Journal of Liberal Arts, Thammasat University
วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Journal homepage: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalarts/index

“จะปั้นน้ำเป็นตัวอย่างไรได้” : การนำเข้าและการบริโภคน้ำแข็งในสยามระหว่างพุทธทศวรรษที่ 2400-2460[1]

ณัฐธนนท์ ศุขถุงทอง* และ ชนกพร ชูติกมลธรรม
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย

“Is It Possible to Mold Water into a Shape ?”: The Import and Consumption of Ice in Siam, from A.D. 1857 to A.D. 1917

Natthanont Sukthungthong* and Chanokporn Chutikamoltham
Faculty of Liberal Arts, Thammasat University, Thailand

Article Info

Research Article
Article History:
Received 3 October 2023
Revised 13 December 2023
Accepted 9 January 2024

คำสำคัญ
น้ำแข็ง
ไอศกรีม
การบริโภค
การรับอิทธิพลจากตะวันตก
ประวัติศาสตร์ไทยสมัยใหม่

* Corresponding author
E-mail address:
natthanontsuk@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงทางด้านการบริโภคอาหารของคนไทยอันเนื่องมาจากการเข้ามาของน้ำแข็งในสยามระหว่างพุทธทศวรรษที่ 2400-2460 โดยใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ศึกษาผ่านหลักฐานชั้นต้นและหลักฐานชั้นรอง ภายใต้กรอบเวลาตั้งแต่การนำเข้าน้ำแข็งเป็นครั้งแรกในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2400 จนถึงช่วงพุทธทศวรรษที่ 2460 ก่อนการมาถึงของตู้เย็น ผลการศึกษาพบว่า เมื่อแรกเข้ามาสู่เมืองไทยในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2400-2410 น้ำแข็งคือประสบการณ์ใหม่สำหรับชนชั้นนำสยาม การบริโภคน้ำแข็งเป็นเครื่องแสดงออกถึงอำนาจแห่งการบริโภค อันเกิดจากความมั่งคั่งและเอกสิทธิ์ทางชนชั้น ตลอดจนแสดงถึงความมีอารยะผ่านเรื่องอาหารการกิน ต่อมาเมื่อเกิดการตั้งโรงน้ำแข็งและพัฒนาจนเข้าสู่ความเป็นอุตสาหกรรมระหว่างช่วงพุทธทศวรรษที่ 2420-2460 การบริโภคน้ำแข็งได้แพร่กระจายสู่สามัญชนเป็นวงกว้างและหลอมรวมเข้ากับวิถีแห่งการบริโภคของท้องถิ่น ภายใต้ภาพลักษณ์แห่งความเป็นสมัยใหม่ และลัทธิบริโภคนิยมตะวันตก น้ำแข็งยังคงสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างของรสนิยมการบริโภค ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่พยุงไว้ซึ่งการแบ่งชนชั้นในสังคมไทย

[1] บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยได้รับการสนับสนุนจากโครงการทุนปริญญาเอก เพื่อการวิจัย ประจำปีการศึกษา 2565 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Keywords:
ice,
ice cream,
consumption,
westernization,
Thai modern history

Abstract

This article examines changes in food consumption among the Thais due to the introduction of ice to Siam in the period 1857-1917. The article adopts a historical method and relies on primary and secondary sources. Regarding the temporal scope, 1857 was the year ice was introduced, while 1917 was when the refrigerator arrived in Siam. This article proposes that in the second half of the 1800s (1857-1867), ice and its coldness were a new experience for the Siamese elites. Ice consumption exemplified extreme wealth and class privileges. Furthermore, it was a symbol of Western civilization manifested through food consumption. Between 1877 and 1926, ice-making factories had been established in Thailand, making ice more accessible to the general public. The ice consumption was then democratized. Ice was localized into Thai cuisine in the context of modernity and expanding consumerism. However, even though ice consumption was democratized, the differences in consumption styles could be seen as one of the class markers of Thai society at the time.

1. บทนำ

ความเย็นมีประโยชน์ต่อการอุปโภคบริโภคในหลายมิติ ทั้งด้านการถนอมอาหาร และด้านการสร้างสรรค์เมนูอาหาร เช่น ไอศกรีม น้ำแข็งไส และหวานเย็น ฯลฯ ทุกวันนี้การเข้าถึงความเย็นทำได้ง่ายและสะดวกสบาย หลายครอบครัวมีตู้เย็นและตู้แช่แข็งภายในบ้าน มนุษย์รู้จักที่จะนำเอาน้ำแข็งและหิมะตามธรรมชาติมาใช้ในการทำความเย็นตั้งแต่สมัยโบราณเมื่อกว่า 1,000 ปีก่อนคริสต์กาล การบริโภคน้ำแข็งเติบโตขึ้น หลังจากนายเฟรเดอริก ทิวเดอร์ (Frederic Tudor, ค.ศ. 1783-1864) นักธุรกิจชาวอเมริกัน ฉายา “ราชาน้ำแข็ง” (Ice King) บุกเบิกกิจการค้าน้ำแข็งทางไกลระหว่างทวีปอเมริกา ยุโรป กับดินแดนภายใต้ระบอบอาณานิคม จนกระทั่งเมื่อชาวตะวันตกประดิษฐ์เครื่องทำความเย็นขึ้นเป็นครั้งแรกในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 และพัฒนาจนสามารถผลิตน้ำแข็งจากน้ำมือมนุษย์ได้สำเร็จ การค้าน้ำแข็งตามธรรมชาติค่อย ๆ ซบเซาลง ในขณะที่กิจการโรงน้ำแข็งก็รุ่งโรจน์ขึ้นจนถึงช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20 ประวัติศาสตร์การบริโภคความเย็นก็มาถึงจุดเปลี่ยนอีกครั้งเมื่อตู้เย็นและตู้แช่แข็งในบ้านถูกคิดขึ้นและกลายเป็นสินค้ายอดนิยมในท้องตลาดโดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1920 (Rees, 2013) เมื่อนั้นเองความเย็นก็ได้หลอมรวมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีแห่งการบริโภคของคนในสังคมไปโดยปริยาย

เมืองไทยเป็นเมืองร้อน ความเย็นจึงเป็นเรื่องน่าอภิรมย์สำหรับชีวิตของคนไทย และเช่นเดียวกัน การบริโภคความเย็นก็เป็นสิ่งที่คนไทยไม่คุ้นชินนัก ไม่ว่าจะโดยน้ำแข็ง หรือตู้เย็นและตู้แช่แข็งก็ดี เพิ่งเกิดขึ้นได้ไม่นานนัก ที่ผ่านมามีงานเขียนถึงเรื่องนี้ผ่านแง่มุมทางประวัติศาสตร์ เช่น ยศ วัชรเสถียร (2513) เทพชู ทับทอง (2522) ลาวัณย์ โชตามระ (2536) สมบัติ พลายน้อย (2545) ดาวรัตน์ ชูทรัพย์ (2545) เอนก นาวิกมูล (2549) และโรม บุนนาค (2554) ฯลฯ งานเหล่านี้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการนำเข้าน้ำแข็งและการบริโภคความเย็นของชาวสยามในยุคแรกโดยพิจารณาผ่านบทบาทของชนชั้นนำราชสำนักในฐานะผู้บริโภคกลุ่มหลัก และมีบริบทของการค้ายุคอาณานิคมกับการรับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากตะวันตกเป็นฉากหลัง ทั้งหมดล้วนเป็นงานเขียนสารคดีที่มีลักษณะเป็นเกร็ดความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีไทยในอดีต เพียงแต่ขาดความเคร่งครัดต่อระเบียบวิธีวิจัยและบทวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อสร้างข้อสรุปที่ช่วยให้เข้าใจถึงเรื่องราวดังกล่าวได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีบทความของ Hewison (1988) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่า การขยายตัวของกิจการโรงน้ำแข็งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจทุนนิยมไทยก่อนการเข้าสู่ความเป็นอุตสาหกรรม (พ.ศ.2393-2485) ถึงแม้จุดมุ่งหมายของบทความนี้ไม่ได้ปฏิเสธข้อค้นพบดังกล่าว แต่ก็มีข้อสงสัยว่า การเข้ามาของน้ำแข็งสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อการบริโภคอาหารของคนไทยในเวลานั้นอย่างไรเมื่อการบริโภคความเย็นเป็นที่แพร่หลาย อีกทั้งเมื่อการผลิตน้ำแข็งยังคงเป็นสิ่งใหม่ในสยาม คนไทยใช้ประโยชน์จากน้ำแข็งอย่างไร และมีความรับรู้เรื่องความเย็นอันเป็นประสบการณ์ด้านการบริโภคที่เพิ่งจะเกิดขึ้นไม่นานเช่นไร

ฉะนั้นเพื่อเติมเต็มความรู้ดังกล่าว บทความชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องการเข้ามาของน้ำแข็งและการบริโภคความเย็นของคนสยามระหว่างพุทธทศวรรษที่ 2400-2460 ด้วยวิธีการทางประวัติศาสตร์โดยศึกษาผ่านหลักฐานชั้นต้น ได้แก่ เอกสารทางการ บันทึกความทรงจำ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร ตำราทำอาหาร วรรณกรรม ภาพถ่าย และภาพ

โฆษณาในสมัยนั้น รวมไปถึงหลักฐานชั้นรอง ทั้งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องน้ำแข็ง และการบริโภคความเย็นในรูปแบบอื่น ๆ ภายใต้กรอบเวลาคือเริ่มต้นตั้งแต่การนำเข้าน้ำแข็งเป็นครั้งแรกในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2400 จนถึงในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2460 ก่อนการมาถึงของตู้เย็น[2] โดยมีคำถามสำคัญ 3 ข้อ คือ 1) น้ำแข็งถูกนำเข้าสู่สยามได้อย่างไร 2) การบริโภคความเย็นในยุคแรกเป็นอย่างไร และ 3) คนไทยในเวลานั้นมีความรับรู้เรื่องความเย็นจากน้ำแข็งอย่างไร

บทความนี้มีข้อเสนอว่า การเข้ามาของน้ำแข็งเกิดขึ้นภายใต้บริบทของการเติบโตทางการค้าในยุคอาณานิคมและการเปิดประเทศรับอิทธิพลจากตะวันตก น้ำแข็งคือสินค้าสมัยใหม่ซึ่งชาวสยามไม่เคยสัมผัสมาก่อน เมื่อแรกเข้ามา การบริโภคน้ำแข็งเกิดขึ้นอย่างจำกัดในหมู่ชนชั้นนำราชสำนักและชาวตะวันตก ถือเป็นเครื่องแสดงออกถึงอำนาจแห่งการบริโภค อันเกิดขึ้นจากความมั่งคั่งและเอกสิทธิ์ทางชนชั้น ตลอดจนแสดงถึงความมีอารยะผ่านเรื่องอาหารการกิน ต่อมาเมื่อมีการตั้งโรงน้ำแข็งขึ้นและพัฒนาจนเข้าสู่ความเป็นอุตสาหกรรม การบริโภคน้ำแข็งจึงแพร่กระจายสู่ราษฎรเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ มีการผลิตน้ำแข็งอย่างเปิดกว้างทำให้สามารถหาซื้อน้ำแข็งได้ง่าย จนการบริโภคน้ำแข็งหลอมรวมเข้ากับวิถีแห่งการบริโภคของท้องถิ่น ทว่าภายใต้ภาพลักษณ์แห่งความเป็นสมัยใหม่และลัทธิบริโภคนิยมตะวันตก น้ำแข็งยังคงสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างของรสนิยมในการบริโภค ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่พยุงไว้ซึ่งการแบ่งชนชั้นในสังคมไทย

2. การมาถึงของน้ำแข็ง

สำหรับคนไทยในอดีตน้ำแข็งอันเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนสถานะจากของเหลวสู่ของแข็งคงจะไกลจากความเป็นจริงอยู่มาก ถึงกับมีสำนวน “ปั้นน้ำเป็นตัว” หมายถึง เสกสรรปั้นแต่งเรื่องโดยไม่มีมูลความจริง ซึ่งในหนังสือ *ภาษาไทยวันนี้ เล่ม 7* ของกระทรวงศึกษาธิการ ระบุว่ามีหลักฐานการใช้สำนวนนี้ทั้งใน *บทละครนอกเรื่องมณีพิชัย* พระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (รัชกาลที่ 2, พ.ศ. 2310-2367) ความว่า “น้อยหรืออีเฒ่าเจ้าความคิดทุจริตอิจฉาขายหน้าผัว เสกสรรปั้นน้ำเป็นตัว เออออะไรไม่กลัวเขานินทา” และใน *นิราศเมืองเพชร* ของพระสุนทรโวหาร (ภู่) (พ.ศ. 2329-2398) ความว่า “ถึงบางขวางข้างซ้ายชายชลา ไขคงคาขังน้ำไว้ทำเกลือ หรือบ้านนี้ที่เขาว่าตำราร่ำ ช่างปั้นน้ำเป็นตัวน่ากลัวเหลือ” ซึ่งหมายถึงอาชีพทำนาเกลือด้วยเช่นกัน (กระทรวงศึกษาธิการ, กรมวิชาการ, สถาบันภาษาไทย, 2546, น. 323)

ด้วยเหตุผลว่าสยามตั้งอยู่ในลักษณะภูมิอากาศแบบโซนร้อน ถึงแม้ว่าระลอกอากาศเย็นจากประเทศจีนจะผ่านเข้ามาได้เป็นครั้งคราวในระหว่างฤดูหนาว แต่อุณหภูมิก็ยังคงสูงกว่าจุด

[2] จากการสำรวจเอกสารชั้นต้น พบว่า หลังพุทธทศวรรษที่ 2460 เริ่มมีโฆษณาตู้เย็นหรือตู้น้ำแข็งไฟฟ้าภายในบ้านปรากฏในหนังสือพิมพ์ของไทยเป็นครั้งแรก เช่น โฆษณาตู้เย็นเคลวินเนเตอร์ (Kelvinator) ของห้างบี กริม แอนโก ในหนังสือพิมพ์ศรีกรุง ฉบับวันพุธที่ 2 ธันวาคม 2474 น. 8 และโฆษณาตู้น้ำแข็งไฟฟ้าให้เช่าของบริษัทไฟฟ้าสยามคอร์ปอร์เรชั่นจำกัด ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพฯ วารศัพท์ ฉบับวันเสาร์ที่ 6 ม.ค. 2476 น. 10 ฯลฯ ฉะนั้นบทความนี้จึงใช้พุทธทศวรรษที่ 2460 เป็นจุดสิ้นสุดของยุคแห่งการนำเข้าน้ำแข็งและการบริโภคความเย็นยุคแรกก่อนการมาถึงของตู้เย็น ซึ่งเครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นนี้จะนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงด้านการบริโภคอาหารอีกครั้งในภายหลัง

เยือกแข็ง (ยกเว้นตามยอดเขาสูง ๆ อาจจะเกิดเกล็ดน้ำแข็งได้แต่ก็ไม่บ่อยนัก) (กระทรวงคมนาคม, กรมอุตุนิยมวิทยา, 2520) โอกาสในการเกิดน้ำแข็งขึ้นตามธรรมชาติเช่นประเทศในโซนหนาวนั้นจึงมีน้อยฉะนั้นน้ำแข็งจึงไม่ใช่สิ่งที่คนไทยคุ้นชินกันมาตั้งแต่อดีต จากหลักฐานซึ่งบรรยายถึงวิถีชีวิตของคนสยามในสมัยกรุงศรีอยุธยาโดยนักเดินทางและราชทูตชาวตะวันตก 2 ชิ้น คือ *จดหมายเหตุ ลา ลูแบร์ ราชอาณาจักรสยาม* (Simon de La Loubre, ค.ศ. 1642-1729) (2565) และ*ประวัติศาสตร์ธรรมชาติและการเมืองแห่งราชอาณาจักรสยาม (ในแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช)* ของนายนิโกลาส แชรแวส (Nicolas Gervaise, ค.ศ. 1662-1729) (2550) กล่าวตรงกันว่าคนไทยโดยเฉพาะสามัญชนมักจะกินอาหารโดยปรุงกันอย่างง่าย ๆ จากวัตถุดิบตามฤดูกาล และดื่มน้ำที่ได้จากน้ำฝน หรือน้ำที่ตักขึ้นจากแหล่งน้ำธรรมชาติ ที่พิเศษก็มีแต่ชาจีนชงในน้ำร้อนที่นิยมดื่มกันในหมู่คนกรุงศรีอยุธยา

หลักฐานแรกซึ่งระบุถึงการบริโภคเครื่องดื่มที่มีความเย็นในราชสำนักสยามคือ *ชีวิตความเป็นอยู่ในกรุงสยามในทัศนะชาวต่างประเทศระหว่าง พ.ศ. 2383-2384 (ค.ศ. 1840-1841)* ของนายเฟรเดอริค อาร์เธอร์ นีล (Frederick Arthur Neale) ชาวอังกฤษที่ได้เดินทางเข้ามารับราชการในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3, พ.ศ. 2331-2394) โดยกล่าวถึงพระราชนิยมในแบบตะวันตกของเจ้าฟ้าจุฑามณี หรือพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัวในสมัยรัชกาลที่ 4 (พ.ศ. 2351-2408) ว่า ในราชสำนักของพระองค์มีการจัดเลี้ยงเครื่องดื่มแก่อาคันตุกะต่างชาติด้วยเหล้าหายากและแชมเปญแช่เย็นด้วยวิธีการอย่างที่ทำกันในอินเดียโดยนำขวดแชมเปญแช่ไว้ในน้ำ เกลือ และดินประสิว (นีล, 2564, น. 111)

การรับเอารสนิยมการบริโภคเครื่องดื่มแช่เย็นผ่านความสัมพันธ์กับชาวต่างชาติถึงแม้ว่าในเวลานั้นสยามจะยังไม่มีน้ำแข็งก็ตาม แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์และความพยายามของชนชั้นนำในการปรับตัวเข้ากับระเบียบโลกใหม่ โดยมีโลกตะวันตกเป็นศูนย์กลางของความเป็นอารยะแทนจีนและอินเดีย ซึ่งเสื่อมลงจากลัทธิล่าอาณานิคม

จนกระทั่งเมื่อถึงช่วงพุทธทศวรรษที่ 2400 ผลอันเกิดจากสนธิสัญญาเบาว์ริ่งระหว่างสยามกับอังกฤษในปี พ.ศ. 2398 ก็คือ การผนวกรวมเศรษฐกิจของสยามเข้ากับระบบทุนนิยมโลกทางด้านการค้า สยามยกเลิกระบบการค้าแบบผูกขาดโดยพระคลังสินค้าส่งผลทำให้การค้ากับต่างชาติเปิดกว้างมากกว่าแต่ก่อน การเดินเรือขนส่งผู้โดยสารและสินค้าเชิงพาณิชย์เฟื่องฟูขึ้นโดยเฉพาะระหว่างสยามกับดินแดนภายใต้ระบอบอาณานิคมของตะวันตกในภูมิภาคเอเชียกอปรกับทุนจากโลกตะวันตกไหลบ่าเข้ามาทำให้การค้าภายในขยายตัวและผลักดันเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบเงินตรา ทางด้านการผลิต สยามเปลี่ยนแปลงจากการผลิตสินค้าหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการภายในประเทศมาเป็นการผลิตสินค้าเฉพาะอย่างตามความต้องการของตลาดโลกโดยมีข้าวเป็นสินค้าสำคัญ และสยามยังเป็นแหล่งระบายสินค้าจากโลกตะวันตกรวมถึงดินแดนในระบอบอาณานิคม ซึ่งมีทั้งสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตและสินค้าฟุ่มเฟือย การพึ่งพารายได้จากการค้าข้าวในตลาดโลก การลงทุนจากต่างชาติ และการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปทำให้รูปการณ์ของสยามในเวลานั้น ชาติตะวันตกมีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางเศรษฐกิจในประเทศค่อนข้างสูง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และ สุธี ประศาสน์เศรษฐ, 2527)

ทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ผลจากวิสาสะกับชาวตะวันตกที่มีมากขึ้นได้ทำให้ชาวสยามรู้จักโลกกว้างยิ่งกว่าเดิม ประสบการณ์ต่อผู้คนและสิ่งต่าง ๆ อันเกิดการเดินทางและการอ่านหนังสือภาษาต่างประเทศ ทำให้ชนชั้นนำและปัญญาชนรุ่นใหม่ ซึ่งมีโอกาสได้ร่ำเรียน

กับครูต่างชาติ ส่งผลให้มีความคิดต่อโลกธรรมชาติบนพื้นฐานของความเป็นเหตุเป็นผล ดังที่ปรากฏใน *หนังสือแสดงกิจจานุกิจ* ของเจ้าพระยาทิพากรวงษ์มหาโกษาธิบดี (ขำ บุนนาค) (พ.ศ. 2356-2413) ในปี พ.ศ. 2408 พยายามอธิบายโลกด้วยหลักวิทยาศาสตร์ หนังสือกล่าวถึงน้ำแข็งว่าเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติอย่างหนึ่ง เกิดจากน้ำถูกอากาศเย็น ๆ และต้องแสงอาทิตย์น้อย นอกจากนั้นน้ำแข็งยังเป็นบ่อเกิดของน้ำฝนและลูกเห็บ ทว่าหนังสือเล่มนี้ไม่ได้กล่าวถึงการบริโภคน้ำแข็งแต่อย่างใด ในความรับรู้ของคนสมัยนั้นน้ำแข็งคือความเป็นอื่นอย่างหนึ่ง ด้วยทำเลที่ตั้งของสยามที่อยู่ในซีกโลกที่ใกล้กับแสงอาทิตย์ทำให้มีทั้งฤดูร้อนและหนาวสลับกัน จึงไม่ได้ทำให้น้ำต้องอากาศเย็นจนกลายเป็นน้ำแข็ง (ทิพากรวงษ์มหาโกษาธิบดี (ขำ บุนนาค), เจ้าพระยา, 2564)

เช่นเดียวกันกับหนังสือ *อักขราภิธานศรับท์* ของ ดร.แดน บีช แบรดเลย์ (Dan Beach Bradley, ค.ศ. 1804-1873) ซึ่งตีพิมพ์ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2416 โดยถือว่าเป็นพจนานุกรมภาษาไทยเล่มแรกที่มีคำว่า น้ำแข็ง บรรจุอยู่ว่า “น้ำแขง, คือน้ำที่เปนไขแขงนั้น, เช่นน้ำเปนไขแขงที่เมืองจีน, ฤาเมืองอเมริกันนั้น.” (บรัดเลย์, 2514, น. 322) หลักฐานชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ความหมายและยืนยันว่า น้ำแข็งหาใช่สิ่งที่มีกันโดยทั่วไปในสยามไม่ เพราะจะมีให้เห็นก็แต่ในจีนกับสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นแหล่งการค้าน้ำแข็งรายใหญ่ของโลกในเวลานั้น

ด้วยเหตุนี้ การได้มาซึ่งน้ำแข็งจึงต้องหามาจากภายนอกประเทศ ภายใต้บริบทของการค้าอาณานิคมและการรับอิทธิพลของตะวันตกในช่วงรอยต่อระหว่างพุทธทศวรรษที่ 2400-2410 สยามสั่งซื้อน้ำแข็งเข้ามาเพื่อการบริโภคจากสิงคโปร์ซึ่งเป็นดินแดนในระบอบอาณานิคมของอังกฤษ โดยหลักฐานชิ้นแรกปรากฏอยู่ในหนังสือ *ประชุมพงศาวดารภาคที่ 53 พงศาวดารเมืองสงขลา* ของเจ้าพระยาวิเชียรคิรี (บุญสังข์) (พ.ศ. 2397-2447) ตอนที่ 2 แต่งเมื่อปีวอก จุลศักราช 1221 (พ.ศ. 2402) กล่าวถึงเมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4, พ.ศ. 2347-2411) เสด็จพระราชดำเนินเมืองสงขลาเป็นเวลา 9 วัน พระองค์ได้รับการถวายน้ำแข็งโดยมากับเรือกำปั่นไฟเจ้าพระยาของพระยาพิสณฑ์สมบัติบริบูรณ์ (ยิ้ม พิศลยบุตร) ซึ่งผู้สั่งให้นำมาถวายก็คือเจ้าพระยาศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) ในการนี้พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้มีรับสั่งให้นำน้ำแข็งขนส่งกลับกรุงเทพฯ พระราชทานแด่สมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัวพร้อมกับลายพระราชหัตถเลขาหนึ่งฉบับ ส่วนเจ้าพระยาวิเชียรคิรี (บุญสังข์) ผู้สำเร็จราชการเมืองสงขลาก็ได้รับน้ำแข็งมาหีบหนึ่งด้วย (วิเชียรคิรี (บุญสังข์), เจ้าพระยา และคณะ, 2476, น. 78) สอดคล้องกับหลักฐานชิ้นต่อมาคือหนังสือ *ความทรงจำ* พระนิพนธ์ในสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ (พ.ศ. 2405-2486) ทรงเล่าถึงน้ำแข็งในเนื้อหาตอนที่ 1 เริ่มเรื่องพระประวัติ พ.ศ. 2405-2411 ว่ามักมีผู้ส่งของเข้ามาถวายพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หนึ่งในนั้นก็คือน้ำแข็งโดยพระองค์เรียกว่าเป็นของประหลาดอย่างหนึ่งซึ่งเพิ่งจะผลิตได้ในสิงคโปร์ ไม่นานนักก็มีผู้ส่งแท่งน้ำแข็งใส่หีบกลบขี้เลื่อยเข้ามาถวายยังราชสำนัก โดยมากับเรือกำปั่นไฟเจ้าพระยาเช่นกัน ซึ่งใช้เวลาในการเดินทาง 15 วัน เมื่อน้ำแข็งมาถึงก็โปรดให้หักน้ำแข็งแจกเจ้านายและข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ พระองค์ได้ทรงบรรยายเหตุการณ์ครั้งนั้นไว้ว่า

> “พวกที่เพิ่งได้เห็นน้ำแข็งชั้นเด็ก ๆ เช่นตัวฉัน ชอบต่อยออกเป็นก้อนเล็ก ๆ อมเล่นเย็นเฉียบสนุกดี พวกที่เป็นชั้นผู้ใหญ่ดูมิใคร่มีใครชอบ มักบ่นกันว่าน้ำแข็งปวดฟันและยังมีพวกคนแก่ที่เป็นแต่ได้ยินว่าแจกน้ำแข็งไม่เชื่อว่าน้ำ กระซิบกันว่า ‘จะปั้นน้ำเป็นตัวอย่างไรได้’ ด้วยมีในคำสุภาษิตพระร่วงว่า อย่าปั้นน้ำเป็นตัว หมายความห้ามมิให้ทำอะไรฝืนธรรมชาติ หรืออีกนัยหนึ่งกล่าวแต่ว่าปั้นน้ำเป็นตัวหมายความติเตียนว่าแกล้งปลูกเท็จให้เป็นจริงเคยได้ยินกันชินหูมาแต่โบราณ” (ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ, กรมพระยา, 2494, น. 43-44)

สำหรับชนชั้นสูง น้ำแข็งถือว่าเป็นประสบการณ์ใหม่ (novelty) ซึ่งไม่เคยสัมผัสกันมาก่อน เมื่อแรกเห็นทั้งเจ้านายและข้าราชการชั้นผู้ใหญ่บางคนถึงกับกล่าวด้วยความฉงนสนเท่ห์ว่า “จะปั้นน้ำเป็นตัวอย่างไรได้” ฉะนั้นด้วยความไม่คุ้นกับสิ่งใหม่นี้จึงเลือกที่จะบริโภคน้ำแข็งโดยตรงคือหักกินเป็นก้อนเล็ก ๆ อย่างง่าย ๆ โดยไม่ได้ใส่ในอาหารหรือเครื่องดื่มแต่อย่างใด กล่าวได้ว่า ความรับรู้ในตอนนั้น น้ำแข็งคือภาพตัวแทนความเจริญทางอารยธรรมอย่างหนึ่งของชาติตะวันตกที่ราชสำนักรู้สึกว่าน่าดึงดูดใจเป็นพิเศษ (alluring) แต่ความเป็นตะวันตกเช่นนี้ สำหรับพวกเขาแล้ว ยังคงมีความคลุมเครือ (ambiguous) หาใช่สิ่งที่ชาวสยามรู้จักดีไม่ (Harrison & Jackson, 2010) ด้วยเหตุนี้ ท่าทีของราชสำนักสยามในเวลานั้นจึงแตกออกเป็นสองส่วนคือ เจ้านายและข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ตัวแทนกลุ่มสยามเก่าที่ “ดูมิใคร่ชอบ (น้ำแข็งเสียเท่าไหร่นัก)” กับเจ้านายเชื้อพระวงศ์รุ่นเยาว์เป็นตัวแทนกลุ่มสยามใหม่ที่ “สนุก (กับการที่ได้ทรงอมก้อนน้ำแข็งเย็นเฉียบในพระโอษฐ์)”

ภายใต้บริบทของการรับมือกับการขยายอิทธิพลของจักรวรรดินิยมในช่วงพุทธศตวรรษที่ 25 ชนชั้นนำสยามต้องการทำให้ชาติตะวันตกยอมรับว่าสยามไม่ใช่ชาติล้าหลัง หนทางหนึ่งที่ชนชั้นนำสยามใช้ (appropriate) คือการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของตะวันตกและปรับเข้ากับความเป็นไทยซึ่งเกิดขึ้นถึงในระดับชีวิตประจำวันทั้งเรื่องการแต่งกาย การพักอาศัยและอาหารการกิน ชนชั้นนำสยามในเวลานั้นแต่งกายตามแบบสากล ปลูกสร้างอาคารตามแบบของสถาปัตยกรรมตะวันตกและตบแต่งภายในนั้นด้วยศิลปะและเครื่องเรือนนำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งยังมีรสนิยมในการกินดื่มและใช้ของเฉกเช่นเดียวกันกับพระราชวงศ์ชั้นสูงในยุโรป วิถีแห่งการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ไม่ได้มีความหมายแค่เพียงการเลียนแบบความเป็นตะวันตกหรือการทำตามสมัยนิยมอย่างเดียว แต่เป็นการสร้างภาพลักษณ์แห่งความเป็นสมัยใหม่และสถานะอันทรงเกียรติแก่ชนชั้นนำสยามต่อสายตาของชาวตะวันตกอีกด้วย (Peleggi, 2002) โดยเฉพาะเมื่อถึงวาระโอกาสพิเศษของราชสำนักในการต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง เมื่อนั้นเองเราจึงได้เห็นการระดมทรัพยากรมีค่าเข้ามาเพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว เช่น ในปี 2411 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จไปทอดพระเนตรสุริยุปราคาที่หาดหว้ากอ พระองค์ทรงเชิญคณะนักดาราศาสตร์ฝรั่งเศส คณะกงสุลและทูตานุทูตมาเข้าร่วมสังเกตการณ์ โดยเฉพาะเซอร์แฮรี่ ออด ผู้ว่าราชการสิงคโปร์ของอังกฤษ ได้บันทึกความประทับใจถึงการจัดเลี้ยงรับรองพระราชคันตุกะของราชสำนักในครั้งนั้นเอาไว้ว่า

> "...การเลี้ยงดูได้จัดหามาเลี้ยงอย่างฟุ่มเฟือยบริบูรณ์ บรรดาของอร่อยที่อาจจะหามาถึงแถบประเทศแถวนี้ก็ได้พยายามสืบเสาะหามาจากเมืองสิงคโปร์และกรุงเทพ ฯ และการทำกับข้าวก็ทำอย่างประณีต มีทั้งเหล้าและน้ำอุ่นต่าง ๆ น้ำแข็งก็บริบูรณ์ อาจจะกล่าวได้ว่าไม่มีอะไรที่ต้องการอีก" (*ประชุมจดหมายเหตุเรื่องสุริยุปราคาในรัชกาลที่ 4 และเรื่องรัชกาลที่ 4 ประชวรและสวรรคต*, 2500, น. 17)

จะเห็นได้ว่า ชนชั้นนำสยามใช้โอกาสในการจัดเลี้ยงรับรองคณะทูตเป็นเวทีสำหรับแสดงออกถึงอำนาจและความมั่งคั่งของราชสำนักผ่านความสามารถในการจัดหาของกินหายากและมีราคาแก่แขกผู้มาเยือนได้อย่างบริบูรณ์ อีกทั้งยังจัดมาอย่างพิถีพิถันซึ่งแสดงออกถึงสุนทรียภาพของสยามต่อเรื่องอาหารการกิน ซึ่งสิ่งเหล่านี้หาใช่เกิดขึ้นดาษดื่นไม่แต่สงวนไว้เฉพาะคนชั้นสูงในสังคมเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ อาหารและเครื่องดื่มมากมายที่ถูกเสิร์ฟให้กับแขกในวันนั้นโดยเฉพาะน้ำแข็งจึงถูกใช้เป็นเครื่องแสดงออกถึงอำนาจแห่งการบริโภค อันเกิดมาจากความมั่งคั่งและเอกสิทธิ์ทางชนชั้นของราชสำนักสยามอย่างหนึ่ง อีกทั้งภายใต้บริบทแห่งการรับมือกับลัทธิล่าอาณานิคม ทำให้สิ่งนี้เป็นมากกว่าแค่การบริโภคเพื่อโอ้อวดฐานะทางเศรษฐกิจหรือสร้างความโดดเด่นในแวดวงสังคม (conspicuous consumption) ให้แก่ชนชั้นนำสยาม แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของยุทธวิธีในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อทางประวัติศาสตร์ที่สยามยังคงรู้สึกว่าตนตกเป็นรองชาติตะวันตก (ทักษ์ เฉลิมเตียรณ, 2558) ภายใต้บริบทนี้จึงทำให้น้ำแข็งมีความหมายมากกว่าแค่เป็นของหายากมีราคาซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศแต่ได้เข้าไปมีส่วนในการนำเสนอความเป็นอารยะของชาติผ่านเรื่องอาหารการกินอีกด้วย

3. น้ำแข็ง : จากโฆษณาถึงตำราอาหาร

ตัวชี้วัดอย่างหนึ่งของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้กระแสบริโภคนิยมคือโฆษณา ถึงแม้ว่าโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุดในสยามเกิดขึ้นมาตั้งแต่ช่วงพุทธทศวรรษที่ 2380 แต่กว่าน้ำแข็งจะได้ไปปรากฏในนั้น ก็ใช้เวลาพอสมควร โฆษณาน้ำแข็งชิ้นแรก นั่นคือโฆษณาขายน้ำโซดา น้ำมะเน็ดหรือเลมอนเนด และน้ำแข็งในภาษาอังกฤษของนายอาร์นาล ดัคโลส (Arnal Duclos) ในหนังสือพิมพ์ *สยาม เดลลี แอดเวอร์ไทเซอร์ (Siam Daily Advertiser)* ของ ดร.แซมมวล จอห์น สมิธ (Samuel J. Smith) เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม ค.ศ. 1868 (พ.ศ. 2411) โดยระบุว่า ร้านแห่งนี้รับทำน้ำโซดาและน้ำมะเน็ดหลายรสชาติตามคำสั่งซื้อและขายน้ำแข็งในราคาปอนด์ละ 25 เซนต์ แต่ขายเฉพาะที่เรือนแพใกล้วัดซางตาครูสเท่านั้น ลงประกาศ ณ วันที่ 26 กันยายน ค.ศ. 1868 (พ.ศ. 2411) (เอนก นาวิกมูล, 2531, น. 41) จากหลักฐานชิ้นนี้สันนิษฐานว่า ในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2410 การค้าน้ำแข็งในสยามปรากฏขึ้นอย่างเด่นชัดโดยเริ่มต้นจากพ่อค้าชาวตะวันตก ซึ่งเป็นนายหน้านำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมากกว่าลงทุนผลิตเอง เพราะในโฆษณาไม่ได้ระบุถึงสถานที่ผลิตน้ำแข็ง จึงเป็นไปได้ว่าคงรับสินค้าชนิดนี้มาจากผู้ผลิตอีกทอดหนึ่ง และลูกค้าคงจำกัดอยู่ในหมู่คนต่างชาติหรือไม่ก็คนสยามบางส่วนซึ่งรู้หนังสือภาษาอังกฤษเท่านั้น ร้านค้าข้างต้นเป็นตัวอย่างหนึ่งของห้างร้านของชาวตะวันตกซึ่งได้รับอานิสงส์จากการเปิดเสรีทางการค้าและการยกเลิกระบบผูกขาดของทางการ ในเวลานั้น

พ่อค้าเหล่านี้ ไม่เพียงแต่เป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญเท่านั้น แต่ยังมีส่วนในการเผยแพร่วัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแบบตะวันตกให้ชาวสยามได้รู้จักอีกด้วย ถึงแม้เป็นที่น่าเสียดายว่าโฆษณาน้ำแข็งชิ้นแรกนี้จะไม่ได้ระบุถึงรายละเอียดว่า มีการใส่น้ำแข็งลงในเครื่องดื่มหรือไม่ แต่ก็อนุมานได้ว่าน้ำแข็งหรือแท้จริงก็คือความเย็นเป็นของคู่กันกับเครื่องดื่มแบบตะวันตก

เค้าลางแห่งการเปลี่ยนแปลงอีกอย่างหนึ่งในช่วงพุทธทศวรรษนี้ก็คือการมาถึงของไอศกรีม จากหนังสือ *ความทรงจำที่ทรงค้างไว้ 5 ตอน พ.ศ. 2489* พระนิพนธ์ในสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ กล่าวว่า หลังจากเสร็จสิ้นพระราชกรณียกิจในการเสด็จประพาสสิงคโปร์ ปัตตาเวีย และอินเดีย ในปี พ.ศ. 2413 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) (พ.ศ. 2396-2453) ทรงสั่งซื้อเครื่องทำน้ำแข็งขนาดเล็กเข้ามาเครื่องหนึ่งสำหรับใช้ในราชสำนักโดยใช้ในการทำไอศกรีม สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพทรงเล่าว่า เจ้านายเชื้อพระวงศ์เด็ก ๆ ชื่นชอบไอศกรีมเป็นอย่างมาก ในเวลานั้นถึงแม้ว่าการทำไอศกรีมด้วยเครื่องทำน้ำแข็งซึ่งราชสำนักสยามได้มาเครื่องนั้นจะใช้งานได้ไม่เสถียรนัก เพราะบางวันทำน้ำแข็งได้บางวันก็ทำไม่ได้แต่ถ้าวันใดบนโต๊ะเสวยมีไอศกรีมวันนั้นเห็นว่าเป็นของวิเศษ (ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยา, 2506, น.181-182) หลักฐานยืนยันว่าราชสำนักสยามในรัชกาลที่ 5 ครอบครองเครื่องทำ (น้ำแข็ง) ไอศกรีมไว้อีกชิ้นหนึ่งก็คือพระราชหัตถเลขาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวถึงพระยาบุรุษรัตนราชพัลลภ (นพ ไกรฤกษ์) (พ.ศ. 2417-2501) เมื่อวันที่ 27 มกราคม ร.ศ. 125 (พ.ศ. 2450) เกี่ยวกับการตบแต่งพระที่นั่งอัมพรสถาน พระราชวังดุสิต ความว่า “ห้องบรรทมขาวเกี่ยวกันกับที่สรงพระพักตร์เงินจะขัดอยู่แต่เรื่องที่กาแฟเข้าไม่ได้ ถ้าจะลองจำหน่ายเครื่องแก้วที่แม่เล็กให้ก็ยังเก้อเข้าไหนไม่ได้เครื่องไอสกรีมที่เป็นเลส ถ้ามีที่ก็พลอยเข้าไปอยู่ด้วยได้” (*บุรุษรัตน*, 2501, น.17)

