

หม่าต๋านานรักเมืองชัยภูมิ: รสชาติ ความรัก และเศรษฐกิจศีลธรรมของอาชีพอาหารพื้นบ้าน ในสังคมอีสานร่วมสมัย

สุภารัตน์ ปราบคะเซ็นทร์¹
ประทีป พิชทองหลาง²

Received: March 13, 2026 Revised: May 19, 2026 Accepted: August 11, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาบทบาทของอาหารพื้นบ้านอีสานอย่าง "หม่า" ในฐานะปรากฏการณ์ทางสังคมที่รสชาติ ความรัก และอาชีพ หลอมรวมกันเป็นโครงสร้างเดียว โดยใช้กรณีศึกษา "หม่าต๋านานรักชัยภูมิ" เพื่อตั้งคำถามว่า อาหารพื้นบ้านทำงานอย่างไร ในฐานะเศรษฐกิจศีลธรรมของแรงงานอาหารนอกระบบในสังคมร่วมสมัย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สามประการ ได้แก่ (1) วิเคราะห์การประกอบสร้างรสชาติ ความรัก และอาชีพในการทำหม่าให้เป็นโครงสร้างทางสังคมเดียวกัน (2) พัฒนาคอบแนวคิด "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love) เพื่อขยายขอบเขตสังคมวิทยาอาหารและสังคมวิทยาอาชีพให้มองเห็นรสชาติและความรัก ในฐานะมิติสำคัญของการดำรงชีพ และ (3) เปิดบทสนทนาทฤษฎีระดับโลกจากประสบการณ์ของแรงงานอาหารฐานรากในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ระเบียบวิธีวิจัยใช้ชาติพันธุ์วรรณาเชิงทฤษฎี ลงสนามต่อเนื่อง 12 เดือน (มิถุนายน 2566 – พฤษภาคม 2567) ในอำเภอเมืองชัยภูมิและอำเภอกุฉินารายณ์ให้ข้อมูลสำคัญ 15 คน ประกอบด้วยผู้ผลิตหม่า ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคประจำกลุ่มละ 5 คน ผ่านการสังเกตแบบมีส่วนร่วม บทสนทนาชีวิต และการฟังเรื่องเล่ารสชาติ การวิเคราะห์ใช้การวิเคราะห์ธีมเชิงสะท้อนกลับ (reflexive thematic analysis)

ผลการวิจัยชี้ว่าหม่าทำหน้าที่เป็น (1) เรื่องเล่าของความรักและการรอคอยในชีวิตคู่และครัวเรือน (2) อาชีพที่ไม่แยกชีวิตออกจากการทำงาน โดยครัวเรือนทำหน้าที่เป็น "โรงงานแห่งศีลธรรม" (Moral Workshop) (3) เศรษฐกิจศีลธรรมของอาหารที่ตั้งอยู่บนหลัก "ขายพออยู่ ไม่ขายพอรวย" และการปฏิเสธตรรกะการขยายตัวแบบทุนนิยม และ (4) อาชีพที่ไม่พราดชุมชน ซึ่งรักษาโครงสร้างครอบครัวและละแวกบ้านไว้ได้ในยุคที่การย้ายถิ่นเป็นเรื่องปกติ ในเชิงทฤษฎี บทความเสนอกรอบ "รสชาติแห่งความรัก" ซึ่งเชื่อมรสชาติในฐานะทุนทางศีลธรรม ความรักในฐานะ "แรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม" (Relational-moral Labor) และอาชีพอาหารในฐานะเศรษฐกิจศีลธรรมเข้าด้วยกัน บทความยังเสนอโมโนทัศน์ "จริยศาสตร์ของการรอคอย" (Ethics of Waiting) เพื่อท้าทายและขยายกรอบ Slow Food แบบยุโรปจากมุมมองของ Global South กรอบทั้งหมดมีส่วนช่วยขยายบทสนทนาสังคมวิทยาอาหารและแรงงานจากซีกโลกเหนือไปสู่ประสบการณ์ของ Global South และยืนยันว่า "ความรัก" ควรได้รับการพิจารณาในฐานะหมวดวิเคราะห์หลักของระบบอาหารร่วมสมัย มิใช่ความรู้สึกที่อยู่นอกการวิเคราะห์

คำสำคัญ: อาหารพื้นบ้านอีสาน, เศรษฐกิจศีลธรรมของอาหาร, แรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม, จริยศาสตร์ของการรอคอย, สังคมวิทยาโลกใต้

¹ สำนักส่งเสริมวิชาการและจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ e-mail: sendtosuparat@gmail.com

² คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, เชียงใหม่ e-mail: Chaijaipra@rmutl.ac.th

The Taste of Love: Mum as Moral Economy, Emotional Labor, and Grassroots Livelihood in Northeastern Thailand

Suparat Prabkacent¹

Prateep Peuchthonglang²

Abstract

This article examines mum, a traditional fermented sausage from Northeastern Thailand, as a social formation in which taste, love, and work are inseparably intertwined. Drawing on the case of "Legendary Love Mum of Chaiyaphum," the study addresses three objectives: (1) to analyze how taste, love, and occupation are co-constituted as a single social structure in mum production; (2) to develop the conceptual framework of the Taste of Love to extend the sociology of food and the sociology of work by recognizing taste and love as constitutive dimensions of livelihood; and (3) to open a theoretical conversation with global sociology from the standpoint of grassroots food labor in Southeast Asia. Methodologically, the study employs theoretical ethnography based on 12 months of continuous fieldwork (June 2023 – May 2024) in Mueang Chaiyaphum and Phu Khiao districts, with 15 key informants comprising five mum producers, five vendors, and five long-term consumers. Data were generated through participant observation, life-story interviews, and "taste narratives," and analyzed via reflexive thematic analysis.

The findings reveal that mum functions as (1) a narrative of love and waiting within conjugal and family life; (2) a form of work in which household and occupation are not separated, rendering the home a moral workshop of everyday ethical decision-making; (3) a food-based moral economy organized around the principle of "earning enough to live, not to accumulate," including a deliberate refusal of expansionist capitalist logics; and (4) a livelihood that does not unmake the community, sustaining family and neighborhood structures in an era of dominant rural-to-urban migration. Theoretically, the article proposes the Taste of Love framework, which integrates moral taste, love as relational-moral labor, and a food-based moral economy into a unified analytical structure. The article further introduces the concept of the ethics of waiting to challenge and complicate the European slow food paradigm from a Global South perspective. This framework contributes to global sociological debates by foregrounding the silent yet structured moral economies of grassroots food labor and arguing that love should be treated as a central analytical category in food sociology and labor studies, rather than as a residual private sentiment.

Keywords: Northeastern Thai food, moral economy of food, relational-moral labor, ethics of waiting, Global South sociology

¹ The Office of Academic Promotion and Life Long Learning, Chaiyaphum Rajabhat University
e-mail: sendtosuparat@gmail.com

² Faculty of Business Administration and Liberal Arts, ajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai,
e-mail: Chaijaipra@rmutl.ac.th

บทนำ

ในโลกสมัยใหม่ที่อาหารถูกทำให้เป็นสินค้า (commodification) อย่างเข้มข้น รสชาติกลับมิได้สูญเสียความหมายทางสังคม หากแปรรูปตัวเองเป็นภาษาทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น รสชาติหนึ่งคำอาจพาเราย้อนกลับไปสู่ความทรงจำของครอบครัว ความรักที่ไม่ถูกบันทึกในเอกสารราชการ หรือแรงงานที่ไม่เคยถูกนับรวมในบัญชีประชาชาติ งานวิจัยด้านสังคมวิทยาอาหารร่วมสมัยจึงชี้ตรงกันว่า "อาหารไม่ได้เพียงถูกกิน แต่ถูกเล่า ถูกจำ และถูกใช้ดำรงชีวิต" (Food as lived Narrative) (Counihan & Van Esterik, 2012; Sutton, 2001) บทความนี้เสนอให้มอง "หม่ำ" อาหารพื้นบ้านของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะกรณี "หม่ำตานานรักชัยภูมิ" มิใช่ในฐานะวัตถุทางโภชนาการหรือสินค้าเชิงท่องเที่ยว หากเป็น สนามทางสังคม (Social Field) ที่รสชาติ ความรัก และอาชีพ ถักทอเข้าด้วยกันอย่างแนบแน่น หม่ำในที่นี้ จึงเป็นทั้ง พื้นที่ของความทรงจำ (Memoryscape) เครื่องมือเลี้ยงชีพ (Livelihood Apparatus) และ วัตรธรรมของเศรษฐกิจศีลธรรม (moral economy) ของแรงงานอาหารพื้นบ้านในสังคมอีสานร่วมสมัย (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยภูมิ, 2564) คำถามหลักของบทความคือ อาหารพื้นบ้านอย่าง "หม่ำ" ทำงานทางสังคมอย่างไรในฐานะรสชาติ ความรัก และอาชีพ ภายใต้บริบทของทุนนิยมวัฒนธรรม ความเปลี่ยนแปลงของเวลา และความเปราะบางของชีวิตแรงงานนอกระบบ คำถามนี้มีมิใช่เพียงคำถามเชิงท้องถิ่น หากเชื่อมโยงโดยตรงกับการถกเถียงระดับโลกว่าด้วยสังคมวิทยาอาหาร (Sociology of Food) สังคมวิทยาการทำงาน (Sociology of Work) และแนวคิดเศรษฐกิจศีลธรรม (Moral Economy) ซึ่งชวนกลับมาใช้ชีวิตซ้ำอีกครั้งในศตวรรษที่ 21 (Sayer, 2007; Carolan, 2018)

ในเชิงสังคมวิทยาอาหาร อาหารพื้นบ้านถูกมองมากขึ้นในฐานะ "ทุนทางศีลธรรมและอารมณ์" (Moral and Emotional Capital) มิใช่เพียงทุนทางเศรษฐกิจ รสชาติของหม่ำมิได้มีคุณค่าเพราะความอร่อยล้วน หากเพราะมันบรรจุเรื่องเล่าของความอดทน ความซื่อสัตย์ต่อสูตรบรรพบุรุษ และความรักที่ส่งต่อผ่านแรงงานมือและหัวใจ งานศึกษาหลายชิ้นชี้ว่าอาหารที่ฝังรากในชุมชนทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของความสัมพันธ์เชิงศีลธรรมระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และชุมชน (Paxson, 2012; Sutton, 2001) ในมิติของสังคมวิทยาอาชีพ หม่ำมิใช่เพียง "อาชีพเล็ก ๆ" หากเป็นแรงงานที่ต้องอาศัย ทักษะเชิงเวลา (Temporal Skill) อย่างสูง ตั้งแต่การหมัก การรอ การดูแลหม่ำ ไปจนถึงการอ่านอารมณ์ของลูกค้า (ปรัชญาภรณ์ ม่วงศิลป์, ชญาภรณ์ ก่ออารีโย, และเชาวลิต อุบลาก, 2568) อาชีพอาหารพื้นบ้านเช่นนี้สอดคล้องกับข้อถกเถียงในสังคมวิทยาของเวลา (Sociology of Time) ที่ชี้ว่าแรงงานจำนวนมากในโลกปัจจุบันมิได้ถูกควบคุมด้วยนาฬิกาโรงงาน หากด้วย "เวลาเชิงศีลธรรม" (Moral Time) และ "เวลาเชิงความสัมพันธ์" (Relational Time) (Adam, 1998; Rosa, 2019) ผู้ทำหม่ำต้องรู้ว่า "เมื่อไรควรรอ" และ "เมื่อไรควรให้" ทักษะที่ไม่อาจถ่ายทอดผ่านคู่มืออุตสาหกรรมได้ ยิ่งไปกว่านั้น บทความนี้เสนอว่า "หม่ำตานานรักชัยภูมิ" เป็นกรณีศึกษาที่สะท้อน แรงงานทางอารมณ์ (Emotional Labor) อย่างเด่นชัด ทว่าในรูปที่ก้าวพ้นกรอบดั้งเดิมของ Hochschild (2012) ที่อธิบายว่า ความรักในที่นี้ มิใช่เพียงเรื่องโรแมนติก หากเป็นพลังที่ทำให้อาชีพดำรงอยู่ได้ในสภาพเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ผู้ขายหม่ำมิได้ขายเพียงอาหาร แต่ขายความไว้วางใจ ความเอื้ออาทร และความรู้สึก "กินแล้วเป็นญาติ" ซึ่งสอดคล้องกับการขยายแนวคิด Emotional Labor จากพื้นที่บริการสมัยใหม่ไปสู่เศรษฐกิจฐานราก (Wharton, 2009; Lynch, Baker, & Lyons, 2009)

เมื่อพิจารณาในเชิงเศรษฐกิจศีลธรรม แนวคิด Moral Economy ซึ่งเคยถูกใช้อธิบายการต่อต้านของชาวนาในอดีต (Thompson, 1971; Scott, 1976) ได้ถูกนำกลับมาใช้อย่างสร้างสรรค์เพื่อทำความเข้าใจการดำรงชีพของแรงงานร่วมสมัยที่มีอาจแยกศีลธรรมออกจากภาระเลี้ยงชีพได้ (Sayer, 2007; Carolan, 2018) หม่ำจึงมิใช่สินค้าที่ตั้งราคาตามกลไกตลาดอย่างเดียว หากเป็นผลลัพธ์ของการต่อรองทางศีลธรรมระหว่าง "ความพออยู่พอกิน" "ความยุติธรรม" และ "ความรักในอาชีพ" บทความนี้มีได้เพียง "เล่าเรื่องท้องถิ่น" หากใช้กรณีท้องถิ่นเพื่อท้าทายและขยายทฤษฎีสากล โดยแสดงให้เห็นว่าแนวคิดเศรษฐกิจศีลธรรม แรงงานทางอารมณ์ และเวลาที่มีชีวิตอยู่ มิได้จำกัดอยู่ในโลกตะวันตก หากมีชีวิตชีวาอย่างยิ่งในบริบทเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งยังขาดการอธิบายเชิงลึกในวรรณกรรมหลัก (Connell, 2007; Bhabra, 2014) ผู้วิจัยเสนอจุดยืนเชิงญาณวิทยาว่า การศึกษาแรงงานอาหารในโลกได้สมควรถูกมองในฐานะ "การทดสอบทฤษฎี" ของซีกโลกเหนือ หากเป็นแหล่งกำเนิดทฤษฎี ที่ทฤษฎีสากลต้องเรียนรู้

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากปัญหาวิจัยที่กล่าวมา บทความนี้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 3 ประการ ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์การประกอบสร้างของรสชาติ ความรัก และอาชีพในการทำหม่าของชุมชนชัชวาลย์ ในฐานะโครงสร้างทางสังคมเดียวกัน 2) เพื่อพัฒนารอบแนวคิด "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love) ในการขยายขอบเขตสังคมวิทยาอาหารและสังคมวิทยาอาชีพ 3) เพื่อเปิดบทสนทนากับทฤษฎี เศรษฐกิจศีลธรรม แรงงานอารมณ์ และเวลาเชิงสังคม จากมุมมองของทฤษฎีโลกใต้ (Global South) โดยใช้กรณีศึกษาแรงงาน อาหารฐานรากในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น "หม่าตำนานรักชัชวาลย์" ในบทความนี้ จึงมิใช่เพียงอาหารพื้นบ้าน หากเป็น หน้าต่างที่เปิดให้เห็นว่า รสชาติสามารถเป็นภาษาแห่งความรัก อาชีพ และศีลธรรม และเป็นหลักฐานว่าชีวิตแรงงานเล็ก ๆ ใน อีสานมีศักยภาพในการสนทนากับทฤษฎีสังคมวิทยาระดับโลกอย่างเท่าเทียมและสง่างาม

1.2 โครงสร้างของบทความ

บทความนี้ดำเนินการนำเสนอใน 7 ส่วน ส่วนที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในสามสนามหลัก ได้แก่ สังคมวิทยา อาหาร สังคมวิทยาอาชีพและแรงงานอารมณ์ และเศรษฐกิจศีลธรรมของอาหาร ส่วนที่ 3 เสนอรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี "รสชาติแห่งความรัก" ส่วนที่ 4 อธิบายระเบียบวิธีวิจัยและการลงสนาม ส่วนที่ 5 นำเสนอผลการวิจัยใน 4 อิมหลัก ส่วนที่ 6 อภิปรายผลใน กรอบของการสนทนาทฤษฎีระดับโลก และส่วนที่ 7 สรุปคุณูปการเชิงทฤษฎีและนโยบาย พร้อมข้อเสนอสำหรับการวิจัยใน อนาคต ดังนั้น "หม่าตำนานรักชัชวาลย์" ในบทความนี้ จึงมิใช่เพียงอาหารพื้นบ้าน หากเป็นหน้าต่างที่เปิดให้เห็นว่า รสชาติสามารถ เป็นภาษาแห่งความรัก อาชีพ และศีลธรรม และเป็นหลักฐานว่าชีวิตแรงงานเล็ก ๆ ในอีสาน มีศักยภาพในการสนทนากับทฤษฎี สังคมวิทยาระดับโลกอย่างเท่าเทียมและสง่างาม

2. ทบทวนวรรณกรรม

การทำความเข้าใจ "หม่าตำนานรักชัชวาลย์" ในฐานะรสชาติ ความรัก และอาชีพ จำเป็นต้องเคลื่อนออกจากกรอบการศึกษา อาหารพื้นบ้านแบบดั้งเดิมที่เน้นการจัดหมวดหมู่ทางวัฒนธรรม ไปสู่การมองอาหารในฐานะความสัมพันธ์ทางศีลธรรมที่มีชีวิต (Living Moral Relations) ระหว่างแรงงาน ผู้บริโภค เวลา และความรัก ส่วนทบทวนวรรณกรรมนี้จึงมิได้มีเป้าหมายเพียงสรุป งานที่ผ่านมา หากตั้งใจ "จัดวางช่องว่างเชิงทฤษฎี" (Theoretical Gap Mapping) ในสามสนามที่บทความนี้สนทนาด้วย เพื่อเปิด พื้นที่ให้กรณีศึกษาสามารถสนทนากับโลกวิชาการสากลได้อย่างมีน้ำหนัก ผู้วิจัยอภิปรายวรรณกรรมในสามสนามที่เกี่ยวข้อง กัน ได้แก่ (2.1) สังคมวิทยาอาหารและการศึกษาอาหารพื้นบ้าน (2.2) สังคมวิทยาอาชีพ แรงงานอารมณ์ และเศรษฐกิจไม่เป็นทางการ (2.3) เศรษฐกิจศีลธรรมและการศึกษาอาหารจากมุมมองโลกใต้ (Global South) และ (2.4) การสังเคราะห์ช่องว่างทั้งสามและ การวางตำแหน่งของบทความ

