรัทธา ความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรมเป็นการสร้างกระแสความเชื่อและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ (ศุภวัฒน์ นามคำ, 2564 : 18) ปรากฏ ความเชื่อทางพุทธศาสนาและพิธีกรรม ได้แก่ *ข้าวยาคุ* ใช้ถวายพระสงฆ์เป็นอาหารที่สำคัญในพิธีกรรมทางพุทธศาสนา โดยเชื่อว่าอานิสงส์ของการถวายข้าวยาคุแก่พระสงฆ์ คือการให้อายุ วรรณะ สุขกำลัง และปฏิภาณผู้มีปัญญา

3. การประกอบสร้างคุณค่าด้านภูมิปัญญาเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร

คุณค่าด้านภูมิปัญญา หมายถึงองค์ความรู้ความสามารถและทักษะของคนไทยอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกรสร ปรุงแต่ง พัฒนา และถ่ายทอดสืบต่อกันมาเพื่อใช้แก้ปัญหาพัฒนาชีวิตของคนไทยให้สมดุลกับสภาพแวดล้อมเหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเป็นองค์รวมที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นในวิถีชีวิตไทยซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นอาจเป็นที่มาขององค์ความรู้ที่งอกงามขึ้นใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้การแก้ปัญหาการจัดการและการปรับตัวในการดำเนินวิถีชีวิตของคนไทย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 4 ข้าวตัง

ตอนที่ 1 ข้าวเท่ากับชาติ เปิดเรื่องโดยแพร่ภาพถ่ายพระวิมาดาเธอพระองค์เจ้าสายสวลีภิรมย์ กรมพระสุทธาสินีนาฏปิยมหาราชปติวงศ์ กำลังทรงเตรียมพระกระยาหารในห้องพระเครื่องต้น ดำเนินรายการโดย ดร.นิพัทธ์ชนก นาจพิณิจ เล่าว่าในสมัยรัชกาลที่ 5 พระวิมาดาเธอพระองค์เจ้าสายสวลีภิรมย์ฯ ทรงมีความเชี่ยวชาญเรื่องของอาหารมาก เนื่องด้วยท่านต้องดูแลคนในวังทั้งหมดด้วยงบประมาณที่จำกัด ดังนั้นข้าวที่มีอยู่ทุกมือจึงต้องใช้อย่างประหยัด ปรากฏดังข้อความต่อไปนี้

“...สมัยก่อน เวลาหุงข้าวปริมาณมาก ๆ จะติดกันหม้อ ส่วนที่ใหม่ ๆ ก็นำมาตากแห้งแล้วทอด ออกมาเป็น ข้าวตังกรอบ ๆ หอม ๆ นี่คือ ภูมิปัญญาของชาววัง คือทักษะในการทำอาหารนี้ท่านจะมีความละเอียด ประณีต และประหยัด ในความประหยัดของที่แทบจะต้องทิ้ง ท่านสามารถ นำมาทำให้เป็นของมีค่าได้ คุณชายศึกฤทธิ์ก็กล่าวว่าการหุงข้าวตังนี้ต้องเสนาะหู เวลาเคี้ยวเสียงดังกรอบ...”

(รายการหอมกลิ่นสยาม ตอนข้าวเท่ากับชาติ, 2561, นาทีที่ 11:17)

จากการศึกษา ข้าวตังคือ ข้าวสุกที่ใหม่เกรียมติดอยู่กับหม้อหรือก้นกระทะมักนำมาประกอบอาหาร สื่อความหมายคือความประหยัด โดยใช้ภูมิปัญญาของชาววังหรือความเฉลียวฉลาดของคนโบราณ เนื่องจากสมัยก่อนอยู่ด้วยกันเป็นครอบครัวใหญ่เวลาหุงข้าวปริมาณมากจะทำให้ข้าวติดหม้อ แต่ด้วยภูมิปัญญาและความเฉลียวฉลาดของชาววังได้นำมาสร้างคุณค่าโดยการแปรรูปอาหารชนิดใหม่ที่เรียกว่า ข้าวตัง สะท้อนถึงภูมิปัญญาการใช้เทคนิคปรุงอาหารเพื่อให้สามารถเก็บอาหารที่มีเป็นจำนวนมากไว้สำหรับการบริโภคได้ยาวนานกว่าปกติ นอกจากนี้ยังได้นำข้าวตังมาปรุงเป็นอาหารตำรับชาววังที่มีความหอมและกรอบเป็นการสร้างคุณค่าความสุนทรีย์ในเรื่องของกลิ่นและเสียง โดยการนำไปทอดให้หอมกรอบดังที่ หม่อมราชวงศ์ศึกฤทธิ์ ปราโมช กล่าวว่าการหุงข้าวตังนี้ต้องเสนาะหูเวลาเคี้ยวแล้วเสียงดังกรอบ