การมาถึงของไอศรีม ทำให้เห็นว่าวิถีแห่งการบริโภคน้ำแข็งในสยามพัฒนาขึ้นอีกระดับหนึ่ง โดยการที่ราชสำนักสามารถทำไอศกรีมเป็นเครื่องเสวยได้นั้นเป็นเครื่องยืนยันว่าในวังมีผู้มีความรู้และทักษะการใช้ประโยชน์จากความเย็นของน้ำแข็งในการทำอาหารอยู่บ้างแล้ว สันนิษฐานว่า เป็นพ่อครัวชาวตะวันตกซึ่งรัชกาลที่ 5 ทรงจ้างมาทำเครื่องเสวยแบบยุโรปแก่พระองค์ เป็นผู้ริเริ่มทำขึ้นก่อนจะถูกถ่ายทอดให้แก่ข้าราชบริพารในห้องเครื่องตามลำดับ

ทั้งนี้ การรวบรวมและถ่ายทอดความรู้ทักษะด้านการทำอาหารในสยามแต่เดิมเป็นการส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นแบบมุขปาฐะ หรือไม่ก็ครูพักลักจำเอาจากผู้มีฝีมือโดยไม่มีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรแต่อย่างใด จนกระทั่งเมื่อมีการพัฒนาด้านการพิมพ์ในสยามขึ้นจึงเกิดการเขียนหนังสือเพื่อถ่ายทอดความรู้แก่คนหมู่มากในรูปของตำรา ซึ่งสิ่งนี้ถือว่าเป็นธรรมเนียมที่ชาวสยามรับอิทธิพลมาจากตะวันตก การเกิดขึ้นของหนังสือตำราอาหารถือว่าเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาด้านอาหารของคนไทยก็ว่าได้ เพราะได้ส่งผลให้เกิดมาตรฐานสูตรอาหาร และวิธีการทำอย่างเป็นแบบแผนทำให้คนทำอาหารทำอย่างเป็นระบบเป็นขั้นเป็นตอน (โดม ไกรปกรณ์, 2555) นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องบ่งบอกถึงความก้าวหน้าและความเป็นอารยะอย่างหนึ่งของสยาม ซึ่งพัฒนาความรู้ด้านอาหารจนเป็นศาสตร์ที่มีรูปธรรมเช่นเดียวกับความรู้ตะวันตกได้สำเร็จ (อภิลักษณ์ เกษมผลกูล, 2560)

การรวบรวมตำราอาหารตีพิมพ์เป็นครั้งแรกเกิดขึ้นในปี 2432 ในวาร*สารประติทินบัตร แลจดหมายเหตุ* ของบริษัทบางกอกประสิทธิการ กอมปนี ลิมิเตด ซึ่งตีพิมพ์ฉบับปฐมฤกษ์

เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม ร.ศ. 108 (พ.ศ. 2432) เป็นที่น่าสนใจว่า ในคอลัมน์ตำราอาหารคาวหวานแบบฝรั่งและแบบไทยที่ลงในวารสารเล่มนี้ มีคอลัมน์อาหาร “ตำราเตร็จต่างๆ” มีนายนิล เปรียญเป็นบรรณาธิการได้ลงวิธีการทำไอศกรีมโดยใช้น้ำแข็งไว้มากถึง 16 รสชาติ เช่น ไอศกรีมแอปริคอต ไอศกรีมขิง ไอศกรีมเลมอน ไอศกรีมวานิลลา และไอศรีมสตรอเบอรี่ ฯลฯ โดยนอกจากอธิบายถึงลักษณะและวิธีการทำอาหารชนิดนี้แล้วยังบอกแหล่งจัดหาวัตถุดิบแก่นักอ่านด้วย (*ประติทินบัตร แลจดหมายเหตุ*, 2540)

สันนิษฐานว่า บรรณาธิการแปลตำรานี้มาจากหนังสือภาษาอังกฤษโดยใช้หน่วยชั่งตวง วัด เป็นหน่วยเอานซ์ (oz.) และไปนต์ (pint) อีกสิ่งหนึ่งก็คือ ในตำรานี้ยังคงใช้น้ำแข็งในการทำความเย็น แต่ในเวลาไล่เลี่ยกัน เป็นที่แน่ชัดว่า ราชสำนักสยามก็เพิ่งจะรู้จักกับเทคโนโลยีทำความเย็นแบบใหม่ คือ ตู้น้ำแข็ง (ice box cabinet) เช่นกัน ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับตู้ลิ้นชักทำจากไม้ข้างในบุด้วยแผ่นดีบุกกับสังกะสีเป็นฉนวนกันความร้อน โดยหลักฐานนี้มีอยู่ในหนังสือ *ตำราทำกับข้าวฝรั่ง* พระราชนิพนธ์ทรงแปลในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในตำราอาหารทั้งสิ้น 3 รายการ คือ แฮมมาเซ กุ้งปลอกต้มอย่างถ่อมทรง และไวท์เบททอด ซึ่งทั้งสามรายการนี้ล้วนแต่เป็นอาหารคาวทั้งสิ้น แตกต่างจากหลักฐานชิ้นก่อนหน้าที่ความเย็นจากน้ำแข็งมักจะถูกใช้ในเครื่องดื่มหรือไม่ก็ของหวานอย่างไอศกรีม อย่างไรก็ดี รายการอาหารแต่ละชนิดก็มีรายละเอียดในการใช้ตู้น้ำแข็งแตกต่างกัน เมนูแรกคือแฮมมาเซ ตู้น้ำแข็งถูกใช้ในการทำปรินเซซซอส ส่วนสองเมนูหลังคือ กุ้งปลอกต้มอย่างถ่อมทรงกับไวท์เบททอด ใช้ความเย็นจากตู้น้ำแข็งควบคุมความคงตัวและเนื้อสัมผัสของอาหาร (จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระฯ, 2509)

หนังสือเล่มเดียวกันนี้ในฉบับตีพิมพ์เมื่อปี 2545 ยังมีภาพประกอบเป็นบัญชีอาหาร (menu) สำหรับการจัดเลี้ยงในพระบรมมหาราชวังและวังเจ้านายอย่างวังบูรพาภิรมย์ตีพิมพ์ด้วย ซึ่งบัญชีอาหารเหล่านี้ได้แสดงให้เห็นว่า วังในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้มีการเสิร์ฟของหวานเกล็ดน้ำแข็ง (glaces) และไอศกรีมแก่แขกผู้มาร่วมงาน และจากหลักฐาน ซึ่งเป็นบัญชีอาหารในชุดสะสมของนายแฮมิลตัน คิง (Hamilton King) อดีตอัครราชทูตวิสามัญผู้มีอำนาจเต็มของสหรัฐอเมริกาประจำราชสำนักสยามระหว่างปี พ.ศ. 2441-2455 ในหนังสือ *งานพิมพ์คลาสสิค* ของเอนก นาวิกมูล ทำให้ทราบเพิ่มเติมอีกว่าราชสำนักสยามเสิร์ฟไอศกรีมและขนมน้ำแข็งรสชาติต่าง ๆ เช่น ไอศกรีมช็อกโกแลต ไอศกรีมสตรอเบอรี่ ไอศกรีมผลแตงไทย และไอศกรีมฟรางซิยอง ฯลฯ ร่วมกับขนมหวานสไตส์ฝรั่งและไทย รวมทั้งผลไม้ (เอนก นาวิกมูล, 2561, น. 218-246)

ทั้งโฆษณาและตำราอาหารคือหลักฐานชิ้นสำคัญที่ทำให้เข้าใจได้ถึงการเปลี่ยนแปลงด้านการบริโภคอาหารของคนไทยหลังจากการมาถึงของน้ำแข็ง การบริโภคน้ำแข็งของคนไทยยุคแรกมีทั้งบริโภคโดยตรงและโดยอ้อมผ่านอาหารและเครื่องดื่มแช่เย็นต่าง ๆ สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงฟังก์ชั่นของความเย็นต่อการบริโภคที่มีความซับซ้อนมากขึ้น และเรายังได้เห็นความรับรู้เรื่องความเย็นและทักษะการใช้ประโยชน์จากน้ำแข็งที่มีเพิ่มขึ้นโดยมีเบื้องหลังคือ การพัฒนาการพิมพ์และการเติบโตของการค้าซึ่งทำให้มีโฆษณาน้ำแข็งและตำราไอศกรีมเกิดขึ้นในบรรณพิภพ

4. กิจการโรงน้ำแข็ง : การเติบโตทางอุตสาหกรรม

จากข้อความในพระนิพนธ์ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ เรื่อง *ความทรงจำที่ทรงค้างไว้ 5 ตอน พ.ศ. 2489* กล่าวว่า “โรงน้ำแข็งเพิ่งมามีขึ้นในประเทศนี้ต่อเมื่อรัชกาลที่ 5 นอกจากของที่ส่งมาจากเมืองนอก” (ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ, กรมพระยา, 2505, น. 19-20) ทำให้เราทราบว่า ตลาดน้ำแข็งในช่วงแรกมีน้ำแข็งทั้งที่ผลิตในประเทศและที่ส่งมาจากสิงคโปร์จำหน่าย โดยมูลเหตุแห่งการบุกเบิกกิจการโรงน้ำแข็งเพื่อทดแทนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ สันนิษฐานว่า มาจากปัญหาการขนส่งน้ำแข็งในระยะไกล ดังที่ หม่อมเจ้าพูนพิศมัย ดิศกุล (พ.ศ. 2438-2533) ทรงนิพนธ์ไว้ในหนังสือ *ราชประดิษฐ์ศิษยานุสรณ์ นวกะ 2518* ว่า “เสด็จพ่อ (สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ) ทรงเล่าว่าเวลาทำน้ำแข็งได้ใหม่ ๆ ที่สิงคโปร์ กงสุลไทยจัดการเอาน้ำแข็งก้อนใหญ่ใส่ในหีบไม้ฉำฉาและขี้เลื่อยคลุมมิดชิดส่งมาทูลเกล้าฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พอถึงกรุงเทพฯ ก็เหลือก้อนขนาดเท่าชามอ่างขนาดกลาง” (อ้างใน เอนก นาวิกมูล, 2549, น. 250)

จากข้อความข้างต้นทำให้ทราบว่า น้ำแข็งได้สูญไปกับการขนส่งเสียมาก ของที่จะมีไว้สำหรับขายแก่ลูกค้าจึงมีน้อย ในขณะที่ต้นทุนในการขนส่งสูง จึงไม่แปลกที่น้ำแข็งจะมีราคาแพงและเป็นของหายาก เป็นไปได้ที่นักลงทุนบางส่วนได้เล็งเห็นถึงข้อจำกัดนี้ จึงดำริที่จะตั้งโรงน้ำแข็งเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ เพราะทำให้มั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าจะมีผลผลิตอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงที่น้ำแข็งจะละลายไปในระหว่างการขนส่งด้วย และผลที่ตามมาก็คือปริมาณน้ำแข็งในท้องตลาดมีเพิ่มขึ้นและตลาดที่กว้างขึ้นนี้ไม่เพียงสร้างกำไรงามให้กับนักลงทุนเพียงเท่านั้น แต่ถึงที่สุดแล้วน้ำแข็งก็ได้เข้าไปอยู่ในชีวิตของคนหมู่มากด้วย ซึ่งนับแต่มีการบุกเบิกกิจการโรงน้ำแข็งอย่างจริงจัง การบริโภคน้ำแข็งของคนไทยทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมก็เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

มีข้อถกเถียงกันว่า โรงน้ำแข็งแห่งแรกของไทยเริ่มต้นขึ้นเมื่อใด จากหลักฐานชั้นต้นจำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ หนังสือ *สยามวีลลีแอดเวอร์ไทเซอร์ (Siam Weekly Advertiser)* ฉบับวันที่ 30 สิงหาคม ค.ศ. 1879 (พ.ศ. 2422) ของนายซามูเอล โจนส์ สมิธ (Samuel Jones Smith) (ค.ศ. 1820-1909) มิชชันนารีชาวอเมริกัน ทำให้สรุปได้ว่า กิจการโรงน้ำแข็งยุคแรกของไทยเริ่มต้นเมื่อพุทธทศวรรษที่ 2420 หรือช่วงต้นของรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) โดยเป็นกิจการซึ่งบุกเบิกโดยนายทุนชาวตะวันตกคือ นายเอ็ดวาร์ด น็อกซ์ (Edward Knox) (“The Ice Supply,” 1879) ส่วนหนังสือ *จดหมายเหตุสยามไสมย* เล่ม 2 แผ่น 23 วัน พุฒ เดือน 8 ขึ้น 3 ค่ำ ปี วอก ฉอ ศก 1246 (พ.ศ. 2427) มีโฆษณาของโรงน้ำแข็งบางกอกไอซ์กำปะนีลิมิเตด (Bangkok Ice Co.) โดยห้างมาร์ควัลด์แอนด์โก (Markwald and Co.) เป็นผู้จำหน่าย (ซามูเอล เจ สมิท, 2548, น.185-186) หลักฐานชิ้นนี้เป็นชิ้นแรกที่มีโฆษณาน้ำแข็งในภาษาไทย หมายความว่าผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ไม่ใช่แค่ชาวต่างชาติหรือผู้รู้ภาษาอังกฤษอีกต่อไป แต่ยังรวมไปถึงคนกรุงเทพฯ ผู้รู้หนังสือกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมอีกด้วย “โดยในช่วงแรกของธุรกิจนี้น้ำแข็งจะซื้อขายกันด้วยเงินสดเท่านั้นไม่มีสินเชื่อแต่อย่างใด” (“Other Days in Bangkok,” 1924)

จากหลักฐานชิ้นหนึ่งคือ *สารบาญชี ส่วนที่ 2 คือ ราษฎรในจังหวัด ถนน แลตรอก จ.ศ. 1245* (พ.ศ. 2426) *สำหรับเจ้าพนักงานกรมไปรษณีย์กรุงเทพมหานคร เล่มที่ 2* (2541) ชี้ให้เห็นว่า

ในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2420 กรุงเทพฯ อุดมไปด้วยห้างร้านมากมาย สิ่งนี้ไม่เพียงแต่เป็นตัวชี้วัดการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจแบบเงินตรา และหน่วยธุรกิจของเมืองที่ทวีขึ้นเท่านั้น แต่ยังบอกเป็นนัยถึงอำนาจแห่งการบริโภคของคนกรุงเทพฯ ที่เพิ่มขึ้นด้วย แม้ว่าเราจะไม่มีตัวเลขกำลังซื้อของผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่แน่ชัด แต่การเกิดขึ้นของโรงน้ำแข็งก็เป็นภาพสะท้อนหนึ่งของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้กระแสบริโภคนิยม

เฉพาะแค่โรงน้ำแข็งบางกอกไอซ์กำปะนีลิมิเตดก็มีสถานที่ที่ใช้สำหรับขายน้ำแข็งแก่ลูกค้าถึง 5 แห่ง ได้แก่ ที่ร้านทำน้ำแข็งหลังโรงสีไฟ (โรงสีข้าวด้วยเครื่องจักร) ของนายห้างมาร์ควัลด์แอนด์โกแห่งหนึ่ง และมีหน้าร้านอีก 4 แห่งคือ ที่เสาชิงช้า ที่วัดเกาะ ที่เจริญกรุง และที่บางรัก (ซามูเอล เจ สมิท, 2548, น.185-186) การมีหน้าร้านมากทำให้โอกาสในการขายมีสูงขึ้นด้วยช่องทางในการเข้าถึงสินค้าของผู้ซื้อมีมากกว่าหนึ่งช่องทาง สิ่งที่เราควรพิจารณาก็คือในการกระจายสินค้าไปยังหน้าร้านจะเป็นไปไม่ได้เลย ถ้าการขนส่งในเมืองไม่เอื้ออำนวยให้เกิดขึ้นได้โดยง่าย ยิ่งเป็นน้ำแข็งก็ยิ่งไม่ควรประวิงเวลาเพราะน้ำแข็งละลายไว ฉะนั้นการตัดถนนในกรุงเทพฯ ให้เจริญขึ้นตามลำดับจึงเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการทำให้การขนส่งน้ำแข็งในกรุงเทพฯ สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นแรงเสริมให้ธุรกิจนี้เติบโตตามไปด้วย

เมื่อเข้าสู่ช่วงพุทธทศวรรษที่ 2430 มีบันทึกว่าชาวสยามเริ่มเข้ามาเป็นเจ้าของกิจการโรงน้ำแข็งด้วยเช่นกัน โดยชาวสยามผู้นั้นก็คือ พระยาอภิรักษ์ราชอุทยาน (แฉล้ม อมาตยกุล) (พ.ศ. 2393-2459) สันนิษฐานจากบันทึกการเยี่ยมชมโรงน้ำแข็งแฉล้ม พินิจจักรภัณฑ์ (Chalem Phinit Chakapan) ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *บางกอกไตมส์* เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม ค.ศ. 1888 (พ.ศ. 2431) ชื่อของโรงน้ำแข็งแห่งนี้เป็นบรรดาศักดิ์ของพระยาอภิรักษ์ราชอุทยาน (แฉล้ม อมาตยกุล) เมื่อครั้งเป็นหลวงพินิจจักรภัณฑ์ เป็นไปได้ว่าโรงน้ำแข็งนี้ตั้งขึ้นระหว่าง พ.ศ. 2422 อันเป็นปีที่พระยาอภิรักษ์ราชอุทยานออกจากราชการมาประกอบธุรกิจ จนถึง พ.ศ. 2441 เมื่อท่านกลับเข้ารับราชการอีกครั้ง (*บทละครเรื่องอิเหนาพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 1*, 2460, น. 8) ความน่าสนใจของบันทึกนี้คือ ถึงแม้ว่ากิจการโรงน้ำแข็งนี้จะไม่ใหญ่โตนัก ตั้งอยู่ภายในบ้านของหลวงพินิจจักรภัณฑ์เองซึ่งอยู่หน้าวัดเลียบหรือวัดราชบูรณราชวรวิหาร แต่ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้เป็นเจ้าของกิจการที่เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาปัจจัยทุนอย่างการนำเครื่องจักรนำเข้าจากต่างประเทศมาใช้ในการเพิ่มกำลังการผลิตให้แก่โรงงานของตัวเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการผลิตน้ำแข็งเพื่อการค้ากำลังพัฒนาเข้าสู่การเป็นอุตสาหกรรมในเวลาอันใกล้ที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก โดยใช้ข้อได้เปรียบในเรื่องต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยที่ต่ำในการแข่งขันด้านราคา ไม่เท่านั้น ยังแสดงให้เห็นถึงความปรารถนาในการทำให้น้ำแข็งไปสู่มือลูกค้าในระดับปุถุชนให้ได้มากที่สุดด้วย ดังความว่า