2.1 สังคมวิทยาอาหารและข้อจำกัดของกรอบ "อาหารพื้นบ้าน"

ในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา งานด้านสังคมวิทยาอาหารได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการศึกษาที่เชื่อมโยงอาหาร พื้นบ้านกับมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage) อัตลักษณ์ (Identity) และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism) งานกลุ่มนี้มีคุณูปการ ในการทำให้อาหารท้องถิ่นได้รับการยอมรับในฐานะทรัพยากรวัฒนธรรม มิใช่เพียงของกินราคาถูกหรือสัญลักษณ์ของความล้าหลัง (Bessière, 2013; Sims, 2009) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในเชิงลึก งานจำนวนมากยังคงมองอาหารพื้นบ้านในฐานะ "วัตถุทาง วัฒนธรรม" (Cultural Object) มากกว่ากระบวนการทางสังคมที่มีพลวัต อาหารถูกทำให้หยุดนิ่งอยู่ในพิพิธภัณฑ์ เมนู หรือแบรนด์ การท่องเที่ยว ขณะที่ชีวิตของผู้ทำอาหารถูกทำให้เลือนหายไปจากการวิเคราะห์ งานวิจัยเชิงวิพากษ์เริ่มตั้งข้อสังเกตว่า การยกย่อง อาหารเป็น Heritage อาจกลายเป็นการ "ทำให้แรงงานมองไม่เห็น" (Invisibilization of Labor) โดยเฉพาะแรงงานของผู้หญิง และครัวเรือนยากจน (Johnston & Baumann, 2015; Counihan & Siniscalchi, 2014) จุดอ่อนเชิงทฤษฎีของกรอบนี้ปรากฏ ชัดเจนเมื่อพิจารณาในแง่ ใครพูดในนามของอาหารใคร การประกอบสร้าง "อาหารชาติพันธุ์" หรือ "อาหารท้องถิ่นแท้" มักดำเนิน

ไปโดยนักวิชาการ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ ในขณะที่ผู้ทำอาหารเองมีเสียงที่เบาในวาทกรรมเหล่านี้ ผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านจึงกลายเป็น "วัตถุของการศึกษา" มากกว่า "ผู้ร่วมสร้างความหมาย" ของสนามอาหารที่ตนเองอยู่ นักวิชาการรุ่นใหม่จึงเสนอให้ขยับจากคำถามว่า "อาหารนี้เป็นของใคร" ไปสู่คำถามว่า "อาหารนี้ทำให้ใครต้องทำงานอย่างไร และอยู่ได้อย่างไร" (Paxson, 2012; Sutton, 2001) แนวคิด "อาหารในฐานะความสัมพันธ์" ถูกเสนอเพื่อท้าทายการมองอาหารเป็นเพียงสัญลักษณ์อัตลักษณ์ โดยชี้ว่าอาหารคือจุดบรรจบของอำนาจ เวลา อารมณ์ และศีลธรรมในชีวิตประจำวัน Sutton (2001) ใน Remembrance of Repasts นำเสนอแนวคิดสำคัญว่าด้วย "การจำผ่านการกิน" (Memory through Eating) โดยชี้ว่ารสชาติทำหน้าที่เป็น สื่อกลางของความทรงจำเชิงร่างกาย (Embodied Memory) ที่เชื่อมผู้กินกับเวลา สถานที่ และความสัมพันธ์ที่ผ่านมา ส่วน Paxson (2012) ใน The Life of Cheese เสนอแนวคิด "ทักษะของลิ้น" (Skilled Palate) ในการสร้างคุณค่าทางสังคมของอาหารฝีมือที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคร่วมประกอบสร้างความหมายของรสชาติ "ที่ดี" อย่างไรก็ตาม งานเหล่านี้แม้จะเปิดมิติของความสัมพันธ์ ทว่ายังตั้งอยู่บนฐานประสบการณ์ของยุโรปและอเมริกาเหนือเป็นหลัก Sutton ศึกษาเกาะ Kalymnos ในกรีซ Paxson ศึกษาผู้ผลิตชีสฝีมือในนิวอิงแลนด์ บริบทเหล่านี้แตกต่างอย่างมีนัยจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่อาหารพื้นบ้านมิได้ดำรงอยู่ในบริบทของชนชั้นกลางผู้บริโภคที่ "เลือก" อาหารฝีมือ หากเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีพประจำวันของแรงงานนอกระบบ ที่อาหารกับงาน กับครอบครัว กับชุมชน เป็นโครงสร้างเดียวกัน ในงานด้านการศึกษาอาหารในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Van Esterik (2008) ใน Food Culture in Southeast Asia ได้บุกเบิกพื้นที่นี้โดยชี้ให้เห็นว่าวัฒนธรรมอาหารในภูมิภาคนี้ฝังในระบบความเชื่อทางพุทธศาสนา การให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์เครือญาติ และจังหวะของฤดูกาลเกษตร อย่างไรก็ตาม งานของ Van Esterik และงานที่ตามมาส่วนใหญ่ยังคงเน้นมิติทางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ มากกว่ามิติเชิงเศรษฐศาสตร์ศีลธรรมและแรงงาน การเชื่อมโยงระหว่างอาหารพื้นบ้านกับเศรษฐกิจศีลธรรมของผู้ผลิตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จึงยังเป็น ช่องว่างที่ยังไม่ถูกอุดในวรรณกรรม ในบริบทนี้ "หม่า" ไม่อาจถูกอธิบายอย่างเพียงพอในฐานะอาหารชาติพันธุ์หรือสินค้าเชิงท่องเที่ยว หากต้องถูกมองว่าเป็น สนามความสัมพันธ์ที่รสชาติทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้คน ความทรงจำ และภาระความรับผิดชอบต่อกัน ซึ่งยังขาดการอธิบายในวรรณกรรมกระแสหลัก

2.2 สังคมวิทยาอาชีพ แรงงานอารมณ์ และข้อจำกัดของกรอบ Hochschild

ในสาขาสังคมวิทยาอาชีพ แนวคิดเรื่องแรงงานอารมณ์ (Emotional Labor) ที่พัฒนาโดย Hochschild (2012) ใน The Managed Heart ได้กลายเป็นกรอบสำคัญในการทำความเข้าใจงานบริการ งานดูแล และงานที่ต้องจัดการความรู้สึกของตนเอง และผู้อื่น Hochschild ชี้ว่าในระบบทุนนิยมบริการ พนักงานต้องแสดงอารมณ์ที่ "ถูกกำหนด" โดยนายจ้าง รอยยิ้มของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ความเอาใจใส่ของพยาบาล ความเป็นมิตรของพนักงานขาย และการ "จัดการ" อารมณ์เหล่านี้กลายเป็นแรงงานชนิดหนึ่งที่ถูก Commodified งานร่วมสมัยได้ขยายแนวคิดนี้ไปสู่แรงงานนอกระบบและแรงงานไม่มั่นคง (Precarious Work) โดยชี้ว่าอารมณ์กลายเป็นทรัพยากรสำคัญในการเอาตัวรอดทางเศรษฐกิจ (Wharton, 2009; Kalleberg, 2018) Wharton (2009) สำนวนว่าแรงงาน Emotional Labor มักเกี่ยวข้องกับเพศหญิง ค่าจ้างต่ำ และความเหนื่อยล้าทางอารมณ์เรื้อรัง ขณะที่ Kalleberg (2018) ใน Precarious Lives ชี้ว่าในระบบเศรษฐกิจที่ไม่มั่นคง อารมณ์กลายเป็น "ทุนสุดท้าย" ที่แรงงานต้องลงทุนเมื่อทุนรูปแบบอื่นหมดไป ทว่ากรอบเหล่านี้แม้จะทรงพลัง มีข้อจำกัดเชิงทฤษฎีอย่างน้อยสามประการที่บทความนี้ต้องการชี้ให้เห็น

ประการแรก กรอบแรงงานอารมณ์ตั้งอยู่บนสมมติฐานเรื่อง "การแยก" ระหว่างอารมณ์จริงกับอารมณ์ที่แสดง (emotional dissonance) สมมติฐานที่ Hochschild ใช้อธิบายความเหนื่อยล้าของพนักงานบริการ ทว่าสมมติฐานนี้ใช้ได้กับงานที่ มีนายจ้างกำหนดสคริปต์ทางอารมณ์ ในงานที่ไม่มีนายจ้าง ไม่มีสคริปต์ ไม่มีการแยกระหว่างชีวิตและการทำงาน เช่น อาชีพทำหม่าในครัวเรือน สมมติฐานนี้สลายลงเอง คำถามจึงเปลี่ยนจาก "การแสดงอารมณ์ใดบ้างที่ถูกบังคับ" ไปเป็น "อารมณ์ใดบ้างที่คำจูงการทำงาน" ซึ่งเป็นคำถามที่กรอบ Hochschild ตอบไม่ได้

ประการที่สอง กรอบนี้วิเคราะห์อารมณ์ในฐานะ "ต้นทุน" หรือ "ภาระ" มากกว่าพลังเชิงความหมาย งานจำนวนมากอธิบายแรงงานอารมณ์ผ่านภาษาแห่งการเอาตัวรอดเอาเปรียบ ความเหนื่อยล้า และการจัดการตนเองภายใต้ทุนนิยม โดยขาดการสำรวจว่า

อารมณ์บางรูปแบบ โดยเฉพาะ "ความรัก" (Love) อาจเป็นทั้งภาระและแรงขับในการดำรงชีวิตพร้อมกัน ความรักในกรอบของ Hochschild แทบไม่ปรากฏ เพราะมันถูกจัดอยู่ใน "พื้นที่ส่วนตัว" ของเรื่อนนอนและครอบครัวเชิงปัจเจก ขณะที่งานถูกจัดอยู่ใน "พื้นที่สาธารณะ" ของตลาดและความสัมพันธ์เชิงสัญญา

ประการที่สาม กรอบนี้ฝังในจารีตของสังคมศาสตร์ตะวันตกที่แยกความรักออกจากแรงงานตั้งแต่ระดับโน้ตส์ นักวิชาการบางส่วนเริ่มตั้งคำถามว่า การแยก "ความรัก" ออกจาก "แรงงาน" อย่างเด็ดขาด อาจสะท้อนอคติของกรอบคิดเสรีนิยมตะวันตกที่ให้คุณค่ากับความเป็นปัจเจกและการจ้างงานแบบเป็นทางการ (Illouz, 2019; Lynch, Baker, & Lyons, 2009) Illouz (2019) ใน The End of Love วิพากษ์ว่าทุนนิยมตอนปลายได้ทำให้ความรักกลายเป็น "การจัดการความสัมพันธ์" แบบเดียวกับการจัดการตลาด ขณะที่ Lynch และคณะ (2009) ใน Affective Equality ชี้ว่า "แรงงานทางความรัก" (Love Labor) การดูแล การใช้เวลา การจดจำ เป็นรากฐานของชีวิตทางสังคมที่สังคมศาสตร์มองข้ามอย่างเป็นระบบ

ในเศรษฐกิจฐานราก ความรักต่ออาชีพ ต่อครอบครัว และต่อลูกค้า มีได้อยู่ในระบบการผลิต หากเป็นหัวใจของการทำงานเอง อาชีพทำหมาเป็นสังคมอีสานจึงท้าทายกรอบ Hochschild เพราะแรงงานนี้ดำรงอยู่ในเศรษฐกิจไม่เป็นทางการ (Informal Economy) ที่เส้นแบ่งระหว่างงาน ชีวิต และความรักแทบไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การขาดมิติความรักในวรรณกรรมแรงงานกระแสหลัก ทำให้ชีวิตแรงงานประเภทนี้ยังถูกอธิบายอย่างไม่ครบถ้วน

2.3 เศรษฐกิจศีลธรรมของอาหารและคำถามจากมุมมองโลกใต้

แนวคิดเศรษฐกิจศีลธรรม มีรากฐานจากงานคลาสสิกของ Thompson (1971) ใน The Moral Economy of the English Crowd และ Scott (1976) ใน The Moral Economy of the Peasant ซึ่งอธิบายว่าการดำรงชีพของผู้คนมิได้ถูกกำกับด้วยกลไกตลาดเพียงอย่างเดียว หากผูกพันกับความคาดหวังเชิงศีลธรรม ความยุติธรรม และความถูกต้องทางสังคม ทั้งสองงานสร้างกรอบที่ทรงพลัง โดยใช้กรณีของฝูงชนชาวอังกฤษในศตวรรษที่ 18 และชาวนาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตามลำดับ เพื่อแสดงว่า "การต่อต้านของผู้ด้อยอำนาจ" มิใช่ปฏิกริยาแบบสุ่ม หากเป็นการปกป้อง ระเบียบทางศีลธรรม ที่ฝังในวัฒนธรรมท้องถิ่น ในช่วงสองทศวรรษหลัง แนวคิดนี้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับประเด็นอาหาร ความยั่งยืน และจริยธรรมการบริโภคอย่างกว้างขวาง (Sayer, 2007; Carolan, 2018) Sayer (2007) ใน Moral Economy as Critique เสนอให้ใช้เศรษฐกิจศีลธรรมในฐานะเครื่องมือวิพากษ์ ระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่ที่ตัดศีลธรรมออกจากการคำนวณ ขณะที่ Carolan (2018) ใน The Real Cost of Cheap Food แสดงให้เห็นว่าราคา "ถูก" ของอาหารในระบบอุตสาหกรรม มาจากการผลักภาระความเสี่ยงไปสู่แรงงานและสิ่งแวดล้อม ราคาที่ผู้บริโภคจ่ายจึงเป็น "ราคาที่ไม่ครบ" (Incomplete price) ที่ปกปิดต้นทุนเชิงศีลธรรมไว้ งานในแนวทาง Alternative Food Networks (Goodman, DuPuis, & Goodman, 2012) และ Food Sovereignty ขยายเส้นทางนี้ต่อ โดยชี้ว่าระบบอาหารกระแสหลักไม่อาจถูกปฏิรูปจากภายใน หากต้องการระบบที่ตั้งอยู่บนหลักการแตกต่าง สิทธิของผู้ผลิต ความสัมพันธ์ระยะใกล้ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทาน อย่างไรก็ตาม งานทั้งหมดที่กล่าวมายังตั้งอยู่บนประสบการณ์ของสังคมตะวันตกเป็นหลัก ทั้งในบริบทเกษตรอินทรีย์ในแคลิฟอร์เนีย ตลาดเกษตรกรในยุโรป หรือผู้บริโภคชนชั้นกลางที่เลือก "อาหารทางเลือก" ผลก็คือ มิติของเศรษฐกิจศีลธรรมในโลกฐานรากและโลกนอกระบบยังถูกทำให้เป็นชายขอบ (Guthman, 2008) ผู้ทำหมาเป็นชายภูมิ ผู้ทำเหมเป็นชนชาติ ผู้ทำ Nem Chua ในเวียดนาม แรงงานเหล่านี้ไม่ปรากฏในการสนทนาหลักของเศรษฐกิจศีลธรรมของอาหาร Moral Economy of Food แม้พวกเขาจะปฏิบัติการเศรษฐกิจศีลธรรมทุกวัน ข้อจำกัดทางญาณวิทยานี้สอดคล้องกับวิพากษ์ของ Connell (2007) ใน Southern Theory และ Bhabra (2014) ใน Connected Sociologies ที่ชี้ว่าทฤษฎีสังคมศาสตร์มาตรฐาน "ลึ้ม" ประสบการณ์ของ Global South อย่างเป็นระบบ มิใช่เพราะขาดข้อมูล หากเพราะกรอบทฤษฎีเองมีอคติเชิงโครงสร้าง ที่กำหนดว่าอะไร "ควรค่าแก่การศึกษา" Connell (2007) เสนอว่าการแก้ไขคือการ "เพิ่มกรณี Global South" เข้าไปในทฤษฎีเดิม หากต้องปรับโครงสร้างของทฤษฎีเอง ให้สามารถรับฟังเสียงจากซีกโลกใต้ในฐานะ "แหล่งกำเนิดทฤษฎี" มิใช่เพียง "พื้นที่ทดสอบทฤษฎี" ในแง่นี้ Tsing (2015) ใน The Mushroom at the End of the World ได้สร้างตัวอย่างขึ้นเองของการวิจัยที่กลับทิศการสนทนาเชิงทฤษฎี โดยใช้กรณีของแรงงานเก็บเห็ดมัตซึทา

เกาะในออริกอนเพื่อพัฒนาทฤษฎี "การอยู่ในซากปรักหักพังของทุนนิยม" (Living in Capitalist Ruins) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่งอกจากสนามมากกว่าถูกนำเข้าสนาม งานชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่า กรณีศึกษาที่ดูเล็กและเฉพาะที่ สามารถมีพลังเชิงทฤษฎีระดับสากลได้ หากผู้วิจัยกล้าที่จะให้สนามเป็นแหล่งกำเนิดของทฤษฎี

