

CÀ PHÊ SÀI GÒN TRONG ĐỜI SỐNG SỐ: THỰC HÀNH KHÔNG GIAN VÀ TRẢI NGHIỆM CỦA NGƯỜI TRẺ ĐÔ THỊ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Phan Thị Hồng Xuân ⁽¹⁾, Nguyễn Triệu Vy ⁽¹⁾,
Nguyễn Anh Vũ ⁽²⁾**

(1) Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

(2) Trường Đại học Văn Lang

Ngày nhận bài: 25/01/2026; Chấp nhận đăng: 28/02/2026

Email tác giả: na.vu100394@gmail.com

Tóm tắt

Nghiên cứu này phân tích vai trò của quán cà phê như một không gian văn hóa - xã hội trọng yếu đối với giới trẻ tại TP.HCM trong bối cảnh đô thị hóa và số hóa sâu rộng. Thông qua phương pháp nghiên cứu định tính (phỏng vấn sâu và quan sát thực địa), tác giả tiếp cận việc đi cà phê như một thực hành không gian thường nhật, nơi các trải nghiệm cảm xúc và chiến lược kiến tạo bản sắc được kiến tạo giữa môi trường vật lý và không gian số. Kết quả cho thấy quán cà phê không chỉ đơn thuần là nơi tiêu dùng hay làm việc, mà còn là một không gian "ở lại", giúp cá nhân duy trì sự hiện diện xã hội tối thiểu. Các thực hành kỹ thuật số như chụp ảnh, đăng tải hoặc chủ động giữ riêng tư trên mạng xã hội được diễn giải là những "nghi thức xã hội kỹ thuật số". Qua đó, người trẻ vừa khẳng định sự hiện diện trong không gian số, vừa khéo léo thiết lập ranh giới giữa trình diễn bản thân và đời sống riêng tư. Đồng thời, quán cà phê vận hành như một không gian trung gian, nơi cảm giác thuộc về và ký ức đô thị được tích lũy thông qua các thực hành lặp lại. Từ góc nhìn nhân văn kỹ thuật số, bài viết lập luận rằng đời sống số là một không gian nhân văn được hình thành từ những trải nghiệm cụ thể thay vì một lĩnh vực công nghệ tách rời. Nghiên cứu góp phần làm rõ cách các thực hành đời thường kiến tạo nên đời sống đô thị lai ghép, đồng thời mở rộng thảo luận về vai trò của không gian bán công cộng trong việc định hình bản sắc giới trẻ đương đại.

Từ khóa: đời sống số, người trẻ đô thị, thực hành không gian.

Abstract

SAIGON COFFEE CULTURE IN THE DIGITAL LIFE: SPATIAL PRACTICES AND EXPERIENCES OF URBAN YOUTH IN HO CHI MINH CITY

This study analyzes the role of coffee shops as a vital socio-cultural institution for youth in Ho Chi Minh City amidst rapid urbanization and pervasive digitalization. Utilizing a qualitative approach (in-depth interviews and field observations), the research frames coffee-going as an everyday spatial practice, where emotional experiences and identity negotiation strategies are constructed between the physical urban environment and the digital realm. Findings indicate that for urban youth, the coffee shop is more than a place for consumption or work; it functions as a space to "dwell," allowing individuals to maintain a minimal social presence. Digital practices such as photographing, posting,

or intentionally withholding experiences on social media are interpreted as "digital social rituals." Through these rituals, young people simultaneously assert their digital presence and navigate the boundaries between self-presentation and private life. Furthermore, coffee shops operate as intermediary spaces where a sense of belonging and urban memories are accumulated through repetitive practices. From a digital humanities perspective, the article argues that digital life should be understood not as a detached technological domain, but as a humanistic space shaped by concrete lived experiences. Through the case of Saigon coffee culture, the study elucidates how everyday practices contribute to the construction of a hybrid digital-physical urban life, while expanding the discourse on the role of semi-public spaces in shaping the identity of contemporary urban youth.

1. Đặt vấn đề

1.1. Tổng quan

Thực hành xã hội và nghi thức tương tác: Cà phê được tiếp cận như một "chất gây nghiện xã hội", nơi việc tiêu dùng phản ánh văn hóa và thẩm mỹ cá nhân (Einarsdóttir, 2022). Tại Việt Nam, quán cà phê hiện đại với thiết kế mở trở thành biểu tượng cho lối sống trung lưu và sự gắn kết với văn hóa tiêu dùng toàn cầu (Ehlert, 2016). *Kiến tạo bản sắc và ranh giới không gian:* Các quán cà phê vận hành như "phòng thí nghiệm định danh", nơi giới trẻ kiến tạo giá trị toàn cầu và địa phương (Windarsari, 2025). Tại TP.HCM, những không gian như Chung cư 42 Nguyễn Huệ trở thành điểm giao thoa giữa ký ức đô thị và văn hóa Instagram, nơi người trẻ tái diễn giải các lớp giá trị lịch sử thông qua tiêu dùng (Dang, 2021). Mạng xã hội cũng giúp các quán cà phê tạo lập mạng lưới kết nối giữa các khách hàng với nhau và cả chủ quán (Xuân, Luyến, 2016). *Sự mở rộng sang không gian số:* Trong kỷ nguyên nhân văn kỹ thuật số, đăng tải hình ảnh cà phê là một "nghi thức xã hội trực tuyến" nhằm xây dựng thương hiệu cá nhân và bù đắp thiếu hụt tương tác vật lý (Csáki, 2020). Không gian số không tách rời mà là sự mở rộng của không gian vật chất, giúp người trẻ linh hoạt kiến tạo bản sắc (Weber & Dixon, 2007). *Hạ tầng xã hội và bối cảnh đô thị:* Quán cà phê còn đóng vai trò hạ tầng kỹ thuật số thiết yếu (Wi-Fi, không gian làm việc), giúp giảm bất bình đẳng tiếp cận thông tin (Zainuddin & Shujahat, 2022). Tại TP.HCM, sự phân hóa không gian cà phê phản ánh rõ rệt chiến lược định vị tầng lớp và sự thuộc về của các nhóm cư dân (Trang, 2019; Nguyen-Akbar, 2017).

Các nghiên cứu trước đã làm rõ vai trò của cà phê như một thực hành xã hội và nền tảng bản sắc. Tuy nhiên, vẫn còn khoảng trống về cách người trẻ đô thị tại TP.HCM chủ quan gắn kết ý nghĩa, cảm xúc và ký ức vào không gian cà phê trong sự lai ghép giữa thực tại và đời sống số. Trong bối cảnh đô thị Việt Nam, Ehlert (2016) phân tích việc ăn uống bên ngoài gia đình tại TP.HCM như một thực hành xã hội phản ánh quá trình chuyển đổi kinh tế - xã hội thời kỳ Đổi mới. Các quán cà phê, đặc biệt là những không gian có mặt tiền kính lớn và thiết kế hiện đại, trở thành nơi thể hiện lối sống thành thị, "tính trung lưu" và sự gắn kết với văn hóa tiêu dùng toàn cầu, đồng thời tạo ra các ranh giới thế hệ và giới tính trong đời sống đô thị (Ehlert, 2016).

Nghiên cứu vận dụng khung lý thuyết liên ngành nhằm phân tích trải nghiệm cà phê của người trẻ TP.HCM trong sự giao thoa giữa không gian vật lý và đời sống số, tập trung vào ba trụ cột chính: *Nghi thức xã hội kỹ thuật số và trình diễn bản sắc:* Dựa trên quan điểm của Turner (1969) và Csáki (2020), nghiên cứu tiếp cận các hành vi chụp

ảnh, đăng tải và tương tác trực tuyến quanh ly cà phê như những nghi thức xã hội kỹ thuật số có tính quy ước. Các thực hành này không chỉ duy trì sự hiện diện xã hội mà còn là sự trình diễn bản sắc (identity performance) có chủ đích, giúp người trẻ xác lập vị thế và tìm kiếm cảm giác thuộc về trong cộng đồng trực tuyến. *Vốn văn hóa và sự khác biệt xã hội*: Vận dụng lý thuyết của Bourdieu (1984), nghiên cứu xem xét việc lựa chọn không gian và gu thưởng thức cà phê như sự biểu đạt của vốn văn hóa và thói quen. Các thực hành cà phê được phân tích như một cơ chế phân biệt xã hội tinh tế, phản ánh lối sống trung lưu và chiến lược định vị bản thân của người trẻ trong không gian đô thị (Ehlert, 2016). *Không gian thứ ba và không gian bị tranh chấp*: Thông qua lăng kính không gian thứ ba (Soja, 2014), quán cà phê được hiểu là không gian "được sống", nơi đan xen giữa ký ức, cảm xúc và thực tại vật lý. Đồng thời, khái niệm không gian bị tranh chấp (Windarsari, 2025) giúp nhận diện quán cà phê như một "không gian văn hóa", nơi ranh giới về kinh tế và thẩm mỹ liên tục được tái sản xuất và kiến tạo.

