

อารมณ์ความรู้สึกของคนชั้นกลางต่อกรรมกร¹

ตะวัน วรรณรัตน์²

(Received: June 26, 2021; Revised: July 7, 2021; Accepted: October 29, 2021)

บทคัดย่อ

อารมณ์ความรู้สึกของแต่ละคนไม่ใช่อารมณ์ความรู้สึกของปัจเจกชนที่แยกขาดออกจากกัน ในแต่ละช่วงเวลาและแต่ละช่วงชั้นทางสังคมแล้วแต่มีการถักสานให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกต่อสรรพสิ่งรอบตัวที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อจัดความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง บทความนี้พิจารณาอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางที่มีต่อ “กรรมกร” เพื่อที่จะทำความเข้าใจมิติที่ยังขาดการพิจารณาอย่างจริงจังจากงานวิชาการ คือมิติทางอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางที่ส่งผลให้เกิดระบบความสัมพันธ์ที่กดทับกรรมกรอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน

ผลการศึกษาพบว่าอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางที่มีต่อกรรมกรที่ตราตรึงในสังคมไทยนั้นก่อตัวขึ้นจากระบบคุณค่าที่ดำรงอยู่และได้รับการผลิตซ้ำตลอดมา ระบบคุณค่านี้อาจแยกออกได้เป็น 3 มิติ ได้แก่ คุณค่าในมิติความสำเร็จหรือความล้มเหลวในชีวิตที่เกิดขึ้นจากความดี/เลวส่วนบุคคล คุณค่าในมิติความสะอาด สุขภาพอนามัย และรูปลักษณ์ทางกาย และคุณค่าในมิติทางเศรษฐศาสตร์ คุณค่าเหล่านี้ ทำให้ชนชั้นกลางรับรู้และรู้สึกว่าการกรรมกรมีลักษณะตรงกันข้ามกับระบบคุณค่าที่ตนเองยึดถือ กลายเป็นโครงสร้างทางอารมณ์ความรู้สึกที่ฝังลึกในจิตใจชนชั้นกลางจนมองเห็นว่าการกรรมกรด้อยกว่าตนเองในทุกด้านและสมควรที่จะอยู่ในสถานะชนชั้นล่างของสังคม

คำสำคัญ: ระบบคุณค่า อารมณ์ความรู้สึก ชนชั้นกลาง กรรมกร

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของคณาจารย์เรื่อง “การสร้างความหมาย ‘กรรมกร’ ในสังคมไทยตั้งแต่ พ.ศ.2500-2550” ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

² นักศึกษาปริญญาเอก ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. อีเมล: wa_tawan@hotmail.com

The emotions of middle class towards the “labor”

Tawan Wanarat³

Abstract

Human emotions are not merely the individualized feelings that are separated from each other. At a particular time, each social class weave a web of emotion linking its member to feel things that exist around them in the same direction to organize economic, social, and political relations. This article aims to consider the emotions of middle class towards the “labor”, which have not been seriously considered by the academic community before, in order to gain a more precise understanding of the social relationships that have always suppressed the workers.

The study found that middle-class emotion towards the labor engraved in Thai society was formed by an existed system of values that were reproduced over time. This value system can be divided into three dimensions. The value in terms of success or failure in life that arising from personal good/bad, the value of cleanliness, hygiene and physical appearance, and the value of labor in economics. Such value system makes the middle class perceive and feel that the labor is deviant from the middle-class value system. This kind of laboriness becomes the embedded emotional framework in middle class mind perceiving the labor as inferior in all aspects and deserved to be in the lower class of society

Keywords: value system, emotions, middle-class, labor

³ Student, Department of History, Faculty of Humanities, Chiang Mai University. e-mail: wa_tawan@hotmail.com

ความนำ

ในอดีตที่ผ่านมา การวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และการอธิบายปัญหาต่างๆ ในสังคมไทย มักมองข้ามมิติทางอารมณ์ความรู้สึก ปัญหาความสัมพันธ์ทางชนชั้นก็เช่นเดียวกัน กรอบความรู้สึกที่ชนชั้นหนึ่งมีต่ออีกชนชั้นหนึ่งไม่ใช่เพียงแค่ความรู้สึกส่วนตัวของบุคคล หากแต่เป็นอารมณ์ความรู้สึกร่วมของชนชั้นนั้นๆ ซึ่งลึกลงไปแล้ว อารมณ์ความรู้สึกร่วมชนชั้นนี้ เป็นกระบวนการทางการเมืองของการจัดความสัมพันธ์ทางอำนาจของผู้คนในสังคม จึงจำเป็นต้องศึกษาให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งเพื่อจะสามารถแก้ไขปัญหาระดับของโครงสร้างทางอารมณ์ความรู้สึกที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างชนชั้นต่างๆ ในสังคมไทยกับกรรมกร ให้มีความเสมอภาคมากขึ้นในอนาคตอันใกล้

พิจารณาอารมณ์ความรู้สึก

ที่จะกล่าวต่อไปนี้ เป็นการพิจารณาอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางที่มีต่อ “กรรมกร” เพื่อที่จะทำความเข้าใจให้ชัดเจนมากขึ้นถึงระบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่กดทับกรรมกรมาโดยตลอด ในอดีตที่ผ่านมา มีงานศึกษาหลายเรื่อง โดยเฉพาะจากฝ่ายนักวิชาการแรงงานและผู้นำแรงงาน ที่อธิบายปัญหาความยากจนและความเสียเปรียบของกรรมกร ว่ามีสาเหตุมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย ที่ส่งผลให้กรรมกรได้รับค่าจ้างต่ำ และไม่สามารถรวมตัวกันเป็นสหภาพแรงงานที่เข้มแข็งเพื่อต่อรองเรื่องค่าจ้างและสวัสดิการได้ ซึ่งแม้ว่าปัจจัยเหล่านี้จะมีผลต่อฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของกรรมกรอย่างไม่อาจปฏิเสธได้ แต่ก็ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ควรได้รับการศึกษาอย่างจริงจังเพื่อเข้าใจ “ปัญหากรรมกร” อย่างรอบด้านมากขึ้น ในที่นี้ จะพิจารณา “อารมณ์ความรู้สึกของคนชั้นกลางต่อกรรมกร” เพราะเห็นว่า การที่คนทั่วไปในสังคมยอมรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการเมืองตลอดจนกฎหมายด้านแรงงานที่จำกัดสิทธิของกรรมกรจนถึงกับมองว่าเป็นเรื่องปกติธรรมดาตลอดมานั้น มีส่วนอย่างสำคัญในการทำให้กรรมกรต้องตกอยู่ในสถานะที่ต่ำต้อยและเสียเปรียบ ทำให้กรรมกรไม่ได้รับการสนับสนุนจากสังคมอย่างเพียงพอในการเรียกร้องสิทธิหรือสร้างอำนาจต่อรองในด้านต่างๆ

การที่คนในสังคมยอมรับความไม่เป็นธรรมที่เกิดแก่กรรมกร มีปัจจัยทางอารมณ์ความรู้สึกเป็นรากฐานอันสำคัญยิ่ง แต่ที่ผ่านมายังมิได้มีการศึกษาอารมณ์ความรู้สึกของคนในสังคมไทยที่มีผลต่อความหมายของ “กรรมกร” อย่างจริงจังมาก่อน ทั้งๆ ที่ความหมายของ “กรรมกร” อันเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของคนในสังคมย่อมมีผลอย่างมากต่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างกรรมกรกับคนอื่นๆ ตลอดจนสถาบันต่างๆ แม้ว่าหลักฐานทางประวัติศาสตร์หลายประเภท จะทำให้เห็นได้ชัดว่ามีการสร้างความหมายของ “กรรมกร” ทั้งจากรัฐและจากคนหลากหลายกลุ่ม รวมถึงตัวของกรรมกรเองก็พยายามสร้างความหมายให้แก่ตนเองด้วย แต่ความหมายของ “กรรมกร” ที่เป็นความหมายหลักที่คนทั่วไปยอมรับนั้นสร้างโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมอยู่ในมือ นั่นก็คือคนชั้นกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทอย่างกว้างขวางที่สุดและมีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างความหมายของสิ่งต่างๆ ตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากมีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีการศึกษาสูง ทำงานผลิตสื่อหลายชนิด และเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการรายใหญ่ที่สร้างมาตรฐานของรสนิยมในการบริโภคสินค้า จนทำให้ความจริง ความดี และความงามตามรสนิยมของชนชั้นกลางกลายเป็นความหมายและระบบคุณค่าที่สังคมยอมรับ