2.4 การสังเคราะห์ช่องว่างและตำแหน่งของบทความ

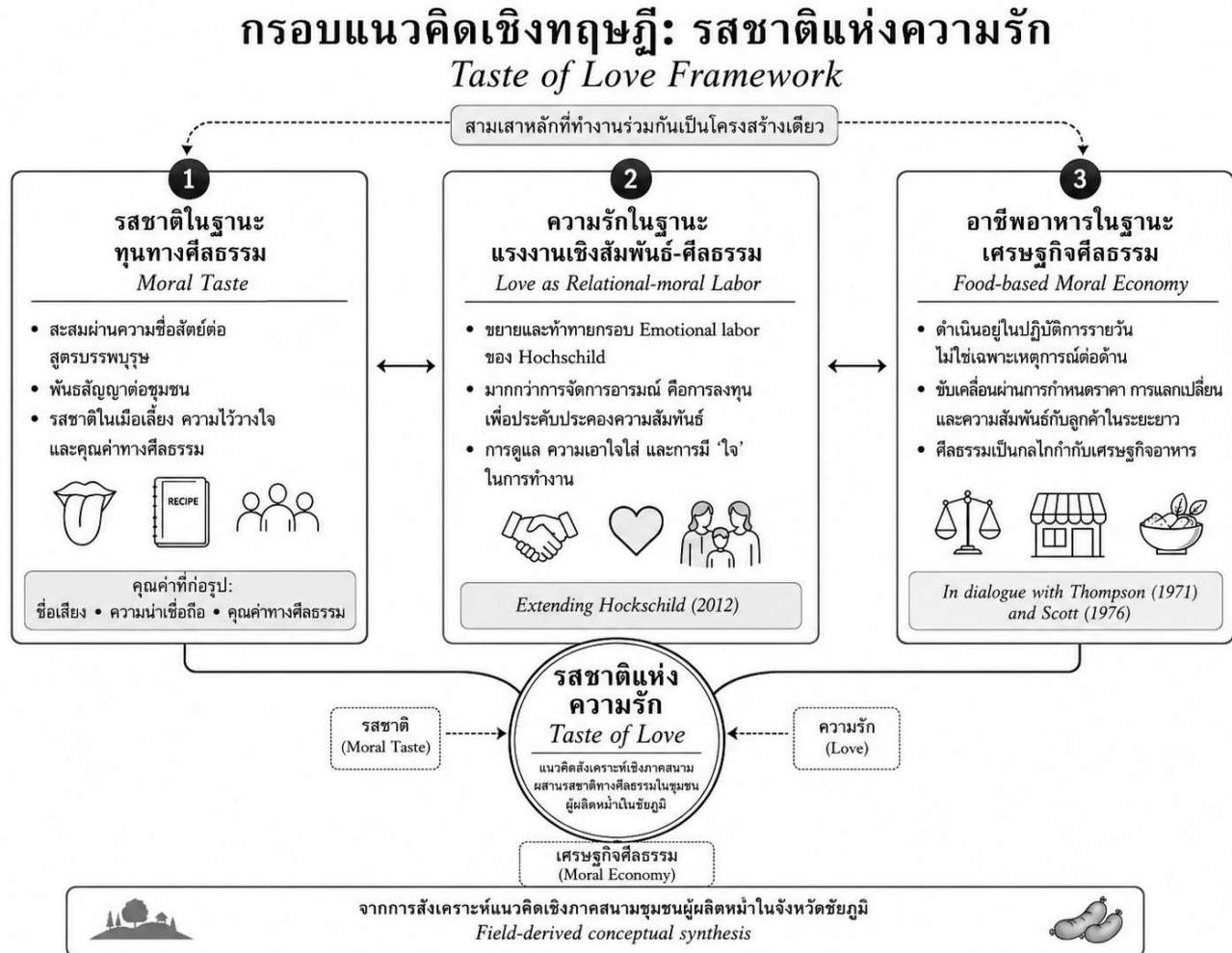
จากการทบทวนวรรณกรรมในสามสนามข้างต้น ผู้วิจัยระบุ ช่องว่างเชิงทฤษฎีที่สอดคล้องกันสามชั้น คือ 1) สังคมวิทยาอาหารยังไม่เชื่อมรสชาติเข้ากับแรงงานและศีลธรรมในฐานะโครงสร้างเดียว งานปัจจุบันมองรสชาติในฐานะการเมืองของรสนิยม (Bourdieu's Distinction) หรือในฐานะความทรงจำเชิงร่างกาย (Sutton) หรือในฐานะทักษะฝีมือ (Paxson) แต่ยังไม่มีการใดที่อธิบายว่ารสชาติทำหน้าที่เป็น "ทุนทางศีลธรรม" (Moral Capital) ในการดำรงอยู่ของอาชีพอย่างไร 2) สังคมวิทยาอาชีพยังไม่สามารถวิเคราะห์ "ความรัก" ในฐานะหมวดวิเคราะห์ของแรงงาน กรอบแรงงานอารมณ์ของ Hochschild ถูกออกแบบสำหรับงานบริการในระบบทุนนิยมที่มีนายจ้าง ไม่อาจจับมิติของแรงงานนอกระบบที่ความรักและการทำงานเป็นเรื่องเดียวกัน Sociology of Love ร่วมสมัยเริ่มเปิดประเด็น แต่ยังคงวิเคราะห์ในบริบทเมืองและชนชั้นกลาง 3) เศรษฐกิจศีลธรรมของอาหารยังตั้งอยู่บนกรอบ "เหตุการณ์ต่อต้าน" และประสบการณ์ตะวันตก Moral Economy of Food ในปัจจุบันให้น้ำหนักกับการต่อต้านของผู้บริโภคหรือเครือข่ายอาหารทางเลือก แต่ยังไม่ได้พัฒนารอบสำหรับเศรษฐกิจศีลธรรมที่ดำเนินอยู่ในปฏิบัติการรายวันของแรงงานฐานรากใน Global South ที่มีได้ "ต่อต้าน" แต่ "ดำรงอยู่" ที่สำคัญกว่านั้น ไม่มีการใดเชื่อมช่องว่างทั้งสามเข้าด้วยกัน กล่าวคือ ไม่มีการใดที่อธิบาย "รสชาติ + ความรัก + อาชีพ" ในฐานะโครงสร้างเดียวกันของแรงงานอาหารฐานรากในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความเยียบเชิงทฤษฎีนี้มีใช้เรื่องบังเอิญ มันสะท้อนการแบ่งสาขาของสังคมศาสตร์ที่แยกอาหาร แรงงาน และศีลธรรม ออกจากกันตั้งแต่ระดับโครงสร้างของวินัยวิชาการ และในความแยกนี้เอง ที่ชีวิตของผู้ทำหม่าในชัยภูมิหายไป

บทความนี้จึงวางตำแหน่งของตัวเองในจุดที่ช่องว่างทั้งสามมาบรรจบกัน โดยเสนอกรอบ "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love) ที่จะนำเสนอในส่วนถัดไป กรอบนี้ มีใช้การประยุกต์ทฤษฎีตะวันตกในบริบทไทย หากเป็นการสร้างทฤษฎีจากสนามไทยที่กล้าสนทนากับทฤษฎีตะวันตกอย่างเท่าเทียม ตามจุดยืนของ Connell (2007) ที่ว่าทฤษฎีจาก Global South สามารถและต้องเป็นแหล่งกำเนิดทฤษฎีของสังคมศาสตร์ระดับโลก หากสังคมศาสตร์ยังต้องการมองโลกได้ครบ "หม่าตำนานรักชัยภูมิ" จึงมีใช้กรณีเฉพาะถิ่น หากเป็นเลนส์เชิงทฤษฎี ที่ทำให้เราเห็นว่า รสชาติสามารถเป็นโครงสร้างศีลธรรมของชีวิตแรงงานได้อย่างไร และเป็นข้อพิสูจน์ว่าทฤษฎีที่งอกจากสนามอีสาน สามารถ "เดินทาง" (Theory Travels) ไปสนทนากับทฤษฎีระดับโลกได้อย่างมีน้ำหนัก

3. กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี: "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love)

บทความนี้เสนอกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีภายใต้ชื่อ "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love) เพื่ออธิบายการดำรงอยู่ของ "หม่าตำนานรักชัยภูมิ" ในฐานะโครงสร้างทางสังคมที่รสชาติ ความรัก และอาชีพ หลอมรวมกันอย่างแยกไม่ออก กรอบแนวคิดนี้มิได้เริ่มต้นจากการตั้งชื่อทฤษฎีลอย หากเป็นการสังเคราะห์เชิงทฤษฎีที่ "งอกออกจากสนาม" (grounded in the field) ผ่านการสังเกตชีวิตประจำวัน การทำงาน และการตัดสินใจเชิงศีลธรรมของผู้ทำหม่าในบริบทอีสานร่วมสมัย ตามวิธีวิทยาที่ Burawoy (2009) เรียกว่า "การนำทฤษฎีไปสนามและรับฟังการตอบกลับของสนาม" กรอบนี้ประกอบด้วย สามเสาหลัก (three pillars) ที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นพลวัต ได้แก่ (1) รสชาติในฐานะทุนทางศีลธรรม (Moral Taste) (2) ความรักในฐานะแรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม (Love as Relational-moral Labor) และ (3) อาชีพอาหารในฐานะเศรษฐกิจศีลธรรม (Food-based Moral Economy) ทั้งสามเสาได้เป็นมิติแยกส่วน หากเป็นองค์ประกอบของโครงสร้างเดียวกันที่ทำงานพร้อมกัน ดังภาพประกอบที่ 1 แสดงไว้

ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงกรอบ "รสชาติแห่งความรัก (Three-pillar Framework)"



ที่มา: ผู้วิจัย, 2568

คำอธิบายภาพที่ 1 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love Framework) แสดงการประกอบสร้างของสามเสาหลักที่ทำงานร่วมกันเป็นโครงสร้างเดียว ได้แก่ (1) รสชาติในฐานะทุนทางศีลธรรม (Moral Taste) ที่สะสมผ่านความซื่อตรงต่อสูตรบรรพบุรุษและพันธสัญญาต่อชุมชน (2) ความรักในฐานะแรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม (Love as Relational-moral Labor) ที่ขยายและท้าทายกรอบ Emotional labor ของ Hochschild (2012) และ (3) อาชีพอาหารในฐานะเศรษฐกิจศีลธรรม (Food-based Moral Economy) ที่ดำเนินอยู่ในปฏิบัติการรายวัน มิใช่ในเหตุการณ์ต่อต้านแบบคลาสสิกของ Thompson (1971) และ Scott (1976) จุดที่สามเสาบรรจบกันคือ "รสชาติแห่งความรัก" ซึ่งเป็นมโนทัศน์เชิงสังเคราะห์ที่บทความนี้พัฒนาขึ้นจากการลงสนามในชุมชนผู้ทำหม่าชัยภูมิ

3.1 รสชาติในฐานะทุนทางศีลธรรม (Moral Taste)

เสาแรกของกรอบ "รสชาติแห่งความรัก" คือการเสนอให้มอง "รสชาติ" มิใช่เพียงการรับรู้ทางประสาทสัมผัส หากเป็นทุนทางศีลธรรม (Moral Capital) ที่สะสมผ่านเวลา ความทรงจำ และความซื่อสัตย์ต่อบรรทัดฐานของชุมชน แนวคิดนี้ต่อยอดและท้าทายงานคลาสสิกด้าน Sociology of Taste ของ Bourdieu (1984) ใน Distinction ที่อธิบายรสชาติในฐานะ ทุนเชิงชนชั้น (Class Capital) และเครื่องมือสร้างความแตกต่างทางสังคม (cultural distinction) ในกรอบของ Bourdieu รสชาติคือสนามรบของการแสดงสถานะ ที่ชนชั้นบนใช้เพื่อแยกตัวออกจากชนชั้นล่าง ทว่าในกรณีหน้า รสชาติทำงานในตรรกะที่ต่างออกไป มันมิได้ทำหน้าที่แยกชนชั้น หากเชื่อมเครือญาติ มิได้สร้างความแตกต่าง หากสร้างความต่อเนื่องกับอดีต รสชาติที่ดีของหน้ามิใช่ความอร่อยเชิงเทคนิคที่บ่งบอกถึงผู้บริโภคที่มีรสนิยม หากเป็นรสชาติที่ "ไม่ทรยศต่อบรรพบุรุษ" เป็นรสชาติที่ทำให้ผู้กินรู้สึกว่าได้เชื่อมโยงกับอดีตและชุมชน แนวคิดนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Sutton (2001) ที่ว่ารสชาติเป็นสื่อกลางของความทรงจำ และของ Paxson (2012) ที่ว่ารสชาติเป็นทักษะทางสังคม แต่บทความนี้ขยายต่อโดยชี้ว่า รสชาติยังเป็นพันธสัญญาเชิงศีลธรรม (Moral Commitment) ระหว่างผู้ผลิตกับชุมชน เป็นคำมั่นที่ส่งผ่านการค้ำข้าวเอง การปฏิเสธสารเร่งการหมัก และการรักษาสูตร แม้ตลาดจะเรียกร้องการเปลี่ยนแปลง ในเชิงทฤษฎี "ทุนทางศีลธรรม" (Moral Capital) ในความหมายที่บทความนี้เสนอมี 3 ลักษณะที่แตกต่างจาก "ทุนวัฒนธรรม" ของ Bourdieu ประการแรก มันสะสมผ่านการรักษาความซื่อตรง มิใช่การสะสมความรู้หรือรสนิยม ผู้ทำหน้าได้ "ทุน" นี้ผ่านการไม่ลดมาตรฐานในวันที่ใจไม่อยู่ ผ่านการคืนเงินหากลูกค้ารู้สึกว่ารสชาติไม่เท่าเดิม ผ่านการบอกความจริงเรื่องวัตถุดิบที่ใช้ ประการที่สอง มันไม่อาจถูกถ่ายโอนผ่านการเรียนรู้ทางการ หากต้องผ่านการกระทำซ้ำในเวลายาว ตามที่ผู้ทำหน้ามักกล่าวว่า "ทำมา 30 ปี ลูกค้าถึงเชื่อ" ประการที่สาม มันมีคุณสมบัติของความเปราะบาง สะสมได้ยากแต่สูญเสียได้ง่าย การเปลี่ยนสูตรหนึ่งครั้งเพื่อตลาด อาจทำลายทุนที่สะสมมาหลายสิบปี นี่คือนิยามที่ผูกพันกับความถูกต้อง (Rightness) มิใช่เพียง ความนิยม (Popularity) และเป็นเหตุผลว่าทำไมผู้ทำหน้าจำนวนมากเลือก "ไม่โต" ทั้งที่มีโอกาสทางเศรษฐกิจ เพราะการรักษารสชาติคือการรักษาคดีศรีของตนเองในฐานะผู้สืบทอดอาชีพ

3.2 ความรักในฐานะแรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม (Love as Relational-Moral Labor)

เสาที่สองของกรอบนี้ คือการทำให้ "ความรัก" มองเห็นได้ในฐานะแรงงาน โดยต่อยอดและท้าทายแนวคิดแรงงานอารมณ์ของ Hochschild (2012) อย่างมีนัยสำคัญ ในกรอบของ Hochschild แรงงานอารมณ์คือการจัดการความรู้สึกตามที่นายจ้างกำหนด ในระบบที่อารมณ์จริงและอารมณ์ที่แสดงถูกแยกออกจากกัน (Emotional Dissonance) บทความนี้ยอมรับคุณค่าของการของ Hochschild แต่ชี้ว่ากรอบนี้ ไม่อาจอธิบายแรงงานในเศรษฐกิจฐานรากที่ความรักและการทำงานเป็นโครงสร้างเดียวกัน ตั้งแต่ต้น ผู้วิจัยจึงเสนอโมเดลใหม่ "แรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม" (Relational-moral Labor) ซึ่งมีลักษณะ 4 ประการที่แตกต่างจากแรงงานอารมณ์แบบ Hochschild ดังนี้

ลักษณะที่ 1 ไม่มี Emotional Dissonance ความรู้สึกที่ปรากฏในการทำงานคือความรู้สึกที่มี ไม่มีการแยกระหว่าง "ตัวตนจริง" กับ "ตัวตนในงาน" เพราะตัวงานคือการขยายของความสัมพันธ์ ที่บุญมีรักสามีและรักอาชีพในเวลาเดียวกัน ไม่มี "ความรักที่ต้องแสดง" ในงาน เพราะไม่มีนายจ้างที่กำหนดสคริปต์

ลักษณะที่ 2 ไม่ใช้การจัดการตามคำสั่ง ไม่มีคู่มือ ไม่มี Script ไม่มีนายจ้าง การกระทำเชิงอารมณ์นอกจากบรรทัดฐานของชุมชนและประวัติศาสตร์ของความสัมพันธ์ การจดจำลูกค้าประจำ การให้ราคาพิเศษแก่ผู้สูงอายุ การยอมขาดทุนวันที่วัตถุดิบไม่ดี ทั้งหมดนี้มิใช่ "นโยบาย" หาก "จริยศาสตร์ที่ฝังในมือ" ของผู้ทำงาน

ลักษณะที่ 3 ไม่ใช่ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมด ในกรอบ Hochschild แรงงานอารมณ์เป็นทรัพยากรจำกัดที่ใช้ไปเรื่อย ๆ จนหมด นำไปสู่ Burnout แต่ใน Relational-moral Labor ความรักในงานไม่ลดลงตามการใช้งาน หากเพิ่มพูนผ่านการกระทำซ้ำ การทำหน้าทุกวันคือการ "หล่อเลี้ยง" ความรัก มิใช่การ "ดึง" ออกมาใช้ ทำงานยาวนาน ความรักยิ่งลึก

ลักษณะที่ 4 เป็นแรงงานเชิงเวลา (Temporal Labor) ความรักในงานหม่าต้องใช้เวลาในการแสดงออก การหมัก การรอคอย การจดจำลูกค้าที่ซื้อมา 20 ปี ทั้งหมดเป็นการลงทุนเวลาที่ทำให้ความสัมพันธ์มีน้ำหนัก ความรักจึงมิได้ปรากฏในช่วงขณะของการขาย หากในการสะสมเวลาแห่งความน่าเชื่อถือ

มนทัศน์แรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรมนี้ขยายและท้าทายข้อเสนอใน Sociology of Love ของ Illouz (2019) และ Lynch และคณะ (2009) ซึ่งเปิดประเด็นว่าความรักไม่ใช่เรื่องส่วนตัวล้วน หากเป็นโครงสร้างทางสังคมที่มีผลต่อเศรษฐกิจ แต่งานเหล่านี้ยังคงวิเคราะห์ในบริบทเมืองและชนชั้นกลางตะวันตก หม่าชัยภูมิเปิดประตูให้เห็นว่า ในเศรษฐกิจฐานรากของ Global South ความรักมิใช่หมวดวิเคราะห์ที่ "ควรเพิ่มเข้ามา" หากเป็นโครงสร้างที่ "ทำให้เศรษฐกิจดำรงอยู่ได้" การแปลความรักเป็นแรงงานเช่นนี้ ท้าทายกรอบคิดเสรีนิยมตะวันตกที่แยกงานออกจากความรู้สึกอย่างเด็ดขาด และช่วยอธิบายชีวิตแรงงานนอกระบบที่เส้นแบ่งระหว่าง "ทำงาน" กับ "ดูแลกัน" ไม่เคยชัดเจน ความรักจึงเป็นทั้งพลังและภาระ เป็นสิ่งที่ทำให้อยู่ต่อได้ แม้รายได้ไม่แน่นอน

3.3 อาชีพอาหารในฐานะเศรษฐกิจศีลธรรม (Food-based Moral Economy)

