

ภาพตัวแทนของวัฒนธรรมไทย ผ่านการทำอาหารไทยในฝรั่งเศส: กรณีศึกษาของสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai

ชอทอง บรรจงสวัสดิ์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการใช้สัญลักษณ์เพื่อนำเสนอภาพตัวแทนของวัฒนธรรมไทยในฝรั่งเศส โดยสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai ที่เชี่ยวชาญในการสอนทำอาหารไทยในประเทศฝรั่งเศส ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบ Constructionist Approach ของสจ๊วต ฮอลล์ และแนวทางการวิเคราะห์สัญลักษณ์ของโรลิ่งด์ บาร์ตส์ โดยเก็บข้อมูลจากภาษาที่ใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เว็บไซต์ และหน้าเพจเฟซบุ๊กขององค์กร ผลการวิจัยแสดงให้เห็นภาพของอาหารไทยที่มีเอกลักษณ์ มีความประณีต อร่อย และมีรสชาติที่หลากหลาย การทำอาหารไทยจัดเป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นประเพณีและนำเสนอผ่านเรื่องเล่า นอกจากนี้ ความแปลกใหม่และความรื่นรมย์จากอาหารไทยยังช่วยเปิดโลกทัศน์ เป็นการค้นพบสิ่งใหม่ มีการใช้อุปลักษณ์ “อาหารไทยคือการเดินทาง” เพื่อบ่งบอกว่าสิ่งนี้ชักนำให้ผู้เรียนชาวต่างชาติได้รู้จักกับวัฒนธรรมไทย จากการศึกษายังพบด้วยว่าการเรียนทำอาหารไทยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เป็นผู้สร้างสรรค์ผลผลิตทางวัฒนธรรมด้วยตนเอง การสอนทำอาหารไทยจึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จักในประเทศฝรั่งเศส

คำสำคัญ : สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ ภาพตัวแทน อาหารไทย ภาษาฝรั่งเศส

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส ภาควิชาภาษาตะวันตก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ อีเมล: sorthong@hotmail.com

Thai Cultural Representation through Thai Cooking in France: A Case of Atelier Thai Cooking School

Sorthong Banjongsawat²

Abstract

The purpose of this study was to analyze the use of signs for Thai cultural representation in France by Atelier Thai Cooking School which offers professional Thai cooking courses in France. Stuart Hall's constructionist approach and Roland Barthes' sign analysis were utilized in this research. The data was collected from the language used in public relations, notably the school's website and Facebook pages. The results of this research reveal that Thai food displays the image of uniqueness, subtlety, and deliciousness with a variety of tastes. Considered as tradition and portrayed in narratives, Thai cooking represents a cultural act. Furthermore, along with novelty and delight, Thai cuisine leads to new perspectives and discovery. The metaphor "Thai food is a journey" demonstrates that it helps foreigners to learn Thai culture. This study also shows that learning to cook Thai food allows them to become culture creators. Thus, teaching Thai cooking is an effective means of conveying and promoting Thai cultural identity in France.

Keywords: Semiology, Semiotics, Representation, Thai cuisine, French language

² Asst. Prof., Dr., French Section, Department of Western Languages, Faculty of Humanities, Naresuan University.

e-mail: sorthong@hotmail.com

บทนำ

การศึกษาเกี่ยวกับอาหารเป็นหนทางหนึ่งในการเรียนรู้วัฒนธรรม เนื่องจากอาหารเป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรม (Cultural Act) ทั้งยังสามารถกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Product) ได้อีกด้วย (Montanari, 2006) อาหารไทยเองก็มักเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในต่างแดน ดังเช่นในงาน Tout à fait Thai ที่จัด ณ กรุงปารีส โดยสถานเอกอัครราชทูตไทยในปารีสร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงการต่างประเทศ นอกเหนือจากการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมทางด้านการแสดงและหัตถกรรมแล้ว ยังมีการสาธิตการทำอาหารไทยด้วย (Institut Français, 2006) บทบาทของอาหารเป็นมากกว่าเครื่องบำรุงเลี้ยงร่างกายและจิตใจ แต่ยังเป็นแหล่งศึกษาภูมิปัญญา ความเชื่อ แสดงให้เห็นร่องรอยการหลอมรวมทางวัฒนธรรม ทั้งยังบ่งบอกความหลากหลายทางธรรมชาติผ่านพืชและสัตว์ที่เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องปรุงในอาหารชาตินั้น การถ่ายทอดวัฒนธรรมทางการกินจึงเป็นการเผยแพร่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี วัฒนธรรมการกินและศิลปะเกี่ยวกับอาหารยังได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของมนุษยชาติที่ควรเชิดชู ดังที่อาหารฝรั่งเศสได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของโลก โดยองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) เมื่อปี ค.ศ. 2010 (Le Monde, 2010) จนอาจกล่าวได้ว่าอาหารเป็นศิลปะที่ผู้คนเสพผ่านการกิน

ปัจจุบันอาหารไทยได้แพร่หลายไปทั่วโลกโดยมีร้านอาหารไทยเปิดทำการในประเทศต่าง ๆ มากกว่า 20,000 ร้าน (Department of International Economic Affairs, 2017) สำหรับในประเทศฝรั่งเศส นอกจากจะมีการเผยแพร่อาหารไทยผ่านช่องทางธุรกิจร้านอาหาร ยังพบว่ามีความพยายามเผยแพร่อาหารไทยให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มชาวฝรั่งเศสด้วยการสอนทำอาหารไทย และใช้เว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์ของสถาบัน Maison de la Thaïlande เว็บไซต์ Ma cuisine thaï เว็บไซต์ Ateliers de cuisine thaïlandaise par la chef Sawitree Renaux และเว็บไซต์ Cuisinez Thai ซึ่งรับจัดเลี้ยงและสอนทำอาหารทั้งในและนอกสถานที่ และพบว่ามีสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai ที่ดำเนินการสอนทำอาหารไทยในปารีสอย่างเป็นระบบ มีสถานที่ตั้งเป็นหลักแหล่งประกอบด้วยห้องสอนและห้องจัดเลี้ยง พร้อมกันนั้นยังดำเนินธุรกิจจัดเลี้ยงในงานสัมมนา กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ในองค์กรหรือเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ โดยองค์กรที่เคยเป็นลูกค้านั้นประกอบธุรกิจหลากหลายสาขา อาทิ Sony (ธุรกิจด้านอิเล็กทรอนิกส์และสื่อบันเทิงสัญชาติญี่ปุ่น) Leroy Merlin (ธุรกิจเกี่ยวกับการปรับปรุงบ้านและจัดสวนสัญชาติฝรั่งเศส) Arts et Métier (สถาบันชั้นนำทางด้านวิศวกรรมของฝรั่งเศส) Axa (บริษัทประกันภัยสัญชาติฝรั่งเศส) Rotary International (องค์กรโรตารีสากล) ซึ่งต่างเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและมีความเห็นตอบกลับในเชิงบวกต่อกิจกรรมที่จัดขึ้น (Atelier Thai, 2019) สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai มีการสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ทางเฟซบุ๊กและเว็บเพจของตนเองเป็นภาษาฝรั่งเศส ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยและวัฒนธรรมไทยช่วยสร้างจินตภาพ (les imaginaires) เพื่อให้ชาวฝรั่งเศสที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมการกินที่แตกต่าง