การศึกษาถึงความหมายของกรรมกรที่ชนชั้นกลางรับรู้และผลิตซ้ำจะทำให้สามารถเข้าถึงถึงปัญหาที่สำคัญที่กรรมกรต้องเผชิญมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัญหาที่อยู่ลึกลงไปและยังเป็นปัญหาที่เป็นรากฐานของ

ปัญหาอื่นๆ ในชีวิตของกรรมกร นั่นคือ ปัญหาในมิติอารมณ์ความรู้สึกและระบบคุณค่าที่สังคมยึดถือ ซึ่งความเข้าใจในเรื่องระบบคุณค่าและอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางเช่นนี้ จะช่วยให้มองเห็นได้ว่า การแก้ปัญหากรรมกรจะต้องแก้ทั้งปัญหาเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจและการเมือง และต้องรื้อถอนระบบคุณค่าและอารมณ์ความรู้สึกของคนชั้นกลางไปพร้อมกัน

เพื่อที่จะเข้าใจความหมายหลักของ “กรรมกร” ในสังคมไทย จำเป็นต้องเริ่มจากการทำความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของคนชั้นกลางที่วางอยู่บนคุณค่าและจริยธรรมที่คนชั้นกลางยึดถือ อันเป็นรากฐานที่สำคัญที่ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกและการสร้างความหมายของกรรมกรในฐานะคู่ตรงข้ามที่ด้อยกว่าชนชั้นกลางในทุกด้าน โดยผู้เขียนจะเชื่อมโยงให้เห็นว่าอารมณ์ความรู้สึกของคนชั้นกลางต่อ “กรรมกร” นั้นเป็นผลมาจากระบบคุณค่าและอัตลักษณ์ของคนชั้นกลางเอง ที่ทำให้ชนชั้นกลางรับรู้และสร้างความหมายของ “กรรมกร” ในเชิงลบตลอดมา แม้ว่ากรรมกรเองจะพยายามต่อสู้ แต่ปัจจัยแวดล้อมหลายประการก็ทำให้ความหมายที่กรรมกรสร้างให้แก่ตัวเอง ไม่อาจเปลี่ยนแปลงหรือเข้าไปแทนที่ความหมายที่ชนชั้นกลางสร้างและผลิตซ้ำได้เลย อารมณ์ความรู้สึกของคนในสังคมไทยต่อกรรมกรจึงมีได้มีแนวโน้มดีขึ้นตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมา

ระบบคุณค่าที่เป็นพื้นฐานทางอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลาง

การทำความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึก จำเป็นที่จะต้องเข้าใจพลังที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่อย่างแนบแน่น ได้แก่ ระบบคุณค่าของสังคม เพราะการตัดสินใจให้คุณค่าแก่สิ่งใดว่างาม ดี เลว สัมพันธ์กับอารมณ์ความรู้สึก อย่างแยกไม่ได้ จนอาจจะกล่าวได้ว่าระบบคุณค่าของคนในสังคมย่อมเป็นพื้นฐานทางอารมณ์ความรู้สึกของผู้คนในสังคมนั้นๆ

ในที่นี้ จะได้พิจารณาระบบคุณค่าที่เป็นพื้นฐานอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางที่มีต่อ “กรรมกร” ใน 3 มิติด้วยกัน ได้แก่ 1) คุณค่าในมิติความสำเร็จหรือความล้มเหลวในชีวิตที่เกิดขึ้นจากความดี/เลวส่วนบุคคล 2) คุณค่าในมิติความสะอาด สุขภาพอนามัย และรูปลักษณะทางกาย และ 3) คุณค่าในมิติทางเศรษฐกิจ ระบบคุณค่าทั้งสามมิตินี้ทำให้คนชั้นกลางแยกตัวเองเป็นคนละ “ชั้น” กับกรรมกร และเกิดการสร้างความรู้สึกที่ว่าตัวเองมีสถานะที่สูงกว่ากรรมกร เพราะกรรมกรมีคุณลักษณะที่ต่ำต้อยและไม่น่าพึงพอใจหรือแม้แต่น่ารังเกียจในบางเรื่อง)

1. คุณค่าในมิติความสำเร็จหรือความล้มเหลวในชีวิตที่เกิดขึ้นจากความดี/เลวส่วนบุคคล

การศึกษาจำนวนมากเกี่ยวกับชนชั้นกลางในสังคมไทย ได้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า ชนชั้นกลางเป็นกลุ่มคนที่ยึดถือคุณค่าแบบตลาดที่เน้นเรื่องการแข่งขันและประสิทธิภาพ ส่งผลให้ชนชั้นกลางเชื่อว่าความสำเร็จในชีวิตเกิดขึ้นได้จากความเพียรพยายามในการศึกษาหาความรู้ การมีฝีมือ การทำงานหนัก และการเก็บออม

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (Eoseewong, 1993) ตั้งข้อสังเกตถึงลักษณะของชนชั้นกลางโดยทั่วไปที่ถือว่าเป็นชนชั้นใหม่ในสังคม ตรงที่ชนชั้นกลางไม่ได้สังกัดอยู่ในแวดวงของผู้ปกครองและชาวนา เพราะชนชั้นกลางหลุดออกไปจากพันธนาการที่ผูกมัดกลุ่มผู้ปกครอง อันได้แก่ สถานภาพสูงต่ำของบุคคลและมาตรฐานทางศีลธรรม และพันธนาการที่ผูกมัดกลุ่มชาวนา อันได้แก่ระบบเครือญาติและชุมชน ซึ่งสาเหตุนั้นเป็นเพราะการผลิตในความหมายของการได้มาซึ่งผลผลิตของชนชั้นกลางมีความแตกต่างไปจากชาวนาและผู้ปกครอง ชนชั้นกลางผลิตสินค้าและบริการเพื่อมุ่งสู่ตลาดโดยตรง ดังนั้น ชนชั้นกลางจึงสืบทอดหรือเลื่อนสถานะของตนเองด้วยตนเอง ผ่านทุนทรัพย์และการศึกษา ไม่ใช่ด้วยชาติกำเนิด ชนชั้นกลางจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอย่างมากในฐานะบันไดไปสู่ความสำเร็จ

นิธิเห็นว่าระบบคุณค่าของชนชั้นกลางเกิดขึ้นจากการนับสิ่งที่ดีเป็นมูลค่าได้ เช่น กำไร การเติบโต ผลิภาพ การพัฒนา ดังนั้นความยุติธรรมแบบชนชั้นกลางจึงหมายถึงการแลกเปลี่ยนตามมูลค่าที่เท่าเทียม เมื่อกรรมกรและคนงานถูกชนชั้นกลางพิจารณาว่าเป็นแรงงานไร้ฝีมือที่มีผลิภาพแรงงานต่ำผ่านคำอธิบายของวิชาเศรษฐศาสตร์ ชนชั้นกลางจึงเห็นว่าเป็นสิ่งที่สมเหตุสมผลแล้วที่กรรมกรและคนงานจะได้รับค่าจ้างต่ำ และไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตเพราะกรรมกรและคนงานมีการศึกษาน้อย

งานศึกษาของ ธร ปีติดล (Pitidol, 2016, pp.88) ทำการสัมภาษณ์ชนชั้นกลางที่เข้าร่วมเคลื่อนไหวกับ กปปส.พบว่าชนชั้นกลางที่ถูกสัมภาษณ์เล่าถึงเรื่องราวของความพยายามในการไขว่คว้าโอกาสเพื่อการประสบความสำเร็จในชีวิต โดยพวกเขาเล่าว่าในวัยเด็กพวกเขาล้วนถูกสอนให้ตั้งใจศึกษาเล่าเรียน เพราะการศึกษาจะเป็นรากฐานที่สำคัญในการทำให้ชีวิตประสบความสำเร็จ และเมื่อจบการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยชนชั้นกลางที่ประสบความสำเร็จค่อนข้างมากต่างเล่าว่าชีวิตของตนเต็มไปด้วยโอกาสให้ไขว่คว้า และพวกเขาก็มีความสามารถที่จะคว้าโอกาสเหล่านั้นมาเป็นหนทางนำไปสู่ความสำเร็จ ในขณะที่ชนชั้นกลางที่ประสบความสำเร็จน้อยกว่ากล่าวโทษว่าเป็นเพราะตนเองที่ไม่ขยันและอดทนอย่างเพียงพอ เรื่องราวที่ได้รับ การถ่ายทอดจากการสัมภาษณ์ของธรเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าในด้านความสำเร็จในชีวิตที่ชนชั้นกลางยึดถือได้เป็นอย่างดี โดยพวกเขาเชื่อว่าความสำเร็จมาจากคุณลักษณะของบุคคล เช่น ความสามารถ ความขยัน ความมานะอดทน

