

ความชม:

รศชาติกาแฟดำสู่ภาพสะท้อนรศชาติชีวิตทางสังคมของผู้บริโภค

สุมินตา แดงนาค^{*}

คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วันที่รับบทความ 20 พฤษภาคม พ.ศ.2564

วันที่แก้ไขบทความ 26 กรกฎาคม พ.ศ.2564

วันที่ตอบรับบทความ 27 กรกฎาคม พ.ศ.2564

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งทำความเข้าใจประสบการณ์ทางสังคมที่ผู้บริโภคกาแฟดำวัยผู้ใหญ่มีร่วมกัน รวมถึงภาพสะท้อนโครงสร้างสังคมต่อมิติเศรษฐกิจ การศึกษา วัฒนธรรม ประเพณีความเชื่อ โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลภาคสนามผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งในรูปแบบเผชิญหน้าและบนแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมทั้งใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ผู้เขียนเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในวัยผู้ใหญ่ ประกอบด้วยผู้ใหญ่ตอนต้นกับวัยกลางคน ซึ่งเป็นวัยที่บริโภคกาแฟดำโดยสามารถเรียกได้ว่า เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ได้แก่ เพศหญิงจำนวน 4 คน และเพศชายจำนวน 6 คน อายุระหว่าง 21 – 48 ปี ด้วยเหตุผลที่วัยผู้ใหญ่คือช่วงวัยที่มีระยะเวลายาวนานที่สุดในชีวิต เป็นวัยที่บริโภคกาแฟอยู่ในระดับสูงสุด สนามของการศึกษาในครั้งนี้คือบริบทสังคมไทยปัจจุบันในลักษณะของการเป็นสังคมเมืองซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นปรากฏการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต พฤติกรรม และสุขภาพ นับตั้งแต่การใช้ชีวิตประจำวัน การศึกษา การทำงาน ภายใต้สภาวะแวดล้อมของการแข่งขัน และการเดินทางภายใต้การจราจรที่หนาแน่น กล่าวคือ วัยผู้ใหญ่มีประสบการณ์ชีวิตที่ต้องบรรลุไปตามขั้นและตามตารางเวลากำหนด ดังนั้น กาแฟดำจึงเป็นกาแฟประเภทที่ผู้บริโภคเลือกดื่มเนื่องจากปริมาณคาเฟอีนในระดับสูงตลอดจนความสะดวกสบายในการบริโภค บทความนี้เสนอว่า ปัจเจกบุคคลเลือกบริโภคกาแฟดำเป็นประจำทุกวัน นอกจากความเคยชินแล้วนั้น ทว่าปัจเจกบุคคลล้วนมีบทบาทภาระหน้าที่ทางสังคมที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ เพื่อให้สามารถยึดโยงตนเองเข้ากับกรอบทางสังคมอย่างการประสบความสำเร็จในชีวิต การมีคุณภาพชีวิตที่ดี จึงจำเป็นต้องมีตัวช่วยอย่างกาแฟดำ

คำสำคัญ : กาแฟดำ, ความชม, ชีวิตทางสังคม, คุณภาพชีวิต, วาทกรรม

Bitterness:

The Taste of Black Coffee to the Taste of Social Life of Consumers

Suminta Dangnak*

Faculty of Sociology and Anthropology, Thammasat University

Received 20 May 2021

Received in revised 26 July 2021

Accepted 27 July 2021

Abstract

The purpose of this article is to better understand the social experiences that adult consumers of black coffee share among each other. Economic, educational, cultural, and religious traditions and beliefs are used to frame reflections on society's structure. Using methods of research from relevant documents and studies, In-depth interviews, both face-to-face and via online platform, were used to collect field data. Non-participant observation methods are also used. Furthermore, the authors chose to study only adults in the black coffee consumer groups, which included young and middle-aged adults. They also consume black coffee in a way that can be characterized as "a part of their daily life," with four females and six males ranging in age from 21 to 48 years old. Actually, adulthood is the longest period of a person's life; that is, adulthood is the age at which one reaches the highest level of coffee consumption. A field of study is the context of current Thai society in the form of an urban society with social and cultural changes. It is a phenomenon that has an impact on lifestyle, behavior, and health. From daily life, education, work, competitive environments, and driving in heavy traffic. That is, adulthood has life experiences that must be met in stages and on a set schedule. As a result, black coffee is the favorite type of coffee among consumers. Because of the high caffeine content as well as the convenience of consumption. The article suggests that people drink black coffee on a daily basis. Aside from being a habit that had developed up until that point, the individual has a role in social obligations that cannot be ignored. So, in order to connect themselves to social frameworks such as achieving success in life and having a good quality of life, a helper such as black coffee is actually needed.

Keyword: Black coffee, Bitterness, Social life, Quality of life, Discourse

*Corresponding author: nubam@hotmail.com

DOI: 10.14456/tujournal.2022.10

วิธีการศึกษา ระเบียบวิธีที่ใช้

การกำหนดแนวทางการศึกษาวิจัยเรื่องความชม: รัชชาติกาแฟคำสู่ภาพสะท้อนรัชชาติชีวิตทางสังคมของผู้ บริโภค ในการทำความเข้าใจชีวิตของผู้คน ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative method) มีความเหมาะสมต่อการศึกษาในครั้งนี้ โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งในรูปแบบเผชิญหน้าและการสัมภาษณ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อันเนื่องมาจากมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 (COVID-19) รวมทั้งวิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม โดยเน้นศึกษาประสบการณ์ชีวิตทางสังคมของผู้บริโภคกาแฟดำในช่วงวัยผู้ใหญ่ รวมถึงปัจจัยทางสังคมต่างๆ ในการอธิบายถึงภาพสะท้อนสังคม ผู้ศึกษาดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลล์ (snowball sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างในลักษณะของการสร้างเครือข่ายข้อมูล โดยเลือกจากหน่วยตัวอย่างกลุ่มแรก และตัวอย่างกลุ่มแรกเสนอบุคคลอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงต่อไป เพื่อให้ได้ทราบถึงนัยยะของมุมมองและประสบการณ์ชีวิตทางสังคมที่พวกเขามีร่วมกัน ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วยวัยผู้ใหญ่ตอนต้นกับวัยกลางคน คือ ช่วงอายุระหว่าง 20 - 60 ปี จึงมีตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป ทั้งที่ประกอบอาชีพเป็นนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนทั่วไป ตลอดจนพนักงานในสังกัดองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งเหตุผลสำคัญที่สนใจเลือกศึกษาคณกลุ่มนี้เนื่องจากว่า สำหรับช่วงที่เรียกว่า “ผู้ใหญ่” ถือเป็นช่วงชีวิตที่ยาวนานและมีความสำคัญซับซ้อนมากที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงอายุอื่นๆ ในวัยผู้ใหญ่จะมีการเปลี่ยนแปลงหลายประการเกิดขึ้น กล่าวคือ ช่วงเวลาที่กำลังเติบโตเป็นผู้ใหญ่เป็นช่วงเปลี่ยนผ่านของวัยที่ถือเป็น “ระยะวิกฤต” ของชีวิต ซึ่งก็คือวัยแห่งการค้นหา ก่อร่างสร้างตัว การลองผิดลองถูก เผชิญหน้ากับความผิดพลาด ความล้มเหลว การเริ่มต้นใหม่ การเปลี่ยนแปลงในหลากหลายมิติ เริ่มใช้ชีวิตด้วยตัวเอง เข้าสู่สังคมการทำงานและสนามแห่งการแข่งขันจริง พึ่งพาและรับผิดชอบตนเอง ได้ล้มจริงเจ็บจริง ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้นค่อยๆ หล่อหลอมตัวตน รวมถึงบ่มเพาะนิสัยติดตัวปัจเจกบุคคลไป อาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่กำลังดำเนินอยู่ในระยะนี้อาจเป็นตัวกำหนดชะตาชีวิตของปัจเจก ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา อาชีพการทำงาน การเงิน ครอบครัว หรือสุขภาพ

ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 คนประกอบด้วยเพศหญิงจำนวน 4 คน และเพศชายจำนวน 6 คน มีอายุระหว่าง 21 – 48 ปี ซึ่งผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดเข้าเกณฑ์กรณีศึกษาโดยเป็นคนที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจอยู่ในชนชั้นกลางระดับล่างและค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตามยังจัดอยู่ในชนชั้นแรงงานของระบบสังคมทุนนิยมปัจจุบัน พร้อมๆ กันนั้นลักษณะสำคัญของผู้ให้ข้อมูล อาทิ เป็นผู้ที่กำลังศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษา สำหรับผู้ที่ประกอบอาชีพล้วนเป็นมนุษย์เงินเดือนที่มีวันทำงาน 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ และนอกจากหน้าที่หลักในการทำงานประกอบอาชีพของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลยังมีภาระเกี่ยวกับครอบครัวที่ถือเป็นหน้าที่สำคัญหนึ่งที่ต้องจัดการในทุกๆ วันด้วย

เช่นกัน ดังนั้นจุดร่วมที่มีความชัดเจนสามารถสังเกตเห็นได้ร่วมๆ กัน อย่างการดำรงชีวิตประจำวัน ที่เป็นไปตามตารางเวลา ไม่ว่าจะเป็นตารางเรียน ตารางการทำงาน หรือตารางการพักผ่อน เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลจึงมีประสบการณ์ชีวิตที่เชื่อมโยงกับกาแพด้าในฐานะที่เป็นตัวช่วยสำคัญในการฟื้นฟู พละกำลังหรือกระตุ้นร่างกายของตนเองให้พร้อมรับกับสถานการณ์ในทุกๆ วัน โดยพฤติกรรมการ บริโภคกาแพด้าที่เป็นไปเพื่อตอบสนองชีวิตทางสังคม ผลลัพธ์จากอิทธิพลของบริษัทสังคมเมืองและ สังคมทุนนิยมทำให้ผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์ชีวิตที่เชื่อมโยงอยู่กับกาแพด้าอย่างเลี่ยงมิได้

สำหรับกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำเอาข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์ ทั้งในรูปแบบเผชิญหน้าและการสัมภาษณ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มาใช้สรุปประเด็นที่น่าสนใจ โดยจัดเรียงตามแนวคิดเรื่องคุณภาพชีวิต (quality of life) และทำการตีความผ่านทฤษฎีวาทกรรม (discourse) ของ Michel Foucault เพื่อตีความข้อมูลของแต่ละบุคคลและนำมาหาความ เชื่อมโยงที่เกิดขึ้นระหว่างกันในสังคม โดยนำข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกันของกลุ่มตัวอย่างมา วิเคราะห์ควบคู่ไปกับแนวคิดทฤษฎีเรื่องคุณภาพชีวิตและวาทกรรม เพื่อทำความเข้าใจ ประสบการณ์ชีวิตและภาพสะท้อนสังคมที่ปรากฏให้เห็นของกลุ่มคนวัยผู้ใหญ่ที่เลือกบริโภคกาแพ ด้า แล้วจึงเสนอประเด็นต่างๆ ในเชิงพรรณนา อย่างไรก็ตามผลการศึกษาวัยวิจัยไม่สามารถอ้างอิง และสรุปรวมภาพสะท้อนสังคมทั้งหมดได้ จึงสรุปอยู่ในขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาเลือกมา เท่านั้น

ความชม: รหัสชาติกาแพด้าสู่ภาพสะท้อนรสนิยมชีวิตทางสังคมของผู้บริโภค

ตลอดระยะเวลาของสังคมไทย การประสบความสำเร็จในชีวิตและการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ถือเป็นเรื่องสำคัญประการหนึ่งที่ปัจเจกบุคคลให้ความหมายและคุณค่า ทว่าลักษณะของการ ประสบความสำเร็จในชีวิตและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีได้รับอิทธิพลจากโครงสร้างทางสังคม มีจุดประสงค์มุ่งเน้นในการจัดการ ควบคุมมุมมองความคิด และการประพฤติปฏิบัติตนของปัจเจก ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม โดยสังคมเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ชีวิตของ ปัจเจกอย่างแยกย่อย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างกฎเกณฑ์ ค่านิยม บรรทัดฐาน ประกอบกันขึ้นเป็นชุด วาทกรรมหลากหลายชุดที่ปรากฏอยู่ในสังคม โดยปัจเจกบุคคลจะซึมซับ ตีความ หรืออาจต่อรอง กับชุดวาทกรรมมากมายที่เป็นอิทธิพลมาจากโครงสร้างทางสังคมซึ่งมีส่วนในการกำหนดทิศทาง ชีวิตทางสังคมของพวกเขาให้อยู่ภายใต้กรอบๆ เดียวกัน ส่งผลให้ชีวิตทางสังคมของผู้คนมีแบบแผน ที่คล้ายคลึงกัน มีการแข่งขัน ความเร่งรีบ การกดทับ หรือมีการรอบในการใช้ชีวิตตลอดการเติบโต ของปัจเจกบุคคล ต่อเนื่องกันมาโดยการต้องเป็นผู้ประสบความสำเร็จหรือมีคุณภาพชีวิตที่ดีอยู่ใน สังคมยังสามารถสะท้อนภาพสังคมของปัจเจกในมิติต่างๆ อาทิ เศรษฐกิจ การศึกษา วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อ หรือประเด็นทางสังคมอื่นๆ ด้วยเช่นกัน เกิดเป็นความสนใจตั้งคำถาม ต่อไปว่า สูตรสำเร็จ แนวทาง หรือพฤติกรรมที่นำมาซึ่งผลลัพธ์ข้างต้น ยกตัวอย่างเช่น พฤติกรรม

การเลือกบริโภคกาแฟดำเป็นประจำ ที่สามารถเข้าใจได้ว่าเป็นความเคยชิน หรือเป็นรสนิยมอย่างหนึ่ง ทว่าการเลือกบริโภคกาแฟดำยังเกี่ยวพันเชื่อมโยงกันไปด้วยกับอิทธิพลของวาทกรรม กล่าวคือ กาแฟดำแทรกซึมไปกับประสบการณ์ชีวิตของปัจเจกด้วยการกำหนดจากวาทกรรมความสำเร็จ เป็นต้น ผู้เขียนประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องคุณภาพชีวิต (quality of life) และแนวคิดทฤษฎีวาทกรรม (discourse) เป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันระหว่างปัจเจกบุคคลกับโครงสร้างสังคม ที่ส่งผลให้พวกเขาเลือกบริโภคกาแฟดำเพื่อทำให้ตนสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ภายใต้โครงสร้างสังคมดังกล่าว พร้อมทั้งบรรลุตรงตามเป้าหมายของชุดวาทกรรมมากมายที่สังคมประกอบขึ้น ดังนั้นประโยคที่ว่า "รสชาติกาแฟขมน้อยกว่าชีวิต" อาจเป็นความจริงสำหรับปัจเจกบางคนที่เลือกดื่มกาแฟดำ

แนวคิดเรื่องคุณภาพชีวิต (quality of life)

คุณภาพชีวิตมีความหมายที่ครอบคลุมต่อปัจเจกบุคคล ซึ่งก็คือความสมบูรณ์ทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความอยู่ดีมีสุขในสภาพแวดล้อมที่ดี มีครอบครัวและสังคมที่ดี โดยนำเอาสิ่งต่างๆ เหล่านั้นมาเป็นส่วนในการพัฒนาตนเองให้มีชีวิตที่ดีสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข ตามสมควร องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้กำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพชีวิตที่สำคัญไว้ 5 ประการ (กิติกร มีทรัพย์ม, 2536, น. 64-65 อ้างถึงใน พรภิมล ปานดี, 2557, น. 8) ได้แก่ สุขภาพกาย (physical health) สุขภาพจิตใจ (mental health) ระดับของความเป็นอิสระ (level of independence) ความสัมพันธ์ทางสังคม (social relationship) และสิ่งแวดล้อม (environment) ดังนั้น องค์ประกอบสำคัญของคุณภาพชีวิต ประกอบด้วยปัจจัยทั้งด้านที่เกี่ยวข้องกับตนเองและสังคมรอบๆ ข้างที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน พร้อมๆ กันนั้น แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานได้กำเนิดและแพร่หลายในประเทศอุตสาหกรรม เมื่อสังคมมีความเป็นเมือง และมีระบบทุนนิยม ส่งผลให้มีผู้ใช้แรงงานเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก กล่าวได้ว่า เมื่อปัจเจกบุคคลเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่จะพบเจอกับสถานการณ์ที่หลากหลายเป็นบททดสอบชีวิต ในบางเวลาอาจก่อให้เกิดความรู้สึกรู้สึกเหนื่อย หรือในบางครั้งชีวิตถูกปกคลุมไปด้วยแรงกดดันมากมาย ถึงกระนั้นเพื่อแลกมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นเหตุให้ปัจเจกบุคคลต้องประสบความสำเร็จทางการศึกษา การประกอบอาชีพ ทั้งนี้การทำงานช่วยให้บุคคลรู้สึกมีคุณค่า มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นที่ยอมรับของสังคม ชีวิตปัจเจกบุคคลจึงเป็นการปรับตัวไปตามสถานการณ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น คุณภาพชีวิตจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับวิถีปฏิบัติตัวของพวกเขาเอง ในกรณีของผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ "กาแฟดำ" เป็นหนึ่งในตัวช่วยให้พวกเขาสามารถบรรลุถึงเป้าหมายของคุณภาพชีวิตในด้านต่างๆ ที่วางไว้ได้สำเร็จ

แนวคิดทฤษฎีวาทกรรม (discourse)

วาทกรรมในความหมายทางสังคมศาสตร์ หมายถึง ระบบกระบวนการผลิตความหมาย โดยภาษาและสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ดำรงอยู่ในสังคม ประกอบกันขึ้นเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของบุคคล วาทกรรมเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์ เงื่อนไขและกลไกต่างๆ ในการพูดหรือ การเขียนถึงเรื่องหนึ่งๆ ดังนั้นวาทกรรมจึงทำหน้าที่ประกอบสร้างความหมายให้กับสรรพสิ่งใน สังคม จัดเป็นเทคโนโลยีทางอำนาจที่ถูกใช้เพื่อเก็บกด ปิดกั้น และจัดระเบียบวิถีชีวิตของผู้คนใน สังคม แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ถูกใช้เพื่อต่อต้านอำนาจ (counter discourse) ต่อต้านระเบียบที่มีวาท กรรมหลักครอบงำอยู่ มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault) ได้นิยามความหมายของ “discourse” (Hall, 1992, pp. 291 cited in Hall, 2001, pp. 72) ไว้ว่า

“a group of statements which provide a language for talking about – a way of representing the knowledge about – a particular topic at a particular historical moment... Discourse is about the production of knowledge through language. But...since all social practices entail meaning, and meaning shape and influence what we do – our conduct – all practices have a discursive aspect”

“discourse” ข้างต้นจึงหมายถึง กลุ่มถ้อยคำที่ใช้แสดงความรู้หรือวิธีการนำเสนอความรู้ เกี่ยวกับหัวข้อเฉพาะในช่วงเวลาประวัติศาสตร์หนึ่งๆ อาจสรุปได้ว่า “Discourse” ในความหมาย นี้หมายถึงกระบวนการการผลิตความรู้ผ่านภาษา แต่เนื่องจากปฏิบัติการต่างๆ ในสังคมนั้น ก่อให้เกิดความหมาย และความหมายดังกล่าวย้อนกลับมามีอิทธิพลต่อปฏิบัติการต่างๆ ที่เรา กระทำ ดังนั้นปฏิบัติการต่างๆ จึงถือว่าเป็นปฏิบัติการเชิงวาทกรรมด้วย นั่นคือวาทกรรมมีได้จำกัด ตัวอยู่ที่เฉพาะภาษา แต่การกระทำต่างๆ ในสังคมมีมิติของความเป็นวาทกรรมอยู่ด้วย นอกจากนี้การวิเคราะห์วาทกรรมมักเริ่มจากคำถามว่า กำลังศึกษาอะไรอยู่ หรือวาทกรรมของสิ่ง นั้นคืออะไร เพื่อวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์และความหมายของสิ่งนั้นว่าถูกสร้างขึ้นหรือมีการ เปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง และกลายมาเป็นประเด็นที่ถูกผู้คนพูดถึงในที่สุด นำมาซึ่งการวิเคราะห์ ได้ว่า มีบทบาทอย่างไรต่อสังคม และจะสามารถทำให้เห็นได้ถึงการดำรงอยู่ของวาทกรรม อาทิ การประสบความสำเร็จในชีวิต มากไปกว่านั้นสังคมมีการสร้างชุดวาทกรรมให้เห็นว่า ปึงเจกบุคคล ควรมีความประพฤติที่ดีในทุกๆ ด้าน โดยการดำเนินชีวิตให้อยู่ในกรอบและบทบาทหน้าที่ตามความ คาดหวังของสังคม เช่น สำเร็จการศึกษาในระดับสูง ประกอบอาชีพที่ดี มีรายได้สูง มีความมั่นคง ทางเศรษฐกิจในชีวิตตนเองและครอบครัว เป็นต้น ซึ่งได้ถูกทำให้กลายเป็นบรรทัดฐานหลักของ สังคม ทั้งนี้การวิเคราะห์วาทกรรม มนุษย์จึงเป็นเพียงผู้กระทำตาม ผลผลิตซ้ำสิ่งๆ ที่พูดๆ กันต่อมา มากกว่าที่จะคิดค้นขึ้นมาใหม่