Việc kết hợp ba nhóm lý thuyết này cho phép nghiên cứu tiếp cận đời sống số như một không gian nhân văn, nơi các thực hành thường nhật của người trẻ kiến tạo nên một đời sống đô thị lai ghép. Khung lý thuyết này định hướng việc diễn giải cách không gian cà phê Sài Gòn trở thành điểm tựa quan trọng trong việc lưu giữ ký ức và hình thành bản sắc giới trẻ đương đại.

1.2. Câu hỏi nghiên cứu

Xuất phát từ khoảng trống nghiên cứu về cách người trẻ đô thị tại TP.HCM chủ quan gán nghĩa, cảm xúc và ký ức cho không gian cà phê trong điều kiện lai ghép giữa thực tại và đời sống số, bài viết đặt ra các câu hỏi nghiên cứu sau:

(1) Người trẻ tại TP.HCM đang trải nghiệm việc "đi cà phê" như một thực hành không gian thường nhật như thế nào (vượt ra khỏi hành vi tiêu dùng đồ uống)?

(2) Các thực hành số xoay quanh cà phê (chụp ảnh, đăng tải, tương tác, hoặc chủ động không chia sẻ) đang vận hành như những "nghi thức xã hội kỹ thuật số" ra sao trong việc duy trì hiện diện xã hội và kiến tạo ranh giới riêng tư?

(3) Không gian cà phê góp phần tích lũy cảm giác thuộc về và ký ức đô thị của người trẻ như thế nào, và các lớp trải nghiệm đó được kết nối/điều tiết giữa môi trường vật lý và môi trường số bằng những cơ chế nào?

1.3. Đóng góp nghiên cứu

Nghiên cứu cung cấp một cách đọc theo hướng nhân văn kỹ thuật số khi coi đời sống số không phải một miền công nghệ tách rời, mà là không gian nhân văn được tạo bởi trải nghiệm cụ thể; đồng thời làm rõ vai trò của quán cà phê như một không gian bán công cộng nơi người trẻ "ở lại", duy trì đồng hiện diện xã hội tối thiểu, và liên tục kiến tạo giữa trình diễn bản thân với bảo vệ đời sống riêng tư. Trên phương diện học thuật, bài viết bổ sung bằng chứng định tính về cách các thực hành đời thường kiến tạo nên hình thái đời sống đô thị lai ghép số-vật lý trong bối cảnh TP.HCM, qua đó mở rộng thảo luận về không gian bán công cộng, bản sắc giới trẻ và ký ức đô thị trong đô thị châu Á đương đại.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận định tính nhằm khai thác chiều sâu trải nghiệm và cách gán nghĩa của người trẻ đối với không gian cà phê.

Phỏng vấn sâu bán cấu trúc: Tác giả thực hiện 05 cuộc phỏng vấn sâu (thời lượng 45-90 phút/cuộc) với người trẻ từ 18-30 tuổi tại TP.HCM. Nội dung phỏng vấn xoay quanh: thói quen sử dụng không gian; trải nghiệm cảm xúc; thực hành xã hội (làm việc, kết nối); và mối liên hệ giữa không gian vật lý với các thực hành số (chụp ảnh, mạng xã hội). Dữ liệu được xử lý bằng phân tích chủ đề (Thematic Analysis) qua các bước: làm quen dữ liệu, mã hóa mở, và hệ thống hóa thành các nhóm chủ đề cốt lõi như sự riêng tư, nhịp sống đô thị và biểu đạt bản sắc.

Quan sát thực địa: Phương pháp quan sát được thực hiện tại các mô hình cà phê tiêu biểu (truyền thống, hiện đại, và không gian làm việc chung). Tác giả sử dụng ảnh chụp để ghi nhận bố cục không gian và sự hiện diện của thiết bị số, sau đó chuyển hóa thành biên bản mô tả văn bản nhằm bảo mật quyền riêng tư. Các biên bản này đóng vai trò dữ liệu bổ trợ, giúp kiểm chứng và làm phong phú thêm các diễn giải từ dữ liệu phỏng vấn.

Phương pháp - mô tả mẫu và mã hoá: Nghiên cứu tiếp cận định tính nhằm khai thác chiều sâu trải nghiệm và cơ chế gán nghĩa của người trẻ đối với không gian cà phê trong bối cảnh đô thị hóa và số hóa. Dữ liệu được thu thập bằng phỏng vấn sâu bán cấu trúc và quan sát thực địa. Phần phỏng vấn gồm 05 người tham gia trong nhóm tuổi 18-30, đang sinh sống/học tập/làm việc tại TP.HCM; mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài 45-90 phút, tập trung vào thói quen sử dụng không gian, trải nghiệm cảm xúc, các thực hành xã hội (làm việc, kết nối), và mối liên hệ giữa không gian vật lý với các thực hành số (chụp ảnh, mạng xã hội). Song song, quan sát thực địa được tiến hành tại một số mô hình cà phê tiêu biểu (không gian truyền thống, hiện đại và không gian làm việc chung) nhằm đối chiếu, bổ trợ và làm giàu ngữ cảnh cho diễn giải từ dữ liệu phỏng vấn; hình ảnh ghi nhận bố cục không gian và dấu vết hiện diện của thiết bị số được chuyển hóa thành biên bản mô tả văn bản để bảo đảm quyền riêng tư.

Về xử lý và mã hóa dữ liệu, nghiên cứu sử dụng phân tích chủ đề theo quy trình: (i) làm quen dữ liệu và chuẩn hóa biên bản; (ii) mã hóa mở dựa trên đơn vị ý nghĩa trong phát ngôn và ghi chép quan sát; (iii) nhóm mã thành các chủ đề bậc cao, sau đó rà soát tính nhất quán giữa các chủ đề và dữ liệu gốc để hạn chế suy diễn; (iv) tinh chỉnh hệ thống chủ đề và diễn giải theo khung lý thuyết của bài viết. Trên cơ sở đó, các cụm chủ đề cốt lõi được hình thành xoay quanh: sự riêng tư, nhịp sống đô thị, biểu đạt/ kiến tạo bản sắc, và các biến thể của thực hành số gắn với không gian cà phê.

3. Kết quả, thảo luận

3.1. Không gian cà phê như thực hành thường nhật của người trẻ đô thị

Kết quả nghiên cứu cho thấy, đối với người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh, việc “đi cà phê” không được cấu trúc chủ yếu như một hành vi tiêu dùng đồ uống, mà được trải nghiệm và diễn giải như một thực hành không gian lặp lại trong đời sống hằng ngày. Thông qua các biên bản phỏng vấn sâu, cà phê hiện lên như một điểm dừng quen thuộc trong nhịp sống đô thị, nơi người trẻ có thể “ở lại”, điều tiết trạng thái cảm xúc và duy trì sự hiện diện xã hội mà không bị ràng buộc bởi các yêu cầu chức năng rõ ràng như ở nhà, nơi làm việc hay trường học.

Một điểm nổi bật trong kết quả nghiên cứu là người tham gia hầu như không nhấn mạnh đến hành vi “uống”, mà tập trung diễn giải ý nghĩa của việc có một không gian để ngồi và được ở giữa thành phố. Nhiều người mô tả việc đi cà phê như một nhu cầu

không gian hơn là một hoạt động tiêu dùng. Chẳng hạn, một người tham gia chia sẻ: “*Có những ngày chị ra quán không phải để làm việc hay gặp ai, chỉ cần ra quán, gọi một ly cà phê rồi ngồi đó. Kiểu như... mình cần một chỗ để ở, nhưng không hẳn là ở nhà*” (Trích biên bản dã băng phỏng vấn sâu số 01). Tương tự, một người tham gia khác cũng cho rằng: “*Chủ yếu là để ‘ở’. Chị không nhất thiết phải làm việc hay gặp gỡ ai. Quán cà phê cho chị cảm giác hiện diện giữa đời sống nhưng không bị buộc phải tương tác*” (Trích biên bản dã băng phỏng vấn sâu số 03).

Những diễn ngôn này cho thấy cà phê được người trẻ sử dụng như một không gian sống tạm thời, đóng vai trò hỗ trợ cho không gian ở truyền thống trong bối cảnh đô thị mật độ cao và nhịp sống nhanh. Việc “ở quán” không nhằm thay thế nhà ở, mà mở rộng phổ lựa chọn không gian để cá nhân tổ chức đời sống thường nhật và điều tiết nhịp sinh hoạt cá nhân.

Sự khác biệt trong cách diễn giải ý nghĩa của cà phê trở nên rõ nét hơn khi so sánh giữa các hình thức sử dụng không gian cà phê, đặc biệt là giữa những người thường xuyên đi cà phê một mình và những người chủ yếu đi cùng người khác. Các khuynh hướng này được tổng hợp trong Bảng 1.