เสาที่สามของกรอบนี้ คือการทำความเข้าใจอาชีพทำหม่าผ่านกรอบเศรษฐกิจศีลธรรมของอาหาร (Food-based Moral Economy) ที่ต่อยอดและขยายงานคลาสสิกของ Thompson (1971) และ Scott (1976) ในเรื่องนี้ Thompson และ Scott วางรากฐานสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจศีลธรรมในฐานะ "ระเบียบเชิงศีลธรรมที่ฝูงชนผู้ด้อยอำนาจปกป้องเมื่อตลาดละเมิด" บทความนี้ยอมรับคุณูปการนี้ แต่ชี้ว่ากรอบของ Thompson และ Scott ผูกตัวอยู่กับ "เหตุการณ์การต่อต้าน" มากเกินไป ทำให้มองไม่เห็นเศรษฐกิจศีลธรรมที่ดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวันโดยไม่มีการประท้วง ไม่มีฝูงชน ไม่มีดราม่าทางประวัติศาสตร์ ในบริบทหม่า เศรษฐกิจศีลธรรมมิได้ปรากฏในรูปของการต่อต้าน หากในปฏิบัติการรายวันของการตัดสินใจเชิงศีลธรรม การตั้งราคา การเลือกวัตถุดิบ การตัดสินใจไม่ขยายการผลิตเกินชุมชน ทั้งหมดล้วนเป็นการตัดสินใจเชิงศีลธรรม ผู้ทำหม่าต้องต่อรองระหว่าง "อยู่ได้" กับ "ไม่เอาเปรียบ" ระหว่าง "เลี้ยงครอบครัว" กับ "รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า" เศรษฐกิจในที่นี้จึงไม่ใช่ระบบตัวเลข หากเป็น "ระบบคุณค่า" (Value-laden Economy) กรอบเศรษฐกิจศีลธรรมของอาหารที่บทความนี้พัฒนาเมืองค์ประกอบ 3 ประการที่ขยายงานคลาสสิก ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 Moral Economy as Everyday Practice เศรษฐกิจศีลธรรมในกรณีหม่าดำเนินอยู่ในรูปของปฏิบัติการประจำวัน ไม่ปรากฏในเหตุการณ์ใหญ่ ตรรกะนี้สอดคล้องกับและขยายข้อเสนอของ Sayer (2007) ที่ว่า เศรษฐกิจศีลธรรมในยุคปัจจุบันต้องถูกเข้าใจในระดับชีวิตประจำวัน มิใช่เพียงระดับการเคลื่อนไหวเชิงนโยบาย

องค์ประกอบที่ 2 การปฏิสนธิทุนนิยมเชิงขยายในฐานะกลยุทธ์ทางศีลธรรม ผู้ทำหม่าในชัยภูมิเลือก "ไม่โต" ไม่ใช่เพราะขาดความสามารถ หากเพราะการโตะจะทำลายเงื่อนไขศีลธรรมของอาชีพ ตรรกะนี้ขยายงานของ Gibson-Graham (2006) ใน A Postcapitalist Politics ที่ชี้ว่าระบบทุนนิยมไม่เคยครอบคลุมโลกได้ทั้งหมด มีพื้นที่ของ "เศรษฐกิจที่หลากหลาย" (Diverse Economies) ที่ดำเนินตามตรรกะอื่น และของ Tsing (2015) ที่ชี้ว่า "การอยู่ในซากปรักหักพังของทุนนิยม" มีตรรกะของตัวเองที่สมบูรณ์

องค์ประกอบที่ 3 Moral Economy as Care for Relationship การตั้งราคาในเศรษฐกิจศีลธรรมหม่ามีเป้าหมายมิใช่เพียงรายได้ หากการรักษาความสัมพันธ์ ราคาที่แพงเกินไปทำลายความไว้วางใจ ราคาที่ถูกเกินไปทำลายศักดิ์ศรี การหาจุดสมดุลคือการดูแลความสัมพันธ์ ในแง่นี้ เศรษฐกิจศีลธรรมมิใช่เพียงการต่อรองเรื่องผลประโยชน์ หากการถ่วงเทื่อของการดูแลกันผ่านสินค้าที่จับต้องได้

กรอบเศรษฐกิจศีลธรรมของอาหารช่วยให้เห็นว่า อาชีพอาหารพื้นบ้านไม่ได้ล้าหลังหรือไร้ประสิทธิภาพ หากดำเนินอยู่บนตรรกะคนละชุดกับทุนนิยมอุตสาหกรรม และตรรกะนี้มีเหตุผลในเชิงจริยศาสตร์และสังคมอย่างลึกซึ้ง

3.4 การหลอมรวมสามเสา: "รสชาติแห่งความรัก" ในฐานะโครงสร้างเดียว

เมื่อพิจารณาร่วมกัน สามเสาที่อธิบายข้างต้น มิใช่มิติแยกส่วนที่บังเอิญมาอยู่ในกรณีเดียวกัน หากเป็นองค์ประกอบของโครงสร้างเดียวที่ทำงานพร้อมกันและพึ่งพากัน

รสชาติในฐานะทุนทางศีลธรรม เกิดขึ้นได้เพราะมีความรักที่ลงทุนเวลาในการรักษาความซื่อตรงต่อสูตร และเพราะมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่ไม่บังคับให้ต้องเปลี่ยนสูตรเพื่อกำไร รสชาติจึงต้องการทั้งความรักและเศรษฐกิจศีลธรรมเป็นเงื่อนไขการดำรงอยู่

ความรักในฐานะแรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม ปรากฏผ่านการรักษารสชาติ (เพราะรสคือพันธสัญญาต่อลูกค้า) และผ่านการตัดสินใจทางเศรษฐกิจที่ไม่เอาเปรียบใคร (เพราะนั่นคือการแสดงความรักต่ออาชีพและชุมชน) ความรักจึงต้องการทั้งรสชาติและเศรษฐกิจเป็นช่องทางการแสดงออก

เศรษฐกิจศีลธรรมของอาหาร ดำรงอยู่ได้เพราะมีรสชาติเป็นมาตรฐานที่ลูกค้าและผู้ผลิตยึดถือร่วมกัน และเพราะมีความรักเป็นแรงขับให้ผู้ผลิตยอมรับเงื่อนไขที่ไม่ทำกำไรสูงสุด เศรษฐกิจศีลธรรมจึงต้องการทั้งรสชาติและความรักเป็นเงื่อนไขโครงสร้าง

โครงสร้างสามเสานี้รวมตัวกันเป็น "รสชาติแห่งความรัก" กรอบที่ทำให้เห็นว่า ในชีวิตของผู้ทำหม่าชั๋วมิ ไม่มีจุดใดที่รสชาติ ความรัก และอาชีพ ดำรงอยู่แยกจากกัน ทุกการคว่ำข้าวคือการกระทำของทั้งสามมิติพร้อมกัน ทุกการตั้งราคาคือการสนทนาของทั้งสามเสียงในเวลาเดียวกัน ในเชิงคุณูปการต่อภาคปฏิบัติ กรอบนี้เสนอเครื่องมือใหม่สำหรับการออกแบบนโยบายอาหารและการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย ที่จะให้น้ำหนักกับการรักษาความสัมพันธ์ ศักดิ์ศรี และจังหวะชีวิต มิใช่เพียงการเพิ่มประสิทธิภาพและการขยายตลาด กล่าวโดยรวม "รสชาติแห่งความรัก" คือทฤษฎีที่งอกจากครัวอีสาน เพื่อสนทนากับโลก เป็นข้อพิสูจน์ว่าทฤษฎีสังคมศาสตร์ไม่จำเป็นต้องนำเข้าจากซีกโลกเหนือ และว่าครัวเล็ก ๆ ของปัญญาชนในตำบลในเมือง สามารถเป็นห้องทดลองทางทฤษฎีที่มีน้ำหนักเท่ากับห้องสมุดของ Harvard หรือ Sorbonne หากเราฟังด้วยสายตาที่ถูกต้อง

4. ระเบียบวิธีวิจัย

บทความนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบ **ชาติพันธุ์วรรณนาเชิงทฤษฎี** (Theoretical Ethnography) ในความหมายที่ Burawoy (2009) เรียกว่า "ทฤษฎีนำการลงสนาม" (Theory brought to the Field) ซึ่งมีได้มุ่งสร้างคำอธิบายที่เป็นกลางต่อทฤษฎี หากแต่ใช้ทฤษฎีที่มีอยู่เป็นเครื่องมือมองสนามอย่างมีวินัย พร้อมเปิดพื้นที่ให้สนามสะท้อนกลับมาแก้ไข ขยาย หรือปฏิเสธทฤษฎีนั้น เป้าหมายของระเบียบวิธีจึงมิใช่เพียงการบรรยายวิถีชีวิต หากเป็น "การสร้างทฤษฎีร่วมกับสนาม" (Theory-Building with the Field) ผ่านการสังเกต การฟัง และการตีความเชิงจริยศาสตร์ของชีวิตแรงงานอาหารพื้นบ้านในชุมชนผู้ทำหม่า จังหวัดชัยภูมิ (Burawoy, 2009; Charmaz, 2014) ในงานชาติพันธุ์วรรณนาเชิงทฤษฎี ความเข้มข้นของการวิเคราะห์มิได้อยู่ที่จำนวนผู้ให้ข้อมูลหรือความยาวของบันทึก หากอยู่ที่ความสามารถในการเชื่อมประสบการณ์เฉพาะถิ่นเข้ากับการถกเถียงทฤษฎีระดับสากลได้อย่างมีวินัย (Burawoy, 2009; Tavory & Timmermans, 2014) งานชิ้นนี้จึงออกแบบระเบียบวิธีโดยให้ความสำคัญสามประการเท่ากัน คือ (1) ความลึกของการอยู่ในสนาม (2) ความหลากหลายของผู้ให้ข้อมูล และ (3) ความเข้มข้นของการตีความเชิงทฤษฎี

4.1 การออกแบบวิจัย พื้นที่ และระยะเวลาการลงสนาม

การวิจัยภาคสนามดำเนินการต่อเนื่อง 12 เดือน ระหว่างเดือนมิถุนายน 2566 ถึงพฤษภาคม 2567 ใน 2 พื้นที่หลักของจังหวัดชัยภูมิ ได้แก่ (1) อำเภอเมืองชัยภูมิ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายหม่าที่หนาแน่นที่สุดของจังหวัด และ (2) อำเภอภูเขียว ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ "หม่าตำนานรักชัยภูมิ" มีฐานการผลิตและเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมที่แข็งแรง การคัดเลือกพื้นที่สองแห่งนี้มิใช่เพื่อการเปรียบเทียบเชิงปริมาณ หากเพื่อให้ผู้วิจัยสามารถจับความหลากหลายของรูปแบบการผลิตและการให้ความหมาย ระหว่างพื้นที่ที่กึ่งเมือง (อำเภอเมือง) กับพื้นที่กึ่งชนบท (อำเภอภูเขียว) ผู้วิจัยลงพื้นที่ในรูปแบบ "การมาเป็นช่วง" (Episodic Immersion) รวม 6

ช่วง ช่วงละประมาณ 14–21 วัน แทรกด้วยช่วงห่างเพื่อทบทวนข้อมูล การออกแบบเช่นนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Hammersley และ Atkinson (2019) ที่ชี้ว่า การลงนามเป็นช่วงสลับกับการทบทวน ช่วยให้ผู้วิจัยตั้งคำถามใหม่กับข้อมูลที่เคยรวบรวมไว้ และกลับมาสนามด้วยสายตาที่เปลี่ยนไป กล่าวอีกนัยหนึ่ง ช่วงห่างคือพื้นที่ของการ "หายใจของการตีความ" ที่ทำให้ทฤษฎีและสนามได้สนทนากันอย่างมีจังหวะ

4.2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลและเกณฑ์การพิจารณา

ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผสมกับการคัดเลือกตามคำแนะนำต่อเนื่อง (Snowball Sampling) ตามแนวทางของ Patton (2015) ซึ่งเหมาะกับงานวิจัยที่ต้องการความลึกของกรณีมากกว่าความครอบคลุมเชิงสถิติ เกณฑ์การคัดเลือกประกอบด้วย 3 ข้อ ได้แก่ 1) มีประสบการณ์ในห่วงโซ่การผลิตหม่าขั้นต่ำ 5 ปี ติดต่อกัน เพื่อให้สามารถเล่าการเปลี่ยนแปลงของอาชีพได้อย่างมีนัย 2) อาศัยและประกอบอาชีพ ในจังหวัดชัยภูมิ มีผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาลหรือผู้ค้าขาย 3) ยินยอมให้ผู้วิจัยสังเกตชีวิตประจำวันและสนทนาในลักษณะลึกได้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 15 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ดังนี้ 1) ผู้ผลิตหม่า (อายุระหว่าง 42–68 ปี ประสบการณ์ทำหม่า 8–35 ปี) เน้นครัวเรือนที่ผลิตและขายเอง มีโชโรงงานขนาดกลาง 2) ผู้ประกอบการร้านค้าหม่า (อายุระหว่าง 38–62 ปี) ซึ่งบางรายเป็นรุ่นที่สองหรือสามของครอบครัวผู้ผลิต 3) ผู้บริโภคหม่าประจำ (อายุระหว่าง 35–75 ปี) ซึ่งซื้อหม่าต่อเนื่องเกิน 10 ปี และสามารถเล่าความผูกพันต่อรสชาติและผู้ขายได้ นอกเหนือจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยยังสนทนากับผู้ให้ข้อมูลรอบข้าง (Peripheral Informants) อีกประมาณ 22 ราย ได้แก่ ลูกหลานในครัวเรือน เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน และเจ้าของร้านอาหารที่ใช้หม่าเป็นวัตถุดิบ ซึ่งให้ภาพแวดล้อมเชิงบริบทแต่ไม่ใช่หน่วยวิเคราะห์หลัก ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญสรุปไว้ในตารางที่ 1

ตาราง 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (n = 15)

กลุ่ม	จำนวน	ช่วงอายุ (ปี)	เพศ (ช/ญ)	ประสบการณ์ (ปี)	พื้นที่
ผู้ผลิตหม่า	5	42–68	1 / 4	8–35	เมือง 3, ภูเขียว 2
ผู้ประกอบการ	5	38–62	2 / 3	6–28	เมือง 3, ภูเขียว 2
ผู้บริโภคประจำ	5	35–75	2 / 3	10–40 (ในฐานะลูกค้า)	เมือง 3, ภูเขียว 2

ชื่อที่ปรากฏในบทความเป็นนามสมมติทั้งหมด ตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

4.3 วิธีการเก็บข้อมูล: สามชั้นของการรับรู้สนาม

การเก็บข้อมูลใช้สามวิธีที่เสริมกัน ออกแบบให้ครอบคลุม "สามชั้นของการรับรู้สนาม" ได้แก่ ชั้นของการกระทำ (เห็น) ชั้นของถ้อยคำ (ฟัง) และชั้นของความหมาย (ตีความ)

4.3.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยมีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของผู้ทำหม่าในกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเลือกซื้อเนื้อหมูจากตลาดสด การคว่และตำข้าวคั่ว การนวดเนื้อกับเครื่องปรุง การบรรจุไส้ การหมัก การจัดร้านขาย และการพูดคุยกับลูกค้า การสังเกตเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่หลากหลาย ตั้งแต่ช่วงเช้ามืด (เริ่ม 04.30 น. ก่อนเข้าตลาด) จนถึงช่วงค่ำ (ปิดร้านประมาณ 20.00 น.) เพื่อจับ "จังหวะของวันทำงาน" ที่ไม่อาจมองเห็นได้ผ่านการสัมภาษณ์ การสังเกตเช่นนี้ตรงกับข้อเสนอของ DeWalt และ DeWalt (2011) ว่าด้วย "การเรียนรู้ผ่านร่างกาย" (Learning through the Body) ที่ผู้วิจัยต้องอยู่กับงานเพื่อจับความเหนื่อย ความรัก และการตัดสินใจเชิงศีลธรรมในสถานการณ์จริง ผู้วิจัยบันทึก บันทึกภาคสนาม (Field Notes) รวม 312 หน้า แบ่งเป็นบันทึกสั้น (Jottings) ที่บันทึกประจำวัน และบันทึกขยาย (Expanded Notes) ที่เขียนใน

ตอนคำของแต่ละวัน ตามแนวทางของ Emerson, Fretz, และ Shaw (2011) ที่ชี้ว่าบันทึกภาคสนามมิใช่เพียงการจดสิ่งที่เกิดขึ้น หากเป็นการ "เขียนเพื่อให้เห็น" สิ่งที่คุณวิจัยอาจมองข้ามในขณะนั้น

4.3.2 บทสนทนาชีวิต (Life-story Interviews) ผู้วิจัยทำบทสนทนาชีวิตกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 15 ราย โดยใช้แนวทางของ Atkinson (1998) และ Riessman (2008) ที่เน้นให้ผู้เล่าจัดวางเรื่องราวในจังหวะของตนเอง มิใช่ตอบคำถามตามแบบสอบถาม การสนทนาแต่ละครั้งใช้เวลา 90–180 นาที และทำซ้ำ 2–3 ครั้งต่อราย รวมประมาณ 38 ครั้ง การสนทนาเริ่มต้นด้วยคำถามเปิดที่กว้าง (ช่วยเล่าให้ฟังหน่อยว่าทำไมมาตั้งแต่นั้นแล้วทำไมถึงทำ) แล้วค่อยพัฒนาเข้าสู่ประเด็นเฉพาะ เช่น ความสัมพันธ์ในครอบครัว การตัดสินใจเรื่องราคา และเหตุการณ์สำคัญในชีวิตอาชีพ การบันทึกเสียงทำได้ในกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลยินยอม (12 จาก 15 ราย) ส่วนอีก 3 รายผู้วิจัยจดบันทึกด้วยมือและทบทวนทันทีหลังการสนทนา ทุกบทสนทนาถูกถอดความ (Transcribed Verbatim) ในภาษาที่ผู้ให้ข้อมูลใช้จริง รวมทั้งภาษาถิ่นอีสานและคำเฉพาะที่ไม่สามารถแปลตรงตัว เพื่อรักษา "เสียงทางวัฒนธรรม" (Cultural Voice) ตามที่ Spradley (1979) เน้นย้ำว่าเป็นหัวใจของชาติพันธุ์วรรณาที่ดี

4.3.3 การฟัง "เรื่องเล่ารสชาติ" (Taste Narratives) จุดยืนเชิงระเบียบวิธีที่สำคัญของงานนี้ คือ การเลือก ฟังเรื่องเล่ารสชาติมากกว่าการบันทึกสูตรอาหาร ผู้วิจัยสนใจว่าผู้ทำหม่าพุดถึงรสชาติอย่างไร รสชาติแบบใดถูกเรียกว่า "ดี" "ถูกต้อง" หรือ "ไม่กล้าขาย" คำถามที่ผู้วิจัยใช้บ่อยคือ "ถ้าหม่าพุดนี้ออกมาไม่ถูก พี่จะรู้ได้อย่างไร" และ "พี่กล้าขายให้แม่ตัวเองกินหรือเปล่า" คำถามลักษณะนี้เปิดประตูสู่บรรทัดฐานเชิงศีลธรรมของอาชีพ มากกว่าความรู้เชิงเทคนิค แนวทางนี้ต่อยอดจากงานของ Sutton (2001) ว่าด้วย "รสชาติในฐานะความทรงจำ" และของ Paxson (2013) ว่าด้วย "ทักษะของลิ้น" ในการสร้างคุณค่าทางสังคมของอาหารฝีมือ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล: การวิเคราะห์ธีมเชิงสะท้อนกลับ