ความสำเร็จในชีวิตเป็นสิ่งซึ่งคนส่วนใหญ่ปรารถนาและมุ่งมั่นที่จะครอบครอง เพื่อพิสูจน์ตนเองและเพื่อความสุขในการดำรงชีวิต ทั้งนี้หลักเกณฑ์การวัดความสำเร็จในชีวิตมักถูกกำหนดโดยบุคคลอื่น เช่น พ่อแม่ ญาติพี่น้อง บุคคลรอบข้าง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งค่านิยมของสังคม อย่างไรก็ตามความสำเร็จเป็นสิ่งที่ยากขึ้นและมีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ ตามอายุของปัจเจกที่เพิ่มขึ้น ค่านิยมของคำว่า “ความสำเร็จ” คือสิ่งต่างๆ ที่สังคมรอบตัวปลูกฝังปัจเจกบุคคลตั้งแต้อย่างยังเป็นเด็ก ทุกๆ คนถูกสอนให้ต้องเป็นคน “ประสบความสำเร็จ” ในชีวิต ค่านิยมต่างๆ กลายมาเป็นวาทกรรมหลักที่ผลักดันให้ปัจเจกบุคคลพยายามขวนขวายเพื่อเข้ารับการศึกษาในสถาบันที่มีชื่อเสียง ประกอบอาชีพที่มีเกียรติและมั่นคง สร้างครัวที่สมบูรณ์ มีบ้าน มีรถเป็นของตนเอง ในกรณีเช่นนี้ถือได้ว่าเป้าหมายความสำเร็จของชีวิตถูกเลือกโดยตัวบุคคลนั่นเอง ถึงกระนั้นก็ยังไม่ปลอดจากค่านิยมของสังคมอย่างแท้จริง ที่น่าคิดก็คือ ในหลายกรณีโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือแม้แต่อาชีพอาจจะถูกเลือกให้โดยผู้ปกครอง เจตนาที่ต้องการให้ลูกประสบความสำเร็จในชีวิต ในบางเวลาอาจขัดต่อความเป็นอิสระของปัจเจกบุคคล ประเด็นคือ ปัจเจกบุคคลส่วนใหญ่อ่อนแอเกินกว่าที่จะยืนหยัดต่อสู้เพื่อปัจเจกภาพของตน ส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยค่านิยมสังคมหรือถูกชักจูงโดยความเห็นของบุคคลรอบข้าง ดังนั้น การจะมีชีวิตในแบบที่ตนเองปรารถนา หรือมีอาชีพตามที่ตนเองถนัดจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องถอดตนเองจากเครื่องพันธนาการของค่านิยมสังคม หรือความคาดหวังของบุคคลอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงของชีวิตปัจเจกคือ การเกิดมาพร้อมๆ กับการถูกผูกพันโดย “ภารกิจแห่งชีวิต” ซึ่งหมายความว่า โดยค่านิยมของสังคมและด้วยความจำเป็นแห่งการเป็นมนุษย์ที่ดีตามกรอบวาทกรรมสังคม ปัจเจกจึงถูกหล่อหลอม ประกอบสร้างขึ้น และดำรงชีวิตอยู่ภายใต้เงื่อนไขโครงสร้างสังคมทั้งหมด เนื่องจากวาทกรรมทางสังคมมีส่วนทำให้เกณฑ์ความสำเร็จของชีวิตถูกกำหนดโดยสังคมและคนรอบข้างอย่างที่ปัจเจกบุคคลไม่สามารถปฏิเสธได้เท่าที่ควร ดังนั้นแล้ว “ความสุข” ของปัจเจกที่เกิดขึ้นในทุกวันนี้คือความสุขจริงๆ หรือเป็นเพียง “ชุดความคิด” ที่ส่งต่อให้กัน

กล่าวโดยสรุป เบื้องหลังประสบการณ์ชีวิตของปัจเจกบุคคลเต็มไปด้วยอิทธิพลของวาทกรรม ทั้งในแง่ของความต้องการในการประสบความสำเร็จและการมีคุณภาพชีวิตที่ดี เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายต่างๆ ได้ บุคคลจึงต้องพยายามต่อสู้ดิ้นรน ผลักดันตนเองด้วยวิธีต่างๆ หนึ่งในนั้นคือ การเลือกบริโภคกาแฟดำที่ได้มีการกล่าวถึงไปในข้างต้น ทั้งนี้เพื่อที่จะกระตุ้นร่างกายและสมองให้พร้อมเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ดังนั้นเครื่องดื่มอย่างกาแฟดำจึงเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการพยายามผลักดันตนเองไปสู่เป้าหมายของชุดวาทกรรม

“ผู้บริโภคาแฟดำ”

ในบทความนี้ “ผู้บริโภคา” มีความหมายถึง กลุ่มคนที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ จำนวน 10 คน ประกอบด้วยเพศหญิงจำนวน 4 คน และเพศชายจำนวน 6 คน มีอายุระหว่าง 21 – 48 ปี ซึ่งมี

ความชัดเจนว่า พวกเขามีตำแหน่งหน้าที่ทางสังคมแตกต่างกันออกไป มีทั้งที่ประกอบอาชีพเป็นนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนทั่วไป ตลอดจนพนักงานในสังกัดองค์กรขนาดใหญ่ โดยสำหรับบางคนอาจมีสถานะเป็นลูกจ้าง สมาชิกครอบครัว หรือหัวหน้าครอบครัวควบคู่กันไป ทั้งยังมีสถานภาพทางเศรษฐกิจอยู่ในชนชั้นกลางระดับล่างและค่อนข้างสูง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการผลักดันตนเองให้ไปอยู่ในจุดที่สูงขึ้น หรือคงไว้ซึ่งสถานภาพทางเศรษฐกิจเดิมที่ตนได้รับมาจากครอบครัว ดังนั้นจึงชี้ให้เห็นชัดเจนว่า ประสบการณ์ชีวิตทางสังคมของพวกเขาถูกกำหนดไว้ด้วยตารางเวลา ภาพลักษณ์ที่พวกเขามีคือ เป็นมนุษย์ที่สามารถอดทนต่อการตื่นเช้าเป็นประจำทุกวัน เป็นมนุษย์ที่ต้องอดทนต่อสิ่งเร้าทางการเงิน ยอมเสียสละเวลาส่วนตัว และมีกิจกรรมหลากหลายอย่างที่จัดการในแต่ละวัน ด้วยบริบทเช่นนี้ พวกเขาจำเป็นต้องหาตัวช่วยอย่างกาแฟดำ ที่สุดท้ายได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตพวกเขาอย่างแยกกันไม่ขาด

พฤติกรรมในการบริโภคกาแฟดำของพวกเขาส่วนใหญ่แล้วเริ่มต้นดื่มในช่วงที่กำลังศึกษาทั้งในระดับมัธยมปลายและอุดมศึกษา เนื่องด้วยเหตุผลที่ว่า ต้องทำงานส่งอาจารย์ ต้องอ่านหนังสือหนักเพื่อสอบเลื่อนชั้น พร้อมทั้งยังต้องทำคะแนนหรือเกรดเฉลี่ยให้อยู่ในระดับสูงผ่านเกณฑ์วัดของสถาบันการศึกษานั้นๆ รวมไปถึงการตื่นเช้าไปเข้าเรียนให้ทัน เวลา อย่างที่ทราบกันว่าในเครื่องดื่มประเภทกาแฟมีสารคาเฟอีนเป็นส่วนผสม ส่งผลให้ผู้บริโภคที่เมื่อเริ่มดื่มเป็นประจำเพิ่มมากขึ้น เกิดภาวะเสพติดการดื่มกาแฟ ซึ่งผู้บริโภคกล่าวว่า ตนดื่มกาแฟเป็นประจำทุกวันในขณะที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา หรือในขณะที่เริ่มเข้าทำงานสำหรับผู้บริโภคบางคน ทั้งนี้พวกเขาให้เหตุผลไปในทางเดียวกันว่า ด้วยภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น ด้วยความจำกัดของตารางเวลา จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการเลือกดื่มกาแฟเป็นประจำทุกวันตอนเช้าและในระหว่างวัน โดยดื่มในปริมาณที่แตกต่างกันไปตามบุคคลตั้งแต่ 1 - 4 แก้วต่อวัน แม้ว่าเครื่องดื่มชูกำลังที่วางจำหน่ายในท้องตลาดจะมีให้เลือกมากมาย พวกเขากลับมองว่าไม่เหมาะสมกับการดื่มในตอนเช้าเมื่อเทียบกับกาแฟดำ รวมถึงกาแฟดำยังมีต้นทุนที่ต่ำกว่ากาแฟประเภทอื่นๆ อาทิ คาปูชิโน มอคค่า ลาเต้ เป็นต้น นอกจากการกระตุ้นการทำงานของสมองแล้ว การเลือกบริโภคกาแฟดำในปริมาณที่เหมาะสมยังมีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกาย ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริโภคกล่าวถึงด้วยเช่นกัน โดยสรุป พฤติกรรมในการบริโภคกาแฟดำที่กล่าวไปข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกับประสบการณ์ชีวิตของผู้บริโภค

ประสบการณ์ทางสังคมของผู้บริโภคกาแฟดำวัยผู้ใหญ่

มนุษย์เราเกิดมามีความปรารถนาเป็นของตนเอง ความปรารถนาพื้นฐานที่มนุษย์ต้องการคงหนีไม่พ้นการมีความสุขในชีวิตทั้งทางร่างกายและจิตใจ ทว่าการจะไปถึงจุดหมายดังกล่าวต้องอาศัยการดำเนินชีวิตอย่างเป็นระเบียบแบบแผน ซึ่งแบบแผนที่ผู้เขียนหมายถึงคือ แผนในการดำเนินชีวิตที่สามารถช่วยให้ปัจเจกบุคคลสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ตั้งไว้ ทั้งยังเป็น

