

บทที่ 4

วิวัฒนาการทางสัญลักษณ์ หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่น ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น

บทที่ 4 นี้ จะเป็นการกล่าวถึงข้อมูลในลักษณะข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในเชิงประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการ รวมถึงการนำเสนอข้อมูลในเชิงวิเคราะห์เกี่ยวกับสัญลักษณ์ หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น ทั้งในบริบทสังคม และวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่น และในบริบทสังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทย เพื่อแสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น รวมทั้งประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการในเชิงสัญลักษณ์ หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในการเดินทางระหว่างบริบทสังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน จากญี่ปุ่นมาสู่ไทยออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการปูทางไปสู่การวิเคราะห์เกี่ยวกับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในบทต่อ ๆ ไป ซึ่งผู้วิจัย จะทำการนำเสนอข้อมูลทั้งในส่วนข้อเท็จจริง และในส่วนของการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สัญลักษณ์ หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น : พัฒนาการ และรูปแบบของสัญลักษณ์ หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมญี่ปุ่น

ส่วนที่ 2 การผลิตซ้ำ และปรับเปลี่ยนทางสัญลักษณ์ หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น : พัฒนาการ และรูปแบบของสัญลักษณ์ หรือ ความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมไทย

ส่วนที่ 1

สัญญา หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น :

พัฒนาการ และรูปแบบของสัญญา หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่น ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมญี่ปุ่น

จากการศึกษา และวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในบริบทของสังคม และวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่น พบว่า สัญญา หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นนั้นมีอยู่อย่างมากมาย หลากหลาย และมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนอย่างยิ่ง อันสืบเนื่องมาจากประวัติศาสตร์ที่มีวิวัฒนาการสืบเนื่องกันมาอย่างยาวนานจากในแต่ละยุคสมัย จากอดีต จวบจนปัจจุบัน โดยบางกลุ่ม สัญญา หรือความหมาย ก็มีเริ่มต้นมาตั้งแต่ยุคสมัยก่อนประวัติศาสตร์ และยังมีการแสดงออกมาให้เห็นในทุกยุคทุกสมัย เพราะเป็นจุดเริ่มต้น และเอกลักษณ์ของอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม เช่น สัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ 4 กลุ่มอันได้แก่ ท้องทะเล ภูเขา แม่น้ำ และฤดูกาล เป็นต้น บางกลุ่ม ก็มีการเริ่มต้นในยุคสมัยกลาง ๆ หรือยุคสมัยหลัง ๆ อันเกิดจากปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น การเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติที่เข้ามาในยุคสมัยนั้น หรือการเข้ามาอิทธิพลของวัฒนธรรมชั้นต่าง ๆ ในช่วงเวลาแต่ละยุคสมัย เช่น สัญญา หรือความหมายการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม เป็นต้น บางกลุ่ม ก็จะมีการหายไป และไม่มีการถูกกล่าวถึงในบางยุคสมัย เช่น สัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งศิลปะ และความงาม เป็นต้น แต่ไม่ว่าอย่างไร ก็ตามในบริบทสังคมญี่ปุ่นนั้น ก็ยังมีการค้นพบสัญญา หรือความหมายทุกกลุ่มที่ค้นพบ และนำเสนอไว้อย่างครบถ้วนอยู่ดี

รายละเอียดโดยสรุปของสัญญา หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นจากการวิเคราะห์ผ่านเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ในบทที่ 3 ผู้วิจัย จะเสนอเป็นตารางสรุปตามยุคสมัยของญี่ปุ่นตามตารางที่ 4.1 ก่อน แล้วจะนำเสนอต่อด้วยการแยกกลุ่มประเภทสัญญา หรือความหมายที่พบอย่างโดยสรุป โดยในส่วนของประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการ ตัวสมบูรณ อันเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา และวิเคราะห์นั้น เนื่องจากมีเนื้อหาที่มาก และละเอียด ผู้วิจัย จึงขอที่จะนำเสนอไว้ในภาคผนวกต่อไป ซึ่งรายละเอียดที่จะนำเสนอในส่วนแรกของบทที่ 4 นี้ มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

สรุปจำแนกประเภทสัญญาณหรือความหมายจากประวัติศาสตร์ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นตามยุคสมัยในบริบทสังคมประเทศญี่ปุ่น

สัญญาณ	สัญญาณ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ						สัญญาณ หรือความหมายตัวแทนแห่งความเป็นญี่ปุ่น และอื่น ๆ					
ยุค (ปี ค.ศ.)	สัญญาณหรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งท้องทะเล	สัญญาณ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งภูเขา	สัญญาณ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งแม่น้ำ	สัญญาณ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของ ประเทศญี่ปุ่น	สัญญาณ หรือความหมายแห่งท้องถิ่น	สัญญาณหรือความหมายตัวแทนแห่ง ความใกล้ชิดธรรมชาติ	สัญญาณ หรือความหมาย ความเป็นญี่ปุ่น	สัญญาณ หรือความหมายการ ผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรม	สัญญาณ หรือความหมายแห่งศาสนา	สัญญาณ หรือความหมายแห่งสุขภาพ	สัญญาณ หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจ	สัญญาณ หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงาม
ยุคสมัยก่อน ประวัติศาสตร์	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓				
ยุคหินใหม่	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓				
ยุคสมัยยะโยอิ (Yayoi) (300 ปี ก่อนคริสตกาล- ศตวรรษที่ 4)	✓	✓	✓	✓		✓		✓				

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สัญญาะ	สัญญาะ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ						สัญญาะ หรือความหมายตัวแทนแห่งความเป็นญี่ปุ่น และอื่น ๆ					
ยุค (ปี ค.ศ.)	สัญญาะหรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งท้องทะเล	สัญญาะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งภูเขา	สัญญาะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งแม่น้ำ	สัญญาะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของ ประเทศญี่ปุ่น	สัญญาะ หรือความหมายแห่งท้องถิ่น	สัญญาะหรือความหมายตัวแทนแห่ง ความใกล้ชิดธรรมชาติ	สัญญาะหรือความหมาย ความเป็นญี่ปุ่น	สัญญาะ หรือความหมายการ ผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรม	สัญญาะ หรือความหมายแห่งศาสนา	สัญญาะหรือความหมายแห่งสุขภาพ	สัญญาะหรือความหมายชั้น และอำนาจ	สัญญาะหรือความหมายแห่งศิลปะ และเกม
ยุคสมัยนาระ (Nara) (ค.ศ.710-784)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	
ยุคสมัยเฮอัน (Heian) (ค.ศ.794-1192)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ยุคสมัยคะมะกุระ (Kamakura) (ค.ศ. 1192-1333)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สัญญะ	สัญญะ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ						สัญญะ หรือความหมายตัวแทนแห่งความเป็นญี่ปุ่น และอื่น ๆ					
	สัญญะหรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งท้องทะเล	สัญญะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งภูเขา	สัญญะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งแม่น้ำ	สัญญะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของ ประเทศญี่ปุ่น	สัญญะ หรือความหมายแห่งท้องถิ่น	สัญญะหรือความหมายตัวแทนแห่ง ความใกล้ชิดธรรมชาติ	สัญญะ หรือความหมาย ความเป็นญี่ปุ่น	สัญญะ หรือความหมายการ ผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรม	สัญญะ หรือความหมายแห่งศาสนา	สัญญะ หรือความหมายแห่งสุขภาพ	สัญญะ หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจ	สัญญะ หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงาม
ยุคสมัยมุโระมะชิ (Muromachi) และยุคสมัยสงคราม (Sengoku) (ค.ศ. 1338-1573)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ยุคสมัยเอโดะ (Edo) (ค.ศ. 1542-1858)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
ยุคสมัยเมจิ (Meiji) (ค.ศ. 1857-1912)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สัญญาะ	สัญญาะ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ						สัญญาะ หรือความหมายตัวแทนแห่งความเป็นญี่ปุ่น และอื่น ๆ					
ยุค (ปี ค.ศ.)	สัญญาะหรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งท้องทะเล	สัญญาะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งภูเขา	สัญญาะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งแม่น้ำ	สัญญาะ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของ ประเทศญี่ปุ่น	สัญญาะ หรือความหมายแห่งท้องถิ่น	สัญญาะหรือความหมายตัวแทนแห่ง ความใกล้ชิดธรรมชาติ	สัญญาะ หรือความหมาย ความเป็นญี่ปุ่น	สัญญาะ หรือความหมายการ ผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรม	สัญญาะ หรือความหมายแห่งศาสนา	สัญญาะ หรือความหมายแห่งสุขภาพ	สัญญาะ หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจ	สัญญาะ หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงาม
ยุคสมัย ทะอิโฉ (Taishou) โฉวะ (Shouwa) (ค.ศ. 1926-1989)	✓	✓	✓	✓		✓		✓		✓		✓
ปัจจุบัน	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓

อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ

ประกอบด้วยกลุ่มสัญลักษณ์ หรือความหมายต่าง ๆ ดังนี้
สัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งท้องทะเล

จากการศึกษาวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการอันยาวนานของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จากปฐมบทเริ่มต้นตั้งแต่สมัยยุคหินใหม่จนกระทั่งมาถึงปัจจุบันนั้น พบว่า อาหารญี่ปุ่น รวมทั้งร้านอาหารญี่ปุ่นต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นถึงสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งท้องทะเลออกมาได้อย่างชัดเจนยิ่ง อันจะเห็นได้จากการที่วัตถุดิบ และเครื่องปรุงที่นำมาใช้ในการปรุงการทำอาหาร ประเภทต่าง ๆ นั้น ล้วนแต่มาจาก หรือเกี่ยวพันกับธรรมชาติจากท้องทะเลอย่างเป็นหลักเกือบทั้งสิ้น โดยประเภทของวัตถุดิบ เครื่องปรุง และอาหารจากธรรมชาติแห่งท้องทะเลที่ค้นพบ สามารถจำแนกสรุปให้เห็นได้อย่างชัดเจน ดังต่อไปนี้

- ประเภทปลา เช่น ปลาทูน่า ปลาซาบะ ปลาไหลทะเล ฯลฯ
- ประเภทหอย เช่น หอยเม่น หอยเป่าฮือ ฯลฯ
- ประเภทปลาหมึก เช่น ปลาหมึก ปลาหมึกยักษ์ ฯลฯ
- ประเภทอื่น ๆ เช่น กุ้ง ปู ฯลฯ
- ประเภทพืชทะเล เช่น สาหร่าย อย่าง สาหร่ายคอมบุ ฯลฯ
- ประเภทเครื่องปรุง เช่น เกลือ ฯลฯ

วัตถุดิบ และเครื่องปรุงต่าง ๆ จากท้องทะเลที่ได้ยกตัวอย่างมานำเสนอเหล่านี้ เมื่อศึกษาในร่องรอยแห่งประวัติศาสตร์ ก็จะพบได้ว่า ถูกนำมาประกอบอาหารการกินอย่างหลากหลาย และแทบจะทุกแบบทุกวิธี ทั้งในส่วนที่เป็นแบบญี่ปุ่น อย่างเช่น ซาชิมิ หรือซูชิ เป็นต้น หรือทำเป็นอาหารจากต่างประเทศ เช่น โครกอกะ ฯลฯ หรือทำเป็นอาหารสำเร็จรูป อย่างเช่น อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง หรืออาหารผง เป็นต้น ตามแต่วิวัฒนาการ และบริบทแวดล้อมในแต่ละยุคสมัยอีกด้วย รวมทั้งร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารทะเลในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นร้านอาหารแบบขายเฉพาะอย่าง หรือขายรวมกันหลาย ๆ อย่างนั้น ก็เริ่มมีขึ้นมาอย่างเนิ่นนาน และมากมายอย่างยิ่ง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเกี่ยวกับวัตถุดิบ ประเภทอาหาร และเครื่องปรุงที่มาจากธรรมชาติแห่งท้องทะเล ตั้งแต่ยุคหินใหม่จนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ จะมองเห็นถึงความสอดคล้องกับเรื่องราวที่ได้มีการกล่าวไว้ในวรรณกรรมเรื่อง “โตะโตะจัง เด็กหญิงขำหน้าดำ” ที่กล่าวถึงคำว่า อาหารจากทะเล อันหมายถึงผลิตภัณฑ์อาหารที่มาจากทะเล ไม่ว่าจะเป็นทั้งปลา ปู กุ้ง หอย ปลาหมึก และ

สำหรับทะเล ฯลฯ¹ ดังที่ได้กล่าวสรุปมานั้น ได้ถูกนำมารับประทานกันอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการ และการถ่ายทอดสัญญา หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติ แห่งท้องทะเลของอาหารญี่ปุ่นออกมาได้เป็นอย่างดี เพราะเมื่อกล่าวถึง และนึกถึงอาหารญี่ปุ่นในปัจจุบันนี้ เราก็ยังคงนึกถึงวัตถุดิบ ประเภทอาหาร และเครื่องปรุงของท้องทะเลอย่างเห็นภาพได้ อย่างชัดเจนมาเป็นลำดับแรก ๆ เสมอ

สัญญา หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งภูเขา

นอกเหนือจากสัญญา หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งท้องทะเลที่กล่าวถึงไปก่อนหน้านี้ สัญญา หรือความหมายอีกอย่างหนึ่งที่สามารถพบได้จากการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ยุคหินใหม่ เรื่อยมาจนกระทั่งยุคสมัยปัจจุบัน ก็คือ สัญญา หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งภูเขา

จะเห็นได้ว่า อาหารการกินของผู้คนชาวญี่ปุ่นนั้น นอกเหนือจากการนำเอาสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับท้องทะเลมาใช้ดังที่กล่าวไปแล้วในข้างต้น วัตถุดิบ เครื่องปรุงที่ถูกนำมาปรุงแต่งเป็นอาหารการกินประเภทต่าง ๆ จากอีกแหล่งหนึ่งที่สำคัญ ก็คือ ภูเขา ซึ่งจะเห็นได้จากวัตถุดิบ เครื่องปรุงต่าง ๆ แยกสรุปตามประเภท ดังต่อไปนี้

- ประเภทสัตว์และเนื้อสัตว์ อย่างเช่น เนื้อ หรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากสัตว์ที่ถูกล่า หรือเลี้ยง เช่น สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม และสัตว์ป่า อันได้แก่ เป็ด หมูป่า หมี กวาง สุนัขป่า แรคคูน หนู ลิง นก วัว นมวัว หรือนมสัตว์ต่าง ๆ ไช้ไก่ หรือไข่ของสัตว์ต่าง ๆ เป็นต้น

- ประเภทพืชผักและธัญพืช อย่างเช่น ข้าว ข้าวกล้อง ข้าวสาลี ข้าวเหนียว ข้าวฟ่าง ฮีอะ ธัญพืช ถั่ว ถั่วแดง ถั่วเหลือง งา เมล็ดพืช หน้าต่าง ๆ เมล็ดโหระพา เห็ด ดอกคามลเลียส แครอท ลูกเดือย หัวบุก ฟุ ผักสีเขียว ผักป่า ฟูกิ เมียวะ แดงกวา มัน มันเทศ ฟัก แดง ต้นหอม มะเขือม่วง หัวไชเท้า หัวคะนัส โกะโบ หน่อไม้ วะชะบิ พริก ขิง พริกไทย พริกไทยญี่ปุ่น วอลนัท เต้าหู้ เช่น เต้าหู้ อัน และเต้าหู้โทะยะ รวมทั้งพืชที่นำมาทำเครื่องดื่ม เช่น ชา (ใบชา) หรือ กาแฟ (เมล็ดกาแฟ) เป็นต้น

- ประเภทผลไม้ อย่างเช่น ลูกพลับ ลูกแพร์ องุ่น ลูกท้อ ส้ม และบุสุ เป็นต้น

- ประเภทเครื่องปรุง อย่างเช่น น้ำมัน เกลือจากเครื่องในสัตว์ และมิโซะ เป็นต้น

วัตถุดิบ และเครื่องปรุงต่าง ๆ เหล่านี้ได้ถูกนำมาประกอบอาหารต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบ ญี่ปุ่น แบบต่างประเทศ รวมทั้งอาหารสำเร็จรูปแทบจะทุกอย่างทุกแบบ ตามวิวัฒนาการ และบริบทแวดล้อมในแต่ละยุคสมัยอย่างไม่แตกต่างกับในส่วนของการอาหารจากธรรมชาติแห่งท้องทะเลเลย โดยร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารจากภูเขาทั้งที่เป็นร้านอาหารแบบขายเฉพาะอย่าง หรือขายรวมกัน

¹โคอิชิ ฟุนายามา, ง่าย ๆ สไตล์ญี่ปุ่น (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เวลาคี, 2546),

หลาย ๆ อย่าง ก็เริ่มมีขึ้นมาอย่างเนิ่นนาน และมากมายอย่างยิ่งเช่นเดียวกัน อันสอดคล้องกับคำว่า อาหารจากภูเขา อันหมายถึงข้าว พืชผักต่าง ๆ และเนื้อสัตว์ประเภทต่าง ๆ เป็นต้น ที่มีการกล่าวถึงไว้ในวรรณกรรมเรื่องดังอย่าง “โตะโตะจัง เด็กหญิงขำหน้าตาต่างอีกด้วย”²

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้เกี่ยวกับวัตถุดิบ ประเภทอาหาร และเครื่องปรุงที่มาจากธรรมชาติแห่งภูเขา ตั้งแต่ยุคหินใหม่จนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ จะสามารถมองเห็นได้ว่าวัตถุดิบ ประเภทอาหาร และเครื่องปรุงต่าง ๆ เหล่านี้ ถูกนำมารับประทานกันอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่าง ๆ กันไม่ว่าจะเป็นในช่วงเวลาที่อาหารอุดมสมบูรณ์ หรือขาดแคลนก็ตามที่แจกเช่นเดียวกันกับอาหารทะเลที่เป็นอาหารหลักสำคัญของชาวญี่ปุ่น ดังที่ได้กล่าวถึงไปก่อนหน้านี้ อันสามารถสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการ และการถ่ายทอดสัญญาณ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งภูเขาของอาหารญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดีเลยทีเดียว เพราะเมื่อกล่าวถึง และนึกถึงอาหารญี่ปุ่นในปัจจุบันนี้ เราก็ยังคงนึกถึงวัตถุดิบ อาหาร และเครื่องปรุงของภูเขาอย่างเห็นภาพได้อย่างชัดเจนมาเป็นลำดับแรก ๆ เสมออย่างเช่นเดียวกันกับสัญญาณ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งท้องทะเลที่สามารถมองเห็นได้จากวัตถุดิบ อาหาร และเครื่องปรุงของท้องทะเลด้วยนั่นเอง

สัญญาณ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งสาหร่าย

สัญญาณ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติอีกอย่างหนึ่งที่สามารถมองเห็นได้จากอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น จากการศึกษาวิเคราะห์ประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น ก็คือ สัญญาณ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งสาหร่าย หรือเม็มน้ำ ซึ่งเราจะสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนมาตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ จนเรื่อยมากระทั่งถึงในยุคสมัยปัจจุบันนี้ได้เลยทีเดียว ว่านอกเหนือจากอาหารที่มีที่มาจากท้องทะเล และภูเขา ซึ่งเป็นอาหารหลักอย่างหนึ่งของชนชาวญี่ปุ่นแล้ว อาหารที่มีที่มาจากสาหร่ายนั้น ก็เป็นอาหารที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของสังคมญี่ปุ่นมาตั้งแต่ในอดีต เพราะว่าทั้งตัวของเม็มน้ำนั้น ก็สามารถเป็นได้ทั้งวัตถุดิบ อาหาร รวมทั้งเครื่องดื่ม และเครื่องปรุง ฯลฯ ที่สามารถนำมารับประทาน หรือปรุงทำอาหารได้อย่างมากมายหลากหลายชนิดเสมอ เช่น การนำมาต้มกับวัตถุดิบ และเครื่องปรุงอื่น ๆ และการนำเม็มน้ำมาผสมทำเครื่องปรุง หรือเครื่องดื่ม อย่างเช่น มาใช้ชงชาเขียว เป็นต้น รวมถึงวัตถุดิบต่าง ๆ ที่มาจากสาหร่าย เม็มน้ำ หรือทะเลสาบ เช่น ทะเลสาบบิวะ อันเป็นแหล่งจับปลาน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ เป็นต้น อย่างเช่น ปลาน้ำจืด ชนิดต่าง ๆ เช่น ปลาฟูนะ และปลาคาร์ป ฯลฯ หรือหอย อันเป็นอาหารประเภทเดียวกับอาหารจากท้องทะเล แต่จะแตกต่างกันตรงที่ได้จากแหล่งเม็มน้ำ หรือสาหร่าย ซึ่งเป็นน้ำจืด มิใช่ น้ำเค็มอย่างทะเล มารับประทานกันอย่างมีบันทึกชัดเจนในประวัติศาสตร์เป็นลายลักษณ์อักษรอีกด้วย นอกจากนี้ ในบางยุคสมัย ยังมีการแข่งขันทายแหล่งที่ผลิตของอาหารที่ทำมาจากปลาคาร์ป

²เรื่องเดียวกัน, น. บทนำ.

หรือแม้กระทั่งการแข่งขันกันขายประเภทของน้ำที่นำมาชงชา รวมทั้งร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทต่าง ๆ ที่จำหน่ายอาหารจากแม่น้ำนี้ ก็เกิดขึ้น และมีอยู่ในประเทศญี่ปุ่นมาอย่างช้านาน จนปัจจุบันเช่นเดียวกัน ซึ่งสามารถสะท้อนถึงสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งแม่น้ำ พัฒนาการ และความสำคัญของแม่น้ำ หรือสายน้ำของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี

สัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของญี่ปุ่น

อาหารญี่ปุ่น รวมทั้งร้านอาหารญี่ปุ่นนั้น นอกจากจะสามารถเป็นสื่อที่ได้รับการประกอบสร้างสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งธรรมชาติทั้ง 3 อย่างดังที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นแล้ว ยังสามารถสะท้อนสัญลักษณ์ หรือความหมายที่เป็นลักษณะสำคัญอีกอย่างหนึ่งของอาหารญี่ปุ่นออกมาได้อีก ก็คือ สัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของประเทศญี่ปุ่น ดังที่ได้รับการเรียกขานกันว่า อาหารแห่งสี่ฤดู นั่นเอง

ในความเป็นจริงเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมประเทศญี่ปุ่น ฤดูกาลต่าง ๆ ถือเป็นเรื่องที่สำคัญ และเชื่อมโยงกับอาหารยิ่ง เพราะว่ามันเป็นสัญลักษณ์ และการนำไปสู่ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงของชีวิต และวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่นในด้านต่าง ๆ

ฤดูกาลต่าง ๆ ทั้ง 4 ในประเทศญี่ปุ่นนั้น ประกอบไปด้วย ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูร้อน ฤดูใบไม้ผลิ และฤดูหนาว ซึ่งฤดูกาลต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนแต่สัมผัสชีวิต และวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นมากกว่าชนชาติอื่น ๆ เป็นอย่างยิ่ง

แม้ว่าอาหารญี่ปุ่นนั้น จะมุ่งเน้นความสำคัญไปที่รส และความรู้สึกต่อรส เฉกเช่นเดียวกับกับอาหารไทย และยุโรป แต่ญี่ปุ่นนั้น จะมีสิ่งที่เพิ่มเติมเข้ามาอันแตกต่างจากชนชาติอื่น ๆ ตรงที่ว่า ในเรื่องของรสนาคนั้น ชาวญี่ปุ่นจะมองไปถึงว่าฤดูกาลนั้น จะเป็นตัวกำหนดว่าวัตถุดิบ อาหาร และเครื่องปรุงต่าง ๆ นั้นมีรสอร่อย หรือไม่อร่อยในช่วงฤดูกาลไหน และฤดูกาลไหนรสชาติดีที่สุด ร่องลงมา และแย่ที่สุด นอกจากนี้ ฤดูกาลในวัฒนธรรมอาหารของญี่ปุ่นนั้น ยังสะท้อนถึงเรื่องของคุณภาพความสดใหม่ของวัตถุดิบ อาหาร และเครื่องปรุงได้อีกด้วย โดยทั้งหมดนี้จะต้องขึ้นอยู่กับประสาทสัมผัส หรือช่องทางการสื่อสารทั้ง 5 อันได้แก่ จมูก ใจ ต้มก้น หอม ฟันที่รับรู้จากการเกี่ยวตลอดจนกลิ่นที่ได้สัมผัส และการสนทนาที่รื่นหู เมื่อนั้นก็น่าจะเพียงพอแล้วสำหรับรับรู้รสชาติ ที่จะนำไปสู่ความอิ่มเอม หรืออารมณ์ในจิตใจภายในต่อไปของอาหารญี่ปุ่นตามฤดูกาลที่เหมาะสมเหล่านั้น

ด้วยเหตุสำคัญที่ว่าฤดูกาลเป็นหัวใจสำคัญแห่งอาหารญี่ปุ่น ดังนั้นสีสัน รูปทรงของอาหาร และการจัดโต๊ะ รวมถึงการคัดเลือก และเตรียมเครื่องปรุงซึ่งเป็นเรื่องใหญ่ จึงขึ้นอยู่กับฤดูกาล อันสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจในการใส่ใจอารมณ์เพื่อที่จะปลูกเร้าผู้กินอาหารได้รับรู้ถึงฤดูกาล และช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยครัวอาหารญี่ปุ่นนั้น ได้มีการเน้นอาหารขึ้นอยู่กับการฤดูกาลต่าง ๆ มาแล้วกว่า 400 ปี นักปราชญ์วิชาน้ำชาชื่อ เซนโนะ ริคิโกะ (ค.ศ. 1512-1591) เป็นผู้ประยุกต์