อาจกล่าวได้ว่า ชนชั้นกลางให้คุณค่ากับความรู้ความสามารถและการทำงานหนักเพื่อให้ประสบความสำเร็จในชีวิต แม้ว่าในทางหนึ่งเป็นการแตกหักกับคุณค่าแบบเดิมที่ยึดถือชาตีกำเนิดเป็นสำคัญ แต่ในอีกทางหนึ่งก็เป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าผู้ที่ไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตเช่นผู้ที่เป็นกรรมกรนั้นก็เป็นเพราะตัวของกรรมกรเอง การที่กรรมกรมีฐานะยากจนเนื่องจากได้รับค่าจ้างต่ำก็เป็นเพราะตัวของกรรมกรเองที่ขาดความรู้ความสามารถในการพัฒนาตนเอง โดยชนชั้นกลางไม่ได้พิจารณาปัญหาเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมแต่อย่างใด

2. คุณค่าในมิติความสะอาด สุขภาพอนามัย และรูปลักษณ์ทางกาย

ในสังคมสมัยใหม่ ความสะอาดและสุขอนามัยของบ้านเมืองและผู้คนได้กลายเป็นส่วนสำคัญของความเจริญ การศึกษาของวิลลา วิลัยทอง (Wilaitong, 2006, pp.49-50) พบว่า รัฐสมบูรณาญาสิทธิราชย์สยามยังได้สร้างความหมายของความสะอาดผ่านหนังสือเรียนต่างๆ เช่น เรื่อง “ตัวเรา” “ร่างกายของตัวเรา” และ “สุขวิทยาเบื้องต้น” โดยที่เนื้อหาในแบบเรียนดังกล่าวมักจะเป็นความรู้เกี่ยวกับร่างกายมนุษย์ เพื่อให้ผู้เรียนได้รู้จักรักษาร่างกายและสุขภาพ นอกจากนี้ความรู้เรื่องความสะอาดจากแบบเรียนและหนังสือ ไม่เพียงแต่อธิบายว่าความสะอาดช่วยทำให้มีสุขภาพดีและป้องกันโรคเท่านั้น แต่ยังทำให้ร่างกายดูสวยงามด้วย เช่น “ตำราวิไลรักษ์” โดย หมอเหล็ง ศรีจันทร์ (Wilaitong, 2006, p. 54)

วิลลา ยังอธิบายว่าในยุคสร้างชาติด้วยนโยบายชาตินิยม สุขอนามัยและความสะอาดถือเป็นส่วนหนึ่งของพลังความก้าวหน้าและอำนาจอธิปไตยของชาติ รัฐบาลจึงทำการสถาปนาอำนาจวัฒนธรรมใหม่ และสร้างเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์สำหรับการบริโภคขึ้นมาใหม่ด้วยการปรับปรุงสุขอนามัยและความสะอาดทั้งในระดับสาธารณะและระดับส่วนบุคคล โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความสำคัญทางสังคมและวัฒนธรรม อันเป็นสัญลักษณ์ของรัฐสมัยใหม่ที่เป็นหน้าเป็นตาของชาติ เช่น การทำความสะอาดใหญ่บริเวณสวนจิตรลดาในปี พ.ศ. 2486 และพื้นที่สาธารณะอื่นๆ เช่น ถนน ที่จะเป็นปัจจัยทำให้ชาติเจริญรุ่งเรืองเทียบเท่ากับประเทศอื่นๆ บนถนนต่างๆ จะต้องไม่มีรถเข็น สัตว์ ซากอาหาร ผุ่น และน้ำขังนอง (Wilaitong, 2006, pp.72-80)

คุณค่าความสะอาดของร่างกายได้ถูกพัฒนาต่อเนื่องให้กลายเป็นความสวยงามอย่างตะวันตก ความงามของสตรีร่างกายส่วนต่าง ๆ หรือ The beauty appeal ได้กลายเป็นยุทธศาสตร์ทางธุรกิจแบบใหม่สำหรับการขายสินค้าที่มีคนชั้นกลางเป็นเป้าหมายหลัก กชกรณ์ เสรีฉันทลักษณ์ (Serichantharook , 2008) ชี้ให้เห็นว่าในยุคทุนนิยม บริโภคนิยม และโลกาภิวัตน์ ความสวยของผู้หญิงจะถูกทำให้มาพร้อมกับสุขภาพที่ดี มีรูปร่างผอมเพรียว เนื้อตัวมีกลิ่นหอม มีความขาวซึ่งมิใช่เพียงผิวกายแต่ยังรวมไปถึงทุกส่วนของร่างกาย ไม่เว้นแม้แต่ฟัน ซึ่งความงามเหล่านี้ล้วนแต่ได้มาด้วยการซื้อหาสินค้าและบริการต่าง ๆ มาใช้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นผู้ที่ไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเหล่านี้ได้จึงกลายเป็นกลุ่มคนที่ถูกมองว่าด้อยกว่าหรือมีสถานภาพต่ำในสังคม

คุณค่าความสะอาด สุขอนามัย และความงามของร่างกายนั้นยังมีรากฐานทางวัฒนธรรมไทยเดิมอยู่ไม่น้อย กล่าวคือ “ความเป็นไทย” ที่เป็นการจัดความสัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่เท่าเทียมกัน โดยที่เกณฑ์การจัดลำดับชั้นทางสังคมขึ้นอยู่กับสถานทางสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งสายชล สัตยานุรักษ์ เห็นว่าการ “กลายเป็นไทย” ในทางวัฒนธรรมอย่างสมบูรณ์นั้นทำได้ยาก โดยเฉพาะสำหรับคนยากจน (Sattayanurak, 2008) ขณะเดียวกันการจัดลำดับของชนชั้นก็วางอยู่บนฐานของรูปลักษณะทางกายด้วย ซึ่งนิธิ เอียวศรีวงศ์ ได้ระบุไว้ว่าพระเอกในวรรณกรรมยุคจารีตจะเป็นคน “เอบางร่างน้อย” “อ่อนแออ่อนวร” ส่วนคนชั้นต่ำหรือไพร่ก็จะ มีรูปลักษณะตรงกันข้าม เพราะร่างกายที่ล่ำสันแสดงถึงการทำงานหนักอันเป็นวิถีชีวิตที่คนชั้นสูงดูแคลน (Eoseewong, 2010)

ดังนั้นเมื่อพิจารณาคุณค่าความสะอาด สุขอนามัย และความงามของร่างกายตามมาตรฐานของชนชั้นกลาง ก็พบว่าไม่เพียงแต่กรรมกรและคนงานจะถูกมองว่าด้อยกว่า แต่ยังอาจถูกมองไปถึงขั้นเป็นคนชั้นต่ำเนื่องจากกรรมกรและคนงานต้องทำงานหนักโดยเฉพาะอย่างยิ่งงานกลางแจ้งที่ต้องเผชิญกับแสงแดด จึงมักมีผิวที่ดำคล้ำกว่าคนชั้นกลาง ในขณะเดียวกันงานที่กรรมกรและคนงานทำจำนวนมากก็มักเป็นงานที่สกปรก ส่วนที่อยู่อาศัยของกรรมกรและคนงานก็มักจะคับแคบและสกปรกรกรุงรังหรือขาดสุขลักษณะ ในสายตาชนชั้นกลาง นอกจากนี้รายได้ที่ต่ำและภาระหนี้สินยังทำให้กรรมกร และคนงานหมดโอกาสที่จะบริโภคสินค้าที่เสริมสร้างความสวยงามและมีสุขภาพดีของร่างกายอีกด้วย