Bảng 1. *Tương quan giữa hình thức sử dụng cà phê và cảm nhận về cà phê như không gian “ở giữa”*

Quan điểm	Thường xuyên đi một mình	Chủ yếu đi cùng người khác
Xem cà phê là nơi “để ở”, không chỉ để uống	4	1
Cảm nhận cà phê như không gian trung gian (giữa nhà và công việc)	5	3
Ngồi một mình không cảm thấy cô đơn	4	1
Xem cà phê là nhịp sống đô thị	5	2

Nguồn: Tác giả, 2025

Dữ liệu trong Bảng 1 cho thấy các diễn ngôn xem cà phê như nơi “để ở”, như không gian trung gian và như một phần của nhịp sống đô thị xuất hiện rõ nét hơn ở nhóm thường xuyên đi cà phê một mình. Trong khi đó, ở nhóm chủ yếu đi cùng người khác, cà phê thường được gắn với chức năng gặp gỡ và tương tác xã hội nhiều hơn. Điều này cho thấy cùng một không gian cà phê, nhưng được trải nghiệm và gán nghĩa khác nhau tùy theo hình thức sử dụng và nhu cầu chủ quan của người trẻ.

Dưới góc độ lý thuyết, kết quả này có thể được lý giải bằng khung thực hành không gian thường nhật của Henri Lefebvre, theo đó không gian không tồn tại như một thực thể trung tính, mà được “sản xuất” thông qua các thực hành lặp đi lặp lại trong đời sống hằng ngày (Lefebvre, 1991). Trong nghiên cứu này, chính các hành vi đi cà phê, ngồi lại, quan sát, suy nghĩ và hiện diện thường được người tham gia mô tả như “không làm gì cụ thể” đã góp phần kiến tạo ý nghĩa xã hội của quán cà phê như một không gian sống phi chính thức trong đô thị.

Một phát hiện quan trọng khác là cách người trẻ tự gọi tên cà phê như một “không gian ở giữa”, nằm giữa nhà ở và nơi làm việc hoặc học tập. Một người tham gia mô tả: “*Quán cà phê giống một không gian trung gian. Nó không hoàn toàn là công việc, mà cũng không hẳn là đời sống riêng tư. Mình ở đó vừa đủ riêng, nhưng không bị tách khỏi*”

nhịp sống xung quanh” (Trích biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 01). Một người khác cũng nhấn mạnh: “*Quán giống như một ‘chỗ trú’ giữa nhịp sống nhanh của Sài Gòn*” (Trích biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 02). Cách diễn giải này tương đồng với khái niệm “không gian sống thứ ba” (third space) của Ray Oldenburg (1999), theo đó các không gian như quán cà phê cho phép cá nhân “ở lại” mà không bị đặt trong các mối quan hệ quyền lực, vai trò hay nghĩa vụ xã hội rõ ràng.

Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng ghi nhận rằng việc ngồi một mình trong quán cà phê không được người trẻ diễn giải như trạng thái cô đơn. Ngược lại, nhiều người mô tả đây là một trải nghiệm tích cực, mang lại cảm giác vừa riêng tư vừa không bị tách rời khỏi đời sống xã hội. Trải nghiệm này có thể được hiểu thông qua khái niệm đồng hiện diện của Erving Goffman (1963), khi cá nhân có thể cảm nhận sự kết nối xã hội ngay cả trong trạng thái không tương tác trực tiếp. Không gian cà phê cho phép người trẻ “ở cùng người khác trong im lặng”, duy trì sự gắn kết xã hội ở mức tối thiểu nhưng đủ để không bị tách rời khỏi đời sống đô thị.

Quan sát tham dự và phỏng vấn sâu cũng cho thấy người trẻ thường xuyên chuyển đổi vai trò trong cùng một không gian cà phê. Một người tham gia mô tả: “*Có hôm em ngồi làm việc, có hôm chỉ ngồi suy nghĩ, vẽ vời linh tinh. Nhiều khi em thấy mình đang ‘di chuyển’ qua các không gian hơn là đi uống cà phê*” (Trích biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 04). Trải nghiệm này phản ánh cách quán cà phê vận hành như một không gian “mềm”, nơi các ranh giới giữa làm việc và nghỉ ngơi, giữa cá nhân và cộng đồng được kiến tạo linh hoạt. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu về không gian bán công cộng trong đô thị hậu công nghiệp (Amin & Thrift, 2002; Zukin, 2010).

Từ góc độ nhân văn kỹ thuật số, thực hành đi cà phê còn gắn với nhu cầu duy trì cảm giác “đang tham gia” vào đô thị, ngay cả khi cá nhân không giao tiếp trực tiếp với người khác. Tổng hợp các kết quả trên cho thấy, cà phê trong đời sống người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh không chỉ là nơi tiêu dùng hay giao tiếp, mà là một không gian đời sống thường nhật phi chính thức, giúp họ tổ chức trải nghiệm đô thị và cân bằng giữa không gian cá nhân, không gian xã hội và nhịp sống số trong bối cảnh đô thị đương đại.

3.2. Cà phê và ký ức đô thị trong đời sống người trẻ

Kết quả nghiên cứu cho thấy, bên cạnh vai trò như một không gian thực hành thường nhật, cà phê còn giữ vị trí quan trọng trong việc hình thành và duy trì các dạng ký ức đô thị trong trải nghiệm sống của người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, ký ức đô thị trong trường hợp này không được biểu đạt như những hồi ức mang tính hoài niệm về “Sài Gòn xưa”, mà chủ yếu tồn tại dưới dạng ký ức đời thường, gắn với những không gian quen thuộc, những thói quen lặp lại và các trạng thái cảm xúc cá nhân trong nhịp sống đô thị đương đại. Cách tiếp cận này tương đồng với lập luận của Lefebvre (1991) và Boym (2001), khi xem ký ức đô thị không chỉ nằm trong các biểu tượng lịch sử lớn, mà được tích lũy từ các thực hành thường nhật và trải nghiệm sống cá nhân.

Phân tích các biên bản phỏng vấn sâu cho thấy, nhiều người trẻ ghi nhớ thành phố thông qua các quán cà phê quen, nơi họ quay lại nhiều lần và dần tích lũy cảm giác thân thuộc theo thời gian. Một người tham gia cho biết mình có “*một quán gần nhà, mình quen không gian, quen nhân viên, nên cảm giác rất thoải mái, không cần suy nghĩ nhiều*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 01). Tương tự, một người khác chia sẻ về “*một quán nhỏ, nơi chị quen không gian và nhịp điệu*”, và ở đó “*chị không cần phải*

giải thích mình là ai” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 03). Những diễn ngôn này cho thấy ký ức cà phê không gắn với tính mới lạ hay sự kiện đặc biệt, mà được hình thành thông qua sự lặp lại và cảm giác an toàn, phù hợp với khái niệm *place attachment* trong nghiên cứu của Relph (1976) và Seamon (2015).

Đối với một số người tham gia, ký ức về quán cà phê còn gắn chặt với các giai đoạn đời sống và trạng thái tinh thần cá nhân. Một người tham gia nhận xét: “*Nhìn vào tần suất đi cà phê của chị ở từng giai đoạn là có thể đoán được chị đang ở trạng thái tinh thần nào*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 03). Phát biểu này cho thấy cà phê không chỉ là không gian lưu giữ ký ức, mà còn đóng vai trò như một chỉ dấu thời gian cảm xúc, giúp người trẻ nhận diện và ghi nhớ những biến chuyển trong đời sống nội tâm. Cách thức này tương đồng với lập luận của Halbwachs (1992) về ký ức tập thể được kích hoạt thông qua bối cảnh không gian quen thuộc, đồng thời mở rộng sang chiều kích ký ức cá nhân trong bối cảnh đô thị đương đại.

Bảng 2 dưới đây tổng hợp các dạng ký ức đô thị gắn với không gian cà phê, được mã hóa trực tiếp từ 05 biên bản phỏng vấn sâu:

Bảng 2. Các dạng ký ức đô thị gắn với không gian cà phê trong trải nghiệm của người trẻ

Dạng ký ức đô thị	Biểu hiện trong phỏng vấn sâu	Số người tham gia (n=5)
Ký ức về không gian quen	Quán “ruột”, quen không gian, quen nhân viên	4
Ký ức gắn với trạng thái tinh thần	Giai đoạn sống, nhịp cảm xúc cá nhân	3
Ký ức được kích hoạt qua hình ảnh số	Ảnh cà phê như dấu vết ký ức	4
Ký ức về nhịp sống đô thị	Cà phê như “nhịp sống”, “chỗ dừng”	3
Ký ức không số hóa	Chủ động giữ khoảnh khắc riêng tư	2

Nguồn: Tác giả, 2025

Ký ức đô thị gắn với cà phê cũng được duy trì và kích hoạt thông qua các thực hành số. Một người tham gia cho rằng việc đăng ảnh cà phê là “*một cách nói: ‘Mình đang ở đây, đang sống như thế này’*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 02). Một người khác chia sẻ rằng việc đăng ảnh là để “*ghi lại một trạng thái tinh thần*”, “*không phải vì quán đẹp*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 03). Những phát biểu này cho thấy hình ảnh cà phê trên mạng xã hội không chỉ mang tính trình diễn, mà còn đóng vai trò như dấu vết ký ức cá nhân, phù hợp với lập luận của van Dijck (2007) về *mediated memory* trong bối cảnh truyền thông số.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng ghi nhận ý thức rõ ràng của người trẻ về mối quan hệ giữa ký ức và hình ảnh. Một người tham gia nhận định: “*Nếu không có ảnh thì ký ức sẽ mờ đi nhanh hơn*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 02). Trong khi đó, một người khác cho biết họ đang “*học cách chấp nhận việc có những khoảnh khắc chỉ tồn tại cho riêng mình*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 04). Sự khác biệt này phản ánh cách người trẻ kiến tạo giữa ký ức được số hóa và ký ức phi số hóa, cho thấy họ không hoàn toàn phụ thuộc vào công nghệ để ghi nhớ trải nghiệm đô thị, mà chủ động lựa chọn cách lưu giữ phù hợp với nhu cầu cảm xúc cá nhân.