แนวทางสำคัญที่คอยกำหนดทิศทางประสบการณ์ที่เกิดขึ้นของบุคคล ซึ่งอาจเหมือนหรือแตกต่างกันก็ย่อมได้ อย่างไรก็ตามสำหรับประสบการณ์ชีวิตของบุคคลชนชั้นกลางผู้อาศัยอยู่ในสังคมที่มีความเป็นเมืองสูงจะมีรูปแบบของประสบการณ์คล้ายคลึงกัน โดยที่สังคมจะทำหน้าที่เชื่อมโยงชีวิตของพวกเขาเข้าด้วยกันผ่านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้น และในระหว่างกระบวนการเหล่านี้พวกเขาได้รับบทบาทสำคัญทางสังคมเข้ามาสู่ตนเอง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและบ่งชี้ถึงความเข้าใจต่อการรับรู้ชีวิตของพวกเขา ทั้งนี้การได้มาซึ่งประสบการณ์ทางสังคมมิได้มาจากเพียงเฉพะเงื่อนไขที่บุคคลเป็นหรือมีอยู่เท่านั้น แต่ยังเป็นลักษณะที่มาจากกรอบของสังคมกำหนดไว้ด้วยเช่นกัน โดยกรอบที่ว่านี้จะทำหน้าที่ประกอบสร้างขึ้นกลายเป็นชุดวาทกรรมมากมายที่เป็นคุณค่า ค่านิยม หรือบรรทัดฐานต่างๆ ทางสังคม ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของพวกเขา ประสบการณ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงชีวิตของพวกเขาจึงเป็นส่วนหนึ่งของวาทกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา และเพื่อให้ตนสามารถดำรงอยู่และบรรลุตรงตามเป้าหมายวาทกรรมสังคม กาแฟดำจึงมีบทบาทมากกว่าการเป็นเครื่องดื่มของผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ในบทความชิ้นนี้ ดังจะอธิบายถึงความเชื่อมโยงกันต่อไป

ประสบการณ์ในรั้วโรงเรียนและมหาวิทยาลัย

สถาบันการศึกษาถือเป็นสถาบันหนึ่งที่มีความสำคัญในการหล่อหลอมปัจเจกบุคคลให้เป็นไปตามความต้องการของสังคม ผู้บริโภคอยู่ในระบบการศึกษารวมเป็นเวลาทั้งสิ้น 19 ปี โดยเริ่มนับตั้งแต่การเข้าเรียนในระดับชั้นอนุบาลตลอดจนสำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ซึ่งการตัดสินใจเข้ารับการศึกษาจากสถานศึกษาที่ใดที่หนึ่ง มิได้เป็นเพียงเรื่องของความสนใจในหลักสูตร ค่าใช้จ่าย หรือรูปแบบการเรียนการสอนเท่านั้น ทว่า ‘ชื่อเสียง’ ของสถาบันการศึกษาเป็นอีกปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองและตัวผู้เรียน ทั้งนี้เป็นอิทธิพลจากกรอบความคิดและวาทกรรมที่ถูกผลิตซ้ำเข้ามาในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับประโยคว่า เด็กที่สามารถเข้าเรียนในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงระดับประเทศได้คือเด็กเก่งและมีความสามารถไปประกอบอาชีพที่ดีในอนาคตได้ ซึ่งกรอบความคิดดังกล่าวสืบเนื่องมา จากการที่สังคมใส่ความหมายและให้คุณค่าบางอาชีพว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติ มีความมั่นคงเพราะรายได้ที่สูงกว่าอาชีพอื่นๆ อาทิ แพทย์หรือข้าราชการ ส่งผลให้ผู้ปกครองต่างคาดหวังให้บุตรหลานของตนยึดถือและเดินตามกรอบวาทกรรมชุดนี้ ทั้งที่ในความเป็นจริงเด็กอาจมีความถนัดและความสนใจในการประกอบอาชีพประเภทอื่นมากกว่า หรือมีความต้องการเข้าเรียนในสถาบันศึกษาที่ไม่ได้ตรงตามกรอบสังคมวางไว้ เมื่อเวลาผ่านไปผู้เรียนมีการรับเอาค่านิยมเหล่านั้นเข้าสู่ตนเองไปโดยปริยาย กล่าวคือ เด็กๆ จะรับเอาค่านิยมเกี่ยวกับการศึกษาที่สังคมกำหนดว่าดีว่าควรเข้าสู่ตัวเอง ละเลยความสนใจหรือความต้องการที่แท้จริงของตนเอง

ปฏิเสธไม่ได้ว่าการเข้าโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงได้นั้นสามารถช่วยพัฒนา ศักยภาพในตัวของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสหรือต้นทุนชีวิตที่ ได้เปรียบมากกว่าบุคคลที่มีสถานะต่ำกว่าชนชั้นกลางลงไป ขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงการตอบ รับบรรทัดฐานที่สมาชิกครอบครัวหรือสังคมมอบให้ ดังนั้นแม้ว่าพวกเขาจะตั้งคำถามเกี่ยวกับ การศึกษาที่มีกรอบเช่นนี้ว่า เป็นการสร้างความกดดัน สร้างการกดทับให้กับตัวเด็ก แต่ท้ายที่สุด สำหรับผู้บริโภครที่สามารถปฏิบัติได้จริงตามที่ตั้งคัมคาคหวัง พวกเขาจะเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจกับ ผลลัพธ์ ดังคำให้สัมภาษณ์ของคุณตั้งว่า

“ตั้งแต่เรียนประถมจนถึงมัธยมมาก็เข้าโรงเรียนที่มีชื่อเสียงได้ตามที่พ่อแม่คาดหวัง และตั้งใจมาได้ตลอดครับ ผมก็รู้สึกดีเพราะผมพยายามตั้งใจอย่างเต็มที่ทำให้มัน เกิดขึ้นจริง”

(ตั้ง, สัมภาษณ์, 2564)

นอกจากการเข้าสู่สถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงได้สำเร็จ การเป็นผู้ประสบความสำเร็จ การศึกษาสำหรับชนชั้นกลางในสังคมเมือง หมายถึง การสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งถือ เป็นเรื่องที่สังคมของผู้บริโภคนั้นให้คุณค่า ปัจจุบันการสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีกลายมา เป็นความต้องการพื้นฐานของสังคม เนื่องจากบริษัทและองค์กรต่างๆ พิจารณารับคนเข้าทำงานจาก วุฒิการศึกษานี้ ใบปริญญาที่ผู้บริโภครต้องพยายามทำให้ตนเองได้มาจึงเปรียบเสมือนใบเบิกทางใน การเข้าไปทำงานในบริษัทหรือองค์กรขนาดใหญ่ ในส่วนถัดไปเป็นเรื่องของความสามารถ ประสบการณ์ ความอดทนของแต่ละบุคคล ดังนั้นการศึกษาคือการลงทุนอย่างหนึ่งที่สำคัญของชีวิต เป็นการสร้างความรู้และโอกาสให้กับตนเองเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในก้าวต่อไปของชีวิต ทำให้ปัจเจก มีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นในการไปประกอบอาชีพ โดยผู้บริโภครในบทความชิ้นนี้คือผู้ที่ใกล้สำเร็จ การศึกษาจากมหาวิทยาลัยจำนวน 3 คน และผู้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยจำนวน 7 คน,

สรุปได้ว่า ประสบการณ์ชีวิตในรั้วสถานศึกษาที่ต้องพยายามเลือกเรียนในโรงเรียนและ มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง การพยายามสำเร็จการศึกษาปริญญาตรีด้วยคะแนนดีๆ เพราะเป็นตัว บังชี้ถึงความขยัน ความสามารถของบุคคล ชุดวาทกรรมเหล่านี้เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภครเลือกตีพิมพ์ คำแนะนำเป็นตัวช่วยให้คุณสามารถตื่นเช้าทันเข้าเรียน สามารถอยู่อ่านหนังสือหามรุ่งหามค่ำเพื่อ สอบเข้าโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง เรียนหนัก ตลอดจนให้ตนเองสามารถดำรงอยู่ใน ระบบการศึกษาและประสบความสำเร็จด้วยวุฒิปริญญาตรีในท้ายที่สุด อย่างไรก็ตามผู้บริโภครกาแพ ดำชนชั้นกลางให้ความหมายต่อปริญญาตรีว่าเป็นความสำเร็จทางการศึกษาขั้นพื้นฐานหนึ่งที่พวกเขาควรมี

ประสบการณ์การทำงาน

การประกอบอาชีพเป็นที่มาของรายได้ที่จะนำไปใช้ในการดำรงชีวิตของปัจเจกบุคคล ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ผู้บริโภคกล่าวว่า พวกเขามีความต้องการให้ตนเองสามารถเติบโตในสายงานได้ในระดับที่สูงขึ้น เพราะนั่นแสดงถึงการประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน และแน่นอนว่าเหตุผลของการเลื่อนตำแหน่งมีความเกี่ยวข้องกับอยู่กับเงินเดือนเป็นหลัก นอกจากนี้เมื่อทำงานไปได้ระยะหนึ่ง การเก็บออมเงินเพื่อสะสมไว้เป็นทุนทรัพย์ไปประกอบธุรกิจส่วนตัวเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการทำงานอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้บริโภคสังคมเมืองให้ความสนใจกัน เพราะมองว่า การมีธุรกิจส่วนตัวและการเป็นนายตัวเองนั้นมีอิสระ ทั้งยังสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตพวกเขาได้

“เมื่อเข้ามาทำงานมีประสบการณ์ทำงานเพิ่มมากขึ้น ผมก็มีความคิดว่าอยากจะเติบโตในหน้าที่การงานเรื่อยๆ ให้ได้สูงที่สุด ที่นี้เราก็ก้าวในตำแหน่งที่มันใหญ่ขึ้น หากงานสัมภาษณ์ที่ใหม่ๆ ถ้ามีโอกาสเข้ามา เพราะนอกจากเราจะได้ปรับเงินเดือนเพิ่มขึ้นเพื่อนำมาใช้จ่ายภายในครอบครัว ผมก็อยุ่จะรู้ถึงขีดจำกัดของตัวเองด้วยว่าผมมีความสามารถมากน้อยขนาดไหน”

(บ็ีก, สัมภาษณ์, 2564)

