# บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก กับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย

นายคิธธ์ วงศ์อาษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย
The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2557
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# COMMUNICATION ROLE OF POSITIVE DEVIANT AND THE DIFFUSION CONCEPT OF CYCLING IN THAI BICYCLE COMMUNITY

Mr. Kitt Wongarsa

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Communication Arts
Faculty of Communication Arts
Chulalongkorn University
Academic Year 2014

Copyright of Chulalongkorn University

| | |
|---|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย |
| โดย | นายคิธธ์ วงศ์อาษา |
| สาขาวิชา | นิเทศศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก | ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาต สถาปิตานนท์ |

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาดุษฎีบัณฑิต

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาต สถาปิตานนท์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์เมตตา วิวัฒนานุกูล)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ดร.ณัฐวิภา สินสุวรรณ)

คิธธ์ วงศ์อาษา : บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย (COMMUNICATION ROLE OF POSITIVE DEVIANT AND THE DIFFUSION CONCEPT OF CYCLING IN THAI BICYCLE COMMUNITY) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ. ดร.ปาริชาต สถาปิตานนท์ , 185 หน้า.

การวิจัยเรื่องบทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย 2. เพื่อค้นหาบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ที่มีต่อการแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ 3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ โดยใช้แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกและบทบาทสื่อในการขับเคลื่อนสังคมเป็นเป็นกรอบการวิจัย โดยมีระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิค 1) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยและ 2) การสังเกต ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกโดยอิงกรอบของกฎของคนพิเศษประกอบไปด้วย 3 คุณลักษณะหลัก ได้แก่ 1.1คุณลักษณะของการเป็นผู้รู้ โดยมีลักษณะย่อยได้แก่ การเป็นผู้สั่งสมความรู้ และการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม 1.2 คุณลักษณะของการเป็นผู้เชื่อมโยง อันประกอบไปด้วยองค์ประกอบในการมีความสามารถในการเข้าใจคนและสังคม การบริหารความสัมพันธ์ และ การสะสมคนรู้จัก และ1.3คุณลักษณะของการเป็นนักโน้มน้าวซึ่งประกอบไปด้วยคุณลักษณะย่อยได้แก่ การเผยแพร่ ความคลั่งไคล้ ความสร้างสรรค์ และความน่าเชื่อถือ 2) บทบาทของสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อใหม่ต่อการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทยปรากฏชัดเจน 9 บทบาท ได้แก่ บทบาทในการให้ข้อมูล บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่าย และรวมกลุ่ม บทบาทในการสร้างความสนใจและจุดกระแส บทบาทในการสร้างวาระในการผลักดันนโยบายสาธารณะ บทบาทในการส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ บทบาทในการสอดส่องจับตา บทบาทในการส่งเสริมการแสดงออก บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจ 3) บทบาทของเรื่องราวที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะเกิดจากการผสมผสานสื่อและสารหลายรูปแบบ โดยกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยซึ่งมุ่งเน้นการเรียกร้องไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางนโยบายทั้งทางโครงสร้างที่เกี่ยวกับการสัญจร และกฎหมายในระดับชาติ นโยบายสาธารณะที่ถูกผลักดันในสถานศึกษา และการผลักดันนโยบายสาธารณะในระดับชุมชน อันได้แก่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางจักรยานในชุมชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2557 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 5485101528 : MAJOR COMMUNICATION ARTS
KEYWORDS: POSITIVE DEVIANCE / POSITIVE DEVIANT / BICYCLE / COMMUNITY

KITT WONGARSA: COMMUNICATION ROLE OF POSITIVE DEVIANT AND THE DIFFUSION CONCEPT OF CYCLING IN THAI BICYCLE COMMUNITY. ADVISOR: PROF.PARICHART STHAPITANONDA, Ph.D., 185 pp.

This research has three objectives 1) to study the communication role of positive deviants in Thai bicycle community and the diffusion concept of bicycle riding 2) to identify the role of mass media and new media affecting the wide spread stories of positive deviant in Thai bicycle community to the public 3) to analyze the stories of positive deviant in Thai bicycle community leads to the change in public advocacy.

Positive deviance and media role for social change are being employed to be the framework of this study. This qualitative research uses in-depth interview and observation with positive deviants in different Thai bicycle communities. The results indicate that 1) the communication roles of Positive deviants under the concept of law of the few are 1.1 Maven which can be divided into knowledge collector and knowledge implementer for social change 1.2 Connector which can be divided into the ability to understand the person and society, relationship management, and the network collector 1.3 Salesman which can be divided into the ability to diffuse, the passion, the creativity, and the credibility 2) roles of media and new media are 1. Information provider 2. Persuasion 3. Collaboration 4. Awareness 5. Agenda setter to policy change 6. Public Consciousness 7. Surveillance 8. Expression 9.Inspiration 3) the stories of PD that lead to policy change are pushed in three ways which are 3.1 story related to National policy change 3.2 story related to educational policy change 3.3 story related to urban policy change.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Field of Study: Communication Arts Student's Signature .....

Academic Year: 2014 Advisor's Signature .....

# กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้อุทิศให้ “ทุกคน” ที่ใช้ชีวิตอยู่ในท้องถนน คนเล็กๆ สายตาทุกคู่ที่อยู่บนท้องถนนของประเทศไทยที่เฝ้ารอว่าสักวันสังคมของเราจะก้าวเดินไปถึงจุดที่เรามีการสัญจรที่ปลอดภัยและยั่งยืน “แรงผลักดัน” เหล่านี้ เป็นดั่ง “แรงบันดาลใจ” ให้ผู้วิจัยในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ด้วยความหวังเสมอว่า “การสื่อสาร” ของ “คนเล็กๆ” จะเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นกับสังคม

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ ที่ผู้วิจัยเคารพนับถือดั่ง “แม่ทางวิชาการ” ของผู้วิจัย ผู้ที่ได้ให้โอกาสให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้โลกแห่งการวิจัย และผู้ที่เป็นตัวอย่างแห่งการเป็น “ครู” ของผู้วิจัย เป็นตัวอย่างของผู้ที่ซึ่งอุดมไปด้วยความรู้ และต้นแบบของการเรียนรู้และทำความเข้าใจโลกอย่างลึกซึ้งและแท้จริง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศ.ดร. ปาริชาต สถาปิตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำชี้แนะและดูแลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มากไปกว่านั้น อาจารย์ยังเป็นผู้เปิดประตูแห่งโลกวิชาการในระดับนานาชาติทำให้ผู้วิจัยได้พบเห็นแนวคิด ทฤษฎี ที่น่าสนใจ ตลอดจนเป็น ตัวอย่างแห่งการเป็น “ผู้เชื่อมโยง” ที่ผู้วิจัยได้เห็นและชื่นชมเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ รศ.เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ดร.ณัฐวิภา สินสุวรรณ ซึ่งได้ช่วยสะท้อนมุมมอง และ ให้ความเห็นที่ทรงคุณค่าเพื่อทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ คุณป้า และครอบครัวที่เป็น “แรงหนุนเสริม” ในทุกโมงยาม แรงเหล่านี้เป็นพลังผลักดันอันยิ่งใหญ่ที่ทำให้ผู้วิจัยลุกขึ้นเมื่อยามท้อและสอนให้รู้จักคุณค่าของความเพียรพยายาม

และขอขอบพระคุณ ดร.โจ ดร.ป้อม รุ่นพี่ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดการศึกษา ขอบพระคุณทุกๆท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเดินทางของจักรยานคันน้อยที่กำลังโลดแล่นบนถนนแห่งโลกงานวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณจากใจจริง

คิธธ์ วงศ์อาษา

**สารบัญ**

หน้า


บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... 10

สารบัญภาพ ..... 11

บทที่ 1 บทนำ ..... 13

ที่มาและความสำคัญ ..... 13

ปัญหานำวิจัย ..... 34

วัตถุประสงค์การวิจัย ..... 34

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ ..... 34

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ..... 36

บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม ..... 37

1. กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ..... 37

1.1 กระบวนทัศน์หลักด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ..... 38

1.2 กระบวนทัศน์แห่งการพึ่งพาด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ..... 45

1.3 กระบวนทัศน์ทางเลือก (การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม) ด้านการสื่อสารสื่อสารเพื่อการพัฒนา ..... 46

1.3.1 แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม (Positive Deviance) ..... 49

2. แนวคิดเกี่ยวกับกฎคนพิเศษ (Law of the few) ..... 62

3. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทสื่อ ..... 66

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ ..... 71

5. แนวคิดการผลักดันนโยบายสาธารณะ .....74

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....77

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย .....82

ขั้นตอนการวิจัย .....82

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....86

การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล .....86

บทที่ 4 ผลการวิจัย .....87

1.ข้อมูลเบื้องต้น .....87

2. ข้อมูลซึ่งตอบปัญหานำการวิจัย .....87

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกของชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1960.....88

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกของชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1970.....91

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกของชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1980.....93

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกของชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 2000.....93

ปัญหานำการวิจัยที่1 คุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยเป็นอย่างไร ..... 101

ปัญหานำการวิจัยที่2 สื่อมวลชนและสื่อใหม่มีบทบาทอย่างไรในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ ..... 115

ปัญหานำการวิจัยที่3 เรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะอย่างไร ..... 131

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ..... 148

สรุปผลการวิจัย..... 148

อภิปรายผลการวิจัย..... 163

ข้อเสนอแนะ..... 173

หน้า

รายการอ้างอิง ..... 174

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ ..... 185



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

# สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงนโยบายส่งเสริมการใช้จักรยานในประเทศต่างๆ .....29

ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations) และ แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) .....51

ตารางที่ 3 ตารางแสดงพัฒนาการของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก.....62

ตารางที่ 4 ตารางเปรียบเทียบคุณลักษณะสื่อมวลชนกับสื่อใหม่ .....70

ตารางที่ 5 ตารางแสดงการผลักดันนโยบายของกลุ่มจักรยาน.....76

ตารางที่ 6 ตารางแสดงชุมชนจักรยานไทยที่ศึกษาวิจัย .....83

ตารางที่ 7 ตารางแสดงกลุ่มคนที่มีเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย .....84

ตารางที่ 8 ตารางแสดงพื้นที่การดำเนินการของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก .....85

ตารางที่ 9 ตารางแสดงข้อมูลการปั่นจักรยานและการรณรงค์ (รายปี) ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ..... 100

ตารางที่ 10 ตารางแสดงผลการวิจัยบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ในการแพร่ขยายเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกให้แพร่กระจายในวงกว้าง ..... 116

ตารางที่ 11 ตารางแสดงยุคใหม่ของของกรอบการวิจัยที่ว่าด้วย “ความเบี่ยงเบนเชิงบวก” .... 172

Chulalongkorn University

# สารบัญภาพ

รูปภาพที่ 1 ภาพแสดงการขี่จักรยานที่ได้รับความนิยมในหมู่นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในอดีต....24

รูปภาพที่ 2 ภาพแสดงการขี่จักรยานที่ได้รับความนิยมในหมู่นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในอดีต....25

รูปภาพที่ 3 แผนภาพแสดงระดับการยอมรับนวัตกรรม....42

รูปภาพที่ 4 แผนภูมิภาพแสดงจำนวนกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่มักปรากฏอยู่ในสังคม....50

รูปภาพที่ 5 ภาพแสดงองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการกำหนดวาระ ได้แก่ การกำหนดวาระทางสื่อ การกำหนดวาระทางสาธารณะ และการกำหนดวาระทางนโยบาย....72

รูปภาพที่ 6 ภาพกรอบการวิจัยเรื่องบทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย (Conceptual Framework)....81

รูปภาพที่ 7แผนภูมิภาพแสดงรายละเอียดของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย....88

รูปภาพที่ 8 แผนภูมิภาพแสดงคุณลักษณะทางการสื่อสารของ.... 101

รูปภาพที่ 9 แผนภูมิภาพแสดงคุณลักษณะด้านการเป็นผู้รู้ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย.... 102

รูปภาพที่ 10 แผนภูมิภาพแสดงคุณลักษณะด้านการเป็นผู้เชื่อมโยงของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย.... 107

รูปภาพที่ 11 แผนภูมิภาพแสดงคุณลักษณะด้านการเป็นนักโน้มน้าวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย.... 110

รูปภาพที่ 12 ภาพตัวอย่างจากรายการ Bicycle Diary ช่อง TPBS.... 121

รูปภาพที่ 13 ภาพ Facebook Bangkok Bicycle Campaign.... 122

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปภาพที่ 14 ภาพหมายกำหนดการกิจกรรมปั่นปันข้าว ..... 123
รูปภาพที่ 15 ภาพกิจกรรมซอยตันปันน้ำใจให้น้อง ณ วันที่ 29 มีนาคม 2558 ..... 124
รูปภาพที่ 16 ภาพกิจกรรมปั่นจักรยาน Peppemint Field ..... 125
รูปภาพที่ 17 ภาพกิจกรรมสำรวจต้นไม้ Bangkok Bicycle Campaign ..... 126
รูปภาพที่ 18 ภาพจักรยานและทิวทัศน์ของทรงกลด บางยี่ขัน ..... 126
รูปภาพที่ 19 ภาพจาก Facebook Bangkok Bicycle Campaign ..... 128
รูปภาพที่ 20 ภาพรายการ Human Ride ช่องTPBS ..... 129
รูปภาพที่ 21 Facebook Bangkok Bicycle Campaign ..... 130
รูปภาพที่ 22 การแถลงข่าวประชุมใหญ่สมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 5 พ.ศ.2555 ..... 134
รูปภาพที่ 23 ภาพกิจกรรมการปั่นจักรยานของคณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ..... 137
รูปภาพที่ 24 ภาพKMUTT GREEN BIKE ..... 138
รูปภาพที่ 25 แผนภาพแสดงการปรากฏของเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชนจักรยานไทยตั้งแต่ยุคทศวรรษที่ 1960-ปัจจุบัน ..... 142

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

# บทที่ 1
# บทนำ

## ที่มาและความสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมและการยอมรับนวัตกรรมในแวดวงสังคมศาสตร์นับได้ว่ามีอายุเก่าแก่มากกว่าค่อนศตวรรษ โดยหนึ่งในทฤษฎีสำคัญซึ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลายในระดับนานาชาติ คือ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations) ของ เอฟเวอเรต เอ็ม โรเจอร์ส *(Everett M. Rogers)* ซึ่งเขาได้นำเสนอทฤษฎีนี้สู่สาธารณชนเป็นครั้งแรกในหนังสือที่มีชื่อว่า Diffusion of Innovations ในปี ค.ศ.1962

ประเด็นหลักสำคัญประการหนึ่ง อันเป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยที่มีการนำเสนอในผลงานของโรเจอร์สเกี่ยวกับหลักการแพร่กระจายแนวคิด นวัตกรรม หรือ พฤติกรรม “ใหม่” คือผู้เชี่ยวชาญภายนอก (Expert) ในที่นี้ได้แก่ “นักวิชาการ” ไปสู่กลุ่มเป้าหมายในชุมชนหนึ่งๆ เพื่อให้พวกเขาเกิดการ “ยอมรับ” สิ่งใหม่ ซึ่งถูกค้นพบและนำเสนอโดย “คนนอก” และ รับเอา “ข้อค้นพบ” หรือ “นวัตกรรม” จากคนนอกไปสู่การปฏิบัติตามอย่างแพร่หลายในวงกว้าง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล และในระดับสังคม (Rogers, 1962)

นอกจากนั้น ทฤษฎีดังกล่าวยังได้กล่าวถึงบทบาทของผู้เผยแพร่นวัตกรรม หรือ นวัตกร และบ่งชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อกระแสหลักอาทิ วิทยุ และโทรทัศน์ และการสื่อสารระหว่างบุคคล ในการทำหน้าที่กระตุ้นให้เกิดการยอมรับ“นวัตกรรม”ที่ริเริ่มโดยคนภายนอก และปฏิบัติตามโดยคนภายในชุมชนอีกด้วย

พัฒนาการของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการเพิ่มเติมสาระสำคัญต่างๆ ในการตีพิมพ์ครั้งที่สองในปี ค.ศ. 1971 การตีพิมพ์ครั้งที่สามในปี ค.ศ. 1983 การตีพิมพ์ครั้งที่สี่ในปี ค.ศ. 1995 และ จนมาถึงการตีพิมพ์ครั้งที่ห้าในปี ค.ศ. 2003 อันเป็นจังหวะของการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมการสื่อสารและเทคโนโลยีในระดับโลก นั่นก็คือ การถือกำเนิดของ “นวัตกรรมสื่อสมัยใหม่” อย่างอินเตอร์เน็ต และ โทรศัพท์มือถือ อันเปิดโอกาสให้การสื่อสารสองทางระหว่างประชาชน แบบ real-time เป็นจริง

การเข้ามาของอินเตอร์เน็ตนั้นนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape)และจึงเป็นการทำให้นวัตกรในท้องถิ่นต่างๆได้มีโอกาสในการเข้าถึงการสื่อสารในวงกว้างอันนำมาสู่การเปิดช่องทางในการสื่อสารที่หลากหลาย เผยแพร่เรื่องราวเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคม ซึ่งท้าท้ายทิศทางการแพร่กระจายนวัตกรรม และการยอมรับนวัตกรรมในศตวรรษที่ 21 เป็นอย่างยิ่ง อัน

สอดคล้องกับคำกล่าวที่ Rogers (2003) ที่กล่าวว่า อินเตอร์เน็ต เป็นเทคโนโลยีนวัตกรรมที่ถูกเผยแพร่อย่างรวดเร็วที่สุดในมวลมนุษยชาติ เป็นการทำให้ข้อจำกัดทางกายภาพ ระยะทางที่ห่างไกล ระหว่างการสื่อสารที่เคยเกิดขึ้นได้หมดลงไป ส่งผลทำให้เกิดการขยายเรื่องราวและสื่อสาร “ความคิดใหม่” หรือ “นวัตกรรม” ได้อย่างรวดเร็ว

แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations) นับได้ว่ามีบทบาทต่อการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) เป็นอย่างยิ่งดังจะเห็นได้จากการที่ Heider and Kreps (2004) ได้กล่าวไว้ในบทความที่มีชื่อว่า Forty Years of Diffusion of Innovations: Utility and Value in Public Health ว่าการสื่อสารเพื่อสุขภาพนั้นได้หยิบยกแนวคิดทฤษฎีนี้มาใช้และในขณะเดียวกันก็เกื้อหนุนรากฐานของกระบวนทัศน์หลัก (Dominant Paradigm) เช่นตัวอย่างในการเกื้อหนุนในเรื่องการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) และ การให้ความรู้เรื่องการป้องกันโรคภัยต่างๆ (Disease Prevention) ในระดับต่างๆตั้งแต่ชุมชนไปจนถึงระดับสากล

ด้วยการเกิดขึ้นของนวัตกรท้องถิ่นและการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจึงเป็นคำถามที่น่าสนใจว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเหล่านี้ได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารของนวัตกรท้องถิ่นให้กระจายไปในวงกว้างหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทด้านการสื่อสารสุขภาพ

ฉะนั้น เมื่อกล่าวสรุปโดยรวม แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมถือได้ว่ามีบทบาทต่อการสื่อสารสุขภาพเป็นอย่างมาก ดังที่ตัวทฤษฎีเองนั้นได้กล่าวถึงการแพร่กระจายนวัตกรรมหนึ่งๆ จากบุคคลภายนอก ซึ่งอาศัยอยู่ในสังคมอื่นที่อาจได้รับชื่อว่า เจริญกว่า หรือมีนวัตกรรมที่ดีกว่า ทำหน้าที่เป็นผู้นำเสนอนวัตกรรมผ่านการช่องทางการสื่อสารหนึ่งๆสู่กลุ่มคนจำนวนหนึ่งๆในระบบของสังคม กระบวนการเหล่านี้รวมไปถึงการสื่อสารที่ถูกวางแผนไว้เป็นอย่างดีและการสื่อสารแบบฉับพลันเพื่อแพร่ขยายแนวคิดใหม่ๆเป็นต้น(Rogers, 1995)

Farr and Ames (2008) ได้วิเคราะห์ให้เห็นว่า การแพร่กระจายของนวัตกรรมมีบทบาทในทุกระดับ ตั้งแต่ในระดับปัจเจกบุคคลไปจนถึงระดับประเทศ โดยกล่าวว่า การศึกษาเรื่องการแพร่กระจายของนวัตกรรมเข้าสู่อีกสังคมหนึ่งนั้น นวัตกรรมที่ถูกเผยแพร่อาจอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ (products) ความคิด (ideas) วัตถุใหม่ๆ (objects) หรือ พฤติกรรมใหม่ๆ (behaviors) เข้าสู่สังคมใหม่ อันนำไปสู่ผลการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ชุมชน สังคม ตลอดจนนโยบายในระดับต่างๆ ของประเทศ

โดยปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่นวัตกรรมนั้น Rogers (1995) ได้กล่าวว่าประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ประการอันได้แก่ ตัวนวัตกรรม (an innovation) ช่องทางการสื่อสารต่างๆ (communication channels) ระบบโครงสร้างทางสังคม (social systems) และ เวลา (time)

หากศึกษาโดยละเอียดแล้วจะพบว่าจุดอ่อนของแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมนี้นั้นได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์และท้าทายเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเริ่มเห็นการลดบทบาทของการ

แพร่กระจายข่าวสารจากคนนอกไปสู่คนใน หลังจากการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมการสื่อสาร นักวิชาการหลายท่าน อาทิ Kietzmann (2011), Kaplan and Haenlein (2010) ได้ศึกษาพบว่า นวัตกรรมการสื่อสารทำให้ระบบการส่งผ่านข้อมูลและการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่สื่อกระแสหลักมีอิทธิพล แต่ปัจจุบันกลับค่อยๆลดบทบาทลง การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ นั้นทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ ทั้งในแง่ของการสร้างชุมชน (Community) การร่วมแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ( Co-creation) และ การเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (User-generated content) การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมการสื่อสาร ดังที่กล่าวมาข้างต้นทำให้นักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอาทิ Papa, Singhal, and Dearing (2006) เริ่มมองเห็นและท้าทายแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยชี้ให้เห็นว่ากรอบทฤษฎีนี้นั้นมุ่งเน้นไปที่บทบาทของผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร (Expert-driven) การเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นจากบนสู่ล่าง (Top-down approach) ซึ่งอาจมีข้อจำกัดในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันแนวคิดดังกล่าวถือเป็นการปฏิเสธแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ในชุมชนเอง (Rejecting local solution)

ด้วยข้อจำกัดที่เกิดขึ้นกับแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งจะเห็นได้ว่าปฏิเสธกระบวนการในการหานวัตกรรมที่เกิดขึ้นหรือฝังอยู่ในชุมชน ดังนั้นนักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม Arvind Singhal ลูกศิษย์ของ Rogers ที่เคยร่วมทำวิจัยมาตั้งแต่ยุคที่แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมมีอิทธิพลอย่างมากต่อการสื่อสาร (ทศวรรษที่ 1980) ได้เริ่มหันมาตั้งคำถามที่ว่าแท้จริงแล้วในการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้นควรจะเป็นการริเริ่มจากการก่อตัวของการสื่อสารจากภายในสู่ภายนอกชุมชน เป็นการหานวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากแต่ละชุมชนเอง ซึ่งอาจเรียกสิ่งนี้ว่า “นวัตกรรมชุมชม” ซึ่งริเริ่ม และกระทำโดยบุคคลภายในชุมชนอันเป็นสมาชิกในชุมชนก็ได้ และทำให้ทิศทางและรูปแบบการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงเปลี่ยนไปจากอดีต (A. Singhal, 2011)

โดย Arvind Singhal เรียกบุคคลหรือกลุ่มคนในชุมชนซึ่งริเริ่มกระทำ “นวัตกรรมชุมชน” ว่า “Positive Deviant” หรือผู้ซึ่งมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนหรือผิดแปลกออกไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ โดยพฤติกรรมที่ผิดแปลกเหล่านี้ เป็นพฤติกรรมเชิงบวก เพราะสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ในขณะที่คนกลุ่มใหญ่ของสังคมไม่สามารถแก้ไขปัญหาเหล่านี้ได้ เขาได้เสนอแนะแนวทางของแนวคิดนี้ให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ภายใต้ชื่อแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) ซึ่งมีความเชื่อที่ว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมนั้นควรจะเริ่มมาจากค้นหาคุณค่าของบทบาทของผู้เชี่ยวชาญที่ฝังตัวอยู่ในชุมชนเอง ผู้ซึ่งอุดมไปด้วยภูมิปัญญา เพื่อหาแนวทางที่จะแก้ปัญหาที่สอดคล้องกับแต่ละบริบทของชุมชนที่แตกต่างกันๆไปแต่ละชุมชน (A. Singhal, 2011)

ดังนั้นแนวทางในการศึกษาวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้นั้นจึงเริ่มจากการตระหนักถึงจุดอ่อนและความพยายามท้าทายแนวคิด การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations) โดยหยิบยกมาปะทะกับ แนวคิด ความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) สำหรับแนวคิด ความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้น ที่น่าสนใจหลักการที่ได้พยายามตั้งคำถามกับ กับบทบาท ของ ผู้เชี่ยวชาญที่มาจากภายนอก

ชุมชน (Outside expert) โดยเชื่อว่า แท้จริงแล้วนั้นบทบาทของผู้เชี่ยวชาญน่าจะมาจากในชุมชนเอง ซึ่งดั้งเดิมแล้วนั้นบทบาทของผู้เชี่ยวชาญจะมาจากภายนอก เริ่มจากการเห็นปัญหา แล้วจัดลำดับความสำคัญ แล้วค่อยๆวางแผนการสื่อสารเพื่อพยายามจะเข้าไปแก้ไขปัญหาในชุมชน หากแต่ในทางกลับกัน บทบาทของผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นเป็นการมุ่งหากลุ่มคนหรือบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงหรือผิดแปลกออกไปจากสังคม หากแต่สิ่งที่พวกเขาเหล่านั้นได้ทำกลับสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมได้เป็นอย่างดี โดยสามารถเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมและจับต้องได้ (visible) และ (actionable) แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นเชื่อในพลังของผู้เปลี่ยนแปลงจากภายใน (Internal agent) ผู้ซึ่งพิสูจน์ให้เห็นถึงค่านิยมใหม่ของสังคม (Social proof) และทำให้ค่านิยมเหล่านี้ตั้งอยู่บนรากฐานของความยั่งยืน (Sustainability)

**ความท้าทายของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกต่อกระบวนทัศน์ทางเลือก**

การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication technology) อาทิ การพัฒนาของอินเทอร์เน็ต (Internet) และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ทำให้บทบาทของสื่อกระแสหลัก (Mass communication) ลดบทบาทลง ในขณะที่บทบาทของกระบวนทัศน์ใหม่เริ่มโดดเด่นขึ้นและถูกขนานนามว่าเป็น “กระบวนทัศน์ทางเลือก” ของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาของสื่อใหม่ (New media) ส่งผลให้เกิดความท้าทายในการทำงานวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical research) เพื่อพิสูจน์ทฤษฎีเชิงประจักษ์ดั่งเช่นแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม อันเคยทรงความแข็งแกร่งภายใต้กระบวนทัศน์หลัก และเริ่มปรากฏบทบาทใหม่ขึ้นอีกครั้งผ่านการเริ่มต้นการนำเสนอแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) และบุคคลที่ทำหน้าที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในฐานะ “บุคคลต้นแบบของนวัตกรรม” อันสะท้อนพลังของของ “คนใน” ในฐานะผู้ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนและเปลี่ยนแปลงสังคม

Mayer (2004) ซึ่งเป็นแรงบันดาลต่องานวิจัยชิ้นนี้ถึงกับได้กล่าวไว้ว่าเราแทบไม่ต้องการระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยการแพร่กระจายนวัตกรรมที่มุ่งเน้นระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative methodologies) อีกต่อไป โดยได้เสนอว่าระเบียบวิธีวิจัยที่จะมาแทนที่ได้นั้นคือระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative methodologies) ที่หลากหลาย อาทิ ระเบียบวิธีวิจัยชาติพรรณวรรณา (Ethnography) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant observation)

ในขณะที่แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกก็ต้องฝ่าฟันจุดอ่อนของแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมไปให้ได้ อาทิ การยึดโยงอยู่กับนวัตกรรม อคติเชิงบุคคล และความเท่าเทียมในการศึกษาวิจัยและเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ จึงมุ่งที่จะใช้แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกเพื่อต่อขยายรากฐานแนวคิดนี้ให้แข็งแรงขึ้น และลบข้อจุดอ่อนที่มี โดยการนำเอาแนวคิดนี้มาใช้ในบริบท

ที่ยังไม่เคยได้รับการศึกษามาก่อน นั้นคือบริบทในชุมชนเมือง (Urban) และการใช้สื่อใหม่ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในการสื่อสาร (New media in communicative process) โดยได้หยิบยกเอากรณีศึกษาของชุมชนจักรยานไทยมาศึกษาวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยภายใต้แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก

**จักรยานในฐานะนวัตกรรมแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืน**

เมื่อการพัฒนาเมืองและระบบการสัญจรคมนาคมจึงเริ่มเข้ามามีบทบาทอันมีบทบาทมาตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่2 บทบาทหนึ่งนั่นคือการนำพาเอาความเจริญเข้ามาและพัฒนาให้การติดต่อสื่อสารของเราพัฒนาเคลื่อนที่รุดหน้าไปด้วย แต่ในอีกบทบาทหนึ่งก็ได้ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในชีวิตของเราด้วยเช่นกัน ทรรศนะของ Leda ผู้เขียนหนังสือ Sustainable Urban Transportation in an Asia Context ที่ได้ให้ไว้ค่อนข้างน่าสนใจโดยกล่าวว่า การเข้ามาของการพัฒนาเมืองและระบบการสัญจรคมนาคมนั้น ได้นำพาความรู้สึกเป็นอื่น (Externalities) เข้ามากับเราด้วย และทำให้เราหลงลืมถึงความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อมหรือรักและหวงแหนสิ่งแวดล้อมในชุมชนของเรา ตัวอย่างที่เกิดขึ้นในญี่ปุ่นได้พบว่าผู้ใช้รถยนต์มีสำนึกน้อยลง กว่า 1 ใน 3 ของก๊าซคาร์บอนไดอ๊อกไซด์ที่ถูกปล่อยนั้นมาจากรถยนต์ หรือแม้กระทั่งตัวอย่างในอเมริกาที่กว่า 70% ของรถยนต์ในอเมริกาที่ได้แย่งชิงเอาพื้นที่สาธารณะของชุมชนออกไป เหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงความเป็นอื่นที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากการพัฒนาที่เข้ามา (Leda, 2010)

ฉะนั้นปรากฏการณ์ที่โลกเรากำลังเป็นอยู่เรื่องสิ่งแวดล้อมและวิกฤตการณ์น้ำมันในปัจจุบันจึงเป็นผลพวงจากความเป็นอื่นเหล่านี้ ปัญหาวิกฤตด้านพลังงานที่เกิดขึ้นจึงเป็นผลพวงของสิ่งที่เรียกว่าการพัฒนาและความเป็นอื่น อันปฏิเสธไม่ได้ว่ากำลังเป็นเรื่องใหญ่ที่แต่ละประเทศ แต่ละเมืองกำลังหาวิธีในการจัดการรับมือความปัญหาเหล่านี้

หลายประเทศโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วนั้นเริ่มมองเห็นถึงขีดจำกัดในสิ่งแวดล้อมของสภาพเมืองที่เป็นอยู่และขจัดความเป็นอื่นออกไปจากพลเมืองโดยมุ่งเน้นที่จะแก้ไขปัญหาการสูญเสียพลังงานเหล่านั้น หนึ่งในวิธีการที่เกิดขึ้นคือการลดปริมาณในการใช้รถยนต์ในการเดินทาง ควบคู่ไปกับการหาวิธีการเดินทางสำหรับพลเมืองเพื่อสร้างทางเลือกให้เกิดขึ้น

ในขณะที่กระแสการใช้ยานพาหนะสัญจรทางเลือกกำลังได้รับความนิยมจากประเทศที่พัฒนาแล้วในทางกลับกันในโลกของประเทศที่กำลังพัฒนากลับไม่ได้เป็นไปเช่นเดียวกัน สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นได้แก่ (Drimitriou, 2011)

- การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของการจับจองเป็นเจ้าของยานพาหนะ โดยเฉพาะรถยนต์

- การเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการเดินทางที่เพิ่มขึ้น และในขณะเดียวกันก็มีจำนวนความถี่ของการเดินทางที่เพิ่มมากขึ้นด้วย
- การใช้พื้นที่ที่มากขึ้น
- การเพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีเพื่อการขนส่งเดินทาง
- การขยายตัวที่เกิดขึ้นมักก่อให้เกิดความไม่เพียงพอของการขยายรูปแบบสาธารณูปโภคและปัจจัยพื้นฐานเพื่อรองรับการเดินทาง
- การเปลี่ยนโฉมของเมืองให้กลายเป็นลักษณะอุตสาหกรรม
- และท้ายที่สุดขาดระบบจัดการที่ดีที่จะเข้ามาหนุนเสริมความเจริญที่หลั่งไหลเข้ามา

สิ่งที่เกิดขึ้นตามมานั่นคือปัญหาการจราจรและการขนส่งที่เกิดขึ้น ปัญหารถติด ปัญหาอุบัติภัยจากการจราจร ปัญหาการสูญเสียพลังงาน (การนำเข้าน้ำมัน) ปัญหามลพิษทางอากาศ ซึ่งก่อให้เกิดผลตามมาทั้งก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจและสังคมในระดับชาติและระดับโลกได้ แนวคิดเรื่องการพัฒนาที่อย่างยืน (Sustainable Development) จึงได้เข้ามามีบทบาทและทำให้การเดินทางในลักษณะที่เป็นทางเลือกได้รับการสนับสนุน และตื่นตัวมากขึ้นเมื่อเกิดวิกฤตการณ์โลกร้อน (Global Warming) (J. Hansen, 2003)และ(Lankao, 2008)

การเดินทางด้วยจักรยานถือเป็นวิธีการหนึ่งที่เกิดขึ้น เพื่อจะช่วยให้ลดการใช้จักรยานยนต์และรถยนต์ลง ทำให้ปัญหามลพิษในอากาศและเสียงในเมือง ประหยัดพลังงานในการเดินทาง และลดความรุนแรงของปัญหาอุบัติเหตุ อีกทั้งยังเป็นพาหนะที่ราคาไม่แพงพอจะเป็นทางเลือกให้แก่ผู้มีรายได้น้อยในเมืองได้ นอกจากนั้นยังทำให้คุณภาพชีวิตของผู้พักอาศัยในเมืองดีขึ้น

ในฐานะพาหนะเพื่อการเดินทางนั้น จักรยานเป็นพาหนะที่ใช้พลังงานมนุษย์เพื่อไปขับเคลื่อนกลไก โดยใช้พลังงานจากกล้ามเนื้อส่วนขาส่งถ่ายผ่านไปตามโซ่ผ่านเฟืองไปหมนล้อทำให้ตัวจักรยานเคลื่อนตัวไปข้างหน้า เป็นที่น่าสังเกตว่าพลังงานที่ใช้ขับเคลื่อนประมาณ 0.15 cal ต่อ กิโลเมตรซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบการใช้พลังงานเพื่อการเคลื่อนที่ของสิ่งมีชีวิตอื่นๆ (Wilson, 1973)

จักรยานจึงถูกกลับมาใช้แพร่หลายในฐานะนวัตกรรมชิ้นเดิมที่ถูกแต่งเติมขึ้นมาอีกครั้ง (reinvention) อันเป็นจุดที่โรเจอร์สเคยได้ให้ข้อคิดที่น่าสนใจไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงของการแพร่กระจายนวัตกรรมที่สำคัญในโลกยุคปัจจุบันนั้น เป็น “การเปลี่ยนแปลง” ของ ตัวนวัตกรรม ที่ถูกกลับขึ้นมาใช้ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับสภาพสังคม และความต้องการของปัจเจกในปัจจุบัน ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของนวัตกรรมจึงมิได้เป็นเพียงของการเปลี่ยนแปลงของบุคคลผู้ใช้นวัตกรรม หากแต่เป็นนวัตกรรมที่ได้ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคและสมัย (Rogers, 2003)

**จักรยาน : นวัตกรรมจากอดีตสู่ปัจจุบัน**

ในมิติทางประวัติศาสตร์นั้น จักรยานเป็นนวัตกรรมที่มีประวัติจากอดีตมาสู่ปัจจุบันอย่างช้านาน จากประวัติศาตร์ที่ผ่านมาของจักรยานเชื่อกันว่าหลักฐานที่ของจักรยานที่เก่าแก่ที่สุดนั้นถูกพัฒนามาจากความคิดของบรรพบุรุษชาวอียิปต์ โดยมีการขุดค้นพบภาพเขียนโบราณเป็นหลักฐานอ้างอิง แต่ภาพเขียนทำนองเดียวกันนี้ก็ยังถูกค้นพบในบิบิโลนและนครปอมเปอีซึ่งล่มสลานด้วยฤทธิ์ภูเขาไฟ ที่อังกฤษ ภาพเขียนสีบนกระจก (stained glass) ที่วิหารสโต๊ก พอจส์ บัคกิ้งแฮมเชียร์ ซึ่งเขียนและถูกขนมาจากอิตาลีในราว ค.ศ. 1580 ก็เป็นหลักฐานสำคัญอันทำให้ทั้งสองประเทศระบุว่าแนวคิดในการสร้างจักรยานมีมาดั้งเดิมในชุมชนของพวกเขา (Dodge, 1996)

ศิลปินคนสำคัญของโลก ลีโอนาร์โด ดา วินชิ เป็นอีกคนหนึ่งที่พยายามออกแบบจักรยาน โดยมีผู้พบภาพร่างซึ่งเชื่อว่าเป็นลายเส้นที่เขาวางแนวคิดให้ลูกศิษย์เอาไว้ ภาพร่างนั้นได้เป็นรากฐานของแนวความคิดในการริเริ่มวิธีการทุ่นแรงด้วยโซ่และรอกไว้ด้วย (บินหลา สันกาลาคีรี, 2547)

ผลงานที่เรียกได้ว่าเป็นจักรยานชิ้นแรกของโลกในฐานะนวัตกรรมนั้นได้นำเสนอสู่สาธารณชนเมื่อบ่ายวันหนึ่งของเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1791 ณ สวนสาธารณะในกรุงปารีส โดยเป็นสิ่งประดิษฐ์ของคองก์แห่งซิฟแรค ซึ่งสร้างด้วยไม้เนื้อแข็ง มีลักษณะคล้ายรูปสัตว์สี่เท้า แต่แทนที่ปลายเล็บจะแตะพื้นดิน สี่เท้านั้นกลับถูกจัดเป็นสองคู่หน้าหลังแต่ละท่อนทำหน้าที่เป็นสองแขนของแกนวงล้อ ส่วนวงล้อนั้นก็ถูกสร้างด้วยไม้เนื้อแข็งและมีขนาดเท่ากันทั้งสองวง เมื่อผู้ขับขี่ควบบนหลัง สองขาของเขาจะเรี่ยกับพื้นพอดี เขาจะเคลื่อนไปข้างหน้าด้วยการใช้เท้าตะกุยพื้นดิน มันเดินทางได้เร็วกว่าการเดิน ไปได้นานและเหนื่อยน้อยกว่าการวิ่ง เป็นนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ที่น่าทึ่งของสมัยนั้น โดยถูกเรียกเป็นภาษาฝรั่งเศษว่า “ซิเลริแฟร์” (Celerifere) ซึ่งมีรากจากภาษาละตินหมายความว่า “I carry fast”

ค.ศ. 1817 ถือเป็นอีกก้าวของการพัฒนานวัตกรรมของจักรยานโดยพยายามลบล้างจุดด้อยของซิเลริแฟร์ ซึ่งมีข้อจำกัดเรื่องของการเลี้ยว โดยเวลาจะเปลี่ยนแนวเคลื่อนที่จะต้องหยุดมันก่อนแล้วหันหัวให้ตรง ยิ่งไปกว่านั้นยังไม่มีระบบห้ามล้อ คาร์ล เฟร็ดริก ดราอิส ฟอน เซาเออะบรุน ได้ประดิษฐ์สิ่งที่สามารถเลี้ยวได้ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีระบบห้ามล้อ และหยุดตัวมันเองได้ ดราอิสแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของสิ่งที่เขาประดิษฐ์ โดยเขาเลือกเส้นทางวนรอบ มานไฮน์-ซเวทซิงเงิ่น ระยะทางรวม 9 ไมล์ หรือ 14.4 กิโลเมตร เป็นถนนทดสอบ ปรากฏว่าใช้เวลาไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง เร็วกว่าการเดินถึงสามเท่า ดราอิสเรียกมันว่า เลาฟมัชชีนเน่อะ (Laufmaschine) ซึ่งเป็นภาษาเยอรมันมีความหมายว่า เครื่องวิ่ง แต่อย่างไรก็ดีในเวลาต่อมา ผู้คนในยุโรป ต่างสมัครใจที่จะขนานนามและให้เกียรติแก่ผู้ประดิษฐ์โดยเรียกสิ่งประดิษฐ์นี้ว่า ดราอิสชีน (Draisine) หรือเครื่องกลของดราอิสมากกว่า (บินหลา สันกาลาคีรี, 2547)

ยุโรปทั้งทวีปต้อนรับการเกิดของจักรยานอย่างคึกคัก หลังจากจักรยานดราอิสได้จดลิขสิทธิ์ที่บาเดนในวันที่ 12 มกราคม ค.ศ. 1818 แล้วยอดการผลิตจักรยานก็พุ่งสูงขึ้น โดยเฉพาะเมื่อได้รับการยอมรับให้เป็นหนึ่งในประเภทของกีฬา การแข่งขันจักรยานอย่างเป็นทางการที่นครมิวนิค ใน ค.ศ. 1819 เส้นทางจากจตุรัสกลางเมืองไปยังวังนิมเฟนบูร์ก แล้ววนกลับระยะทางรวม 6 ไมล์ มีดราอิสชีนเข้าร่วมแข่งขันรวม 26 คัน ผู้ชนะใช้เวลาเพียง 31 นาที 30 วินาที ช่วงเวลาเดียวกันนั้นที่ปารีสก็ได้เกิดโรงเรียนสอนถีบรถแห่งแรกของโลกขึ้นมา ขณะที่ลอนดอนก็เกิดโรงเรียนสอนจักรยานในร่มแห่งแรกของโลก

จักรยานที่ผู้ใช้จะต้องใช้เท้าถีบกับดิน ก็ถูกพัฒนาให้ผู้ใช้มีเท้าที่ลอยขึ้นมาจากพื้นดินได้ เหตุการณ์นี้ถูกเผยแพร่ผ่าน หนังสือพิมพ์กลาสโกว์ เฮอราล์ด ฉบับวันที่ 11 มิถุนายน ค.ศ. 1842 ซึ่งรายงานข่าวการจับกุมชายผู้หนึ่งที่ “ถีบ” จักรยานสามล้อบนทางเท้าแทนที่จะใช้ถนน ในข้อหากีดขวางการเดินทางเท้าแถมยังเฉี่ยวเด็กผู้หญิงคนหนึ่งด้วย ประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นจากข่าวไม่ได้อยู่ที่อุบัติเหตุนั่น แต่อยู่ที่สิ่งประดิษฐ์ที่เขาคิดค้นขึ้นมา โดยผู้สื่อข่าวบรรยายว่า มันหมุนล้อไปข้างหน้าด้วยแรงมือไม่ใช่แรงเท้า ที่ล้อมีอะไรบางอย่างยื่นออกคล้ายคันโยก เมื่อใช้มือผลักคันโยก คันโยกก็จะหมุนล้อไปอีกทีหนึ่ง โดยที่สำคัญเท้าทั้งคู่ของผู้ขับขี่ไม่ต้องแตะพื้นดินเลย ซึ่งนักประดิษฐ์ผู้นี้คือ เคิร์กแพทริก แม็คมิลเลน ชาวสก็อตแลนด์

แม้งานของแม็คมิลเลนจะไม่ได้ประสบความสำเร็จมากมายในแง่ของการขับขี่หลายประการ แต่มันเป็นตัวจุดประกายแนวคิดให้เห็นว่า จักรยานได้มาถึงยุคของการปรับเปลี่ยนแล้ว นักประดิษฐ์จำนวนมากอย่างอย่าง เออร์เนสต์ มิโชว์ ชาวฝรั่งเศส, คาร์ล คีช ชาวเยอรมัน และคนอื่นๆที่แย่งชิงความเป็นผู้นำ ที่สุดมิโชว์ ก็ได้จดลิขสิทธิ์ กระไดถีบจักรยานคู่แรกของโลกในเดือนมีนาคม ค.ศ. 1861 แม้จะมีการพบหลักฐานในภายหลังว่า เขาไม่ได้เป็นผู้คิดค้นกระไดนี้ด้วยตัวเอง แต่เป็นงานชิ้นสำคัญของปิแอร์ ลาลม็อง ลูกจ้างของเขา

ในปี ค.ศ. 1865 มีงานประกวดศิลปกรรมที่กรุงปารีส โรเลอร์ บี. เทอร์เนอร์ ชาวอังกฤษผู้แทนของบริษัทประดิษฐ์จักรเย็บผ้ายี่ห้อโคเวนทรีเห็นการไกลว่าจักรยานตามแบบของลาลม็องจะต้องมีอนาคตสดใส จึงได้สร้างรถตามแบบนั้นเข้าร่วมแสดงในงานด้วย และเอ่ยเรียกสิ่งประดิษฐ์ของเขาว่า “Bicycle” แปลตรงตัวว่า วงกลมสองวง

นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจักรยานก็เข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมเต็มรูปแบบ มีการเปิดโรงงานจักรยานทั่วยุโรปและอเมริกาการแข่งขันพัฒนามีขึ้นทุกนาที ตลอด 35 ปี นับตั้งแต่ ค.ศ. 1865 ตราบสิ้นศตวรรษ ที่ 19 มีผู้ขอจดสิทธิบัตรในสิ่งที่ตัวเองค้นพบและพัฒนาจักรยานกว่า 1600 รายการ การคิดค้นของชาติต่างๆที่เกิดขึ้นอาทิ อังกฤษเปลี่ยนเฟรมรถจากไม้เนื้อแข็งเป็นโลหะ ทำให้จักรยานเบาแต่แข็งแรงกว่าเดิม เยอรมนีพบวิธีทำให้ท่อเฟรมกลวงเพื่อให้รถเบาขึ้นอีก ฝรั่งเศสสร้างวงล้อเหล็ก ทั้ง

ดัดแปลงใช้ฝึกดาบของทหารม้าทำเป็นตะเกียบหน้า อเมริกาจดลิขสิทธ์การนำตลับลูกปืนเข้ามาร่วมใช้งาน

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2422-2428 ได้มีการดัดแปลงให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ได้ถูกออกแบบใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้นโดย J.K. Starley มีการอัดลมเข้าไปในยางรถเพื่อกันสะเทือน และในปี พ.ศ. 2436 ประดิษฐ์เบรกให้รถหยุดได้ตามต้องการในปี พ.ศ. 2441 มีผู้ออกแบบให้รถมีล้อหน้าและล้อหลังจนในที่สุดจักรยานก็มีสภาพเหมือนในปัจจุบัน และหลังจากนั้นจักรยานก็ค่อยๆพลิกโฉมหน้ามาเป็นจักรยานที่เราเห็นกันและใช้กันในที่สุด

ความต้องการที่จะใช้จักรยานกลายเป็นกระแสที่ทำให้มีการเร่งผลิตจักรยานขึ้นอย่างแพร่หลาย ประเทศในแถบยุโรปที่กำลังเร่งพัฒนาอุสาหกรรม ผลิตรถจักรยานออกมาป้อนสู่ตลาดอย่างมากนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2439 (ค.ศ. 1896) โดย ณ ขณะนั้นรถจักรยานคันหนึ่งมีราคาเท่ากับเงินเดือนโดยเฉลี่ย 3 เดือนของคนงาน 13 ปีต่อมารถจักรยานคันหนึ่งมีราคาไม่ถึงเงินเดือนโดยเฉลี่ย 1 เดือนของคนงาน ทำให้รถจักรยานกลายเป็นยานพาหนะส่วนบุคคลทั่วยุโรปและแพร่หลายออกไปทั่วโลก

นอกจากบทบาทการเป็นยานพาหนะที่สำคัญนั้น ในอดีตจักรยานยังถือได้ว่าเป็นกลไกในการส่งเสริมกิจกรรมทางสังคมให้เกิดขึ้น ซึ่งแต่เดิมที่ในยุโรปส่วนใหญ่มีการสัญจรด้วยม้านั้นถูกแทนที่ด้วยจักรยาน ส่งผลให้การสัญจรง่ายขึ้น เกิดการขยายของแรงงานชนบทเพราะทำให้หญิงชายต่างเมืองสามารถพบกันได้ง่ายขึ้น ซึ่งแต่เดิมความสัมพันธ์จะถูกปิดกั้นเฉพาะแต่เมืองใกล้ๆ อาจกล่าวได้ว่าจักรยานช่วยทำให้ปริมณฑลของการถ่ายทอดพันธุกรรมขยายวงกว้างขึ้น ซึ่งแน่นอนว่าทำให้เกิดการขยายของสังคม และเอื้อต่อการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ อาทิ การประชุม การเรียนหนังสือ เป็นต้น

แต่เมื่อมีอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์เข้ามา ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 รถยนต์ก็เข้ามาเป็นนวัตกรรมแทนที่จักรยานอย่างรวดเร็ว รถยนต์กลายเป็นพาหนะที่ได้รับความนิยมควบคู่กับรถไฟซึ่งเป็นระบบขนส่งมวลชน ยิ่งโดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาที่มีปัจจัยเอื้อหนุนเรื่องน้ำมัน และพื้นที่ ทำให้มีการพัฒนาทางหลวงควบคู่ไปด้วย คนอเมริกันส่วนใหญ่จึงละทิ้งระบบขนส่งแบบรถไฟและจักรยานไว้ข้างหลัง

**จักรยาน : จากสังคมโลกสู่สังคมไทย**

จักรยานเป็นนวัตกรรมที่ถูกเผยแพร่จากโลกตะวันตกเข้ามาในประเทศไทยในรัชสมัยรัชกาลที่ 4 โดยชาวต่างประเทศที่มาพำนักในไทยนั้น ก็เพื่อต้องการใช้จักรยานในการออกกำลังกาย และเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายโดยใช้ในการเป็นพาหนะสัญจรในรัชกาลที่ 5 และหลักฐานปรากฏพบว่ามีจักรยานสำหรับเด็กที่มี 3 ล้อ ส่งเข้ามาขายในประเทศไทย เพื่อให้เด็กๆ ได้ขี่เล่น (ยศ วัชรเสียร, 2521)

ในช่วงยุคทองของจักรยานในปี ค.ศ. 1986 ของจักรยานในยุโรป ไทยนั้นถือว่าได้รับอิทธิพลนั้นมาด้วยเพราะไม่เพียงความเป็นล่ำเป็นสันเป็นประเทศมหาอำนาจทางอุตสาหกรรมของประเทศตะวันตกนั้นจะเห็นได้ว่าจักรยานจากอังกฤษเป็นที่นิยมแพร่หลายมากที่สุด โดยราเลห์แห่งน็อตติงแฮมเป็นที่รู้จักมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ฮัมเบอร์, ฟิลลิปส์, เฮอร์คิวลิส, บีเอสเอ, โรบินฮู้ด, ซันบีม, ไทรอัมห์ เป็นต้น

โดยการกระจายจักรยานที่ทำให้มีผู้ใช้แพร่หลายในเมืองไทยนั้นมีสองวิธีสำคัญ (ยศ วัชรเสียร, 2521) ได้แก่

1. กรุงเทพเป็นจุดศูนย์กลาง เริ่มที่ห้างฝรั่งทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นฟอล์ค แอนด์ ไบเด็กซ์, แรมเวย์ แวคฟิลด์ ฯลฯ รวมทั้งเจ้านายบางพระองค์อาทิ พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ และพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงราชบุรีดิเรกฤทธิ์ ทรงส่งเข้ามาคราวละนับร้อยคัน และเมื่อถึงสมัยรัชกาลที่ 6 เป็นต้นมา ธุรกิจต่างๆที่ตกอยู่ในมือฝรั่งก็ตกเป็นของชาวจีนเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งสินค้านำเข้าอย่างจักรยานด้วย ห้างร้านชาวจีนรวมตัวกันในย่านตลาดน้อยและวรจักรที่สำคัญได้แก่ห้างเซ่งง่วนฮง(สิทธิผล)เป็นผู้แทนจำหน่ายจักรยานราเลห์,ห้างเทพนครพาณิชย์ จำหน่ายฮัมเบอร์, ห้างไทยนิยมพาณิชย์, ห้างฮกจ๋วน แอนด์ โก, ห้างเจริญจักรยาน ฯลฯ โดยสินค้ากระจายออกต่างจังหวัดโดยอาศัยเส้นทางเรือ พื้นที่ที่เป็นจุดกระจายสินค้าคือนครสวรรค์และนครปฐม

2. เชียงใหม่เป็นจุดศูนย์กลาง สืบเนื่องจากปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมา ชาวยุโรปโดยเฉพาะชาวอังกฤษ เดินทางไปประกอบธุรกิจในล้านนาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะบริษัททำไม้ซึ่งมีกิจการเชื่อมต่อทั้งพม่าและอินเดีย อันเป็นอาณานิคมของอังกฤษในเวลานั้น เส้นทางการค้าล้านนา- พม่าเป็นทางบก โดยขบวนม้าต่างวัวต่าง แต่ประการสำคัญที่ทำให้การค้าแพร่หลายคือตัวกลางในการซื้อขายดินแดน ล้านนาไม้ใช้สกุลเงินบาทเหมือนกรุงเทพ แต่ใช้เหรียญเงินของพม่าอินเดีย ผลิตและรับรองโดยรัฐบาลอังกฤษ เป็นเงิลสกุลรูปีแต่ชาวล้านนาเรียกว่าเงินแถบ ด้วยเหตุนี้เองที่ทำให้ไม่พบจักรยานบางยี่ห้อในพื้นที่กรุงเทพฯ และภาคกลาง แต่กลับพบในเขตภาคเหนือ

ยุคทองของจักรยานที่เรียกได้ว่าค่อนข้างเฟื่องฟูได้แก่ในช่วงปลายรัชกลาลที่ 5 พ.ศ. 2441 โดยจักรยานได้รับความนิยมแพร่หลายมากมีการจำแนกจักรยานคันใดเป็นสมบัติของผู้ใดโดยทำการตั้งชื่อรถและติดป้ายบนตัวถัง แต่ต่อมาเมื่อมีจักรยานมากขึ้นก็เปลี่ยนเป็นขึ้นทะเบียนแทน รวมทั้งมีพระราชบัญญัติและกฎจราจรสำหรับผู้ขับขี่จักรยานด้วย

ในพ.ศ. 2486 ใบอนุญาติขับขี่จักรยานตลอดชีพมีมูลค่า 1 บาท ผู้ขออนุญาติต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 13 ปีบริบูรณ์ ต้องมีร่างกายสมประกอบ และต้องขี่จักรยานโชว์ให้เจ้าหน้าที่ว่าขี่จักรยานเป็น จากรายงานของกรมทางหลวงระบุว่าในปี 2474 มีจักรยานขึ้นทะเบียนกับกรมทางหลวงจำนวน 11,867 คัน

สำหรับสังคมไทยการเข้ามาของจักรยานนั้น ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2500 นั้นได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายแต่ในช่วงแรกเริ่มนั้นยังเป็นสินค้าที่มีราคาแพง โดยจักรยานเป็นสินค้านำเข้า จักรยานราเล่ย์และฮัมเมอร์ ที่ได้รับการยกย่องว่ามีคุณภาพดีนั้นมีราคาคันละ 1,300 บาท จักรยานราคาปานกลางราคาประมาณ 4-500 บาท ข้าราชการชั้นล่างของไทยมีเงินเดือน 100-120 บาท คนระดับล่างมีรายได้เดือนละ 4-50 บาท แสดงให้เห็นว่ารถจักรยานเป็นสินค้านำเข้าที่ยังมีราคาแพงสำหรับคนทั่วไป อีกทั้งยังแสดงถึงค่านิยม ความโก้ ทันสมัยของผู้ใช้ ณ ขณะนั้นด้วย

**จุดผลิกผันของจักรยาน**

การเกิดขึ้นของมอเตอร์ไซต์ในปี ค.ศ. 1900 และ ตามมาด้วยรถยนต์ ในปี ค.ศ.1929 ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่เข้ามาเป็นตัวเลือกในการเป็นพาหนะในการสัญจร โดยเมื่อสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 1 ทั้งมอเตอร์ไซต์และรถยนต์ต่างก็เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น และหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ถือเป็นจุดที่ทั้งโลกเริ่มหันมาใช้นวัตกรรมเหล่านี้ในการสัญจรอย่างแพร่หลาย

บริษัทผู้ผลิตจักรยานจึงเริ่มหันเหทิศทางการผลิต โดยแบ่งพื้นที่โรงงานให้สำหรับยานพาหนะแบบใหม่ จึงทำให้จักรยานค่อยๆคลายความสำคัญลงไป ประกอบกับหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ระบบอุตสาหกรรมในทวีปเอเชียเจริญขึ้น แม้ในด้านคุณภาพนั้น จักรยานที่ผลิตในภูมิภาคนี้ยังคงเทียบกับทางยุโรปไม่ได้แต่ราคาต่างกันมาก นั่นจึงทำให้การส่งออกจักรยานจากยุโรปมาเอเชียจึงน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด

*อ้ายคนจนจ๋ำต้องทนปั่นรถถีบ* ถ้อยคำจากเพลงจักรยานคนจนของจรัญ มโนเพชร แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของจักรยานที่ลดลงได้อย่างชัดเจน จากผลกระทบที่เกิดขึ้นในอังกฤษ ในตอนต้นศตวรรษที่ 20 เริ่มทยอยปิดโรงงานจักรยานเพื่อลดค่าใช้จ่ายและปริมาณการผลิต ความเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้โรงงานราเลห์ที่น็อตติ้งแฮมปิดตัวลง ห้างร้านผู้แทนจำหน่ายจักรยานอังกฤษในเมืองไทยก็เริ่มปรับตัวรับความเปลี่ยนแปลง หาสินค้าอื่นมาเป็นรายได้หลักทดแทน ร้านจำหน่ายจักรยานในต่างจังหวัดยกอะไหล่ไปเก็บไว้หลังโกดัง และเปิดหน้าร้านเป็นโชว์รูมมอเตอร์ไซค์ หรือไม่ก็ขายจักรยานเสือผู้เขาให้เข้ากับยุคสมัยแทน ฉะนั้นเมื่อไม่มีผู้ขาย ไม่สามารถหาอะไหล่ได้ จักรยานจึงเป็นนวัตกรรมที่ค่อยๆหายไปจากถนน ภาพที่เห็นคือถูกทิ้งร้างไว้อยู่ในเล้าไก่ ถูกแขวนไว้หลังบ้าน ขายเป็นเศษเหล็ก ฯลฯ

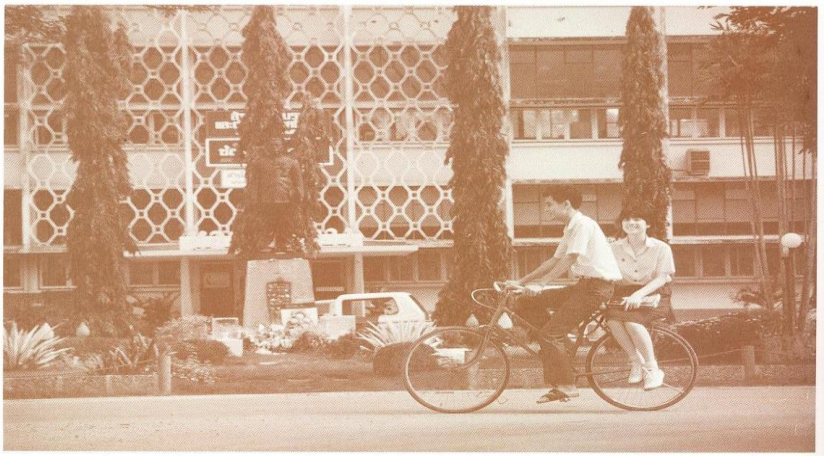
การปรับตัวที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลกระทบมาจากการที่รัฐในช่วงพ.ศ. 2500-2510 มุ่งที่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการสัญจรโดยเฉพาะทางหลวงเพื่อสอดรับกับการพัฒนาเมืองที่เกิดขึ้น โดยปัจจัยหลักนั้นก็เพื่อรองรับการสัญจรของรถยนต์

**ชุมชนจักรยานไทยกับแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก**

หากย้อนกลับไปมองจักรยานในฐานะนวัตกรรมที่ถูกใช้ในอดีตนั้น ภาพของนวัตกรรมที่ได้รับความนิยมจากคนกลุ่มหนึ่งในสังคมไทยยังคงปรากฏให้เห็นแม้ว่าจะมีกระแสของนวัตกรรมอย่างจักรยานยนต์และรถยนต์เข้ามา ดังตัวอย่างการขี่จักรยานในอดีตได้ที่รับความนิยมเป็นอย่างมากในสถาบันการศึกษาของไทย เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นต้น

*“จักรยานในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เริ่มเกิดขึ้นมาเมื่อใดนั้น ไม่มีหลักฐานอ้างอิงชิ้นไหนระบุไว้ แต่สันนิษฐานว่าคงจะมีมาพร้อมๆ กับการสถาปนามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เนื่องจากในสมัยก่อนมหาวิทยาลัยยังมีถนนภายในมหาวิทยาลัยไม่กี่เส้น อาคารต่างๆ ก็มีจำนวนน้อยและอยู่ห่างกันไม่มากเหมือนปัจจุบัน ดังนั้นการขี่จักรยานจึงถือว่าเป็นการเดินทางที่สะดวก ส่วนรถยนต์ยังมีน้อยเป็นของแปลก ของหรูหราฟุ่มเฟือย นิสิตคนใดขับรถมาเรียนมักถูกเขม่น น้องใหม่จึงไม่กล้าใช้รถยนต์เพราะขืนนำมาใช้ รุ่นพี่ก็จะเขม่นเอา ดีไม่ดีอาจถูกลองของได้ ซึ่งแตกต่างจากสมัยนี้มาก”*

(ฐานข้อมูลบูรพาจารย์, 2557)



*รูปภาพที่ 1 ภาพแสดงการขี่จักรยานที่ได้รับความนิยมในหมู่นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในอดีต*

*รูปภาพที่ 2 ภาพแสดงการขี่จักรยานที่ได้รับความนิยมในหมู่นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในอดีต*

ด้วยการกลับมาของนวัตกรรมจักรยานที่ถูกกลับมาใช้อีกครั้งในสังคมและยังคงมีกลุ่มคนในสังคมไทยที่ยังใช้นวัตกรรมนี้ตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ประกอบกับการปรับแปลงนวัตกรรมจักรยานให้สอดคล้องกับยุคสมัย ภาพของการใช้จักรยานอย่างแพร่หลายก็ได้กลับมาเป็นกระแสอีกครั้งในสังคมตัวอย่างจากข้อมูล ในงาน Bangkok Car Free Day 2013 ที่จัดขึ้นเพื่อเป็นการปั่นจักรยานรณรงค์เพื่อสร้างการระดมพลังจากกลุ่มผู้ใช้จักรยานในประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่ามีผู้เข่าร่วมกิจกรรมนี้กว่า 20,000 คนโดยตัวเลขนี้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมที่จัดขึ้นในปีที่ผ่านมาโดยมีผู้ร่วมกิจกรรมประมาณ 10,000 คน (http://www.bangkokcarfree.com/file/doc12.pdf)

โดยหากจะกล่าวตามทฤษฎีของการแพร่กระจายนวัตกรรมแล้วนั้นก็คือ นวัตกรรมที่ถูกถ่ายทอดซ้ำนั่นเอง ซึ่งเป็นการปรับแปลงให้เห็นว่านวัตกรรมชิ้นเดิมที่เคยถูกถ่ายทอดมาแล้วนั้นถูกปรับแปลงหรือถ่ายทอดซ้ำ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีคนกลุ่มหนึ่งในสังคมที่ยังยืนหยัดใช้จักรยานเพื่อการสัญจรและกิจกรรมต่างๆในชีวิตประจำวันจากอดีตจวบจนถึงปัจจุบัน

นวัตกรรมจักรยานกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในโลกตะวันตกสืบเนื่องจาก วิกฤตการณ์น้ำมัน (Oil crisis) ในช่วงทศวรรษที่ 1970 (อันเกิดมาจากการรวมกลุ่มโอเปคซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกน้ำมันนั้น ซึ่งส่งผลให้ราคาน้ำมันมีราคาแพงขึ้น) ทำให้ประเทศในยุโรปตะวันตกหันกลับมาให้ความสำคัญกับจักรยานอีกครั้งหนึ่ง ตัวอย่างหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือการที่ประชาชนในกรุงอัมสเตอร์ดัม ใช้รถจักรยานถึง 4 แสนกว่าคัน จากจำนวนประชากร ของเมือง 7 แสนคน (2534) และในปัจจุบันตัวเลขผู้ใช้จักรยานก็ยังคงเพิ่มสูงขึ้นถึง 6 แสนคัน จากประชากร 7.5 แสนคน (2554) (Chlorophyll, 2555)

ปัจจุบันนับว่าจักรยานได้รับความนิยมที่เพิ่มขึ้นและในหลายประเทศรณรงค์ ให้เกิดการใช้จักรยานอย่างจริงจัง ในเนเธอร์แลนด์ มีการรณรงค์ การเป็นจักรยาน Bike city of the World ใน

เมืองโบโกตาโคลัมเบีย รัฐมีการรณรงค์ให้ทุกวันอาทิตย์เป็นวันที่ประชาชนจะขี่จักรยานในการสัญจร ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในโลกเป็นสิ่งที่เน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของการขี่จักรยานอย่างชัดเจน

สำหรับปัจจุบัน จักรยานมีนวัตรรมการปรับขนาดทำให้มีหลายรูปแบบ ทั้งแบบที่เบาพกพาได้ และมีหลายรูปแบบที่เหมาะสมกับการใช้งานที่หลากหลายเป็นการสร้างทางเลือกที่สอดรับกับความต้องการของผู้ใช้ในแต่ละรูปแบบ(Thaimtb, 2555) ได้แก่

- **Road Bicycle** จักรยานที่ออกแบบมาให้ขับขี่บนท้องถนน คุ้นหูกันในชื่อเสือหมอบ บ้างเปรียบเปรยว่าเป็นประหนึ่งรถสปอร์ต แรงและเร็วในทางเรียบ แบ่งออกได้หลายประเภท เช่น

Touring Bicycle จักรยานสำหรับปั่นท่องเที่ยว ในระยะทางไกลๆ ตามชนบท มีที่เก็บสัมภาระอย่างเป็นระบบ สะดวกสบายและคงทน ท่านั่งไม่ต้องโค้งตัวงอเข่ามากนัก ทำให้สามารถปั่นได้นานๆ ไม่เมื่อย

Hybrid Bicycle จักรยานลูกผสมระหว่างเสือภูเขาและจักรยานท่องเที่ยว เฟรมเบา ปั่นง่ายสบาย จะขับขี่ในเมืองหรือปั่นเที่ยวก็ได้

- **Mountain Bicycle** จักรยานเสือภูเขา มีเฟรมและล้อคงทน เหมาะกับสภาพเส้นทางที่สมบุกสมบัน เหมือนรถโฟร์วีล ลัดเลาะตามป่าตามเขาได้ดี เหมาะกับการปั่นแบบโลดโผนโจนทะยานในแทบทุกสภาพพื้นผิว รวมถึงการปั่นแบบออฟโรด เพราะยางล้อหน้ากว้างมีดอกใหญ่และลึก โดยมากหรือเกือบทั้งหมดจะมีล้อขนาด26 นิ้ว โดยปกติมีตั้งแต่ 16-28 เกียร์

- **Racing Bicycle** จักรยานที่ถูกออกแบบมาสำหรับการแข่งขันโดยเฉพาะ เฟรมมีน้ำหนักเบาและมีแอคเซสซอรี่น้อย เพื่อไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการทำเวลา

- **BMX** จักรยานคันเล็กแต่ประสิทธิภาพเกินตัว สำหรับขี่ผาดโผน โดยล้อมีขนาดเล็กเป็นพิเศษ ส่วนใหญ่ใช้ในการแข่งขันกีฬาประเภทเอ็กซ์ตรีม ไม่เหมาะกับนำมาปั่นทั่วไป เนื่องจากรูปทรงที่เตี้ยอาจทำให้ปวดเมื่อยบริเวณหัวเข่าได้