Đáng chú ý, ký ức đô thị gắn với cà phê không tách rời khỏi cảm nhận về thành phố như một tổng thể. Một người tham gia mô tả cà phê là *“một chỗ để dừng lại giữa thành phố lúc nào cũng chuyển động”* (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 02), trong khi một người khác khẳng định *“cà phê là nhịp sống của Sài Gòn”* (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 01). Những diễn ngôn này cho thấy ký ức cà phê đồng thời là ký ức về nhịp điệu đô thị, nơi các trải nghiệm cá nhân được đan cài vào cảm nhận chung về thành phố, phù hợp với cách Lefebvre (2004) lý giải không gian đô thị như một thực thể được cảm nhận và ghi nhớ thông qua nhịp sống hằng ngày.

Tổng hợp các kết quả trên cho thấy, trong đời sống người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh, cà phê không chỉ là không gian diễn ra các thực hành thường nhật, mà còn là nơi tích lũy và lưu giữ các dạng ký ức đô thị mang tính cá nhân, linh hoạt và đương đại. Thông qua việc quay lại các quán quen, gắn các không gian cà phê với những trạng thái cảm xúc cụ thể và lưu giữ dấu vết trải nghiệm bằng hình ảnh hoặc ký ức phi số hóa, người trẻ kiến tạo mối quan hệ của mình với thành phố theo những cách riêng, âm thầm nhưng bền bỉ.

3.3. Mối quan hệ giữa không gian cà phê vật lý và đời sống số

Kết quả nghiên cứu cho thấy, trong trải nghiệm của người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh, không gian cà phê vật lý và đời sống số không tồn tại như hai phạm trù tách biệt, mà được kết nối chặt chẽ thông qua các thực hành thường nhật. Không gian cà phê vừa là nơi diễn ra các hoạt động vật lý như làm việc, gặp gỡ, suy nghĩ hay *“ở một mình”*, vừa là nền tảng để hình thành và duy trì các thực hành số như chụp ảnh, đăng tải, lưu giữ ký ức và biểu đạt bản thân trên mạng xã hội. Điều này được thể hiện rõ qua cách người tham gia mô tả quán cà phê như một không gian trung gian, nơi họ có thể hiện diện giữa đô thị mà không bị buộc phải tương tác: *“Chị thấy quán cà phê giống một không gian trung gian. Nó không hoàn toàn là công việc, mà cũng không hẳn là đời sống riêng tư”* (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 01); hay *“Chủ yếu là để ‘ở’... quán cà phê cho chị một cảm giác hiện diện giữa đời sống nhưng không bị buộc phải tương tác”* (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 03).

Phân tích dữ liệu phỏng vấn sâu cho thấy, toàn bộ người tham gia (5/5) đều có thực hành chụp ảnh cà phê hoặc không gian quán, tuy nhiên mục đích và mức độ tham gia vào đời sống số có sự khác biệt rõ rệt. Với một số người, việc chụp ảnh gắn liền với thẩm mỹ không gian và yếu tố *“quán mới - quán đẹp”*, thể hiện qua chia sẻ: *“Có, khá thường xuyên. Nhất là khi đi quán mới hoặc quán có thiết kế đẹp”* (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 01). Trong khi đó, những người khác nhấn mạnh rằng hình ảnh cà phê chủ yếu nhằm lưu giữ trạng thái tinh thần hoặc đánh dấu một khoảnh khắc cá nhân có ý nghĩa: *“Khi chị muốn ghi lại một trạng thái tinh thần. Không phải vì quán đẹp, mà vì khoảnh khắc đó có ý nghĩa với chị”* (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 03); hoặc *“Khi bức ảnh đó phản ánh được tâm trạng của em lúc đó”* (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 04). Những diễn ngôn này cho thấy chụp ảnh cà phê không phải là một chuẩn mực bắt buộc của đời sống số, mà là một thực hành linh hoạt, phụ thuộc vào cảm xúc, hoàn cảnh và mức độ sẵn sàng hiện diện trên không gian mạng.

Bảng 3 dưới đây tổng hợp các dạng thực hành số liên quan đến không gian cà phê, được mã hóa trực tiếp từ 05 biên bản phỏng vấn:

Bảng 3. Các dạng thực hành số gắn với không gian cà phê trong trải nghiệm của người trẻ

Dạng thực hành	Biểu hiện cụ thể trong phỏng vấn	Số người tham gia (n=5)
Chụp ảnh cà phê/không gian quán	Chụp khi quán đẹp, mới, hoặc tạo cảm giác dễ chịu	5
Đăng ảnh để khẳng định sự hiện diện	“Minh đang ở đây”, “đang sống như thế này”	4
Đăng ảnh như lưu giữ trạng thái tinh thần	Ghi lại cảm xúc, giai đoạn sống	3
Chọn quán dựa trên hình ảnh mạng xã hội	Đến quán vì ảnh đẹp trên Instagram	3
Tự giới hạn việc chụp/đăng ảnh	Không chụp khi không thấy an toàn, tránh áp lực trình diễn	4

Nguồn: Tác giả, 2025

Việc đăng tải hình ảnh cà phê lên mạng xã hội được người tham gia diễn giải chủ yếu như một hình thức hiện diện số (digital presence), hơn là hành vi phô diễn bản thân đơn thuần. Một người tham gia cho rằng: “*Nhìn vào feed cà phê là người ta có thể đoán được phần nào mình là kiểu người như thế nào*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 01). Một người khác cũng chia sẻ: “*Anh nghĩ nó giống như một cách nói: ‘Mình đang ở đây, đang sống như thế này’. Không cần nói nhiều, chỉ cần một hình ảnh*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 02). Những phát biểu này cho thấy hình ảnh cà phê hoạt động như một dấu hiệu thị giác giúp người trẻ duy trì sự hiện diện trong mạng lưới xã hội số, phù hợp với lập luận của Csáki (2020) về việc đăng ảnh cà phê như một nghi thức xã hội kỹ thuật số.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng cho thấy người trẻ không tiếp nhận đời sống số một cách thụ động. Nhiều người thể hiện rõ ý thức lựa chọn và giới hạn mức độ tham gia vào không gian mạng, đặc biệt thông qua việc nhấn mạnh yếu tố cảm xúc và sự an toàn khi quyết định chụp hoặc đăng ảnh. Một người tham gia khẳng định: “*Nếu em không thấy an toàn, em sẽ không chụp*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 04), trong khi một người khác cho biết: “*Chị không xem việc chụp ảnh là một nghĩa vụ phải chia sẻ lên mạng xã hội*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 03). Những phát hiện này bổ sung cho các nghiên cứu trước đây vốn nhấn mạnh mẽ khía cạnh trình diễn bản sắc, bằng cách làm rõ chiều kích kiến tạo và phản tư trong thực hành số của người trẻ đô thị.

Không gian cà phê vật lý, do đó, không chỉ đóng vai trò là bối cảnh thị giác cho đời sống số, mà còn là yếu tố quyết định cảm giác được chấp nhận và thuộc về. Điều này được thể hiện rõ qua việc người tham gia liên tục nhấn mạnh cảm giác “không bị đánh giá” và “được để yên”: “*Hài lòng nhất là khi không ai quan tâm mình là ai hay đang làm gì*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 03); hay “*Khi quán không làm mình thấy có lỗi vì ngồi lâu*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 04). Phát hiện này tương đồng với lập luận của Goffman (1963) về quản lý ấn tượng trong không gian xã hội, đồng thời củng cố cách hiểu quán cà phê như một không gian trung gian (Soja, 2014).

Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng ghi nhận những áp lực và mâu thuẫn nảy sinh từ mối quan hệ giữa cà phê và đời sống số. Một số người thừa nhận cảm giác “tiếc” khi

không lưu lại khoảnh khắc: “*Có những lúc quên chụp ảnh thì mình thấy hơi tiếc, như là khoảnh khắc đó trôi qua mà không để lại dấu vết gì*” (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 01). Trong khi đó, những người khác nhận diện rõ đây là một dạng áp lực của đời sống số: “*Chị thấy đó là một dạng áp lực của đời sống số*” (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 03). Sự khác biệt này cho thấy người trẻ liên tục kiến tạo giữa nhu cầu lưu giữ trải nghiệm, mong muốn được nhìn thấy và nhu cầu bảo vệ tính riêng tư của đời sống cảm xúc.