“ทำงานเก็บเงินและอยากมีกิจการเป็นของตัวเองค่ะ อยากเปิดร้านขายของที่ เป็นแฟชั่นไซส์เพื่อให้สามารถขายแฟชั่นไซส์ของตัวเองต่อได้ จะเท่ากับว่าเราแค่ต้องทำให้เป็นที่รู้จักเพื่อให้ขายได้ในจำนวนเยอะๆ”

(เหมียว, สัมภาษณ์, 2564)

อิทธิพลจากวาทกรรมความสำเร็จที่หมายถึงการประกอบอาชีพที่ดี มีการเจริญเติบโตในการทำงานสูงขึ้น มีความมั่นคง ส่งผลให้ประสบการณ์ในการทำงานของพวกเขาเป็นการทำงานอย่างหนักและเป็นเวลายาวนานตลอดช่วงอายุวัยผู้ใหญ่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้ค่าแพด้าเป็นตัวช่วย เพื่อให้สามารถทำงานได้ในเวลากลางคืน ตื่นมาทำงานทันในตอนเช้า และทำงานได้ยาวนานตลอดทั้งวัน กล่าวคือ ทั้งองค์กร ตำแหน่ง ความมั่นคง หรือแม้กระทั่งฐานเงินเดือนของผู้บริโภคจะเป็นเครื่องชี้วัดได้ถึงความสำเร็จของการทำงาน และคุณภาพชีวิตที่ดีที่พวกเขามีในสังคม

ประสบการณ์สร้างครอบครัว

สำหรับผู้ใหญ่ที่จัดอยู่ในวัยกลางคนมีการกล่าวถึงครอบครัวในลักษณะที่เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ผลักดันให้พวกเขาพยายามทำงานอย่างหนัก เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่ใช้ในการดูแลสมาชิกครอบครัวให้เป็นสุข มีความเป็นอยู่ที่ดี และให้บุตรหลานของตนเองได้มีโอกาสประสบความสำเร็จในชีวิตด้วยเช่นกัน มุมมองข้างต้นเกิดขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้บริโภคที่มีสถานะเป็นหัวหน้า

ครอบครัว ในขณะที่เดียวกันสำหรับผู้บริโภคที่มีสถานะเป็นแม่จะเล่าถึงภาระหน้าที่ในการดูแลลูกที่ถือว่าเป็นการทำงานรูปแบบหนึ่งรองลงมาจากงานหลักของตนเอง ดังคำบอกเล่าถึงประสบการณ์ของคุณตั้งว่า

“ตอนนี้ก็ยังไม่ถือว่าพอใจมากนักครับ เพราะลูกยังหาเลี้ยงตัวเองไม่ได้ เราต้องดูแลจรรยาฐานให้เขาไปก่อน และอยากให้ลูกมีงานทำที่มั่นคง ไปสร้างครอบครัวของตัวเองให้เรียบร้อยกันก่อน ผมถึงจะถือว่าผมประสบความสำเร็จในชีวิตของตนเอง”
(ตั้ง, สัมภาษณ์, 2564)

“ผมคงทำงานไปจนเกษียณ เพื่อให้มีเงินใช้หลังเกษียณแบบสบายๆ ก็ไม่อยากจะตัวเองและครอบครัวต้องมาลำบาก”
(ตั้ง, สัมภาษณ์, 2564)

ความพยายามของผู้บริโภคที่มีสถานะเป็นหัวหน้าครอบครัวและเป็นผู้ปกครองดังเช่นตั้ง ในการสร้างครอบครัวให้สมบูรณ์และมีความสุขจึงสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคกาแฟดำ โดยใช้กาแฟดำเป็นตัวช่วยเพื่อกระตุ้นร่างกายให้พร้อมในการทำงานหนัก รวมไปถึงการเลือกดื่มกาแฟดำยังเป็นประโยชน์ต่อการดูแลสุขภาพ ทั้งนี้เพราะสุขภาพถือเป็นเรื่องสำคัญ และเป็นเหตุผลรองลงมาสำหรับผู้บริโภคให้เลือกดื่มกาแฟดำ เมื่อมีสุขภาพกายที่ดีและไม่มีโรคจึงสามารถอยู่ร่วมกับสมาชิกภายในครอบครัวได้ยาวนานเพิ่มมากขึ้น

ประสบการณ์ทางสังคมกับคุณภาพชีวิต

ภาพรวมของกิจวัตรประจำวันที่เปรียบเสมือนฝันร้ายที่แย่มากที่สุดของผู้บริโภคกาแฟดำในบทความชิ้นนี้ เริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ตื่นนอน ทานอาหารเช้า ขับรถออกจากที่พักอาศัยไปเรียนหรือทำงาน เผชิญหน้ากับสภาพการจราจรที่หนาแน่น ทำงานเพื่อรับใช้ความฝันคนอื่น ทำบางสิ่งบางอย่างที่ห่างไกลความสนใจของตนเอง ขับรถกลับบ้านท่ามกลางจราจรที่สาหัส และเผื่อรอวันหยุดที่จะมาถึง ดังนั้นกิจวัตรประจำวันเหล่านี้ผลักดันให้การนอนหลับพักผ่อนกลายเป็นเรื่องที่ไม่สำคัญสำหรับชีวิตของพวกเขาอย่างที่ควรจะเป็น และเมื่อเวลาพักผ่อนไม่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต เช่นนี้พวกเขาจึงเลือกกาแฟดำเข้ามาและกลายเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตในทุกๆ วันไปโดยปริยาย อาจกล่าวได้ว่า ความเจ็บปวดของการเป็นผู้ใหญ่ชนชั้นกลางในสภาวะสังคมที่มีการแข่งขันและความเป็นเมืองคือ ชีวิตที่ต้องดำเนินไปตามเข็มนาฬิกาและตาราง เวลาที่ค่อนข้างเป็นแบบแผนในทุกวัน ดังตัวอย่างของคำบอกเล่าจากผู้บริโภคว่า

“ตื่นมาอาบน้ำแล้วก็แน่นอนต้มน้ำร้อนดื่มกาแฟแล้วกินข้าวเช้า ออกไปทำงาน ตอนบ่ายๆ อาจมีออกไปพบลูกค้าบ้างบางวัน เลิกงาน 5 โมงก็กลับบ้านเลย ระยะทางจากบ้านไปที่ทำงาน 60 กิโลเมตร ใช้เวลา 50 นาทีถึง 1 ชั่วโมง ทำที่

สมุทรปราการครับ ทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ รถจะติดตรงทางออกซอยบ้านแล้วก็ไปติด
อีกที่แถวๆ พระราม 2 ครับ ในหนึ่งวันจึงได้พักผ่อนประมาณ 6-7 ชั่วโมง”

(แป๊ะ, สัมภาษณ์, 2564)

“ปกติเข้านอนประมาณเที่ยงคืนถึงตี 1 ตื่นนอนตี 5 เพราะเราทำงาน 7 โมงเช้าค่ะ
เข้ามา รู้สึกเพลียทุกวันถึงต้องดื่มกาแฟช่วยนี้ใจ”

(แอน, สัมภาษณ์, 2564)

กล่าวโดยสรุป ด้วยภาระหน้าที่ที่พวกเขาไม่สอดคล้องกับการมีคุณภาพชีวิตที่ดี เพราะ
สุขภาพร่างกายถือเป็นองค์ประกอบสำคัญหนึ่ง ซึ่งหากไม่ได้รับการพักผ่อนที่เพียงพอก็จะส่งผลเสีย
ต่อสุขภาพของพวกเขา และแม้ว่าพวกเขามีกาแฟดำเป็นตัวช่วยทำให้รู้สึกตื่นตัว ไม่ง่วงนอน
สามารถเรียนหรือทำงานที่ได้รับมอบหมายมาได้ แต่นั่นก็มีโทษทางแก้ไข ปัญหาอย่างแท้จริง อย่างไร
ก็ตามเมื่อพวกเขาไม่สามารถปฏิเสธภาระหน้าที่ที่ได้รับมาจากสังคม การเลือกดื่มกาแฟดำจึงเป็น
ตัวเลือกที่ตอบโจทย์พวกเขาในการแก้ง่วง ให้ตนสามารถดำเนินกิจวัตรประจำวันได้อย่างราบรื่น ทั้ง
ยังมีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่ากาแฟใส่นมเมนูอื่นๆ

ภาพสะท้อนสังคมผู้บริโภคกาแฟดำวัยผู้ใหญ่

ปัจเจกบุคคลล้วนเป็นผลผลิตของสังคม ในขณะที่เดียวกันปัจเจกเองก็เป็นผู้ที่ทำให้สังคม
สามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าและสามารถดำรงอยู่ ด้วยการเป็นผู้กระทำการตามแบบแผนหรือชุด
วาทกรรมทั้งหลายที่ปรากฏ กล่าวคือ ปัจเจกบุคคลต้องดำเนินชีวิตไปภายใต้กรอบหรือวิถีทางที่
สังคมกำหนด เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า
สนามแห่งชีวิตจึงมีต่างอะไรจาก “สนามแห่งวาทกรรม” และการบริโภคกาแฟดำของวัยผู้ใหญ่ที่มี
สถานภาพทางเศรษฐกิจเป็นชนชั้นกลางในบริบทสังคมเมืองที่ดูราวกับว่าเป็นกิจกรรมปกติธรรมดา
ทั่วไป แท้จริงแล้วมีความเชื่อมโยงอยู่กับประสบการณ์ทางสังคมของพวกเขา เนื่องจากการ
ดำรงชีวิตประจำวันกับมิติต่างๆ ทางสังคมนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น
ประสบการณ์ดังกล่าวจึงสามารถสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างทางสังคมและสภาพสังคมที่พวกเขา
ดำรงอยู่ โดยผู้เขียนได้อภิปรายแยกย่อย ดังต่อไปนี้

มิติเศรษฐกิจ

ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนสังคมเป็นภาพสะท้อนเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ การแสวงหา
ซึ่งทรัพยากร การแลกเปลี่ยนทรัพยากร ตลอดจนการประกอบอาชีพของปัจเจกบุคคล สภาพ
สังคมที่มีการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูง การมีคุณภาพชีวิตที่ดีจึงมีต้นทุนที่สูงตามไปด้วย พวกเขา
จำเป็นต้องทุ่มเททำงานหนัก (hard working) เพื่อให้มีได้รายได้เพียงพอต่อการประทังชีวิตหรือ
เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายต่างๆ ในแต่ละเดือน อาทิ หนี้สินที่มาจากการสร้างตัวด้วยการมีบ้านและ

