

ลิ้มรสความดัง: บทบาทของเชฟคนดังในการเปลี่ยนแปลงศาสตร์

แห่งการทำอาหาร

Tasting Fame: The Role of Celebrity Chefs
in Transforming Gastronomy

ปิยรัตน์ ปันลี

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Piyarat Panlee

Faculty of Social Sciences, Kasetsart University

Email: Piyarat.pan@ku.th

วันรับบทความ: 16 สิงหาคม 2567 (Received August 16, 2024)

วันแก้ไขบทความ: 9 กันยายน 2567 (Revised September 9, 2024)

วันตอบรับบทความ: 23 กันยายน 2567 (Accepted September 23, 2024)

บทคัดย่อ

บทความนี้ตรวจสอบความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างอาหาร วัฒนธรรมคนดัง และสิทธิอำนาจทางอาหารจากมุมมองทางมานุษยวิทยา การเกิดขึ้นของเชฟคนดังได้ส่งผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อโลกแห่งการทำอาหาร โดยกำหนดมุมมองของสังคมและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและวัฒนธรรมอาหาร การวิเคราะห์บทบาทของบุคคลสำคัญเหล่านี้เผยให้เห็นว่า เชฟคนดังไม่ได้เพียงแค่มีกิจกรรมในการทำอาหารเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถกำหนดแนวโน้มและมาตรฐานในศาสตร์แห่งการทำอาหารได้อีกด้วย บทความแบ่งออกเป็นสามส่วน ได้แก่ ส่วนแรกแนะนำแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหาร วัฒนธรรมการกิน และศาสตร์แห่งการทำอาหาร ส่วนที่สองตรวจสอบอิทธิพลของวัฒนธรรมคนดังต่อวงการอาหาร และส่วนที่สามสำรวจพลวัตอำนาจ

และผลกระทบทางวัฒนธรรมของเซฟคนดังต่อศาสตร์แห่งการทำอาหารร่วมสมัย บทความนี้สรุปโดยเน้นถึงบทบาทสำคัญของเซฟคนดังในการเปลี่ยนแปลงวิธีปฏิบัติในการทำอาหารและการมีส่วนร่วมของสาธารณชนกับอาหาร ทำให้พวกเขากลายเป็นบุคคลสำคัญในภูมิทัศน์อาหารร่วมสมัย

คำสำคัญ: เซฟคนดัง, ศาสตร์แห่งการทำอาหาร, วัฒนธรรมอาหาร, วัฒนธรรมคนดัง, สิทธิอำนาจทางอาหาร

Abstract

This article examines the complex interplay between food, celebrity culture, and culinary authority through an anthropological perspective. The emergence of celebrity chefs has profoundly influenced the culinary world, shaping societal perceptions and affecting consumer behavior and food culture. By analyzing the roles of key figures, the article demonstrates how celebrity chefs extend beyond their culinary skills to become cultural icons capable of setting trends and standards in gastronomy. The article is structured into three parts: the first introduces the concepts of food culture, eating culture, and gastronomy; the second investigates the influence of celebrity culture on the culinary field, and the third explores the power dynamics and cultural impact of celebrity chefs in contemporary gastronomy. The article concludes by underscoring the significant role of celebrity chefs in transforming culinary practices and public engagement with food, positioning them as pivotal figures in the contemporary culinary landscape.

Keywords: celebrity chef, gastronomy, food culture, celebrity culture, culinary authority

บทนำ

"I am a chef who happens to appear on the telly, that's it."

– Gordon Ramsay. (2008)

ในปัจจุบันอิทธิพลของวัฒนธรรมผู้มีชื่อเสียงหรือวัฒนธรรมคนดัง (celebrity culture) แทรกซึมอยู่ในแง่มุมต่าง ๆ ของชีวิตทางสังคม มีส่วนในการกำหนดบรรทัดฐานและค่านิยมของสังคม และส่งผลกระทบต่อสังคมครอบคลุมหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดแนวโน้มแฟชั่นและรูปแบบการใช้ชีวิต โดยความหลงใหลและใส่ใจที่สังคมมอบให้กับบุคคลสาธารณะเหล่านี้ ปรากฏทั้งในแวดวงอุตสาหกรรมบันเทิง กีฬา ข่าวกีฬา หรือแม้กระทั่งแวดวงการศึกษา ซึ่งโลกแห่งการทำอาหารก็ไม่มีข้อยกเว้น

เชฟผู้มีชื่อเสียงหรือเชฟคนดัง (celebrity chef) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา พวกเขาทรงอิทธิพลในอุตสาหกรรมอาหาร และร้านอาหาร โดยชื่อและรูปภาพของพวกเขามักปรากฏบนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตั้งแต่ตำราอาหารไปจนถึงเครื่องใช้ในครัว ชื่อเสียงหรือความดังของพวกเขาดึงดูดลูกค้าเข้าร้านได้ และการรับรอง (endorsement) จากพวกเขาช่วยเพิ่มยอดขายให้ผลิตภัณฑ์ได้ เชฟคนดังที่รวยที่สุดในโลกห้าอันดับแรกมีมูลค่าทรัพย์สินรวมกันกว่าสองพันล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณเจ็ดหมื่นสองพันห้าร้อยล้านบาท (McIntyre, 2023) “ความสำเร็จ” ของพวกเขาจึงได้กลายเป็นสิ่งสำคัญในวัฒนธรรมสมัยนิยม

ตัวอย่างที่โดดเด่นอย่างหนึ่งของปรากฏการณ์นี้คือ การเกิดขึ้นของรายการที่เน้นการทำอาหาร (cooking show) เช่น *Chefs Table* ของ Netflix แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งตามความต้องการ (On-demand streaming platform) แบบชำระเงินที่ใหญ่ที่สุดในโลก ฉายครั้งแรกในปี ค.ศ. 2015 เป็นสารคดีที่สำรวจชีวิตและปรัชญาการทำอาหารของเชฟคนดังระดับโลก นำเสนอเมนูอาหารและเทคนิคที่แปลกใหม่ ในขณะเดียวกันก็เจาะลึกถึงภูมิหลังและ

แรงบันดาลใจของพวกเขาด้วย ความสำเร็จของสารคดีชุดนี้ทั้งในแง่รายได้ และรางวัล จุดประกายการอภิปรายที่ทำให้การเข้าใจความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างอาหาร คนดัง และวัฒนธรรม มีความสำคัญอย่างยิ่ง

บทความนี้ใช้มุมมองทางมานุษยวิทยาอาหาร (Anthropology of food) เพื่อสำรวจตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาหารกับวัฒนธรรมคนดัง ทั้งในแง่ความสำคัญทางวัฒนธรรมอาหาร การทำอาหาร และผลกระทบของวัฒนธรรมคนดังที่มีต่อสังคมร่วมสมัย บทความแบ่งออกเป็นสามส่วน *ส่วนแรก* ทำหน้าที่แนะนำผู้อ่านให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมอาหาร วัฒนธรรมการกิน และศาสตร์แห่งการทำอาหาร *ส่วนที่สอง* เจาะลึกถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมผู้มีชื่อเสียงที่แพร่หลายในโลกแห่งการทำอาหาร โดยมุ่งเน้นไปที่เซฟคนดัง ในขณะที่ *ส่วนที่สาม* ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมคนดังต่อศาสตร์แห่งการทำอาหาร โดยมีเป้าหมายในการเปิดโอกาสให้โลกวิชาการได้สำรวจความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างอาหาร คนดัง และวัฒนธรรม เพื่อนำเสนอมุมมองที่ครอบคลุมเกี่ยวกับอิทธิพลที่มีต่อกันระหว่างวัฒนธรรมอาหาร และผู้มีชื่อเสียง อันจะทำให้เราสามารถเข้าใจวิถีที่อาหารและวัฒนธรรมมาบรรจบกันได้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ในบริบทของสังคมไทย วัฒนธรรมอาหารและคนดังมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากอาหารไทยได้รับอิทธิพลจากทั้งประเพณีท้องถิ่นและกระแสจากภายนอก เซฟคนดังในประเทศไทย เช่น เซฟที่ปรากฏในสื่อดิจิทัลและรายการโทรทัศน์ มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอาหารไทยในเวทีสากล อีกทั้งยังมีส่วนในการอนุรักษ์วัตถุดิบพื้นบ้านและสูตรดั้งเดิม การศึกษานี้จึงช่วยปูทางเพื่อทำความเข้าใจบทบาทของเซฟคนดังต่อการสืบสานและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมอาหารไทยในสังคมปัจจุบัน

