

วาทกรรมอาหารฮาลาล การสื่อสารอัตลักษณ์ความศรัทธาของมุสลิม Halal food discourse Communicating Muslim faith identity.

บัญญัติ ทิพย์หมัด*

Buntat Thipmoud*

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*

National Institute of Development Administration*

Received October 01, 2024 Revise March 23 October, 2024 Accepted November, 6, 2024

บทคัดย่อ

วาทกรรมอาหารฮาลาลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มบุคคล ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะในหมู่ชาวมุสลิมและผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์กับมุสลิม วาทกรรมนี้สามารถกำหนดแนวทางปฏิบัติบางอย่างให้คนคล้อยตามกฎเกณฑ์ที่เชื่อมโยงกับความศรัทธา โดยไม่เกิดการต่อต้านจากผู้ที่ไม่เชื่อถือ การศึกษาวาทกรรมอาหารฮาลาลจึงช่วยให้เราเข้าใจถึงกระบวนการ ขั้นตอน และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอัตลักษณ์ทางศาสนาของชาวมุสลิม รวมถึงความหมายที่ซ่อนอยู่ในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม วาทกรรมอาหารฮาลาลในสังคมไทย ซึ่งเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม มีความท้าทายในการสื่อสารและส่งเสริม "อาหารฮาลาล" เนื่องจากแนวคิดและคำสอนทางศาสนาเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดอำนาจและความหมายของวาทกรรมนี้ วาทกรรมอาหารฮาลาลไม่เพียงแต่สร้างอัตลักษณ์และความศรัทธาของชาวมุสลิม แต่ยังเป็นเครื่องมือในการต่อรองอำนาจในสังคม โดยมีการผูกโยงกับความรู้ ความจริง และปฏิบัติการทางสังคม การวิเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมนี้ช่วยให้เข้าใจว่ามุสลิมยอมรับและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างไร เพื่อสร้างพื้นที่ในการแสดงอัตลักษณ์ความศรัทธาทางศาสนาอิสลามและความหมายให้กับตนเอง ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมสมัยใหม่ และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติในสังคมที่มีความหลากหลาย

คำสำคัญ: วาทกรรมอาหารฮาลาล, อาหารฮาลาล, อัตลักษณ์

Abstract

The discourse on halal food influences the behavior of individuals and groups both directly and indirectly, especially among Muslims and those who interact with them. This discourse can define certain practices so that people follow the rules associated with their faith, without resistance from those who do not share their beliefs. Studying the discourse on halal food helps us understand the processes, steps, and events involved in communicating the religious identity of Muslims, as well as the hidden meanings in a culturally diverse society. The



discourse on halal food in Thai society, which is a multicultural society, faces challenges in communicating and promoting "halal food" because religious concepts and teachings are the main factors that determine the power and meaning of this discourse. The discourse on halal food not only creates the identity and faith of Muslims but is also a tool for negotiating power in society, being linked to knowledge, truth, and social practices. Analyzing the body of knowledge related to this discourse helps us understand how Muslims accept and follow the rules to create a space to express their religious identity and meaning for themselves, amidst the changes in modern culture and peaceful coexistence in a diverse society.

Keyword: Halal Food Discourse, Halal food, Identity

บทนำ

วาทกรรมอาหารฮาลาลเป็นการผูกโยงอำนาจในการสื่อสารอัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิม ถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมในมิติต่างๆ เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความศรัทธาของชาวมุสลิมและการปฏิบัติตนเอง ด้วยการสร้างชุดความคิด การรับรู้ความจริงในสังคมพหุวัฒนธรรม โดยกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ความศรัทธาของชาวมุสลิม ที่มีการทับซ้อนระหว่างโครงสร้างทางอำนาจ ที่แฝงเร้น ชับซ้อน จนดูเป็นธรรมชาติและมองไม่เห็น เป็นอำนาจที่กำหนดและควบคุมการสื่อสารของชาวมุสลิมต่อตนเองและต่อผู้อื่น ที่ส่งผลทำให้มุสลิมเกิดการยอมรับและปฏิบัติตามเพื่อให้ได้มีพื้นที่ในสังคมสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ความศรัทธาและความหมายให้กับตัวเอง ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมสมัยใหม่ของการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

แนวคิดวาทกรรมและการประกอบสร้าง

การวิเคราะห์วาทกรรมต้องกระทำไปบนรากฐานความเชื่อมโยงระหว่างอำนาจ (Power) และความรู้ (Knowledge) เพราะวาทกรรมไม่สามารถที่จะดำรงอยู่ได้อย่างอิสระโดยปราศจากการ คำจูนของอำนาจ และในทางกลับกันอำนาจก็ไม่สามารถสถาปนาตัวเองขึ้นมาได้หากขาดวาทกรรมในการสร้างชุดความรู้ เพื่อการสยบยอมและปฏิบัติตามอำนาจ หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่า อำนาจไม่ได้เพียงแค่ครอบครองความรู้เพื่อให้ผู้ครอบครองมีวาทกรรมขึ้นมาเท่านั้น แต่ความรู้ได้ทำให้อำนาจนั้นเป็น “ความจริง” เพราะฉะนั้น อำนาจ วาทกรรม และความรู้ เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในลักษณะของการมีผลกระทบถึงกันและกัน ซึ่งการเกิดขึ้น การมีอยู่หรือการสูญหายของสิ่งใดสิ่งหนึ่งล้วนเกิดจากและส่งผลกระทบท่ออีกสิ่งหนึ่งเสมอ ถึงแม้ว่า อำนาจและความรู้จะเป็นสิ่งที่ต้องดำรงอยู่คู่กัน แต่กระนั้นก็ได้หมายความว่า จะเป็นการดำรงอยู่ในลักษณะของการเกาะเกี่ยวสัมพันธ์กันโดยตรงในรูปของ “อำนาจ ความรู้” หรือ “ความรู้ อำนาจ” แต่จะเป็นการดำรงอยู่ร่วมกันโดยมีวาทกรรมเป็นตัวเชื่อม (Lemert and Gillan, 1982, p. 62) โดยหน้าที่ของวาทกรรมไม่ได้เป็นเพียงตัวเชื่อมต่อระหว่างอำนาจและความรู้ โดยปราศจากบทบาทที่สำคัญอื่นใด เพราะแม้พื้นที่ในสังคมจะเต็มไปด้วยเส้นใยของ



ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ แต่ก็ยังเป็นความสัมพันธ์ที่มีลักษณะของการกระจายไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งนั่นย่อมหมายถึง ลักษณะของอำนาจที่กระจายอยู่ทั่วไปในสังคม อำนาจที่มีอยู่ในความสัมพันธ์จึงขาดการรวบรวมสะสม และจัดเรียงให้เห็นถึงความต่อเนื่อง ส่งผลให้อำนาจในความสัมพันธ์เหล่านั้น ไม่สามารถสถาปนาตนเองขึ้นได้อย่างมั่นคงช่องว่างตรงนี้เองที่ทำให้วาทกรรมได้มีโอกาส และช่องทางในการเข้าไปทำให้เกิดการผลิต สะสม และหมุนเวียนจนเกิดการรวบรวมและสถาปนา อำนาจขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม (Foucault, 1980, p. 93)