รถยนต์ส่วนตัว ค่าอาหาร ตลอดจนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับความเป็นอยู่อื่นๆ ที่ช่วยให้ชีวิตดำเนินต่อไป ภายใต้กรอบสังคมที่ครอบไว้ นอกจากนี้พวกเขายังจำเป็นต้องมีเงินเก็บสะสมเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน หรือใช้สำหรับลงทุนให้เกิดเป็นรายได้สำรองอีกทางหนึ่ง เพื่อสามารถสร้างความมั่นคงและอิสระทางการเงินให้ตนเองกับครอบครัว ประเด็นสำคัญคือ เพื่อใช้เป็นต้นทุนสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มยิ่งขึ้น รวมถึงการบรรลุเป้าหมายชีวิตให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นการที่พวกเขาทำงานหนักสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจหลายประการ เห็นได้จากคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“การประสบความสำเร็จในชีวิตก็มีหน้าที่การงานที่ดี มีครอบครัวที่ดี ไม่มีหนี้สิน และไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ ตอนนี้ผมก็ยังไม่ประสบความสำเร็จนะ เพราะยังมีหนี้สิน ต้องจัดการอยู่ คือ ค่ารถ ค่าบ้าน โทนจะอนาคตของลูกอีก และการงานมันก็ยังไม่แน่นอนเท่าที่ควรจะเป็นด้วยครับ” (แป๊ะ, สัมภาษณ์, 2564)

นอกเหนือจากนี้ การประกอบอาชีพที่ปรากฏให้เห็นจากกลุ่มผู้บริโภคราคาแพงค่าวัยผู้ใหญ่ นั้นมีความแตกต่างกันโดยเป็นไปตามความสามารถเฉพาะของบุคคลจากประสบการณ์การศึกษาที่ได้รับมา ทั้งนี้ก็ยกกล่าวรวมๆ ได้ว่า พวกเขาต่างเป็น “มนุษย์เงินเดือน” ที่ทำงานหนัก 5 - 6 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งเป็นเรื่องจริงที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ของมนุษย์เงินเดือนว่า การมีประสบการณ์ในช่วงวัยผู้ใหญ่เติบโตอยู่ในสถานที่ทำงานเป็นหลัก ซึ่งในแต่ละบริษัทหรือแต่ละองค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงปัจจุบันสามารถรับรู้หรือคาดการณ์ได้ว่าในหนึ่งเดือนตนมีรายได้เข้ามาเท่าไร ดังนั้นวันที่ได้รับเงินเดือนจึงถือเป็นวันพิเศษวันหนึ่งที่พวกเขาตั้งตารอคอย อย่างไรก็ตามสิ่งที่ตามมา ใบเสร็จชำระเงินมากมาย หรือค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในทุกๆ เดือน

“การที่บ้านเราไม่ได้มีพื้นฐานมาจากคนที่มั่งคั่ง เราเลยต้องพยายามสู้ตัวเองขึ้นมา ด้วยการทำงานในบริษัทใหญ่ๆ ตำแหน่งที่สูงขึ้น รายได้ที่ดีกว่าเดิม เพื่อให้ได้สิ่งที่เรียกว่าประสบความสำเร็จ”

(แห่ม, สัมภาษณ์, 2564)

โดยสรุปคือ ผู้บริโภคราคาแพงค่าวัยผู้ใหญ่เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสังคม และตัวเขาเองก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของมันด้วยเช่นกัน ส่งผลให้พวกเขามีรายได้และรายจ่ายทางเศรษฐกิจสูงในระดับเทียบเท่ากัน ทั้งนี้ภายใต้ลักษณะเศรษฐกิจเช่นนี้ ชีวิตของพวกเขาจึงมีการลงทุนมากมายก่อนไปถึงความสำเร็จ เช่นว่าการชำระค่าบริโภคราคาแพงในทุกเดือนเพื่อผลกำไรต่อบาทแทนกลับมาที่สามารถเรียกได้ว่า ‘คุ้มค่ากับชีวิต’

มิติการศึกษา

เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติ มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า พระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545 ได้กำหนดให้บิดา มารดา หรือผู้ปกครองมีหน้าที่

จัดให้บุตรหรือบุคคลอื่นซึ่งอยู่ในความดูแลได้รับการศึกษาภาคบังคับ จำนวน 9 ปี โดยให้เด็กซึ่งมีอายุย่างเข้าปีที่ 7 เข้าเรียนในสถานศึกษาพื้นฐานจนอายุย่างเข้าปีที่ 16 เว้นแต่จะสอบได้ชั้นปีที่ 9 ของการศึกษาภาคบังคับ และความหมายของการศึกษาภาคบังคับตามมาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ได้ให้คำนิยามว่า “การศึกษาภาคบังคับ” หมายความว่า การศึกษาชั้นปีที่หนึ่งถึงชั้นปีที่เก้าของการศึกษาขั้นพื้นฐานตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ (พระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545) กล่าวคือ การศึกษาภาคบังคับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาขั้นพื้นฐานที่เด็กควรได้รับ แม้ว่าการศึกษาถือเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตหรือนำมาซึ่งการประสบความสำเร็จ ทว่าหลักสูตรและการเรียนการสอนของสังคมไทยนั้นกลับมีข้อบกพร่องในตัวเอง กล่าวคือ หลักสูตรการสอนของไทยนั้นไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาศักยภาพที่ตรงตามความสามารถของผู้เรียน และดูเหมือนว่าหลักสูตรการศึกษาดังกล่าวมุ่งเน้นให้ผู้เรียนท่องจำไม่ต่างจากนกแก้วนกขุนทอง เพื่อนำไปใช้ในการสอบวัดความรู้เลื่อนชั้นเพียงเท่านั้น ซึ่งระบบการศึกษาในลักษณะเช่นนี้อาจนำไปสู่การที่ผู้เรียนต้องทุ่มเทเรียนหนังสือหรือทำงานส่งอาจารย์อย่างหนักโดยมุ่งเน้นเพื่อให้ตนเองสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีโดยปราศจากทัศนคติที่ถูกต้อง และไม่มี ความตั้งใจที่จะศึกษาหาความรู้อย่างแท้จริง เป็นเพียงการศึกษาให้ได้มาซึ่งวุฒิการศึกษาเพื่อใช้ในการสมัครงานในลำดับต่อไปของชีวิต

นอกจากนี้ค่านิยมกระแสหลักเกี่ยวกับการศึกษาในสังคมไทยมีอยู่อย่างหลากหลาย ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าค่านิยมทางด้านการศึกษาเหล่านั้นส่งผลกับชีวิตของพวกเขา อาทิ คำกล่าวที่ว่า “จบปริญญาตรีไปได้ทำงานดี ๆ” อันเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังของสังคมและผู้ปกครอง นอกเหนือจากการศึกษาสำเร็จในระดับปริญญา การได้เข้าเรียนในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงเป็นหนึ่งสิ่งที่พวกเขาเข้ามาไว้ในตนเองโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวด้วยเหตุผลที่สวดยหุที่ ก่อให้เกิดการประกอบสร้างและผลิตซ้ำว่าทรรณดังกล่าวปลุกฝังผู้เรียนว่า การเข้าศึกษาในสถาบันที่ดีมีชื่อเสียงทำให้มีโอกาสได้ทำงานที่ดีตามไปด้วย ซึ่งงานที่ดีจะส่งผลให้มีชีวิตที่ดีตามมา อาจกล่าวได้ว่าการศึกษาชั้นอุดมศึกษาในปัจจุบันกำลังกลายเป็นเรื่องของผลประโยชน์ทางธุรกิจที่พวกเขาได้รับมากกว่าเพียงความรู้และความสามารถติดตัว ทั้งยังมีความ สัมพันธ์กับเรื่องค่านิยมตำแหน่งหน้าที่การทำงานด้วยเช่นกัน เพื่อที่เมื่อเติบโตขึ้นมาสามารถประกอบอาชีพที่สังคมส่วนใหญ่ให้คุณค่าหรือยกย่อง และยังเรียกได้ว่าเป็นหน้าที่การงานที่มั่นคงต่อชีวิต

“สตีปแรกคืออยากเรียนให้จบก่อนและค่อยหางานทำ ในบ้านผมไม่มีใครเรียนจบปริญญาเลย ผมเลยคิดว่าต้องเรียนนะ ต้องจบให้ได้ ตอนนั้นเรียนนิเทศศาสตร์ มหาลัยที่ไม่ได้มีชื่อเสียงมาก พอเรียนจบก็รู้สึกว่ายางานที่เราจะทำนี่เขาไม่ค่อยรับกันหรอกถ้ามหาลัยไม่ดัง เหมือนแบบอย่างน้อยก็ต้องเป็นมหาลัยอันดับต้นๆ ของประเทศ ไม่ว่าจะป็นเอกชนหรือรัฐบาลก็ตาม”

(แป๊ะ, สัมภาษณ์, 2564)

กล่าวโดยสรุปว่า ภาพสะท้อนสังคมด้านการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า สังคมของพวกเขาเป็นสังคมแห่งความคาดหวัง การแข่งขันและความกดดัน อันเป็นไปเพื่อตอบสนองต่อความสำเร็จส่วนบุคคล ความภาคภูมิใจของครอบครัว การได้รับการยอมรับหรือการมีหน้ามีตาทางสังคม ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดจากการมีหน้าที่การงานที่ดี เงินเดือนสูง และมีความมั่นคง ยิ่งไปกว่านั้นระบบการศึกษายังสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการแบ่งชนชั้นซึ่งนำมาสู่การจำกัดความบุคคลออกเป็นประเภทต่างๆ และในบางเวลาการจัดประเภทเช่นนี้จึงเป็นตัวปิดกั้นโอกาสที่ทุกคนควรได้รับ