ผู้วิจัยใช้ การวิเคราะห์ธีมเชิงสะท้อนกลับ (Reflexive Thematic Analysis) ตามแนวทางของ Braun และ Clarke (2022) ผ่าน 6 ขั้นตอนที่ดำเนินไปแบบวนซ้ำ (Recursive) มากกว่าเป็นเส้นตรง ได้แก่ (1) การทำความเข้าใจกับข้อมูล ผ่านการอ่านและฟังซ้ำ (2) การสร้างรหัส (Coding) ทั้งรหัสเชิงเนื้อหา (Semantic Codes) และรหัสเชิงตีความ (Latent Codes) (3) การสร้างธีมเริ่มต้น (4) การทบทวนและขัดเกลาธีม (5) การให้ชื่อและกำหนดขอบเขตของธีม และ (6) การประมวลผลเป็นข้อเสนอเชิงทฤษฎี ผู้วิจัยจัดการรหัสและความสัมพันธ์ระหว่างรหัส โดยใช้โปรแกรมในฐานะเครื่องมือ มิใช่ในฐานะผู้ตีความ ตามที่ Braun และ Clarke (2022) เตือนว่าซอฟต์แวร์ไม่อาจทดแทนการคิดเชิงสะท้อนกลับของนักวิจัยได้ จุดสำคัญที่แตกต่างจากการวิเคราะห์ธีมแบบเดิม คือ Reflexive Thematic Analysis ยอมรับอย่างเปิดเผยว่า ผู้วิจัยมิใช่เครื่องมือกลาง หากเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างความรู้ ธีมที่ปรากฏในบทความนี้จึงมิได้ "ผุดขึ้นจากข้อมูล" โดยอัตโนมัติ หากเป็นผลของการสนทนาระหว่างผู้วิจัย สนาม และกรอบทฤษฎีที่หล่อหลอมสายตาของผู้วิจัย กล่าวอีกนัยหนึ่ง Reflexivity คือเงื่อนไขของความเข้มงวด มิใช่ภัยคุกคามต่อความเข้มงวด จากกระบวนการนี้ ธีมหลักที่ปรากฏ ได้แก่ (1) ความรักในฐานะแรงงานเชิงเวลา (2) ครวัเรียนในฐานะโรงงานแห่งศีลธรรม (3) การตั้งราคาเป็นปฏิบัติการของศีลธรรม และ (4) การปฏิเสธการขยายตัวในฐานะกลยุทธ์การดำรงอยู่ ธีมเหล่านี้นำไปสู่กรอบ "รสชาติแห่งความรัก" ซึ่งจะนำเสนอในส่วนผลการวิจัยและอภิปรายผล

4.5 ความน่าเชื่อถือของงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ความน่าเชื่อถือสี่ประการตามแนวทางของ Lincoln และ Guba (1985) และข้อเสนอเพิ่มเติมของ Tracy (2010) ที่เหมาะกับงานวิจัยเชิงคุณภาพร่วมสมัย ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ผ่าน (ก) การลงสนามต่อเนื่อง 12 เดือน (Prolonged Engagement) (ข) การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ระหว่างการสังเกต บทสนทนา และเอกสารทางการของจังหวัด และ (ค) การคืนข้อมูลให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบ (Member Checking) ในช่วง 3 เดือนสุดท้ายของการวิจัย 2) ความสามารถในการประยุกต์ใช้ (Transferability) ผ่านการพรรณนาบริบทอย่างหนาแน่น (thick description) ตามแนวทางของ Geertz (1973) เพื่อให้ผู้อ่านสามารถพิจารณาความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ข้อค้นพบในบริบทอื่น 3) ความเชื่อถือได้ (Dependability)

ผ่านการเก็บรอยทาง (Audit Trail) ของการตัดสินใจเชิงระเบียบวิธี รหัส อีเอ็ม และข้อโต้แย้งกับตนเองตลอดกระบวนการ และ 4) ความสะท้อนกลับ (Reflexivity) ผ่านการเขียนบันทึกผู้วิจัย (Researcher Journal) ที่บันทึกอารมณ์ ความสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูล และการเปลี่ยนแปลงของสายตาทฤษฎีตลอดการวิจัย

4.6 จริยธรรมการวิจัย: เกินกว่าการขออนุญาตเชิงพิธีกรรม

ในเชิงจริยธรรม ผู้วิจัยยึดถือว่าจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์มิได้จบลงที่ขั้นตอนการขออนุญาตเชิงพิธีกรรม (Procedural Ethics) หากต้องดำเนินต่อไปในรูปของ "จริยธรรมในการปฏิบัติ" (Ethics in Practice) ตามข้อเสนอของ Guillemin และ Gillam (2004) ที่ชี้ว่า "ช่วงเวลาที่สำคัญทางจริยธรรม" (Ethically Important Moments) มักเกิดขึ้นในสนามอย่างไม่อาจคาดเดา และผู้วิจัยต้องอาศัยความสะท้อนกลับมากกว่าคู่มือสำเร็จในการตัดสินใจในขณะนั้น ผู้วิจัยยังยึดหลัก การไม่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าเชิงวิชาการ (Avoiding academic Commodification of Culture) โดยตระหนักว่าการนำเรื่องราวอาหารพื้นบ้านเข้าสู่เวทีวิชาการระดับสากล มีความเสี่ยงในการทำให้ชีวิตของผู้คนกลายเป็น "กรณีศึกษา" ที่ถูกแยกออกจากบริบทและความรู้สึก ดังนั้น การตีความข้อมูลจึงดำเนินไปด้วยความระมัดระวัง เคารพเสียงของผู้ให้ข้อมูล หลีกเลี่ยงการสรุปแบบทำให้วัฒนธรรมดูแปลกใหม่หรือโรแมนติคเกินจริง และพร้อมส่งมอบความเมื่อตีพิมพ์ให้ผู้ให้ข้อมูลที่สนใจ ตามข้อเสนอเรื่อง "การวิจัยที่ตอบแทน" (Reciprocal Research) ของ Lincoln, Lynham, และ Guba (2018)

4.7 ข้อจำกัดของระเบียบวิธี

ผู้วิจัยตระหนักถึงข้อจำกัดสามประการ ประการแรก ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ทำหม่าที่ยังคงประกอบอาชีพอยู่ มิได้ครอบคลุมผู้ที่เคยทำแต่เลิกไปแล้ว ซึ่งอาจให้ภาพของความล้มเหลวและการถอนตัวที่งานนี้ไม่อาจเข้าถึง ประการที่สอง การวิจัยเน้นผู้ผลิตในครัวเรือนขนาดเล็ก มิได้ครอบคลุมโรงงานหม่าขนาดกลางที่อาจมีตรรกะการดำเนินงานแตกต่างออกไป ประการที่สาม การลงสนาม 12 เดือนแม้จะเพียงพอสำหรับการจับจังหวะของวงปีหนึ่ง แต่ยังมีได้สามารถจับการเปลี่ยนแปลงข้ามรุ่น (Intergenerational shifts) ที่ต้องอาศัยการศึกษาระยะยาวกว่า งานในอนาคตอาจขยายขอบเขตในประเด็นเหล่านี้

5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการลงสนามชาติพันธุ์วรรณาในชุมชนผู้ทำหม่าจังหวัดชัยภูมิ 12 เดือน แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า "หม่า" มิได้เป็นเพียงอาหารพื้นบ้าน หากเป็นโครงสร้างทางสังคมที่มีชีวิต ซึ่งรสชาติ ความรัก เวลา และศีลธรรม หลอมรวมกันอย่างแนบแน่น การนำเสนอผลการวิจัยในส่วนนี้ได้จัดเรียงตามธีมเชิงเทคนิคของกระบวนการผลิต หากเรียบเรียงตาม "ตรรกะของชีวิตผู้คน" เพื่อให้เสียงจากสนามสามารถสนทนากับกรอบทฤษฎี "รสชาติแห่งความรัก" ได้อย่างเป็นธรรมชาติ ผู้วิจัยขอเน้นย้ำว่า ธีมทั้งสี่ที่จะนำเสนอต่อไปนี้มิได้ "ผุดขึ้นจากข้อมูล" โดยอัตโนมัติ หากเป็นผลของการตีความอย่างมีวินัยระหว่างข้อมูลกับกรอบทฤษฎี ตามจุดยืน Reflexive ที่ได้อธิบายในระเบียบวิธี เสียงของผู้ให้ข้อมูลที่ปรากฏในส่วนนี้ ถูกคัดเลือกในฐานะตัวแทนของรูปแบบที่ปรากฏซ้ำในผู้ให้ข้อมูลรายอื่น ๆ มิใช่เป็นเสียงเฉพาะตัว

5.1 หม่าในฐานะเรื่องเล่าของความรักและการรอคอย

เรื่องเล่าที่ปรากฏซ้ำมากที่สุดในบทสนทนาชีวิตกับผู้ทำหม่า คือเรื่องของ **คู่ชีวิต ครอบครัว และการรอคอย** ผู้ให้ข้อมูล 14 จาก 15 ราย เริ่มต้นเล่าประวัติอาชีพของตนเองโดยไม่ได้พูดถึง "ธุรกิจ" หากพูดถึงคนที่ทำด้วยกัน สามิ ภรรยา แม่ ลูก พี่สาว หรือเพื่อนบ้านที่กลายเป็นเครือข่ายผ่านการทำงานร่วมกันนานปี ในเช้ามีดวันที่ 14 กันยายน 2566 ผู้วิจัยนั่งดูพี่บุญมี (นามสมมุติ) อายุ 58 ปี ผู้ทำหม่าในตำบลในเมืองมา 32 ปี กำลังนวดเนื้อหมูกับข้าวคั่วและกระเทียมในกะละมังสเตนเลส ขณะมีน้องเปื้อนเครื่องปรุง พี่บุญมีหยุดมือชั่วคราวแล้วเล่าว่า:

"พีเริ่มทำหม่าตอนแต่งกับพีสมหวัง (สามี) ใหม่ ๆ ตอนนั้นยังไม่มีลูก เขาขับรถรับจ้าง เพื่อบ้านเฉย ๆ ก็เบื่อ แม่สามีเลยสอนให้ทำหม่าขายด้วยกัน ทำมาก็แก้ด้วยกันสามสิบกว่าปี ลูกสองคนโตด้วยหม่าหมอนี้ทั้งนั้นแหละ พีไม่ได้ทำหม่าเพราะอยากรวยหรอก ทำเพราะมันคือสิ่งที่เราสองคนทำด้วยกันได้" (พีบุญมี, ผู้ผลิตหม่า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 กันยายน 2566)

คำพูดของพีบุญมีปรากฏซ้ำในรูปแบบที่คล้ายคลึงกันในผู้ให้ข้อมูลรายอื่น ป้าทองคำ (นามสมมุติ) อายุ 64 ปี ผู้ทำหม่าในอำเภอภูเขียวมา 35 ปี บอกผู้วิจัยขณะนั่งบรรจุไส้หม่าในตอนบ่ายว่า "ทำหม่า คือ งานของคนที่อยู่ด้วยกัน ทำคนเดียวมันไม่ทันหรอก ต้องมีคนช่วยตำข้าวคั่ว ช่วยล้างไส้ ช่วยมัด พืกับสามีทำมาตั้งแต่ลูกคนโตยังอุมได้" (การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 ตุลาคม 2566) ลุงประยูร (นามสมมุติ) อายุ 68 ปี ใช้คำว่า "งานบ้านคู่" และพี่นงเยาว์ (นามสมมุติ) อายุ 42 ปี ผู้สืบทอดกิจการรุ่นที่สองบอกว่า "ถ้าทำคนเดียว มันไม่ใช่หม่า"

บันทึกภาคสนามวันที่ 14 พฤศจิกายน 2566 ผู้วิจัยจดไว้ว่า:

ป้าทองคำใช้เวลาเกือบสองชั่วโมงในการคั่วและตำข้าวคั่วเอง ทั้งที่ในตลาดสดมีข้าวคั่วสำเร็จขายในราคาที่ไม่ต่างกันมาก เมื่อถามว่าทำไมยังคั่วเอง ป้าตอบสั้น ๆ ว่า "ข้าวคั่วซื้อไม่หอม คนกินรู้" แล้วเสริมว่า "พีทำเองทุกอย่าง เพราะพีอยากให้คนกินรู้ว่าพีใส่ใจ" กลิ่นข้าวคั่วที่หอมโชยมาจากกระทะเหล็ก ทำให้ครัวทั้งครัวเหมือนถูกล้อมด้วยความอบอุ่นของคนที่ไม่อยากหุ่นแรง บันทึกภาคสนามชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่า การหมักหม่าคือการรอคอยอย่างมีความหมาย เป็นการรอที่ไม่เร่ง ไม่ฝืนเวลา และไม่ละเมิดจังหวะของวัตถุดิบ ผู้วิจัยพบว่าผู้ผลิตทั้ง 5 รายปฏิเสธการใช้สารเร่งการหมัก แม้ในตลาดอุตสาหกรรมจะมีการใช้กันแพร่หลาย

พีบุญมีอธิบายว่า "เร่งได้ แต่รสชาติมันไม่ใช่ของเรา" คำพูดเรียบ ๆ นี้สะท้อนตรรกะเชิงเวลาที่ลึกซึ้ง การรอคอยมิใช่เรื่องของความช้าทางเทคโนโลยี หากเป็นการยอมรับว่าวัตถุดิบมีจังหวะของตัวเอง และการเคารพจังหวะนั้น คือ การเคารพตัวอาชีพเอง ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องอย่างยิ่งกับสิ่งที่ Adam (2020) เรียกว่า "เวลาเชิงศีลธรรม" (Moral Time) ซึ่งไม่อาจเร่งให้เร็วขึ้นด้วยเทคโนโลยีหรือทุน และที่ Rosa (2019) อภิปรายในกรอบของ "การสะท้อนพ้องของเวลา" (Temporal Resonance) ที่ผู้กระทำกรรู้สึก "เข้าจังหวะ" กับวัตถุของตน ในเรื่องเล่าของผู้ทำหม่า ความรักมิได้ถูกเล่าในฐานะอารมณ์โรแมนติก หากเป็นการ "อยู่ด้วยกันให้นาน" ความรักจึงถูกทำให้เป็นการกระทำซ้ำในชีวิตประจำวัน ตื่นเช้า เตรียมวัตถุดิบ แบ่งงานกันทำ และรอผลของการหมัก เรื่องเล่าเหล่านี้ยืนยันข้อเสนอใน Sociology of Love (Illouz, 2019; Lynch, Baker, & Lyons, 2009) ที่ชี้ว่าความรักในชีวิตแรงงานมักปรากฏในรูปของความรับผิดชอบและการดูแล มากกว่าคำพูดหวานซึ้ง ในเชิงทฤษฎี เรื่องเล่าจากพีบุญมี ป้าทองคำ และผู้ให้ข้อมูลรายอื่น ทำให้เห็นว่า "ความรัก" ทำหน้าที่เป็นทั้ง **แรงงานอารมณ์** (Emotional Labor) และ **แรงงานเชิงเวลา** (Temporal Labor) ที่ทำให้อาชีพดำรงอยู่ได้ แม้รายได้จะไม่สูงหรือไม่แน่นอน ความรักในที่นี้ มิใช่ทรัพยากรที่ผู้ทำหม่า "ใช้" เพื่อให้ทำงานต่อไป หากเป็น **เงื่อนไขแห่งความเป็นไปได้** (Condition of Possibility) ของงานเอง

5.2 ครัวเรือนในฐานะ "โรงงานแห่งศีลธรรม"

ในบรรดาสิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นตลอด 12 เดือนในครัวหม่า สิ่งที่เกิดขึ้นที่สุดประการหนึ่ง คือ ครัวเรือนผู้ทำหม่าไม่ทำงานแบบโรงงาน แม้จะผลิตสินค้าออกสู่ตลาดทุกวันก็ตาม คำว่า โรงงาน สื่อถึงการแยกส่วน การวัดผล และจังหวะที่ถูกกำหนดจากภายนอก แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในครัวของพีบุญมีและป้าทองคำเป็นอีกแบบหนึ่งโดยสิ้นเชิง ผู้วิจัยจึงเสนอโมโนทัศน์ "โรงงานแห่งศีลธรรม" (Moral Workshop) เพื่อจับลักษณะเฉพาะของพื้นที่นี้ พื้นที่ที่การผลิตหม่าในเชิงวัตถุ ดำเนินคู่ขนานไปกับการผลิตและต่อรองศีลธรรมของอาชีพอย่างไม่ขาดสาย

เวลา 06.30 น. พีสมหวัง (สามี) กลับจากตลาดสดพร้อมเนื้อหมูสามกิโล พีบุญมีดูเนื้อนาน เสียงดังว่า "วันนี้เนื้อไม่ดี" แล้วตัดสินใจจะทำหม่าแค่ครึ่งหนึ่งของที่วางแผนไว้ พีสมหวังไม่ขัด เพียงพยักหน้าและไปจัดเตรียมหม้อใหม่ "ขาดทุนวันนี้ดีกว่าให้ลูกคำกินของไม่ดี" พีบุญมีพูดให้ตัวเองฟังขณะล้างเนื้อ การตัดสินใจนี้ใช้เวลาไม่ถึงห้านาที แต่บรรจุระบบคุณค่าทั้งระบบไว้ภายใน การตัดสินใจในลักษณะนี้เกิดขึ้นบ่อยครั้งและในรูปแบบที่หลากหลาย ลุงประยูรอธิบายให้ผู้วิจัยฟังในวันที่ 18 ธันวาคม 2566 ว่า

"บางวันแม่ป่วย พี่ทำได้คนเดียว ก็ขายคนเดียว ไม่เอาเปรียบลูกค้าโดยทำของไม่เต็มมือ" (ลุงประยูร, ผู้ผลิตหม่า, 18 ธ.ค. 2566) และพี่นงเยาว์ผู้สืบทอดรุ่นที่สอง บอกว่า "พ่อสอนพี่ว่า ถ้าวันไหนใจไม่อยู่ อย่าทำ ทำไปก็ไม่อร่อย ลูกค้าจับได้" (พี่นงเยาว์, ผู้ผลิตหม่า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กุมภาพันธ์ 2567)

คำว่า "ใจไม่อยู่" ที่พี่นงเยาว์ใช้ คือ แนวคิดเฉพาะถิ่นที่ผู้วิจัยพบในผู้ให้ข้อมูล 9 จาก 15 ราย หมายถึงสภาวะที่ผู้ทำหม่ารู้สึกว่าตนเองไม่อยู่ในจังหวะที่จะทำงาน อาจเป็นเพราะป่วย เพราะเหนื่อย เพราะกังวลเรื่องในครอบครัว หรือเพราะเพิ่งทะเลาะกับใคร "ใจไม่อยู่" จึงเป็นทั้ง มาตรฐานเชิงอารมณ์ และ เกณฑ์เชิงจริยธรรม ในการตัดสินใจว่าควรทำงานหรือไม่ในวันนั้น แนวคิดนี้ท้าทายข้อเสนอใน sociology of work กระแสหลักที่มักแยก "อารมณ์" ออกจาก "ผลผลิต" อย่างเด็ดขาด (Wharton, 2009; Kalleberg, 2018) เพราะในกรณีหม่า อารมณ์และผลผลิตเป็นเรื่องเดียวกัน