วาทกรรมในทัศนะของ Foucault หมายถึง ระบบและกระบวนการในการสร้าง ผลิตอัตลักษณ์ และความหมาย ให้กับสรรพสิ่งต่าง ๆ ในสังคมโดยรอบที่เราอยู่ ทั้งในเรื่อง ความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวเรา อีกทั้งทำหน้าที่ยึดตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นให้ดำรงอยู่และเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยรวม ขณะเดียวกัน และยังทำหน้าที่เก็บกด ปิดกั้น อัตลักษณ์และความหมายของวาทกรรมอื่น เลื่อนหายไป ฉะนั้น วาทกรรมจึงเป็นมากกว่าเรื่องของภาษา หรือคำพูด แต่มีภาคปฏิบัติจริงของวาทกรรม (Discursive Practices) ซึ่งรวมถึงจารีตปฏิบัติ ความคิด ความเชื่อ และสถาบันต่าง ๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ ด้วย (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2549) โดยอำนาจไม่ได้เป็นหนึ่งในเงื่อนไขของการเกิดขึ้นและดำรงอยู่ของความรู้ แต่อำนาจเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ โดยความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นมา ก็จะเข้าไปทำหน้าที่รับรองอำนาจในชุดเดียวกับตนให้สามารถยึดครองพื้นที่ เบียดไล่ และ/หรือแย่งชิงพื้นที่จากอำนาจในชุดอื่นที่แตกต่างไปจากตน อำนาจและความรู้จึงแสดงให้เห็นถึงกันและกันในฐานะที่ดำรงอยู่ด้วยกัน ไม่เป็นอิสระต่อกันแต่อย่างกล่าวคือ ไม่มีความสัมพันธ์ทางอำนาจใด ที่ปราศจากการสร้างระบบความรู้ และไม่มีความรู้ใดที่อยู่ได้โดยปราศจากอำนาจ ในทางกลับกันย่อมไม่มีอำนาจใดที่อยู่ได้โดยปราศจากการรับรองความถูกต้องจากระบบความรู้ และไม่มีระบบความรู้ใดดำรงอยู่ได้โดยปราศจากความสัมพันธ์ ทางอำนาจ (Foucault, 1991, pp. 27-28) โดยอำนาจและความรู้เป็นเสมือนภาพสะท้อนซึ่งกันและกัน

แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) ได้นำแนวคิดข้างต้นของฟูโกต์มาขยายความต่อและได้อธิบายให้เห็นว่า ภาษาเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างหรือผลิตเอกลักษณ์และความหมายให้แก่สรรพสิ่ง เนื่องจากวาทกรรมเป็นวิถีปฏิบัติทางสังคม (Social Practice) รูปแบบหนึ่ง โดยแฟร์คลัฟได้ให้เหตุผลสนับสนุนความคิดดังกล่าวไว้ 3 ประการ ดังนี้

1) วาทกรรมเป็นส่วนหนึ่งของสังคม แฟร์คลัฟเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับสังคมนั้นไม่ใช่ความสัมพันธ์เพียงภายนอก แต่เป็นความสัมพันธ์ภายในและเป็นเหตุเป็นผลกัน ภาษาจึงมิได้เป็นเพียงผลของกระบวนการหรือวิถีปฏิบัติทางสังคม แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการหรือวิถีปฏิบัติทางสังคม

2) วาทกรรมเป็นกระบวนการทางสังคม (Social Process) วาทกรรมเป็นกระบวนการของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Practice) ของตัวบท ซึ่งประกอบไปด้วยกระบวนการผลิต (Process of Production) ที่มีตัวบทเป็นผลผลิต และกระบวนการตีความ (Process of Interpretation) ที่มีตัวบทเป็นแหล่งข้อมูล

3) วาทกรรมเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ทางสังคม (Socially Conditioned Process) เงื่อนไขดังกล่าวนี้เป็นเงื่อนไขที่เกิดขึ้นจากระบบความคิดบางประการที่สังคมสร้างขึ้นเกี่ยวกับการผลิตและการตีความวาทกรรมเหล่านั้น ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันขึ้นในสังคม

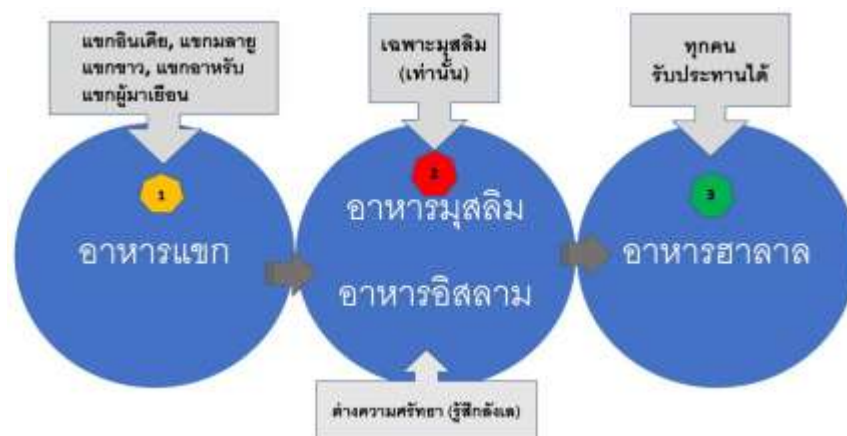


ฟาน เดอร์ก (van Dijk, 2006) นักวิชาการที่สนใจศึกษาภาษาตามแนวทฤษฎีวิเคราะห์เชิงวิพากษ์อีกท่านหนึ่งอธิบายว่าวาทกรรมจะมีผลต่อความจำระยะสั้น (Short Term Memory - STM) ของคน ซึ่งสัมพันธ์กับการทำความเข้าใจความหมายของคำ วลี ประโยค ถ้อยความ และอวัจนภาษาที่ ปรากฏในรูปของสัญญาณอื่น ๆ ในสถานการณ์การสื่อสารนั้น ๆ ขณะเดียวกันประสบการณ์ที่เกิดขึ้นก็ จะมีผลต่อ ความจำระยะยาว (Long Term Memory - LTM) ของคน หรือที่เรียกว่า Episodic Memory ซึ่งสัมพันธ์กับการก่อรูปของแบบแผนความคิด (Mental Models) เช่น ความรู้ ทัศนคติความเชื่อ และอุดมการณ์ในความคิดของคน โดยอาจผนวกความคิดเห็นส่วนบุคคลและอารมณ์เข้ากับ เหตุการณ์การสื่อสารนั้น ๆ ด้วย