วัฒนธรรม ความเชื่อและประเพณี

ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมถือได้ว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลหรือเป็นตัวกำหนดวิถีชีวิตของปัจเจกบุคคล บริบทเงื่อนไขต่างๆ ในสังคมไทยไม่เอื้อให้คนได้คิดหรือตัดสินใจด้วยตนเอง ผลที่ตามมาคือผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมก้าวเข้าสู่กับดักทางความคิดอันนำมาซึ่งการเกิดขึ้นของ “สังคมวนลูป” หมายถึง สังคมที่ปัจเจกชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจเป็นชนชั้นกลางดั่งเช่นผู้บริโภคนิยมความชื่อนี้ มีการดำเนินชีวิตภายใต้กรอบของสังคมอย่างเคร่งครัด หากบุคคลใดก้าวออกจากกรอบทางสังคมที่ผู้อื่นให้การยกย่องว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า เท่ากับว่าบุคคลดังกล่าวกระทำการขัดกับวัฒนธรรมความเชื่อของสังคมที่มีมา ดังนั้นพวกเขาจึงมีขั้นตอนของแต่ละช่วงชีวิต โดยเริ่มตั้งแต่เข้าโรงเรียนเพื่อแสวงหาความรู้และพัฒนาตนเองให้มีความสามารถ เมื่อสำเร็จการศึกษาบุคคลจำเป็นต้องเข้าสู่กระบวนการทำงาน เพื่อให้ตนเองมีรายได้ต่อการดำรงชีวิต ต่อมาเมื่อเข้าสู่วัยกลางคนจึงเป็นช่วงของการสร้างครอบครัวหรือความมั่นคงในชีวิต ซึ่งแต่ละบุคคลอาจสร้างได้มากน้อยแตกต่างกัน ในแง่หนึ่งลำดับขั้นตอนที่ถูกกำหนดขึ้นมาจากสังคมเช่นนี้เปรียบได้กับฝันร้ายที่แย่มากที่สุดของชีวิต เพราะนำมาซึ่งความทุกข์ทรมานทางสังคมและความทุกข์ทรมานนี้เป็นไปเพียงเพื่อรับใช้ความฝัน ความคาดหวังของสังคม ซึ่งในบางครั้งอาจไม่นับเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการอย่างแท้จริงในชีวิต

ค่านิยมกตัญญูกตเวทิตี หรือการรู้คุณคนถือเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่สังคมไทยให้การยกย่องและยึดถือมาเป็นเวลาช้านาน โดยพื้นฐานเบื้องต้นของความกตัญญูรู้คุณนั้นเริ่มจากการตอบแทนคุณบิดามารดา ตลอดจนผู้มีพระคุณทั้งหลาย เนื่องจากบิดามารดาเป็นผู้ดูแลและเลี้ยงดูบุตรมาตั้งแต่ในครรภ์ จนกระทั่งเติบโตเป็นผู้ใหญ่ซึ่งนับเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ดังนั้นเมื่อบุตรเติบโต

ชั้นจึงต้องเลี้ยงดูผู้มีพระคุณเป็นการตอบแทน ซึ่งการที่พวกเขาสามารถมาถึงจุดนี้คือการเป็นผู้ประสบความสำเร็จไปแล้วครั้งหนึ่ง เพราะนอกจากเลี้ยงดูตนเองได้แล้ว พวกเขายังคงต้องทำงานหนักเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สินที่เพิ่มขึ้นเพียงพอต่อการนำไปใช้ดูแลและเลี้ยงดูบุคคลที่เขาเรียกว่า ‘ผู้ให้’ ในตอนเริ่มเกิดมา จากมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสะท้อนให้เห็นถึงการให้คุณค่ากับความกตัญญูว่า เป็นเรื่องสำคัญต่อการประสบความสำเร็จและคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยเหตุนี้ผู้ให้ข้อมูลหลายท่านจึงเข้ารับเอาค่านิยมนี้เข้ามาสู่ตนเอง โดยมองว่าเป็นหน้าที่สำคัญที่ต้องปฏิบัติ ดังเช่น

“การมีคุณภาพชีวิตที่ดีก็เป็นชีวิตทุกๆ ด้านที่มั่นคง ดูแลตัวเองได้ เลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้ พอกับแม่สบายมีความเป็นอยู่ที่ดี และก็มีสุขภาพดีค่ะ”

(แห่มม, สัมภาษณ์, 2564)

ค่านิยมเรื่องคุณภาพชีวิต มนุษย์ทุกคนเมื่อเกิดมามีความต้องการที่จะมีชีวิตที่ดีและมีคุณภาพ โดยอย่างน้อยที่สุดที่แต่ละบุคคลพึงมีคือความสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุขคือ ความจำเป็นขั้นพื้นฐาน อันหมายถึง การมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สามารถทานอาหารอ้อมมีเวลาพักผ่อนที่เพียงพอ ปราศจากความกังวลทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ตลอดจนหมายถึง การได้อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความมั่นคงปลอดภัยต่อชีวิต ทรัพย์สิน หรือเศรษฐกิจ เมื่อผู้เขียนตั้งคำถามถึงเรื่องคุณภาพชีวิตกับผู้บริโภคในบทความนี้ พวกเขาบอกว่า

“คุณภาพชีวิตตอนนี้ก็ยังไม่พอใจนะ เรื่องอื่นๆ ก็โอเคหมดแล้วแหละ แต่มีเรื่องงานที่ผมคิดว่ายังปลดไม่ได้เพราะเรายังไม่เป็นอิสระทางการเงิน.คุณภาพชีวิตที่ดีก็ควรมีครอบครัวดี สุขภาพดี คนรอบข้างดี การเงินดีแบบที่อยู่ๆ เผลอก็มีเงินใช้ได้ ให้ระบบงานที่เราสร้างมันรันของมันไปเองแบบนี้ ต้องเป็นการทำงานที่น้อยลงแต่ได้เงินที่เยอะขึ้น”

(บึก, สัมภาษณ์, 2564)

จากมุมมองความคิดความเชื่อของพวกเขาทำให้สรุปได้ว่า การมีคุณภาพชีวิตที่ดีนั้นคือการมีความสุข และความสุขในที่นี้หมายถึง ความรู้สึกพอใจในตนเอง การรู้สึกว่าชีวิตมีคุณค่า มีความหมาย ร่างกายแข็งแรงปราศจากโรคภัย ชีวิตมีความมั่นคงทั้งเรื่องที่อยู่อาศัย การทำงาน การเงิน รวมถึงการสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมและผู้คนรอบข้างในสังคมได้อย่างดีเยี่ยม

ความสัมพันธ์และเครือข่ายทางสังคม

โดยปกติแล้วมนุษย์ทุกคนล้วนที่จะแสวงหาวิถีทางที่จะมีความสัมพันธ์ หรือวิธีการที่จะดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลที่ตนมีความเคารพนับถือและไว้วางใจ ซึ่งในบทความชิ้นนี้หมายถึงความต้องการของผู้บริโภคที่จะเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายทางสังคม ปัจจุบันการบริโภคกาแพเป็นกิจกรรมที่เป็นที่นิยมในหลายสังคม มีส่วนในการสร้างเครือข่ายทางสังคมขึ้น กล่าวคือ

นอกจากการเป็นตัวช่วยให้พวกเขาสามารถดำรงชีวิตภายใต้กรอบสังคมได้แล้ว ทว่าการตีความแฟต้า ยังสร้างความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ระหว่างผู้บริโภครีโอ เครือข่ายสังคมเกิดขึ้นอย่างมากภายในสถานที่ต่างๆ ทั้งภายในครอบครัว กลุ่มเพื่อน สถานที่ทำงาน หรือองค์กรต่างๆ โดยในปัจจุบันมีกลุ่มคนในสังคมจำนวนไม่น้อยที่รวมตัวกันโดยใช้การบริโภคกาแฟเป็นศูนย์กลางของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ด้วยการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันเกี่ยวกับเรื่องกาแฟ เช่น รสชาติ ราคา ร้านค้า เป็นต้น สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มและการเข้าสังคม ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลว่า

“คนในครอบครัวดื่มหมดเลย เพื่อนรอบข้างที่ทำงานก็ด้วย เมื่อก่อนหลากหลายนะ แต่ที่บริษัทเขาเริ่มจะเปลี่ยนมาเป็นกาแฟดำกันเกือบหมดแล้ว ผมได้ปฏิสัมพันธ์จากการตีความแฟตด้วยนะ ในบริษัทจะเหมือนแบบถ้าใครจะออกไปซื้อกาแฟก็จะมีการถามกัน ผাগกันซื้อ พูดคุยว่ารสชาติวันนี้เป็นไง มาจากร้าน ไหน”

(บี๊ก, สัมภาษณ์, 2564)

“พนักงานในบริษัทดื่มทุกคน เมื่อก่อนก็หลายๆ กัน เหมือนขึ้นอยู่กับว่าวันหนึ่งว่างมากงว่น้อยเท่าไหน ถ้าว่างมากก็กินเข้มหน่อย ถ้าไม่ว่างมากก็เข้มน้อยลง แต่สำหรับอาชีพกาแฟดำตลอดเวลาเพราะเราดื่มเป็นประจำ”

(เหมียว, สัมภาษณ์, 2564)

ความเป็นเมือง

สภาพสังคมที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าทั้งในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงการมีสถาบันต่างๆ ดำรงอยู่ซึ่งแต่ละสถาบันถือเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาสังคม อาทิ การเกิดธุรกิจร้านค้าหรืออื่นๆ ซึ่งจากเรื่องราวและประสบการณ์ของผู้บริโภคกาแฟดำด้วยผู้ใหญ่อ่อนให้เห็นว่า สังคมที่พวกเขาสังกัดอยู่มีการแบ่งชนชั้นทางสังคมด้วยฐานะทางเศรษฐกิจหรือตำแหน่งหน้าที่การทำงาน พวกเขาสามารถพึ่งพาตนเองได้โดยเฉพาะในเรื่องการอุปโภคบริโภค และสมาชิกครอบครัวมีความสัมพันธ์กันในลักษณะทุติยภูมิหรืออย่างเข้าใจได้ง่ายคือ สมาชิกในครอบครัวมีความผูกพันกันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากทุกคนมีหน้าที่ของตนเองที่ต้องทำอย่างชัดเจน ชีวิตในเมืองจึงเต็มไปด้วยความเร่งรีบ และการแข่งขันทั้งการแข่งกับเวลาหรือแข่งกับบุคคลอื่นรอบตัวที่ต่างคนต่างมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ และต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตตนเอง รวมถึงในสังคมทุนนิยมที่ผู้คนต่างพากันสะสมทุนทรัพย์ และยกย่องผู้ที่มีทรัพย์สินเงินทอง หน้าที่การงานที่มั่นคง ซึ่งการศึกษาสังคมของพวกเขาผ่านพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟดำเป็นส่วนหนึ่งของสังคมวิทยาชีวิตประจำวัน จึงทำให้เห็นถึงภาพสะท้อนสังคมในปัจจุบันของผู้บริโภคกาแฟดำที่มีสถานภาพเป็นชนชั้นกลาง กล่าวคือ สภาพสังคมของผู้บริโภคกาแฟดำช่วยชี้ให้เห็นว่า สังคมยกย่องผู้ที่มีประวัติการศึกษาดี การงานมั่นคง มีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่อย่างเหมาะสมในภาวะความเป็นเมืองเช่นนี้