> “เมื่อวันพฤหัสบดีที่ผ่านมา เรา (บรรณาธิการบางกอกไตมส์) รู้สึกยินดีที่ได้ไปเข้าเยี่ยมชมโรงงานผลิตน้ำแข็งซึ่งตั้งอยู่ติดกับเรือน (mansion) ของมิสเตอร์พินิจจักรภัณฑ์ (Chalem Phinit Chakapan) พวกเราเดินดูไปจนทั่วอาคารโดยมีสุภาพบุรุษผู้มีอัธยาศัยดีท่านนี้พาชม ในการผลิต (น้ำแข็ง) ที่กำลังเป็นที่ต้องการอยู่ในขณะนี้ทำกันในสภาพอากาศแบบเดียวกันกับของเรา ด้วยเครื่องทำความเย็นที่ผลิตโดยบริษัทสัญชาติฝรั่งเศส ซึ่งในช่วง 13 เดือนที่ผ่านมา เครื่องจักรเครื่องนี้สามารถผลิตน้ำแข็งได้มากถึง 1,600 ปอนด์ต่อวัน

> (ยกเว้นแต่ใน 2 เดือนที่ร้อนที่สุดของปี คือเดือนเมษายน และมีนาคม) จนสามารถตอบสนองต่อความต้องการน้ำแข็งของผู้คนได้ทั่วทั้งบางกอก ทุกอย่างในโรงงานถูกจัดวางไว้อย่างเป็นระบบ สะอาดสะอ้าน และมีระเบียบ ซึ่งหาได้ยาก และน่าเอาอย่าง คล้ายกับสถานประกอบการชั้นหนึ่งในยุโรปก็ไม่ปาน ทั้งนี้ทั้งนั้น น้ำฝนปริมาณมาก (ราว 30,000 แกลลอน) ซึ่งผ่านการกรองอย่างถูกวิธีจะถูกเก็บไว้ในถังขนาดใหญ่ก่อนนำไปใช้ทำน้ำแข็ง เพื่อให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น นายจักรภัณฑ์ (Mr. Chakaphan) ได้ให้ข้อมูลกับเราว่าตอนนี้เครื่องจักรตัวที่ 2 ที่เขาได้สั่งไว้กำลังเดินทางมาจากยุโรป เมื่อเครื่องจักรเครื่องนี้มาถึง เขาจะสามารถผลิตน้ำแข็งได้ถึง 500 ปอนด์ต่อชั่วโมง และจะขายในราคาปอนด์ละ 1 อัฐ ซึ่งเป็นราคาที่จะทำให้ทุกคนสามารถดื่มด่ำไปกับความหรูหรานี้ได้ ทุกอย่างได้ถูกวางแผนไว้แล้วโดยตัวของนายจักรภัณฑ์เอง และในการสร้างโรงงานแห่งนี้ก็ยังได้รับคำปรึกษาโดยวิศวกรชื่อดังอย่างนายลีโอนาร์ดี (Mr. Leonardi) (ด้วย)" ("Other Days in Bangkok," 1924)

การพัฒนาตลาดน้ำแข็งสู่ตลาดมวลชน นอกจากผลิตน้ำแข็งในปริมาณที่มากแล้ว ผู้ผลิตยังต้องใส่ใจในเรื่องคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานเดียวกันทั้งหมดด้วย ซึ่งเราพบว่าในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2430 มีโฆษณาโรงน้ำแข็งในสื่อสิ่งพิมพ์ชิ้นหนึ่งได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้อย่างชัดเจนนั่นคือ โฆษณาน้ำแข็งของห้างแอนเดอเซนแอนด์โก (Anderson and Co.) ในหนังสือพิมพ์ *บางกอกไตมส์* ฉบับวันที่ 11 กันยายน ค.ศ. 1889 (พ.ศ. 2432) ซึ่งผู้ผลิตได้ชูจุดขายในเรื่องกระบวนการผลิตสมัยใหม่ ด้วยการใช้เครื่องจักรอย่างดี และมีเทคนิคในการผลิตตามคำสั่งซื้อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อการันตีว่าน้ำแข็งที่สั่งกับบริษัทนั้นมีคุณภาพดี โดยคำนึงถึงความสะอาดและปลอดภัยให้ได้มากที่สุด (เอนก นาวิกมูล, 2531, น.65) กล่าวได้ว่าผู้ผลิตในเวลานั้นเริ่มมีความตระหนักรู้ในเรื่องสุขาภิบาลอาหารไม่มากก็น้อย

ครั้นพอถึงช่วงพุทธทศวรรษที่ 2440 กิจการโรงน้ำแข็งก็ได้พัฒนาสู่ความเป็นอุตสาหกรรมไปอีกระดับหนึ่ง เมื่อโรงน้ำแข็งของบริษัท บางกอกแมนูแฟกเจอริง จำกัด (Bangkok Manufacturing Co., Ltd.) (บี.เอ็ม.ซี) และโรงน้ำแข็งห้างนายเลิศของพระยาภักดีนรเศรษฐ (เลิศ เศรษฐบุตร) ได้เปิดดำเนินกิจการขึ้น ซึ่งทั้งสองบริษัทนี้ทำให้กิจการโรงน้ำแข็งขยายไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ ในแนวราบ โดยไม่ได้มุ่งเน้นแค่ธุรกิจน้ำแข็งเพียงอย่างเดียว แต่อาศัยทรัพยากรที่มีอยู่เดิมนั่นคือน้ำแข็งไปแสวงหาประโยชน์ในธุรกิจใหม่ ๆ ที่สัมพันธ์กัน เช่น บริษัท บางกอกแมนูแฟกเจอริง จำกัด ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1901 (พ.ศ. 2444) มีทั้งธุรกิจโรงน้ำแข็ง น้ำโซดา น้ำอัดลม น้ำบาดาล ไอศกรีม ห้องเย็น รวมไปถึงสินค้านำเข้าอื่น ๆ จากประเทศออสเตรเลีย เช่น น้ำมันเนย เนื้อสัตว์ และอาหารแช่แข็ง เป็นต้น ส่วนห้างนายเลิศก็มีทั้งโรงน้ำแข็ง ไอศกรีม น้ำบาดาล ห้องเย็น ห้างขายของ เป็นเอเยนต์ขายน้ำหวาน น้ำมะเนด และน้ำโซดาของห้างเฟรเซอร์แอนนีฟ รวมไปถึงน้ำมันเบนซิน และน้ำมันก๊าดตรามงกุฎ (เย. ซี. บาร์เน็ต, 2453, น. 149)

ในกรณีของโรงน้ำแข็งของบริษัท บางกอกแมนูแฟกเจอริง จำกัด ในหนังสือ *Twentieth Century Impression of Siam: Its History, People, Commerce, Industries, and Resources* ใน ค.ศ. 1908 (พ.ศ. 2451) ให้ข้อมูลว่า วัตถุประสงค์แรกในการก่อตั้งบริษัทนี้คือผลิตน้ำแข็งและน้ำอัดลมเป็นหลักซึ่งเมื่อเริ่มต้นโรงน้ำแข็งนี้มีกำลังการผลิตน้ำแข็งแค่ 6 ตันเท่านั้น ต่อมากิจการได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้าจึงได้ขยายการผลิตเพิ่มขึ้นใน ค.ศ. 1908 (พ.ศ. 2451) ทำให้โรงน้ำแข็งแห่งนี้มีเครื่องทำน้ำแข็งขนาด 20 ตัน 1 เครื่อง 6 ตันอีก 1 เครื่อง ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นเครื่องที่ดีที่สุดในประเทศแถบเอเชียตะวันออก โดยนำเข้ามาจากบริษัท ฟลิกค์ จำกัด (Frick Company) สัญชาติอเมริกัน ซึ่งใช้แอมโมเนียเป็นสารทำความเย็น (Wright & Breakspear, 1994) โดยมีที่ตั้งอยู่เชิงสะพานพิทยเสถียรหรือสะพานเหล็กล่างบนถนนเจริญกรุง (Antonio, 1997) ทั้งนี้ โรงน้ำแข็งของบริษัท บางกอกแมนูแฟกเจอริง จำกัด ได้เปิดดำเนินกิจการจนถึง พ.ศ. 2463 ก่อนจะขายกิจการให้กับห้างฮุนซุยโห (H.Swee Hong Co.) ซึ่งเป็นห้างขายยา และเป็นตัวแทนจำหน่ายสารวัตถุต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำน้ำโซดา น้ำหวาน และน้ำอัดลม (*ที่ระลึกสยามรัฐพิพิธภัณฑ์*, 2470)

สำหรับโรงน้ำแข็งห้างนายเลิศของพระยาภักดีนรเศรษฐ (เลิศ เศรษฐบุตร) (พ.ศ. 2414-2488) เริ่มต้นดำเนินกิจการใน พ.ศ. 2448 ใช้ชื่อว่าโรงน้ำแข็งดิเอกซ์เซลซีเออร์ (The Excelsior Ice Manufactory) โดยเมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2456 ห้างนายเลิศได้รับพระราชทานตราตั้งเป็นตราครุฑและตราหนุมานถือธงจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) (พ.ศ. 2424-2468) ให้เป็นผู้จำหน่ายน้ำแข็งและไอศกรีมในพระบรมราชานุญาต ต่อมาโรงน้ำแข็งแห่งนี้ก็ได้รับการปรับปรุงและขยายโรงงานด้วยการสั่งเครื่องจักรรุ่นใหม่เข้ามาเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตให้ได้วันละ 60 ตัน และใช้ชื่อใหม่ว่า โรงน้ำแข็งสยาม (Siam Ice Work) ใน พ.ศ. 2468 ซึ่งนับว่าเป็นโรงน้ำแข็งที่ทันสมัยที่สุดในสมัยนั้น (*อนุสรณ์ 100 ปี พระยาภักดีนรเศรษฐ (เลิศ เศรษฐบุตร)*, 2515) หนังสือพิมพ์ *บางกอกไตมส์วีคลีเมล (Bangkok Times Weekly Mail)* ฉบับวันที่ 4 ตุลาคม ค.ศ. 1924 (พ.ศ. 2467) ระบุอีกว่า ในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2460 กรุงเทพฯ มีโรงน้ำแข็งมากมายเปิดกิจการแต่ที่รู้จักกันมากที่สุดมีอยู่เพียง 2 แห่ง ได้แก่ โรงน้ำแข็งบริษัท บี.เอ็ม.ซี (บริษัท บางกอกแมนูเฟกเจอริง จำกัด) และโรงน้ำแข็งนายเลิศ ซึ่งถ้าโรงน้ำแข็งทั้งสองแห่งทำงานอย่างเต็มกำลังก็จะสามารถผลิตน้ำแข็งป้อนเข้าสู่ตลาดได้รวมกันมากถึงวันละ 200 ตันเลยทีเดียว (“Other Days in Bangkok,” 1924, 4 ตุลาคม 1924, น. 35)

กล่าวกันว่า โรงน้ำแข็งทั้งสองแห่งนี้ได้สร้างผลกระทบต่อสังคมมากพอสมควร จำเพาะอยู่ 3 ประเด็นคือ โรงน้ำแข็งทั้งสองแห่งได้ใช้เครื่องจักรซึ่งผลิตน้ำแข็งได้ในปริมาณมาก ทำให้ราคาน้ำแข็งต่อหน่วยถูกลงจนราษฎรเข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิม ส่งผลให้รูปการณ์ของตลาดน้ำแข็งในกรุงเทพฯ ณ เวลานั้นได้ก้าวเข้าสู่การเป็นตลาดมวลชน ประเด็นต่อมาคือ โรงน้ำแข็งทั้งสองแห่งนี้ไม่ได้มุ่งเน้นผลิตน้ำแข็งอย่างเดียวแต่มีกิจการซึ่งเกี่ยวข้องกัน อันก่อเกิดเป็นผลิตภัณฑ์และรูปแบบการบริโภคใหม่ ๆ ขึ้นในสังคม ตัวอย่างเช่น กรณีของโรงน้ำแข็งนายเลิศก็มีทั้งไอศกรีม น้ำแข็งไสราดน้ำหวาน มะพร้าวแช่น้ำแข็ง และผลไม้แช่เย็น ฯลฯ

ที่สำคัญทั้งสองบริษัทมีห้องเย็น สันนิษฐานว่าห้องเย็นในสมัยนั้นไม่ได้ใช้ไฟฟ้ากันเอิกเกริกดังเช่นทุกวันนี้ แต่ความเย็นที่ใช้เก็บของสดต่าง ๆ ให้อยู่ในอุณหภูมิต่ำเป็นผลพลอยได้จากโรงน้ำแข็งซึ่งสิ่งนี้ส่งผลดีต่อธุรกิจอาหารโดยตรง เพราะอาหารบางจำพวกซึ่งเป็นของสด

เสียง่ายหรืออยู่นอกฤดูกาลสามารถเก็บไว้บริโภคได้นานขึ้นกว่าเดิม ใน *รายงานการแสดงกสิกรรมแลพานิชการ ครั้งที่ 1 ณ กรุงเทพฯ วันที่ 18 เมษายน รัตนโกสินทร์ศก 129* (พ.ศ. 2453) ชี้ให้เห็นสภาพห้องเย็นของบริษัท บางกอกแมนูแฟกเจอริง จำกัด ไว้ด้วยว่า "ห้องเย็นไว้ของสดนั้นสอาดสอ้านมาก ปูด้วยหินอ่อนแลกระเบื้องขาวตลอดทั้งสามห้อง" (เย. ซี. บาร์เน็ต, 2453, น. 51)

ถึงแม้ว่ากิจการโรงน้ำแข็งของเอกชนพัฒนาขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่พุทธทศวรรษที่ 2440 ทว่าจากหลักฐานในเวลาใกล้เคียงกัน พบว่า กรมทหารเรือสยามก็เคยผลิตน้ำแข็งใช้ในราชการและจำหน่ายแก่ประชาชนบางส่วนด้วยเช่นกัน โดยมีพระวรวงศ์เธอ กรมหมื่นปราบปรปักษ์ (พ.ศ. 2386-2441) อดีตผู้บัญชาการทหารเรือเป็นผู้ริเริ่มขึ้น ("การทำน้ำแข็งและขายน้ำแข็งกรมทหารเรือ," 119 [พ.ศ.2443]) อย่างไรก็ดี การผลิตน้ำแข็งในกรมทหารเรือถูกยกเลิกไปใน พ.ศ. 2451 โดยเปลี่ยนมาซื้อน้ำแข็งจากเอกชนแทนคือบริษัท บางกอกแมนูแฟกเจอริง จำกัด ด้วยเหตุผลว่าราคาน้ำแข็งซึ่งบริษัทนี้เสนอให้ถูกและคุ้มค่ากว่าทางราชการผลิตเอง ยิ่งกว่านั้นการให้กรมทหารเรือผลิตน้ำแข็ง ก็ผิดไปจากแบบแผนของทหารเรือสากล ("กรมทหารเรือเลิกการส่งน้ำแข็งและน้ำกลั่น," 129 [พ.ศ.2453])

การที่วัตถุประสงค์หลักในการผลิตน้ำแข็งของกรมทหารเรือคือใช้บริโภคในราชการทำให้เราพอจะอนุมานได้ว่าการบริโภคน้ำแข็งในราชสำนักเวลานั้นก็คงมากพอสมควร เพราะถ้ามีอยู่ไม่มาก ก็คงไม่คุ้มนักถ้าจะลงทุนในการผลิตสักครั้งหนึ่ง ซึ่งนอกจากมีเรื่องค่าแรงคนงานแล้ว ยังมีค่าโสหุ้ย และค่าดูแลรักษาเครื่องจักรอีกด้วย คิดเป็นเงินก็มากในระดับหนึ่ง ดังเอกสารจดหมายเหตุชิ้นนี้ได้ยืนยันถึงความเป็นไปได้ดังกล่าวว่า เฉพาะปี ร.ศ. 126 (พ.ศ. 2450) "กรมทหารเรือมีรายจ่ายในการทำน้ำแข็ง เป็นเงินถึง 31,115 บาท 52 อัฐ โดยจำนวนน้ำแข็งที่กรมทหารเรือจ่ายให้ใช้ในราชการ ทั้งสิ้น 1,479,660 ปอนด์ ประกอบด้วย *จ่ายใช้ในราชการประจำฝ่ายใน* ทั้งสิ้น 425,964 ปอนด์ *จ่ายพระราชวงศ์ฝ่ายหน้า* ทั้งสิ้น 509,420 ปอนด์ *จ่ายราชการจรทั้งฝ่ายหน้าฝ่ายใน* ทั้งสิ้น 382,586 ปอนด์ *ละลายเสีย* ทั้งสิ้น 87,758 ปอนด์และ *ขายให้ผู้มาขอซื้อ* ทั้งสิ้น 73,932 ปอนด์" ("กรมทหารเรือเลิกการส่งน้ำแข็งและน้ำกลั่น," 129 [พ.ศ.2453])

หลักฐานทั้งหมดฉายชัดให้เราเห็นว่ารูปการณ์ของการบริโภคน้ำแข็งในราชสำนักทวีขึ้นมากทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า นอกจากนั้นราษฎรเองก็สามารถเข้าถึงสินค้าชนิดนี้ได้บ้างแล้ว ดังที่เห็นจากการที่กรมทหารเรือได้ผลิตน้ำแข็งจำหน่ายแก่ราษฎรผู้ที่มาขอซื้อด้วย

เราได้เห็นความเปลี่ยนแปลงอีกอย่างหนึ่งในทศวรรษนี้ (พุทธทศวรรษที่ 2450) คือ กิจการโรงน้ำแข็งเริ่มขยายไปยังหัวเมืองในระดับภูมิภาคนอกเหนือไปจากพระนคร ซึ่งโรงน้ำแข็งได้กลายเป็นตัวชี้วัดความเจริญทางด้านวัตถุอย่างหนึ่ง อันเกิดจากการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น ดังที่ได้เห็นจาก *จดหมายเหตุประพาสหัวเมืองปักษ์ใต้ ร.ศ. 128 (พ.ศ. 2452)* พระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อครั้งทรงดำรงพระอิสริยยศเป็นพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร โดยใช้พระนามแฝงว่า "นายแก้ว" ในจดหมายฉบับที่ 5 ที่ประทับ ณ ตำบลสามกอง เมืองภูเก็จ เมื่อวันที่ 25 เมษายน ร.ศ. 128 กล่าวว่า "พยานแห่งความเจริญของเมืองภูเก็จ ตามที่คนสามัญที่มาเที่ยวจะรู้สึกได้มีอยู่หลายประการ... โรงทำน้ำแข็งก็มี รายโรงน้ำแข็งนี้แหละอยู่ข้างจะเก่งมาก นอกจากในกรุงเทพฯ ไม่มีที่ไหนอีกในเมืองไทย...