วัฒนธรรมอาหาร วัฒนธรรมการกิน และศาสตร์แห่งการทำอาหาร

อาหารเป็นปัจจัยสำคัญในโครงสร้างสังคมของมนุษย์ โดยไม่เพียงแต่เป็นปัจจัยในการดำรงชีพเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อกลางในการแสดงออกทางวัฒนธรรมและการผูกพันทางสังคมอีกด้วย ในทัศนะทางมานุษยวิทยา อาหารสะท้อนถึงการปรับตัวของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อม และเป็นเครื่องหมายของอัตลักษณ์ ประเพณี และอำนาจภายในสังคม (Mintz & Du Bois, 2002) อาหารมีบทบาทสำคัญในพิธีกรรม เทศกาล และการรวมตัวของชุมชน ซึ่งการรับประทานอาหารร่วมกันมักส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวและความสามัคคีในสังคม ในหลายวัฒนธรรม การเตรียมและการแบ่งปันอาหารช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเครือญาติและรักษาลำดับชั้นทางสังคม ซึ่งบ่งชี้ถึงความสำคัญในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม (Counihan, 1999)

วิธีการรับรู้และการใช้อาหารในสังคมเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ในสังคมก่อนยุคสมัยใหม่ การขาดแคลนอาหารมักกำหนดความสัมพันธ์ทางสังคม โดยการเข้าถึงอาหารบางชนิดสะท้อนถึงสถานะหรือชนชั้นทางสังคมของบุคคล การถือกำเนิดของอุตสาหกรรมและโลกาภิวัตน์ทำให้การผลิตอาหารเข้าถึงได้ง่ายขึ้น นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคและการเลือกอาหารแบบประชาธิปไตย (Ferguson, 2006) ในสังคมร่วมสมัย อาหารจานด่วนและอาหารรสเลิศอยู่คู่กัน เป็นสัญลักษณ์ของทั้งการบริโภคแบบมวลชนและสถานะทางสังคมชั้นสูง อาหารได้ก้าวข้ามบทบาทเชิงหน้าที่จนกลายมาเป็นองค์ประกอบของวัฒนธรรมสมัยนิยม เชฟชื่อดัง รายการทำอาหาร และโซเชียลมีเดียได้เปลี่ยนอาหารให้กลายเป็นรูปแบบของความบันเทิงและทางเลือกในการใช้ชีวิต โดยกระแสอาหารมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการบริโภคของสาธารณชน (Johnston & Goodman, 2010) ปรากฏการณ์นี้ได้เปลี่ยนอาหารจากสิ่งจำเป็นให้กลายเป็นสัญลักษณ์ของตัวตน สถานะ และการแสดงออกส่วนบุคคล ซึ่งเน้นย้ำถึงบทบาทเชิงพลวัตของอาหารในการกำหนดวัฒนธรรมร่วมสมัย มานุษยวิทยาอาหาร (Anthropology of food) เป็นสาขาย่อยที่

ศึกษาเกี่ยวกับมิติทางวัฒนธรรม สังคม และสัญลักษณ์ของอาหารและการบริโภคอาหาร โดยมีรากฐานจากแนวคิดเชิงโครงสร้างของ Claude Lévi-Strauss และมานุษยวิทยาเชิงสัญลักษณ์ของ Mary Douglas ซึ่งชี้ให้เห็นว่า อาหารไม่เพียงเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม อัตลักษณ์ และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอีกด้วย (Lévi-Strauss, 1969; Douglas, 1999) นักวิชาการได้ศึกษาแนวทางการบริโภคอาหารเพื่อสะท้อนลำดับชั้นทางสังคม ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และโครงสร้างทางเศรษฐกิจ โดยเน้นถึงบทบาทของอาหารในการกำหนดและรักษาขอบเขตทางวัฒนธรรม (Mintz & Du Bois, 2002) โดยเน้นการใช้ชาติพันธุ์วรรณา การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ ทำให้นักวิจัยสามารถค้นพบความหมายของการบริโภคอาหารในชีวิตประจำวัน มานุษยวิทยาอาหารยังช่วยให้เข้าใจกระบวนการระดับโลก เช่น การล่าอาณานิคม การย้ายถิ่นฐาน และโลกาภิวัตน์ ที่มีผลต่อระบบอาหารท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Mintz, 1985) กรอบคิดนี้ยังนำเสนอแนวคิดสำคัญในการศึกษาปัญหาร่วมสมัย เช่น ความมั่นคงด้านอาหาร ความยั่งยืน และประชาธิปไตยด้านอาหาร โดยเน้นบทบาทของอาหารในฐานะองค์ประกอบสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ในการทำความเข้าใจมิติทางวัฒนธรรมของอาหาร ศัพท์สำคัญบางคำ เช่น “วัฒนธรรมอาหาร” (food culture) “วัฒนธรรมการกิน” (eating culture) และ “ศาสตร์แห่งการทำอาหาร” (gastronomy) มักถูกใช้สลับกัน ในบางบริบท แต่คำเหล่านี้มีความแตกต่างในเชิงความหมาย การศึกษาและทำความเข้าใจความหมายของแต่ละคำจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างกรอบวิเคราะห์ที่รอบด้านสำหรับปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหาร

วัฒนธรรมอาหาร หมายถึง การปฏิบัติทางวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ในสังคมหรือภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง โดยครอบคลุมถึง ส่วนผสมที่ใช้ วิธีทำอาหาร นิสัยการกิน และสัญลักษณ์ หรือ

ความหมายทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร (Smith, 2006) กล่าวได้ว่า วัฒนธรรมอาหารหยั่งรากลึกในประวัติศาสตร์ ศาสนา และค่านิยมของสังคม และช่วยกำหนดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ตัวอย่าง ได้แก่ การดื่มชายามบ่าย (afternoon tea) ของชาวอังกฤษ การจัดงานเลี้ยงที่ผู้ร่วมงานนำอาหารจากบ้าน มากินร่วมกัน (potluck) หรือ อาหารแบบเมดิเตอร์เรเนียน (Mediterranean food) ที่แพร่หลายในประเทศกรีซและอิตาลี เป็นต้น

ขณะที่วัฒนธรรมการกิน จัดได้ว่าเป็นส่วนย่อยของวัฒนธรรมอาหาร มักมุ่งเน้นด้านสังคมและพฤติกรรมการรับประทานอาหารโดยเฉพาะ รวมถึงมารยาทในการรับประทานอาหาร มารยาทบนโต๊ะอาหาร และประเพณีหรือพิธีกรรมทางสังคมที่สัมพันธ์กันกับมื้ออาหาร วัฒนธรรมการกินนั้นจะแตกต่างกันไปในแต่ละวัฒนธรรม และมีส่วนอย่างมากในการกำหนดทิศทางของพลวัตทางสังคมและความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่โต๊ะอาหาร (Fischler, 1988) เช่น โต๊ะจีนที่สะท้อนวัฒนธรรมจีนที่ให้ความสำคัญต่อการแบ่งปันอาหารกับครอบครัวและเพื่อนฝูง ในขณะที่อาหารฟาสต์ฟู้ด (fast food) สะท้อนวัฒนธรรมอเมริกันที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคแบบปัจเจกชน

ส่วนศาสตร์แห่งการทำอาหาร หมายถึง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาหารและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นไปที่ศาสตร์และศิลป์ในการเตรียมและเสิร์ฟอาหารคุณภาพสูง ศาสตร์แห่งการทำอาหารครอบคลุมถึงแง่มุมเชิงประวัติศาสตร์ ประเพณี และเทคนิคของการทำอาหาร ตลอดจนประสบการณ์ทางผัสสะและความพึงใจในการกินดื่ม (sensory enjoyment) นอกจากนี้ ศาสตร์แห่งการทำอาหารยังมักเกี่ยวข้องกับการทำอาหารแบบฝรั่งเศสดั้งเดิม เน้นการใช้วัตถุดิบสดใหม่ตามฤดูกาล วิธีการปรุงอาหารที่ซับซ้อน และการนำเสนอที่หรูหรา ส่งผลกระทบต่อแนวทางปฏิบัติด้านการทำอาหารทั่วโลก โดยกำหนดทุกอย่างตั้งแต่เทคนิคการทำอาหารไปจนถึงประสบการณ์การรับประทานอาหาร (gourmet experiences) (Laudan, 2013; Santich, 1996)

การทำความเข้าใจความแตกต่างและความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมอาหารที่ให้บริบทที่กว้าง วัฒนธรรมการกินที่มุ่งเน้นแนวปฏิบัติทางสังคมและศาสตร์แห่งการทำอาหารที่ให้ความเข้าใจเฉพาะด้านเกี่ยวกับความเป็นเลิศด้านการทำอาหาร ช่วยให้มีมุมมองที่ครอบคลุมในการวิเคราะห์ความสำคัญทางวัฒนธรรมของอาหารได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างอาหาร คนดัง และวัฒนธรรม แนวคิด “ศาสตร์แห่งการทำอาหาร” จะเป็นคำที่ช่วยให้สามารถสำรวจแนวโน้มสำคัญทางวัฒนธรรมอาหารได้ ทั้งความเกี่ยวข้องกับเซฟผู้มีชื่อเสียง ความเกี่ยวข้องกับมาตรฐานการทำอาหารระดับสูงและเทคนิคการปรุงอาหารที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของศาสตร์แห่งการทำอาหาร