ไปจากของตน ทั้งนี้ ชาวฝรั่งเศสนั้นมีวัฒนธรรมด้านอาหารการกินที่ล้ำเลิศเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ศิลปะการกินอาหารของฝรั่งเศสมีความโดดเด่นมีความเป็นศาสตร์และศิลป์ การสื่อสารความเป็นไทยในสถานการณ์นี้จึงควรที่จะต้องนำเสนอความเป็นศิลปะของอาหารไทย ด้วยการใช้สัญลักษณ์ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่แตกต่างจากอาหารเอเชียชาติอื่น ๆ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

มนุษย์เราสื่อความหมายถึงกันโดยผ่านสิ่งสมมติที่เรียกว่า สัญญะ (sign/ le signe)³ อันประกอบด้วยรูปสัญญะ (signifier/ le signifiant) ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์กำหนดขึ้นเพื่อสื่อความหมายที่ตนเองต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ และความหมายสัญญะ (signified/ le signifié) อันเป็นความหมายที่ผู้รับสารตระหนักรู้ได้เมื่อมองเห็น จำต้องได้ยิน หรือรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสใดก็ตาม รูปสัญญะและความหมายสัญญะไม่สามารถแยกจากกันได้ เวลาที่มนุษย์รับรู้สัญญะจึงเกิดองค์ประกอบทั้งสองควบคู่กันไป (Barthes, 1985 : 48) สัญญะเป็นสิ่งที่ได้ทั้งที่มนุษย์ใช้สื่อความหมายกัน ไม่ว่าจะเป็นภาษาทุกรูปแบบหรือระบบสัญลักษณ์ทุกประเภท และจะต้องสื่อความหมายผ่านรหัสที่มนุษย์กำหนดขึ้นมาใช้ร่วมกัน (Hall, 2013) โดยมีเงื่อนไขหรือข้อตกลงที่ทำให้การตีความความหมายเป็นไปในทางเดียวกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน (Eco, 1988 : 11-15) การตีความสัญญะนั้นจำเป็นต้องอาศัยบริบททางวัฒนธรรม สัญญะจึงจัดเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม (Eco, 1988 : 31) โรลองด์ บาร์ตส์ ได้จำแนกความหมายสัญญะไว้สองประเภท ได้แก่ ความหมายตรงตัว (Denotation/ la dénotation) เป็นความหมายตรงตามตัวอักษรที่ไม่ต้องการการตีความ เป็นความหมายที่คนนึกถึงเป็นลำดับแรกจึงเรียกอีกอย่างว่าความหมายระดับที่หนึ่ง ในขณะที่ความหมายประเภทที่สองคือ ความหมายแฝงนัย (Connotation/ la connotation) ที่บาร์ตส์เรียกว่าเป็นความหมายระดับที่สอง ความหมายประเภทนี้ต้องการการตีความ เป็นความหมายเชิงสัญลักษณ์ และมีนัยยะต่างกันไปในแต่ละวัฒนธรรม ความหมายประเภทนี้มักไม่ปรากฏในพจนานุกรม บาร์ตส์ให้ความสำคัญกับความหมายแฝงนัยที่มักจะมียุทธศาสตร์มากกว่าความหมายตรงตัว และสามารถเชื่อมโยงไปถึงมายาคติอันเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ความหมายระดับที่หนึ่งถูกบดบังด้วยความหมายระดับที่สอง (Barthes, 1970)

การศึกษาภาพตัวแทนตามแนวทาง Constructionist Approach ของฮอลล์ เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ในโลกไม่ได้มีความหมายในตัวมันเอง แต่ถูกนำไปใช้สื่อความหมายผ่านระบบภาษาด้วยการนำสัญญะ มาประกอบสร้างเพื่อแทนความคิดของมนุษย์ โลกที่มีความหมายจึงถูกสร้างขึ้นมาผ่านการใช้สัญญะที่มนุษย์กำหนดขึ้น (Hall, 2013 : 10-11) และสื่อออกมาเป็นภาพตัวแทน (Representation) หรือภาพแทนความคิดที่อยู่ในสมองของเราให้คนอื่นรับรู้ (Hall, 2013 : 14) การสร้างความหมายกับการตีความความหมายต้องอาศัยรหัส การที่มนุษย์สร้างความหมายและตีความความหมายในชีวิตประจำวันก็คือการเข้ารหัสและถอดรหัส ซึ่งเป็นการผลิตความหมายและแลกเปลี่ยน

³ เนื่องจากต้นฉบับเอกสารอ้างอิงเป็นภาษาฝรั่งเศส จึงขอใส่คำศัพท์ภาษาต่างประเทศในวงเล็บเป็นสองภาษา โดยเริ่มจากคำภาษาอังกฤษ ตามด้วยคำภาษาฝรั่งเศส โดยมี

เปลี่ยนความหมายระหว่างสมาชิกในสังคม แนวทางของฮอลล์ศึกษาวิธีการที่ภาษา (หมายรวมภาษาของมนุษย์ในทุกรูปแบบ ไม่จำกัดเฉพาะภาษาพูด ภาษาเขียน หรือตัวอักษร) ถูกนำมาใช้สื่อสารเพื่อสร้างความหมายขึ้นมา ตามที่โซซูร์และบาร์ตส์เรียกวิชานี้ว่าสัญวิทยา (Hall, 2013 : 45) การวิเคราะห์สัญวิทยาสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาแขนงต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในสังคม โดยเฉพาะศาสตร์ที่เกี่ยวกับการสื่อสารและการสื่อความหมาย สัญวิทยาหรือศาสตร์แห่งการศึกษาสัญวิทยา คือกฎเกณฑ์ที่ช่วยไขรหัสความหมายทั้งปวง (Arikli, 2016) โดยเฉพาะการศึกษาเชิงวิพากษ์วัฒนธรรม (Cultural Criticism) ที่เชื่อว่าทุกสังคมมีรหัสทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางด้านต่าง ๆ ของคนในสังคม ตั้งแต่มุมมองที่มีต่อสุนทรียะ จริยธรรม อาหารการกิน และอื่น ๆ เมื่อมนุษย์ผลิตความหมายและตีความความหมายตลอดเวลา สัญวิทยาจึงเป็นแนวทางในการวิเคราะห์วัฒนธรรมในตัวบทและตัวบทในฐานะที่เป็นวัฒนธรรม (Berger, 1995) รหัสทางวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในอาหารและตัวบทเกี่ยวกับอาหารนี้เองที่เป็นที่มาของการศึกษานี้

การสื่อสารโดยสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยซึ่งเป็นอาหารที่ชาวฝรั่งเศสไม่ได้รับประทานเป็นประจำ (Atelier Thai, 2019) การเสนอภาพตัวแทนของอาหารไทยจึงมีความสำคัญต่อการสร้างโลกแห่งความรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ผ่านการเลือกใช้สัญวิทยาที่สื่อชุดความหมายตามจุดประสงค์ในการสื่อสาร โดยใช้ภาษาฝรั่งเศสเป็นรหัสร่วมกันในการสร้างและตีความความหมาย