อาหารต่าง ๆ เข้ากับฤดูกาลทั้ง 4 ซึ่งจะเห็นได้จากอาหารทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นอาหารประเภทย่าง ต้ม หรือคอง ฯลฯ รวมทั้งการตกแต่ง โดยวิธีการใช้งานชาม และภาชนะที่แตกต่างกันตามฤดูกาล เป็นต้น ดังรายละเอียด และตัวอย่างแยกตามฤดูกาล ดังต่อไปนี้

- อาหารฤดูร้อน ต้องเย็นที่สุดเท่าที่พึงทำได้ เพราะเป็นช่วงที่อากาศของประเทศญี่ปุ่นจะขึ้น และร้อน นอกจากนี้ ผู้คนชาวญี่ปุ่นยังชอบที่จะรับประทานข้าวใกล้กันกับน้ำ เพราะทำให้ได้รับความเย็นส่งมาถึงอีกด้วย รวมทั้ง ยังมีการรับประทานอาหารที่มีน้ำแข็งพ่วงผสมอยู่ด้วยเสมอ เพื่อให้อาหารเย็นที่สุด อันเป็นการดับร้อนอีกทางหนึ่ง รวมถึงมักจะนิยมปรุงอาหารให้มีรสออกเปรี้ยว ๆ เค็ม ๆ เพื่อช่วยไม่ให้เบื่ออาหารอีกด้วย โดยอาหารต่าง ๆ ในฤดูกาลนี้ ประกอบไปด้วย อย่างเช่น โซรามาเหมะ หรือถั่วปากอ้า (soramamé) และเอดามาเหมะ หรือถั่วแระญี่ปุ่น (edamamé) ที่นิยมนำมาต้มโรยเกลือเกล็ดกับเบียร์ในฤดูร้อน ปลาคัทสึโอ (katsuo) ที่ในฤดูร้อนนิยมนำมาทำซาซิมิที่เรียกว่า คัทสึโอ-โนะ-ทาตากิ (katsuo-no-tataki) หรือปลาคัทสึโอดิบปรุงรสด้วยน้ำส้มพอเปรี้ยวเล็กน้อย นำมารับประทานโดยไม่ต้องจิ้มซีอิ้วเหมือนซาซิมิอื่น ๆ และปลาไหลบั้งข้างใต้ไฟในเตาอบ ซึ่งเป็นอาหารที่เหมาะสำหรับผู้สูญเสียพลังงานมาก ดังที่มีการบันทึกไว้ใน มันโยชู อันเป็นพงศาวดารฉบับแรกของกวีโอโตโมโนะยากามาจิ ซึ่งได้แนะนำว่า ปลาไหลนั้นเป็นของดีเหมาะสำหรับการรับประทานเมื่ออากาศขึ้น และร้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นปลาไหลที่บั้งจากถ่านไม้แล้วใส่ซอสเทรียกิ ก็ยิ่งถือว่าเป็นอาหารวิเศษยิ่ง โดยในฤดูร้อน จานชามที่นำมาใช้ ก็จะมีลักษณะที่เป็นภาชนะเหล็กกลวง และร้านอาหารส่วนใหญ่ มักเสิร์ฟอาหารจากภาชนะเรือที่ใช้รองอาหารไว้ เนื่องจากทั้งนี้ เพราะว่าเดิมทีนั้นญี่ปุ่นเคยมีการขายอาหารกันจากบนเรือมาก่อนด้วยนั่นเอง

- อาหารฤดูหนาว พึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำให้อุ่นที่สุดอยู่เสมอ ฤดูหนาวเป็นฤดูกาลที่ปลา และพืชผักเติบโตมีความหวานมาก และอร่อยตามธรรมชาติอยู่แล้ว ส่งผลทำให้ก่อนที่จะนำมารับประทานนั้น หากจะมีการปรุงทำเป็นอาหารต่าง ๆ ก็จะเป็นเพียงการปรุงรสอย่างเพียงอ่อน ๆ เท่านั้น นอกจากนี้ การรับประทานอาหารในฤดูหนาว หากได้รับประทานอาหารในเขตพื้นที่ภูเขาที่ห่างไกล แต่ใกล้หิมะนั้น ก็จะเป็นการรับประทานอาหารในสถานที่ที่ชวนรับประทานเป็นที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับประทานอาหารประเภทนาเบโมโนะ หรืออาหารหม้อไฟ (nabemono) หรืออาหารหม้อผักร้อน ๆ ที่นั่งพร้อมกันกับเนื้อในเตาผิงนั้นเป็นที่นิยมกันมาก และเป็นประจักษ์แจ้งอาหารในงานเลี้ยงชั้นสูงเลยทีเดียว ซึ่งส่วนใหญ่ชุปร้อน ๆ เหล่านี้ ก็มักจะทำเป็นหม้อเดียวกัน เพื่อรับประทานกันทั้งครอบครัวอีกด้วย

สุดท้ายก็นั่น ก็เป็นอาหารแห่งฤดูหนาวด้วยเช่นเดียวกัน การรับประทานสุดท้ายก็ใส่เนื้อสัตว์ต่าง ๆ รวมทั้งอาหารอื่น ๆ ที่นั่งมาแล้ว พร้อม ๆ ไปกับเต้าหู้ ผัก คัสตาร์ดที่นึ่งไข่ และซูป ซึ่งแบ่งมารับประทานกันในถ้วยเล็ก ๆ ใหญ่ขนาดถ้วยชาเป็นของแต่ละคนนั้นเป็นที่นิยม และเหมาะสม อีกทั้งยังสามารถพบเห็นได้อย่างบ่อยครั้งที่สุดในฤดูกาลนี้อีกด้วย นอกจากนี้ อาหาร และ

วัตถุดิบต่าง ๆ อื่น ๆ ในฤดูกาลนี้ ไม่ว่าจะเป็นพืชผัก ปลา หรือหอยนั้น ก็จะมีอย่างเช่น ไคกอง หรือ หัวไชเท้า (daikon) โดยรสชาติของไคกองในหน้าหนาวนั้น จะมีรสดีมาก เนื่องจากเนื้อจะนุ่ม และหวานมากขึ้นแตกต่างจากรสชาติในหน้าร้อนที่จะมีรสเผ็ด และกลั่นรุนแรงมาก ยuzu หรือส้ม หรือ มะนาวจีน (yuzu) นั้น ก็นิยมนำเอาเปลือกมาฝานบาง ๆ ใส่ในนาเบโมโคโนะ หรืออื่น ๆ เพื่อเป็นการ ช่วยชูรส และกลั่นอีกทางหนึ่งด้วย ปลาอังโค (ankō) ที่สามารถมารับประทานได้ทั้งตัว ยกเว้นหัว และก้าง ก็นิยมนำเอาเนื้อ และหนังไปทำนาเบโมโคโนะ ที่มีชื่อว่า อังโค-นาเบะ (ankō-nabe) อีกด้วย รวมทั้งฟุหงุ หรือปลาปักเป้าที่เป็นปลาแห่งฤดูหนาวโดยเฉพาะ และคากิ หรือหอยนางรม (kaki) นั้น ก็จะมีรสดี และนิยมรับประทานกันมากในฤดูกาลนี้ โดยควรจะนำมารับประทานอย่างดิบ ๆ หรือ หากจะปรุงรส ก็ควรจะปรุงอย่างง่าย ๆ เพื่อรักษากลิ่นรส และความอร่อยที่มีอยู่ในตัวตามธรรมชาติ ให้คงอยู่ไว้ เป็นต้น อาหารหลาย ๆ อย่างในฤดูหนาวนั้น ก็มักจะนิยมผสมเหล้าสาเกหวาน ดังที่เรียก ในภาษาญี่ปุ่นว่า มิริน ซึ่งเป็นเหล้าที่มีรสหวานกว่าน้ำตาลเข้าเป็นเครื่องปรุงส่วนหนึ่งของอาหาร เพื่อชูรส และกลั่นด้วย โดยในส่วนของจานซาม และภาชนะนั้น ก็มักจะนิยมใช้จานเปล่า ๆ ที่ไม่มี รูปใด ๆ นำมาใส่อาหารรับประทานกันอย่างเป็นหลักด้วย เป็นต้น

- อาหารฤดูใบไม้ผลิ อันเป็นฤดูของการแตกหน่อ และยอดอ่อน ผักรสขมต่าง ๆ ที่ถือ กำหนดเติบโตขึ้นในฤดูกาลนี้ เมื่อนำไปต้ม หรือผัดน้ำมันจะทำให้รสขมจางลงไป ยิ่งหากปรุงรสให้ ออกหวานแล้วนั้น จะเป็นอาหารที่อร่อยยิ่ง อีกทั้งหอยต่าง ๆ ก็จะมีรสดีในฤดูกาลนี้เช่นกัน โดยผัก ต่าง ๆ ที่เติบโต และนิยมกินกันในฤดูกาลนี้ ก็อย่างเช่น หน่อไม้ หรือทาเกโนโกะ (takenoko) ซันไซ (sansai) หรือผักพื้นเมืองชนิดหนึ่งที่มักจะขึ้นเองตามภูเขา และท้องนา วาราบิ (warabi) เซมไม (zenmai) ฟูกิ (fuki) และเซริ (seri) เป็นต้น ส่วนหอย รวมทั้งอาหารประเภทปลาต่าง ๆ นั้น ก็อย่างเช่น ไท หรือปลาทรายแดง (tai) ซาวาหระ หรือปลาอินทรี (sawara) ฮามางูหริ หรือหอยกาบ (hamaguri) อาซาหริ หรือหอยลาย (asari) เป็นต้น นอกจากนี้ จากการที่ฤดูใบไม้ผลินั้นเป็นช่วงที่เปลี่ยนผ่านมา จากฤดูหนาว ชาวญี่ปุ่นจึงนิยมที่จะฉลองฤดูกาลนี้ด้วยอาหารที่สะท้อนถึงจิตใจ อันมักจะประกอบ ไปด้วยหน่อไม้ ใบแคนดิลเลียน ซึ่งมีลักษณะเป็นใบหยิกดอกเหลือง และถั่วอก เป็นต้น โดยช่วงนี้ เป็นฤดูกาลของงานนักขัตฤกษ์ตุ้กดาในวันที่ 3 มีนาคม อันเป็นวันสำคัญของเด็กผู้หญิง จึงมีการ รับประทานหอยกาบ เพื่อฉลองการแต่งงานสำหรับเจ้าสาว ส่วนเด็กผู้หญิงนั้น ก็พึงได้รับประทาน หอยกาบอย่างเช่นกัน เพื่อเป็นการสะท้อนการเตรียมการเป็นเจ้าสาวที่ดีต่อไปในอนาคต โดยมักจะ นำหอยกาบนี้มาปั่นเป็นซูชิกินกัน ซึ่งจะทำเป็นชิ้นยาว ๆ นอกจากนี้ ในฤดูใบไม้ผลิ ยังชอบที่จะมี การนำเอาใบคริสของทิมัม หรือเบญจมาศไปผสมในซูป เพื่อให้เกิดกลิ่นที่หอมอบอวลไม่น้อยอีก ด้วย โดยจานซาม และภาชนะในฤดูกาลนี้ จะมีลักษณะเป็นรูปดอกเชอร์รี่ หรืออุกพลัมเป็นหลัก

- อาหารฤดูใบไม้ร่วง อันเป็นฤดูแห่งการเก็บเกี่ยวพืชผล และพืชผักต่าง ๆ ซึ่งเริ่ม คลายความขมที่มีในระยะต้นของการเติบโตลงไปสู่ความหวานฉ่ำเมื่อเติบโตเต็มที่ อีกทั้งปลาต่าง ๆ

นั้น ก็มักจะมีเนื้อนุ่มมันในฤดูกาลนี้ ด้วยเหตุนี้ อาหารในฤดูใบไม้ร่วงนี้ จึงมักจะปรุงอย่างง่าย ๆ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความอร่อย และกลิ่นรสตามธรรมชาติคล้ายคลึงกับฤดูหนาว โดยอาหารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพืชผัก หรือปลาต่าง ๆ ที่มีมาก และนิยมรับประทานกันในฤดูกาลนี้ ได้แก่ เห็ดมัทสึดาเกะ (matsutake) โดยเฉพาะช่วงเวลาที่ดอกตูมนั้น จะเป็นช่วงที่อร่อยที่สุด ชันหะ หรือปลาคาบเงิน (samma) ซึ่งเนื้อจะมีมันมากถึง 20% ในฤดูกาลนี้ เป็นต้น นอกจากนี้ อาหารกล่องตอนเที่ยงในฤดูกาลนี้ ก็จะมีเหล่าสาเกแนบมาด้วยเสมอ ส่วนงานอาหารนั้น ก็จะมีลายพระจันทร์ในคืนแห่งการเก็บเกี่ยว ปลายใบไม้ร่วง หรือบางทีก็อาจจะเปลี่ยนต้นไม้อื่น และดอกไม้แห่งฤดูกาลนี้ โดยอาหารที่รับประทานกันในคืนแห่งการเก็บเกี่ยว มักจะทำเป็นชุด เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการชมพระจันทร์ อันเป็นคืนที่จะต้องมีการแต่งกวีนิพนธ์ เพื่อชมความงามของพระจันทร์ด้วย อันเป็นพิธีการอย่างหนึ่งที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ยุคสมัยนาระ (710-794) โดยไข่แดงของนกกะทาปรุงใส่ซอสนั้น ก็เป็นอาหารของกินวันเพ็ญที่สำคัญอีกประเภทหนึ่ง รวมทั้งมักจะมีการเติมดอกเบญจมาศลงไปเพื่อให้สีสัน และกลิ่นของปลาปริม ซึ่งเป็นปลาชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายปลาคะเทียในไทยเรา ให้ชวนรับประทานมากขึ้น โดยในส่วนของการจิบสาเกนั้น ก็มักจะเป็นรูป หรือลวดลายพระจันทร์เต็มดวง หรือรูปใบไม้ร่วง ซึ่งทำด้วยไม้ทาแล็กเกอร์เป็นส่วนใหญ่³

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการทางสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของญี่ปุ่นที่มีมาอย่างยาวนานของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจนเลยทีเดียว

สัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งท้องถิ่น

นอกจากสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติทั้ง 4 ประเภทที่ได้กล่าวมาแล้ว สัญลักษณ์ หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นอีกกลุ่มหนึ่งที่เราสามารถพบเห็นได้จากการศึกษาทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น สังคม และวัฒนธรรมญี่ปุ่น ก็คือ สัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งท้องถิ่น อันสามารถสังเกต และวิเคราะห์ได้จากการที่ในประเทศญี่ปุ่นนั้น จะมีการกล่าวถึงอาหารที่ดี และมีเฉพาะประจำท้องถิ่น หรือเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอยู่เสมอ โดยพัฒนาการสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งท้องถิ่นนั้น มีมาตั้งแต่ยุคสมัยมูโรมะชิ และสมัยสงคราม จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นได้จากการที่ในบางยุคสมัยมีการกล่าวถึงแหล่งผลิตที่สำคัญ อันได้แก่ อุจิ อิงะ และซุงะ นอกจากนี้ บางยุคยังมีการกล่าวถึงแหล่งที่มาของปลาน้ำจืดชนิดต่าง ๆ อย่างเช่น ปลาฟูนะ ปลาคาร์ป ของทะเลสาบบิวะ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณกลางจังหวัดมิเงในปัจจุบัน อันเป็นแหล่งจับปลาน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ

³ คิลปี ภาควรรณ (แปลและเรียบเรียง), กินในญี่ปุ่น (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2531), น. 99-107.

บางยุคสมัย ก็ยังได้มีการกล่าวถึงการนำเอาน้ำตาลจากกริวกิว หรือจังหวัด โอะกินะวะในปัจจุบันมาใช้ในการปรุงทำอาหารให้หมูชนชั้นสูง รวมทั้ง การนำเอาพริกไทยเข้ามาครั้งแรกจากกริวกิวอีกด้วย นอกจากนี้ ยังมีการรวมกลุ่มกันชุมนุมที่เรียกว่า โทะชะ หรือการแข่งขันกันทายว่าชาที่ต้นตึมนั้น เป็นผลผลิตมาจากที่ใด และการแข่งขันทายแหล่งที่ผลิตของอาหารที่ทำจากปลาคาร์ป หรือแม้กระทั่งการแข่งขันกันทายประเภทของน้ำที่นำมาชงชา เป็นต้น

ยุคอะโตะที่มีนโยบายปิดประเทศ อันส่งผลทำให้เกิดวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเข้มแข็งขึ้นในเมืองใหญ่ ๆ อย่าง อะโตะ (โตเกียวในปัจจุบัน) ฯลฯ ทำให้วัฒนธรรมเหล่านี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมคะมิยะตะ หรือวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในเมืองใหญ่ทางตะวันตกของญี่ปุ่น อย่างเช่น เกียวโต โอซากา และนาระ เป็นต้นนั้น ก็ส่งผล และสะท้อนให้เห็นถึงในด้านของอาหารการกินด้วย โดยเฉพาะในช่วงที่อุตสาหกรรมร้านอาหารเจริญรุ่งเรืองมาก อย่างในช่วงปี ค.ศ. 1818-1830 นักเขียนชื่อ อะโอะเส็น ก็ได้ทำการออกหนังสือเกี่ยวกับอาหารที่มีชื่อว่า รอบรู้เรื่องอาหาร และติดตามต่อมาด้วยหนังสือ ประมวลอาหารยอดนิยมแห่งอะโตะ ที่เนื้อหาภายในนั้นแสดงให้เห็นถึงรสนิยมที่เน้นทางด้านรสชาติของอาหารอย่างเป็นหลัก และยังได้มีการแนะนำอาหารตามพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ เช่น อาหารของเมืองนะงะซะกิ เป็นต้น อีกด้วย รวมไปถึงอาหารต่างประเทศสำคัญ ๆ ที่ญี่ปุ่นได้รับนำเอาเข้ามาในยุคสมัยนี้ อย่างอาหารจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารฉินเสียวัด ซึ่งมีให้เห็นอยู่ทั่ว ๆ ไปในวัดนิกายเซ็นของนะงะซะกิ และแถบอุจิในเกียวโต ที่เรียกว่า อาหารฟูชะ นั้น ก็สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสารสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีเช่นเดียวกัน

ยุคสมัยเมจิ ก็เริ่มมีการเรียกชื่ออาหารบางประเภท อย่างเช่น กิวนะเบะ แตกต่างกันไปตามท้องถิ่นอีกด้วย เช่น แถบคันโต อันหมายถึง โตเกียว และบริเวณจังหวัดอื่น ๆ ใกล้เคียง ซึ่งอยู่ทางภาคตะวันออกของเกาะฮอนชูนั้น จะเรียกอาหารชนิดนี้ว่า กิวนะเบะ แต่ในขณะที่เดียวกันทางแถบคันซะอิ หรือบริเวณตะวันตกของเกาะฮอนชู เช่น เกียวโต โอซากา และโกเบ ฯลฯ นั้น จะเรียกว่า สุกียากี้ เป็นต้น

การเกิดขึ้น และการนำมานั้นมาจำหนายให้แก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกจากอุตสาหกรรมฟาร์มโคนมในแถบชิบะ และโตเกียว และการเกิดของร้านขนมปังร้านแรกที่เมืองโยโกฮาม่า จนกระทั่งแพร่หลาย และมีชื่อเสียงมากขึ้นไปยังเมืองต่าง ๆ ทั้งในโตเกียว และนาโงย่า ฯลฯ โดยเฉพาะขนมปังไส้ถั่วแดง อันมีชื่อเสียงเลื่องลือที่ผลิตจำหน่ายเป็นครั้งแรกโดยร้าน คิมุระ รวมถึงกาแฟซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่เป็นที่รู้จักกันดีในแถบนะงะซะกิ มาตั้งแต่สมัยอะโตะนั้น ก็ได้เริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างมากขึ้นในโตเกียวหลังจากการปฏิรูปเมจิ และมีร้านกาแฟเกิดขึ้นร้านแรกในเขตมิตะยะกรุงโตเกียว ชื่อว่าร้าน “โคฮิคัน” รวมทั้งการเกิดขึ้นของสุรา ในปี ค.ศ. 1883 ที่ได้มีการตั้งศูนย์ทดลองการผลิตเหล้าสาเกกลั่นที่จังหวัดอะชิ และเริ่มมีการบริโภคอย่างจริงจังในเมืองใหญ่

มากขึ้นในตอนต้นของยุคสมัยเมจิ รวมถึงการเกิดขึ้นของโรงงานผลิตเบียร์แห่งแรก อันได้แก่ โรงงานผลิตเบียร์ ซัปโปโระ สอกไกโด ปี ค.ศ. 1876 อันเนื่องมาจากพื้นที่นี้สามารถปลูกข้าวบาร์เลย์ และฮอปได้เป็นอย่างดี เรื่อยไปจนถึงเรื่องของไวน์ที่มีการตั้งเป็นบริษัทผลิตเหล้าองุ่นฟูจิโมะจินที่ จังหวัดยะมะนะมิ เมื่อปี ค.ศ. 1877 และสุราประเภทอื่น ๆ อย่างเช่น อิน รัม และเชอรี เป็นต้นนั้น ก็ได้เริ่มมีการบริโภคดื่มกันตามเมืองใหญ่ และเมืองท่าเช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งหมดนี้ ก็ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงแหล่งผลิตท้องถิ่น หรือร้านที่เป็นที่มาของผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ ตามท้องถิ่นต่าง ๆ ที่ชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญ รวมทั้งเมืองที่นิยมรับประทานอาหาร หรือเครื่องดื่มแต่ละประเภท ซึ่งได้มีการทำบันทึกไว้ในหลักฐานทางประวัติศาสตร์ อันสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับแหล่งต้นกำเนิด แหล่งที่มีชื่อเสียงของอาหาร และแหล่งดื่มกินต่าง ๆ ของชาวญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี และยังเป็น การสะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสารสัญญาณ หรือความหมายแห่งท้องถิ่นจากอาหารญี่ปุ่นอีกทางหนึ่ง ด้วย

ต่อมาเมื่อกิจการรถไฟมีความเจริญพัฒนามากขึ้น ก็ได้เริ่มมีการจำหน่ายข้าวกล่องตาม สถานีรถไฟต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมถึงบนรถไฟด้วยที่เรียกว่า “เอะกิเบ็น” ซึ่งจะมีการทำให้เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นตามที่ตั้งของสถานีต่าง ๆ ที่รถไฟผ่านไป จากการนำเอาอาหารที่หาได้ในท้องถิ่นมาบรรจุไว้ในเอะกิเบ็น ทำให้เอะกิเบ็นนั้นเป็นการทำให้ผู้คนต่าง ๆ ได้ชิมอาหารพื้นบ้าน ของแต่ละท้องถิ่นหากเดินทางผ่านไปทางรถไฟอีกด้วย ซึ่งเอะกิเบ็นแต่ละท้องถิ่น ก็จะมีประเภทอาหาร และชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป เช่น บริเวณสอกไกโด ซึ่งมีรถไฟสายฮาโกดาเตะ เม็น ไคน์นั้น ก็จะมี อิคุหระ-เบนโด ที่จะมีขายที่สถานีอิวามิซาหะ ซึ่งจะมีไข่ปลาแซลมอนหมักเค็ม (ikura) วางบนข้าวที่ปรุงรสด้วยซีอิ๊วเป็นเอกลักษณ์เด่น อิเค-เมชิ (ika-meshi (ika หรือปลาหมึกหอม)) ที่มีขายที่สถานี โมริ ซึ่งมีปลาหมึกหอมทั้งตัวดัดใส่ด้วยข้าว แล้วนำไปต้มในซอสรสเผ็ดหวาน เป็นต้น หรือ บริเวณฮอนชูนั้น ก็จะมีโคเคชิ-เบนโด ที่มีขายที่สถานีโมริโอกะ ซึ่งเป็นสายที่รถชิงกันเซน สายโตโฮกุผ่าน ก็จะมีเอกลักษณ์เด่นที่ภาชนะดินเผาเคลือบทำเป็นรูปหัวตุ๊กตามาใช้เป็นเบนโดใส่อาหาร เนื่องด้วยเพราะโตโฮกุนั้น มีชื่อเสียงในเรื่องของการทำตุ๊กตาไม้ นั่นเอง คารุหะ-เบนโด ที่มีขายที่ สถานีทากาซากิ ซึ่งรถชิงกันเซน สายโจเอทสึผ่านนั้น ก็จะมีเอกลักษณ์เด่นที่เบนโดที่นำมาใส่อาหารเช่นกัน อันเป็นภาชนะพลาสติกทำเป็นรูปตุ๊กตาคารุหะ ซึ่งเป็นตุ๊กตาที่มีชื่อเสียงของทากาซากิ ซึ่งจะบรรจุอาหารประเภทซันโซ หรือผักพื้นเมือง (sansai) ของบริเวณนั้นเป็นหลัก อีกทั้งภาชนะที่ใส่อาหาร ยังสามารถนำไปล้างเก็บไปใช้เป็นกล่องใส่สตางค์ได้อีกด้วย ฯลฯ โดยนอกจากอาหารแล้ว เครื่องดื่มต่าง ๆ ของท้องถิ่นก็ถูกนำมาขายคู่กัน อย่างเช่น โอชะ หรือชาเขียว (ocha) ที่ใส่ในภาชนะพลาสติก ที่มีหูหิ้วเล็ก ๆ ด้วย