**อุตสาหกรรมจักรยานในไทย**

สำหรับในประเทศไทย หลังจากปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมาโรงงานอุตสาหรรมที่ผลิตจักรยานมีจำนวนมากขึ้น และได้รวมตัวกันก่อตั้งสมาคมส่งเสริมจักรยานขึ้นในปี พ.ศ. 2522 โดยมีสมาชิกถึง 113 โรงงานสามารถผลิตจักรยานมากกว่า 130 ยี่ห้อ และในอีก 5 ปีต่อมามาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสำหรับจักรยานก็ได้ถูกกำหนดขึ้น

จากการสำรวจค้นคว้านั้นพบว่าในยุคแรกเริ่มนั้นการผลิตจักรยานในไทยจะเน้นไปที่การเป็นแหล่งผลิตเพื่อการส่งออกบริษัท บางกอกไซเคิ้ล อินดัสเตรียลนั้น ถือได้ว่าเป็นตัวอย่างหนึ่งของช่วงบุกเบิก โดยก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2531 ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 60 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจ ผลิตจักรยานเพื่อการส่งออกภายใต้เครื่องหมายการค้าของลูกค้า (OEM) ต่อมาในปี พ.ศ. 2541บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจด้วยการจัดตั้ง บริษัท แอล เอ ไบซิเคิ้ล (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผลิต และจำหน่ายสินค้าจักรยาน ภายใต้แบรนด์ “LA Bicycle” สำหรับตลาดในประเทศ และต่างประเทศ (Thaimtb, 2555)

สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตจักรยานเพื่อใช้ในไทยนั้นยังถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ขนาดเล็ก โดยผู้ผลิตนั้นมีเพียงไม่กี่ราย (Thaimtb, 2555) ได้แก่

- บริษัท แอล เอ ไบซิเคิ้ล (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตผลิตในประเทศ จักรยาน LA
- บริษัท สยาม ไซเคิ้ล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้ผลิตในประเทศ : จักรยาน Turbo
- บริษัท วิคตอรี่ ไซเคิล จำกัด ผู้ผลิตในประเทศ : จักรยาน Marawuti
- บริษัท อุตสาหกรรมจักรยานไทย จำกัด ผู้ผลิตในประเทศ : จักรยาน Pheasant(เฟสสัน)

และตัวเลขรายรับของอุตสาหกรรมนี้อาจยังไม่สูงมากนักหากเปรียบเทียบกับการผลิตจักรยานยนต์และรถยนต์ ดังอ้างอิงจากตัวเลขรายได้รวมธุรกิจจักรยานของบริษัทแอล เอ ไบซิเคิ้ล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้ที่เป็นเจ้าใหญ่ในตลาดการผลิตในประเทศนั้นพบว่า แต่ละปีมียอดรายได้ประมาณ 2,500-2,800 ล้านบาท ยอดผลิต 200,000 คันต่อปี อัตราการเติบโตปีละ 20%.โดยตัวเลขเหล่านี้แทบเทียบไม่ได้เลยกับอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์เพื่อใช้ในประเทศที่มีจำนวนถึง 1.5 ล้านคันต่อปีและมีอัตราการเติบโตปีละ 80-100% (Thaipost, 2555) และ (BK Magazine, 2555)

วิโรจน์ ศรีสุรภานนท์ และคณะ (2546) ได้กล่าวถึงเหตุผลหลายประการเกี่ยวกับการที่จักรยานควรได้รับการสนับสนุนและผลักดันได้แก่

การเข้าถึงตรง (Direct Access) เนื่องจากการใช้จักรยานมีลักษณะแบบ door to door service เพราะจักรยานมีข้อได้เปรียบ เพราะมีขนาดเล็กและน้ำหนักเบา ทั้งสามารถใช้เป็นยานพาหนะส่วนตัวในการเดินทางได้ไกลกว่าการเดิน และเหมาะที่จะใช้ในการเดินทางเพื่อเชื่อมโยงต่อระบบขนส่งสาธารณะ

การใช้พลังงานน้อย (Low Energy Consumption) การใช้จักรยานเพื่อการเดินทางเป็นการใช้พลังงานที่น้อย เป็นวิธีประหยัดพลังงานที่มากที่สุดเมื่อเทียบกับการเดินหรือใช้รถยนต์เป็นพาหนะ จักรยานมีน้ำหนัก 20 ถึง 30 lb ขณะที่รถยนต์มีน้ำหนัก 2,000 ถึง 3,000 lb

ปราศจากมลภาวะ (Absence of Pollution) การใช้จักรยานไม่ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียง ซึ่งต่างจากรถที่ใช้เครื่องยนต์ และใช้เพียงเสียงกริ่งเท่านั้นในการเตือนภัยระหว่างการขับขี่

การออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Healthful Exercise) เหมาะสำหรับสังคมที่มีกลุ่มคนที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือต้องการบริหารร่างกายตอนเช้าก่อนทำงาน

ใช้พื้นที่ในการขี่น้อย (Space Conservation) ขณะที่การจอดจักรยานใช้พื้นที่คันละประมาณ 2 ตารางเมตร และขณะขับขี่ก็จะใช้ประมาณ 5 ตารางเมตร ซึ่งต่างจากรถยนต์ที่ต้องใช้สูงถึง 25 และ 55 ตารางเมตร หากมีคนที่ใช้รถยนต์ในปัจจุบันเปลี่ยนมาใช้จักรยานสัก 5 % ก็จะช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรได้

ค่าใช้จ่ายน้อย (Low Private Expense) ราคาจักรยานในปัจจุบันไม่ได้มีราคาแพงมากนัก และอาจมีค่าใช้จ่ายกับอุปกรณ์เสริมบ้าง เช่นหมวก สำหรับจักรยานที่มีความเร็วสูง

การลงทุนสาธารณะที่ไม่แพง (Low Public Investment) สำหรับถนนที่มีเขตทางเพียงพอและมีการเตรียมช่องสำหรับจักรยานเผื่อไว้ ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้แก่ การทำทางลาด ทาสีแบ่งช่อง ติดป้ายจราจร หรืออาจทำที่พักริมทาง สิ่งสำคัญต้องให้ผิวทางเรียบ สามารถขับขี่ได้อย่างต่อเนื่องและปลอดภัย มีที่เก็บหรือที่จอดปลายทาง บางประเทศได้มีการเตรียมสถานที่เปลี่ยนเสื้อผ้า มีจุดอาบน้ำ เพื่อให้ผู้ใช้จักรยานเกิดความสะดวก จะเป็นการช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้จักรยานมากขึ้น

นโยบายสาธารณะเกี่ยวกับจักรยานนั้นจึงมีให้เห็นโดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการวางแผนที่มีลักษณะมาจากบนสู่ล่าง (Top-down) โดยรัฐเป็นผู้วางกรอบในการดำเนินไว้และดำเนินงานเพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนซึ่งเนื้อหาหลักจะประกอบไปด้วย การลดความสำคัญของการใช้รถยนต์ลง (Bernhoft, 1999) การส่งเสริมบทบาทของการเดินทางโดยการใช้จักรยานและทางเท้าให้มากขึ้น (Yamakawa, 1999) การพัฒนาศักยภาพของการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ(Tawari, 1999) (Pendakar, 1999) การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการใช้จักรยาน (Yamakawa, 1999)

นโยบายที่ส่งเสริมการใช้จักรยานในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งยุโรปและอเมริกา ญี่ปุ่น และ ออสเตรเลียต่างมีจุดเด่นและมีความน่าสนใจดังตารางด้านล่าง

*ตารางที่ 1 ตารางแสดงนโยบายส่งเสริมการใช้จักรยานในประเทศต่างๆ*

| ประเทศ | นโยบาย |
|---|---|
| ออสเตรเลีย | วางแผนเพื่อให้มีการใช้จักรยานเพิ่มมากขึ้นเป็น 2 เท่าในปี 2004 โดยจะพัฒนาโครงข่ายจักรยาน สิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มความปลอดภัยในการขี่จักรยานให้มากขึ้น |
| ชิลี(ซานติอาโก) | ได้งบประมาณจาก Global Environment Facility เพื่อสร้างทางจักรยานต้นแบบระยะทาง 30-40 กิโลเมตร และจะเพิ่มเป็นระยะทาง 1,000 กิโลเมตรในอีก 10 ปีข้างหน้า |
| โคลัมเบีย(โบโกตา) | มีทางจักรยานยาว 300 กิโลเมตร และมีมาตรการห้ามรถยนต์เข้าถนนสายหลักในตัวเมืองเป็นระยะทางรวม 120 กิโลเมตร ในวันอาทิตย์และวันหยุด และจะมีมาตรการห้ามรถยนต์วิ่งในช่วงชั่วโมงเร่งด่วนในอีก 12 ปี |
| ฝรั่งเศส | กระทรวงสิ่งแวดล้อมและกระทรวงคมนาคมได้ร่วมกันกำหนดแผนจักรยานแห่งชาติขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2537 และจัดงบประมาณ 2 ล้านดอลลาร์ เพื่อลงทุนจักรยานถึง 10 โครงการโดยใช้ต้นแบบจากเนเธอร์แลนด์ |
| เยอรมัน | มีทางจักรยานกว่า 31,000 กิโลเมตร |
| ญี่ปุ่น (โตเกียว) | ต้นทุนการครอบครองรถยนต์สูง ได้แก่ ภาษีน้ำมันจะสูงกว่าของอเมริกาถึง 2 เท่าตัว ค่าภาษีรถยนต์ และค่าตรวจสภาพรถจะตกเฉลี่ยปีละ 2,000 ดอลลาร์ |
| ญี่ปุ่น(นาโกยา) | มีการช่วยเหลือจากนายจ้างสำหรับผู้เดินทางโดยจักรยานเป็นสองเท่า และลดเงินช่วยเหลือสำหรับผู้เดินทางโดยรถยนต์ลงครึ่งหนึ่ง |
| เนเธอร์แลนด์ | เป็นประเทศที่มีนโยบายจักรยานแห่งชาติ ในปัจจุบันมีทางจักรยานเกือบ 19,000 กิโลเมตร |
| เปรู(ลิม่า) | เปิดโอกาสให้ครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกู้เงินซื้อจักรยาน เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการเดินทางโดนจักรยานมากขึ้น โดยตั้งเป้าหมายว่าจะมีผู้ใช้จักรยานเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2 ในปี 2538 เป็นร้อยละ 10 และมีการสร้างทางจักรยานมากกว่า 60 กิโลเมตร ขนานไปกับถนนสายหลัก |
| อเมริกา | ได้จัดสรรงบประมาณเกือบ 3 พันล้านดอลลาร์ เพื่อลงทุนโครงการจักรยานและคนเดินเท้าระหว่างปี 2541-2546 ภายใต้ Transportation Equity Act for the 21st Century |

ที่มา: (Mozer, 2003)

แม้ว่า 30 ปีที่ผ่านมา อ้างถึงใน ธเนศวร์ เจริญเมือง (2539) ได้เสนอแนะของการค่อยๆทำให้จักรยานเลือนหายไปจากสังคมไทยดังนี้ ซึ่งนับตั้งแต่ช่วง 30 ปีที่ผ่านมา มีปัจจัย 3 ด้านที่ทำให้จักรยานค่อยๆหายไปจากท้องถนนเกือบทั้งสิ้นในสังคมไทย กล่าวคือ

1.ระบบการผลิตที่ขาดความเป็นอิสระ ต้องพึ่งพิงและถูกกำหนดโดยระบบการผลิตของประเทศที่พัฒนาแล้ว (Dependent production system) สังคมไทยขาดการพัฒนาอุตสาหกรรมของตนเองอย่างจริงจังเพื่อการบริโภคของคนในประเทศ กลายเป็นสังคมนำเข้าสินค้าจากตะวันตก คนไทยใช้สินค้าและนิยมใช้สินค้านำเข้าตั้งแต่หัวจรดเท้า สินค้านำเข้าก็มีราคาแพงแต่ก็เป็นที่นิยมทั่วไป ใครใช้ก็ถือว่ามีรสนิยมสูง รายได้ดี ใครไม่ใช้ก็ต่ำต้อย ถูกดูหมิ่นดูแคลน ดังนั้นคนจึงหันไปนิยมรถยนต์และจักรยานยนต์มากกว่าจักรยาน

2.ระบบการคมนาคมของไทยขาดความเป็นอิสระ แต่ถูกกำหนดโดยระบบการผลิตและการหากำไรของประเทศที่เจริญแล้ว (Dependent transportation system) สังคมไทยใช้รถยนต์นำเข้ามาก ไม่มีรถไฟวิ่งบริการภายในแต่ละเมือง รถประจำทางมีจำนวนจำกัด แต่ละประเทศที่ส่งรถยนต์เข้ามาขายในไทยกลับใช้รถไฟ รถบัสและรถจักรยานอย่างมากมายภายในเขตเมือง ดังนั้นจึงทำให้การ

3.ระบบค่านิยมที่เน้นฐานะตำแหน่ง ไม่ถือว่าคนเราเกิดมามีศักดิ์ศรีเท่ากัน ของใช้แต่ละอย่างมีคุณค่าเหมือนกัน ทำให้สังคมไทยถือว่ารถยนต์เป็นของคนชั้นสูง มีฐานะดี รถจักรยานเป็นของคนจนไม่มีเกียรติ จักรยานจึงถูกทิ้งขว้าง คนมีจักรยานยนต์หรือปิ๊คอัพก็ขวนขวายหาเงินซื้อรถยนต์ คนมีรถยนต์ก็ขวนขวายหาซื้อรถยนต์ราคาแพง สังคมไทยจึงกลายเป็นสังคมรถยนต์ที่กำลังเผชิญปัญหาต่างๆที่นับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น

ขณะที่ประเทศอื่นๆมีระบบขนส่งมวลชนที่เข้มแข็ง ไม่ว่าจะเป็นรถไฟทั้งบนดินและใต้ดิน รถบัสและรถราง ประเทศไทยกลับไม่มีรถไฟบริการในแต่ละเมือง มีระบบรถไฟระหว่างเมืองที่ล้าหลังและแต่ละเมืองมีระบบขนส่งมวลชนที่ด้อยประสิทธิภาพ และด้วยค่านิยมการเน้นฐานะและตำแหน่งกลับกลายเป็นการผลักจักรยานให้กลายเป็นของที่ถูกมองว่าต่ำต้อย เชื่องช้า ไม่ทันสมัย และกีดขวางการจราจร จึงเป็นหนึ่งแรงที่ชี้ให้เห็นว่า พลังของสังคมไทยที่จะผลักดันให้คนไทยหันไปใช้จักรยานจึงมีน้อย ตลอดจนพลังในการผลักดันให้มีการปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนด้วยเช่นกัน

จากสภาพที่กล่าวมาข้างต้นทำให้สังคมไทยประสบวิกฤตรอบด้านคือ (ธเนศวร์ เจริญเมือง, 2539)

1. วิกฤตการจราจร ทุกเมืองในสังคมไทยกำลังประสบปัญหารถติดอย่างหนัก เนื่องจากแต่ละเมืองขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดี รถยนต์ส่วนตัวมีมากเกินไป ไม่มีคนใช้จักรยาน ไม่มีคนเดินเท้า
2. วิกฤตสุขภาพ การสูดควันเสียจากรถยนต์ ฝุ่นควันจากระบบการจราจรที่แออัด มลภาวาวะทั้งจากอากาศและเสียง เป็นเหตุให้ร่างกายทรุดเสื่อมลง
3. วิกฤตคุณภาพชีวิต ร่างกายที่เสื่อมทรุด รถติด อากาศเสีย ทำให้คนหงุดหงิด คนไม่ได้ออกกำลังกาย

4. วิกฤตสังคม เมื่อคนอยู่แต่ในรถ จึงไม่มีคนเดิน ไม่มีคนขี่จักรยาน คนห่างเหินจากสิ่งแวดล้อม ไม่ค่อยรู้จักชุมชนตัวเอง คนแต่ละคนไม่ค่อยรู้จักกัน ชุมชนจึงอ่อนแอ ไม่มีพลังตรวจสอบสิ่งบกพร่องต่างๆ สภาพของครอบครัวก็ห่างเหินกัน แต่ละครอบครัวสูญเสียค่าใช้จ่ายเกินฐานะ แข่งกันมียวดยานราคาแพง สังคมเห็นแก่ตัวแก่งแย่งกัน เพื่อหาเงินและสร้างฐานะ เกิดความต้องการที่เกินตัว
5. วิกฤตของชาติ การเผาผลาญน้ำมันเชื้อเพลิง การสูญเสียดุลการค้า การขยายถนนเพื่อรองรับรถยนต์ การตัดต้นไม้ ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย ส่งผลต่ออากาศทำให้ร้อนอบอ้าว การใช้หินทรายในการสร้างถนน ฯลฯ

จากวิกฤตต่างๆที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าเป็นวิกฤตลูกโซ่ที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องกันเป็นขั้นๆ และไม่เป็นผลดีต่อประเทศในระยะยาว ซึ่งจักรยานนั้นในปัจจุบันก็ถูกหยิบยกมาเป็นการแก้ไขปัญหา ซึ่งหากเปรียบเทียบกับรถยนต์ จะพบว่า จักรยานมีข้อได้เปรียบและมีคุณประโยชน์มากกว่าดังต่อไปนี้

1. จักรยานมีความปลอดภัยกว่า ทั้งต่อตัวผู้ขับขี่และคนข้างเคียง แต่ละปีรถยนต์ทำให้เกิดอุบัติเหตุมีคนเสียชีวิตเกิน 250,000 คนและบาดเจ็บเกิน 10 ล้านคน ทำให้ต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล สูญเสียทรัพยากรที่มีคุณค่าที่ประเมินค่าไม่ได้
2. จักรยานไม่ใช้น้ำมัน เป็นการช่วยประหยัดทรัพยากรและพลังงานของโลก ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้ขับขี่ และเป็นการเดินทางที่ใช้พลังงานน้อยที่สุด
3. จักรยานเป็นเทคโนโลยีที่สะอาด ไม่สร้างมลพิษเหมือนกับรถยนต์ ไม่เป็นพิษภัยต่อสิ่งแวดล้อม
4. จักรยานกินพื้นที่น้อยกว่า รถยนต์หนึ่งคันโดยเฉลี่ยครองพื้นที่บนถนนที่สามารถจอดจักรยานได้ถึง 8 คัน
5. จักรยานช่วยแก้ปัญหารถติด ปัญหารถติดมีหลายสาเหตุแต่ที่สำคัญที่สุดก็คือมีรถยนต์มากเกินไป ขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดี ฉะนั้นยิ่งในประเทศที่อาจไม่ได้มีความพร้อมในการปรับปรุงระบบขนส่ง การใช้จักรยานจึงเป็นทางเลือกที่พอจะเป็นไปได้
6. จักรยานช่วยให้ผู้ขับขี่ได้ออกกำลังกายเป็นผลดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้ขับขี่ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นผลดีต่อร่างกายและจิตใจ
7. จักรยานทำให้สังคมเห็นคุณค่าของชุมชน ทำให้ได้เห็นปัญหาของชุมชนอย่างใกล้ชิด เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดของคนในชุมชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

8. จักรยานไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ซับซ้อน ใช้ต้นทุนในการผลิตที่ไม่ซับซ้อน ช่วยในการหลุดพ้นการเป็นทาสทางเศรษฐกิจของชาติได้

สำหรับ ประเทศไทยนั้น การกลับมามีชีวิตชีวาของท้องถนนในกรุงเทพ กลับมาอีกครั้ง ใน 2-3 ปีมานี้ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มผู้ทำงานในเมือง เริ่มหันมาใช้จักรยานกันมากขึ้น นวัตกรรมและการแพร่กระจายแนวคิดที่เกี่ยวกับจักรยานกลับมาสู่สังคมไทยอีกครั้ง การเกิดขึ้นของชุมชนชมรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับจักรยานกลับมาเริ่มเคลื่อนไหวอีกครั้งเพื่อจักรยานที่ตนรัก จึงไม่น่าแปลกใจที่จะเห็นปรากฏการณ์ ของชมรม ชุมชนจักรยานต่างๆ อาทิ การเคลื่อนไหวของชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย ที่เริ่มมีการจับมือกับบางหน่วยงานในการขับเคลื่อนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน อาทิ การจับมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในการเอื้อเฟื้อข้อมูลในการผลิตสารคดีเผยแพร่ เช่น รายการไบก์ซิเคิลไดอารี่ รายการมาปั่นให้โลกเปลี่ยน รายการ Human Ride ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ยิ่งไปกว่านั้นเริ่มมีสื่ออย่างหนังสือ A day และ Human Ride ที่สนใจในการผลิตและนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับจักรยาน ซึ่งได้พยายามเผยแพร่นำเสนอ “เรื่องราว” ของ กลุ่มคนในสาขาอาชีพต่างๆที่ปั่นจักรยาน และอยู่ในบริบทและพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป

การเกิดขึ้นของชุมชนจึงก่อตัวทีละนิด จากทั้งระดับปัจเจก อาทิตัวอย่าง ของชมรมหนูรักจักรยาน จังหวัดลำพูน ที่เป็นการริเริ่มในระดับปัจเจก ไปจนถึงการริเริ่มในลักษณะกลุ่ม อาทิ Alley Cyclist และ Bike Packing Thailand กรุงเทพ กลุ่ม Street Fighter และซอยตันหรรษา เชียงใหม่ที่เป็นการรวมตัวกันของวัยรุ่น เป็นต้น หรือภาพของเครือข่ายใหญ่ อย่าง เครือข่ายจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่ ที่มีชมรมย่อยในเครือข่ายกว่า 20 ชมรม และมีสมาชิกในภาพรวมกว่า 1,500 คน ยิ่งไปกว่านั้นยังมีการนำจักรยานมาเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ ธุรกิจไบก์เซนเจอร์ BikeXenger ที่รับบริการในรับส่งของ เอกสารในกรุงเทพ ผ่านการปั่นจักรยาน ธุรกิจถือได้ว่าทำเงินในระดับที่เลี้ยงตัวได้ โดยได้รายได้ 500-1,000 บาทต่อวัน อีกทั้งการรณรงค์ผลักดันนโยบายจักรยานในประเทศไทย อาทิ ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย (TCC) สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย (TCHA) และ โครงการรณรงค์จักรยานกรุงเทพ Bangkok Bicycle Campaign

ผลพวงที่สำคัญที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสมมติฐานที่สำคัญคือการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและอานุภาพที่สำคัญของปัจเจกบุคคลผู้มีความเบี่ยงเบนออกไปจากกลุ่มคนปกติ ดังที่มีนักวิชาการหลายๆท่านเริ่มได้ตั้งข้อสังเกตกับปรากฏการณ์ของสื่อใหม่ อาทิ Zoller and Kline (2008) Morris (2004) และ Servaes (1996) ซึ่งได้กล่าวว่าสื่อกระแสหลักได้ลดบทบาทลงในการเป็นเครื่องมือในการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Garrett (2006) ที่ได้กล่าวว่ากระแสของสื่อใหม่ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการกลยุทธ์ในการสื่อสารรณรงค์โดยกล่าวว่ามาจากปัจจัย 3 ประการได้แก่ 1) สื่อใหม่นั้นมีความง่ายต่อการเข้าถึง 2)สื่อใหม่นั้นมีต้นทุนต่ำ 3) สื่อใหม่มีคุณสมบัติในการสร้างสรรค์ชุมชน

จึงปฏิเสธไม่ได้เลยว่าปัจจุบันสื่อใหม่ได้เข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันและเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง และแน่นอนว่าในประเทศไทยก็ถือว่ามีอัตราการใช้สื่อใหม่ที่สูงมาก โดยจากข้อมูลล่าสุด (National Electronics and Computer Center, 2013)นั้นประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ต 23,846,315 คน ยิ่งไปกว่านั้นยังมีผู้ที่ใช้ในอัตราที่สูงมากในเอเชีย โดยมีอัตราการใช้ 93.8% (National Electronics and Computer Center, 2013)ประกอบกับข้อมูลจากเว็บไซต์จัดอันดับผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ที่ชื่อ www.socialbakers.com (2013) ได้ให้ข้อมูลว่ากรุงเทพฯเป็นเมืองที่มีจำนวนผู้ใช้ Facebook สูงที่สุดในโลกมากที่สุดโดยมีจำนวน 8,682,940 คน

ด้วยการกลับมาได้รับความนิยมของนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานที่ถูกแพร่กระจายอีกครั้งในสังคมไทยและด้วยบทบาทของสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในการช่วยแพร่กระจายข้อมูลหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับจักรยานให้มีความแพร่หลายมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ภาพของ “นวัตกรท้องถิ่น” หรือกลุ่มคนที่ยืนหยัดใช้จักรยานจากอดีตมาจวบจนถึงปัจจุบันปรากฏขึ้นอย่างแจ่มชัดในสังคมไทยอีกครั้ง โดยกลุ่มคนที่ยืนหยัดในการปั่นจักรยานนั้นจึงเปรียบเสมือนกลุ่มคนที่ทำสิ่งที่สังคมอาจมองว่า “แปลก”หรือ “แตกต่าง”ออกไปจากคนหมู่มาก แต่ด้วยสิ่งที่เขาเหล่านั้นได้กระทำกลับกลายเป็นการแก้ไขปัญหาการสัญจรในสังคมไทยที่ประสบอยู่ได้อย่างเป็นผล กลุ่มคนเหล่านี้คือกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกผู้เชี่ยวชาญในสังคมหรือชุมชนที่นำเอาภูมิปัญญาชุมชนมาปรับประยุกต์ใช้ (A. Singhal, 2011) ซึ่งเป็นผู้นำเอานวัตกรรมจักรยานมาปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันในมิติต่างๆและคอยเผยแพร่แนวคิดที่เกี่ยวกับจักรยานให้กระจายไปในวงกว้าง เขาเหล่านี้แฝงตัวอยู่ในสังคมโดยกระจายอยู่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในสังคมไทย

อย่างไรก็ดีในแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่ได้ทำการศึกษาผ่านมานั้นยังมิได้ทำการศึกษาในระดับของนวัตกรที่ผลักดันนโยบายที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จเป็นรูปธรรมอีกทั้งยังมิได้ทำการศึกษาในบริบทของชุมชนเมืองอันส่งผลให้เกิดเป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงประจักษ์ ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงได้นำเอาแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกมาเป็นกรอบการวิจัยโดยได้ทำการศึกษาเพื่อให้เห็นบริบทที่เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงประจกษ์ผ่านนวัตกรท้องถิ่นทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเพื่อให้เห็นความภาพที่เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะในระดับชาติอีกทั้งเห็นการก่อขบวนในระดับท้องถิ่น

ปรากฏการณ์ที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้นำมาสู่ข้อคำถามของงานวิจัยชิ้นนี้ที่สื่อมวลชนและสื่อใหม่น่าจะมีบทบาทในการช่วยในการแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกและแพร่ขยายเรื่องราวของพวกเขาเหล่านั้น และอีกในทางหนึ่งก็เป็นการต่อเติมรากฐานแนวคิด

ทฤษฎีความเบี่ยงเบนเชิงบวกให้มีรากฐานทางทฤษฎีที่มั่นคงขึ้นภายใต้บริบทที่ยังไม่เคยได้รับการศึกษามาก่อนนั่นคือชุมชนเมืองและการใช้สื่อใหม่ในฐานะเป็นเครื่องมือการสื่อสาร โดยกรอบของการพิจารณาศึกษาจะพิจารณาจากการวางวาระการสื่อสารของกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร และมีส่วนช่วยในการผลักดันให้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะอย่างไร

**ปัญหานำวิจัย**

**ปัญหานำการวิจัยที่1:**

คุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยเป็นอย่างไร

**ปัญหานำการวิจัยที่2:**

สื่อมวลชนและสื่อใหม่มีบทบาทอย่างไรในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ

**ปัญหานำการวิจัยที่3:**

เรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะอย่างไร

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย
2. เพื่อค้นหาบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ที่มีต่อการแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ

**นิยามศัพท์ปฏิบัติการ**

**ความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance)** หมายถึง แนวคิดที่มีข้อเสนอว่าในทุกๆชุมชนมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนหรือผิดแปลกออกไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ โดยพฤติกรรมของกลุ่มคนเหล่านี้อาจไม่ได้เป็นไปตามลักษณะทั่วไปที่คนในสังคมกระทำ แต่สามารถแก้ไขปัญหาที่สังคมส่วนใหญ่ประสบได้

**กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก(Positive Deviant)** หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนหรือผิดแปลกออกไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ พฤติกรรมที่ผิดแปลกเหล่านี้ เป็นพฤติกรรมเชิงบวก เพราะ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ ในขณะที่กลุ่มคนส่วนใหญ่ในสังคมไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ อาทิการจับปูและกุ้งตัวเล็กผสมกับมันบดเพื่อให้เด็กเล็กรับประทานในเวียดนาม เป็นต้น โดยในการศึกษาวิจัยชิ้นนี้ กำหนดให้กลุ่มที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเป็นผู้ที่ขี่จักรยานในชีวิตประจำวันและใช้ในการสัญจรจากอดีตจวบจนปัจจุบัน และมีการรวมกลุ่มเพื่อสื่อสาร ซึ่งถือว่าพฤติกรรมเหล่านี้เป็นพฤติกรรมที่คนส่วนใหญ่ในสังคมไม่ได้ประพฤติปฏิบัติ

**ชุมชนจักรยาน** หมายถึง กลุ่มคนที่มีการรวมตัวกัน มีจุดประสงค์ร่วมกันในการเรียนรู้ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับจักรยาน ในประเด็นต่างๆ ในพื้นที่ของตนเอง และมีการแพร่กระจายแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับจักรยานไปยังกลุ่มคนอื่นๆเพื่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการสัญจรจักรยานไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงระดับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน

**จักรยาน** หมายถึง ยานพาหนะที่อาศัยสองเท้าของคนในการถีบ มีรูปแบบของการใช้ล้อในการขับเคลื่อน จักรยานในที่นี้รวมถึงจักรยานทุกรูปแบบทั้งแบบจักรยานที่ออกแบบมาให้ขับขี่บนท้องถนน เสือหมอบ จักรยานเสือภูเขา จักรยานที่ใช้ในการแข่งขัน จักรยานพับได้ จักรยานผาดโผน

**รูปแบบการสื่อสาร** หมายถึง วิธีการพูดคุย เจรจา หารือ แลกเปลี่ยนและรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้ขี่จักรยาน รวมทั้งประชาชน รัฐบาล อาทิ ประเด็นการสร้างทางสำหรับจักรยาน เป็นต้น

**คุณลักษะทางการสื่อสาร** หมายถึง รูปแบบทางการสื่อสารของบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่มีลักษณะทั้งทางการสื่อสารทั้งทางอวัจนภาษา และวัจนภาษา ตลอดไปจนรูปแบบการสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษระทางการสื่อสารที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อไปยังผู้รับสาร

**บทบาททางการสื่อสาร** หมายถึง หน้าที่ อิทธิพล และความสามารถที่การสื่อสารเข้าไปทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

**สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ถูกนำมามาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุมกลุ่ม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ เป็นต้น

**สื่อกิจกรรม** หมายถึง กิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร มีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น

**สื่อมวลชน** หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผูสงสารไปสูผูรับสาร ซึ่งประกอบดวย คนจำนวนมากได อยางรวดเร็วภายในเวลาเดียวกันหรือในเวลาที่ ใกลเคียงกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

**สื่อใหม่ (New media)** หมายถึง สื่อในรูปแบบใหม่ ที่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประกอบการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารนั้นทันสมัยยิ่งขึ้น และไม่จำกัดอยู่ในวงแคบอีกต่อไป ทำให้การกระจายข่าวสารเป็นไปได้ทุกทิศ เป็นสื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อกมาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น

**สื่อสังคมออนไลน์ (Social network)** หมายถึง สื่อหรือช่องทางในการติดต่อในลักษณะของการสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อใหม่ (New media) ที่บุคคลทั่วไปสามารถนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองออกสู่สาธารณะโดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ ในปัจจุบันมีแหล่งให้บริการเครือข่ายทางสังคมเกิดขึ้นบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus, MySpace, YouTube, Blog, Wiki, Instagram รวมทั้งเว็บไซต์ต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่เปิดให้บริการ file sharing, photo sharing, video sharing และกระดานข่าว (webboard) เป็นต้น

**เครือข่ายการสื่อสาร** หมายถึง ระบบการแพร่กระจายข้อมูลของสมาชิกในกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์กัน

**การจัดการ** หมายถึง การดำเนินของกลุ่มในการร่วมกันพัฒนา หารือ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสนับสนุน แก้ไข หรือต่อรอง ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน

**การมีส่วนร่วม** หมายถึง กิจกรรมที่คนในสังคมกลุ่มรวมกันเพื่อแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจ ดำเนินการแก้ไขปัญหา รับผลประโยชน์ และประเมินผลกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มและสังคมร่วมกัน โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาสังคมต่อไป

**การเสริมพลังความสามารถ (Empowerment)** หมายถึง การหนุนเสริมและเพิ่มเติมสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อสื่อบุคคลที่เป็นผู้ขับขี่จักรยาน เพื่อเอื้อต่อการทำงานในเชิงเครือข่าย เช่น การเสริมความรู้ด้านการสื่อสาร ทักษะการสื่อสาร วิธีการทำงาน การจัดประชุมเสวนา เป็นต้น

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1.ได้รับชุดข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวกับการแพร่กระจายแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกเกี่ยวกับชุมชนจักรยานในประเทศไทย

2. ข้อเสนอต่อภาครัฐและประชาสังคม

# บทที่ 2

# การทบทวนวรรณกรรม

ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมในหัวข้อสำคัญต่างๆที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่

1. กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
    1.1 กระบวนทัศน์หลัก (Dominant paradigm)
    1.2 กระบวนทัศน์แห่งการพึ่งพา (Dependency paradigm)
    1.3 กระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative paradigm)
        1.3.1 แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive deviance)
2. แนวคิดเกี่ยวกับกฎคนพิเศษ (Law of the few)
3. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทสื่อ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ
5. แนวคิดการผลักดันนโยบายสาธารณะ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

## 1. กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารนับได้ว่าอยู่คู่กับมนุษย์มาช้านาน ในฐานะเป็นสิ่งที่เชื่อมโยง ติดต่อ ทำความเข้าใจระหว่างกัน การสื่อสารและการพัฒนานั้นจึงนับได้ว่าเป็นสองสิ่งที่มักถูกนำมาผนวกเข้าด้วยกัน และมักรู้จักกันในชื่อกระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม (Modernization paradigm) ในขณะที่การพัฒนานั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และ เป็นเครื่องมือในการแพร่ขยาย “ตลาดใหม่” ของจักรวรรดิอาณานิคมของโลกตะวันตกในยุคสมัยใหม่ การสื่อสาร ก็ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการแพร่ขยายการพัฒนาเหล่านี้ ในฐานะเป็นเครื่องมือ เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคคล ชุมชน และโลก เข้าไว้ด้วยกัน

พัฒนาการของการสื่อสารเพื่อการพัฒนานั้นจึงถูกขับเคลื่อนมากว่า 60 ปีจนถึงปัจจุบัน ก่อให้เกิดกระบวนทัศน์ต่างๆดังนี้ กระบวนทัศน์หลัก (Dominant paradigm) กระบวนทัศน์แห่งการพึ่งพา (Dependency paradigm) และกระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative paradigm)

**1.1 กระบวนทัศน์หลักด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา**

**Dominant paradigm of development and communication**

กระบวนทัศน์หลักด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนานั้นเป็นกระบวนทัศน์ที่ก่อตัวภายใต้บริบททางประวัติศาสตร์ โดยเริ่มต้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เพื่อเป็นเครื่องมือหนึ่งในการนำมาช่วงชิงอำนาจของมหาอำนาจของโลกในขณะนั้นอันได้แก่ สหรัฐอเมริกา และ สหภาพโซเวียต

ดังนั้นกระบวนทัศน์นี้จึงส่งผลให้เหล่านักวิทยาศาสตร์และนักวิชาการตะวันตกต้องหันมาศึกษาทฤษฎีต่างๆในการ “พัฒนา” เพื่อสอดรับกับกระบวนทัศน์สมัยนิยมที่เน้นหนักไปในแนวทางของการพัฒนาระบบการผลิต (Productivity) การเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic growth) และการพัฒนาอุตสาหกรรม (Industrialization) ผ่านการทุ่มทุนอุดหนุนของรัฐในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยมีรัฐเป็นศูนย์กลางของการวางแผนและกระจายแหล่งทุน และมีตัวชี้วัดใหม่ที่สำคัญที่เกิดขึ้นนั่นคือผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP)

เป้าหมายของกระบวนทัศน์หลักนั้นคือการพยายามทำให้ชาติตะวันตกกลายเป็นต้นแบบ ผ่านระบบประชาธิปไตย (Democratic election) การเน้นในเรื่องสิทธิความเท่าเทียมสากล (Universal suffrage) และ สิทธิเสรีภาพ (Freedom) (McQuail, 1994)

นักวิชาการสองคนสำคัญที่สนับสนุนแนวคิดนี้นั้นได้แก่ Lerner (1962) และ Schramm (1964) ทั้งคู่ได้ชี้ว่าปัจเจกบุคคลนั้นจำต้องเปลี่ยนเพื่อสอดรับแนวคิดแห่งความทันสมัยนิยมมิเช่นนั้นจะกลายเป็นผู้ล้าหลัง Bordenave (1976) ซึ่งต่อมาได้ศึกษาเพิ่มเติมก็ได้พบว่าระบบโครงสร้างทางสังคม อาทิ หน่วยงานของรัฐ ระบบชนชั้นนั้นเป็นจักรกลสำคัญและในขณะเดียวกันก็เป็นอุปสรรคสำคัญเช่นกันในการแพร่ขยายแนวคิดนี้

ในหนังสือที่ทรงอิทธิพลเล่มหนึ่งต่อศาสตร์แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา Diffusion of Innovations ของ Rogers นั้นนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นแรกๆที่จุดประกายให้แก่นักวิชาการท่านอื่นๆต่อมา เขาได้รับแรงบัลดาลใจในงานชิ้นนี้ จากงานวิจัยของ Ryan and Gross (1943) ซึ่งศึกษาการที่ชาวนาในเมืองไอโอวา สหรัฐอเมริกา ยอมรับเอาเมล็ดข้าวโพดพันธุ์ผสมมาปลูกในท้องนา กลายเป็นจุดแรกเริ่มของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยพบว่า แนวทางของการพัฒนาที่มีการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงแนวคิด หรือพฤติกรรม “ใหม่” ซึ่งใช้การวางแผนการสื่อสารผ่านการสื่อสารกระแสหลัก และการสื่อสารระหว่างบุคคล

หากกล่าวถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้นหมายถึง กระบวนการยอมรับนวัตกรรม คือ กระบวนการตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองที่บุคคลจะต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่แรกที่รู้เรื่อง หรือมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมไปจนถึงการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม และในที่สุดถึงขั้นยืนยันตัดสินใจนั้น

Rogers (1983) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การยอมรับนวัตกรรม หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำเอานวัตกรรมนั้นไปใช้อ้อย่างเต็มที่ เพราะนวัตกรรมนั้นเป็นวิถีทางที่ดีกว่า และมีประโยชน์มากกว่า การยอมรับ ของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่บุคคลได้สัมผัสนวัตกรรม ถูกชักจูงให้ยอมรับนวัตกรรม ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธ ปฏิบัติตามการตัดสินใจ และยืนยันการปฏิบัตินั้น กระบวนการนี้อาจจะใช้ เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือ ตัวบุคคลและลักษณะของนวัตกรรม

โดยความหมายของนวัตกรรม คำว่า “นวกรรม” หรือ “นวัตกรรม” (innovation) ใน (Webster’s New World College Dictionary, 1999) หมายถึง การกระทำ หรือกระบวนการเปลี่ยนแปลงใหม่ ส่วน Rogers (1983) กล่าวไว้ว่าหมายถึง ความคิด การกระทำ หรือสิ่งของซึ่งเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าความคิดนั้นจะเป็น ของใหม่โดยนับเวลาตั้งแต่แรกพบหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลรับรู้ว่ามันเป็นของใหม่หรือไม่ โดย ความเห็นของบุคคลเองจะเป็นเครื่องตัดสินการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ถ้าเห็นว่าอะไรเป็นสิ่ง ใหม่สำหรับเขา สิ่งนั้นก็จะเป็นนวัตกรรม คำ ว่า “ใหม่” ในเรื่องของนวตักรรมไม่จำเป็นจะต้องเป็นความรู้ ใหม่ของบุคคล บุคคลอาจมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้วก็ได้แต่ยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติ ที่ชอบและจะรับ หรือปฏิเสธความใหม่ของนวัตกรรม จึงอาจเป็นความใหม่ในเรื่องของความรู้ ทัศนคติ หรือเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะใช้นวัตกรรม

กิดานันท์ มลิทอง (2536) ได้ให้ความหมายของ นวกรรมว่า หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่คิดขึ้นมาใหม่ ปฏิบัติการใหม่ ๆ หรือสิ่งใดก็ตามที่พัฒนาให้ดีขึ้นกว่าของเดิมที่มีอยู่ เมื่อนำมาใช้ในการทำงานแล้วสามารถช่วยให้การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้ประสิทธิผลสูงขึ้นกว่าเดิม ทั้งยังประหยัดเวลาและแรงงานด้วย นวตักรรมที่เกิดขึ้นนี้ย่อมต้องอาศัยเทคโนโลยีในการคิดค้นสิ่งใหม่ หรือพัฒนาศักยภาพของเก่าให้ดียิ่งขึ้น นวัตกรรมและเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่ควบคู่กันเสมอ โดยลักษณะสำคัญของการแพร่กระจายนวัตกรรมขึ้นอยู่กับ

1.เป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

2.เป็นลักษณะเฉพาะของการสื่อสารแบบหนึ่ง

3.ความใหม่ของนวัตกรรม คือ ระดับความไม่แน่ใจในการติดต่อสื่อสาร นวัตกรรมที่เป็นความคิดใหม่ๆ นั้น

อย่างไรก็ดีในช่วงปลายทศวรรษที่ 80 กลับเริ่มเริ่มพบเห็นหลักฐานที่สำคัญที่ชี้ว่า กระบวนทัศน์สมัยนิยม นั้นกลับไม่สามารถยังผลให้เกิดการพัฒนาที่แท้จริงได้ในประเทศที่กำลังพัฒนา นักวิชาการอย่าง Colle (1989) ได้วิพากษ์ว่ากระบวนทัศน์นี้นั้นยึดโยงกับนวัตกรรมจนเกินไป มุ่งสนใจ

แต่การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจจนเกินไป และ เป็นลักษณะที่สารถูกยึดโยงแต่กับผู้มีอำนาจซึ่งเป็นเพียงผู้เดียวในการตัดสินวาระต่างๆในสังคม ซึ่งไม่สามารถก่อให้เกิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

A. Singhal and Sthapitanonda (1996) กล่าวว่า กระบวนทัศน์หลักนั้นเหมาะสมเฉพาะในทศวรรษที่ 50 – 60 เพราะ

1.ประเทศกำลังพัฒนา ณ ขณะนั้นได้รับทุนสนับสนุนส่วนใหญ่จากกลุ่มผู้ให้ทุนหลักจากชาติที่พัฒนาแล้ว ทั้งในรูปแบบองค์กรนานาชาติสากลในรูปแบบจากรัฐ และ องค์กรนานาชาติสากลในรูปแบบที่ไม่ได้มาจากรัฐ

2.ผู้นำของประเทศที่กำลังพัฒนานั้นให้การตอบรับเป็นอย่างดีต่อกระแสทันสมัยนิยมเพราะพวกเขาเหล่านั้นจัดลำดับของการพัฒนาทางเศรษฐกิจของรัฐที่กำกับดูแลเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

3.กระบวนทัศน์นี้นั้นเอื้อให้ผู้นำของประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถควบคุมพลเมืองได้ เพราะนโยบายทั้งหมดจะถูกกำกับดูแลภายใต้ผู้นำของประเทศแต่เพียงผู้เดียว

4.การพัฒนาสื่อในยุคนั้น โดยเฉพาะสื่อกระแสหลักนั้นช่วยทำให้รัฐขยายอาณาบริเวณของข้อมูล ข่าวสารเพื่อการพัฒนา และในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างอาณาบริเวณของการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง (Political propaganda) ได้เป็นอย่างดีพร้อมๆกัน

Kumar (2011) กล่าวว่ากระบวนทัศน์หลักนั้นมีข้อบกพร่องที่สำคัญด้วยบริบทรายล้อมและบทบาทของสื่อที่ต่างกันของประเทศที่กำลังพัฒนา และ ประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมีทรัพยากรที่แตกต่างกัน ยิ่งโดยเฉพาะบทบาทของสื่อ และการเข้าถึงสื่อของแต่ละประเทศนั้นมีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงอาทิ

1.สื่อกระแสหลักนั้นไม่ได้มีจำนวนเพียงพอโดยเฉพาะในบริบทของประเทศที่กำลังพัฒนา

2.เนื้อหาที่สื่อกระแสหลักนำเสนอนั้นมักไม่เอื้อต่อการพัฒนาที่เกิดขึ้นในชุมชน

3.เนื้อหาที่สื่อกระแสหลักได้นำเสนอนั้นไม่ได้มีความสอดคล้องต่อบริบทของแต่ละชุมชน

4.ปัจจัยพื้นฐานของการพัฒนาชุมชนไม่ได้เอื้อต่อเนื้อหาที่สื่อกระแสหลักได้นำเสนอ

กระบวนทัศน์หลักนั้นเชื่อในกระบวนการสื่อสารที่มุ่งจากบนสู่ล่างอันกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบแห่งการเผยแพร่นวัตกรรมที่อิงจากการสื่อสารจากผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดนวัตกรรม และผู้ที่นำเอานวัตกรรมหนึ่งๆมาเผยแพร่

Rogers and Shoemaker (1971) ได้อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจนวัตกรรม (Innovation Decision Process) ว่ากระบวนการตัดสินใจนวัตกรรม มี 5 ขั้นตอน ได้แก่

1.ขั้นความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นตอนที่รับทราบว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้น และหาข่าวสารจนเข้าใจในนวัตกรรมนั้นๆ

2.ขั้นสนใจ (Interest) บุคคลเริ่มสนใจเนื่องจากตรงกับปัญหาที่เขาประสบอยู่ จึงเริ่มหาข้อเท็จจริงและข่าวสารมากขึ้น อาจสอบถามจากเพื่อนซึ่งเคยได้ทดลองมาแล้ว หรือเสาะหาความรู้จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้น เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง

3.ขั้นประเมินผล (Evaluation) ขั้นนี้บุคคลจะพิจารณาว่า นวัตกรรมนั้นจะมีความยากและข้อจำกัดสำหรับเขาเพียงใด และจะปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้อย่างไร แล้วจึงตัดสินใจว่าจะทดลองใช้ความคิดใหม่ๆ นั้นหรือไม่

4.ขั้นทดลอง (Trial) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้ผ่านการไตร่ตรองมาแล้วและตัดสินใจที่จะทดลองปฏิบัติตามความคิดใหม่ๆ ซึ่งอาจทดลองเพียงบางส่วนหรือทั้งหมด การทดลองปฏิบัตินี้เป็นเพียงการยอมรับนวัตกรรมชั่วคราวเพื่อดูผลว่าควรตัดสินใจยอมรับโดยถาวรหรือไม่

5.ขั้นยอมรับปฏิบัติ (Adoption) ถ้าการทดลองของบุคคลได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ก็จะยอมรับความคิดใหม่ๆ อย่างเต็มที่ เขายึดถือปฏิบัติโดยถาวรต่อไป ซึ่งถือเป็นขั้นสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างถาวร ในขั้นนี้อาจเร็วกว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการแพร่กระจายนวัตกรรมในตัวผู้ปฏิบัติและหากมีคนอื่นๆ มาสอบถามนวัตกรรมจากเขา ก็จะกลายเป็นการแพร่กระจายนวัตกรรมไปสู่บุคคลอื่นๆ ต่อไป

Rogers and Shoemaker (1971) ยังได้กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมมีทั้งหมด 4 ปัจจัยได้แก่

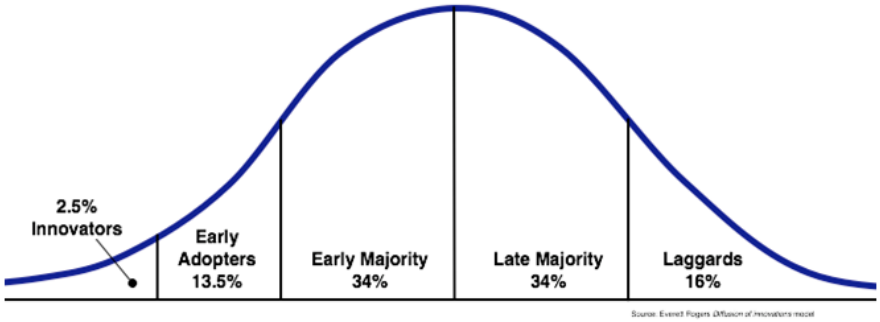
1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะของนวัตกรรม ได้แก่
   - ผลประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม (Relation Advantage)
   - การเข้ากันได้ดีกับสิ่งที่มีอยู่เดิม (Compatibility)
   - ความซับซ้อน (Complexity)
   - การทดลองได้ (Trialability)
   - การสังเกตได้ (Observability)
2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรม ได้แก่
   - สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมและบุคคล (Socio – economic Status)
   - คุณลักษณะของบุคลิกภาพ (Personality)
3. ปัจจัยทางด้านระบบสังคม (Social System)
4. ปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสาร

ดังนั้นหากผู้รับนวัตกรรมผ่านขั้นตอนของกระบวนการไม่ว่าอยู่ในขั้นตอนใด การแพร่กระจายนวัตกรรมก็จะเกิดขึ้นในตัวบุคคลนั้นตามไปด้วย และจะแพร่กระจายไปสู่บุคคลอื่นก็ต่อเมื่อผู้รับ

นวัตกรรมนั้นนำเอานวัตกรรมไปถ่ายทอดสู่บุคคลอื่นซึ่งยอมรับนวัตกรรมนั้นไปปฏิบัติเผยแพร่ต่อไป อย่างไรก็ตามการปฏิเสธหรือยอมรับนวัตกรรม มีสาเหตุหลักดังนี้ (Rogers, 1983)

1. ความเคยชินกับวิธีการเดิมๆ
2. ความไม่แน่ใจในประสิทธิภาพของนวัตกรรม
3. ความรู้ของบุคคลต่อนวัตกรรม
4. ข้อจำกัดด้านต่างๆ เช่น การสื่อสาร งบประมาณ

ในการเผยแพร่นวัตกรรมสู่คนกลุ่มหนึ่งในสังคม แม้ว่าในที่สุดทุก ๆ คนในกลุ่มสังคมนั้น จะยอมรับนวัตกรรมนั้นทั้งหมดก็ตาม แต่ถ้าพิจารณาดูระยะเวลาของการยอมรับนวัตกรรมแล้ว Rogers (1983) กล่าวว่าทุก ๆ คนไม่ได้ยอมรับนวัตกรรมด้วยระยะเวลาเดียวกันหมด โดยจะมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถจัดกลุ่มประชากรเหล่านี้ออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะเวลาการยอมรับนวัตกรรมแล้ว จะสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้




*รูปภาพที่ 3 แผนภาพแสดงระดับการยอมรับนวัตกรรม*

1. กลุ่มนวัตกร (Innovators) กลุ่มประชากรนี้มีลักษณะที่เด่นชัด คือ มีลักษณะของความเป็นผู้ที่ชอบการเสี่ยง ชอบทดลองของใหม่ ๆ ทำให้ประชากรในกลุ่มนี้แตกต่างไปจากกลุ่มคนอื่น ๆ ในสังคมเดียวกันและดูเป็นคน “แปลก” ในสังคมนั้น การที่จะเป็นนวัตกรได้นั้นต้องมีคุณสมบัติบางอย่างที่สนับสนุนอยู่ ซึ่งในคุณสมบัติเหล่านี้จะพบว่าการเป็นผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีมีความสำคัญมากประการหนึ่ง เพราะนวัตกรจะไม่รู้สึกเดือดร้อนที่จะทดลองใช้นวัตกรรมและไม่รู้สึกอะไร ถ้านวัตกรรมที่ทดลองใช้ไม่ได้ผลตามที่ต้องการ

2. กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนผู้อื่น (Early Adopters) พวกที่รวมอยู่ในกลุ่มนี้จะเป็นพวกที่มีลักษณะและคุณสมบัติที่คล้ายกับประชากรอื่น ๆ ในสังคมมากกว่าคนในกลุ่มนวัตกร จากงานวิจัยและการศึกษาลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนผู้อื่น พบว่า พวกนี้เป็นพวกที่มีฐานะทางสังคมค่อนข้างสูง เป็นผู้นำทางความคิดในสังคมนั้น ประชากรในกลุ่มอื่น ๆ จะสังเกตพฤติกรรมท่าทีของพวกกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนผู้อื่นและใช้เป็นแนวทางในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

ตัวกลางการเผยแพร่นวัตกรรมจะยึดประชากรกลุ่มนี้เป็นพวกแรกที่จะทำความคุ้นเคยด้วยและพยายามชักจูงให้ประชากรในกลุ่มนี้ยอมรับนวัตกรรม ทั้งนี้เพราะถ้าสามารถยึดประชากรกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนผู้อื่นเป็นพวกได้แล้ว การเผยแพร่นวัตกรรมไปยังกลุ่มประชากรที่เหลือก็จะง่ายขึ้น

3. กลุ่มชนส่วนใหญ่ที่ยอมรับนวัตกรรมระยะต้น (Early majority) พวกนี้จะตกลงใจยอมรับนวัตกรรมก่อนหน้าคนทั่ว ๆ ไปเพียงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ประชากรในกลุ่มนี้จะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันมาก แต่ไม่ได้อยู่ในฐานะทางสังคมที่สูงเหมือนพวกแรก ลักษณะพิเศษของกลุ่มนี้ คือ จะยอมรับนวัตกรรมช้ากว่ากลุ่มที่ 2 แต่จะเร็วกว่ากลุ่มอื่น ๆ ที่จริงแล้วประชากรในกลุ่มที่สามนี้เริ่มใช้นวัตกรรมบ้างแล้วและเห็นคล้อยตามบ้างแล้ว แต่ไม่ยอมรับอย่างแน่ชัดมั่นใจลงไปว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นอย่างแท้จริง

4. กลุ่มชนส่วนใหญ่ที่ยอมรับนวัตกรรมระยะหลัง (Late Majority) คนในกลุ่มที่สี่นี้จะตกลงใจยอมรับนวัตกรรมช้ากว่าคนทั่ว ๆ ไปเล็กน้อย และที่ยอมรับก็เพราะเกิดแรงผลักดันจากสังคมให้รับนวัตกรรมนั้น ๆ การตกลงใจยอมรับนวัตกรรมของคนกลุ่มนี้จะเต็มไปด้วยความไม่วางใจ มีความระแวดระวังและเกิดหลังจากที่ได้เป็นตัวอย่างการใช้จากสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ แล้ว

5. พวกล้าหลัง (Laggards) พวกนี้จะเป็นพวกกลุ่มสุดท้ายที่จะยอมรับนวัตกรรม ลักษณะพิเศษที่มองเห็นได้ชัดสำหรับคนในกลุ่มนี้ คือ จะเป็นพวกที่ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคมดั้งเดิมและค่อนข้างจะอยู่ตัดขาดจากโลกภายนอก คนในกลุ่มนี้จะสนใจแต่เรื่องในอดีต พยายามดำเนินรอยตามสิ่งที่เคยประพฤติปฏิบัติกันมาแต่ก่อน ถ้าพวกล้าหลังนี้จะใช้นวัตกรรม ก็หมายความว่านวัตกรรมนั้นได้ใช้กันมานานพอสมควร จนกลายเป็นวิถีชีวิตอย่างหนึ่งของคนในสังคมแล้ว

Rogers and Svenning (1969) กล่าวว่าในการเผยแพร่นวัตกรรมนั้นนั้นมักจะกระทำผ่านตัวกลางการเผยแพร่นวัตกรรม (Change agent) ก็คือ ผู้ที่ทำให้กระบวนการตกลงใจยอมรับนวัตกรรมของเป้าประชากรเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ โดยศูนย์กลางการเผยแพร่ซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานหรือองค์การก็ได้ และในอีกความหมายหนึ่ง ตัวกลางการเผยแพร่อาจจะเป็นคนที่ทำให้กระบวนการตกลงใจยอมรับนวัตกรรมของเป้าประชากรกินเวลามากขึ้น และดำเนินไปในทิศทางตรงกันข้ามกับแผนที่วางไว้ก็ได้ ซึ่งในกรณีหลังนี้เป็นกลยุทธ์ใช้กับคู่แข่งขันทางนวัตกรรมของหน่วยงานนั้น

โดยเฉพาะบทบาทของตัวกลางการเผยแพร่ก็คือ การเป็นสื่อกลางการติดต่อระหว่างสังคมตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไป ทั้งนี้ สังคมแต่ละแห่งอาจมีความแตกต่างกันในแง่ของวัฒนธรรม ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ก็อาจจะแตกต่างไปจากลักษณะของตัวกลางการเผยแพร่เอง ตัวกลางการเผยแพร่จึงจะต้องเป็นผู้ที่สามารถมองเห็นความแตกต่างนี้ และพยายาม

เชื่อมความแตกต่างนี้ โดยการทำตัวให้อยู่ได้ในสังคมทั้งสองแห่งและการทำหน้าที่สื่อกลางการติดต่อระหว่างสังคมจะสำเร็จได้ ก็ต่อเมื่อตัวกลางการเผยแพร่ได้มีการวางแผนอย่างรอบคอบและรัดกุม

Rogers and Svenning (1969) ยังได้กล่าวถึงบทบาทสำคัญ ๆ ของตัวกลางการเผยแพร่ (Change Agent) ไว้ดังนี้

1. บทบาทการสร้างความต้องการในการเปลี่ยนแปลง ตัวกลางการเปลี่ยนแปลงจะต้องพยายามทำให้เป้าประชากรมองเห็นปัญหาในสังคมของตนและรับรู้ถึงความจำเป็นที่จะต้องแก้ปัญหานั้น ๆ ซึ่งหมายถึงว่า จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างหรือมีการนำเอาวิธีการแก้ปัญหาเข้ามาใช้ ตัวกลางการเปลี่ยนแปลงอาจจะต้องกระตุ้นให้ประชากรเห็นปัญหา โดยการทำให้ปัญหานั้น ๆ เด่นชัดขึ้น พร้อมกับให้กำลังใจ ชักจูงให้เห็นว่าประชากรนั้นมีความสามารถที่จะแก้ปัญหานั้นได้ด้วย

2. บทบาทในการสร้างความไว้วางใจให้ตนเองในหมู่ประชากร เมื่อตัวกลางการเผยแพร่สามารถทำให้ประชากรมองเห็นปัญหาได้แล้ว ขั้นต่อไปก็คือ การที่ตัวกลางการเผยแพร่จะต้องสร้างความสัมพันธ์กับประชากร สร้างความรู้สึกไว้วางใจ ทำให้ประชากรเห็นว่าตนมีความรู้สึกเห็นอกเห็นใจต่อปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมกับสร้างความเชื่อในหมู่ประชากรว่า ตนมีความสามารถพอที่จะหาทางแก้ปัญหานั้น ๆ ให้ได้ ซึ่งในขั้นนี้ยังไม่ควรจะชี้แนะตัวนวัตกรรมให้ประชากร

3. บทบาทในการช่วยวิเคราะห์ปัญหา ในขั้นนี้ตัวกลางการเผยแพร่จะช่วยประชากรวิเคราะห์ปัญหา เพื่อหาลู่ทางในการหาทางแก้ไข ซึ่งตัวกลางการเผยแพร่จะต้องพยายามมองการแก้ปัญหาในฐานะของประชากรคนหนึ่ง เพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการแก้ปัญหาที่แท้จริง

4. บทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เมื่อตัวกลางการเผยแพร่และประชากรมองเห็นวิธีการแก้ปัญหาแล้ว ในขั้นนี้ตัวกลางการเปลี่ยนแปลงจะต้องกระตุ้นให้ประชากรทำการแก้ปัญหานั้น กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการแก้ปัญหา ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงเพื่อการเปลี่ยนแปลงและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้ หมายความรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชากรด้วย

5. บทบาทในการทำให้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหรือการรับนวัตกรรมเข้ามาในสังคมเป็นไปอย่างแท้จริง และต่อเนื่อง ซึ่งตัวกลางการเผยแพร่จะต้องให้ความช่วยเหลือ อาจจะได้โดยการให้คำแนะนำเพิ่มมากขึ้นหรือให้เครื่องเสริมแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อทำให้ประชากรเกิดความมั่นใจและเต็มใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ต่อไป

6. บทบาทในการทำให้ประชากรสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้อย่างต่อเนื่องโดยปราศจากตัวกลางการเผยแพร่ เนื่องจากว่าจะมีอยู่ระยะหนึ่งที่ตัวกลางการเผยแพร่จะต้องถอนตัวออกจากสังคมที่ตนเข้าไปทำงานอยู่ ซึ่งระยะนั้นก็คือ หลังจากที่ตัวกลางการเผยแพร่เห็นว่าประชากรยอมรับการเปลี่ยนแปลงหรือนวัตกรรมและลงมือใช้นวัตกรรมนั้น ๆ แล้วอย่างจริงจัง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแก่นของกระบวนทัศน์หลักนั้น จะยึดโยงอยู่กับการสื่อสารในลักษณะแบบทางเดียว (One way communication) โดยอาศัยลักษณะการส่งผ่านสารจาก บนลงสู่ล่าง (Top-down) จากผู้มีอำนาจสู่ประชาชน (Authorities to people) และอาศัยการอิงอยู่กับช่องทางการสื่อสาร (Communication channel) ที่เป็นลักษณะจากสื่อกระแสหลักเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนา

**1.2 กระบวนทัศน์แห่งการพึ่งพาด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา**

**Dependency paradigm of development and communication**

ในช่วงทศวรรษที่ 80 นักวิชาการในประเทศต่างๆโดยเฉพาะในกลุ่มลาตินอเมริกา ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับแรงบันดาลใจจากงานเขียนของ Freire (1970) เรื่อง Pedagogy of the Oppressed ได้เริ่มต้นตั้งคำถามเกี่ยวกับบทบาทของสื่อกระแสหลัก โดยเฉพาะสื่อที่รัฐเป็นเจ้าของซึ่งถูกมองว่าเป็นเสมือนเครื่องมือของภาครัฐในการเผยแพร่แนวคิดและแนวปฏิบัติที่พึงประสงค์ของรัฐไปสู่ประชาชน

กระบวนทัศน์แห่งการพึ่งพานั้นเปลี่ยนมุมมองให้เน้นหนักไปที่ความสำคัญของประเทศกำลังพัฒนา โดยแก่นของทฤษฎีแห่งความพึ่งพานั้นชี้ให้เห็นว่า ประเทศที่พัฒนาแล้วนั้นมุ่งแต่จะแสวงหาประโยชน์จากประเทศกำลังพัฒนา โดยอาศัยความได้เปรียบทางชุดความรู้ด้านเทคโนโลยี โครงสร้างทางทรัพยากรและเศรษฐกิจเพื่อรักษาความเป็นประเทศผู้นำไว้ ฉะนั้นบทบาทแท้จริงของประเทศที่กำลังพัฒนาจึงเป็นเพียงผู้คอยสนับสนุนวัตถุดิบทางการผลิตและแรงงานราคาถูก

ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับบทบาทที่เป็นอยู่ นักวิชาการจึงเสนอแผนที่แนวทางการพัฒนาฉบับใหม่ในสองมิติ (So, 1999)

1.มิติในระดับประเทศ: ได้มีการออกแบบและวางแผนเพื่อให้ประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถยืนหยัดได้ด้วยการพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจ โดยลดพึ่งพิงการนำเข้าของผลิตภัณฑ์จากต่างชาติ

2.ในมิติระดับนานาชาติ: ได้มีการสร้างพันธมิตรระหว่างประเทศที่กำลังพัฒนาเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในระดับการเมืองระหว่างประเทศ โดยมีคาดหวังเพื่อเป็นการทะลายบทบาทของประเทศมหาอำนาจที่แพร่กระจายอยู่และสร้างการต่อรองให้เกิดขึ้นในเวทีระดับนานาชาติ

Kumar (2011) กล่าวว่า กระบวนทัศน์แห่งการพึ่งพานั้นตั้งคำถามที่สำคัญว่า ทำไมปัญหาต่างๆที่อยู่ภายในประเทศที่กำลังพัฒนาจึงเกิดขึ้น และเพราะเหตุใดการพัฒนาจึงไม่ประสบผลสำเร็จในบางประเทศ ซึ่งเขาเห็นว่าคำตอบที่สำคัญที่จะตอบคำถามเหล่านี้นั้นคือ การนำปรัชญาของกระบวนทัศน์แห่งการพึ่งพิงมาใช้โดยที่เลือกจะปฏิเสธการพึ่งพิงจากชาติอื่นๆโดยเฉพาะการพึ่งพิงทางเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสาร

อย่างไรก็ตามแม้ว่ากระบวนทัศน์นี้สามารถนำเอาไปปฏิบัติใช้ได้ดีในบางประเทศ อาทิ ประเทศบราซิล เป็นต้น แต่ในบางประเทศกลับไม่สามารถนำเอาไปปฏิบัติใช้ได้ ข้อวิพากษ์หลักๆต่อกระบวนทัศน์นี้คือ การให้ความสำคัญอย่างมากเกินไปกับการต่อต้านตัวแปรภายนอกของการทำให้

ประเทศถูกทำให้กลายเป็นประเทศที่ล้าหลัง และการมองข้ามตัวแปรภายในที่ก่อให้เกิดการพัฒนา (Servaes, 1989) อีกทั้งยังมุงเพียงปกป้องและสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศแต่เพียงอย่างเดียว ยังผลทำให้เกิด การพัฒนาที่ล้าหลังและไร้ซึ่งประสิทธิภาพ (Servaes, 1991) กระบวนทัศน์นี้จึงอาจส่งผลดีต่อเพียงประเทศที่กำลังพัฒนาที่มีขนาดเศรษฐกิจในขนาดใหญ่อาทิ ประเทศบราซิล และ ประเทศอินเดีย แต่ประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจขนาดเล็กกลับไม่ส่งผลดีนัก

**1.3 กระบวนทัศน์ทางเลือก (การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม) ด้านการสื่อสารสื่อสารเพื่อการพัฒนา**

**The Alternative (Participatory) Paradigm**

แนวคิดกระบวนทัศน์ทางเลือกนั้นเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ที่มุ่งเน้นศึกษากระบวนการสื่อสารจากปัจจัยภายในมากกว่าปัจจัยภายนอก (S.R. Melkote & Steeves, 2001) ดังนั้นอีกนัยหนึ่งจึงถูกขนานนามว่าเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) เพราะเป็นกระบวนการสื่อสารที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนทางสังคมในแต่ละบริบทของสังคมที่มีความเฉพาะ รูปแบบการสื่อสารเช่นนี้จึงเอื้อต่อการพัฒนาอันเนื่องมาจากถูกวางอยู่บนรากฐานที่เชื่อเรื่องของความเท่าเทียมทางสังคม (Social equality) เสรีภาพ (Liberty) การกระจายทรัพยากรอย่างเป็นธรรม (Revenue distribution) การมีส่วนร่วมของกลุ่มคนรากหญ้า (Grassroots participation) (Jacobson & Servaes, 1999)

ด้วยคำถามที่เกิดขึ้นกับบทบาทของสื่อกระแสหลักว่ามีความสามารถในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและสังคมได้แท้จริงหรือไม่ จึงทำให้เกิดการวางกรอบแนวคิดใหม่นี้ทำให้นักวิชาการในแขนงต่างๆ เช่น สังคมวิทยา จิตวิทยา และรัฐศาสตร์ ต่างเริ่มได้ให้ความสนใจในแนวคิดนี้ (S.R. Melkote & Steeves, 2001)

Hornik (1988) กล่าวว่าจุดเริ่มของแนวคิดนี้ทำให้นักวิชาการเห็นว่าปัจจัยต่อการพัฒนาจากภายนอกนั้น (exogenous) ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในชุมชนได้เลยหากคนในชุมชนไม่ริเริ่มจากกระบวนการในการหาปัจจัยจากภายในที่อยู่ในชุมชนเอง (autonomous)