Tổng hợp các kết quả trên cho thấy, mối quan hệ giữa không gian cà phê vật lý và đời sống số trong trải nghiệm của người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh mang tính tương hỗ, chọn lọc và linh hoạt. Cà phê không chỉ là nơi tạo ra nội dung số, mà còn là không gian giúp người trẻ cảm nhận, lựa chọn và giới hạn cách họ hiện diện trên mạng xã hội. Thông qua các thực hành chụp ảnh, đăng tải và lưu giữ trải nghiệm cà phê, người trẻ vừa mở rộng không gian sống của mình sang môi trường số, vừa chủ động giữ lại những khoảnh khắc chỉ thuộc về đời sống vật lý và nội tâm cá nhân.

3.4. Cà phê như không gian chung mang tính mở nhưng có ranh giới xã hội tinh tế

Kết quả nghiên cứu cho thấy, trong trải nghiệm của người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh, quán cà phê được nhận diện như một không gian chung mang tính mở, cho phép nhiều cá nhân cùng hiện diện mà không đòi hỏi sự thân quen hay tương tác trực tiếp. Tuy nhiên, tính “mở” này không đồng nghĩa với việc không tồn tại ranh giới xã hội. Trái lại, dữ liệu phỏng vấn sâu cho thấy quán cà phê vận hành như một không gian bán công cộng, nơi các ranh giới xã hội được thiết lập, duy trì và kiến tạo thông qua cảm nhận, hành vi tự điều chỉnh và sự quan sát lẫn nhau, thay vì các quy định chính thức.

Một đặc điểm nổi bật trong diễn ngôn của người tham gia là cảm nhận về trạng thái “ở giữa mọi người nhưng không bị làm phiền”. Một người tham gia mô tả rất rõ trải nghiệm này: “*Chị ở giữa mọi người, nhưng không bị làm phiền, không ai biết chị và chị cũng không cần quan tâm đến ai. Đó là một cảm giác rất hiếm trong đời sống đô thị*” (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 04). Tương tự, một người khác chia sẻ: “*Ở giữa mọi người, nhưng không cần giao tiếp. Em thấy đó là trạng thái rất dễ chịu*” (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 04). Những phát biểu này cho thấy quán cà phê cho phép cá nhân cùng hiện diện trong một không gian chung mà vẫn duy trì được khoảng riêng cần thiết – một dạng đồng hiện diện không tương tác.

Ranh giới xã hội trong quán cà phê vì vậy không mang tính cứng nhắc hay loại trừ, mà được cảm nhận như một sự thỏa thuận ngầm giữa những người cùng sử dụng không gian. Người tham gia không mô tả việc bị cấm đoán hay kiểm soát trực tiếp, mà nhấn mạnh cảm giác “được chấp nhận” hoặc ngược lại là “không thuộc về”. Một người tham gia cho biết yếu tố then chốt để họ muốn ở lại và ghi lại trải nghiệm là cảm giác an toàn xã hội: “*Có, nhưng không phải vì đẹp, mà vì cảm giác an toàn. Khi chị cảm thấy mình được chấp nhận, chị mới muốn ghi lại khoảnh khắc đó*” (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 04). Ngược lại, những không gian mang tính trình diễn cao lại tạo ra cảm giác mệt mỏi và xa cách: “*Không. Những quán như vậy thường khiến chị mệt hơn là tận hưởng*” (Trích Biên bản rà băng phỏng vấn sâu số 04).

Dữ liệu từ người tham gia trẻ hơn cũng cho thấy ranh giới xã hội được cảm nhận rất rõ, dù không ai trực tiếp áp đặt. Một người chia sẻ: “*Có mấy quán vô là em thấy mình hơi... không đúng chỗ*” và “*Không ai nói gì mình, nhưng nhìn xung quanh là mình*

tự thấy khác” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 05). Cảm giác “không đúng chỗ” này không đến từ xung đột trực diện, mà từ việc cá nhân tự so sánh mình với những chuẩn mực ngầm đang vận hành trong không gian quán. Khi đó, người trẻ thường chọn cách rút lui thay vì điều chỉnh hành vi để phù hợp: “*Em hay ngồi nhanh hơn, uống nhanh hơn... không phải là không thích quán, mà là em không thấy mình muốn ở lại lâu*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 05).

Bảng 4 dưới đây tổng hợp các dạng ranh giới xã hội tinh tế được nhận diện từ dữ liệu phỏng vấn sâu:

Bảng 4. Các dạng ranh giới xã hội tinh tế trong không gian cà phê

Dạng ranh giới	Biểu hiện trong phỏng vấn sâu	Số người đề cập (n=5)
Đồng hiện diện không tương tác	Ở giữa mọi người nhưng không giao tiếp	4
Cảm giác được / không được chấp nhận	An toàn → ở lại; không phù hợp → rời đi	4
Tự điều chỉnh thời gian hiện diện	Ngồi nhanh, uống nhanh, không ở lâu	3
Tránh không gian trình diễn	Mặt mũi với quán “check-in”	3
Ưu tiên quán quen	Không cần giải thích bản thân	3

Nguồn: Tác giả, 2025

Dưới góc độ lý thuyết, những phát hiện này có thể được lý giải bằng khái niệm đồng hiện diện có kiểm soát của Goffman (1963), theo đó cá nhân có thể cùng tồn tại trong một không gian mà không cần tương tác, miễn là các ranh giới xã hội ngầm được tôn trọng. Đồng thời, quán cà phê có thể được xem như một không gian bán công cộng theo Lofland (1998), nơi các chuẩn mực hành vi không được quy định bằng luật lệ, mà được duy trì thông qua cảm nhận, ánh nhìn và sự tự điều chỉnh của người tham gia.

Đáng chú ý, ranh giới xã hội trong quán cà phê không mang tính loại trừ cứng nhắc, mà có tính linh hoạt và có thể kiến tạo. Người trẻ chủ động lựa chọn những không gian khiến họ cảm thấy “được ở lại”, đồng thời tránh hoặc rời bỏ những không gian tạo cảm giác bị quan sát hay không thuộc về. Một người tham gia khẳng định: “*Cà phê là nơi người ta học cách sống chung với nhau mà không cần thân thiết. Nó phản ánh rất rõ tinh thần đô thị của Sài Gòn*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 04). Một người khác cũng nhấn mạnh: “*Cà phê là nơi người ta có thể tồn tại cạnh nhau mà không cần quan hệ. Rất Sài Gòn*” (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 04).

Tổng hợp các kết quả trên cho thấy, trong đời sống người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh, quán cà phê vận hành như một không gian chung mang tính mở nhưng được điều tiết bởi các ranh giới xã hội tinh tế. Chính khả năng cho phép con người cùng hiện diện mà không buộc phải thân thiết, cùng chia sẻ không gian mà vẫn giữ được khoảng riêng, đã làm cho cà phê trở thành một không gian đô thị đặc thù. Ở đó, người trẻ không chỉ tìm thấy chỗ ngồi, mà còn tìm thấy một cách ở giữa thành phố mà không bị nuốt chửng.

3.5. Ý nghĩa văn hóa - xã hội của cà phê trong đời sống số của người trẻ đô thị

Kết quả nghiên cứu cho thấy, trong đời sống số của người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh, cà phê không chỉ được trải nghiệm như một không gian vật lý hay một thói

quen tiêu dùng, mà đã trở thành một không gian văn hóa - xã hội phi chính thức, giữ vai trò trung gian giữa đời sống vật chất và đời sống số. Thông qua các thực hành lặp lại như ra quán, ngồi lại, chụp ảnh, đăng tải hoặc lựa chọn không đăng tải, người trẻ sử dụng cà phê như một phương tiện để tổ chức nhịp sống, duy trì sự hiện diện xã hội và kiến tạo bản sắc cá nhân trong bối cảnh đô thị hóa nhanh và môi trường số ngày càng chi phối mạnh mẽ.

Các ý nghĩa văn hóa - xã hội này được tổng hợp từ dữ liệu phỏng vấn sâu và hệ thống hóa trong Bảng 5 dưới đây.

Bảng 5. Các ý nghĩa văn hóa - xã hội của cà phê trong đời sống số của người trẻ đô thị

Ý nghĩa văn hóa - xã hội	Biểu hiện trong phỏng vấn sâu (trích nguyên văn)	Số người đề cập (n=5)
Cà phê như nhịp sống đô thị	“Cà phê là nhịp sống của Sài Gòn”; “khi ra quán, dù chỉ ngồi một mình, em vẫn có cảm giác mình đang ‘tham gia’ vào thành phố”	4
Điều tiết trạng thái giữa đời sống vật lý và số	“Ra quán như một cách chuyển trạng thái từ ở nhà sang làm việc”; “ra quán để không ở nhà cả ngày”	4
Duy trì sự hiện diện xã hội tối thiểu	“Ồ giữa mọi người, nhưng không cần giao tiếp”; “đủ để không bị biến mất”	5
Cà phê như không gian học cách ở một mình	“Quán cà phê là nơi người trẻ học cách ở một mình mà không thấy lạc lõng”	4
Kiến tạo bản sắc số qua hình ảnh cà phê	“Không phải khoe, mà là nói rằng ‘tôi đang sống ổn’”; “chị muốn hình ảnh càng ít dàn dựng càng tốt”	4
Giữ ranh giới với đời sống số	“Em không muốn sống thay thế ngoài đời bằng mạng xã hội”	3
Cà phê như không gian sống mà đô thị không thể thiếu	“Không gian sống của mình sẽ bị thu hẹp rất nhiều, cả về vật lý lẫn tinh thần”; “em nghĩ thành phố này sẽ ngột ngạt hơn rất nhiều”	5

Nguồn: Tác giả, 2025

Trước hết, cà phê vận hành như một cơ chế điều tiết nhịp sống đô thị số. Trong khi đời sống số đặc trưng bởi tốc độ nhanh, tính liên tục và áp lực phải hiện diện thường xuyên, quán cà phê cung cấp một nhịp chậm tương đối, cho phép người trẻ tạm dừng, chuyển trạng thái và tái cấu trúc cảm xúc. Trạng thái này được một người tham gia mô tả rõ ràng: “*Khi ra quán, dù chỉ ngồi một mình, em vẫn có cảm giác mình đang ‘tham gia’ vào thành phố*” (Trích Biên bản dã băng phỏng vấn sâu số 04). Việc “tham gia” ở đây không đòi hỏi tương tác trực tiếp, mà được duy trì thông qua sự hiện diện vật lý kết hợp với các kết nối số ở mức tối thiểu.