ศาสตร์แห่งการทำอาหารครอบคลุมทั้งศาสตร์และศิลป์ในการเตรียมอาหาร เทคนิคการทำอาหาร การนำเสนออาหาร และความสำราญทางผัสสะกับอาหารชั้นเลิศ มีรากฐานทั้งจากอารยธรรมโบราณ (Santich, 1996) การปรุงอาหารในยุคกลาง โดยเฉพาะยุคทองของอิสลามที่ได้มีส่วนร่วมผสมและเทคนิคการทำอาหารที่ซับซ้อนมาสู่ยุโรป ยุคเรอเนซองส์ (Renaissance) ที่เน้นงานเลี้ยงอันประณีต (Flandrin & Montanari, 2013) จนถึงการทำอาหารสมัยใหม่ที่มีต้นกำเนิดตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 ซึ่งประเทศฝรั่งเศสได้รับการยกย่องว่าเป็นต้นแบบ (Laudan, 2013) ทั้งหมดเหล่านี้ล้วนเป็นรากฐานสำคัญในการประกอบอาหารสมัยใหม่ ซึ่งไม่เพียงแค่อันถึงความเป็นเลิศทางอาหาร แต่ยังเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่หลากหลาย การทำความเข้าใจศาสตร์แห่งการทำอาหารจึงเป็นการเปิดมุมมองใหม่ในการสำรวจความสำคัญทางวัฒนธรรมของอาหารและเซฟดังในปัจจุบัน

ที่สำคัญจากมุมมองทางมานุษยวิทยา “การทำอาหาร” (cooking) และ “ศาสตร์การทำอาหาร” (gastronomy) แสดงถึงแนวคิดที่แตกต่างกันแต่เชื่อมโยงกัน การทำอาหารหมายถึงการเตรียมอาหารโดยใช้เทคนิค ส่วนผสมและเครื่องมือเฉพาะของวัฒนธรรมหรือสภาพแวดล้อมนั้น ๆ (Levi-Strauss,

1969) ครอบคลุมถึงแนวทางปฏิบัติในการเตรียมอาหารในชีวิตประจำวันซึ่งฝังรากลึกอยู่ในประเพณีท้องถิ่น และกลยุทธ์การเอาตัวรอด ในทางตรงกันข้าม ศาสตร์การทำอาหารเป็นแนวคิดที่กว้างกว่าและเป็นสัญลักษณ์มากกว่าซึ่งเกี่ยวข้องกับมิติทางวัฒนธรรม สังคม และสุนทรียศาสตร์ของการบริโภคอาหาร ศาสตร์การทำอาหารสะท้อนถึงวิธีการชื่นชม ติชม และยกระดับอาหารให้เป็นรูปแบบศิลปะ ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับชื่อเสียงและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Ferguson, 2006) ในขณะที่การทำอาหารเป็นกิจกรรมที่จำเป็นของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด ศาสตร์การทำอาหารมักจะเน้นที่การพูดคุยเกี่ยวข้องกับอาหาร รวมถึงรสชาติ การนำเสนอ และประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร ในสังคมหลายแห่ง ความแตกต่างระหว่างการทำอาหารและศาสตร์การทำอาหารสามารถเน้นย้ำถึงความแตกต่างทางชนชั้น โดยศาสตร์การทำอาหารมักเชื่อมโยงกับแนวทางปฏิบัติของชนชั้นสูงหรือกระแสการทำอาหารทั่วโลก ในขณะที่การทำอาหารยังคงหยั่งรากลึกอยู่ในชีวิตประจำวันของคนในท้องถิ่น ดังนั้น มานุษยวิทยาจึงมองว่า การทำอาหารเป็นแนวทางปฏิบัติสากลของมนุษย์ ในขณะที่ศาสตร์การทำอาหารถูกมองว่าเป็นโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความหมายทางสังคมที่กว้างขึ้นและพลวัตของอำนาจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร (Counihan, 1999)

หลายทศวรรษที่ผ่านมา ศาสตร์แห่งการทำอาหารเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ซึ่งขับเคลื่อนโดยแนวคิดนวัตกรรม (innovation) โลกาภิวัตน์ (globalization) และความยั่งยืน (sustainability) ทำให้เกิดแนวโน้มที่ส่งผลต่อสังคมหลายแนวโน้ม อาทิ อาหารฟิวชั่น (fusion cuisine) เป็นแนวโน้มที่ดำเนินมาหลายทศวรรษแต่ก็ยังคงได้รับความนิยม อาหารฟิวชั่นคือรูปแบบการทำอาหารที่ผสมผสานองค์ประกอบจากแบบแผนการทำอาหารที่แตกต่างกันเพื่อสร้างอาหารที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ช่วยให้เชฟได้ทดลองกับรสชาติ เทคนิค และส่วนผสมจากวัฒนธรรมที่หลากหลาย (Santich, 1996) แนวโน้มนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงวัฒนธรรมระดับโลก

แนวโน้มที่โดดเด่นอีกประการหนึ่งคือ ศาสตร์แห่งการทำอาหารเชิงโมเลกุล (molecular gastronomy) เป็นสาขาหนึ่งของวิทยาศาสตร์การอาหาร (food science) ซึ่งนำโดยนักวิทยาศาสตร์และเชฟอย่าง Hervé This และ Ferran Adrià เป็นการศึกษากระบวนการทางกายภาพและทางเคมีที่เกิดขึ้นระหว่างการปรุงอาหาร ผสมผสานศิลปะการทำอาหารเข้ากับหลักการทางวิทยาศาสตร์ และนำไปสู่ประสบการณ์ทางผัสสะใหม่ (This, 2006) เช่น การเกิดฟอง (foaming) โดยการผสมก๊าซลงในของเหลวเพื่อสร้างฟองหรือโฟมที่ช่วยเพิ่มรสชาติหรือตกแต่งจาน หรือการทำให้เป็นเจล (gelification) โดยการใช้ไฮโดรคอลลอยด์ เช่น เจลาติน เพื่อเปลี่ยนของเหลวให้เป็นเจล หรือที่มักเรียกกันว่า เยลลี่

แนวโน้มสำคัญอีกประการหนึ่งคือ แนวคิด “จากฟาร์มสู่โต๊ะ” (farm-to-table) เป็นความเคลื่อนไหวทางอาหาร (food movement) และการเคลื่อนไหวทางสังคม (social movement) ที่เน้นการจัดหาอาหารโดยตรงจากผู้ผลิตในท้องถิ่น ส่งเสริมวัตถุดิบที่สดใหม่ ตามฤดูกาล และเป็นอาหารอินทรีย์ (organic food) เพื่อสร้างการเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างผู้บริโภคและแหล่งที่มาของอาหาร (Laudan, 2013) โดยมีแนวทางปฏิบัติ อาทิ การรับประทานอาหารตามฤดูกาล ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และการมีส่วนร่วมในตลาดของเกษตรกรนอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงคุณภาพทางโภชนาการของมื้ออาหารโดยมุ่งเน้นไปที่อาหารสดที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด และอยู่ในระบบอาหารที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ แนวทางนี้ไม่เพียงแต่สนับสนุนเกษตรกรในท้องถิ่นและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย (Robinson & Farmer, 2017)

การพิจารณาถึงความยั่งยืนและจริยธรรม เป็นส่วนสำคัญในการทำอาหารร่วมสมัยมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ความตระหนักรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและสวัสดิภาพสัตว์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ความนิยมอาหารที่ทำจากพืชและอาหารมังสวิรัตเพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ในปัจจุบัน เชฟและ

ร้านอาหารจึงมีแนวโน้มที่จะเน้นจริยธรรมในการจัดหาอย่างยั่งยืน การลดของเสีย การปฏิบัติต่อสัตว์ในการประกอบอาหารมากขึ้น (Laudan, 2013) การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของสังคมที่ปรารถนาที่จะลดผลกระทบด้านลบจากกิจกรรมของมนุษย์ต่อโลกให้เหลือน้อยที่สุด

ศาสตร์แห่งการทำอาหารมีผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อวัฒนธรรมอาหารในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านการปฏิบัติการทำอาหาร พฤติกรรมทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น ศิลปะการเตรียมและการนำเสนออาหาร (food preparation and presentation) ซึ่งไม่เพียงแต่เน้นรสชาติ แต่ยังรวมถึงสุนทรียศาสตร์และประสบการณ์ทางผัสสะอีกด้วย นวัตกรรมในการจัดจานและการสร้างสรรค์เมนูที่ละเอียดและประณีตช่วยยกระดับประสบการณ์การรับประทานอาหาร (Santich, 1996) ตัวอย่างเช่น ความสำคัญของการจัดจาน ที่นอกจากความสวยงามจะช่วยกระตุ้นความรู้สึกและเพิ่มความอยากอาหารแล้ว ก็ยังสามารถบอกเล่าเรื่องราวหรือบริบทของอาหาร หรือแม้แต่แนวคิดในการสร้างสรรค์เมนูได้เช่นกัน ขณะเดียวกัน ในยุคที่ภาพถ่ายอาหารมีความสำคัญในสื่อสังคม การจัดจานก็เป็นเครื่องมือการสร้างเอกลักษณ์ของร้านและเชฟได้