หากจะกล่าวถึงความเป็นมาของกระบวนทัศน์นี้นั้น เป็นผลพวงของความล้มเหลวของปรัชญาภายใต้กระบวนทัศน์หลักแห่งการสื่อสารเพื่อการพัฒนาก็ว่าได้ กระบวนทัศน์ใหม่ภายใต้การนิยามของ UNESCO (1978) นั้นได้นิยามว่าหมายถึง การสนทนาที่เสรี (Open dialogue) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมความมุมมองและประสบการณ์ที่หลากหลาย โดยสนับสนุนรูปแบบการสื่อสารที่มาจากล่างสู่บน (Bottom-up) หรือการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal communication) ทั้งจากปัจเจกบุคคลสู่ปัจเจกบุคคล จากชุมชนหนึ่งสู่ชุมชนหนึ่ง จากชนบทสู่เมือง จากประชาชนสู่ภาครัฐ

ฉะนั้น บทบาทของสื่อภายใต้กระบวนทัศน์นี้จึงเปิดให้ชุมชนมีบทบาทในการใช้สื่อในทุกๆ รูปแบบเพื่อเอื้อให้เกิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างแท้จริง สื่อหลักที่มักถูกนำมาใช้ในกระบวนทัศน์นี้จึงเป็นรูปแบบของสื่อบุคคลที่อาศัยสื่อรองอย่างสื่อกระแสหลักมาเป็นเครื่องมือในการแพร่กระจายแนวคิด เป้าหมายของการสื่อสารภายใต้กระบวนทัศน์นี้จึงไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งผ่านชุดข้อมูล หากแต่เป็นการมอบองค์ความรู้ และแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน

(Mody, 1991) ได้กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารจากบนสู่ล่าง (Top-down) นั้นไม่ได้เอื้อให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเลย อีกทั้งยังไม่สามารถเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในชุมชนและการหนุนเสริมศักยภาพทางการสื่อสารของคนภายในชุมชน เพราะการสื่อสารภายใต้บริบทของสื่อกระแสหลักแบบดั้งเดิมนั้นทำให้ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมีบทบาทในการสื่อสารมากจนเกินไป

เพราะฉะนั้นในปัจจุบันนี้ แนวโน้มของการพัฒนาจึงเป็นการนำรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเข้ามาประยุกต์ใช้ นักวิชาการจึงหันมาใช้กระบวนการนี้มาขึ้นเพื่อสร้างรากฐานของกระบวนทัศน์ใหม่นี้ให้แข็งแรงมั่นคงขึ้นทั้งในแง่ของภาคทฤษฎีและปฏิบัติ อาทิ กระบวนทัศน์แห่งความหลากหลาย (Multiplicity paradigm) (Servaes, 1991) แนวคิดการหนุนเสริมพลังความสามารถ (Empowerment approach) (Friedmann, 1992) การพัฒนาอื่นๆ (Another development) (S. R. Melkote, 1991) และ (Jacobson, 1994) การพัฒนาแห่งการพึ่งพาตนเอง (Autonomous development) (Carmen, 1996) เป็นต้น

ทฤษฎีต่างๆภายใต้กระบวนทัศน์ทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนานั้นมีจุดร่วมที่คล้ายคลึงกัน เช่นการเน้นย้ำเรื่องความต้องการภายในชุมชน สนใจปัจจัยจากภายใน และสนับสนุนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในทุกๆระดับของการสื่อสาร เชื่อมั่นในภูมิปัญญาของชุมชน และสนับสนุนความเท่าเทียมในการเข้าถึงสื่อ (A. Singhal & Sthapitanonda, 1996)

White อ้างถึงใน (McKee, 1994) กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้กระบวนทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนานั้นประสบผลสำเร็จก็เพราะว่า

1. เป็นการสื่อสารที่ใช้ต้นทุนต่ำ
2. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นเปิดโอกาสให้คนทุกระดับมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงและขจัดความรู้สึกเป็นอื่น และขจัดโครงสร้างทางอำนาจที่กดทับออกไป
3. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นเป็นเครื่องมือแห่งการพัฒนา
4. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นสร้างจิตสำนึกแห่งการรักชุมชนและความเป็นเจ้าของเป้าหมายและผลลัพธ์แห่งการพัฒนาร่วมกัน
5. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นทำให้บทบาทของผู้เชียวชาญในชุมชนเด่นชัดและภูมิปัญญาของชุมชนได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกระบวนทัศน์นี้นี้คือส่วนใหญ่จะเน้นหนักเป็นที่รูปแบบของการปฏิบัติโดยขาดระเบียบวิธีวิจัยทางวิชาการที่ชัดเจน (Servaes, 1991) ได้กล่าวว่ากระบวนทัศน์นี้อยู่ภายใต้รูปแบบสังคมในอุดมคติ (Utopian society) ซึ่งในบางแง่มุมขาดการผลักดันจากผู้มีส่วนร่วมในการจัดการและวางแผนทางนโยบาย (Policy maker)

จากปรากฏการณ์ที่เป็นอยู่การนำเอากระบวนทัศน์นี้มาใช้จึงยังขาดงานวิจัยทางวิชาการที่จะมาสนับสนุนต่อยอดแนวคิดนี้ และจากรูปแบบการรณรงค์สื่อสารต่างๆในปัจจุบันก็ยังคงทำให้เห็นว่าส่วนใหญ่ยังเป็นรูปแบบของการให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารแบบดั้งเดิม จากกลุ่มคนที่กำหนดนโยบายสู่ภาคประชาชน จากการช่องทางใช้สื่อกระแสหลัก ส่งผลให้ขาดการเกิดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและการมีรูปแบบของเวทีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เสรี (Brulle, 2010)

Rice and Atkin C.K (2013) ได้กล่าวเสริมว่า ประวัติศาสตร์ของการพัฒนารูปแบบการสื่อสารรณรงค์ยังคงตกอยู่ในกรอบการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจ โดยที่ปัจเจกบุคคลมีบทบาทเพียงน้อยนิดในการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงค่านิยมต่างๆในสังคมนั้นตกอยู่ในการกำหนดวาระของคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้น

นักวิชาการในแขนงของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงจึงพยายามค้นหา และวิจัย หาแนววิถีทางเพื่อแสวงหาให้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย อาทิ แนวคิด การขับเคลื่อนทางสังคม (Social mobilization) ซึ่งเน้นไปที่กระบวนการพัฒนาของปัจเจกบุคคลอย่างยั่งยืน อาศัยทั้งกระบวนการสื่อสารจากล่างสู่บน และ บนสู่ล่าง และอาศัยบริบททางสังคมและเศรษฐกิจมาใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (McKee, 1992) หรือ แนวคิด ศูนย์กลางทางวัฒนธรรม (Cultured-centered approach) ซึ่งเน้นที่การหนุนเสริมพลังของกลุ่มคนภาคส่วนต่างๆของสังคมให้มากที่สุดผ่านกรอบความแตกต่างทางวัฒนธรรมผ่านบริบทของประวัติศาสตร์และสังคม (Dutta, 2011) และแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก ซึ่งพยายามค้นหากลุ่มบุคคลหรือชุมชนที่มีความเบี่ยงเบนออกไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่เพื่อค้นหาภูมิปัญญาและกระบวนการสื่อสารที่แฝงอยู่เพื่อการพัฒนา (A. Singhal, 2011)

A. Singhal and Sthapitanonda (1996) ได้เสนอแนะแนวทางในการวิจัยเพื่อต่อขยายกระบวนทัศน์นี้ว่า ประเทศที่กำลังพัฒนานั้นจำเป็นต้องหาวิธีการที่เหมาะสมในแบบฉบับของตนเองในการพัฒนา โดยผ่านการหากรอบแผนการที่เหมาะสมของตน โครงการในระดับเล็กและดำเนินการในระยะสั้นๆที่ดำเนินในชุมชนอาจเหมาะสมกว่าโครงการในลักษณะใหญ่และดำเนินการในระยะยาว โดยค่อยๆแพร่ขยายความสำเร็จจากโครงการในระดับเล็กและดำเนินการระยะสั้นๆออกไปอย่างระมัดระวังโดยน่าจะมีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จมากกว่าโดยอาศัยกรอบการวิจัยแบบการปฏิบัติเป็นพื้นฐาน (Action based) เพื่อทำให้สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนและก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

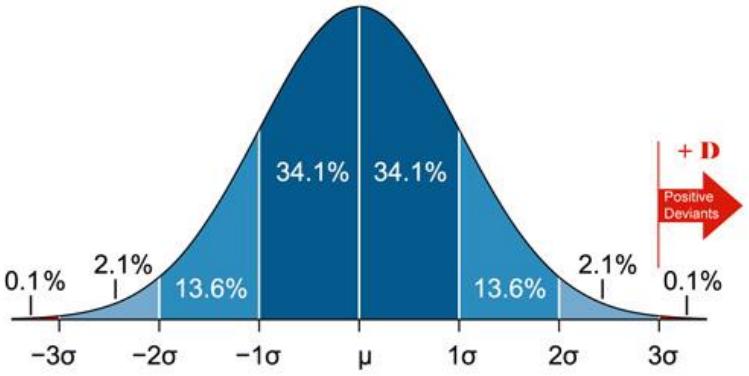
ในที่สุด อย่างไรก็ดี แนวทางของการดำเนินการยังเป็นไปในลักษณะชุมชนขนาดเล็ก ประกอบกับการแพร่กระจายของสารด้วยพลังของสื่อในขณะนั้นยังเป็นไปในลักษณะทิศทางที่จำกัด

*1.3.1 แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม (Positive Deviance)*

แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive deviance) นั้นเป็นแนวคิดที่เน้นเรื่องการศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและสังคมโดยอาศัยกระบวนวิธีวิจัยด้านการสังเกต (Observation) โดยเชื่อว่าในทุกๆชุมชนมีกลุ่มคนหรือบุคคลกลุ่มหนึ่งที่มีพฤติกรรมที่ต่างออกไปจากกลุ่มคนจำนวนมากในชุมชน และพฤติกรรมของเขานั้นหรือกลยุทธ์ทางการสื่อสารของเขานั้นทำให้เขาสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนของเขาได้ดีกว่าในขณะที่ต่างก็ได้รับทรัพยากรและประสบกับภาวะยากลำบากเช่นเดียวกันกับคนอื่นๆ กลุ่มคนภายใต้แนวคิดนี้จะถูกเรียกว่า “กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก(Positive Deviant)” (J. Sternin & Choo, 2000); (Pascale & Sternin, 2005) ;(A. Singhal & Dura, 2009)

ประวัติความเป็นมาของแนวคิดนี้นั้นเริ่มต้นจากการงานวิจัยทางสาธารณสุขในปีค.ศ. 1990 โดยศาสตราจารย์ Marian Zeitlin แห่งมหาวิทยาลัย Tufts ผู้ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive deviant) โดยได้พบว่าเด็กในชุมชนที่ยากจนบางกลุ่มกลับไม่มีภาวะทุพโภชนาการในขณะขณะที่เด็กส่วนใหญ่ในชุมชนกลับมีภาวะทุพโภชนาการ Zeitlin และคณะจึงได้นำเอาแนวคิดนี้ไปใช้ในการศึกษาต่อขยาย เพื่อหากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกโดยหาว่าสิ่งที่พวกเขาประพฤติปฏิบัตินั้นเป็นเช่นไร แทนที่จะหาว่าสิ่งที่เป็นสิ่งไม่ปกติที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนส่วนใหญ่เป็นเช่นไร

นักวิชาการที่ต่อมาได้ต่อขยายแนวคิดคิดนี้จาก Zeitlin คือ Jerry Sternin และ Monique Sternin ทั้งสองได้ลองนำเอาแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ในกลุ่มของเด็กที่ประสบปัญหาภาวะทุพโภชนาการในประเทศเวียดนาม โดย ณ ตอนนั้น Jerry เป็นผู้อำนวยการโครงการ Save the Children in Vietnam โดยปัญหา ณ ขณะนั้นพบว่า กว่า 65 % ของเด็กในเวียดนามประสบภาวะปัญหาทุพโภชนาการ




*รูปภาพที่ 4 แผนภูมิภาพแสดงจำนวนกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่มักปรากฏอยู่ในสังคม*

ในหนังสือ Positive Deviance Extraordinary คำว่า “Deviant” หรือ ความเบี่ยงเบนนั้นมาจากรากศัพท์ลาติน 2 คำ ได้แก่ คำว่า de ซึ่งแปลว่าออก และคำว่า via ซึ่งแปลว่า ถนน ดังนั้นคำว่า “deviant” จึงหมายถึง ออกถนน หรือ ออกข้างทาง ดังนั้น พฤติกรรมที่เบี่ยงเบน ออกไปจากถนนสายปกติ จึงกลายเป็นสิ่งที่ผิดแปลกออกไปจากพฤติกรรมที่คนในสังคมกระทำ พฤติกรรมที่ถูกกระทำแล้วกลายเป็นความเบี่ยงเบนที่เรียกว่าเชิงบวกนั้น เป็นการดูเทียบกับสิ่งที่คนปกติส่วนใหญ่ในสังคมปฏิบัติกัน ในขณะที่คนในสังคมประสบปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน แต่คนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกลับสามารถใช้ชีวิตได้อย่างดีกว่าคนปกติ เขามีวิธีการปรับตัว และเป็นตัวอย่างแก่คนอื่นๆได้อย่างน่าสนใจ

นักวิชาการด้านพฤติกรรมศาสตร์ Robinson and Bennett (1995) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่กระทำโดยตั้งใจหรือจงใจ โดยพฤติกรรมเหล่านั้นต่างออกไปจากพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ หรือ Norm ซึ่งในที่นี้หมายถึง สิ่งที่สังคมมีความเข้าใจร่วมกัน (Shared understanding) รูปแบบการดำรงชีวิตแบบปกติ (Pattern) และ สิ่งที่สังคมคาดหวังให้คนส่วนใหญ่ทำ (Expect way of doing thing)

ในมิติที่สำคัญเรื่องของพฤติกรรมที่เป็นไปอย่างตั้งใจ หรือ จงใจนั้น Deci and Ryan (1985) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมที่เกิดจากความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้น เกิดขึ้นอย่างจงใจ และเป็นธรรมชาติ โดยไร้ภาวะที่กดดันจากสภาพแวดล้อม และยังมีความแตกต่างจากคนหมู่มากอย่างมีนัยยะสำคัญ นั่นจึงเป็นเหตุผลว่าทำไมพฤติกรรมเหล่านี้จึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากการจ้องมองของสาธารณะ (Public eyes)

วรรณกรรมส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญไปที่พฤติกรรมเบี่ยงเบนเชิงลบ (Negative Deviance) อันเนื่องมาจากสังคมมักมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากการแข้ไขหรือตรวจจับสิ่งที่ผิด ในทางกลับกัน การศึกษาเรื่องพฤติกรรมเบี่ยงเบนเชิงบวก ก็เริ่มค่อยๆ ขยายและชี้ให้เห็นว่า แนวทางในการแก้ปัญหาจะประสบผลสำเร็จได้ต้องมองจากมุมของพฤติกรรมที่เป็นความเบี่ยงเบนเชิงบวกด้วยเช่นกัน

สำหรับแนวคิดความเบี่ยงเบนความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นมีความแตกต่างจากแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมดังนี้

*ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations) และแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance)*

| **แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations)** | **แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance)** |
|---|---|
| **นวัตกรรม (แนวคิดใหม่ ผลิตภัณฑ์ และ บริการ) มาจาก “ภายนอกชุมชน”**<br><br>• นวัตกรรม อ้างถึงใน Rogers (1995) นั้นหมายถึง “ความคิด การปฏิบัติ หรือ วัตถุที่ถูกยอมรับว่าเป็นสิ่งใหม่ จาก บุคคล หรือ กลุ่มบุคคล<br><br>• ตัวสารในการสื่อสาร (Communication message) นั้นต้องได้รับการยอมรับจากบุคคลในฐานะผู้รับสาร อันหมายถึงความเชื่อที่ว่า บุคคลมีความจำกัดในการรับเอาเนื่อหาของตัวสาร ทั้งในแง่ของการค้นหาข้อมูลข่าวสาร และ การตัดสินใจในการยอมรับเอานวัตกรรมมาปฏิบัติใช้ ฉะนั้น บุคคลจึงจำต้องได้รับการสื่อสารที่มาจากภายนอก(Rogers, 2003)<br><br>• ตัวแปรของนวัตกรรมนั้นจะถูกแบ่งออกเป็น กลุ่มผู้ยอมรับนับเอานวัตกรรมต่างๆมาใช้ ได้แก่ innovators, early adopters, early majority, late majority, and laggards (Rogers, 1983) | **ความรู้ และภูมิปัญญาซึ่งอยู่ “ภายในชุมชน”**<br><br>• A. Singhal (2010) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative Paradigm) นั้นไม่ใช่ตัวแทนใหม่ของแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม(Diffusion of Innovations) แต่ แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) นั้น เป็นการขยายอาณาเขตของการแก้ปัญหา ด้วยความหลากหลายของเครื่องมือ คำถาม และกรอบแนวคิด ซึ่งเชื่อว่า ภูมิปัญญาที่อยู่ในชุมชนนั้นสามารถแก้ปัญหาของสังคมนั้นๆได้ |

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| **แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations)** | **แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance)** |
|---|---|
| **แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้นถูกผลักดันดันโดย Change agency**<br><br>● นวัตกรรมที่ถูกถ่ายถอดสู่ผู้รับทั้งหมดนั้นอยู่ภายใต้การกำหนด ของ Change agent ภายใต้การกำกับของ Change agency ซึ่งยากที่จะแพร่ขยายแนวคิดหรือนวัตกรรมสู่ท้องถิ่นหรือชุมชน หรือเรียกอีกอย่างว่าคือจุดศูนย์กลางของการกำหนดวาระนั้นจะกระจุกอยู่แต่เพียงที่ Change agent ซึ่งไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่อยู่ในชุมชนได้อย่างแท้จริง กระบวนการของแนวคิดนี้นั้นมักถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นแนวคิดที่ยึดโยงอยู่กับนวัตกรรมเพียงอย่างเดียว (Pro-innovation)<br><br>● แนวคิดที่ยึดโยงอยู่กับนวัตกรรมเพียงอย่างเดียวนี้นั้นมักพบในหลายๆงานวิจัยที่มักถูกให้ทุนสนับสนุนโดย Change agent (Rogers, 2003) | **แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นถูกผลักดันโดยกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ซึ่งเป็นการให้ความหมายใหม่กับบทบาทของผู้เชี่ยวชาญ**<br><br>● แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกมุ่งสนใจที่กระบวนการที่อยู่ภายใต้การสื่อสารของชุมชน โดยบทบาทของผู้เชี่ยวชาญ (Expert) นั้นจะมุ่งเน้นที่ผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในชุมชน ในขณะที่บทบาทของผู้เชี่ยวชาญโดยทั่วไปนั้นมักจะเป็นการมองหาทางแก้ไขจากกรอบภายนอกของชุมชนเพื่อหาหนทางแก้ไขปัญหาที่อยู่ในชุมชน แต่บทบาทของผู้เชี่ยวชาญใน แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกจะมีบทบาทที่ต่างออกไป โดย กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive deviants) หรือผู้ที่มีพฤติกรรมที่ผิดแปลกออกไปจากชุมชนนั้น ผู้ซึ่งมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงตัวเองและชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นผู้ออกแบบวาระของการสื่อสารเพื่อแก้ปัญหาที่อยู่ในชุมชนได้อย่างตรงจุดและจับต้องได้ |

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| **แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations)** | **แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance)** |
|---|---|
| **แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้นเชื่อมั่นมากในบทบาทของผู้เชี่ยวชาญ และ คลังความรู้ที่อยู่ใน Change agent ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำทางความคิด (Opinion leaders)**<br><br>● ความเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion leadership) นั้นก็คือ ระดับของความสามารถของปัจเจกบุคคลที่สามารถมีอิทธิพลทางทัศนคติ (Attitudes) หรือ พฤติกรรม (Behaviors) (Rogers, 1995)<br><br>● ผู้นำทางความคิดนั้นคือปัจเจกบุคคลที่มักจะเป็นศูนย์กลางทางความคิดของชุมชนและมักถูกมองว่าเป็นผู้ที่ทรงอิทธิพลที่สามารถโน้มนำความคิดผู้อื่นได้ (Valente & Davis, 1999)<br><br>● ผู้นำทางความคิด จะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ระหว่างเครือข่ายของการสื่อสาร เพราะเขาเป็นผู้เชื่อมต่อทางความคิด (Burt, 1999) | **แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนิยามบทบาทของผู้เชี่ยวชาญใหม่**<br><br>● บทบาทของผู้เชี่ยวชาญในแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้น เป็นเพียงผู้ที่หากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ผู้ซึ่งมีพฤติกรรมต่างออกไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ (Pascale, Milleman, & Gioja, 2000) |

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| **แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations)** | **แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance)** |
|---|---|
| **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive communication) นั้นคือวิธีการหลักที่ถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยเป็นไปตามกระบวนการความรู้(Knowledge) ทัศนคติ(Attitude) การกระทำ (Practice) (KAP) เพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย**<br><br>● โครงสร้างของชุมชนหรือองค์กรนั้นเป็นโครงสร้างที่ถูกยึดโยงด้วยเครือข่ายของการสื่อสารของปัจเจกบุคคลไว้ด้วยกัน(Valente & Davis, 1999)<br><br>● โดยช่องทางการสื่อสาร (Communication channels) เป็นช่องทางที่ถูกนำมาใช้เพื่อกระจายนวัตกรรมในระบบโครงสร้างทางสังคม (S. Hansen & Salter, 2001) และถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลักๆได้แก่ ช่องทางสื่อกระแสหลัก (Mass media) และ ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)<br><br>● ฉะนั้นรูปแบบของการสื่อสารในแนวคิดนี้จึงเป็นรูปแบบดั้งเดิมที่เชื่อว่า เมื่อเกิดความรู้ จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ยังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม | **แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกเชื่อในกระบวนการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงโดยเริ่มต้นจากการกระทำ (Practice) สู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) สู่การได้มาซึ่งองค์ความรู้ (Knowledge)**<br><br>● แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นเชื่อในการส่งผ่านกระบวนการความรู้ และ พฤติกรรมที่นำมาปฏิบัติได้จริง อ้างถึงใน Jerry Sternin ผู้ซึ่งเป็นผู้นำแนวคิดนี้มาใช้เป็นคนแรกที่กล่าวไว้ว่า “การปฏิบัติสิ่งที่เราคิดนั้นง่ายกว่าการคิดสิ่งซึ่งเราจะปฏิบัติ” (J. Sternin, 2003)<br>● แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นเชื่อในแนวทางการปฏิบัติ(Changing practice) โดยเชื่อว่าปัจเจกบุคคลจะเปลี่ยนพฤติกรรมเมื่อเขามีการกลั่นกรองจากการปฏิบัติในหลายๆขั้น<br>● การประมวลผลของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นแสดงให้เห็นว่าสามารถนำมาใช้กับชุมชนได้จริงเพราะชุมชนเป็นผู้ครอบครองปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชนและในขณะเดียวกันก็เป็นผู้ครอบครองแนวทางแก้ไขเฉกเช่นเดียวกัน (J. Sternin, 2003)<br>● แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายเพื่อแก้ปัญหาที่อยู่ในชุมชน เช่น childhood anemia, the eradication of female genital mutilation, curbing the trafficking of girls, increasing school retention rates, and promoting higher levels of condom use among commercial sex workers (J. Sternin, 2003) |

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ระเบียบวิธีในการศึกษาภายใต้แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกก่อร่างภายใต้ระเบียบวิจัยวิธี ดังนี้

1. ภูมิปัญญาชุมชน (Asset-Based)
2. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)
3. ผู้เชี่ยวชาญในชุมชน (Local wisdom expert)

**ภูมิปัญญาชุมชน (Asset-Based)**

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ศึกษานั้นเริ่มจากการเข้าไปในชุมชนในประเทศเวียดนามที่ประสบปัญหาภาวะทุพโภชนาการก่อน แล้วจึงค่อยๆเริ่มหากลุ่มของครอบครัวที่สามารถแก้ปัญหาภาวะทุพโภชนาการได้โดยพวกเขาแทบมิได้เข้าถึงทรัพยากรพิเศษหรืออื่นๆที่นอกเหนือจากครอบครัวทั่วไป แล้วเขาก็พบ กลุ่มของครอบครัวที่สามารถจัดการกับปัญหานี้ได้เป็นอย่างดี โดยครอบครัวเหล่านี้ใช้วิธีการในการจับกุ้งและปูตัวเล็กๆจากทุ่งนาในชุมชนและนำมาผสมกับหัวมันหวานซึ่งหาพบได้ในชุมชนเช่นกันและนำมาทำเป็นอาหารสำหรับเด็กๆในครอบครัว ในขณะที่กลุ่มคนส่วนใหญ่ในชุมชนมองว่าอาหารเหล่านี้ไร้ประโยชน์และไม่เหมาะสำหรับเด็กแต่พวกเขากลับเลือกที่จะปฏิบัติดังนี้ โดยจะป้อนให้เด็ก 3-4 ครั้งต่อวัน ซึ่งมากกว่าวิถีดั้งเดิมที่จะมีการป้อนอาหารให้เด็กๆเพียงแค่ 2 ครั้งต่อวัน (J. Sternin, 2003) กลุ่มคนเหล่านี้นั้นนับได้ว่ากลุ่มคนที่มีพฤติกรรมที่ความเบี่ยงเบนออกจากคนกลุ่มใหญ่ และพวกเขากระทำสิ่งซึ่งเป็นผลดีต่อเด็ก จึงเรียกว่าเป็นสิ่งที่มีผลดีหรือเชิงบวก (Positive) และในขณะเดียวกันพวกเขาก็ได้ทำในสิ่งที่กลุ่มคนส่วนใหญ่ไม่ได้กระทำ (Deviants)

ทั้ง Jerry และ Monique จึงได้สร้างโครงการที่ทำให้คนในชุมชนได้มาเรียนรู้จากกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก โดยให้พวกเขาได้ลองทำอาหารที่ประกอบไปด้วยกุ้ง ปูตัวเล็ก และหัวมันหวานและลองป้อนให้กับเด็กๆ หลังจากนั้นไม่กี่สัปดาห์ก็พบว่าเด็กๆเริ่มมีภาวะโภชนาการที่ดีขึ้น โครงการนำร่องที่เกิดขึ้นนี้ พบว่าภายในเวลา 2 ปี ภาวะทุพโภชนาการในเด็กลดลงไป 85 % ในชุมชน และอีกไม่กี่ปีต่อมาโครงการนี้ก็ได้นำไปใช้ทั่วประเทศเวียดนาม ส่งผลให้ เด็กๆกว่า 500,000 คนในประเทศเวียดนามมีภาวะโภชนาการที่ดีขึ้น (J. Sternin & Choo, 2000; M. Sternin, Sternin, & Marsh, 1999)

**การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)**

แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นมุ่งสนใจที่จะหากระบวนการปรึกษาหารือ (Dialogue) และกระบวนการแห่งการค้นหา (Discover) โดยเป็นกระบวนการที่กลุ่มผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกจะเป็นผู้ขับเคลื่อนเพื่อผลประโยชน์หลักของส่วนรวม

A. Singhal (2010) กล่าวว่า คนเราจะเปลี่ยนแปลงการกระทำก็ต่อเมื่อผ่านการปฏิบัติหลายๆ ครั้งอย่างเป็นรูปแบบขั้นตอน โดยแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนี้จะเป็นเครื่องมือช่วยนำไปหาการปฏิบัติที่เป็นขั้นตอนต่างๆในชุมชน

หากมองตามกรอบทฤษฎี KAP ที่เมื่อเกิดความรู้แล้วจึงทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและจึงส่งผลต่อการปฏิบัติ นั้นจะพบว่า แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกจะเปลี่ยนมุมมองนี้ในทางกลับกัน โดยที่ เมื่อเกิดการปฏิบัติที่ดีในชุมชน จึงทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อสิ่งนั้น แล้วจึงกลายมาเป็นองค์ความรู้ของชุมชน ดังตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในประเทศเวียดนาม

**ผู้เชี่ยวชาญในชุมชน (Local wisdom expert)**

ในการประเมินผลของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นแสดงให้เห็นว่าแนวคิดนี้ค่อนข้างประสบความสำเร็จเพราะชุมชนเป็นเจ้าของปัญหาและก็เป็นเจ้าของวิธีการแก้ไขปัญหาเช่นเดียวกัน (Buscell, 2004; Dorsey, 2000) และ (J. Sternin, 2003) ด้วยพลวัตรเช่นนี้ทำให้บทบาทของผู้เชี่ยวชาญจึงเปลี่ยนแปลงไป ตามปกติแล้วบทบาทของผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผู้หาปัญหาที่เกิดขึ้น จัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน และหาวิธีหรือหนทางในการแก้ไข ซึ่งเป็นกระบวนการจากภายนอกสู่ภายใน แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นตั้งคำถามที่สำคัญกับบทบาทของผู้เชี่ยวชาญ โดยเปลี่ยนโฉมให้ผู้เชี่ยวชาญนั้นคือผู้ที่ฝังตัวหรืออาศัยอยู่ในชุมชนเอง (Macklis, 2001)

บทบาทของผู้เชียวชาญในแนวคิดนี้จึงเป็นผู้เชื่อมประสานเพื่อก่อให้เกิดการค้นพบผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั่นเอง (Pascale et al., 2000)

(A. Singhal, 2010) กล่าวว่าเพราะแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นเป็นกระบวนการหาปัญหาที่เกิดจากชุมชนอย่างแท้จริงและเมื่อมีผู้ค้นพบกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมากขึ้นก็จะทำให้เกิดการผลักดัน และ กลายเป็นการสร้างค่านิยมใหม่ในสังคม

แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นเป็นแนวคิดที่เสนอแนวคิดที่ต่างจากแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations) โดยเชื่อว่าภูมิปัญญาหรือองค์ความรู้ที่อยู่ในชุมชนสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ และเชื่อในกระบวนการแก้ไขปัญหาสังคมจากปัจจัยภายในสู่ภายนอก (Inside-out) ซึ่งต่างจากการแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เชื่อในกระบวนการแก้ไขปัญหาจากภายนอกสู่ภายใน (Outside-in) แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นได้ถูกนำไปต่อขยายและประยุกต์ใช้มากว่า 2 ทศวรรษ และนำเอาไปแก้ไขปัญหาในชุมชนต่างๆกว่า 40 ประเทศ ดังนี้

- การแก้ไขปัญหาภาวะทุพโภชนาการในประเทศเวียดนาม (Zeitlin, Ghassemi, & Mohamed, 1990) และ (J. Sternin, 2003)

- การลดภาวะเสี่ยงของการคลอดบุตรและการเสียชีวิตของทารกแรกเกิดประเทศในปากีสถาน (M. Sternin, 2005)
- การเพิ่มอัตราการเข้าชั้นเรียนของเด็กนักเรียนในประเทศอาร์เจนตินา (Dura & Singhal, 2009)
- การเพิ่มจำนวนเด็กที่เป็นทหารในทางตอนเหนือของประเทศอูกานดา(A. Singhal & Dura, 2009)
- การลดปริมาณภาวะติดเชื้อในโรงพยาบาลในประเทศสหรัฐอเมริกา (A. Singhal, Buscell, & McCandless, 2009)
- และการแก้ปัญหาในประเด็นสังคมอื่นๆ (Pascale & Sternin, 2005) และ (Pascale, Sternin, & Sternin, 2010)

Arvind Singhal เป็นนักวิชาการด้านการสื่อสารที่ได้นำแนวคิดด้านความเบี่ยงเบนเชิงบวกมาใช้ในด้านการสื่อสารและความเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยงานของ Singhal ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกโดยค้นพบข้อมูลสำคัญจาก 2 พื้นที่ อันแก่

1. การต่อสู้กับภาวะทุพโภชนาการในเวียดนาม : การสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในเวียดนามนั้นเริ่มจากการที่ Jerry และ Monique เข้าไปสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจกับคนในชุมชนก่อน โดยกลุ่มแรกที่พวกเขาได้เข้าไปสื่อสารนั้นคือกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน หลังจากนั้นพวกเขาจึงค่อยๆเข้าไปทำความรู้จักกับข้าราชการในพื้นที่ แล้วจึงค่อยๆทำการสำรวจโดยเลือกเอาชุมชนในเวียดนามมาทำการศึกษา 4 ชุมชน จากนั้นพวกเขาจึงค่อยๆเก็บข้อมูลสำรวจเชิงภาพรวมเกี่ยวกับจำนวนของเด็กที่ประสบปัญหา โดยพบว่า เด็กๆส่วนใหญ่ประภาวะทุพโภชนาการ พวกเขาจึงค่อยๆตั้งคำถามที่เกิดขึ้นในคนในชุมชนว่ามีกลุ่มคนที่ไม่ประสบปัญหาภาวะทุพโภชนาการไหม และพวกเขาก็ได้คำตอบว่ายังคงมีครอบครัวบางครอบครัวในชุมชนที่ไม่ประสบปัญหาเหล่านี้ พวกเขาจึงใช้การสำรวจในชุมชนจนท้ายที่สุดพบกับ 6 ครอบครัวที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนออกไป โดยพวกเขาไม่ประสบปัญหาภาวะทุพโภชนาการเลย โดยที่พวกเขารู้จักที่จะให้กุ้ง ปูตัวเล็กๆ และหัวมันหวานในการเลี้ยงดูบุตรและมีช่วงเวลาให้อาหารแก่บุตรมากกว่าปกติ หลังจากนั้นพวกเขาจึงใช้กรณีเป็นกรณีตัวอย่างแก่ชุมชนในการแลกเปลี่ยนความรู้และภูมิปัญญา

2. การลดภาวะเสี่ยงของการคลอดบุตรและการเสียชีวิตของทารกแรกเกิดในปากีสถาน : สิ่งที่เกิดขึ้นในบริบทของชุมชนในปากีสถานนั้นคือ ชุมชนส่วนใหญ่ยากจนและประสบปัญหาความเสี่ยงในการคลอดบุตรและเป็นที่ที่มีความเสี่ยงสูงในการเสียชีวิตของทารกแรกเกิด บทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนานั้นได้เข้าไปเพื่อแก้ไขภาวะเหล่านี้ โดยกระบวนวิธีในการทำการศึกษานั้นทำโดยเข้าไปหากลุ่มชุมชนตัวอย่างสองกลุ่มชุมชนโดยใช้การสำรวจภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยความเบี่ยงเบนเชิงบวก โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบ โดยแบ่งกระบวนการศึกษาออกเป็น 2 ขั้น ขั้นที่ 1 เป็นกระบวนการในการสร้างเวทีเสวนาของชุมชน (Community dialogue) โดยให้คนในชุมชนพูดถึงปัญหาที่ประสบ (โดยแยกหญิงชาย) เพื่อหากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ในขั้นที่ 2 เป็นการสร้างกิจกรรมในชุมชนโดยเกิดจากการสร้างสรรค์ของคนในชุมชนทั้งหญิงและชาย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนั้นจะเป็นการใช้กระบวนสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมอย่างหลากหลาย อาทิ การสร้างแผนที่ชุมชนร่วมกัน การจำลองสถานการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญมาร่วมหากลุ่มผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก โดยประกอบไปด้วย หัวหน้าชุมชน กลุ่มนักรณรงค์ และกลุ่มผู้ที่ทำงานเพื่อสังคม และพวกเขาก็ได้พบกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมผิดแปลกออกไปจากชุมชน โดยที่ไม่ประสบปัญหาที่ชุมชนประสบอยู่ อาทิ กลุ่มของสามีที่เก็บเงินไว้เพื่อใช้ดูแลในยามที่บุตรอาจเกิดภาวะเสี่ยง กลุ่มของแม่สามีที่รู้จักวิธีการเตรียมอุปกรณ์ในการคลอดบุตร

ความเชื่อมโยงของ ข้อมูลของ 2 พื้นที่นี้พบว่า วิธีการแก้ปัญหาด้านสุขภาพ นั้นแท้จริงแล้วนั้นย่อมเกิดจาการการแก้ปัญหาภายในชุมชน และภายใต้ บุคคลที่อยู่ในชุมชนนั้นๆ

วิธีการสื่อสารทางเลือกภายใต้แนวคิดนี้นั้น ตั้งอยู่บนรากฐาน ของ ท้องถิ่นนิยม และ การแก้ปัญหาสุขภาพที่ตั้งอยู่บนรากฐานของท้องถิ่นนั้นๆ ในเชิงภาพรวมนั้น แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นได้นำไปใช้อธิบายในประเด็นต่างๆหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นด้านภาวะโลหิตจางในเด็ก การกำจัดภาวะตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ การแก้ปัญหาการค้ามนุษย์ในเด็กหญิง การเพิ่งอัตราเข้าเรียนของเด็ก การลดปริมาณภาวะติดเชื้อในโรงพยาบาล และ การสนับสนุน ส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยของผู้ให้บริการทางเพศ (Pascale et al., 2010; A. Singhal, Buscell, & Lindberg, 2010; A. Singhal & Dura, 2009)

สาเหตุที่แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นประสบความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเพราะว่า แนวคิดนี้นั้นสนับสนุนกระบวนการสื่อสารในท้องถิ่นและความรู้ของชุมชน อันรวมไปถึงทักษะที่มีอยู่ในชุมชน

บทบาทของ Change agent ในฐานของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกจึงแตกต่างออกไปจากเดิม เนื่องจากเขาจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้นๆ เป็นผู้เรียนรู้และผู้ฟังที่ดี A. Singhal and Dura (2012) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้น แตกต่างจากรูปแบบการรณรงค์อื่นๆ (Communication campaign) ที่มาจากแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations) หรือ การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) ซึ่งยึดเอาหลักการที่ว่า ความคิด หรือข้อความที่ต้องการสื่อสารเกี่ยวกับสุขภาพนั้นมักมาจากภายนอก และถูกรณรงค์และแพร่ขยายโดย Change agency ผ่าน Change agent โดยใช้กลยุทธ์ แบบ บนลงสู่ล่าง (Top-down) และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive communication strategies) เพื่อให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณลักษณะด้านการสื่อสารนั้นอาจยังไม่ปรากฏชัดว่ามีนักวิชาการได้ทำการศึกษา แต่หากพิจารณาจากมุมมองด้าน Organizational Behavior (Spreitzer & Sonenshein, 2003) ก็จะพบว่า สามารถพบเห็นได้เป็นคุณลักษณะที่มีจุดร่วมทางพฤติกรรมศาสตร์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้านหลักที่มาจากปัจจัยภายในดังนี้

1.ความหมาย (Meaning) พฤติกรรมของมนุษย์ที่น่าสนใจอย่างหนึ่งคือความสามารถในการให้ความหมาย โดยเราสามารถให้ความหมายซึ่งแสดงความสัมพันธ์กับตัวเราไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง นักวิชาการด้านพฤติกรรมศาสตร์ Wrzeniewski (2003) ที่ได้ศึกษาเรื่องของความหมายนั้น ได้กล่าวว่าความผูกพันในระดับสูงหรือการให้ความหมายกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อสิ่งหนึ่ง ถือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก และถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในทางจิตวิทยา เมื่อใดก็ตามที่มีการให้ความหมายมากขึ้นเท่าใด บุคคลเหล่านั้นก็อยากจะเห็น อยากทำให้สิ่งที่พวกเขาให้ความหมายมีขึ้นปรากฏให้เห็นเด่นชัด หรือได้รับการยอมรับ หรือปฏิบัติโดยทั่วกันในสังคม (When people care deeply about something, they have a desire to take action) สิ่งที่เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นปัจจัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภายใน (Intrinsic motivation) แรงขับเหล่านี้ไม่ได้เกิดจากการบีบอัดจากสภาพภายนอนหากแต่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากกระบวนการภายใน และเมื่อใดก็ตามที่มนุษย์ถูกกระตุ้นปัจจัยภายในที่พวกเขามี พวกเขาจะแปรเปลี่ยนเอาปัจจัยภายในที่เขามี กระตุ้นให้เกิดเป็นการกระทำ การท้าทาย การขยายขอบเขตของความสามารถของพวกเขาที่มี พวกเขาจะมีแรงพลังที่ทำให้พวกเขาต่อต้านอุปสรรคต่างๆที่พวกเขามีได้ เมื่อกล่าวโดยสรุปก็คือเมื่อใดก็ตามที่มีการให้ความรัก ความหมายกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มนุษย์ก็มักจะแปลงสิ่งเหล่านั้นให้กลายเป็นกิจกรรมเชิงบวกนั่นเอง

2.การตัดสินใจด้วยตนเอง (Self-determination) ภาวะที่มนุษย์สามารถเลือกและมีอิสระในการตัดสินใจด้วยตัวเองเป็นอีกคุณลักษณะที่สำคัญของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก เพราะเมื่อใดก็ตามที่มนุษย์สามารถกำหนด และ สามารถควบคุม พฤติกรรมที่เขากำหนด สร้างขึ้นมาเองได้ มันจะทำให้เขามีความอิสระ และความอิสระที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้สร้างสรรค์ทางเลือกใหม่ๆ ที่มาจากความต้องการของเขาอย่างแท้จริง

3.ศักยภาพ (Personal efficacy) จุดเด่นหนึ่งที่สำคัญของบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก คือบุคคลที่มีประสิทธิภาพในตัวเอง มีสิ่งที่เรียกว่าศักยภาพในตนเอง สิ่งที่ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญก็คือ เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์รู้สึกถึงความสามารถและศักยภาพที่ตนเองมี เขาจะมีความกระหาย มีความอยากที่จะพัฒนาตนเองและสภาพแวดล้อมไปในระดับที่ดียิ่งๆขึ้นไปอีก (Bandura, 1977) ในแง่ของพฤติกรรม หรือบุคลิกภาพ เราจะเห็นได้ว่าเขาเป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเอง มีความสามารถ และเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าในความสามารถที่เขามี

4.ความกล้าหาญ (Courage) ความกล้าเป็นสิ่งที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะอีกประการที่สำคัญของบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ความกล้าในที่นี้ คือความไม่กลัว ความกล้าได้กล้าเสีย กล้าที่จะเสี่ยงในสภาวะที่คนส่วนใหญ่อาจมองว่าปลอดภัย หรืออันตราย โดยส่วนใหญ่แล้วความเสี่ยง มักจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก เพราะนั่นคือสิ่งที่แยกเขาออกจากขนบ (Norm) ของสังคมโดยชัดเจน แต่เขากับแปรความกล้าหาญที่เกิดขึ้นให้เป็นพลังเชิงบวกเพื่อสร้างสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนและคนอื่นๆในสังคม โดยทั่วไปคนส่วนใหญ่จะมีสิ่งที่เรียกว่า Comfort zone หรือ เส้นแบ่งเขตของความกล้าหาญที่เราจะทำหรือไม่กระทำ และโดยส่วนใหญ่เรามักไม่มีความกล้าที่จะกระทำ ในขณะที่คนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกถือว่าเป็นคนที่อยู่ในภาวะที่ค่อนข้างไร้ Comfort zone หรือบางกรณีอาจมี Comfort zone ที่น้อย จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้เขาก้าวความผ่านความกลัวในจิตใจ และผ่านไปได้

5.ความสนใจที่ต่างจาก mainstream จิตอาสา และ ความใส่ใจชุมชนจากเบื้องล่าง (Other focus) แนวคิดเรื่อง other focus behavior เป็นแนวคิดที่ถูกสังเคราะห์มาจากนักวิชาการด้านการพัฒนาความเป็นผู้นำ โรเบิร์ต กรีนลีฟ นิยามเรื่อง other focus ในหนังสือของเขาเรื่อง *The Servant as Leader* โดยให้ความหมายว่า other focus นั้นมักเป็นส่วนประสมสำคัญของของผู้ที่เป็นผู้นำที่แท้จริงในสังคม โดยเขาเหล่านั้นจะเติบโตในสังคมที่พวกเขาอาศัยอยู่และพยายามแบ่งปันอำนาจความรู้ที่เขามี เพื่อช่วยเหลือ กลุ่มคนอื่นๆในสังคม ดังนั้น focus หรือความสนใจที่เขามีจึงไม่ได้มุ่งไปที่การขยายอาณาเขต หรืออำนาจของเขา แต่กลับเป็นการกระจายอำนาจ และการพยายามฟื้นฟูสังคมของเขา(Greenleaf, 1977)

ในกระบวนทัศน์หลัก (Dominant paradigm) นั้น บทบาทของ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารจะเป็นลักษณะ จากบนลงสู่ล่าง และนำเอาแนวคิดมานำเสนอสู่ชุมชน ในขณะที่แนวคิดความเบี่ยงเบน

เชิงบวก จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบนี้อย่างสิ้นเชิงโดยอาศัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม(Participatory communication) เพื่อจะหา คนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive deviant) ที่มีรูปแบบและพฤติกรรมการสื่อสารที่แปลกแตกต่างจากปกติ ซึ่งเขาเหล่านั้นได้แพร่ขยาย แนวคิดนี้สู่ชุมชน และทำให้ชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น

ในแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนี้ มีข้อสมมุติฐานที่ว่า การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) และการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal communication processes) สามารถนำมาปฏิบัติใช้เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการสื่อสารเพื่อสุขภาพได้ดีกว่า ดังจะเห็นได้จากความสำเร็จของกรณีศึกษาที่ได้เกิดขึ้นในเวียดนามและปากีสถาน ที่การสื่อสารในรูปแบบนี้นั้นนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนและก่อให้เกิด ค่านิยม และวิถีปฏิบัติของสังคมใหม่ขึ้น (Social proof)

หากสำรวจพัฒนาการของงานวิจัยที่ได้นำเอาแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกมาประยุกต์ใช้จนถึงปัจจุบันจะพบว่า แบ่งออกเป็น 2 ยุคให้เห็น อันประกอบไปด้วยยุค ที่ 1 (Traditional) และ ยุคที่ 2 (Application)

โดยยุคที่ 1 (Traditional) ของงานวิจัยจะเป็นการเน้นไปยังการนำเอาแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก เข้าไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ชนบท อาจเรียกได้ว่าเป็นยุคดั้งเดิม (Traditional) ของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก โดยจะเป็นการเข้าไปเพื่อพยายามหาหนทางในการแก้ไขภาวะยากลำบากของคนอันอยู่ในชนบท เช่นเวียดนาม และอูกานดา อาทิ ตัวอย่างเรื่องความยากจน ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นภาวะเสี่ยง (Risk factor) อันก่อให้เกิดภาวะอื่นๆตามมา แต่ด้วยสิ่งที่เป็นศักยภาพเชิงบุคคล (Self-efficacy) อันเป็นส่วนประกอบของเงื่อนไขที่ทำให้ประสบผลสำเร็จ (Enabler) จึงทำให้กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกสามารถแก้ไขภาวะที่เกิดขึ้นได้ กรณีตัวอย่างที่เกิดขึ้นในเวียดนามเป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกถูกค้นพบโดยการที่พวกเขาต้องอยู่ในภาวะที่เสี่ยงกับความยากจนในเวียดนาม ดังนั้นคนส่วนใหญ่จึงไม่ได้มีการเข้าถึงสารอาหารที่จำเป็นโดยเฉพาะเมื่อถึงภาวะที่ต้องดูและบุตร อย่างไรก็ดีในขณะเดียวกันเขาก็ใช้ศักยภาพส่วนบุคคลในการหาวิธีการที่เป็นภูมิปัญญาในการหาวิธีหรือหนทางโดยจากตัวเขาเอง ซึ่งนั่นก็คือการหาปู กุ้งตัวเล็กๆและหัวมันหวาน (Unique food) ให้บุตร ซึ่งสะท้อนให้เห็น เป็นพฤติกรรม (Behavior)ที่แตกต่างไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งผลลัพท์ (Outcome) อาจยังเป็นไปในลักษณะการแพร่กระจายในชุมชน เป็นแนวโน้มที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Growth)

ในยุคที่ 2 (Application) ลักษณะของงานวิจัยปรากฏให้เห็นการใช้ส่วนประสมใหม่ๆเข้ามาในการวิจัย ตัวอย่างที่สำคัญเกิดขึ้นใน ปี ค.ศ. 2002 ซึ่งเป็นการนำเอาแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกเข้ามาประยุกต์ใช้กับการเสริมพลังการสื่อสารของกลุ่มผู้นำที่มีควมเบี่ยงเบนเชิงบวกให้มีศักยภาพในการเผยแพร่ภูมิปัญญามากขึ้น ซึ่งเป็นกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นในเวียดนาม เป็นการค้นพบกลุ่มคนที่มีความ

เบี่ยงเบนเชิงบวกที่อยู่ในกลุ่มผู้ให้บริการทางเพศ ซึ่งจากกลุ่มคนเหล่านี้มีคนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนเชิงบวกแฝงอยู่นั่นคือการรู้จักปฏิเสธลูกค้าที่ไม่ใส่ถุงยาง หรือมีวาทศิลป์ในการต่อรองโน้มน้าวให้ลูกค้าใส่ถุงยางก่อนมีเพศสัมพันธ์ กลุ่มผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก 11 คนจากกลุ่มนี้ถูกคัดเลือกให้ ได้รับการสนับสนุน (Peer support)โดยจัดให้มีการ Workshop เสริมให้เกิดการเผยแพร่แก่คนอื่นๆในชุมชน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม (Behavior) นั่นคือ การที่ทุกคนใช้ถุงยางอนามัยก่อนมีเพศสัมพันธ์ ส่งผลให้เกิดผลลัพท์ ซึ่งก็คือ ปัญหาโรคเอดส์ และการติดต่อทางเพศสัมพันธ์ลดลง

*ตารางที่ 3 ตารางแสดงพัฒนาการของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก*

| ยุค/องค์ประกอบ | ภาวะเสี่ยง (Risk factor) | เงื่อนไขที่ทำให้ประสบผลสำเร็จ (Enabler) | พฤติกรรม (Behaviour) | ผลลัพท์ (Outcome) |
|---|---|---|---|---|
| ยุค 1 (Traditional) 1990-2002 | ความยากจน (Poverty) | ศักยภาพเชิงบุคคล (Self-efficacy) | การให้ปูตัวเล็กๆแก่บุตร (Unique food) | แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Growth) |
| ยุค 2 (Application) 2002-ปัจจุบัน | กลุ่มผู้ให้บริการทางเพศ (Commercial sex worker) | การสนับสนุนกลุ่มผู้นำ PD (Peer support) | การใช้ถุงยางอนามัย (Condom use) | ลดปัญหาโรคเอดส์ (No AIDS) |

ที่มา:Lapping et al. (2002)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

**2. แนวคิดเกี่ยวกับกฎคนพิเศษ (Law of the few)**

แนวคิดเกี่ยวกับคนพิเศษหรือกฎของคนส่วนน้อยนั้นถูกนำเสนอในหนังสือ (The Tipping Point) ของ (Gladwell, 2001) ผู้ซึ่งสนใจเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆแห่งการเปลี่ยนแปลง โดยในแนวคิดนี้นั้น Malcolm Gladwell บอกว่าหนึ่งในคนพิเศษเหล่านี้ได้ค้นพบเทรนด์หรือแนวโน้ม แล้วก็พูดกันปากต่อปาก ผ่านสายสัมพันธ์ทางสังคม พลังความกระตือรือร้นและบุคลิกภาพที่ตนเองมี โดยได้มองว่าการแพร่ระบาดของเรื่องราวจำเป็นต้องอาศัยบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นพาหะ 3 กลุ่ม ได้แก่

**1.ผู้เชื่อมโยง (Connector)**

ปัจจัยแรกและเป็นปัจจัยที่เด่นชัดที่สุดในการเปลี่ยนแปลงคือ ผู้เชื่อมโยง เขาจะเป็นผู้เชื่อมต่อที่รู้จักคนเยอะมาก หลากหลายวงการ พวกเขาเป็นคนประเภทที่รู้จักทุกคน กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือในทุกสาขาอาชีพ จะมีคนหยิบมือหนึ่งที่มีความสามารถในการคบเพื่อนและรู้จักคนเยอะ นักเชื่อมต่อไม่เพียงแค่รู้จักคนมากมายเท่านั้น ความสำคัญของเขายังอยู่ที่ว่า คนที่เขารู้จักนั้นทำหน้าที่อะไรด้วย เขาเป็นผู้

ที่มีความอยากรู้อยากเห็น เชื่อมั่นในตนเองสูง และสนุกกับการทำหน้าที่ประสานงานในการเชื่อมต่อบุคคลต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้นนักเชื่อมเป็นบุคคลที่มักไม่ค่อยมีศัตรู

**2.ผู้รู้ (Maven)**

Maven มาจากภาษายิว หมายความถึงคนที่สะสมความรู้ บุคคลที่เป็นผู้รู้มักเป็นบุคคลที่สะสมข้อมูลข่าวสารต่างๆไว้มากมายและสนใจใฝ่รู้เกี่ยวกับข่าวสารใหม่ๆอยู่เสมอ สิ่งที่สำคัญเกี่ยวกับข้อมูลเหล่านั้นที่พวกเขามีคือ พวกเขาจะมีข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจนและเต็มไปด้วยสาระความรู้ต่างๆ และปราศจากการพูดที่สะท้อนให้เห็นว่าตนเองได้รับอามิสสินจ้าง บุคคลที่เป็นผู้รอบรู้นั้นยังรู้จักผู้คนมากมาย เดินทางไปมาหาสู่กับบุคคลต่างๆอยู่เสมอ และมักพูดคุยกับบุคคลต่างๆอย่างจริงจังและจริงใจ แบบตรงไปตรงมา อันส่งผลให้ผู้คนรอบข้างมักให้ความเชื่อถือ และวิ่งมาหาข้อมูลหรือความรู้ต่างๆอยู่เสมอ

สิ่งสำคัญเกี่ยวกับบุคคลที่เป็นผู้รู้คือ พวกเขาไม่ใช่นักสะสมข้อมูลที่เก็บไว้กับตัวเพียงคนเดียว และมันไม่ใช่แต่เพียงว่าพวกเขาหมกมุ่นอยู่แต่เรื่องทำอย่างไรถึงจะซื้อสินค้าได้ถูกที่สุด สิ่งที่ทำให้เขาต่างจากคนอื่นก็คือ เมื่อเขารู้วิธีซื้อของได้ถูกที่สุด เขาจะบอกต่อด้วย บุคคลที่เป็นผู้รู้คือผู้ซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ราคา และสถานที่ คนประเภทนี้ต้องการเปิดการสนทนากับผู้บริโภคและตอบสนองต่อข้อเรียกร้องนั่นเอง

**3.นักโน้มน้าว (Salesman)**

นักโน้มน้าว (Salesman) เป็นบุคคลซึ่งมีทักษะในการโน้มน้าวจูงใจสูง มักเป็นบุคคลที่เท่ห์ มีเสน่ห์ ช่างพูด ชอบเข้าสังคมและสนุกสนานเวลาอยู่กับผู้คน ตลอดจนสามารถผูกมิตรไมตรี และความไว้เนื้อเชื่อใจกับกลุ่มคนต่างๆได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นเขายังมีศิลปะในการโน้มน้าวใจ โดยการใช้เทคนิคต่างๆในการสร้างความน่าเชื่อถือ อาทิ การใช้ภาพข่าวต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลหลักฐานประกอบการโน้มน้าวใจและเมื่อพวกเราไม่คล้อยตามในสิ่งที่ได้ยิน และนักโน้มน้าวก็มีความสำคัญต่อการจุดกระแสการแพร่ระบาดแบบปากต่อปากเช่นเดียวกับคนสองประเภทขั้นต้นที่กล่าวมา

นอกจากแนวคิดเกี่ยวกับกฎคนพิเศษยังมีส่วนประเด็นของบริบท (Context) และพลังของบริบท (Power of context) ที่มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงสังคม โดย นักวิชาการด้านการสื่อสารชื่อดัง Manuel Castell ได้กล่าวถึงบทบาทสำคัญของการขยายตัวของสื่อใหม่และสิ่งที่เรียกว่า Mass self-communication นั่น คือ การที่คนเล็กๆคนหนึ่งสามารถลุกขึ้นมาเป็นผู้ส่งสารได้อย่างวงกว้างจนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงกว้าง โดยเขาได้ตั้งข้อสังเกตจากปรากฏการณ์ของเรื่องราวที่เกิดขึ้นในเชิงพื้นที่ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางรัฐศาสตร์ ในโลกโดยพบว่า สื่อมีบทบาทในการช่วยให้คนในแต่ละท้องที่สร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งทางนโยบายหรือไปจนถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลง(Castells, 2007) อาทิ การเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นต้น การแตกตัวของสื่อทำให้สื่อถูกทำให้มีลักษณะจำเพาะ ทำให้สามารถสร้างบทบาทจำเพาะของสื่อได้อย่างชัดเจน และสิ่งที่เป็นการเกิดขึ้นของรูปแบบใหม่แห่ง

การสื่อสาร ซึ่งมีความเกี่ยวโยงและสัมพันธ์กับวัฒนธรรม และ เทคโนโลยีการสื่อสารในลักษณะเครือข่ายซึ่งวางอยู่บนฐานของการสื่อสารแนวระนาบ ซึ่งเขาขอเรียกว่า Mass-self communication และการใช้การประสมสื่อทั้งสื่อมวลชน และ Mass-self communication ในการสร้างความเคลื่อนไหวในสังคมเพื่อทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

Castells (2007) กล่าวว่าเกิดจาก แนวโน้มหรือกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด 7 ประการ

1.การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของอำนาจจากทั่วทุกมุมโลกซึ่งถูกท้าทายจากกลุ่มคนเล็กๆ โดย

2.กระแสโลกาภิวัฒน์

3.กระแสทุนนิยม

4.ความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและการต่อสู้ของพลเมือง

5.การเปลี่ยนแปลงของ วัฒนธรรมอุตสาหกรรม และ ธุรกิจสื่อ ไปสู่รูปแบบดิจิทัล

6.กระแสปัจเจกบุคคล

7.ความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัล

สิ่งที่เกิดขึ้นสะท้อนภาพที่เกิดขึ้นในบริบทที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของจักรยาน จากการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาที่เกิดขึ้น ดังจะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาที่เกิดการเข้ามาในแต่ละยุคแต่ละสมัยอันสะท้อนให้เห็นว่าบทบาทของผู้นำในการเปลี่ยนแปลงนั้นมีความสำคัญในการเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลง

แนวคิดกฎคนพิเศษนั้นยังมีความคล้ายคลึงกับแนวคิดผู้นำทางความคิด (Opinion leader) ซึ่งหากกล่าวถึงการสื่อสารโดยทั่วไปทั้งการรับฟัง การพูดคุย การโต้ตอบซักถาม และการแสดงความคิดเห็น เป็นการสื่อสารบนพื้นฐานแบบสองขั้นตอนของ Katz and Lazarsfeld (1955) ซึ่งได้อธิบายให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสารแบบ สองทาง (Two-step flow media) โดยกล่าวว่า 1. เกิดจากความคิดส่วนบุคคลที่กระจายไปยังบุคคลอื่นๆในสังคมและได้มีอิทธิพลหรือมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลอื่นที่รับสาร 2. ผู้นำทางความคิด มีอยู่และแทรกตัวอยู่ในทุกระดับชั้น หน่วย และสถานะต่างๆของสังคม 3. ผู้นำทางความคิดเป็นผู้เปิดรับสื่อมากกว่าบุคคลอื่นๆในสังคม ในขณะที่ผู้ติดตามจะเปิดรับข้อมูลที่มีอิทธิพลทางความคิดนั้นมา

จากแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทั้ง 2 ทางนั้น ผู้นำความคิดมีอยู่ในทุกระดับชั้น และเป็นผู้ที่เปิดรับสื่อมากกว่าบุคคลอื่นๆในสังคม Rogers (1995) ได้ให้คำจำกัดความกับผู้นำทางความคิด (Opinion leadership) คือระดับความสามารถที่ไม่เป็นทางการของบุคคลหนึ่ง ที่สามารถโน้มน้าวทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลที่ติดตามให้เป็นไปตามความต้องการได้ ผู้นำทางความคิดจึงมีบทบาทต่อการกระตุ้นให้เกิดการแพร่กระจายสิ่งต่างๆไปสู่สังคม

Rogers (1995) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของผู้นำทางความคิด 4 ประการ ได้แก่

1.การสื่อสารภายนอก (External Communication) เนื่องจากผู้นำทางความคิดสามารถเข้าถึงสื่อมวลชนได้ง่าย เปรียบเสมือนตัวเชื่อมระหว่างสื่อและคนในสังคม

2.การเข้าถึงผู้อื่นได้ง่าย (Accessibility) เนื่องจากผู้นำทางความคิดสามารถกระจายข้อมูลใหม่ๆไปสู่สังคม เพราะผู้นำทางความคิดมีกลุ่มสังคม หรือเครือข่ายที่คอยติดตาม

3.มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socioeconomic status) เนื่องจาก โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นสัตว์สังคม และต้องการผู้นำ กล่าวคือ ผู้ติดตามโดยทั่วไป ต้องการผู้นำทางความคิด ผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีคุณสมบัติที่ตนเองให้การยอมรับ

4.ความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม (Innovativeness) เนื่องจากผู้นำทางความคิดเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และเสนอสิ่งแปลกใหม่ ดังนั้น เมื่อผู้นำทางความคิดเสนอข้อมูล หรือแนวคิดใหม่ๆ ผู้ตามก็จะให้การยอมรับและสนับสนุนความคิดนั้นๆจากผู้นำทางความคิด

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้นำทางความคิดนั้นมีบทบาทต่อการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ตลอดจนการโน้มน้าวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยงานวิจัยของ

1. Valente and Davis (1999) ได้ทำการศึกษาบทบาทของผู้นำทางความคิดในสถานพยาบาลในสหรัฐอเมริกา ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสุขภาพ ในโรงพยาบาล โดยพบว่า บทบาทของผู้นำทางความคิดนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมี ความน่าเชื่อถือ (Credibility) อันถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้ผู้ตามนำเอาไปปรับใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความไว้วางใจ (Trust) ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสิ่งที่ เขาได้พบสอดคล้องกับคำกล่าวของ Rogers (1983) ที่ได้ให้ขอบเขตคุณลักษณะของผู้นำทางความคิด เพราะเขา 1) สามารถหรือมีช่องทางที่ติดต่อสื่อสารกับโลกภายนอก 2) ในบางครั้งเขาเหล่านั้นจะมีสถานภาพทางสังคมที่สูงกว่า 3) และมีความเชี่ยวชาญทางด้านนวัตกรรมมากกว่า 4) และพวกเขามักเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารโดยเฉพาะรูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล อันรวมไปถึงการติดต่อของกลุ่มคนระหว่างกลุ่มหรือชุมชน และการสร้างเครือข่ายทางการสื่อสารใหม่ๆอีกด้วย

2. (Kelly et al., 1991) งานวิจัยศึกษาเกี่ยวกับกลุ่ม ผู้นำทางความคิดที่เข้ามามีบทบาทในการ endorse หรือรณรงค์ให้กลุ่มชายรักร่วมเพศ เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เกิดการมีเพศสัมพันธ์อย่างปลอดภัย โดยเมื่อมีการได้นำการทดลองโดยให้ผู้นำทางความคิดได้รับการบอกเล่าถึงวิธีที่ถูกต้องในการมีเพศสัมพันธ์อย่างปลอดภัย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เกิดการใช้ถุงยางอนามัยเพิ่มขึ้น 16% เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของผู้นำทางความคิดที่มีบทบาทในการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งรูปแบบการสื่อสารที่พบ นั้น จะเป็นการสร้าง การสื่อสารในลักษณะกลุ่มย่อย (Group discussion) การให้คำปรึกษาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal consultation) และ การแก้กฎระเบียบให้เหมาะสมและเอื้อต่อการให้ข้อมูล (Revision of protocols)

3. Moore et al. (2004) ศึกษา ถึงคุณลักษณะที่แตกต่างกันของกลุ่มผู้นำทางความคิดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะในบริบทของการส่งเสริมสุขภาพในสหรัฐอเมริกา โดยศึกษาจาก กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 65 คน ที่เป็นผู้นำทางความคิดโดยพบว่า กลุ่มผู้นำทางความคิดที่มีคุณลักษณะในการเป็นผู้มีประสบการณ์ที่มากกว่าเพื่อนร่วมงานและโดยส่วนใหญ่จะจบการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไป เป็นข้อบ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของลำดับขั้นและสภานะทางสังคมในการสร้างการยอมรับเชื่อถือข้อมูล

**3. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทสื่อ**

หากมองดูรอบด้านในปัจจุบันเราจะพบว่าเราห้อมล้อมไปด้วยสภาวะที่ชีวิตของเราต้องเผชิญกับจำนวนข้อมูลข่าวสารที่หลั่งไหลแย่งชิงกันมาสู่ความรับรู้ของเราอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแต่สื่อต่างๆในรูปแบบเดิมๆที่เราเคยชิน จาก วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงพัฒนาไปอย่างมากอินเตอร์เน็ต ได้เข้ามามีบทบาทเรียกได้ว่าเป็นสื่อใหม่ที่ได้รับความนิยม อันเนื่องมาจากหลายๆปัจจัย ทั้งความสะดวก รวดเร็ว เป็นต้น สื่อใหม่โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับและส่งสารได้อย่างอิสระนั้น เป็นหนึ่งกรณีที่น่าสนใจที่เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารระหว่างผู้คนในชุมชน

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับ อินเตอร์เน็ตและ สื่อสังคมออนไลน์ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเป็นผลพวงหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติ ด้านข้อมูล ข่าวสาร (Information Revolution) ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนรูป (Transformation) ของข้อมูลข่าวสาร ทั้งในเชิงปริมาณ (Quantitative) และเชิงคุณภาพ (Qualitative) ทำให้เกิดกระแสของการขยายการส่งผ่านข้อมูล ประชาชนสามารถทำหน้าที่ผู้สื่อข่าวและรายงานข่าวจากอุปกรณ์ที่ตัวเองพบเห็นและมีอยู่ อาทิ มือถือ กล้องดิจิทัล ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น

กิตติ กันภัย (2543) อ้างถึงใน (กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย, & ปาริชาต สถาปิตานนท์, 2543) ได้อธิบายถึง ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับข้อมูลข่าวสารที่เห็นนั้น อาจเรียกได้ว่าเป็นการระเบิดของข่าวสาร (Information explosion) ซึ่งสามารถนำเอามาอธิบายสิ่งที่เรียกว่าสื่อใหม่ ได้คือ

1) สื่อใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงการปฏิวัติอันรวดเร็วนี้ เห็นได้ชัดว่าเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนใหญ่
2) เทคโนโลยีสื่อใหม่ๆ ทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างสื่อ เช่น โทรทัศน์กับโทรศัพท์ หรือโทรทัศน์ โทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ในเครื่องเดียวหรือพ่วงกัน

3) สื่อจะมีลักษณะ “interactive” มากขึ้น ผู้บริโภคสื่อสามารถควบคุมคัดเลือกข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น เช่นนิตยสารและหนังสือพิมพ์จะผลิตเนื้อหาที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มมากขึ้น คนดูจะอาศัยรีโมท คอนโทรล เพื่อเลือกช่องที่ตรงกับความสนใจของตนเอง กล่าวคือ ผู้บริโภคสื่อ จะใช้เทคโนโลยี เป็นเครื่องมือในการตอบสนองหรือแสดงปฏิกิริยาต่อตัวตัวสื่อมากขึ้น ผู้บริโภคนั้น จะไม่ตกเป็นผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารประเภทตกเป็นรอง (passive receiver of information) อีกต่อไป แต่ผู้บริโภคจะสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบสื่อ ( reformat) ออกแบบเนื้อหาเสียใหม่ ( redesign) เพื่อให้ตรงกับความต้องการส่วนตัวมากขึ้น
4) เทคโนโลยีใหม่ๆ จะมีบทบาทในการเชื่อมโยงการสื่อสาร (Intermedia system)มากขึ้น
5) เทคโนโลยีสื่อใหม่ จะทำให้เกิดการเก็บข้อมูลสะสมเอาไว้ใช้งานในอนาคต อันเนื่องมาจากระบบฐานข้อมูลของคอมพิวเตอร์
6) เทคโนโลยีใหม่ๆนั้นจะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่องๆ และขยายตัวเข้าสู่ทุกครัวเรือน ทั่วทั้งภูมิภาค ซึ่งนัยหนึ่ง คือ ข้อมูลข่าวสาร เองก็จะกำลังแพร่ขยาย ไปอย่างรวดเร็วและทั่วถึง (democratized)
7) เทคโนโลยีใหม่นั้นจะมีความสัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์มากขึ้น เทคโนโลยีการสื่อสารนั้นจะสร้างความชาญฉลาดให้กับคอมพิวเตอร์ เช่นเทคโนโลยีใยแก้วนำแสงที่ทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว

คำกล่าวทั้ง 7 ประการข้างต้นไม่ได้มีความคลาดเคลื่อนเลยแม้แต่น้อย ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันกับสังคมนั้น สะท้อนให้เห็นได้ชัดว่า เทคโนโลยีพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งและเข้ามามีบทบาทกับมนุษย์เรามากขึ้น ปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่นโทรศัพท์มือถือพัฒนาไปได้ไกลจนกลายเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญในชีวิต เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสาร แสดงตัวตน หรือแม้กระทั่งประกอบอาชีพ

ในงานของโรเจอร์ อ้างอิงจาก (กาญจนา แก้วเทพ et al., 2543) ได้มีการกล่าวถึงการค่อยๆ ก่อรูปก่อร่างของการวิจัยเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) ในฐานะที่แตกต่างไปจากการวิจัยด้านสื่อมวลชน โดยมองว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็น เครื่องมือ ( equipment) โครงสร้างองค์กร ( organizational structures) และค่านิยมทางสังคม ( social values) ซึ่งปัจเจกบุคคลอาศัยเก็บรวบรวม (collect) ลำเลียง (process) และแลกเปลี่ยนข้อมูลกับปัจเจกบุคคลอื่นๆ โดย โรเจอร์ส ได้นิยามการสื่อสารใหม่ ( new communication technologies) หรือ สื่อใหม่ ( new media) ที่แตกต่างไปจากนิยามเดิมว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิด การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

บนฐานของคนจำนวนมาก (many to many basis) ผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง ( computer-based communication systems)

ความต่างหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสื่อใหม่รูปแบบนี้นั้นคือการเปิดกว้างให้ผู้รับสารสามารถโต้ตอบ มีปฏิสัมพันธ์ได้อย่างทันที การตอบโต้ได้อย่างทันทีนั้นเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิด อย่างไรก็ตามการมีส่วนร่วมนี้นั้นอาจไม่ได้เป็นการมีส่วนร่วมแบบเสมือนจริง อันเนื่องมาจากการมีส่วนร่วมเช่นการนำเสนอความคิดเห็นตอบกลับกับประเด็นต่างๆในกระทู้ การกดไลก์หรือถูกใจ

มิติของสื่อใหม่นั้นยังขยายความหมายไปในวงกว้างทั้งในมิติของวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมด้วย Lievrouw (1999) กล่าวว่า สื่อใหม่เกี่ยวข้องกับอีกหลายๆเรื่อง ไม่เพียงแค่เรื่องเทคโนโลยีเท่านั้น ข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย (Networked information) และเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication technologies) เป็นสื่อแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์อย่างสลับซับซ้อนและหลากหลายระหว่างปรากฏการณ์เศรษฐกิจ การเมือง พฤติกรรม วัฒนธรรม และ สถาบัน

เครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารในขณะนี้ และส่งผลมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร คือ สื่อสังคม (Social Media) ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนอีกอย่าที่สำคัญในกระบวนทัศน์ทางเลือก ซึ่ง Kotler et al. (2010) ได้แบ่งประเภทของสื่อสังคมออกเป็น 2 ประเภท อย่างกว้างๆ คือ สื่อสังคมเพื่อการแสดงออก (Expressive social media) และสื่อสังคมเพื่อความร่วมมือ (Collaborative social media)

สื่อสังคมเพื่อการแสดงออก (Expressive social media) คือการนำสื่อสังคมมาใช้แสดงความคิดเห็น อาทิเช่น การใช้บล็อกและทวิตเตอร์ในการแบ่งปัน เผยแพร่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างความคิดของตนเองกับบุคคลอื่นๆที่ตนเลือก การเขียนรีวิวบริษัท และสินค้า การวิจารณ์ข่าว ดังนั้น จึงสามารถโน้มน้าวความคิด ความรู้สึกของบุคคลด้วยการเล่า หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โซเชียลมีเดียประเภทนี้ได้แก่ บล็อก (Blog) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊ค (Facebook) เป็นต้น

สื่อสังคมเพื่อการร่วมมือ (Collaborative social media) อาศัยการร่วมมือกันพัฒนาซอฟต์แวร์แบบโอเพ่นซอร์ส มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ เฮนรี เชสเบราจ์ (2006) อ้างถึงใน วรินดา เปลี่ยนศรี (2554) อธิบายไว้ในหนังสือ Open Business Models ว่าบริษัทและองค์กรใช้พลังความร่วมมือจากมวลชนเพื่อหาไอเดียหรือโซลูชั่นใหม่ๆ จำนวนผู้บริโภคที่มีจิตอาสา และกระตือรือร้นที่จะให้ความร่วมมือกำลังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ซี เค ปราฮาลาด และ เวน กาต รามาสลามิ (2004) อ้างถึงใน (วรินดา เปลี่ยนศรี (2554)) ก็ได้เพิ่มขยายไว้ในหนังสือที่ชื่อ Future of Competition ว่า บทบาทของผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนไป ผู้บริโภคในปัจจุบันมีจิตอาสาและต้องการมีส่วนร่วมมากขึ้น ไม่ได้เป็นเพียงปัจเจกชนที่อยู่โดดเดี่ยวไม่เกี่ยวกับใคร แต่เป็นกลุ่มคนที่ติดต่อกัน มี

ความรอบรู้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ และกระตือรือร้นที่จะแสดงความคิดเห็น และได้รับการตอบรับแก่บริษัทอีกด้วย สื่อสังคมประเภทนี้ คือ เว็บไซต์ วิกิพีเดีย เป็นต้น

Price and Cappella (2002) พบว่า การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่างๆในสังคมในสื่อออนไลน์นั้นช่วยหล่อเลี้ยงการมีส่วนร่วมทางการเมืองและช่วยทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

ใจความสำคัญอีกอย่างหนึ่งนั้น ที่ทำให้การสื่อสารผ่านสื่อใหม่มีลักษณะที่น่าสนใจคือ การสื่อสารประเภทนี้เป็นการสื่อสารจากภาคประชาชนไปสู่ภาคประชาชนโดยตรง ไม่จำเป็นต้องผ่านบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อในการส่งข่าวสาร ข้อมูล ทำให้การปิดกั้นหรือแทรกแทรงใดๆ บนอินเตอร์เน็ตไม่สามารถที่จะกระทำได้ นอกจากนี้การสื่อสารผ่านอินเตอร์เน็ตยังกระทำได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วและด้วยระยะทางที่ไกลกว่า สอดคล้องกับภาวะโหยหาความจริงที่เกิดขึ้นในสังคมที่การสื่อสารในลักษณะนี้นั้นสามารถกระทำได้อย่างเท่าเทียมกันโดยไม่ต้องคำนึงถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้สื่อสารเหมือนการสื่อสารในช่องทางอื่นๆ จึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อใหม่นั้น เป็นสื่อที่สามารถตอบสนองสิทธิและเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (The right to know) และเสรีภาพทางความคิดเห็น (Freedom of expression) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่สังคมไทยโหยหาได้มากกว่าที่เป็นอยู่และก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนที่แท้จริงและยั่งยืนผ่านบทบาททางการสื่อสารของปัจเจกบุคคลเข้ามามีบทบาทอย่างมากทั้งในแง่ของผู้ผลิตเนื้อหาสาระและเป็นผู้รับเนื้อหาสาระ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ก้าวหน้านั่นเอง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

*ตารางที่ 4 ตารางเปรียบเทียบคุณลักษณะสื่อมวลชนกับสื่อใหม่*

| สื่อใหม่<br>(New Media) | สื่อมวลชน<br>(Mass Media) |
|---|---|
| **ไม่สนใกล้ไกล (Distance Insensitive)**<br><br>ถูกผลักดันให้ตอบสนองความต้องการ ,<br>ความสนใจ , ไม่สนใจความใกล้ไกลของผู้ใช้งาน ,<br>จำเพาะเจาะจงหัวข้อ | **เน้นตอบสนองชุมชนขัด (Geographically Constrained)**<br><br>ถูกผลักดันให้ตอบสนอง ต่อความต้องการของตลาด การหาส่วนแบ่งตลาดจากผู้รับสารในท้องถิ่น |
| **กระจายแนวราบ (Flattened)**<br><br>ข่าวสารข้อมูลมีศักยภาพที่จะแพร่กระจายแนวราบ , โดยไม่ใช่มืออาชีพไปยังกลุ่ม ลักษณะคล้ายกัน | **องค์กรหลายระดับชั้น (Heriarchincal)**<br><br>ข่าวสารข้อมูลผ่านระดับชั้นแนวตั้ง<br>ของผู้เฝ้าประตูข่าวสารและคัดเลือกข่าวโดยมืออาชีพ |
| **เชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive)**<br><br>ผลสะท้อนกลับ ทันทีทันใด ไม่มีการตรวจสอบแก้ไข , การอภิปรายโต้แย้งมีมากกว่าการตรวจแก้<br>และแสดงความคิดเห็น | **มุ่งทิศทางเดียว (Undirectional)**<br><br>การแพร่กระจายของข่าวสารข้อมูลเป็นแบบทางเดียว , มีผลสะท้อนกลับชัดเจน |
| **นำเสนอโดยมือสมัครเล่น**<br><br>(Amateur/Non-professional)<br>ใครก็ได้มีทรัพยากรที่จำเป็นพร้อมก็เสนอ<br>ผลงานบนเวบได้ รวมทั้งมือสมัครเล่น | **นำเสนอโดยนักสื่อสารมวลชน**<br><br>(Professional Communicators)<br>นักวารสารศาสตร์ ผู้สื่อข่าวผู้เชี่ยวชาญ ได้คุณภาพตรงกับงานสื่อสารมวลชนแบบเดิม |
| **ต้นทุนน้อยกว่ามาก (Low Accecc Costs)**<br><br>ต้นทุนในการตีพิมพ์ , ออกรายการวิทยุ,<br>ทีวีบนอินเตอร์เน็ต มีความเป็นไปได้สูง<br>สำหรับคนทั่วไป | **ต้นทุนสูงมาก (Hing Access Costs)**<br><br>ต้นทุนเริ่มสูงเกินกว่าความสามารถของคนส่วนใหญ่ ที่จะดำเนินการได้เอง |
| **ตามใจผู้ใช้ (Customized)**<br><br>มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลาน้อยมาก เน้นตอบสนองตลาดน้อย ทำให้ตอบสนองผู้ใช้ได้เจาะจง<br>ความสนใจมากกว่า | **ให้ความสนใจทั่วๆไป (General Interest)**<br><br>กลุ่มเป้าหมายหลักของสื่อมวลชน กว้างมากทำให้ต้องนำเสนอหลากหลาย |
| **ไม่มีลำดับของเนื้อหา**<br>**(Non-Linearity of Content)**<br><br>ข่าวสารข้อมูลถูกเชื่อมไว้ด้วยระบบไฮเปอร์เท็กซ์ การสืบค้นขึ้นกับความสนใจ ตอบสนองได้ดีกว่า<br>เหตุและผล | **มีลำดับของเนื้อหา (Linearity of Content)**<br><br>ข่าวสารข้อมูลได้รับการจัดลำดับอย่างมีเหตุผล มีลำดับความสำคัญของข่าว |

| สื่อใหม่<br>(New Media) | สื่อมวลชน<br>(Mass Media) |
|---|---|
| **กระจายตัว (Decentralized)**<br><br>เทคโนโลยีเอื้ออำนวยกระบวนการผลิต การกระจายข่าวสารข้อมูลโดยคนทั่วๆ ไป และขยายกว้างขวาออกไป | **มีพันธะกิจสถาบัน (Institution Bound)**<br><br>บริหารจัดการโดยบริษัทขนาดใหญ่ องค์กรรวมศูนย์ |
| **รูปแบบยืดหยุ่น (Fixeble Format)**<br><br>เนื้อหาเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา , ทันสมัย , ถูกต้อง , แก้ไขได้ , มีบริการมัลติมีเดียจากสื่อตัวเดียว | **รูปแบบตายตัว (Fixed Format)**<br><br>เนื้อที่ที่นำเสนอขึ้นอยู่กับลักษณเฉพาะของตัวสื่อ ( พื้นที่ / เวลา ) |
| **มาตรฐานที่สร้างสรรค์**<br>**(Formative Stadard)**<br><br>ข่าวสารข้อมูลมีแบบแผนและคุณค่าไม่ชัดเจน , กระบวนการผลิต การพิจารณาขึ้นอยู่กับคุณธรรมและความเชื่อส่วนบุคคล | **ประเมินคุณค่าข่าวตามหลักวารสารศาสตร์**<br>**(News Values, Journslistic Standard)**<br><br>เนื้อหามีกระบวนการผลิต ที่อิงกับการประเมินคุณค่าข่าว โดยยึดถือตามแบบแผนและจรรยาบรรณ |

## 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ

ในการผลักดันหรือการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้น การกำหนกวาระ (Agenda) เพื่อให้สังคมเห็นพ้องว่าเรื่องราวหรือประเด็นที่สังคมพึงเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญนั้นสื่อมวลชนเรียกได้ว่ามีบทบาทในการเป็นเครื่องมือเพื่อสื่อสารสู่สาธารณะ กระบวนการสำคัญคือการสร้างสิ่งที่สื่อสนใจเพื่อก่อให้เกิดการกำหนดทิศทางในการนำไปสู่การสร้างวาระสาธารณะอันนำไปสู่การกำหนดนโยบาย

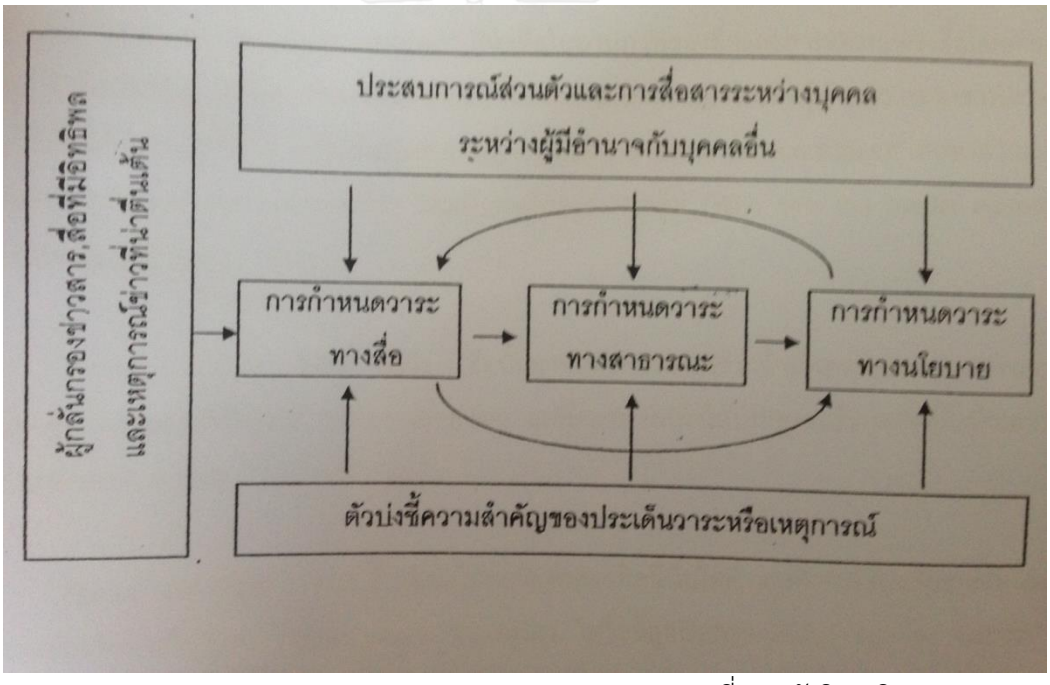
Baran และ Davis (1995) อ้างถึงใน (ปาริชาต สถาปิตานนท์, กิตติ กันภัย, พัฒนพงส์ จาติเกตุ, and ปิยะนารถ จาติเกตุ (2546)) กล่าวว่า การศึกษาด้านการกำหนดวาระนั้นเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้และกระจายอำนาจและอิทธิพลในสังคม ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าสื่อนั้นสามารถทำให้เรื่องราว ประเด็นและบุคคลกลายเป็นจุดสนใจจากสาธารณชนได้

ณัฐวิภา สินสุวรรณ (2548) สรุปว่า การกำหนดวาระเป็นแนวคิดที่กล่าวถึงความสามารถของสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อระดับการรับรู้เรื่องราวของประชาชน กระตุ้นให้บุคคลเกิดความรู้ ความสนใจต่อประเด็นหรือเรื่องราวที่นำเสนอ ซึ่งสื่อมวลชนจะเป็นผู้คัดเลือกเรื่องราวหรือประเด็นปัญหาเพื่อรายงานให้ประชาชนในฐานะผู้รับสารตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นนั้นๆ ดังนั้น การกำหนดวาระจึงเป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนในการจัดการข่าวสารหรือประเด็นเรื่องราวที่มีมากมายในสังคมให้

เป็นระบบระเบียบและพร้อมสำหรับการนำเสนอสู่ประชาชน โดยสื่อจะเป็นผู้พิจารณาจัดเรียงและนำเสนอข่าวสารตามความเหมาะสมและความน่าสนใจ

McCombs และ Shaw (1976) (อ้างถึงในณัฐวิภา, 2548) ได้เสนอแบบจำลองพื้นฐานในการกำหนดวาระโดยแสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลของสื่อมวลชนว่า ในขอบเขตของประเด็นปัญหาหากปรากฏว่าประเด็นใดได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนมากก็จะสร้างความคุ้นเคยต่อเรื่องนั้นๆให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น และเป็นที่รับรู้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดซึ่งสะท้อนให้เห็นความสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงความคิดในหมู่ปัจเจกบุคคลว่าเป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งในอำนาจของสื่อมวลชน

ในขณะที่ Rogers และ Dearing (1996) ได้เสนอแบบจำลองกระบวนการกำหนดวาระว่าประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ การกำหนดวาระทางสื่อ (Media agenda) การกำหนดวาระทางสาธารณะ (Public agenda) และการกำหนดวาระทางนโยบาย (Policy agenda)




(ที่มา: ณัฐวิภา สินสุวรรณ, 2548)

*รูปภาพที่ 5 ภาพแสดงองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการกำหนดวาระ ได้แก่ การกำหนดวาระทางสื่อ การกำหนดวาระทางสาธารณะ และการกำหนดวาระทางนโยบาย*

การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างวาระทั้ง 3 วาระ ซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

1.การสื่อสารมวลชนมีอิทธิพลโดยตรงต่อวาระทางสาธารณะด้วยการให้น้ำหนักของสื่อต่อเรื่องนั้น

2.วาระทางสาธารณะมีอิทธิพลต่อการกำหนดวาระทางนโยบาย เพราะนักการเมืองมักให้ความสำคัญต่อฐานเสียงของตน และต้องการความรู้ความต้องการของประชนในทุกเรื่องที่ผ่านสื่อ

3.วาระทางสื่อมีอิทธิพลต่อการกำหนดวาระทางนโยบายเพราะนักการเมืองมักใช้ข้อมูลจากสื่อเพื่อวัดประชามติในแต่ละประเด็น

4. ในบางประเด็น การกำหนดวาระทางนโยบายมีผลโดยตรงต่อการกำหนดวาระทางสื่อด้วย

5.แหล่งข่าวและที่มาของข่าวมีผลโดยตรงต่อการกำหนดวาระทางสื่อ

M. E. McCombs and Shaw (1993) นั้นได้ทำการวิจัยจนค้นพบความสัมพันธ์เชิงบวกที่สำคัญระหว่างเนื้อหาในสื่อมวลชนกับวาระสาธารณะ สำหรับทฤษฎี Agenda setting นี้นั้นมีอายุกว่า 45 ปีแล้วภายใต้คำถามนำวิจัยแรกเริ่มที่สำคัญที่ว่าใครคือผู้กำหนดวาระสาธารณะ “Who sets the public agenda?” โดยเชื่อในอานุภาพของสื่อและการแทรกแทรงสื่อโดยการชักจูงอย่างมีความเป็นมืออาชีพ ต่อมาคำถามได้เปลี่ยนมุมมองโดยถามว่าใครคือผู้กำหนดวาระสาธารณะและภายใต้เงื่อนไขอย่างไร“Who sets the public agenda, and under what conditions?” ต่อมาอาณาเขตของการวิจัยก็แพร่ขยายมาสู่คำถามที่ว่า ใครเป็นคนกำหนดวาระสื่อ “Who sets the media agenda?”

(Cohen, 1963) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อนั้นอาจไม่ได้ประสบความสำเร็จตลอดเวลาในการบอกให้ประชาชนคิดในแบบที่สื่อคิดได้ (What to think) แต่สื่อสามารถทำให้ประชาชนคิดในสิ่งที่สื่อนำเสนอได้ (What to think about)

Cobb and Elder (1972) ซึ่งต่อมาได้ขยายต่อแนวคิดนี้นั้นได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างและวางกรอบนโยบายในสังคม (Public policy formation) ในชื่อที่ถูกเรียกว่า (Policy agenda setting) ซึ่งเนื้อหาหลักนั้นเน้นในการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่าง สื่อและนโยบาย

แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระจึงถือได้ว่าเข้ามามีบทบาทอย่างมากโดยเฉพาะการนำมาใช้ในการสื่อสารรณรงค์ และ การสื่อสารทางการเมือง อย่างไรก็ดีทฤษฎีนี้นั้นมุ่งสนใจเพียงแต่ การสื่อมวลชนและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลของทฤษฎีนั้นให้ผลในเชิงภาพใหญ่ของสังคม จุดที่ทฤษฎีการกำหนดวาระยังถูกกังขานั่นคือความสามารถในการให้ผลเชิงพื้นที่เล็กๆและการใช้สื่อแบบอื่นๆ (Stuart, 2002) เช่นกับที่ Zucker (1978) ได้กล่าวไว้ว่า แนวโน้มของสื่อมวลชนจะค่อยๆลดบทบาทในการกำหนดวาระต่อประชาชน และประชาชนเองจะต้องเป็นผู้กุมเอาวาระนั้นไว้เองและเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการกำหนดวาระที่แท้จริงในสังคม

M. McCombs (1992) กล่าวว่า ทฤษฎีการกำหนดวาระนั้นไม่เพียงแค่บอกว่า สื่อไม่ได้ประสบความสำเร็จตลอดเวลาในการทำให้ประชาชนคิดแบบที่สื่อคิดได้ (What to think) แต่สื่อสามารถทำให้ประชาชนคิดในเรื่องที่สื่อนำเสนอได้ (What to think about) หากแต่กลับได้เพิ่มเติมว่าสื่อทำให้ประชาชนคิดเห็นอย่างไร (How to think about)

ฉะนั้นประเด็นสำคัญในการกำหนดวาระในขณะนี้นั้น เรื่องที่จึงต้องคำนึงเป็นอย่างมากคือประเด็นหรือเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอมีคุณค่าความเป็นข่าว (Newsworthiness) มากน้อยแค่ไหน เนื่องจากสื่อมวลชนทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ต่างก็พิจารณาคัดเลือกข่าวโดยดูองค์ประกอบด้านคุณค่าข่าวเป็นหลักในการรายงานหรือนำเสนอข่าวไปยังประชาชน ซึ่งประเด็นหรือเรื่องราวที่มีคุณค่าข่าวมากย่อมได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนในการรายงานเป็นข่าวให้ผู้รับสารทราบก่อนเรื่องราวที่มีคุณค่าความเป็นข่าวน้อย

ดังนั้นแนวคิดที่เกี่ยวกับการกำหนดวาระจึงนำมาใช้ในการวิจัยนี้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์กระบวนการในการสร้างวาระสาธารณะในสื่อต่างๆของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกอันส่งผลไปสู่การสร้างวาระสาธารณะในสังคมไทยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน

**5. แนวคิดการผลักดันนโยบายสาธารณะ**

นโยบายสาธารณะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยทำให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม โดยจะเกิดจาการที่เกิดการเรียกร้องผ่านสื่อโดยใช้ข้อมูลเพื่อกดดันหรือทำให้เกิดทิศทางของการเปลี่ยนแปลงนโยบายอันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับชาติ ในขณะเดียวกันในการที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับชาตินั้น การเปลี่ยนแปลงหรือเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นก็จะมาจากหลายๆระดับทั้งในระดับชุมชนในการสร้างการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระดับผู้นำทางความคิด อันก่อให้เกิดการสร้างวาระสาธารณะ เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

Wallack (1993) ได้กล่าวถึงการผลักดันนโยบาย (Media Advocacy) ว่าเป้าประสงค์ของการทำนั้นคือใช้สื่ออย่างมีกลยุทธ์เพื่อกดดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางนโยบายเพื่อสังคม โดยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 นั้นได้แก่ การกำหนดวาระ (Setting Agenda: framing for access) การกำหนดประเด็นให้เกิดการอภิปราย (Shaping the debate: framing for content) และขั้นตอนสุดท้ายคือการผลักดันนโยบาย (Advancing the policy)

Amidei (1991) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการผลักดันนโยบายว่า การผลักดันนั้นอยู่บนรากฐานของความเชื่อที่เราทุกคนต่างมีสิทธิเท่าเทียมกัน การผลักดันนโยบายนั้นจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อกล่าวถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จำเพาะหรือเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจ ผลประโยชน์ที่ได้จากการผลักดันนโยบายนั้นต้องตกเป็นผลประโยชน์ต่อคนกลุ่มใหญ่ในสังคม และ เป็นการตรวจตราว่าสถาบันนั้นยังทำหน้าที่ได้ตามที่มันควรจะเป็นอยู่หรือไม่

การผลักดันนโยบายที่เกิดขึ้นในประเทศไทยส่วนใหญ่มักกระทำผ่านสื่อหลัก โดยเฉพาะผ่านสื่อมวลชน รมัยมาศ โบว์ร่า (2540) อ้างถึงใน ณัฐวิภา สินสุวรรณ (2548) ได้ชี้ให้เห็นถึงรูปแบบในการผลักดันนโยบายที่มักเกิดขึ้นผ่านสื่อหลักดังนี้

- รายงานข่าว การแถลง หรือสัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายโดยนักการเมือง ข้าราชการ NGOs เป็นต้น
- รายงานข่าวจากการประชุมสัมมนาที่เกี่ยวข้องประเด็นทางนโยบาย
- บทวิจารณ์ ของนักเขียน
- บทบรรณาธิการ
- บทวิเคราะห์หรือบทความพิเศษจากบุคคลภายนอก หรือผู้เชี่ยวชาญ
- สารคดีหรือบทความต่อเนื่องสองตอนขึ้นไป
- การสนับสนุนหรือเป็นผู้จัดสัมมนาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง
- รายการวิทยุโทรทัศน์ที่นำเสนอสารคดี
- รายการวิทยุและโทรทัศน์ที่นำเสนอการสัมภาษณ์บุคคล

รูปแบบการผลักดันนโยบายไม่ได้มีรูปแบบที่ตายตัวและไม่ได้มีกฎเกณฑ์ชัดเจนที่จะเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จ รูปแบบที่เกิดขึ้นกับชุมชนจักรยานในประเทศไทยเมื่อลองเอามาพิจารณากับลักษณะองค์ประกอบทางการสื่อสารก็จะพบว่ามีการใช้เครื่องมือที่น่าสนใจในการเรียกร้องเข้ามาอาทิ การดึงพลังของสื่อบุคคล การดึงเอาการสร้างกิจกรรมพิเศษ และการปลุกกระแส ในเชิง Critical Mass ได้อย่างน่าสนใจดังตารางข้างล่าง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

*ตารางที่ 5 ตารางแสดงการผลักดันนโยบายของกลุ่มจักรยาน*

| องค์ประกอบทางการสื่อสาร | Advocacy |
|---|---|
| S แหล่งสาร | กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยาน |
| M สาร | ความรู้ในการปั่นจักรยาน<br>ตัวอย่างจากต่างประเทศ<br>การปั่นจักรยาน |
| C ช่องทางการสื่อสาร | แนวผสมผสาน<br>ผ่านสื่อบุคคล ผ่านสื่อใหม่ ผ่านการเรียกร้องผ่านสื่อ<br>ผ่านการล็อบบี้ ผ่านการสื่อสารกลุ่ม<br>ผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษ<br>การประชุมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง |
| R ผู้รับสาร | ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบาย นักการเมือง ผู้นำทางความคิด สื่อมวลชน ผู้นำทางธุรกิจ กลุ่มผู้ปั่นจักรยาน |
| ผลกระทบ ผลลัพธ์ | การเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎหมาย |

ดังนั้นการวิจัยชิ้นนี้จึงสนใจที่ว่าเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานของประเทศไทยนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะโดยรูปแบบการผลักดันนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นนี้จึงน่าจะมีความเป็นรูปแบบใหม่ที่ใช้แรงของสื่อหลักในการส่งผ่านข้อเรียกร้องที่น้อยลงและน่าเป็นการผสมผสานรูปแบบการสื่อสารด้วยสื่อใหม่

**6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน**

1. งานวิจัยเรื่อง การส่งเสริมสุขภาพขององค์กรพัฒนาเอกชน กรณีศึกษา ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย (ลักขณา เติมศิริกุลชัย, ประสิทธิ์ ลีละพันธ์, & ภรณี วัฒนสมบูรณ์, 2541) ซึ่งเป็นงานที่ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุขแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งจากผลการวิจัยนั้นแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในระดับหนึ่ง อันเนื่องจากการเป็นกลุ่มที่เริ่มต้นดำเนินการในประเด็นนี้เป็นแห่งแรกในประเทศ อีกทั้งในแง่ของกระบวนการทำงานก็มีลักษณะพิเศษ ดังนี้กล่าวคือ

   -มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อระหว่างสมาชิก

   -มีความสามารถที่ทำให้สมาชิกเป็นผู้จัดกิจกรรม โดยเปิดโอกาสให้ผู้เสนอกิจกรรมเข้ามามีส่วนร่วมเป็นแกนนำในการจัดกิจกรรมนั้นๆด้วย

   -การได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายและสื่อมวลชน

   -การผสมผสานของกิจกรรมเพื่อกลุ่มและสังคม

   การดำเนินงานของกลุ่มชมรมนั้นผลวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงผลพลอยได้ในการเป็นตัวองค์กรที่ขับเคลื่อนในประเด็นสุขภาพด้วยและการเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนประเด็นสู่สาธารณะ อย่างไรก็ดีสมาชิก ณ ขณะนั้นอาจยังเทน้ำหนักความเข้าใจเกี่ยวกับชมรม ไปที่เรื่องของการขี่จักรยานเพื่อสุขภาพ ดังที่ผลวิจัยที่พบว่า ร้อยละ 73.3 สมัครเข้าเป็นสมาชิกเพราะต้องการออกกำลังกาย รองลงมาร้อยละ 66.7 ต้องการร่วมรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมร่วมรณรงค์ให้มีทางจักรยานมากขึ้น และเพื่อร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ และร้อยละ 46.7 เพื่อติดตามข้อมูลเกี่ยวกับจักรยาน

2. งานวิจัยเรื่อง โครงการศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการใช้จักรยานในประเทศไทย (ไชยยศ รัตนพงษ์ & ณัฏฐ์ นีลชีวะ, 2546)

   ก็ได้พบข้อสรุปที่น่าสนใจนั่นคือการขุดรากถอนโคนเอาจักรยานออกไปจากถนนหลวง โดยผ่านกระบวนการทางกฎหมาย โดย

   -การมีรถจักรยาน 2 ล้อไม่ต้องนำไปจดทะเบียนตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2500

   -การยกเลิก พรบ.รถลาก รัตนโกสินทร์ศก 120 พรบ รถจ้างรัตนโกสินทร์ศก 124 พรบ. พุทธศักราช 2478 ต่อมาเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2546 พระราชบัญญัติยกเลิกกฎหมายบาง

ฉบับที่ไม่เหมาะสมกับกาลปัจจุบัน พ.ศ. 2546 ได้มีผลบังคับใช้อันเป็นการยกเลิก พรบ. ล้อเลื่อน พุทธศักราช 2478 ส่งผลให้ ใบอนุญาตขับขี่ล้อเลื่อนและรถจักรยานทุกชนิด ต้องยกเลิกไปทั้งสองกรณีคือ

1. ไม่ต้องสอบขอรับใบอนุญาตขับขี่จากพนักงานเจ้าหน้าที่ และไม่มีโทษปรับไม่เกินสองร้อยบาทอีกต่อไป

2. ไม่ต้องมีใบอนุญาตขับขี่อยู่กับตัวขณะขับขี่ และไม่มีโทษปรับเป็นเงินไม่เกินสองร้อยบาทอีกต่อไป

3. งานวิจัยเรื่อง โครงการแนวทางในการใช้จักรยานในกรุงเทพมหานคร (วิโรจน์ ศรีสุรภานนท์ และคณะ, 2546) ก็พบว่ามีความเป็นไปได้ในการพัฒนาทางจักรยานในแง่ทางวิศวกรรม โดยจากกรณีศึกษาในเขตพื้นที่ดินแดงและพื้นที่การเคหะธนบุรีพบว่าพื้นที่ทั้งสองแห่งมีความเหมาะสมและมีองค์ประกอบที่เอื้อให้เกิดทางจักรยานได้ และผลที่มีปัจจัยต่อการใช้จักรยานนั้นได้แก่ ลักษณะประชากรในพื้นที่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะของพื้นที่ศึกษาอันประกอบไปด้วย ลักษณะกายภาพ สภาพการจราจร การใช้ที่ดิน โครงข่ายการคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้จักรยานที่มีในปัจจุบัน และสุดท้ายจะเป็นปัจจัยภายนอก เช่นสภาพภูมิอากาศ ช่วงเวลาในวันสุดสัปดาห์ หรือสุขภาพร่างกายและความสามารถในการขับขี่จักรยาน ซึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องนี้จะถูกนำมาใช้ในการวางแผนในการสร้างทางจักรยาน

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของผู้นำทางความคิดและบทบาทสื่อ**

1.งานวิจัยของ Valente and Pumpuang (2007) นักวิชาการที่สนใจศึกษาในเรื่องอิทธิพลหรือบทบาทของผู้นำทางความคิด ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสุขภาพ เขาได้ศึกษาถึงระเบียบวิธีวิจัยที่ผ่านการทำสำรวจวรรณกรรม จำนวน 200 กรณีศึกษา ของงานวิจัยที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำทางความคิดกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนอื่นๆในสังคม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงค่านิยม จากการสำรวจทั้งหมดทำให้เขาพบว่าระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการค้นหา เพื่อค้นหา (Identify) ผู้นำทางความคิดนั้น จะกระทำผ่านรูปแบบระเบียบวิธีวิจัยทั้งหมด 10 ประการ โดยระเบียบวิธีวิจัยที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ sociometric 18.8% หรือ การใช้ network analysis ซึ่งเริ่มจากการเสนอชื่อกลุ่มคนที่ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่างๆ จากนั้นชื่อทั้งหมดก็จะถูกนำมาวิเคราะห์ในเชิงบทบาทว่าใครที่เป็นผู้มีลำดับสูงสุด อย่างไรก็ดีข้อดีก็คือการเก็บกลุ่มตัวอย่างที่ค่อนข้างกว้าง และสามารถเก็บเพียงแค่ครั้งเดียว ในขณะที่ข้อจำกัดก็คือกลุ่มตัวแทนนั้น

อาจมาจากมิติที่จำกัดจากกลุ่มตัวอย่างที่พบ ซึ่งจะสามารถกระทำได้อย่างสะดวกหรือชัดเจนก็ต่อเมื่อ มีขอบเขตของการศึกษาที่ชัดเจน อาทิ โรงเรียน องค์กร หรือ หมู่บ้านเป็นต้น ในขณะที่ระเบียบวิธีที่ได้รับความนิยมรองลงมา ได้แก่ Self-selection 13.1 % การหากลุ่มคนที่มีความเป็นผู้นำนั้น หาจากคนที่น่าจะมีความน่าเชื่อถือ หรือ น่าจะมีความเป็นไปได้ โดยเป็นการดูจาก การบอกแบบปากต่อปาก การดูใน print media หรือสื่ออื่นๆ Self-selection บ่อยครั้งมักถูก กล่าวถึงว่า เป็นกระบวนการการหากลุ่มผู้นำ (peer) ในมิติต่างๆที่ได้กระทำมาแล้วอาทิ peer educator, peer mentor, natural helper ข้อดีของงานวิจัยแบบนี้คือ ประหยัดเวลา และการที่เขาเป็น peer จึงทำให้เขามีสื่อมีภาพ ที่ปรากฏอยู่ในสื่ออยู่แล้ว ลำดับที่ 3 ได้แก่ Position Approach 12% ซึ่งเป็นการให้กลุ่มคนในสังคนระบุคนที่มีความเป็นผู้นำ หรือมีตำแหน่ง โดยเขาอาจดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้า เป็นผู้ที่มีความสามารถในการจัดการชุมชน หรือเป็นผู้ควบคุม กำหนดทิศทางของการสื่อสาร แนวทางนี้จะดี และเป็นที่น่าเชื่อถือกว่า Staff selection approach เพราะ ความเป็นผู้นำ (Leadership) นั้น มักจะอยู่ในระบบสังคมที่ยึดโยงกับตำแหน่งหน้าที่ โดยทั่วไปของวิธีการหรือแนวทางนี้นั้น จะยึดโยงอยู่กับกระบวนการการเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบาย Policy Change และยิ่งไปกว่านั้น เทคนิคนี้นั้น สามารถ ระบุกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจน และกระทำได้ในหลายบริบทของชุมชนที่แตกต่างกันออกไป

2. งานวิจัยเรื่อง บทบาทของการสื่อสารในการสร้างเครือข่ายและการส่งเสริมจิตสำนึกสาธารณะของเยาวชนอาสาสมัครชาย (พงศธร สิงห์น้อย, 2556) ศึกษาถึงความสำคัญของบทบาทของการสื่อสารที่ส่งผลต่อการสร้างอาสาสมัครเยาวชนชายใหม่ๆให้เข้ามาร่วมทำกิจกรรมอาสาสมัคร โดยผลการวิจัยพบว่าการสื่อสารมีส่วนในการช่วยสร้างและส่งเสริมจิตสำนึกสาธารณะของเยาวชนชาย โดยแสดงบทบาทซึ่งส่งผลสำคัญในระดับปัจเจกในการช่วยทำให้เยาวชนชายตระหนักถึงปัญหาบางอย่าง(Sense)ที่เกิดขึ้นในสังคมและกระตุ้นให้เยาวชนชายเกิดความรู้สึกที่อยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

3.งานวิจัยเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ของสื่อบุคคลบนทวิตเตอร์ กรณีศึกษานักทวิตเตอร์ไทย” (ปฐมพร ชื่นใจชน & รัฐพล ไชยรัตน์, 2556) เป็นการวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลผ่านสื่อทวิตเตอร์ และศึกษาลักษณะของเนื้อหาที่ถ่ายทอดผ่านทางทวิตเตอร์ ของบุคคลที่มีบริบทที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นนักทวิตเตอร์ไทยจำนวน 3 ท่าน ที่มีบริบทที่ต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าในการสร้างอัตลักษณ์ของสื่อบุคคลผ่านทวิตเตอร์ จะเป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่มาจากการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านทวิตเตอร์ส่วนตัว ซึ่งสิ่งที่ได้สื่อสารออกมา ล้วนมาจากความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากภายในจิตใจของบุคคลนั้น ๆ รวม ไปถึงบริบทที่แต่ละคนได้รับ โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม

จะส่งผลต่อการมีตัวตนบนโลกออนไลน์อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นด้านความ น่าเชื่อถือ การให้การยอมรับ การเป็นผู้นำทางความคิด และการเป็นผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์

4. Mou Mukherjee-Das (2014)ทำการวิจัยเรื่องบทบาทของสื่อในการช่วยส่งเสริมให้ประเทศอินเดียเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ โดยพบว่าสื่อต่างๆโดยเฉพาะสื่อใหม่เข้ามามีบทบทบาทในการลดช่องว่างทางโอกาสในสังคมประเทศอินเดีย และเป็นการทำให้สังคมของประเทศอินเดียตื่นตัวเรื่องความรู้และทำให้ความรู้กระจายไปในวงกว้างอันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการกระจายทรัพยากรอย่างทั่วถึง

5. Holder and Treno (1997) ศึกษาเรื่องการผลักดันนโยบายสาธารณะผ่านสื่อใหม่ในการกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกเพื่อสังคม โดยพบว่าการผลักดันนโยบายสาธารณะที่สำเร็จผลมักจะเกิดจากชุมชนที่เป็นเจ้าของปัญหา ซึ่งมักกระทำทั้งผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ และการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายตลอดจนทิศทางของการผลักดันนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นเริ่มให้เห็นถึงการใช้สื่อใหม่ในการสร้างวาระในการจุดกระแสสังคม

6. ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2551) ศึกษาเหตุการณ์สำคัญในสังคมไทย ซึ่งบ่งชี้ถึง “พลัง” ของบุคคลในการออกแบบและดำเนินการ “สื่อสาร” เพื่อสนับสนุนให้สังคมไทยเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์ โดยได้นำเสนอเรื่องราวผ่านกรณีศึกษาต่างๆ ซึ่งมีความโดดเด่นในเชิงสุขภาพ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง ตลอดจนการประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อการสกัดข้อมูลสำคัญจากเอกสาร และบุคคลที่เกี่ยวข้อง

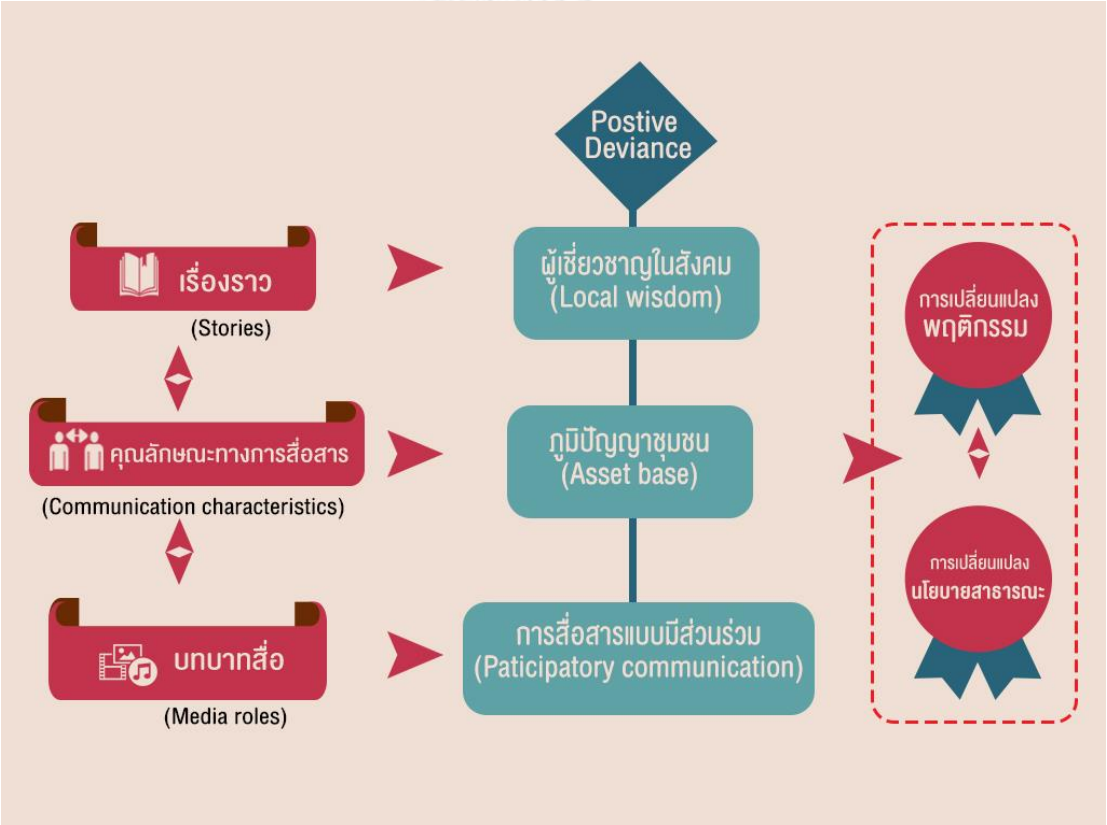
Chulalongkorn University

**งานวิจัยที่เกี่ยวกับกับแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก**

1. Karin Lapping, David R. Marsh, Julia Rosenbaum, Eric Swedberg, Jerry Sternin, Monique Sternin, and Dirk G. Schroeder (2002) ศึกษาถึงแนวโน้มและทิศทางในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก พบว่าทิศทางในการศึกษาวิจัยที่วางอยู่บนฐานของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นสามารถสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับที่เกิดในชุมชนอย่างชัดเจนโดยได้หยิบยกตัวอย่างในการศึกษาภาวะการขาดสารอาหารในเด็ก และการป้องกันโรคเอดส์ ซึ่งพบว่าแนวคิดนี้นั้นทำให้สามารถหาสิ่งที่เป็นการแก้ปัญหาในชุมชนและส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

2. A. Singhal and Dura (2009) ศึกษากรณีการค้าเด็กในชุมชนของอูกานดาและชวาตะวันตกในประเทศอินโดนีเซียพบว่า แนวคิดความเบี่ยงเบนชิงบวกสามารถค้นหาและเสริมพลังความสามารถของกลุ่มเด็กที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมทั้งสองบริบทและทำให้อัตราการลับลอบค้ามนุษย์ลดลงและมีแนวโน้มที่จะทำให้สังคมเกิดความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน

แนวคิดและงานวิจัยต่างๆข้างต้นที่เกี่ยวกับปัจจัยและกระบวนการต่างๆเป็นเสมือนกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ซึ่งใช้ประกอบการวิจัยศึกษาบทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานประเทศไทย




*รูปภาพที่ 6 ภาพกรอบการวิจัยเรื่องบทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย (Conceptual Framework)*

# บทที่ 3
# ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยาน” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยโดยการ สังเกต (Observation) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อตอบคำถามนำวิจัยดังนี้

**ปัญหานำการวิจัยที่ 1:** คุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยเป็นอย่างไร

**ปัญหานำการวิจัยที่ 2:** สื่อมวลชนและสื่อใหม่มีบทบาทอย่างไรในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ

**ปัญหานำการวิจัยที่ 3:** เรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะอย่างไร

ขั้นตอนการวิจัย

โดยขั้นตอนการวิจัยเป็นดังนี้

ขั้นที่ 1: การค้นหากลุ่มผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย

ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาของชุมชนจักรยานไทยไว้คือกลุ่มของผู้ขี่จักรยานที่มีการรวมตัว ทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ โดยกรอบในการคัดเลือกชุมชนจักรยานนั้นเป็นการคัดเลือกจากชุมชนโดยมีเกณฑ์การพิจารณาจากกรอบในเชิงพื้นที่และกิจกรรมอันประกอบไปด้วยความลำดับความเก่าแก่ของชุมชน จำนวนสมาชิกภาพ และรูปแบบในการจัดกิจกรรมในชุมชนที่ครอบคลุมในมิติด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การผลักดันนโยบาย และการธำรงอยู่ของกลุ่ม ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้จุดแข็งในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นสมาชิกชุมชนจักรยานต่างๆซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงกลุ่มชุมชนจักรยานต่างๆได้ง่าย โดยได้อาศัยการพบปะพูดคุย เพื่อค้นหากลุ่มผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก โดยเป็นการให้สมาชิกในกลุ่มชุมชนจักรยานเป็นผู้ค่อยๆระบุบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนออกมา อีกทั้งผู้วิจัยได้สืบค้นจากข่าวต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่มีคนเบี่ยงเบนเชิงบวกซึ่งสังกัดชุมชนในชุมชนจักรยานไทยได้ปรากฏ

ซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้วิจัย ได้ค้นพบกลุ่มชุมชนจักรยานไทยอันประกอบไปด้วยเกณฑ์ดังกล่าวดังนี้

*ตารางที่ 6 ตารางแสดงชุมชนจักรยานไทยที่ศึกษาวิจัย*

| ชุมชนจักรยานไทย 10 ชุมชน |
|---|
| ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย(TCC) |
| ชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่ |
| สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย(TCHA) |
| กลุ่ม BIKE PACKING THAILAND |
| กลุ่ม ซอยตันหรรษา |
| กลุ่ม Bangkok Bicycle Campaign |
| A DAY HUMAN RIDE |
| มูลนิธิโลกสีเขียว |
| กลุ่ม Peppermint Field Bike |
| KMUTT |

ขั้นที่ 2: การคัดกรองกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก

เพื่อเป็นการคัดกรองกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก เพื่อให้ได้กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่แท้จริง ผู้วิจัยได้อาศัยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการพิจารณาจาก การเป็นสมาชิกภาพความยาวนานในการเป็นสมาชิกของชุมชน บุคคลที่อยู่ในตำแหน่งหัวหน้า หรือแกนนำในการกำหนดทิศทางการสื่อสาร ในแต่ละชุมชน และ การสำรวจข่าวสารที่ถูกนำเสนอเกี่ยวข้อง โดยเพื่อให้ได้บุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกจำนวน 10 คน

พบกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกดังนี้

*ตารางที่ 7 ตารางแสดงกลุ่มคนที่มีเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย*

| ชุมชนจักรยานไทย 10 ชุมชน | กลุ่มคนที่มีความเบี่บงเบนเชิงบวก 10 คน |
|---|---|
| ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย(TCC) | ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ |
| ชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่ | ดร.นิรันดร โพธิกานนท์ |
| สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย(TCHA) | มงคล วิจะระณะ |
| กลุ่ม BIKE PACKING THAILAND | มล.ทศวรรรณ เทวกุล |
| กลุ่ม ซอยตันหรรษา | อำนาจ เจริญประสพสุข |
| กลุ่ม Bangkok Bicycle Campaign | นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล |
| A DAY HUMAN RIDE | ทรงกลด บางยี่ขัน |
| มูลนิธิโลกสีเขียว | ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ |
| กลุ่ม Peppermint Field Bike | สุวรรณา เอี่ยมพิกุล |
| KMUTT | ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค |

**จากการคัดกรองโดยเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ทำให้ได้มาซึ่ง กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยจำนวน 10 คน ได้แก่**

1. ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ประธานชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย
2. ดร. นิรันดร โพธิกานนท์ ที่ปรึกษาและประธานชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่
3. คุณมงคล วิจะระณะ อุปนายกสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย
4. มล.ทศวรรณ เทวกุล หัวหน้ากลุ่ม BIKEPACKING THAILAND
5. คุณอำนาจ เจริญประสพสุข ประธานชมรมซอยตันหรรษา เชียงใหม่
6. คุณนนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล หนึ่งในผู้ก่อตั้ง Bangkok Bicycle Campaign
7. คุณทรงกลด บางยี่ขัน บรรณาธิการบริหารนิตยสาร A DAY และ HUMAN RIDE
8. ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ เลขาธิการมูลนิธิโลกสีเขียว
9. คุณสุวรรณา เอี่ยมพิกุล กรรมการบริหาร PEPPERMINT FIELD
10. ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี KMUTT

ซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวแทนในลักษณะช่วงเวลาที่ปั่นจักรยานมาจนถึงปัจจุบันและครอบคลุมในเชิงพื้นที่ส่วนกลางและภูมิภาค

*ตารางที่ 8 ตารางแสดงพื้นที่การดำเนินการของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก*

| ช่วงเวลาของการดำเนินการ | พื้นที่เคลื่อนไหวส่วนกลาง | พื้นที่เคลื่อนไหวส่วนภูมิภาค |
|---|---|---|
| ก่อนทศวรรษ 2000 | ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์<br>คุณมงคล วิจะระณะ<br>มล.ทศวรรณ เทวกุล | ดร. นิรันดร โพธิกานนท์ |
| หลังทศวรรษ 2000 | คุณนนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล<br>คุณทรงกลด บางยี่ขัน<br>ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์<br>คุณสุวรรณา เอี่ยมพิกุล<br>ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค | คุณอำนาจ เจริญประสพสุข |

ขั้นที่ 3: การติดต่อสัมภาษณ์

เมื่อค้นพบกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกแล้ว ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ตลอดจนทำการสังเกตพฤติกรรมและบรรยากาศขณะสัมภาษณ์ (Observation) และ หลังเข้าพบได้มีการติดตามสังเกตพฤติกรรมในสื่อออนไลน์ ในกรุ๊ป facebook และ facebook page ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลนั้น และสำรวจค้นหาถึงรูปแบบการสื่อสาร อันรวมไปถึงข่าวสารเกี่ยวกับบุคคลเหล่านั้นในสื่อต่างๆทั้งในสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่

ขั้นที่ 4: การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลของการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ โดยมีทั้งเนื้อหาเกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกทั้ง 10 คนตลอดจนการนำการสื่อสารทั้งในรูปแบบผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อ

ใหม่ที่ปรากฏของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมาเป็นข้อมูลประกอบในการอภิปราย เพื่อวิเคราะห์หาบทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.แบบสัมภาษณ์เจาะลึก

เน้นลักษณะคำถามปลายเปิด โดยเป็นลักษณะที่เน้นเรื่องของการหากลุ่มบุคคลที่มีลักษณะเบี่ยงเบนเชิงบวก

2.การสังเกตระหว่างการเข้าพบสัมภาษณ์และสังเกตหลังการเข้าพบจากสื่อออนไลน์ที่ผู้วิจัยได้ทำการขออนุญาติในการ add facebook group และ facebook page ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกทั้ง 10 คน

3.เทปบันทึกเสียงและวิดีโอเทป

การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำเอากลุ่มผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกต่างๆมาวิเคราะห์ ผนวกกับข้อมูลจากวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสารที่เกี่ยวข้อง ใช้การพรรณนาข้อมูลจากสภาพความเป็นจริงต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเป็นการหาองค์ประกอบและปัจจัยที่สะท้อนให้เห็นร่วมกันในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่สอดคล้องกับโจทย์การวิจัยและนำเอากรณีต่างๆที่พบมาเป็นข้อสนับสนุน จากนั้นทำการสังเคราะห์เชิงองค์ประกอบและแบบแผนและนำไปเปรียบเทียบกับแนวคิดและทฤษฎี เพื่อหาตอบคำถามเรื่องบทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเพื่อเสนอแนะต่อยอดทฤษฎีตลอดจนนำมาปรับใช้ในการผลักดันนโยบายสาธารณะ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

# บทที่ 4
# ผลการวิจัย

**งานวิจัยเรื่อง "บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย"** เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยโดยการสังเกต (Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จุดประสงค์ในงานวิจัยชิ้นนี้คือ

1.เพื่อศึกษาคุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย

2.เพื่อค้นหาบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ที่มีต่อการแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ

3.เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ

ในการนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนคือ

1.ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกจำนวนทั้งหมด 10 คน

2. ข้อมูลซึ่งตอบปัญหานำการวิจัย

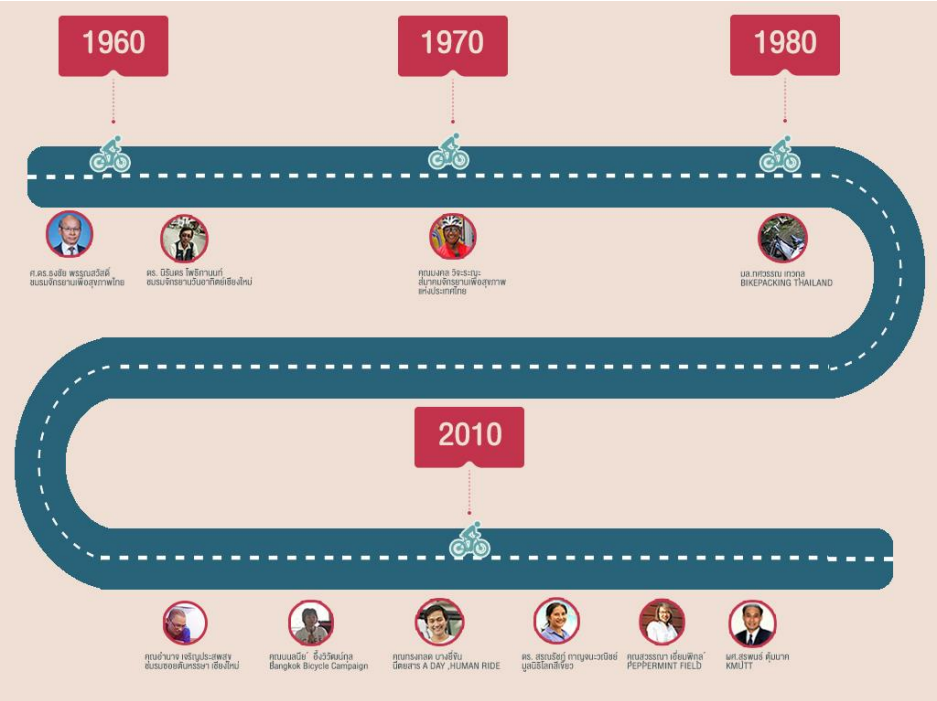
2.1 คุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยเป็นอย่างไร

2.2 สื่อมวลชนและสื่อใหม่มีบทบาทอย่างไรในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ

2.3 เรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะอย่างไร

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกทั้งหมด 10 คน

ผลการวิจัยครั้งนี้พบบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกทั้งหมด 10 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอตามแผนภูมิภาพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้




*รูปภาพที่ 7แผนภูมิภาพแสดงรายละเอียดของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย*

โดยในการนำเสนอผลการวิจัยวิจัย ได้แบ่งการนำเสนอรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกทั้งหมด ตามเกณฑ์หลักในลักษณะปีที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกได้ถูกค้นพบ และเกณฑ์รองอันประกอบไปด้วยปีพ.ศ.ที่ดำเนินการ สมาชิกที่อยู่ในชุมชน ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหว ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหว ลักษณะการใช้สื่อ และเป้าหมาย

**กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกของชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1960**

จากการใช้กรอบแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) ผลการวิจัยค้นพบว่ามีกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1960 ซึ่งได้แก่ ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์และ ดร.นิรันดร โพธิกานนท์

**ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์**

ประธานชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ถือว่าเป็นนักปั่นและนักเคลื่อนไหวที่เข้ามาในชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1960 และถือว่าเป็นหนึ่งในผู้ขี่จักรยานตั้งแต่อดีตมาจนปัจจุบันของชุมชนจักรยานในประเทศไทย ในประวัติส่วนตัวนั้น เคยดำรงตำแหน่งอาจารย์ด้านสิ่งแวดล้อม ที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้นการผลักดันรณรงค์ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมและการสัญจรจึงเป็นสิ่งที่ท่านสนใจเสมอมา

หากย้อนไปเมื่อกว่า 50 ปีที่ผ่านมาก็จะพบว่า ศ.ดร.ธงชัย เริ่มปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันและปั่นมาจวบจนปัจจุบัน ท่านได้เริ่มเข้ามาสู่การรณรงค์เกี่ยวกับจักรยานอย่างจริงจัง โดยเริ่มเมื่อวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ.2534 โดยหลักการที่ใช้ในการขับเคลื่อนนั้นอิงมาจากหลักของสามเหลี่ยมที่มอง

กลุ่มคนที่จะสื่อสารออกเป็นพีระมิดและมุ่งกลุ่มที่จะสื่อสารไปสู่กลุ่มผู้ที่ใช้จักรยานในการสัญจรในชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่ และเน้นการผลักดันในเชิงเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบาย

ทั้งนี้ ศ.ดร. ธงชัย มีพื้นฐานในเรื่องการออกกำลังกายเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว โดยเมื่อปี พ.ศ. 2525 อาจารย์ได้ร่วมมือกับ นพ. อุดมศิลป์ ศรีแสงนาม และ นพ. กฤษฎา บานชื่น จัดชมรมวิ่งเพื่อสุขภาพ และเมื่อวิ่งมานานพอสมควร ก็พบว่าการขี่จักรยานมีความน่าสนใจมากกว่าการวิ่ง กล่าวคือ ผู้ที่มีปัญหาปวดเข่า เนื่องจากอาการวิ่งสามารถออกกำลังกายโดยการขี่จักรยานได้ และการขี่จักรยานมีความสนุกกว่า ผู้ขี่สามารถไปท่องเที่ยวในที่ต่างๆได้ ไม่ต้องวิ่งซ้ำซากอยู่ในที่เดิมๆ ดังนั้นต่อมาจึงได้ตั้งชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพโดย มีจุดมุ่งหมายหลัก เพื่อให้ผู้ขี่จักรยานมีสุขภาพดี ไม่ใช่เพียงเพื่อการแข่งขัน นอกจากนั้นการขี่จักรยานยังมีประโยชน์กับสังคม ได้แก่ การขี่จักรยานเป็นทางเลือกหนึ่งของการขับขี่ปลอดภัยบนท้องถนน ทำให้ผู้ขี้จักรยานมีความแข็งแรง นอกจากนั้นยังช่วยการลดการใช้รถยนต์ ช่วยลดมลพิษทางอากาศ ช่วยอนุรักษ์พลังงาน ช่วยลดปัญหาจราจร ปัญหาที่จอดรถ และการตายเนื่องจากอุบัติเหตุ

วิสัยทัศน์ของชมรมฯ คือการผลักดันให้สังคมนิยมการเดินและใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน และมีพันธกิจในการผลักดันรัฐให้กำหนดนโยบาย กฎหมาย กลไก และโครงสร้างที่ส่งเสริมและสนับสนุน เอื้ออำนวยต่อการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน เปลี่ยนแปลงค่านิยม พฤติกรรมคนไทย ให้เดินและใช้จักรยานอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันชมรมได้มีสมาชิกประมาณ 2000 คน โดยมีลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวเป็นการ จัดกิจกรรมรณรงค์ มีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหว ทั่วประเทศไทยมีเป้าหมายเน้นเรื่องการผลักดันนโยบายสาธารณะในระดับชาติ

ลักษณะการใช้สื่อที่ชมรมสื่อสารจะประกอบไปด้วยวารสารคลอโรฟิลด์ที่ทำแจกสมาชิก เว็ปไซต์ Thaicyclingclub.org หนังสือแจกและแผ่นพับที่เป็นชุดข้อมูลเกี่ยวกับจักรยาน เฟซบุ๊ค Facebook Thailand Cycling Club (TCC)

**ดร.นิรันดร โพธิกานนท์**

ที่ปรึกษาชมรมจักรยานวันอาทิตย์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ผลักดันประเด็นการใช้จักรยานเป็นพาหนะสัญจรภายในตัวเมือง จ.เชียงใหม่ โดย ดร.นิรันดร เป็นผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2507 เมื่อศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และเป็นผู้ก่อตั้งชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่

ดร.นิรันดร จบการศึกษาระดับปริญญาเอกจากเยอรมัน จึงได้นำเอารูปแบบการใช้จักรยานจากประสบการณ์ตรงมาเป็นต้นแบบในการขับเคลื่อนให้ถนนหนทางในจังหวัดเชียงใหม่มีทางจักรยานที่ร่วมสัญจร

ทั้งนี้การปั่นจักรยานครั้งแรกของ ดร.นิรันดร เริ่มต้นในสมัยเรียนอยู่ชั้นประถมศึกษา โดยมีกลุ่มพี่ ๆ น้องๆ ชวนกันไปหัดปั่นเล่นแถวบ้านเกิด ที่อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

จากการปั่นเล่นๆ สนุกๆ ก็เริ่มมาปั่นเพื่อใช้ในการเดินทางจริงจัง เมื่อเป็นนักศึกษารุ่นแรกของคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2507 โดยปั่นไปเรียนเป็นเวลา 2 ปี แต่ด้วยระเบียบของมหาวิทยาลัยที่บังคับให้นักศึกษาต้องมาอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัยก่อนจบ 2 ปี ทำให้ ดร.นิรันดร ต้องย้ายเข้ามาอยู่ในรั้วมหาวิทยาลัย และด้วยความที่เป็นคนชอบทำกิจกรรม ต้องเดินทางอยู่ตลอดเวลา จึงต้องเปลี่ยนมาใช้รถมอเตอร์ไซค์เพื่อความสะดวกสบาย ซึ่ง ดร.นิรันดร ให้คำจำกัดความการใช้รถมอเตอร์ไซค์ของวัยรุ่นในสมัยนั้นรวมถึงตัวท่านเองว่าเป็นการติดโรคทางสังคมชนิดหนึ่ง เรียกว่า “โรคสาวมอเตอร์ไซค์” ตามบทเพลงสาวมอเตอร์ไซค์ของคุณจรัญ มโนเพชร

หลังจากเรียนจบก็ได้ทำงานเป็นอาจารย์อยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2 ปีจากนั้นก็ได้ทุนไปเรียนต่อปริญญาโทในสาขา Animal Production ที่มหาวิทยาลัย จัสตัส ลีบิ๊ก ประเทศเยอรมนี

เหตุผลหลักที่อาจารย์รู้สึกหลงใหลในรถจักรยาน เพราะตอนที่เรียนปริญญาเอกสาขา Animal Science ที่มหาวิทยาลัยเกิตติงเกน ประเทศเยอรมนี ในช่วง 3 เดือนก่อนที่จะจบการศึกษานั้น อาจารย์ต้องใช้รถจักรยาน เพื่อส่งงาน ตรวจเช็ควิทยานิพนธ์ โดยใช้รถจักยานของศาสตราจารย์ที่เป็นที่ปรึกษาของท่านในตอนนั้น ซึ่งนักศึกษาที่นี่ส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานในการเดินทาง ด้วยทัศนียภาพที่สวยงาม ประกอบกับการใช้จักรยานช่วยให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง ทำให้อาจารย์รู้สึกประทับใจและชื่นชอบในการขี่จักรยานเป็นอย่างมาก

เมื่อเรียนจบปริญญาเอกและกลับมาสอนที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่อีกครั้ง อาจารย์ก็มีความคิดที่อยากให้คนอื่นมาปั่นจักรยานด้วยกัน โดยเริ่มแรกนั้นท่านได้เริ่มรณรงค์ให้มีการใช้รถจักรยานในมหาวิทยาลัยก่อน ซึ่งในขณะนั้น ดร.นิรันดร ดำรงตำแหน่งประธานสภาอาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงได้ผลักดันการลดจำนวนใช้รถยนต์-รถจักรยานยนต์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จนทางมหาวิทยาลัยออกระเบียบงดใช้ยานยนต์ในมหาวิทยาลัยและห้ามนักศึกษาที่พักหอพักในมหาวิทยาลัยใช้จักรยานยนต์ แต่ทางมหาวิทยาลัยไม่ได้มีการบังคับใช้ระเบียบนี้อย่างจริงจัง จึงไม่เกิดผลใด ๆ มากนัก แม้ว่าเริ่มต้นจะไม่ประสบผลสำเร็จ อาจารย์ก็ไม่ได้ย่อท้อ ยังมุ่งหน้าสานต่อเจตนารมณ์ของตนเอง ส่งผลให้ในเดือนมีนาคม ปี พ.ศ.2541 ชมรมเล็กๆ ได้เกิดขึ้นภายใต้ชื่อ “ชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่” โดยมีแรงผลักสำคัญคือสารวัตจราจรที่มีบทบาทในการรณรงค์อยู่ก่อนหน้านั้นซึ่งก็คือ พันตำรวจโทอนุ เนินหาด ผู้ซึ่งเป็นสารวัตรจราจรที่เริ่มรณรงค์ตั้งแต่กลางเดือนมิถุนายน พ.ศ.2539

แม้ว่าสิ่งที่พันตำรวจโทอนุ เนินหาด ได้ทำนั้นเป็นสิ่งที่ดีอยู่แล้ว แต่ ดร.นิรันดร ต้องการให้สิ่งที่ดีอยู่แล้วไม่ได้หยุดอยู่แค่นั้น ท่านต้องการสานต่อเพื่อให้การปั่นจักรยานอยู่กับลูกหลานและคนเชียงใหม่ อย่างยั่งยืน ความผูกพันของสมาชิกในชมรมนั้นทำให้ชมรมกลายเป็นบ้านหลังที่สอง ที่คอย