Ở bình diện xã hội, cà phê đóng vai trò như một không gian duy trì sự hiện diện xã hội lỏng trong đời sống số. Thay vì tạo ra các cộng đồng bên chặt, quán cà phê cho phép người trẻ “được nhìn thấy” và “không biến mất”, cả trong không gian vật lý lẫn trên mạng xã hội, mà không cần tham gia sâu vào các mối quan hệ xã hội. Một người tham gia nhận định rằng việc đăng ảnh cà phê là cách để nói: “*tôi đang sống ổn*” (Trích Biên bản dã băng phỏng vấn sâu số 04). Phát hiện này phù hợp với lập luận của Csáki

(2020), khi xem các thực hành đăng tải hình ảnh đời thường như những nghi thức hiện diện số giúp cá nhân duy trì vị trí của mình trong mạng lưới xã hội.

Đồng thời, cà phê cũng là không gian nơi người trẻ kiến tạo bản sắc trong đời sống số. Thay vì trình diễn bản thân một cách cường điệu, nhiều người tham gia nhấn mạnh nhu cầu giữ cho hình ảnh đăng tải “gần với cảm giác thật lúc đó nhất” và “ít dàn dựng”. Một người tham gia chia sẻ: *“Chị muốn hình ảnh càng ít dàn dựng càng tốt”* (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 04). Điều này cho thấy cà phê cung cấp một nền tảng biểu đạt vừa đủ, nơi người trẻ có thể kiểm soát mức độ phơi bày bản thân trong không gian số.

Ở chiều ngược lại, nghiên cứu cũng ghi nhận ý thức rõ ràng của người trẻ trong việc giữ ranh giới với đời sống số. Nhiều người tham gia nhấn mạnh rằng mạng xã hội không nên trở thành không gian sống thay thế cho trải nghiệm vật lý. Một người khẳng định: *“Em không muốn sống thay thế ngoài đời bằng mạng xã hội”* (Trích Biên bản rã băng phỏng vấn sâu số 04). Trong bối cảnh đó, quán cà phê tồn tại như một điểm tựa vật lý, giúp người trẻ giữ lại ranh giới giữa trải nghiệm sống và hình ảnh được chia sẻ.

Từ góc độ văn hóa đô thị, cà phê góp phần hình thành một lối sống đô thị đương đại, nơi con người học cách sống chung mà không cần thân thiết, hiện diện mà không bị ràng buộc và kết nối mà không đánh mất khoảng riêng. Những diễn ngôn như *“người ta có thể tồn tại cạnh nhau mà không cần quan hệ”* hay *“học cách ở một mình mà không thấy lạc lõng”* cho thấy cà phê là nơi người trẻ thực hành các kỹ năng sống đặc thù của đô thị số, phù hợp với bối cảnh thành phố mật độ cao, cá nhân hóa mạnh và kết nối số phổ biến.

Dưới góc độ lý thuyết, các phát hiện trên cho phép nhìn nhận cà phê như một không gian trung gian trong đời sống đô thị số. Khác với các không gian chính thức như gia đình, nơi làm việc hay trường học, quán cà phê cho phép cá nhân tham gia đời sống xã hội mà không bị gắn chặt với vai trò hay nghĩa vụ xã hội cụ thể. Đồng thời, khác với các nền tảng số thuần túy, cà phê duy trì một nền tảng vật lý giúp cá nhân kiểm soát mức độ phơi bày bản thân. Theo đó, cà phê có thể được hiểu như một không gian thứ 3 lai ghép số và vật lý, nơi các thực hành không gian và thực hành số đan xen và bổ trợ lẫn nhau.

Tổng hợp các kết quả trên cho thấy, trong đời sống số của người trẻ đô thị tại Thành phố Hồ Chí Minh, cà phê mang ý nghĩa văn hóa - xã hội sâu sắc như một không gian giúp điều tiết nhịp sống, duy trì sự hiện diện xã hội ở mức vừa đủ và hỗ trợ quá trình kiến tạo bản sắc cá nhân. Thông qua những thực hành tương chừng giãn dị như ra quán, ngồi lại, chụp ảnh hoặc lựa chọn không đăng tải, người trẻ không chỉ tiêu dùng cà phê, mà đang liên tục tái cấu trúc mối quan hệ của mình với đô thị, với không gian số và với chính bản thân họ trong bối cảnh đời sống đương đại ngày càng lai ghép giữa vật lý và số.

3.6. Đối sánh với Seoul: Cà phê, đời sống số và trải nghiệm không gian của người trẻ đô thị trong bối cảnh toàn cầu

Dựa trên kết quả nghiên cứu tại Thành phố Hồ Chí Minh và đối chiếu với các nghiên cứu hiện có về Seoul, bài viết nhận diện những điểm giao thoa và dị biệt trong cách người trẻ đô thị ở hai bối cảnh trải nghiệm cà phê như một thực hành không gian gắn liền với đời sống số. Phân tích đối sánh này cho thấy cà phê không chỉ mang ý nghĩa văn hóa địa phương, mà còn vận hành như một thực hành đô thị có tính toàn cầu,

noi các chuẩn mực thẩm mỹ, thực hành kỹ thuật số và chiến lược kiến tạo bản sắc được hình thành, lưu thông và tái nghĩa hóa trong những bối cảnh xã hội - văn hóa khác nhau. Phần đối sánh không nhằm tiến hành so sánh thực nghiệm giữa hai thành phố, mà được sử dụng như một khung tham chiếu nhằm đặt trường hợp TP.HCM vào dòng thảo luận rộng hơn của nghiên cứu nhân văn kỹ thuật số về đời sống đô thị đương đại.

Cảnh kỹ thuật số và vai trò trong các xu hướng cà phê toàn cầu

Trong các tài liệu nghiên cứu, Seoul (Hàn Quốc) thường được mô tả như một trung tâm dẫn đầu về công nghệ và văn hóa kỹ thuật số, đặc biệt trong lĩnh vực cà phê và các thực hành trực quan gắn với mạng xã hội. Theo Csáki (2020), Seoul và khu vực Dalgona đại diện cho đỉnh cao của năng lực đọc - viết kỹ thuật số, với mật độ quán cà phê trên đầu người cao và khả năng nhanh chóng chuyển hóa các thực hành đời thường thành nội dung số lan tỏa toàn cầu. Trong bối cảnh đại dịch, Seoul trở thành tâm điểm của các “câu chuyện cà phê trực quan” trên không gian mạng, nơi hình ảnh, video và thử thách liên quan đến cà phê được tiêu thụ và tái sản xuất với tốc độ cao (Csáki, 2020).

Sự nổi lên của thử thách cà phê Dalgona có nguồn gốc từ Hàn Quốc là minh chứng rõ nét cho vai trò của Seoul như một không gian khởi tạo xu hướng cà phê kỹ thuật số toàn cầu. Thực hành pha chế và trình diễn cà phê tại gia nhanh chóng vượt ra khỏi phạm vi địa phương để trở thành một hiện tượng văn hóa số mang tính toàn cầu, cho thấy khả năng của Seoul trong việc thiết lập các hình thức “chính thống” cho văn hóa cà phê trực tuyến (Csáki, 2020).

So với Seoul, kết quả nghiên cứu tại TP.HCM cho thấy người trẻ đô thị chủ yếu đóng vai trò là người tiếp nhận, điều chỉnh và hòa trộn các xu hướng thẩm mỹ cà phê toàn cầu, hơn là nơi khởi tạo. Các thực hành như chụp ảnh cà phê, lựa chọn quán “Instagrammable” hay đăng tải trải nghiệm được sử dụng như một cách tham gia vào dòng chảy thẩm mỹ toàn cầu, đồng thời khẳng định vị trí của bản thân trong không gian mạng (Windarsari, 2025). Tuy nhiên, khác với bối cảnh Seoul, nơi sự trình diễn kỹ thuật số mang tính dẫn dắt xu hướng, người trẻ tại TP.HCM thể hiện xu hướng chọn lọc và tiết chế hơn trong việc gắn kết cà phê với đời sống số, như đã thể hiện qua các thực hành “đăng vừa đủ” hoặc chủ động không đăng tải.