การเน้นที่สุนทรียภาพนี้ได้ขยายพื้นที่ออกจากร้านอาหารไปยังครัวบ้าน ทำให้หลายคนพยายามนำเสนออาหารในลักษณะที่คล้ายกับที่พบในร้านอาหารระดับสูงจัดจานลงบนโต๊ะอาหารที่บ้านของตนเอง ซึ่งมีผลสำคัญต่อแนวปฏิบัติทางสังคมและการพัฒนามารยาทในการรับประทานอาหาร (dining etiquette) (Romagnoli, 2013) การเน้นประสบการณ์ทางผัสสะนี้ทำให้การรับประทานอาหารกลายเป็นกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ถูกกำหนดจากศาสตร์แห่งการทำอาหาร การเปลี่ยนแปลงนี้มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานทางสังคมเกี่ยวกับการนำเสนออาหารและมารยาทการรับประทานอาหาร (This, 2006) จะเห็นได้ว่า ปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างวัฒนธรรมวิทยาศาสตร์ และศิลปะนี้ ยังคงขับเคลื่อนให้ศาสตร์แห่งการทำอาหารนี้

ก้าวต่อไปข้างหน้า ในส่วนถัดไป จะสำรวจว่า วัฒนธรรมผู้มีชื่อเสียงมาบรรจบกันกับศาสตร์แห่งการทำอาหารเหล่านี้ได้อย่างไร และอะไรทำให้พวกเขากลายเป็นบุคคลสำคัญในการเปลี่ยนแปลงแนวทางปฏิบัติและการรับรู้ด้านอาหารร่วมสมัย

วัฒนธรรมคนดัง: การสำรวจอิทธิพลและวิวัฒนาการของเซฟผู้มีชื่อเสียง

วัฒนธรรมคนดัง (celebrity culture) หมายถึง ปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีศูนย์กลางอยู่ที่การผลิต การบริโภค ความหลงใหล และการยกย่องบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ เช่น ความบันเทิง กีฬา การเมือง โดยสื่อสังคม (social media) มีบทบาทสำคัญในการขยายและสืบสานวัฒนธรรมนี้ (Driessens, 2014; Turner, 2010) ปรากฏการณ์นี้เกี่ยวข้องกับการที่คนดังกำหนดบรรทัดฐานทางสังคม แนวโน้ม และพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบการใช้ชีวิต ความคิดเห็น และการรับรองของพวกเขา มีอิทธิพลต่อความเห็นของสาธารณชนและการตัดสินใจซื้อ (Rojek, 2012: 23-26) วัฒนธรรมคนดังสะท้อนค่านิยมทางสังคม โดยนำเสนอมุมมองที่ผู้คนใช้กำหนดแรงบันดาลใจ ความสำเร็จ และมาตรฐานความงาม (Rojek, 2004: 116) ขณะเดียวกันก็สานต่ออุดมคติที่ไม่สมจริงและมีส่วนทำให้ชีวิตส่วนตัวกลายเป็นสินค้า (Cashmore, 2006) การทำความเข้าใจวัฒนธรรมคนดังจึงสำคัญในฐานะการตรวจสอบอิทธิพลหลายแง่มุมที่มีต่อการรับรู้ ค่านิยม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

เซฟผู้มีชื่อเสียงหรือเซฟคนดัง (celebrity chef) ถือเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการทำอาหารที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากความเชี่ยวชาญในการทำอาหาร โดยอาจมีชื่อเสียงในด้านสไตล์หรือแนวทางการทำอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ การมีบุคลิกที่โดดเด่น หรือมีชื่อเสียงจากรายการโทรทัศน์ หนังสือทำอาหาร ร้านอาหาร เซฟเหล่านี้ไม่เพียงแต่เชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์อาหารจานพิเศษ แต่ยังใช้บุคลิกที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดผู้ชม โดยการให้

ความรู้ความบันเทิงแก่ผู้ชมผ่านการปรากฏตัวทางสื่อ แพร่เคล็ดลับการทำอาหาร สูตรอาหาร และข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอาหารประเภทต่าง ๆ (Matwick & Matwick, 2015; Rousseau, 2012)

การยกระดับเชฟไปสู่สถานะผู้มีชื่อเสียงหรือคนดัง ผลักดันให้บุคคลเหล่านี้กลายเป็นที่สนใจและกำหนดนิยามใหม่ของการเล่าเรื่องเกี่ยวกับอาหาร การรับประทานอาหาร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งศาสตร์แห่งการทำอาหาร การรับรองผลิตภัณฑ์โดยเชฟคนดัง (celebrity endorsement: CE) ส่งผลอย่างมากต่อยอดขาย เช่น รายงานของ Food Business News ระบุว่า Freshly Inc. ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ Nestle USA ร่วมมือกับเชฟคนดัง นำเสนอผลิตภัณฑ์ประเภท “Meal kit” ที่โฆษณาว่า “พร้อมรับประทานที่อุ่นกินได้ง่าย ๆ ด้วยไมโครเวฟ แต่ยังคงคุณภาพแบบร้านอาหาร (restaurant-quality meals)” ในชื่อ “Chef’s Special by Freshly” มียอดขายกว่า 1 ล้านชุดต่อสัปดาห์ และประมาณการว่าจะทำยอดขายได้ถึง 430 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือ 15,031 ล้านบาท (Watrous, 2021) สอดคล้องกับการศึกษาของ Calvo-Porral, et al. (2021) ที่ชี้ให้เห็นว่า ความตั้งใจในการซื้ออาหารของผู้บริโภคและความเต็มใจของผู้บริโภคที่จะจ่ายในราคาพิเศษเพื่อผลิตภัณฑ์ “พิเศษ” (premium) นั้น ก็เป็นผลจากอิทธิพลจากความน่าเชื่อถือของคนดังที่แนะนำผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วยเช่นกัน สิ่งเหล่านี้เน้นย้ำถึงอิทธิพลที่เชฟคนดังมีต่อมูลค่าตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมอาหาร

จะเห็นได้ว่า การเกิดขึ้นและวิวัฒนาการของเชฟคนดัง เป็นการผสมผสานความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหารเข้ากับการมองเห็นในสื่อ (media visibility) การสำรวจชีวประวัติ เหตุการณ์สำคัญในอาชีพ ปรัชญาการทำอาหาร ความสำเร็จหรือแม้กระทั่งความล้มเหลว โดยให้บริบทและเน้นย้ำถึงความสำคัญของพวกเขาในโลกแห่งการทำอาหาร ได้ช่วยสร้างความกระจ่างว่า เชฟเหล่านี้มีบทบาทในการกำหนดวัฒนธรรมอาหารร่วมสมัยอย่างไร

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการทำอาหารที่มักได้รับการยกย่องว่าเป็น “เชฟคนดัง” ลำดับแรก ๆ ของโลก เช่น Bartolomeo Scappi, François Vatel, Antoine Carême และ Auguste Escoffier เป็นเชฟผู้มีชื่อเสียงตั้งแต่ยุคเรอเนซองส์จนถึงต้นศตวรรษที่ 20 อิทธิพลของพวกเขาทำให้เกิดการพัฒนาที่สำคัญในอาหารชั้นสูง (haute cuisine) เทคนิคการทำอาหาร และความเป็นมืออาชีพในการทำอาหาร Bartolomeo Scappi เป็นที่รู้จักจากตำราอาหารยุคเรอเนซองส์ (Flandrin, 2013) François Vatel จากงานเลี้ยงอันยิ่งใหญ่ในศตวรรษที่ 17 (Garval, 2019) Antoine Carême จากผลงานด้านอาหารฝรั่งเศสในช่วงต้นศตวรรษที่ 19 (Kelly, 2015) และ Auguste Escoffier จากการปรับปรุงศิลปะการทำอาหารฝรั่งเศสให้ทันสมัยในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 (Escoffier, 1997)