การประกอบสร้างวาทกรรมอาหารฮาลาล

การศึกษาการประกอบสร้างวาทกรรมไม่ได้มีความหมายจำกัดอยู่ในขอบเขตเฉพาะ อำนาจของความรู้ในทัศนะแบบปฏิฐานนิยม (Positivism) แต่เป็นความรู้ที่ครอบคลุมถึงความรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural Knowledge) อันเป็นวิธีคิดที่แฝงอยู่ในประสบการณ์ในวิถีชีวิต ซึ่งเป็นแบบแผนการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่ถือว่าถูกต้องเหมาะสม สำหรับ อำนาจ”วาทกรรมอาหารฮาลาล” ในบทความนี้ วาทกรรมอาหารฮาลาล หมายถึง อำนาจที่สามารถควบคุมและมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมทั้งระดับปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์ประกอบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มุสลิมและผู้มีปฏิสัมพันธ์กับชาวมุสลิม เพื่อให้กระทำการกิจกรรมบางอย่างหรือคล้อยตามไปกับกฎเกณฑ์บางอย่าง ซึ่งหมายถึง ความศรัทธา โดย ปราศจาก การต่อต้านจากผู้ไม่ศรัทธา การศึกษาวาทกรรมอาหารฮาลาลจะช่วยให้สามารถศึกษาและสืบค้นถึงกระบวนการ ขั้นตอน ลำดับเหตุการณ์ และรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ในการสื่อสารอัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิมและความหมายต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรมในรูปแบบของวาทกรรม และภาคปฏิบัติการของวาทกรรม ที่มีต่ออัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิมในสังคมพหุวัฒนธรรมมีความเป็นมาหรือวิธีการในการประกอบสร้างและการสื่อสารอย่างไร มีการต่อสู้เพื่อช่วงชิงการนำ (Hegemony) ในการกำหนดกฎเกณฑ์อย่างไรบ้าง มีความเกี่ยวเนื่องกับผู้ซึ่งเกี่ยวข้องจุดเกิดเหตุการณ์อะไรบ้าง และ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการประกอบสร้าง และตลอดจนถึงการปิดกั้น สิ่งเหล่านี้ของวาทกรรมเป็นอย่างไร เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบ วิธีการในการประกอบสร้างความหมาย ความจริง และความรู้ ขึ้นมาเป็นการให้ความสำคัญกับชุดของกฎเกณฑ์หรือสิ่งที่กำหนดการสร้าง ความหมาย ความจริง และความรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม ซึ่งมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม ดังที่กล่าวข้างต้นจะใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กระบวนการสร้างวาทกรรมอาหารฮาลาลในสังคมพหุวัฒนธรรมของไทย โดยการศึกษาและสืบค้นกระบวนการ ขั้นตอน ลำดับเหตุการณ์ และรายละเอียดปลีกย่อยของที่มาของความรู้ ทัศนคติ ความเชื่อ และอุดมการณ์ในความคิดของบุคคลในสังคมพหุวัฒนธรรม ในฐานะวาทกรรมอาหารฮาลาลที่เป็นเครื่องมือในการแสดง ดำรงและต่อต้านอำนาจการแสดงอัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิมทางสังคม โดยผนวกความคิดเห็นส่วนบุคคลและอารมณ์เข้ากับเหตุการณ์สื่อสาร ตลอดจนถึงศึกษาพัฒนาการประกอบสร้างวาทกรรมอาหารฮาลาล จนถึงการศึกษาเครื่องหมายฮาลาลของประเทศไทย ซึ่งเป็นการสร้างเอกลักษณ์และความหมาย ให้กับสินค้าอุปโภคและบริโภคสำหรับชาวมุสลิม ที่ถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลามที่ระบุไว้ในคัมภีร์อัลกุรอาน

การสื่อสารเครื่องหมายอาหารฮาลาลของสังคมมุสลิม ก่อนที่จะมีเครื่องหมายตราฮาลาลนั้น จะได้ยินหรือปรากฏคำ หรือสัญลักษณ์ ดังเช่น อาหารแขก (โดยนัยยะของคำว่า “แขก” มีหลายความหมายเช่น แขกอินเดีย, แขกมลายู, แขกขาว, แขกอาหรับ หรือ แขกผู้มาเยือน) ส่วนคำเรียกที่ว่า อาหารอิสลาม ซึ่งความเป็นจริงนั้นจะต้องเรียกว่า “อาหารมุสลิม” เพราะคำว่า “อิสลาม” เป็นชื่อของศาสนา ทั้งนี้โดยความเข้าใจของบุคคลทั่วไป อาหารมุสลิม ก็จะจำกัดเฉพาะผู้นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น ทุกวันนี้คำว่า “อาหารมุสลิม หรือ อาหารอิสลาม” จะสื่อสาร และรับรู้ในระดับสากลด้วย คำว่า “อาหารฮาลาล” โดยคำดังกล่าวนี้ ได้สร้างความเข้าใจว่า ใคร ๆ ก็รับประทานได้ อาหารฮาลาล จึงเป็นวาทกรรมที่เกิดจากกระบวนการสร้าง ความหมาย และผลิตอัตลักษณ์ความศรัทธาให้กับ ชาวมุสลิมในสังคมพหุวัฒนธรรม อาหารฮาลาลจึงมีมุมมองความเข้าใจ ที่แตกต่างของผู้คนจากภูมิหลัง ทางวัฒนธรรมและศาสนาที่แตกต่างกัน โดยกระบวนการเกิดขึ้นของวาทกรรมอาหารฮาลาลจึงเป็นการปิดกั้น



วาทกรรมอาหารแขก อาหารมุสลิม อาหารอิสลามให้เลือนหายไป สร้างความรู้ความเข้าใจอำนาจและความจริงใหม่ขึ้นในสังคมพหุวัฒนธรรม (รูปที่ 1)

รูปที่ 1 การประกอบสร้างวาทกรรมอาหารฮาลาล

สอดคล้องกับทัศนะของ Foucault ที่ว่า ระบบและกระบวนการในการสร้าง ผลิต อัตลักษณ์ และความหมาย ให้กับสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ในเรื่อง ความรู้ ความจริง อำนาจ โดยทำหน้าที่ยึดตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นให้ดำรงอยู่และเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยรวม ขณะเดียวกัน และยังทำหน้าที่เก็บกด ปิดกั้น อัตลักษณ์และความหมายของวาทกรรมอื่นเลือนหายไป ฉะนั้น วาทกรรมจึงเป็นมากกว่าเรื่องของ ภาษาหรือคำพูด แต่มีภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรม (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2549)