ข้อมูลและวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพตัวแทนของวัฒนธรรมไทยผ่านการใช้สัญวิทยาที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำอาหารไทยในประเทศฝรั่งเศส ที่จัดทำโดยสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai โดยมุ่งเน้นการสื่อความหมายและการประกอบสร้างโลกแห่งความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยจากสัญวิทยา ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบ Constructionist Approach ของ สจิวต์ ฮอลล์ (Stuart Hall) และแนวทางการวิเคราะห์สัญวิทยาของ โรลองด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) โดยคาดว่าจะทำให้เห็นภาพลักษณ์ของอาหารไทย ได้รับทราบข้อมูลทางวัฒนธรรมไทยที่สอดแทรกอยู่ในการทำอาหาร และสามารถประมวลภาพตัวแทนเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยผ่านการทำอาหารไทยในต่างแดน

วิธีการดำเนินการวิจัยเริ่มจากเก็บรวบรวมข้อมูลภาษาฝรั่งเศสที่ใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai ได้แก่ เว็บไซต์ คือ <http://www.atelierthai.com> และเฟซบุ๊กเพจ คือ <https://www.facebook.com/Atelierthai> โดยข้อมูลจากเว็บไซต์แยกเป็นหัวข้อย่อยประกอบด้วย การแนะนำอาหารไทย การแนะนำผู้สอนชาวไทยและชาวฝรั่งเศสที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหารไทย บริการต่าง ๆ ของทางสถาบันฯ ความคิดเห็นจากลูกค้าและความคิดเห็นจากสื่อมวลชนที่มีต่ออาหารไทย ในขณะที่ข้อมูลจากเฟซบุ๊กจะเป็นกิจกรรมที่สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai จัด กิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในฝรั่งเศสที่ตัวแทนจากสถาบัน Atelier Thai ไปเข้าร่วม และเทศกาลสำคัญของไทยตามวาระ ในการวิเคราะห์ให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาที่ปรากฏ

ความหมายสัญลักษณ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของอาหารไทยในด้านต่าง ๆ เช่น รสชาติ รูปลักษณ์ และสิ่งที่จะได้รับจากการปรุงและการบริโภคอาหารไทย รวมถึงข้อมูลทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย โดยพิจารณาความหมายตรงและความหมายแฝง

ผลการวิจัย

อาหารไทยนับว่าเป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับชาวฝรั่งเศส ข้อมูลเชิงคุณลักษณะของอาหารไทย จึงช่วยสร้างจินตภาพให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมายชาวฝรั่งเศส แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของอาหารไทยและสิ่งทีูกค่าจะได้รับจากการปรุงและการรับประทานอาหารไทย โดยจำแนกตามการตีความความหมายได้ดังประเด็นต่อไปนี้

1. อัตลักษณ์ของอาหารไทย

จากการศึกษาพบว่าสัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายถึงรสชาติปรากฏร่วมกับสัญลักษณ์ที่แสดงถึงรูปลักษณ์ภายนอกที่ประณีต อันแสดงถึงคุณลักษณะของอาหารไทยที่รับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทางการลิ้มรสและด้วยสายตา แม้อาหารไทยจะถูกจัดอยู่ในกลุ่มของอาหารเอเชียแต่ก็ยังถือว่าเป็นอาหารที่โดดเด่นและแตกต่างจนอาจเรียกได้ว่ามีเอกลักษณ์ หรือลักษณะที่ไม่เหมือนใคร

1.1 อาหารไทยมีเอกลักษณ์และความประณีต

สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai นำเสนอว่าอาหารไทยมีจุดเด่นไม่เหมือนใคร ทำให้การปรุงอาหารการรับประทาน หรือแม้แต่การจัดเลี้ยงด้วยอาหารไทย เป็นภาพลักษณ์ที่พิเศษ โดยใช้คำคุณศัพท์ unique ซึ่งหมายถึง “มีเอกลักษณ์ แตกต่างจากผู้อื่น” ในตัวอย่าง une cuisine unique (อาหารที่มีเอกลักษณ์) des ingrédients et saveurs uniques (เครื่องปรุงและรสชาติที่มีเอกลักษณ์) นอกจากนี้ยังพบคำคุณศัพท์อื่นที่มีความหมายสัญลักษณ์ใกล้เคียงกัน คือ un excellent dîner (มื้อค่ำที่เยี่ยมยอด) saveurs remarquables (รสชาติโดดเด่น) une cuisine aux saveurs exceptionnelles (อาหารที่มีรสชาติเป็นเยี่ยม) plats délicieux, originaux (คุณศัพท์นี้เป็นรูปพหูพจน์ของคุณศัพท์ original ในตัวอย่างนี้สื่อความหมายว่า อาหารอร่อยและมีลักษณะเฉพาะตน มีความเป็นต้นตำรับ) คำคุณศัพท์ในตัวอย่างเหล่านี้ยังเป็นคำพ้องความหมายกับคำคุณศัพท์ supérieur ที่แปลว่า ดีกว่า เหนือกว่า (Rey-Debove, & Rey, 2017 : 968) จึงอาจพิจารณาได้ว่าความหมายสัญลักษณ์เหล่านี้แฝงนัยยะว่าอาหารไทยมีความพิเศษ และเลอเลิศเหนืออาหารชาติอื่น

นอกจากอาหารไทยจะมีลักษณะเฉพาะแล้ว ยังเป็นอาหารที่ต้องใช้ความประณีตในการปรุง โดยพบคำคุณศัพท์ fin (คุณศัพท์เพศชาย) หรือ fine (คุณศัพท์เพศหญิง) ปรากฏรวมอยู่กับคำนามที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น une cuisine thaïe fine ซึ่งสามารถตีความความหมายได้ว่า เป็นอาหารที่ประณีตในแง่การนำเสนอ หรือละเอียดอ่อนในแง่ความซับซ้อนของรสชาติก็ได้ คำคุณศัพท์ fin / fine นี้สามารถแทนด้วยคำพ้องความหมาย délicat (ละเอียดอ่อน ละเมียดละไม) และเมื่อใช้กับอาหาร ยังใช้สื่อความหมายว่า de qualité supérieure (คุณภาพสูง) ได้เช่นกัน (Rey-Debove & Rey, 2017 : 1048) นอกจากนี้ ยังพบคำคุณศัพท์ subtile ซึ่งใช้บรรยายสิ่งที่ละเอียดอ่อน ละเมียดละไม ดังในตัวอย่างว่า

des recettes subtiles, colorées, inattendues, salées ou sucrées

คำแปล : ตำรับอาหารที่มีความละเอียดละไม มีสีสัน เกินความคาดหมาย ไม่ว่า
จะอาหารคาวหรืออาหารหวาน