ต่อมาถึงการถือกำเนิดของโทรทัศน์ในศตวรรษที่ 20 ได้ฉายแสงส่องไปยังบุคคลสำคัญด้านการทำอาหารอย่าง James Beard, Fanny Cradock, และ Julia Child ถือเป็นจุดสำคัญของการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับเชฟและ “งานฝีมือ” ของพวกเขา โดย James Beard ซึ่งมักเรียกกันว่า “Dean of American Cookery” ในฐานะการเป็นผู้แนะนำอาหารอเมริกันแก่ผู้ชมในวงกว้างผ่านตำราอาหาร โรงเรียนสอนทำอาหาร และการปรากฏตัวทางโทรทัศน์มากมายในช่วงทศวรรษที่ 1940 ถึง 1980 (Rousseau, 2012) ขณะที่ Fanny Cradock เป็นเชฟโทรทัศน์ชาวอังกฤษผู้บุกเบิก ซึ่งมีสไตล์อันโดดเด่นและปรากฏตัวในสื่ออย่างกว้างขวางในช่วงทศวรรษ 1950 ในช่วงทศวรรษ 1970 ช่วยให้การทำอาหารกูร์เมต์ (gourmet) เป็นที่นิยมในสหราชอาณาจักร (Geddes, 2019) ส่วน Julia Child ปฏิวัติการทำอาหารที่บ้านของชาวอเมริกันด้วยหนังสือชื่อดังเรื่อง “Mastering the Art of French Cooking” และรายการโทรทัศน์ “The French Chef” ของเธอ ซึ่งออกอากาศในช่วงปี 1960 ถึง 1970 ทำให้อาหารฝรั่งเศสเป็นอาหารที่ครัวเรือนอเมริกันเข้าถึงได้ (Rousseau, 2012) ยุคนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่การทำให้ศาสตร์

แห่งการทำอาหารเข้าถึงได้ทั่วไปมากขึ้น และยกระดับสถานะของเชฟให้เป็นบุคคลในสื่อมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การถือกำเนิดขึ้นของเชฟคนดังในยุคสมัยใหม่ที่มีบุคลิกโดดเด่นและประสบความสำเร็จทั้งในธุรกิจร้านอาหารและรายการทีวี ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 ได้ปฏิวัติมุมมองของสาธารณชนต่อเชฟและอาชีพของพวกเขาอีกครั้ง เชฟอย่าง Marco Pierre White และเชฟผู้ร่วมสมัยของเขา เช่น Gordon Ramsay, Heston Blumenthal และ Ferran Adrià มีชื่อเสียงโด่งดังในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 และต้นศตวรรษที่ 21 โดย Marco Pierr White มักได้รับการยกย่องว่าเป็นเชฟผู้มีชื่อเสียงหรือเชลยเชฟคนแรกแห่งยุคสมัยใหม่ และกลายเป็นเชฟอายุน้อยที่สุดที่ได้รับสามดาวจากมิชลิน ในปี ค.ศ. 1995 สร้างมาตรฐานใหม่ให้กับความเป็นเลิศด้านศาสตร์แห่งการทำอาหาร (White & Steen, 2010) ในขณะที่ Gordon Ramsey เป็นที่รู้จักจากบุคลิกที่ดุดัน หัวร้อน และทักษะอันยอดเยี่ยม รวมถึงความสามารถในการสร้างอาณาจักรร้านอาหารระดับโลกและรายการโทรทัศน์ที่ได้รับการยกย่อง (Rousseau, 2012) ส่วน Heston Blumenthal และ Ferran Adrià เป็นผู้บุกเบิกการทำอาหารโมเลกุล โดยผสมผสานวิทยาศาสตร์และศาสตร์แห่งการทำอาหารเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารที่แปลกใหม่ (Rousseau, S. 2012; Svejenova, et al 2007) ช่วงเวลานี้ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่แนวทางการทำอาหารแบบทดลองและรอบรู้มากขึ้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อเชฟและผู้ชื่นชอบอาหารทั่วโลก

หลังจากนั้นก็เป็ยุคของเชฟคนดังที่มีบุคลิกโดดเด่น เช่น Jamie Oliver, Mario Batali, Rachael Ray และ Nigella Lawson ที่มีชื่อเสียงโด่งดังในช่วงปลายทศวรรษ 1990 และต้นยุค 2000 ที่ได้เปลี่ยนสถานะเป็น “คนดัง” โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มสื่อสังคม (social media platforms) อย่างเชี่ยวชาญ บุคคลเหล่านี้กระจายการลงทุนโดยนำเสนอผลงานของตนผ่านแพลตฟอร์มที่

หลากหลาย ทำให้เรียกได้ว่าเป็นวิวัฒนาการของ “ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง” (celebrity entrepreneur) (Boyle & Kelly, 2010) ขณะเดียวกัน ในช่วงเวลาที่โทรทัศน์และสื่อมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมการทำอาหาร Jamie Oliver ได้กลายเป็นผู้มีอิทธิพลกับสไตล์การทำอาหารเพื่อสุขภาพที่เข้าถึงได้และการสนับสนุนมื้ออาหารในโรงเรียนให้ดีขึ้น ส่วน Mario Batali เป็นที่รู้จักจากความเชี่ยวชาญด้านอาหารอิตาเลียนและเสน่ห์ของเขาจากการปรากฏตัวในรายการทำอาหาร ขณะที่ Rachael Ray ทำให้การทำอาหารที่บ้านเป็นเรื่องง่ายและรวดเร็วด้วยซีรีส์ “30 Minute Meals” ของเธอ ที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่ ใคร ๆ ก็ทำอาหารได้ ส่วน Nigella Lawson มีสไตล์ที่โดดเด่นในการทำอาหารทานเล่นตามใจชอบ (Matwick & Matwick, 2019; Rousseau, 2012) ซึ่งยิ่งตอกย้ำลักษณะเฉพาะของยุคนี้ในการทำให้การทำอาหารเป็นเรื่องสนุกและเข้าถึงได้สำหรับทุกคน

การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์นี้ก่อให้เกิดรูปแบบความบันเทิงทางธุรกิจแบบใหม่ภายใต้ศาสตร์แห่งการทำอาหาร การเพิ่มจำนวนร้านอาหาร รายการโทรทัศน์ ผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์ และอื่น ๆ อีกมากมาย ตัวอย่างเช่น รายการเรียลิตีโชว์ด้านอาหาร (food reality shows) เช่น รายการในเครือ Food Network รายการแนวสารคดีอย่างเชฟ Baek Jong-won เชฟชาวเกาหลี หรือรายการแนวการท่องเที่ยวอย่างเชฟ Anthony Bourdain การเกิดขึ้นของร้านอาหารประเภทป๊อปอัพ (pop-up restaurants) ที่ตั้งชั่วคราวในสถานที่พิเศษ เช่น พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ หรือห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นการขยายอิทธิพลและเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมอาหารและวัฒนธรรมอาหารในสังคมให้ยิ่งขึ้นไปอีก การย้อนทบทวนวิถีทางประวัติศาสตร์และอิทธิพลของบุคคลสำคัญในฐานะของเชฟคนดัง ทำให้เห็นว่า วัฒนธรรมคนดังโดยเฉพาะขอบเขตศาสตร์แห่งการทำอาหารนั้น มีมิติทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ส่งผลกระทบและสร้างคุณูปการที่สำคัญอันเป็นการหล่อหลอมให้เกิดวัฒนธรรมอาหารร่วมสมัย

วัฒนธรรมอาหารร่วมสมัยจึงเป็นการผสมผสานระหว่างทางเลือกส่วนบุคคล กระแสสังคม ความตระหนักด้านสุขภาพ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการกินให้เหมาะกับแต่ละคนมากขึ้น พร้อมไปกับการยอมรับแนวคิดเรื่องความหลากหลายและความยั่งยืน การพัฒนาวัฒนธรรมอาหารร่วมสมัยอย่างต่อเนื่อง จึงไม่เพียงแต่หล่อหลอมแนวทางการรับประทานอาหารของเราเท่านั้น แต่ยังหล่อหลอมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเราที่มีต่ออาหารด้วย เชฟคนดังจึงมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมวัฒนธรรมอาหารร่วมสมัยจากการมีอิทธิพลต่อกระแสการทำอาหาร พฤติกรรมผู้บริโภค และค่านิยมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

การเปลี่ยนแปลงนี้ยังสร้างผลกระทบทางด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญ ความสำเร็จทางการเงินอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อนของเชฟคนดังนั้น เห็นได้อย่างชัดเจนจากรายได้ส่วนตัวและมูลค่าสุทธิจำนวนมากของพวกเขา ในการจัดอันดับคนดังที่ได้รับค่าตอบแทนสูงสุดในโลก (The World's Highest-Paid Celebrities) ของนิตยสาร Forbes ในปี ค.ศ. 2020 รายได้ต่อปีของ Gordon Ramsay สูงกว่ารายได้ของบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงอย่าง Taylor Swift และ Post Malone หรือนักกีฬาอย่าง Tiger Woods และนักเขียนอย่าง J.K. Rowling (Forbes, 2020) ส่วน Jamie Oliver ซึ่งมีรายได้มูลค่าสุทธิ 200 ล้านดอลลาร์ (Celebrity Net Worth, 2023) ก็เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญในวงการอาหารที่อาชีพเชฟซึ่งครั้งหนึ่งเคยถือว่าให้ผลตอบแทนทางการเงินน้อย กลับกลายเป็นอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างน่าทึ่งภายในรอบเวลาอันสั้น

จะเห็นได้ว่า กระบวนการในการเป็นเชฟคนดังเกี่ยวข้องกับการผสมผสานระหว่างความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหาร การเปิดเผยต่อสื่อ และการรับรู้ของสาธารณชน ในช่วงแรก เชฟได้รับการยอมรับเป็นหลักจากทักษะในครัวระดับสูง แต่การเติบโตของสื่อที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น รายการทำอาหาร