ทั้งหมดที่ยกตัวอย่างมานี้ ก็ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงแหล่งผลิตท้องถิ่น หรือร้านที่เป็นที่มาของผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ อันสะท้อนถึงสัญญาณ หรือความหมายตัวแทนแห่งท้องถิ่นได้เป็น

อย่างดี โดยชาวบ้านในชนบทที่ห่างไกล และความเจริญยังเข้าไปไม่ถึง ซึ่งยังคงมีการใช้ชีวิตเรียบง่ายตามแบบดั้งเดิม และยังคงบริโภค รับประทาน และดื่มตามแบบแผนของบรรพชนที่สืบทอดต่อ ๆ มา ก็ยังเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสะท้อนถึงสัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ ผู้วิจัย ยังได้ทำการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหารของท้องถิ่นต่าง ๆ มานำเสนอสรุปบางตัวอย่างไว้ตามเขตท้องถิ่นพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งจะยกตัวอย่างมานำเสนอในบทที่ 4 นี้เป็นบางพื้นที่เท่านั้น โดยรายละเอียดทั้งหมดจะนำไปเสนอไว้ในภาคผนวก อันมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- อาหารฮอกไกโด เช่น รุยเบะ หรือปลาดิบแช่แข็ง (ruibé) ที่นำปลาแซลมอน หรือปลาแฮร์ริงสด ๆ ไปแช่แข็ง เวลานำออกมารับประทานก็จะผ่านให้เป็นชิ้นบาง ๆ ในขณะที่ปลายังคงน้ำแข็งไม่หมด อิซุชิ (izushi) ซึ่งเป็นซูชิชนิดหนึ่งที่ได้จากการนำปลาแซลมอน ปลาแฮร์ริง หรือปลาอื่น ๆ ผ่านเป็นชิ้นบาง ๆ ผสมข้าวสุก และแครอทหั่น หมักจนออกรสเปรี้ยวใช้รับประทานเป็นกับข้าว

- อาหารอาคิตะ เช่น คิริทัมโป-นาเบะ (kiritanpo-nabé) คิริทัมโป (kiritanpo) ประกอบด้วยข้าวสุกตำป็นเป็นก้อนแล้วเสียบไม้ซุหิ หรือไม้ซิดาร์ (sugi) ปิ้งไฟจนเป็นสีน้ำตาลอ่อน แล้วจึงใส่ในหม้อ ซึ่งต้มไก่ เนหิโกะโบ และเผือกปรุงรสด้วยซีอิ๊ว และเหล้ามิริน จิซาเกะ (jizaké) ของอาคิตะ ซึ่งมีข้าวที่ดี รสอร่อย และมีชื่อเสียงในการทำเหล้าสาเกอย่างช้านาน เหล้าสาเกของท้องถิ่นนี้ อย่างจิซาเกะ และเหล้าพื้นเมืองที่เรียกว่า คารา-คุจิ-ซาเกะ หรือเหล้าสาเกรสเผ็ด (kara-kuchi-saké) ที่ถูกผลิตขึ้นมาเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนี้ และมีชื่อเสียงอยู่อย่างมากมายหลายยี่ห้อ จึงมีรสชาติอร่อยมากด้วย และสุดท้าย ทนบุรี (tonburi) ซึ่งมีลักษณะสีน้ำตาลเข้ม มองคล้ายไข่ปลาเม็ดโต ๆ แต่ความจริงเป็นเมล็ดโฮกิกุสะ หรือสนชนิดหนึ่ง (hōkigusa) นำมาปรุงรสด้วยซีอิ๊ว รับประทานกับมันเทศหั่นเป็นชิ้นบางยาว ๆ ก็เป็นอาหารเด่นอีกอย่างหนึ่งของอาคิตะด้วย เป็นต้น

ตัวอย่างที่นำเสนอมาทั้งหมดนี้ ก็ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการในการสื่อสารสัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งท้องถิ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมญี่ปุ่นได้อย่างชัดเจน

สัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งความใกล้ชิดธรรมชาติ

ถ้าเรามองอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในฐานะที่เป็นสื่ออย่างหนึ่งในการสื่อสารสัญญา หรือความหมายภายในออกมาให้แก่ผู้บริโภค หรือผู้กินได้รับรู้เข้าใจ ฉะนั้น วิธีการที่จะปรุงแต่งสัญญา หรือความหมายให้แก่สื่ออาหารอีกอย่างหนึ่งนั้น ก็คือ การปรุงแต่งการทำอาหาร และวิธีการในการรับประทานอาหาร

จากที่เราเห็นในประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่นในสังคมญี่ปุ่นที่ได้กล่าวมาทั้งหมดในข้างต้น จะเห็นได้ว่า ชาวญี่ปุ่นนั้นมีการเรียนรู้กระบวนการสื่อสารส่งผ่าน และเปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรมผ่านมาทางสื่ออาหารของพวกเขากันมาตั้งแต่ยุคสมัยหินใหม่จนกระทั่งถึงปัจจุบันโดย

สามารถมองเห็นได้จากการนำวัตถุดิบต่าง ๆ ที่กล่าวถึงในส่วนการวิเคราะห์สัญลักษณ์ หรือความหมายเกี่ยวกับธรรมชาติทั้ง 4 ที่ผ่านมามีทั้งหมด มาผ่านวิธีการปรุงแต่งทำอาหารญี่ปุ่นวิธีต่าง ๆ และรูปแบบการรับประทานที่มากมายหลากหลายต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วนั้น ก็คือสะท้อนสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งความใกล้ชิดธรรมชาติออกมาแทบทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำให้เป็นชาชิมิ (ดิบ และสด) ซูชิ ซึ่งประกอบด้วยส่วนเครื่องปรุงที่วางบนข้าว (ดิบ และสด) และข้าวซูชิ (หุงหนึ่ง) เป็นส่วนใหญ่ หรือตากแห้ง (ดิบ) นอกจากนี้ วิธีการอื่น ๆ แม้จะมีการปรุงแต่งบ้างแต่ก็ยังเป็นวิธีการที่ใกล้ชิดธรรมชาติอยู่ดี ไม่ว่าจะเป็นการหมักดอง ด้วยเกลือ (อิมิโอะ) หรือด้วยมิโซะ อิมิโอะ เกลือ และน้ำส้มสายชู (โคโนะโมะโนะ) หรือมิโซะ (ดิบ สด และหมักดอง) การย่างแบบต่าง ๆ เช่น ย่างชีอิ้ว (ย่าง ควัน ไฟ) ฯลฯ ลวก ต้ม เกี่ยว หุง (ใช้กับข้าวเท่านั้น) ตุ่น และนึ่ง (น้ำ ความร้อน) เป็นต้น รวมไปถึงการรับประทานอาหารที่มีทั้งวิธีการใช้มือในการหยิบกิน และการใช้ตะเกียบ ซึ่งทำจากไม้ไผ่มาคิบกินอาหารนั้น ก็ล้วนแต่สะท้อนสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งความใกล้ชิดธรรมชาติออกมาได้อย่างชัดเจน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ จะเห็นได้ว่าวิธีการปรุงทำอาหารของอาหารญี่ปุ่น และวิธีการรับประทานอาหารของชาวญี่ปุ่นนั้น ล้วนแต่มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติมาอย่างยาวนาน แต่หากกล่าวถึงแบบแยกวิเคราะห์ในส่วนของการปรุง ตามรูปแบบวิธีการปรุงทำอาหารแต่ละประเภทแล้ว ก็จะพบได้ว่า วิธีการที่สะท้อนความใกล้ชิดธรรมชาติได้อย่างชัดเจนที่สุดอันเป็นเอกลักษณ์เด่นของอาหารญี่ปุ่นมาอย่างช้านานอย่างหนึ่ง ก็คงจะเป็นวิธีการปรุงทำมารับประทานกันในแบบดิบ ๆ อย่างเช่น อาหารประเภทชาชิมิ และซูชิ รวมทั้งอาหารที่ใช้การปรุงทำโดยวิธีการหมักดอง ซึ่งสืบเนื่องมาจากความอุดมสมบูรณ์ทางวัตถุดิบอาหารของญี่ปุ่นที่มาจากทั้งทะเล ภูเขา แม่น้ำ และฤดูกาล ทำให้วัตถุดิบที่พวกเขาได้มานั้นมีความสดใหม่อย่างมาก ด้วยเหตุนี้ จึงมีการบริโภคกันอย่างดิบ ๆ และหมักดองมาตั้งแต่ยุคหินใหม่จนกระทั่งปัจจุบัน อันจะแตกต่างกันไปตามบริบททางวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัยตามประวัติศาสตร์สังคม และวัฒนธรรมญี่ปุ่น สะท้อนให้เห็นได้ว่า คนญี่ปุ่นนั้นสามารถที่จะทำให้อาหารที่มีอยู่มีความแตกต่างจากสภาพปกติตามธรรมชาติทั่วไป หรือความเป็นของดิบของสดของมันได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับที่ Levi-Strauss ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาการปรุงทำอาหารนั้นเป็นการปฏิบัติการแสดงออกของกระบวนการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงเปลี่ยนผ่านส่งผ่าน สิ่งไหนที่เราจะทำการส่งผ่านเปลี่ยนผ่านรูปทรง รูปร่าง เครื่องมือ

เครื่องใช้ และวัตถุดิบที่ดิบเข้าสู่กระบวนการปรุง การทำผลิตภัณฑ์ หรือผลผลิตใหม่ เพื่อเป็นการระบุชี้ชัดเจน และให้สัญญา หรือความหมาย จากคู่ตรงข้ามระหว่างธรรมชาติไปสู่วัฒนธรรมด้วย⁴

หากกล่าวอีกในหนึ่ง ก็คือ วัตถุดิบสดดิบต่าง ๆ ก็คือ ตัวของสื่อประเภทหนึ่งในตัวของมันเอง ก็มักจะมีความหมายหลักอยู่ในตัวแล้วตามหลักทางภาษา ซึ่งโดยแรกเริ่มส่วนใหญ่นั้น วัตถุดิบต่าง ๆ เหล่านี้ ก็มักจะอยู่ในสภาพสดดิบมาก่อนเสมอ ด้วยเหตุนี้ ความหมายในตัวของมันเองอย่างเบื้องต้นที่สุด ก็คือ ตัวแทนของธรรมชาติแห่งภูเขา ท้องทะเล แม่น้ำ และฤดูกาล ซึ่งการนำเอาวัตถุดิบเหล่านั้นมารับประทานกันอย่างดิบ ๆ ของชาวญี่ปุ่น ก็มีใช้การนำเอามารับประทานอย่างดิบ ๆ โดยปราศจากวิธีการปรุงการทำอาหารใด ๆ เลยอย่างที่เคย เพราะว่าการทำซาซิมิ และซูชิ นั้น แม้จะเน้นความสดใหม่ และความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมของวัตถุดิบมากที่สุด แต่หากไม่มีกระบวนการปรุงการทำอาหารที่แยบยลละเอียดอ่อน ซึ่งยังไม่ใช้กระบวนการมิติทางวัฒนธรรมแบบการย่าง นึ่ง หรือต้ม ฯลฯ โดยตรง เพราะไม่ได้มีการนำไปผสมกับสสารอื่น ๆ เช่น น้ำ หรือไฟ เป็นต้น แต่ก็ยังเป็นกระบวนการปรุงทำอาหารอย่างหนึ่ง อย่างเช่น การหั่น เป็นต้น ซึ่งก็ถือว่าเป็นกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งเช่นเดียวกัน แต่เป็นวิธีที่ยังคงช่วยรักษาความดิบสดของวัตถุดิบได้เป็นอย่างดี ซึ่งหากไม่ทำเช่นนี้ ก็คงไม่สามารถที่จะนำมารับประทานได้ เพราะอย่างที่ทราบกันดีว่าวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปลา และของทะเล ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอาหารญี่ปุ่น มักจะมีกลิ่นคาวเป็นส่วนใหญ่ แต่ถ้าเราสังเกตเวลารับประทานอาหารญี่ปุ่นแล้ว เราจะเห็นว่าซาซิมิต่าง ๆ ที่เรากินนั้น มักจะไม่คาว หรือคาวน้อยมาก นั่นเป็นเพราะว่าได้ผ่านกรรมวิธีการปรุงการทำอาหารแบบญี่ปุ่น เช่น การหั่น ฯลฯ ที่ทำให้ไม่มีความคาว หรือคาวน้อยลงได้

ด้วยเหตุนี้ หากเราจะวิเคราะห์ถึงสัญญา หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่นในสังคมญี่ปุ่น จากประวัติศาสตร์โดยใช้เกณฑ์ในเรื่องของการปรุงการทำอาหาร และวิธีการรับประทานแล้ว ก็จะพบสัญญา หรือความหมายที่ชัดเจนมากอย่างหนึ่ง ก็คือ สัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งความใกล้ชิดธรรมชาตินั่นเอง

ทั้งหมดนี้ คือ สัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ กลุ่มต่าง ๆ ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในฐานะของสื่อ และสินค้าในบริบทสังคม และวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ประกอบสร้าง และเน้นย้ำมาจากทั้งตัวของอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น และผู้คนกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาให้ผู้คน หรือผู้บริโภค หรือสังคมอื่นได้บริโภค เพื่อนำไปประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญญา หรือความหมายต่าง ๆ เหล่านี้ให้แก่ตนเองต่อไป

⁴C. Levi-Strauss, *The Raw and the Cooked (Introduction to a Science of Mythology)* (London: Pimlico, 1994), quoted in Bob Ashley, Joanne Hollows, Steve Jones and Ben Taylor, *Food and Cultural Studies* (London: Routledge, 2004), p. 30.

อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งความเป็นญี่ปุ่น และอื่น ๆ

ประกอบด้วยกลุ่มสัญลักษณ์ หรือความหมายต่าง ๆ ดังนี้

สัญลักษณ์ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่น

นอกเหนือจากอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น จะประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติกลุ่มต่าง ๆ ที่กล่าวไปแล้วในข้างต้น สัญลักษณ์ หรือความหมายหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์ และเป็นสิ่งที่แน่นอนว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นต้องสื่อสาร ประกอบสร้าง หรือเน้นย้ำมา ก็คือ สัญลักษณ์ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่น ซึ่งเป็นมิติที่เชื่อมโยงมาจากธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติจากสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งธรรมชาติ และใกล้ชิดธรรมชาติกลุ่มต่าง ๆ ที่กล่าวไปข้างต้น และมิติที่เชื่อมโยง และเพิ่มเติมเข้ามา ในด้านวัฒนธรรมของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น เนื่องจากธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติเป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นอย่างหนึ่งของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นนั้น จึงล้วนแต่อิงธรรมชาติ และมีความใกล้ชิดกับธรรมชาติเป็นหลัก ตั้งแต่วัตถุดิบอันเป็นธรรมชาติ และใกล้ชิดธรรมชาติ อย่างเช่น ปลา และผักที่เป็นเอกลักษณ์ และแสดงความเป็นญี่ปุ่นสูง รวมทั้งวิธีการทำปรุงอาหารที่เน้นความสด และดิบอย่างเช่น ซูชิ และซาซิมิ อันเป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นที่เด่นชัดอีกอย่างหนึ่ง รวมทั้งการปรุงทำอาหารในมิติวัฒนธรรม แต่ยังคงใกล้ชิดธรรมชาติ อย่างเช่น ย่างเกลือ ย่างซีอิ๊ว หมักดอง และหม้อร้อนต่าง ๆ ก็ล้วนแต่เป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นด้วย รวมถึงความดีต่อสุขภาพจากวัตถุดิบ และการปรุงแต่ง ทำอาหาร รวมทั้งการรับประทานที่เน้นน้ำการให้ความสำคัญต่อสุขภาพนั้น ก็เป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นอีกอย่างหนึ่งที่ชัดเจน เรื่อยไปจนถึงการปรุงแต่ง และตกแต่งอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นให้มีความเป็นศิลปะ และความสวยงามแบบเรียบง่าย ที่จะกล่าวถึงอย่างโดยละเอียดต่อไปในส่วนของสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงามนั้น ก็ล้วนแต่เป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นด้วยเช่นเดียวกัน

การได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาพุทธของอาหารญี่ปุ่น รวมทั้งการผสมผสานระหว่างความเป็นญี่ปุ่นกับวัฒนธรรมชาติอื่น ๆ อย่างกลมกลืน ก็เป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นอีกอย่างหนึ่งที่ชัดเจน วิธีการในการรับประทานอาหาร อย่างเช่น การต้องรับประทานซูชิ กับซาซิมิคู่กับวาซาบิ การรับประทานด้วยตะเกียบที่มีข้อห้ามต่าง ๆ การดื่มชาเขียว ไม่ใช่เครื่องดื่มอย่างอื่น ๆ ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั้งในอาหารญี่ปุ่นทั่วไป และในร้านอาหารญี่ปุ่นต่าง ๆ รวมทั้งการตกแต่งแบบญี่ปุ่นของร้านอาหารญี่ปุ่น อย่างเช่น การใช้ไม้ และกระดาษสาเป็นหลัก การจัดที่นั่งห้อยขาแบบญี่ปุ่น ฯลฯ รวมทั้งวิธีการรับประทานอาหารญี่ปุ่นของชาวญี่ปุ่นที่ใช้มือ และตะเกียบไม้ในการรับประทานเป็นหลัก รวมถึงการยกถ้วยชุป หรือถ้วยชาแบบโอบด้วยมือทั้ง 2 ข้างมาชด หรือดื่ม

แบบมีเสียงดังหนอยนั้น ที่พบเห็นตามรอยทางประวัติศาสตร์ทางสังคม และวัฒนธรรมของอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น และวัฒนธรรมญี่ปุ่นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้น ก็ล้วนแต่สะท้อนการสื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญญาณ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นออกมาได้เป็นอย่างดี และชัดเจน

สัญญาณ หรือความหมายการผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรม

ประเทศญี่ปุ่นมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นเกาะโคเคเคียวอยู่ห่างจากเกาหลี ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านถึง 100 ไมล์ และห่างจากจีน 500 ไมล์ ช่วยให้ญี่ปุ่นปลอดภัยจากศัตรูผู้รุกราน และมีโอกาสพัฒนาวัฒนธรรมประจำชาติของตนอย่างต่อเนื่อง แม้จะได้รับอิทธิพลจากจีน และประเทศตะวันตกที่เคลื่อนตัวเข้ามาในแต่ละช่วงระยะเวลาแห่งประวัติศาสตร์ แต่สิ่งเหล่านั้น ก็ถูกญี่ปุ่นนำไปปรับใช้จนกลายเป็นลักษณะเฉพาะของตนเองที่ไม่เหมือนใครจนกระทั่งทุกวันนี้ ไม่ว่าจะเป็นอาหารการกิน การดื่มชา การจัดดอกไม้ การปลูกบ้านโดยใช้เสื่อทาทามิ (tatami) และประตูก็นามิ (shoji) ฯลฯ ก็ยังคงเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติของญี่ปุ่นที่อยู่คู่กับความก้าวหน้าทันสมัยแบบตะวันตกอย่างไม่ขาดเงินตลอดมา อันสะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสารสัญญาณ หรือความหมายแห่งการผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรมออกมาจากอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี จากการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในบริบทสังคมญี่ปุ่นในทุกยุคสมัย ทำให้สามารถสรุป และจำแนกอิทธิพลทางวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ที่เข้าผสมผสานกลมกลืนกับอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น และความเป็นญี่ปุ่นออกมานำเสนอได้ดังต่อไปนี้

- วัฒนธรรมจากประเทศจีน เริ่มเข้ามาตั้งแต่ยุคสมัยก่อนประวัติศาสตร์ และเฟื่องฟูอย่างยิ่งในยุคสมัยนาระ และคัมมะกุระ สืบทอดต่อเนื่องเรื่อยมาให้เห็นในปัจจุบัน โดยอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากจีนที่เข้ามา และมาผสมกลมกลืนกับอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น และความเป็นญี่ปุ่นนั้น มีเกือบจะในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมด้านชีวิตความเป็นอยู่ การเมือง การปกครอง ศิลปะ ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมในด้านศาสนา อย่างเช่น ศาสนาพุทธ นิกายต่าง ๆ เช่น นิกายเซ็น ฯลฯ ซึ่งมีอิทธิพล และส่งผลต่าง ๆ ต่ออาหารการกิน และวัฒนธรรมอาหารการกินของญี่ปุ่นในเกือบจะทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการนำเอาวัตถุดิบ และเครื่องปรุงต่าง ๆ จากจีนมาใช้กับอาหารญี่ปุ่น การนำเอาวิธีการปรุงการทำอาหารจากจีนมาใช้ เช่น การทอด หรือผัดด้วยน้ำมัน เป็นต้น การนำเอาภาชนะแบบจีนมาใช้ การนำอุปกรณ์ในการรับประทานอาหารจากจีน เช่น ตะเกียบ มาใช้ ฯลฯ การนำประเภทอาหารต่าง ๆ จากจีนเข้ามาทั้งอาหารคาว อาหารหวาน หรือขนม ตัวอย่างเช่น อาหารมังสวิรัต อาหารประเภทเส้น กระทั่งไปจนถึงเครื่องดื่ม อย่างเช่น ชา และศาสตร์พิธีการชงชาแบบญี่ปุ่น หรือที่เรียกว่า ชะโด ซึ่งทำให้ชากลายเป็นเครื่องดื่มประจำชาติของญี่ปุ่นในเวลาต่อมาจนกระทั่งปัจจุบัน เป็นต้น รวมไปถึงธรรมเนียม และข้อห้ามเกี่ยวกับอาหาร

และการรับประทานอาหารจากจีน ไม่ว่าจะเป็น การไม่รับประทานเนื้อสัตว์ การรับประทานอาหารวันละ 3 มื้อ เป็นต้น เนื่องจากเพราะว่าวัฒนธรรมอาหารจีนนั้นมีลักษณะเด่นสำคัญ คือ สามารถที่จะสอดคล้องเข้ากับรูปแบบการรับประทานอาหารของชาวญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี ทำให้มีการนำเอาวิธีการปรุงทำอาหารจีน รวมทั้งด้านอื่น ๆ มาดัดแปลงใช้กับอาหารญี่ปุ่น ทำให้เกิดกลายเป็นอาหารจีนแบบญี่ปุ่นขึ้นอย่างที่เราเห็นกันอยู่ในปัจจุบันดังที่กล่าวถึงไปในข้างต้นในที่สุด

- วัฒนธรรมจากประเทศเกาหลี ตัวอย่างของวัฒนธรรม และอิทธิพลทางด้านอาหารของญี่ปุ่นที่ได้รับมาจากเกาหลี ก็อย่างเช่น กิมจิ (Kimuchi) อันเป็นอาหารประจำชาติของเกาหลี เป็นต้น

- วัฒนธรรมจากประเทศอินเดีย โดยตัวอย่างของวัฒนธรรม และอิทธิพลทางด้านอาหารการกินของอินเดียที่มีต่อญี่ปุ่นนั้น ก็อย่างเช่น การเข้ามาของแกงกะหรี่ และการประยุกต์ให้เกิดเป็นแกงกะหรี่แบบญี่ปุ่นขึ้น รวมทั้งการผลิตแกงกะหรี่ก้อน อันล้วนแต่ทำให้แกงกะหรี่กลายเป็นอาหารญี่ปุ่นประเภทหนึ่งที่เป็นที่นิยมรับประทานกันอย่างมาก และแพร่หลายทั้งในประเทศญี่ปุ่น และทั่วโลก

- วัฒนธรรมจากประเทศตะวันตก จากการศึกษา และวิเคราะห์ทางประวัติศาสตร์ จะเห็นได้ว่า ประเทศตะวันตกที่เข้ามามีบทบาท อิทธิพล และนำเอาวัฒนธรรมต่าง ๆ ของพวกตนเข้ามาในประเทศญี่ปุ่นนั้น มีอยู่หลายประเทศ อันประกอบไปด้วย ฮอลันดา หรือฮอลแลนด์ในปัจจุบัน โปรตุเกส สเปน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสหรัฐอเมริกา จากการถูกกดดันให้เปิดประเทศ และทำสัญญาทางการค้าในยุคสมัยเมจิ อันเป็นจุดเริ่มต้นของเศรษฐกิจแบบสากลของญี่ปุ่น รวมถึงการเริ่มต้นริเริ่มปรับปรุงประเทศให้ทันสมัยแบบประเทศทางตะวันตก หรือ “การปฏิรูปเมจิ” (Meijiishin) ทำให้กระแสนิยมในการรับเอาวัฒนธรรมประเพณีแบบตะวันตก โดยเฉพาะของสหรัฐอเมริกา มาปรับใช้ในประเทศญี่ปุ่น จึงเริ่มต้นมีการเกิดขึ้น และแพร่ขยายตัวอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อนเลยในประวัติศาสตร์ และยังการเกิดขึ้นของการเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติที่เรียกว่า “บุนเมะอิเกะอิกะ” (Bunmeikaika) ซึ่งระบุว่า ถ้าใครไม่รับประทานเนื้อวัว ก็จะถูกถือว่าเป็นคนที่ไม่มีความรู้วัฒนธรรมนั้น ก็ยังทำให้วัฒนธรรมตะวันตกคงอยู่ และสืบทอดต่อมาให้เห็นจนถึงปัจจุบันได้