นอกจากนี้ ยังพบการใช้คำคุณศัพท์ soigné ที่มีความหมายว่า ประณีต เมื่อกล่าวถึงการนำเสนออาหาร
ไทย เพื่อสื่อถึงความเอาใจใส่ในด้านรูปลักษณ์นอกเหนือไปจากรสชาติที่เป็นเยี่ยม

la présentation très soignée

คำแปล : การนำเสนอที่มีความประณีตอย่างยิ่ง

สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai ยังใช้การเปรียบเทียบขั้นสุด (le superlatif) ซึ่งในภาษาฝรั่งเศสใช้
โครงสร้างทางไวยากรณ์อันประกอบด้วย “les articles définis le, la ou les + plus + adjectif qualificatif” (ใน
ตัวอย่างที่จะกล่าวต่อไป คำนำหน้านาม les เปลี่ยนรูปเป็น des เมื่อรวมรูปกับคำบุพบท de) เพื่อบรรยายลักษณะ
อาหารไทยว่าละเอียดละไมหาใครเสมอเหมือน ดังตัวอย่างที่ว่า

une cuisine unique, une des plus fines au monde

คำแปล : อาหารที่มีเอกลักษณ์ เป็นหนึ่งในอาหารที่มีความละเอียดละไมที่สุด
ในโลก

probablement une des cuisines asiatiques les plus fines

คำแปล : ดูเหมือนว่าจะเป็นหนึ่งในอาหารเอเชียที่ละเอียดละไมที่สุดชาติหนึ่ง

1.2 อาหารไทยเป็นอาหารที่อร่อยและมีรสชาติหลากหลาย

คุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของอาหารย่อมต้องเป็นรสชาติที่อร่อย ในข้อมูลที่รวบรวมขึ้นพบคำคุณศัพท์
délicieux (อร่อย) นอกจากนี้ ยังใช้การกล่าวโดยอ้อมเพื่อหมายถึงความอร่อยของอาหารไทย ยกตัวอย่างเช่น

la saveur des mets ont régalé les palais les plus fins

คำแปล : รสชาติอาหารถูกปากผู้ที่มิรสนิยมสุดละเอียดละไม

qui a ravi les yeux et le palais des invités

คำแปล : ที่สร้างความพึงพอใจทั้งทางสายตาและรสชาติให้แก่แขกรับเชิญ

Ils (nos invités) ont apprécié les saveurs qui leur ont été proposées de l'entrée au dessert.

คำแปล : แกรับเชิญของเราต่างชื่นชอบรสชาติของอาหารที่นำมาเสิร์ฟ ตั้งแต่อาหารเรียกน้ำย่อยไปจนถึงของหวาน

ความอร่อยของอาหารไทยยังอยู่ที่การผสมผสานรสชาติที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกันอย่างกลมกลืนอันเกิดจากความเชี่ยวชาญที่สั่งสมมาเป็นเวลานานของคนไทย ดังจะเห็นได้จากข้อความที่ว่า “riche de saveurs multiples” และ “riche de saveurs variées” ซึ่งต่างก็มีความหมายว่า เต็มไปด้วยรสชาติที่หลากหลาย โดยคำคุณศัพท์ multiple และ varié มีความหมายตรงกันว่า “หลากหลาย”

นอกจากรสชาติของอาหารไทยที่หลากหลาย แนวคิดเรื่องความหลากหลายยังปรากฏในการนำเสนอภาพของวัฒนธรรมไทยที่มีอัตลักษณ์อันเกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกันซึ่งเป็นผลมาจากทำเลที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ใจกลางเครือข่ายการค้าและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมมาแต่โบราณ (Galland, 1998 : 20) เปรียบได้กับอาหารไทยที่มีรสชาติต่าง ๆ ผสมผสานเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน ในที่นี้สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai ได้กล่าวไว้ว่าอาหารไทยมีกำเนิดในดินแดนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ดังนี้

un carrefour d'influences diverses pour obtenir une cuisine riche en saveurs variées

คำแปล : ศูนย์กลาง (หรือสี่แยก) ที่อิทธิพลต่าง ๆ มาบรรจบกันเป็นที่มาของอาหารที่เปี่ยมไปด้วยรสชาติอันหลากหลาย

ประเด็นข้างต้นจัดเป็นการใช้สัญลักษณ์ประเภทตัวบ่งชี้หรือดัชนี (l'indice) เพื่อสื่อถึงความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผล (Peirce, 1978, as cited in Greimas & Courtés, 1993 : 351) กล่าวคือรูปสัญลักษณ์สามารถตีความออกมาเป็นความหมายสัญลักษณ์ผ่านการเชื่อมโยงเหตุเข้ากับผล ยกตัวอย่างเช่น รูปสัญลักษณ์ “รอยซอส์กรุบคนบนพื้น” เชื่อมโยงไปถึงความหมายสัญลักษณ์ “ผู้เสียชีวิต” ในข้อความที่ยกมามีการใช้คำคุณศัพท์สองคำ คือ diverses และ variées ที่ให้ความหมายเหมือนกันว่า “แตกต่าง” “ต่าง ๆ” หรือ “หลากหลาย” เพื่อพูดถึงสองสิ่งที่อยู่คนละวงศัพนัยกัน คือ influences (อิทธิพล) กับ saveurs (รสชาติ) แต่เมื่อพิจารณาแล้วกลับพบว่า “อิทธิพล” กับ “รสชาติ” มีความเกี่ยวโยงกันในฐานะเหตุปัจจัยกับผลลัพธ์ ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมที่สุดในแง่ที่ว่าอิทธิพลส่งผลต่อรสชาติอาหารไทยน่าจะเป็นข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่ว่า ชาวตะวันตกนำพริกซึ่งเป็นพืชพื้นเมืองของทวีปอเมริกาใต้เข้ามายังดินแดนไทยเมื่อ 400 กว่าปีที่แล้ว และต่อมาได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในอาหารไทย ทำให้คนไทยเริ่มกินอาหารรสเผ็ดตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (Art & Culture, 2019) ในที่นี้จึงอาจกล่าวได้ว่าอิทธิพลส่งผลต่อรสชาติ ด้วยเหตุนี้รูปสัญลักษณ์ “สี่แยก” ที่กล่าวถึงที่ตั้งที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับดินแดนต่าง ๆ ทั้ง

ทางบกและทางทะเล สามารถเชื่อมโยงไปยังความหมายสัญลักษณ์ของการรับอิทธิพลจากวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาติดต่อสัมพันธ์กันในที่แห่งนี้ ทั้งยังสอดคล้องกับความสามารถของคนไทยในการผสมกลมกลืนสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างลงตัว และสร้างสรรค์เป็นเอกลักษณ์ทางอาหารที่มีรสชาติหลากหลาย

1.3 อาหารไทยเป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรม

ภาพตัวแทนของวัฒนธรรมไทยที่นำเสนอสู่สายตาชาวโลกอยู่เสมอคือ ประเพณีเก่าแก่ที่อยู่ร่วมกับความเจริญในปัจจุบัน (Macdonald & Parkes, 2006 : 10) อาหารไทยนับว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมโดยเห็นได้จากข้อมูลที่ระบุว่าการทำอาหารไทยเป็น traditions (ประเพณีหรือธรรมเนียม) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Ce sont aussi des traditions et des secrets farouchement gardées.