ยังขาดอยู่ก็แต่ไฟฟ้านั้นและเป็นอย่างสำคัญ" (มงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ, 2502, น. 79)

ความเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งในช่วงปลายพุทธทศวรรษที่ 2450 เราพบว่า ตู้น้ำแข็งเริ่มแพร่หลายสู่สังคมในระดับหนึ่งแล้วเช่นกัน ดังปรากฏในหนังสือพิมพ์ *กรุงเทพฯ เดลิเมล์* ฉบับวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2459 มีแจ้งความพิเศษเลหลังสินค้า (auction) คือการขายสินค้าด้วยวิธีการประมูล หรือขายทอดตลาด ที่บริษัทเลหลังสโมสรกรุงเทพฯ ซึ่งมีสินค้ามากมาย โดยหนึ่งในนั้นมีตู้น้ำแข็งรวมอยู่ด้วย ("แจ้งความพิเศษ," 2459) ถึงแม้แจ้งความพิเศษชิ้นนี้จะไม่ได้ให้ข้อมูลว่าตู้น้ำแข็งชิ้นนี้ได้มาอย่างไร แต่มีความเป็นไปได้ว่า คงเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ

อย่างไรก็ดี เราพบหลักฐานว่า ในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2460 มีห้างร้านต่างชาติรับสั่งและจำหน่ายเครื่องทำน้ำแข็งถึง 2 แห่ง นั่นคือ ห้างเพาล์ปิกเคนปัก และห้างแอล.โบเฮนสกี ดังที่ปรากฏในหนังสือ *ที่ระลึกสยามรัฐพิพิธภัณฑ์สวนลุมพินี พ.ศ. 2468* ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งมีอยู่ในห้างทั้งสองแห่งนี้ ถือว่าเป็นตัวชี้วัดชั้นดีถึงบริบทของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของสยาม ที่กำลังเปลี่ยนไปสู่กระแสบริโภคนิยมด้วยอิทธิพลของทุนนิยมที่ทวีขึ้น โดยมีสินค้าสมัยใหม่จากโลกตะวันตกเป็นตัวขับเคลื่อน[3]

ก่อนสิ้นพุทธทศวรรษที่ 2460 รูปการณ์โดยรวมของกิจการโรงน้ำแข็งในกรุงเทพฯ ก็ได้เจริญรุ่งเรืองขึ้นมากกว่าแต่ก่อน ดังความตอนหนึ่งในเอกสารจดหมายเหตุ *รฟท.2/8-9 กล่อง 3 จดหมายเหตุของสภาเผยแผ่พาณิชย์ ฉบับที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2469* ว่าด้วยเรื่อง "สำรวจโภคทรัพย์ของประเทศสยามกับวิจารการค้าขายกับนา ๆ ประเทศในรัชกาลของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 6 (พ.ศ. 2453 ถึง พ.ศ. 2468)" ระบุว่า

> "(เฉพาะในกรุงเทพฯ) ก็มีโรงทำน้ำแข็งอีกหลายโรงและบางโรงได้เจาะเอาน้ำใต้บาดาลมาใช้ เพื่อให้เปนน้ำที่บริสุทธิ์ เจ้าน่าที่แพนกการประปาก็รับรองอยู่ว่าน้ำประปาที่จำหน่ายทั่วพระนครนั้น เปนน้ำที่บริสุทธิ์สำหรับรับประทานได้ดี แต่น้ำบาดาลได้มีมานานแล้ว และคนนิยมกันเสียจนฝังหัว..." ("สำรวจโภคทรัพย์ของประเทศสยาม กับวิจารการค้าขายกับนา ๆ ประเทศในรัชกาลของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 6 (พ.ศ. 2543 ถึง พ.ศ. 2468)," 2469)

[3] ควรเข้าใจด้วยว่า ในขณะนั้นสยามเองก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 เช่นกัน ซึ่งปรากฏในรูปของรายได้จากการค้าข้าวที่ลดลง ขณะเดียวกันรายจ่ายภาครัฐก็ขยายตัวเกินกว่ารายได้ ก่อให้เกิดปัญหาการขาดแคลนเงินในการใช้จ่าย และการที่เงินคงคลังลดลงจนในที่สุดก็หมดลง ทำให้ฐานะการคลังของประเทศเกือบอยู่ในสภาพล้มละลาย และนำมาซึ่งการกู้เงินต่างประเทศเพื่อมาใช้เป็นเงินคงคลัง ในขณะที่ผลกระทบโดยมากตกอยู่กับชาวนาซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ (สุนทรี อาสะไวย์ และ นิติ กสิโกศล, 2525, น. 108) ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการจึงเป็นภาพสะท้อนเสี้ยวหนึ่งของการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของเมือง ซึ่งกระจุกตัวอยู่เฉพาะในกรุงเทพฯ

อย่างไรก็ดี เนื้อความในเอกสารนี้ไม่เพียงชี้ให้เห็นถึงความนิยมในการใช้น้ำบาดาลเพราะเชื่อว่าเป็นน้ำสะอาดเท่านั้น แต่ยังสะท้อนว่าผู้คนในสมัยนั้นยังคงรู้สึกเคลือบแคลงในเรื่องคุณภาพของน้ำประปา ในแง่หนึ่งความนิยมในการบริโภคน้ำแข็งจากน้ำบาดาลเกิดขึ้นมาจากฝ่ายผู้ผลิตที่ปฏิบัติต่อ ๆ กันมา ดังที่ได้เห็นในโฆษณาข้างต้นว่า มักชูเรื่องความสะอาดด้วยการใช้น้ำบาดาลทำน้ำแข็งเป็นการเฉพาะ ไม่ได้ใช้น้ำท่าน้ำคลองที่ปะปนกับผู้อื่น

5. ความแพร่หลายของน้ำแข็ง : จากราชสำนักถึงราษฎร

นับตั้งแต่กิจการโรงน้ำแข็งในกรุงเทพฯ เกิดการขยายตัวในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2430 เป็นต้นมา การบริโภคน้ำแข็งของคนไทยก็เติบโตมากขึ้นตามไปด้วย ถึงแม้ว่าคนระดับบนในสังคมยังคงเป็นผู้บริโภคกลุ่มหลักอยู่ก็ตาม แต่พวกเขาก็ได้เพิ่มความต้องการบริโภคมากขึ้นไปอีก ดังที่ได้ชี้ให้เห็นแล้วว่า ราชสำนักสยามบริโภคน้ำแข็งมากเสียจนถึงกับตั้งโรงน้ำแข็งใช้ในราชการในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2440 แต่การเพิ่มขึ้นในเชิงปริมาณก็ไม่ใช่สิ่งเดียวที่เปลี่ยนแปลงไปวิถีแห่งการบริโภคความเย็นจากน้ำแข็งยังได้แพร่กระจายจากราชสำนักไปสู่ราษฎรเป็นวงกว้าง ในตอนต้นเราได้กล่าวแล้วว่าน้ำแข็งเข้าไปมีบทบาทในราชสำนักอย่างมาก ทั้งโดยทางตรงคือการกินน้ำแข็งเป็นก้อน ๆ และโดยทางอ้อมคือการใช้ประโยชน์จากความเย็นของน้ำแข็งในการทำความเย็นให้กับอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งนี้ รูปแบบการบริโภคน้ำแข็งได้วิวัฒน์ไปสู่ความเจนจัดช่ำชองที่มีมากกว่าแต่ก่อน รวมทั้งมีการประยุกต์ใช้ความเย็นจากน้ำแข็งไปตอบโจทย์ในเรื่องอาหารการกินได้อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะในราชสำนักในรัชกาลที่ 6 ระหว่างพุทธทศวรรษที่ 2450-2460 เราได้เห็นว่าวิถีแห่งการบริโภคนี้ลงหลักปักฐานจนน้ำแข็งกลายเป็นเรื่องปรกติสามัญและเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตชาววังไปโดยปริยาย

หลักฐานที่ชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ก็คือ หนังสือบันทึกความทรงจำของข้าหลวงผู้ใช้ชีวิตอยู่ในวัง ณ เวลานั้นอย่างน้อย 2 ชิ้น ได้แก่

หลักฐานชิ้นแรกคือหนังสือ *พระราชประเพณี* ของจมื่นอมรดรุณารักษ์ (แจ่ม สุนทรเวช) (พ.ศ. 2442-2524) กล่าวถึงประเพณีการเสวยต้นในรัชกาลที่ 6 ซึ่งหมายถึงการเสวยพระกระยาหารมื้อกลางวันในแบบไทย และมีการนำน้ำแข็งมาใช้รักษาความสดให้กับผักที่ใช้เสวยกับเครื่องจิ้มชนิดต่าง ๆ เพื่อให้ดูน่ารับประทานด้วย ดังความว่า

> “ชาววรภาชน์จะเตรียมน้ำแข็งขูดเป็นฝอยด้วยเครื่องมือสำหรับขูดเอาไว้เสมอ พอจวนได้เวลาเสวยจึงจะนำมาโรยคลุมลงบนจานผักสดที่จัดประดับเตรียมไว้เพื่อทอดถวายในพระสุพรรณภาชน์เป็นจานหลังสุด แต่ไม่โปะลงไปจนปิดผัก จะโรยพอให้น่าดูและเย็นพอเท่านั้น ผักแช่น้ำแข็งนี้เป็นเครื่องเสวยอีกชนิดหนึ่งที่โปรดมากเป็นพิเศษจนขาดไม่ได้ทีเดียว ไม่ว่าเครื่องจิ้มจะเป็นชนิดใดก็ตามผักสดจะต้องมีด้วยทุกครั้งที่เครื่องเสวย” (อมรดรุณารักษ์, (แจ่ม สุนทรเวช), 2514, น. 99-100)

นอกจากนี้ ผู้เขียนยังได้กล่าวถึงเครื่องหวานคือลูกตาลเชื่อม ซึ่งในการจัดเตรียมพระกระยาหารก็ได้มีการใส่น้ำแข็งก้อนเล็ก ๆ หล่อไว้ในโถแก้วเพื่อทำให้น้ำเชื่อมเย็นโดยไม่ทำให้รสหวานจางหายเมื่อน้ำแข็งละลายลงอีกด้วย (อมรดรุณารักษ์, 2514)

หลักฐานชิ้นต่อมาคือหนังสือ *ชีวิตในวัง* ของหม่อมหลวงเนื่อง นิลรัตน์ (พ.ศ. 2456-2553) ซึ่งบ่งชี้ว่าราชสำนักในรัชกาลที่ 6 มีการใช้ตู้น้ำแข็งในฐานะเครื่องอำนวยความสะดวกในการทำอาหารกันเป็นกิจวัตร โดยตู้น้ำแข็งในเวลานั้นไม่ได้ใช้ไฟฟ้า “(แต่) เป็นตู้ต่อด้วยไม้สักทั้งใบใช้ไม้เข้าลิ้นไม่มีการตอกด้วยตะปูเพราะกลัวถูกน้ำเป็นสนิม สลักลวดลายด้านหน้าและด้านข้าง ภายในตู้ลึกมากบุด้วยตะกั่วแผ่เป็นแผ่นแบน ๆ เหมือนสังกะสี ไม่มีเครื่องทำความเย็นอย่างอื่น นอกจากน้ำแข็งก้อนโตใส่ไว้ชั้นบนและชั้นล่างของตู้ ตรงกลางตู้มีชั้นกว้างลึก 3-4 ชั้นไว้วางของที่จะแช่” (เนื่อง นิลรัตน์, หม่อมหลวง, 2538, น. 92-93) หม่อมหลวงเนื่อง นิลรัตน์กล่าวว่า น้ำแข็งจากโรงน้ำแข็งถูกส่งเข้ามาในวังทั้งเช้า-เย็นโดยใส่ไว้ในตู้น้ำแข็งบนพระตำหนักและที่ห้องเครื่อง โดยจะมีข้าหลวงท่านหนึ่งเป็นผู้ควบคุมการใช้ตู้น้ำแข็ง (เนื่อง นิลรัตน์, หม่อมหลวง, 2538, น.16) ว่าด้วยเรื่องนี้ ตู้น้ำแข็งมีไว้ใช้ในหลายลักษณะ ได้แก่ *หนึ่ง* อาศัยความเย็นจากตู้น้ำแข็งทำพระกระยาหาร เป็นต้นว่าเยลลี่ทั้งแบบคาวและแบบหวาน[4] *สอง* อาศัยความเย็นจากตู้น้ำแข็งในการรักษาความสดให้กับผลไม้ และ*สาม* อาศัยความเย็นจากตู้น้ำแข็งแช่น้ำดื่ม

ความน่าสนใจของหลักฐานทั้งสองชิ้นนี้มีอยู่ว่า ก่อนหน้านี้น้ำแข็งมักจะเข้าไปมีบทบาทเชื่อมโยงกับรสนิยมการกินดื่มแบบตะวันตก มาบัดนี้เราได้เห็นบทบาทของน้ำแข็งในวิถีแห่งการบริโภคแบบไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการหลอมรวมทางวัฒนธรรมที่ข้างหนึ่งคือรับเอาอิทธิพลตะวันตกเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งในวิถีแห่งการบริโภคของท้องถิ่น และอีกข้างหนึ่งคือการธำรงอัตลักษณ์ความเป็นไทยให้แจ่มชัดขึ้นโดยผ่านปฏิบัติการแห่งการบริโภค ทว่าสิ่งที่น่าตั้งคำถามยิ่งคือการที่พระองค์ทรงใช้การบริโภคเป็นเวทีแห่งการนำเสนอความเป็นไทยนั้นมีนัยสำคัญอย่างไร

เป็นที่รับรู้กันว่าสยามในยุคสมัยของพระองค์มีการดำเนินพระบรมราโชบายปลูกฝังลัทธิชาตินิยม ด้วยเหตุผลอย่างน้อย 2 ประการ ได้แก่ *ประการแรก* เป็นเครื่องมือสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ *ประการต่อมา* เป็นอุดมการณ์ที่ประสานความแตกต่างของประชากรหลากหลายเชื้อชาติ-ชาติพันธุ์ให้รวมกันเป็นพลเมืองภายใต้รัฐสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ซึ่งสิ่งนี้คือความพยายามในการสร้างรัฐสมัยใหม่ที่เริ่มต้นตั้งแต่ในรัชกาลก่อน และเป็นปฏิกิริยาต่อการขยายตัวของลัทธิจักรวรรดินิยม รวมไปถึงอิทธิพลของต่างชาติทั้งในมิติเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่พุ่งสู่กระแสสูง การรื้อฟื้นวิถีแห่งการบริโภคแบบไทยในรัชกาลที่ 6 จึงเป็นไปด้วยเงื่อนไขในบริบทดังว่าคือเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยผ่านองค์พระมหากษัตริย์ภายใต้บริบทที่รัฐสมบูรณาญาสิทธิราชย์กำลังประสบกับความท้าทายทั้งใน-นอกพระราชอาณาจักร และเป็นภาพสะท้อนของการปะทะกันทางวัฒนธรรมระหว่างความเป็นตะวันออก-ตะวันตก อีกด้วย

[4] เรื่องของเยลลี่เคยมีบันทึกไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2431 โดยหนังสือพระราชนิพนธ์เรื่อง *พระราชพิธีสิบสองเดือน* ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงกล่าวถึงอาหาร 2 ชนิดคือ เฉาก๊วยและเยลลี่ไว้ในส่วนของพระราชพิธีเดือน 5 พิธีสงกรานต์ (จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ, 2496, น. 334)

ในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2460 ในรั้วในวังเอง การบริโภคความเย็นจากน้ำแข็งก็ไม่ได้จำกัดอยู่แค่กลุ่มเจ้านายเชื้อพระวงศ์ชั้นสูงอีกต่อไป ชาววังในระดับรอง ๆ ลงมาก็มีโอกาสได้เข้าถึงสิ่งนี้เช่นกัน แต่มีความย่อมเยากว่า ดังที่หม่อมศรีพรหมา กฤดากร ณ อยุธยา (พ.ศ. 2431-2521) เล่าไว้ในอัตชีวประวัติของท่านว่า “อยู่ในวังซื้อไอศกรีมยายแตนหนึ่งถ้วยราคา 1 พส ถ้าเอาเม็ดมะขามเนื้อมะพร้าวอ่อนนิดหน่อยถ้วยละ 1 อัฐเท่านั้น ของแกหวานแหลมดีจริง ซื้อทางหน้าต่าง ทำหยดไว้มดมารุมกัน พี่เลี้ยงบ่นให้” (ศรีพรหมา กฤดากร ณ อยุธยา, หม่อม, 2562, น. 151) โดยเรื่องนี้ ลาวัณย์ โชตามระ (พ.ศ. 2463-2536) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ไอศกรีมเม็ดมะขามเนื้อมะพร้าวคือรสชาติที่หาได้ทั่วไปในยุคนั้น สำหรับไอศกรีมรสชาติอื่น ๆ เช่นไอศกรีมผสมกาแฟ ผสมช็อคโกแลต ซึ่งมีพื้นเป็นนมสดและนมข้นราคาแพง คนทั่วไปยังไม่มีกำลังซื้อมากพอจึงมีเสิร์ฟแต่ในวังเท่านั้น และถ้าเป็นไอศกรีมเนื้อมะพร้าวก็ใช้เนื้อมะพร้าวและน้ำมะพร้าวอ่อนอย่างดี ซึ่งต่างไปจากสิ่งที่ขาย ๆ กันที่มักจะใช้น้ำตาลทรายละลายน้ำใส่น้ำมะพร้าวน้ำหอมลงไปเล็กน้อย แล้วมีเนื้อมะพร้าวหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ใส่ลงไปในส่วนผสมเท่านั้น จึงไม่แปลกที่ไอศกรีมจะมีรสหวานแหลม (ลาวัณย์ โชตามระ, 2536, น.98-104)

เมื่อพิจารณาถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับราชสำนัก เราได้เห็นว่าบรรดาคนในรั้วในวังพัฒนาทักษะและประสบการณ์ต่อการใช้ประโยชน์จากน้ำแข็งอย่างช่ำชองมากยิ่งขึ้น เราได้เห็นการประยุกต์ใช้ความเย็นจากน้ำแข็งในอาหารแบบไทย เป็นต้นว่าการใช้ผลไม้ท้องถิ่นอย่างมะพร้าวมาทำเป็นไอศกรีม สิ่งนี้ทำให้เราเห็นว่าวิถีแห่งการบริโภคน้ำแข็งได้กลายเป็นของท้องถิ่น (localized) กระบวนการดังกล่าวทำให้วิถีแห่งการบริโภคน้ำแข็งของชนชั้นนำเป็นไปในรูปแบบของความเป็นลูกผสมในทางวัฒนธรรม (cultural hybridity)[5] ในแง่นี้ การบริโภคน้ำแข็งไม่ได้มาแทนที่วิถีแห่งการบริโภคอาหารของคนท้องถิ่น แต่หลอมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นท้องถิ่นโดยกลายเป็นของกินเล่นสามัญในชีวิตประจำวันของคนในรั้วในวังไป

เราพบว่า ตัวแปรสำคัญที่ทำให้ตลาดน้ำแข็งเปิดกว้างไปมากขึ้นกว่าเดิม จนคนกลุ่มอื่นในสังคมเอื้อมถึงได้คือการเติบโตของกิจการโรงน้ำแข็งโดยเอกชน แต่ถ้าย้อนกลับไปในช่วงแรกเมื่อน้ำแข็งได้มาอยู่ในความรับรู้ของราษฎร น้ำแข็งก็มีสถานะไม่ต่างอะไรกับที่คนในราชสำนักรู้สึก สิ่งนี้ พระยาอนุมานราชธน (ยง เสฐียรโกเศศ) (พ.ศ. 2431-2512) บันทึกไว้ว่า