สรุปได้ว่า การประกอบสร้างคุณค่าด้านภูมิปัญญาเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในด้านภูมิปัญญาทางอาหาร ได้แก่ ข้าวตัง เกิดจากความประหยัดด้วยความเฉลียวฉลาดของคนโบราณของชาววัง สามารถนำข้าวกันหม้อที่ดูเหมือนไม่มีค่าทำให้มีค่าได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยามไม่ได้นำเสนอความรู้หรือคุณค่าเชิงอรรถประโยชน์ที่แท้จริงของอาหารและกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับอาหารในฐานะหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เท่านั้น แต่วารายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม ยังมุ่งหมายที่จะกระตุ้นให้เกิดการบริโภคโดยการเลือกใช้ทั้งวจนภาษาและอวัจนภาษา เช่น ภาษา ภาพ อาหาร พิธีกรรม เพื่อประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ให้แก่อาหารและกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับอาหารอย่างตั้งใจ คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นนี้ นอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มรวมทั้งสร้างคุณค่าอันเป็นความหมายเชิงนามธรรมให้แก่อาหารและกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับอาหารแล้วยังกลายเป็นกลไกสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดแบบแผนและพฤติกรรมกรบริโภคทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและปรารถนาที่จะบริโภคอย่างไม่สิ้นสุด เพราะคุณค่าเชิงสัญลักษณ์เหล่านี้ถูกประกอบสร้างและสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ ได้อย่างไม่จบสิ้นตามที่ โรลิ่ง บาร์ตส์ กล่าวว่าสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราในสังคมนั้นล้วนเป็นสัญลักษณ์มีระบบวัฒนธรรมเป็นรหัสในการสร้างความหมายของสัญลักษณ์แต่ด้วยความเคยชินหรือการอำพรางของวัฒนธรรมเราจึงมองข้ามหรือมองไม่เห็นความหมายในระดับที่สรรพสิ่งต่าง ๆ มีฐานะเป็นสัญลักษณ์หรือถูกทำให้กลายเป็นสัญลักษณ์ในรูปของมายาคติจึงมองเห็นความหมายของ สรรพสิ่งนั้นเป็นเรื่องของธรรมชาติธรรมดาหรือเป็นเพียงสิ่งของเพื่อการใช้สอยเท่านั้น บาร์ตส์ จึงไม่หยุดมองเพียง ความหมายเบื้องต้นของสัญลักษณ์แต่มองไปถึงความหมายแฝงหรือความหมายที่สองของสัญลักษณ์ความหมายแฝงนี้ ผูกโยงกับวัฒนธรรมค่านิยมทางสังคม เช่น สินค้าขึ้นชื่อที่ผู้ใช้รู้สึกว่าคุณดี เป็นความหมายทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับอุดมการณ์มีสถานะเป็นมายาคติ (สุภางค์ จันทวานิช, 2558 : 218-220)

ในรายการอาหารที่ศึกษา มีการกล่าวถึงอาหารของชาววัง และมีการเอ่ยถึงพระนามของบุคคลที่อยู่ในชนชั้นสูง (เจ้า) หลายพระองค์ในฐานะเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ทำให้ภาพลักษณ์ของชนชั้นสูงไทยมีความคุ้นเคยและดูใกล้ชิดกับสามัญชนมากขึ้น และช่วยลดช่องว่างระหว่างสามัญชนกับเจ้าในฐานะสมมติเทพที่แต่เดิมมองว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่จับต้องไม่ได้ และห่างเหินกับวิถีชีวิตของประชาชน (การมองว่าเจ้าเป็นสมมติเทพ เป็นความเชื่อตามลัทธิไศเลนทร์ หรือลัทธิเวทราช ของศาสนาพราหมณ์-ฮินดู)