คำแปล : เป็นทั้งประเพณีและความลับที่ถูกเก็บรักษาไว้โดยไม่เปลี่ยนแปลง

คำกริยาวิเศษณ์ farouchement แปลได้ว่า “อย่างป่าเถื่อนดุร้าย” แต่ยังสามารถแปลได้อีกนัยว่า “ยึดถืออย่างไม่เสื่อมคลาย” (d’une manière acharnée) (Rey-Debove, & Rey, 2017 : 1014) นั่นก็คืออาหารไทยเป็นประเพณีและความลับที่ถูกเก็บรักษาไว้โดยไม่เปลี่ยนแปลง อันมีนัยถึงความเก่าแก่และมีความเป็นต้นตำรับอย่างยิ่ง การทำอาหารไทยจึงตีความได้ว่าเป็นการสืบทอดประเพณีและเคล็ดลับที่คงคุณค่าเหมือนเช่นที่เคยเป็นมาในอดีต

สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai ยังใช้กลวิธีของเรื่องเล่า (le récit) เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติของอาหารบางชนิดที่มีมาแต่โบราณ ดังตัวอย่างที่มาของข้าวตัง (les galettes de riz) ซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นอาหารที่ทหารพกติดตัวระหว่างเดินทางไปรบเนื่องจากเป็นของแห้งที่เก็บได้นาน แต่ในปัจจุบันข้าวตังไม่ได้มีสถานภาพเหมือนเดิมเนื่องจากการออกรบไม่จำเป็นต้องอาศัยอาหารประเภทนี้อีกต่อไป รูปแบบการบริโภคอาหารโบราณชนิดนี้จึงแปรเปลี่ยนไปโดยข้าวตังที่ชาวฝรั่งเศสหัดทำนั้นเป็นอาหารว่าง (Atelier Thai, 2019) เรื่องเล่าที่เป็นตำนานหรือเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยในภาษาฝรั่งเศสใช้คำว่า anecdote การที่สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai นำเสนอเรื่องเล่าในการสอนทำอาหารถือเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการถนอมอาหารในอดีต รวมถึงความรู้ทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับสังคมไทยที่บริโภคข้าวเป็นอาหารหลักมาช้านาน

2. อาหารไทยเปิดโลกทัศน์ใหม่

จากการวิเคราะห์พบว่าความหมายสัญลักษณ์ในแง่ของการค้นพบโลกใหม่มีจำนวนมากที่สุด โดยปรากฏรูปสัญลักษณ์ในการใช้คำนาม découverte ที่หมายถึงการค้นพบ หรือคำกริยาที่มีรากศัพท์เดียวกันคือ กริยา découvrir ที่แปลว่าค้นพบ ซึ่งมีความหมายแฝงถึงสิ่งที่ซุกซ่อน ยังไม่เป็นที่รู้จัก ทั้งยังพบการใช้คำนามที่มีความหมายทำนองเดียวกันนี้ ในกลุ่มของคำนาม astuces (เคล็ดลับ) secrets (ความลับ) émerveillement (ความชื่นชมอันมีที่มาจากความประหลาดใจหรือตื่นตาตื่นใจ) surprise (ความประหลาดใจ) ในคำหลังนี้ยังพบในรูปของคำกริยา surprendre (ทำให้ประหลาดใจ) นอกจากนี้ ยังพบคำนาม expérience (ประสบการณ์) เพื่อกล่าวถึงการทำอาหาร

ไทยและการรับประทานอาหารไทยในประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นการเปิดโลกทัศน์ใหม่สำหรับชาวฝรั่งเศส

2.1 อาหารไทยคือความแปลกใหม่

การบรรยายประสบการณ์เกี่ยวกับอาหารไทยยังใช้คำคุณศัพท์ nouveau (คุณศัพท์เพศชาย) และ nouvelle (คุณศัพท์เพศหญิง) ที่มีความหมายว่า “ใหม่” ดังที่พบในข้อความว่า nouvelles saveurs (รสชาติใหม่ ๆ) nouveaux ingrédients (เครื่องปรุงใหม่ ๆ) ในบางครั้งมีการใช้คำที่ให้ความหมายแฝงนัยว่าเป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับชาวฝรั่งเศส ด้วยคำคุณศัพท์ inattendu ที่แปลได้ว่า เกินคาด ดังในนามวลี saveurs inattendues (รสชาติที่เหนือความคาดหมาย) หรือใช้คำคุณศัพท์ exotique เพื่อสื่อว่าอาหารไทยเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ ทำให้ตื่นตาตื่นใจ ผู้วิจัยยังพบข้อความที่กล่าวโดยอ้อมแต่มีความหมายในทำนองเดียวกันด้วยการใช้สำนวนที่บ่งบอกว่าอาหารไทยไม่ใช่สิ่งที่ชาวฝรั่งเศสพบเจอเป็นประจำ ดังตัวอย่างต่อไปนี้ที่ให้ความหมายว่า แตกต่าง ไม่คุ้นเคย ไม่เคยทำ ซึ่งตีความได้ว่าเป็นสิ่ง “ใหม่”

différent à ce qui est habituellement proposé

คำแปล : (อาหารไทย) แตกต่างไปจากสิ่งที่คุ้นเคย

quelque chose que vous n'aviez jamais fait

คำแปล : (อาหารไทยเป็น) สิ่งที่คุณไม่เคยทำมาก่อน

ในส่วนที่เป็นการแสดงความคิดเห็นของลูกค้ายังคงแฝงไปด้วยความหมายสัญลักษณ์ของความแปลกใหม่ของอาหารไทยเช่นกัน ในตัวอย่างต่อไปนี้

Le menu typiquement thaïlandais étaient à la hauteur de nos espérances

คำแปล : เมนูแบบไทยแท้ ๆ อยู่เหนือความคาดหมายของเรา

les plats que nous ne maîtrisons pas en temps normal

คำแปล : อาหารที่ในเวลาปกติเราไม่ได้ทำ ไม่เชี่ยวชาญ หรือไม่รู้จักรัก

(คำกริยา maîtriser สามารถแปลว่า มีความเชี่ยวชาญ หรือ รู้จักเป็นอย่างดีก็ได้)

ตัวอย่างแรกเป็นประโยคที่ปรากฏความหมายสัญลักษณ์ของความแปลกใจ ส่วนในตัวอย่างที่สองเป็นคำนามที่ขยายด้วยอนุประโยค (la proposition subordonnée relative) ที่มีความหมายสัญลักษณ์ของการไม่รู้จักรัก ไม่

เชี่ยวชาญ ตัวอย่างทั้งสองทำให้ตีความไปถึงความไม่คุ้นเคยเนื่องจากสิ่งนั้นเป็นของใหม่

la plupart des participants ne connaissent pas cette cuisine

คำแปล : ผู้เข้าร่วมชั้นเรียนทำอาหารส่วนใหญ่ไม่รู้จักอาหารประเภทนี้

นามวลี cette cuisine ตามบริบทนี้หมายถึงอาหารไทยซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้เรียนไม่รู้จัก จึงมีความหมายสัญลักษณ์ของการเป็นสิ่งใหม่ นอกจากนี้ ลูกค้ายังกล่าวถึงตนเองว่าเป็นมือใหม่หรือหน้าใหม่ โดยใช้คำนาม débutants

Nous étions tous débutants par rapport à la cuisine thai

et aux ingrédients thai.