Đáng chú ý, mặc dù tiếp nhận mạnh mẽ các chuẩn mực thẩm mỹ toàn cầu, phần lớn người trẻ Việt Nam vẫn duy trì sự gắn bó với cà phê truyền thống. Theo Nguyen (2020), có tới 82% thanh niên Việt Nam cho biết họ ưa thích cách thức tiêu dùng cà phê truyền thống, phản ánh sự cân bằng giữa toàn cầu hóa và bảo tồn bản sắc địa phương trong đời sống cà phê. Phát hiện này tương thích với kết quả tại TP.HCM của nghiên cứu này, nơi cà phê vừa là không gian tiếp nhận xu hướng số, vừa là nơi neo giữ những thực hành quen thuộc gắn với nhịp sống Sài Gòn.

Trải nghiệm không gian cà phê và kiến tạo bản sắc xuyên quốc gia

Bên cạnh khía cạnh kỹ thuật số, cả Seoul và TP.HCM đều là những không gian đô thị nơi cà phê đóng vai trò quan trọng trong quá trình kiến tạo bản sắc của các nhóm người trẻ có trải nghiệm di cư hoặc hồi hương. Tại Seoul, nhiều nghiên cứu đã tập trung vào trải nghiệm của thế hệ 1.5 và thế hệ thứ hai người Mỹ gốc Hàn khi họ trở về sinh sống và làm việc tại thành phố này. Các nghiên cứu của Lee (2009) và Lee (2013) cho thấy quán cà phê là những không gian trung gian, nơi các cá nhân này vừa tìm kiếm cảm giác thuộc về, vừa đối mặt với những căng thẳng bản sắc liên quan đến ngôn ngữ,

phong cách sống và chuẩn mực xã hội.

Tại TP.HCM, các nghiên cứu về người Mỹ gốc Việt (Việt Kiều) cũng chỉ ra những quá trình kiến tạo bản sắc tương tự trong không gian đô thị. Nguyen-Akbar (2014, 2016) cho thấy những người hồi hương thường cố gắng “hòa nhập” vào đời sống địa phương, trong khi vẫn duy trì các ranh giới xã hội và biểu tượng nhằm phân biệt mình với cả người nước ngoài lẫn các nhóm địa phương giàu có. Các nghiên cứu tiếp theo của Nguyen-Akbar (2017) nhấn mạnh rằng quán cà phê là một trong những không gian quan trọng nơi các ranh giới này được thể hiện và kiến tạo một cách tinh tế, thông qua cách lựa chọn quán, phong cách tiêu dùng và mức độ tham gia vào đời sống xã hội xung quanh.

Đặt trong đối sánh, có thể thấy rằng ở cả hai thành phố, cà phê đều vượt ra khỏi chức năng tiêu dùng để trở thành một không gian biểu đạt và kiến tạo bản sắc trong bối cảnh toàn cầu hóa và di động xuyên quốc gia. Tuy nhiên, trong khi Seoul thường được mô tả như một trung tâm sản sinh chuẩn mực và xu hướng, TP.HCM lại nổi bật như một không gian tiếp nhận, lai ghép và tái nghĩa hóa các thực hành đó trong một bối cảnh văn hóa - xã hội mang tính địa phương sâu sắc.

Hàm ý đối sánh cho nghiên cứu cà phê trong đời sống số

Từ đối sánh trên, có thể khái quát rằng nếu Seoul đại diện cho vai trò dẫn đầu và sáng tạo trong các xu hướng cà phê kỹ thuật số toàn cầu, thì TP.HCM thể hiện rõ vai trò của một không gian đô thị tiếp nhận và hòa trộn, nơi các thực hành cà phê được gắn chặt với nhịp sống địa phương và các chiến lược kiến tạo bản sắc cá nhân. Trong đời sống số của người trẻ, cà phê tại TP.HCM không vận hành như một sân khấu trình diễn xu hướng, mà như một không gian trung gian cho phép cá nhân vừa tham gia vào các dòng chảy toàn cầu, vừa duy trì những giới hạn cần thiết để bảo vệ trải nghiệm sống và cảm giác thuộc về.

Đối sánh này góp phần củng cố lập luận của nghiên cứu rằng cà phê Sài Gòn trong đời sống số không thể được hiểu đơn thuần như sự sao chép các mô hình toàn cầu, mà cần được nhìn nhận như một thực hành không gian mang tính lai ghép, nơi các giá trị toàn cầu và địa phương liên tục được kiến tạo thông qua trải nghiệm của người trẻ đô thị tại Thành phố Hồ Chí Minh.

4. Kết luận

Nghiên cứu về cà phê Sài Gòn trong đời sống số của người trẻ đô thị tại Thành phố Hồ Chí Minh cho thấy, cà phê không chỉ là một thực hành tiêu dùng hay một không gian giải trí thường nhật, mà đã trở thành một không gian - văn hóa lai ghép, nơi đời sống vật lý và đời sống số đan xen chặt chẽ trong trải nghiệm sống của người trẻ. Thông qua các thực hành lặp lại như ra quán, ngồi lại, ở một mình hoặc cùng người khác, chụp ảnh, đăng tải và có khi là chủ động không đăng tải, người trẻ sử dụng cà phê như một phương tiện để tổ chức nhịp sống, duy trì sự hiện diện xã hội và kiến tạo bản sắc cá nhân trong bối cảnh đô thị hóa nhanh và môi trường số ngày càng chi phối mạnh mẽ.

Từ góc độ thực hành không gian, kết quả nghiên cứu cho thấy quán cà phê được người trẻ trải nghiệm như một không gian “ở giữa” nhà ở và nơi làm việc, giữa riêng tư và công cộng, giữa kết nối và rút lui. Không gian này cho phép cá nhân cùng hiện diện với người khác mà không bị buộc phải tương tác, tạo ra một dạng đồng hiện diện xã hội

lông, đặc trưng cho đời sống đô thị đương đại. Các ranh giới xã hội trong quán cà phê không được thiết lập bằng quy định chính thức, mà vận hành thông qua cảm nhận, ánh nhìn và sự tự điều chỉnh hành vi, cho thấy cà phê là một không gian chung mang tính mở nhưng có ranh giới xã hội tinh tế.

Dưới góc độ nhân văn kỹ thuật số, nghiên cứu làm rõ cách không gian cà phê được mở rộng sang môi trường số thông qua các nghi thức xã hội kỹ thuật số như chụp ảnh, đăng tải và lưu giữ trải nghiệm. Tuy nhiên, người trẻ không tiếp nhận đời sống số một cách thụ động hay toàn diện. Trái lại, họ liên tục kiến tạo và đặt giới hạn cho mức độ hiện diện số của mình, lựa chọn khi nào chia sẻ và khi nào giữ lại trải nghiệm cho đời sống vật lý và nội tâm cá nhân. Điều này cho thấy đời sống số trong nghiên cứu không phải là không gian thay thế, mà là một lớp không gian bổ sung, được cá nhân hóa và kiểm soát có chọn lọc.

Về ý nghĩa văn hóa - xã hội, cà phê Sài Gòn vận hành như một không gian trung gian trong đời sống đô thị số, cho phép người trẻ tham gia vào đời sống xã hội mà không bị gắn chặt với các vai trò, nghĩa vụ hay chuẩn mực cứng nhắc. Thông qua cà phê, người trẻ học cách sống chung mà không cần thân thiết, hiện diện mà không bị ràng buộc, và kết nối mà không đánh mất khoảng riêng. Những thực hành tương chừng giản dị này phản ánh một ethos sống đô thị đương đại, phù hợp với bối cảnh thành phố mật độ cao, cá nhân hóa mạnh và kết nối số phổ biến như Thành phố Hồ Chí Minh.

Đặt trong bối cảnh toàn cầu, đối sánh với Seoul cho thấy TP.HCM không phải là không gian khởi tạo các xu hướng cà phê kỹ thuật số, mà là nơi tiếp nhận, lai ghép và tái nghĩa các hình thức thực hành cà phê toàn cầu trong một bối cảnh văn hóa địa phương giàu chiều sâu. Nếu Seoul đại diện cho trung tâm sáng tạo và dẫn dắt các hình thức cà phê trực quan trong đời sống số, thì TP.HCM thể hiện khả năng dung hòa giữa thẩm mỹ toàn cầu và các thực hành cà phê truyền thống, đồng thời là một không gian kiến tạo bản sắc phức hợp của người trẻ, bao gồm cả các nhóm di cư trở về. Đối sánh này góp phần đặt trải nghiệm cà phê của người trẻ Sài Gòn vào dòng chảy rộng hơn của đô thị châu Á trong thời đại số.