ด้วยลักษณะความเป็นเมืองที่กล่าวไว้ในข้างต้น ท่ามกลางโลกทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ชีวิตของปัจเจกค่อนข้างสัมพันธ์แนบแน่นอยู่กับสังคม จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ส่งผลให้พวกเขาเลือกบริโภคเครื่องดื่มอย่างกาแฟเป็นตัวช่วยในการตอบสนองต่อการดำรงชีวิตอยู่ภายใต้บรรทัดฐานของสังคม โดยเฉพาะเมื่อกาแฟดำที่เป็นตัวแปรสำคัญของการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งกาแฟดังกล่าวมีรสชาติขมมากกว่ากาแฟผสมนมเมื่อกาแฟอื่น ๆ มีส่วนช่วยในการผ่อนคลายความเครียดหรือลดอาการง่วงนอน สอดคล้องกับงานวิจัยที่มีการทำการศึกษาในกลุ่มคนวัยผู้ใหญ่ ไม่ว่าจะจะเป็นนักศึกษาหรือพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นช่วงวัยที่มีภาระงานต้องทำในแต่ละวันค่อนข้างหนัก จึงจำเป็นต้องกระตุ้นร่างกายให้รู้สึกสดชื่น กระปรี้กระเปร่าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ตนเองสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเชื่อมโยงกับงานศึกษาของจิตติรัตน์ รุ่งหิรัญศักดิ์ (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (ส่วนกลาง) และงานศึกษาของภรภัทร เอกจิรภัทร (2551) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ รายได้ อาชีพ เป็นต้น รวมไปถึงงานศึกษาพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ของอภิราม คำสวด, สาธิต อติตโต ได้ทำการศึกษาไว้ในปี 2559 ซึ่งมีข้อสรุปถึงกาแฟในลักษณะเดียวกันว่า เป็นสิ่งที่ช่วยทำให้ผู้บริโภครู้สึกสดชื่นและบรรเทาอาการง่วงนอน

บทสรุป

ประสบการณ์ทางสังคมที่กล่าวมาทั้งหมดในข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันกับพฤติกรรมกรเลือกบริโภคกาแฟดำ โดยมีบทบาทเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นและขับเคลื่อนร่างกายของพวกเขากิจกรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในทุกๆ วัน ไม่ว่าจะเป็นการเรียนหนังสือ การทำงาน สร้างครอบครัว ตลอดจนการนอนหลับพักผ่อน กระบวนการที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ล้วนได้รับอิทธิพลจากค่านิยม บรรทัดฐาน หรือชุดวาทกรรมมากมายที่สังคมประกอบสร้างขึ้น อย่างไรก็ตามพวกเขาทั้งหมดรับรู้ถึงการดำรงอยู่ของวาทกรรมสังคมและไม่สามารถปฏิเสธได้ กล่าวคือสังคมชนชั้นกลางในบริบทที่มีความเป็นเมืองมีลักษณะการให้คุณค่ากับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นสำคัญ ดังที่นำเสนอในบทความคือ ความสำคัญของวุฒิปริญญาตรี ชื่อเสียงของสถาบันทางการศึกษาหรือสถานที่ทำงาน ความเป็นอยู่ที่ดีและมั่นคง จึงสามารถเรียกได้ว่าเป็นชีวิตชีวิตที่ประสบความสำเร็จและคุณภาพชีวิตดี พร้อมกันนั้นยังมีวัฒนธรรม ประเพณีความเชื่อที่เป็นแบบแผนในการดำเนินชีวิตอย่างเป็นขั้นตอนตามกรอบของสังคม โดยความเชื่อที่เชื่อมโยงอยู่กับหลักศาสนาอย่างการตอบแทนบุญคุณคน อีกทั้งสภาพสังคมเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปอย่างรวดเร็วและไม่หยุดนิ่งส่งผลให้ชีวิตของผู้บริโภคกาแฟดำจึงเต็มไปด้วยความเร่งรีบ การแข่งขัน การทำงานหนัก และการพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ ซึ่งกล่าวได้ว่า เป็นผลพวงมาจากแบบแผนการดำเนินชีวิตที่ตอบรับการจัด

ระเบียบภายใต้กรอบของสังคมที่ครอบอยู่ ดังนั้นความหลากหลายของวิถีชีวิตปัจเจกทำให้เห็นถึงอิทธิพลจากโครงสร้างทางสังคมต่อการใช้ชีวิตประจำวัน

ทั้งนี้มุมมองแนวคิดอื่นๆ ที่สังคมมีความเห็นว่าไม่ใช่เรื่องดีจะถูกจัดอยู่นอกเหนือไปจากกรอบที่สังคมให้คุณค่า ถูกผลักออกไปจากกรอบนิยามของความหมายหรือการกระทำที่ถูกที่ควร หรืออาจถึงขั้นถูกตีความว่าเป็นความผิดพลาดในท้ายที่สุด ด้วยลักษณะการให้คุณค่าและโครงสร้างทางสังคมเช่นนี้ วาทกรรมความสำเร็จ และการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ในบางครั้งก็ย้อนกลับมากดทับและทำให้พวกเขากลายเป็นเพียงอะไรก็ตามที่อยู่ชายขอบอย่างไร้คุณค่า ไร้ความหมาย และไร้ตัวตน เป็นเพียงบุคคลที่ไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งที่ในความเป็นจริง การไม่ประสบความสำเร็จนั้นอาจไม่ได้เป็นผลมาจากตัวบุคคลเพียงเท่านั้น แต่เป็นผลมาจากการให้คุณค่าที่ยึดติดอยู่กับชุดความเชื่อเก่าๆ ที่ถูกผลิตซ้ำออกมาใช้อย่างไม่จบสิ้น ซึ่งเป็นการมองข้ามความสลับซับซ้อนของโลกทางสังคมและความหลากหลายของผู้คน ดังนั้นการบริโภคราคาแพงจึงมีบทบาทต่อพวกเขาในฐานะเป็น “ตัวช่วย” ให้สามารถดำเนินภาระหน้าที่ของตนเองและบรรลุเป้าหมายเพื่อเป็นไปตามกรอบของสังคม ยิ่งไปกว่านั้นรูปแบบการบริโภคราคาแพงของพวกเขา มีความสัมพันธ์กันกับบุคคลอื่นๆ และกับสังคมในหลากหลายมิติ เนื่องจากบุคคลต้องดำรงชีวิตและทำงานอย่างสัมพันธ์กันกับสังคม การที่บุคคลเลือกบริโภคราคาแพงเป็นประจำทุกวันนั้นเพราะกาแพงเป็นสิ่งที่คุณค่าใช้เป็นตัวช่วยเพื่อให้สามารถทำหน้าที่ของตนเองไปได้อย่างราบรื่นภายใต้โครงสร้างสังคมเช่นนี้ ทั้งนี้ภาพสะท้อนสังคมที่ปรากฏให้เห็นว่า เป็นสังคมที่ยึดติดอยู่กับคุณค่าความสำเร็จในชีวิตและการมีคุณภาพชีวิตดีในแบบฉบับเดิมๆ จึงเกิดเป็นโครงสร้างสังคมที่มากดทับ รวมถึงมีความเป็นปัจเจกชนนิยมอย่างเห็นได้ชัด

บทความเรื่องความชม : รสชาติกาแพงสู่ภาพสะท้อนรสชาติชีวิตทางสังคมของผู้บริโภค เป็นบทความที่น่าเสนอประสบการณ์ชีวิตทางสังคมของผู้บริโภคกาแพงในช่วงวัยผู้ใหญ่ และภาพสะท้อนสังคมของพวกเขา การนิยมเลือกบริโภคกาแพงได้มีบทบาทในฐานะส่วนหนึ่งของการประกอบสร้างตัวตนจากชุดวาทกรรมต่างๆ ทางสังคม การบริโภคราคาแพงเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมที่มีนัยสำคัญมากกว่าแค่การบริโภคเครื่องดื่ม เนื่องจากว่า กิจกรรมดังกล่าวนี้มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่บุคคลหนึ่งๆ ต้องประสบพบเจอ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่ากาแพงสามารถสะท้อนให้เห็นทั้งประสบการณ์ส่วนบุคคล ประสบการณ์ร่วม ตลอดจนแนวความคิดหรือสภาพสังคมที่พวกเขาดำรงอยู่ กล่าวต่อไปว่าภาพสะท้อนสังคมและประสบการณ์ชีวิตทางสังคมที่ผู้บริโภคกาแพงวัยผู้ใหญ่มีส่วนร่วมสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นหรือแนวทางในการทำความเข้าใจ และกำหนดวิธีแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในการดำเนินชีวิตของผู้คนในยุคสมัยที่คุณค่าของบุคคลเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ หรือการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกๆ ด้าน

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- ฐิติรัตน์ รุ่งหิรัญศักดิ์. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (ส่วนกลาง)* (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์). คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรภิมล ปานดี. (2557). *คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานยุติธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารงานทั่วไป). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจมหาวิทยาลัยบูรพา.
- พระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545, มาตรา 1.
- พระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545, มาตรา 4.
- ภรภัทร เอกจิรภัทร. (2551). *การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟในเขตกรุงเทพฯ* (สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุมินดา แดงนาค. (2564). *ความชม: รสชาติกาแฟดำสู่ภาพสะท้อนรสชาติชีวิตทางสังคมของผู้บริโภค* (การศึกษาแบบรายบุคคลสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาบัณฑิต). สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิราม คำสวด และ สาธิต อติตโต. (2559). *พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น*

ภาษาอังกฤษ

- Hall, S. (2001). *Foucault: Power, Knowledge and Discourse. In Discourse Theory and Practice*. London. Thousand Oaks and New Delhi: SAGE Publications.

สัมภาษณ์

- ตั้ง (นามสมมติ). (7 เมษายน 2564). สัมภาษณ์
- บึก (นามสมมติ). (13 เมษายน 2564). สัมภาษณ์
- เหมียว (นามสมมติ). (13 เมษายน 2564). สัมภาษณ์
- หม่อม (นามสมมติ). (17 เมษายน 2564). สัมภาษณ์
- แป๊ะ (นามสมมติ). (18 เมษายน 2564). สัมภาษณ์
- แอน (นามสมมติ). (18 เมษายน 2564). สัมภาษณ์