การเปลี่ยนแปลงหลาย ๆ อย่างที่สำคัญ และเห็นได้อย่างชัดเจน ก็คือ การเริ่มมีการบริโภคเนื้อสัตว์ และอาหารจากสัตว์อย่างจริงจังมากขึ้นกว่าในอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อวัว และนมวัว ฯลฯ การเริ่มมีการบริโภคอาหารประเภทขนมปังมากขึ้น การเริ่มรับประทานอาหารตะวันตกมากขึ้น และการเริ่มมีการดื่มเครื่องดื่มจากตะวันตก อย่างเช่น กาแฟ ไวน์ เบียร์ วิสกี้ ยิน รัม และเชอรีกันมากขึ้น เป็นต้น รวมทั้งการนำเอาแบบแผน และธรรมเนียมการรับประทานอาหารแบบตะวันตกมาใช้มากขึ้น เช่น การรับประทานอาหารแบบเลือกรับประทานเฉพาะที่ชอบได้ การรับประทานอาหารที่ไม่ต้องมีการแสดง และคนปรนนิบัติ การรับประทานอาหารเข้าเป็นขนมปัง และนม การเริ่มมีการจัดอาหารกลางวันให้แก่เด็ก ๆ รับประทานอาหารกันในโรงเรียน การรับประทานข้าวน้อยลงของ

คนสมัยใหม่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง การรับวัฒนธรรมการรับประทานอาหารเป็นหมู่คณะ และการรับประทานอาหารอย่างมีระเบียบวินัย เรื่อยไปจนถึงการนำเอาวิธีการปรุงทำอาหารแบบตะวันตกมาใช้ทั้งในการทำอาหารตะวันตก และอาหารญี่ปุ่นทั้งตะวันตกกันมากขึ้น จนเกิดเป็นอาหารประเภทใหม่ขึ้นมาอย่างมากมาย อย่างเช่น อาหารประเภททอดแบบตะวันตก (fry หรือ furai และ croquette) ซึ่งแตกต่างจากการทอดแบบจีน และเทมปุระ ข้าวหน้าเนื้อวู อาหารสำเร็จรูปที่เกิดจากวิทยาการตะวันตก เช่น อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง ฯลฯ และการผลิตสาเกกลั่น (Seishu) เป็นต้น รวมทั้งการนำเอาเครื่องปรุง และเครื่องเทศแบบตะวันตกมาใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้น อย่างเช่น ซอส และเครื่องเทศแบบตะวันตก เช่น วูสเตอร์ซอส เป็นต้น อีกทั้งการแพร่หลายของร้านอาหารว่างที่เน้นอาหารตะวันตก ก็เริ่มเป็นที่นิยมกันมากขึ้นในพื้นที่บริเวณที่มีคนออกไปทำงานกันอย่างมากขึ้นด้วย อย่างเช่น ย่านคันดะ (Kanda) ในโตเกียว เป็นต้น ในเวลาต่อมา^๑ ก็ล้วนแต่สะท้อนอิทธิพล และการผสมผสานวัฒนธรรมตะวันตกของประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา กับอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น และความเป็นญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ก็ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นได้ว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นนั้น มีการพัฒนาตามร่องรอยประวัติศาสตร์ในมิติของสัญญา หรือความหมายการผสมผสานทางวัฒนธรรมเป็นอย่างดี ทั้งวัฒนธรรมสายเอเชียด้วยกัน อย่างจีน เกาหลี และอินเดีย หรือวัฒนธรรมตะวันตกจากชาติยุโรป และสหรัฐอเมริกาในด้านต่าง ๆ ทั้งวัฒนธรรมอาหารการกิน และเทคโนโลยี ซึ่งก็ล้วนแต่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ขอมรับ ปรับเปลี่ยน ประยุกต์ และผสมผสานระหว่างอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น กับอาหาร วัฒนธรรม และเทคโนโลยีของชาติต่าง ๆ เหล่านั้น ดังที่ได้กล่าวมาทั้งหมดได้เป็นอย่างดี

สัญญา หรือความหมายแห่งศาสนา

อาหารญี่ปุ่น ศาสนาพุทธ และการรักษาศิลแบบพุทธ

หากวิเคราะห์พิจารณาประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่นในบริบทสังคมญี่ปุ่น สัญญา หรือความหมายแห่งศาสนา ก็เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถพบเห็นได้อย่างชัดเจน เริ่มต้นมาตั้งแต่สมัยนาระ สืบต่อเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบัน โดยอิทธิพลทางศาสนาที่เข้ามาในวัฒนธรรมญี่ปุ่น จนส่งผล และมีบทบาทต่ออาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น รวมทั้งวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชาวญี่ปุ่นนั้นประกอบด้วย

^๑ ชมนาด คิตติสาร และ วรวิจิ จิราสมบัติ, วิวัฒนาการอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย

(กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548), น. 2-25.

- ศาสนาพุทธ เริ่มต้นอิทธิพลผ่านเข้ามาทางอารยธรรมจีนจากประเทศจีนสมัยนาระ เป็นต้นมา อันจะเห็นได้จากการที่บรรดาเชื้อพระวงศ์ และขุนนางชั้นสูงในยุคสมัยนาระ นับถือศาสนาพุทธ และยึดถือข้อห้ามในการรับประทานต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด สืบเนื่องต่อกันมายังยุคสมัยต่าง ๆ อยู่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งข้อห้ามต่าง ๆ นั้น ประกอบด้วย อย่างเช่น การห้ามฆ่าสัตว์ตัดชีวิต โดยเฉพาะสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม การห้ามรับประทานเนื้อสัตว์ หรือผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เช่น นม เนย ฯลฯ การห้ามรับประทานเครื่องเทศ หรือผักที่มีกลิ่นแรง เช่น กระเทียม กระเทียมจีน ต้นหอม กุยช่าย เป็นต้น รวมทั้งการที่ชนชั้นผู้นำในหลาย ๆ ยุคสมัยต่อ ๆ มา นำเอาแบบแผนเกี่ยวกับอาหาร และการรับประทานอาหารจากศาสนาพุทธนิกายต่าง ๆ เข้ามาใช้ อย่างเช่น การรับประทานอาหารมังสวิรัต การรับประทานอาหารคหิเชะกิ อาหารมินะ และอาหารวะโอะกุ หรืออาหารญี่ปุ่นแบบสมบูรณ์แบบ อันมาจากการรวมข้อดีของอาหารคหิเชะกิ อาหารมินะ และอาหารนัมบันเข้าด้วยกัน เป็นต้น โดยกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการนำอิทธิพลทางศาสนาพุทธเข้ามาจากจีนอย่างตลอดมา ก็คือ พระสงฆ์ของศาสนาพุทธนิกายต่าง ๆ รวมทั้งวัดต่าง ๆ ของศาสนาพุทธด้วย และลักษณะเด่นของศาสนาพุทธที่มีอยู่ในอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น ก็คือ การไม่ปรุงแต่งทางรสชาติดีก แต่จะคงรสชาติตามแบบธรรมชาติไว้ รวมทั้งการไม่ตกแต่งร้าน แต่คงความเป็นญี่ปุ่น ความเรียบง่าย ความเป็นธรรมชาติ และใกล้ชิดธรรมชาติไว้ ซึ่งล้วนแต่สะท้อนความเรียบง่าย และความเป็นธรรมชาติ อันเป็นหลักวิถีทางแบบศาสนาพุทธ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนิกายเซ็น ได้อย่างชัดเจน

นิกายของศาสนาพุทธที่เข้ามามีบทบาทต่ออาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น รวมทั้งความเป็นญี่ปุ่นนั้น สามารถแยกย่อยโดยสรุปอย่างละเอียด ได้ดังต่อไปนี้

1. ศาสนาพุทธนิกายฉินงง แพร่หลายในสมัยเฮอัน ซึ่งเน้นความลึกถึบ และพิธีกรรมอันน่าเกรงขาม

2. ศาสนาพุทธนิกายเท็นดะอิ แพร่หลายในสมัยเฮอัน ซึ่งเชื่อในสัทธรรมปุณฑริกสูตร โดยเฉพาะคำสอนของนิกายเท็นดะอินั้น นับได้ว่ามีอิทธิพลต่อประชาชนชาวญี่ปุ่นทุกชนชั้นเป็นอย่างมาก

3. ศาสนาพุทธนิกายเซ็น แพร่หลายในสมัยคะมะกุระ และเป็นทีที่นับถือของพวกนักรบ โดยเน้นไปที่ความเคร่งครัดในเรื่องการบำเพ็ญพรต เช่น การอดอาหาร การนั่งสมาธิ ฯลฯ แต่มิได้มีข้อจำกัดในด้านอาหาร เช่น นิกายอื่น ๆ โดยอิทธิพลสำคัญของนิกายเซ็น ก็คือ

3.1 อาหารมังสวิรัต เกิดจากการที่พระในนิกายนี้ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนสำคัญต่อวัฒนธรรมอาหาร และการรับประทานในสมัยคะมะกุระ ได้นำอาหารมังสวิรัต หรือโอะจิน ที่ไม่ปรุงแต่งด้วยเนื้อสัตว์ และน้ำมันสัตว์เลย เข้ามา และทำให้เริ่มมีการรับประทานอาหารมังสวิรัตของชาวญี่ปุ่นมาตั้งแต่บัดนั้น จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ซึ่งแม้ว่านิกายเซ็น จะนำอาหารมังสวิรัตที่ไม่มีเนื้อสัตว์เข้ามา แต่ก็ได้มีการกำหนดให้ผู้ไม่นับถือรับประทานแต่อาหารมังสวิรัตเท่านั้น หรือมิได้มีข้อห้ามในการ

รับประทานเนื้อสัตว์ หรือไขมันสัตว์บัญญัติไว้อย่างชัดเจนแต่อย่างใด ทำให้ผู้นับถือสามารถ รับประทานอาหารได้ทุกชนิด รวมทั้งเนื้อสัตว์ และไขมันสัตว์ด้วย

3.2 อาหารฉินะ แบ่งเป็น 2 สาย ได้แก่

สายแรก สายวัด ซึ่งพระอินทร์ได้นำเข้ามาเผยแพร่เมื่อกลางคริสต์ศตวรรษที่ 17 มีให้เห็นอยู่ทั่ว ๆ ไปในวัดนิกายเซ็นของนงะชะกิ และแถบอุจิในเกียวโต ที่เรียกว่า อาหารฟุชะ อันเป็นอาหารมังสวิรัตินิยเฉพาะผักสีเขียวเป็นวัตถุดิบ

สายที่สอง สายอาหารฉินะโปะกุที่แพร่หลายกันในหมู่ประชาชน ซึ่งใช้น้ำมัน และ ผักนำมาปรุงโดยใช้น้ำมัน และเครื่องเทศเป็นหลัก อันมีรสชาติจัดตรงกันข้ามกับอาหารญี่ปุ่นที่ใช้น้ำมัน และเครื่องเทศน้อยกว่า ซึ่งมักจะมีรสชาติจัดแบบเดียวเท่านั้น

3.3 อาหารเบา หรืออาหารว่างรับประทานระหว่างมื้อ หรือที่เรียกว่า เท็นจิน (เต็นฉิน เตียนชิน หรือคิมซา) อันได้แก่ ขนมซึ่งทำมาจากผลไม้ และขนมกระระงะมิที่ทำมาจากแป้ง อันมี รัชฟูซึเป็นส่วนประกอบสำคัญ รวมทั้งอาหารประเภทเส้น และเต้าหู้ต่าง ๆ นั้น ก็ล้วนแต่จัดอยู่ใน ประเภทอาหารมังสวิรัตินิ และเป็นอิทธิพลหนึ่งที่ได้รับตกทอดมาจากศาสนาพุทธนิกายเซ็นเช่นกัน

3.4 ธรรมเนียมการรับประทานอาหารวันละ 3 มื้อ อันสามารถมองเห็นการเริ่มต้น ของการเปลี่ยนแปลงได้จากกลุ่มพระที่จากเดิมในยุคสมัยก่อนหน้านี้ จะฉันเพียงแค่อาหารเช้าวันละ 1 มื้อเท่านั้น แต่เมื่อเข้ามาสู่ยุคสมัยคะมะกุระนี้ พระจะฉันเพิ่มขึ้นเป็นวันละ 3 มื้อ ซึ่งทำให้เป็นที่เชื่อกันว่าอิทธิพลของการฉันอาหารวันละ 3 มื้อจากพระนั้น ได้สืบทอดต่อมายังนักรบ และผู้คนชาวญี่ปุ่น กลุ่มอื่น ๆ ในยุคสมัยต่อ ๆ มาจนกลายเป็นเรื่องปกติไปกระทั่งปัจจุบันนี้ที่สุด

3.5 การคิมซา ซา เป็นเครื่องคิมที่ชาวญี่ปุ่นเริ่มนำเอาเข้ามาจากจีนในยุคสมัยคะมะกุระนี้ และยังเป็นส่วนหนึ่งของอิทธิพลจากศาสนาพุทธนิกายเซ็นที่ยังแพร่หลาย และสืบทอดมา อย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน โดยตัวอย่างหนึ่งของอิทธิพลจากศาสนาพุทธนิกายเซ็นที่เกี่ยวข้องกับซา และการคิมซาที่เห็นได้ชัดเจน ก็คือ ในยุคสมัยอะสุชิโมะโมะยะมะ อันเป็นยุคสมัยแห่งการบรรพชาฟัน และใช้ชีวิตท่ามกลางการแก่งแย่งชิงดี การคิมซาในห้องนั่งเล่นที่เป็นห้องหนังสือในตัว หรือที่ เรียกว่า โมะะอิน จึงเกิดขึ้น เพื่อเป็นส่วนช่วยในการทำจิตใจให้สงบจากเรื่องทางโลก และเพิ่มพูน ความลุ่มลึกทางจิตวิญญาณให้ชีวิตมนุษย์ในยุคสมัยนั้น จนกระทั่งต่อมาในสมัยโชกุนคนที่ 8 แห่ง ตระกูลอะมิกะวะ หรือโชกุน อะมิกะวะ โยะมิยะซะ บรูษนามว่า มุระตะ จูโก ได้ศึกษาเรียนรู้ จิตวิญญาณของนิกายเซ็นมาจากพระอิกกิ และได้นำศิลปะการคิมซาในแบบเซ็นมาผสมผสานกับ วิธีของชาวบ้าน จนกลายเป็นรากฐานของศาสตร์การชงชาแบบญี่ปุ่น หรือที่เรียกเป็นภาษาญี่ปุ่นว่า ชะโด จนกระทั่งปัจจุบันนี้ที่สุด

ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการ และการสื่อสาร ประกอบ สร้าง และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งศาสนาผ่านอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น

ทั้งในเชิงมิติของอาหาร พิธีกรรมการรับประทาน และการปรุงทำอาหาร อันได้รับอิทธิพลมาจาก ศาสนาพุทธผ่านบริบททางประวัติศาสตร์ที่สืบทอดมาจนกระทั่งถึงปัจจุบันของอาหารญี่ปุ่น และ ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี

สัญญา หรือความหมายแห่งสุขภาพ

อาหารญี่ปุ่นตัวแทนแห่งสุขภาพ การกินคืออยู่ดี และการมีสุขภาพดี

จากการพิจารณาประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นตามยุคสมัยต่าง ๆ จากอดีตจนถึงปัจจุบันนั้น ทำให้ค้นพบว่า สัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติทั้ง 4 ประเภท และสัญญา หรือความหมายอื่น ๆ ที่นำเสนอไปก่อนหน้านี้ ก็ล้วนแต่สะท้อนออกมาให้เห็นได้ว่า วัตถุดิบ อาหารญี่ปุ่นประเภทต่าง ๆ ตลอดจนเครื่องปรุงทำอาหาร วิธีการปรุงทำอาหาร และรูปแบบ วิธีการรับประทานต่าง ๆ ที่ผู้คนชาวญี่ปุ่นนำมาใช้ในการทำ และรับประทานอาหารของพวกเขา ก็ล้วนแต่มีการสื่อสารสัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ รวมทั้งแนวความคิดวัฒนธรรมความเป็นอยู่ วัฒนธรรมอาหาร และการรับประทานอาหารที่ทำให้ ความสำคัญกับสุขภาพ ซึ่งเริ่มมีมาตั้งแต่สมัยกะมะคุระออกมาได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องที่ อาหารญี่ปุ่นนั้น นำเอาวัตถุดิบจากท้องทะเล อย่างเช่น ปลา หรืออาหารทะเลต่าง ๆ วัตถุดิบจากแม่น้ำ เช่น ปลาน้ำจืด หรืออาหารน้ำจืดต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการนำวัตถุดิบจากภูเขา อย่างเช่น พืชผัก มา รับประทานอย่างเป็นทางการ โดยรับประทานเนื้อสัตว์ในสัดส่วนที่น้อยกว่า การใช้เครื่องปรุงที่ทำมาจากธรรมชาติ และวิธีการปรุงทำอาหารที่ใกล้ชิดธรรมชาติมาก อย่างเช่น การกินแบบซาซิมิ การดื่ม การย่าง ฯลฯ การรับประทานอาหารตามธรรมเนียมการรับประทาน 3 มื้อต่อวัน การรับประทานอาหารครบทุกประเภททุกหมู่อาหาร การรับประทานอาหารแต่พอประมาณ การดื่มชา รวมทั้งการ รับประทานอาหารที่บำรุงร่างกาย และเหมาะสมตามฤดูกาล รวมถึงอิทธิพลแนวคิดทางศาสนาพุทธ นิิกายต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อการไม่รับประทาน หรือรับประทานอาหารประเภทเนื้อสัตว์ อันส่งผลต่อ สุขภาพที่ดี หรือไม่ดีของผู้คนในยุคสมัยต่าง ๆ ที่นับถือนิกายนั้น ๆ การรับประทานอาหารเป็นยา เรื่อยไปจนถึงการรับประทานอาหารตามแนวทางศาสนาที่ทำให้จิตใจสงบนิ่ง ฯลฯ

ส่งผลทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์ต่อยอดเชื่อมโยงถึงสัญญา หรือความหมายแห่ง สุขภาพที่สื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำผ่านมาจากอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคม ประเทศญี่ปุ่นออกมาได้อย่างชัดเจนยิ่ง เพราะว่าสัญญา หรือความหมายแห่งธรรมชาติ และความ ใกล้ชิดธรรมชาติ นั้น สามารถสะท้อนถึงสัญญา หรือความหมายแห่งสุขภาพออกมาได้อย่างพร้อม ๆ กัน เนื่องจากการรับประทานอาหารที่มีความเป็นธรรมชาติ และเรียบง่ายมาก ๆ ปราศจากการปรุงแต่ง โดยเฉพาะการบริโภคอาหารจำพวกปลา และพืชผักต่าง ๆ เป็นหลัก รวมทั้งการรับประทานด้วยจิตใจ สงบนิ่งอย่างที่กล่าวไปในข้างต้นนั้น ก็ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ส่งเสริม และดีต่อสุขภาพร่างกาย และจิตใจ

ยิ่ง อันจะเห็นได้จากการที่ประเทศญี่ปุ่นได้กลายมาเป็นประเทศที่มีการอยู่ดีกินดี ประชาชนมีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง สูงใหญ่ และมีอายุขัยโดยเฉลี่ยสูงที่สุดในโลกอย่างเช่นในปัจจุบัน

สัญญา หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจ

อาหารญี่ปุ่น ตัวแทนแห่งชนชั้น อำนาจ และการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจระหว่างชนชั้น

จากการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในบริบทสังคมญี่ปุ่น ยุคสมัยต่าง ๆ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่า มีการสะท้อนสัญญา หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจออกมาจากอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง ในรูปแบบของการเข้ามามีอิทธิพลของกลุ่มชนชั้นต่าง ๆ แตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละยุคสมัย โดยชนชั้นกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามามีอำนาจ และบทบาทต่ออาหารญี่ปุ่นตามแต่ละยุคสมัยนั้น สามารถสรุปจำแนกออกได้ดังต่อไปนี้

- ชนชั้นสูง อันได้แก่ จักรพรรดิ บรรดาเชื้อพระวงศ์ และขุนนางชั้นสูงของประเทศ กลุ่มต่าง ๆ ในแต่ละยุคสมัย ผู้มีอิทธิพลมากในแต่ละช่วงเวลาขณะนั้น ๆ โดยเริ่มต้นจากยุคสมัยนาระ ซึ่งชนกลุ่มนี้เป็นผู้นำเข้า และเลียนแบบอารยธรรม การใช้ชีวิตความเป็นอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของอาหารการกินมาจากประเทศจีนตามแนวทางศาสนาพุทธ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีบทบาทและอิทธิพลในด้านอาหารการกินอย่างมากต่อชนกลุ่มอื่น ๆ ทั้งในยุคสมัยนาระ และเรื่อยมาจนถึงยุคสมัยอื่น ๆ ในบางด้าน เช่น ด้านของการปฏิบัติในการไม่รับประทานอาหารบางประเภท อย่างเช่น เนื้อสัตว์ และไขมันสัตว์ เป็นต้น และบางด้านนั้น ก็ยังมีสืบทอดมายังยุคสมัยปัจจุบัน เช่น การเน้นรูปแบบ ความสวยงาม และสีสันของอาหาร เป็นต้น ซึ่งจากการยึดถือไม่รับประทานอาหารประเภทเนื้อสัตว์ และไขมันสัตว์เลย ทำให้ชนกลุ่มนี้ รับประทานอาหารไม่ครบทุกหมวดหมู่ทำให้เกิดการเป็นโรคขาดสารอาหารมีสุขภาพไม่แข็งแรง และอายุสั้น อันเป็นปัจจัยหนึ่งที่เร่งให้พวกนักรบเข้ามายึดครองอำนาจได้อย่างรวดเร็วในเวลาต่อมา

- ชนชั้นนักรบ อันได้แก่ ตระกูลนักรบต่าง ๆ ซามูไร ทหาร โชนุน เป็นต้น เริ่มเข้ามามีบทบาททางด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเผยแพร่ และขยายศาสนาพุทธนิกายเซ็น ไปยังชนกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านอาหารการกิน เช่น การรับประทานอาหารมังสวิรัต ฯลฯ มาตั้งแต่สมัยคะมะคุระต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน และเนื่องจากชนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีพื้นเพมาจากต่างจังหวัด และมักมีอาชีพเป็นเกษตรกรมาก่อน ทำให้ชีวิตของพวกเขาเรียบง่าย นิยมออกกำลังกายกลางแจ้ง และวนเวียนอยู่กับการสู้รบ และการฝึกฝนร่างกายให้แข็งแรง ทำให้อาหารการกินของพวกเขา จึงต้องเป็นสิ่งที่ให้พลังงานสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารจำพวกโปรตีนที่ได้มาจากเนื้อสัตว์ ซึ่งพวกเขาสามารถรับประทานได้ เพราะนับถือศาสนาพุทธนิกายเซ็น ซึ่งแตกต่างจากนิกายอื่น ๆ ที่พวกจักรพรรดิ เชื้อพระวงศ์ และขุนนางชั้นสูงผู้มีบทบาทในยุคสมัยก่อนหน้านี้นับถือ เพราะมิได้มีการห้ามรับประทานเนื้อสัตว์ หรืออาหารประเภทอื่น ๆ แต่อย่างใด ทำให้พวกเขามี

ร่างกายแข็งแรง และยังผลให้คนกลุ่มอื่น ๆ แข็งแรงไปด้วย อีกทั้งยังทำให้อาหารบางประเภท กลายเป็นอาหารชั้นที่ดียิ่งกว่าที่พวกตัวเองรับประทานอยู่ด้วย ตัวอย่างเช่น การกินข้าวต่าง ๆ เป็นอาหารหลัก โดยเฉพาะข้าวเจ้า และข้าวกล้อง ทำให้ธัญพืชชนิดอื่น ๆ ถูกมองเป็นอาหารของชนชั้นต่ำไปอย่างโดยปริยาย ต่อเนื่องไปยังช่วงเวลายุคสมัยหนึ่ง รวมทั้งยังสร้างวิธีการปรุงทำอาหารอย่างง่าย ๆ ตามแบบวัฒนธรรมของพวกนักรบให้กลายเป็นแบบแผนหลักในช่วงขณะที่กลุ่มตนเองมีอำนาจอยู่อีกด้วย นอกจากนี้ ยังเป็นต้นกำเนิดของวัฒนธรรมความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมทางด้านอาหารที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพให้เกิดขึ้น และสืบเนื่องต่อมาจนถึงปัจจุบันด้วย

- ชนชั้นศาสนา อันได้แก่ พระสงฆ์จากศาสนาพุทธนิกายต่าง ๆ ซึ่งจากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย พบว่า ในความเป็นจริงชนกลุ่มนี้เป็นต้นแบบ และเป็นผู้มีอิทธิพลต่อรูปแบบ วัฒนธรรม และอิทธิพลของพวกนักรบ เพราะเป็นผู้นำเอาศาสนาพุทธนิกายต่าง ๆ รวมทั้งอารยธรรม และวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านอาหารการกินจากจีน อย่างเช่น อาหารมังสวิรัต การรับประทานอาหารวันละ 3 มื้อ ฯลฯ เข้ามาเผยแพร่ให้แก่ชนชั้นต่าง ๆ โดยเฉพาะชนชั้นที่มีอำนาจในแต่ละยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็นจักรพรรดิ บรรดาเชื้อพระวงศ์ ขุนนางชั้นสูง นักรบ โขกุน ตลอดจนคหบดีเมียวทั้งหลายได้นับถือ และเลื่อมใสศรัทธายึดปฏิบัติอย่างเคร่งครัด จนเป็นแบบอย่างเผยแพร่ต่อไปอีกทอดหนึ่งสืบต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