รับฟังสารทุกข์สุขดิบ บอกเล่าเรื่องราวดี ๆ ให้แก่กันและกัน ชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่ จะนัดพบกันทุกวันอาทิตย์ 7 โมงเช้าที่ข่วงประตูท่าแพ ซึ่งในการรวมตัวกันของชมรมในแต่ละอาทิตย์ของสมาชิก จะมีการปั่นไปตามถนนเส้นต่าง ๆ ภายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งในอดีตจะปั่นกันรอบ ๆ คูเมือง แต่ปัจจุบันมีการปั่นเข้าไปเชิญชวนในชุมชน เพื่อให้ทุกคนที่ยังไม่กล้าออกมาปั่น ได้รับรู้ว่าการขี่จักรยานปลอดภัย มีเพื่อนที่ปั่นจักรยานด้วยเหมือนกัน นอกจากนี้ยังทำให้สมาชิกเรียนรู้เส้นทางและสถานที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ในการปั่นจักรยานเข้าไปในที่ชุมชนนั้น มีหลายคนยังกลัวเรื่องความปลอดภัย สิ่งที่ชมรมต้องการจะสื่อสารให้คนในเชียงใหม่ที่อยากปั่น แต่ยังกลัวอยู่ก็คือ ความปลอดภัย ชมรมจึงต้องการให้ตำรวจช่วยดูแลผู้ใช้รถจักรยาน เพราะเป็นส่วนสำคัญมากในเริ่มต้นมาใช้รถจักรยานในการเดินทาง ซึ่งหากเทียบกับเมื่อก่อน ตำรวจช่วยดูแลเรื่องนี้ได้ดีมากขึ้น

ดร.นิรันดร ยังมีโครงการที่ดำเนินการและผลักดันให้เกิดขึ้นอยู่มากมาย เช่น โครงการ “การสร้างเสริมสุขภาพด้วยการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันในเชียงใหม่” เพื่อสนับสนุนให้โรงเรียนในเขตอำเภอมือง อำเภอแม่ริม อำเภอหางดง อำเภอสันป่าตอง และ อำเภอดอยสะเก็ด โดยจัดสรรจักรยานเพื่อการเรียนรู้นอกสถานที่ ทำให้สามารถปั่นจักรยานไปศึกษาประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

ปัจจุบันมีสมาชิกของชมรมฯ จำนวนประมาณ 1,500 คน โดยลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวจะมีการออกทริปเป็นประจำทุกสัปดาห์ และมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวที่ครอบคลุมจังหวัดเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบน เพื่อรณรงค์ทางจักรยานในเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบน ลักษณะการใช้สื่อของชมรมฯ นั้นจะประกอบไปด้วยเว็ปไซต์ www.cmcycling.org และ เฟซบุ๊ค Chiangmaisunday

Chulalongkorn University

**กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกของชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1970**

จากการใช้กรอบแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) ค้นพบว่ามีกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1970 ซึ่งได้แก่ มงคล วิจะระณะ

**มงคล วิจะระณะ**

คุณมงคล วิจะระณะ เป็นอุปนายกคนปัจจุบันของสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทยที่ทำงานรณรงค์และส่งเสริมการใช้จักรยานเช่นกัน อย่างไรก็ดีนอกจากเรื่องการสัญจรในชีวิตประจำวันแล้ว คุณมงคลและสมาคมยังสื่อสารไปยังกลุ่มนักปั่นที่เป็นในเชิงลักษณะกีฬาและการออกทริปในลักษณะยาวๆ คุณมงคลเริ่มต้นปั่นจักรยานประมาณ 35 ปีที่ผ่านมาได้ โดยส่วนตัวแล้ว คุณมงคลเป็นผู้รักการออกกำลังกาย เป็นนักกีฬา และเล่นกีฬาหลายประเภท อาทิ วิ่งมาราธอน ไตรกีฬา และการปั่น

จักรยาน จากการเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับจักรยานกับ ศ.ดร ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ซึ่งขณะนั้นดำเนินการภายใต้ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย ซึ่งได้จัดกิจกรรมมากมาย อาทิ การซ่อมจักรยาน การออกทริประยะไกล นอกจากการเป็นนักธุรกิจแล้ว คุณมงคล วิจะระณะ ทุ่มเทสละเวลาจากงานประจำที่เขามี เพื่อทำงานให้กับสมาคมฯอย่างต่อเนื่อง จวบจนกระทั่งปัจจุบัน

ด้วยความที่เป็นนักธุรกิจ จึงทำให้ลักษณะมุมมองและการบริหารสมาคมของคุณมงคลเป็นไปในเชิงธุรกิจ มีการบริหารจัดการที่นำระบบบริหารธุรกิจมาใช้ และมีความคิดที่อยากจะทำให้สมาคมนั้นอยู่ได้ด้วยตัวเอง ทั้งนี้ผลงานที่เด่นของสมาคมคือการจัดกิจกรรม Bangkok Car Free Day ซึ่งมีผู้ที่เข้ามาร่วมโครงการรณรงค์นี้ในปี พ.ศ. 2557 กว่า 30,000 คน

นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มกันในนามของชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย ที่มีขึ้นเมื่อวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2534 โดยมีผู้ใช้จักรยานกว่า 80 คน ร่วมกันขี่จักรยานรณรงค์เพื่อขอให้มีการสร้างทางจักรยาน ซึ่งนับเป็นการรณรงค์ให้มีการใช้จักรยานเพื่อแก้ไขปัญหาจราจรเป็นครั้งแรกในประเทศไทย แม้ว่าจำนวนสมาชิกในระยะแรกจะมีจำนวนไม่มาก แต่ด้วยความตั้งใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สังคมน่าอยู่ การทำงานของชมรมฯ จึงเป็นในลักษณะของอาสาสมัคร มีการจัดกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับการใช้จักรยาน เพื่อเรียกร้องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นความสำคัญ อีกทั้งสร้างกระแสให้ประชาชนทั่วไปหันมาใช้จักรยานเป็นทางเลือกในการเดินทางมากขึ้น นอกจากนี้ยังจัดให้มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการใช้จักรยานเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ อาทิ ด้านการท่องเที่ยว การปั่นออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ค่ายจักรยาน การทำใบขับขี่จักรยาน รีไซเคิลจักรยาน รวมทั้งกิจกรรมรณรงค์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอื่นๆอีกมาก

ผลของการจัดกิจกรรมในข้างต้น ทำให้เริ่มมีผู้สนใจใช้จักรยานเพื่อกิจกรรมต่างๆ กันมากขึ้น มีการรวมกลุ่มตั้งเป็นชมรมจักรยานขึ้นในหลายจังหวัด ก่อให้เกิดเครือข่ายระหว่างผู้ใช้จักรยานทั่วประเทศ มีการสร้างทางจักรยานขึ้นใหม่หลายเส้นทาง แม้จะเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับถนนที่มีอยู่ แต่ก็แสดงให้เห็นว่า พลังของผู้ใช้จักรยานเริ่มเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและการใช้จักรยานเพื่อแก้ปัญหาการาจราจรและปัญหามลพิษไม่ใช่เป็นแค่เรื่องเพ้อฝัน

ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย โดยมติในที่ประชุมสามัญประจำปีวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2553 ให้ทำการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก่อตั้ง “สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย” ณ ปัจจุบัน มีสมาชิกเกือบ 8,000 คน จากทุกวัย หลายสาขาอาชีพทั่วประเทศ โดยมี สารสองล้อ และเว็บไซต์ www.thaicycling.com และ www.facebook.com/TCHAthaicycling เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารสาระและกิจกรรมต่างๆ สำหรับสมาชิกและผู้สนใจทั่วไป หลายโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่องมาหลายปี เช่น กิจกรรมจักรยานสัมผัสชนบท และโครงการรีไซเคิลจักรยาน เป็นต้น

**กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกของชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1980**

จากการใช้กรอบแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) ค้นพบว่ามีกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 1980 ซึ่งได้แก่ มล.ทศวรรณ เทวกุล

**มล.ทศวรรณ เทวกุล**

หากย้อนกลับไปในเกือบ 30 ปีที่ผ่านมา มล.ทศวรรณ เทวกุล หรือ คุณทศ เป็นผู้ใช้จักรยานทางถนนคนแรกๆ ในกรุงเทพฯ เพื่อแก้ไขปัญหาความล่าช้าของรถเมล์และเพื่อเดินทางไปยังสถานที่ใกล้ๆ จุดเริ่มต้นเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2525 มล.ทศวรรณเริ่มใช้จักรยานเป็นคนแรกๆในกรุงเทพฯ ชั้นในโดยปั่นจากบ้าน (วังสวนผักกาด) ไปยังคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขาจึงเป็นเสมือนภาพนิสิตจุฬาฯ ในยุคนั้นที่ปั่นจักรยาน เพราะเขารู้สึกถึงความไม่แน่นอนของระบบขนส่งสาธารณะ(รถเมล์) ณ ขณะนั้น และนับจากนั้นเขาก็ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันมาจวบจนปัจจุบัน

ทั้งนี้ มล.ทศวรรณมองว่า จักรยานสามารถตอบโจทย์การดำรงชีวิตในเมือง ที่เต็มไปด้วยปัญหาการจราจรและความจำกัดของเวลา ด้วยความเป็นคนรักอิสระและการผจญภัยในต่างจังหวัด เขาจึงสนใจจักรยานในแนวผจญภัย ต่อมามล.ทศวรรณเป็นผู้ก่อตั้งกลุ่มสังคมออนไลน์ของนักปั่นโดยเริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2553 โดยใช้ชื่อว่า Bike Packing Thailand มีสมาชิกใน Facebook Group อย่างเหนียวแน่นประมาณ 222 ผู้ติดตาม (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ.2558) โดยสื่อสารกับบุคคลที่ปั่นจักรยานแนวผจญภัยและมีจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวจะเป็นการออกทริปต่างจังหวัด ทั้งนี้ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหว จะเป็นในกรุงเทพฯ เป็นหลัก โดยเป้าหมายเพื่อสื่อสารกับคนในชุมชนจักรยาน

**กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกของชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 2000**

จากการใช้กรอบแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) ค้นพบว่ามีกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยในยุคทศวรรษที่ 2000 ซึ่งได้แก่ คุณอำนาจ เจริญประสพสุข
คุณนนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล คุณทรงกลด บางยี่ขัน ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ คุณสุวรรณา เอี่ยมพิกุล และ ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค

**อำนาจ เจริญประสพสุข**

คุณอำนาจ เจริญประสพสุข หรือ คุณเอ๋ หนึ่งในแกนนำกลุ่มจักรยานซอยตันหรรษา จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มนี้มีการรวมตัวกันเป็นเวลาเกือบ 15 ปี แล้ว โดย ณ เวลานั้นเป็นกลุ่มเล็กๆ ประมาณ 10 คน หากแต่การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ค ทำให้มีการการตั้งกลุ่มอย่างจริงจัง เพื่อสื่อสารและจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานอย่างต่อเนื่องในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นไปที่การปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกาย สำหรับกลุ่มจักรยานซอยตันหรรษานั้นก่อตั้งในปี พ.ศ. 2543 และเริ่ม

ใช้การสื่อสารในเฟซบุ๊คเพื่อติดต่อกับสมาชิกในปี พ.ศ. 2553 โดยสมาชิกของกลุ่มนั้นมีประมาณจำนวน 2,323 ผู้ติดตาม (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ.2558) เนื่องจากสมาชิกภายในกลุ่มเป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน กลุ่มนี้จึงเป็นเหมือนตัวแทนภาพนักปั่นรุ่นใหม่ มีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวในระดับภูมิภาคอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบน

“ซอยตันหรรษา” เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันปั่นโดยกลุ่มคนในชุมชนที่จังหวัดเชียงใหม่ ในชุมชนสันติธรรมตรงวงเวียนห้าแยก ที่เรียกชื่อซอยตันหรรษานั้นเกิดจาก ชุมชุนนี้จะมีบ้านอยู่ 7-8 หลังคาเรือน เมื่อเข้าไปแล้วก็จะเป็นซอยตัน ฉะนั้นจึงมีการเริ่มชวนกันปั่นออกกำลังกายกันทุกวันอาทิตย์ โดยในอดีตเป็นเพียงกลุ่มเล็กๆ แต่ต่อมาเริ่มรวมกลุ่มกันมากขึ้นในเฟซบุ๊ค ทำให้มีสมาชิกมากขึ้น และในช่วง 5-6 ปี ที่ผ่านมานี้ เริ่มมีการแข่งขันจักรยานแพร่หลายมากขึ้น และกลุ่มซอยตันหรรษาก็มักได้รางวัลเสมอ จึงกลายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในวงการจักรยานทั่วประเทศไทย

ด้านข้อมูลส่วนตัวปัจจุบัน อำนาจเป็นกรรมการบริหารนิตยสาร Fine Arts ซึ่งเป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรม

**นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล**

คุณนนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล หรือคุณแนน เป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้ง Bangkok Bicycle Campaign ซึ่งเริ่มต้นดำเนินการมาประมาณ 5 ปีที่ผ่านมา เน้นการสื่อสารในสื่อใหม่เป็นหลัก คุณแนนเริ่มจากการเป็นผู้รักการปั่นจักรยาน และก็เลยรวบรวมข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับจักรยานมาใส่ไว้ใน Facebook fanpage ที่ชื่อ Bangkok Bicycle Campaign ทุกครั้งที่คุณแนนไปตามตรอกซอกซอยในกรุงเทพฯ คุณแนนก็จะถ่ายรูปมาแบ่งปันให้กับคนอื่นๆ นอกจากนั้นคุณแนนยังเป็นเจ้าของร้านกาแฟคาเฟ่เวโลที่ตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์

จุดเริ่มต้นของคุณแนนเริ่มจากการออกทริปปั่นจักรยานสั้นๆ ด้วยจักรยานแม่บ้านกับสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพ ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ทำให้คุณแนนเรียนรู้วิธีปั่นจักรยานตามท้องถนนกับสิงห์นักปั่น จนหัดขี่จักรยานบนถนนใหญ่ได้คล่องแคล่ว มั่นใจที่จะปั่นจักรยานไปทำงานทุกวันมา 5 ปีแล้ว ความหวังความฝันอาจไม่เป็นจริงถ้าไม่ลงมือทำ ถึงวันนี้โครงการเพื่อจักรยานหลายๆ ชิ้น ทำให้ใครๆ เริ่มยอมรับความตั้งใจของนักรณรงค์การปั่นจักรยานคนนี้มากขึ้น ปัจจุบันนนลนีย์เป็นผู้ก่อตั้ง Bangkok Bicycle Campaign ซึ่งเป็นเครือข่ายรณรงค์จักรยานในโลกออนไลน์ที่สำคัญของประเทศไทย

ความฝันของคุณแนนคือออกเดินทางรอบโลกด้วยการปั่นจักรยาน พร้อมๆ กับเพื่อนนักปั่นเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการจักรยานเพื่อสังคมไปทั่วโลก อย่างไรก็ตามความรักความชอบจักรยานของนนลนีย์ไม่ได้หยุดแค่นั้น เพราะยังอยากให้คนอื่นๆ หันมาปั่นจักรยานด้วย และอยากทำให้คนเห็นว่าเราสามารถขี่จักรยานไปไหนก็ได้ในชีวิตประจำวัน อยากทำให้กรุงเทพฯเป็นเมืองจักรยานได้จริงใน

สักวัน

จักรยานจึงเป็นเหมือน“วีซ่า” ที่เปิดโอกาสให้คุณแนนได้ออกไปสัมผัสโลกกว้าง และนำทางให้ได้พบเจอรู้จักกับผู้คนมากมาย ตลอดจนได้เรียนรู้วิถีชีวิตในชุมชนต่างๆ ประสบการณ์เหล่านี้หาไม่ได้จากหนังสือ อินเตอร์เน็ต หรือจากการไปเดินเที่ยวศูนย์การค้า

นนลนีย์ใช้ “จักรยาน” เป็นสื่อ โดยเริ่มจากตัวเธอเองที่เป็นนักปั่นที่รักจักรยานเป็นชีวิต และมีความตั้งใจที่จะขยายวงของนักปั่นจักรยานให้กว้างขึ้นไปเรื่อยๆ เท่าที่กำลังและความสามารถของเธอจะทำได้ นอกจาก Bangkok Bicycle Campaign แล้วเธอยังมีโครงการ “เรารักกรุงเทพฯ เรารักจักรยาน” โครงการร่วมกับทางมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ตั้งใจจะชวนให้นักศึกษาหันมาปั่นจักรยานกันมากขึ้น ที่สำคัญคือ ต้องอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจ ไม่ได้บังคับแต่ประการใด

นอกจากนี้นนลนีย์ยังเป็นเจ้าของร้านกาแฟคาเฟ่ เวโลโดม ที่มีการเปิดพื้นที่เอาต์ดอร์ด้านนอกขยายเพิ่มไปอีกเพื่อเป็น “ครีเอทีฟ สเปซ” ที่จะหาเรื่องดีๆ มาปันกันได้ อีกทั้งยังเป็นตัวอย่างของร้านกาแฟที่มีการเพิ่มจำนวนที่จอดจักรยานที่มีไว้ให้บริการสำหรับนักปั่นหน้าใหม่อีกกว่า 30 คันอีกด้วย

โดย Bangkok Bicycle Campaign เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2553 ใช้การสื่อสารใน Facebook มีสมาชิกจำนวน 42,968 ผู้ติดตาม (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ.2558) โดยลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหว เน้นการรณรงค์จัดกิจกรรม และมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่ในกรุงเทพฯ เป้าหมายหลักเพื่อสร้างกระแสและรณรงค์

**ทรงกลด บางยี่ขัน**

บรรณาธิการบริหารนิตยสาร A Day และ Human Ride ซึ่งเป็นสื่อที่สนใจเรื่องจักรยานและนำเสนอเนื้อหาหนังสือและนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับจักรยานมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทยก็ว่าได้ และตัวเขาเองก็ใช้จักรยาน โดยเริ่มต้นเข้ามาในชุมชนจักรยานประมาณปี พ.ศ.2553 และทำหนังสือโดยการอยากเล่าเรื่องจักรยาน และอยากชวนให้คนมาปั่นจักรยานด้วยกัน เขามีพื้นฐานที่สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นทุนเดิมเพราะเขาจบด้านสิ่งแวดล้อม และสื่อที่เขาได้ทำก็เป็นแรงบันดาลใจให้กับวัยรุ่นให้มาสนใจจักรยานได้อย่างมาก

ทรงกลด จบการศึกษาชั้นมัธยมจากโรงเรียนสาธิต มศว. ประสานมิตร ปริญญาตรีและโทด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม จากคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เคยดำรงตำแหน่งประธานชมรมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติของมหาวิทยาลัย ภายหลังจากการสำเร็จการศึกษา ก็ได้เข้ามาทำงานเป็นนักวิชาการด้านสิ่งแวดล้อมสังกัดศูนย์เศรษฐศาสตร์นิเวศ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ต่อจากนั้นได้ไปทำงานด้านวัฒนธรรมให้กับหลักสูตร การ

จัดการวัฒนธรรม ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หลังจากนั้นกลับมาทำงานด้านสิ่งแวดล้อมอีกครั้งหนึ่งในตำแหน่งนักรณรงค์ในฝ่ายพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ของ WWF สำนักงานประเทศไทย ท้ายสุดเข้ามารับช่วงเป็นบรรณาธิการบริหารนิตยสาร A Day จนกระทั่งปัจจุบัน

*แรกเริ่ม Human Ride เป็นชื่อคอลัมน์ท้ายเล่มนิตยสาร A Day จนต่อมากลายมาเป็นนิตยสารเฉพาะกิจที่เกี่ยวกับจักรยาน ที่ทีมงานถ่ายทอดเรื่องราวและแรงบันดาลใจในการปั่นจักรยาน และล่าสุดเป็นรายการทีวี "Human Ride จักรยานบันดาลใจ" ทางช่องไทยพีบีเอส* ที่มาของรายการคือการที่ทรงกลดมีจุดมุ่งหมายที่อยากชวนคนอ่านมาปั่นจักรยาน เพราะเขารู้ว่าปั่นแล้วเกิดผลดีกับตัวเอง ดีกับโลก ทั้งผู้ชมและผู้อ่านจะได้รับแรงบันดาลใจ ได้พลังจากสื่อที่ส่งออกไป

เขาเริ่มต้นนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับจักรยานเมื่อพ.ศ. 2553 โดยใช้การสื่อสารใน Facebook Fanpage ของนิตยสาร A Day ซึ่งมีสมาชิกจำนวน 506,914 (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2558) โดยลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวนั้น เน้นการผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของจักรยาน มีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหว ในกรุงเทพฯ และทั่วประเทศ เน้นการสื่อสารไปยังคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

**ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์**

ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ หรือ ดร.อ้อย ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นเลขาธิการมูลนิธิโลกสีเขียว ดร.อ้อยเริ่มปั่นจักรยานตอนเป็นนักศึกษาที่ประเทศอังกฤษ และได้เริ่มรณรงค์เรื่องการใช้จักรยานในปี พ.ศ.2553 เป็นตัวแทนภาคสังคมในการรณรงค์จักรยานที่มีเป้าหมายและวิธีการชัดเจน รวมไปถึงด้านสิ่งแวดล้อม นำกลวิธีเชื่อมโยงมนุษย์-สัตว์-พืชแบบที่ครอบครัวของเธอสอนมาประยุกต์ใช้กับคนรุ่นใหม่ผ่านกระบวนการหลากหลาย

ดร.อ้อยเป็นผู้ริเริ่มการจัดทำแผนที่เส้นทางเดินจักรยานในกรุงเทพฯ และได้รวบรวมองค์ความรู้เรื่องจักรยานสำหรับผู้สนใจ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนประเด็นทางสิ่งแวดล้อม โดยมีจักรยานเป็นส่วนหนึ่งภายใต้ภาพใหญ่ของการรณรงค์สิ่งแวดล้อมในประเทศไทย

หากพูดถึงองค์กรที่ทำงานด้านรณรงค์จักรยานแล้ว มูลนิธิโลกสีเขียวเป็นหน่วยงานแรก ๆ ที่ริเริ่มรณรงค์วิถีเมืองจักรยาน เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาเมืองให้เป็นมิตรต่อชีวิตมนุษย์ และเป็นประตูสู่การเรียนรู้นอกห้อง ให้คนเมืองมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และเห็นโครงสร้างสังคม

ด้านเกียรติประวัติ ใน พ.ศ.2554 ดร.อ้อย รับรางวัลบุคคลเกียรติยศโกมลคีมทอง และ พ.ศ.2556 รับรางวัล "ผู้หญิงเก่ง" สาขาสิ่งแวดล้อม ในวันสตรีสากล โดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

ทั้งนี้มูลนิธิโลกสีเขียวเริ่มสนใจในประเด็นจักรยานตั้งแต่ พ.ศ. 2553 โดยสื่อสารใน Facebook Fanpage ของมูลนิธิโลกสีเขียวเป็นหลัก ณ ปัจจุบันมีสมาชิกใน เฟซบุ๊ค จำนวน 55,119 ผู้ติดตาม (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ.2558)

ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวเน้นการให้ความรู้และจัดกิจกรรมโดยมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวทั่วประเทศเป้าหมายเพื่อปรับปรุงระบบสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น

**สุวรรณา เอี่ยมพิกุล**

สุวรรณา เอี่ยมพิกุล หรือ คุณณา กรรมการบริหารบริษัท Peppermint Field ซึ่งผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพร เริ่มปั่นจักรยานมาเป็นเวลา 4 ปี เนื่องจากเป็นคนชอบเล่นกีฬาและยังเคยเป็นนักกีฬามาก่อน การปั่นจักรยานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของคุณสุวรรณาเพราะว่า โดยส่วนตัวนั้นเป็นเธอคนรักธรรมชาติ การปั่นจักรยานทำให้ได้รับความรู้สึกที่เป็นอิสระและใกล้ชิดธรรมชาติ นอกเหนือไปจากนั้น ยังเป็นคนที่สนใจในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นด้านการอนุรักษ์ป่า การอนุรักษ์สัตว์ คุณสุววรณามีความหลงใหลในจักรยานและได้นำความชอบในจักรยานแปรมาเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในองค์กร และทำให้การรับรู้ตราสินค้าของเปเปอร์มินต์ฟิลด์เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคพร้อมไปกับเป็นสัญลักษณ์ของการปั่นจักรยานและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เมื่อเธอเริ่มคลั่งไคล้และหลงใหลในจักรยาน เธอก็พยายามสนับสนุนให้คนรอบข้างหันมาเห็นคุณงามความดีของจักรยานบ้าง ด้วยการรณรงค์ให้ใช้จักรยานที่บริษัทของเธอ โดยเริ่มจากลูกน้องก่อน คุณสุวรรณาเสนอนโยบายให้พนักงานผ่อนซื้อจักรยาน เน้นการใช้งานจริงมากกว่าแค่แฟชั่นตามกระแส แล้วสิ่งที่ดีคือ พนักงานมีส่วนเข้ามาร่วมกิจกรรมต่างๆร่วมกัน ทำให้มีเวลามาช่วยกัน ได้ใช้เวลาร่วมกัน ได้ทีมเวิร์กไปใช้ในการทำงานโดยไม่รู้ตัว บางคนไม่เคยคุยกันเลยที่ทำงาน แต่ไปรู้จักนอกเวลาทำงาน ขณะเดียวกันก็พวกเขาก็มีโอกาสได้รู้จักฝ่ายบริหาร รู้จักตัวตนของเธอ ไม่กลัวที่จะออกความเห็น ซึ่งก็ตรงกับความเชื่อที่เธอเชื่อว่าคนเราต้องไม่ใส่หน้ากากเข้าหากัน แต่ต้องยอมรับตัวตนของกันและกันนั้นสำคัญที่สุด

นอกจากนี้การขี่จักรยานนั้นนำไปสู่ การสะสมจักรยานโบราณของคุณณา และยังเชื่อมโยงไปถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้กับสินค้าได้อย่างแนบเนียน ยิ่งไปกว่านั้นยังต่อยอดไปถึงการสานฝันโครงการใหญ่ในการก่อสร้าง Peppermint Bike Park บนเนื้อที่ 10 ไร่ ในย่านโยธินพัฒนา ที่แบ่งพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็น “สวนแห่งโอกาส” ให้กับบุคคลทั่วไปและวัยรุ่นที่มองหาพื้นที่ในการแลกเปลี่ยน

ประสบการณ์การขี่จักรยานวิบาก ขณะเดียวกันก็มีพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมและแสดงผลงานด้านศิลปะ รวมไปถึงนิทรรศการต่างๆ ที่น่าสนใจ

Peppermint Field เริ่มตั้ง Peppermint Bike Facebook Fanpage เพื่อสื่อสารเกี่ยวกับตราสินค้าและจักรยานในปี พ.ศ. 2553 โดยมีสมาชิกผู้ติดตามจำนวน 7,888 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ.2558) มีลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวโดยกิจกรรมการจัดทริปเน้นทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน อาทิ การชวนลูกค้าไปปั่นเพื่อปลูกป่า เป็นต้น โดยระดับของการเคลื่อนไหวและสื่อสารจะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าในกรุงเทพฯ และทั่วประเทศ เป้าหมายเพื่อสร้างความจดจำในใจลูกค้าและสร้างกิจกรรมช่วยเหลือสังคม

**ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค**

ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค หรือ ที่เป็นที่รู้จักกันในหมู่นักศึกษานามอาจารย์ตุ้ม อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมต่างที่เกี่ยวข้องกับจักรยานในมหาวิทยาลัย จนทำให้มหาวิทยาลัยกลายเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว และมีความโดดเด่นในการนำเอาความรู้ และการจัดการด้านนวัตกรรม มาผสานกับจักรยาน โดยมีนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยหลายๆอย่าง อาทิ วินจักรยาน จักรยานพลังแสงอาทิตย์ หรือการบรรจุเอาจักรยานเข้าไปสอนในชั้นเรียน การสื่อสารที่เกิดขึ้น อาจารย์ตุ้มจะใช้ผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ค กรุ๊ป RIDE TO MEET U @KMUTT และเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนในการโพสต์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

โดยเริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2554 ปัจจุบันมีผู้ติดตาม จำนวน 643 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวนั้นเน้นการจัดกิจกรรมในสถานศึกษา ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่อยู่ใน กทม.มีเป้าหมายเพื่อสื่อสารกับบุคลากรและในมหาวิทยาลัย

สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี บางมด (มจธ.) นั้นมีนโยบายสนับสนุนการเดินและการใช้จักรยาน ในการเดินทางภายในมหาวิทยาลัยโดยสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับนักศึกษา บุคลากร ในนโยบายและ เป้าหมายการสร้างสังคมจักรยานและการเดินซึ่งเป็น โดยกิจกรรมในการพัฒนานักศึกษาของ มจธ.ให้มีจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์พลังงาน สิ่งแวดล้อมความปลอดภัย (Green Heart) การเตรียมความพร้อมเพื่อเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ที่จะนำความรู้ความเข้าใจไปเผยแพร่และขยายผลต่อชุมชนและสังคม เนื่องจากปัจจุบันมีนักศึกษาและบุคลากรพักอาศัยอยู่ในบริเวณรอบ มจธ. จำนวนมาก แต่ถนนที่ผ่านบริเวณ มจธ. 2 เส้นทาง คือ ถนนประชาอุทิศและถนนพุทธบูชามีข้อจำกัดในการใช้จักรยาน เช่น ปริมาณจราจรหนาแน่นใน ชั่วโมงเร่งด่วน ความ

กว้างของถนนและเขตทางที่ไม่ สามารถขยายตัวได้ ทำให้เกิดความไม่สะดวกและไม่ปลอดภัยในการเดินทางโดยจักรยานรวมถึงขาดสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สนับสนุนให้เกิดการ ใช้จักรยาน เช่น ช่องทางจักรยาน ที่จอดจักรยาน ทำให้นักศึกษาและบุคคลากรเลือกใช้รถยนต์ส่วนบุคคล และจักรยานยนต์รับจ้างซึ่งเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายใน การเดินทางในชีวิตประจำวัน และเสี่ยงต่อการเกิด อุบัติเหตุ สภาพแวดล้อมทางกายภาพเหล่านี้จำเป็นต้อง ได้รับการปรับปรุงเพื่อส่งเสริมให้มีการใช้จักรยานอย่างจริงจัง

เนื่องจากปัจจุบันมหาวิทยาลัยหลายแห่งทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด มีนิสิตนักศึกษาอาศัยอยู่ในหอพักซึ่งตั้ง อยู่บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงเล็งเห็นว่าการใช้จักรยานในการเดินทางเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถเชื่อมโยงพื้นที่หอพักรอบๆ มหาวิทยาลัยเข้าสู่ภายในมหาวิทยาลัยด้วยการส่งเสริมให้เกิดชุมชนจักรยาน และการปรับปรุงทางกายภาพ กลายเป็นตัวอย่างให้กับมหาวิทยาลัยอื่นๆ ในการเชื่อมโยงพื้นที่ โดยรอบมหาวิทยาลัยเข้าสู่ภายในมหาวิทยาลัย และ สามารถนำไปเป็นตัวอย่างการพัฒนาขยายผลสู่ชุมชน ใกล้เคียงได้อีกด้วย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) นั้นได้รับการจัดอันดับให้เป็น “มหาวิทยาลัยสีเขียว” อันดับที่ 2 ของประเทศ และอันดับที่ 38 ของโลก จากผลสำรวจของ University of Indonesia Green Metric World Universities Ranking 2013

มจธ. มีแนวคิดในการสร้างมหาวิทยาลัยสีเขียว และ Green Society อย่างต่อเนื่อง ซึ่งแม้ว่าโครงการจักรยานเป็นเพียงส่วนหนึ่งของ Green Society แต่เป็นโครงการที่เน้นสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในทุกระดับ เช่น นักศึกษา คณาจารย์ ผู้บริหาร ศิษย์เก่าและผู้ปกครอง ตลอดจนผู้นำและสมาชิกในชุมชนรอบข้างมจธ. โดยเฉพาะนักศึกษาซึ่งหันมาตื่นตัวและให้ความสนใจในด้านนี้กันมากขึ้น เช่น การตั้งชมรม KMUTT Green Bike Club และ RIDE TO MEET U @KMUTT การรีไซเคิลจักรยานเก่ามาใช้ใหม่หรือที่เรียกกันว่า ZomBike

มากไปกว่านั้น มจธ. และกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทยยังได้ร่วมมือกันใน “โครงการสร้างสังคมจักรยานในมหาวิทยาลัยและชุมชนรอบข้างอย่างยั่งยืน” สนับสนุนเยาวชนไทยใช้ชีวิตกระฉับกระเฉงและมีสุขภาพแข็งแรงด้วยการปั่นจักรยานพร้อมจัดกิจกรรม “โครงการประกวดออกแบบระบบบันทึกข้อมูลการใช้จักรยานตัวต้นแบบ(Bike Tracking)” ให้นักศึกษาส่งนวัตกรรม Bike Tracking ที่พัฒนาขึ้นสำหรับจักรยานเข้าประกวดเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้เยาวชนหันมาใช้จักรยานเป็นพาหนะมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อดำเนินกิจกรรมในการสร้างสังคมจักรยานเพื่อสุขภาพอย่างยั่งยืนภายในมหาวิทยาลัยและขยายต่อไปยังชุมชนสังคมรอบข้างโดยผู้บริหาร นักศึกษา บุคลากรในมหาวิทยาลัยรวมทั้งชุมชนโดยรอบต่างมีส่วนร่วมกับโครงการสังคมจักรยาน

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมามหาวิทยาลัยได้ดำเนินโครงการและกิจกรรมต่างๆอย่างเป็นรูปธรรมผ่าน 5 กิจกรรมหลักคือ 1.การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจักรยาน 2.การพัฒนาระบบการ

บริหารจัดการและจัดทำฐานข้อมูลการใช้จักรยาน 3.กิจกรรมด้านนวัตกรรม 4.การจัดกิจกรรมส่งเสริมการสร้างสังคมจักรยานเพื่อสุขภาพที่ยั่งยืน5.กิจกรรมการบูรณาการจักรยาน โดยทั้ง 5 กิจกรรมประสบผลสำเร็จเกินคาดกว่าที่ตั้งเป้าไว้ สำหรับ“โครงการประกวดออกแบบระบบบันทึกข้อมูลการใช้จักรยานตัวต้นแบบ (Bike Tracking)” เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมด้านนวัตกรรมที่ได้ผลักดันให้นักศึกษาแสดงความสามารถด้านเทคโนโลยีควบคู่ไปกับสร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่หันมาปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพที่แข็งแรงกันมากขึ้น

*ตารางที่ 9 ตารางแสดงข้อมูลการปั่นจักรยานและการรณรงค์ (รายปี) ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก*

| กลุ่มคนที่มีความเบี่บงเบนเชิงบวก | ปีที่เริ่มปั่นในชีวิตประจำวันจนถึงปัจจุบัน | ปีที่เริ่มรณรงค์/รวมกลุ่มอย่างจริงจังจนถึงปัจจุบัน |
|---|---|---|
| ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ | 1964 | 1991 |
| ดร.นิรันดร โพธิกานนท์ | 1964 | 1998 |
| มงคล วิจะระณะ | 1972 | 1991 |
| มล.ทศวรรรณ เทวกุล | 1985 | 2010 |
| อำนาจ เจริญประสพสุข | 2000 | 2010 |
| นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล | 2010 | 2010 |
| ทรงกลด บางยี่ขัน | 2010 | 2010 |
| ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ | 2010 | 2010 |
| สุวรรณา เอี่ยมพิกุล | 2010 | 2010 |
| ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค | 2011 | 2011 |

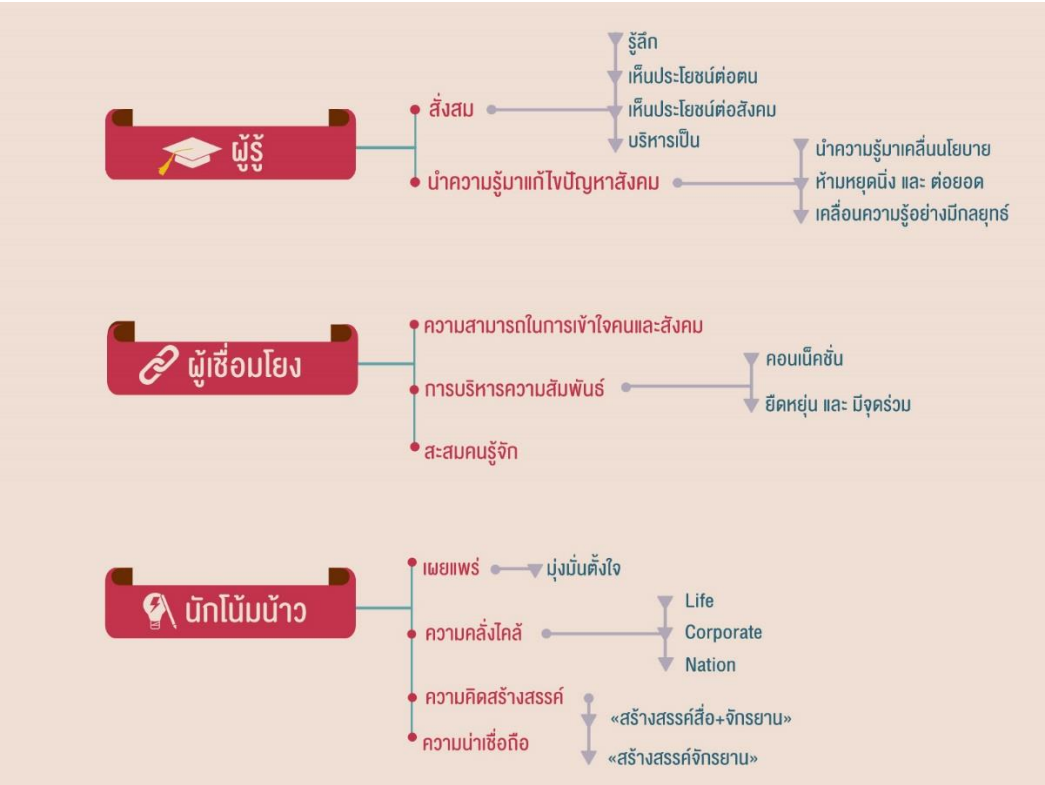
หากกล่าวถึงข้อมูลโดยสรุปที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก จะเห็นได้ว่ากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่ถูกค้นพบนั้นแสดงให้เห็นถึงภาพนักปั่นที่ปั่นอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มมาตั้งแต่ยุคทศวรรษที่1960 โดยใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน สัญจร และบางส่วน ก็แสดงภาพของการเป็นนักรณรงค์ นักสื่อสาร นักสร้างแรงบันดาลใจด้วย โดยการเริ่มรณรงค์จะทำขึ้นในยุค 1990 อย่างไรก็ดีท่ามกลางกระแสการเข้ามาของรถยนต์ในอดีตจนถึงปัจจุบัน สิ่งที่เขาเหล่านี้ยังแสดงให้เห็นอย่าง

มุ่งมั่นและแน่วแน่คือความรัก ความรู้ที่มีกับจักรยาน และ การนำเอาความรักที่มีต่อจักรยานมาเคลื่อนไหวแพร่กระจายให้เกิดเรื่องที่ดีกับสังคม

ส่วนที่2. ข้อมูลซึ่งตอบปัญหานำการวิจัย

**ปัญหานำการวิจัยที่1** คุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยเป็นอย่างไร

ผลการวิจัยคุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยนำเสนอเป็นแผนภูมิภาพดังนี้




*รูปภาพที่ 8 แผนภูมิภาพแสดงคุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก*

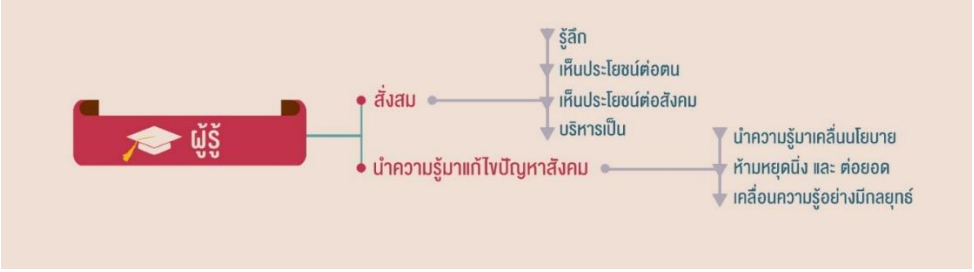
จากผลการวิจัยพบคุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกออกเป็น 3 คุณลักษณะหลักได้แก่

1.คุณลักษณะด้านการเป็นผู้รู้ (Maven)

2.คุณลักษณะด้านการเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector)

3.คุณลักษณะของการเป็นนักโน้มน้าว (Salesman)

1.ผลวิจัยคุณลักษณะด้านการเป็นผู้รู้ (Maven)




*รูปภาพที่ 9 แผนภูมิภาพแสดงคุณลักษณะด้านการเป็นผู้รู้ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย*

จากผลวิจัยพบว่ากลุ่มคนที่มีคุณลักษณะทางการสื่อสารด้านการเป็นผู้รู้ (Maven) ได้แก่

1.1 คุณลักษณะของการเป็นผู้สั่งสมความรู้

1.2 คุณลักษณะด้านการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาของสังคม

1.1 คุณลักษณะของการเป็นผู้สั่งสมความรู้

***รู้ลึก***

คุณลักษณะของการเป็นผู้สั่งสมความรู้ หมายถึง การเป็นผู้มีความรู้ และรู้ลึกโดยข้อมูลที่ผู้สั่งสมความรู้มีนั้นเกิดจากการสั่งสมข้อมูลมาอย่างยาวนาน เรื่องที่เขาสั่งสมความรู้มาอย่างยาวนานนั้นอาจไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องใหม่หรือเรื่องใหญ่ของสังคม หากแต่อาจเป็นเรื่องเล็กๆซึ่งเขารู้ลึกและมีข้อมูลอย่างละเอียดในประเด็นนั้นๆอาจเรียกได้ว่าคุณลักษณะเช่นนี้หมายถึงการเป็นคลังข้อมูลที่สำคัญที่พร้อมจะนำเอามาใช้ได้ตลอดเวลา

*“เริ่มจากการทำจักรยานรีไซเคิลครั้งแรกของประเทศ โดยการไปขอจักรยานเก่ามาแล้วเอามาซ่อมบางส่วนให้เด็กต่างจังหวัด”*

(ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

องค์ความรู้ในที่นี้หมายถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจักรยาน ทักษะเกี่ยวกับการการเลือกจักรยาน การซ่อม รวมไปถึงประโยชน์ของการปั่นจักรยาน และประเด็นต่างๆที่เกี่ยวของกับจักรยาน อาทิ สิ่งแวดล้อม และพลังงานเป็นต้น

ยิ่งไปกว่านั้น การเป็นคนรู้ลึกนั้น เกิดจากการที่เขาอ่านและสังเกต สิ่งรอบตัวมาอย่างยาวนาน ทำให้เกิดความสั่งสมความอยากรู้อยากเห็น ความเข้าใจบริบทต่างๆ ทำให้เขาคอยจับตา และสอดส่อง

ความเป็นไปที่เกิดขึ้นกับสังคมอยู่ตลอดเวลา สิ่งนี้นั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เขาเป็นกลุ่มคนที่รู้ว่าอะไรกำลังเป็นกระแสสังคมอยู่ ณ ปัจจุบัน และคอยจับตา สอดส่องความปกติที่เกิดขึ้นในสังคมเช่นกัน

คุณลักษณะที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยมีดังสะท้อนได้จากบทสัมภาษณ์ของ ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ ในประเด็นสั่งสมข้อมูล รู้ลึก อย่างต่อเนื่อง โดย ดร.อ้อย นับได้ว่าเป็นผู้คร่ำหวอดอยู่ในวงการของการผลักดันสิ่งแวดล้อมมามากกว่า 15 ปี ฉะนั้น ดร.อ้อยจึงสั่งสม สังเกต และ อ่าน สิ่งที่อยู่รอบตัว ประเด็นสาธารณะ และ การวางวาระ ได้อย่างเฉียบขาดและแม่นยำ

*“เราก็ดูได้ด้วยการสังเกต จับชีพจรเมืองจากอะไร คือ อ่านหนังสือเยอะมาก อ่านเยอะ แล้วสังเกต คุยกับคนแล้วสังเกตไปเรื่อยๆ มันก็สะสมเข้ามาแล้วเกิดเป็น สัญชาตญาณ เลยทำให้จับชีพจรได้”*

(ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2557)

***เห็นประโยชน์ต่อตน***

นอกจากนั้น ผู้รู้ยังแสดงให้เห็นถึงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้จักรยานที่มีต่อตน ดังตัวอย่างของ ดร.นิรันดร โพธิกานนท์ ผู้ซึ่งผ่านสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ด้านการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันจากต่างประเทศ แสดงให้เห็นถึงการได้เล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ของจักรยานต่อสุขภาพของผู้ใช้ และจึงอยากจะริเริ่มให้ผู้คนหันมาสนใจการใช้จักรยานอย่างจริงจัง

*“การใช้จักรยานเนี่ยมันมันดีต่อสุขภาพ พอกลับมาเมืองไทยเนี่ยตัวเบาเลย เป็นช่วงที่สุขภาพดีเยี่ยมเลย”*

(ดร.นิรันดร โพธิกานนท์,สัมภาษณ์,7 ธันวาคม 2557)

ยิ่งไปกว่านั้นท่านยังมีความรู้ที่ถูกสั่งสมขึ้นในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เปรียบเสมือนคลังของข้อมูลที่ช่วยตกตะกอนให้กลุ่มคนทีมีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเข้าใจต้นตอและแก่นของปัญหาที่เกี่ยวกับจักรยานได้อย่างถูกต้องชัดเจนและตรงประเด็น

บทสัมภาษณ์ของ มงคล วิจะระณะ ก็แสดงให้เห็นถึงความรู้หรือภูมิปัญญาที่เขาได้จากการสั่งสมความรู้จากการปั่นจักรยานมาอย่างยาวนาน สิ่งที่เขาพบนั่นก็คือประโยชน์ต่างๆที่การปั่นจักรยานได้มอบให้กับเขา ซึ่งสามารถช่วยทำให้ประหยัดเงินและ ส่งผลดีต่อสุขภาพอีกด้วย

*“ใช้แล้วเนี่ยอาจจะประหยัดสตางค์ไปได้เยอะ และผมเชื่อเลยนะครับ ถ้าเขาขี่ทุกวันนะครับ สมมติว่าบ้านเขาอยู่ฝั่งธน เขาข้ามมาฝั่งนี้เนี่ย โรคหวัดนี่ไม่เป็นแน่นอน ไม่มีโรคหวัด”*

(มงคล วิจะระณะ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน, 2557)

***เห็นประโยชน์ต่อสังคม***

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ยังสะท้อนให้เห็นถึงความรู้ที่เขามีต่อจักรยานว่า มันเป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาสังคมได้ ดังตัวอย่าง ของ ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ ที่ได้กล่าวถึงแก่นของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ต้นตอนั้นมาจากที่สภาพอากาศที่ย่ำแย่ในเมือง อันเนื่องมาจากการใช้รถยนต์ในปริมาณที่มาก ดังนั้น จักรยานจึงน่าจะเป็นทางออกสำหรับทุกคน

*“เมื่อไปดูที่ต้นตอปัญหาก็คือการใช้รถยนต์ที่มากเกินไป อากาศเป็นพื้นฐานยิ่งกว่าปัจจัย 4 ที่ทุกคนควรจะเข้าถึง เพราะอากาศเป็นสภาพที่ก่อเกิดมะเร็ง แล้วเราจะแก้ปัญหายังไง ต้นตอมาจากรถยนต์เราก็คิดว่าเราพร้อมแล้วที่จะรณรงค์เรื่องจักรยาน”*

(ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์,สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม. 2557)

***บริหารเป็น***

นอกจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาหรือแก่นของปัญหาที่เกี่ยวข้องกับจักรยานแล้ว กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยาน ยังสะท้อนคุณลักษณะของชุดความรู้ ที่นอกเหนือไปจากจักรยาน นั่นก็คือ การเป็นผู้มีความรู้ด้านการบริหารคน และทักษะด้านการบริหารองค์กร ศาสตร์หรือองค์ความรู้ชุดนี้เข้ามาเป็นจุดเสริมความแข็งแกร่งให้กลุ่มชุมชนจักรยาน มีอำนาจในการต่อรองและมีความสามารถในการขยายเครือข่ายได้มากขึ้น คุณมงคล วิจะระณะ นำเอาองค์ความรู้ด้านการบริหารเข้ามาใช้ในการบริหารสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย ส่งผลให้วิธีการขับเคลื่อนสมาคมเป็นในลักษณะคล้ายๆบริษัทเอกชนหรือองค์กรเอกชน ซึ่งแตกต่างกับการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่พยายามที่จะจะผลักดันประเด็นสาธารณะในอดีตอิงกับกรอบความคิดแบบราชการ ส่งผลให้การบริหารเกิดความเชื่องช้าและไม่สามารถร่วมมือกับส่วนอื่นๆของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

*“ผมทำธุรกิจส่วนตัว ผมก็จะใช้พื้นฐานตามธรรมชาติ ที่จะทำยังไงให้สมาคมอยู่ได้ เราทำธุรกิจเราก็จะรู้ ว่ามันจะต้องมีเงินเข้ามา มันจะต้องมีเจ้าหน้าที่ทำงาน เราจะต้องแบ่งคนออกเป็นส่วนๆ ...สมาคมเนี่ยผมแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ส่วนประกอบของสมาคม 1 ก็คือ ตัว Office 2 คือ จดหมายข่าว 3 คือตัว Website 4 คือกิจกรรม 5 คือการหารายได้”*

(มงคล วิจะระณะ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน, 2557)

1.2 คุณลักษณะด้านการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม

คุณลักษณะด้านการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคมนั้น จะต้องมีองค์ประกอบทั้งทางด้านการเป็นผู้สั่งสมความรู้ และทางด้านการรู้จักประยุกต์เอาความรู้มาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมและนอกจากนั้นคุณสมบัติทางด้านการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ปัญหาสังคมเกิดขึ้นมาจากแรงขับภายในจิตใจเนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะที่ต้องการช่วยเหลือสังคม หรือเรียกว่าจิตอาสา โดยต้องการแก้ปัญหาของส่วนรวมซึ่งก็ผูกโยงกับปัญหาของตนเองด้วยเช่นกัน

***นำมาความรู้มาเคลื่อนนโยบาย***

ในกรณีของจักรยานการเป็นผู้สั่งสมความรู้ด้านจักรยานทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีแรงผลักดันที่จะแก้ปัญหาเกี่ยวกับจักรยาน อาทิเช่น การสร้างทางจักรยานที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัยทางด้านการใช้จักรยาน จึงทำให้เกิดการสื่อสารชุดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับจักรยานไปยังคนในชุมชนจักรยานอย่างแพร่หลายเพื่อให้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับจักรยานได้เกิดความประจักษ์ในสังคมจนนำมาสู่การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

ในระยะแรกเริ่มนั้นเกิดจากการรวมตัวกันของคนเพียง 40 คน ที่ริเริ่มจากการสนใจในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานในฐานะเครื่องมือในการออกกำลังกาย ก่อร่างขึ้นเป็นกลุ่มชมรม โดยแกนนำโดย ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์ จากนั้นการรวมตัวจึงขยับขยายขึ้นมาเรื่อยๆ จนกลายเป็นสมาคม แม้สมาคมจะมีการแบ่งแยกตัวในปัจจุบัน แต่การริเริ่มเหล่านั้นก็แสดงให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ถึงความพยายามในการเป็นจุดริเริ่มจุดแรกๆ ในฐานะกลุ่มที่ออกมาเคลื่อนไหวรณรงค์เกี่ยวกับจักรยาน

*“เลยมีความคิดว่าจะชวนคนอื่นมาคิดคล้ายๆกัน ครั้งแรกเลยเป็นการรณรงค์เมื่อ 16 มีนาคม 2534 เพื่อขอทางจักรยานและพยายามบอกคนที่รู้จักให้มา”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

จากบทสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่า การชักชวนคนอื่นๆมาปั่นจักรยานในระยะแรกอาศัยการใช้สื่อผ่านบุคคลคือการบอกต่อ และประเด็นที่นำเสนอสู่สาธารณะในระยะแรกคือการขอทางหรือการปันน้ำใจให้แก่คนปั่นจักรยาน

นนลนีย์ ขยายภาพให้เห็นว่า การเป็นผู้รู้ที่นำความรู้มาการเคลื่อนนโยบายจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้จักวิธีการสื่อสารเพื่อขยายให้เกิดผล ดังกรณีตัวอย่างที่เกิดขึ้นกับชุมชนจักรยานของ Bangkok Bicycle campaign สะท้อนจากประเด็นที่ถูกยกขึ้นและส่งต่อกลายเป็นกระแสที่ทุกคนบอกต่อๆกัน

*“ในเฟซบุคส่วนตัวโพสต์ก็บอกเพื่อนที่มาปั่นว่าทำยังไงก็ได้ให้โพสรูปจักรยานขึ้นเฟซบุคให้ไวที่สุด ให้เค้าโพสจักรยานให้มากที่สุด โดยการบอกต่อไปเรื่อยๆ”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒนกุล, สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

ผลจากการถูกบอกต่อนั้นไปได้อย่างรวดเร็วภายใต้อิทธิพลของสื่อใหม่ แสดงถึงความตื่นตัวในการเผยแพร่ประเด็นและอาศัยความว่องไวทางเทคโนโลยีและสื่อใหม่เข้ามาช่วย ทั้งทางด้านการบอกต่อ และการใช้สื่อส่งให้แพร่กระจายต่อและขยายไปยังชุมชนอื่นอย่างรวดเร็ว

***เคลื่อนความรู้ = ห้ามหยุดนิ่ง และต่อยอด***

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีข้อพิเศษที่น่าสนใจ นั่นคือการทำสิ่งที่ตนรู้และรักอย่างจริงจัง และด้วยความทุ่มเทไม่หยุดนิ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้การรณรงค์ และการธำรงของกลุ่มอยู่มาอย่างยาวนาน

*“ผมตั้งใจไว้เลยว่า เราไม่เลิกรณรงค์ ไม่หยุด ทำร่วมปี๊บก็ต่อเนื่องเลย”*

(ดร.นิรันดร โพธิกานนท์,สัมภาษณ์,7 ธันวาคม 2557 )

หากย้อนมองดูที่พัฒนาการของการรณรงค์แก้ไขปัญหาเกี่ยวกับจักรยานนั้น ได้พัฒนาจากการจัดทริปไปสู่การต่อยอดเป็นกิจกรรมเพื่อสังคม อาทิ โครงการ recycle จักรยานของชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งปะเทศไทย ที่จะรับบริจาคจักรยานเก่าที่เสียแล้วมาซ่อมเพื่อนำเอาไปมอบให้เด็กตามต่างจังหวัด ถือเป็นการปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนสนใจการปั่นจักรยาน

*“พอขี่กันไปกันมาเสร็จแล้วเนี่ยมันมีโครงการ recycle ของชมรม เอาจักรยานได้รับบริจาคมาแล้วมาซ่อมแล้วเอาไปบริจาคที่ต่างจังหวัด ผมดูว่าโครงการดีผมก็ไปดู ไปช่วยเค้าซ่อมทุกครั้ง”*

( มงคล วิจะระณะ,สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน. 2557)

***เคลื่อนความรู้อย่างมีกลยุทธ์***

พัฒนาการของการรณรงค์เกี่ยวกับจักรยานได้ขยายขึ้นไปจากระดับของกิจกรรมเล็กๆ ไปสู่การรณรงค์ในภาพใหญ่ ทั้งนี้ก็เกิดจากการวางวาระ อันเกิดจากการเป็นผู้มีความรู้เรื่องการเข้าใจการผลักดันนโยบายสาธารณะและนำความรู้ที่มีมาแก้ไขปัญหาสังคม

มงคล วิจะระณะ สะท้อนสิ่งที่เขาเรียนรู้จากการคร่ำหวอดอยู่กับวงการการรณรงค์เรื่องจักรยานไทยมามากกว่า 30 ปี ว่าจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประสานงานกับสื่อมวลชนเพื่อขยายประเด็นความรู้ที่เกี่ยวกับจักรยานให้แพร่กระจายไปในวงกว้าง สื่อมวลชนจะมีส่วนช่วยเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจักรยาน โดยต้องนำเสนอด้วยสารหรือเนื้อหาที่สั้นๆ กระชับ ทำให้ประชาชนรู้ถึงประโยชน์ของจักรยานอย่างเข้าใจได้ง่าย

*“มันต้องออกสื่อบ่อยๆ ว่าขี่จักรยาน 1 ประหยัด 2 สุขภาพดี 3 สิ่งแวดล้อมดี ไม่มีมลพิษ”*

( มงคล วิจะระณะ,สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน. 2557)

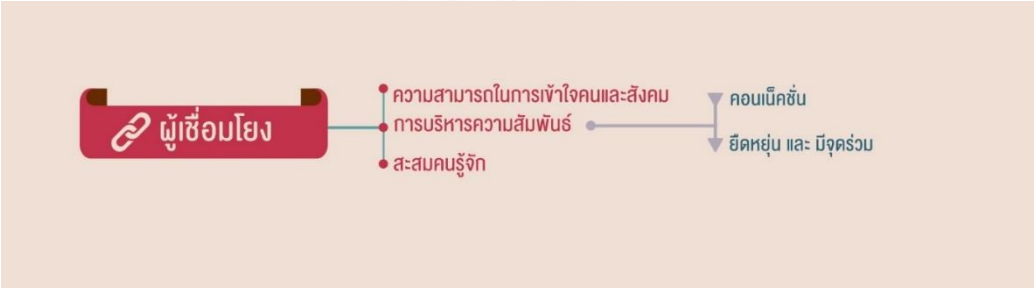
อีกตัวอย่างที่น่าสนใจคือ กรณีของ ดร.สรณรัชฎ์ ที่ได้แสดงถึงความรู้ที่เธอมีในการวางวาระในสื่อมวลชน โดยเธอได้มีการติดต่อเข้าไปกับนิตยสารสารคดี เพื่อทำประเด็นจักรยาน โดยเธอได้เขียนบทความที่กระตุ้นเตือนให้เห็นถึง ข้อมูลเกี่ยวกับจักรยาน ทั้งในเชิงข้อดีต่อบุคคล สังคม ตลอดจนการรวบรวมตัวอย่างบทเรียนของการผลักดันนโยบายจักรยานที่สำเร็จจากทั่วโลก

*“ก็เลยจับมือกับนิตยสารสารคดี ทำประเด็นจักรยานกลางเมือง พี่เขียนในส่วนของรวบรวมบทเรียนทั่วโลกแล้วชื่อว่า เปิดใจแล้วเปิดทาง ให้กับจักรยาน แล้วบทความนี้ ก็คือคิดประเด็นให้เคลียร์ทำวาทกรรมให้ชัดเจนมีเหตุมีผล”*

(ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์,สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม,2557)

งานเขียนชิ้นนั้นมีชื่อว่า “เปิดใจแล้วเปิดทางให้กับจักรยาน” ได้รับการตีพิมพ์ในนิตยสารสารคดีในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 และต่อยอดไปยังสื่ออื่นๆอย่างรวดเร็ว บทบาทที่เกิดขึ้นเป็นการสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีความรู้ มีความเข้าใจการวางกลยุทธ์ในการผลักดันวาระสาธารณะ โดยมีลักษณะที่มีการวางประเด็นจากสื่อ ก็มีการนำมากระจายต่อในสื่ออื่นๆ และกลุ่มคนในชุมชนจักรยานอย่างแพรหลาย

2.ผลวิจัยด้านคุณลักษณะด้านการเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector)




*รูปภาพที่ 10 แผนภูมิภาพแสดงคุณลักษณะด้านการเป็นผู้เชื่อมโยงของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย*

จากผลวิจัยพบว่ากลุ่มคนที่มีคุณลักษณะทางการสื่อสารด้านการเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector) ได้แก่

2.1 คุณลักษณะด้านความสามารถในการเข้าใจคนและสังคม

2.2 คุณลักษณะด้านการบริหารความสัมพันธ์

2.3 คุณลักษณะด้านการสะสมคนรู้จัก

2.1 คุณลักษณะด้านความสามารถในการเข้าใจคนและสังคม

คุณลักษณะด้านนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแทรกซึมและการอ่านจิตวิทยาการเข้าใจคนและสังคม ซึ่งได้ปรากฏขึ้นในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นผู้เชื่อมโยง โดยกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะพิเศษที่สามารถอ่านจิตวิทยาของคนรอบตัวและสังคมที่เขาสังกัดได้เป็นอย่างดี

การเป็นกลุ่มคนที่มีเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความเข้าใจในการอ่านจิตวิทยาสังคมทั้งนี้ก็เพื่อที่จะทำให้สามารถวางประเด็นและการกำหนดทิศทางของการผลักดันประเด็นของจักรยานได้อย่างบรรลุผลสำเร็จ ตัวอย่างของการขยายผลและชักชวนให้คนมาปั่นจักรยานสะท้อนให้เห็นจากบทสัมภาษณ์ของ ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ และ ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ ที่ทั้งสองท่านสามารถเข้าใจได้ถึงจิตวิทยาของคนไทยและสังคมไทยที่ไทยที่ธรรมชาติแล้วเป็นคนรักความบันเทิง และการสร้างวาทกรรมที่ชัดเจนก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการรณรงค์ ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการสร้างเครือข่ายของผู้ปั่นจักรยานในประเทศไทยที่สำคัญ

*"ผมอ่านจิตวิทยาสังคมไทย พบว่าสังคมไทยเป็นสังคมบันเทิงเหมือนชวนคนมาวิ่งต้องให้รู้ว่ามันสนุกยังไง" "*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

*"เราคิดว่าต้องเปลี่ยนวิธีคิด เลยสร้างวาระสังคม สร้างวาทกรรมก่อน แล้วมันจะมีกิจกรรมที่เผยแพร่ชีวิตคน ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมจักรยานสู่วาระสังคม แล้วนักการเมืองจะยกไปสู่นโยบาย"*

(ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์,สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม. 2557)

2.2 คุณลักษณะด้านการบริหารความสัมพันธ์

การบริหารความสัมพันธ์นั้นถือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอีกประการของการเป็นผู้เชื่อมโยงที่ดี โดยความสัมพันธ์ส่วนใหญ่มักเป็นแบบผิวเผินนั้นสามารถให้ความหมายได้ว่า เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้แนบแน่นถึงขั้นสนิท โดยอาจได้มีการพูดคุยกันในบางโอกาสเป็นครั้งคราว ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่แบบเพื่อนสนิท แต่ก็สามารถขอความช่วยเหลือได้เมื่อถึงวาระที่จำเป็นอาจกล่าวได้ว่าเป็นการเข้าถึงตัวตนของคนหรือสังคมอย่างหลวมๆเพื่อขยายฐานของเครือข่ายความสัมพันธ์ให้กว้างขวางขึ้น และเนื่องจากความสัมพันธ์แบบผิวเผินนั้นเอื้อให้กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเข้าไปเชื่อมโยงกับคนที่รู้จักห่างๆได้เป็นอย่างดีซึ่งจะทำให้เขาเข้าไปมีบทบาทในวงสังคมอื่นๆ ยิ่งไปกว่านั้นการที่คนกลุ่มนี้ได้เข้าไปมีบทบาทในสังคมอื่นๆก็จะเป็นการต่อทุนทางอำนาจและการเสริมพลังเครือข่ายที่เขามีอยู่ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นกลายเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆและขยายวงสังคมใหม่ๆให้แพร่กระจายในวงกว้าง

***คอนเน็คชั่น***

คุณมงคล วิจะระณะ ในฐานะอุปนายกสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทยถือได้ว่าเป็นตัวอย่างของคนที่ใช้สิ่งที่สังคมไทยเรียกว่า "คอนเน็คชั่น" ซึ่งก็คือความสัมพันธ์แบบผิวเผินที่มีกับบุคคลอื่นๆในการเป็นผู้เชื่อมโยงเครือข่ายจักรยานเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับสมาคม ส่งผลให้การทำงานของสมาคมเป็นไปได้อย่างราบรื่นโดยการเชื่อมความสัมพันธ์ที่ตนมีกับกลุ่มเพื่อนในอดีตที่ทำงานในระดับบริหารของกรุงเทพมหานคร

*"ตอนนี้เพื่อนผมเป็นระดับค่อนข้างใหญ่ในกรุงเทพฯ รุ่นพี่ของผมคือคุณ ชุมพล สุทรพล ก็เป็นรองผู้ว่าอยู่ตอนนี้ แล้วก็รุ่นเดียวกับผมและรุ่นน้องอีก 2-3 คนก็เป็นผู้อำนวยการสำนักงานโยธา ผู้อำนวยการ สจส สำนักงานการจราจรและขนส่ง ซึ่งคุมเกี่ยวกับด้านนี้โดยตรงอยู่แล้ว แล้วก็ยังมีกองก่อสร้างและบูรณะซึ่งอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ก็เพราะว่าเป็นเพื่อนกันแล้วเวลาคุยอะไรกันมันก็คุยกันง่าย"*

(มงคล วิจะระณะ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2557)

ทรงกลด บางยี่ขัน ได้เน้นย้ำความสำคัญของคอนเน็คชั่นไว้เช่นกันว่าการที่จะเคลื่อนประเด็นหรือสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นไม่สำเร็จได้เลยหากไม่รู้จักการใช้คอนเน็คชั่นที่มี

*"คอนเน็คชั่น ผมว่าเป็นเรื่องสำคัญ เพราะเราคิดการใหญ่จะทำคนเดียวไม่ได้ เหมือนที่เราทำ A day bike fest เราก็อยากจะชวนคนมาปั่นจักรยานมากขึ้น มันทำคนเดียวไม่ได้ ก็ไปดึงจากหลายภาคส่วนมาช่วยกัน ดังนั้น คอนเน็คชั่นสำคัญมากที่ทำให้สังคมเปลี่ยน"*

(ทรงกลด บางยี่ขัน,สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน 2557)

สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของ นนลนีย์ที่ค่อนข้างมั่นใจว่าการมี คอนเน็คชั่นนั้นเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการรณรงค์ที่สำเร็จ

*"ตอนนี้คิดว่าคอนเน็คชั่นพี่ว่าเรามีเยอะพอสมควรเลย"*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒนกุล, สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

*"แน่นอน เราพยายามที่จะจับทุกกลุ่ม โดยใช้คนของเรานี่แหละ เป็นคอนเน็คชั่นเข้าไปหาคนอื่นๆ ที่ผ่านมาเราก็ไม่รู้ว่าใครเป็นใคร แต่ว่าเราก็พาเค้าปั่นเที่ยวทุกๆคน คนๆหนึ่งอาจจะทำอยู่ในที่ทำงาน ที่ผ่านมาเขาทำอยู่ในซีพี แบบนี้โดยที่เราไม่รู้เข้าก็ชวนคนนั้นมาจัดทริป ทำนู่นทำนี่มันก็กลายเป็นการต่อยอดโดยที่เราไม่ต้องไปถามเค้าว่าคนนี้มาจากที่ไหน ทำอะไร แต่จะใช้วิธีการทำให้เขารู้สึกสนุกสนานและก็เผยแพร่ไปในองค์กร"*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

***ยืดหยุ่นและมีจุดร่วม***

อำนาจ เจริญประสพสุข ก็ได้ขยายให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารความสัมพันธ์ในกลุ่มคนปั่นจักรยานของเขา การรวมกลุ่มจักรยานที่ประสบความสำเร็จนั้น อาจไม่ขึ้นอยู่กับบริบทความสัมพันธ์ที่แนบแน่นเฉกเช่นพี่น้อง หรือครอบครัว แต่มักจะมาพร้อมกับความยืดหยุ่น แบบสบายๆ ที่ผู้ร่วมชุมชนรู้สึกไม่ตึงเครียดและยึดโยงกับสัญลักษณ์บางอย่างที่เป็นจุดสนใจเดียวกัน ในกรณีนี้คือจักรยาน ซึ่งเป็นการนำสิ่งที่ทุกคนสนใจมาเป็นจุดร่วมระหว่างคนในกลุ่ม

*"มันเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่เหมือนเพื่อนที่เรียนหนังสือด้วยกัน และมันก็ไม่ใช่ความสัมพันธ์แบบครอบครัว มันเป็นเหมือนกลุ่มคนที่พูดภาษาจักรยาน"*

(อำนาจ เจริญประสพสุข, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2557)