การไม่แยกชีวิตออกจากอาชีพ ทำให้การทำงานเต็มไปด้วยการต่อรองเชิงจริยศาสตร์ที่ไม่อาจเขียนไว้เป็นกฎ ตำราด้าน Sociology of Work ชี้ว่าแรงงานนอกระบบจำนวนมากไม่สามารถแยก "เวลางาน" ออกจาก "เวลาชีวิต" ได้ (Kalleberg, 2018) แต่กรณีหม่าแสดงให้เห็นมากกว่านั้น คือ การไม่แยกดังกล่าวมิใช่ความล้มเหลวของระบบ หากเป็นตรรกะการดำรงชีวิตอีกแบบหนึ่ง บ้านในที่นี้จึงมิใช่พื้นที่ไร้ประสิทธิภาพ หากเป็นพื้นที่ที่คุณค่าของการดูแล ความเอื้ออาทร และความพอประมาณ ถูกทำให้เป็นจริงในทางปฏิบัติ โมโนทัศน์ "โรงงานแห่งศีลธรรม" จึงต่อยอดและท้าทายภาพของ "ครัวเรือนเป็นหน่วยผลิต" (household as production unit) ในเศรษฐศาสตร์แรงงาน ที่มีมุมมองครัวเรือนเป็นเพียงพื้นที่จัดสรรทรัพยากรอย่างมีเหตุผล ในกรณีหม่า ครัวเรือนเป็นพื้นที่ของเหตุผลเชิงศีลธรรม (Moral Reasoning) ที่ทำงานควบคู่กับเหตุผลเชิงเศรษฐศาสตร์ และในหลายช่วงเวลา ก็มีน้ำหนักเหนือกว่า

5.3 การตั้งราคา ความยุติธรรม และศักดิ์ศรีของผู้ทำหม่า

หนึ่งในประเด็นที่สะท้อนกรอบ เศรษฐกิจศีลธรรมของอาหาร (Food-based Moral Economy) ได้ชัดเจนที่สุด คือ การตั้งราคาหม่า ผู้ให้ข้อมูล 12 จาก 15 ราย ใช้ถ้อยคำคล้ายคลึงกันว่า "ขายพออยู่ ไม่ขายพอรวย" วลีนี้ปรากฏซ้ำในต่างพื้นที่ ต่างวัย และต่างประสบการณ์ จนผู้วิจัยพิจารณาให้เป็น หลักการเชิงศีลธรรมร่วม (Shared moral Principle) ของอาชีพ มิใช่เพียงสำนวนส่วนบุคคล ในช่วงที่ราคาเนื้อหมูปรับขึ้นจากกิโลกรัมละ 165 บาทเป็น 205 บาท ในเดือนกุมภาพันธ์ 2567 ผู้วิจัยเฝ้าสังเกตว่าผู้ทำหม่าแต่ละรายจะตอบสนองอย่างไร พี่บุญมีเป็นรายแรกที่ตอบ

"พี่ขึ้นราคาแค่ห้าบาทต่อชิ้น ทั้งที่ต้นทุนขึ้นกว่านั้นเยอะ ลูกค้าประจำเขามาตั้งสามสิบปี เขาเป็นแม่บ้าน รายได้ก็ไม่ได้ขึ้นเหมือนหมู เราขึ้นเยอะ เขาก็ไม่กล้าซื้อ ไม่กล้าเอาไปฝากลูกหลานในกรุงเทพฯ มันเสียกัน เสียทั้งสองฝ่าย" (พี่บุญมี, ผู้ผลิตหม่า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 กุมภาพันธ์ 2567)

ป้าทองคำเล่าในทำนองเดียวกันแต่ในสำนวนต่างออกไป "ตั้งราคาให้ตัวเองอยู่ได้ ลูกค้าก็ต้องอยู่ได้ ถ้าเขาไม่อยู่ ใครจะมาซื้อของเรา" (ป้าทองคำ, ผู้ผลิตหม่า, 20 ก.พ. 2567) ส่วนพี่นงเยาว์เสริมว่า "พ่อบอกตลอดว่า ขายแพงก็ขายได้ครั้งเดียว ขายพอดี ขายได้สิบปียี่สิบปี" (พี่นงเยาว์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กุมภาพันธ์ 2567)

จากเสียงเหล่านี้ การตั้งราคาหม่ามิใช่การคำนวณต้นทุนบวกกำไรอย่างที่ตำราเศรษฐศาสตร์เสนอ หากเป็นการต่อรองระหว่างหลายคุณค่าพร้อมกัน ได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบ แรงงานของครอบครัว ความสามารถในการจ่ายของลูกค้า ความสัมพันธ์ระยะยาว และศักดิ์ศรีของอาชีพ ราคาที่ "แพงเกินไป" ถูกมองว่าเอาเปรียบ ราคาที่ "ถูกเกินไป" ถูกมองว่าดูถูกอาชีพตนเอง การหาจุดสมดุลจึงเป็น ปฏิบัติการทางจริยศาสตร์ ที่ดำเนินอยู่ตลอดเวลา มิใช่การคำนวณครั้งเดียวจบ ตรรกะเช่นนี้สอดคล้องอย่างยิ่งกับแนวคิดเศรษฐกิจศีลธรรมที่ Thompson (1971) และ Scott (1976) เสนอ และ Sayer (2007) ขยายต่อ ว่าตลาดในชีวิตจริงถูกกำกับด้วยความคาดหวังเชิงความยุติธรรม มิใช่เพียงกลไกราคา

ที่สำคัญยิ่งกว่านั้น ผู้ทำหม่า 4 จาก 5 ราย ปฏิเสธการขายการผลิตในลักษณะอุตสาหกรรม แม้จะมีโอกาสเข้าสู่ตลาดออนไลน์หรือขยายสาขา ในวันที่ 8 มีนาคม 2567 ตัวแทนจากผู้ประกอบการห้างค้าปลีกรายใหญ่มาติดต่อพี่บุญมีให้ผลิตหม่าส่งห้าง พี่บุญมีปฏิเสธโดยไม่ลังเลและอธิบายให้ผู้วิจัยฟังภายหลังว่า:

"ถ้าทำส่งห้าง พี่ต้องจ้างคนเพิ่ม ต้องมีโรงงาน ต้องใช้สูตรอุตสาหกรรมถึงจะคุ้ม รสมันก็ไม่ใช้ของพี่อีกแล้ว แล้วลูกค้า เก่า ๆ ของพี่ละ เขาซื้อพี่เพราะอะไร เพราะรู้ว่าพี่ทำเอง ขายเอง ถ้าเปลี่ยน เขาก็ไม่ใช้ลูกค้าพี่อีก" (พี่บุญมี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 มีนาคม 2567)

การปฏิเสธของพี่บุญมี มิใช่การขาดความทะเยอทะยานหรือความสามารถ หากเป็นการตัดสินใจเชิงจริยศาสตร์ที่มีเหตุผล การขยายตัวจะทำลายรสชาติ ทำลายความสัมพันธ์กับลูกค้า ทำลายจังหวะชีวิตของครอบครัว และที่สำคัญที่สุด ทำลายความหมายของตัวอาชีพเอง ในสายตาของผู้ทำหม่า ตรรกะการปฏิเสธทุนนิยมเชิงขยาย (Expansionist Capitalism) นี้มิใช่การต่อต้านตลาด หากเป็นการ เลือกตลาดแบบมีศีลธรรม (Moral Market) ตามที่ Gibson-Graham (2006) เรียกว่า "เศรษฐกิจที่หลากหลาย" (Diverse Economies)

5.4 หม่าในฐานะอาชีพที่ไม่ปรากฏชุมชน

เมื่อมองย้อนกลับไปทั้งสี่ชิ้น ภาพที่ปรากฏมิใช่ภาพของอาชีพเล็ก ๆ ที่กำลังจะเลือนหาย หากเป็นภาพของเศรษฐกิจศีลธรรมที่ยังมีชีวิต รสชาติ ความรัก และอาชีพในกรณีหม่าชัยภูมิ มิได้เป็นสามมิติที่บังเอิญมาอยู่ด้วยกัน หากเป็นโครงสร้างเดียวที่หล่อเลี้ยงชีวิตแรงงานฐานราก

ด้วยเหตุนี้ กรอบ 'รสชาติแห่งความรัก' จึงมิใช่ทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำเข้ามาวางทับบนข้อมูล หากเป็นกรอบที่งอกขึ้นมาเอง จากการฟังเสียงเหล่านี้ ในช่วงเวลาเหล่านี้ ในครัวเหล่านี้ ของผู้คนที่ยังทำงานทุกวันด้วยมือ ด้วยเวลา และด้วยใจที่ยังอยู่กับงาน

"บ้านพี่ลูกสองคน ลูกสาวเรียนจบไปทำงานในเมือง แต่กลับมาช่วยขายทุกเสาร์อาทิตย์ ลูกชายอยู่บ้านช่วยส่งของให้ลูกค้าในตลาด หลานสองคนก็มาเล่นในร้านทุกวัน พี่บอกตัวเองทุกวันว่า โชคดีนะ ที่ยังมีคนรอบตัว ครอบครัวที่ไม่ทำหม่า ลูกหลานเขาไปอยู่ไกลหมด เจอกันปีละครั้ง" (ป้าทองคำ, ผู้ผลิตหม่า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 เมษายน 2567)

ในการสนทนากับผู้บริโภครประจำ ความเห็นในทำนองเดียวกันปรากฏซ้ำในมุมกลับ ป้าสมศรี (นามสมมุติ) อายุ 62 ปี ผู้ซื้อหม่าจากพี่บุญมีต่อเนื่อง 18 ปี บอกผู้วิจัยว่า "ป้าซื้อหม่าพี่บุญมี เพราะรู้ว่าเงินที่จ่ายไป มันอยู่ในครอบครัวเขา อยู่ในละแวกบ้านเรา ไม่ได้ไปกระเป๋านายทุนคนไหน" (ป้าสมศรี, ผู้บริโภค, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 เมษายน 2567) คำพูดของป้าสมศรีชี้ให้เห็นว่าการบริโภคหม่าในชุมชนชัยภูมิมิได้เป็นเพียงการซื้ออาหาร หากเป็นการมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจเชิงศีลธรรมของชุมชน ที่ผู้บริโภครก็เป็นผู้ร่วมรักษาโครงสร้างนี้ด้วย

ในเชิงทฤษฎี ปรากฏการณ์นี้ยืนยันข้อเสนอของ Gibson-Graham (2006) ว่าด้วย "เศรษฐกิจที่หลากหลาย" (Diverse Economies) และของ Gudeman (2016) ว่าด้วย "เศรษฐกิจของชุมชน" (Economy of Community) ที่ชี้ว่าอาชีพที่ไม่ทำลายความสัมพันธ์ทางสังคม มีบทบาทสำคัญต่อความยั่งยืนของชีวิตชนบทมากกว่าตัวเลขรายได้เพียงอย่างเดียว ผู้ทำหม่าจำนวนมากมองอาชีพของตนว่า "ไม่รวย แต่ไม่อด" และที่สำคัญคือ "ยังมีหัวใจ" (ลุงประยูร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 ธันวาคม 2566) เศรษฐกิจในความหมายนี้จึงไม่ใช่เครื่องจักร หากเป็นกระบวนการดูแลกันและกัน ผ่านรสชาติ การแลกเปลี่ยน และความไว้วางใจ ผลการวิจัยทั้งสี่ชิ้นข้างต้นยืนยันว่า "หม่าตำนานรักชัยภูมิ" เป็นตัวอย่างร่วมสมัยของ เศรษฐกิจศีลธรรมที่มีชีวิต ซึ่งรสชาติ ความรัก และอาชีพ มิได้เป็นมิติแยกส่วน หากเป็นโครงสร้างเดียวกันที่หล่อเลี้ยงชีวิตแรงงานฐานราก กรอบ "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love) จึงมิใช่ทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำเข้ามาวางทับบนข้อมูล หากเป็นกรอบที่งอกขึ้นจากการฟังเสียงเหล่านี้ ในช่วงเวลาเหล่านี้ ในครัวเหล่านี้ ของผู้ทำหม่าที่ทำงานทุกวันด้วยมือ ด้วยเวลา และด้วยใจ ที่ยังอยู่กับงาน

ภาพ 2-4 หม้าในจังหวัดชัยภูมิ

(2)



(3)



(4)



ที่มา: ผู้วิจัย, 2568

6. อภิปรายผล

การอภิปรายผลในส่วนนี้มีเป้าหมายสู่ประการ ได้แก่ (1) วางตำแหน่ง "หม้าตำนานรักชัยภูมิ" ในฐานะกรณีตัวอย่างจาก Global South ที่มีพลังเชิงทฤษฎี มิใช่เพียงพื้นที่ทดสอบทฤษฎีจากศูนย์กลางโลก (2) ใช้กรณีดังกล่าวเพื่อ วิพากษ์ ระบบอาหารเสรีนิยมใหม่ (Neoliberal Food System) และกรอบคิดอาหารทางเลือกที่ครอบงำจากตะวันตก (3) เสนอ "ความรัก" (Love) ในฐานะ หมวดวิเคราะห์ที่ขาดหายไป (Missing Analytical Category) ในสังคมวิทยาอาหารและแรงงาน และ (4) ขยายข้อเสนอเรื่อง "จริยศาสตร์ของการรอคอย" (Ethics of Waiting) ในฐานะมโนทัศน์ที่ Global South สามารถมอบให้แก่ทฤษฎีเวลาเชิงสังคมในระดับสากล ในส่วนนี้ผู้วิจัยมิได้ตั้งใจให้กรณีหม้าชัยภูมิเป็นเพียง "ตัวอย่าง" ที่ยืนยันทฤษฎีตะวันตก หากใช้มันเป็น เลนส์ตรวจสอบทฤษฎี (Theoretical Lens) ที่เปิดเผยช่องว่างของกรอบเดิม การอภิปรายจึงดำเนินไปในจังหวะของการสนทนาเชิงวิพากษ์ มิใช่การประยุกต์เชิงตามคล้าย

6.1 หม้าชัยภูมิในฐานะกรณีท้าทายของเศรษฐกิจศีลธรรมจาก Global South

ผลการวิจัยชี้ชัดว่า กรณีหม้าชัยภูมิไม่อาจอธิบายได้อย่างเพียงพอผ่านกรอบของ moral economy แบบคลาสสิก ที่ Thompson (1971) และ Scott (1976) วางไว้ ทั้งสองงานอธิบาย moral economy ในรูปของ การต่อต้านเชิงรวมหมู่ (collective resistance) ต่ออำนาจรัฐหรือตลาดที่ละเมิดข้อตกลงเชิงศีลธรรม ผู้คนชาวอังกฤษในศตวรรษที่ 18 ลูกขึ้นต่อต้านพ่อค้าผูกขาดข้าวสาลี ชาวนาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ลุกฮือเมื่อรัฐและเจ้าที่ดินเรียกเก็บส่วยเกินขอบเศรษฐกิจศีลธรรมในมโนทัศน์ดั้งเดิมจึง ปรากฏตัวในวิกฤต และเป็น เหตุการณ์ที่มองเห็นได้ ในประวัติศาสตร์ ทว่าหม้าชัยภูมิเสนอภาพที่ต่างเศรษฐกิจศีลธรรมในชัยภูมิมิได้ปรากฏในรูปของการต่อต้าน หากปรากฏในรูปของการดำรงอยู่ มิได้ปรากฏในวิกฤต หากฝังอยู่ในชีวิตประจำวันของการตั้งราคา การค้าขาย การปฏิเสธคำเชิญจากห้างค้าปลีก และการตัดสินใจว่าวันนี้ "ใจอยู่" พอที่จะทำงานหรือไม่ กล่าวอีกนัยหนึ่ง เศรษฐกิจศีลธรรมในกรณีนี้เป็นโครงสร้างที่เงียบ มิใช่เหตุการณ์ที่เสียงดัง เป็นปฏิบัติการต่อเนื่อง มิใช่การปะทุของฝูงชน ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็น ข้อจำกัดเชิงญาณวิทยา (Epistemological Limitation) ของกรอบเศรษฐกิจศีลธรรมดั้งเดิม ซึ่งให้น้ำหนักกับเหตุการณ์ดราม่าและการประท้วงที่บันทึกได้ในเอกสารราชการ แต่มองข้ามการดำรงรักษาเชิงศีลธรรมที่เกิดขึ้นในครัวเรือนเล็ก ๆ ของแรงงานนอกระบบ การวิเคราะห์เช่นนี้ตรงกับข้อเสนอเชิงวิพากษ์ของ Connell (2007) ใน Southern Theory ที่ชี้ว่าทฤษฎีสังคมจากซีกโลกเหนือมักประกอบสร้างผ่านการ "มองเห็น" บางอย่างและ "มองไม่เห็น" อีกหลายอย่าง โดยเฉพาะการมองไม่เห็นชีวิตเรียบง่าย ๆ ของผู้คนใน Global South ที่ทำให้เศรษฐกิจเชิงศีลธรรมดำรงอยู่ทุกวัน บทความนี้จึงเสนอข้อเสนอเชิงญาณวิทยาว่าเราต้องขยายเศรษฐกิจศีลธรรมจากกรอบของ "เหตุการณ์" ไปสู่กรอบของ "ปฏิบัติการรายวัน" (From Moral Economy as

event to Moral Economy as Everyday Practice) การขยายนี้มีใช้เพียงการเพิ่มกรณีศึกษา หากเป็นการ เปลี่ยนสายตาของ ทฤษฎีเอง ในแง่นี้ หม่าซัยงูมีจึงมิใช่ "ตัวอย่างเอเชียตะวันออกเฉียงใต้" ของทฤษฎียุโรป หากเป็นกรณีที่บังคับให้ทฤษฎียุโรปต้อง คิดใหม่ ว่าเหตุใดจึงมองไม่เห็นความเจียบในฐานารูปแบบหนึ่งของศีลธรรมเชิงเศรษฐกิจ