3. คุณค่าในมิติทางเศรษฐศาสตร์

เป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไปว่า กรรมกรมีฐานะยากจนเพราะได้รับค่าจ้างต่ำ ซึ่งค่าจ้างดังกล่าวเรียกว่า “ค่าจ้างขั้นต่ำ” อันหมายถึงค่าจ้างที่เพียงพอที่จะทำให้คนทำงานสามารถมีชีวิตอยู่ได้ตามมาตรฐานขั้นต่ำของสังคมนั้นๆ ซึ่งโดยทั่วไปนักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์มักจะมีความเห็นว่าค่าจ้างขั้นต่ำที่เป็นอยู่ในสังคมนั้นๆ มีความเหมาะสมกับฝีมือแรงงานหรือผลิตภาพแรงงานอยู่แล้ว หากมีความจำเป็นที่จะต้องปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำก็เป็นเพราะเป็นการปรับตามภาวะเงินเฟ้อเพื่อรักษาระดับอำนาจซื้อของคนงาน

เหตุผลหลักๆ ที่มักถูกหยิบยกขึ้นมาเพื่อคัดค้านการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำมีอยู่ 3 ประการ ประการแรกคือ คนงานไทยมีผลิตภาพแรงงาน (labor Productivity) ต่ำ ซึ่งมีนัยว่าเหมาะสมแล้วที่คนงานเหล่านี้จะได้ค่าจ้างต่ำเช่นนั้น ประการที่สอง คือการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำจะทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มีค่าแรงถูกกว่า ซึ่งจะส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ และเหตุผลประการที่สาม คือการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำจะทำให้ผู้ประกอบการหันมาใช้เครื่องจักรแทนแรงงาน ซึ่งในที่สุดจะทำให้ตัวของคนงานเองต้องประสบกับปัญหาการว่างงานมากขึ้น ทั้งนี้ เหตุผลในข้อที่สามมักมีนัยในเชิงถูกความคิดและศีลธรรมของคนงานที่ออกมาเรียกร้องขอเพิ่มค่าจ้าง ว่าคนงานออกมาเรียกร้องเพราะเห็นแก่ตัว มองไม่เห็นผลประโยชน์โดยรวมหรือผลประโยชน์ระยะยาวทั้งของตนเองและประเทศชาติ

อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ อาจารย์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ได้เขียนบทความเรื่อง “ปัญหาอยู่ที่ค่าแรงขั้นต่ำนั้นต่ำเกินไป หรือ ฝีมือแรงงานและความรู้ต่ำเกินไปกันแน่” ลงในเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ (Manager online, 2016) อานนท์ย้ำว่า “ผมว่าปัญหาไม่ได้อยู่ที่ค่าแรงขั้นต่ำ แต่อยู่ที่ทักษะฝีมือแรงงาน ความรู้ของแรงงานไทยนี้แหละครับผม” ในท้ายบทความอานนท์จึงตั้งคำถามว่า “ตกลงปัญหาอยู่ที่ค่าแรงขั้นต่ำ หรือปัญหาอยู่ที่แรงงานไทยไร้ความสามารถ ไม่มีการพัฒนาตนเอง”

จากคำอธิบายในลักษณะนี้ของนักวิชาการซึ่งเป็นกลุ่มคนที่สังคมยอมรับนับถือว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมชนชั้นกลางจึงมักจะมีความรู้สึกในทางลบต่อการออกมาเรียกร้องของกรรมกรให้มีการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากการเรียกร้องนั้นมีลักษณะเป็นการ “ต้อรอง” มากกว่าที่จะเป็นการ “ขอความเห็นใจจากนายจ้าง” เหตุเพราะว่าการต้อรองทำให้ชนชั้นกลางจะมีความรู้สึกว่าการกรรมกรเป็นผู้ที่ก้าวร้าว ขาดความกตัญญูต่อนายจ้างที่ช่วยให้มีงานทำจนมีรายได้เลี้ยงตัวเองและครอบครัว เป็นคนไม่รู้จักประมาณตนเอง หรือเป็นผู้ที่ปราศจากความรู้ความเข้าใจในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่จึงพากันเรียกร้องขอเพิ่มค่าจ้างเกินกว่าที่แรงงานไร้ฝีมือพึงจะได้รับ ขาดความตระหนักว่าการเรียกร้องค่าแรงเพิ่มของกรรมกรนอกจากจะไม่เป็นประโยชน์ต่อตัวกรรมกรเองแล้ว ยังจะทำให้สังคมโดยรวมต้องประสบปัญหาความเดือดร้อนจากปัญหาเศรษฐกิจที่จะตามมา

เป็นที่น่าสังเกตว่า ถึงแม้งานศึกษาทางวิชาการกระแสหลักจะเห็นว่าการที่กรรมกรมีฐานะยากจนนั้น เป็นสิ่งที่สมเหตุสมผล แต่ก็มีนักวิชาการด้านแรงงานและด้านเศรษฐศาสตร์จำนวนหนึ่งที่เห็นอกเห็นใจกรรมกร เช่น สมชัย จิตสุชน ที่เขียนให้ความเห็นเกี่ยวกับการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในบทความเรื่อง “ความเหลื่อมล้ำ 2020 (ตอน 2): เราควรทำอะไร” สมชัยกล่าวไว้ตอนหนึ่งว่า

“สังคมต้องเปลี่ยนทัศนคติต่อคนจนและผู้ด้อยโอกาสเสียใหม่ โดยไม่มองว่าเขาเหล่านั้นเป็นคนขี้เกียจ ไม่รักดี เอาแต่แบมือ ต้องมองว่าเขาก็เป็นคนเหมือนเรา และหากเราอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกับคนจน เราก็อาจทำตัวเหมือนเขาด้วยเช่นกัน ดังนั้นหากต้องการจะแก้ปัญหาความจนและความเหลื่อมล้ำก็จะต้องทำความรู้จักและเข้าใจเขาเหล่านั้นให้มากขึ้น”

(Jitsuchon, 2002)

เนื้อหาในบทความนี้ของสมชัยสะท้อนให้เห็นได้ชัดเจนว่าคนชั้นกลางในสังคมไทยมองว่า คนจนนั้นเป็น “คนขี้เกียจ ไม่รักดี เอาแต่แบมือขอ” อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสมชัยจะเห็นอกเห็นใจกรรมกรอย่างมาก แต่การที่สมชัยกล่าวว่า “หากเราอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกับคนจน เราก็อาจทำตัวเหมือนเขาด้วยเช่นกัน” ก็อาจเป็นการย้ำว่า หาก “เรา” ผู้เป็นชนชั้นกลางต้องตกอยู่ในสภาพเดียวกับกรรมกรเราก็คงจะมีพฤติกรรมที่ไม่ดีด้วยเช่นกัน คำกล่าวข้างต้นจึงอาจเป็นการผลิตซ้ำความหมายของกรรมกรในลักษณะเดิมด้วย

ที่จริงแล้วความคิดเรื่องการให้ความสงสารและเห็นใจกรรมกรเช่นนี้มีมานานแล้วในสังคมไทย นิคม จันทรวิทุร เป็นตัวอย่างหนึ่งของผู้ที่พยายามบอกให้สังคมสงสารและเห็นใจกรรมกร จากเอกสารเรื่อง “แรงงานไทย 35 ปี บนเส้นทางการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ” (Chantarawitoon, 2001) นิคมอ้างถึงผลการศึกษาหลายชิ้น เช่น การศึกษาของสมศักดิ์ สามัคคีธรรม งานศึกษาของตัวนิคมเอง และผลสำรวจของสภาองค์กรนายจ้าง เพื่อแสดงให้เห็นว่าคนงานโสด ไม่สูบบุหรี่หรือดื่มเหล้า แต่ละคนมีค่าใช้จ่ายวันละ 74-88 บาท ในขณะที่ค่าจ้างขั้นต่ำในขณะนั้นอยู่ที่ 66 บาท นิคมจึงชี้ให้เห็นว่ากรรมกรมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย และนิคมยังอ้างถึงผลจากการสำรวจที่พบว่ามีการมกรจำนวนหนึ่งได้รับค่าจ้างรายวันต่ำกว่าค่าจ้างขั้นต่ำเสียอีก จากสถานการณ์ดังกล่าวนี้ นิคมจึงแสดงความเห็นอกเห็นใจกรรมกรอย่างมาก