วาทกรรมอาหารฮาลาล จึงมีความท้าทายและอุปสรรคในการสื่อสาร ส่งเสริม “อาหารฮาลาล” ในสังคมที่มีความเป็น พหุวัฒนธรรมเช่นสังคมไทย การก่อรูปวาทกรรมเป็นชุดความคิดที่เกี่ยวกับความ เชื่อศาสนาเป็นสำคัญ คำสอนของศาสนา เป็นตัวกำหนดอำนาจวาทกรรมอาหารฮาลาล โดยการเน้นย้ำความศรัทธา หากชาวมุสลิมบริโภคอาหาร ที่ไม่ฮาลาล อาหารเหล่านั้น ก็จะเป็นเชื้อไฟนรก และจะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความอ่อนแอ ในอัต



ลักษณะความศรัทธาอีกด้วย วาทกรรมอาหารฮาลาลเป็นรูปแบบของความคิดหรือกรอบความคิด เกี่ยวกับเรื่องอาหารสำหรับผู้นับถือศาสนาอิสลาม มีลักษณะเป็นการสืบทอดซึ่งแสดงออกผ่านทาง การสื่อสาร ด้วยคำบัญญัติของพระผู้เป็นเจ้า ซึ่งปรากฏอยู่ในพระมหาคัมภีร์อัลกุรอานเพื่อที่จะคงไว้ซึ่งลักษณะของวาทกรรมและการปรับเปลี่ยนลักษณะของวาทกรรมนั้น การอธิบายหรือมุมมองเกี่ยวกับ วาทกรรมอาหารฮาลาล มุสลิมทุกคนจึงต้อง เรียนรู้และเข้าใจในหลักคำสอนและแนวปฏิบัติตนอย่างถูกต้องตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม ส่วนผู้ที่ไม่เข้าใจในเรื่องของอาหารฮาลาล จะเข้าใจว่าอาหารฮาลาลหมายถึงอะไรและใครบ้างรับประทานได้ ก็ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความเข้าใจ และพฤติกรรมต่อวาทกรรมอาหารฮาลาลในบุคคลนั้น

ความสำคัญของวาทกรรมอาหารฮาลาล

สังคมพหุวัฒนธรรม (Multicultural Society) คือจุดเด่นที่สำคัญยิ่งของประเทศไทย เกิดจากการประกอบสร้างของผู้คนที่มีความแตกต่างหลากหลายในวิถีการดำเนินชีวิต ทักษะคติ ความเชื่อ ความศรัทธาในศาสนาที่นับถือ ท่ามกลางความแตกต่างและหลากหลายเหล่านี้ ประชาชน ทุกคนมีความรัก ความสามัคคีปรองดอง มีความกลมเกลียว ความเอื้ออาทร และประสานรวมใจไม่ละเมิดสิทธิของกันและกัน มีเสรีภาพในการนับถือศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภายใต้กรอบแนวคิดต่าง ๆ การไม่ก้าวล่วง ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่นในสังคม อันนำมาซึ่งความสันติ ความสงบสุข ทั้งนี้การศึกษาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมพหุวัฒนธรรม จะเป็นการทำความเข้าใจถึงความหลากหลายและความแตกต่างทางวัฒนธรรมของผู้คนในสังคม ในชุมชนหรือในพื้นที่นั้น ๆ โดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพในการนับถือศาสนาของปวงชนชาวไทยไว้ในมาตรา 31 โดยมีบทบัญญัติไว้ดังนี้ “บุคคลย่อมมี เสรีภาพบริบูรณ์ ในการถือศาสนาและย่อมมีเสรีภาพในการปฏิบัติ หรือประกอบพิธีกรรมตามหลักศาสนาของตน แต่ต้องไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อหน้าที่ของปวงชนชาวไทย ไม่เป็นอันตรายต่อความปลอดภัยของรัฐ และไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน” (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2560)

ชาวไทยที่นับถือศาสนาอิสลามเรียกกันทั่วไปว่า ชาวไทยมุสลิม มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ตามความเชื่อถือศรัทธาของตนเอง บทบัญญัติสำคัญยิ่งในวิถีการดำเนินชีวิตของชาวมุสลิมประการ หนึ่ง ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหาร ซึ่งอัลเลาะห์ (ซุบฯ) สั่งใช้ให้ชาวมุสลิมผู้ศรัทธาต้องปฏิบัติอย่างเคร่งครัด คือหลักปฏิบัติเกี่ยวกับสิ่งที่ศาสนาอิสลามอนุมัติ (Halal:ฮาลาล) และไม่อนุมัติ (Haram:ฮะรอม) วิถีชีวิตฮาลาลเป็นส่วนหนึ่งของระบบกฎหมายของอิสลาม การพิจารณาตัดสินใจเรื่องฮาลาลนับเป็นประการแรกๆที่มุสลิมทุกคน จะต้องพึงกระทำเมื่อต้องประกอบกิจวัตรใดๆ ขณะเดียวกัน หากมีการปฏิบัติที่ฝ่าฝืนจากหลักการฮาลาลกำหนด ก็จะมีผลกระทบมากมายกับมุสลิมผู้นั้น อีกทั้งผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม(ต่างศาสนิกชน) ซึ่งติดต่อสื่อสารสัมพันธ์หรือมีกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวข้องกับชาวมุสลิมควรต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการฮาลาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นอาหารฮาลาล โดยความสำคัญ ของอาหารฮาลาลนั้นเป็นสิ่งที่อยู่ในวิถีปฏิบัติของชาวมุสลิม ทั้งนี้การเป็นมุสลิมที่สมบูรณ์จะขาดซึ่งการรู้จักเลือกบริโภคอาหารฮาลาลไม่ได้ ดังจะเห็นได้ว่า ผู้ที่มิใช่มุสลิมจำนวนมากมีความเข้าใจว่า อาหารฮาลาลคือ “อาหารแขก” “อาหารคนแขก” “อาหารมุสลิม” หรือ “อาหารอิสลาม” หรือบางครั้งคิดว่า “อาหารไม่มีหมู



รู้ไม่ใช่หมูมุสลิมก็ทานได้” สิ่งเหล่านี้ล้วนบ่งชี้ถึง ความรู้เกี่ยวกับอาหารฮาลาลและอัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิมในสังคมพหุวัฒนธรรมแบบลง อีกทั้งส่งผลกระทบต่อการทำธุรกิจการค้ากับกลุ่มประเทศมุสลิม ซึ่งมีจำนวนผู้นับถือเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของไทยอีกจำนวนไม่น้อยได้มองข้ามความสำคัญและโอกาสของตลาดการบริโภคอาหารฮาลาลอยู่อีกมากมายนั่นเอง

