

Thesis Title	Shan Ethnic Food: The Cultural Politics of Taste in Chiang Mai City	
Author	Ms. Busarin Lertchavalitsakul	
Degree	Master of Arts (Sustainable Development)	
Thesis Advisory Committee	Professor Dr. Yos Santasombut	Chairperson
	Lecturer Dr. Apinya Fuengfusakul	Member

ABSTRACT

Amidst the transnational context of Chiang Mai, the cosmopolitan city of Thailand, this ethnography-approached *Shan Ethnic Food: The Cultural Politics of Taste in Chiang Mai City* attempts to understand the emergence and recognition of Shan ethnic food in the city. It started from a phenomenon showing that the number of Shan food stalls and makeshift shops are obviously increasing following the migration of Shan cross-border migrants into Chiang Mai city and its metropolitan zones.

As Shan ethnic food is centralized in this study, ‘ethnic food’, therefore, is a key concept employed to conceptualize how Shan food becomes ‘ethnic’. Ethnic food is situated in juxtaposition with a ‘national’, or dominant cuisine, which in this research considers typical Thai, northern Thai, including “Burmese” in some certain situations, as dominant cuisines, where the Shan food stands aside. Further, Shan ethnic food is seen as a field of power relations where people’s taste manifests meanings in several ways. Taste in this research is defined into two definitions: first, taste is one of the senses; and second, taste is a field of “habitus” affiliated with lifestyle (Bourdieu 1984). The power relations of different tastes reflect the cultural politics of Shan ethnic food consumptions in diverse aspects and different contexts.

The taste of Shan migrant workers is the first dimension which reflects that Shan people still have culinary attachment with the taste and smell of their food and

particular products used in their cuisine. They then practice the Shan foodways to keep ethnic identity alive, besides suiting taste of ‘necessity’ of the working class. In this sense, the Shan food turns into being an ethnic identity marker facilitating these people to ‘make their place’, and creating a ‘sense of belonging’ in the host society. Shan ethnic food plays an interesting role in inviting people to taste ‘other’ when this research traces the flow of Shan food and products circulating in buying-selling transaction of the Shan. This research argues that the taste of Shan food is ever more relished from the mobility of Shan vendors roaming around Shan communities, living and working places, and periodic markets in metropolitan zones.

Taste habitus shows its power when Shan food comes to be served in restaurants branded “Burmese”. This is another respect this research tries to examine; how Shan food is positioned in the “Burmese” menus in the restaurants owned by Shan people and other different ethnic groups from Burma. These restaurants target both Burmese and different ethnic groups including the Shan. Tourists and middle class people are considered potential customers as well. This research found that the space of restaurants includes different ethnic groups crossing ethnic boundaries in food consumption, however, it at the same time excludes people who are from a different class, particularly the Shan migrants; as they tend not to dine in the restaurant despite some Shan food being available. Eating in “Burmese” restaurants reflects ‘taste of luxury’ of middle class and tourists who see ‘ethnic food’ as exotic.

All in all, Shan food in this research manifests ‘ethnicity’ in power relations in the Thai nation-state, and it simultaneously acts as a site of cultural politics where the taste of the Shan are given different senses and meanings.

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ อาหารชาติพันธุ์ไทใหญ่: การเมืองเชิงวัฒนธรรมของรสนิยม ใน
เมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาว บุศรินทร์ เลิศสวัสดิศกุล

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาอย่างยั่งยืน)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ศาสตราจารย์ ดร.ยศ สันตสมบัติ ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร. อภิญญา เฟื่องฟูสกุล กรรมการ

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง *อาหารชาติพันธุ์ไทใหญ่: การเมืองเชิงวัฒนธรรม ของรสนิยมในเมืองเชียงใหม่* เป็นงานศึกษาแนวชาติพันธุ์วรรณาที่ทำความเข้าใจกับการเกิดขึ้นและการรับรู้ของผู้คนที่มิต่ออาหารไทใหญ่ในบริบทเมืองเชียงใหม่ที่มีลักษณะข้ามชาติ (transnationality) และพหุวัฒนธรรม จนกระทั่งเชียงใหม่ได้รับการพัฒนากลายเป็นเมืองหลักของภูมิภาคเหนือของประเทศไทย งานชิ้นนี้เริ่มต้นจากรากฐานที่พบว่าร้านขายอาหารและแผงสินค้าไทใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ ในบริเวณเมืองเชียงใหม่และพื้นที่ชานเมืองเพิ่มจำนวนขึ้น ซึ่งเป็นผลพวงจากจำนวนคนไทยใหญ่ที่อพยพเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานมากกว่าเดิม