---

[5] แนวคิดความเป็นลูกผสมทางวัฒนธรรม (cultural hybridity) มาจากสกุลคิดหลังอาณานิคม (Postcolonialism) ใช้อธิบายถึงการผสมผสานเข้ากันทางวัฒนธรรมเพื่อก้าวข้ามกรอบวิธีคิดแบบคู่ตรงข้าม (Nederveen Pieterse, 2001, p. 238) ด้วยการอธิบายว่า ผลอันเกิดจากการผสมผสานเข้ากันนั้นเป็นพื้นที่ตรงกลางหรืออยู่ระหว่างสองสิ่ง (in-between) ไม่ได้ถูกกำหนดหรือมีความเป็นแก่นแท้ตายตัวเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง ปีเตอร์ เอ แจ็คสัน (Peter A. Jackson) (2556, น. 4) ใช้แนวคิดนี้อภิปรายรูปแบบความเป็นสมัยใหม่ภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างสยามกับตะวันตก เพื่อเน้นย้ำให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม ความรู้และอัตลักษณ์ของสยาม/ไทยภายใต้สภาวะกึ่งอาณานิคม ซึ่งอยู่ตรงกลางระหว่างความเป็นประเทศใต้อาณานิคมกับเจ้าอาณานิคม อาศัยแนวคิดดังกล่าว บทความนี้ใช้แนวคิดความเป็นลูกผสมเพื่ออธิบายการผสมผสานเข้ากันระหว่างความเป็นตะวันตกกับความเป็นไทย โดยพิจารณาว่าวิถีแห่งการบริโภคน้ำแข็งของสยาม คือ วัฒนธรรมรูปแบบใหม่ อันเป็นผลมาจากการผสมผสานกันทางวัฒนธรรมและภาษาด้วยการปรับและแปลวิถีแห่งการบริโภคน้ำแข็งของตะวันตกให้เข้ากับวิถีแห่งการบริโภคอาหารท้องถิ่นของไทย

> “คนส่วนมากยังไม่เคยเห็นและซ้ำจะไม่เชื่อว่าน้ำแข็งมีจริง จนถึงทางราชการเอาใส่ถาดตั้งไว้ให้ราษฎรดูที่มิวเซียม หรือพิพิธภัณฑสถาน ซึ่งสมัยนั้นตั้งอยู่ที่ตึกศาลาสหทัย ราษฎรที่พากันไปดู ลางคนคิดถึงคนอื่นที่บ้าน เป็นห่วงว่ายังไม่เคยเห็น ก็ขอก้อนน้ำแข็งซึ่งเขาต่อยไว้แล้วเป็นก้อนเล็ก ๆ และใส่ถาดไว้ให้ดู เอาไปฝากหรืออวดคนที่บ้านจะได้รู้ดูไว้ที่โบราณว่า ‘ปั้นน้ำเป็นตัว’ นั้นมีจริง” (อนุมานราชธน, พระยา, 2547, น. 324)

จากข้อความข้างต้น ทำให้เราทราบว่าเมื่อแรกมีน้ำแข็งเกิดขึ้นในสยาม การได้รู้จักกับน้ำแข็งของราษฎรเกิดขึ้นจากบนลงล่าง กล่าวคือ ราชสำนักเป็นผู้แนะนำโดยน้ำแข็งยังถือว่าเป็นประสบการณ์ใหม่ในหมู่คนทั่วไป จนต่อมาเมื่อกิจการโรงน้ำแข็งก้าวเข้าสู่ความเป็นอุตสาหกรรม การผลิตและจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้คนมีโอกาสเข้าถึงน้ำแข็งกันมากกว่าเดิม ในกรุงเทพฯ มีน้ำแข็งขายกันมากมาย สามัญชนรู้จักน้ำแข็งกันกว้างขวางแม้ไม่ได้กินกันเป็นประจำ แต่ก็มีขายกันทั่วไปโดยพ่อค้าชาวจีน ดังเช่นที่พระยาอนุมานราชธน เล่าถึงการกินน้ำแข็งใส่น้ำหวานไว้ว่า

> “น้ำแข็งที่เจ็กขายนี้ ทีแรกเมื่อมีขายเป็นถ้วย คือใส่น้ำท่าลงไปค่อนถ้วยแก้วเติมน้ำเชื่อมพอให้มีรสหวาน แล้วต่อยน้ำแข็งจากก้อนใหญ่ใส่ลงไปในแก้วนั้นก้อนหนึ่ง มีขนาดโต กว่าหัวแม่มือเล็กน้อย ขณะดื่ม เมื่อปากถูกก้อนน้ำแข็งก็รู้สึกเย็น ๆ เท่านั้น ถ้าไม่ถูกก้อนน้ำแข็งก็ดื่มน้ำท่าตามธรรมดา แต่มีรสหวาน ๆ เท่านั้นเอง ภายหลังเจริญขึ้นก็เปลี่ยนเป็นราดน้ำบนก้อนน้ำแข็งก้อนใหญ่ ให้น้ำไหลลงมาที่ก๊อก แล้วรองรับไว้และเทกลับราดไปบนก้อนน้ำแข็งอีก ทำอย่างนี้กลับไปกลับมาหลาย ๆ ครั้งจนกระทั่งเห็นว่าน้ำมีลักษณะเย็นมากก็กรอกใส่แก้วเติมน้ำเชื่อมให้ วิธีนี้ผู้ซื้อต้องคอยนานสักหน่อยจึงจะได้ดื่มกิน ต่อมาจึงเกิดใช้ทุบน้ำแข็งเป็นก้อนเล็ก ๆ และในที่สุดก็ใช้กบไสดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ตรงนี้นึกออกอีกนิดหนึ่ง เมื่อมีน้ำแข็งขึ้นใหม่ ๆ ชาวบ้านชั้นผู้ใหญ่ห้ามเด็ก ๆ ไม่ให้กิน บอกว่าแสลง กินเข้าไปแล้วร้อน เห็นจะหมายถึงร้อนใน หาว่ามันใส่ยาอะไรก็ไม่รู้จึงทำให้น้ำแข็งได้ ห้ามอย่างนี้ก็ดี เพราะตามธรรมชาติเด็กมีนิสัยตะกละ กินไม่เลือกจะได้ไม่กล้ากินสุ่มสี่สุ่มห้า” (อนุมานราชธน, พระยา, 2547, น. 324-325)

สิ่งที่พระยาอนุมานราชธนเล่ามานี้มีประเด็นน่าสนใจอยู่ 2 ประเด็น ได้แก่

ประเด็นแรก น้ำแข็งในรูปของหวานไปสู่ราษฎรโดยผ่านพ่อค้าจีน ซึ่งคนกลุ่มนี้คือแรงงานอิสระที่ตั้งตัวขึ้นมาเป็นผู้ประกอบกิจการรายย่อย ทั้งพ่อค้าหาบเร่ และพ่อค้าปลีกในร้านค้าขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานราก เมื่อกล่าวถึงเรื่องนี้ ได้มีหลักฐานเพิ่มเติมอีก 2 ชิ้นที่กล่าวถึงการมีอยู่ของพ่อค้าน้ำแข็งหาบเร่ในเวลานั้นคือ *หนึ่ง* รูปยาซิกาแรต (บุหรี่) ของบริษัท ยาสูบบริติช-อเมริกัน จำกัด ใน พ.ศ. 2451 ชุดละ 25 ใบ ในนั้นมีรูปวาดรูปหนึ่งเป็นพ่อค้าหาบเร่ขายหวานเย็น (เสริม สุนทรานันท์, 2540, น. 72) (ดังภาพที่ 1) *สอง* ไปรษณียบัตรของบริษัท สยาม โฟโต้ ซับพลาย จำกัด (Siam Photo

Supply Co.) มีรูปถ่ายคนขายไอศกรีม ถ่ายเมื่อราว ค.ศ. 1909 (พ.ศ. 2452) (ดังภาพที่ 2) หลักฐานทั้งสองชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่าราษฎรมีประสบการณ์กับการบริโภคน้ำแข็งในรูปของหวาน ที่น่าสนใจคือ การค้าน้ำแข็งหาบเร่จะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ถ้าในยุคนั้นไม่มีถังเก็บความเย็นที่มีไว้แช่น้ำแข็งไม่ให้ละลาย โดยมากพ่อค้าในยุคนั้นมักจะเก็บน้ำแข็งไว้ในถังเหล็กใส่เกลือ แต่ในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2460 เราได้เห็นโฆษณาขวดหรือกระติกน้ำร้อน-น้ำเย็นในหนังสือพิมพ์ *เดอะสยามออฟเซิฟเวอร์ (The Siam Observer)* ฉบับวันที่ 30 มีนาคม และ 29 มิถุนายน ค.ศ. 1920 (พ.ศ. 2463) ด้วย (ดังภาพที่ 3) ซึ่งสิ่งนี้ทำให้เข้าใจได้ในระดับหนึ่งว่าการบริโภคความเย็นแบบพกพาคือสิ่งที่เป็นไปได้

ภาพที่ 1

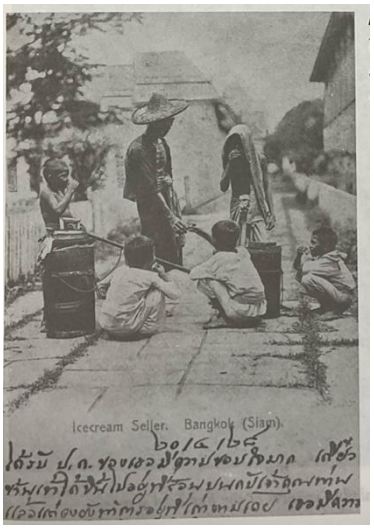
รูปยาซิกาแรตของบริษัทยาสูบบริติช-อเมริกัน จำกัด พ.ศ. 2451 เป็นรูปพ่อค้าหาบเร่ขายหวานเย็น



หมายเหตุ. จาก *รูปยาซิกาแรตไทย* (น.72), โดย เสริม สุนทรานันท์, 2540, ริเวอร์บุ๊คส์

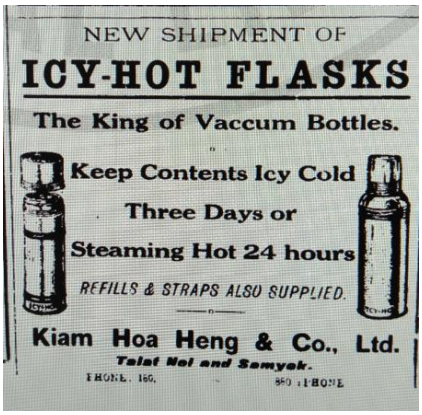
ภาพที่ 2

ไปรษณียบัตรของบริษัทสยาม โฟโต้ ซับพลาย จำกัด เป็นรูปคนขายไอศกรีมหาบเร่



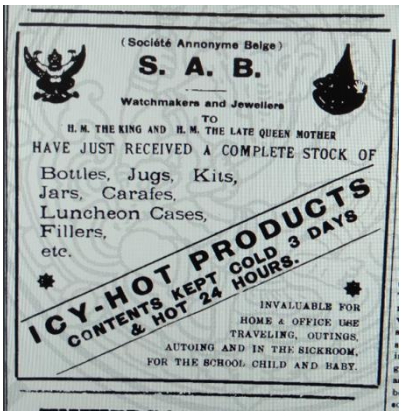
หมายเหตุ. จาก *เกร็ดสนุกเมืองสยาม* (น.35), โดย เอนก นาวิกมูล, 2545, ไทยวัฒนาพานิช

ภาพที่ 3
โฆษณากระติกน้ำร้อนน้ำเย็นของห้างเคี่ยมฮั้วเฮง (Kiam Hoa Heng & Co,. Ltd.)



หมายเหตุ. โดย Siam Observer, 30 March 1920

ภาพที่ 4
โฆษณากระติกน้ำร้อนน้ำเย็นของห้างเอส.เอ.บี (S.A.B.: Societe Annonyme Belge) สัญชาติเบลเยียม



หมายเหตุ. โดย Siam Observer, 29 June 1920

ประเด็นต่อมา พระยาอนุมานราชธน กล่าวว่า น้ำแข็งเป็นของแสลง ทำให้เห็นอีกมิติหนึ่งของการบริโภคความเย็นในหมู่ราษฎร ที่ไม่ใช่แค่มิติในเชิงสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว แต่เราได้เห็นถึงแรงเสียดทานในสังคมที่มีต่อวิถีแห่งการบริโภคแบบใหม่นี้ว่าไม่เหมาะสมกับวิถีของคนไทย ซึ่งเป็นความแปลกแยกในรูปแบบหนึ่ง และต้องเข้าใจก่อนว่า “ของแสลง” หมายถึง สิ่งที่เรากินไปแล้วจะเกิดปฏิกิริยากับร่างกาย คือทำให้เจ็บป่วยหรืออาการป่วยกำเริบ นัยนี้คือสิ่งที่ไม่ถูกกับโรคในทัศนะการแพทย์แผนโบราณ ดังนั้นจึงไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการที่คนในสังคมคำนึงถึงเรื่องสุขอนามัย แต่คือความไม่ลงรอยกันในมิติเชิงวัฒนธรรมระหว่างวิถีแห่งการบริโภคแบบใหม่กับแบบเก่า ที่ในที่สุดแล้วเมื่อผู้คนเริ่มปรับตัวและคุ้นชิน ทั้งสองสิ่งนี้ก็ได้หลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน ดังที่เราได้กล่าวไปแล้วว่า คนไทยมีการฉวยรับเอาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งอย่างใดมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ในที่นี่หมายถึงความเป็นตะวันตกและความเป็นสมัยใหม่ซึ่งผสมผสานเข้ากับความเป็นไทยและความเป็นพื้นถิ่นดั้งเดิม ฉะนั้นวิถีแห่งการบริโภคที่ถูกสร้างขึ้นนี้เป็นไปในลักษณะลูกผสมมากกว่าที่จะได้รับอิทธิพลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งทั้งหมดทั้งสิ้น

อีกประเด็นหนึ่งคือ เราพบว่าหลังจากน้ำแข็งในรูปของหวานอย่างไอศกรีมเริ่มแพร่หลายในหมู่ราษฎรแล้วก็ถูกทำให้กลายเป็นท้องถิ่นด้วยการแปล (vernacularize) คำว่า “ไอศกรีม” ซึ่งมาจากคำภาษาอังกฤษ ice-cream เป็นคำว่า “ไอติม” โดยคำ ๆ นี้มีนัยน่าสนใจไม่ใช่แค่ภาษาปากหรือภาษาพูดในหมู่คนไทยโดยทั่วไปเท่านั้น แต่เป็นคำที่ใช้เรียกไอศกรีมอีกชนิดหนึ่งซึ่งต่างไปจากไอศกรีมดั้งเดิมของชาวตะวันตก คือ ไอติมมักจะหมายถึงไอศกรีมชนิดที่ไม่ใส่ครีมหรือนม เช่น ไอติมแท่งหรือไอติมหลอด (ราชบัณฑิตยสถาน, 2552, น. 217)

นอกจากนั้น บางส่วนยังถือว่าไอติมมีระดับของผู้บริโภคต่างจากไอศกรีมอย่างชัดเจน ดังที่ลาวัณย์ โชตามระ กล่าวไว้ว่า

> “คนนั่งรถยนต์ก็กินไอศกรีม คนเดินถนนก็กินไอติม แล้วต่างกันอย่างไรล่ะ สองไอนี่น่ะ อ๋อ! ไอศกรีมก็เนื้อข้นเป็นก้อน แต่ไอติมน่ะเหลวเป็นน้ำ แล้วไอติมน่ะ กรรมวิธีเป็นอย่างไร ไอศกรีมหลวงท่านใช้น้ำมะพร้าวอ่อน ไอศกรีมราษฎร์ที่ขายกัน ขืนเจริญรอยบ้างมีหวังได้ล้มละลายขายตัวเท่านั้น ก็ใช้เพียงน้ำตาลทรายละลายน้ำใส่น้ำมะพร้าวน้ำหอมลงไปสักผลสองผลก็พอจะแทนกันได้ ส่วนเนื้อมะพร้าวใครเขาจะทิ้งไปให้เสียเปล่า ก็หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ใส่ลงไปในส่วนผสมของไอติมในถังน้ำแข็งมีอยู่แล้วก็ทุบใส่ลงในถังไม้นอกถังสังกะสีเอาเกลือเมล็ดโรยลงไปบนน้ำแข็ง โรยน้ำแข็งกับเกลือสลับกันเป็นชั้น ๆ แล้วก็เขย่าจนน้ำไอติมในถังเริ่มจับเป็นเกล็ดข้าง ๆ แล้วก็เอากระสอบหนา ๆ มาคลุมฝาถังไอติมไปจนถึงน้ำแข็งและเกลือชั้นบน เป็นการบ่มไอติมให้ได้ที่เร็วเข้า” (ลาวัณย์ โชตามระ, 2536, น. 102)

ส่วน สมบัติ พลายน้อย (พ.ศ. 2472-2565) ก็กล่าวไว้ในทำนองเดียวกันอีกว่า

> “ผู้เขียนชอบกินไอติมมาตั้งแต่เด็ก ๆ และเรียกไอติมมาจนติดปาก ส่วนไอศกรีมนั้นมารู้จักและเรียกให้เป็นคนทันสมัยต่อภายหลัง... ไอติมสมัย 50 กว่าปีมาแล้ว เท่าที่จำได้มีอยู่ 3 อย่างคือ ไอติมแท่งหรือไอติมหลอด... (และ) ก็มีไอติมตักใส่แก้ว ไอติมแบบนี้มี 2 ชนิด ชนิดหนึ่งเป็นไอติมน้ำมะพร้าว คือใส่น้ำแข็งผสมกับน้ำตาลทรายและน้ำมะพร้าวเหยาะน้ำนมแมวพอให้หอม ๆ เป็นไอติมราคาถูกที่ทำขายตามบ้านนอก อีกชนิดหนึ่งเป็นไอติมกะทิอย่างนี้ข้นเป็นสีขาวอร่อยกว่าอย่างแรก บางทีมีถั่วลิสงโรยหน้าอีกด้วย… (ส่วน) ไอติมที่เรียกกันอย่างเต็มยศว่าไอศกรีมนั้นกล่าวกันว่าเริ่มมีตามภัตตาคารใหญ่ ๆ ในกรุงเทพฯ ก่อน เพราะมีราคาแพง เหตุที่แพง ชื่อเสียงก็บอกอยู่ในตัวแล้ว...เป็นไอศกรีมชนิดที่ใส่นมหรือปรุงอย่างดีเลิศ น่ากินกว่าไอติมธรรมดา...” (สมบัติ พลายน้อย, 2545, น. 144-147)

จากข้อความข้างต้น เราสามารถอธิบายได้ว่า ไอติมคือของหวานลูกผสม อันเกิดจากการปรับใช้วัตถุดิบพื้นถิ่นของไทยกับการทำของหวานแบบตะวันตก เหตุผลเป็นไปได้ของการใช้วัตถุดิบอย่างอื่นแทนครีมกับนมก็คือสมัยนั้นวัตถุดิบทั้งสองอย่างนี้มีราคาแพง ดังนั้นการจะทำของหวานหาบแร่ขายแก่ปุถุชนผู้มีกำลังทรัพย์ไม่มาก การใช้วัตถุดิบซึ่งหาได้ง่ายและราคาย่อมเยากว่าจึงเป็นทางเลือกที่คุ้มค่า ประเด็นนี้ทำให้เราพิจารณาต่อไปได้ว่าเดิมทีการบริโภคน้ำแข็งในรูปของไอศกรีมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์แห่งความเป็นสมัยใหม่ของชนชั้นนำ การเกิดขึ้นของไอติมก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ซึ่งทำให้ราษฎรสามัญสามารถเข้าถึงความเป็นสมัยใหม่ได้เช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าพวกเขาจะมีอำนาจแห่งการบริโภคอย่างจำกัดก็ตาม

นอกจากนั้น การเข้ามาของน้ำแข็งไม่ใช่แค่นำพาความเป็นสมัยใหม่มาสู่เรื่องอาหารการกินเท่านั้น ภายใต้ภาพลักษณ์แห่งความเป็นสมัยใหม่ และลัทธิบริโภคนิยมตะวันตก น้ำแข็งยังสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างของรสนิยมในการบริโภค ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่พยุงไว้ซึ่งการแบ่งชนชั้นในสังคมอีกด้วย ในประเด็นนี้ เห็นได้ชัดในเรื่องการรับประทานไอศกรีมที่ร้านย่านราชวงศ์ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในสังคมชั้นสูงยุคนั้น โดย ลาวัณย์ โชตามระ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องพ่อค้าไอศกรีมที่นั่นเอาไว้ว่า