- ชนชั้นกลาง หรือชนชั้นการศึกษา เช่น นักปราชญ์ บัณฑิต นักเขียน กวี และพ่อค้า ตัวอย่างเช่น มุระตะ จูโก ซึ่งได้ศึกษาเรียนรู้จิตวิญญาณของนิกายเซ็นมาจากพระอิกคิว และได้นำศิลปะการดื่มชาในแบบเซ็นมาผสมผสานกับวิถีของชาวบ้าน จนกลายเป็นรากฐานของศาสตร์การชงชาแบบญี่ปุ่น หรือที่เรียกเป็นภาษาญี่ปุ่นว่าชะโด เป็นต้น

- ชนชั้นต่างชาติ ในประวัติศาสตร์ญี่ปุ่น มีประเทศต่าง ๆ มากมายหลายประเทศที่เข้ามาแคว้นเป็นชนชั้นผู้มีบทบาททางด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านอาหารการกิน ซึ่งประเทศต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศฮอลแลนด์ โปรตุเกส สเปน ผ่านเข้ามาทางเมืองท่านางะซะกิ ในสมัยเอโดะ และสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะหลัง “การปฏิรูปเมจิ” ส่งผลทำให้เกิดกระแสตื่นตัวในการรับเอาวัฒนธรรมประเพณีแบบตะวันตกมาปรับใช้ในประเทศญี่ปุ่นมากมายอย่างไม่เคยมีมาก่อน โดยตัวอย่างผลที่เห็นได้ชัดเจนต่าง ๆ ก็ได้แก่ กระแสการเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติที่เรียกว่า “บุนเมะอิเกะอิเกะ” ซึ่งระบุว่าถ้าหากใครไม่รับประทานเนื้อวันนั้น ก็จะถูกถือว่าเป็นคนที่ไม่มีความรู้ วัฒนธรรม การนำเอาขนมปังเข้ามาในประเทศญี่ปุ่นเมื่อปลายยุคสมัยเอโดะ การที่กองทัพอเมริกาเป็นผู้ดำเนินการปล่อยอาหารให้แก่ผู้คนชาวญี่ปุ่น ในช่วงภาวะแพ้สงคราม และขาดแคลนอาหาร การเริ่มให้มีการจัดอาหารกลางวันให้แก่เด็ก ๆ รับประทานกันในโรงเรียน จากการสนับสนุนของรัฐบาลสหรัฐฯ ซึ่งจัดส่งแป้งสาลีมาให้ เพื่อใช้ทำขนมปังให้แก่นักเรียนในโรงเรียน จนขนมปัง และนมกลายมาเป็นอาหารที่คนรุ่นใหม่คุ้นเคยกันเป็นอย่างดีในปัจจุบัน เป็นต้น นั้น

ทำให้สามารถเห็นได้ว่าตามร่องรอยแห่งประวัติศาสตร์นั้น อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นของชาวญี่ปุ่นได้มีการเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม หรือลดลงไปตามแต่ว่าชนชั้นกลุ่มใดจะก้าวเข้ามา มีอำนาจ หรืออิทธิพลในด้านการเมือง การปกครอง วัฒนธรรม หรือศาสนาในช่วงระยะเวลายุคสมัยนั้น ๆ อันส่งผลทำให้อาหารการกินของแต่ละยุคสมัยนั้นได้รับเอาอิทธิพลมาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าชนชั้นกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามามีอำนาจ และอิทธิพลนั้น มีมาจากทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศ มีทั้งที่ขึ้นมาจากการได้รับอำนาจโดยชอบธรรม หรือการต่อสู้ช่วงชิงมา ซึ่งทั้งหมดนี้ ก็ล้วนแล้วแต่สะท้อนถึงการสื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในบริบทสังคมประเทศญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี

สัญลักษณ์หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงาม

เมื่อศึกษาจากประวัติศาสตร์ และหนังสือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะสามารถเห็นได้ว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นนั้น เน้นความสวยงาม และความเป็นศิลปะอยู่อย่างเสมอตลอดเวลา และมากมาย ด้วยเหตุนี้ สัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงาม จึงเป็นอีกสัญลักษณ์ หรือความหมายหนึ่งที่เราสามารถพบได้จากอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น ซึ่งเริ่มต้นมาตั้งแต่ในสมัยเอโดะเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันนี้ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นที่ผู้คนทั่วโลกรับรู้ และยอมรับ อันจะเห็นได้จากสำรับอาหารของชนชั้นสูงในสมัยเอโดะที่ไม่คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ และรสชาติมากเท่าใดนัก แต่เน้นไปในเรื่องความสวยงามของรูปแบบ และสีสันมากกว่า นอกจากนี้ ในยุคสมัยอื่น ๆ ต่อมาเรื่อย ๆ ก็ยังคงมีการนำเอาพืชผัก และเครื่องเทศต่าง ๆ มาเป็นสิ่งที่เพิ่มสีสันให้กับอาหาร ซึ่งยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาถึงในยุคปัจจุบันที่ยังมีการเน้นให้ความสำคัญกับการเป็น “อาหารตา” ของอาหารญี่ปุ่น รวมทั้งร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ดังเดิม

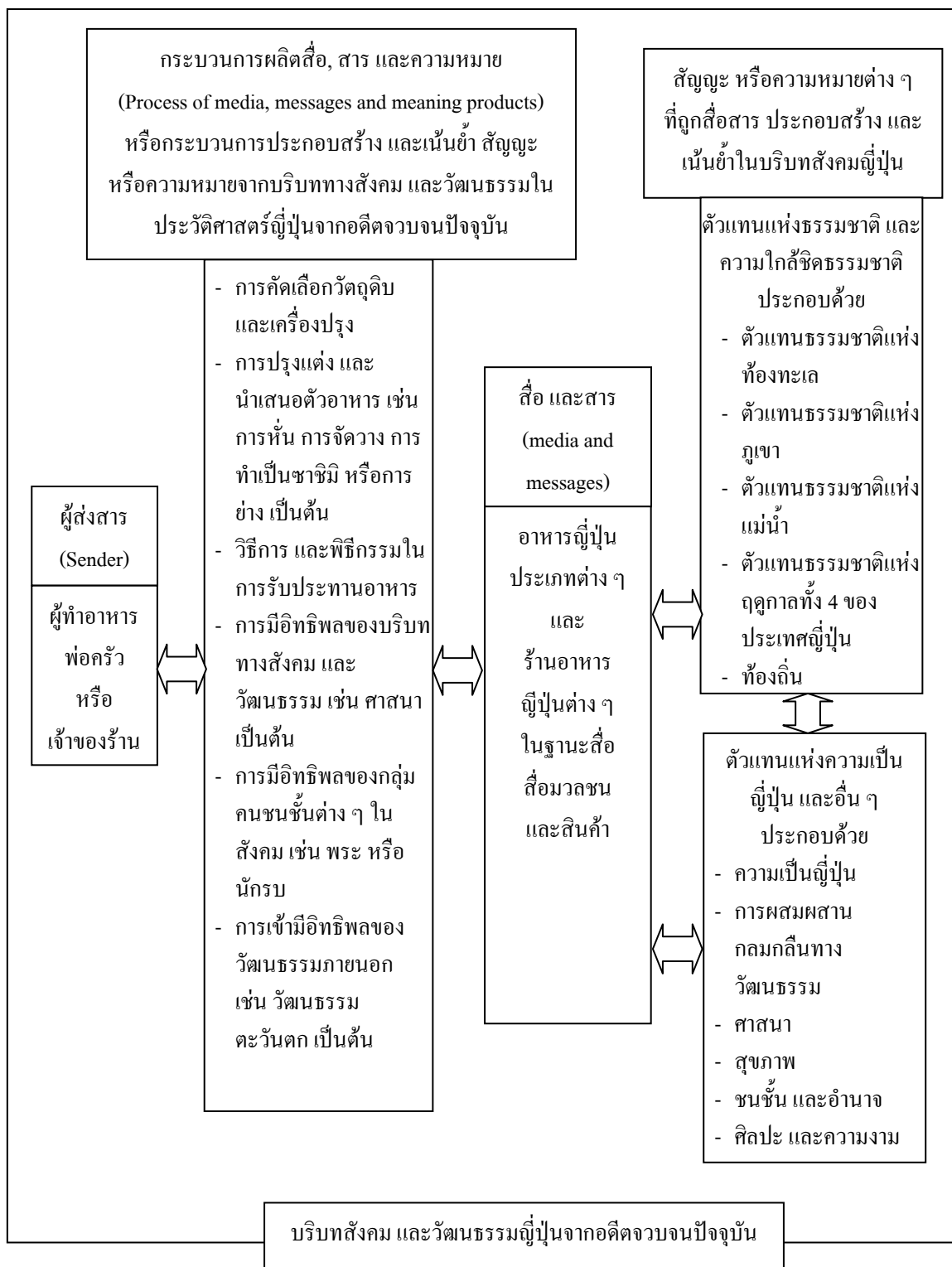
ศาสตร์พิธีชงชา และการชงชาแบบญี่ปุ่น หรือชะโดที่ได้อธิบายถึงไปในก่อนหน้านี้บ้างแล้ว ก็สะท้อนความเป็นศิลปะของอาหารญี่ปุ่นที่ไม่ใช่สิ่งบริโภครับประทานเพื่อความอิ่มท้องเท่านั้น แต่ยังได้ถูกยกระดับให้กลายเป็นสิ่งที่แสดงถึงสุนทรียะของผู้บริโภค หรือผู้กินอีกทางหนึ่งออกมาได้อย่างดีเช่นกัน รวมทั้งอาหารคะอิเซกิ ซึ่งเป็นอาหารในพิธีชานี้ ก็ยังเน้นในเรื่องของความสวยงามมากกว่าเรื่องของรสชาติด้วย แม้แต่อาหารแช่แข็ง หรืออาหารสำเร็จรูปนั้น ก็ยังมีการแข่งขันกันทางด้านสีสันให้มีความสมจริงใกล้เคียงกับอาหารที่เพิ่งปรุงเสร็จใหม่ ๆ มากขึ้นอีกด้วย

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ก็ล้วนแล้วแต่สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการ และการสื่อสารสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงามออกมาจากอาหารญี่ปุ่นผ่านกระบวนการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการปรุงแต่ง หรือตัวของอาหาร ประเภทอาหารเอง และวัฒนธรรม ความเชื่อที่อยู่เบื้องหลังได้เป็นอย่างดี

จากกลุ่มสัญญา หรือความหมายต่าง ๆ ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในบริบทสังคมญี่ปุ่นทั้งหมดในที่ค้นพบ และนำเสนอไปในข้างต้น จะเห็นได้ว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นสื่อ และสินค้าที่ถูกประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญญา หรือความหมายหลากหลายอย่างไว้ตามหลักการทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับสัญญา หรือความหมาย โดยสัญญา หรือความหมายหลัก ๆ ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในบริบทสังคมญี่ปุ่น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ สัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ และสัญญา หรือความหมายตัวแทนแห่งความเป็นญี่ปุ่น และอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มสัญญา หรือความหมายย่อยต่าง ๆ ที่ได้นำเสนอไป ซึ่งสามารถสรุปให้เห็นเป็นกระบวนการประกอบสร้าง และกลุ่มสัญญา หรือความหมายต่าง ๆ ที่ค้นพบ ออกเป็นแผนภูมิอย่างชัดเจนได้ ดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 4.1

สัญลักษณ์หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในฐานะ
สื่อ สื่อมวลชน และสินค้าในบริบทสังคมญี่ปุ่น



จากโลกาภิวัตน์ สู่อาติยานุวัตร : สื่อ และสินค้าจากญี่ปุ่น พัฒนาการ และการไหลบ่าของกระแสความนิยมวัฒนธรรมความเป็นญี่ปุ่น และวัฒนธรรมด้านอาหารญี่ปุ่น การรับประทานอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น จากญี่ปุ่นสู่ไทย

อิทธิพลจากกระแส และการเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ และบริโภคนิยม ส่งผลทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อ และการสื่อสารอย่างพัฒนารุดหน้า และแพร่หลายขยายครอบคลุมอย่างทั่วถึงไปทั่วโลก ซึ่งช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งยังมีส่วนก่อให้เกิดการแผ่ขยายทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ไปทั่วทุกหนแห่งบนโลก รวมถึงประเทศไทย และมวลชนชาวไทยเรา โดยช่องทางการสื่อสารที่สำคัญ ก็คือ สื่อ สื่อมวลชน สินค้า และสินค้าทางวัฒนธรรม และสินค้าสัญลักษณ์ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่การสื่อสารต่าง ๆ

วัฒนธรรมสำคัญที่เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยอย่างชัดเจนมาก และถูกรับเอาเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของมวลชนชาวไทยเรา หากย้อนหลังไปประมาณ 10 ปี จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ก็คือ วัฒนธรรมญี่ปุ่น ทั้งแบบดั้งเดิมอันเป็นเอกลักษณ์ และแบบสมัยนิยม หรือที่เรียกว่า วัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture) ประเภทหนึ่ง วัฒนธรรมสมัยนิยมจะเกิดขึ้น เปลี่ยนแปลง และเสื่อมสลายไปตามกระแสความนิยมของคนในสังคม เป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภคที่เป็นไปตามกลไกตลาดเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และเป็นวัฒนธรรมของชนชั้นกลาง อันได้แก่ คนหนุ่มสาว โดยเฉพาะวัยรุ่น และวัยทำงาน นอกจากนี้ ยังเป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสม (Hybrid culture) ซึ่งมีหลายแหล่งที่มา อันเป็นผลพวงของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ รวมทั้งเทคโนโลยีทางการติดต่อสื่อสารด้วย ซึ่งกระแสความนิยมในวัฒนธรรมญี่ปุ่นทั้ง 2 กระแสนี้เกิดขึ้นมาอย่างช้านาน และยังสามารถคงความนิยมอยู่ได้อย่างต่อเนื่องจนปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของวัฒนธรรมสมัยนิยมนั้น จะเห็นได้ว่ากระแสความนิยมวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นนั้น จะแตกต่างจากกระแสความนิยมในวัฒนธรรมสมัยนิยมของจีน และได้หวนที่ซาลงไป หรือกระแสความนิยมในวัฒนธรรมสมัยนิยมของเกาหลีที่เพิ่งเริ่มต้นมาไม่กี่ปีเท่านั้น เนื่องจากวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่นบางด้านนั้น มิได้เป็นเพียงวัฒนธรรมสมัยนิยมธรรมดาเท่านั้น แต่ยังเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และแบบสมัยนิยมเข้าด้วยกันอีกด้วย

ประเทศไทย และคนไทยได้มีโอกาสรู้จักประเทศญี่ปุ่น วัฒนธรรมญี่ปุ่น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารญี่ปุ่นมาอย่างช้านาน ตั้งแต่สมัยสุโขทัย เริ่มต้นผ่านมาทางความสัมพันธ์ด้านการทูต ต่อเนื่องเรื่อยมาจนกระทั่งถึงปัจจุบันผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น สื่อ สื่อมวลชน และสินค้า เป็นต้น โดยวัฒนธรรมของญี่ปุ่นที่เข้ามามีอิทธิพลในสังคมไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ก็มีทั้งในด้านของวัฒนธรรมเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมการแต่งกาย รวมไปถึงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารการกิน ฯลฯ

ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นสาเหตุอันส่งผลให้เราเห็นภาพจากวัฒนธรรมญี่ปุ่นด้านต่าง ๆ เหล่านั้นแผ่ขยายเข้ามาจนเป็นที่รู้จักคุ้นเคยของคนไทยเรามากมายต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันที่ชีวิตประจำวันของคนไทยได้สัมผัสกับสื่อ สื่อมวลชน สินค้า และสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญลักษณ์ประเภทต่าง ๆ จากประเทศญี่ปุ่นมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทต่าง ๆ ดนตรี และเพลง แฟชั่นการแต่งกาย เกมส์ หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น และโทรทัศน์ญี่ปุ่น ซึ่งนำเสนอทั้งละครซีรีส์ และภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นที่แพร่ระบาดในหมู่เด็ก และวัยรุ่นไทยมาช้านาน ยิ่งในระยะหลังเทคโนโลยีดาวเทียม ก็ทำให้คนไทยได้รู้จักรูปแบบรายการจากญี่ปุ่นที่หลากหลายมากขึ้น อย่างรายการตอบปัญหา หรือ “ควิซ” และเกมโชว์หลายรายการได้นำเข้ามาฉายออกอากาศ บางครั้งก็มีการซื้อความคิด และรูปแบบนำมาดัดแปลงเล่นกันเองในหมู่สื่อ และสื่อมวลชนไทย ทำให้รายการต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์จากญี่ปุ่น คนไทยก็สามารถรับชมได้ทางเคเบิลทีวี และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมตลอด 24 ชั่วโมง และองค์กรสื่อมวลชนญี่ปุ่นทุกประเภท อันได้แก่ สถานีโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สำนักข่าว บริษัทโฆษณา นั้น ก็ล้วนแต่มีสำนักงานสาขาประจำกรุงเทพมหานครกันทั้งสิ้น

กล่าวโดยสรุป ก็คือ ประเทศไทยเป็นสำนักงานสาขาของสื่อมวลชนญี่ปุ่น และคนไทยก็เป็นผู้บริโภคสื่อญี่ปุ่นอยู่ส่วนหนึ่ง โดยสิ่งที่อยู่ลึกลงไปกว่าตัวของสื่อ และสื่อมวลชนญี่ปุ่น และสื่อ และสื่อมวลชนไทยที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับญี่ปุ่น รวมทั้งสินค้า และสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญลักษณ์จากญี่ปุ่น หรือเกี่ยวกับญี่ปุ่น อันเป็นวัฒนธรรม กระบวนการ หรือวิธีการให้คนไทยได้บริโภคนั้น ก็คือ สังคม และวัฒนธรรมความเป็นญี่ปุ่น คือ คนญี่ปุ่น คือ บุคลิกภาพ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวิถีทางแบบแผนการปฏิบัติที่หลายสะท้อนจิตวิญญาณทั้งเปิดเผย และแฝงเร้น หรือกล่าวอีกนัยยะหนึ่ง ก็คือ สัญลักษณ์ หรือความหมายที่อยู่ในตัว หรือถูกประกอบสร้าง และเน้นย้ำของสื่อ และสื่อมวลชนญี่ปุ่น รวมทั้งสินค้า และสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญลักษณ์จากญี่ปุ่น หรือเกี่ยวกับญี่ปุ่นนั่นเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมสมัยนิยมไม่ว่าจะเป็นด้านบันเทิง ด้านการแต่งกาย และด้านอื่น ๆ⁶

ปัจจุบันการเพิ่มปริมาณของสื่อ และสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของอาหารการกินของญี่ปุ่น ทั้งที่มาจากสื่อ และสื่อมวลชนของญี่ปุ่นเอง และที่ถูกนำมาเสนอโดยสื่อ และสื่อมวลชนของไทย ไม่ว่าจะเป็นสื่อสาธารณะ และเคเบิลทีวี อย่างเช่น รายการโทรทัศน์ทั่วไป และรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร เช่น ทีวีแชมเปียน เซฟกระทะเหล็ก เป็นต้น ภาพยนตร์การ์ตูน (Anime) และหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น (Manga) ทั้งที่มี

⁶ ธรรมเกียรติ กันอริ, เรื่องนี้อย่างไรเรื่องที่เป็นเพียงสื่อมวลชนญี่ปุ่น, อ้างถึงใน วิชา อุดมฉันท, สื่อมวลชนในญี่ปุ่น (กรุงเทพมหานคร: ที.พี.พรินท์ จำกัด, 2541), น. บทนำ.

เนื้อหาทั่วไป อันหลากหลาย และที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร ซึ่งมีวางจำหน่ายอยู่อย่างมากมายหลายเรื่อง เช่น พ่อครัวรุ่นจิ๋ว เจ้าหนูซูชิ จอมโหดกระทะเหล็ก ฯลฯ รวมทั้งละครซีรีส์ รายการเพลง รายการวิทยุ นิตยสารแนวต่าง ๆ ตลอดจนหนังสือพิมพ์รายวันของไทย ก็ยังต้องมีข่าวคราว หรือคอลัมน์เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในด้านต่าง ๆ ของอาหารญี่ปุ่นมานำเสนออยู่เป็นประจำ ทำให้สามารถพิจารณาอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในบริบทสังคมไทย และการมีอิทธิพลต่อคนไทยในยุคสมัยปัจจุบันได้ว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมไทยถูกทำให้เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมประเภทหนึ่งไปแล้ว แตกต่างจากในช่วงแรกที่เข้ามาในลักษณะของวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม แต่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นนั้น ก็ได้เป็นไปในลักษณะของวัฒนธรรมสมัยนิยมแบบในเรื่องของแฟชั่น หรือดนตรีเท่านั้น แต่เป็นในแบบผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมสมัยนิยมเข้าด้วยกัน เพราะตัวอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นเองนั้นมีรากฐาน เอกลักษณ์แบบญี่ปุ่น และความเป็นญี่ปุ่นที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนานตามลักษณะของวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เมื่อได้ถูกนำมาทำให้เป็นสินค้ามีมูลค่าแลกเปลี่ยนตามกลไกตลาด และหลักเกณฑ์อื่น ๆ จึงกลายเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมขึ้นมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งได้นำพาเอาทั้งความเป็นเอกลักษณ์แบบวัฒนธรรมสมัยนิยมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ และวัฒนธรรมความเป็นญี่ปุ่นที่ไม่ใช่วัฒนธรรมสมัยนิยม แต่เป็นวัฒนธรรมในความหมายของการเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติแบบดั้งเดิม ดังเช่น ภาษา เครื่องแต่งกายประจำชาติ หรือขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ เข้ามาให้คนไทยได้รับรู้ และเรียนรู้อีกด้วย

วงจรความเชื่อมโยง และความสัมพันธ์ระหว่างสื่อ และสื่อมวลชน รวมทั้งสินค้า และสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญลักษณ์จากญี่ปุ่น หรือเกี่ยวกับญี่ปุ่นกับความนิยม และรับเอาวัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้ามาของมวลชนชาวไทยในยุคปัจจุบัน จึงเป็นไปในลักษณะที่เชื่อมโยงต่อกันอย่างเป็นพลวัตร คือ มวลชนชาวไทยส่วนใหญ่จะรู้จักคุ้นเคยกับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นที่ผ่านมาทางสื่อ สื่อมวลชน รวมทั้งสินค้า และสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญลักษณ์จากญี่ปุ่นต่าง ๆ ดังที่กล่าวยกตัวอย่างมาอย่างน้อยหนึ่งประเภท ซึ่งเมื่อเริ่มรับเอามาจากประเภทใด ประเภทหนึ่ง ก็จะมีการขยายลามไปสู่วัฒนธรรมประเภทอื่น ๆ ต่อไปด้วยเสมอ ตัวอย่างเช่น มวลชนชาวไทยกลุ่มหนึ่ง ชอบอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทเกี่ยวกับอาหาร หรือชอบดูรายการโทรทัศน์ประเภทเกมส์โชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร ก็อาจจะทำให้เขาชอบ และไปหาอาหารญี่ปุ่นรับประทานเป็นประจำ ในขณะที่อีกกลุ่มมวลชนไทยบางคน หรือบางกลุ่มที่ชอบรับประทานอาหารญี่ปุ่นในร้านอาหารญี่ปุ่น ก็อาจจะไปหาความรู้เกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่น และการรับประทานอาหารญี่ปุ่นจากสื่อ และสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือ หรือหนังสือการ์ตูน ฯลฯ ต่อเนื่องอีกทีหนึ่ง เป็นต้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ จะเห็นได้ว่าสื่อ สื่อมวลชน และสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญลักษณ์ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่การสื่อสารต่าง ๆ ของญี่ปุ่นนั้น เข้ามาฝังรากลึก

ในประเทศไทย และมีอิทธิพลต่อคนไทยอย่างมากมาย เพราะได้นำพาเอาวัฒนธรรมต่าง ๆ ทั้ง วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และวัฒนธรรมแบบสมัยนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมอาหารญี่ปุ่นให้ เข้ามามีพื้นที่ และบทบาทต่อคนไทยในยุคสมัยปัจจุบัน ซึ่งผู้วิจัย ขอสรุปอย่างสอดคล้องกับแนวคิด ที่มึนนักคิด และนักวิชาการทั้งไทย และเทศนำเสนอไว้ว่า สิ่งที่ได้กล่าวไปข้างต้นทั้งหมดนี้เกิดจาก เป็นผลลัพธ์จาก และเป็นสิ่งที่เรียกว่า กระบวนการอาทิตยานุวัตร (Japanization)⁷ หรือกระบวนการ ทำให้เป็นญี่ปุ่น อันหมายถึง กระบวนการแผ่ขยายทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ตั้งแต่ในช่วงสงครามโลก ครั้งที่ 2 หวงฟูซัน (Huang Fu-San) และปรากฏการณ์การแผ่ขยายของวัฒนธรรมสมัยนิยม และวัฒนธรรม บริโภคนิยมจากญี่ปุ่น ซึ่งเกิดในประเทศแถบทวีปเอเชีย รวมทั้งประเทศไทย โดยวัฒนธรรมเหล่านั้น มักจะได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมของอเมริกาอีกหนึ่งที่หนึ่ง ลีโอ จิ่ง (Leo Ching) และอิงาราชิ อากิโอะ (Akio Igarashi) ซึ่งใช้ และกินลึกในพื้นที่ปริมาตรทางสังคม และวัฒนธรรม อันมีคุณภาพในแบบ ความสัมพันธ์ลักษณะใหม่ คือ มุ่งการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ (Mentality) ของผู้คนในกลุ่มประเทศอาเซียน และประเทศไทยให้ยอมรับ หรือยอมรับ มีทัศนคติ และมีความรู้สึกเชิงบวกต่อความเป็นญี่ปุ่น และประเทศญี่ปุ่นทั้งในมิติการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ และ โดยเฉพาะมิติชีวิตประจำวันทุกมิติของผู้คนอย่างลึกซึ้งด้วยความเต็มใจ และจริงจัง โดยไม่รู้สึกตะขิดตะขวงใจ จนกลายเป็นความชื่นชม และจงรักภักดีในที่สุดอย่างเป็นหลัก

กระแสนิยมในอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้คนชาวไทยกลุ่มต่าง ๆ ที่ เป็นบ่อเกิดของการศึกษาวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยชิ้นนี้ ก็เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการอาทิตยานุวัตร นี้ด้วย เพราะเป็นปรากฏการณ์การแผ่ขยายทางวัฒนธรรมความเป็นญี่ปุ่นของญี่ปุ่นผ่านตัวอาหาร ญี่ปุ่น และวัฒนธรรมด้านอาหารการกินแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นเองในฐานะสินค้าทางวัฒนธรรม หรือ สินค้าสัญลักษณ์ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่การสื่อสารที่มีตัวตน และฝังรากลึก รวมทั้ง มีสัญลักษณ์ หรือความหมายอยู่ภายในที่สื่อสารกับคนญี่ปุ่นเองอย่างซำนานโดยตรง ก่อนที่จะนำ แพร่หลายขยายสู่ผู้คนชาติอื่น ๆ และโดยเฉพาะไทยในเวลาต่อมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งไม่ใช่วัฒนธรรม สมัยนิยม หรือวัฒนธรรมบริโภคนิยมอย่างเบ็ดเสร็จ แต่ก็ยังมีส่วนที่เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม และ วัฒนธรรมบริโภคนิยมรวมอยู่ด้วย เช่น อาหารบางประเภท หรือรูปแบบบางอย่างของร้านที่รับ อิทธิพลมาจากวัฒนธรรมตะวันตก หรืออเมริกา รวมทั้งการอยู่ในฐานะของสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญลักษณ์ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่การสื่อสารประเภทหนึ่งที่สื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำส่งผ่านสัญลักษณ์ หรือความหมายต่าง ๆ ทางวัฒนธรรมมาให้แก่ผู้คนที่

⁷ วรรณจักร์ สัตยานุรักษ์, Japanization (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ Openbooks, 2548), น. 166-182.