Về đóng góp học thuật, nghiên cứu bổ sung một góc nhìn nhân văn kỹ thuật số cho các nghiên cứu về cà phê và đô thị, bằng cách tiếp cận cà phê như một thực hành không gian xã hội lai ghép, thay vì chỉ là đối tượng tiêu dùng hay biểu tượng văn hóa. Việc sử dụng phương pháp định tính, dựa trên phỏng vấn sâu và phân tích trải nghiệm chủ quan, cho phép nghiên cứu làm nổi bật các chiều kích cảm xúc, ký ức và ranh giới xã hội tinh tế trong đời sống người trẻ đô thị, những yếu tố thường bị bỏ qua trong các nghiên cứu định lượng hoặc tiếp cận kinh tế, thị trường.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng tồn tại một số giới hạn. Quy mô mẫu nhỏ và tập trung vào nhóm người trẻ đô thị tại TP.HCM khiến kết quả không mang tính đại diện thống kê. Ngoài ra, việc đối sánh với Seoul chủ yếu dựa trên tài liệu thứ cấp, chưa có dữ liệu thực địa trực tiếp tại Hàn Quốc. Những giới hạn này mở ra các hướng nghiên cứu tiếp theo, bao gồm mở rộng đối tượng nghiên cứu sang các nhóm tuổi khác, so sánh với các đô thị châu Á khác như Bangkok, Jakarta hay Hà Nội, hoặc kết hợp phương pháp định lượng và phân tích dữ liệu số để làm rõ hơn các mô hình thực hành cà phê trong đời sống số.

Tổng kết lại, nghiên cứu cho thấy cà phê Sài Gòn trong đời sống số không chỉ là một không gian để uống hay chụp ảnh, mà là một điểm tựa tâm lý và xã hội của đô thị đương đại, nơi người trẻ liên tục kiến tạo, kiến tạo và tái định nghĩa mối quan hệ của

mình với thành phố, với không gian số và với chính bản thân họ. Trong bối cảnh đô thị hóa và số hóa ngày càng sâu rộng, việc hiểu và phê như một thực hành không gian - nhân văn giúp mở rộng cách nhìn về đời sống đô thị, vượt ra ngoài các tiếp cận chức năng hay tiêu dùng thuần túy.

Kết quả nghiên cứu khẳng định rằng cà phê Sài Gòn trong đời sống số của người trẻ đô thị TP.HCM không thể được hiểu như một thực hành tiêu dùng hay giải trí thường nhật, mà đã trở thành một không gian và văn hóa lai ghép, nơi đời sống vật lý và đời sống số đan xen chặt chẽ trong trải nghiệm sống. Thông qua những thực hành lặp lại như ra quán, ngồi lại, ở một mình hoặc cùng người khác, chụp ảnh, đăng tải và đôi khi chủ động không đăng tải, người trẻ sử dụng cà phê như một phương tiện để tổ chức nhịp sống, duy trì hiện diện xã hội và kiến tạo bản sắc trong bối cảnh đô thị hóa nhanh và môi trường số ngày càng chi phối mạnh mẽ.

Trên bình diện thực hành không gian, quán cà phê được trải nghiệm như một không gian “ở giữa” (giữa nhà ở và nơi làm việc, giữa riêng tư và công cộng, giữa kết nối và rút lui), cho phép cá nhân cùng hiện diện với người khác mà không bị buộc phải tương tác như một dạng đồng hiện diện xã hội lỏng; đồng thời, các ranh giới xã hội vận hành bằng cảm nhận, ánh nhìn và sự tự điều chỉnh hành vi hơn là các quy định chính thức. Từ đó, bài viết gợi ra hàm ý lý thuyết quan trọng: cần tiếp cận cà phê như một thực hành không gian - xã hội và một “điểm tựa” cảm xúc - ký ức - ranh giới xã hội trong đô thị lai ghép, qua đó mở rộng cách nhìn của nhân văn kỹ thuật số và nghiên cứu đô thị vượt ra ngoài các khung phân tích thuần chức năng hay tiêu dùng.

Về hàm ý thực tiễn, nếu coi các quán cà phê (và các không gian tương tự) là không gian bán công cộng nâng đỡ đời sống tinh thần giới trẻ, quy hoạch và thiết kế đô thị có thể chú trọng phát triển các “khoảng ở lại” với mức riêng tư vừa đủ trong không gian chung (góc ngồi đơn/ít áp lực tương tác), giảm cơ chế gây áp lực (cảm giác bị đánh giá, bị thúc ép tiêu dùng/ra về), và tăng tính bao dung để người trẻ có thể “ở giữa thành phố” một cách an toàn, từ đó góp phần hỗ trợ sức khỏe tinh thần, nhịp sống cân bằng và cảm giác thuộc về đô thị với những yếu tố mà nghiên cứu đã cho thấy đang được kiến tạo ngay trong trải nghiệm cà phê như “không gian ở giữa” và “đồng hiện diện xã hội lỏng”.

Tuy nhiên, nghiên cứu có giới hạn do quy mô mẫu nhỏ và tập trung vào nhóm người trẻ đô thị tại TP.HCM nên không mang tính đại diện thống kê; đối sánh với Seoul chủ yếu dựa trên tài liệu thứ cấp và chưa có dữ liệu thực địa trực tiếp.

Vì vậy, các hướng nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng đối tượng sang nhóm tuổi khác, so sánh riêng đô thị trong khu vực (Bankok, Jakarta, Hà Nội...) đồng thời kết hợp định lượng và phân tích dữ liệu số để làm rõ hơn các mô hình thực hành cà phê trong đời sống số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Anderson, L., & Kim, H. (2020). Đàm phán bản sắc trong văn hóa cà phê toàn cầu. *Tiêu dùng, Văn hóa & Xã hội*, 23 (3), 301–317.
- [2] Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Phân tích chủ đề: Hướng dẫn thực hành*. Nhà xuất bản Sage.
- [3] Csáki, C. (2020). Những người khởi xướng cuộc sống hàng ngày của chúng ta – Mối quan hệ giữa cà phê và Instagram. *Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio*, 7, 157–170. <https://doi.org/10.2478/auscom-2020-0010>

- [4] Dang, UP (2021). *Being With: Place, Memory, Silence in Young Saigon* . [Luận văn tốt nghiệp, Đại học Dartmouth].
- [5] Earl, C. (2019). Chiến thuật kiến tạo tương lai: Khám phá lối sống tầng lớp trung lưu và các thực tiễn xanh tại Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. *Tạp chí Nhân học Ethnos* . <https://doi.org/10.1080/00141844.2018.1541919>
- [6] Ehlert, J. (2016). Chủ nghĩa tiêu dùng mới nổi và việc ăn uống bên ngoài tại Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam: Sự gắn kết xã hội của việc chia sẻ thức ăn. Trong M. Sahakian, C. Saloma & S. Erkman (Eds.), *Tiêu thụ thực phẩm trong thành phố: Thực tiễn và mô hình ở khu vực đô thị châu Á và Thái Bình Dương* (trang 71–89). Routledge.
- [7] Einarsdóttir, Þ. MR (2022). *Hành động xã hội của việc uống cà phê* [Luận văn cử nhân, Háskólinn á Akureyri].
- [8] Le, AK (2020). *Thay đổi xã hội tại Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam qua con mắt của giới trẻ: Phương pháp dân tộc học thị giác có sự tham gia tiếp cận nhiếp ảnh, thanh niên và thay đổi xã hội trong không gian đô thị* [Luận văn Thạc sĩ, Học viện Công nghệ Unitec New Zealand].
- [9] Maspul, KA (2023). Đổi mới kỹ thuật số trong thị trường cà phê đặc sản: Cách mạng hóa hoạt động kinh doanh và lợi thế cạnh tranh. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3 (1), 323–335.
- [10] Mustafa, A., & Hassan, M. (2023). Không gian quán cà phê và bản sắc thanh niên ở Đông Nam Á. *Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á*, 15 (2), 123–140.
- [11] Nguyễn, PQ (2020). *Thu hút khách hàng thế hệ Z trong ngành công nghiệp quán cà phê: Phân tích so sánh thị trường Việt Nam và Phần Lan* [Luận văn, Đại học Khoa học Ứng dụng Centria].
- [12] Nguyen-Akbar, M. (2017). Sự hình thành ranh giới không gian và biểu tượng giữa những người Việt Nam di cư có tay nghề hồi hương tại Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. *Quan điểm xã hội học*, 60 (6), 1–21. <https://doi.org/10.1177/0731121417700113>
- [13] Nguyễn, TTT (2019). Tham gia đời sống văn hóa của tầng lớp trung lưu ở Thành phố Hồ Chí Minh. *Khoa học xã hội Việt Nam*, (8) , 114–120.
- [14] Putri, DS, & Wijaya, S. (2022). Văn hóa café và sự hiện đại của giới trẻ ở Yogyakarta. *Tạp chí Khoa học Xã hội Châu Á*, 50 (1), 45–52.
- [15] Windarsari, WR (2025). Phong cách sống và bản sắc quán cà phê của người tiêu dùng cà phê trẻ ở Makassar. *Tạp chí Quản lý Kinh tế Thương mại và Kế toán (META JOURNAL)*, 2 (4), 157–166.
- [16] Xuân, PTH & Luyến, HTT. (2016). Condominium Coffee shop - A new public space and life style of Vietnamese in District 1, Ho Chi Minh city, Vietnam. *Burapha Journal of Political Economy*, 4 (2). 83-97.