> “ผู้ที่ทำไอศกรีมนั้น เดิมทีเดียวก็เป็นพวกฝรั่งที่เจ้าฟ้าเจ้าแผ่นดินอิมปอร์ตมาสำหรับทำเครื่องเสวยแบบฝรั่งเลี้ยงแขกบ้านแขกเมือง แล้วก็มีคนจีนไหหลำมาเป็นลูกมือและช่วยเดินโต๊ะ อาโก อาเนี้ยวเหล่านี้ เมื่ออินทรีย์แก่กล้าและนายห้าง (พวกคนไหหลำมักจะเรียกฝรั่งอย่างนี้) ครบเทอมสัญญาจ้างก็เดินทางกลับไปบ้านเกิดเมืองนอนของตน คนจีนที่เคยเป็นลูกมือก็เลื่อนฐานะขึ้นเป็นพ่อมือ บางคนพอมีเงินออมไว้บ้างก็มาเปิดร้านรวงของตนเองย่านราชวงศ์ตรงทางจะไปท่าน้ำนั้นแหละ เป็นแหล่งของไอศกรีมรสโอชายิ่งเสียดายจำชื่อร้านไม่ได้ จำได้แต่ฉายาของเจ้าของร้านที่มีผมหงอกขาว คนก็เรียกแกว่าแป๊ะม้อ” (ลาวัณย์ โชตามระ, 2536, น. 101-102)

จากคำบอกเล่าข้างต้น ทำให้ยืนยันได้ว่า การบริโภคความเย็นในหมู่ราษฎรเกิดขึ้นหลังจากวิถีแห่งการบริโภคน้ำแข็งในราชสำนักเริ่มลงหลักปักฐานอย่างมั่นคงในระดับหนึ่งแล้ว หลังจากนั้นจึงแพร่หลายออกมาสู่นอกรั้ววังโดยมีพ่อครัวชาวจีนเป็นผู้นำออกมาเผยแพร่จนเป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง

การเกิดขึ้นของร้านค้าในย่านราชวงศ์ก็ด้วยอานิสงส์จากการตัดถนน คือ ถนนราชวงศ์กับถนนทรงวาด ย่านนี้มีผู้คนแวะเวียนกันไปชิมรสชาติของอาหารกันอยู่เป็นนิตย์ทั้งผู้ดีเก่าและผู้ดีใหม่ สำหรับผู้ดีเก่าซึ่งหมายถึงกลุ่มชนชั้นสูงผู้สืบเชื้อสายมาจากชนชั้นปกครองผู้มั่งมีอยู่แต่เดิม พวกเขาคือลูกค้าชั้นดีของร้านเหล่านี้ เช่น มีลายพระหัตถ์ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ฉบับวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2461 เชิญเสด็จสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ (พ.ศ. 2406-2490) เลี้ยงซัปเปอร์ (อาหารมื้อค่ำ) ที่ราชวงศ์หลังจากเสด็จฯ ทอดพระเนตรภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์พัฒนากร (นริศรานุวัดติวงศ์, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ, เจ้าฟ้ากรมพระยา, 2505, น. 262-263) และมีบันทึกว่าสมเด็จฯ เจ้าฟ้าวไลยอลงกรณ์ กรมหลวงเพชรบุรีราชสิรินธร (พ.ศ. 2427-2482) ก็โปรดเสด็จไปเสวยพระกระยาหารบะหมี่เกี๊ยวและไอศกรีมที่ราชวงศ์ (ศันสนีย์ วีระศิลป์ชัย, 2558, น. 218) เช่นกัน

ทว่าด้วยสภาพเศรษฐกิจของเมืองที่เจริญเติบโตขึ้น ทำให้คนบางส่วนมีรายได้สำหรับจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นและมีมากพอใช้ซื้อความรื่นรมย์ในชีวิตด้วยการออกไปแสวงหาความสำราญนอกบ้านเป็นครั้งคราว คนกลุ่มนี้คือคนกลุ่มใหม่ที่เติบใหญ่ขึ้นมาในโครงสร้างทางชนชั้นของไทย และเผยตัวออกมาอย่างเด่นชัดเป็นกลุ่มก้อนในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2460

พวกเขาคือ คนชั้นกลางในกรุงเทพฯ ในที่นี้ นิยามได้ใน 2 มิติ ได้แก่ มิติทางเศรษฐกิจ หมายถึง พ่อค้า และนายทุนจำพวกหนึ่งผู้ซึ่งตั้งตัวขึ้นมาจากการประกอบกิจการในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรี และมิติทางสังคม หมายถึง ข้าราชการระดับกลางและระดับล่าง ปัญญาชน ผู้ทำงานอยู่ในสหวิชาชีพ พนักงานเอกชน และอาชีพอิสระ ซึ่งไต่เต้าสร้างฐานะขึ้นมาได้โดยผ่านระบบการศึกษาสมัยใหม่ทั้งในและต่างประเทศ คนกลุ่มนี้คือองค์ประกอบสำคัญสำหรับสังคมเมืองสมัยใหม่และมีส่วนในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมมวลชน เช่น การชมภาพยนตร์ การกินดื่มสาธารณะ การพักผ่อนในสถานเริงรมย์และสวนสาธารณะ ฯลฯ (วีระยุทธ ปีสาลี, 2557, น. 77-145) คนหนุ่มสาวชนชั้นกลางก็คือลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งไปดูหนังและรับประทานไอศกรีมที่ราชวงศ์อยู่เสมอ ดังที่พลอากาศโท อุสาห์ ชัยนาม (พ.ศ. 2453-2544) เล่าถึงชีวิตในวัยเยาว์ที่มีโอกาสไปกินไอศกรีมที่ราชวงศ์ว่า

> “ตอนที่ท่านทั้งสอง (หมายถึงศาสตราจารย์ดิเรก ชัยนามกับหม่อมหลวงปุ๋ย ชัยนาม) แต่งงานกันใหม่ ๆ (ปี พ.ศ. 2468*)* มักชอบพากันไปดูภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์พัฒนากร... ผมได้นั่งรถไปด้วย...ไปในฐานะเด็กเฝ้ารถ เมื่อท่านทั้งสอง... ออกจากโรงภาพยนตร์ท่านก็พากันไปรับประทานอาหารว่างกันที่ราชวงศ์ ฯ ที่นี่เป็นที่ขึ้นชื่อลือชาว่าอาหารเลิศรส แต่ว่าราคาไม่ใช่ธรรมดา บะหมี่ปู ก๋วยเตี๋ยวราดหน้า หูฉลามน้ำแดงฯ ราคาเบาะเบาะ 25 สตางค์ อย่างต่ำต้อง 20 สตางค์ ผมได้ไอศกรีมหนึ่งถ้วยราคา 10 สตางค์ (ปกติกินที่โรงเรียนถ้วยละ 1 สตางค์ พิเศษใส่ลูกชิด ลาดด้วยนมสดก็เพียง 2 สตางค์) กินไอศกรีมถ้วยละ 10 สตางค์เท่ากับอาหารกลางวันหนึ่งวันของผม อร่อยอย่าบอกใคร... เมื่อผมรับราชการต่อมา...ผมก็เคยพาแฟนไปลองกินที่นี่บ้างเหมือนกัน แต่เป็นระยะเวลาห่างกันถึง 30 ปี อร่อยจริงแต่ว่าราคาจาก 25 สตางค์กลายเป็น 10 บาท 15 บาท ไอศกรีมถ้วยละ 5 บาท...” (*อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ ม.ล. ปุ๋ย (นพวงศ์) ชัยนาม ท.จ. ณ วัดธาตุทอง เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 29 สิงหาคม 2541,* 2541)

ถึงแม้ร้านขายไอศกรีมราชวงศ์จะมีลูกค้าแวะเวียนเข้าไปไม่ขาดสาย แต่ก็หาใช่สิ่งที่ราษฎรโดยทั่วไปกินกันดาษดื่นไม่ ด้วยที่นี่มีราคาแพง ดังที่ กาญจนาคพันธุ์ หรือขุนวิจิตรมาตรา (สง่า กาญจนาคพันธุ์) (พ.ศ. 2440-2523) กล่าวถึงความรู้สึกที่ได้ไปกินไอศกรีมที่นี่ไว้ว่า “ไอศกรีมราชวงษ์ถึงจะอร่อย ข้าพเจ้าก็ไม่ค่อยอยากไปกิน คือถ้าเดินตุปัดตุเป (ไม่ใช่เมา) เข้าไปกิน ก็ถูกคนที่เขานั่งกินในรถเก๋งและไม่รู้จักข้าพเจ้าชำเลืองมอง ครั้นข้าพเจ้าขับรถเก๋งผึ่งพายปราดเข้าไปจอดเทียบรถเข้าบ้างก็ถูกคนที่เขานั่งกินในรถเก๋งและไม่รู้จักข้าพเจ้ามองอีกตกลงเป็นอันเลิกไม่ไปกินที่ราชวงษ์” (กาญจนาคพันธุ์, 2541, น. 147-168)

ถึงแม้ว่าคนไทยโดยเฉพาะคนกรุงเทพฯ จะเข้าถึงการบริโภคความเย็นในรูปไอศกรีมได้ง่ายขึ้นเพราะมีขายกันอย่างกว้างขวาง แต่ถึงกระนั้นการรับประทานของหวานชนิดนี้ของแต่ละชนชั้นก็แตกต่างกัน ทางหนึ่งคือไอศกรีมย่านราชวงศ์สำหรับผู้ดีเก่าและใหม่ อีกทางหนึ่งคือ

ไอติมจากพ่อค้าหาบเร่สำหรับชาวบ้าน ทางเลือกของการบริโภคความเย็นแต่ละชนิดไม่ได้ขึ้นอยู่กับกำลังทรัพย์เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการมีรสนิยมอันเกิดขึ้นจากการรับเอาวัฒนธรรมของแต่ละชนชั้นเข้ามาในตัว (embodiment) จนหลอมรวมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีแห่งการบริโภค และทำให้เกิดการรับรู้คุณค่าและความหมายต่ออาหารการกินแต่ละอย่างแตกต่างกัน จำเพาะในหมู่ชนชั้นกลางเอง ก็มีประสบการณ์ต่อเรื่องนี้ต่างกัน ดังที่เราได้เห็นจากข้อความในข้างต้นว่า การบริโภคความเย็นก็มีลำดับชั้น โดยไอศกรีมคือภาพตัวแทนของวิถีชีวิตและคุณค่าตามสมัยนิยมแบบตะวันตก และความเหนือกว่าของอำนาจแห่งการบริโภค ส่วนไอติมคือภาพตัวแทนความเป็นท้องถิ่น และอำนาจแห่งการบริโภคอันตกเป็นรองกว่า อย่างไรก็ดี คนหลากชนชั้นก็บริโภคความเย็นทั้งสองอย่างเป็นนิตย์ และไม่ใช่ทุกคนจะรู้สึกยินดีกับการรับประทานไอศกรีมราคาแพงมากกว่าเสมอ แม้พวกเขาจะมีกำลังทรัพย์มากพอสำหรับการบริโภคแล้วก็ตาม ฉะนั้นเรื่องของราคาจึงไม่ใช่สิ่งที่ตัดสินคุณค่าและความหมายต่ออาหาร ดังที่ Pierre Bourdieu นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส (ค.ศ. 1930-2002) เสนอไว้ในหนังสือ *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* ว่า “วิถีแห่งการบริโภคและการครอบครองทรัพย์สินคือส่วนสำคัญต่อการนำเสนอภาพลักษณ์ความเป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่มในทางสังคม โดยเฉพาะเรื่องของชนชั้นก็เป็นสิ่งที่ถูกกำหนดจากการรับรู้ถึงสิ่งที่เป็น (being-perceived) มากพอ ๆ กับสิ่งที่เป็นอยู่จริง (being) ทั้งนี้ การบริโภคมีความสำคัญมากพอ ๆ กับตำแหน่งแห่งที่ในความสัมพันธ์ทางการผลิต” (Bourdieu, 1984, p. 483) กล่าวอีกอย่างหนึ่งคืออำนาจแห่งการบริโภคได้กลายเป็นเครื่องมือหนึ่งในการแบ่งชนชั้นทางสังคมเช่นเดียวกันกับการนำเอาปัจจัยการผลิตมาเป็นเครื่องมือสร้างความมั่งคั่งอันนำไปสู่ความแตกต่างกันระหว่างคนในสังคม[6] จากแนวคิดดังกล่าวจึงก่อให้เกิดความเข้าใจว่า การบริโภคความเย็นก็เป็นเกณฑ์หนึ่งในการแบ่งชนชั้นทางสังคมเช่นกัน

มาถึงบัดนี้ การบริโภคความเย็นในรูปไอศกรีมได้เป็นเครื่องแสดงออกถึงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มชนชั้นกลาง ผู้ซึ่งมีรสนิยมการกินดื่มที่ทัดเทียมกับกลุ่มชนชั้นนำเดิมนี่เองที่เป็นชนวนเหตุที่ก่อให้เกิดความตึงเครียดในโครงสร้างทางชนชั้น ด้วยการเติบใหญ่ขึ้นมาของคนชั้นกลางทำให้สถานะอันชอบธรรมแต่เดิมของกลุ่มชนชั้นนำสยามถูกตั้งคำถามเพิ่มขึ้น โดยผ่านบทบาทของปัญญาชนและนักหนังสือพิมพ์ในเวลานั้น ปฏิกิริยาโต้กลับจากกลุ่มชนชั้นนำเดิมก็คือ คนชั้นกลางเองกลายเป็นเป้าหมายหลักแห่งการวิพากษ์วิจารณ์ว่า “เป็นผู้หลงใหลในความคิดตะวันตกมากเสียจนเรียกร้องให้มีการปฏิรูปแบบถอนรากถอนโคนตามแนวทางตะวันตก” (กุลลดา เกษบุญชู มี๊ด, 2562, น. 261) กล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือคนกลุ่มนี้มุ่งแต่เรียกร้องวิถีชีวิตศิวิไลซ์และเป็นสมัยใหม่เฉกเช่นตะวันตก จนหลงลืมรากเหง้าความเป็นไทย ซึ่งในที่นี้หมายถึงความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ ในขณะเดียวกันสยามก็กำลัง

[6] สำหรับเรื่องของการบริโภคอาหารกับการแบ่งชนชั้นในสังคมไทย กมลทิพย์ จ่างกมล (2545) พบว่าการเปลี่ยนแปลงวิถีปฏิบัติด้านการกินอาหารของชนชั้นนำราชสำนักสยามในช่วงรัชกาลที่ 4-5 (พ.ศ. 2394-2453) ด้วยการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกมาปรับใช้กับตนเองเป็นการสร้างมาตรฐานการประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่งอันนำมาซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นชนชั้นสูง

ประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจ อันเป็นผลมาจากระบบเศรษฐกิจโลกที่กำลังตกต่ำ ปัญญาชนบางส่วนจึงหันมาตั้งคำถามต่อวิถีชีวิตอันฟุ้งเฟ้อของคนชั้นกลางและอิทธิพลของวัฒนธรรมต่างชาติ ซึ่งเกิดขึ้นจากการปลุกเร้าความรู้สึกชาตินิยม[7]

ความตึงเครียดระหว่างความเป็นตะวันตก-ความเป็นไทยใหญ่โตและนำไปสู่การดิ้นรนทางชนชั้นเพื่อให้ได้มาซึ่งวิถีชีวิตแบบสมัยใหม่ สิ่งนี้สะท้อนผ่านนวนิยายเรื่อง *ความไม่พยาบาท* ของหลวงวิลาศปริวรรต (ครูเหลี่ยม) (พ.ศ. 2422-2506) ที่เขียนขึ้นใน พ.ศ. 2458 โดยเนื้อหากล่าวถึง *ปรุง* นางเอกของเรื่องผู้ซึ่งต้องการออกจากบ้านสวนมาอยู่พระนคร เพราะเธอหลงใหลความทันสมัยและปรารถนาที่จะใช้ชีวิตอย่างฟุ่มเฟือย ซึ่งสามีของเธอปรนเปรอให้เธอไม่ได้ เธอจึงปันใจให้กับภักตร์ชายหนุ่มผู้มีฐานะดีกว่า ซึ่งมีรถยนต์พาเธอไปเที่ยวตากอากาศ มีบ้านที่ภายในมีเครื่องใช้ไฟฟ้าทันสมัยหลายชิ้น มีอาหารฝรั่งขึ้นโต๊ะและเสิร์ฟโดยบ๋อยชาวจีน ไม่ว่าจะเป็นซุป สลัด น้ำแข็ง ไอศกรีม เยลลี่ ซึ่งล้วนแล้วแต่หรูหราและเป็นของใหม่ในสังคมยุคนั้น ผู้ประพันธ์ได้ใช้น้ำแข็ง ไอศกรีม และเยลลี่ เป็นองค์ประกอบหนึ่งในฉาก เพื่อนำเสนอภาพวิถีชีวิตและคุณค่าของคนชั้นกลาง (สรณัฐ ไตลังคะ, 2556) ในทำนองที่วิพากษ์วิจารณ์ไปถึงลัทธิบริโภคนิยมตะวันตก ที่กำลังครอบงำสยามอยู่ในเวลานั้น

นอกจากร้านไอศกรีมที่ย่านราชวงศ์แล้ว คนไทยในสมัยนั้นยังได้มีโอกาสเข้าถึงการบริโภคความเย็นกันตามวาระโอกาสต่าง ๆ ดังเช่น งานประจำปีในช่วงฤดูหนาว ณ วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนารามฯ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2447 ซึ่งภายในงานมีการออกร้านจำหน่ายสินค้า และการละเล่นต่าง ๆ ถึงแม้ว่างานฤดูหนาวที่วัดเบญจมบพิตรฯ ไม่ใช่งานรื่นเริงที่สงวนไว้ให้กับชาววัง แต่ผู้มาร่วมงานนี้ส่วนใหญ่ล้วนแต่เป็นลูกผู้ดีมีสกุลทั้งสิ้น เราพบว่าในพ.ศ. 2459 ข้าราชการมหาดเล็กได้ออกร้านขายอาหารไทยและฝรั่งชื่อว่า “ราชภัตตาคาร” บัญชีอาหารในร้านระบุไว้ว่า ตลอดทั้ง 6 วัน คือตั้งแต่วันที่ 7-12 มกราคม พ.ศ. 2459 ร้านเสิร์ฟไอศกรีมหลากรสชาติเป็นของหวานแก่ผู้มาเที่ยวชมงานฯ (“แจ้งความราชภัตตาคาร”, 2459) และที่ควรกล่าวถึงอีกแห่งหนึ่งคือ สถานกาแฟนรสิงห์ หรือบาร์นรสิงห์ ประเก็บ คล่องตรวจโรค (2513, น. 116) เล่าว่า ที่แห่งนี้ขายไอศกรีมแก่ลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนชั้นสูง ดังความว่า “บางวันท่านทอง (หม่อมเจ้าทองฑีฆายุ ทองใหญ่) ก็พาพวกเราและลูก ๆ ของท่าน ขับรถยนต์พาไปดูบ้านเมืองแล้วก็แวะเลี้ยงไอสครีมที่กาแฟนรสิงห์ตรงมุมถนนเสือป่า... ซึ่งนับว่าเป็นสถานที่ที่โก้ที่สุด... เข้าใจว่าราคาจะต้องแพงมากเพราะเห็นมีแต่เจ้านายไปเสวยกันเท่านั้น คนอื่น ๆ ไม่ค่อยเห็นมีใครไปกัน” เราเข้าใจได้ว่าลูกค้าซึ่งได้มีโอกาสสัมผัสกับรสชาติไอศกรีมจากสถานที่ทั้งสองแห่งนี้ไม่ใช่แค่ชาวบ้านธรรมดา การบริโภคความเย็นในรูปของหวานสมัยนั้นแบ่งเป็นหลายระดับ ทั้งในระดับที่ราษฎรสามัญเข้าถึงได้อย่างเช่นไอติมจากพ่อค้าจีนหาบเร่ไปจนถึงไอศกรีมในร้านย่านราชวงศ์และตามภัตตาคาร ซึ่งผู้บริโภคหลักคือ คนในระดับบนของสังคม

[7] โปรดพิจารณาประเด็นการปะทะกันทางความคิดว่าด้วยการนิยามความเป็นตะวันตก-ความเป็นไทยระหว่างชนชั้นนำกับชนชั้นกลาง ใน อาทิตย์ เจียมรัตตัญญู (2560). จาก “โซ๊ด” สู่ “สะวิง” : อัสดงคตนิยมกับการเมืองของการแปลทางวัฒนธรรมในประวัติศาสตร์ไทยสมัยใหม่. *รัฐศาสตร์สาร, 38*(2), 73-100.