บริโภค หรือรับประทานมันเข้าไป อย่างเช่นเดียวกันกับวัฒนธรรมสมัยนิยม และวัฒนธรรมบริโภค นิยมของญี่ปุ่นด้านอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น แฟชั่น หรือเพลง ฯลฯ นั่นเอง

จากทั้งหมดที่กล่าวถึงไปในข้างต้น จะเห็นได้ว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น เคลื่อนที่จากสังคมประเทศญี่ปุ่นเข้ามาในสังคมประเทศไทย และกระแสมความนิยมวัฒนธรรมญี่ปุ่น ความเป็นญี่ปุ่น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมไทยนั้น เกิดขึ้นด้วยเหตุ ปัจจัย และอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง ซึ่งในส่วนต่อไป ผู้วิจัย จะนำเสนอในส่วน ของสัญญาะ หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นที่ค้นพบในบริบทสังคม และ วัฒนธรรมประเทศไทย โดยจะนำเสนอสรุปเป็นตารางที่ 4.2 ก่อนที่จะนำเสนอเป็นเนื้อหาเชิง วิเคราะห์แยกตามกลุ่มสัญญาะ หรือความหมายต่อไป อันมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2

สรุปจำแนกประเภทสัญญาณ หรือความหมายจากประวัติศาสตร์ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในบริบทสังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทย

สัญญาณ	สัญญาณ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติ						สัญญาณ หรือความหมายตัวแทนแห่งความเป็นญี่ปุ่น และอื่น ๆ					
ยุค (ปี ค.ศ.)	สัญญาณหรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งท้องทะเล	สัญญาณ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งภูเขา	สัญญาณ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งแม่น้ำ	สัญญาณ หรือความหมายตัวแทน ธรรมชาติแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของ ประเทศญี่ปุ่น	สัญญาณ หรือความหมายแห่งท้องถิ่น	สัญญาณหรือความหมายตัวแทนแห่ง ความใกล้ชิดธรรมชาติ	สัญญาณ หรือความหมาย ความเป็นญี่ปุ่น	สัญญาณ หรือความหมายการ ผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรม	สัญญาณ หรือความหมายแห่งศาสนา	สัญญาณ หรือความหมายแห่งสภาพ	สัญญาณ หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจ	สัญญาณ หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงาม
จากสมัยอยุธยา ถึงปัจจุบัน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	

ส่วนที่ 2

การผลิตซ้ำ และปรับเปลี่ยนทางสัญลักษณ์ หรือความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของ อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น : พัฒนาการ และรูปแบบของสัญลักษณ์ หรือ ความหมาย และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และ ร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมไทย

สัญลักษณ์ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่น และด้านอื่น ๆ ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น

จากตารางที่ 4.2 ซึ่งสรุปมาจากการศึกษาประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยนั้น จะเห็นได้ว่า สัญลักษณ์ หรือความหมายที่พบนั้น มีทั้งกลุ่มสัญลักษณ์ หรือความหมายที่ยังคงอยู่มาจากสังคมญี่ปุ่น ประกอบด้วย สัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติทุกกลุ่มที่สามารถพบเห็นได้เช่นเดียวกับในสังคมญี่ปุ่น แม้บางกลุ่มจะไม่ได้กล่าวถึงมากมาย และเป็นหลักอย่างเช่นในสังคมญี่ปุ่น อย่างเช่น สัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนธรรมชาติแห่งฤดูกาลทั้ง 4 ของประเทศญี่ปุ่น และสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งท้องถิ่น เป็นต้น

จากการศึกษาประวัติศาสตร์ และจากการสำรวจร้านอาหารญี่ปุ่นต่าง ๆ ในประเทศไทย ส่วนหนึ่ง จะเห็นได้ว่า วัตถุดิบ ประเภทอาหาร เครื่องปรุง และวิธีการปรุงนั้น ล้วนแต่ออกแบบมาจากประเทศญี่ปุ่นแทบทั้งสิ้น เพราะวัตถุดิบของอาหารญี่ปุ่นในไทยส่วนใหญ่ ก็จะมีปลา และผักเป็นหลักเช่นเดียวกับในญี่ปุ่น วิธีการปรุง ก็เป็นแบบที่สืบทอดกันจากญี่ปุ่น ส่วนเครื่องปรุงต่าง ๆ ก็นำเข้ามาจากญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ แม้ในปัจจุบัน จะมีฐานผลิต หรือผลิตในไทยได้ แต่ก็ยังเป็นแบบและรสชาติญี่ปุ่นอยู่ รวมทั้งร้านอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมหลาย ๆ ร้าน ก็ยังมีการนำเสนอ และจำหน่ายอาหารที่ทำมาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ หรือมีเฉพาะฤดูกาล และมาจากท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงด้วย ซึ่งก็ล้วนแต่แสดงสะท้อนสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติทั้งหมดออกมาได้อย่างชัดเจน

สัญลักษณ์ หรือความหมายอีกกลุ่มหนึ่งที่พบว่ามี การสืบทอดมาจากบริบทสังคมประเทศญี่ปุ่น ก็คือ สัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งความเป็นญี่ปุ่น รวมทั้งด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย สัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งความเป็นญี่ปุ่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น และวัฒนธรรมญี่ปุ่น อันจะเห็นได้จากความเชื่อมโยงจากสัญลักษณ์ หรือความหมายตัวแทนแห่งธรรมชาติ และความใกล้ชิดธรรมชาติทั้งหมดที่กล่าวไปในข้างต้น เพราะการรับประทานปลา และผักเป็นหลักนั้น ก็เป็นเอกลักษณ์อันเด่นชัดของวัฒนธรรม และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นอย่างหนึ่ง ยังพิจารณาไปถึงส่วนของวิธีการปรุงทำอาหาร และเครื่องปรุง

รตต่าง ๆ นั้น ก็จะพบว่า นอกจากจะสะท้อนความใกล้ชิดธรรมชาติแล้ว ยังสะท้อนสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งความเป็นญี่ปุ่นออกมาได้อย่างชัดเจน เพราะการปรุงการทำอาหาร วิธีการ และเครื่องปรุงที่นำมาใช้นั้น อีกนัยยะหนึ่ง ก็คือ สิ่งที่เป็นวัฒนธรรม หรือผ่านกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรมแบบญี่ปุ่นอย่างเป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นมาแล้วนั่นเอง รวมทั้งสัญลักษณ์ หรือความหมายการผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรม สัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งสุขภาพ และสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งศิลปะ และความงามนั้น ก็ล้วนแต่เชื่อมโยงกับสัญลักษณ์ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่นด้วยกันแทบทั้งสิ้น เนื่องจากทั้งหมดนี้ ล้วนแต่เป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นอันเด่นชัดของอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่น และวัฒนธรรมความเป็นญี่ปุ่นที่ได้กล่าวถึงไปโดยละเอียดในข้างต้น ซึ่งยังคงสืบทอด สื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำมาให้เห็นในสังคมไทยอย่างเช่นเดียวกัน

ส่วนสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจ แม้จะมี และเหมือนสืบทอดมาจากในบริบทสังคมญี่ปุ่นอย่างเช่นเดียวกัน แต่ก็หาใช่ไม่ เนื่องจากเป็นภาพของสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจเฉพาะในบริบทสังคมไทย ซึ่งแตกต่างจากในบริบทสังคมญี่ปุ่นอย่างมาก

ส่วนสัญลักษณ์ หรือความหมายที่หายไป และไม่ได้มีการกล่าวถึงอย่างชัดเจน หรือไม่ได้มีการกล่าวถึงในบริบทสังคมไทยเลยนั้น ก็ได้แก่ สัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งศาสนา เนื่องจากไม่ค่อยมีการแสดงธรรมเนียมปฏิบัติ และพิธีกรรมเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น อันมีที่มาจากศาสนาเท๋าไหร่หนัก อย่างเช่น พิธีการชงชาแบบชะโด เป็นต้น ซึ่งในความเป็นจริงอาจจะมีการสืบทอดมาอยู่บ้าง แต่ก็ไม่ได้ถูกรับรู้ว่าเป็นผลมาจากศาสนา อย่างเช่น ความเรียบง่ายของอาหาร และการตกแต่งร้านของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น เป็นต้น และในสังคมไทยนั้น ก็ไม่ได้มีการกล่าวถึงในประวัติศาสตร์ และนำเสนอออกมาชัดเจนแต่อย่างใด

จากทั้งหมดที่กล่าวไป และตารางที่ 4.2 ในข้างต้น ผู้วิจัย จึงของสรุป และนำเสนอรายละเอียดของกลุ่มสัญลักษณ์ หรือความหมายต่าง ๆ ที่ค้นพบ และมีรายละเอียดแตกต่าง หรือเพิ่มเติมขึ้นมาจากบริบทสังคมญี่ปุ่นอย่างชัดเจน ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่น

อาหารญี่ปุ่นทั่วไป และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมไทย-วัตถุดิบ และรสชาติแบบญี่ปุ่น :
สัญลักษณ์หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่นที่สืบทอดมาจากบริบทสังคมญี่ปุ่น

เรื่องเล่าของท่านผู้หญิงจร ภารตราชา เกี่ยวกับรสชาติของอาหารญี่ปุ่นในสังคมญี่ปุ่นต่อคนไทย เมื่อท่านได้รับประทานอาหารญี่ปุ่นครั้งแรก ขณะเดินทางไปศึกษาที่ประเทศญี่ปุ่น ดังข้อความที่คัดมานำเสนอว่า

“คุณแม่เล่าว่ารู้สึกลำบาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องอาหาร เพราะอาหารญี่ปุ่นออกรสหวาน และปลาที่สุก ๆ ดิบ ๆ แต่เมื่ออยู่กับครอบครัวคนอื่นเขารับประทานอะไร ก็ต้องรับประทานตาม”⁸

จากเรื่องเล่าข้างต้น จะเห็นได้ว่ารสชาติอาหารญี่ปุ่นแท้ ๆ แบบดั้งเดิมในสังคมประเทศญี่ปุ่นนั้น มีรสชาติไม่ถูกปาก และลำบากปากลิ้นคนไทยยิ่งนักในระยะแรก รวมทั้งในระยะต่อมา ช่วงหนึ่ง เรื่อยมาจนถึงในสังคมไทยด้วย เพราะว่า อาหารญี่ปุ่นในสังคมไทยช่วงแรกทั้งนอก ร้านอาหาร และในร้านอาหารนั้น ก็ล้วนแต่ทำด้วยคนญี่ปุ่น หรือเน้นรสชาติความเป็นญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมอย่างมากด้วย ซึ่งรสชาติของอาหารญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะออกรสหวาน และเป็นอาหารประเภท ปลาดิบ หรืออาหารกึ่งสุก ๆ ดิบ ๆ เป็นหลัก อันไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการรับประทานอาหารแบบไทย ๆ เท่าไหร่สักเท่าไหร่ แม้คนไทยจะมีการรับประทานอาหารดิบอยู่บ้างตามภาคต่าง ๆ เช่น ลาบ ก้อย ฯลฯ ก็ตาม อันสะท้อนถึงสัญชาตญาณ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่นที่ถูกสื่อสารออกมาจากอาหารญี่ปุ่นผ่านทางเรื่องของรสชาติในยุคต้นของสังคมไทยได้เป็นอย่างดี

ต่อมาในปี พ.ศ. 2483 สถานศึกษาวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่รัฐบาลญี่ปุ่นจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย ได้ออกหนังสือแนะนำประเทศญี่ปุ่นเป็นภาษาไทยให้คนไทยได้รู้จักประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น โดยในหนังสือเล่มนี้ มีบทความเรื่องอาหารการกินของอาจารย์เบียวโด ซึ่งกล่าวไว้ว่า “อาหารญี่ปุ่นแท้ ๆ โลกไม่ค่อยรู้จักกันเท่าใดนัก” และ “อาหารของญี่ปุ่นที่สำคัญ และจำเป็นมีข้าว ชูป ปลา และผัก” ซึ่งอาจารย์เบียวโด คงตระหนักว่าคนไทยไม่คุ้นเคยกับอาหารญี่ปุ่น จึงอธิบายเพิ่มเติมอีกว่า “ความจริงของอาหารญี่ปุ่นมีราคาไม่แพงเหมือนอาหารฝรั่ง ปลาสดที่ฝานออกมาเป็นชิ้น ๆ ก็ดื่มน้ำปลาถ้วยเดียว หรือหั่นผักกาดสดก็ดี ถ้ารับประทานได้สักหนึ่งปีแล้ว อาหารเหล่านี้ จะเอร็ดอร่อยมาก” อันสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นของอาหารญี่ปุ่นที่พยายามจะสื่อสาร และสืบทอดสู่สังคมไทยได้เป็นอย่างดี

ช่วงปี พ.ศ. 2510 เรื่อยมา แม้จะเป็นช่วงที่มีร้านอาหารญี่ปุ่นเปิดขึ้นมาหลายร้าน แต่ราคาอาหารนั้น ก็ยังแพงอยู่มากเช่นเดิม เนื่องจากวัตถุดิบ ก็ยังล้วนแต่ต้องนำเข้ามาจากญี่ปุ่นทั้งสิ้น ทำให้การคงความเป็นญี่ปุ่นอย่างแท้ ๆ ในอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในช่วงนี้ ก็ยังมีอยู่สูงเช่นเดิม

ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2520 เริ่มมีการเปิดร้านอาหารญี่ปุ่นมากขึ้นกว่าเดิม และเป็นช่วงที่เริ่มมีคนไทยมารับประทานกันมากขึ้น เริ่มจากพนักงาน หรือลูกค้าคนไทยของบริษัทญี่ปุ่นที่ได้มี

⁸ ศศินีย์ บุญยุคปต์, “อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ ท่านผู้หญิงจร ภรรยา,” (กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์การพิมพ์, 2529), น. 71, อ้างถึงใน ชมนาด ศีติสาร และ วรวิภา จิราสมบัติ, วิวัฒนาการอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548), น. 28.

โอกาสลองชิมอาหารญี่ปุ่น เมื่อบริษัทญี่ปุ่นเลี้ยง หรือเจ้านายเลี้ยงแล้วเกิดคิดใจในวัตถุดิบ และรสชาติของอาหารญี่ปุ่น รวมทั้งบรรยากาศร้านแบบญี่ปุ่นดั้งเดิม จนพาครอบครัว และเพื่อนมารับประทานอย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรกในเวลาต่อมาดังที่ได้กล่าวถึงไปก่อนหน้านี้ ร้านอาหารญี่ปุ่น อย่างเช่น ไทยซีคิจิ และชินไดโกกุของกลุ่มฟูจิ-ซีคิจิซึ่งเป็นแบบญี่ปุ่นแท้ ๆ ดั้งเดิมนั้น จึงเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นความเป็นญี่ปุ่นที่สืบทอดมาจนถึงสังคมไทย จากการที่เน้นรสชาติแบบเป็นญี่ปุ่นแท้ ๆ เพื่อรองรับลูกค้าชาวญี่ปุ่นเป็นหลักได้เป็นอย่างดี

ปี พ.ศ. 2526 ที่ภัตตาคารฟูจิ ร้านแรกเปิดขึ้น และไม่ประสบความสำเร็จเลยในช่วง 6 เดือนแรก ก็เนื่องมาจากยังมีการปรุงทำอาหารญี่ปุ่นแบบรสชาติดั้งเดิมอยู่ รวมทั้งอาหาร ก็ยังมีราคาแพงอยู่ เพราะวัตถุดิบ เครื่องปรุง และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในร้านส่วนใหญ่ ก็ยังคงสั่งมาจากประเทศญี่ปุ่น โดยตรงเช่นเดียวกันกับร้านอื่น ๆ และในช่วงระยะเวลาก่อนหน้านี้ แม้ต่อมาฟูจิจะมีการลดราคาอาหารลง และมีการใช้วัตถุดิบ เครื่องปรุง และอุปกรณ์บางอย่างที่ผลิตจากในประเทศไทย หรือที่อื่น ๆ ที่มีราคาถูกกว่า อันเป็นปัจจัยสำคัญให้ราคาถูกลง แต่วัตถุดิบบางประเภท เช่น ปลาทูน่า บริเวณที่มีไขมันมาก หรือที่เรียกว่า โทะโระนั้น ก็ยังมีราคาแพงอยู่ เนื่องจากต้องสั่งมาจากบริษัทในประเทศญี่ปุ่นที่ยังผูกขาดตลาดนี้ทั่วโลกอยู่อีกที่หนึ่ง เป็นต้น นั้น ก็ทำให้อาหารญี่ปุ่นยังมีราคาสูง และรับประทานได้เฉพาะชนชั้นสูง และกลางอยู่อย่างเดิมเท่านั้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้ว่า ไม่ว่าจะอย่างไร อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น ก็ยังคงหนีไม่พ้นความเป็นญี่ปุ่นอยู่ดี

เรื่องเล่าเกี่ยวกับสมาชิกในพระราชวงศ์ซึ่งเป็นลูกค้าคนไทยในยุคแรกของร้านอาหารญี่ปุ่นต่าง ๆ อย่างเช่น การที่ทางร้านได้จัดบริการพิเศษโดยใช้ภาชนะที่สั่งทำเลียนแบบของราชวงศ์ญี่ปุ่นนำมาถวายตามสั่งก็ดี เป็นต้น หรือการที่นักเขียน นักกิน หรือหนังสือต่าง ๆ ให้ข้อมูลแก่คนไทยเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น รวมทั้งธรรมเนียมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้รู้จักอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นมากขึ้น รวมทั้งทำให้สามารถรับประทานอาหารญี่ปุ่นเป็น เช่น วิธีการรับประทาน การเน้นความสวยงามประณีตของอาหารญี่ปุ่น เป็นต้น ก็ดี หรือการแนะนำอาหารญี่ปุ่นทั้งแบบหรุ ๆ เช่น เนื้อมะทึซุสะกะ ฯลฯ หรือแบบไม่หรุ เช่น ราเม็ง ฯลฯ ทั้งที่คนไทยรู้จักกันดี เช่น ซูชิ ฯลฯ หรือไม่รู้จักเท่าไรนัก เช่น นัตโตะ หรือถั่วหมัก ฯลฯ ก็ดี รวมถึงการแนะนำร้านอาหารญี่ปุ่นแบบต่าง ๆ นั้น ก็ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นการสื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำถึงสัญลักษณ์ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่นออกมาแทบทั้งสิ้น

ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ช่วงแรกในสมัยที่ชนชั้นสูงเท่านั้นที่จะมีโอกาสรับประทานอาหารญี่ปุ่น ก็มักจะเป็นการได้รับประทาน หรือนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม จนต่อมาเมื่ออาหารญี่ปุ่นเริ่มแพร่หลายมากขึ้น คนไทย ก็ยังคงนิยมที่จะรับประทานอาหารญี่ปุ่นแบบรสชาติดั้งเดิมอยู่ แต่จะเลือกรับประทานที่ใกล้เคียงกับอาหารที่คุ้นเคยมาก่อน เช่น เพิ่มปุระที่คล้ายกุ้งทอด หรืออาหารย่างประเภทต่าง ๆ เช่น ปลาย่าง ไก่ย่าง เป็นต้น แม้ต่อมาจะเริ่มมีการปรับเปลี่ยนในเรื่อง

รสชาติ รวมทั้งในเรื่องของวัตถุดิบ หรืออื่น ๆ บ้าง แต่ก็ยังคงความเป็นญี่ปุ่นอย่างเป็นหลัก เพราะไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเครื่องปรุง วิธีการปรุง และอื่น ๆ อย่างชัดเจนเท่าไรนัก เนื่องจากลูกค้ากลุ่มใหญ่อีกกลุ่มหนึ่ง นอกเหนือจากชนชั้นสูง และกลางชาวไทยนั้น ก็ยังเป็นกลุ่มคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงาน หรือเดินทางมายังประเทศไทยด้วยกิจอย่างอื่น ๆ ซึ่งยังคงมีความต้องการที่จะรับประทานอาหารญี่ปุ่นแบบเดียวกันกับที่เคยรับประทานในประเทศของตน อย่างเช่น การเน้นรสชาติหวานไว้เป็นต้น อยู่ดี

ปัจจุบัน แม้อาหารญี่ปุ่นจะเป็นที่รู้จัก และนิยมของคนไทยมากขึ้น แต่อาหารญี่ปุ่นที่คนไทยรู้จักนั้น ก็จำกัดเพียงบางชนิด และไม่ทั้งหมดเท่านั้น โดยเฉพาะอาหารที่เป็นประเภทนะเบะ หรืออาหารหม้อร้อนนั้นแทบจะไม่ค่อยเป็นที่รู้จักเลย นอกจากเพียงแค่สุกียากี้ และ ซาซุซามูเท่านั้นที่จะเป็นที่รู้จัก และนิยมรับประทานกัน และถึงแม้จากอดีตจนปัจจุบัน คนไทยจะมีการปรับปากลิ้นให้คุ้นเคยกับอาหารญี่ปุ่นที่มีรสหวานนำแบบอาหารญี่ปุ่นแท้ ๆ มากขึ้น อย่างเช่น การรับประทานเทมปุระจิ้มน้ำจิ้มของเทมปุระเองที่มีรสออกหวานอย่างเอร็ดอร่อยลิ้น รวมทั้งก็ไม่มีใจรังเกียจอาหารดิบอย่างที่ผ่านมา รวมทั้งรับประทานวาซาบิกับอาหารญี่ปุ่นต่าง ๆ ที่คนญี่ปุ่นเองรับประทานกันกับวาซาบิ เช่น ซาซิมิ หรือโซบะเย็น ฯลฯ ได้อย่างไม่เขอะเขิน และคุ้นชินกับรสเผ็ดขึ้นจนกลายเป็นอย่างดีมากขึ้น อันสะท้อนให้เห็นได้ว่า ไม่ว่าอย่างไรก็ตาม คนไทย สังคมไทย และประเทศไทยเอง ก็มีพัฒนาการ และการรับเอาสัญญาณ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่นที่สื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสืบทอดมาจากบริบทสังคมญี่ปุ่นผ่านทางอาหารญี่ปุ่น วัตถุดิบ วิธีการปรุงทำอาหาร เครื่องปรุง อุปกรณ์ ธรรมเนียมปฏิบัติ รสชาติแบบญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี และต่อเนื่องมาอย่างช้านานจนกระทั่งปัจจุบันอีกด้วย

สัญญาณ หรือความหมายการผสมผสานกลมกลืนทางวัฒนธรรม

สัญญาณ หรือความหมายแห่งการผสมผสานทางวัฒนธรรมของอาหารญี่ปุ่น การปรับเปลี่ยนรสชาติให้เข้ากับปากลิ้นคนไทย และต้นกำเนิดของอาหารญี่ปุ่นรสชาติแบบไทย ๆ

จากการศึกษาประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย จะเห็นได้ว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในสังคมไทยนั้น ได้มีการปรับรสชาติอาหาร และองค์ประกอบต่าง ๆ ของร้านบางส่วนให้เข้ากับปากลิ้น และรสนิยมของคนไทยมาต่อเนื่องเป็นระยะเวลาหนึ่งจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการปรับในช่วงแรกนั้น เป็นไปด้วย 2 เหตุผลหลัก อันได้แก่การปรับทางด้านรสชาติ เพื่อให้มีรสชาติถูกปากคนไทยมากขึ้น เช่น การปรุงรสอาหารบางประเภทให้หวานน้อยลง การเพิ่มรสเผ็ดในอาหารมากขึ้น เป็นต้น และการปรับทางด้านวัตถุดิบ เครื่องปรุง และอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วยเหตุผลทางด้านราคาของวัตถุดิบ เพื่อจะได้จำหน่ายได้อย่างถูกลง และมี

ราคาเหมาะสมสำหรับคนไทยส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นชนชั้นกลาง เช่น การใช้มะเขือไทยแทนมะเขือญี่ปุ่น ใช้ข้าวไทยแทนข้าวญี่ปุ่น หรือผสมกับข้าวญี่ปุ่น การใช้เครื่องจาม ตะเกียบที่ผลิตในประเทศไทย หรือใช้ของตะเกียบเป็นแบบสากล เป็นต้น ซึ่งการปรับทั้ง 2 อย่างนั้น มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน คือ การเพิ่มจำนวนคนรับประทานอาหารญี่ปุ่น และจำนวนลูกค้าของร้านอาหารญี่ปุ่นให้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น การปรับสุกี้ก็ให้มีน้ำแกงเยอะขึ้น และอ่อนรสหวานลง ซึ่งทางร้านฮานายาเป็นผู้ถ่ายทอดให้ฟัง เป็นต้น

ร้านโกเบของกลุ่มฟูจิ-ซึคิจิ ซึ่งเป็นเจ้าของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิด้วย ก็เป็นจุดเริ่มต้นแรกของการปรับอาหารญี่ปุ่นให้เข้ากับปากลิ้นคนไทยมากขึ้น ก่อนที่จะก่อร่างอย่างเข้มแข็ง เป็นจริงเป็นจัง และประสบความสำเร็จอย่างสูงกับฟูจิ อย่างเช่น การทำอาหารประเภท ทะตะกิ (Tataki) หรือยำอาหารทะเลดิบให้ถูกปากลูกค้าชาวไทยที่ไม่คุ้นกับอาหารญี่ปุ่นมากขึ้น โดยมีการใส่พริกใส่กระเทียมเข้าไป เป็นต้น รวมทั้งการปรับร้าน และอุปกรณ์ภายในร้าน เพื่อรองรับธรรมเนียมแบบไทย เช่น การหาซื้อส้มไว้รองรับผู้ที่ไม่ใช่ตะเกียบ เป็นต้น ในขณะเดียวกัน คนไทยในฐานะผู้รับประทานเองนั้นก็ปรับเปลี่ยนให้คุ้นเคย ปรับตัว และปรับวิธีทางให้รับกับอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นมากขึ้น เช่น การรับประทานได้ทั้งอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมทั้งในเรื่องของรสชาติ และวัตถุดิบ และการรับประทานวาซาบิกับอาหารประเภทที่คนญี่ปุ่นไม่รับประทานกันกับวาซาบิด้วย เช่น อาหารประเภทหม้อร้อนต่าง ๆ รวมทั้งการพยายามเรียนรู้การหั่นตะเกียบแบบไม่หัก การนิยมการนั่งแบบห้อยขา การรับประทานโดยใช้ตะเกียบ เป็นต้นนั้น ก็ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการที่คนไทยกับอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยต่างก็ปรับตัวเข้าหากัน และอยู่ร่วมกันได้เป็นอย่างดี

อนาคต จึงได้มีการคาดหมายว่า ยิ่งอาหารญี่ปุ่นราคาถูกลงเท่าใด คนไทยก็ยิ่งจะรู้จักอาหารญี่ปุ่นมากขึ้น และน่าจะมีการปรับให้เข้าหากันทั้งในส่วนของการปรับอาหาร วัตถุดิบ เครื่องปรุง วิธีการปรุง รสชาติ และร้าน รวมทั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องเข้ากันกับปากลิ้น ธรรมเนียมปฏิบัติ และวิถีชีวิตที่คุ้นเคยของคนไทยอย่างเหมาะสม และลงตัว ดังเช่น การที่แมคโดนัลด์ผลิตสินค้าประเภทเบอร์เกอร์กะเพราต่าง ๆ เป็นต้น มากขึ้น รวมถึงตัวของคนไทยเองในฐานะคนรับประทานนั้น ก็น่าจะมีการปรับเปลี่ยน และการรับประทานให้สามารถรับประทานอาหารญี่ปุ่นได้อย่างหลากหลาย และถูกต้องตามแบบความเป็นญี่ปุ่น หรือสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยที่คุ้นเคย หรือสร้างเป็นแบบเฉพาะตัวของแต่ละคนมากขึ้น อันสะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายการผสมผสานทางวัฒนธรรมของอาหารญี่ปุ่นกับวัฒนธรรมไทยได้เป็นอย่างดี

สัญญา หรือความหมายแห่งสุขภาพ

อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในไทย : การสืบทอดสัญญา หรือความหมายแห่งสุขภาพจากบริบทสังคมญี่ปุ่น

จากบทความในหนังสือแนะนำประเทศญี่ปุ่นภาคภาษาไทยของสถานศึกษาวัฒนธรรมญี่ปุ่นประเทศไทย ปี พ.ศ. 2483 ในตอนท้ายของบทความที่จบลงด้วยการโฆษณาชวนเชื่อที่ว่าดีต่อสุขภาพตามกระแสชาเขียวในปัจจุบันนี้ อันมีเนื้อหาว่า “คนญี่ปุ่นสามารถดื่มน้ำชา เพื่อความสดชื่นแห่งร่างกายของตนได้ตลอดทั้งปี ทั้งนี้ เพราะชาของญี่ปุ่นมีวิตามินผสมอยู่ด้วยเป็นอันมาก”⁹ นั้น สะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนถึงความมีประโยชน์ และดีต่อสุขภาพของเครื่องดื่มอย่างชาเขียว อันเป็นเอกลักษณ์ และความเป็นญี่ปุ่นของญี่ปุ่นอย่างหนึ่ง ที่ในการวิจัยวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ได้รวมเอาอาหารญี่ปุ่นกับเครื่องดื่มญี่ปุ่นเข้าไว้ด้วยกันเป็นนิยามศัพท์คำเดียวที่ว่า อาหารญี่ปุ่น ยังการเกิดขึ้น และแพร่กระจายของกระแสโลกาภิวัตน์ที่ได้นำเอากระแสความนิยมสุขภาพ หรือบริโภคนิยมชาเขียวเข้ามา ซึ่งเน้นการสนับสนุนว่า การบริโภคชาญี่ปุ่น มีสารโอมะก้า 3 ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกาย รวมทั้งผักที่ช่วยระบบขับถ่าย ป้องกันมะเร็ง และโรคต่าง ๆ รวมถึงการที่อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย ได้สืบทอดเอาวัตถุดิบ เครื่องปรุง วิธีการปรุงทำอาหาร อุปกรณ์ในการรับประทาน และอุปกรณ์อื่น ๆ จากบริบทสังคมญี่ปุ่นมาใช้้อย่างเป็นหลัก แม้จะมีการปรับเปลี่ยนบ้างก็ตาม ก็ล้วนแต่สะท้อน และเชื่อมโยงให้เห็นถึงการสื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญญา หรือความหมายแห่งสุขภาพ จากการบริโภคอาหารประเภทปลา และผักที่สด และเป็นธรรมชาติ ไม่ปรุงแต่งสักเท่าไร โดยเฉพาะการไม่ใช้น้ำมันเป็นหลักในการประกอบอาหารการดื่มชาเขียว การใช้อุปกรณ์การรับประทานที่ใกล้ชิดธรรมชาติ เช่น ตะเกียบ หรือชามดินเผานั้น ก็ล้วนแต่เป็นประโยชน์ และดีต่อสุขภาพยิ่ง

สัญญา หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจในสังคมไทย ยุคต้นของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในไทย สัญญาความหมายแห่งชนชั้นสูง

จากการวิเคราะห์วิวัฒนาการอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยทำให้ผู้วิจัย พบว่า เมื่ออาหารญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นครั้งแรก จนกระทั่งปัจจุบันนั้น ได้มีการเกิดขึ้น พัฒนาการ และการแปรเปลี่ยนของสัญญา หรือความหมายอย่างมากมายหลากหลาย

⁹ เบียวโด ซ็อโซ, อาหารการกิน (พระนคร: สถานศึกษาวัฒนธรรมญี่ปุ่น, 2483), น. 15-18, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 29.

ซึ่งสัญญา หรือความหมายหนึ่งที่มีรายละเอียดเพิ่มเติม และแตกต่างจากในบริบทสังคมญี่ปุ่นอย่างชัดเจนที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ออกมาในลำดับต้นนี้ ก็คือ สัญญา หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจอันแบ่งออกได้ และมีรายละเอียด ดังนี้

สัญญา หรือความหมายแห่งชนชั้นสูงในรั้วในวัง และกลุ่มชนตัวแทนจากต่างชาติ

จากประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในไทย ทำให้เราได้รับรู้ว่า คนไทยได้มีโอกาสรู้จักเฉพาะตัวของอาหารญี่ปุ่นเองมาอย่างช้านานตั้งแต่สมัยอยุธยา แม้ว่าจะยังอยู่ในวงจำกัดแค่ชนชั้นสูง หรือชนบางกลุ่มเท่านั้นในระยะแรก ซึ่งชนชั้นสูงกลุ่มแรกที่เราจะกล่าวถึงนี้ประกอบด้วย ชนชั้นสูงในรั้วในวัง และกลุ่มชนตัวแทนจากต่างชาติ อย่างเช่น คณะทูต เป็นต้น

สมัยพระนารายณ์มหาราชได้มีชาวญี่ปุ่นเข้ามาอยู่อาศัยในพระนครศรีอยุธยาเป็นจำนวนหนึ่ง โดยท่านท้าวทองกีบม้าภริยาของเจ้าพระยาวิชเยนทร์ (ฟอลคอน) ข้าราชการชั้นสูงท่านหนึ่งในสมัยนั้น มีมารดาเป็นชาวญี่ปุ่น ชื่อสกุลยามาคะ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการนำอาหารญี่ปุ่นเข้ามาสู่ตำรับ หรืองานต่าง ๆ ในรั้วในวังขณะนั้น เพราะเจ้าพระยาวิชเยนทร์เป็นผู้มีหน้าที่หลักในการจัดการด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะทางด้านเกี่ยวกับอาหารการกิน อย่างเช่น เวลาที่สมเด็จพระนารายณ์มหาราชจัดพระราชทานเลี้ยงอาหารแก่คณะทูต อันสอดคล้องกับที่บาทหลวงเดอซัวซีย์ทำการบันทึกเกี่ยวกับอาหารที่นำมาเลี้ยงในงานว่ามีอาหารญี่ปุ่นร่วมอยู่ด้วยไว้ดังนี้ “สตูว์ญี่ปุ่นนั้นดี” ซึ่งปราชินทร์ เครือทอง ได้ทำการสันนิษฐานว่า ท้าวทองกีบม้า น่าจะเป็นผู้ทำ¹⁰ สตูว์ญี่ปุ่นที่กล่าวถึงและสตูว์ญี่ปุ่นนี้ น่าจะหมายถึง สุกียากี้ (Sukiyaki) ของชาวญี่ปุ่นนั่นเอง แม้ว่าจะยังไม่มีหลักฐานยืนยันเกี่ยวกับเรื่องนี้ชัดเจนเท่าไหร่นัก อีกทั้งยังมีบันทึกอีกว่า ครั้งหนึ่งเจ้าพระยาวิชเยนทร์ได้จัดส่งเบียร์ญี่ปุ่นเป็นของกำนัลแก่คณะทูตด้วย

ต่อมาเมื่อถึงสมัยรัตนโกสินทร์ อาหารญี่ปุ่นก็ยังคงไม่เป็นที่รู้จักเท่าไหร่นัก กลุ่มคนไทยบางกลุ่มที่มีโอกาสได้รับประทานอาหารญี่ปุ่น ก็ยังคงเป็นคนที่มิมีสถานะสูง อันได้แก่ พระราชวงศ์ หรือคนในราชสำนักเท่านั้น ด้วยความที่เป็นของแปลก และมีวัตถุดิบในการปรุงทำมาจากแดนไกล ซึ่งราคาแพง กลุ่มคนที่ได้รับประทานอาหารญี่ปุ่นจึงมีเพียงกลุ่มเหล่านี้เท่านั้น โดยสิ่งยืนยันว่าอาหารญี่ปุ่นมีการกล่าวถึง และถูกนำมารับประทานในพระราชวงศ์ และราชสำนัก ก็คือ บทหนึ่งในกาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน ซึ่งเป็นบทพระราชนิพนธ์ของรัชกาลที่ 2 ที่กล่าวว่า

ข้าใหญ่ใส่สารพัด วางจานจัดหลายเหลื้อตรา
รสดีด้วยน้ำปลา ยี่ปุ่นล้ำยาชวนใจ

¹⁰ เรื่องเดียวกัน, น. 27-29.

น้ำปลาญี่ปุ่นนี้ ปัจจุบัน เรียกว่า ซีอิ๊วญี่ปุ่น หรือก็คือ โชยุ ในสังคมญี่ปุ่น ซึ่งใช้ทั่วเหลือง เป็นวัตถุดิบนั่นเอง แต่นอกจากนี้ ก็ไม่มีการพบว่าในกาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวานนั้นมีการกล่าวถึง อาหารญี่ปุ่นอื่น ๆ อีก จึงคาดว่า ในขณะเวลานั้น อาจจะมีการนำเอาซีอิ๊วญี่ปุ่นมาใช้เป็นเพียง ส่วนประกอบหนึ่งในการปรุงอาหารของสำหรับอาหารในวังในวังเท่านั้น แม้อาจจะยังมีการรับประทาน อาหารญี่ปุ่นอื่น ๆ ด้วยก็ตาม

ชนชั้นสูงกลุ่มอื่น ๆ กับอาหารญี่ปุ่น

นอกจากดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีสิ่งที่ยืนยันถึงเรื่องที่ว่าอาหารญี่ปุ่นเป็นอาหาร ของชนชั้นสูงกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมไทยอยู่อีกด้วย อันได้แก่ ชาวไทยผู้ที่มีโอกาสได้เดินทางไปศึกษา เล่าเรียน หรือทำการอื่น ๆ ที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้รับการยืนยันจากบันทึกเกี่ยวกับเรื่องเล่าเมื่อแรกที่ ได้รับประทานอาหารญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2446 หรือเมื่อ 100 ปีก่อน ของนางสาวจร ทับเป็นไทย (ท่านผู้หญิงจร ะรัตราชา) นักเรียนไทยในญี่ปุ่นรุ่นแรกที่น่ามาเล่าให้ลูกของท่านฟังต่อมา

สมัยรัชกาลที่ 7 ราวปี พ.ศ. 2471 ก่อนเกิดสงครามโลกครั้งที่สอง จีน และสยามได้ทำ การบอยคอตสินค้าญี่ปุ่น ซึ่งเหตุการณ์นี้ขยายส่งผลให้นายห้างจีนบางคนที่อาศัยอยู่ในสยามประเทศ ไม่ยอมรับประทานอาหารญี่ปุ่น เมื่อมีอาหารญี่ปุ่นขึ้นโต๊ะกันเลยทีเดียว¹¹

อันสามารถกล่าวสรุปได้ว่า ในช่วงก่อนหน้าของสงครามโลกครั้งที่สอง หากสามัญชน ชาวไทยชนชั้นสูงกลุ่มอื่น ๆ ที่ได้มีโอกาสรู้จักสัมผัสกับชาวญี่ปุ่น หรือประเทศญี่ปุ่น ทั้งใน ประเทศญี่ปุ่น และโดยเฉพาะในประเทศไทยนั้น จะได้มีโอกาสรับประทานอาหารญี่ปุ่น ก็คือ ต่อเมื่อชาวญี่ปุ่นเหล่านั้นเป็นผู้ปรุงทำให้รับประทานเอง ซึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากในขณะนั้น ยังไม่ มีร้านอาหารญี่ปุ่นเกิดขึ้นในประเทศไทยนั่นเอง

ต่อมานักกินที่รู้จักรสชาติอาหารญี่ปุ่นชั้นประณีต อย่างเช่น พิชัย วาสนาส่ง ได้เขียนให้ ข้อมูลแก่คนไทย เพื่อที่จะได้รับประทานอาหารญี่ปุ่นเป็น โดยเขียนเกี่ยวกับประเด็นในเรื่องของ อาหารญี่ปุ่นในหนังสือ ข้างครัว ซึ่งมีข้อความที่สะท้อน และสนับสนุนให้เห็นว่า อาหารญี่ปุ่นนั้น เป็นอาหารของคนชั้นสูงเช่นเดียวกันอีกด้วย ซึ่งในข้อความกล่าวไว้ว่า “ผู้มีอันจะกินยังแสวงหา อาหารรสเลิศรับประทานกัน และอาหารญี่ปุ่นก็เป็นประเภทหนึ่งที่พวกเขาแสวงหา” ซึ่งยังสามารถ พบเห็นได้อีกจากบทความแนะนำอาหารหรรษา ของเขาตามหน้าหนังสือพิมพ์เป็นประจำ ดังเช่น เนื้อ มะที่ซุสะกะ (Matsuzakagyu) ลงในกรุงเทพธุรกิจฉบับวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2546 โดยอาหารที่ ชนชั้นสูงชาวไทยรับประทานกันนั้น ส่วนใหญ่ได้แก่ อาหารประเภทที่คนญี่ปุ่นไม่ได้รับประทาน กันเป็นประจำตามบ้าน แต่เป็นอาหารอันประณีต และที่ประเทศญี่ปุ่นเองนั้น อาหารดี ๆ เหล่านี้ก็มี

¹¹ พรณี บัวเล็ก, จักรวรรดินิยมญี่ปุ่นกับการพัฒนาทุนนิยมไทย (กรุงเทพมหานคร: คอมแพคพริ้นท์, 2540), อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 27-29.

ราคาแพงกว่าอาหารทั่วไปมาก นอกจากนี้ อาหารธรรมดาของญี่ปุ่น ก็เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้มีสถานภาพทางสังคมสูงด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น นัตโตะ หรือถั่วหมัก เป็นต้น

แรกเริ่มร้านอาหารญี่ปุ่น พื้นที่การกินของชนชั้นสูงชาวไทย ชาวญี่ปุ่น และชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย : การเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายในการเป็นอาหารของชนชั้นสูง ทั้งเชื้อพระวงศ์ และกลุ่มอื่น ๆ

หากจะกล่าวถึงว่าแรกเริ่มนั้น ร้านอาหารญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ เริ่มเปิดเมื่อใดไม่มีหลักฐานยืนยันอย่างแน่ชัด แต่จากคำบอกเล่าของคนรุ่นเก่ามีการบอกว่าตั้งอยู่ข้างโรงแรมเอราวัณ¹²

ร้านอาหารญี่ปุ่นที่เก่าแก่ที่สุด ซึ่งยังเปิดบริการอยู่ ก็คือ ภัตตาคารฮานายา (Hanaya) ที่สี่พระยา เปิดเมื่อ พ.ศ. 2481 แต่เดิมตั้งอยู่ที่ตึกแถวด้านติดถนนสี่พระยา เมื่อทหารญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาประจำการในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2484 ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง มาตั้งค่ายอยู่ที่แถวเยาวราช ก็จะมารับประทานอาหารญี่ปุ่นที่ร้านนี้เป็นประจำ และเมื่อครั้งที่ถนนสี่พระยาเป็นศูนย์กลางของบริษัญี่ปุ่น เช่น มิทซึบิซัน (Mitsubussan) ร้านฮานายาก็ได้รองรับแต่ลูกค้าญี่ปุ่นเหล่านี้เท่านั้น โดยในส่วนของลูกค้าไทยในช่วงแรกนี้ จะเป็นนักเรียนเก่าญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันร้านนี้ตกทอดกันมาในหมู่เครือญาติ และดำเนินการมาจนปัจจุบัน

นอกจากนี้ คุณ “ปิ่นโตเถาเล็ก” (บุตรชายคนเล็กของ มรว. ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์) ยังได้เล่าเรื่องอย่างสอดคล้องเกี่ยวกับแรกเริ่มของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นไว้ในหนังสือพิมพ์มติชนว่า

“ชอบรับประทานอาหารญี่ปุ่นมาตั้งนาน พอเริ่มจำความได้พ่อก็พาตะลอนไปรับประทานที่ภัตตาคารญี่ปุ่นในห้างไคมารู เมื่อเกือบสี่สิบปีมาแล้ว”¹³

ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา ก็เริ่มมีร้านอาหารญี่ปุ่นเปิดขึ้นตามมาเรื่อย ๆ อีกหลายร้าน แต่ยังมีราคาแพงเนื่องจากวัตถุดิบล้วนต้องนำเข้ามาจากญี่ปุ่น คนไทยที่รับประทานมักจะเป็นผู้มีฐานะ ร้านในยุคนี้ ก็อย่างเช่น ร้านอะกะมอน (Akamon) ที่สุขุมวิทซอยหก (ปัจจุบันเลิกกิจการแล้ว) ดะอิโกะกุ (Daikoku) ซึ่งตั้งอยู่บนบริเวณตึกอับดุลราฮิมในปัจจุบัน ร้านโทะกูงะวะ (Tokugawa) ในโรงแรมแอมบาสเดอร์ ร้านโชกุน (Shougun) ในโรงแรมดุสิตธานี เป็นต้น อันสอดคล้องกับการเล่าของคุณปิ่นโตเถาเล็กอีกเช่นกัน ที่เล่าว่า

¹² ชมนาด ศีติสาร และ วรวิทย์ จิราสมบัติ, วิวัฒนาการอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย, น. 32.

¹³ เรื่องเดียวกัน, น. 29.

ลองไล่เรียงจากความทรงจำ ครอบครัวเรานิยมไปรับประทานอาหารที่โรงแรมนิวอัมรินทร์ ซึ่งปิดไปแล้ว อีกแห่ง คือ กัศดาการโตกุกาวาที่โรงแรมแอมบาซาเดอร์ สมัยเมื่อยี่สิบกว่าปีก่อน และกัศดาการโซกุนอันเลื่องลือที่โรงแรมคุสิดธานี ในเครือนี้ยังมีร้านมิยูกิที่โรงแรมรอยัลปรีนเซสเชียงใหม่เป็นที่โปรดปรานของคุณชาย (มรว.ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์) อีกด้วย¹³

สิ่งที่ช่วยเน้นย้ำการสื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำถึงสัญญา หรือความหมายของร้านอาหารญี่ปุ่น และอาหารญี่ปุ่นในยุคแรกเริ่มที่มีความเป็นอาหาร และสถานที่ของชนชั้นสูง ทั้งเชื้อพระวงศ์ และกลุ่มอื่น ๆ นั้นที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ก็คือ เรื่องเล่าเกี่ยวกับสมาชิกในพระราชวงศ์ ซึ่งเป็นลูกค้ายกคน ไทยกลุ่มหลักในยุคก่อนที่ชนชั้นกลางจะนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นจากร้านอาหารญี่ปุ่นต่าง ๆ ในเวลาต่อมา

จากเรื่องเล่าของเจ้าของร้านฮานายารุ่นปัจจุบันที่เล่าว่า เมื่อสมัยนายโมะริโซะโนะ (Morizono) เจ้าของร้านรุ่นที่สองยังมีชีวิตอยู่ ในวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทางสำนักพระราชวังได้สั่งอาหารจากทางร้านเข้าไปในวัง และสมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณฯ ก็ทรงเสด็จพระราชดำเนินมาที่ร้านอย่างบ่อยครั้ง สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ และพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลีฯ ก็ทรงเป็นแขกประจำของทางร้านเช่นเดียวกัน

ปัจจุบัน หม่อมศรีรัศมิ์ มหิดล ณ อยุธยา ก็ได้สั่งอาหารญี่ปุ่นจากทางร้านเข้าวังอยู่เป็นประจำ ซึ่งทางร้านได้จัดบริการพิเศษโดยใช้ภาชนะที่สั่งทำเลียนแบบของราชวงศ์ญี่ปุ่นไปถวายด้วย

ต่อมาเมื่อร้านนิปปนเตะอิ ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2530 อันมีชื่อเสียง และได้รับความนิยมมาก เปิดสาขาราชดำเนินเมื่อปี พ.ศ. 2534 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ ได้ทรงเสด็จพระราชดำเนินมาที่ร้าน และทางร้านได้ทำการอัญเชิญพระฉายาลักษณ์ตอนวันเสด็จพระราชดำเนินมาขึ้นไว้ในร้านจนกระทั่งปัจจุบัน ซึ่งความมีชื่อเสียงของนิปปนเตะอินั้น ทำให้เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ที่สถานทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทยได้จัดงานเลี้ยงในโอกาสเฉลิมฉลองพระชนมพรรษาครบ 70 พรรษาของสมเด็จพระจักรพรรดิ อาหารญี่ปุ่นของร้านนิปปนเตะอิ จึงถูกสั่งมาเป็นอาหารในงานเลี้ยงครั้งนั้นด้วย

ร้านของกลุ่มฟูจิ-ซึคิจิรูป ร้านแรกที่ใช้ชื่อว่า “ไทยซึคิจิ” ซึ่งตั้งอยู่ที่ซอยธนียะ บริเวณย่านสีลม ซึ่งเป็นใจกลางของกรุงเทพมหานครนั้น วัตถุประสงค์การเปิดในระยะแรกนั้น ก็เพื่อบริการลูกค้าชาวญี่ปุ่นด้วยกันเองเป็นหลัก ซึ่งก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี และเป็นที่เลื่องลือในหมู่ชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาทำงาน หรือท่องเที่ยวในประเทศไทยในบริเวณย่านดังกล่าวอย่างมาก ร้านอีกร้านหนึ่งของกลุ่มที่ชื่อ “ชินไดโกกุ” ที่ตั้งอยู่ในบริเวณย่านสวนลุมพินีภายในตึกอันเป็นที่ตั้งของตึกอับดุลลาฮิมในปัจจุบัน ซึ่งต่อมาได้ย้ายไปอยู่บริเวณย่านอโศก รวมทั้งอีกร้านหนึ่งที่ชื่อ “โกเบ”

¹³ เรื่องเดียวกัน, น. 29.