คำว่า “ฮาลาล หรือ Halal” มีความหมายว่า “อนุมัติ” โดยความเป็นจริงแล้วนั้น ตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามหมายรวมถึง ทุกเรื่อง ทุกสิ่งที่ศาสนาได้กำหนดหรือบังคับให้ประชาชาติผู้นับถือศาสนาอิสลาม จะต้องพึงกระทำหรือปฏิบัติตามโดยปราศจากข้อสงสัย เคลือบแคลง หรือกล่าวได้ว่า “เป็นอำนาจของพระเจ้าผู้เป็นเจ้า” เป็นผู้ส่งสารผ่านพระมหาคัมภีร์อัลกุรอาน ซึ่งเป็นสื่อที่สำคัญที่สุด ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยสารจากพระมหาคัมภีร์อัลกุรอานดังกล่าวมิเคยมีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงหรือเพิ่มเติมแต่อย่างใด การแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิมตามที่บัญญัติไว้ในคัมภีร์อัลกุรอาน ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของมุสลิมทุกคนทั้งโลกนี้และโลกหน้า (โลกหลังความตาย) อีกด้วย คำวิงวอนขอพร (ดุอาว) ของชาวมุสลิมที่บริโภคอาหารฮาลาล (อนุมัติ) จะถูกตอบรับจากพระองค์อัลเลาะห์(ซุบฯ) และการบริโภคอาหารที่ไม่ฮาลาลหรือไม่อนุมัติ (ฮะรอม) คำวิงวอนขอพร(ดุอาว) จะถูกปฏิเสธจากพระเจ้าผู้เป็นเจ้า

อาหารฮาลาลไม่ได้มีข้อจำกัดที่ว่าสามารถบริโภคเฉพาะมุสลิมเท่านั้น ผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม (ต่างศาสนิก) ทุกเชื้อชาติ ทุกศาสนา สามารถที่จะรับประทานหรือบริโภคอาหารฮาลาลได้เช่นกัน ดังนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริโภคอาหารฮาลาล ซึ่งเป็นอาหารที่สะอาด มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้อาหารฮาลาลจะเป็น สื่อกลางในการสร้างความสามัคคีปรองดอง ระหว่างผู้คนต่างวัฒนธรรมและศาสนา ในสังคมพหุวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดียิ่งอาหารฮาลาล จึงเป็นการสื่อสารและแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิมในสังคมพหุวัฒนธรรม ที่สำคัญยิ่งนั้นคือ กล่าวได้ว่าอาหารฮาลาล เป็นภาพตัวแทนการสื่อสารอัตลักษณ์ความศรัทธา โดยชาวมุสลิมถูกกำหนดให้เรียนรู้บทบาทของตนเองในความเป็นมุสลิมผู้ศรัทธา ผ่านกระบวนการขัดเกลา ทางสังคมของชาวมุสลิมเอง และถูกทำให้เชื่อว่าอาหารฮาลาลเป็นสิ่งที่สามารถจัดการได้ อาหารฮาลาลจึงเป็นเสมือนการสร้างตัวตนอำนาจและการต่อรองให้กับชาวมุสลิมเอง

อาหารฮาลาลกับการสื่อสารอัตลักษณ์ความศรัทธาของมุสลิม

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อตัวเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและการที่คนอื่นมองเรา “ฉันเป็นใคร” ในสายตาคนอื่น คำว่า “อัตลักษณ์” แตกต่างจากคำว่า “บุคลิกภาพ” เนื่องจากบุคคลอาจมีความเหมือนกันได้ ตามที่ Kathryn Woodward ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์คือสิ่งที่ทำให้เรารับรู้ตนเองว่า เราคือใคร และเราจะดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตลอดจนสภาพแวดล้อมตัวเราอย่างไร โดยคำว่า “อัตลักษณ์” แปรจากคำว่า “Identity” หมายถึง สิ่งที่เป็นคุณสมบัติของคนหรือของสิ่งหนึ่ง และเป็นลักษณะเฉพาะของสิ่งนั้นที่จะทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น การให้ความหมายของคำว่า “Identity” ดังกล่าวจึงค่อนข้างมีความหมายที่หยุดนิ่งตายตัวและโดยทั่วไปจะตีความไปในเชิงศิลปวัฒนธรรมเพียงประการเดียว เช่น เอกลักษณ์ของการแต่งกายของชาวเขา เอกลักษณ์รูปทรงของบ้านเรือน ภาษา อาหาร



เป็นต้น (นิลวดี พรหมพักพิง, 2547, น. 9) นักวิชาการหลายสาขาได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับ Identity กันมากขึ้น เช่น จิตวิทยา ปรัชญาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รับความสนใจจากสาขาด้านศิลปะ ดนตรี สถาปัตยกรรมด้วยเช่นกัน แต่การให้ความหมายได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมตามกระแสวิธีการมองโลกแบบใหม่ การนิยามความหมายของสิ่งต่างๆ สามารถเลื่อนไหลแปรเปลี่ยนไปตามบริบทของสังคมสถานการณ์และมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นการแปลความหมายของ Identity ในปัจจุบันจึงใช้คำว่า “อัตลักษณ์” ซึ่งดูเหมาะสมกว่าคำว่า “เอกลักษณ์”

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2561, น. 106) กล่าวว่า การเปิดกว้างในระบบโลกาภิวัตน์นี้เองทำให้เป็นฐานของการเกิดอัตลักษณ์อีกประเภทหนึ่งเรียกว่า Substantive Identity หมายถึง อัตลักษณ์ที่นิยามตนกับระบบคุณค่าอะไรบางอย่าง เช่น คุณค่าทางศาสนา ความเป็นชาติพันธุ์หรือหลักการทางสิ่งแวดล้อมนิยมก็ได้ จะเห็นว่าการนิยามกับระบบคุณค่าดังกล่าวเป็นได้ทั้งฐานของ อัตลักษณ์ปัจเจกและอัตลักษณ์ทางสังคม ทฤษฎีในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางศาสนาในโลกยุคสมัยใหม่ คือ ทฤษฎี “การกลายเป็น เรื่องโลกย์” (Secularization) ทฤษฎีนี้มีสมมติฐานว่าในสังคมก่อนสมัยใหม่ ศาสนามีบทบาทสูงในแง่ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของโลกทัศน์และอัตลักษณ์ โดยบทบาททางสังคม คือ การกำหนดอัตลักษณ์ทางสังคมของคนผ่านทางกฎศีลธรรมซึ่งกลายเป็นกรอบกำหนดแผนความประพฤติทางสังคม อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2561, น. 127-131) กล่าวว่า ทฤษฎี “การกลายเป็นเรื่องโลกย์” จึงชี้ให้เห็นการหมดบทบาทหน้าที่ของ ศาสนาในโลกสมัยใหม่ วิธีคิดดังกล่าวตั้งอยู่บนฐานของมโนทัศน์คู่ตรงข้ามสองคู่ คือ จารีตนิยม/ความทันสมัย (Traditional/Modern) และ ปริณิชนส่วนตัว/ปริณิชนสาธารณะ (Private/Public) ทฤษฎีนี้มองเห็นว่าจารีตนิยมเป็นปฏิปักษ์หรือ ขั้วตรงข้ามของความทันสมัย วิธีคิดนี้มีอิทธิพลต่อทฤษฎีอื่นๆ ด้วยเช่น Modernization Theory ศาสนาถูกนิยามให้เป็นพลังจารีตนิยมที่เป็นปฏิปักษ์ต่อการพัฒนา