2.3 คุณลักษณะด้านการสะสมคนรู้จัก

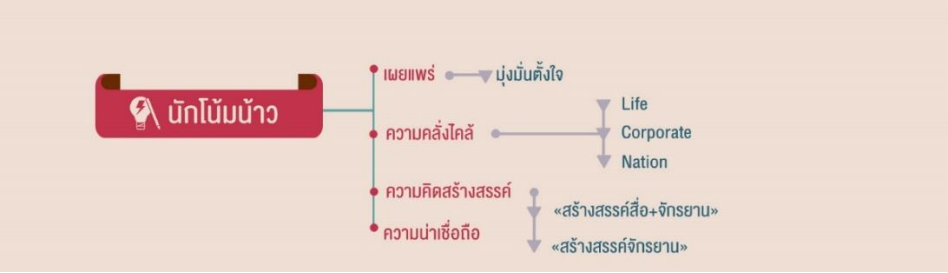
ผู้เชื่อมโยงที่สะสมคนรู้จักจะมีคุณลักษณะเฉพาะที่ต่างจากคนอื่นๆ โดยคนกลุ่มนี้จะเป็นผู้เชื่อมโยงที่รู้จักคนมากมาย นอกจากการที่เขารู้จักคนอื่นๆมากมายแล้วเขายังสามารถที่จะจดจำรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวกับคนที่เขารู้จักได้เป็นอย่างดี มีการบันทึกข้อมูลและรายละเอียดเล็กๆน้อยๆเกี่ยวกับบุคคลที่เขารู้จักไว้ เขาสามารถดึงฐานข้อมูลของกลุ่มคนที่เขารู้จักออกมาใช้ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดการเชื่อมโยงกลุ่มคนแต่ละกลุ่มที่เขารู้จักไว้ และเขาสามารถนำฐานของกลุ่มคนที่เขารู้จักมาใช้ยิ่งไปกว่านั้นอาจเป็นการเชื่อมโยงเอาคนแต่ละกลุ่มที่เขารู้จักเข้าไว้ด้วยกัน

การสะสมคนรู้จักของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนับว่าเป็นคุณลักษณะที่โดดเด่นมาก คุณลักษณะข้อนี้ทำให้การเชื่อมโยงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจักรยานค่อยๆเกิดการสะสมไปกับกลุ่มคนในแวดวงต่างๆ อีกทั้งยังเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการบันทึกและเพิ่มคนรู้จักอีกด้วย

*“พี่เองก็มีเพื่อนหลายกลุ่มแต่พี่อาจรู้จักสิ่งแวดล้อมและสิทธิมากกว่าแต่ไม่รู้จักจักรยาน ดังนั้นเราเข้าไปเจอคนใหม่ๆ เราไปเจอไปคุยทำความรู้จัก มี Facebook เราก็ add friend”*

(ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์,สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม. 2557)

3.ผลวิจัยด้านคุณลักษณะของการเป็นนักโน้มน้าว (Salesman)




*รูปภาพที่ 11 แผนภูมิภาพแสดงคุณลักษณะด้านการเป็นนักโน้มน้าวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย*

จากผลวิจัยพบว่ากลุ่มคนที่มีคุณลักษณะทางการสื่อสารด้านการเป็นนักโน้มน้าว (Salesman) ได้แก่

3.1 คุณลักษณะด้านการเป็นนักเผยแพร่

คุณลักษณะทางการสื่อสารที่โดดเด่นของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก คือคุณสมบัติด้านการเผยแพร่ความรู้ที่เขามีให้แก่คนอื่นๆในสังคม และชุมชน กลุ่มคนเหล่านี้จะไม่เก็บความรู้ไว้กับตัว แต่จะหาวิธีและหนทางในการบอกให้ผู้อื่นได้ทราบ หรือกระจายวิธีการเข้าถึงให้ผู้อื่นได้ทราบ

จุดที่น่าสนใจของคุณลักษณะของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่เป็นนักโน้มน้าว คือเขาจะไม่เก็บความรู้ไว้กับตัว แต่ในทางกลับกัน เขาจะพยายามเผยแพร่โน้มน้าวองค์ความรู้ที่มีแก่คนอื่นๆ

ด้วยวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจส่งผลให้เกิดการขยายองค์ความรู้และขยายกลุ่มของผู้ขี่จักยานในประเทศไทย

ในระยะเริ่มต้นของการชักชวนคนมาปั่นจักรยานในเมืองไทย กลวิธีที่ ศ.ดร ธงชัย นำมาใช้ก็คือการจัดทริป หรือการปั่นจักรยานเป็นกลุ่มไปตามชุมชุนรอบๆกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด ซึ่งสิ่งที่ท่านทำเป็นการจุดประกายให้คนหันมาสนในเรื่องการปั่นจักรยาน

*“ครั้งแรกไปสุรินทร์ ให้เด็กมีส่วนร่วมซ่อมจักรยานเพื่อให้เขารักในจักรยานที่เขาชุบชีวิตขึ้นมา”*

(ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

***มุ่งมั่นตั้งใจ***

นอกจากจะบอกต่อความรู้แล้วนั้น ผู้รู้ยังมียังความมุ่งมั่นที่จะเอาความรู้มาเผยแพร่ให้สังคมได้รับรู้เพื่อให้การแพร่กระจายความรู้จากบทสัมภาษณ์ ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ได้แสดงถึงความตั้งใจในการเผยแพร่ความรู้ด้านจักรยาน เมื่อย้อนไปในปี พ.ศ. 2534 ในขณะที่จักรยานยังเป็นกีฬาและกิจกรรมสันทนาการที่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก ศ.ดร. ธงชัย ได้จัดทำการชักชวนปั่นจักรยานออกเที่ยว แสดงให้เห็นถึงการชักชวนให้นอื่นๆในสังคมมาร่วมทำในสิ่งที่ตนรู้หรือสนใจ

*“เลยจัดทริปไปขี่จักรยานเที่ยว วันเดียวก็มี หลายวันก็มี มันเลยขยายผลไปเรื่อยๆ”*

(ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ถือได้ว่ามีคุณลักษณะของผู้เผยแพร่ความรู้ที่มุ่งมั่นและตั้งใจ ท่านใช้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่ท่านมี ในการนำมาเป็นฐานขององค์ความรู้ด้านจักรยาน และต่อยอดไปสู่การผลักดันนโยบายสาธารณะ

*“ผมจบและสอนเกี่ยวกับวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับคุณภาพอากาศ พลังงาน จราจร และต่อยอดความคิดว่านอกจากออกกำลังการแล้วเราสามารถเอาจักรยานมาแก้ปัญหาบ้านเมืองได้”*

(ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

นนลนีย์ก็ได้แสดงให้เห็นถึงการเป็นนักเผยแพร่ที่มุ่งมั่นและ ไม่ย่อท้อ เธอเข้าหากลุ่มคนต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มจักรยานต่างๆใน กรุงเทพมหานคร อาทิ Bike Thailand และ Alley Cyclist ตลอดจนการเข้าไปโน้มน้าวให้ สน.ชนะสงครามเข้ามาร่วมกิจกรรมจักรยานได้สำเร็จ โดยใช้กลยุทธ์ การ “ซื้อใจ” เป็นต้น

*“ถ้ามีใจอยู่แล้วมันก็ยิ่งเพิ่มประสิทธิภาพได้มากขึ้นเยอะ แต่เราก็ค่อยๆซื้อใจเค้ามาเรื่อยๆ”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒนกุล, สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

3.2 คุณลักษณะด้านความคลั่งไคล้ (Passion)

คุณลักษณะด้านการเป็นการเป็นนักโน้มน้าวใจที่ปรากฏในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ปรากฏให้เห็นโดยสะท้อนคุณลักษณะด้านเป็นผู้มีความคลั่งไคล้กับประเด็นที่จะโน้มน้าวหรือสิ่งที่ตนสนใจ คุณลักษณะที่ว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับการที่จะโน้มน้าวใจ ผู้ที่จะโน้มน้าวใจให้สัมฤทธิ์ผลนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความคิด ความเชื่อ ความรัก หรือทัศนคติเชิงบวก หลงไหลกับสิ่งที่เขาเป็นเจ้าของ สิ่งที่เขากำลังทำ หรือประเด็นที่เขาเป็นเจ้าของอยู่ กรณีของการผลักดันนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นกับจักรยานนั้น ส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการเข้ามาร่วมปั่นกันมากขึ้นในปัจจุบัน ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญก็มาจากการที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกได้ใช้คุณลักษณะด้านการเป็นนักโน้มน้าวใจในการชักจูง ชักชวน คนอื่นให้ออกมาปั่น ฐานสำคัญของการชักชวนและโน้มน้าวที่เกิดขึ้นเกิดจากการที่เขามีความเชื่อมั่นและรักในจักรยานว่ามันเป็นสิ่งที่ที่สามารถแก้ปัญหาของชุมชนได้

เพราะพวกเขามีความคลั่งไคล้ (Passion) กับจักรยานเป็นอย่างมาก และพวกเขาก็แปลงเอาความหลงใหลคลั่งไคล้ที่มีจักรยานนั้นให้แปรเปลี่ยนมาเป็นการโน้มน้าวบอกต่อให้เห็นถึงข้อดี ความน่าปั่นจักรยานกับคนอื่นๆ ทำให้เกิดการบอกต่อไปสู่คนอื่นๆอย่างรวดเร็ว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อเรามีความหลงใหล หรือคลั่งไคล้ สิ่งใดมากๆ เราจะทำมันได้ดี และเราจะเป็นผู้ส่งสารแห่งความหลงใหลคลั่งไคล้ไปสู่คนอื่นๆ ซึ่งสารนี้จะเต็มเปี่ยมไปด้วยความเชื่อ และพลัง ทำให้เกิดกลายเป็นการโน้มน้าวใจที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว

***From Passion to Life***

ด้วยความหลงใหลคลั่งไคล้ที่มล.ทศวรรณมีกับจักรยาน เขาได้แปลงเอาความหลงใหลที่มี มาแปรเปลี่ยนเป็นการเปลี่ยนชีวิตตัวเขาเอง และยิ่งไปกว่านั้นจากการสังเกตของผู้วิจัย ก็ค้นพบว่าทศวรรณ มีบุคลิกลักษณะของการเป็นผู้พูดที่สื่อสารออกมาด้วยจิตวิญญาณแห่งความจริงใจ และเต็มเปี่ยมไปด้วยแรงบันดาลใจ

*“คือถ้าไม่มีมัน(จักรยาน) ผมคงไม่มาถึงจุดนี้มั้ง มันเป็นไปได้ทุกอย่าง ตอนนี้มันก็เป็นวีลแชร์ผม เพราะว่าผมกระดูกแตก”*

(ทศวรรณ เทวกุล.สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2557)

จากบทสัมภาษณ์ของ มล.ทศวรรณ เทวกุล สะท้อนให้เห็นถึงความหลงใหลของเขาที่มีต่อจักรยานในระดับปัจเจกบุคคล ซึ่งเขาก็แปลงเอาความหลงใหลนี้มาสู่การขยายความชอบเพื่อโน้มน้าวสมาชิกในกลุ่ม Bike Packing Thailand ให้ประจักษ์ และการจัดค่ายอบรมที่เขาชอบไปออกค่ายกับเด็กๆที่เป็นการอบรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ มหาวิทยาลัย มหิดล ที่เขาเข้าร่วมมามากกว่า 10ปี ก็สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นนักโน้มน้าวที่มาจากภายใน ด้วยบุคลิกที่จริงใจและ การเป็นนักพูดที่ พูดตรง พูดจาภาษาเดียวกับเด็กๆ เขาจึงกลายเป็นที่รักของเด็กๆ และกลายเป็นแรงบันดาลใจให้เด็กๆหลายคนโดยไม่รู้ตัวเช่นกัน

*“ผมก็มารู้ตัวตอนหลัง เพราะผมไปอบรมกับเด็กบ่อย ในค่ายเยาวชน ผูกพันมากันสิบปี พึ่งมารู้ในสัก เดือนสองเดือนนี่แหละว่า เห้ย ว่าเด็กมาลอกแบบเรา แล้วก็รู้สึกตกอกตกใจพอสมควร...มีคนมาบอกผมว่า บางคนวิธีการพูดมันยังตามพี่เลย”*

(ทศวรรณ เทวกุล.สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2557)

***From Passion to Corporate***

นอกจากความหลงใหลในเชิงปัจเจกบุคคลแล้ว สุวรรณา เอี่ยมพิกุล ได้แปลงเอาความหลงใหลในจักรยานไปสู่การพัฒนาองค์กรและธุรกิจของตน ซึ่งส่งผลให้ ตราสินค้า Peppermint Field กลับมาอยู่ในใจผู้บริโภคอีกครั้ง

*“มันอยู่ที่คนทำ อะไรก็ตามอยู่ที่คนทำ มันเป็น Passion ของคนทำเอง ผู้บริหารเป็นจักรยานก็ต้องแปลงให้มันเข้ากัน ให้เห็นว่า Peppermint มันเป็น Life style Brand จักรยานก็เป็น Life style”*

(สุวรรณา เอี่ยมพิกุล, สัมภาษณ์ 24 พฤศจิกายน 2557)

***From Passion to Nation***

มงคล วิจะระณะ ทุ่มเทความหลงใหลในจักรยานของเขาไปสู่การเข้ามาเป็นประธานสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย จากคนที่คลั่งไคล้จักรยานได้กลายมาสู่นักผลักดันนโยบายสาธารณะ (Key Informant) แห่งชุมชนจักรยานไทย

*“เราก็ทำของเราไป เท่าที่กำลังของเราจะทำได้ ผมจะบอกเสมอว่าผมทุ่มเททั้งชีวิตให้กับจักรยาน ไม่ใช่แค่เวลาบางส่วน”*

(มงคล วิจะระณะ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน. 2557)

3.3 คุณลักษณะด้านการเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์

***สร้างสรรค์ “สื่อ+จักรยาน”***

คุณลักษณะด้านการเป็นนักสร้างสรรค์ เป็นคุณลักษณะที่พบได้ในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย พบจากการแสวงหาวิธีการโน้มน้าวใจหรือนำเสนอใหม่ๆ คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่ไม่ได้มองข้ามสิ่งเล็กหรือรายละเอียดเล็กๆน้อยๆรอบตัว เขาจะสามารถหาวิธีการเล็กน้อยๆ หรืออาจเป็นวิธีการใหม่ๆที่เราอาจคาดไม่ถึง หากแต่วิธีการเหล่านั้นกลับแก้ไขปัญหาได้ดี ซึ่งก็คือแนวคิดหลักของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance)นั่นเอง ตัวอย่างของการใช้สติ๊กเกอร์ที่เขียนข้อความว่า “Human Ride” ในการสื่อสารถือได้ว่าเป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงการไม่มองข้ามสิ่งเล็กน้อย หรือกลยุทธ์เล็กๆน้อยๆรอบตัว หรือภูมิปัญญาที่ฝังอยู่ในชุมชน โดย ทรง กลด บางยี่ขัน ได้แทรกสติ๊กเกอร์นี้ไปกับนิตยสาร A DAY ต่อมากลายเป็นสิ่งที่กลุ่มวัยรุ่นนำเอามา

ติดตามรถจักรยาน กลายเป็นความทันสมัย ทำให้วัยรุ่นต่างก็พากันหามาติดที่จักรยานและถ่ายรูปลงสื่อสงคมออนไลน์ ทำให้สติ๊กเกอร์นี้กลายเป็นสิ่งของหายากและสิ่งที่วัยรุ่นอยากได้ไปในทันที

*“ถ้าเราสังเกตตามงานที่ไปปั่นจักรยาน ที่เห็นจักรยานเยอะๆ จะเห็นสติกเกอร์ Human ride ตามจักรยาน ไม่มากก็น้อย ก็แถมไปกับ A Day เล่มนั้น เพราะเราอยากให้คนรู้สึกว่า อยากปั่นจักรยานแล้วการมีสติกเกอร์อันนั้นอยู่ ก็เหมือนเป็น สิ่งแสดงว่าเขารักเราจริงๆ เขาปั่นจักรยาน เขาควรเอาสิ่งนี้ไปแปะจักรยาน”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน, สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม 2557)

หรือกรณีการค้นพบว่ารูปจักรยานตามสถานที่ต่างๆมีอิทธิพลต่อความชอบและความสนใจของผู้รับสาร ส่วนหนึ่งก็เกิดจากความสร้างสรรค์ในการค้นหาวิธีการสื่อสารใหม่ๆ

*“เราก็เลยพบโดยบังเอิญว่า คนมองจักรยาน ว่าเป็นพาหนะที่พาไปยังแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนด้วยซึ่งที่พวกนี้ รถยนต์เข้าไม่ถึง เราเลยพบว่าถ้าอยากชวนคนปั่นจักรยาน เราก็เลยเอาจักรยานไปที่สวยๆคนจะได้มาอยากที่เดียวกับเรา ดังนั้นในเล่มเลยเป็นภาพที่วิวสวยๆ เอาจักรยานไปแปะในที่เหล่านั้นซึ่งเป็นสิ่งที่เราพบมา ก็ใช้ได้ผลถึงทุกวันนี้ครับ”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน,สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม 2557)

ทรงกลด บางยี่ขัน ยังย้ำให้เห็นถึงความมีทัศนคติในเชิงบวกกับประเด็นชักชวนคนให้มาปั่นจักรยาน โดยตั้งใจสื่อสาร และการมีทัศนคติในเชิงบวกนั้นเป็นส่วนช่วยให้ผู้รับสารเห็นถึงความตั้งใจและเอาจริงเอาจังกับประเด็นนั้นๆด้วย

*“ผมตั้งใจสื่อสารทุกครั้งเรื่องจักรยาน ไม่ว่าจะเป็นอะไรก็ตาม เราจะตั้งใจพูดเชิงบวกสุดๆ เพราะเราตั้งใจชวนคนปั่นจักรยานให้เพิ่มขึ้น นั่นคือ agenda ของเรา”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน, สัมภาษณ์ 14 ตุลาคม, 2557)

***สร้างสรรค์ “จักรยาน”***

นอกจากรายละเอียดเล็กๆน้อยที่ไม่ควรมองข้ามแล้วนั้น ยังมีเรื่องของการนำเอานวัตกรรมต่างๆ มาใช้ในการเป็นสิ่งโน้มน้าวจูงใจให้คนสนใจการมาขี่จักรยานกันมากขึ้น คุณลักษณะนี้ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยจะมีวิธีการนำเอานวัตกรรมต่างๆมาประยุกต์ใช้ได้อย่างน่าสนใจ จนทำให้เกิดความสนใจ และกลายเป็นสิ่งที่ดึงดูดทำให้คนอยากมาขี่จักรยานมากขึ้น

ผศ.สุรพล ตุ้มนาค ได้นำเอานวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับการปั่นจักรยาน ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อดึงดูดให้นักศึกษาและบุคลากรสนใจ ผลที่ได้รับนอกเหนือไปจากการตอบรับที่ดีภายใน

มหาวิทยาลัยแล้ว สื่อมวลชนได้ให้ความสนใจในกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยที่ริเริ่มในประเด็นของจักรยาน อาทิเช่น วินจักรยาน ที่จอดจักรยานอัจฉริยะ และโครงการ Cycle to Recycle เป็นต้น

*“อย่างที่บอก พอเราทำเรื่องนี้ มีรายการทีวีวิ่งมาหาเราเยอะมาก เรามีเรื่องวินจักรยาน เรื่องวิชาที่เกี่ยวกับจักรยานที่สื่อสนใจ มีหลายรายการ นิตสารหลายเล่มมาถ่าย”*

(ผศ. สรุพล ตุ้มนาค,สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2558)

3.4 คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ

คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือมีบทบาทอย่างมากในการโน้มน้าว ซึ่งจะสะท้อนทำให้สิ่งที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกำลังนำเสนอมีความน่าเชื่อถือ และก่อให้เกิดความโน้มน้าวน่าคล้อยตาม ดังจะเห็นได้จากการเป็นนักวิชาการ การเป็นอาจารย์ เป็นครู ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกช่วยสร้างความน่าเชื่อถือทำให้ประเด็นจักรยานได้รับการยอมรับในวงกว้างและมีความหมายมากกว่าการเป็นสิ่งบันเทิง หรือเครื่องสันทนาการ แต่เป็นเครื่องมือที่ช่วยแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

*“ผมจบและสอนเกี่ยวกับวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับคุณภาพอากาศ พลังงาน จราจร เลยต่อยอดความคิดว่านอกจากออกกำลังกายแล้วเรายังสามารถเอาจักรยานมาแก้ปัญหาบ้านเมืองได้”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

คุณลักษณะทางการสื่อสารที่สะท้อนผ่าน ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ คือ ความเป็นผู้มีความรู้เป็นนักวิชาการ ที่ได้นำเอาหลักความรู้และตำแหน่งทางสังคมมาใช้ในการสื่อสารผลักดันและโน้มน้าวไปสู่บุคคลอื่นในวงกว้าง ประเด็นจักรยานที่แพร่หลายมาในปัจจุบันก็เกิดจาการมีหัวขบวนที่ดำรงตำแหน่งที่สังคมให้ความเคารพและมีความรู้

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยของบริบทที่เกี่ยวข้องที่ช่วยผลักให้การโน้มน้าวมีความน่าสนใจ และได้ผลมากขึ้น อันได้แก่ กรณีของวิกฤติเรื่องน้ำมัน วิกฤติเรื่องสิ่งแวดล้อม และการที่ภาครัฐเริ่มมีความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจักรยานอย่างจริงจังมากขึ้น ซึ่งทำให้ประเด็นและแนวคิดที่เกี่ยวกับการขี่จักรยานแพร่กระจายไปในวงกว้างมากขึ้นในสังคมไทย

**ปัญหานำการวิจัยที่2** สื่อมวลชนและสื่อใหม่มีบทบาทอย่างไรในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ

ในการตอบปัญหานำการวิจัยนี้ ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.1 การนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะของสื่อที่ปรากฏโดยแบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา

2.1.1 ช่วงก่อนการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน **ยุค 1960-1990**

2.1.2 ช่วงหลังการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน **ยุค 2000-ปัจจุบัน**

*ตารางที่ 10 ตารางแสดงผลการวิจัยบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ในการแพร่ขยายเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกให้แพร่กระจายในวงกว้าง*

| **บทบาทสื่อในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก** | **ยุค 1960-1990** | | | **ยุค 2000-ปัจจุบัน** | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **สื่อบุคคล** | **สื่อกิจกรรม** | **สื่อมวลชน** | **สื่อบุคคล** | **สื่อกิจกรรม** | **สื่อมวลชน** | **สื่อใหม่** |
| 1. บทบาทในการให้ข้อมูล | / | / | * | * | * | / | / |
| 2.บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว | | / | | / | / | | |
| 3.บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่ายและรวมกลุ่ม | / | / | | | * | | / |
| 4.บทบาทในการสร้างความสนใจและจุดกระแส | | | | | / | | / |
| 5.บทบาทในการสร้างวาระในการผลักดันนโยบายสาธารณะ | | | | | | / | * |
| 6.บทบาทในการส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะ | | / | | | | / | |
| 7.บทบาทในการสอดส่องจับตา | | | | | | | / |
| 8.บทบาทในการส่งเสริมการแสดงออก | | | | | | | / |
| 9.บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจ | | | | / | | * | * |

เครื่องหมาย / แสดงถึงสื่อที่มีบทบาทหลัก เครื่องหมาย * แสดงถึงสื่อที่มีบทบาทรอง

จากผลการวิจัยผู้วิจัยได้พบบทบาทของสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อใหม่ในการแพร่ขยายเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกให้แพร่กระจายในวงกว้างเป็น 2 ช่วงหลักๆ ได้แก่ ยุคปีค.ศ. 1960 – 1990 และ ยุคปี ค.ศ. 2000- ปัจจุบัน

### 2.1.1 ช่วงก่อนการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน

ช่วงปี ค.ศ. 1964-1998 นั้นพบลักษณะการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกดังนี้สื่อกิจกรรมเกี่ยวกับจักรยาน อาทิ การซ่อมจักรยาน ทริปจักรยาน และมีสื่อมวลชนที่คอยช่วยแพร่กระจายเรื่องราว โดยเป็นไปในลักษณะ เช่นวิทยุชุมชน หรือสถานีโทรทัศน์ และยังไม่พบลักษะการใช้สื่อใหม่ปรากฏ สำหรับกิจกรรมที่พบนั้น พบการจัดกิจกรรมรณรงค์ครั้งแรกเมื่อวันที่ 16 มีนาคม

2534 การจัดทริปจักรยานในลักษณะใกล้ๆกรุงเทพฯ และมีการสอนและฝึกอบรมการซ่อมจักรยาน เป็นต้น

*“ครั้งแรกเลยเป็นการรณรงค์เมื่อ 16 มีนาคม 2534 เพื่อขอทางจักรยานและพยามบอกคนที่รู้จักให้มา สมัยก่อนไม่มีอินเตอร์เน็ต ครั้งแรกจึงมี 40 คน เลยตั้งชมรมจักรยานในวันนั้น”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้น นับได้ว่ามีบทบาทสำคัญเช่นกันใน ทั้งนี้ก็เพราะการใช้สื่อต่างๆของพวกเขานั้นก็เพื่อก่อให้เกิดการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย โดยลักษณะในยุคแรกเริ่มนั้นจะเป็นการไปพยายามทำความรู้ความเข้าใจกับสังคมเกี่ยวกับจักรยาน ตลอดจนทำให้ตัว “จักรยาน” ได้รับรู้ เห็นได้ (Visible) ในสายตาและการรับรู้ของประชาชน และสร้างการรวมกลุ่มในระยะต้น

โดยจากผลการวิจัยได้พบบทบาทของสื่อต่างๆซึ่งมีบทบาทที่เป็นไปในลักษณะหลัก ซึ่งกล่าวคือ สื่อนั้นจะมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นตัวหลัก คือมีความสำคัญในการแพร่กระจาย และอีกบทบาทคือ บทบาทในลักษณะรอง นั่นก็คือ การเป็นสื่อเสริมที่คอยหนุนเสริมสื่อหลัก หรือเกื้อกูล ให้เกิดการแพร่กระจายในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งอธิบายได้ตามมิติของบทบาทต่างๆต่อไปนี้

**บทบาทในการให้ข้อมูล**

จากผลวิจัยพบว่า ในยุค 1960-1990 สื่อที่มีบทบาทหลักในการให้ข้อมูลสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม โดยมีสื่อมวลชนทำหน้าที่ในการเป็นบทบาทรอง โดยบทบาทในการให้ข้อมูลนั้น จะเป็นไปในลักษณะการให้ความรู้ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้จักรยาน จนกระทั่งเป็นการให้ข้อมูลเรื่องการเตรียมตัวในการขี่จักรยาน สื่อบุคคลนั้นเรียกได้ว่าทำหน้าที่หลัก อันเนื่องมาจาก กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเป็นผู้ที่มีความรู้โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับจักรยาน ซึ่งเขาก็เปรียบเสมือนสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่หลักในการถ่ายทอดชุดความรู้นี้ไปยังคนอื่นๆ

*“ได้ข้อมูลจากอเมริกาว่าเขากำลังสนใจเรื่องจักรยานเสือภูเขาซึ่งเป็นพาหนะที่ไม่เคยมีมาก่อน คนอเมริกันไปเอา BMX ให้เป็นคันใหญ่ กลายมาเป็นเสือภูเขาที่เป็นเอกลักษณ์ สมัยก่อนยางอ้วนๆ ดอกหนาๆ เหมาะขึ้นเขาลงเขาที่ธุรกันดาลหน่อย ก็สนใจ แต่เมืองไทยไม่มี พอไปประชุมที่ฮาวายเลยหิ้วมา 2คัน ให้ผมและภรรยา จากคู่แรกออกลูกออกหลานอย่างเต็มเมือง”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม, 2557)

สื่อกิจกรรมก็ฉายภาพให้เห็นถึงบทบาทหลักเช่นกันอันเนื่องมาจาก บทบาทของสื่อกิจกรรมโดยเฉพาะการจัดทริป หรือกิจกรรมสันทนาการต่างๆที่เกี่ยวกับจักรยาน ก็เรียกได้ว่าเป็นสื่อที่คอยให้ความรู้เพราะการที่คนมาปั่นจักรยาน เขาก็จะค่อยๆเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับจักรยาน ถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญของสื่อกิจกรรม ที่เป็นการให้ความรู้ โดยสอดแรกไปกับกิจกรรมสันทนาการ ที่มาพร้อมกับการให้ความสนุกและให้สุขภาพที่ดี

*“กิจกรรมปั่นขึ้นดอย ผมเป็นคนปั่นคนแรกๆในเมืองไทยเลยก็ว่าได้ เพื่อนๆมาปั่นด้วยก็เพราะกิจกรรมนี้ เพื่อนบอกสนุกมาก บางคนเป็นหอบ ก็หาย และผมก็จะสอนเขาจัดทริป หลังจากนั้นเขาก็ค่อยๆเอาความรู้นั้นไปจัดกันเอง”*

(ดร. นิรันดร โพธิกานนท์,สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2557)

ในขณะที่ ยุคนั้น สื่อมวลชนอาจยังไม่ได้ให้ความสนใจกับประเด็นจักรยานมากนั้น สื่อที่ขยายเรื่องราวจึงมีอย่างจำกัด อาทิ วิทยุ เป็นต้น ตัวอย่างของบทบาทที่แสดงให้เห็นอาจเป็นเพราะว่าสื่อไม่ได้เล็งเห็นว่าเป็นเรื่องน่าสนใจ หรือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับสังคม อย่างไรก็ดี ด้วยความพยายามประสานงานกับสื่อมวลชนที่ ศ.ดร. ธงชัย พยายามติดต่อเข้าไปกับสถานีวิทยุ และสถานีโทรทัศน์ ก็ปรากฏให้เห็นถึงบทบาทรองที่สื่อมวลชนได้มีส่วนบ้างในการค่อยๆขยายประเด็นเกี่ยวกับจักรยานให้ค่อยๆกว้างขวางขึ้น

*“ผ่านไปครึ่งปีเดือน พฤศจิกายน เราจัดอีกครั้งใส่หัวจดหมายเป็นชื่อชมรม ทำจดหมายไปยังสื่อต่างๆ ปรากฏว่าคุณ ดุ่ย ณ ปากน้ำ ซึ่งดังมาก เค้าพูดให้ ปากฏว่ามีคนมาร่วมกับผมจากต่างจังหวัดครั้งนั้น 500 คนและคนที่มาส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในทรงชาวบ้าน ใส่หมวกสาน จักรยานชาวบ้าน ผู้หญิงนุ่งกระโปรงมาก็มี แบบผู้หญิงยุโรปเลย”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

*“ผมแวะไปตามทีวีต่างๆ ซึ่งก็ไม่มีอะไรที่เขาสนใจ แต่อย่างน้อยก็เป็นกำลังใจว่าจาก 40 คนเป็น 500 คนก็เป็นกำลังใจ”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

**บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว**

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า บทบาทของสื่อกิจกรรมค่อนข้างมีบทบาทสำคัญหรือเป็นบทบาทหลักในการชักจูง โน้มน้าว ให้คนอื่นๆที่อาจยังไม่ได้มีความรู้ หรือรู้จักได้เล็งเห็นถึงความน่าสนใจและอรรถประโยชน์ของการขี่จักรยาน เป็นบทบาทหลักที่คอยทำหน้าที่โน้มน้าวให้เกิดกลุ่มคนในชุนชนจักรยานมากขึ้น หรือแม้กระทั่งการสร้างคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเพิ่มขึ้นเรื่องๆอีกด้วย

บทสัมภาษณ์ของ มงคล วิจะระณะ แสดงให้เห็นถึงการเข้ามาร่วมกิจกรรมกับทางชมรมฯ ทั้งนี้ก็เกิดจากการสื่อสารชักจูงโน้มน้าวของชมรมฯผ่านกิจกรรมที่น่าสนใจ และเป็นที่ประจักษ์อันก่อให้เกิดประโยชน์ และมาจนถึงปัจจุบัน กิจกรรมที่จุดประกายเขานั้นก็ขับให้เขากลายเป็นคนสำคัญที่ทำงานให้กับวงการและชุมชนจักรยานต่างๆในประเทศไทย

*“ทีนี้มาเจอชมรมฯ จัดกิจกรรมที่สวนลุม เรื่องสิ่งแวดล้อม เอาหน้ากากมาใส่ ผมมากับเด็กๆ ลูกชายลูกสาว เขาอยากจะได้หน้ากาก เลยถามว่าอยากได้หน้ากากต้องทำอย่างไร เขาบอกว่าต้องสมัคร หลังจากนั้นผมก็เป็นสมาชิกเป็นต้นมา”*

(มงคล วิจะระณะ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน, 2557)

*“มีโครงการ Recycle ของชมรม เอาจักรยานได้รับบริจาคมาซ่อมและเอาไปบริจาคที่ต่างจังหวัด ผมดูว่าโครงการดี ผมก็ไปดูไปช่วยเขาทุกครั้ง”*

(มงคล วิจะระณะ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน, 2557)

**บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่ายและรวมกลุ่ม**

บทบาทของสื่อ ณ ขณะนั้นที่มีบทบาทหลักในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่าย และรวมกลุ่ม จะประกอบไปด้วยการผสานบทบาทหลักที่เกิดขึ้นจากสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม โดยสื่อทั้งสองนี้ จะเข้าไปมีส่วนในการดึงเอานักปั่นหน้าใหม่ หรือ ผู้ที่ปั่นอยู่แล้วแต่อยากหาสมาคม หรือองค์ความรู้เพิ่มเติม หรือตลอดจนเป็นการหาเพื่อนๆร่วมวงการเพื่อถ่ายทอดและเปลี่ยนเรื่องราวเกี่ยวกับจักรยาน โดยทั้งนี้ส่งผลให้เกิดการขยายกลุ่มให้ค่อยๆใหญ่ขึ้น และส่งผลทำให้กลุ่มมีความแน่นแฟ้นขึ้น

บทสัมภาษณ์ของ มล.ทศวรรณ เทวกุล แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงบทบาทหลักของสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรม ที่เข้ามามีบทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่ายและรวมกลุ่ม โดยเขาได้สนใจคลั้งไคล้ในเฮียคากิ ผู้ซึ่งในขณะนั้นเรียกได้ว่าเป็นเจ้าพ่อของวงการจักรยานก็ว่าได้ และยิ่งไปกว่านั้นเมื่อเขาได้ร่วมกับทางสมาคมฯ ก็พบว่ากิจกรรมต่างๆที่สมาคมฯทำนั้นน่าสนใจ จนกลายเป็นการทำให้เขามาสมัครสมาชิกของชมรมในที่สุด

*“เฮียคากิ คือคนดังในวงการจักรยาน เป็นเจ้าพ่อเชียงกง ผมไปเป็นสมาชิกสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพฯ ด้วยเหตุที่ว่าเฮียคากิอยู่ที่นั่น”*

(มล.ทศวรรณ เทวกุล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2557)

*“สมาคมจัดกิจกรรมซ่อมจักรยานฟรี ผมอยากทำ อยากรู้ สมัยนั้นนัดกันบ้านน้าหมี”*

(มล.ทศวรรณ เทวกุล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2557)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

**บทบาทในการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ**

ผลการวิจัยพบบทบาทสื่อกิจกรรมที่เข้ามามีบทบาทหลักในการช่วยสร้างจิตสำนึกสาธารณะโดยสื่อกิจกรรม ที่พบคือ การที่กิจกรรมของทางสมาคมจักรยาน และกิจกรรมที่มงคล วิจะระณะได้จัดขึ้นเป็นต้น ทั้งนี้จะเห็นว่าเนื้อหาของกิจกรรมมีบทบาทอย่างมากในการค่อยๆเข้าไปปลูกฝังจิตสำนึกหรือ ความมีจิตอาสา อาทิ การปั่นจักรยานเพื่อหาเงินช่วยเด็กด้อยโอกาส หรือช่วยเหลือสัตว์ป่า หรือการชวนกันไปปั่นปลูกป่า

*“ทีแรกก็กะว่าจะช่วยแค่ปีสองปี คือเวลาเข้ามาก็สนุกมาก มันมีเพื่อน เป็นคนจัดทริปทางไกลแต่ละทีทำเพื่อส่วนรวม ครั้งแรกขี่จาก กรุงเทพ เชียงใหม่ หาเงินไปช่วยเด็กด้อยโอกาส ครั้งที่ 2 จากนราธิวาสมากรุงเทพ ก็หาเงินไปช่วยช้างที่ประจวบฯ จากเลยไปอุบลฯก็ไปปลูกป่าที่ภูทะลิกได้ 200 ไร่”*

(มงคล วิจะระณะ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน, 2557)

**2.1.2 ช่วงหลังการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน**

ช่วงปี ค.ศ. 2000-ปัจจุบัน พบลักษณะการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ดังนี้ ทริปจักรยานตามต่างจังหวัด รูปแบบผจญภัยและการสื่อสาร สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสารมวลชน สื่อ Online ในรูปแบบ Webpage หลังจากการเข้ามาของสื่อใหม่ในช่วงปีปลายปีคศ. 1999 ชุมชนจักรยานเริ่มมีรูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการออกทริปแบบทั่วไปโดยการแตกออกเป็นกิจกรรมเฉพาะอาทิการปั่นออกไปตามป่าเขา ในลักษณะผจญภัย มากไปกว่านั้นยังมีการสื่อสารจากอินเตอร์เนทที่เกิดขึ้นจึงเกิดการสื่อสารบนกระดานข่าวของ website Thai MTB ซึ่งถือว่าเป็นจุดรวมของชุมชนจักรยานของประเทศไทย ณ ขณะนั้น

*“วงการจักรยาน หรือคนในวงการจักรยานดังๆที่ผมยุ่งด้วยมีแค่ เฮียคากิ ในเวบTHAIMTB ใครๆก็รู้จักยุคที่ Brompton เข้ามา”*

(มล.ทศวรรณ เทวกุล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2557)

ต่อมาในช่วงปี ค.ศ. 2010-ปัจจุบัน พบบทบาทสื่อที่เข้ามาช่วยในการแพร่กระจายประเด็นจักรยานที่มีความหลากหลายมากขึ้น ประกอบไปด้วยทั้งสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อใหม่ โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์นั้น เรียกได้ว่าเข้ามามีบทบาททำให้การสื่อสารแบบ Real Time เกิดขึ้นจริง ส่งผลให้การแพร่กระจายข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว และทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มชุมชนจักรยานทั่วประเทศไทย

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้น นับได้ว่ามีบทบาทสำคัญเช่นกันในยุคนี้ ทั้งนี้ก็เพราะการใช้สื่อต่างๆของพวกเขานั้นก็เพื่อก่อให้เกิดการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย โดยลักษณะการแพร่กระจายในยุคนี้นั้นจะนอกจากจะเป็นการไปพยายามทำความรู้ความเข้าใจกับสังคมเกี่ยวกับจักรยาน ตลอดจนทำให้ตัว “จักรยาน” ได้รับรู้ เห็นได้ (Visible) ในสายตาและการรับรู้ แล้วนั้นเพิ่มให้เห็นถึงทิศทางการแพร่กระจายที่ขยายไปในมิติต่างๆ อาทิ การสร้างหรือจุดกระแสสังคม การใช้สื่อในการวางวาระและประเด็นสาธารณะให้เป็นที่ประจักษ์ ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกสาธารณะแรงบันดาลใจ

*“ เมื่อก่อนจะเป็น Thaimtb ถ้าเสริชเข้าไปดูซอยตันหรรษาปีเก่าๆจะเป็น Thaimtb ในปีหนึ่ง จะเป็นพันหน้ากระทู้ แต่ตอนหลังมันกลายเป็น Facebook”*

(อำนาจ เจริญประสบสุข,สัมภาษณ์ , 9 ธันวาคม 2557 )

*“ ณ วันนี้ พูดตรงๆที่ง่ายที่สุดคือ Facebook กิจกรรมจักรยานของเราก็เกิดจาก Facebook ซึ่งมันได้ผลมากจากตรงนี้”*

(ผศ. สรุพล ตุ้มนาค,สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2558 )

**บทบาทในการให้ข้อมูล**

จากผลการวิจัยพบว่าบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่มีบทบาทอย่างมากโดยถือเป็นบทบาทหลักในการเข้าไปให้ความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจักรยานทั้งในแง่ของข้อมูลที่เกี่ยวกับการเลือกใช้จักรยานและข้อมูลที่เกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษาจักรยาน ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม หรือ ชมรมจักรยานต่างๆ ซึ่งส่งผลทำให้คนที่สนใจในการขี่จักรยานได้เกิดความรู้ ความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับจักรยาน และข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนจักรยานต่างๆ

*“ผมคิดว่า ไทยพีบีเอส เป็นสื่อที่เอาใจใส่เรื่องที่ทำให้จักรยานบูม รายการจักรยานเนี่ยมีเยอะมากในทีพีบีเอส ผมคิดว่าคนที่ใช้จักรยานรู้อะไรเกี่ยวกับจักรยานเยอะจากไทยพีบีเอส รู้ว่าอำเภอลับแลมีการสนับสนุนของเทศบาลให้คนใช้จักรยาน”*

(ดร. นิรันดร โพธิกานนท์,สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2557)

*รูปภาพที่ 12 ภาพตัวอย่างจากรายการ Bicycle Diary ช่อง TPBS*

บทสัมภาษณ์ของนนลนีย์ ก็ได้แสดงให้เห็นถึงภาพของบทบาทของสื่อใหม่ในการมีหน้าที่หลักที่คอยทำหน้าที่ในการให้ความรู้กับคนในชุมชนอื่นๆ โดยเธอได้รวบรวมเอาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่างๆ มาแบ่งปันแก่สมาชิกในเฟซบุ๊คของ Bangkok Bicycle Campaign

*“เราก็เลยรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ที่ทำให้เราปั่นจักรยานมาใส่ลงในนี้ (Facebook Bangkok Bicycle Campaign)”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

*รูปภาพที่ 13 ภาพ Facebook Bangkok Bicycle Campaign*

อย่างไรก็ตามบทบาทสื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล ก็ได้ปรากฏเป็นบทบาทรองในการช่วยสอดประสานกับสื่ออื่นๆ ดังตัวอย่างของทรงกลด บางยี่ขัน ที่ทำกิจกรรม โครงการปั่นจักรยานเครือข่าย 12 มหาวิทยาลัย กิจกรรมนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ความรู้เรื่องการใช้และการจัดการ “จักรยาน” ในมหาวิทยาลัย ทำกับนักศึกษาทั่วประเทศ และเขาเองก็เป็นสื่อบุคคลที่ดึงให้ทุกๆภาคส่วนสนใจ และแน่นอนว่าเขาเองก็เป็นสื่อบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเสมือน Idol ของนักศึกษา

*“ก็เลยทำ Workshop เอาเด็กมาสอนทุกอย่างเป็นที่ปรึกษาให้เขา”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน ,สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2557)

*“ทำ Capacity Building ให้เขา เอาไหมชวนเพื่อนในมหาวิทยาลัยมาปั่นกัน”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน ,สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2557)

**บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว**

ผลการวิจัยพบว่าสื่อบุคคลมีบทบาทหลักในการชักจูงโน้มน้าว โดยพวกเราจะใช้คุณลักษณะทางการสื่อสารที่โดดเด่นของเขา ทั้งในแง่ของบุคลิกภาพ และการสื่อสาร ที่สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทในการโน้มน้าวที่น่าสนใจ และสื่อกิจกรรมจะเป็นสื่อรองที่เข้ามาช่วยทำหน้าที่ขยายหรือส่งต่อ การโน้มน้าวให้แพร่กระจายไปยังกลุ่มคนอื่นๆในสังคม

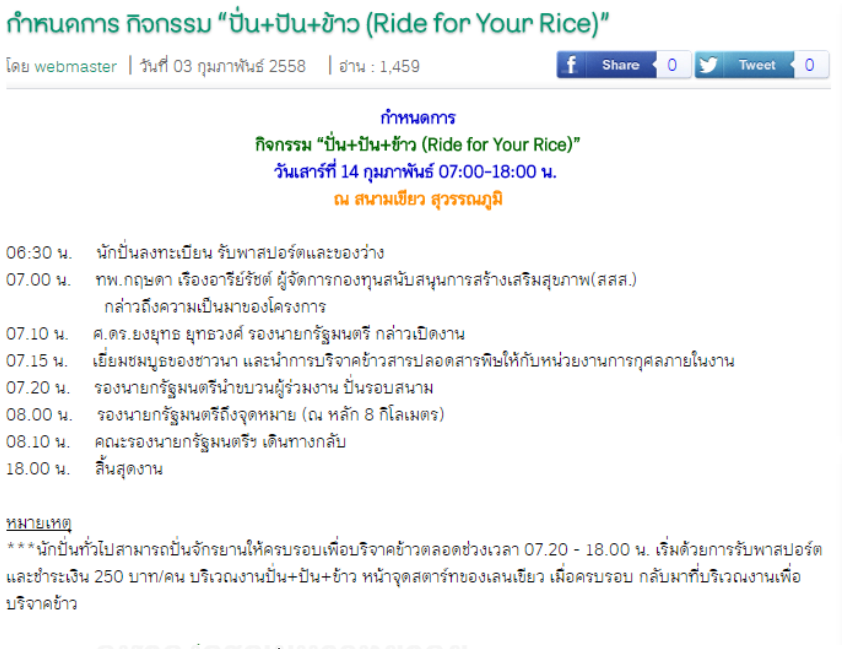
ต้องยอมรับว่าเรื่องราวของนนลนีย์ได้แพร่กระจายและกลายเป็นแรงโน้มน้าวที่น่าเรียนรู้ เธอให้ข้อความเห็นของการชักจูงโน้มน้าวที่สัมฤทธ์ผลว่าล้วนจำเป็นต้องเกิดจากความที่ต้องมีความจริงจังจริงใจและมีความสุขกับสิ่งที่ทำ

*“เราคิดว่าเราแค่มีความจริงใจกับมัน ทำโดยไม่หวังผลอะไร เราทำเพราะมีความสุขกับสิ่งที่เราทำ มันคือตัวจริงที่ทำเรื่องนี้สำเร็จ”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

สื่อกิจกรรมจะทำหน้าที่หลักเช่นกันที่จะสอดประสานกันกับสื่อบุคคลโดยขยายเรื่องราวหรือความตั้งใจดีๆที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีออกมาอย่างเป็นธรรมชาติส่งผลการโน้มน้าวเกิดผล หรือเป็นการดึงเอาคนอื่นๆเข้ามาร่วมชุมชนจักรยานให้มากขึ้นโดยการใช้ตัวกิจกรรมต่างๆในการเป็นสื่อกลางที่เรียกให้คนที่มีความสนใจในเรื่องอื่นๆเข้ามาร่วมกับชุมชนจักรยานด้วย

ข้อมูลด้านล่างแสดงให้เห็นถึงหมายกำหนดการกิจกรรมที่แสดงให้เห็นว่านนลนีย์เป็นผู้ริเริ่มและมีคนสนใจมาร่วมเป็นจำนวนมากและสามารถจับมือกับองค์กรอื่นๆตลอดจนได้รับความสนใจจากภาครัฐ



กำหนดการ กิจกรรม "ปั่น+ปัน+ข้าว (Ride for Your Rice)"

โดย webmaster | วันที่ 03 กุมภาพันธ์ 2558 | อ่าน : 1,459 Share 0 Tweet 0

กำหนดการ
กิจกรรม "ปั่น+ปัน+ข้าว (Ride for Your Rice)"
วันเสาร์ที่ 14 กุมภาพันธ์ 07:00-18:00 น.
ณ สนามเขียว สุวรรณภูมิ

06:30 น. นักปั่นลงทะเบียน รับพาสปอร์ตและของว่าง
07.00 น. ทพ.กฤษดา เรืองอารีย์รัชต์ ผู้จัดการกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) กล่าวถึงความเป็นมาของโครงการ
07.10 น. ศ.ดร.ยงยุทธ ยุทธวงศ์ รองนายกรัฐมนตรี กล่าวเปิดงาน
07.15 น. เยี่ยมชมบูธของชาวนา และนำการบริจาคข้าวสารปลอดสารพิษให้กับหน่วยงานการกุศลภายในงาน
07.20 น. รองนายกรัฐมนตรีนำขบวนผู้ร่วมงาน ปั่นรอบสนาม
08.00 น. รองนายกรัฐมนตรีถึงจุดหมาย (ณ หลัก 8 กิโลเมตร)
08.10 น. คณะรองนายกรัฐมนตรีฯ เดินทางกลับ
18.00 น. สิ้นสุดงาน

หมายเหตุ
***นักปั่นทั่วไปสามารถปั่นจักรยานให้ครบรอบเพื่อบริจาคข้าวตลอดช่วงเวลา 07.20 - 18.00 น. เริ่มด้วยการรับพาสปอร์ตและชำระเงิน 250 บาท/คน บริเวณงานปั่น+ปัน+ข้าว หน้าจุดสตาร์ทของเลนเขียว เมื่อครบรอบ กลับมาที่บริเวณงานเพื่อบริจาคข้าว

*รูปภาพที่ 14 ภาพหมายกำหนดการกิจกรรมปั่นปันข้าว*

(ที่มา http://www.thaihealth.or.th/Content/27329)

**บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่ายและรวมกลุ่ม**

ผลการวิจัยพบบทบาทของสื่อออนไลน์ซึ่งทำหน้าที่หลักที่เข้ามามีบทบาทในการเชื่อมร้อยความสัมพันธ์ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือบทบาทของ Facebook ที่เขามาช่วยขยายหรือค้นหากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก หรือพวกเขาก็ใช้ช่องทางนี้ในการติดต่อสื่อสารกัน

*"ก็ได้ Connection ใหม่ทาง Social Media ด้วย อย่างแนน ตอนนั้นเราทำสารคดีเราอยากสัมภาษณ์คนอื่น นอกจากชาวโลกสีเขียว กับนิตยสารสารคดีบ้าง ก็ถามภูมิ มันบอกรู้จักแนนก็สนิทกันพอไปเจอกลุ่มอื่นจะไปเร็ว"*

(ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์,สัมภาษณ์,11 พฤศจิกายน 2557)

จากผลวิจัยพบบทบาทหลักของสื่อใหม่ที่ทำหน้าที่ในการสร้างความมือกันในกลุ่ม และก่อให้เกิดรวมกลุ่มรวมพลังของผู้ที่มีจุดสนใจและความชอบในประเด็นเดียวกันซึ่งในกรณีของจักรยาน

จะเห็นได้ว่าสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทในการเสริมการรวมกลุ่มที่ง่ายและสะดวกขึ้น ก่อให้เกิดกลุ่มจักรยานในสังคมออนไลน์ขึ้นมากมาย

บทบาทในการสร้างและธำรงรักษากลุ่มปรากฏขึ้นให้เห็น โดยพบว่าสื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการช่วยเชื่อมประสานกุ่มคนในชุมชนให้มาทำกิจกรรมร่วมกัน และยังเป็น การเป็น ศูนย์กลาง (Center) ของกลุ่มคนในชุมชน โดยมีหน้าที่เป็นตัวเชื่อมประสานและถ่ายทอดข้อมูลต่างๆไปยังกลุ่มคนอื่นๆในชุมชน

*“ซอยตัน มีกิจกรรมทั้งส่วนรวมมากขึ้น ก็เพราะการติดต่อสื่อสาร เราชวนกันไปแห่เทียนพรรษา ไปแจกของขวัญให้เด็กในวันปีใหม่ หรือ ทริปปั่นต่างจังหวัด”*

(อำนาจ เจริญประสพสุข,สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2557)

*รูปภาพที่ 15 ภาพกิจกรรมซอยตันปันน้ำใจให้น้อง ณ วันที่ 29 มีนาคม 2558*

CHULALONGKORN UNIVERSITY

สุวรรณา เอี่ยมพิกุล กล่าวถึงชุมชนจักรยานของ Peppermint filed ที่มีการรวมกลุ่มผ่านทาง Facebook fanpage ในขณะเดียวกันช่องทางนี้ ก็ได้มีบทบาทในการสร้างเครือข่ายจักรยานขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงที่กลัวการปั่น

*“มีเวลาที่เข้ามาในกรุ๊ป Peppermint จะมีกลุ่มผู้หญิงเข้ามาถามว่าไปไหน เพราะเค้าจะกลัวคน กลัวหมา เลยต้องไปเป็นกลุ่ม เราก็ไปบ่อยมากเลยนะ ทุกอาทิตย์เมื่อก่อน ก็จะมีรับใน Facebook แป๊บเดียวก็เต็มแล้วนะ”*

(สุวรรณ เอี่ยมพิกุล,สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2557)

*รูปภาพที่ 16 ภาพกิจกรรมปั่นจักรยาน Peppemint Field*

ในส่วนบทบาทของสื่อกิจกรรมนั้นจะเป็นบทบาทรองที่เป็นกิจกรรมเสริมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานในมิติต่างๆ อาทิ การชวนไปปั่นสำรวจต้นไม้ของ นนลนีย์ ก็เป็นการเชื่อมร้อยกิจกรรมของกลุ่ม BIG TREES เข้ากับจักรยาน ก่อให้เกิดเครือข่ายที่ขยายใหญ่ขึ้น

*“ความที่เป็น Facebook เราจะ connect ถึงใครก็ได้ใน Facebook เราก็ถามว่าพี่ๆไปสำรวจต้นไม้หรอ พี่ๆไปปั่นจักรยานมั้ย สนใจมั้ย”*

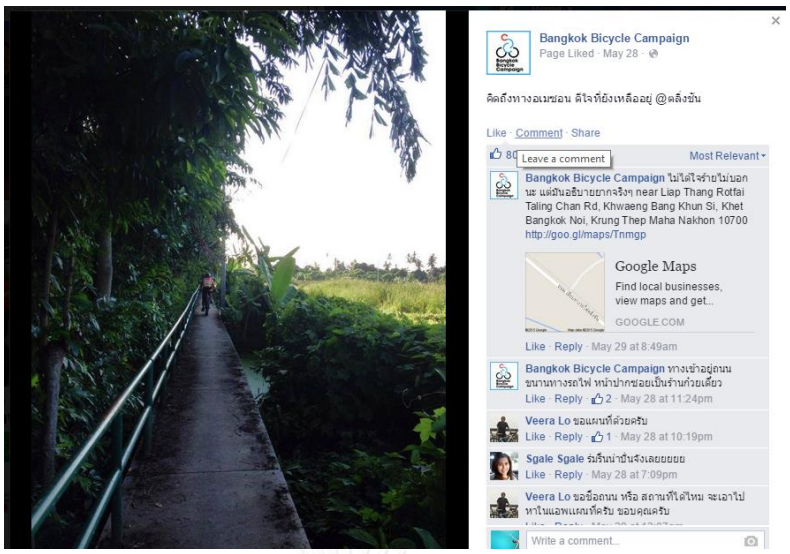
(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

**บทบาทในการสร้างความสนใจและจุดกระแส**

จากผลวิจัยยังพบว่าสื่อใหม่และสื่อกิจกรรมมีบทบาทหลักในการสร้างกระแสสังคม อาทิ การสร้างกิจกรรมสำรวจต้นไม้โดยใช้จักรยานก็เป็นกิจกรรมที่กลายเป็นกระแสที่คนในเมืองหันมาให้ความสนใจ เป็นการดึงเอาความสนใจที่มีของแต่ละบุคคลมาผนวกกับกิจกรรมการปั่นจักรยาน โดยการสื่อสารส่วนใหญ่จะมาจาก Social Network

*“อย่างโปรเจคแรกสำรวจต้นไม้กัน เราชวนในเฟซบุ๊ค คือเราอาสาว่าช่วยเค้าทำทุกๆอย่างเพื่อให้เค้ามาปั่นจักรยาน หลายๆคนชวนคนอื่นทำแต่สิ่งที่เราทำก็คือเราช่วยอะไรเค้าได้บ้างด้วยการ ที่นำจักรยานเข้าไปเสริมในสิ่งที่เค้าทำอยู่ เช่น น้องๆที่เรียนถ่ายรูปก็จะเสนอไปเลยว่าไปปั่น จักรยานถ่ายรูปมั้ย เดี๋ยวนำทางให้ มีมุมสวยๆเยอะแยะเลย เราเข้าไปผนวกกับสิ่งที่เค้าทำอยู่มากกว่า มากกว่าที่จะดึงเค้าออกมาทำอะไรในสิ่งที่เค้าไม่ชอบ มันก็กลายเป็นว่าเค้ากลมกลืนกับในชีวิตประจำวันที่เขาทำอยู่แล้ว”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒนกุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)




*รูปภาพที่ 17 ภาพกิจกรรมสำรวจต้นไม้ Bangkok Bicycle Campaign*

ทรงกลดก็ได้เน้นย้ำให้เห็นเช่นกันถึงการใช้ภาพในการสร้างความสนใจกลุ่มคนที่อยู่ในโลกออนไลน์ โดยเขาพบว่า การนำเอารูปจักรยานสวยๆ ที่ถ่ายตามสถานที่ต่างๆไม่ว่าจะเป็นภูเขา แม่น้ำ หรือต่างประเทศ จะได้รับความสนใจจากคนผู้ติดตามของเขาในสื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก กลายเป็นสื่อที่สามารถสร้างความสนใจได้

*“ทำไปสักพักหนึ่งก็เจอข้อสังเกตโดยบังเอิญ ว่าเมื่อไหร่ก็ตามที่จักรยานวางอยู่ที่สวยๆอะครับ ยอดไลค์มันมหาศาลมาก”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน ,สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2557)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

*รูปภาพที่ 18 ภาพจักรยานและทิวทัศน์ของทรงกลด บางยี่ขัน*

**บทบาทในการสร้างวาระในการผลักดันนโยบายสาธารณะ**

บทบาทในการสร้างวาระในการผลักดันนโยบายสาธารณะ พบว่าสื่อมวลชน มีบทบาทหลักในการสร้างวาระ ทั้งนี้เป็นเพราะ คุณลักษณะของสื่อเป็นส่วนช่วยให้การแพร่กระจายเป็นไปในวงกว้าง

ในกรณีของ ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ ได้แสดงให้เห็นถึง บทบาทหลักของสื่อมวลชนในการช่วยแพร่กระจายประเด็นจักรยานให้กลายเป็นวาระที่สังคมควรหันมาสนใจ โดยการเผยแพร่บทความลงในนิตยสาร สารคดี จนต่อมาบทความชิ้นนั้นก็ได้ขยายวงกว้างไปในสื่ออื่นๆ

*“ก็เลยจับมือกับนิตยสารสารคดี...เวลาทำงานก็วางแผน เราก็ระบุชัดเจนว่ามันมี Road Map เพราะจะเห็นคนรุ่นใหม่ขี่จักรยาน แต่ก็เริ่มจาก 0 เพราะเมืองจักรยาน ยังไม่มี จะไปสู่เมืองจักรยาน ก็หมายถึง เมืองที่เป็นมิตรกับชีวิตคน มันต้องเปลี่ยนอะไรบ้าง ต้องมีองค์ประกอบอะไรบ้าง เราคิดว่ามันต้องเปลี่ยนวิธีคิด เลยสร้างวาระสังคม สร้างวาทกรรมก่อน แล้วมันจะมีกิจกรรมที่เผยแพร่ชีวิตคน ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมจักรยานสู่วาระสังคม แล้วนักการเมืองจะยกไปสู่นโยบาย เราก็มองว่า ใน 5 ปี เราจะทำให้มันเป็นวาระสังคม นั่นคือ แผน”*

(ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์,สัมภาษณ์,11 พฤศจิกายน 2557)

หรือกรณีของการประสานสื่อของ ดร. นิรันดร โพธิกานนท์ ก็ได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อในการช่วยเน้นย้ำให้เรื่องราวของการณรงค์การใช้จักรยานเกิดการแพร่ขยายและเป็นที่ประจักษ์ โดยวิธีการที่ใช้ มีการประสานงานกับสื่อก่อนที่จะเข้าไปพบหรือนำข้อเสนอนั้นสู่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในนโยบาย เพื่อให้เกิดการต่อรองเชิงนโยบายมากขึ้น

*“อย่างเช่นการไปพบผู้ว่า ฯ เราก็จะมีการแจ้งให้สื่อที่มีความสนใจไปด้วย แล้วเขาก็ไปส่งข่าวกันตลอด”*

(ดร. นิรันดร โพธิกานนท์,สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2557)

บทบาทที่สำคัญของสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ที่สำคัญในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นก็คือการสร้างประเด็นของการขี่จักรยานให้กลายเป็นวาระที่สำคัญของสังคม จนทำให้สังคมหันมาสนใจและทำให้รัฐหันมาให้ความสนใจและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นจักรยาน จนเกิดกลายเป็นนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในปัจจุบัน

ผลการวิจัยยังได้พบว่า สื่อใหม่ยังมีส่วนช่วยเป็นบทบาทรองในการสร้างวาระเพื่อการผลักดันนโยบายสาธารณะ กรณีตัวอย่างของ แนน นนลนีย์ ที่ใช้สื่อออนไลน์ สร้างวาระที่สำคัญ ซึ่งต่อมากลายเป็นเรื่องที่สื่อมวลชนนำไปเสนอต่อ ก็คือ กรณีปัญหาฝาตะแกรงท่อท่อระบายน้ำบนถนนที่เป็นอุปสรรคต่อการขี่จักรยานที่เธอได้ใช้สื่อออนไลน์ ในการสร้างวาระให้เกิดขึ้น

*“ปัญหาคือฝาท่อที่มันเป็นร่องตะแกรงที่เป็นแนวตั้ง ไม่ใช่แนวของมัน เราก็เป็นชวนปั่น พอเห็นน้องๆโพสขึ้นมาว่า ผมล้ม ก็รู้สึกขึ้นมาว่าทำไม ไม่ดูแลน้อง เราทำอะไรได้บ้าง พอมันมีแคมเปญนี้ปุ๊บ เราก็แชร์ออกไปว่าช่วยกันลงชื่อหน่อย”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

*รูปภาพที่ 19 ภาพจาก Facebook Bangkok Bicycle Campaign*

นอกจากบทบาทในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับจักรยานแล้ว สื่อมวลชนยังมีบทบาทที่เข้าไปช่วยในการนำเอาเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในการแพร่ขยายก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทำให้คนหันมาสนใจปั่นจักรยานกันมากขึ้น เรื่องราวที่สื่อได้นำมาเสนอนั้นก่อให้เกิดเป็นตัวอย่างที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้แก่ กรณีของนิตยสาน A Day และ Human Ride ที่ได้เปลี่ยนพฤติกรรมให้คนอ่านกลายมาเป็นคนปั่นจักรยาน

*“A Day จะทำหนังสือจักรยานไปทำไม ผมกลับมาดูจุดมุ่งหมายเดิมว่าเราทำไปเพื่ออะไร เราต้องการให้คนขี่จักรยานมากขึ้น ดังนั้นเล่มนี้ ต้องเป็นเล่มที่ทำให้คนอ่านได้เปลี่ยนพฤติกรรม และเป็นหนังสือที่คนขี่จักรยานอ่านได้”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน ,สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2557)

*“คนที่เราต้องการสื่อสารด้วย ลองขี่จักรยาน ถ้าทำให้คนขับรถยนต์มาขี่จักรยานได้ หรือรักจักรยานได้ ไม่ต้องพูดสักคำเลยนะครับ มันจบ เพราะเค้าจะเข้าใจทุกอย่างเอง A Day พยายามทำสื่อสารว่าให้ลองมาขี่จักรยานดู ไม่ว่าจะเป็น คนขับรถเมล์ แท็กซี่ หรือ รัฐมนตรี ให้มาลองขี่ดู”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน ,สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2557)

**บทบาทในการส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะ**

อีกบทบาทที่สื่อมวลชนมีบทบาทหลัก ที่ทำให้เกิดขึ้นในประเทศไทยนั่นก็คือการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้เกิดขึ้นในสังคม โดยสร้างจิตสำนึกทำให้คนรู้สึกว่าการปั่นจักรยานเป็นเรื่องที่ดีและทำให้เกิดผลดีต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อมลพิษ ช่วยลดพลังงาน อีกทั้งยังเป็นผลดีต่อสุขภาพด้วย

นอกจากบทบาทการเป็นบรรณาธิการนิตยสาร A Day แล้ว ทรงกลด บางยี่ขัน ยังรับหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการและผู้ผลิตรายการ Human Ride ออกอากาศทางช่อง TPBS โดยเนื้อหาของรายการ เป็นการนำเสนอเรื่องราวของคนปั่นจักรยานในสาขาอาชีพต่างๆ มาเผยแพร่ ซึ่งพยายามสอดแทรกจิตสำนึกสาธารณะให้แก่ผู้ชม

*“รายการนี้ เป็นรายการที่คนไม่ขี่จักรยานก็ดูได้ และหวังว่าเขาจะมาขี่จักรยาน สิ่งที่เกิดขึ้นคือมีคนที่ดู อยากติดต่อเราไปเป็นที่ปรึกษาโครงการแบบนี้เยอะมาก เลยรู้สึกว่าจักรยานไม่ต้องจบที่จักรยานก็ได้ เริ่มที่จักรยานไปจบที่สิ่งแวดล้อมก็ได้ ทำให้เรารู้สึกว่าจักรยานเชื่อมกับทุกอย่างได้”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน,สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2557 )

*รูปภาพที่ 20 ภาพรายการ Human Ride ช่องTPBS*

**บทบาทในการสอดส่องจับตา**

บทบาทสื่อใหม่ยังมีบทบาทที่น่าสนใจนั่นคือ บทบาทหลักในการสอดส่องจับตาคอยดูแล เป็นกลไกหนึ่งที่คอยจับตามองกลไกของภาครัฐ และนโยบายต่างๆที่มีผลกระทบต่อกลุ่มคนในชุมชนจักรยาน ตัวอย่างที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นอาทิการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่ม Bangkok Bicycle Campaign ที่มีบทบาทอย่างมากในการเป็นเครื่องมือในการเฝ้าดูและคอยแพร่เรื่องราวให้คนวงกว้างได้รู้เห็นจนเกิดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายและโครงสร้างที่เกี่ยวกับจักรยานในที่สุด

*“วันนั้นเราใช้คอนเน็คชั่นของพวกเราเองหมดเลยยังไม่ได้ใช้สื่อ แต่พอมีสื่อเข้ามา มันก็ทำให้มันก็ทำให้คนใหญ่คนโตในบ้านเมืองก็จะรู้สึกอายว่าทำไมเค้าทำแบบนี้ ใน Bangkok Bicycle Campaign ถ้าเค้าทำดี เราก็ชม แต่ถ้าเค้าทำไม่ดีเราก็ว่า”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

*รูปภาพที่ 21 Facebook Bangkok Bicycle Campaign*

**บทบาทเพื่อส่งเสริมการแสดงออก**

จากผลวิจัยพบบทบาทของสื่อใหม่ ที่เข้ามาเป็นสื่อหลักในการส่งเสริมการแสดงออกของคนในชุมชนจักรยานมากขึ้น โดยมีส่วนช่วยในการเผยแพร่เรื่องราว ภาพลักษณ์และเนื้อหาที่ก่อให้เกิดการรับรู้ไปยังคนอื่นๆ เป็นการนำเอาสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อการแสดงออก (Expressive) นั่นคือการเผยแพร่ความคิดเห็น หรือการแสดงออกทางตัวตนมากขึ้น

*“สื่อออนไลน์มันทำให้หลายๆคน นำเสนอตัวเอง หรือตัวตนได้ง่ายๆ จากวันหนึ่งที่เขาเป็นแค่คนธรรมดา แต่อีกวันหนึ่งเขากลายมาเป็นคนที่สื่อหันมาให้ความสนใจ”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังมีบทบาทในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นเครื่องมือในการแสดงออกของปัจเจกบุคคล บทบาทของสื่อใหม่ ได้เข้ามาช่วยทำให้การณรงค์ประเด็นที่เกี่ยวของกับจักรยานและสิ่งแวดล้อมของดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ ได้อย่างดีขึ้น โดยการสร้างเครื่องมือหรือตัวช่วยอาทิ กิจกรรมชวนปั่น เป็นต้น

*“นวัตกรรมใหม่ๆ เป็นเครื่องมือในการหนุนเสริมพลังความสามารถ (empower) ปัจเจกบุคคล เราสามารถดึงมาเป็นพลังได้”*

(ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์,สัมภาษณ์,11 พฤศจิกายน 2557)

**บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจ**

ในกรณีของ ทรงกลด บางยี่ขัน และนนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล ถือว่าเป็นตัวอย่างของสื่อบุคคลที่เรียกได้ว่าตัวเองเป็นสื่อที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับคนอื่นๆ โดยเขาและเธอได้อาศัยบทบาทของสื่อใหม่

และสื่อมวลชนที่เป็นบทบาทรอง ที่ได้เน้นถึงการนำเสนอเนื้อหาของการชวนผู้อ่านมาปั่นจักรยานผ่านทางสื่อออนไลน์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจจักรยาน แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทหลักในการมีส่วนช่วยในการสร้างแรงบันดาลใจ ให้คนอยากทำสิ่งดีๆเพื่อสังคม

*“เดินตามงาน มีคนมาบอกว่าปั่นจักรยานเพราะหนังสือพี่เลยนะ มันเปลี่ยนชีวิตเขา จนวันนี้กลายเป็นนักปั่นหลายรูปแบบเต็มไปหมด”*

(ทรงกลด บางยี่ขัน,สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2557 )