ความพยายามในการลดช่องว่างระหว่างเจ้ากับสามัญชน จึงเป็นกระแสหลักในหลักการปกครองที่ชนชั้นสูงไทยพยายามยึดถือและปฏิบัติเรื่อยมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์จนกระทั่งทุกวันนี้ และการนำเสนอภาพของเจ้าในลักษณะที่ใกล้เคียงกับบุคลุชนธรรมดา เช่น ในเรื่องการทำอาหารของชาววัง เป็นต้น ก็สะท้อนถึงกระแสดังกล่าวอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ดี วิวัฒนาการของอาหารชาววังและองค์ความรู้เรื่องอาหารของไทยมาเกิดขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงปลายสมัยรัชกาลที่ 4 จนถึงตลอดรัชกาลที่ 5 ท่ามกลางบรรยากาศการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมเพื่อให้สยามประเทศมีความเป็นอารยะทัดเทียมตะวันตกช่วงเวลานั้นเองจึงมีการริเริ่มสร้างสรรค์

และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านอาหารที่เรียกว่า “ตำรากับข้าวขาววัง” ให้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างวัฒนธรรม ศิวิลักษณ์ ซึ่งต่อมาได้ปลูกกระแสการเขียนตำรากับข้าวเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในหมู่ชาวมอญและ แวดวงชนชั้นสูงทำให้เข้าใจกระจ่างขึ้นว่า รากเหง้าอาหารชาวมอญนั้นไม่ได้จำกัดวงอยู่แค่ในเขต พระบรมมหาราชวัง แต่ยังรวมถึงในวังของเจ้านายเชื้อพระวงศ์ และตามบ้านขุนนางข้าราชการชั้นสูงที่มีสายสัมพันธ์ใกล้ชิดกับวังด้วย (ประสาสนสุข ตันติเวชกุล, 2566 : 31)

การนำอาหารชาวมอญ รวมถึงเรื่องราวประกอบต่าง ๆ ที่มาจากในวังมานำเสนอในรายการสารคดี โทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดอนุรักษ์นิยม ซึ่งยังคงเป็นกระแสแนวคิดหลักในสังคมไทยยุค ปัจจุบัน ที่มองว่าสถาบันพระมหากษัตริย์ไทย มีคุณูปการอย่างยิ่งต่อประเทศชาติในฐานะเป็นต้นแบบของ ความดีงามและคุณค่าทั้งหลาย ตลอดจนผูกโยงไปกับความเป็นไทยและวัฒนธรรมไทยด้วย

สอดคล้องกับ เปรม สอนสมุทร (2560 : 157) กล่าวว่าในมุมมองของสามัญชนทั่วไปนั้นก็ยังคงมอง ว่าอาหารชาวมอญหรือตำรับชาวมอญเป็นของหรูหราเนื่องด้วยเป็นอาหารที่หารับประทานได้ยากเป็นอาหารที่ต้อง ใช้ กรรมวิธีในการเตรียมนาน เป็นอาหารที่เครื่องปรุงและวัตถุดิบหาได้ยากตำรับชาวมอญจึงยังคงความ ศักดิ์สิทธิ์และคงสถานะเหนืออาหารปรกติทั่วไปที่บริโภคเป็นประจำในชีวิตประจำวัน การบริโภคอาหารตำรับ ชาวมอญนั้นจึงอาจจำเพาะไว้แต่เพียงโอกาสสำคัญโอกาสพิเศษหรือเฉพาะช่วงเทศกาลที่หาวัตถุดิบได้สะดวก

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา รัตนดิถก ณ ภูเก็ต (2561 : 363) ปรากฏว่าอาหาร แบบคนชั้นสูงหรือชาวมอญมักจะบริโภคหรือนิยมแบบสุนทรีย์ในเรื่องของรูป รส กลิ่น เสียง สื่อคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ของความสวยงาม ความพิถีพิถัน และความประณีตซึ่งสะท้อนถึงความเป็นผู้ดีและสถานะทางสังคมชั้นสูง ประกอบกับอาหารที่มีการเตรียมอย่างประณีตแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงวัตถุดิบที่มีคุณภาพและ ความรู้ในการประกอบอาหารที่ซับซ้อนอาหารชาวมอญไม่ได้เน้นเพียงแค่รสชาติการตกแต่งอาหารเหล่านี้เป็น ศิลปะที่แสดงถึงความสามารถในการสร้างสรรค์และการให้ความสำคัญกับรายละเอียดอาหารชาวมอญยังสะท้อน ถึงภูมิปัญญาการเลือกใช้วัตถุดิบและการปรุงอาหารที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้อาหารของชาวมอญ จะต้องอาศัยการฝึกฝนและสั่งสมประสบการณ์เพื่อที่จะทำให้อาหารมีรสชาติและรูปลักษณ์ที่สวยงามคงอยู่ เสมอ นับเป็นการสะท้อนถึงการศึกษาและความรู้ของผู้ปรุงอาหารอีกทั้งอาหารชาวมอญเป็นส่วนหนึ่งของ เอกลักษณ์ประจำชาติไทย คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทำให้อาหารของชาวมอญมีความหมายมากกว่าเพียงแค่อาหาร แต่ยังเป็น ตัวแทนของวัฒนธรรม ประเพณี และศิลปะที่มีความสำคัญต่อสังคมไทย