บริเวณย่านสยามสแควร์นั้น ก็ถูกเปิดขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าระดับสูง หรือกลุ่มผู้บริหารอย่างเป็นหลักโดยเฉพาะเช่นกัน¹⁴ โดย อมรพันธ์ ฐนสิงห์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท TSUKIJI GROUP ได้กล่าวเพิ่มเติมถึงร้านชินไดโกกุในประเด็นของการเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นสำหรับคนญี่ปุ่น และชนชั้นสูงอย่างสอดคล้องไว้ว่า “ระยะเริ่มแรกของกลุ่มได้มีการเปิดภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นชื่อ ชินไดโกกุเป็นภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นที่หรูหราที่สุดในยุคนั้น เน้นกลุ่มเป้าหมายชาวญี่ปุ่นที่มาอยู่เมืองไทย ทำให้ลูกค้าประจำส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักธุรกิจ และนักการเมืองทั้งไทย และญี่ปุ่น ซึ่งก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างดี¹⁵

เรื่องเล่าต่าง ๆ ที่กล่าวถึงมาทั้งหมดนี้เป็นการยืนยันว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นนั้น ยังคงเป็นอาหาร และพื้นที่ของชนชั้นสูงจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไม่เสื่อมคลาย และกล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งชนชั้น และอำนาจของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในยุคแรกเริ่มที่เป็นการสื่อถึงสัญลักษณ์ หรือความหมายของความเป็นอาหาร และพื้นที่ของชนชั้นสูงได้เป็นอย่างดี

การปรับเปลี่ยนสัญลักษณ์ หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย : จากสัญลักษณ์หรือความหมายตัวแทนแห่งชนชั้นสูงขยายเพิ่มเติมสู่สัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งชนชั้นกลาง

ช่วงปี พ.ศ. 2520 ร้านอาหารญี่ปุ่นเริ่มมีการเปิดกันอย่างมากขึ้น สาเหตุหนึ่ง ก็เนื่องมาจากการที่มีคนญี่ปุ่นเข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้น แม้ว่าราคาของอาหารนั้นยังค่อนข้างจะแพงอยู่ แต่ก็เริ่มมีคนไทยหันมารับประทานอาหารญี่ปุ่นกันอย่างเพิ่มเติมจากคนญี่ปุ่น และคนต่างชาติที่คุ้นเคยกับอาหารญี่ปุ่นคืออยู่แล้วมากขึ้น นอกเหนือจากชนชั้นสูงในประเทศไทย และชนชั้นสูงที่เคยเดินทางไปศึกษา หรือเดินทางไปด้วยกิจอย่างอื่น ๆ ที่ประเทศญี่ปุ่น

เริ่มต้นจากการที่พนักงาน หรือลูกค้าของบริษัทญี่ปุ่นได้มีโอกาสลองชิมอาหารญี่ปุ่นเมื่อบริษัทญี่ปุ่นเหล่านั้นจัดเลี้ยง หรืออาจจะเกิดจากการที่เจ้านายพาไปเลี้ยงแล้วเกิดติดใจ จนพาครอบครัว และเพื่อนมารับประทานกันบ้างอย่างเป็นครั้งคราว ทำให้เมื่อถึงปี พ.ศ. 2521 นั้น มีร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิกของหอการค้าญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ จำนวนถึง 21 ร้านเลยทีเดียว

ต่อมาในปี พ.ศ. 2526 ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ (Fuji Japanese Restaurant) ร้านแรกเปิดขึ้นที่เซ็นทรัลลาดพร้าว โดยในช่วง 6 เดือนแรกนั้น ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทางร้านจึงได้เริ่มมีการปรับรสชาติอาหารให้เข้ากับปากลิ้นของคนไทยมากขึ้น ต่อมาภายหลัง ยังได้มีการลดราคาอาหารของทางร้านลงจากราคาอาหารญี่ปุ่นทั่วไปร้านอื่น ๆ ทำให้ชนชั้นกลางนิยมเข้ามารับประทานกัน

¹⁴ “ประวัติและความเป็นมาของร้านฟูจิ,” <http://www.shindaikoku.com/about_us/history_c.php>, เมษายน 2548.

¹⁵ “NEW WAVE,” *Marketeer* 1 (กรกฎาคม 2543):46-47.

มากขึ้น เพราะเพียงแค่ 100 กว่าบาทต่อคนนั้น ก็สามารถที่จะสั่งอาหารญี่ปุ่นแบบเป็นชุดมารับประทานกันได้แล้ว ยิ่งในปัจจุบันทางเจ้าของได้จัดตั้งบริษัท Tana Food & Beverage Delivery Center เพื่อซื้อวัตถุดิบจากที่ต่าง ๆ ทั่วโลก ส่งผลทำให้สามารถปรับราคาอาหารญี่ปุ่นในร้านได้ถูกลงกว่าอาหารญี่ปุ่นในสมัย 30 ปีก่อนมาก จนทำให้อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิกลายเป็นที่นิยมกันในหมู่ชนชั้นกลางอย่างแพร่หลายดังที่เห็นในปัจจุบันในที่สุด รวมทั้งยังเป็นผู้สร้าง และขยายกระแสให้อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นอื่น ๆ ได้รับความนิยม และแพร่หลายในหมู่ชนชั้นกลางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากอิทธิพลจากสื่อ และสื่อมวลชนที่ได้กล่าวมาแล้วอีกด้วย

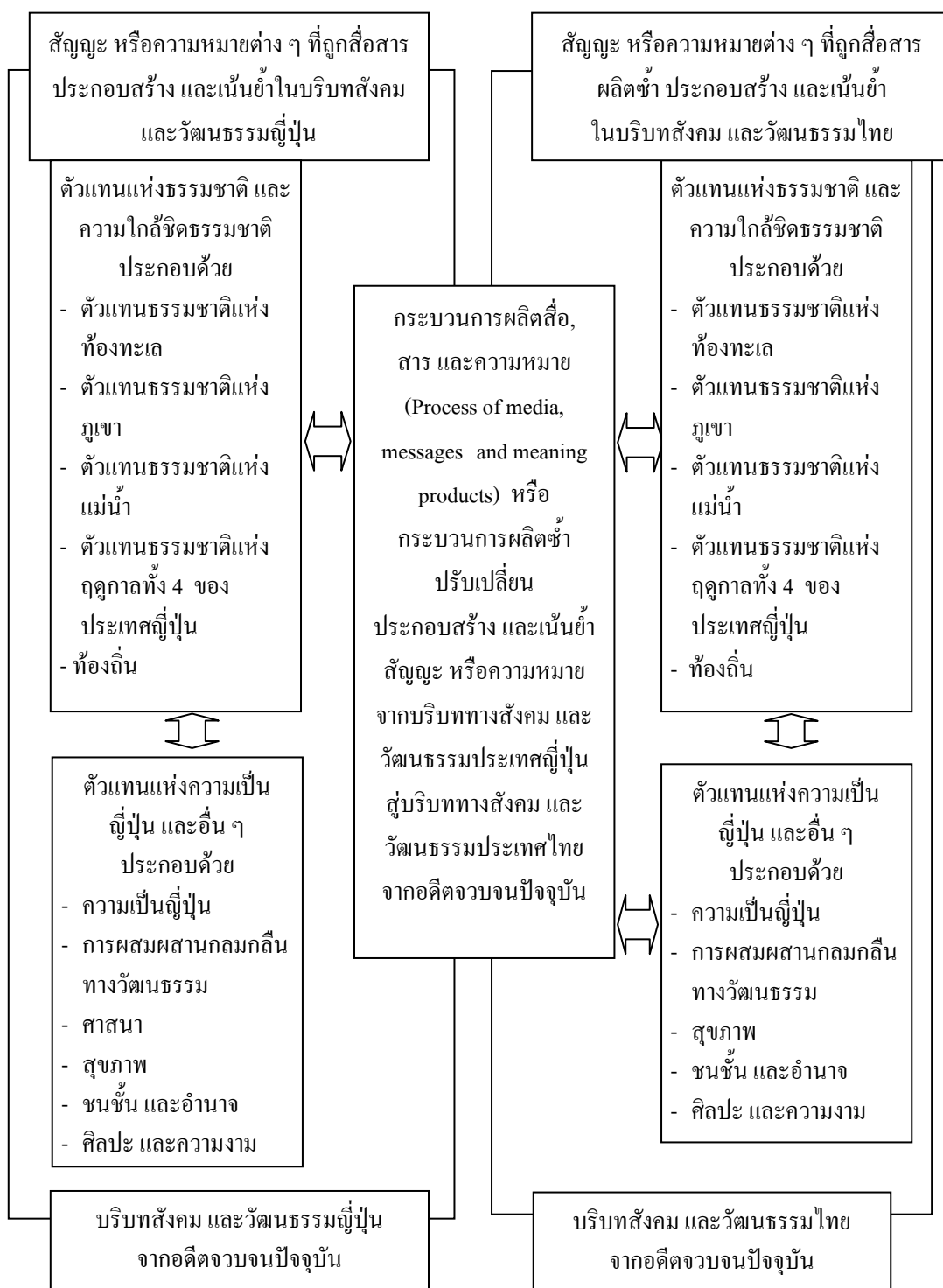
ปัจจุบัน กิจการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิยังคงเจริญก้าวหน้าอยู่อย่างต่อเนื่อง จนมีสาขาอยู่ทั้งสิ้นถึง 29 สาขา และกำลังจะเปิดสาขาที่ 30 รวมถึงสาขาต่อ ๆ ไปอีกในเร็ววันนี้ด้วย อันสามารถพูดได้ว่า ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจินั้น เป็นผู้ก่อให้เกิดการเริ่มต้นปรับเปลี่ยนอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นให้กลายมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม และสินค้าสัญลักษณ์ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่การสื่อสารที่สื่อสาร ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายแห่งชนชั้นกลาง จากการกลายเป็นอาหารที่ชนชั้นกลางนิยมรับประทาน รวมทั้งสามารถรับประทาน และเข้าถึงกันได้อย่างแพร่หลายมากขึ้น โดยกลยุทธ์ทางการตลาดขั้นต่อไปอย่างหนึ่งของทางร้านที่จะนำมาใช้ ก็คือ การพยายามปรับราคาลงจากเดิมอีกเพื่อขยายฐานตลาดไปสู่ด้านล่าง เพิ่มเติมจากตลาดชนชั้นกลางที่พวกเขาประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีแล้วอีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ เป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยทำการเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ หรือภัตตาคารฟูจิอาหารญี่ปุ่นเป็นตัวแทนร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ และพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้

จากความก้าวหน้า และประสบความสำเร็จของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ ส่งผลให้ในเวลาต่อมาได้มีร้านอาหารญี่ปุ่นเกิดขึ้นมามากมายหลากหลายประเภท ยิ่งภายหลังจากปี พ.ศ. 2540 ก็ยังมีร้านอาหารญี่ปุ่นเกิดขึ้นอีกมากมาย ทั้งที่เจ้าของเป็นคนญี่ปุ่น และที่เจ้าของไม่ได้เป็นญี่ปุ่น อาจจะเคยอยู่ หรือเดินทางไปญี่ปุ่นมา ก็เลยมาเปิดร้านขึ้น โดยร้านต่าง ๆ ก็มีเกิดขึ้นอย่างมากมายหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นร้านราเม็ง ซึ่งแม้จะไม่ใช่อาหารญี่ปุ่นแท้โดยตรง แต่ผู้คนชาวไทยก็รู้จักกันในฐานะของอาหารญี่ปุ่นอย่างหนึ่ง อันเป็นร้านอาหารเฉพาะประเภทอย่างเช่นที่มีมากมายในประเภทญี่ปุ่นเริ่มมีมากขึ้นเรื่อย เช่น ร้านฮาจิบังราเม็ง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีร้านอาหารประเภทอื่น ๆ เกิดขึ้นอีกมากมาย เช่น ร้านขายโอโคโนมิยากิ หรือพิซซ่าญี่ปุ่น เป็นต้น โดยเฉพาะร้านแบบบุฟเฟต์ อย่างเช่น ร้านโออิชินั้น ก็ได้ทำให้กระแสอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นทั้งตัวของโออิชิเอง และร้านอื่น ๆ ได้กลายเป็นที่นิยมมากขึ้น และแพร่หลายกลายเป็นอาหารของชนชั้นกลางที่สื่อถึงสัญลักษณ์ความหมายแห่งชนชั้นกลางอย่างสมบูรณ์ต่อมาจากที่ฟูจิได้สร้างไว้ในที่สุด

จากเนื้อหารายละเอียดกลุ่มสัญลักษณ์ หรือความหมายต่าง ๆ ของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นที่ค้นพบในบริบทสังคมไทยทั้งหมดนี้ ซึ่งนำเสนอไปในข้างต้น สามารถสรุปพัฒนาการ และการปรับเปลี่ยนออกมาเป็นแผนภูมิได้ดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 4.2

การปรับเปลี่ยนสัญญาณ หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในฐานะสินค้า
สินค้าทางวัฒนธรรม และสินค้าสัญญาณ ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่
การสื่อสารจากบริบทสังคมวัฒนธรรมญี่ปุ่นสู่บริบทสังคมวัฒนธรรมไทย



สรุปท้ายบท

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นในบทที่ 4 นี้ สามารถสรุปได้ว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นในฐานะของวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่นอย่างหนึ่งในบริบทสังคม และวัฒนธรรมประเทศญี่ปุ่น และสังคมไทยนั้น จึงอยู่ในสถานะของการเป็นสื่อ และสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีการประกอบสร้าง ผลิตซ้ำ และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายต่าง ๆ ทั้งจากตัวของอาหาร และร้านอาหารเอง และจากที่ผู้อื่น ๆ อย่างเช่น พ่อครัว หรือผู้ปรุงทำอาหาร หรือเจ้าของร้าน ฯลฯ มาประกอบสร้าง และเน้นย้ำไว้ให้หลากหลาย ดังที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ และนำเสนอไว้ในข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นประเพณี ชาติ ศาสนา ชนชั้น ศาสนา ฯลฯ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสัญลักษณ์ หรือความหมายความเป็นญี่ปุ่น ผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ ทั้งอิทธิพลของวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ การเมืองในยุคสมัยต่าง ๆ การให้ความหมายของกลุ่มชนชั้นผู้มีอำนาจ และอิทธิพลในแต่ละยุคสมัยผ่านพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น พิธีกรรมทางศาสนา เป็นต้น การปรุงแต่งการทำอาหาร หรือการตกแต่งร้าน ฯลฯ ตั้งแต่สมัยอดีตจนกระทั่งถึงปัจจุบัน สอดคล้องกับที่ ภาวิวรรณ นรพัฒน์ ได้ทำการศึกษา และกล่าวไว้ว่า อาหารมีมิติความเป็นวัฒนธรรมในตัวเองอยู่ควบคู่กับประโยชน์ใช้สอย รวมถึงสามารถทำหน้าที่เป็นสื่ออย่างหนึ่งได้ เพราะว่าอาหารสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อ (Food as media) ในการสื่อสารความหมาย สะท้อนความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนสภาพสังคมได้อีกทางหนึ่ง¹⁶ นอกเหนือจากสื่ออื่น ๆ รวมทั้งยังสอดคล้องกับคำกล่าวของ Roland Barthes ที่ว่า อาหารเป็นสิ่งจำเป็น และมีประโยชน์ต่อมนุษย์ทั้งในแง่ของสารอาหารที่จะกิน หรือบริโภคเข้าไป รวมทั้งเป็นสิ่งที่สื่อสารความหมายเชิงสัญลักษณ์ระหว่างมนุษยชาติได้อีกด้วย¹⁷

อีกทั้งยังสอดคล้องกับที่ Rozin & Nemeroff กล่าวว่า อาหารมิได้เป็นเพียงแค่สิ่งที่ทำให้อิ่มท้องเท่านั้น แต่ยังเป็นผลผลิตทางสังคม และวัฒนธรรม อันเป็นวิถีชีวิตของคนในแต่ละสังคม ซึ่งสามารถสื่อความหมาย หรือบ่งบอกบางสิ่งบางอย่างระหว่างผู้ปรุง และผู้รับประทานทั้งที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกัน หรือต่างวัฒนธรรมได้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของลักษณะนิสัย อารมณ์ ความรู้สึก

¹⁶ ภาวิวรรณ นรพัฒน์, “วัฒนธรรมอาหารของคนไทย : ศึกษากรณีระบบอาหารของชุมชนท่าพระจันทร์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), น. 4.

¹⁷ Carole Counihan, *The Anthropology of Food and Body: Gender, Meaning and Power* (New York: Routledge, 1999), p. 19, อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, “ครัว : พื้นที่การผลิตทางวัฒนธรรมแห่งชีวิตประจำวัน,” *รัฐศาสตร์สาร* 23 (2545):176.

นึกคิด โลกทัศน์ ความเชื่อบางอย่าง ภูมิหลังทางครอบครัว รวมทั้งสถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจด้วย¹⁸

ต่อมาเมื่อเข้าสู่ในยุคแห่งการบริโภค จนถึงยุคแห่งลัทธิบริโภคนิยมอย่างยุคหลังสมัยใหม่ทั้งในสังคมญี่ปุ่น และโดยเฉพาะสังคมต่างชาติ อย่างเช่น ประเทศไทย นั้น อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น จึงถูกผลิตซ้ำ ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายจากกระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้า (Cultural Commodification) จนกลายเป็นสินค้า และสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญลักษณ์ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่การสื่อสารที่เรียกว่า (Cultural Commodity or Sign Commodity and Communication Space) ที่มีสัญลักษณ์ หรือความหมายเพิ่มเติมขึ้นมาจากประโยชน์ใช้สอย (Use Value) เบื้องต้นที่มีอยู่ ดังสัญลักษณ์ หรือความหมายต่าง ๆ ที่นำเสนอไปในข้างต้น¹⁹ ให้แก่ผู้รับประทาน หรือผู้บริโภคได้เข้ามาทำการสื่อสาร บริโภค ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญลักษณ์ หรือความหมายต่อไปอีกทีหนึ่ง (ซึ่งประเด็นนี้ จะทำการศึกษา และวิเคราะห์อย่างละเอียดในบทที่ 6 ต่อไป) สอดคล้องกับที่ Baudrillard กล่าวว่า สังคมยุคหลังสมัยใหม่ ไม่สามารถใช้คำอธิบายอย่างง่าย ๆ ถึงสิ่งที่ป็นรูปธรรมของสินค้า อย่างเช่น ตัวสินค้า และราคาได้อีกต่อไป หากแต่ต้องนำเอาการอธิบายอย่างลึกซึ้งถึงสิ่งที่ป็นนามธรรม อย่างเช่น เรื่องของ “สัญลักษณ์ (Sign) หรือความหมายของความเป็นจริง (Meaning of Reality)” มาใช้เป็นหลักร่วมในการวิเคราะห์ และอธิบาย²⁰ ในฐานะของสิ่งที่ทำหน้าที่ หรือปฏิบัติหน้าที่ในฐานะของตัวแทนแทนที่สิ่งอื่น ๆ ที่ขาดหายไป หรือไม่มีอยู่ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ สัญลักษณ์ หรือความหมายนั้น อยู่ในฐานะของสิ่งที่ช่วยทำให้สินค้ามีความหมายมากกว่าตัวของมันเองนั่นเอง²¹ อีกทั้งยังสอดคล้องกับมุมมองพื้นฐานของ Baudrillard

¹⁸ P. Rozin and C.J. Nemeroff, “The Laws of Sympathetic Magic: A Psychological Analysis of Similarity and Contagion,” in Cultural Psychology: Essays on Comparative Human Development, edited by J. Stigler, G. Herdt and R.A. Shweder (Cambridge: Cambridge University Press, 1990), pp. 205-232, อ้างถึงใน ลักขณา คมคาย, “การใช้อาหารเพื่อสื่อความหมายในภาพยนตร์คดีเฉพาะเรื่อง,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), น. 6, 35.

¹⁹ กาญจนา แก้วเทพ, ศาสตร์แห่งสื่อ และวัฒนธรรมศึกษา (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์, 2544), น. 103.

²⁰ เรื่องเดียวกัน, น. 131.

²¹ ศรีนคร รัตนเจริญจร, “ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. 8.

ที่ให้ความสำคัญกับตัวสื่อ²² หรือมองในมุมมองที่ว่า สื่อ หรือสัญญาณ คือ สาร หรือความหมาย หรือเพียงแค่ตัวสื่อ หรือสัญญาณ ก็เป็นสาร หรือความหมาย แล้ว (Medium is the Message)²³ อีกด้วย

สัญญาณ หรือความหมายของอาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นที่ถูกผลิตซ้ำ ประกอบสร้าง และเน้นย้ำจากสังคมญี่ปุ่นมาสู่สังคมไทยที่วิเคราะห์ และนำเสนอไปนั้น มีทั้งที่เหมือน และแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากระบวนการในการผลิตซ้ำ ประกอบสร้าง และเน้นย้ำ และตัวสัญญาณ หรือความหมายในแต่ละสังคมแต่ละประเทศนั้น จะเหมือน หรือแตกต่างกันไปตามบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ฯลฯ และความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของในแต่ละแห่ง ที่อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นเคลื่อนไหวเคลื่อนย้ายอยู่ กล่าวคือ อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่น เมื่ออยู่ในสังคมญี่ปุ่น ก็จะมีสัญญาณ หรือความหมายอยู่กลุ่มหนึ่ง แต่เมื่อเข้ามายังสังคมไทย สัญญาณ หรือความหมายต่าง ๆ เหล่านั้น ก็จะมีทั้งแบบที่ถูกสืบทอดมาจากในสังคมญี่ปุ่น และแบบที่ถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทแวดล้อมของสังคมไทย อันเกิดขึ้น และสอดคล้องเชื่อมโยงมาจากหลักการสร้างความหมาย (Generate Meaning) ของ Ferdinand DeSaussure ที่ได้อธิบายไว้ว่า ความหมายนั้น เกิดเพราะความแตกต่าง (Difference) อันหมายความว่า หากไม่มีสีขาว สีดำก็ย่อมไม่มี ความหมาย ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 กระบวนการ อันได้แก่ กระบวนการเลียนแบบ (Imitation) และ กระบวนการสร้างความแตกต่าง (Distinction)¹ นั่นเอง

ด้วยเหตุนี้ เราจึงได้รู้ว่า อาหารญี่ปุ่น และร้านอาหารญี่ปุ่นนั้นสื่อสาร ผลิตซ้ำ ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญญาณ หรือความหมายต่าง ๆ อะไรมาบ้างทั้งในสังคมญี่ปุ่น และโดยเฉพาะในสังคมไทย และกระบวนการที่เกี่ยวข้องนั้น รวมทั้งที่มาที่ไป และพัฒนาการนั้นเป็นอย่างไร และประกอบด้วยอะไรบ้าง เพื่อนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การทำเสมือนจริง ประกอบสร้าง และเน้นย้ำสัญญาณ หรือความหมายต่าง ๆ รวมทั้งอัตลักษณ์ หรือตัวตน รสนิยม และภาพนิมิตของร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ หรือภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟุจิกุ่มตัวอย่างพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ ในฐานะของสินค้าทางวัฒนธรรม หรือสินค้าสัญญาณในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และพื้นที่การสื่อสาร เพื่อสื่อสารไปให้แก่ผู้บริโภค หรือลูกค้าชาวไทยของร้านในสังคมไทย ว่ามีกระบวนการอย่างไร และสัญญาณ หรือความหมายต่าง ๆ รวมทั้งอัตลักษณ์ หรือตัวตน รสนิยม และภาพนิมิตที่สื่อสาร ผลิตซ้ำ ประกอบสร้าง และเน้นย้ำนั้น เหมือน หรือแตกต่าง จากสัญญาณ หรือความหมายทั้งในบริบทสังคมญี่ปุ่น และสังคมไทยที่ค้นพบในบทที่ 4 นี้ หรือไม่อย่างไร และประกอบด้วยอะไรบ้าง

²² กาญจนา แก้วเทพ, การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิด และตัวอย่างงานวิจัย, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ หจก. ภาพพิมพ์, 2541), น. 132-134.

²³ ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, “ยุคหลังสมัยใหม่,” The Milestone 1 (2546):73.