Steward & Shaw (1994) ศึกษาขบวนการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมภายใต้อิทธิพลแนวคิด หลังสมัยใหม่ เห็นว่าการเรียกร้องหวนคืนสู่ศาสนาบริสุทธิ์ดั้งเดิม ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของสารัตถนิยม ทั้ง Syncretism และ Anti-Syncretism ล้วนเป็นวาทกรรม หรือการ “ประดิษฐ์ประเพณี” ทั้งสิ้น ไม่มีประเพณีใดหรือความเชื่อใด คงความบริสุทธิ์ผุดผ่อง โดยไม่ผสมกับองค์ประกอบทางวัฒนธรรมอื่น ๆ การปรับอัตลักษณ์ทางศาสนานั้น หัวใจสำคัญเกี่ยวเนื่องกับการเปลี่ยนแปลง มิติเวลาและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับจุดหมายสูงสุด หากโลกของศาสนาถูกนิยาม ด้วยการลากเส้นแบ่งระหว่างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และพื้นที่สาธารณะแล้ว (The Sacred And The Profane) บริบทโลกาภิวัตน์ก็ผลักดันให้มีการทบทวนเส้นแบ่งนี้เสียใหม่ การทบทวนเส้นแบ่งนี้แสดงตนออกมาได้ในหลายรูปแบบและหลายระดับ ประการแรก ระดับปัจเจก หมายถึง การทบทวนความหมายของ “ตัวตน” ในโลกนี้ (Inner-Worldly Self-Reflectivity) ในฐานะที่เป็นสมาชิกของศาสนาหนึ่งๆ (Robertson, 1992) ทำให้ปัจเจกโยงความหมายของศาสนธรรมเข้ากับความหมายของวิถีชีวิตทั้งหมด การครุ่นคิดเรื่องนี้ ย่อมนำไปสู่การทบทวนความหมายของมโนทัศน์ ต่างๆ ของศาสนาเช่น บาป บุญ สามารถสรุปได้ว่า อัตลักษณ์เป็นเสมือน ตัวแทนการต่อสู้เพื่อผดุงลักษณะที่เหมือนกันของกลุ่ม ในขณะที่เดียวกันจะพยายามต่อต้าน กีดกันสิ่งที่แตกต่างออกไป ซึ่งอัตลักษณ์



ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารฮาลาลของชาวมุสลิม ทั้งในสังคมพหุวัฒนธรรม เมื่ออัตลักษณ์ความศรัทธาเป็นการสร้างความเป็นเหตุเป็นผลทางศาสนาที่ชาวมุสลิมนับถือ สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตัวเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งเกิดขึ้นจาก การปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น อัตลักษณ์ จึงเป็นกระบวนการนิยามความหมายของปัจเจกและกลุ่มทางสังคมที่สามารถสั่นไหว ไม่คงรูปเพราะอัตลักษณ์สามารถปรับเปลี่ยนไปตามบริบททางสังคมโลกาภิวัตน์ อัตลักษณ์มีการคาบเกี่ยวซ้อนทับกัน 2 ลักษณะ คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ทางสังคม สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเน้นในเรื่องวาทกรรมอาหารฮาลาล การสื่อสารอัตลักษณ์ความศรัทธาของมุสลิมในพหุสังคม ซึ่งอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นตามบริบทหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ไม่ผูกติดอยู่กับประวัติศาสตร์ของปัจเจกกลุ่มสังคมนั้น ๆ แต่จะเกี่ยวพันกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจ นั่นคือ ปัจเจกหรือกลุ่มคนมีวิธีที่จะเลือกใช้อัตลักษณ์แบบไหน ภายใต้เงื่อนไขแบบใดที่อัตลักษณ์จะเป็นประโยชน์ต่อตนเองก็จะถูกเลือกนำมาใช้

หลักการศาสนาอิสลามกับการบริโภคอาหารฮาลาล

โครงสร้างหลักของศาสนาอิสลาม ประกอบด้วยหลักใหญ่ 3 ส่วน โดยส่วนที่หนึ่ง เรียกว่าหลักศรัทธา (รูกอนอีมาน) ส่วนที่สอง เรียกว่าหลักปฏิบัติ (รูกอนอิสลาม) และส่วนที่สาม เรียกว่าหลักคุณธรรม (อิหซาน) ซึ่งมีความจำเป็นที่มุสลิมทุกคนจำต้องยึดถือและประพฤติปฏิบัติด้วยจิตใจที่บริสุทธิ์แท้และไม่สามารถที่จะละเว้นได้เลย

โครงสร้างที่หนึ่ง คือ หลักศรัทธา ซึ่งแสดงออกด้วยการเชื่อมั่นอย่างแน่วแน่นแนบ หรือที่เรียกกันว่า รูกอนอีมาน มี 6 ประการ ดังนี้ 1) การศรัทธาต่ออัลลอฮ์เป็นพระผู้อภิบาลเพียงองค์เดียวเท่านั้น 2) การศรัทธาต่อบรรดามะลาอิกะฮ์ (ทูตสวรรค์) 3) การศรัทธาต่อบรรดาคัมภีร์ (อัลกุรอาน) 4) การศรัทธาต่อบรรดานบีและร่อซูล (ศาสนทูต) 5) การศรัทธาต่อวันอาคีเราะห์ (โลกหน้า) 6) การศรัทธาต่อการกำหนดสภาวะการณ์ทั้งดีและชั่ว

โครงสร้างที่สอง คือ หลักปฏิบัติ(รูกอนอิสลาม) มี 5 ประการ ได้แก่ 1) การกล่าวปฏิญาณตน

أشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمداً رسول الله ความหมาย “ข้าพเจ้าขอปฏิญาณว่า แท้จริงไม่มีพระเจ้าอื่นใด นอกจากอัลลอฮ์เพียงองค์เดียว และข้าพเจ้าขอปฏิญาณว่า แท้จริงท่านนบีมุฮัมมัดเป็นศาสนทูต(ร่อซูล) ของอัลลอฮ์” 2) ต้องดำรง “ละหมาดฟัรฎู (ที่จำเป็น)” 5 เวลา ทุกวัน 3) ต้องจ่ายทรัพย์ “ซะกาต” 4) ต้องถือ “ศีลอด” ทุกวันตลอดเดือนรอมฎอน 5) ต้องเดินทางไปประกอบพิธี “ฮัจญ์”

โครงสร้างที่สาม หลักคุณธรรม (หลักอิหซาน) คือ แสดงออกด้วยการขัดเกลาจิตใจให้สะอาด ปราศจากความโอ้อวด ความโลภ โกรธ หลง และการมัวเมาในกิเลสตัณหา มีจรรยาบรรณเรียบร้อยงดงาม “ท่านจะต้องเคารพภักดีต่ออัลลอฮ์ประหนึ่งว่า ท่านมองเห็นพระองค์ ถ้าท่านมองไม่เห็นพระองค์ แท้จริงพระองค์ก็ทรงเห็นท่าน”