นิคมยังวิพากษ์วิจารณ์นโยบายรัฐที่เน้นการให้สิทธิพิเศษแก่เจ้าของทุน แต่ข้อความในเอกสารเดียวกันนี้ก็มีความโดยนัยด้วยเช่นกันว่ากรรมกรเป็นผู้ที่ “ไม่มีความรู้” หรือ “ไม่มีฝีมือ” เพียงแต่ควรจะได้รับค่าจ้างขั้นต่ำที่สอดคล้องกับค่าครองชีพ

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่างานศึกษาทางวิชาการกระแสหลักต้องการจะแสดงให้เห็นว่าการที่กรรมกรได้รับค่าจ้างขั้นต่ำและยังคงยากจนเป็นเพราะตัวของกรรมกรเองที่ไม่มีความรู้ ไม่ได้เรียนหนังสือมากพอ และสุดท้ายจึงกลายเป็นแรงงานไร้ฝีมือ และถึงแม้ว่าจะมีความพยายามของนักวิชาการบางคนในการเรียกร้องให้สังคมหันมาเข้าใจและเห็นอกเห็นใจกรรมกรให้มากกว่าที่เป็นอยู่ แต่ก็อาจเป็นได้ว่าข้อเรียกร้องของนักวิชาการเหล่านั้นกลับยิ่งเป็นการผลิตซ้ำระบบคุณค่าที่ว่ากรรมกรไร้การศึกษาและเป็นแรงงานไร้ฝีมือที่เหมาะสมจะได้รับค่าจ้างต่ำ เพียงแต่ควรจะเห็นอกเห็นใจและเมตตาสงสารกรรมกรโดยการปรับค่าจ้างขั้นต่ำให้เพียงพอกับรายจ่ายในชีวิตของกรรมกรและรัฐควรดูแลให้กรรมกรได้มีสวัสดิการตามสมควร

อนึ่ง แม้แต่พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 ก็ยังมีมติของการช่วยเหลือแบบสงเคราะห์ เช่น เหตุผลที่ตราพระราชบัญญัตินี้ขึ้น ก็คือ “ปัจจุบันนี้ การพัฒนาในด้านเศรษฐกิจและสังคมได้ก้าวหน้าไปมาก สมควรสร้างหลักประกันให้แก่ลูกจ้างและบุคคลอื่น โดยจัดตั้งกองทุนประกันสังคมขึ้นเพื่อให้การสงเคราะห์แก่ลูกจ้างและบุคคลอื่นซึ่งประสบอันตราย...สงเคราะห์บุตร กรณีชราภาพ และ...กรณีว่างงาน” (Social Security Act, B.E. 2533 <https://dl.parliament.go.th/handle/lirt/425221>)

นอกจากนั้นชนชั้นกลางไทยยังยอมรับ “ความเป็นไทย” ที่เน้นลำดับชั้นความสูงต่ำทางสังคม ชนชั้นกลางจึงเชื่อว่าการกรรมกรเป็นผู้ที่ด้อยกว่าตนเองในทุกด้าน ทั้งความรู้และความขยันหมั่นเพียร ดังนั้นกรรมกรจึงไม่ควรออกมาแสดงความคิดเห็นหรือเรียกร้องต่อตรง เพราะในที่สุดแล้วตัวของกรรมกรซึ่งเป็นผู้ที่ขาดความรู้เองที่จะได้รับผลเสียหายจากสิ่งที่ตนเองเรียกร้อง

อารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางต่อกรรมกร

การศึกษา “อารมณ์ความรู้สึก” ของผู้คนในสังคมสามารถใช้หลักฐานได้หลากหลาย แต่หลักฐานประเภทหนึ่งที่มุ่งสื่อสารอารมณ์ความรู้สึกโดยตรงคือวรรณกรรมและการโฆษณา ซึ่งจะไดยกตัวอย่างให้เห็นอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางต่อกรรมกร ดังนี้

วรรณกรรม

วรรณกรรมที่จะนำมาศึกษาเพื่อให้เห็นอารมณ์ความรู้สึกของคนชั้นกลางที่มีต่อกรรมกรมีสองเรื่อง ได้แก่ *ความสุขของกะทิ* โดยงามพรรณ เวชชาชีวะ และ *เลื้อยสี่ฟุ่่น* โดย กัญญ์ชลา (สุกัญญา ชลศึกษ์ หรือ กฤษณา อโศกสิน) วรรณกรรมสองนี้ได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง หนังสือเรื่อง *ความสุขของกะทิ* ได้รับรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน และได้รับการเลือกสรรให้เป็นหนังสืออ่านประกอบของนักเรียนชั้นมัธยมทำให้มีการตีพิมพ์มากกว่า 100 ครั้ง และยังได้รับการสร้างเป็นภาพยนตร์ ใน พ.ศ.2552 ส่วนหนังสือเรื่อง *เลื้อยสี่ฟุ่่น* นอกจากพิมพ์เป็นหนังสือเล่มแล้ว ยังเป็นละครโทรทัศน์อีก 3 ครั้ง (พ.ศ.2526 พ.ศ. 2545 และ พ.ศ.2557)

หนังสือเรื่อง *ความสุขของกะทิ* งามพรรณ นำเสนอแกนหลักของ “ความสุขของชนชั้นกลาง” โดยแสดงให้เห็นถึงความไฝฝันในชีวิตของชนชั้นกลางที่เน้นอยู่ที่ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว และงามพรรณก็ได้ให้คุณค่าแก่ความมานะพยายาม ความสามารถ และการทำงานหนักเพื่อบรรลุถึงชีวิตที่ดีด้วยการกระทำของตนเอง อันเป็นไปตามระบบคุณค่าที่ชนชั้นกลางยึดถือ วณัฐย์ พุฒนาค (Phutnak, 2014) ได้ชี้ให้เห็นว่านวนิยายเรื่อง *ความสุขของกะทิ* ไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นว่าชนชั้นกลางมองความสำเร็จของตนเอง ว่าเกิดจาก

ความรู้ความสามารถและความขยันหมั่นเพียรที่ตนเองมีอยู่เท่านั้น หากแต่ยังได้วางบทบาทของตัวละครซึ่งเป็นคนชั้นล่างในนวนิยายไว้ 3 รูปแบบอีกด้วย

รูปแบบที่หนึ่ง งามพรรณ วางบทบาทให้ตัวละครซึ่งเป็นชนชั้นล่างเป็นแรงงานไร้ทักษะ มีหน้าที่ทำงานต่างๆ ที่ชนชั้นกลางไม่ปรารถนาจะทำ การทำงานของชนชั้นล่างนี้อยู่ภายใต้การควบคุมของชนชั้นกลาง ผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญมากกว่า เช่น การลუნน้ำลงไปตัดบอนของ “พีทอง” โดยมี “ลุงตอง” คอยกำกับอย่างใกล้ชิดว่าบอนกอไหนใช้ได้ กอไหนใช้ไม่ได้ ซึ่งอาจพิจารณาได้ว่า “พีทอง” เป็นตัวแทนชนชั้นแรงงานและ “ลุงตอง” เป็นตัวแทนชนชั้นกลาง

รูปแบบที่สอง ให้ชนชั้นล่างเป็นผู้ติดอบายมุขต่างๆ เช่น เหล้า การพนัน และไม่ขยันทำงาน จึงไม่สามารถมีชีวิตที่ดีแบบชนชั้นกลาง เช่น “ลุงบุญมี” ซึ่งเป็นการโรมันีสัยชอบเล่นหวย และการที่แม่ของไข่จะไม่เปิดร้านขายข้าวแกงถ้าเป็นวันหวยออก ลุงบุญมีและแม่ของไข่จึงเป็นตัวแทนของชนชั้นล่างที่ไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตเพราะติดอบายมุข

รูปแบบที่สาม ให้ชนชั้นล่างเป็นผู้รับความเมตตาและความช่วยเหลือจากชนชั้นกลางซึ่งมีฐานะดีกว่า และมีความเมตตากรุณาต่อชนชั้นล่าง เช่นการที่แม่ของกะทิให้เงินช่วยเหลือ “คุณตุ๊ก” ซึ่งเป็นหมอนวดประจำตัวอยู่บ่อยครั้งเนื่องจากสามีของ “คุณตุ๊ก” ติดการพนัน แม่ของกะทิจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของชนชั้นกลางที่มีความเมตตากรุณาต่อชนชั้นล่าง

ภาพของชนชั้นล่างที่ถูกสร้างขึ้นในนวนิยายของงามพรรณจึงเป็นภาพของแรงงานไร้ทักษะและเชื่อมโยงความยากจนของแรงงานไร้ทักษะซึ่งเป็นคนชั้นล่างเหล่านั้นเข้ากับการด้อยความสามารถ ความไม่ขยันหมั่นเพียร และการติดอบายมุขของคนเหล่านั้นเองที่ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในชีวิต ในขณะที่ชนชั้นกลาง จะเป็นผู้ที่มีความเมตตากรุณา คอยช่วยเหลือชนชั้นล่างไม่ให้อดมีชีวิตที่ยากลำบากจนเกินไป

หนังสือเรื่อง *เสื้อสีฝุ่น* โดย กัญญ์ชลา เป็นการนำเสนอชีวิตของกรรมกรก่อสร้างหญิงที่ดำเนินเรื่องผ่านความรักข้ามชนชั้น “อวล” ตัวเอกกรรมกรฝ่ายหญิงไปหลงรัก “กริบ” ที่เป็นลูกชายของนายจ้าง เนื่องจากเป็นความรักข้ามชนชั้นจึงไม่สมหวัง และท้ายที่สุด “อวล” ก็ต้องกลับไปปรักกับเพื่อนกรรมกร คือ “จอง” ที่หลงรักอวลมาตั้งแต่แรก

หากพิจารณาเปรียบเทียบกับความสุขของกะทิ จะพบความละม้ายคล้ายคลึงกันอย่างมาก กล่าวคือในเสื้อสีฝุ่นนั้น ได้วางบทบาทตัวละครซึ่งเป็นชนชั้นล่างนั้นให้เป็นแรงงานไร้ทักษะมีหน้าที่ทำงานต่างๆ ที่ชนชั้นกลางไม่ทำเองภายใต้การควบคุมของชนชั้นกลางผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญมากกว่า ที่สำคัญ ได้แสดงให้เห็นถึงกรรมกรตัวละครที่เป็นคนเลว ฉ้อฉล ไม่ขยันทำงาน จึงไม่สามารถมีชีวิตที่ดีได้แบบชนชั้นกลาง เช่น “บุญเกิน” ซึ่งอาศัยความปลิ้นปล้อนหลอกล่อเพื่อนหญิงกรรมกรด้วยกัน ที่สำคัญ กรรมกรหรือชนชั้นล่างจะเป็นผู้ที่ได้รับความเมตตาและความช่วยเหลือจากชนชั้นกลางซึ่งมีฐานะดีกว่าและมีความเมตตากรุณาต่อชนชั้นล่าง “กริบ” ลูกของนายจ้างที่ไม่เอาเปรียบ “อวล” และช่วยเหลือเธอด้วยการโน้มน้าวให้เธอเข้าใจในความรักที่ “จอง” มีต่อเธอ

ภาพกรรมกรใน *“เสื้อสีฝุ่น”* จึงเป็นการสะท้อนความรู้สึกของชนชั้นกลางที่แม้ว่าจะปรารถนาดีต่อกรรมกร แต่ก็ไม่ต้องการให้กรรมกรละเมิดการแบ่งช่วงชั้นทางสังคม (ใช้สัญลักษณ์คือความรักข้ามชนชั้น) ซึ่งตราบไต่ที่การแบ่งแยกและความขัดแย้งทางชนชั้นนี้ยังคงดำรงอยู่ “กรรมกร” ก็ยังคงมีสถานภาพเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง ดังที่สะท้อนจากทัศนะของผู้เขียน ดังนี้

“ทุกครั้งที่ข้าพเจ้าถึงคราวต้องทบทวนตรวจตรานวนิยายรุ่นเก่าที่ได้เขียนไว้ตั้งแต่สมัยกระโน้น ก็มักจะต้องแปลกใจตลอดมาถึงสภาพการณ์ที่ปรากฏเป็นตัวอักษร ดังเช่นลึงแวงล่อม

ของบ้านเมืองที่มักจะมียู่ซ้ำ ๆ เกี่ยวกับค่าครองชีพ เศรษฐกิจตกต่ำ ค่าแรงคนงาน และอื่นๆ หากไม่นับความแตกต่างระหว่างจำนวนเงินของปีนี้และปีโน้น สิ่งที่พบเห็นระหว่างบรรทัดก็มักจะเป็นความขัดแย้งซ้ำซากที่คนฐานะหนึ่งมีต่อคนอีกฐานะหนึ่ง

ในความเห็นของตนเองจึงเห็นว่า ถ้าเว้นเสียไม่กล่าวถึงค่าของเงิน ชีวิตของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในพ.ศ.๒๕๒๓ ที่ข้าพเจ้าให้กำเนิด ‘เสื้อสีฝุ่น’ ก็หาได้ผิดแผกแตกต่างไปจากพ.ศ. ๒๕๕๗ มากมายกระไรนักไม่

๓๔ ปีที่ผ่านมา พาค่าแรงขึ้นต่ำวันละ ๔๕ บาทมาสู่ ๓๐๐ บาทก็จริง แต่สิ่งที่ยังเป็นข้อถกเถียงระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างก็คือความไม่พอใจค่าแรง

ไม่ว่าค่าแรงนั้นจะทำให้นายจ้างทุนน้อยต้องปิดกิจการหนีค่าแรงที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าค่าแรงนั้นจะทำให้ลูกจ้างร้องอุทธรณ์ว่าไม่พอกินไม่พอใช้ เพราะเมื่อเพิ่มค่าแรงสินค้าต่าง ๆ ก็พลอยฉวยโอกาสขึ้นราคาล่วงหน้าลือไปแล้วตั้งแต่มีข่าว ทั้ง ๆ ค่าแรงจริงก็ยังไม่ถึงมือผู้รับ

‘เสื้อสีฝุ่น’ จึงเป็นนวนิยายที่นำเสนอความขัดข้องใจของทั้งนายจ้างและลูกจ้าง แสดงให้เห็นถึงสิ่งละอันพันละน้อยประจำวัน ประจำสัปดาห์ ประจำเดือน และประจำปีที่นายจ้างและลูกจ้างจำเป็นต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน” (Kanchala, 2014)

จะเห็นได้ว่าผู้เขียน “เสื้อสีฝุ่น” แสดงทัศนะที่มองว่าการเพิ่มค่าแรงไม่ช่วยแก้ปัญหาให้กรรมกร และดูเหมือนปัญหาที่กรรมกรเผชิญอยู่นั้นจะเป็นปัญหาที่ไร้ทางออก นวนิยายที่เธอเขียนเพียงแต่แสดงให้เห็นว่าชีวิตของชนชั้นล่างนั้นมีได้เลวร้ายจนเกินไป เพราะอย่างน้อยก็มีชนชั้นกลางให้ความเมตตากรุณา และชนชั้นล่างยังโชคดีที่มีความรักแท้ของคนที่อยู่ในชนชั้นเดียวกันคอยประโลมใจให้มีชีวิตต่อไป

อาจสรุปได้ว่าอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางในวรรณกรรมที่สื่อสารอย่างแพร่หลายอย่างมากทั้งสองเรื่อง เป็นอารมณ์ความรู้สึกต่อกรรมกรในเชิงเห็นอกเห็นใจที่เจ็บปวไปด้วยความรู้สึก ว่ากรรมกรไม่ได้พยายามจะทำให้ชีวิตของตนเองดีขึ้น ยังต้องเป็นกรรมกรและยากจนอยู่ก็เพราะปัญหาจากตัวกรรมกรที่ไม่ขยันทำงาน ติดอบายมุข และไม่ชวนขวยแสดหาความก้าวหน้าในชีวิต ทั้งๆ ที่ชนชั้นกลางหรือเจ้านายเองก็พร้อมที่จะมอบความเมตตาให้อยู่แล้ว