ในขณะเดียวกัน ผลการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาชนิย์ คำศรีม่วง (2558) ที่ศึกษาเรื่อง สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารผ่านรายการโทรทัศน์สารบันเทิงทางอาหาร ผลการศึกษาพบว่า สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลายมิติในสังคมมนุษย์ตั้งแต่มิติด้านวิถีชีวิตที่มีความเกี่ยว พันกับอาหารตั้งแต่เกิดจนตาย มิติด้านสุขภาพ อาหารต่าง ๆ ที่มีมนุษย์บริโภคมีผลต่อร่างกายทั้งผลดีและ ผลร้ายจึงมีการประยุกต์อาหารด้วยวัตถุดิบ วิธีการปรุงให้เหมาะสมกับคนในสังคมนั้น ๆ ในมิติด้าน

ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมีการแลกเปลี่ยนอยู่ทุกยุคทุกสมัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและเชื่อมโยงไปถึงมิติทาง ความเชื่อ ศาสนา ที่มีการสร้างวัฒนธรรมการบริโภคที่แตกต่างกันออกไป วัฒนธรรมอาหารจึงถูกเชื่อมโยงอยู่ กับหลายมิติและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นในระดับทางวัฒนธรรมอาหารจึงเป็นสัญลักษณ์ของสิ่ง ที่เกิดขึ้นในสังคมอาหารทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ความเชื่อที่ถูกปรับปรุงเปลี่ยนแปลง จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม ยังมีประเด็นอื่นที่ควรศึกษาเพิ่มเติม แยกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านเชิงวิชาการ

การศึกษาคุณค่าเชิงสัญลักษณ์อาหารและวัฒนธรรมอันเกี่ยวข้องกับอาหารเป็นประเด็นที่น่าสนใจเสมอ หากศึกษาในช่วงเวลาที่แตกต่างกันหรือบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อาจทำให้ได้ผลการวิเคราะห์การ ประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่แตกต่างออกไปและสะท้อนให้เห็นความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ได้

2. ด้านเชิงนโยบาย

เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพให้แก่หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการศึกษา และพัฒนาต่อไป

3. ด้านเชิงปฏิบัติการ

กลุ่มข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลจากรายการสารคดีโทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม มุ่งศึกษาการ ประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารผ่านคุณค่าด้านการบริโภค คุณค่าด้านความเชื่อ และ คุณค่าด้านภูมิปัญญา ส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกรักในวัฒนธรรม รักในรากเหง้า รักในตัวตน เพื่อรักษาไว้ไม่ให้ สูญหายไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า รายการสารคดีโทรทัศน์รายการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นอีกกลุ่มรายการที่ น่าสนใจนำมาศึกษา เช่น รายการสารคดีโทรทัศน์ภูมิใจไทย รายการสารคดีอาหารเรื่องลับตำรับไทย เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- คึกฤทธิ์ ปราโมช, ม.ร.ว. (2556). *ธรรมแห่งอริยะ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: ดอกหญ้า 2000.
- จันทิมา อังคพณิชกิจ. (2561). *การวิเคราะห์ข้อความ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประสานสุข ตันติเวชกุล, ท่านผู้หญิง. (2566). *บันทึกนีกอรร้อย: กับข้าว กับปลา*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์ คอร์เปอเรชั่นส์.
- เปรม สวนสมุทร. (2560). ตำรับชาววัง: นวัตกรรมแห่งโภชนียประณีต. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสืบสานสังคม*. 5 (2), 150-160.
- เปลี่ยน ภาสกรวงศ์, ท่านผู้หญิง. (2564). *ตำราแม่ครัวหัวป่าก์*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: สถาพรบุ๊คส์.
- วิภาดา รัตนติลก ณ ภูเก็ต. (2561). *การสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ผ่านกลวิธีทางภาษาในนิตยสารประเภทอาหาร*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภวัฒน์ นามคำ. (2564). *การประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรมอาหารชาววังในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาวัฒนธรรมศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2558). *ทฤษฎีสังคมวิทยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาขิณีย์ คำศรีม่วง. (2558). *สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารผ่านรายการโทรทัศน์ สาระบันเทิงทางอาหาร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.