*“บางคนเขาก็อาจจะจัดคอมเพนีทริปเล็กๆ ให้เรานำให้ ก็จะเป็นแบบนั้นไป อย่างตามมหาลัยอาจารย์ก็จะชวนไปว่าไปจัดทริปให้นักศึกษา ไปสร้างแรงบันดาลใจให้เขาหน่อย”*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมนนลนีย์ ยังเป็นเจ้าของ Pocket Book สร้างแรงบันดาลใจที่ถ่ายทอดเรื่องราวของเธอกับจักรยาน ชื่อ “แค่(ลา)ออกมาปั่น” ซึ่งมีส่วนในการจุดประกายแห่งแรงบันดาลใจให้นักปั่นหลายๆคนทั่วประเทศ

**ปัญหานำการวิจัยที่3** เรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะอย่างไร

เพื่อตอบคำถามวิจัยนี้ โดยการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยขออภิปรายจากนโยบายสาธารณะที่ได้รับการเปลี่ยนแปลง ผลักดันสำเร็จให้ประจักษ์ ทั้งทางกายภาพ อาทิ ทางจักรยาน หรือโครงการที่เกี่ยวกับจักรยาน หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน จากเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ทั้งนี้ก็ด้วยการผนึกกำลังของเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่เกิดขึ้นดังนี้

**1.มิติด้านนโยบายสาธารณะที่เกี่ยวกับจักรยานในระดับประเทศ**

**เรื่องราวที่ 1**

**เรื่องราวของ ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์ สู่ชมรมจักรยานไทยและจุดพลิกทางนโยบายที่ยิ่งใหญ่**

หากย้อนกลับไปเมื่อ 50 กว่าปีที่แล้ว ครั้นเมื่อกรุงเทพมหานครยังไม่มีตึกระฟ้า รถไฟฟ้า และรถราที่หนาแน่นอย่างที่เป็นในปัจจุบัน ย่านเล็กๆชื่อ สุขุมวิท ณ ขณะนั้นยังเป็นทุ่งนา เหมือนๆกับชนบทที่พบได้ตามชุมชนในต่างจังหวัดของประเทศไทย เราจะพบเด็กชายตัวเล็กๆชื่อ ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ที่ปั่นจักรยานคันเล็กๆเที่ยวเล่น เข้าออกตรอกซอกซอยในย่านสุขุมวิท จักรยานคันเล็กๆและเด็กชายตัวเล็กๆคนนั้น กลายมาเป็นสิ่งที่พลิกผันให้กรุงเทพกลายเป็นเมืองที่กำลังตื่นตัวเรื่องจักรยานอย่างที่ไม่เคยเป็นอย่างที่เราเห็น คนที่กำลังปั่นจักรยานบนท้องถนน เกิดการถกเถียงนโยบาย

สาธารณะเกี่ยวกับจักรยาน เกิดนโยบายสาธารณะเกี่ยวกับจักรยานในระดับประเทศ เรื่องราวที่เกิดขึ้นเหล่านี้ เกิดจากเด็กชายตัวเล็กๆคนนี้เพียงคนเดียว

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก กับ ศ.ดร.ธงชัย พรรรณสวัสดิ์ ซึ่งท่านได้เล่าเรื่องราวของจุดเริ่มต้นของแรงบันดาลใจในการกลายมาเป็นนักผลักดันเรื่องจักรยานคนสำคัญของไทย

*“ผมเริ่มปั่นจักรยานตอนเป็นเด็ก มันเป็นพาหนะที่ทำให้เราบุกเบิก ผจญภัยได้ บ้านผมอยู่สุขุมวิท สมัยก่อนมันเหมือนชนบท มันสามารถเข้าซอยนู้นออกซอยนี้ ไปดูทุ่งนา ไปดูควาย มันฝังอยู่ในดีเอ็นเอ”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

ณ วันนั้น เด็กชายธงชัย ไม่ได้คิดไกลว่าจะกลายมาเป็นบุคคลสำคัญของวงการจักรยาน การปั่นจักรยานเล็กๆคันนั้นเพียงแค่มอบความรู้สึก “อิสระ” และ เปิดหน้าต่างบานใหญ่ของโลกการ “ผจญภัย” ให้เขา และวันหนึ่งก็มาทำให้เห็นถึงจุดเปลี่ยน วันที่พ่อของเขาต้องเข้าโรงพยาบาล ทุกเดือนๆ ไม่เคยมีวันหยุด บทเรียนชีวิตที่เขาเห็นทำให้เขาปฏิญาณกับตัวเองไว้เลยว่า เรื่องราวแบบนี้ต้องไม่เกิดกับเขา

*“พ่อเป็นโรคหัวใจ ถุงลมโป่งพอง ทำให้ต้องเข้า รพ.อย่างน้อยเดือนละหน ผมก็เห็นว่าชีวิตแบบนั้นต้องไม่ให้เกิดกับเรา ผมก็หันมาสนใจเรื่องของสุขภาพ โดยการเล่นกีฬา”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

บทเรียนบทนี้สอนให้เขากลายเป็นคนหนุ่มที่สนใจกีฬา ออกกำลังกายดูแลตัวเอง เขาวิ่ง เขาออกกำลังกายอย่างหนัก จนเมื่อวิ่งมานาน เข่าเริ่มมีปัญหา เขาจึงกลับมานึกถึงจักรยานและขี่มันอีกครั้ง การขี่จักรยาน ณ ขณะนั้น พ.ศ. 2434 เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ใครๆก็รู้ว่ายุคนั้น ซึ่งตรงกับ ทศวรรษที่ 1990 ใครๆก็ต้องมีรถ เพราะมันคือความเท่ห์ มันแสดงชนชั้นและสถานะ และมันรวดเร็ว

จากเด็กตัวน้อยในวันนั้น เขากลายเป็น ดร.ที่จบด้านวิศวกรรมสิ่งแวดล้อมจากสหรัฐอเมริกา (แต่ขี่จักรยาน) และในเมืองไทยขณะนั้น ค่านิยมเกี่ยวกับรถยนต์กำลังกลายเป็นกระแสอย่างแพร่หลาย คนอื่นอาจมองว่า รถยนต์คือ เท่ห์ โก้ เก๋ แต่สำหรับเขา ไม่ใช่เลย

*“ผมจบและสอนเกี่ยวกับวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับคุณภาพอากาศ พลังงาน จราจร เลยต่อยอดความคิดว่านอกจากออกกำลังกายแล้วเราสามรถเอาจักรยานมาแก้ปัญหาบ้านเมืองได้ไม่ว่าจะเป็น มลพิษ พลังงาน จราจร การเงิน เสียดุลการค้าสั่งน้ำมันเข้ามา หลายอย่าง เรียกว่ากระสุนนัดเดียวยิงนกได้หลายตัว เลยมีความคิดว่าจะชวนคนอื่นมาคิดคล้ายๆกัน”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

หาก ไม่มีความริเริ่มของ ศ.ดร. ธงชัย ในวันนั้น ก็จะไม่มีชมรมในวันนี้ สิ่งที่เกิดนั้นเนื่องจากความตั้งใจ ของอาจารย์ โดยอาจารย์ก็ได้เกิดความคิดที่ว่า ทำไมเราถึงไม่รวมตัวกันเป็นชมรม ดังนั้นจาก แค่กลุ่มคนเล็กๆก็เกิดกลายเป็นชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพ จากชมรมเล็กๆที่รวมตัวกันจากผู้รักการปั่นจักรยานจำนวน 40 คน ในปี พ.ศ. 2534

จากวันนั้นก็ลองผิดลองถูก ประสบความสำเร็จบ้าง ล้มบ้างลุกบ้าง ได้รับความช่วยเหลือบ้างไม่ได้รับบ้าง แต่ความที่เขาเป็นคน “ไม่หยุดนิ่ง และไม่ยอมแพ้” จึงทำให้เขาไม่หยุดความตั้งใจไป

*“เราจัดอีกครั้งใส่หัวจดหมายเป็นชื่อชมรม ทำจดหมาไปยังสื่อต่างๆ ปรากฏว่าคุณ ดุ่ย ณ ปากน้ำ ซึ่งดังมาก เค้าพูดให้ ปากฏว่ามีคนมาร่วมกับผมจากต่างจังหวัดครั้งนั้น 500 คน”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

*“ผมแวะไปตาม TV ต่างๆซึ่งก็ไม่มีอะไรที่เขาจะสนใจ”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

*“ขอเงินไปทาง UNEP UNDP คือ สององค์กรไม่เข้าใจว่าจักรยานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมยังไง”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

และต่อมาได้ขยับขยายจนมาถึงปัจจุบัน ทำให้ชมรมเล็กๆกลายเป็นจุดศูนย์กลางของการเคลื่อนนโยบายสาธารณะที่ยิ่งใหญ่ได้ จุดเปลี่ยนที่น่าสนใจได้เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2554 เป็นต้นมา ที่ชมรมเริ่มได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ทำให้มีแรงขยับกิจกรรมต่างๆมากขึ้น โดย หากย้อนกลับไปจะเห็นกระบวนการหรือภาพของเรื่องราวที่ช่วยขยับให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะดังนี้

ในปีพ.ศ. 2554 ศ.ดร. ธงชัย ได้วางทิศทางให้ ชมรมฯ เน้นได้เน้นหนักไปที่การศึกษาข้อมูลลงพื้นที่ ทำประชาคม รณรงค์ สร้างเครือข่าย ฯลฯ เพื่อวิเคราะห์เป็นนโยบายสาธารณะว่าด้วยเรื่องเดินและจักรยาน

และเมื่อได้ข้อมูลที่ครบถ้วนแล้วในเดือน มีนาคม พ.ศ. 2555 ชมรมฯก็ได้ยื่นข้อเสนอประเด็นการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ขอรับการพิจารณาให้เป็นระเบียบวาระสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ประจำปี 2555

หลังจากนั้นไม่นาน ในเดือนพฤษภาคม ระเบียบวาระเรื่องการจัดระบบและโครงสร้างเพื่อส่งเสริมการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ก็ได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 11 ประเด็นหลักของการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ

ซึ่งในระหว่างนั้น พฤษภาคม ถึง ตุลาคม 2555 ชมรมก็ได้ตั้งคณะทำงานวิชาการเฉพาะประเด็นการจัดระบบและโครงสร้างเพื่อส่งเสริมการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ร่วมกันยกร่างและนำเข้าสู่การรับฟังความเห็น จากเครือข่ายประชาชนทั่วประเทศ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ

ต่อมาในเดือน ธันวาคม 2555 ก็เกิดการจัดระบบและโครงสร้างเพื่อส่งเสริมการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ซึ่งได้รับมติเอกฉันท์ในที่ประชุมใหญ่สมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 5 พ.ศ. 2555 ให้เป็นระเบียบวาระแห่งชาติ

*รูปภาพที่ 22 การแถลงข่าวประชุมใหญ่สมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 5 พ.ศ.2555*

จนกระทั่งถึง เดือนสิงหาคม 2556 นับเป็นประวัติศาสตร์อีกหนึ่งหน้าของวงการจักรยานไทย ที่คณะรัฐมนตรีเห็นชอบกับมติดังกล่าว พฤศจิกายน 2556

สิ่งที่เกิดขึ้นนั้น ปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นความพยายามของ ศ.ดร. ธงชัย ที่ค่อยใช้ ความรู้ ที่มีในการวางกลยุทธ์ และหาช่องทาง

*“ผมมาเรียนรู้ทีหลังว่าผลของความสำเร็จในการขับเคลื่อนครั้งนี้เขา (นักการเมือง) จ้องหาโอกาสตลอดเวลาที่จะทำให้เข้าไปสู่สิ่งที่เขาพึงให้เห็นซึ่งช่องทางทางการเมือง ไปหาผู้ใหญ่ ผมเห็นว่าสมัชชาสุขภาพแห่งชาติมันมีช่องที่ไปสู่นโยบายระดับชาติได้ ผมก็เอาเรื่องนี้เข้าไปก่อนที่จะเป็นมติ คสช. ซึ่งไม่ใช่ทุกมติ คสช. จะต้องเป็น มติ ครม. นะ ในกระบวนการทำที่เราส่งเข้าไปแล้วทุกคนพยักหน้าว่าประเด็นนี้มันแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้”*

(ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์,สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2557)

โดยคณะรัฐมนตรี มีมติรับมทราบและมอบหมายให้หน่วยงานต่างๆทั้ง 10 กระทรวงนำไปปฏิบัติให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมต่อไปได้แก่

**กระทรวงคมนาคม** ส่งเสริมการเชื่อมต่อการเดินเท้าและการใช้จักรยานกับระบบขนส่งสาธารณะ และให้ความรู้ผู้ที่จะสอบใบขับขี่ เน้นให้เห็นความสำคัญต่อคนเดินและผู้ใช้จักรยาน

**กระทรวงอุตสาหกรรม** ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ให้ผลิตสินค้าและบริการเกี่ยวกับการเดินและจักรยาน อุปกรณ์เครื่องช่วยคนพิการในการเดินทางที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ราคาเป็นธรรม

**กระทรวงศึกษาธิการ** ให้สถานศึกษามีหลักสูตรความรู้ และพัฒนาทักษะการเดินและการใช้จักรยาน ส่งเสริมให้เดินหรือใช้จักรยานมาโรงเรียน จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเอื้อให้เด็กเดินและใช้จักรยานในสถานศึกษา

**กระทรวงสาธารณสุข** ส่งเสริมและรณรงค์เรื่องเดินและจักรยานในชีวิตประจำวันอย่างต่อเนื่อง

**กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา** สนับสนุนการท่องเที่ยวด้วยจักรยานและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่พัก มีจักรยานให้บริการนักท่องเที่ยว

**กระทรวงพลังงาน** มีนโยบายและมาตรการ ส่งเสริมการเดินทางมที่ไม่ใช้เครื่องยนต์ เช่น เดินและใช้จักรยาน การใช้อุปกรณ์เครื่องช่วยคนพิการในการเดินทาง

**กระทรวงการคลัง** มีมาตรการทางภาษี สนับสนุน ส่งเสริม สร้างแรงจูงใจให้ประชาชนใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน

**กระทรวงมหาดไทยและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**

-ปรับปรุงกฎกระทรวง พรบ.ควบคุมอาคารและข้อบัญญัติท้องถิ่น ให้เจ้าของอาคารขนาดใหญ่ อาคารสาธารณะ ต้องมีที่จอดจักรยานปลอดภัย

-กำหนดให้จังหวัดสนับสนุนการเดินและการใช้จักรยาน ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม

-กำหนดให้เดินและจักรยาน เป็นระเบียบวาระของ อปท.

-กำหนดพื้นที่จำกัดความเร็วยานยนต์

-มีสัญลักษณ์ชัดเจน แสดงช่องทางเดิน ทางจักรยานในเขตชุมชน

**สำนักนายกรัฐมนตรี** กำหนดให้เรื่องเดิน-จักรยานเป็นนโยบายหลัก ประสานหน่วยงานรัฐในการนำนโยบายนี้ไปปฏิบัติ

**สสส.**รณรงค์การสร้างองค์ความรู้เพื่อผลักดันนโยบาย และเพื่อสร้างพฤติกรรมสุขภาพด้วยการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน

และล่าสุดในปี 2558 ได้มีประกาศจากกระทรวงมหาดไทยถึงผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัดขอความร่วมมือในการดำเนินงานการจัดระบบและโครงสร้างเพื่อส่งเสริมการเดินและการใช้จักรยาน

ในชีวิตประจำวัน ยิ่งไปกว่านั้น การที่พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี กล่าวในรายการคืนความสุขให้คนในชาติ ออกอากาศเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2557 (ดังที่ชมรมฯ ได้นำมารายงานแบบคำต่อคำไปแล้วนั้น) ว่า “รัฐบาลจะเร่งส่งเสริมให้มีเส้นทางจักรยานที่ปลอดภัยให้ผู้ขับขี่มากขึ้นให้ทั่วถึงทุกภูมิภาค และอาจจะสามารถเชื่อมโยงให้เกิดเส้นทางจักรยานเพื่อการสัญจรและการท่องเที่ยว โดยขอให้มีในพื้นที่ทุกจังหวัดและทุกพื้นที่” และกล่าวว่า กระทรวงมหาดไทยพิจารณาแล้ว เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล จึง “ขอความร่วมมือจังหวัดแจ้งส่วนราชการ พิจารณาดำเนินการรณรงค์สร้างจิตสำนึกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนร่วมกันของผู้ใช้รถยนต์และรถจักรยาน”

“การจัดระบบและโครงสร้างเพื่อส่งเสริมการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน” (ซึ่งเป็นมติ ๕.๑ ของสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ ๕ พ.ศ.๒๕๕๕) ในหัวข้อ “ที่จอดรถจักรยาน” และ “การรณรงค์” โดยเรื่องการรณรงค์นี้มีหัวข้อย่อยให้ตอบสามหัวข้อคือ ด้านการใช้จักรยาน ด้านความปลอดภัย และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยให้บอกด้วยว่าได้ทำกิจกรรมใด พร้อมแนบภาพกิจกรรมนั้นไปด้วย คำสั่งนี้ยังผลให้ ผู้ว่าราชการจังหวัดต่างๆ ได้มีหนังสือสั่งการต่อลงไปถึงนายอำเภอและนายกเทศมนตรีของเทศบาลและองค์การบริหารในระดับเมืองและระดับตำบล

เรื่องราวที่เกิดขึ้นนับเป็นเรื่องราวของจักรยานและเด็กชายตัวเล็กๆคนหนึ่ง สู่การเป็นประธานชมรมจักรยานฯ ที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย ที่ ค่อยๆพลิกให้เห็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงของสังคม สะท้อนให้เห็นถึงจุดเล็กๆที่พลิกสิ่งใหญ่ได้ หากทั้งนี้ก็ถูกเคลื่อนโดยคนที่พิเศษ คนที่กล้าคิดต่าง กล้ายืนหยัดในสิ่งที่ตนเชื่อ แม้ว่าสิ่งนั้นอาจไม่ได้เป็นที่ยอมรับของสังคมหรือจะเรียกว่าเขามีความเบี่ยงเบนเชิงบวกก็เป็นได้ แต่เขาก็ใช้ความทุ่มเท และตั้งใจ ประกอบกับความรักที่มีกับจักรยานและคนในชุมชนจักรยานไทย ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาข้างต้น

**2.มิติด้านนโยบายสาธารณะในสถานศึกษา**

**เรื่องราวที่ 2**

**เรื่องราวของ ผศ. สุรพนธ์ ตุ้มนาค กับการผลักดันสถานศึกษาจักรยานตัวอย่าง**

หากย้อนกลับไปที่ประกาศของคณะรัฐมนตรีพฤศจิกายน 2556 ที่คณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบและมอบหมายให้หน่วยงานต่างๆทั้ง 10 กระทรวงนำไปปฏิบัติให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม หนึ่งในนั้นคือกระทรวงศึกษาธิการโดยมีการ ให้สถานศึกษามีหลักสูตรความรู้ และพัฒนาทักษะการเดินและการใช้จักรยาน ส่งเสริมให้เดินหรือใช้จักรยานมาโรงเรียน จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเอื้อให้เด็กเดินและใช้จักรยานในสถานศึกษา

นโยบายสาธารณะที่ได้รับการผลักดันเกิดขึ้นภายใต้กระทรวงศึกษาธิการ ที่เห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมให้มีการใช้จักรยานในสถานศึกษา เพื่ออำนวยความสะดวกให้เด็กใช้จักรยานมากขึ้น นโยบายที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้า

ธนบุรี ซึ่งได้นำเอาจักรยานมาผนวกกับสิ่งที่เรียกว่านวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (KMUTT) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของกลุ่มชุมชนจักรยานในระดับที่เป็นสถานศึกษา การเป็นมหาวิทยาลัยที่ส่งเสริมเรื่องนโยบายสิ่งแวดล้อม Green เป็นพันธกิจที่สำคัญที่มหาวิทยาลัยยึดถือจนทำให้มหาวิทยาลัยก้าวไปติดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียวจากการจัดอันดับในระดับโลก อีกหนึ่งประเด็นที่สำคัญของมหาวิทยาลัยคือ การเป็นมหาวิทยาลัยที่เชี่ยวชาญในเรื่องของเทคโนโลยี และวิศวกรรม ดังนั้น การนำเอาเทคโนโลยีมาผนวกกับจักรยานในมิติต่างๆจึงเกิดขึ้นเป็น นวัตกรรมที่เกี่ยวกับจักรยาน เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ และก่อให้เกิดการแพร่กระจายขยายในวงกว้างและเป็นตัวอย่างแก่สถาบันการศึกษาอื่นๆ

*รูปภาพที่ 23 ภาพกิจกรรมการปั่นจักรยานของคณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภายใต้ภาพที่เกิดขึ้นข้างบนนี้ ส่วนหนึ่งเกิดจากแรงพลังสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดจากเรื่องราวของ อาจารย์คนหนึ่งที่ชื่อ ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ จากการได้พูดคุยสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเกต ผู้วิจัยพบว่า อาจารย์เป็นบุคคลที่นักศึกษานิยมชมชอบเป็นอย่างมาก ยิ่งไปกว่านั้น อาจารย์จะเป็นคนที่เข้าถึงได้ง่าย จึงไม่น่าแปลกใจที่ใครในมหาวิทยาลัยจะเรียกอาจารย์สั้นๆว่า อาจารย์ตุ้ม

อันที่จริงแล้ว หากย้อนไปตั้งแต่เด็กอาจารย์ตุ้มก็เป็นเด็กที่คลั้งไคล้จักรยานเช่นกัน แต่ด้วยความที่รักจักรยานมากจนเมื่อจักรยานที่รักหายไป อาจารย์ก็เลยหยุดขี่ไปชั่วระยะหนึ่ง แต่สิ่งที่เปลี่ยนไป เมื่อ 4 ปีที่ผ่านมาใน กระแสการปั่นจักรยานในกรุงเทพฯ ได้ช่วยขับเอาความรัก ความอยากปั่นจักรยาน ที่เคยแฝงอยู่ในตัวอาจารย์กลับออกมาอีกครั้ง

อาจารย์จึงเป็นคนแรกๆในมหาวิทยาลัย ที่ออกมาขี่จักรยานโดยขี่จากบ้านมายังมหาวิทยาลัยในช่วงแรกๆ ตอนที่มหาวิทยาลัยยังไม่มีที่จอดจักรยานอย่างในปัจจุบัน เราจะเห็นภาพอาจารย์ตุ้มที่แบกจักรยานคันเก่งขึ้นไปไว้ที่ห้องทำงานแทบทุกเช้า สาเหตุก็เพราะยังกลัวขโมยอยู่นั่นเอง

อาจารย์ตุ้มเป็นนักสังเกต นักตั้งคำถาม และที่สำคัญนักแก้ไข อาจารย์ก็เลยไม่ปล่อยให้ความกลัวที่เคยติดมีมาค้างอยู่ในใจ ดังนั้น จึงคิดหาวิธีการที่จะช่วยเหลือให้ทุกคนได้จุดจอดจักรยานที่ปลอดภัย

*“เรื่องความปลอดภัยในการจอด ซึ่งตอนนี้เราพยายามแก้เรื่องจุดจอดที่ปลอดภัยเพื่อให้เด็กมั่นใจ เพราะบุคลากรอย่างตอนนี้ก็จริง อย่างอาจารย์ก็จะยกจักรยานขึ้นไปจอดในออฟฟิส เพราะกลัวหาย แต่เด็กไม่มีที่ เพราะฉะนั้นเราจึงต้องสร้างความมั่นใจให้กับเด็กๆ”*

(ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2558)

*รูปภาพที่ 24 ภาพKMUTT GREEN BIKE*

ไอเดียในวันนั้นของอาจารย์ตุ้มกลายมาเป็นที่มาของสิ่งที่เรียกว่า KMUTT GREEN BIKE หรือนักศึกษาจะเรียกกันติดปากว่า “ตึกกรีน” สถานที่ซึ่งเป็นจุดนัดพบของคนที่ปั่นจักรยานในมหาวิทยาลัย ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางมหาวิทยาลัย และ มีทั้งส่วนที่เป็นจุดจอด จุดซ่อม จุดพักรถเพื่อนั่งพัก กลายเป็นจุดที่เรียกว่าหัวใจของมหาวิทยาลัยแห่งใหม่เลยก็ว่าได้

สิ่งที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับสิ่งที่มหาวิทยาลัยมีเป้าหมายอยู่พอดี นั่นคือการมีวิสัยทัศน์ในการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว ซึ่งเป็นสิ่งที่มหาวิทยาลัยภาคภูมิใจเป็นอย่างมาก

*“มหาวิทยาลัยเรามีโครงการที่เรียกว่า Green University ซึ่งหมายถึงทั้งสิ่งแวดล้อม และพลังงาน ซึ่งเราได้เป็นที่ 1 ของระดับในประเทศในครั้งแรก พอเราได้ที่ 1 เราจึงกลายเป็นตัวอย่างให้มหาวิทยาลัยอื่น”*

(ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2558)

ซึ่งเรื่องจักรยานมันก็เกี่ยวโยงกับเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน แต่เดิมทีอาจพอมีคนที่ปั่นอยู่บ้าง แต่จะเป็นลักษณะต่างคนต่างปั่น อาจารย์ตุ้มเลยใช้การเข้าไปพูดคุย ไปเชื่อมโยง

*"เลยลองไปคุยไปดูคนที่โดดเดี่ยวที่ปั่นจักรยานมา ทั้งคนที่ปั่นมาทำงาน ปั่นออกกำลังกาย ซึ่งหน่วยงานที่ดูแลเรื่อง Green University ก็เล็งเห็นด้วย"*

(ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2558)

การเชื่อมโยงของอาจารย์ ทำให้ชมรมเล็กๆ เป็นชมรมจักรยานของนักศึกษา ที่ไม่ได้รับความสนใจ อาจารย์ได้ใส่เรื่องความสร้างสรรค์ เกิดการนำนวัตกรรมต่างๆมาประยุกต์กับจักรยาน กิจกรรมต่างๆที่น่าสนใจ ก่อให้เกิดความสนใจในหมู่นักศึกษามากขึ้น

*"เราเลยเอาจักรยานมาซ่อมใหม่และก็ให้ปั่นกัน เริ่มเชื่อมโยงบุคลากร ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับจักรยานมาไว้ด้วยกัน มาคุย เชื่อมต่อกับองค์กรภายนอกด้วยอย่างโค้กก็เข้ามาสนับสนุน เริ่มเป็นรูปเป็นร่างเกิดทริปการปั่นจักรยานไกล้ไกล การสอนการปั่น การสอนการซ่อมจักรยานเกิดขึ้น และการทำทริปมันก็เลยช่วยให้เกิดวงกว้างขึ้น เริ่มรู้จัก ทริปอื่นๆ เริ่มรู้จักสื่อ มันก็เริ่มโตขึ้น โตขึ้นเรื่อยๆ"*

(ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2558)

และการนำเอาจักรยานเข้ามาประยุกต์กับหลักสูตร "วิชาเรียนที่เกี่ยวกับการขี่จักรยาน" GEN ED (General Education) หรือวิชาศึกษาทั่วไปก็เป็นสิ่งที่อาจารย์ตุ้มได้สร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดขึ้นจริง

*"วิชา GEN ED จักรยานเข้ามาอยู่ในนี้ ทั้งทางนวัตกรรมก็ใช่ ทั้งทางด้านสังคมก็ใช่ การทำทริป การบริหารการจัดการ มันได้หลายเรื่องมาก เป็นวิชาพื้นฐานทางสัมคมศาสตร์ที่ทุกสาขาต้องเรียน"*

(ผศ. สรุพล ตุ้มนาค,สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2558 )

นับมาจนวันนี้ หากกล่าวถึงสถานศึกษาที่เป็นตัวอย่างด้านจักรยาน และนโยบายที่เกี่ยวกับจักรยานในสถานศึกษา ต้องเรียกได้ว่ามี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีอยู่ในนั้นอย่างแน่นอน เรื่องราวเล็กๆของอาจารย์ผู้รักจักรยานที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งมหาวิทยาลัย นับว่าเป็นเพราะบุคลิกลักษณะพิเศษของเขา การเป็นผู้รักจักรยานที่ไม่กลัวที่จะแก้ไข และมีจิตใจที่พร้อมจะแพร่ขยายอย่างมุ่งมั่น ทั้งหมดนี้เป็นกุญแจสำคัญที่ผลักดันให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มาอยู่ในแถวหน้าของชุมชนจักรยานไทยในมิติตัวอย่างด้านสถานศึกษาที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และเป็นหนึ่งในเป็นสถานศึกษาในประเทศไทยที่มีนโยบายเกี่ยวกับจักรยานให้เห็นเป็นประจักษ์มากที่สุดแห่งหนึ่ง

**3.มิติด้านนโยบายสาธารณะที่เกี่ยวกับจักรยานในระดับเมือง**

**เรื่องราวที่ 3**

**เรื่องราวของ คุณ นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล สู่ Bangkok Bicycle Campaign และ การเปลี่ยนแปลงทางจักรยานในกรุงเทพฯ**

หากย้อนกลับไปมองชีวิตของผู้หญิงคนหนึ่งที่ชื่อ “แนน นนลนีย์”ก่อนที่จะมาได้ “รู้จัก” กับจักรยาน ก็คงเหมือนกับคนทำงานทั่วไป ที่ภาพชีวิตของเธอก็คือมนุษย์เงินเดือนที่ทุกเช้าต้องรีบตื่นไปทำงาน ต้องฝ่าวิกฤตจราจรที่กรุงเทพฯ เป็นอยู่ และใช้เวลาบนท้องถนนเกินกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน ชีวิตของเธอได้ดำเนินเช่นนี้ตลอดมา

และ เมื่อ 5 ปีที่ผ่านมาทุกอย่างได้เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเธอได้ลองสัมผัสกับการปั่นจักรยาน จากการใช้เพื่อคลายปัญหารถติด เธอเริ่มหลงรักจักรยาน และเธอก็เริ่มปั่นทุกวัน ปั่นไปไกลขึ้น เธอเริ่มได้เห็นมุมมองใหม่ๆที่ไม่เคยเห็นมาก่อนในกรุงเทพฯ จักรยานถือเป็นเครื่องเปิดโลกใบใหม่ของเธอ ซึ่งนั่นเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของชีวิตเธอเลยก็ว่าได้เพราะหลังจากนั้นไม่นานเธอก็ได้ผันตัวเองจากวิถีพนักงานออฟฟิศมาเป็นผู้ผลักดันนโยบายสาธารณะเกี่ยวกับจักรยานที่สำคัญคนหนึ่งของประเทศไทย

เธอเริ่มจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพียงอย่างเดียว ในการสร้างชุมชนจักรยานที่ชื่อว่า Bangkok Bicycle Campaign นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับจักรยานในแง่มุมต่างๆ ภาพที่ไปปั่นตามซอกซอย ข้อมูลเกี่ยวกับทริปจักรยาน เกร็ดความรู้เรื่องจักรยาน สิ่งที่เกิดขึ้นจากกลุ่มคนเล็กๆ ก็เริ่มแพร่ขยายอย่างรวดเร็ว ซึ่ง ณ ปัจจุบัน สมาชิกในกลุ่มมีร่วม 50,000 ผู้ติดตาม

แล้ว Bangkok Bicycle Campaign ก็เริ่มพูดเรื่องที่ “หนัก” ขึ้น เริ่มมีการนำเสนอข้อเรียกร้อง เริ่มนำเสนอบทเรียนนโยบายสาธารณะที่สำคัญจากต่างประเทศ และเริ่มรณรงค์เกี่ยวนโยบายสาธารณะเกี่ยวกับจักรยานอย่างจริงจัง

ตัวอย่างหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือ กรณีของทางจักรยานที่ได้รับการปรับปรุงที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร มีส่วนมาจากการผลักดัน ที่เกิดขึ้นจากการผลักดัน ของ Bangkok Bicycle Campaign ซึ่งนำโดย นนลนีย์ นั่นก็คือการเรียกร้องขอปรับพื้นผิวถนนเพื่อให้เอื้อต่อการปั่นจักรยานที่ปลอดภัย และการสนับสนุนให้เกิดทางจักรยานในกรุงเทพฯ อันเนื่องมาจากฝาตระแกรงท่อที่เป็นอุปสรรคในการสัญจร สิ่งที่คุณ นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล ใช้กลยุทธที่น่าสนใจ นั่นคือการดึงเอาพลังของสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) มาเป็นแรงผลักดันในการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ กลายเป็นเรื่องที่ได้รับการตอบสนองในชั่วข้ามคืน

*“ด้วยความที่ฝาท่อบนถนนเยอะมาก วันนึงมันมีแอพพลิเคชั่นชื่อ Change.orgออกมา เราก็เข้าไปบอกเค้าว่าถ้าเปลี่ยนฝาท่อนะคนจะเปลี่ยนมาปั่นจักรยานได้สบายขึ้น เราก็เข้าไปร่วมสร้างแคมเปญตัวนั้นออกมาเรื่องเปลี่ยนฝาท่อแล้วก็ทุกๆคนจะรู้ว่าปั่นจักรยาน มันไม่ได้มีปัญหาอะไรมากแค่พื้นเรียบๆก็ปั่นได้ ปัญหาคือฝาท่อที่มันเป็นร่องตะแกรงที่เป็นแนวตั้ง ไม่ใช่แนวของมัน เราก็เป็นคน*

*ชวนปั่นพอเราเห็นน้องๆโพสขึ้นมาว่าผมล้มก็รู้สึกขึ้นมาว่าทำไม ไม่ดูแลน้อง เราทำอะไรได้บ้าง พอมันมีแคมเปญนี้ปุ๊บเราก็แชร์ออกไปว่าช่วยกันลงชื่อหน่อย หัวหน้ากลุ่มแต่ละกลุ่มก็ช่วยกันไปแชร์และช่วยกันโพส"*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557 )

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกลายเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน โดยผู้ที่มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงทางจักรยานที่เกิดขึ้น จากกรุงเทพมหานครได้เปลี่ยนขนาดของฝาท่อจากการเข้าไปร่วมลงรายชื่อสนับสนุนกันของกลุ่มชุมชนจักรยานที่ทำผ่านสื่อออนไลน์

*"ใช่เร็วมาก คือ ตอนแรกได้รับโทรศัพท์มาบอกว่าเลิกเอาอีเมลล์ส่งไปใช้ได้แล้ว เราก็บอกว่าถ้า ตราบใดไม่เปลี่ยนเราก็จะไม่หยุดส่ง เหมือนกับว่าพอเราเอาอีเมลล์นั้นส่งไปมันจะมีอีเมลล์เด้งเข้าไปหาผู้ว่าหรือใครที่เป็นผู้ใหญ่บ้านเมือง เช่น สำนักจราจร ที่เราใส่เข้าไปมันก็จะเด้งตลอด คนนี้ซับมิทปุ๊บก็จะเด้งเข้าไป สมมติมีคนส่ง3,000อีเมลล์ก็ไปหาที่เค้า3,000 เค้าบอกว่าผมไม่สามารถหางานผมได้เลยว่าอีเมลล์งานผมอยู่ไหนช่วยลบได้มั้ย...ในวันรุ่งขึ้นก็มีประกาศจากทางผู้ว่าฯบอกว่าปฏิบัติการเปลี่ยนฝาท่อ แต่ว่าต้องรองบประมาณ ของแต่ละฝ่าย แต่สิ่งที่เห็นคือเส้นถนนจันทร์ทั้งเส้นมันถูกแก้ไขเข้าขึ้นมามันจะมีเหล็กแผ่นนึงมา แปะวางทับไว้ มันก็ไม่ได้ดีขึ้นมากกว่าเดิมเท่าไหร่แต่มันก็เห็นว่าเค้าได้ทำอะไรแล้วบ้าง จากสิ่งที่คนไม่กี่พันคนได้ร่วมกันลงชื่อ"*

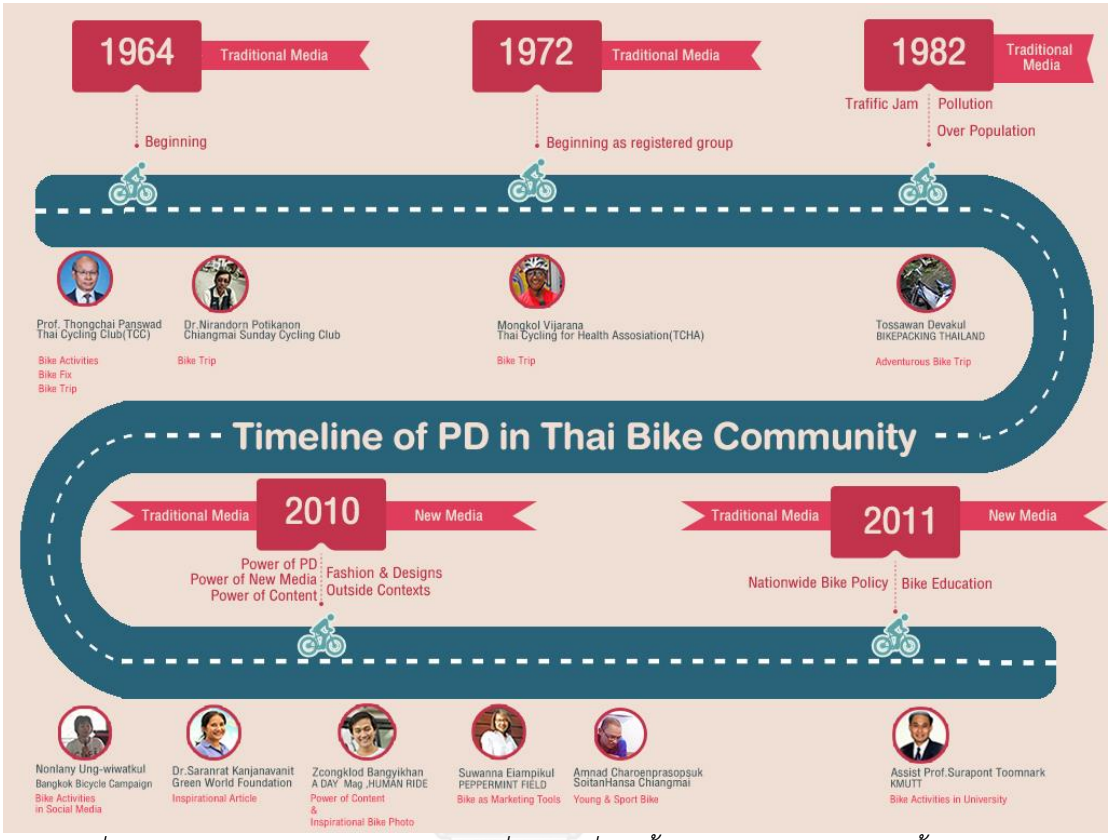
(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

จนในท้ายที่สุดเกิดการเปลี่ยนแปลงฝาท่อที่มีทั่วกรุงเทพมหานคร ยังผลทำให้กลายเป็นกรณีตัวอย่างที่ทำให้เห็นว่าเรื่องราวเล็กๆที่เกิดขึ้นสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้ซึ่งก็ล้วนมาจากพลังของเรื่องราวและกลุ่มคนในชุมชนจักรยานที่ช่วยกันส่งเสียงไปยังมีอำนาจจนกลายเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงชั่วข้ามคืน

*"ใช่ๆ เค้าก็ประกาศออกมาว่าจะเปลี่ยนฝาท่อ ฝาท่อรุ่นใหม่ๆที่เค้าสั่งมาก็จะต้องสั่งแนวขวางเท่านั้นจะไม่สั่งแนวตั้งมา แต่ว่าอันเก่าๆก็ต้องทยอยเปลี่ยนตามวาระงบประมาณ...พี่ว่าการรวมพลังของคนทั่วๆไปนี่แหล่ะ ของผู้ใช้หรือชาวบ้านทั่วไป นี่แหล่ะคือพลังสำคัญในการเปลี่ยนเมืองให้มันน่าอยู่มากขึ้น"*

(นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล,สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2557)

**ผลการวิเคราะห์เชิงบริบทของเรื่องราวที่ปรากฏในชุมชนจักรยานไทย**




*รูปภาพที่ 25 แผนภาพแสดงการปรากฏของเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชนจักรยานไทยตั้งแต่ยุคทศวรรษที่ 1960-ปัจจุบัน*

หากวิเคราะห์การปรากฏของเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชนจักรยานไทยจะพบว่า เรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นเกิดขึ้นจากปัจจัยด้วยบริบทต่างๆที่เข้ามาเป็นส่วนประกอบในการผลักดันนโยบายให้เกิดขึ้น โดยในยุคทศวรรษที่ 1960 เรื่องราวของจักรยานยังเป็นเรื่องราวที่เกิดการรวมกลุ่มอยู่ในระดับกลุ่มเล็กๆ อันเป็นกลุ่มที่ก่อตั้งโดย ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของขบวนการขับเคลื่อนของกลุ่มจักรยานในประเทศไทย เช่นเดียวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่ ซึ่งถูกผลักดันและก่อร่างสร้างขึ้นโดย ดร.นิรันดร โพธิกานนท์

จะเห็นได้ว่ารูปแบบที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับการรวมกลุ่มกัยของผู้ที่รักจักรยานและขี่จักรยาน กรณีหนึ่งที่เห็นได้คือการรวมกลุ่มกันของชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่ ที่มีการรวมกลุ่มมาตั้งแต่ปี 2539 มีการสื่อสารทั้งภายในกลุ่ม และการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นๆ อาทิ

1. ชมรมจักรยานหิ่งห้อย 2. ชมรมเรารักจักรยานสารภีเชียงใหม่ 3. ชมรมสัญจรปลอดควัน คณะแพทยศาสตร์ มช. 4.ชมรมจักรยานคณะทันตแพทย์ มช.

ทั้งนี้ก็เพื่อการสื่อสารรวมกลุ่มและมีการต่อสู้เพื่อการเพิ่มพื้นที่การขี่จักรยานในเชียงใหม่อย่างเป็นรูปธรรม เช่นการเสนอให้ทำช่องเดินรถจักรยานสวนมาได้ ในถนนจราจรทางเดียว ซึ่งอนุกรรมการจัดการจราจรทางบก จ.เชียงใหม่เห็นชอบตั้งแต13 กันยายน2547 จนถึงสิ้นปี 2551 ได้แก่

1. ถนนลอยเคราะห์-ราชมรรคา ผ่านย่านนักท่องเที่ยวนอกคูเวียงเชื่อมกับภายในคูเวียง
2. ถนนช้างม่อย-ราชวิถี ผ่านย่านการค้าและที่อยู่อาศัยนอกคูเวียงสู่ที่ตั้งอำเภอเมืองภายในคูเวียง
3. ถนนเจริญประเทศ ผ่านย่านที่อยู่อาศัย ที่พักนักท่องเที่ยวและโรงเรียน 4 แห่ง

ยิ่งไปกว่านั้นยังมีการจัดประชุมสัมมนาอาทิเรื่องการจราจรที่ปลอดภัยแก่ผู้ใช้จักรยาน แก่สื่อมวลชนเพื่อสื่อสารออกไปสู่สังคม กระบวนการเหล่านี้ที่เกิดขึ้นเป็นเพียงเศษเสี้ยวตัวอย่างที่เกิดขึ้น ของการรวมกลุ่มที่เกี่ยวเนื่องกับจักรยาน การรวมกลุ่มของเครื่อข่ายอื่นๆ อาทิ ก็ยังคงดำเนินต่อไปในลักษณะที่คล้ายกัน อาจแตกต่างกันบ้างในประเด็นของการขับขี่ อาทิ ชมรมจักรยานฟิกส์เกียร์ที่เน้นเรื่องของการออกแบบจักรยาน ชมรมจักรยานผาดโผนที่เน้นเรื่องของจักรยานเพื่อการแสดง

ภาพของการเกิดขึ้นในยุค ทศวรรษที่ 1970 เกิดขึ้นทำให้เห็นภาพของการจัดตั้งสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย โดยได้เริ่มมีการจดทะเบียนในฐานะสมาคมเพื่อมีการดำเนินการและมีการรวมรวบระบบสมาชิกอย่างชัดเจน และเริ่มมีการดำเนินการในลักษณะคณะกรรมการให้เห็นอย่างชัดเจน เป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2534 มิใช่จุดมุ่งหมายเพื่อการแข่งขัน นอกจากนั้น การขี่จักรยานมีประโยชน์หลายประการสำหรับสังคม อาทิ การขี่จักรยานเป็นทางเลือกหนึ่งของการขับขี่ที่ปลอดภัย ทำให้ผู้ขับขี่มีความแข็งแรง มีความสนุกสนาน ประหยัด และลดมลพิษ โดย ศ.ดร. ธงชัย ได้เคยตั้งเป้าหมายในแรกเริ่มของการก่อตั้งชมรมว่า ในระยะเวลา 10 ปีจะต้องมีการสร้างทางสำหรับจักรยาน (Bike lane) แต่เมื่อเวลาผ่านไปเริ่มเห็นว่าการรณรงค์ให้มีการสร้างทางกายภาพกลับเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยอื่นๆมาเกี่ยวข้องมากมาย ฉะนั้นจึงได้เปลี่ยนเป้าหมายเป็นการสร้างกระแสให้คนมีความต้องการใช้จักรยานมากขึ้น โดยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของชมรมดังนี้

1. ส่งเสริมการใช้จักรยานในทุกกิจกรรม เช่นเพื่อสุขภาพ คมนาคม ท่องเที่ยว สันทนาการ เป็นต้น
2. ส่งเสริมการแก้ไขปัญหาจราจรด้วยจักรยาน
3. เป็นองค์กรประสานระหว่างผู้ใช้จักรยานทั่วประเทศ
4. อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
5. ร่วมทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์

การก่อตั้งของชมรมที่เกิดขึ้นนั้นตั้งอยู่บนรากฐานของการเป็นองค์กรที่มีลักษณะจำเพาะที่แตกต่างจากองค์กรรัฐอย่างสิ้นเชิงกล่าวคือ เป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก ไม่ซับซ้อน และมีความคล่องตัวในการทำงานเพื่อการขับเคลื่อน โดยทำงานภายใต้หลักสำคัญของประชาสังคมคือ

การก่อตั้งของชมรมที่เกิดขึ้นนั้นตั้งอยู่บนรากฐานของการเป็นองค์กรที่มีลักษณะจำเพาะที่แตกต่างจากองค์กรรัฐอย่างสิ้นเชิงกล่าวคือ เป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก ไม่ซับซ้อน และมีความคล่องตัวในการทำงานเพื่อการขับเคลื่อน โดยทำงานภายใต้หลักสำคัญของประชาสังคมคือ

จิตสำนึกประชาสังคม (Civil consciousness)

เนื่องจากชมรมมีแนวคิดและอุดมคติที่ไม่ถูกอิทธิพลครอบงำ จุดร่วมที่กรรมการและสมาชิกต่างมีเหมือนกันนั่นคือจิตสำนึกร่วมกันในเรื่องประโยชน์ของจักรยาน ทั้งในแง่ของสุขภาพ การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและปัญหาจราจร สิ่งที่ต้องการตามมาคือการขับขี่จักรยานที่ปลอดภัย จิตสำนึกเหล่านี้ได้ก่อให้ชมรม มีความพยายามในการผลักดันให้มีการสร้างนโยบายสาธารณะและสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการขับขี่จักรยาน คือการสร้างทางจักรยานในถนนสายต่างๆ

นอกจากนั้นสิ่งที่สัผัสได้คือการมารวมตัวด้วยความรักในสิ่งเดียวกันนั่นคือการขี่จักรยาน มีความเอื้ออาทรต่อกัน ทุกครั้งที่มีการจัดทริปจักรยาน ผู้ขี่จักรยานที่แข็งแรงกว่าก็จะคอยดูแลผู้ขี่จักรยานที่ยังไม่แข็ง ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ค่อนข้างมีความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม สอดคล้องกับแนวการทำงานของชมรมที่มีลักษณะเป็นภาคี (partnership) และมีความสัมพันธ์ในแนวราบ (horizontal) ซึ่งเอื้อให้ทุกคนมีอิสระและเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

โครงสร้างของประชาสังคม (Civil organization)

ระบบของโครงสร้างที่เกิดขึ้นภายในชมรมนั้นมีลักษณะที่เป็น รูปแบบของคณะกรรมการ มีประธาน รองประธาน เลขานุการ บัญชี เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมเป็นระยะ โดยจะมีการประชุมคณะกรรมการทุกเดือน เพื่อกำหนดรายระเอียดกิจกรรม สรุปผล และวางแผนการดำเนินงาน

เครือข่ายประชาสังคม (Civil network)

ชมรมจะทำหน้าที่คอยเชื่อมประสาน กับสมาชิกทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งมีการสื่อสารกันผ่านทางจดหมายข่าว และเว็ปไซต์ เพื่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม ในขณะเดียวกันก็สร้างความแนบแน่นระหว่างกลุ่มไปด้วย

จากจุดเริ่มต้นที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2534 นั้นเป็นจุดประกายแรกของการทำงานเพื่อขับเคลื่อนและค่อยๆผลักดันนโยบายไปพร้อมๆกัน แม้ในยุคทศวรรษ ที่ 1980 ด้วยกระแสการหลั่งไหลเข้ามาของรถยนต์ และการขยายตัวของบริบทชุมชนเมือง แต่กลุ่มต่างๆของจักรยานก็ยังดำเนินไปด้วยความมุ่งมั่น ดังจะเห็นได้จาก มล.ทศวรรณ เทวกุลในฐานะตัวแทนภาพของกลุ่มคนที่ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันเพื่อการสัญจร ณ ขณะนั้น ภาพที่เกิด ขึ้น ตลอด 30 ทศวรรษที่ผ่านมา จึงเป็นตัวเน้นย้ำให้เห็นถึงความต่อเนื่องของการเคลื่อนนโยบายของชุมชนจักรยานผ่านภาพของเรื่องราวของกลุ่มคน

เหล่านี้ ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ. 2547 ทางชมรมจึงมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางชมรมให้กลายเป็นสมาคม และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มรูปแบบโดยเน้นไปที่การจัดกิจกรรมสำหรับสมาชิกเพื่อสร้างฐานของสมาชิกให้มากขึ้นผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยได้รับมติในที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี (รายงานการประชุมของชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย,2547) โดยมอบหมายให้คณะกรรมการไปดำเนินการตั้งเป็นสมาคม ให้มีชื่อว่า สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย โดยเน้นไปที่การจัดทริปจักรยานที่เกิดขึ้นได้แก่

- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- การท่องเที่ยวเชิงพุทธ
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- การท่องเที่ยวต่างประเทศ

ในขณะที่ชมรมจักรยานเดิมนั้นก็ยังคงอยู่ แต่เปลี่ยนรูปแบบมาเป็นการผลักดันในเชิงนโยบายอย่างเต็มรูปแบบผ่านการได้รับการสนุนหลักจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)ในปี 2554 ภายใต้โครงการที่มีชื่อว่า โครงการผลักดันการเดินและการใช้จักรยานไปสู่นโยบายสาธารณะของประเทศไทย ซึ่งมีผู้รับผิดชอบได้แก่คณะกรรมการกำกับทิศโครงการฯชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทยซึ่งเนื้อหาสาระหลักจะเน้นการผลักดันไปสู่นโยบายสาธารณะแห่งประเทศไทย โดยมีจุดประสงค์ คือ ความต้องการในการสร้างสังคมหรือชุมชนที่มีการเดินและการใช้จักรยานอย่างจริงจังในวิถีชีวิตประจำวันของคนไทยในบริบทต่างๆ ทว่าความเข้าใจและกระแสสังคมยังไม่ก้าวหน้าในระดับที่มากพอที่จะทำให้เกิดขึ้นได้จริงในสภาพการณ์ปัจจุบัน โดยทางชมรมภายใต้โครงการฯได้ออกแบบกระบวนการผลักดันออกเป็น 2 มาตรการ คือ 1) มาตรการด้านแรงกดดันทางวิชาการ และ 2) มาตรการด้านแรงกดดันทางสังคม จากสองแรงกดดันนี้โครงการฯเชื่อว่าจะสามารถโน้มน้าวให้ผู้มีอำนาจการตัดสินใจและ/หรือนักการเมืองหันมาสนใจและร่วมกับภาคีผลักดันให้เกิดเป็นนโยบายสาธารณะ ซึ่งจะเป็นต้นกำเนิดให้เกิดกฎ ระเบียบ รวมทั้งกฎหมายในระดับอื่นๆ เช่น พระราชบัญญัติ สำหรับเอื้ออำนวยให้การเดินและการใช้จักรยานในสังคมไทยเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย และปลอดภัย ซึ่งจะนำไปสู่สังคมสุขภาวะในที่สุด

แนวคิดเหล่านี้สอดคล้องกับสิ่งที่ทางชมรมภายใต้โครงการกำลังดำเนินอยู่ ตลอดระยะเวลาของการเคลื่อนผลักดันนโยบายตลอดกว่า 4 ทศวรรษที่ผ่านมาจะเห็นว่าโหนดของการขับเคลื่อนเล็กๆนี้ค่อยๆขยายใหญ่ขึ้น โดยโครงการฯได้ปฏิบัติงานในพื้นที่ 22 จังหวัดซึ่งกระจายอยู่ใน 6 ภูมิภาคของประเทศไทย ดังนี้

**ภาคเหนือ**

เชียงใหม่ มีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้จักรยาน และการประชุมสร้างเครือข่าย(สมาพันธ์)ผู้ใช้จักรยานสำหรับภาคเหนือตอนบน

พิจิตร มีงานสร้างชุมชนผู้ใช้จักรยานในพื้นที่อำเภอเมือง และการฝึกอบรมการดูแลซ่อมแซมจักรยาน

พิษณุโลก มีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้จักรยาน และงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเดินในพื้นที่มหาวิทยาลัยนเรศวร

อุตรดิตถ์ มีงานสร้างเครือข่ายประสานงานผู้ใช้จักรยานทั้งจังหวัด

**ภาคกลาง**

กรุงเทพมหานคร มีงานสำรวจศึกษาวิจัยและงานรณรงค์เกี่ยวกับการใช้จักรยานครอบคลุมทั่วพื้นที่, การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเดินในพื้นที่เขตปทุมวันและเขตลาดกระบัง, งานสร้างชุมชนผู้ใช้จักรยานในพื้นที่เขตภาษีเจริญ และการประชุมสร้างเครือข่าย(สมาพันธ์) ผู้ใช้จักรยานระดับประเทศ

สมุทรปราการ มีการจัดค่ายจักรยานสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน(อสม.)จากโรงพยาบาลสุขภาพตำบล(รพ.สต.)ในพื้นที่อำเภอเมือง

สุพรรณบุรี มีงานสร้างชุมชนผู้ใช้จักรยานในพื้นที่อำเภอเดิมบางนางบวช, งานสร้างเครือข่ายประสานงานผู้ใช้จักรยานทั้งจังหวัด, การประชุมสร้างเครือข่าย(สมาพันธ์)ผู้ใช้จักรยานสำหรับภาคกลางและภาคตะวันตก, และการจัดทริปสะอาดในพื้นที่อำเภอด่านช้าง

**ภาคตะวันออก**

ปราจีนบุรี มีงานสร้างเครือข่ายประสานงานผู้ใช้จักรยานทั้งจังหวัด

ชลบุรี มีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้จักรยาน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ขอนแก่น, มหาสารคาม, เลย และ อุบลราชธานี มีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้จักรยาน

นครราชสีมา มีการจัดทริปสะอาดในพื้นที่อำเภอปากช่อง

**ภาคตะวันตก**

ราชบุรี มีค่ายจักรยานสำหรับเยาวชน และการฝึกอบรมการดูแลซ่อมแซมจักรยาน

**ภาคใต้**

กระบี่ มีงานสร้างชุมชนผู้ใช้จักรยานในพื้นที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีกระบี่อำเภอเมือง อำเภอเหนือคลอง และอำเภอเขาพนม, งานสร้างเครือข่ายประสานงานผู้ใช้จักรยานทั้งจังหวัด, ค่ายจักรยานสำหรับเยาวชน และการฝึกอบรมการดูแลซ่อมแซมจักรยาน

ชุมพร, ตรัง และนครศรีธรรมราช มีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้จักรยาน

นราธิวาส มีการนำเด็กนักเรียนจากพื้นที่อำเภอบาเจาะไปเข้าค่ายจักรยานสำหรับเยาวชน 2 ครั้ง

สงขลา มีการประชุมสร้างเครือข่าย(สมาพันธ์)ผู้ใช้จักรยานสำหรับภาคใต้ตอนล่าง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สุราษฎร์ธานี มีการจัดทริปสะอาดในพื้นที่อำเภอบ้านตาขุน อำเภอคีรีรัฐนิคม

การขับเคลื่อนเล็กๆน้อยๆเหล่านี้จึงดำเนินไปอย่างช้าๆหากแต่แฝงพลังเอาไว้ อย่างไรก็ตามเมื่อมองในเชิงภาพรวมนั้นจะเห็นได้ว่าการก่อเครือข่ายของผู้ขี่จักรยานยังแตกกระจาย ซึ่งเป็นไปตามความสนใจของแต่ละกลุ่ม จุดนี้ การสื่อสารจะเข้ามามีบทบาท เพื่อสร้างการเชื่อมโยงของกลุ่มเหล่านี้ จาก S M C R ทั้งหมดกระบวนของการสื่อสาร ที่ผู้ขี่จะเป็นทั้ง S ในแง่ผู้ส่งสาร ผู้สื่อสารประเด็นเกี่ยวกับจักรยาน ทั้ง M ผ่านชุดการสื่อสารที่แสดงออกมาทั้งการสื่อสารภายในกลุ่ม ภายนอกกลุ่ม ผ่านจักรยานใน ฐานะ M ด้วยช่องทางฉCรูปแบบต่างๆ และ Rผู้รับสารก็จะเป็นทั้งผู้ที่ขี่จักรยานเอง ภาคประชาชน และรัฐ เหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างเครือข่ายทั้งสิ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่เหล่าชมรมต่างๆ อาจพอมีบ้างแต่ขาดแรงหนุนเสริมจากภาครัฐ และวิชาการ

ในขณะที่ยุคทศวรรษที่ 2000 ถือได้ว่าเป็นจุดที่ทำให้เห็นว่าเรื่องราวของจักรยานในมิติต่างๆ ถูกแพร่กระจายไปในวงกว้างมากขึ้นอันประกอบไปด้วยการขาลรับกระแสที่เกิดขึ้นจากกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก อันได้แก่ คุณนนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล คุณทรงกลด บางยี่ขัน คุณสุวรรณา เอี่ยมพิกุล คุณอำนาจ เจริญประสพสุข ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ และ ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค ส่งผลให้เห็นการเปลี่ยนแปลงอันประกอบด้วย ผลของการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ที่เข้ามาประสมประสานช่องทางการสื่อสารต่างๆไปยังกลุ่มคนที่กว้างขวางมากขึ้นผ่านการใช้เรื่องราวและการสร้างวาระสาธารณะในรูปแบบผ่านทั้งสื่อหลักและสื่อใหม่ อันเป็นจุดที่ทำให้เรื่องราวของจักรยานได้ความสนใจในสาธารณะมากขึ้น อีกทั้งจักรยานยังเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับกระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติ การประหยัดพลังงาน และ เป็นการขาลรับกระแสคนรักสุขภาพได้เป็นอย่างดี อันส่งผลให้เกิดความเข้นมแข็งของเครือข่ายมากขึ้นและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายอันเป็นที่ประจักษ์ในที่สุด

Chulalongkorn University

# บทที่ 5
# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

**งานวิจัยเรื่อง "บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย"** เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยโดยการสังเกต (Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จุดประสงค์ในงานวิจัยชิ้นนี้คือ

1.เพื่อศึกษาคุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย

2.เพื่อค้นหาบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ที่มีต่อการแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ

3.เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ

สรุปผลการวิจัย

**ผลการวิจัยพบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกจำนวนทั้งหมด 10 คน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ปั่นจักรยานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีการสื่อสารและรวมกลุ่มเพื่อรณรงค์มาจนถึงปัจจุบัน**

**1.ยุคก่อนทศวรรษ 2000**

**ผลการวิจัยได้บ่งชี้ตัวแทนกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก 4 คน ได้แก่ ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ดร.นิรันดร โพธิกานนท์ คุณมงคล วิจะระณะ และ มล.ทศวรรณ เทวกุล ซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนคนปั่นจักรยานทั้งในระดับส่วนกลางและภูมิภาค โดยปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันมาตั้งแต่ ยุค 1960 มาจนถึงปัจจุบัน ยังไม่แพร่หลายมากนัก เริ่มมีการจัดการออกทริป มีการเริ่มรวมกลุ่มก่อตั้งชมรมฯ และใช้การสื่อสารในรูปแบบสื่อบุคคล และกิจกรรม เคลื่อนไหวในระดับกลุ่มเล็ก**

**ศ.ดร.ธงชัย ธงชัย พรรณสวัสดิ์** ถือว่าเป็นนักเคลื่อนไหวที่เข้ามาในชุมชนจักรยานและถือว่าเป็นหนึ่งในผู้ขี่จักรยานตั้งแต่อดีตมาจนปัจจุบันของชุมชนจักรยานในประเทศไทย สำหรับ ศ.ดร.ธงชัย ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นประธานชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย อาจารย์ธงชัย เริ่มปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันตั้งแต่ยุค 1960 มาจวบจนทุกวันนี้ก็ว่าได้ โดยย้อนไปเมื่อกว่า 40 ปีที่ผ่านมา และหลังจากนั้นท่านก็ได้เริ่มเข้ามาสู่การรณรงค์เกี่ยวกับจักรยานอย่างจริงจัง โดยเริ่มเมื่อ ปี พ.ศ. 2534 หรือในประมาณทศวรรษ ที่ 1990 ( 16 มีนาคม 2534) มุ่งที่จะสื่อสารไปสู่กลุ่มผู้ที่ใช้จักรยานใน

การสัญจรในชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่ และเน้นการผลักดันในเชิงภาพใหญ่ที่จะเข้าไปเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบาย ท่านสนใจเรื่องการผลักดันรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมและการสัญจรที่ยั่งยืน วิสัยทัศน์ของชมรมฯ คือการผลักดันให้สังคมนิยมการเดินและใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน และมีพันธกิจในการผลักดันรัฐให้กำหนดนโยบาย กฎหมาย กลไก และโครงสร้างที่ส่งเสริมและสนับสนุน เอื้ออำนวยต่อการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน เปลี่ยนแปลงค่านิยม พฤติกรรมคนไทย ให้เดินและใช้จักรยานอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันชมรมฯ ได้มีสมาชิกประมาณ 2000 คน โดยมีลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวเป็นการจัดกิจกรรมรณรงค์ มีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวครอบคลุมทั่วประเทศไทยโดยมีเป้าหมายเน้นเรื่องการผลักดันนโยบายสาธารณะในระดับชาติ ลักษณะการใช้สื่อที่ชมรมฯสื่อสารไปยังสมาชิกนั้นจะประกอบไปด้วยวารสารคลอโรฟิลด์ที่ทำแจกสมาชิก เว็ปไซต์ Thaicyclingclub.org หนังสือแจกและแผ่นพับที่เป็นชุดข้อมูลเกี่ยวกับจักรยาน เฟซบุ๊ค Facebook Thailand Cycling Club (TCC)

ในขณะที่ **ดร.นิรันดร โพธิกานนท์** นั้นก็เป็นบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่สะท้อนให้เห็นการเคลื่อนไหวในระดับภูมิภาคของไทยได้เป็นอย่างดี โดย ข้อมูลของท่านนั้นปัจจุบันท่านเป็นที่ปรึกษาชมรมจักรยานวันอาทิตย์ เชียงใหม่ ผู้ผลักดันประเด็นการใช้จักรยานเป็นพาหนะภายในตัวเมือง จ.เชียงใหม่ ดร.นิรันดร เป็นผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ตอนเข้ามาศึกษา ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อ พศ.2507 และใช้มาจวบจนทุกวันนี้ ท่านเป็นผู้ก่อตั้งชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่ เกี่ยวกับตัวตนของท่านนั้น ท่านจบการศึกษาระดับปริญญาเอกจากเยอรมัน จึงได้นำเอารูปแบบการใช้จักรยานจากประสบการณ์ตรงมาเป็นต้นแบบในการขับเคลื่อน ปัจจุบันมีสมาชิกของชมรมฯ จำนวนประมาณ 1,500 คน โดยลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวจะมีการออกทริปทุกๆวันอาทิตย์ และมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวที่ครอบคลุมจังหวัดเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบนซึ่งเป้าหมายนั้นจะเน้นเป้าหมายจะเน้นเรื่องการรณรงค์ทางจักรยานในเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบน ลักษณะการใช้สื่อของชมรมฯ นั้นจะประกอบไปด้วยเว็ปไซต์ www.cmcycling.org และ เฟซบุ๊ค Chiangmaisunday

สำหรับ**มงคล วิจะระณะ** ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นประธานสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทยที่ทำงานรณรงค์และส่งเสริมการใช้จักรยานเช่นกัน อย่างไรก็ดีนอกจากเรื่องการสัญจรในชีวิตประจำวันแล้ว คุณมงคลและสมาคมฯก็สื่อสารไปยังกลุ่มนักปั่นที่เป็นในเชิงลักษณะกีฬาและการออกทริปในลักษณะยาวๆด้วย คุณมงคลเริ่มต้นขี่จักรยานประมาณ 35 ปีที่ผ่านมาได้ โดยเริ่มจากการเป็นคนที่เป็นคนรักกีฬาและสุขภาพ (Sportman) เริ่มจากการวิ่ง แล้วก็เลยมาปั่นจักรยาน และหลังจากนั้นก็ได้ไปร่วมกิจกรรม กับ ศ.ดร.ธงชัย ในช่วงเริ่มก่อตั้งชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย ในด้านอาชีพของคุณมงคลนั้นคือการเป็นนักธุรกิจ ดังนั้นลักษณะมุมมอง และการบริหารสมาคมจะออกมาใน

เชิงธุรกิจ มีการบริหารจัดการที่เป็นลักษณะที่ระบบบริหารธุรกิจมาใช้ และมีความคิดที่อยากจะทำให้สมาคมนั้นอยู่ได้ด้วยตัวเอง ผลงานที่โดดเด่นของสมาคมคือการจัดกิจกรรม Bangkok Car Free Day ซึ่งมีผู้ที่เข้ามาร่วมโครงการรณรงค์นี้ในปี 2557 กว่า 30,000 คน สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย" ณ ปัจจุบัน มีสมาชิกเกือบ 8,000 คน จากทุกวัย หลายสาขาอาชีพทั่วประเทศ โดยมี สารสองล้อ และเวบไซต์ www.thaicycling.com และ www.facebook.com/TCHAthaicycling เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารสาระและกิจกรรมต่างๆ สำหรับสมาชิกและผู้สนใจทั่วไป หลายโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่องมาหลายปี เช่น กิจกรรมจักรยานสัมผัสชนบท โครงการรีไซเคิลจักรยาน เป็นต้น

**คุณทศวรรณ เทวกุล** หรือคุณทศ ผู้ซึ่งใช้จักรยานมาตลอดในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นยุคที่เริ่มมีการปั่นในชีวิตประจำวันอันเนื่องมาจากปัญหาจราจรที่ติดขัด เป็นผู้ใช้จักรยานทางถนนในกรุงเทพฯ เพื่อแก้ไขปัญหาความล่าช้าของรถเมล์และสัญจรไปยังสถานที่ใกล้ๆ มากว่า 30ปี ทั้งนี้คุณทศมองว่าจักรยานตอบโจทย์การดำรงชีวิตในเมือง ที่เต็มไปด้วยปัญหาการจราจรและความจำกัดของเวลา คุณทศเป็นผู้ก่อตั้งกลุ่มสังคมออนไลน์โดยเริ่มดำเนินการในปีพ.ศ. 2553 ที่ชื่อใช้ชื่อว่าBike Packing Thailand มีสมาชิกใน Facebook Group เหนียวแน่นประมาณ 222 ผู้ติดตาม(เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) โดยสื่อสารกับบุคคลที่ปั่นจักรยานแนวผจญภัยและมีจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวจะเป็นการออกทริปต่างจังหวัด ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหว จะเป็นใน กทม. เป็นหลัก โดยเป้าหมายเพื่อสื่อสารกับคนในชุมชนจักรยาน

**2. ยุคหลังทศวรรษ 2000**

**ผลการวิจัยได้บ่งชี้ตัวแทนกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก 6 คน ได้แก่ คุณ อำนาจ เจริญประสพสุข คุณนนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล คุณทรงกลด บางยี่ขัน ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ คุณสุวรรณา เอี่ยมพิกุล และ ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค ซึ่งถือเป็นตัวแทนของส่วนกลางและภูมิภาค โดยปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันมาตั้งแต่ ยุค 2000 ผลวิจัยพบว่ามีรูปแบบการรวมกลุ่มที่หลากหลาย อาทิ กลุ่มออนไลน์ กลุ่มในสถานศึกษา กลุ่มจักรยานจากองค์กรเอกชน กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่เป็นสื่อมวลชน กลุ่มที่ทำงานเคลื่อนไหวในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่สนใจประเด็นจักรยาน และพบกลุ่มนักปั่นในระดับชุมชนที่เคลื่อนไหวอีกด้วย**

**คุณนนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล**หรือคุณแนน เป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้ง Bangkok Bicycle Campaign ซึ่งเริ่มต้นประมาณ 5 ปีที่ผ่านมา เน้นการสื่อสารใน New Media เป็นหลัก โดยเริ่มจากการเป็นผู้รักการปั่นจักรยาน และก็เลยรวบรวมข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับจักรยานมาใส่ไว้ใน facebook fanpage ที่ชื่อ Bangkok Bicycle Campaign ทุกที่ที่คุณแนนไปตามตรอกซอกซอยในกรุงเทพฯ คุณแนนก็จะถ่ายรูปมาแบ่งปันให้กับคนอื่นๆ คุณแนนนั้นปัจจุบันเป็นเจ้าของร้านกาเฟ่คาเฟ่เวโล ที่ตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์ โดย Bangkok Bicycle Campaign เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ.