เมื่อใดที่มนุษย์ออกห่างจากหลักคำสอนของศาสนา เมื่อนั้นความวิบัติก็มาเยือน อิสลามจึงได้เน้นให้มุสลิมทุกคนตระหนักในการปฏิบัติตามหลักคำสอนอย่างเคร่งครัด อาหารที่คนมุสลิมเลือกบริโภคนั้นจะต้องอยู่ใน



ขอบเขตที่ศาสนากำหนดอนุมัติ (ฮาลาล) และมีประโยชน์ (ฮาลาล) ไม่ใช่เลือกบริโภคในสิ่งที่ต้องห้าม (ฮาลาล) เพื่อเป็นเกราะคุ้มกันกระแสน้ำมหาสมุทรที่กำลังโหมกระหน่ำเข้าทำลายจริยธรรมอันสูงส่งของศาสนา เมื่อศาสนิกชนทุกคนดำรงตนอยู่ในคำสอนของศาสนา เขาก็จะมีความเข้าใจในระบอบการดำเนินชีวิตแบบพอเพียง รู้จักให้ ไม่โลภ ไม่เบียดเบียนผู้อื่น และจะทำให้เขามีจิตใจโอบอ้อมอารี มีความเผื่อแผ่ และให้ความช่วยเหลือผู้อื่นตลอดเวลา “อาหารคือรากของศาสนา” เมื่ออาหารต้องห้ามหรือได้มาด้วยความทุจริตจากเงินที่ซื้อ หรือฉ้อโกง แล้วอาหารได้เข้าไปในท้องมนุษย์ เมื่อนั้น “เขาจะอ่อนแอทางด้านจิตวิญญาณ” (ดังว่าทหรรณคำสอนที่ว่า อาหารที่ต้องห้ามเป็นเชื้อไฟนรก) ซึ่งนับเป็นการยากที่เขาจะเข้าหาพระเจ้าผู้สร้างและเป็นมุสลิมที่ดีได้ โดยหลักการอิสลามอาหารทุกชนิดเป็นที่อนุมัติให้มุสลิมบริโภคได้ ยกเว้น อาหารบางชนิดที่อัลกุรอาน สนับสนุนหรือมติเอกฉันท์ของประชาคมอิสลามที่สามารถวินิจฉัยปัญหาศาสนาได้ด้วยตนเองห้ามไว้ อาหารที่อนุมัติให้บริโภคในอิสลามนั้นมีหลักสำคัญอยู่ 2 หลัก คือ 1) ฮาลาล หมายถึงเป็นที่อนุมัติให้บริโภคได้ตามข้อกำหนดบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม 2) ฮาลาล หมายถึง ไม่มีประโยชน์ สะอาด ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ รวมทั้งอาหารเสริมเพื่อสุขภาพและอาหารสำหรับผู้ป่วย (al-Sharbin, 1997 อ้างถึงใน ทวี นัยพอม, 2561) โดยหลักการเรื่องอาหารและเครื่องดื่มทุกชนิดเป็นที่อนุมัติให้บริโภค ยกเว้น 1) สิ่งที่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้อื่น ซึ่งเราได้สิ่งนั้นมาโดยมิชอบ เช่น ลักหรือขโมย ซึ่งผิดหลักศาสนาหรือผิดกฎหมาย 2) สิ่งที่น่ารังเกียจ เป็นพิษ ร้างกายไม่ปรารถนา 3) สิ่งสกปรก มีเชื้อโรคหรือพิษร้ายปะปน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทำให้มีอาการมีเมาไร้สติ 4) อาหารที่อัลกุรอานหรือฮะดีษระบุว่าฮาลาล (ไม่เป็นที่อนุมัติ) เช่น สุกร จากสัตว์ ตายเอง เลือด และเหล้า สัตว์บางชนิดเป็นต้น 5) สัตว์ที่บัพญญูติให้ฆ่าทิ้งซึ่งอาจจะเป็นอันตรายต่อการดำเนินชีวิต เช่น งู แมงป่อง และสัตว์ดุร้ายทุกชนิดตามทหรรณของนักวิชาการอิสลามบางท่าน 6) สัตว์ที่ห้ามฆ่า เช่น มด ผึ้ง นกเหยี่ยวเล็ก นกหัวขวาน ตามทหรรณของนักวิชาการอิสลามบางท่าน

วาทกรรมอาหารฮาลาลกับอนาคตเศรษฐกิจของประเทศไทย

การพัฒนามาตรฐาน การตรวจสอบ การรับรอง และการกำหนดเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล เป็นยุทธศาสตร์สำคัญด้านหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยที่มีโอกาสและศักยภาพด้านการแข่งขันสูง ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลได้รับความนิยมมากขึ้นแก่ผู้บริโภคที่มีเชื้อมุสลิมอีกด้วย โดยในปัจจุบันความต้องการสินค้าหรืออาหารฮาลาลทั่วโลกมีมากขึ้น ณ ปัจจุบันภายใต้โอกาสและการสนับสนุนของรัฐบาลไทยได้มีความเจริญเติบโตในส่วนกิจการฮาลาลอย่างมากมาย ได้มีการจัดประชุมศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลแห่งแรกของโลก นั่นคือ ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งประเทศไทย ประกอบกับในส่วนขององค์กรศาสนาที่มีการพัฒนาปรับปรุงระบบต่างๆให้มีความทันสมัยผสมผสานกับความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศด้านฮาลาล ดังเช่น องค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of Islamic Cooperation or OIC) หรือ กลุ่มประเทศตะวันออกกลางและอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Countries or GCC) ทำให้การออกเครื่องหมายแสดงผลิตภัณฑ์ที่มี “ตราฮาลาล” เป็นเครื่องหมายที่ทรงคุณค่า และมีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภคเป็นอย่างมาก แต่กระนั้นท่ามกลางการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีการสื่อสารทำให้การเปลี่ยนแปลง บริบทต่างๆมากมาย การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความ



เข้าใจยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะว่าทกรรมอาหารฮาลาลยุคใหม่ๆ ที่ถูกประกอบสร้างด้วยปัจจัย การสื่อสารการตลาดนั้น มีความซับซ้อนไปตามบริบทของสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะในสังคมพหุวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้ว่าเยาวชนมุสลิมยุคใหม่ยังมีว่าทกรรมอาหารฮาลาลที่ล้นไหลไปตามแฟชั่นและทุนนิยมอีกมากมาย ซึ่ง อาจจะมีผลต่อความศรัทธาในคุณธรรมอิสลามได้ นอกจากนั้นแล้ว ความเข้าใจที่ลุ่มลึกเกี่ยวกับว่าทกรรมอาหารฮาลาลในบริบทการผลิตหรืออุตสาหกรรมส่งออกจะเป็นการเพิ่มอัตราส่วนของ GDP ประเทศได้อย่างมากมาย

ปัจจุบันการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลหรือตราฮาลาล (รูปที่ 2) ที่เป็นสัญลักษณ์ขนมเปียกปูนและมี ภาษาอาราบิกว่า ฮาลาล : **حلال** อยู่ภายในนั้น เป็นความรับผิดชอบสำหรับคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาล ของ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.) เป็นผู้ออกตรารับรอง (สำนักงานมาตรฐานสินค้า เกษตรและ อาหารแห่งชาติ, 2566)



รูปที่ 2 เครื่องหมายรับรองตราฮาลาล

การรับรองตราฮาลาลได้รับความนิยมในสังคมพหุวัฒนธรรมไทย ทั้งนี้เพราะว่าชาวมุสลิมส่วนใหญ่เป็น เพียงผู้บริโภค มิใช่ผู้ผลิต แต่กระนั้นก็ตาม การให้การรับรองตราฮาลาลของประเทศไทยยังคงมีการต่อต้าน จากผู้ที่ มีความเข้าใจผิดเคลื่อน ซึ่งแท้จริงแล้ว ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์อย่างมากมาจากฮาลาลล้วนแล้วแต่เป็นคนไทยใน ประเทศไทยที่อยู่ภายในระบบนิเวศการผลิตด้านอุตสาหกรรม เกือบทั้งหมดมิใช่มีแต่มุสลิมเท่านั้น อีกทั้งการขอ เครื่องหมายรับรองตราฮาลาล ก็มีได้เป็นการบังคับ หากแต่เป็นการเปิดโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการหรือเจ้าของโรงงานที่ต้องการขยายโอกาส การส่งออกสินค้าอาหาร ให้กับกลุ่มประเทศมุสลิม ดังนั้น การสื่อสารว่าทกรรมอาหารฮาลาล จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารเพื่อการสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจที่ ถูกต้องให้กับบุคคลที่เห็นต่าง เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในสังคมพหุวัฒนธรรมไทย

บทสรุป

ว่าทกรรมอาหารฮาลาลเป็นการผูกโยงอำนาจในการสื่อสารอัตลักษณ์ความ ศรัทธาของชาว มุสลิม เป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษา ถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมในมิติตัวบท ว่าทกรรม อาหารฮาลาล มิติการสื่อสารอัตลักษณ์ ความศรัทธาของชาวมุสลิม และมิติการสื่อสารว่าทกรรม อาหารฮาลาลในสังคมพหุวัฒนธรรม บนพื้นฐานทางความคิด ความเชื่อ และชุดความรู้ขึ้นอยู่กับ



ปัจเจกบุคคลนั้น ๆ วาทกรรมอาหารฮาลาล การสื่อสารอัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิม จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจในสังคมพหุวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความศรัทธาของชาวมุสลิมและปฏิบัติตนเองด้วยการสร้างชุดความคิด การรับรู้ความจริงในสังคมพหุวัฒนธรรมเพื่อสร้างอำนาจการสื่อสารให้กับคนกลุ่มหนึ่งและลดทอนอำนาจคนอีกกลุ่มหนึ่ง เพื่อกำหนดความหมายใหม่บนความเชื่อและวิถีชีวิต ความศรัทธาของชาวมุสลิม อีกทั้งเป็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ความศรัทธาของชาวมุสลิม ที่มีการทับซ้อนระหว่างโครงสร้างทางอำนาจต่าง ๆ ที่แฝงเร้น ซ้ำซ้อน จนดูเป็นธรรมชาติและมองไม่เห็น เป็นอำนาจที่ กำหนดและควบคุมการสื่อสาร ของชาวมุสลิมต่อตนเอง และต่อผู้อื่น ที่ไม่ใช่มุสลิมให้เกิดความเข้าใจ เกี่ยวกับ อาหารฮาลาล อันจะส่งผลให้เกิดการสร้างความรัก ความปรองดองและการอยู่ร่วมกันใน ฐานะสมาชิกของ สังคมพหุวัฒนธรรม กล่าวได้ว่าวาทกรรมอาหารฮาลาลเป็นเสมือนการสร้างตัวตน อำนาจและการต่อรองให้กับ ชาวมุสลิมเอง เป็นการผูกโยงอำนาจในการสื่อสารอัตลักษณ์ความศรัทธาของชาวมุสลิมในวิถีชีวิตสังคม พหุวัฒนธรรม โดยวาทกรรมนั้น จะผูกโยงกับการใช้อำนาจ ความรู้ ความจริง ภาวะปฏิบัติการทางกรรมและปฏิบัติการทางสังคม ด้วยการวิเคราะห์องค์ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่ส่งผลทำให้มุสลิมเกิดการ ยอมรับและปฏิบัติตาม เพื่อให้ได้มีพื้นที่ในสังคมสำหรับ การสร้างอัตลักษณ์ความศรัทธาและความหมายให้กับตัวเอง ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง ของวัฒนธรรมสมัยใหม่ของการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: แบรินด์เอจ.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2549). **วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์ และความเป็นอื่น**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: วิชาษา.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2560). **รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย**. สืบค้นจาก www.parliament.go.th
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2566). **มาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งชาติ**. สืบค้นจาก www.acfs.go.th/halal/general.php
- ทวี นัยผอม. (2561). **ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายอิสลามว่าด้วยอาหารฮาลาล (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)**. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- นิลวดี พรหมพักพิง. (2547). **การสร้างอัตลักษณ์ของชาวมุสลิมในจังหวัดขอนแก่น (วิทยานิพนธ์ปริญญา**



มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2561). อัตลักษณ์ การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: ภาควิชา

สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Halal Focus. (2023). Thailand: Expanding the halal Food Industry. Retrieved from

<https://halalfocus.net/thailand-expanding-the-halal-food-industry>

Lemert, C. C. & Garth. (1982). Michel Foucault: Social theory and transgression. New York: Columbia University Press.

Fairclough, N. (1995). Critical discourse analysis: The critical study of language. London: Longman.

Foucault, M. (1980). Power/knowledge. In C. Gordon (Ed.), Selected essays and other writings. Brighton: Harvester Press.

Foucault, M. (1991). Governmentality. In G. Burchell, C. Gordon, & P. Miller (Eds.), The Foucault effects: Studies in governmentality (pp. 87-104). London: Harvester Wheatsheaf.

Harvey, David. The condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change. New York: Blackwell, 1995.

Lash, S. & Urry, J. (1994). Economies of signs and space. London: SAGE.

Pew Research Center. (2023). The future of world religions: Population growth projections, 2010-2050. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>

Robertson, R. (1992). Globalization: Social theory and global culture. London: SAGE.

Steward, C. & Shaw, R. (eds.) (1994). Syncretism/anti-syncretism: The politics of religious synthesis. London: Routledge.

van Dijk, T. (2006). Discourse and manipulation. Discourse and Society, 17(2), 359-383.

Woodward, K. (1997). Identity and difference. London: Sage.