คำแปล : พวกเราล้วนเป็นมือใหม่สำหรับอาหารไทยและเครื่องปรุงไทย ๆ

2.2 อาหารไทยคือความรื่นรมย์

สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai กล่าวถึงความรู้สึกที่ได้รับจากการรับประทานอาหารไทยอยู่หลายครั้ง โดยใช้คำนามแทนอาหารไทยว่า délice ที่มีนัยถึง ความรื่นรมย์ ความพึงพอใจอย่างยิ่ง ความละเอียดละไม และความสุนทรีย์ ดังในตัวอย่างที่ว่า

découvrir en pratiquant délice parmi les délices des cuisines
asiatiques, la cuisine thaïlandaise

คำแปล : ค้นพบสิ่งใหม่ด้วยการหัดทำสิ่งที่เป็ความรื่นรมย์แห่งความรื่นรมย์
ของอาหารเอเชีย นั่นคืออาหารไทย

นอกจากนี้ ยังพบการใช้คำนามที่มีนัยยะไปในทางเดียวกันกับข้อความข้างต้น เช่น คำนาม ravissement (ความยินดี ความปลาบปลื้ม) ในตัวอย่างที่ว่า ravissement en bouche ที่ถอดความได้ว่า “ความปลาบปลื้ม (อันเกิดจากรสชาติ) ในปาก” หรือ คำนาม bonheur ที่หมายความว่า “ความสุข” ในตัวอย่างที่ว่า “un vrai bonheur” (ความสุขที่แท้จริง) รวมถึงการใช้คำว่า plaisir (ความยินดี) และคำกริยา plaire (ทำให้เกิดความยินดี สร้างความพึงพอใจ) ที่มีรากศัพท์เดียวกัน ในตัวอย่างที่ว่า

le plus grand plaisir de tous

คำแปล : ความยินดีที่ยิ่งใหญ่เหนือสิ่งใดทั้งหมด

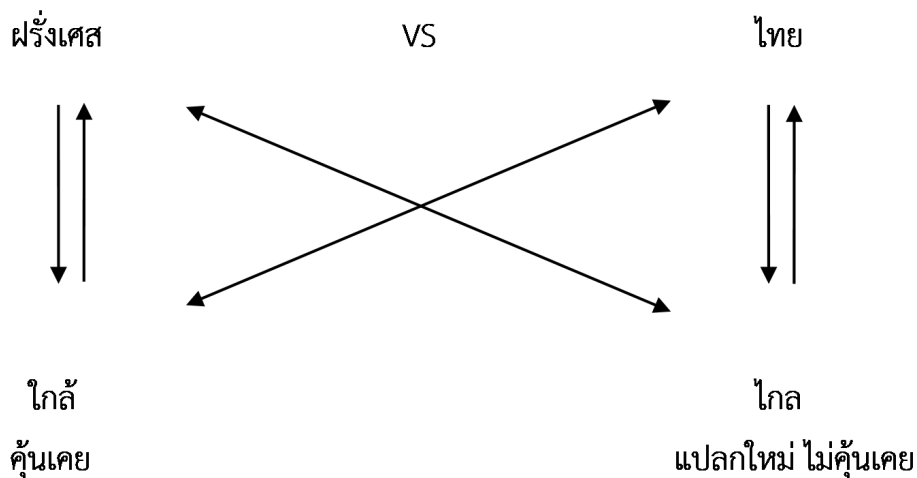
plaire à ceux qui aiment être dépayés dans leurs assiettes

คำแปล : สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ที่ชอบเปลี่ยนบรรยากาศในงานอาหาร

การเลือกสรรคำที่แสดงความสุขอันสืบเนื่องมาจากการกิน เป็นการสร้างโลกแห่งความหมายที่รูปสัญลักษณ์ “อาหารไทย” สามารถตีความความหมายแฝงออกมาเป็นความหมายสัญลักษณ์ว่า “ความสุข”

2.3 การใช้อุปลักษณ์ “อาหารไทยคือการเดินทาง”

นอกจากภาพตัวแทนที่นำเสนอว่าอาหารไทยคือความแปลกใหม่ พิเศษ ไม่เป็นที่คุ้นเคย นำค้นหา ยังปรากฏการใช้อุปลักษณ์เพื่อเปรียบเทียบการลิ้มรสอาหารไทยว่าเป็นการเดินทาง โดยทั้งสองสิ่งล้วนนำมาซึ่งประสบการณ์ใหม่หรือการค้นพบสิ่งใหม่ การสื่อสารในประเด็นนี้จึงเป็นการใช้ความหมายในระดับที่สองตามแนวทางของบาร์ตส์ คือเป็นการใช้สัญลักษณ์ที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ ในที่นี้สามารถนำเสนอแนวคิดในเชิงโครงสร้างให้เห็นภาพด้วยสี่เหลี่ยมสัญลักษณ์ ที่เรียกในภาษาฝรั่งเศสว่า le carré sémiotique (Greimas & Courtés, 1993 : 29-30) เป็นการแสดงโครงสร้างพื้นฐานของความหมาย ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเทียบเคียงแนวคิดคู่ขัดแย้ง/คู่ตรงข้าม ในการวิจัยนี้จึงปรับสี่เหลี่ยมสัญลักษณ์เดิมให้เป็นบริบทของการทำอาหารไทยในฝรั่งเศส ด้วยการสมมติคำที่ใช้แทนสิ่งที่ตรงข้ามหรือขัดแย้ง ในที่นี้ใช้คำว่า ฝรั่งเศส และคำว่า ไทย ดังแผนภูมิด้านล่างที่จำลองภาพความสัมพันธ์ไว้