ทางโทรทัศน์ สื่อสังคม และการแข่งขันทำอาหาร ทำให้พวกเขาเป็นบุคคลสาธารณะ การเปลี่ยนแปลงนี้มักเกิดขึ้นจากแพลตฟอร์มสื่อที่สร้างเรื่องราวเกี่ยวกับเชฟ โดยเน้นที่บุคลิกภาพ สไตล์การทำอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ และนวัตกรรมในศาสตร์การทำอาหาร เชฟคนดังมักไม่เพียงแต่มีความชำนาญทางเทคนิคเท่านั้น แต่ยังมีเสน่ห์และมีความสามารถในการสร้างแบรนด์ด้วย ซึ่งทำให้พวกเขาสามารถมีส่วนร่วมกับผู้ชมที่กว้างขึ้นนอกเหนือจากขอบเขตของครัวมืออาชีพ บุคลิกของพวกเขาที่แสดงต่อสาธารณชนมีส่วนช่วยกำหนดแนวโน้มด้านอาหารและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลก กระบวนการในการเป็นเชฟคนดังนี้ยังสะท้อนให้เห็นการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นกับอิทธิพลของการทำอาหารระดับโลก โดยใช้ประโยชน์จากการนำเสนอในสื่อเพื่อสร้างสถานะคนดังข้ามวัฒนธรรม ดังนั้นการที่จะสร้างเชฟที่มีชื่อเสียงจึงเป็นปฏิสัมพันธ์แบบพลวัตระหว่างพรสวรรค์ด้านการทำอาหาร การนำเสนอผ่านสื่อ และค่านิยมของสังคมเกี่ยวกับอาหารและวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย

แนวคิดเรื่องเชฟคนดังส่วนใหญ่เกิดขึ้นในสังคมตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มขึ้นของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์และการแข่งขันทำอาหารในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 เชฟคนดังชาวตะวันตก เช่น Julia Child และ Gordon Ramsay ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ซึ่งนำไปสู่การทำให้ความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหารกลายเป็นเรื่องปกติในฐานะรูปแบบหนึ่งของความบันเทิงและอำนาจทางวัฒนธรรม (Hansen, 2008) ปรากฏการณ์นี้ค่อย ๆ แพร่กระจายไปสู่สังคมเอเชียและไทยผ่านกระบวนการโลกาภิวัตน์ โดยที่สื่อตะวันตกและเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารถูกบริโภคในบริบททางวัฒนธรรมที่หลากหลาย (Cheung & Chee-Beng 2007)

ในประเทศไทย อิทธิพลของวัฒนธรรมเชฟคนดังเห็นได้ชัดเจนจากเชฟชาวไทยที่ผสมผสานอาหารไทยแบบดั้งเดิมเข้ากับกระแสการทำอาหารระดับโลก เป็นตัวอย่างที่สำคัญของการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมนี้ ซึ่งแสดงถึงการผสมผสานระหว่างมรดกไทยและสถานะคนดังระดับนานาชาติ

ดังนั้น เชฟคนดังชาวไทยจึงสะท้อนให้เห็นการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ระดับโลกที่อำนาจด้านการทำอาหารถูกเจรจาต่อรองภายในบริบททางวัฒนธรรมของไทย ทั้งนี้ การสำรวจความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างวัฒนธรรมคนดังและศาสตร์แห่งการทำอาหาร เน้นย้ำถึงอิทธิพลที่มีร่วมกัน และพลวัตที่หล่อหลอมภูมิทัศน์ศาสตร์แห่งการทำอาหารร่วมสมัย ซึ่งสื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของเชฟเหล่านั้น ความเข้าใจดังกล่าว เป็นแนวทางสำคัญต่อการสำรวจอิทธิพลของเชฟคนดังต่อศาสตร์แห่งการทำอาหาร ตลอดจนสำรวจกลไกและผลกระทบทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น

เชฟคนดัง อำนาจ และผลกระทบทางวัฒนธรรม

สิทธิอำนาจทางอาหาร (culinary authority) หมายถึง บุคคลหรือสถาบันที่มีระดับความเชี่ยวชาญและความรู้ในศาสตร์การทำอาหาร ซึ่งสามารถมีอิทธิพลต่อกระแสนิยมของอาหารและวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร (Brennan, 2014) ผู้มีสิทธิอำนาจทางอาหารนี้ นับรวมถึงเชฟมืออาชีพ โรงเรียนสอนทำอาหาร และนักวิจารณ์อาหาร ความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างวัฒนธรรมคนดังและศาสตร์แห่งการทำอาหาร ถือเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเชฟคนดังให้เป็นผู้มีสิทธิอำนาจทางอาหาร (construction of culinary authority) กล่าวได้ว่า เชฟคนดังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวโน้มอาหารและประสบการณ์การรับประทานอาหารในสังคม การปรากฏตัวของพวกเขาในสื่อที่แพร่หลายช่วยขยายอิทธิพลของพวกเขาที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Ashley, 2004) พวกเขาก้าวออกจากห้องครัวมาเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม (cultural icon) ตัวอย่างเช่น รายการโทรทัศน์ของเชฟคนดังอย่าง Jamie Oliver และ Gordon Ramsay ที่เข้าถึงผู้ชมหลายล้านคน เชฟคนดังทั้งสองคนไม่เพียงแนะนำสูตรอาหารใหม่ ๆ เทคนิคการทำอาหาร และวัฒนธรรมอาหารแก่ผู้ชมเท่านั้น แต่ยังกำหนดเทรนด์การทำอาหารที่โดนใจผู้ชมทั่วโลกอีกด้วย (Rousseau, 2012)

บทบาทของสื่อ ไม่ว่าจะเป็นการที่ตำราอาหารที่เขียนโดยเชฟคนดัง มักจะกลายเป็นหนังสือขายดีก็ยิ่งเพิ่มอิทธิพลของพวกเขามากขึ้น (Ashley, 2004) หรือการที่แพลตฟอร์มสื่อสังคม เช่น Instagram และ YouTube ช่วยให้เชฟสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม (followers) ของพวกเขาได้โดยตรงนำเสนอบทเรียนการทำอาหารตามเวลาจริง (real-time) บอกเล่าเรื่องราวเบื้องหลัง และข้อมูลส่วนบุคคลเชิงลึกเกี่ยวกับปรัชญาการทำอาหารของพวกเขา การโต้ตอบโดยตรงนี้ช่วยให้เกิดความไว้วางใจและความเป็นชุมชน ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะรับเอาแนวโน้มอาหารและแนวทางการรับประทานอาหารที่รับรองโดยเชฟเหล่านี้มากขึ้น (Rousseau, 2012) โดยที่เชฟคนดังมีส่วนสำคัญในการกำหนดแนวโน้มในการนำเสนออาหารและสุนทรียศาสตร์ วิธีการจัดจานและการจัดรูปแบบอาหารแบบใหม่ของพวกเขาได้กำหนดการรับรู้และชื่นชมอาหารด้วยสายตา ตัวอย่างเช่น Jamie Oliver เป็นที่รู้จักจากสไตล์การนำเสนออาหารแบบเรียบง่าย เข้าถึงได้ เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ วิธีการจัดเตรียมไม่ยุ่งยาก ผ่านการนำเสนอแบบเป็นกันเองแต่น่าดึงดูดใจ ซึ่งกระตุ้นให้ผู้ปรุงอาหารทางบ้านนำสไตล์ที่คล้ายกันมาใช้ (Matwick & Matwick, 2019) ในทางตรงกันข้าม เชฟอย่าง Heston Blumenthal และ Ferran Adrià ได้สร้างชื่อเสียงให้กับการทำอาหารโมเลกุล โดยใช้เทคนิคและการนำเสนอที่ท้าทายการทำอาหารแบบดั้งเดิม หรือที่ Adrià มักเรียกอาหารของเขาว่า การครัวที่ถูกลดทอนโครงสร้างไปสู่ระดับโมเลกุล (deconstructed cuisine) (Svejenova, et al, 2007)

สไตล์ที่แตกต่างกันของเชฟเหล่านี้ไม่เพียงมีอิทธิพลต่อพ่อครัวแม่ครัวทางบ้านเท่านั้น แต่ยังรวมถึงพ่อครัวแม่ครัวมืออาชีพและร้านอาหารต่าง ๆ อีกด้วย ร้านอาหารมักจะเลียนแบบเทคนิคการนำเสนอที่เป็นที่นิยมโดยเชฟผู้มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดลูกค้าที่กำลังมองหาประสบการณ์การรับประทานอาหารแปลกใหม่ (Ashley, 2004) การเน้นที่รูปลักษณ์ที่สวยงามในการนำเสนออาหารกลายเป็นจุดเด่นของศาสตร์แห่งการทำอาหารในปัจจุบัน ที่มาตรฐาน