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิด “อาหารชาติพันธุ์” เพื่ออธิบายว่าอาหารไทใหญ่ได้กลายเป็น “อาหารชาติพันธุ์” ได้อย่างไร “อาหารชาติพันธุ์” ถูกจัดวางเคียงคู่กับอาหารของ “ชาติ” หรือ อาหารหลักในสังคม ซึ่งในบริบทนี้หมายถึงอาหารไทยทั่วไป อาหารภาคเหนือ และอาหารพม่าในบางสถานการณ์ นอกจากนี้ “อาหารชาติพันธุ์ไทใหญ่” ยังเปรียบเสมือนสนามของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่เกิดจากรสชาติของอาหารและรสนิยมในการกินและบริโภคที่ผู้คนให้ความหมายที่ต่างกันหลายมิติ นอกจากนี้ ยังใช้แนวคิด “รสชาติ” (taste) และ “รสนิยม” หรือ “เทส ฮาบิตุส” (taste habitus) ที่เชื่อมโยงกับรูปแบบในการดำเนินชีวิต (lifestyle) ซึ่งในภาษาอังกฤษใช้คำเดียวกันว่า taste นั้น มาทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากทั้งสองคำนิยาม เพื่อแสดงให้เห็นถึงการเมืองเชิงวัฒนธรรมผ่านการบริโภคอาหารไทใหญ่ในหลายๆบริบท

ความผูกพันในรสชาติของแรงงานอพยพไทใหญ่คือมิติแรกที่สะท้อนให้เห็นว่าพวกเขายังยึดโยงกับบ้านเกิดผ่านอาหารที่เกิดจากรสชาติและกลิ่นของอาหารรวมถึงเครื่องปรุงไทใหญ่บางประเภท และยังคงดำรงแนวทางหรือวิถีในด้านอาหาร (foodways) เพื่อรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงอยู่นอกเหนือจากเหตุผลเพื่อความประหยัด หรือที่บูดิเยอร์ (1984) เรียกว่า “รสนิยมของความจำเป็น” (taste of necessity) ของชนชั้นแรงงาน ในความหมายนี้ อาหารไทใหญ่ได้กลายเป็นตัวบ่งบอกอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่ทำให้แรงงานอพยพชาวไทใหญ่สามารถสร้างพื้นที่และความรู้สึกของการเป็นเจ้าของในประเทศเจ้าบ้าน ยิ่งไปกว่านั้น อาหารไทใหญ่ยังเป็น “พื้นที่ของการเชื้อเชิญ” (space of inclusion) ให้คนนอกกลุ่มชาติพันธุ์ไทใหญ่มาร่วมอาหาร “คนอื่น” (other) จากคนขายของชาวไทใหญ่ที่เร่ขายไปตามชุมชนหรือแหล่งที่อยู่อาศัยและทำงานของแรงงานอพยพ ตลอดจนตลาดนัดในพื้นที่เมืองและชานเมือง

การบริโภคอาหารไทใหญ่ที่สะท้อนให้เห็นถึง “เทส ฮาบิตัส” (taste habitus) นั้นปรากฏขึ้นเมื่องานวิจัยนี้ศึกษาอาหารไทใหญ่ที่เสิร์ฟในร้านอาหาร “พม่า” เพื่อดูว่าอาหารไทใหญ่ถูกจัดวางอย่างไรในเมนูของร้านที่มีเจ้าของเป็นทั้งคนไทใหญ่และชาติพันธุ์อื่นๆ ซึ่งร้านอาหาร “พม่า” เหล่านี้มีคนพม่าและคนชาติพันธุ์ต่างๆจากพม่าเป็นลูกค้าหลักรวมทั้งคนไทใหญ่ด้วย ไม่เพียงเท่านั้น นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคชนชั้นกลางก็เป็นคนกินกลุ่มใหญ่เช่นเดียวกัน พื้นที่ของร้านอาหารจึงกลายเป็นการรวมเอากลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายมาปฏิสัมพันธ์กัน แต่ในขณะเดียวกันกลับกีดกันคนบางกลุ่มออกไปเมื่อพิจารณาในมิติของชนชั้น (class) จะเห็นว่าแรงงานอพยพไม่สามารถที่จะมากินอาหารที่นี่ได้แม้ว่าจะมีอาหารไทใหญ่ขายอยู่ด้วยก็ตาม ดังนั้น การกินอาหารชาติพันธุ์ในร้านอาหาร “พม่า” จึงสะท้อนให้เห็น “รสนิยมของความรุ่มรวย” (taste of luxury) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวและชนชั้นกลางที่ต้องการสัมผัสความแปลกใหม่ของอาหารชาติพันธุ์

กล่าวโดยสรุป อาหารไทใหญ่ในงานศึกษาชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็น “ชาติพันธุ์” ในความสัมพันธ์เชิงอำนาจภายใต้บริบทของประเทศไทย และในขณะเดียวกัน อาหารไทใหญ่ยังเป็นพื้นที่ของการเมืองเชิงวัฒนธรรมที่รสชาติและรสนิยม ที่หลากหลายก่อให้เกิดความรู้สึกและการสร้างความหมายที่แตกต่างกันออกไปในหลายมิติ