แผนภูมิที่ 1 สี่เหลี่ยมสัญลักษณ์แทนแนวคิด ฝรั่งเศส vs ไทย

จากแผนภูมิจะเห็นว่า ฝรั่งเศส vs ไทย เป็นคู่ขัดแย้งบนแกนแนวนอนที่เรียกว่า ความสัมพันธ์เชิงขัดแย้ง (la relation de contrariété) คือเป็นสองสิ่งที่แตกต่างกัน ในขณะที่เส้นทแยงจากซ้ายไปขวาหรือจากขวาไปซ้าย เรียกว่าความสัมพันธ์ในลักษณะตรงกันข้าม (la relation de contradiction) อันเป็นสิ่งที่ไม่อาจอยู่ร่วมกันหรือเกิดขึ้นพร้อมกันได้ ในที่นี้คำว่า ฝรั่งเศส ไม่สามารถอยู่บนแถวเดียวกับ “ไกล” หรือ “แปลกใหม่” เพราะไม่ใช่ความเป็นจริง ถ้าจะอยู่ “ไกล” หรือ มีลักษณะ “แปลกใหม่” ต้อง “ไม่ใช่ฝรั่งเศส” บนแกนแนวดังนี้เราสามารถหาคำอื่นที่มีความหมายในทางเดียวกันมาทดแทนได้ในลักษณะแทนค่าความหมาย (paradigmatique) ซึ่งเรียกว่า l’axe paradigmatique du langage (Greimas & Courtés, 1993 : 29-30) จะเห็นว่าฝรั่งเศสอยู่บนแกนแนวดังเดียวกับใกล้ (และย่อมมีความคุ้นเคย) ต่างจาก ไทย ที่ตีความนัยยะได้ว่า เป็นสิ่งที่อยู่ไกล (ก่อให้เกิดความไม่คุ้นเคย มีความแปลกใหม่) แกนแนวดังสองแกนที่แสดงว่า ฝรั่งเศสเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ - ไทยเป็นสิ่งที่อยู่ไกล เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดจากการตีความ (la relation d’implication) สัมพันธ์กับข้อเท็จจริงที่ว่าอาหารไทยคือสิ่งที่มาจากที่อื่นอันห่างไกล (ทั้งในแง่ของระยะทางและในแง่ของความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม) ดังนั้น การจะเข้าถึงวัฒนธรรมที่อยู่ไกลได้นั้นต้องอาศัยสื่อกลางคือการเดินทาง สถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai ได้ให้ความหมายของอาหารไทยไว้ว่าเป็นประสบการณ์ เป็นการเปิดโลกทัศน์ใหม่ การค้นพบสิ่งที่ไม่เคยรู้จัก ในขณะเดียวกันก็เปรียบอาหารไทยกับการเดินทางซึ่งเป็นการนำสิ่งที่แปลกใหม่ไม่คุ้นเคย (exotique) เข้ามาอยู่ใกล้ตัว ดังจะเห็นได้จากการใช้อุปลักษณ์ในคำนามว่า voyage ที่แปลว่า “การเดินทาง” ดังในตัวอย่างต่อไปนี้

un délicieux voyage culinaire

คำแปล : การเดินทางบนเส้นทางการปรุงอาหารที่แสนอร่อย

un véritable voyage culinaire de découverte

คำแปล : การเดินทางบนเส้นทางการปรุงอาหารเพื่อการค้นพบโดยแท้

ผู้วิจัยได้นำสี่เหลี่ยมศาสตร์มาประยุกต์เข้ากับการใช้อุปลักษณ์ “อาหารไทยคือการเดินทาง” ดัดแปลงเป็นแผนภูมิอีกรูปแบบหนึ่งที่ชัดเจนขึ้นเพื่อให้เห็นการเทียบเคียงอาหารเข้ากับการเดินทางโดยมีคุณสมบัติที่เหมือนกันคือ เป็นสื่อกลางนำคนฝรั่งเศสไปสู่สิ่งใหม่ ทำให้วัฒนธรรมไทยที่เป็นสิ่งไกลตัว ไม่คุ้นเคย กลายเป็นสิ่งใกล้ตัวเป็นที่คุ้นเคย

การใช้อุปลักษณ์ “อาหารไทยคือการเดินทาง”



แผนภูมิที่ 2 อาหารไทยเป็นสื่อกลาง

นอกจากจะใช้คำนามที่หมายถึงการเดินทางแล้ว ยังพบด้วยว่ามีการใช้คำกริยาที่เกี่ยวกับการเดินทาง ซึ่งก็คือ *embarquer* ที่มีความหมายว่า ขึ้นเรือหรือขึ้นยานพาหนะเพื่อออกเดินทาง ในตัวอย่างที่ว่า

Un vrai moment à la découverte de saveurs exceptionnelles, d'ingrédients, où fou-rires et clin d'œil seront de mise. Également des anecdotes autour des plats, de voyages, ...

On embarque pour Bangkok, Chiangmai, Phuket, ...!

คำแปล : ช่วงเวลาแห่งการค้นพบรสชาติอันพิเศษสุด ตลอดจนเครื่องปรุงต่าง ๆ เป็นเวลาแห่งเสียงหัวเราะและมุขที่เราู้กัน เช่นเดียวกับเรื่องเล่าเกี่ยวกับอาหารและการเดินทาง...

เราออกเดินทางสู่กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต...

Nous avons noué notre tablier et avons embarqué pour un délicieux voyage culinaire.

คำแปล : พวกเราผูกผ้ากันเปื้อนแล้วออกเดินทางสู่เส้นทางอาหารที่แสนอร่อย

L'Atelier Thai vous invite à embarquer.

คำแปล : Atelier Thai ขอเชิญท่านออกเดินทาง

จะเห็นได้ว่าการค้นพบโลกที่แปลกใหม่อาศัยการเดินทางเป็นสื่อกลาง เป็นการเสนอภาพตัวแทนผ่านความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ดังที่ Hall (2013) ได้กล่าวว่าแนวทางการวิเคราะห์แบบการประกอบสร้างความหมาย (Constructionist Approach) ต้องอาศัยหน้าที่ในการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสัญลักษณ์

สรุปและอภิปรายผล

คำกล่าวของสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai ที่ว่าอาหารไทยคือภาพลักษณ์ของประเทศไทย (l'image de la Thaïlande) บ่งชี้เป็นนัยถึงความสำคัญของอาหารไทยในฐานะภาพตัวแทน การวิเคราะห์การใช้ภาษาแสดงให้เห็นว่ามีการให้ข้อมูลทางอัตลักษณ์ประกอบกับข้อมูลเชิงสัญลักษณ์ อัตลักษณ์ของอาหารไทยคืออาหารที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร มีความประณีต มีรสชาติอร่อยและผสมผสานรสชาติที่หลากหลายเข้าด้วยกัน อาหารไทยยังเป็นช่องทางการแสดงออกทางวัฒนธรรมไทยและเป็นการสืบทอดประเพณี มีการใช้เรื่องเล่าเกี่ยวกับอาหารเพื่อให้ข้อมูลทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ การปรุงและการบริโภคอาหารไทยช่วยเปิดโลกทัศน์ เป็นความแปลกใหม่ที่สร้างความรื่นรมย์ให้กับชีวิต ดังนั้นเพื่อล้มล้างประสบการณ์ใหม่ที่น่าจะเปรียบได้กับการค้นพบโลกใหม่นั้น ชาวฝรั่งเศสจึงต้องออกเดินทาง ในที่นี้เป็นการเดินทางในทางรสชาติโดยมีอาหารไทยเป็นสื่อกลาง