ความงามนั้นถูกกำหนดโดยบุคคลสำคัญในการทำอาหารเหล่านี้ (Vernon, 2005) นอกจากนี้ เชฟคนดังยังมีอิทธิพลต่อประสบการณ์การรับประทานอาหารทั้งในการทำอาหารที่บ้านและในร้านอาหาร รายการของพวกเขาที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์หรือทางสื่อสังคมส่งผลต่อการฝึกทำอาหารของผู้คนอย่างมาก เช่น โดยรายการของ Jamie Oliver และ “30 Minute Meals” ของ Rachael Ray ไขปริศนาเกี่ยวกับสูตรอาหารที่ซับซ้อน ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงเทคนิคการทำอาหารภูมิทัศน์ในวงกว้างขึ้น และเชิญชวนให้ผู้ชมทดลองปรุงอาหารใหม่ ๆ ในครัวของตัวเอง เรียกได้ว่า เป็นการทำให้ความรู้ด้านการทำอาหารเป็นเรื่องที่ใคร ๆ สามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมและนำไปสู่ความหลากหลายมากขึ้น

ความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหาร และการปรากฏตัวในสื่อ ก่อร่างสร้างอิทธิพลและสิทธิอำนาจในทางอาหารแก่เหล่าเชฟคนดัง ทำให้พวกเขากลายเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือในโลกแห่งการทำอาหาร ขณะเดียวกัน กิจกรรม เช่น การสาธิตสดการทำอาหาร การลงนามในหนังสือ และเทศกาลอาหาร ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสการโต้ตอบโดยตรงกับแฟน ๆ และขยายการเข้าถึงและอิทธิพลของพวกเขาในสถานะ “ผู้มีชื่อเสียง” เช่นเดียวกันกับประวัติหรือการได้รับการศึกษาด้านการทำอาหาร และหรือความสำเร็จทางวิชาชีพถือเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างอำนาจให้กับเชฟผู้มีชื่อเสียง ที่จะทำให้ถูกวางตำแหน่งเป็นผู้นำในชุมชนด้านอาหาร ตัวอย่างเช่น การจบการศึกษาด้านการทำอาหารจาก The Culinary Institute of America (CIA) Le Cordon Bleu หรือ École Hôtelière de Lausanne ในทำนองเดียวกัน การได้รับรางวัล Michelin Star James Beard Awards หรือ World’s 50 Best Restaurants ก็เป็นการสร้างภูมิหลังอันทรงเกียรติเพื่อยืนยันอำนาจและอิทธิพลของพวกเขาในโลกแห่งการทำอาหาร ซึ่งไม่เพียงแต่ยืนยันความเชี่ยวชาญของพวกเขาเท่านั้น แต่ยังเพิ่มความน่าดึงดูดต่อผู้ผลิตสื่อและผู้ชม ทำให้กระบวนการนี้วนลูปต่อเนื่อง เรียกได้ว่า ถ้าดังแล้วก็ยิ่งดังไปอีก อย่างไรก็ตาม ควบคู่ไปด้วยว่า เชฟคนดังจำนวนมาก ได้ใช้ประโยชน์จากชื่อเสียงและความดังของตนเพื่อประโยชน์

สาธารณะเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การรณรงค์เรื่องอาหารในโรงเรียนที่ดีต่อสุขภาพของ Jamie Oliver

สิทธิอำนาจในทางอาหารของเชฟคนดังยังได้รับการเสริมกำลังจากความร่วมมือกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ซึ่งความร่วมมือเหล่านี้ มักนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร เช่น เครื่องครัว ผลิตภัณฑ์อาหารและอุปกรณ์ในครัว เป็นต้น ซึ่งยังเป็นการขยายอิทธิพลและอำนาจในการทำอาหารของเหล่าเชฟคนดังไปอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพวกเขาสร้างแบรนด์สินค้าของตัวเองขึ้นมาเอง และใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นในรายการโชว์ของพวกเขาเอง เช่น ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์เครื่องไม้เครื่องมือที่ถูกใช้ในรายการงาน The Great British Bake Off รายการแข่งขันทำขนมของสหราชอาณาจักร ขายดีเป็นพิเศษในช่วงที่รายการออกอากาศ หรือการที่ Rachale Ray ใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น cookware หรือ bakeware ของเธอในรายการตัวเอง ในทางหนึ่ง ผลกระทบต่อมาตรฐานการทำอาหาร เป็นอีกสิ่งหนึ่งซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของเชฟคนดัง พวกเขามีส่วนสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการทำอาหารด้วยการกำหนดมาตรฐานใหม่ทั้งในด้านคุณภาพและนวัตกรรม ตัวอย่างเช่น การทำอาหารยอदनนิยมโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นตามฤดูกาล มีอิทธิพลต่อเชฟและผู้ชมทางบ้านให้คำนึงถึงความยั่งยืนและความเป็นท้องถิ่นในการปรุงอาหาร ในอีกทางหนึ่ง เทคนิคการทดลองในการทำอาหารระดับโมเลกุลได้นำหลักการทางวิทยาศาสตร์มาสู่ครัว นำไปสู่การทำอาหารแนวใหม่ที่ผสมผสานศิลปะและวิทยาศาสตร์เข้าด้วยกัน นวัตกรรมเหล่านี้ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ และนำไปสู่การนำไปใช้และการปรับตัวโดยเชฟคนอื่น ๆ และบุคคลทั่วไป

ในขณะเดียวกัน ปรากฏการณ์เชฟคนดังถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่า ทำให้เกิดกระบวนการทำให้วัฒนธรรมการทำอาหารกลายเป็นสินค้าและการค้า (Commercialisation and commodification of culinary culture) รวมถึงการที่เชฟคนดังมักจะให้การรับรองผลิตภัณฑ์ ร้านอาหาร และกิจกรรมเกี่ยวกับ

อาหารที่พิเศษ นำไปสู่การสร้างประสบการณ์การทำอาหารสุดพิเศษที่เข้าถึงได้เฉพาะผู้ที่สามารถซื้อได้นั้น ส่งผลให้เกิดการแบ่งเขตของพื้นที่ใกล้เคียง (gentrification) และเกิดการกีดกันชุมชนที่มีรายได้ต่ำจากวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร ยิ่งไปกว่านั้น วัฒนธรรมคนดังที่เพิ่มมากขึ้นในอุตสาหกรรมอาหารและร้านอาหารยังส่งผลกระทบต่อสภาพการทำงานของเชฟและพนักงานในร้านอาหารอีกด้วย ความต้องการการบริหารร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จและรักษาภาพลักษณ์ที่โดดเด่น นำไปสู่การทำงานหนักเกินไปและการแสวงประโยชน์ ทำให้เชฟและพนักงานในร้านอาหารจำนวนมากต้องทนทำงานหลายชั่วโมง มีสภาพการทำงานที่ย่ำแย่ และค่าจ้างต่ำ (Özdemir Kaya, 2019)

แม้จะมีคำวิจารณ์เกี่ยวกับบทบาทของเชฟคนดังในการสร้างวัฒนธรรมอาหาร แต่ก็เป็นการยากที่จะปฏิเสธถึงอิทธิพลของพวกเขาในฐานะผู้มีอำนาจทางวัฒนธรรมและผู้กำหนดมาตรฐานด้านการทำอาหาร ด้วยการปรากฏตัวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น รายการโทรทัศน์ หนังสือ หรือสื่อสังคม เชฟเหล่านี้ได้กำหนดแนวโน้มด้านอาหารและประสบการณ์การรับประทานอาหาร ข้อมูลรับรองด้านการทำอาหารและความสำเร็จทางวิชาชีพของพวกเขาช่วยเสริมสร้างสิทธิอำนาจของพวกเขาในโลกการทำอาหาร ทำให้พวกเขาสามารถกำหนดกระแสนิยมและมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสาธารณชนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมคนดังเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสิทธิอำนาจทางอาหารให้กับเชฟเหล่านี้

นอกจากนี้ เชฟคนดังยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนด “ภูมิทัศน์ทางอาหาร” (foodscape) ซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม และกายภาพที่กำหนดวิธีการผลิต การบริโภค และการทำความเข้าใจอาหารในบริบทเฉพาะ (Johnston & Goodman, 2010) ภูมิทัศน์ทางอาหารครอบคลุมตั้งแต่ภูมิศาสตร์และโครงสร้างพื้นฐานการผลิตอาหาร ไปจนถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อการเข้าถึงและความชอบในอาหาร อิทธิพลของเชฟคนดังไม่เพียงแต่จำกัดอยู่ในครัวเท่านั้น แต่ยังแผ่ขยายไปสู่