6.2 การวิพากษ์ระบบอาหารเสรีนิยมใหม่จากครัวอีสาน

เมื่อพิจารณาในบริบทของ ระบบอาหารเสรีนิยมใหม่ซึ่งเน้นประสิทธิภาพการขยายตัว การสร้างแบรนด์ และการแข่งขัน หม่าซัยงูมีปรากฏในฐานะ ทางเลือกเชิงปฏิบัติ (Practical Alternative) ที่มีตรรกะของตัวเอง มิใช่การต่อต้านเชิงอุดมการณ์ที่ ประกาศตน ผู้ทำหม่าไม่ได้ปฏิเสธตลาด พวกเขาเลือก มีความสัมพันธ์กับตลาดในแบบที่ไม่ทำลายจังหวะชีวิต ความรัก และ ศีลธรรมของอาชีพ การปฏิเสธของปัญญาต่อข้อเสนอจากห้างค้าปลีก (ผลการวิจัยข้อ 5.3) จึงมิใช่ปฏิกริยาเชิงอุดมการณ์ หากเป็น การคำนวณเชิงศีลธรรมที่รอบด้าน งานวิจัยด้าน Food System ที่ว่าระบบอาหารกระแสหลักมักผลักภาระความเสี่ยงไปสู่แรงงาน และครัวเรือนขนาดเล็ก (Guthman, 2008; Carolan, 2018) โดยให้คำสัญญาเรื่องการเข้าถึงตลาดที่ใหญ่ขึ้นเป็นแลกเปลี่ยน แต่กรณีหม่าแสดงให้เห็นว่า การไม่ขยายตัวและการรักษาขนาดการผลิตในระดับชุมชน เป็นกลยุทธ์เชิงศีลธรรมในการจัดการความ เสี่ยง มากกว่าการขาดความทะเยอทะยานทางเศรษฐกิจ การไม่โตจึงมิใช่ "ความล้มเหลวที่จะโต" หาก เป็นความสำเร็จในการเลือก ที่จะไม่โต ในแง่ที่การโตจะทำลายเงื่อนไขของการดำรงอยู่อย่างมีศักดิ์ศรี ในมุมมองนี้ หม่าซัยงูมีมิได้เป็น "เศรษฐกิจทางเลือก" (alternative economy) ในความหมายโรแมนติกที่นักวิชาการบางส่วนใช้ มันมิได้ตั้งใจเป็นทางเลือก มันเป็นเพียงเศรษฐกิจที่ ตั้งอยู่บน ความจริงของชีวิตแรงงานที่ปฏิเสธจะแลกครอบครัว ชุมชน และศักดิ์ศรี เพื่อรายได้ที่มากขึ้น การเลือกไม่เติบโตจึงเป็น การตัดสินใจเชิงจริยศาสตร์ที่มีเหตุผล มิใช่ความล้มเหลวของตลาด หากกล่าวให้คมยิ่งขึ้น มันคือความสำเร็จที่ตลาดมองไม่เห็น เพราะตลาดไม่มีหน่วยวัดสำหรับมัน ข้อเสนอเชิงวิพากษ์นี้ขยายข้อถกเถียงของ Gibson-Graham (2006) ใน A Postcapitalist Politics และของ Tsing (2015) ใน The Mushroom at the End of the World ที่ชี้ว่าระบบทุนนิยมไม่เคยครอบคลุมโลกได้ ทั้งหมด มี "การอยู่ในซากปรักหักพังของทุนนิยม" (Living in Capitalist Ruins) ที่ดำเนินอยู่ในรอยร้าวของระบบใหญ่ และใน บางครั้ง การ "อยู่ในรอยร้าว" นี้ก็มีตรรกะของตัวเองที่สมบูรณ์กว่าระบบกระแสหลักที่ดูยิ่งใหญ่

6.3 การวิพากษ์ Slow Food แบบยุโรปจากมุมอีสาน

การอภิปรายเรื่องหม่าเปิดพื้นที่ให้ วิพากษ์แนวคิด Slow Food ซึ่งพัฒนาขึ้นในบริบทอิตาลีและยุโรป และมักถูกนำเสนอ เป็นคำตอบสากลต่อวิกฤตระบบอาหาร งานจำนวนมากยกย่อง Slow Food ในฐานะการคืนคุณค่าให้กับเวลา รสชาติ และชุมชน (Petrini, 2001; Pietrykowski, 2004) แต่จากมุมมองของอีสาน ผลการวิจัยชี้ว่า "ความช้า" ในชัยภูมิมิใช่ทางเลือกเชิงสุนทรียะ หากเป็นเงื่อนไขพื้นฐานของการดำรงชีวิต ความแตกต่างนี้สำคัญและลึกซึ้ง ใน Slow Food แบบยุโรป ผู้บริโภคชนชั้นกลางที่มี กำลังซื้อ "เลือกที่จะช้า" เพื่อแสดงอัตลักษณ์เชิงจริยธรรมและรสนิยมทางวัฒนธรรม การช้าจึงเป็น การบริโภคที่มีความหมาย (Meaningful Consumption) ซึ่งตั้งอยู่บนเงื่อนไขของความมั่งคั่งทางวัตถุและเวลาว่างที่เพียงพอสำหรับการเลือก ทว่าในชัยภูมิ ผู้ทำหม่าไม่ได้ "เลือก" ช้า เพื่อแสดงอัตลักษณ์ พวกเขาช้าเพราะกระบวนการผลิตเรียกร้องเวลา เพราะวัตถุดิบมีจังหวะของตัวเอง และเพราะชีวิตไม่ได้ถูกจัดระเบียบด้วยนาฬิกาอุตสาหกรรม ความช้าในที่นี้จึงเป็นเงื่อนไข มิใช่ทางเลือก การนำกรอบ Slow Food แบบยุโรปมาอธิบายหม่าโดยตรง จึงเสี่ยงต่อการ "ทำให้ชีวิตแรงงานอีสานกลายเป็นวัตถุแห่งความโรแมนติกทางวัฒนธรรม" ราว กับว่าปัญญาและป่าทองคำกำลัง "ปฏิบัติ Slow Food " โดยไม่รู้ตัว ทั้งที่ในความจริง พวกเขา กำลังทำงาน ผลการวิจัยนี้จึงเสนอ ให้ กลับทิศการมอง: มิใช่หน้า Global South ไปอธิบายด้วยทฤษฎีจาก Global North หากใช้ประสบการณ์อีสานเพื่อวิพากษ์และ ทำให้กรอบ Slow Food ชับซ้อนขึ้น จากกรณีหม่า บทความนี้เสนอโนทัศน์ "จริยศาสตร์ของการรอคอย" (Ethics of Waiting) ในฐานะการ Reconceptualize ความช้าที่หลุดจากกรอบสุนทรียศาสตร์ของผู้บริโภคชนชั้นกลาง จริยศาสตร์ของการรอคอยมี องค์ประกอบสามประการ:

ประการแรก การยอมรับว่าวัตถุดิบมีจังหวะของตัวเอง ที่ไม่อาจถูกเร่งโดยไม่ทำลายคุณภาพ พิญญมียอมรับว่า "เร่งได้ แต่รสมันไม่ใช่ของเรา" คำพูดเรียบ ๆ นี้บรรจุปรัชญาทั้งระบบของการเคารพในธรรมชาติของสิ่ง

ประการที่สอง การยอมรับว่ามนุษย์มีจังหวะของตัวเอง เมื่อ "ใจไม่อยู่" ต้องหยุด ไม่ฝืน เพราะการฝืนคือการละเมิดต่อทั้งตนเองและลูกค้า

ประการที่สาม การยอมรับว่าความสัมพันธ์มีจังหวะของตัวเอง ลูกค้าประจำซื้อต่อเนื่อง 20-40 ปี มิใช่เพราะรสชาติเพียงอย่างเดียว หากเพราะเวลาแห่งความไวใจที่สะสมขึ้น ความสัมพันธ์เช่นนี้ต้อง "รอ" ให้สุกงอม เร่งไม่ได้

จริยศาสตร์ของการรอคอยจึงมิใช่ปรัชญาสำหรับ "ผู้ที่มีเวลา" หากเป็นปรัชญาสำหรับ "ผู้ที่ยอมเสียเวลาเพื่อรักษาสิ่งที่สำคัญกว่าเวลา" ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ slow food แบบยุโรปไม่ได้ตั้งคำถามอย่างลึกซึ้ง เพราะสุนทรียศาสตร์ของผู้บริโภคไม่ได้บังคับให้ต้องตอบคำถามนี้

มโนทัศน์นี้ขยายข้อถกเถียงของ Adam (1998) ใน Timescapes of Modernity ว่าด้วยเวลาเชิงสังคมที่ฝังในกระบวนการทางวัตถุและสังคม ของ Honoré (2005) ว่าด้วย slow movement และของ Wajcman (2015) ใน Pressed for Time ที่ชี้ว่าการครอบงำของเวลาเร็วในยุคดิจิทัลกระทบทุกระดับชั้น แต่บทความนี้เพิ่มมิติที่ทั้งสามงานยังไม่ได้พัฒนา คือ มิติของเวลาในฐานะปฏิบัติการเชิงศีลธรรมของแรงงานฐานราก ที่มีใช้ผู้บริโภคและมีใช้ชนชั้นกลาง

6.4 ความรักในฐานะหมวดวิเคราะห์ที่ขาดหายไป

ข้อเสนอเชิงทฤษฎีที่สำคัญที่สุดของบทความนี้ คือการยืนยันว่า "ความรัก" (Love) ควรถูกทำให้เป็นหมวดวิเคราะห์หลัก ในสังคมวิทยาอาหารและสังคมวิทยาแรงงาน ปัจจุบัน งานในสองสาขานี้วิเคราะห์อาหารและแรงงานผ่านอำนาจ ชนชั้น เพศ เชื้อชาติ ทุน หรือเทคโนโลยี ทว่ายังขาดการอธิบายว่า ความรักในฐานะการดูแล การรอคอย การจดจำ และความผูกพัน ทำงานอย่างไรในกระบวนการผลิตอาหารและการดำรงอยู่ของอาชีพ ความเจ็บเชิงทฤษฎีนี้มีใช้เรื่องบังเอิญ มันสะท้อนอคติเชิงโครงสร้างของกรอบคิดสังคมศาสตร์ตะวันตก ที่แยกความรักออกจากการทำงาน (Separation of Love from Work) ตามมรดกของการแบ่ง "พื้นที่สาธารณะ-พื้นที่ส่วนตัว" ที่ฝังในจารีตเสรีนิยมตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 ความรักจึงถูกจัดให้อยู่ในพื้นที่ส่วนตัว เรือนนอน และครอบครัวเชิงปัจเจก ขณะที่การทำงานถูกจัดให้อยู่ในพื้นที่สาธารณะ ตลาด และความสัมพันธ์เชิงสัญญา การแยกคู่นี้ทำให้สังคมวิทยาแรงงานเห็น "อารมณ์" แต่ไม่เห็น "ความรัก" เห็น "การจัดการความรู้สึก" (Hochschild, 2012) แต่ไม่เห็น "การให้ความหมายผ่านความรู้สึก" ข้อจำกัดของกรอบ Emotional Labor แบบ Hochschild ปรากฏชัดเจนเมื่อนำมาใช้กับหม่าชั๋วหมิ ในกรอบของ Hochschild พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินยิ้มเพื่อรับใช้ทุนนิยม อารมณ์ของเธอถูก Commodified และเธอประสบ "Emotional Dissonance" ระหว่างความรู้สึกจริงกับการแสดงตามที่นายจ้างกำหนด แต่ในกรณีพิญญมี้ ไม่มีนายจ้าง ไม่มีการแสดง ไม่มี Dissonance ความรักของเธอต่อสามี ต่อลูก ต่อลูกค้า และได้ถูก Commodified เพราะมิได้ถูกแยกออกจากตัวงานตั้งแต่ต้น งานกับความรักเป็นโครงสร้างเดียวกัน นี่คือนิยามที่กรอบ Hochschild ไม่สามารถจับมิตินี้ได้ เพราะมันถูกออกแบบมาเพื่อวิเคราะห์งานในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมที่อารมณ์ถูกแยกออกแล้วจึงถูกเรียกกลับมาใช้ระบบ ในเศรษฐกิจฐานรากของ Global South อารมณ์และงานไม่เคยถูกแยกออกจากกันตั้งแต่ต้น ดังนั้นจึงต้องการกรอบที่แตกต่าง มิใช่การประยุกต์ใช้ Hochschild แบบคล้อยตาม ผู้วิจัยจึงเสนอให้ขยายมโนทัศน์จาก Emotional Labor ของ Hochschild ไปสู่ "แรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม" (Relational-moral Labor) ซึ่งมีลักษณะสี่ประการที่แตกต่าง

1. ไม่มี Dissonance ความรู้สึกที่แสดงออก คือ ความรู้สึกที่มี เพราะตัวงานคือการขยายของความสัมพันธ์
2. ไม่ใช่การจัดการตามคำสั่ง ไม่มีคู่มือ ไม่มี Script ไม่มีนายจ้าง การกระทำเชิงอารมณ์งอกจากบรรทัดฐานของชุมชนและประวัติศาสตร์ของความสัมพันธ์
3. ไม่ใช่ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมด ความรักในงานไม่ลดลงตามการใช้งาน หากเพิ่มพูนผ่านการกระทำซ้ำ การทำหม่าทุกวันคือการ "หล่อเลี้ยง" ความรัก มิใช่การ "ดึง" ออกมาใช้
4. ไม่ได้ปรากฏในช่วงเวลาของการขาย หากในการสะสมเวลาแห่งความน่าเชื่อถือ

มโนทัศน์ Relational-moral labor นี้ขยายและท้าทายข้อเสนอใน Sociology of Love ร่วมสมัย (Illouz, 2019; Lynch, Baker, & Lyons, 2009) ที่เริ่มเปิดประเด็นว่าความรักไม่ใช่เรื่องส่วนตัวล้วน ๆ หากเป็นโครงสร้างทางสังคมที่มีผลต่อเศรษฐกิจ แต่งานเหล่านี้ยังคงวิเคราะห์ความรักในบริบทเมืองและชนชั้นกลางตะวันตก หม่าชัยภูมิเปิดประตูให้เห็นว่า ในเศรษฐกิจฐานรากของ Global South ความรักมิใช่หมวดวิเคราะห์ที่ "ควรเพิ่มเข้ามา" หากเป็นโครงสร้างที่ "ทำให้เศรษฐกิจดำรงอยู่ได้" หากตัดความรักออกจากการวิเคราะห์ เราจะไม่เข้าใจว่าทำไมแรงงานยังคงอยู่ในอาชีพที่รายได้ไม่แน่นอน ทำไมผู้คนยังคงรักษามาตรฐานศีลธรรมของรสชาติแม้มีแรงกดดันจากตลาด และทำไมการ "ไม่โต" จึงเป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผลในสายตาของผู้ทำหม่า คำตอบเหล่านี้รวมศูนย์อยู่ที่ความรัก ไม่ใช่ความรักโรแมนติก ไม่ใช่ความรักเชิงครอบครัวอย่างที่จิตวิทยานิยม หากเป็นความรักในฐานะโครงสร้างทางสังคมของการให้ความหมาย

6.5 ข้อเสนอเชิงสังเคราะห์: "รสชาติแห่งความรัก" ในฐานะกรอบสนทนาทฤษฎีระดับโลก

จากการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในสี่หัวข้อข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่ากรอบ "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love) ที่บทความนี้เสนอ มิใช่เพียงการตั้งชื่อทฤษฎีใหม่ หากเป็นการปะติดปะต่อทฤษฎีคลาสสิกสามชุด (Moral Economy, Emotional Labor, Sociology of time) ผ่านกรณีศึกษาเฉพาะที่บังคับให้ทฤษฎีเหล่านั้นเปิดเผยข้อจำกัดของตัวเอง ในเชิงนัยทฤษฎี กรอบนี้มีส่วนร่วมในข้อถกเถียงระดับโลกอย่างน้อยสามวง ดังนี้

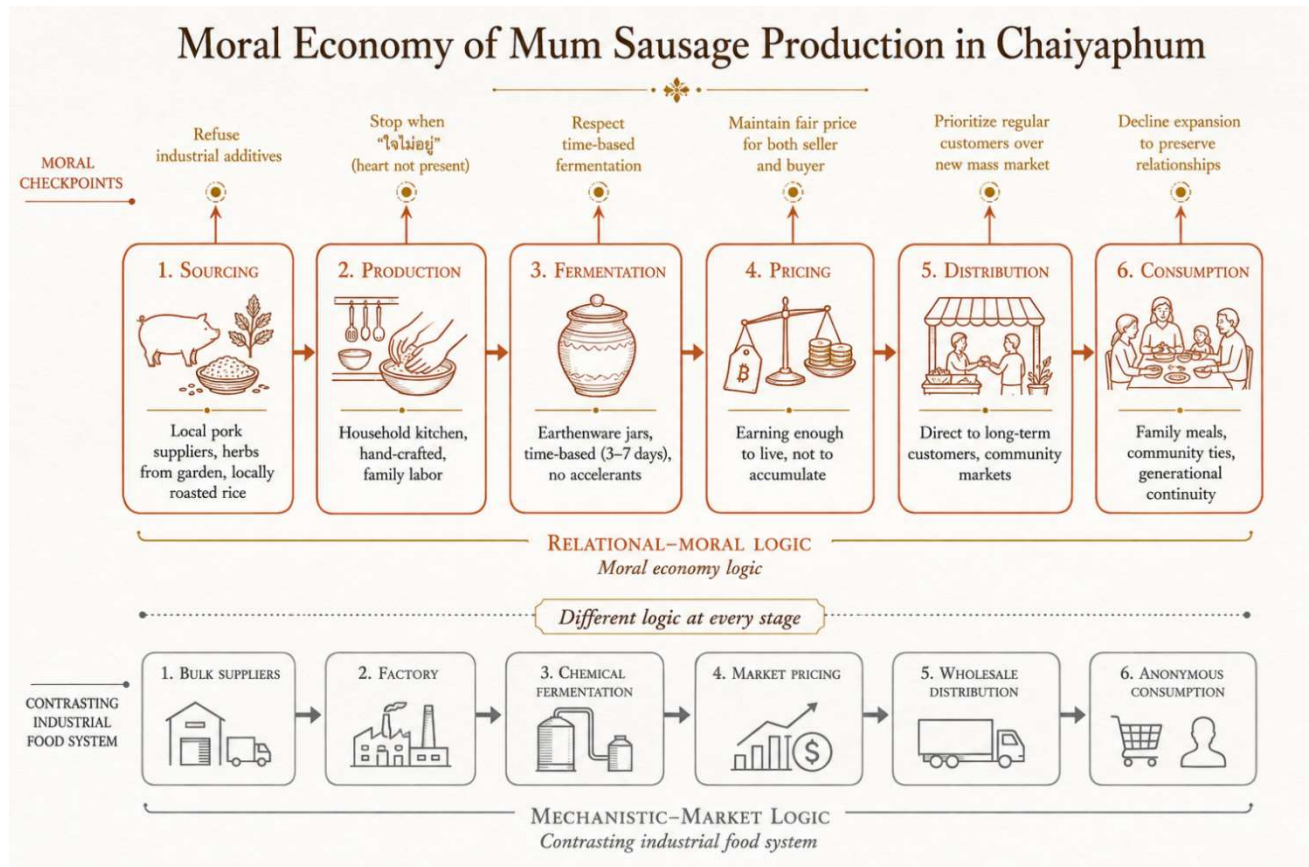
วงแรก คือ ข้อถกเถียงเรื่อง Decolonizing Sociology ที่ Connell (2007) และ Bhambra (2014) นำเสนอ โดยกรอบนี้แสดงให้เห็นว่า การเดินทางของทฤษฎี (theory travels) จาก Global South ไป Global North มิใช่เพียงความเป็นไปได้ทางวาทกรรม หากเป็นความจำเป็นทางญาณวิทยา หากไม่มีกรณีอย่างหม่าชัยภูมิ ทฤษฎีเศรษฐกิจศีลธรรมและแรงงานอารมณ์จะคงสภาพเป็นกรอบที่ "เห็น" แต่บางส่วนของโลก