สื่อโฆษณา

สื่อโฆษณามีความหมายและความสำคัญอย่างมากต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้คน เพราะสื่อโฆษณาส่งสารที่เป็นส่วนประกอบที่ตราตรึงความรู้สึกด้วยภาพและคุณค่าไปพร้อมกัน ในช่วงทศวรรษ 2530-2550 มีงานศึกษาหลายชิ้นเกี่ยวกับการสร้างวาทกรรม “ความเป็นชาย” “ความเป็นหญิง” และ “ความงาม” ผ่านนิตยสารและสื่อโฆษณา⁴ ซึ่งงานศึกษาจำนวนมากมีข้อสรุปที่ตรงกันว่า “ความเป็นชาย” และ “ความเป็นหญิง” ที่ปรากฏในโฆษณาสินค้าต่างๆ นั้น มักจะมีลักษณะร่วมกันคือ เป็นภาพของผู้ชายและผู้หญิงที่เอาใจใส่ดูแลรูปร่างหน้าตาและผิวพรรณของตนเอง โดยรูปลักษณะที่สื่อโฆษณามักนำเสนอคือผู้มีร่างกายสมส่วน ผิวขาว เนื่อตัวและเส้นผมสะอาด

⁴ งานศึกษาเหล่านี้เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอภาพของ “ความเป็นชายในโฆษณาเบียร์สิงห์” ของ กัจกร หลุยยะพงศ์ “นิตยสารผู้ชายกับกระบวนการสร้างความเป็นชายแบบเมโทรเซ็กส์ชวล” ของ วรณภรณ์ สุขมาก “สื่อโฆษณากับอัตลักษณ์บุรุษชนชั้นกลางไทยในปัจจุบัน” ของ จริยา เรืองเดชสกุล “อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการเกี่ยวกับผู้ชายในนิตยสารโฆษณา” ของจุฬินันท์ แก้วจันทร์ เกตุ

เนื่องจากนิตยสารและสื่อโฆษณาสินค้าต่างๆ มีกลุ่มเป้าหมายสำคัญอยู่ที่ชนชั้นกลางซึ่งเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อสูง ภาพของ “ความเป็นหญิง” “ความเป็นชาย” และ “ความงาม” ที่ปรากฏในนิตยสารและสื่อโฆษณา จึงเป็นภาพจากบรรทัดฐานของชนชั้นกลางที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้ผลิตโฆษณา มากกว่าที่จะเป็นภาพของชนชั้นล่างอย่างกรรมกรที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายในการซื้อสินค้า นอกจากเรื่องรูปลักษณ์ทางร่างกายแล้ว นิตยสารและสื่อโฆษณาเหล่านี้ ยังนำเสนอภาพของผู้ชายและผู้หญิงที่มีการศึกษาดี ประสบความสำเร็จ ในหน้าที่การงาน มีบทบาทในพื้นที่สาธารณะต่างๆ และมีเวลาว่างสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจและการท่องเที่ยว โดยมักเลือกนำเสนอผู้ที่เป็นคราานักแสดง นักธุรกิจ และนักการเมือง

ในขณะที่สื่อโฆษณาของสินค้าที่ต้องการจะเจาะตลาดกรรมกรเช่นเครื่องดื่มชูกำลัง ก็ยังคงใช้การแสดงผลภาพของกรรมกรที่มีลักษณะเป็นภาพจำลองของกรรมกร ไม่ว่าจะเป็นหน้าตาที่คล้ำกร้าน ร่างกายที่บึกบึน ผิวคล้ำ มีหนวดมีเคราบนใบหน้า เช่นเดียวกับการโฆษณาเครื่องมือเครื่องใช้และวัสดุที่ใช้ในการทำเกษตร ภาพของผู้ใช้แรงงานหรือชาวนาก็จะเป็นคนที่ไม่ได้ดูดีเหมือนการโฆษณาสินค้าสำหรับชนชั้นกลาง พร้อมกันนั้นการโฆษณาสินค้าสำหรับชนชั้นล่างก็จะเน้นคุณภาพของสินค้ามากกว่าการแสดงผลภาพของกรรมกร/ผู้ใช้แรงงานอย่างชัดเจน

รูปร่างหน้าตา รวมถึงลักษณะทางกายภาพต่างๆ ของชนชั้นกลางและกิจกรรมทั้งหมดที่กล่าวถึงในโฆษณาสินค้าล้วน แล้วแต่อยู่พ้นวิสัยที่กรรมกรจะสามารถครอบครองได้ เพราะในความเป็นจริง กรรมกรที่ต้องทำงานอยู่กับความสกปรกเปรอะเปื้อนท่ามกลางความร้อนและแสงแดด จึงทำให้เนื้อตัวสกปรกเปรอะเปื้อน การพักผ่อนหย่อนใจด้วยการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมักเป็นกิจกรรมที่มีราคาแพงเกินกว่าที่กรรมกรจะจ่ายได้ หรือการเป็นผู้มีการศึกษาสูงที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานก็เป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับชีวิตกรรมกรชนชั้นกลางที่เสพสื่อโฆษณาเหล่านั้นและรับรู้ว่าการที่ตนเองสามารถบริโภคสินค้าเหล่านั้นได้ หมายถึงว่าตนเป็นผู้ที่มีชีวิตที่ดี ชนชั้นกลางจึงดูถูกกรรมกรเพราะกรรมกรไม่สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตเท่าตนเอง และยิ่งรู้สึกว่าการกรรมกรเป็นผู้ที่น่ารังเกียจด้วยเหตุที่ว่า กรรมกรมีรูปลักษณ์ที่แตกต่างไปจากมาตรฐานความงามของตนเอง ดังเช่นที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ เคยเขียนไว้ในบทความ กล่าวว่า ในวัยหนุ่มตนเคยได้ยินเพื่อนผู้หญิงมองดูโปสเตอร์ประกวดนักกล้ามแล้วอุทานว่า “ตาย น่าเกลียดจัง” (Eaoseewong, 2010)

สรุป

อารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางที่มีต่อกรรมกรที่ตราตรึงในสังคมไทยนั้นก่อตัวขึ้นจากระบบคุณค่าที่ดำรงอยู่และถูกผลิตซ้ำตลอดมา ระบบคุณค่านี้สามารถแยกออกได้เป็นสามมิติ ได้แก่ คุณค่าในมิติความสำเร็จหรือความล้มเหลวในชีวิตที่เกิดขึ้นจากความดี/เลวส่วนบุคคล คุณค่าในมิติความสะอาด สุขภาพอนามัย และรูปลักษณ์ทางกาย และคุณค่าในมิติทางเศรษฐกิจ การยึดถือคุณค่าเหล่านี้ ได้หล่อหลอมอารมณ์ความรู้สึกของชนชั้นกลางต่อกรรมกรอย่างฝังรากลึก

สื่อต่างๆ ที่ชนชั้นกลางผลิตและเสพ แสดงให้เห็นว่าชนชั้นกลางยึดถือคุณค่าและมีอัตลักษณ์ที่ว่า การประสบความสำเร็จในชีวิตในชีวิตเป็นผลมาจากความสามารถและความขยันหมั่นเพียรของตนเอง มิได้เป็นเพราะโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ดังนั้นในมุมมองของคนชั้นกลาง การที่กรรมกรมีฐานะยากจนจึงเป็นปัญหาที่ตัวของกรรมกรที่ขาดความรู้ความสามารถ ขาดความขยันหมั่นเพียร และยังติดอบายมุข ลึกลงไปแล้ว ชนชั้นกลางจึง “รู้สึกดูถูก” กรรมกร และเห็นว่าการที่กรรมกรต้องมีชีวิตที่ยากลำบาก เป็นสิ่งที่เหมาะสมอยู่แล้ว ดังนั้น แม้ว่าโดยปกติชนชั้นกลางจะรู้สึกสงสารและเห็นใจกรรมกร แต่เมื่อกรรมกรหรือ ขบวนการแรงงานออกมาเคลื่อนไหวเพื่อขอปรับเพิ่มค่าจ้าง ไม่ว่าจะด้วยวิธีการยื่นข้อเรียกร้องเพื่อเจรจา