6. บทสรุป

บทความนี้ต้องการอธิบายให้เห็นภาพความเปลี่ยนแปลงจากการเข้ามาของน้ำแข็งต่ออาหารการกินของคนไทยระหว่างพุทธทศวรรษที่ 2400-2460 โดยเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจว่าการเข้ามาของน้ำแข็งเกิดขึ้นภายใต้บริบทของการขยายตัวทางการค้าระหว่างสยามกับต่างชาติที่เปิดกว้างหลังการทำสนธิสัญญาเบาว์ริ่งใน พ.ศ. 2398 ทำให้มีทุนและสินค้าจากต่างชาติหลั่งไหลเข้าสู่ตลาดภายในประเทศ ขณะเดียวกันชนชั้นนำราชสำนักของสยามก็เปิดรับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากตะวันตก น้ำแข็งถูกนำเข้ามาจากสิงคโปร์ในช่วงพุทธทศวรรษที่ 2400-2410 การบริโภคน้ำแข็งถือว่าเป็นประสบการณ์ใหม่สำหรับชนชั้นนำ และด้วยความเป็นของหายากมีราคาแพงทำให้การบริโภคน้ำแข็งมีเฉพาะในสังคมชั้นสูงและชาวตะวันตกซึ่งแสดงถึงอำนาจแห่งการบริโภค อันเกิดมาจากความมั่งคั่งและเอกสิทธิ์ทางชนชั้น อีกทั้งหากวางการบริโภคนี้ภายใต้บริบทแห่งการรับมือกับลัทธิล่าอาณานิคมในช่วงพุทธศตวรรษที่ 25 ชนชั้นนำได้ใช้การบริโภคสินค้าตะวันตกเป็นเวทีแห่งการนำเสนอภาพลักษณ์สมัยใหม่ โดยน้ำแข็งได้เข้าไปมีส่วนในการนำเสนอความมีอารยะหรือความศิวิไลซ์ผ่านเรื่องอาหารการกินอีกด้วย

ต่อมาเมื่อมีการบุกเบิกกิจการโรงน้ำแข็งโดยชาวตะวันตก ความรับรู้เรื่องความเย็นและทักษะการใช้ประโยชน์จากน้ำแข็งของคนไทยก็เพิ่มขึ้น ช่วงระหว่างพุทธทศวรรษที่ 2420-2460 ได้มีโฆษณาน้ำแข็งและตำราไอศกรีมปรากฏผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ กอปรกับกิจการโรงน้ำแข็งก็ได้พัฒนาสู่ความเป็นอุตสาหกรรมทำให้เกิดการผลิตน้ำแข็งจำนวนมากในราคาที่ผู้คนในระดับอื่นมีโอกาสเอื้อมถึงได้ การบริโภคน้ำแข็งจึงแพร่กระจายสู่ราษฎร โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ มีทั้งพ่อค้าหาบเร่และร้านไอศกรีมเปิดกิจการอย่างแพร่หลายรองรับกับความต้องการของลูกค้าในหลายระดับ

ถึงแม้ว่าน้ำแข็งจะเป็นสิ่งที่หาซื้อได้ง่ายขึ้นและรวมเข้ากับอาหารการกินของท้องถิ่น แต่ความรับรู้โดยทั่วไป น้ำแข็งยังคงเป็นวัตถุแห่งการบริโภคอันแสดงถึงความแตกต่างทางรสนิยม เนื่องด้วยการบริโภคนี้ถูกพิจารณาว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและคุณค่าตามสมัยนิยมตะวันตก อีกทั้งยังเป็นภาพสะท้อนของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้กระแสบริโภคนิยม การเข้ามาของน้ำแข็งไม่ได้ส่งผลแค่ทำให้อาหารการกินของคนไทยเปลี่ยนไปสู่ความเป็นสมัยใหม่เท่านั้น แต่ภายใต้ภาพลักษณ์แห่งความเป็นสมัยใหม่และลัทธิบริโภคนิยมตะวันตก รสนิยมในการบริโภคน้ำแข็งยังเป็นเครื่องมือหนึ่งที่พยุงไว้ซึ่งการแบ่งชนชั้นในสังคม และแสดงนัยถึงการเผชิญหน้ากันทางวัฒนธรรมระหว่างคนชั้นสูงซึ่งเดิมเคยครอบครองอำนาจแห่งการบริโภคและสามารถเข้าถึงความเป็นสมัยใหม่ได้แต่เพียงฝ่ายเดียวกับคนชั้นกลางซึ่งเป็นคนกลุ่มใหม่ที่ทวีอำนาจในการบริโภคขึ้นมาในสังคม และสามารถเข้าถึงความเป็นสมัยใหม่ได้เช่นกัน รูปการณ์นี้ทำให้เกิดเป็นการเมืองวัฒนธรรมของสิ่งใหม่ในสยาม ซึ่งเผยให้เห็นทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านการบริโภคและความเหลื่อมล้ำทางสังคมของไทย

เอกสารอ้างอิง/References

กระทรวงคมนาคม, กรมอุตุนิยมวิทยา. (2520). *ภูมิอากาศแห่งประเทศไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ป.ม.พ.

กระทรวงศึกษาธิการ, กรมวิชาการ, สถาบันภาษาไทย. (2546). *ภาษาไทยวันนี้ เล่ม 7.* ผู้แต่ง.

กมลทิพย์ จ่างกมล. (2545). *อาหาร: การสร้างมาตรฐานในการกินกับอัตลักษณ์ทางชนชั้น.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].

กาญจนาคพันธุ์, (2541). *คอคิดขอเขียน ชุดที่ 3.* รวมสาสน์.

การทำน้ำแข็งและขายน้ำแข็งกรมทหารเรือ. (23 กันยายน - 8 ตุลาคม 119 [พ.ศ.2443]). [เอกสารกรมทหารเรือ]. (ร.5 ก. 14/40). สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.

กรมทหารเรือเลิกการส่งน้ำแข็งและน้ำกลั่น. (13 กุมภาพันธ์ - 12 มีนาคม 129 [พ.ศ.2453]). [เอกสารกรมทหารเรือ]. (ร.5 ก.14/117). สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.

กุลลดา เกษบุญชู มี๊ด, (2562). *ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์: วิวัฒนาการรัฐไทย.* ฟ้าเดียวกัน.

จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ. (2496). *พระราชพิธีสิบสองเดือน.* พระจันทร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:193196

จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ. (2509). *ตำราทำกับข้าวฝรั่ง.* ไทยเขษม.

จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ. (2545). *ตำราทำกับข้าวฝรั่ง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

แจ้งความพิเศษ. (23 มีนาคม 2459). *กรุงเทพฯ เดลิเมล์*, 6.

แจ้งความราชภัตตาคาร. (9 มกราคม 2459). *กรุงเทพฯ เดลิเมล์*, 3.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และ สุธี ประศาสน์เศรษฐ (2527). *ระบบเศรษฐกิจไทย พ.ศ.2394-2453.* ใน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และ สมภพ มานะรังสรรค์ (บรรณาธิการ), *ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทยจนถึง พ.ศ. 2484* (หน้า 169-201). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ซามูเอล เจ สมิท. (2548) จดหมายเหตุสยามไสมย (พิมพ์ครั้งที่ 2). สมาคมกิจวัฒนธรรม.

แซรเวส นิโกลาส. (2550). *ประวัติศาสตร์ธรรมชาติและการเมืองแห่งราชอาณาจักรสยาม (ในแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช).* ศรีปัญญา.

ดาวรัตน์ ชูทรัพย์. (2545). *หมื่นร้อยพันผสาน บันทึกสิ่งดีวัฒนธรรมประเพณีวิถีไทย.* กรมศิลปากร, สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์.

ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยา. (2494). *ความทรงจำ.* คลังวิทยา.

ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยา. (2506) *ความทรงจำ ที่ทรงค้างไว้ 5 ตอน พ.ศ. 2489.* สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

โดม ไกรปกรณ์. (2555) การเมืองวัฒนธรรมในตำราอาหารสมัยแรกของสยาม. *วารสารประวัติศาสตร์*, 37, 15-33.

ทักษ์ เฉลิมเตียรณ. (2558). *อ่านจนแตก: วรรณกรรม ความทันสมัย และความเป็นไทย.* อ่าน.

ทิพากรวงษ์มหาโกษาธิบดี (ขำ บุนนาค), เจ้าพระยา. (2564). *หนังสือแสดงกิจจานุกิจ.* ศรีปัญญา.

ที่ระลึกสยามรัฐพิพิธภัณฑ์ สวนลุมพินี พ.ศ. 2468. (2470). กรุงเทพฯ เดลิเมล์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:48290

เทพชู ทับทอง. (2522). *กรุงเทพฯ แห่งความหลัง*. อักษรบัณฑิต.

นริศรานุวัดติวงศ์, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้า, กรมพระยา. (2505). *สาส์นสมเด็จ เล่ม 1 ลายพระหัตถ์สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมพระยานริศนานุวัดติวงศ์ และสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ*. องค์การค้าของคุรุสภา.

นีล, เฟรเดอริค อาร์เธอร์. (2564). *ชีวิตความเป็นอยู่ในกรุงสยามในทัศนะของชาวต่างประเทศระหว่าง พ.ศ.2383-2384 (ค.ศ.1840-1841)* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรมศิลปากร.

เนื่อง นิลรัตน์, หม่อมหลวง. (2538). *ชีวิตในวัง เล่ม 1-2* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ศรีสารา.

บรัดเลย์, แดน บีช. (2514). *หนังสืออักขราภิธานศรับท์*. คุรุสภา.

บริษัท ไฟฟ้าสยามคอร์เปอร์เรชั่น จำกัด. (6 มกราคม 2476). [โฆษณาตู้น้ำแข็งไฟฟ้ามีให้เช่าสองขนาด]. *กรุงเทพฯ วารศัพท์*, 10.

บุรุษรัตน. (2501). ตีรณสาร. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:1796

บทละครเรื่องอิเหนาพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 1. (2460). โสภณพิพรรฒธนากร. https://archives.orst.go.th/pic/HcPic/c05-s03-54/2020-04-21_17-14-12_C05-S03-50.pdf

ปีเตอร์ เอ แจ็คสัน. (2556). ความคลุมเครือของอำนาจกึ่งอาณานิคมในประเทศไทย (ปรีดี หงษ์สต้น, ผู้แปล). *รัฐศาสตร์สาร*, *34*(1), 1-40. (ต้นฉบับพิมพ์ปี 2010).

ประเก็บ คล่องตรวจโรค. (2513). *50 ปีของข้าพเจ้า สารคดีนิยายแห่งชีวิต*. บริษัท อินเตอร์เนชั่นเนล บิสซีเนสดีเวลลอปเมนต์.

ประชุมจดหมายเหตุ เรื่อง สุริยุปราคาในรัชกาลที่ 4 และเรื่องรัชกาลที่ 4 ประชวรและสวรรคต. 2500). ตีรณสาร. http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:173078

ประติทินบัตร แล จดหมายเหตุ. (2540). (พิมพ์ครั้งที่ 2). ต้นฉบับ.

มงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ. (2502). *จดหมายเหตุประพาสหัวเมืองปักษ์ใต้ ร.ศ. 128 ของสมเด็จพระบรมโอรสาธิราช*. มหามกุฎราชวิทยาลัย. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:130

ยศ วัชรเสถียร. (2513). *เกล็ดจากอดีต*. รวมสาสน์.

เย. ซี. บาร์เน็ต. (2453). *รายงานการแสดงกสิกรรมแลพานิชการ ครั้งที่ 1 ณ กรุงเทพฯ วันที่ 18 เมษายน รัตนโกสินทร์ศก 129*. กระทรวงเกษตราธิการ. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:47862

ราชบัณฑิตยสถาน. (2552). *รู้ รัก ภาษาไทย เล่ม 2 ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. ราชบัณฑิตยสถาน.

โรม บุนนาค. (2554). *100 แรกมีในสยาม*. สยามบันทึก.

ลาลูแบร์, ซีมง เดอ. (2565). *จดหมายเหตุ ลา ลูแบร์ ราชอาณาจักรสยาม* (พิมพ์ครั้งที่ 5). ศรีปัญญา.

ลาวัณย์ โชตามระ. (2536). *มรดกไทย*. ราชาวดี.

วิเชียรคีรี (บุญสังข์), เจ้าพระยา, อนุสรสิทธิกรรม (บัว), หลวง, และ สนิทภิรมย์, หมื่น (2476). *ประชุมพงศาวดาร ภาคที่ 53 พงศาวการเมืองสงขลา พงศาวดารเมืองนครศรีธรรมราช พงศาวดารเมืองพัทลุง*. โสภณพิพรรฒธนากร. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:164463

วีระยุทธ ปีสาลี. (2557). *กรุงเทพฯ ยามราตรี*. มติชน.

ศันสนีย์ วีระศิลป์ชัย. (2558). *วาทะเจ้านาย เล่าประวัติศาสตร์*. มติชน.

ศรีพรหมา กฤดากร ณ อยุธยา, หม่อม. (2562). *อัตชีวประวัติหม่อมศรีพรหมา กฤดากร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สารคดี.

สารบาญชี ส่วนที่ 2 คือราษฎรในจังหวัด ถนนแลตรอก จ.ศ. 1245 เล่มที่ 2. (2541). ต้นฉบับ. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:188056.

สุนทรี อาสะไวย์ และ นิติ กสิโกศล. (2525). *วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจหลังสงครามโลกครั้งที่ 1*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สถาบันไทยคดีศึกษา.

สรณัฐ ไตลังคะ. (2556). ความไม่พยาบาทของนายสำราญ กับอุดมการณ์ชนชั้นกลาง. ใน นัทธนัย ประสานนาม (บรรณาธิการ), *พิพิธพรรณวรรณา ความทรงจำและสยาม-ไทยศึกษาในบริบทสากล* (หน้า 117-136). ภาควิชาวรรณคดี และคณะกรรมการฝ่ายวิจัย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ร่วมกับ สยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์.

เสริม สุนทรานันท์. (2540). *รูปยาซิกาแรตไทย*. ริเวอร์บุ๊คส์.

สมบัติ พลายน้อย. (2545). *เกร็ดย่อยร้อยเรื่อง*. ดอกหญ้า 2543.

สำรวจโภคทรัพย์ของประเทศสยาม กับวิจารการค้าขายกับนา ๆ ประเทศในรัชกาลของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 6 (พ.ศ. 2453 ถึง พ.ศ. 2468). (20 เมษายน 2469). [จดหมายเหตุของสภาเผยแผ่พาณิชย์]. (รฟท.2/8-9 กล่อง 3). สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.

ห้าง บี กริม แอน โก. (2 ธันวาคม 2474). [โฆษณาตู้เย็นเคลวินเนเตอร์]. *ศรีกรุง*, 8.

อนุมานราชธน, พระยา. (2547). *ฟื้นความหลัง เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ศยาม.

อนุสรณ์ 100 ปี พระยาภักดีนรเศรษฐ (เลิศ เศรษฐบุตร). (2515). นายเลิศ.

อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ ม.ล. ปุ๋ย (นพวงศ์) ชัยนาม ท.จ. ณ วัดธาตุทอง เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 29 สิงหาคม 2541. (2541) ม.ป.พ. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:182095

อภิลักษณ์ เกษมผลกูล. (2560) “เมื่อ “ตำรากับข้าวชาววัง” ออกสู่โลกกว้าง: กำเนิดและพัฒนาการของ “ตำรากับข้าวชาววัง” ในสมัยรัชกาลที่ 5 จนถึงการตั้งโรงเรียนสตรี”. *วรรณวิทัศน์*, 17, 353-385. https://doi.org/10.14456/vannavidas.2017.14

อมรดรุณารักษ์ (แจ่ม สุนทรเวช). (2514). *พระราชประเพณี*. องค์การค้าของคุรุสภา

อาทิตย์ เจียมรัตตัญญู. (2560). จาก “โซ๊ด” สู่ “สะวิง” : อัสดงคตนิยมกับการเมืองของการแปลทางวัฒนธรรมในประวัติศาสตร์ไทยสมัยใหม่. *รัฐศาสตร์สาร*, *38*(2), 73-100.

เอนก นาวิกมูล. (2531). *โฆษณาไทยสมัยแรก*. แสงแดด.

เอนก นาวิกมูล. (2545). *เกร็ดสนุกเมืองสยาม.* ไทยวัฒนาพานิช.

เอนก นาวิกมูล. (2549). *หมายเหตุประเทศสยาม เล่ม 6.* 959 พับลิชชิ่ง.

เอนก นาวิกมูล. (2561). *งานพิมพ์คลาสสิค.* แสงดาว.

Antonio, J. (1997). *The 1904 traveler's guide to Bangkok and Siam.* White Lotus Press.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Routledge.

Harrison, R. V., & Jackson, P. A. (2010) *The Ambiguous Allure of the West: Traces of the Colonial in Thailand.* Hong Kong University Press.

Hewison, K. (1988). Industry Prior to Industrialization. *Journal of Contemporary Asia, 18*(4), 389-411.

Kiam Hoa Heng & Co., Ltd. (1920, March 30). [Advertisement for Icy-Hot Flask]. *The Siam Observer*, 7.

Nederveen Pieterse, J. (2001). Hybridity, So What? The Anti-Hybridity Backlash and the Riddles of Recognition. *Theory, Culture and Society*, *18*(2-3), 219-245.

Other Days in Bangkok. (1924, October 4). *Bangkok Times Weekly Mail*, 34-35.

Peleggi, M. (2002). *Lords of things the fashioning of the Siamese Monarchy's modern image.* University of Hawaii Press.

Rees, J. (2013). *Refrigeration nation: A history of ice, appliances, and enterprise in America.* JHU Press.

S.A.B.: Societe Annonyme Belge. (1920, June 29). [Advertisement for Icy-Hot Product]. *The Siam Observer,* 4.

The Ice Supply. (1879, August 30). *The Siam Weekly Advertiser*, 2.

Wright, A., & Oliver, T. (1994). *Twentieth century impressions of Siam: its history, people, commerce, industries, and resources, with which is incorporated an abridged edition of Twentieth century impressions of British Malaya.* White Lotus Press.