การสร้างคุณค่าให้กับอาหาร วัฒนธรรมร้านอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (gastronomy tourism) ด้วยการยกระดับอาหารหรือเทคนิคบางอย่าง พวกเขา กำหนดกรอบเรื่องราวที่สะท้อนถึงกระแสสังคมที่กว้างขึ้น เช่น การส่งเสริม การใช้วัตถุดิบออร์แกนิกและวัตถุดิบจากแหล่งท้องถิ่น หรือการชื่นชมอาหาร พิวชนที่รวมเอาารสนิยมจากหลายวัฒนธรรม (Ferguson, 2010) ในบริบทนี้ เชฟคนดังจึงกลายเป็น “สถาปนิก” ของภูมิทัศน์ด้านอาหาร โดยมีบทบาท สำคัญในการชี้นำทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคในการปฏิสัมพันธ์และการทำความเข้าใจอาหารในแง่มุมทางสังคมและวัฒนธรรมของพวกเขา (Goodman, Dupuis & Goodman, 2012)

บทส่งท้าย

จากบทบาทที่หลากหลายของเชฟคนดังในวัฒนธรรมอาหาร ที่เผย ถึงอิทธิพลของพวกเขาต่อศาสตร์แห่งการทำอาหาร ได้เสนอนัยสำคัญของ การวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างอาหาร คนดัง และวัฒนธรรม กระบวนการก้าวขึ้นมาเป็นเชฟคนดังนั้น สัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการสร้าง อำนาจด้านการทำอาหาร การมีสื่อและการปรากฏตัวในที่สาธารณะทำให้ พวกเขาได้รับการยอมรับในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการทำอาหาร (Johnston & Goodman, 2010) นอกจากนี้ยังทำให้เห็นว่า การเพิ่มขึ้นของเชฟคนดังและ วัฒนธรรมคนดังมีผลกระทบอย่างมากต่อวัฒนธรรมการทำอาหาร ซึ่งเปลี่ยนวิธี ที่ผู้คนรับรู้และมีประสบการณ์ต่ออาหาร เชฟคนดังได้กลายเป็นสัญลักษณ์ ทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลด้วยการปรากฏตัวในสื่อและการสร้างตัวตนสาธารณะ ในขณะเดียวกัน เชฟคนดังได้เปลี่ยนแปลงศาสตร์แห่งการทำอาหาร ด้วยการ สร้างมาตรฐานและเทรนด์ใหม่ผ่านการผสมผสานนวัตกรรมและเทคนิคที่ เข้าถึงได้ทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล (Hansen, 2008; Ferguson, 2006) ความสามารถของพวกเขาในการกำหนดประสบการณ์การรับประทานอาหาร สุนทรียศาสตร์ และพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น เห็นได้ชัดจากบทบาท

ของพวกเขาในฐานะผู้กำหนดเทรนด์และมาตรฐานในโลกแห่งศาสตร์แห่งการทำอาหาร การสร้างสิทธิอำนาจในการทำอาหารโดยเชฟเหล่านี้สัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นกับสื่อ ภูมิหลังการศึกษา และความสำเร็จในอาชีพของพวกเขา ทำให้อิทธิพลของพวกเขาเพิ่มขึ้นทั้งต่อพ่อครัวแม่ครัวที่บ้านและเชฟมืออาชีพในร้านอาหาร กำหนดมาตรฐานของการนำเสนออาหารและการทำอาหาร ทำให้เทคนิคการทำอาหารที่ซับซ้อนเข้าถึงได้ และส่งเสริมแนวทางการทำอาหารที่ใคร ๆ สามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม ท้ายที่สุด การที่เชฟคนดังมีอิทธิพลต่อศาสตร์แห่งการทำอาหาร ทำให้เราเข้าใจความซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างอาหาร คนดัง และวัฒนธรรม เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับอาหารในชีวิตประจำวัน ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของพวกเขาในฐานะผู้กำหนดจิตตาวงภูมิทัศน์อาหารในปัจจุบัน อีกทั้งอิทธิพลจากพวกเขายังคงสร้างผลกระทบต่อการเติบโตของตลาดอย่างไม่รู้จบสิ้น

บรรณานุกรม

- Ashley, B. (2004). *Food and cultural studies*. Routledge.
- Brennan, T. (2014). Jennifer J. Davis. *Defining culinary authority: The transformation of cooking in France, 1650-1830*. The American Historical Review, 119(3), 988-989.
- Calvo-Porrà, C., Rivaroli, S., & Orosa-González, J. (2021). The influence of celebrity endorsement on food consumption behavior. *Foods*, 10(9), 2224.
- Celebrity Net Worth. (2023). Celebrity chef. Retrieved from <https://www.celebritynetworth.com/category/richest-celebrities/richest-celebrity-chefs/>
- Cheung, S. C., & Chee-Beng, T. (2007). Introduction: *Food and foodways in Asia*. In *Food and foodways in Asia* (pp. 13-22). Routledge.
- Counihan, C. (1999). *The anthropology of food and body: Gender, meaning, and power*. Routledge.
- Douglas, M. (1999). *Implicit meanings: Essays in anthropology*. Routledge & Paul.
- Escoffier, A. (1997). *Auguste Escoffier: Memories of my life*. Van Nostrand Reinhold.
- Ferguson, P. P. (2006). *Accounting for taste: The triumph of French cuisine*. University of Chicago Press.
- Fischler, C. (1988). Food, self, and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275-292.
- Flandrin, J. L., & Montanari, M. (2013). *Food: A culinary history* (A.Sonnenfeld, Trans.). Columbia University Press.

- Forbes. (2020). The world's highest-paid celebrities. Retrieved from <https://www.forbes.com/celebrities/>
- Garval, M. D. (2019). Emulating Vatel: Portraitomanie, celebrity, and culinary intermediality, 1880-1914. *Esprit Createur*, 59(1), 47-65.
- Geddes, K. (2019). *Keep calm and Fanny on: The many careers of Fanny Cradock*. Fantom Publishing.
- Hansen, S. (2008). Society of the Appetite. *Food, Culture & Society*, 11(1), 49-67. <https://doi.org/10.2752/155280108x276050>
- Johnston, J., & Baumann, S. (2010). *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape*. Routledge.
- Kelly, I. (2015). Carême, Marie-Antoine (1783/4-1833). In D. Goldstein (Ed.), *The Oxford companion to sugar and sweets* (p. 123). Oxford University Press.
- Laudan, R. (2013). *Cuisine and empire: Cooking in world history*. University of California Press.
- Lévi-Strauss, C. (1969). *The raw and the cooked* (J. Weightman & D. Weightman, Trans.). Harper & Row.
- Matwick, K., & Matwick, K. (2015). Inquiry in television cooking shows. *Discourse & Communication*, 9(3), 313-330.
- Matwick, K., & Matwick, K. (2019). *Food discourse of celebrity chefs of Food Network*. Palgrave Macmillan.
- McIntyre, M. (2023). The 20 richest celebrity chefs in the world. *Wealthy Gorilla*. Retrieved from <https://wealthygorilla.com/richest-celebrity-chefs/>
- Mintz, S. W. (1985). *Sweetness and power: The place of sugar in modern history*. Penguin Books.

- Mintz, S. W., & Du Bois, C. M. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99-119.
- Özdemir Kaya, D. D. (2019). *'Love your job!' A psychosocial research on affective labour in the Turkish fine-dining sector* (Doctoral dissertation, University of Warwick).
- Robinson, J. M., & Farmer, J. R. (2017). *Selling local: Why local food movements matter*. Indiana University Press.
- Rojek, C. (2004). *Celebrity*. Reaktion Books.
- Rojek, C. (2012). *Fame attack: The inflation of celebrity and its consequences*. Bloomsbury Academic.
- Romagnoli, D. (2013). "Mind your manners": Etiquette at the table. In J.-L. Flandrin, M. Montanari, & A. Sonnenfeld (Eds.), *Food: A culinary history from antiquity to present* (pp. 328-338). Columbia University Press.
- Rousseau, S. (2012). *Food media: Celebrity chefs and the politics of everyday interference*. Bloomsbury.
- Santich, B. (1996). *Looking for flavour*. Wakefield Press.
- Smith, A. F. (2006). *The Oxford companion to American food and drink*. Oxford University Press.
- Svejenova, S., Mazza, C., & Planellas, M. (2007). Cooking up change in haute cuisine: Ferran Adrià as an institutional entrepreneur. *Journal of Organizational Behavior*, 28(5), 539-561.
- This, H. (2006). *Molecular gastronomy: Exploring the science of flavor*. Columbia University Press.
- Turner, G. (2010). Approaching celebrity studies. *Celebrity Studies*, 1(1), 11-20.

- Vernon, J. (2005). The ethics of hunger and the assembly of society: The techno-politics of the school meal in modern Britain. *The American Historical Review*, 110(3), 693-725.
- Watrous, M. (2021). Freshly partners with celebrity chefs on limited-edition meals. *Food Business News*. Retrieved from <https://www.foodbusinessnews.net/articles/18267-freshly-partners-with-celebrity-chefs-on-limited-edition-meals>
- White, M. P., & Steen, J. (2010). *The devil in the kitchen: Sex, pain, madness, and the making of a great chef* (E-book ed.). Bloomsbury.