โลกที่ประกอบสร้างผ่านข้อมูลเกี่ยวกับอาหารและวัฒนธรรมไทยนี้ ยังอาศัยการตีความความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ไทยในแง่มุมต่าง ๆ เช่น การกล่าวว่าอาหารไทยเป็นสิ่งประณีตนั้นแฝงความคิดที่ว่าผู้สร้างสรรค์ย่อมต้องมีความประณีตบรรจงเช่นกัน เพราะคนจากวัฒนธรรมที่ขาดความละเอียดอ่อนย่อมไม่น่าที่จะสร้างสรรค์สิ่งนี้ขึ้นมาได้ หรือแม้แต่ความเชี่ยวชาญในการผสมผสานรสชาติอาหารที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกันอย่างกลมกลืน ก็สืบเนื่องมาจากภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่เป็นดินแดนที่มีผู้คนหลากหลายเชื้อชาติมาปฏิสัมพันธ์กัน ทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม รู้จักคัดสรรสิ่งที่เหมาะสมและรู้จักประสานประโยชน์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตน ปฏิบัติการทางอาหารจึงเป็นรหัสทางวัฒนธรรมที่เผยให้เห็นภาพของปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของชาวไทย เพราะอาหารเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมก็สะท้อนอยู่ในอัตลักษณ์ของอาหารนั่นเอง การนำเสนอภาพตัวแทนเป็นสิ่งที่ฮอลล์เรียกว่า การแบ่งปันแผนที่ความหมาย (our shared 'maps of meaning') ที่อยู่ในความคิดให้ผู้อื่นรับรู้ว่าเป็นรูปธรรม นั้นแสดงให้เห็นว่าความหมายที่เราได้รับรู้นั้นจะสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้จะต้องมีอีกกระบวนการหนึ่งหลังจากการให้ความหมาย และนั่นคือกระบวนการของการถ่ายทอดภาพตัวแทนผ่านการใช้ภาษา (Hall, 2013 : 14) การใช้สัญลักษณ์ที่ประกอบกันเหล่านี้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของอาหารที่มีคุณค่า การนำเสนอว่าอาหารไทยนำมาซึ่งความรื่นรมย์ยังเป็นการเน้นย้ำภาพอาหารไทยในฐานะศิลปะและงานสร้างสรรค์ การใช้สัญลักษณ์เพื่อเผยแพร่ความหมายของอาหารไทยในลักษณะนี้ในระยะยาวอาจนำไปสู่มายาคติเกี่ยวกับอาหารไทยในต่างแดน ในแง่ของความเป็นงานศิลป์ที่จะต้องจัดวางและนำเสนออย่างสวยงาม มีสุนทรียะ รวมถึงมายาคติของความเป็นเลิศ ความพิเศษ หรือความเป็นที่สุด อันเป็นความหมายแฝงหรือความหมายระดับที่สองตามแนวทางของบาร์ตส์ ยังช่วยกำหนดจุดยืนทางการตลาดที่สร้างมูลค่าให้แก่อาหารไทย

การศึกษานี้สะท้อนภาพวัฒนธรรมไทยที่อยู่บนเส้นทางสู่สากล แต่การเผยแพร่วัฒนธรรมการกินของไทยโดยสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai มีความพิเศษในแง่ที่ว่าเป็นการเปลี่ยนบทบาทผู้เรียนชาวฝรั่งเศสให้เป็น “ผู้ปฏิบัติ” กล่าวคือเป็นผู้สร้างสรรค์ผลผลิตทางวัฒนธรรมด้วยตนเองผ่านการทำอาหารไทย การส่งเสริมให้วัฒนธรรมไทยมีความเป็นสากล เป็นสิ่งที่ทุกคนเรียนรู้ได้ เป็นสมบัติของทุกคน ทำให้วัฒนธรรมไทยมีตัวตนที่สัมผัสได้ และจะเป็นการสืบทอดมรดกไทยให้แพร่หลายในวงกว้างอย่างดียิ่ง

งานวิจัยนี้เป็นเพียงการศึกษาขั้นต้นที่เริ่มจากการศึกษาเอกสาร ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงน่าที่จะทำการสัมภาษณ์ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายถึงความคิดเห็นที่มีต่อวัฒนธรรมการกินของไทยอันจะทำให้ได้แนวคิดที่หลากหลาย และเนื่องจากโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่ดำเนินการสอนเต็มรูปแบบในประเทศฝรั่งเศสเช่นเดียวกับสถาบันสอนทำอาหาร Atelier Thai มีจำนวนน้อย จึงอาจศึกษาเปรียบเทียบกับโรงเรียนสอนทำอาหารในประเทศอื่นว่ามีการนำเสนอภาพตัวแทนเกี่ยวกับอาหารไทยและวัฒนธรรมไทยในประเด็นที่แตกต่างออกไปหรือไม่ อันจะทำให้เห็นภาพตัวแทนที่ชัดเจน ครอบคลุม และเป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างคุณค่าให้แก่อาหารไทยในต่างแดนต่อไป

รายการเอกสารอ้างอิง

- Arikli, M. (2016). Science of Semiology: Apply to an Event. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 1074-1079. Retrieved July 24, 2019 from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/irmm/issue/32102/355731>
- Art and Culture. (2019). *Thai food is spicy but chilies didn't belong to Thai. Since when have we eaten chilies?*. Retrieved April 13, 2020 from https://www.silpa-mag.com/history/article_32860 (In Thai)
- Atelier Thai. (2019). *Atelier Thai by Ban Sa Bua*. Retrieved October 10, 2019 from <http://www.atelierthai.com>
- Atelier Thai. (2019). *Atelier Thai*. Retrieved October 10, 2019 from <https://www.facebook.com/Atelierthai>
- Barthes, R. (1970). *Mythologies*. Paris: Seuil.
- Barthes, R. (1985). *L'aventure sémiologique*. Paris: Seuil.
- Berger, A. A. (1995). *Cultural criticism: a primer of key concepts*. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications.

- Department of International Economic Affairs, Ministry of Foreign Affairs. (2017). *Department of International Trade Promotion enhances the competitiveness of Thai restaurants overseas*. Retrieved December 10, 2019 from <http://www.mfa.go.th/business/th/news/> (In Thai)
- Eco, U. (1988). *Le signe*. (J.-M. Klinkenberg, Trans.). Paris: Éditions Labor. (Original work published 1980)
- Galland, X. (1998). *Histoire de la Thaïlande*. Collection « Que sais-je? », Paris: PUF.
- Greimas, A. J. & Courtés, J. (1993). *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette.
- Hall, S. (2013). The work of representation. In Hall, S., Evans, J. and Nixon, S. (Eds.), *Representation*, pp. 1-47, London: SAGE Publications.
- Institut Français. (2006). *Festival "Tout à Fait Thai"*. Retrieved December 10, 2019 from <https://www.pro.institutfrancais.com/fr/offre/festival-tout-a-fait-thai>
- Le Monde. (2010). *Le "repas gastronomique des Français" inscrit au patrimoine de l'humanité*. Retrieved December 10, 2019 from https://www.lemonde.fr/vous/article/2010/11/16/le-repas-gastronomique-des-francais-inscrit-au-patrimoine-de-l-humanite_1440921_3238.html
- Macdonald, P. & Parkes, C. (2006). *Thaïlande : les guides de voyage* (I. Delaye & F.Fauchet, Trans.). Paris: la National Geographic Sociey. (Original work published 2001).
- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. New York: Columbia University Press.
- Peirce, C. S. (1978). *Écrits sur le signe*. (Gérard Deledalle, Trans.). Paris: Seuil.
- Rey-Debove, J. & Rey, A. (Eds). (2017) *Le Petit Robert 2017*. Paris: Le Robert.