ต่อรอง การนัดหยุดงาน หรือการเดินทางไปตามท้องถนนก็ตาม คนชั้นกลางก็จะกลับรู้สึกโกรธและไม่พอใจ เนื่องจากคนชั้นกลางจะรู้สึกว่ากรรมกรสร้างความวุ่นวายในสังคมและเรียกร้องในสิ่งที่เกินกว่าระดับฝีมือแรงงานของกรรมกรเอง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการเรียกร้องในลักษณะของการต่อรอง ไม่ใช่การร้องขอความเมตตา คนชั้นกลางซึ่งยึดถือเรื่องลำดับชั้นทางสังคมจึงย่อมรู้สึกโกรธและไม่พอใจ ที่กรรมกรซึ่งเป็นชนชั้นล่างที่มีสถานะต่ำกว่ามา “ต่อรอง” กับตนเอง เพราะคนชั้นกลางจะรู้สึกว่าตนเองมีเมตตาและให้ความช่วยเหลือกรรมกรอยู่แล้วจากการจ้างงานกรรมกร

ในส่วนของความสะอาดและรูปลักษณ์ทางร่างกาย รัฐทั้งในยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุคเริ่มต้นสงครามเย็น และยุคการพัฒนา ได้ปลูกฝังเรื่องเรื่องความสะอาดของร่างกายและความสะอาดของบ้านเมือง ว่าความสะอาดเป็นพื้นฐานสำคัญของความเจริญของบ้านเมือง ต่อมาเมื่อการโฆษณาสินค้าต่างๆ ขยายตัวมากขึ้น ความสะอาดของร่างกายก็ถูกพัฒนามาเป็นความสวยงามของเรือนร่าง ซึ่งจะสามารถทำให้เกิดมีขึ้นได้ก็ด้วยการซื้อหาสินค้าด้านความงามมาใช้สอย กรรมกรผู้มีฐานะยากจนที่ต้องทำงานกลางแจ้งในสถานที่สกปรก และไม่สามารถซื้อหาสินค้าความงามมาใช้ จึงมีรูปลักษณ์ที่ไม่เป็นไปตามแบบอย่างความงามที่ชนชั้นกลางยอมรับ ซึ่งในที่สุดแล้วก็ส่งผลให้ชนชั้นกลางรู้สึกถึงความสกปรก หยาดกระด้าง น่ารังเกียจของกรรมกรที่มีสถานะด้อยกว่าตนเอง

อารมณ์ความรู้สึกของคนชั้นกลางที่มีต่อกรรมกรเช่นนี้ ได้ลดทอนโอกาสที่จะมองเห็นคุณค่าและความหมายของการใช้แรงงาน ขณะเดียวกันก็เป็นระบอบอารมณ์ความรู้สึกที่ขวางกั้นความรู้สึกแบบภราดรภาพ หรือเป็นเพื่อนร่วมสังคมเดียวกัน คนชั้นกลางจึงเรียกรรมกรว่า “ผู้ใช้แรงงาน” หรือ “แรงงาน” หรือ “คนงาน” ในขณะที่เรียกตนเองว่า “นักธุรกิจ” “พ่อค้า” เป็น “พนักงาน” ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นคำที่สื่อถึงความรู้สึกว่าตนเองมีสถานะที่สูงกว่า ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว ระบอบอารมณ์ความรู้สึกเช่นนี้ก็จะนำไปสู่การปิดกั้นเส้นทางไปสู่ประชาธิปไตยและความยุติธรรมที่ทุกคนเสมอภาคกัน

References

- Chantarawitoon, S. (2001). *Rængngan Thai: samsipha pi bon senthang kantœpto thang setthakit khong prathet* [Thai Labour: 35 Years along Thailand's Economic Growth]. Bangkok: The Thailand Research Fund.
- Eoseewong, N. (2010). Phudi V.S. nakleng bukkhalik khong phraek nawaniyai Thai [Noble V.S. Hardy Man Personality of Hero in Thai Novel]. *Matichon Weekly*, 30(1575). 25.
- Eoseewong, N. (1993). Watthanatham khonchanklang Thai [Thai Middle Class Culture]. In Pongpaichit (eds.), *Khonchan klang nai krasæ prachathipatai* [Middle Class in Democracy]. Bangkok: Political Economy Center Chulalongkorn University.
- Kæochanket, W. (2010). *Udomkan khwampen chai nai watkam khotsana sinkha læ borikan samrap phuchai nai nittayasan phuchai* [The ideology of masculinity in men's advertising discourse in men's magazines]. (Master of arts thesis, Chulalongkorn University).
- Kanchala. (2014). *Sua sifun* [Dirty Dress]. Bangkok: Phuan di.
- Korjaranchit, W. (2002). *Kan wikhro phap sanœ 'khwam khao' nai khotsana thorathat* [A representational analysis of 'whiteness' in TV Ads]. (Master of arts thesis, Thammasart University).
- Louiyapong, K. (1996). *Kan wikhro nuaha kannam sanœ phap khong khwampen chai nai khotsana bia sing* [A content analysis of the presentation of masculinity in Singha beer commercials]. (Master of arts thesis, Chulalongkorn University).
- Mektrairat, N. (1992). *Kan patiwat Sayam PhoSo songphansiroichetsipha* [Siam Revolution 1932] Bangkok: The Foundation for the Promotion of Social Science and Humanities Textbooks Project.
- Phattrakunwanit, P. (2002). *Khana suphapburut in An mai aorung* [KhanaSuphapburut in Read without Story] Bangkok: Pimarn.
- Phonphirun, P. (2019). *Nayobai prap khun khachang (chak fai kanmuang)* [Increasing wage policy from politician] Retrieved from <https://www.posttoday.com/finance-stock/money/595665>.
- Jitsuchon, S. (2002). *Khwamluamlam songphanyisip (ton song): rao khuan tham aria* [Inequality 2002: What we should do? (Part 2)] Retrieved from <https://tdri.or.th/2020/01/thai-inequality-what-we-should-do/>
- Phutnak, W. (2014). *Krabuankan sang attalak chon chan klang nai nawaniyai khong ngam phan wetchachiwa* [THE CONSTRUCTION OF MIDDLE-CLASS IDENTITY IN NGARMPUN VEJAJIVA'S NOVELS]. (Master of arts thesis, Chulalongkorn University).

- Pitidol, T. (2016). *Attalak læ botbat thang kanmuang phaitai rabop prachathipatai khong khon chanklang krungthep: koranisuksa kankhluanwai thangkanmuang khong khabuankan kopoposo*. [Identity and Political Role under Democracy of Bangkok Middle Class: A Case Study of Kopoposo Political Movement]. The Thailand Research Fund.
- Ruangdetsakun, J. (2006). *Seukhotsana kap attalak khong burut chon chan klang Thai nai patchuban* [Advertising media and Thai middle class male identities]. (Master of arts thesis, Chulalongkorn University).
- Sakworawit, A. (2016). *Panha yu thi kha ræng khan tam nan tam kœnpai r fim rængngan læ khwamru tam kœnpai kan næ* [What is problem? low minimum wage or low knowledge and low labor productivity?] Retrieved from <https://mgronline.com/daily/detail/9590000044086>.
- Sattayanurak, S. (2008). *Chatniyom watthanatham læ khwamkhatyæng* [Nationalism, Culture and Conflict]. Chiangmai: Regional Center for Social Scienceand Sustainable Development (RCSD) Chiangmai University.
- Serichantharœk, K. (2008). *Watkam khwam ngam khong phuying nai sangkhom Thai: mummong phahu miti*. [A Discussive Study of Thai Female Beauty: Multi-Dimensional Approach]. (Master of arts thesis, Thammasart University).
- Sukmak, W. (2004). *Nittayasan phuchai kap krabuankan sang khwampen chai bæp "methora sekchuan"* [The construction of "Metrosexual" male representation in men magazines]. (Master of arts thesis, Chulalongkorn University).
- Thanomsatsana, S. (2015). *Kan plianplæng thang khwamkhit khong chon chan klang Thai kap ruang anlen Thai samai mai thotsawat songphansiroihoksip thotsawat songphansiroipætsip* [The Changing Perspective of The Thai Middle Class and Modern Thai Fiction, Late 1910s–Late 1940s]. (Master of arts thesis, Chulalongkorn University).
- Vilaithong, V. (2006). *A cultural of Hygiene Advertising in Thailand, 1940s-early 1980s*. (Doctoral of philosophy thesis, The Australian National University).