วงที่สอง คือ ข้อถกเถียงเรื่อง Food Sovereignty และ Alternative Food Networks ที่ Goodman, DuPuis, และ Goodman (2012) อภิปราย โดยกรอบนี้เสนอว่า แทนที่จะวิเคราะห์ "ทางเลือก" ผ่านกรอบของการบริโภคหรือการตลาด ควรเริ่มจาก ตรรกะของแรงงานที่ผลิตอาหาร ซึ่งเปิดเผยมิติของศีลธรรมที่กรอบผู้บริโภคนิยมไม่อาจเข้าถึง

วงที่สาม คือ ข้อถกเถียงเรื่อง Temporality in Social Theory ที่ Adam (1998), Rosa (2019), และ Wajcman (2015) พัฒนา โดยกรอบนี้เพิ่มมิติของ "เวลาเชิงศีลธรรมของแรงงานฐานราก" ที่มีได้อยู่ในวงสนทนาเดิม ไม่ใช่เวลาของการบริโภค ไม่ใช่เวลาของผู้บริหารองค์กร ไม่ใช่เวลาของแรงงานในโรงงาน แต่เป็นเวลาของผู้ที่ "ทำงานในจังหวะของวัตถุดิบและความสัมพันธ์"

โดยสรุป "หม่าตำนานรักชัยภูมิ" มิใช่กรณีเฉพาะถิ่น หากเป็นหน้าต่างเชิงทฤษฎีที่ทำให้สังคมวิทยาอาหาร แรงงาน และเวลา มองเห็นว่าเศรษฐกิจ ศีลธรรม และความรัก สามารถหลอมรวมกันเป็นโครงสร้างเดียวกันได้อย่างไรในชีวิตจริง คราวเล็ก ๆ ของพิบูลย์มีในตำบลในเมือง ของป่าทองคำในอำเภอภูเขียว และของลุงประยูรที่ผู้วิจัยใช้เวลา 12 เดือนเฝ้าฟัง จึงมิใช่เพียงสถานที่ผลิตอาหารพื้นบ้าน หากเป็นห้องทดลองทางทฤษฎีของ Global South ที่กำลังเสนอข้อเสนอใหม่ ๆ แก่สังคมศาสตร์ระดับโลก ในเวลาที่ทฤษฎีกระแสหลักของซีกโลกเหนือเริ่มเผชิญข้อจำกัดของตัวเองอย่างชัดเจน

ภาพที่ 5 ห่วงโซ่เศรษฐกิจศีลธรรมของหม่ำ



ที่มา: ผู้วิจัย, 2568

7. บทสรุป

บทความนี้เสนอข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่ชัดเจนว่า "หม่ำตำนานรักชัยภูมิ" มิใช่เพียงกรณีศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา หากเป็นข้อเสนอเชิงแนวคิดที่ขยายขอบเขตสังคมวิทยาอาหาร สังคมวิทยาอาชีพ และสังคมวิทยาเวลา ผ่านกรอบ "รสชาติแห่งความรัก" (Taste of Love) ซึ่งเชื่อมรสชาติในฐานะทุนทางศีลธรรม (Moral Taste) ความรักในฐานะแรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม (relational-moral labor) และอาชีพอาหารในฐานะเศรษฐกิจศีลธรรม (Food-based Moral Economy) เข้าเป็นโครงสร้างเดียวกัน กรอบนี้ทำให้เห็นว่า เหตุผลทางศีลธรรมมิได้อยู่นอกเศรษฐกิจ หากเป็นเงื่อนไขการดำรงอยู่ของชีวิตแรงงานฐานรากอย่างแท้จริง

7.1 คุณูปการเชิงทฤษฎี

ในเชิงทฤษฎี งานชิ้นนี้มีคุณูปการสี่ประการ คือ 1) ข้อเสนอของบทความนี้ย้ายจุดศูนย์กลางของเศรษฐกิจศีลธรรมจากกรอบของ "เหตุการณ์ต่อต้าน" (Resistance Event) ไปสู่กรอบของ "ปฏิบัติการรายวัน" (Everyday Practice) ของแรงงานนอกระบบใน Global South ข้อเสนอนี้ท้าทายมรดกของ Thompson (1971) และ Scott (1976) ที่ให้น้ำหนักกับเหตุการณ์ดราม่าในประวัติศาสตร์ และเปิดพื้นที่ให้มองเห็นโครงสร้างเชิงศีลธรรมที่เงียบและต่อเนื่อง ซึ่งทฤษฎีคลาสสิกมองไม่เห็น 2) เสนอโมทัศน์ "แรงงานเชิงสัมพันธ์-ศีลธรรม" (Relational-moral Labor) เพื่อขยายและท้าทายกรอบ Emotional Labor ของ Hochschild (2012) โดยชี้ว่าในเศรษฐกิจฐานรากของ Global South ความรักและแรงงานมิได้ถูกแยกออกจากกันตั้งแต่ต้น ดังนั้นจึงไม่มี Emotional dissonance ในความหมายที่ Hochschild วางไว้ ความรักของผู้ทำหม่ำมิใช่ทรัพยากรที่ถูก

Commodified หากเป็นโครงสร้างที่ทำให้งานมีความหมาย 3) มั่นเสนอมโนทัศน์ "จริยศาสตร์ของการรอคอย" (Ethics of waiting) ในฐานะการ Reconceptualize "ความช้า" ที่หลุดจากกรอบสุนทรียศาสตร์ของผู้บริโภคชนชั้นกลางตะวันตก จริยศาสตร์ของการรอคอยมิใช่ปรัชญาสำหรับ "ผู้ที่มีเวลา" หากเป็นปรัชญาสำหรับ "ผู้ที่ยอมเสียเวลาเพื่อรักษาสิ่งที่สำคัญกว่าเวลา" เงื่อนไขที่ slow food แบบยุโรปไม่ได้ตั้งคำถามอย่างลึกซึ้ง 4) ในเชิงญาณวิทยา มั่นยืนยันว่าการศึกษาร่างงานอาหารใน Global South เป็นแหล่งกำเนิดทฤษฎี มิใช่เพียงพื้นที่ทดสอบทฤษฎีจากซีกโลกเหนือ ข้อเสนอนี้ขยายงานของ Connell (2007) และ Bhabra (2014) ในกรอบ Decolonizing Sociology โดยแสดงให้เห็นว่า "การเดินทางของทฤษฎี" จาก South ไป North มิใช่เพียงความเป็นไปได้ทางวาทกรรม หากเป็นความจำเป็นเชิงญาณวิทยา หากต้องการให้ทฤษฎีสังคมศาสตร์มองเห็นโลกได้ครบ

7.2 นโยบาย

ในเชิงนโยบาย บทความนี้ชี้ว่าการคุ้มครองอาชีพอาหารพื้นบ้านไม่ควรถูกจำกัดอยู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพ การสร้างแบรนด์ หรือการขยายตลาด หากต้องคำนึงถึง เงื่อนไขเชิงศีลธรรมของการดำรงชีพ อย่างน้อย 3 ข้อ ได้แก่ 1) ขนาดการผลิตที่ไม่ทำลายครัวเรือน นโยบายส่งเสริมไม่ควรกดดันให้ผู้ผลิตขยายตัวจนต้องจ้างแรงงานนอกครอบครัว เพราะการขยายตัวเช่นนี้จะทำลายโครงสร้างที่ทำให้อาชีพนี้มีความหมาย 2) ราคาอาหารที่ยุติธรรม กลไกตลาดที่ปล่อยให้ราคาวัตถุดิบผันผวนรุนแรง บีบให้ผู้ผลิตต้องเลือกระหว่างขาดทุนหรือเอาเปรียบลูกค้า นโยบายควรสนับสนุนให้มีกลไกที่รักษาสวนต่างที่ยุติธรรมระหว่างต้นทุนวัตถุดิบและราคาขาย 3) ระบบสนับสนุนที่ไม่บังคับให้แรงงานต้องเติบโตเกินจังหวะชีวิต โครงการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อยควรเสนอ "ทางเลือกของการไม่ขยายตัว" ในฐานะกลยุทธ์ที่มีเหตุผล มิใช่ความล้มเหลว แนวทางทั้ง 3 ประการนี้ชี้ว่า สามารถนำมากำหนดนโยบายอาหารที่ดี จึงมีนโยบายที่ทำให้อาหาร "ขายได้มากขึ้น" เท่านั้น หากต้องทำให้ผู้ทำอาหาร "อยู่ได้อย่างมีศักดิ์ศรี" ข้อเสนอนี้สอดคล้องกับแนวทางของ Food Sovereignty ที่ให้น้ำหนักกับสิทธิของผู้ผลิตในการกำหนดเงื่อนไขการดำรงชีพ มากกว่าการเพิ่มผลผลิตหรือการแข่งขันในตลาดโลก (Goodman, DuPuis, & Goodman, 2012)

7.3 ข้อจำกัดและทิศทางการวิจัยในอนาคต

ผู้วิจัยตระหนักว่าบทความนี้มีข้อจำกัดที่ควรนำไปสู่การวิจัยต่อในอนาคต ประการแรก งานวิจัยนี้เน้นผู้ผลิตในครัวเรือนขนาดเล็กที่ยังคงประกอบอาชีพอยู่ มิได้ครอบคลุมผู้ที่เคยทำแต่เลิกไปแล้ว ซึ่งอาจให้ภาพของความล้มเหลวและการถอนตัวที่งานนี้ไม่อาจเข้าถึง การวิจัยในอนาคตควรขยายไปสู่กลุ่มนี้เพื่อสร้างภาพที่สมบูรณ์ขึ้น ประการที่สอง การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะหม่าในจังหวัดชัยภูมิ การวิจัยเปรียบเทียบกับอาหารพื้นบ้านอื่นในภาคอีสาน (เช่น แหนม ปลาสาม ปลาแร่) หรือกับอาหารหมักดองในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (เช่น Nem Chua ในเวียดนาม หรือ Tapay ในฟิลิปปินส์) จะช่วยทดสอบขอบเขตของกรอบ "รสชาติแห่งความรัก" และพัฒนาทฤษฎีให้แข็งแรงขึ้น ประการที่สาม การลงสนาม 12 เดือนเพียงพอสำหรับการจับจังหวะของวงปีหนึ่ง แต่ยังไม่สามารถจับการเปลี่ยนแปลงข้ามรุ่น (Intergenerational Shifts) ที่ต้องอาศัยการศึกษาระยะยาว การติดตามรุ่นต่อไปของผู้ทำหม่าในอีก 10–20 ปีจะเปิดประเด็นใหม่ว่า กรอบศีลธรรมที่บทความนี้บรรยายไว้ จะเปลี่ยนแปลงอย่างไรเมื่อรุ่นใหม่ที่เติบโตในเศรษฐกิจดิจิทัลเข้ามารับช่วงต่อ

ท้ายที่สุด บทความนี้ขอเชิญชวนสังคมวิทยาอาหารหันมาฟังเสียงครัวเล็ก ๆ เสียงของการรอคอย การดูแล และความรักที่ไม่ถูกบันทึกในสถิติ แต่หล่อเลี้ยงโลกใบนี้อย่างเงียบงัน ในครัวของปัญญาที่ตำบลในเมือง ของป่าทองคำที่อำเภอภูเขียว และของผู้ทำหม่าอีกหลายร้อยครัวเรือนทั่วจังหวัดชัยภูมิ มีปรัชญาแรงงานที่สมบูรณ์ในตัวเอง ปรัชญาที่ไม่ต้องการการรับรองจากเวทีโลก เพื่อพิสูจน์คุณค่าของตน ทว่าหากเวทีโลกจะรับฟังจริง ผู้วิจัยเชื่อว่าทฤษฎีสังคมศาสตร์จะได้รับมากกว่าที่ให้ เพราะในจังหวะของการก้าวข้าม การทวนซ้ำ และการรอคอยอันยาวนานของอาชีพหม่าชัยภูมิ มีคำตอบบางอย่างต่อคำถามที่โลกร่วมสมัยกำลังถามอยู่ คำถามว่าเศรษฐกิจที่มีหัวใจเป็นไปได้อย่างไร คำถามว่าการทำงานที่ไม่ทำลายชีวิตเป็นไปได้อย่างไร และคำถามว่าโลกที่ความรักไม่ถูกบีบออกจากการผลิต เป็นไปได้อย่างไร หากโลกใบนี้ยังจะอยู่รอดได้ อาจมิใช่เพราะเทคโนโลยีอาหารล้ำสมัย หากเพราะเรายังรักษาความสัมพันธ์ระหว่างอาหาร มนุษย์ และศีลธรรม ไว้ได้อย่างไม่หลงลืม

เอกสารอ้างอิง

- ปรัชญาภรณ์ ม่วงศิลป์, ชญาภัทร์ กี่อารีโย, และเชาวลิต อุบลาก. (2568). แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม้าของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 13(2), 537–551. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/285760>
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยภูมิ. (12 มีนาคม, 2564). *หม้าตำนานรักชัยภูมิ*. <https://chaiyaphum.prd.go.th/th/content/category/detail/id/129/iid/11497>
- Adam, B. (1998). *Timescapes of modernity: The environment and invisible hazards*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203981382>
- Atkinson, R. (1998). *The life story interview*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412986205>
- Bessière, J. (2013). 'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: An example of food heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 275–291. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>
- Bhambra, G. K. (2014). *Connected sociologies*. Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781472544377>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press. (Original work published 1979)
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Burawoy, M. (2009). *The extended case method: Four countries, four decades, four great transformations, and one theoretical tradition*. University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520943384>
- Carolan, M. (2018). *The real cost of cheap food* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315192468>
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Connell, R. (2007). *Southern theory: The global dynamics of knowledge in social science*. Polity Press.
- Counihan, C., & Siniscalchi, V. (Eds.). (2014). *Food activism: Agency, democracy and economy*. Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781350042261>
- Counihan, C., & Van Esterik, P. (Eds.). (201). *Food and culture: A reader* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203079751>
- DeWalt, K. M., & DeWalt, B. R. (2011). *Participant observation: A guide for fieldworkers* (2nd ed.). AltaMira Press.
- Emerson, R. M., Fretz, R. I., & Shaw, L. L. (2011). *Writing ethnographic fieldnotes* (2nd ed.). University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226206868.001.0001>
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. Basic Books.
- Gibson-Graham, J. K. (2006). *A postcapitalist politics*. University of Minnesota Press.
- Goodman, D., DuPuis, E. M., & Goodman, M. K. (2012). *Alternative food networks: Knowledge, practice, and politics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203804520>
- Gudeman, S. (2016). *Anthropology and economy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316442739>
- Guillemin, M., & Gillam, L. (2004). Ethics, reflexivity, and "ethically important moments" in research. *Qualitative Inquiry*, 10(2), 261–280. <https://doi.org/10.1177/1077800403262360>

- Guthman, J. (2008). Bringing good food to others: Investigating the subjects of alternative food practice. *Cultural Geographies*, 15(4), 431–447. <https://doi.org/10.1177/1474474008094315>
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in practice* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315146027>
- Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling* (3rd ed.). University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520951853>
- Honoré, C. (2005). *In praise of slowness: Challenging the cult of speed*. HarperOne.
- Illouz, E. (2019). *The end of love: A sociology of negative relations*. Oxford University Press.
- Johnston, J., & Baumann, S. (2015). *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315794600>
- Kalleberg, A. L. (2018). *Precarious lives: Job insecurity and well-being in rich democracies*. Polity Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Lincoln, Y. S., Lynham, S. A., & Guba, E. G. (2018). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences, revisited. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed., pp. 108–150). SAGE Publications.
- Lynch, K., Baker, J., & Lyons, M. (2009). *Affective equality: Love, care and injustice*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230245082>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Paxson, H. (2012). *The life of cheese: Crafting food and value in America*. University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520954021>
- Petrini, C. (2001). *Slow food: The case for taste* (W. McCuaig, Trans.). Columbia University Press.
- Pietrykowski, B. (2004). You are what you eat: The social economy of the slow food movement. *Review of Social Economy*, 62(3), 307–321. <https://doi.org/10.1080/0034676042000253927>
- Riessman, C. K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. SAGE Publications.
- Rosa, H. (2019). *Resonance: A sociology of our relationship to the world* (J. C. Wagner, Trans.). Polity Press.
- Sayer, A. (2007). Moral economy as critique. *New Political Economy*, 12(2), 261–270. <https://doi.org/10.1080/13563460701303008>
- Scott, J. C. (1976). *The moral economy of the peasant: Rebellion and subsistence in Southeast Asia*. Yale University Press.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Spradley, J. P. (1979). *The ethnographic interview*. Holt, Rinehart and Winston.
- Sutton, D. E. (2001). *Remembrance of repasts: An anthropology of food and memory*. Berg.
- Tavory, I., & Timmermans, S. (2014). *Abductive analysis: Theorizing qualitative research*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226180458.001.0001>
- Thompson, E. P. (1971). The moral economy of the English crowd in the eighteenth century. *Past & Present*, 50(1), 76–136. <https://doi.org/10.1093/past/50.1.76>

- Tracy, S. J. (2010). Qualitative quality: Eight "big-tent" criteria for excellent qualitative research. *Qualitative Inquiry*, 16(10), 837–851. <https://doi.org/10.1177/1077800410383121>
- Tsing, A. L. (2015). *The mushroom at the end of the world: On the possibility of life in capitalist ruins*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400873548>
- Van Esterik, P. (2008). *Food culture in Southeast Asia*. Greenwood Press.
- Wajcman, J. (2015). *Pressed for time: The acceleration of life in digital capitalism*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226196503.001.0001>
- Wharton, A. S. (2009). The sociology of emotional labor. *Annual Review of Sociology*, 35, 147–165. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-070308-115944>