2553 ใช้การสื่อสารใน Facebook มีสมาชิกจำนวน 42968 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) โดยลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหว เน้นการรณรงค์จัดกิจกรรม และมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่ในกทม. เป้าหมายหลักเพื่อสร้างกระแสและรณรงค์

**คุณทรงกลด บางยี่ขัน** บรรณาธิการนิตยสาร A DAY และ HUMAN RIDE ผู้ซึ่งเป็นสื่อซึ่งสนใจเรื่องจักรยานและทำเนื้อหาหนังสือที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน และตัวเขาเองก็ปั่นจักรยาน เขาเริ่มต้นปั่นมาในประมาณปี 2010 และทำหนังสือโดยการอยากเล่าเรื่องจักรยาน อยากชวนให้คนมาปั่นจักรยาน เขามีพื้นฐานที่สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นทุนเดิมเพราะเขาจบด้านวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม และสื่อที่เขาได้ทำก็เป็นแรงบันดาลใจให้กับวัยรุ่นให้มาสนใจจักรยานได้อย่างมากนำเสนอเกี่ยวกับจักรยานคือปี พ.ศ. 2553 โดยใช้การสื่อสารใน Facebook A day มีสมาชิกจำนวน 506914 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวนั้น เน้นการผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของจักรยาน มีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหว ใน กทม. และ ทั่วประเทศ เน้นการสื่อสารไปยังคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

**ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์** เลขาธิการมูลนิธิโลกสีเขียว หรือ ดร.อ้อย ดร.อ้อยเริ่มปั่นจักรยานตอนเป็นนักศึกษาที่ประเทศอังกฤษ และได้เริ่มรณรงค์เรื่องการใช้จักรยานในปี 2010 เป็นตัวแทนภาคประชาสังคมในการรณรงค์จักรยานที่มีเป้าหมายและวิธีการชัดเจน รวมไปถึงด้านสิ่งแวดล้อม ดร.อ้อยเป็นผู้ริเริ่มการจัดทำแผนที่เส้นทางเดินจักรยานในกรุงเทพและได้รวบรวมองค์ความรู้เรื่องจักรยานสำหรับผู้สนใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนประเด็นทางสิ่งแวดล้อม โดยมีจักรยานเป็นส่วนหนึ่งภายใต้ภาพใหญ่ของการรณรงค์สิ่งแวดล้อมในประเทศไทย สำหรับมูลนิธิโลกสีเขียวนั้นเริ่มสนใจในประเด็นจักรยานตั้งแต่ พ.ศ. 2553 โดยสื่อสารใน Facebook มูลนิธิโลกสีเขียวเป็นหลัก ณ ปัจจุบันมีสมาชิกใน Facebook จำนวน 55119 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวเน้นการให้ความรู้และจัดกิจกรรมโดยมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวทั่วประเทศเป้าหมายเพื่อปรับปรุงระบบสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น

**คุณสุวรรณา เอี่ยมพิกุล** กรรมการบริหารบริษัท Peppermint Field ซึ่งผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพร เริ่มปั่นจักรยานมาเป็นเวลา 4 ปีเนื่องมาจากเป็นคนชอบเล่นกีฬาและยังเคยเป็นนักกีฬามาก่อน การปั่นจักรยานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเพราะว่า โดยส่วนตัวนั้นเป็นคนรักธรรมชาติ การปั่นจักรยานทำให้ได้รับความรู้สึกที่เป็นอิสระและใกล้ชิดธรรมชาติ นอกเหนือไปจากนั้นยังเป็นคนที่สนใจในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นด้านการอนุรักษ์ป่า การอนุรักษ์สัตว์ คุณสุวรรณามีความหลงใหลในจักรยานและได้นำความชอบในจักรยานแปรมาเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในองค์กร และทำให้การรับรู้ตราสินค้าของเป

เปอร์มินต์ฟิลด์เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคพร้อมไปกับสัญลักษณ์ของการปั่นจักรยานและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Peppermint Field เริ่มตั้ง Facebook Page เพื่อสื่อสารเกี่ยวกับตราสินค้าและจักรยานในปี พ.ศ. 2553 โดยมีสมาชิกใน Facebook จำนวน 7888 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) มีลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวโดยกิจกรรมการจัดทริปเน้นทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน อาทิการชวนลูกค้าไปปั่นเพื่อปลูกป่า เป็นต้น โดยระดับของการเคลื่อนไหวและสื่อสารจะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าใน กทม.และทั่วประเทศ เป้าหมายเพื่อสร้างความจดจำในใจลูกค้า และ สร้างกิจกรรมช่วยเหลือสังคม

**อำนาจ เจริญประสพสุข** หรือคุณเอ๋ หนึ่งในแกนนำกลุ่มจักรยานซอยตันหรรษา จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มนี้มีการรวมตัวกันเป็นเวลาเกือบ 15 ปี ณ เวลานั้นเป็นกลุ่มเล็กๆประมาณ 10 คน หากแต่การเกิดขึ้นของสื่อใหม่อย่าง Facebook จึงได้มีการตั้งกลุ่มใน Social Media อย่างจริงจัง เพื่อสื่อสารและจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานอย่างต่อเนื่องในจังหวัดเชียงใหม่ เน้นไปที่การปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกาย สำหรับซอยตันหรรษานั้นก่อตั้งในปีพ.ศ. พ.ศ. 2543 และเริ่มใช้การสื่อสารใน Facebook เพื่อติดต่อกับสมาชิกในปี พ.ศ. 2553 โดยสมาชิกของกลุ่มนั้นมีประมาณ จำนวน 2323 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) เนื่องจากสมาชิกภายในกลุ่มเป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน กลุ่มนี้จึงเป็นเหมือนตัวแทนภาพนักปั่นรุ่นใหม่ ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสื่อสารภายในกลุ่ม

**ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค** หรือที่เป็นที่รู้จักกันในหมู่นักศึกษานามอาจารย์ตุ้ม อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมต่างที่เกี่ยวข้องกับจักรยานในมหาวิทยาลัย จนทำให้มหาวิทยาลัยกลายเป็นมหาวิทยาลัยที่ติดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียว และมีความโดดเด่นในการนำเอาความรู้และการจัดการด้านนวัตกรรมมาผสานกับจักรยานโดยมีนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยหลายๆอย่าง อาทิ วินจักรยาน จักรยานพลังแสงอาทิตย์ หรือการบรรจุเอาจักรยานเข้าไปสอนในชั้นเรียน การสื่อสารที่เกิดขึ้น อาจารย์ตุ้มจะใช้ผ่านช่องทาง เฟซบุ๊คกรุ๊ป RIDE TO MEET U @KMUTT และเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนในการโพสต์เพื่อสื่อสาร ปีพ.ศ.ที่ดำเนินการเริ่มในปี พ.ศ. 2554 ปัจจุบันมี สมาชิกใน Facebook จำนวน 643 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวนั้นเน้นการจัดกิจกรรมในสถานศึกษา ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่อยู่ใน กทม.มีเป้าหมายเพื่อสื่อสารกับบุคลากรและในมหาวิทยาลัย

**ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 คุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย**

ผลการวิจัยพบคุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกออกเป็น 3 คุณลักษณะหลักได้แก่ 1. คุณลักษณะด้านการเป็นผู้รู้ (Maven) 2. คุณลักษณะด้านการเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector) 3. คุณลักษณะด้านการเป็นนักโน้มน้าว (Salesman)

**1.คุณลักษณะด้านการเป็นผู้รู้ (Maven)** อันประกอบไปด้วยองค์ประกอบของคุณลักษณะได้แก่ **1.1 การเป็นผู้สั่งสมความรู้** 1.2 **การเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม**

**1.1 การเป็นผู้สั่งสมความรู้** ซึ่งหมายถึง คุณลักษณะของการเป็นผู้สั่งสมความรู้ หมายถึง การเป็นผู้มีความรู้ และรู้ลึกโดยข้อมูลที่ผู้สั่งสมความรู้มีนั้นเกิดจากการสั่งสมข้อมูลมาอย่างยาวนาน โดยการเป็นผู้สั่งสมความรู้ประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อยๆดังนี้

**1.1.1 รู้ลึก** การรู้ลึกอาจไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องใหม่หรือเรื่องใหญ่ของสังคม หากแต่อาจเป็นเรื่องเล็กๆ ซึ่งเขารู้ลึกและมีข้อมูลอย่างละเอียดในประเด็นนั้นๆอาจเรียกได้ว่าคุณลักษณะเช่นนี้หมายถึงการเป็นคลังข้อมูลที่สำคัญที่พร้อมจะนำเอามาใช้ได้ตลอดเวลา องค์ความรู้ในที่นี้หมายถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจักรยาน ทักษะเกี่ยวกับการการเลือกจักรยาน การซ่อม รวมไปถึงประโยชน์ของการปั่นจักรยาน และประเด็นต่างๆที่เกี่ยวของกับจักรยาน อาทิ สิ่งแวดล้อม และพลังงานเป็นต้น

**1.1.2 เห็นประโยชน์ต่อตน** ผู้รู้ยังแสดงให้เห็นถึงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้จักรยานที่มีต่อตนแสดงให้เห็นถึงการได้เล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ของจักรยานต่อสุขภาพของผู้ใช้ และจึงอยากจะริเริ่มให้ผู้คนหันมาสนใจการใช้จักรยานอย่างจริงจัง ผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกยังมีความรู้ที่ถูกสั่งสมขึ้นในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เปรียบเสมือนคลังของข้อมูลที่ช่วยตกตะกอนให้กลุ่มคนทีมีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเข้าใจต้นตอและแก่นของปัญหาที่เกี่ยวกับจักรยานได้อย่างถูกต้องชัดเจนและตรงประเด็น

**1.1.3 เห็นประโยชน์ต่อสังคม** กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกยังมีมุมมองที่เกี่ยวข้องกับความรู้ โดยเขามองว่ามันเป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาสังคมได้ อาทิ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งจักรยานจึงน่าจะเป็นเครื่องมือสำหรับการแก้ปัญหาได้

**1.1.4 บริหารเป็น** การเป็นผู้มีความรู้ด้านการบริหารคน และทักษะด้านการบริหารองค์กร โดยศาสตร์หรือองค์ความรู้ชุดนี้เข้ามาเป็นจุดเสริมความแข็งแกร่งให้กลุ่มชุมชนจักรยาน มีอำนาจในการต่อรองและมีความสามารถในการขยายเครือข่ายได้มากขึ้น

**1.2 การเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม** คุณลักษณะด้านการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคมนั้น จะต้องมีองค์ประกอบทั้งทางด้านการเป็นผู้สั่งสมความรู้ และทางด้านการรู้จักประยุกต์เอาความรู้มาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม คุณสมบัติทางด้านการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ปัญหาสังคมนั้นเกิดขึ้นมาจากแรงขับภายในจิตใจเนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะที่ต้องการช่วยเหลือสังคม หรือเรียกว่าจิตอาสา โดยต้องการแก้ปัญหาของส่วนรวมซึ่งก็ผูกโยงกับปัญหาของตนเองด้วยเช่นกัน โดยการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคมประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อยๆดังนี้

**1.2.1 นำความรู้มาเคลื่อนนโยบาย** การเป็นผู้สั่งสมความรู้ด้านจักรยานทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีแรงผลักดันที่จะแก้ปัญหาเกี่ยวกับจักรยาน อาทิเช่น การสร้างทางจักรยานที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัยทางด้านการใช้จักรยาน จึงทำให้เกิดการสื่อสารชุดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับจักรยานไปยังคนในชุมชนจักรยานอย่างแพร่หลายเพื่อให้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับจักรยานได้เกิดความประจักษ์ในสังคมจนนำมาสู่การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ผู้รู้ที่นำความรู้มาการเคลื่อนนโยบายจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้จักวิธีการสื่อสารเพื่อขยายให้เกิดผล

**1.2.2 เคลื่อนความรู้อย่างไม่หยุดนิ่งและต่อยอด** กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีข้อพิเศษที่น่าสนใจ นั่นคือการทำสิ่งที่ตนรู้และรักอย่างจริงจัง และด้วยความทุ่มเทไม่หยุดนิ่ง

**1.2.3 เคลื่อนความรู้อย่างมีกลยุทธ์** การเป็นผู้มีความรู้เรื่องการเข้าใจการผลักดันนโยบายสาธารณะและนำความรู้ที่มีมาแก้ไขปัญหาสังคม การวางวาระในสื่อมวลชน กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีความรู้ มีความเข้าใจการวางกลยุทธ์ในการผลักดันวาระสาธารณะ โดยมีลักษณะที่มีการวางประเด็นจากสื่อ ก็มีการนำมากระจายต่อในสื่ออื่นๆ และกลุ่มคนในชุมชนจักรยานอย่างแพร่หลาย

**2. คุณลักษณะด้านการเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector)** อันประกอบไปด้วยองค์ประกอบของคุณลักษณะได้แก่ **2.1 ความสามารถในการเข้าใจคนและสังคม 2.2 การบริหารความสัมพันธ์ 2.3 การสะสมคนรู้จัก**

**2.1 ความสามารถในการเข้าใจคนและสังคม** คุณลักษณะด้านนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแทรกซึมและการอ่านจิตวิทยาการเข้าใจคนและสังคม ซึ่งได้ปรากฏขึ้นในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นผู้เชื่อมโยง โดยกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะพิเศษที่สามารถอ่านจิตวิทยาของคนรอบตัวและสังคมที่เขาสังกัดได้เป็นอย่างดี มีความเข้าใจในการอ่านจิตวิทยาสังคมทั้งนี้ก็เพื่อที่จะทำให้สามารถวางประเด็นและการกำหนดทิศทางของการผลักดันประเด็นของจักรยานได้อย่างบรรลุผลสำเร็จ

**2.2 การบริหารความสัมพันธ์** การบริหารความสัมพันธ์นั้นถือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอีกประการของการเป็นผู้เชื่อมโยงที่ดี โดยความสัมพันธ์ส่วนใหญ่มักเป็นแบบผิวเผินนั้นสามารถให้ความหมายได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้แนบแน่นถึงขั้นสนิท โดยอาจได้มีการพูดคุยกันในบางโอกาสเป็นครั้งคราว ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่แบบเพื่อนสนิท แต่ก็สามารถขอความช่วยเหลือได้เมื่อถึงวาระที่จำเป็น ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อยดังนี้

**2.2.1 คอนเน็คชั่น** สิ่งที่สังคมไทยเรียกว่า "คอนเน็คชั่น" ซึ่งก็คือความสัมพันธ์แบบผิวเผินที่มีกับบุคคลอื่นๆในการเป็นผู้เชื่อมโยงเครือข่ายจักรยานเพื่อสร้างความแข็งแกร่ง ความสำคัญของคอนเน็คชั่นไว้เช่นกันว่าการที่จะเคลื่อนประเด็นหรือสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นไม่สำเร็จได้เลยหากไม่รู้จักการใช้คอนเน็คชั่นที่มี คอนเน็คชั่นนั้นเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการรณรงค์ที่สำเร็จ

**2.2.2 ยึดหยุ่นและมีจุดร่วม** การบริหารความสัมพันธ์ในกลุ่มคนปั่นจักรยาน การรวมกลุ่มจักรยานที่ประสบความสำเร็จนั้น อาจไม่ขึ้นอยู่กับบริบทความสัมพันธ์ที่แนบแน่นเฉกเช่นพี่น้อง หรือครอบครัว แต่มักจะมาพร้อมกับความยืดหยุ่น แบบสบายๆ ที่ผู้ร่วมชุมชนรู้สึกไม่ตึงเครียดและยึดโยงกับสัญลักษณ์บางอย่างที่เป็นจุดสนใจเดียวกัน ในกรณีนี้คือจักรยาน ซึ่งเป็นการนำสิ่งที่ทุกคนสนใจมาเป็นจุดร่วมระหว่างคนในกลุ่ม

**2.3 การสะสมคนรู้จัก** ผู้เชื่อมโยงที่สะสมคนรู้จักจะมีคุณลักษณะเฉพาะที่ต่างจากคนอื่นๆ โดยคนกลุ่มนี้จะเป็นผู้เชื่อมโยงที่รู้จักคนมากมาย นอกจากการที่เขารู้จักคนอื่นๆมากมายแล้วเขายังสามารถที่จะจดจำรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวกับคนที่เขารู้จักได้เป็นอย่างดี มีการบันทึกข้อมูลและรายละเอียดเล็กๆน้อยๆเกี่ยวกับบุคคลที่เขารู้จักไว้ เขาสามารถดึงฐานข้อมูลของกลุ่มคนที่เขารู้จักออกมาใช้ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดการเชื่อมโยงกลุ่มคนแต่ละกลุ่มที่เขารู้จักไว้ และเขาสามารถนำฐานของกลุ่มคนที่เขารู้จักมาใช้ ยิ่งไปกว่านั้นอาจเป็นการเชื่อมโยงเอาคนแต่ละกลุ่มที่เขารู้จักเข้าไว้ด้วยกัน

**3. คุณลักษณะของการเป็นนักโน้มน้าว (Salesman)** อันประกอบไปด้วยองค์ประกอบของคุณลักษณะได้แก่ **3.1 การเผยแพร่ 3.2 ความคลั่งไคล้ 3.3 ความสร้างสรรค์ 3.4 ความน่าเชื่อถือ**

**3.1 การเผยแพร่** คุณลักษณะทางการสื่อสารที่โดดเด่นของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก คือ คุณสมบัติด้านการเผยแพร่ความรู้ที่เขามีให้แก่คนอื่นๆในสังคม และชุมชน กลุ่มคนเหล่านี้จะไม่เก็บความรู้ไว้กับตัวแต่จะหาวิธีและหนทางในการบอกให้ผู้อื่นได้ทราบ หรือกระจายวิธีการเข้าถึงให้ผู้อื่นได้ทราบ เขาจะไม่เก็บความรู้ไว้กับตัว แต่ในทางกลับกัน เขาจะพยายามเผยแพร่โน้มน้าวองค์ความรู้ที่มีแก่คนอื่นๆ ด้วยวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจส่งผลให้เกิดการขยายองค์ความรู้และขยายกลุ่มของผู้ขี่จักยานในประเทศไทย

**3.1.2 มุ่งมั่นตั้งใจ** ความมุ่งมั่นที่จะเอาความรู้มาเผยแพร่ให้สังคมได้รับรู้เพื่อให้การแพร่กระจายความรู้ อาทิการใช้ใช้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ในการนำมาเป็นฐานขององค์ความรู้ด้านจักรยาน และต่อยอดไปสู่การผลักดันนโยบายสาธารณะ โดยไม่ย่อท้อและเชื่อมเข้าหากลุ่มคนต่างๆโดยเฉพาะกลุ่มจักรยานต่างๆใน กรุงเทพมหานคร

**3.2 ความคลั่งไคล้** คุณลักษณะด้านการเป็นการเป็นนักโน้มน้าวใจที่ปรากฏในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ปรากฏให้เห็นโดยสะท้อนคุณลักษณะด้านเป็นผู้มีความคลั่งไคล้กับประเด็นที่จะโน้มน้าวหรือสิ่งที่ตนสนใจ คุณลักษณะที่ว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับการที่จะโน้มน้าวใจ ผู้ที่จะโน้มน้าวใจให้สัมฤทธิ์ผลนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความคิด ความเชื่อ ความรัก หรือทัศนคติเชิงบวกหลงไหลกับสิ่งที่เขาเป็นเจ้าของ สิ่งที่เขากำลังทำ หรือประเด็นที่เขาเป็นเจ้าของอยู่ กรณีของการผลักดันนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นกับจักรยานนั้น ส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการเข้ามาร่วมปั่นกันมากขึ้นในปัจจุบัน ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญก็มาจากการที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกได้ใช้คุณลักษณะด้านการเป็นนักโน้มน้าวใจในการชักจูง ชักชวน คนอื่นให้ออกมาปั่น ฐานสำคัญของการชักชวนและโน้ม

น้าวที่เกิดขึ้นเกิดจากการที่เขามีความเชื่อมั่นและรักในจักรยานว่ามันเป็นสิ่งที่ที่สามารถแก้ปัญหาของชุมชนได้ โดยสามารถแปลง ความคลั่งไคล้ ออกมาได้ 3 ระดับ

**3.2.1 Life** แปลงเอาความหลงใหลที่มี มาแปรเปลี่ยนเป็นการเปลี่ยนชีวิต สะท้อนให้เห็นถึงความหลงใหลที่มีต่อจักรยานในระดับปัจเจกบุคคล ซึ่งก็แปลงเอาความหลงใหลนี้มาสู่การขยายความชอบเพื่อโน้มน้าวสมาชิกในกลุ่ม

**3.2.2 Corporate** ได้แปลงเอาความหลงใหลในจักรยานไปสู่การพัฒนาองค์กรและธุรกิจของตน

**3.3.3 Nation** ทุ่มเทความหลงใหลในจักรยานของไปสู่การเข้ามาเป็นผู้นำสมาคมจักรยานในประเทศไทย จากคนที่คลั่งใคล้จักรยานได้กลายมาสู่นักผลักดันนโยบายสาธารณะ (Key Informant) แห่งชุมชนจักรยานไทย

**3.3 ความสร้างสรรค์** คุณลักษณะด้านการเป็นนักสร้างสรรค์ เป็นคุณลักษณะที่พบได้ในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย พบจากการแสวงหาวิธีการโน้มน้าวใจหรือนำเสนอใหม่ๆ คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่ไม่ได้มองข้ามสิ่งเล็กหรือรายละเอียดเล็กๆน้อยๆรอบตัว โดยพวกเขาจะสามารถหาวิธีการเล็กน้อยๆ หรืออาจเป็นวิธีการใหม่ๆที่เราอาจคาดไม่ถึง หากแต่วิธีการเหล่านั้นกลับแก้ไขปัญหาได้ดี

**3.3.1ความสร้างสรรค์สื่อที่เกี่ยวข้องจักรยาน** ผลวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงการไม่มองข้ามสิ่งเล็กน้อยหรือกลยุทธ์เล็กๆน้อยๆรอบตัว หรือภูมิปัญญาที่ฝังอยู่ในชุมชน โดย ทรงกลด บางยี่ขัน ได้แทรกสติ๊กเกอร์นี้ไปกับนิตยสาร A DAY ต่อมากลายเป็นสิ่งที่กลุ่มวัยรุ่นนำเอามาติดตามรถจักรยานกลายเป็นความทันสมัย ทำให้วัยรุ่นต่างก็พากันหามาติดที่จักรยานและถ่ายรูปลงสื่อสงคมออนไลน์ ทำให้สติ๊กเกอร์นี้กลายเป็นสิ่งของหายากและสิ่งที่วัยรุ่นอยากได้ไปในทันที หรือกรณีการค้นพบว่ารูปจักรยานตามสถานที่ต่างๆมีอิทธิพลต่อความชอบและความสนใจของผู้รับสาร ส่วนหนึ่งก็เกิดจากความสร้างสรรค์ในการค้นหาวิธีการสื่อสารใหม่ๆ

**3.3.2 ความสร้างสรรค์ที่เกี่ยวกับจักรยาน** นอกจากรายละเอียดเล็กๆน้อยที่ไม่ควรมองข้ามแล้วนั้นยังมีเรื่องของการนำเอานวัตกรรมต่างๆ มาใช้ในการเป็นสิ่งโน้มน้าวจูงใจให้คนสนใจการมาขี่จักรยานกันมากขึ้น คุณลักษณะนี้ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยจะมีวิธีการนำเอานวัตกรรมต่างๆมาประยุกต์ใช้ได้อย่างน่าสนใจ จนทำให้เกิดความสนใจและกลายเป็นสิ่งที่ดึงดูดทำให้คนอยากมาขี่จักรยานมากขึ้น

**3.4 ความน่าเชื่อถือ** คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือหรือสถานภาพทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีบทบาทอย่างมากในการโน้มน้าว ซึ่งจะสะท้อนทำให้สิ่งที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกำลังนำเสนอมีความน่าเชื่อถือ และก่อให้เกิดความโน้มน้าวน่าคล้อยตาม ดังจะเห็นได้จากตำแหน่งหน้าที่ อาชีพ ทางสังคม อาทิการเป็นนักวิชาการ การเป็นอาจารย์ เป็นครู การเป็นสื่อมวลชนของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกช่วยสร้างความน่าเชื่อถือทำให้ประเด็นจักรยานได้รับการ

ยอมรับในวงกว้างและมีความหมายมากกว่าการเป็นสิ่งบันเทิง หรือเครื่องสันทนาการ แต่เป็นเครื่องมือที่ช่วยแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

**ปัญหานำวิจัยข้อที่ 2 บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ**

ผลการวิจัยพบบทบาทของสื่อต่างๆ แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน ยุค 1960-1990 และช่วงหลังการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน ยุค 2000-ปัจจุบัน

**ช่วงก่อนการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน ยุค 1960-1990**

ช่วงก่อนการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน ยุค 1960-1990 นั้นพบลักษณะการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ได้แก่สื่อกิจกรรมเกี่ยวกับจักรยาน อาทิ การซ่อมจักรยาน ทริปจักรยาน และมีสื่อมวลชนที่คอยช่วยแพร่กระจายเรื่องราว โดยเป็นไปในลักษณะ เช่นวิทยุชุมชน หรือสถานีโทรทัศน์ และยังไม่พบลักษะการใช้สื่อใหม่ปรากฏ สำหรับกิจกรรมที่พบนั้น พบการจัดกิจกรรมรณรงค์ครั้งแรกเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2534 การจัดทริปจักรยานในลักษณะใกล้ๆกรุงเทพฯ และมีการสอนและฝึกอบรมการซ่อมจักรยานเป็นต้น กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้น นับได้ว่ามีบทบาทสำคัญเช่นกันใน ทั้งนี้ก็เพราะการใช้สื่อต่างๆของพวกเขานั้นก็เพื่อก่อให้เกิดการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย โดยลักษณะในยุคแรกเริ่มนั้นจะเป็นการไปพยายามทำความรู้ความเข้าใจกับสังคมเกี่ยวกับจักรยาน ตลอดจนทำให้ตัว “จักรยาน” ได้รับรู้ เห็นได้ (Visible) ในสายตาและการรับรู้ของประชาชน และสร้างการรวมกลุ่มในระยะต้น

โดยจากผลการวิจัยได้พบบทบาทของสื่อต่างๆซึ่งมีบทบาทที่เป็นไปในลักษณะหลัก ซึ่งกล่าวคือ สื่อนั้นจะมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นตัวหลัก คือมีความสำคัญในการแพร่กระจาย และอีกบทบาทคือ บทบาทในลักษณะรอง นั่นก็คือ การเป็นสื่อเสริมที่คอยหนุนเสริมสื่อหลัก หรือเกื้อกูล ให้เกิดการแพร่กระจายในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งอธิบายได้ตามมิติของบทบาทต่างๆต่อไปนี้

**บทบาทในการให้ข้อมูล**

จากผลวิจัยพบว่า ในยุค 1960-1990 สื่อที่มีบทบาทหลักในการให้ข้อมูลสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม โดยมีสื่อมวลชนทำหน้าที่ในการเป็นบทบาทรอง โดยบทบาทในการให้ข้อมูลนั้น จะเป็นไปในลักษณะการให้ความรู้ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้จักรยาน จนกระทั่งเป็นการให้ข้อมูลเรื่องการเตรียมตัวในการขี่จักรยาน สื่อบุคคลนั้นเรียกได้ว่าทำหน้าที่หลัก อันเนื่องมาจาก กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเป็นผู้ที่มีความรู้โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับจักรยาน ซึ่งเขาก็เปรียบเสมือนสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่หลักในการถ่ายทอดชุดความรู้นี้ไปยังคนอื่นๆ

**บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว**

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า บทบาทของสื่อกิจกรรมค่อนข้างมีบทบาทสำคัญหรือเป็นบทบาทหลักในการชักจูง โน้มน้าว ให้คนอื่นๆที่อาจยังไม่ได้มีความรู้ หรือรู้จักได้เล็งเห็นถึงความน่าสนใจและอรรถประโยชน์ของการขี่จักรยาน ซึ่งเป็นบทบาทหลักที่คอยทำหน้าที่โน้มน้าวให้เกิดกลุ่มคนในชุนชนจักรยานมากขึ้น หรือแม้กระทั่งการสร้างคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอีกด้วย

**บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่ายและรวมกลุ่ม**

บทบาทของสื่อ ณ ขณะนั้นที่มีบทบาทหลักในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่าย และรวมกลุ่มจะประกอบไปด้วยการผสานบทบาทหลักที่เกิดขึ้นจากสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม โดยสื่อทั้งสองนี้ จะเข้าไปมีส่วนในการดึงเอานักปั่นหน้าใหม่ หรือ ผู้ที่ปั่นอยู่แล้วแต่อยากหาสมาคม หรือองค์ความรู้เพิ่มเติม หรือตลอดจนเป็นการหาเพื่อนๆร่วมวงการเพื่อถ่ายทอดและเปลี่ยนเรื่องราวเกี่ยวกับจักรยาน โดยทั้งนี้ส่งผลให้เกิดการขยายกลุ่มให้ค่อยๆใหญ่ขึ้น และส่งผลทำให้กลุ่มมีความแน่นแฟ้นขึ้น

**บทบาทในการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ**

ผลการวิจัยพบบทบาทสื่อกิจกรรมที่เข้ามามีบทบาทหลักในการช่วยสร้างจิตสำนึกสาธารณะ โดยสื่อกิจกรรมที่พบคือ กิจกรรมของทางสมาคมจักรยาน และกิจกรรมสาธารณะที่คุณมงคล วิจะระณะได้จัดขึ้นเป็นต้น ทั้งนี้จะเห็นว่าเนื้อหาของกิจกรรมมีบทบาทอย่างมากในการค่อยๆเข้าไปปลูกฝังจิตสำนึก หรือ ความมีจิตอาสา อาทิ การปั่นจักรยานเพื่อหาเงินช่วยเด็กด้อยโอกาส หรือช่วยเหลือสัตว์ป่า หรือการชวนกันไปปั่นปลูกป่า เป็นต้น

**ช่วงหลังการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน ยุค 2000-ปัจจุบัน**

ช่วงปี ค.ศ. 2000-ปัจจุบัน พบลักษณะการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ดังนี้ ได้แก่ทริปจักรยานตามต่างจังหวัด รูปแบบผจญภัย โดยพบการสื่อสารผ่าน สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสารมวลชน สื่อใหม่ ในรูปแบบ Webpage หลังจากการเข้ามาของสื่อใหม่ในช่วงปีปลายปีคศ. 1999 ชุมชนจักรยานเริ่มมีรูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการออกทริปแบบทั่วไปโดยการแตกออกเป็นกิจกรรมเฉพาะอาทิการปั่นออกไปตามป่าเขา ในลักษณะผจญภัย มากไปกว่านั้นยังมีการสื่อสารจากอินเตอร์เนทที่เกิดขึ้นจึงเกิดการสื่อสารบนกระดานข่าวของ website Thai MTB ซึ่งถือว่าเป็นจุดรวมของชุมชนจักรยานของประเทศไทย ณ ขณะนั้น

ต่อมาในช่วงปีค.ศ. 2010-ปัจจุบัน พบบทบาทสื่อที่เข้ามาช่วยในการแพร่กระจายประเด็นจักรยานที่มีความหลากหลายมากขึ้น ประกอบไปด้วยทั้งสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อใหม่ โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์นั้น เรียกได้ว่าเข้ามามีบทบาททำให้การสื่อสารแบบ Real Time เกิดขึ้นจริง ส่งผลให้การแพร่กระจายข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว และทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มชุมชนจักรยานทั่วประเทศไทย

กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้น นับได้ว่ามีบทบาทสำคัญเช่นกันในยุคนี้ ทั้งนี้ก็เพราะการใช้สื่อต่างๆของพวกเขานั้นก็เพื่อก่อให้เกิดการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย โดยลักษณะการแพร่กระจายในยุคนี้นั้นจะนอกจากจะเป็นการไปพยายามทำความรู้ความเข้าใจกับสังคมเกี่ยวกับจักรยาน ตลอดจนทำให้ตัว “จักรยาน” ได้รับรู้ เห้นได้ (Visible) ในสายตาและการรับรู้ แล้วนั้นเพิ่มให้เห็นถึงทิศทางการแพร่กระจายที่ขยายไปในมิติต่างๆ อาทิ การสร้างหรือจุดกระแสสังคม การใช้สื่อในการวางวาระและประเด็นสาธารณะให้เป็นที่ประจักษ์ ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกสาธารณะแรงบันดาลใจ โดยพบบทบาทสื่อทั้งหมดได้แก่

**บทบาทในการให้ข้อมูล**

ผลการวิจัยพบว่าบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่มีบทบาทอย่างมากโดยถือเป็นบทบาทหลักในการเข้าไปให้ความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจักรยานทั้งในแง่ของข้อมูลที่เกี่ยวกับการเลือกใช้จักรยานและข้อมูลที่เกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษาจักรยาน ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม หรือ ชมรมจักรยานต่างๆ ซึ่งส่งผลทำให้คนที่สนใจในการขี่จักรยานได้เกิดความรู้ ความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับจักรยานและข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนจักรยานต่างๆ

อย่างไรก็ตามบทบาทสื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล ก็ได้ปรากฏเป็นบทบาทรองในการช่วยสอดประสานกับสื่ออื่นๆ ดังตัวอย่างของทรงกลด บางยี่ขัน ที่ทำกิจกรรม โครงการปั่นจักรยานเครือข่าย 12 มหาวิทยาลัย กิจกรรมนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ความรู้เรื่องการใช้และการจัดการ “จักรยาน” ในมหาวิทยาลัย ซึ่งทำกับนักศึกษาทั่วประเทศ และเขาเองก็เป็นสื่อบุคคลที่ดึงให้ทุกๆภาคส่วนสนใจ และแน่นอนว่าเขาเองก็เป็นสื่อบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเสมือน Idol ของนักศึกษา

**บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว**

ผลการวิจัยพบว่าสื่อบุคคลมีบทบาทหลักในการชักจูงโน้มน้าว โดยพวกเขาจะใช้คุณลักษณะทางการสื่อสารที่โดดเด่นของเขา ทั้งในแง่ของบุคลิกภาพ และการสื่อสาร ที่สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทในการโน้มน้าวที่น่าสนใจ และสื่อกิจกรรมจะเป็นสื่อรองที่เข้ามาช่วยทำหน้าที่ขยายหรือส่งต่อ การโน้มน้าวให้แพร่กระจายไปยังกลุ่มคนอื่นๆในสังคม

สำหรับสื่อกิจกรรมจะทำหน้าที่หลักเช่นกันที่จะสอดประสานกันกับสื่อบุคคลโดยขยายเรื่องราวหรือความตั้งใจดีๆที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีออกมาอย่างเป็นธรรมชาติส่งผลการโน้มน้าวเกิดผล หรือเป็นการดึงเอาคนอื่นๆเข้ามาร่วมชุมชนจักรยานให้มากขึ้นโดยการใช้ตัวกิจกรรมต่างๆในการเป็นสื่อกลางที่เรียกให้คนที่มีความสนใจในเรื่องอื่นๆเข้ามาร่วมกับชุมชนจักรยานด้วย

**บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่ายและรวมกลุ่ม**

ผลการวิจัยพบบทบาทของสื่อออนไลน์ซึ่งทำหน้าที่หลักที่เข้ามามีบทบาทในการเชื่อมร้อยความสัมพันธ์ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือบทบาทของ Facebook ที่เขามาช่วยขยายหรือค้นหากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก หรือพวกเขาก็ใช้ช่องทางนี้ในการติดต่อสื่อสารกัน

จากผลวิจัยพบบทบาทหลักของสื่อใหม่ที่ทำหน้าที่ในการสร้างความมือกันในกลุ่ม และก่อให้เกิดรวมกลุ่มรวมพลังของผู้ที่มีจุดสนใจและความชอบในประเด็นเดียวกันซึ่งในกรณีของจักรยาน จะเห็นได้ว่าสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทในการเสริมการรวมกลุ่มที่ง่ายและสะดวกขึ้น ก่อให้เกิดกลุ่มจักรยานในสังคมออนไลน์ขึ้นมากมาย

บทบาทในการสร้างและธำรงรักษากลุ่มปรากฏขึ้นให้เห็น โดยพบว่าสื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการช่วยเชื่อมประสานกุ่มคนในชุมชนให้มาทำกิจกรรมร่วมกัน และยังเป็น การเป็น ศูนย์กลาง (Center) ของกลุ่มคนในชุมชน โดยมีหน้าที่เป็นตัวเชื่อมประสานและถ่ายทอดข้อมูลต่างๆไปยังกลุ่มคนอื่นๆในชุมชน

ในส่วนบทบาทของสื่อกิจกรรมนั้นจะเป็นบทบาทรองที่เป็นกิจกรรมเสริมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานในมิติต่างๆ อาทิ การชวนไปปั่นสำรวจต้นไม้ของ นนลนีย์ ก็เป็นการร้อยกิจกรรมของ กลุ่ม BIG TREE เข้ากับจักรยาน ก่อให้เกิดเครือข่ายที่ขยายใหญ่ขึ้น

**บทบาทในการสร้างความสนใจและจุดกระแส**

จากผลวิจัยยังพบว่าสื่อใหม่และสื่อกิจกรรมมีบทบาทหลักในการสร้างกระแสสังคม ได้ อาทิ การสร้างกิจกรรมสำรวจต้นไม้โดยใช้จักรยานก็เป็นกิจกรรมที่กลายเป็นกระแสที่คนในเมืองหันมาให้ความสนใจ เป็นการดึงเอาความสนใจที่มีของแต่ละบุคคลมาผนวกกับกิจกรรมการปั่นจักรยาน โดยการสื่อสารส่วนใหญ่จะมาจาก Social Network

ผลวิจัยพบการใช้ภาพในการสร้างความสนใจกลุ่มคนที่อยู่ในโลกออนไลน์ โดยพบว่า การนำเอารูปจักรยานสวยๆ ที่ถ่ายตามสถานที่ต่างๆไม่ว่าจะเป็นภูเขา แม่น้ำ หรือต่างประเทศ จะได้รับความสนใจจากคนผู้ติดตามของเขาในสื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก กลายเป็นสื่อที่สามารถสร้างความสนใจได้

**บทบาทในการสร้างวาระในการผลักดันนโยบายสาธารณะ**

ผลวิจัยพบว่าสื่อมวลชน มีบทบาทหลักในการสร้างวาระ ทั้งนี้เป็นเพราะ คุณลักษณะของสื่อเป็นส่วนช่วยให้การแพร่กระจายเป็นไปในวงกว้าง

ตัวอย่างของบทบาทหลักของสื่อมวลชนในการช่วยแพร่กระจายประเด็นจักรยานให้กลายเป็นวาระที่สังคมควรหันมาสนใจ สะท้อนให้เห็นโดยการเผยแพร่บทความลงในนิตยสาร สารคดี จนต่อมาบทความชิ้นนั้นก็ได้ขยายวงกว้างไปในสื่ออื่นๆ ของ ดร.สรณรัชฎ์ และการประสานสื่อของ ดร. นิรันดร โพธิกานนท์ ก็ได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อในการช่วยเน้นย้ำให้เรื่องราวของการณรงค์การใช้จักรยานเกิดการแพร่ขยายและเป็นที่ประจักษ์ โดยวิธีการที่ใช้ มีการประสานงานกับสื่อก่อนที่จะเข้าไปพบหรือนำข้อเสนอนั้นสู่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในนโยบาย เพื่อให้เกิดการต่อรองเชิงนโยบายมากขึ้น

Chulalongkorn University

บทบาทที่สำคัญของสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ที่สำคัญในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นก็คือการสร้างประเด็นของการขี่จักรยานให้กลายเป็นวาระที่สำคัญของสังคม จนทำให้สังคมหันมาสนใจและทำให้รัฐหันมาให้ความสนใจและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นจักรยาน จนเกิดกลายเป็นนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในปัจจุบัน

ผลการวิจัยยังได้พบว่า สื่อใหม่ยังมีส่วนช่วยเป็นบทบาทรองในการสร้างวาระเพื่อการผลักดันนโยบายสาธารณะ กรณีตัวอย่างของ แนน นนลนีย์ ที่ใช้สื่อออนไลน์ สร้างวาระที่สำคัญ ซึ่งต่อมากลายเป็นเรื่องที่สื่อมวลชนนำไปเสนอต่อ ก็คือ กรณีปัญหาฝาท่อที่เธอได้ใช้สื่อออนไลน์ ในการสร้างวาระให้เกิดขึ้นสื่อมวลชนยังมีบทบาทที่เข้าไปช่วยในการนำเอาเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในการแพร่ขยายก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทำให้คนหันมาสนใจปั่นจักรยานกันมากขึ้น ส่วนเรื่องราวที่สื่อได้นำมาเสนอนั้นก็ก่อให้เกิดเป็นตัวอย่างที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ กรณีของนิตยสาน A Day และ Human Ride ที่ได้เปลี่ยนพฤติกรรมให้คนอ่านกลายมาเป็นคนปั่นจักรยาน

**บทบาทในการส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะ**

อีกบทบาทที่สื่อมวลชนมีบทบาทหลัก ที่ทำให้เกิดขึ้นในประเทศไทยนั่นก็คือการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้เกิดขึ้นในสังคม โดยสร้างจิตสำนึกทำให้คนรู้สึกว่าการปั่นจักรยานเป็นเรื่องที่ดีและทำให้เกิดผลดีต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อมลพิษ ช่วยลดพลังงาน อีกทั้งยังเป็นผลดีต่อสุขภาพด้วย

**บทบาทในการสอดส่องจับตา**

บทบาทสื่อใหม่ยังมีบทบาทที่น่าสนใจนั่นคือ บทบาทหลักในการสอดส่องจับตาคอยดูแล เป็นกลไกหนึ่งที่คอยจับตามองกลไกของภาครัฐ และนโยบายต่างๆที่มีผลกระทบต่อกลุ่มคนในชุมชนจักรยาน ตัวอย่างที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นอาทิการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่ม Bangkok Bicycle Campaign ที่มีบทบาทอย่างมากในการเป็นเครื่องมือในการเฝ้าดูและค่อยแพร่เรื่องราวให้คนวงกว้างได้รู้เห็นจนเกิดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายและโครงสร้างที่เกี่ยวกับจักรยานในที่สุด

**บทบาทเพื่อส่งเสริมการแสดงออก**

ผลวิจัยพบบทบาทของสื่อใหม่ ที่เข้ามาเป็นสื่อหลักในการส่งเสริมการแสดงออกของคนในชุมชนจักรยานมากขึ้น โดยมีส่วนช่วยในการเผยแพร่เรื่องราว ภาพลักษณ์และเนื้อหาที่ก่อให้เกิดการรับรู้ไปยังคนอื่นๆ เป็นการนำเอาสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อการแสดงออก (Expressive) นั่นคือการเผยแพร่ความคิดเห็น หรือการแสดงออกทางตัวตนมากขึ้น

นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังมีบทบาทในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นเครื่องมือในการแสดงออกของปัจเจกบุคคล บทบาทของสื่อใหม่ ได้เข้ามาช่วยทำให้การณรงค์ประเด็นที่เกี่ยวของกับจักรยานและสิ่งแวดล้อมของดร.สรณรัชฎ์ กาญจนวานิช ได้อย่างดีขึ้น โดยการสร้างเครื่องมือหรือตัวช่วย อาทิ กิจกรรมชวนปั่น เป็นต้น

**บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจ**

ในกรณีของ ทรงกลด และนนลนีย์ ถือว่าเป็นตัวอย่างของสื่อบุคคลที่เรียกได้ว่าตัวเองเป็นสื่อที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับคนอื่นๆ โดยเขาและเธอได้อาศัยบทบาทของสื่อใหม่และสื่อมวลชนที่เป็นบทบาทรอง ที่ได้เน้นถึงการนำเสนอเนื้อหาของการชวนผู้อ่านมาปั่นจักรยานผ่านทางสื่อออนไลน์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจจักรยาน แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทหลักในการมีส่วนช่วยในการสร้างแรงบันดาลใจ ให้คนอยากทำสิ่งดีๆเพื่อสังคม

**ปัญหานำวิจัยข้อที่ 3 เรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ**

ผลวิจัยพบเรื่องราวที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะอันเกิดจากการผสมผสานสื่อหลายรูปแบบ ตลอดจนได้มีการมุ่งเป้าอันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางนโยบายทั้งทางโครงสร้างที่เกี่ยวกับการสัญจร และกฎหมายในระดับชาติ นโยบายสาธารณะที่ถูกผลักดันในสถานศึกษา และการผลักดันนโยบายสาธารณะในระดับชุมชน อันได้แก่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางจักรยานในชุมชน โดยจำแนกออกเป็นมิติ 3 มิติ ได้แก่

**1.มิติด้านนโยบายสาธารณะที่เกี่ยวกับจักรยานในระดับชาติ โดยเรื่องราวของ ศ.ดร. ธงชัย นั้น ส่งผลให้เกิด การเปลี่ยนแปลงนโยบายในระดับประเทศ โดยได้รับมติเอกฉันท์ในที่ประชุมใหญ่สมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 5 พ.ศ. 2555 ให้เป็นระเบียบวาระแห่งชาติ**

ได้แก่ เรื่องราวของ ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์ สู่ชมรมจักรยานไทยและจุดพลิกทางนโยบายที่ยิ่งใหญ่

**2.มิติด้านโยบายสาธารณะในสถานศึกษา โดยเรื่องราวของ ผศ.สุรพนธ์ ตุ้มนาค ส่งผลให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กลายเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว และมีการบรรจุหลักสูตรเกี่ยวกับการขี่จักรยานในวิชาศึกษาทั่วไปสำหรับนักศึกษา**

ได้แก่ เรื่องราวของ ผศ. สุรพนธ์ ตุ้มนาค กับการผลักดันสถานศึกษาจักรยานตัวอย่าง

**3.มิติด้านนโยบายสาธารณะที่เกี่ยวกับจักรยานในระดับเมือง โดยเรื่องราวของ คุณ นนลนีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลฝาท่อระบายน้ำที่เป็นอุปสรรคต่อการขี่จักรยานในกรุงเทพฯ**

ได้แก่ เรื่องราวของ คุณ นนลนีย์ สู่ Bangkok Bicycle Campaign และ การเปลี่ยนแปลงทางจักรยานในกรุงเทพฯ

**อภิปรายผลการวิจัย**

ผลการวิจัย เรื่อง “บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย” ได้สะท้อนให้เห็นถึงประเด็นสำคัญเกี่ยวกับ “บทบาท” ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก พลังของ “คุณลักษณะทางการสื่อสาร” ของกลุ่มคนเหล่านี้ในการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พลังและการประสานสื่อใหม่ภายใต้กระบวนทัศน์ใหม่ และ พลังของ “เรื่องราว” ของกลุ่มคนเหล่านี้ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมและการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่เกี่ยวกับจักรยาน ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ประเด็นที่ 1 พลัง “ความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับ” และ “กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก”กับการเปลี่ยนแปลงสังคม**

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึง “พลัง” ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่สามารถขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมในเชิงของการคมนาคมสัญจรที่ยั่งยืนผ่านกรณีของจักรยาน ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่สอดคล้องกับ กับ แนวคิด ความเบี่ยงเบนเชิงบวก ที่เชื่อในพลังของกลุ่มคนที่อาจทำในสิ่งที่สังคมอาจมองว่าเป็นเรื่องผิดแปลกออกไปจากคนหมู่มากในสังคม หากแต่เรื่องที่พวกเขาเหล่านั้นทำกลับกลายเป็นการแก้ไขปัญหาสังคมได้เป็นอย่างดี

หนึ่งในข้อค้นพบที่ได้เน้นย้ำให้เห็นว่า ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมที่ Rogers (1969) ได้ค้นพบนั้น ได้เปลี่ยนแปลง “บทบาท” ของผู้แพร่กระจายนวัตกรรม ให้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะประเด็นของผู้นำนวัตกรรมมาเผยแพร่ ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของ “คนใน” ซึ่งเป็นผู้เป็นเจ้าของนวัตกรรม เป็นเจ้าของปัญหา และเป็นเจ้าของวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนเอง ที่มีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาให้เห็นจนเป็นที่ประจักษ์ ดังนั้นผลวิจัยจึงได้สะท้อนให้เห็นว่าในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะใช้ มุมมองจาก “คนใน” ในการแก้ปัญหา

ยิ่งไปกว่านั้น งานวิจัยชิ้นนี้ก็ได้แสดงให้เห็น “บทบาท” ของ “ผู้ช่วย หรือเครื่องมือช่วย” ชิ้นใหม่ ที่เรียกว่า “สื่อใหม่” ที่เรียกได้ว่าเข้ามามี “บทบาท”ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่า ผู้ช่วยหรือเครื่องมือชิ้นเดิม หรือ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อมวลชน บทบาทของผู้ช่วยคนใหม่ช่วยฉายภาพให้เห็นกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่แฝงอยู่ในชุมชนได้ชัดเจนขึ้น ทำให้ง่ายต่อการเสาะหามากขึ้น ในขณะเดียวกัน ก็เป็นเวที เป็นพื้นที่เปิดอย่างเสรี ที่ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ สื่อสารได้อย่างแพร่กระจายรวดเร็ว ตลอดจนเป็นไปได้อย่างทันถ้วงที (Real time) มากยิ่งขึ้น

ผลวิจัยยังได้สะท้อนภาพบทบาทของการผลักดันนโยบายสาธารณะที่มาจากกระบวนการสื่อสารแนวระนาบ Horizontal อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับหลักความเบี่ยงเบนเชิงบวก (PD) ซึ่งเน้นยิ่งไปกว่านั้นให้เห็นเรื่องของการ ไม่ปฏิเสธกระแสคำตอบที่อยู่ในชุมชน (Local solution) และ

เมื่อกล่าวถึงวิธีแก้ปัญหาที่มาจากภายในชุมชนเอง ก็จะพบกระบวนการที่สอดคล้องกับแนวคิดที่ (A. Singhal, 2011) ได้นำเสนอว่าแนวคิด PD ตั้งอยู่บนรากฐานของภูมิปัญญา (Asset Based) และเป็นการขยายข้อจำกัดที่แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (PD) เคยมี

งานวิจัยชิ้นนี้ยังแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการและการเปลี่ยนทิศทางที่ชัดเจนของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการผลักดันนโยบายสาธารณะ จากรูปแบบ ในการผลักนโยบายแบบดั้งเดิม ได้แก่ 1) รูปแบบซึ่งเป็นไปในลักษณะจากศูนย์กลางหรือผู้มีอำนาจมายังคนในชุมชน ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบ Vertical หรือ Downward Communication ที่นโยบายและการกำหนดสารและประเด็นที่จะสื่อสารเกิดจากส่วนกลางหรือภาครัฐสู่คนในชุมชน ซึ่งโดยปกติจะทำการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเป็นหลัก หรือ 2) เรื่องกระแสคำตอบอยู่ในชุมชน หรือ Local Solution ที่เกิดขึ้นในกระบวนทัศน์แห่งการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ที่เน้นไปในหน่วยของการศึกษา (Unit) ที่ชุมชน ซึ่งเริ่มเผยให้เห็นกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลมากขึ้น เป็นการสื่อสารแบบ Horizontal หรือ Upward Communication อย่างไรก็ตาม ในแนวทางนี้มีข้อจำกัดก็คือเรื่องของการแพร่กระจายข้อมูลด้วยข้อจำกัดของสื่อบุคคล ที่ทำให้การกระจายข้อมูลกระจุกตัวและเป็นไปอย่างช้า ทำให้การเปลี่ยนแปลงสังคมที่เกิดขึ้นจึงเป็นไปอย่างช้าด้วยเช่นกัน 3) การนำเอากระแสคำตอบอยู่ในชุมชน หรือ Local Solution ที่เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อแพร่ขยายให้เกิดการขยายผลในเชิงนโยบาย กรณีที่เกิดกับงานวิจัยกระบวนการสื่อสารเพื่อปรับแปลงความหมายของพิธีกรรมงานศพชุมชนบ้านดงให้กลายเป็นงานศพปลอดเหล้า ของ (บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย, 2553) เป็นตัวอย่างที่เกิดขึ้นที่แสดงให้เห็นถึงการแพร่กระจายและผนึกกำลังของสื่ออย่างสื่อบุคคล และสื่อพิธีกรรม แต่ด้วยข้อจำกัดในเชิงขอบเขตของพื้นที่ และ ข้อจำกัดของสื่อจึงทำให้เรื่องราวถูกแพร่ขยายเป็นไปในทิศทางที่จำกัด ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการเติมรากฐานที่ขยายให้กว้างขวางขึ้นโดยให้เห็นถึงแนวทางที่ 4) ที่เป็นการสอดประสานทิศทางการสื่อสารแบบ Horizontal และ Vertical อย่างชัดเจนโดยการประสานงานกันของสื่อต่างๆ อาทิ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อใหม่ และในขณะเดียวกันก็เห็นถึงทิศทางที่มีการระดมพลังของ กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก สื่อ และเรื่องราว ก่อให้เกิดการผลักดันนโยบายให้เป็นที่ประจักษ์

ฉะนั้นพลังของกลุ่มคนที่เกิดขึ้น จึงเป็นตัวอย่างในการ ชี้ให้เห็นบทบาทที่ Change Agency ควรจะเป็น โดยเป็นการเข้าไปหนุนเสริมกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของปัญหา

อย่างไรก็ดีงานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษาไปให้เห็นถึงบริบทที่แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก(PD)ไม่เคยได้ ศึกษามาก่อน เผยให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการนำ PD มา ปรับประยุกต์ใช้ในบริบทที่เป็นชุมชนเมือง ซึ่งในอดีตจะกระทำการศึกษาในบริบทชุมชนเท่านั้น ดังตัวอย่างของ Singhal และ Dura (2009) ที่เน้นศึกษาการนำแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกไปประยุกต์กับหน่วยการศึกษาในบริบทที่เป็นชนบทเท่านั้น อาทิ อูกานดา และ อินโดนีเซีย ที่เกิดขึ้น ฉะนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่า

ภายใต้บริบทชุมชนเมือง (Urban) แนวคิด ความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นสามารถนำเอาปรับประยุกต์ใช้ได้ และยังแสดงให้เห็นว่าส่งผลให้เกิดการผลักดันนโยบายสาธารณะที่สำเร็จ

**ประเด็นที่ 2 พลังของ"คุณลักษณะทางการสื่อสาร"ที่สะท้อนผ่านกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก สู่การเปลี่ยนแปลงสังคม**

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นพลังของกลุ่มบุคคลที่สามารถขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารสาธารณะเพื่อสื่อสารประเด็นของนโยบายที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับจักรยานในประเทศไทย อีกทั้งก่อให้เกิดความตื่นตัวของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการตอบข้อความท้าทายต่อแนวคิด PD ที่ Lapping และคณะ (2002) ได้ตั้งคำถามเอาไว้ถึงข้อท้าทายในอนาคตของ "บทบาท ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ในการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม" ที่ชี้ให้เห็นเพียงมิติด้านการสื่อสาร ที่แสดงเฉพาะ "บทบาท" การสื่อสารในเชิง "บทบาทด้านการเป็นผู้สนับสนุนในชุมชน" (facilitator) อันเป็นบทบาทเชิงความสัมพันธ์ภายนอกที่เชื่อมโยงกับสมาชิกอื่นๆ ในสังคมซึ่งเกิดการตั้งคำถามถึงการแก้ปัญหาหรือผลักดันเชิงโครงสร้างหรือนโยบายที่เกิดขึ้นจริง

ซึ่งหากพิจารณาจากข้อค้นพบของงานวิจัยชิ้นนี้ จะพบว่า "บทบาท" ของ กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยเผยให้เห็น ถึงบทบาทในการ เป็น นักรณรงค์ หรือนักผลักดันนโยบาย (Advocator) ซึ่งยังไม่เคยปรากฏในงานวิจัยที่อยู่บนฐานของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกมาอย่างเป็นที่ประจักษ์มาก่อน

แม้ว่าจะมีงานวิจัยในเชิงทดลองที่ได้ทำขึ้นในประเทศอียิปต์ (Ahari, 2002) โดยการนำแนวคิด PD ไปทำการวิจัยเชิงทดลองเพื่อค้นหากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก เพื่อต่อสู้กับภาวะและความเชื่อที่ผู้หญิงในแอฟริกาต้องขลิบอวัยวะเพศ ผลการวิจัยเผยให้แนวโน้มของ "ทักษะด้านการผลักดันรณรงค์" ของกลุ่มคน PD ที่เพิ่มขึ้น โดยพบกิจกรรมอาทิการให้ความรู้เบื้องต้นกับเพื่อนบ้านตลอดจนการสื่อสารโดยการพูดในที่ประชุมหมู่บ้าน และแรงผลักที่ผลักดันให้กลุ่มคนเหล่านี้กล้าที่จะออกมาบอกต่อแก่คนอื่นๆก็คือ ผลด้านลบเชิงจิตใจของกระบวนการการขลิบ เช่น ความรู้สึกของลูกสาวที่รู้สึกถูกทรยศจากครอบครัวของตัวเอง และ การที่เด็กสาวเหล่านี้เกิดการเข้าถึงช่องทางใหม่ๆบางอย่างได้แก่ การเข้าถึงกลุ่มแพทย์ในท้องที่และผู้นำทางศาสนาเป็นต้น จนถึงตัวอย่างของเรื่องราวที่ถูกเผยแพร่ในโทรทัศน์ที่แพร่ภาพไปทั่วประเทศ ผ่านกรณี ที่เด็กผู้หญิงที่ถูกขลิบได้บอกเล่าเรื่องราวของเธอกับคนดูทั่วประเทศว่า เธอประสบความสำเร็จในการห้ามไม่ให้แม่ของเธอขลิบอวัยวะเพศของน้องสาว และตัวเธอเองก็ได้บอกสิ่งนี้ไปกับเพื่อนๆของเธอด้วย

ดังนั้นภาพที่เห็นในงานวิจัยชิ้นนี้จึงเปรียบเสมือนส่วนขยาย ของภาพเล็กๆที่เกิดขึ้นในอียิปต์ โดยฉายให้เห็นกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในประเทศไทย ที่มีคราบของการเป็นนักรณรงค์ด้วย

และพวกเขาก็ใช้สื่อได้อย่างน่าสนใจ ตลอดจนเรื่องราวของเขาก็จุดประกายให้เกิดกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก หน้าใหม่ขึ้นในสังคมอีกด้วย และส่งผลเชิงนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม

**“คุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก” ในเชิง “ทักษะการสื่อสาร”**

ผลการวิจัยในครั้งนี้ยังได้ขยายภาพที่เกิดขึ้นของกลุ่มคนจำนวนเล็กๆของสังคมซึ่งประกอบไปด้วยทักษะทางการสื่อสารที่สำคัญ อันประกอบไปด้วยการเป็น ผู้รู้ ผู้เชื่อมโยง และนักโน้มน้าวที่มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงอันยิ่งใหญ่ของสังคม ซึ่งขยายแนวคิดของ Gladwell (2001) โดยแนวคิดของกฎของคนพิเศษ (Law of the few) ที่เอื้อให้เห็นว่า กลุ่มคนที่มีคุณลักษณะเช่นนี้อาจมีความซ้อนทับในตัวบุคคลเดียวกันได้ และแสดงให้เห็นว่าคน 3 กลุ่มที่เขาได้อธิบายเอาไว้อาจมีลักษณะที่เป็นบุคคลคนเดียวกัน หรืออาจมีความทักษะสามารถมากกว่า 1 คุณลักษณะ ซึ่งยิ่งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น ผลวิจัยได้ขยายภาพให้เห็นต่อเติมจากงานวิจัยของ (ปาริชาต สถาปิตานนท์, 2551) ที่พบว่า คุณลักษณะสำคัญของบุคคลที่ก้าวมาเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่ต้องประกอบไปด้วยความมุ่งมั่นในการแก้ปัญหา ความน่าเชื่อถือ การวางบทบาทสนับสนุนพันธมิตร งานวิจัยนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่ลงไปให้เห็นในรายละเอียดปลีกย่อย โดยการขยายภาพของบทบาทของบุคคลที่ Gladwell (2001) เรียกว่าเป็นกลุ่มคนพิเศษที่มีบทบาทสำคัญทำให้เรื่องราวแพร่ระบาดส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้น อันได้แก่กลุ่ม ผู้รู้ กลุ่มผู้เชื่อมโยง กลุ่มนักโน้มน้าว ซึ่งผลวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าคุณลักษณะทางการสื่อสารเหล่านี้ มีบทบาทอย่างยิ่งที่ช่วยแพร่กระจายข่าวสาร และช่วยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม อีกทั้งยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ ซึ่งในบทบาทของผู้รู้ ก็จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเคลื่อนด้วยความรู้ และนำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม ยิ่งไปกว่านั้น ในประเด็นของ การเป็นนักเชื่อมโยง คุณลักษณะที่เกิดขึ้นในงานวิจัย สะท้อนให้เห็นถึงข้อค้นพบที่ว่า คุณลักษณะที่สำคัญของ ผู้เชื่อมโยงนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความเข้าใจคนและสังคม และ การรู้จักที่จะบริหารความสัมพันธ์ที่มี และการสะสมคนรู้จัก และการเป็นนักโน้มน้าว ที่รู้จักการเผยแพร่ มีความสร้างสรรค์ มีความคลั่งไคล้ และอาจจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือหรือสถานะที่น่าเคารพในสังคม

ในส่วนที่ว่าด้วยการบริหารความสัมพันธ์ งานวิจัยชิ้นนี้ได้เข้าไปสะท้อนภาพให้เห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์ที่เรียกว่า ความสัมพันธ์แบบผิวเผิน (Weak ties) ซึ่งก็ได้พบว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในกลุ่มคนเหล่านี้ โดยพวกเขาใช้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นซึ่งในสังคมไทยอาจเรียกว่า “คอนเน็คชั่น” ที่เป็นส่วนช่วยในการเชื่อมประสานก่อให้เกิดเป็นส่วนหนึ่งของการเชื่อมโยงที่สำเร็จ สอดคล้องกับสิ่งที่ล่าสุด (Gladwell, 2010) ได้ตั้งข้อสมมติฐานไว้โดย ได้เขียนไว้ในนิตยสาร The New Yorker ที่กล่าวว่า เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่เกิดขึ้นในสังคมนั้นล้วนเกิดจากการเชื่อมโยงอันเกิดจากความสัมพันธ์แบบผิวเผิน และด้วยคุณลักษณะของการสะสมคนรู้จัก

ซึ่งถ้าหากมองให้ลึกยิ่งไปกว่านั้น ในคุณลักษณะที่ว่าด้วยการสะสมคนรู้จักนั้น ได้แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะเด่นของกลุ่มคนเหล่านี้ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่าง เฟซบุ๊ค เข้ามาใช้ในการเป็นเครื่องมือในการบันทึกและสะสมคนรู้จักได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ในการสะสมความสัมพันธ์แบบผิวเผินเพื่อก่อให้เกิดการขยายวงเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ในส่วนที่งานวิจัยชิ้นนี้ได้อภิปรายเรื่องความน่าเชื่อถือ ของผู้โน้มน้าวนั้น ก็เป็นเรื่องที่งานชิ้นนี้เผยให้เห็นถึงความโดดเด่นด้านนี้โดยบริบทเฉพาะที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ตัวอย่างของการมีผู้นำขบวนที่เป็นผู้มีความน่าเชื่อถือ (Source Credibility) นั้นเผยให้เห็นความสำคัญของการผลักดันประเด็นที่สำคัญในสังคมไทย เนื่องจากสังคมไทยนั้นจะให้การยอมรับบุคคลที่มีลักษณะเช่นนี้ซึ่งสอกคล้องกับคำกล่าวของ McGuire (2001) ที่ได้เคยชี้ให้เห็นไว้ว่า ความน่าเชื่อถือนับเป็นคุณลักษณะสำคัญของ “แหล่งสาร” โดยเขาได้ขยายความไว้ว่า ความน่าเชื่อถือเกี่ยวข้องกับการที่คนเล็งเห็นว่า แหล่งสารเป็นผู้เชี่ยวชาญ รู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหา ไว้วางใจได้ หรือสามารถรายงานข้อมูลต่างๆด้วยความจริงใจตลอดจนเกี่ยวข้องกับการศึกษาและคุ้นเคยกับสภาพปัญหา ซึ่งประเด็นต่างๆเหล่านี้ๆได้ปรากฏอย่างชัดเจนในบรรดากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก

ในด้านบทบาทของคุณลักษณะความคลั่งไคล้ (Passion) ยังไม่ได้มีการศึกษาวิจัยมาก่อนในฐานของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการบุกเบิกให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของความคลั่งไคล้ (Passion) ที่สามารถแปลงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ดีได้ หากสำรวจงานวิจัยในเชิงพฤติกรรมศาสตร์ก็จะพบว่า ปัจจัยด้านความคลั่งไคล้นั้น Wrzeniewski (2003) นักวิชาการด้านพฤติกรรมศาสตร์ที่ได้กล่าวไว้ว่าเกิดจากแรงขับทางจิตวิทยาอันเกี่ยวเนื่องกับการให้ “ความหมาย” กับ “บางสิ่ง” ของมนุษย์ อันเป็นปัจจัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภายใน (Intrinsic motivation) แรงขับเหล่านี้ ไม่ได้เกิดจากการบีบอัดจากสภาพภายนอกหากแต่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากกระบวนการภายใน และเมื่อใดก็ตามที่มนุษย์ถูกกระตุ้นปัจจัยภายในที่พวกเขามี พวกเขาจะแปรเปลี่ยนเอาปัจจัยภายในที่เขามี กระตุ้นให้เกิดเป็นการกระทำ การท้าทาย การขยายขอบเขตของความสามารถของพวกเขาที่มี พวกเขาจะมีแรงพลังที่ทำให้พวกเขาต่อต้านอุปสรรคต่างๆที่พวกเขามีได้ เมื่อกล่าวโดยสรุปก็คือเมื่อใดก็ตามที่มีการให้ความรัก ความคลั่งไคล้ หรือความหมายกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มนุษย์ก็มักจะแปลงสิ่งเหล่านั้นให้กลายเป็นกิจกรรมเชิงบวกนั่นเอง อย่างไรก็ดี งานวิจัยชิ้นนี้กลับพบว่า ปัจจัยภายนอก อาทิ เรื่องสิ่งแวดล้อม สภาพการจราจร และ และสุขภาพ อาจเป็นตัวกระตุ้นได้เช่นกัน ซึ่งล้วนแสดงให้เห็นพลังอย่างมหาศาลจากกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งสามารถช่วยนำพลังของพวกเขามาแก้ไข ระดมพลได้ ทั้งนี้ สอดคล้องกับผลวิจัยที่พบบทบาทสื่อใหม่ที่เข้ามาเสริมในการสร้างแรงบันดาลใจ และจึงน่าจะเป็นส่วนเสริมให้เกิดพลังอันยิ่งใหญ่ได้

**ประเด็นที่ 3 ทิศทางของการกระจาย “สาร” แห่งกระบวนทัศน์ใหม่ และ บทบาทของ “สื่อใหม่”**

หากกกล่าวถึง กระบวนทัศน์ที่ว่าด้วยการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม นั้น โดยเฉพาะ Diffusion of Innovations ได้ให้ความสำคัญกับสื่อที่ประจักษ์ในแต่ละยุค แต่ละสมัย จากเดิมที่ Lasswell (1948) ได้กล่าวว่าสื่อมวลชนจะทำหน้าที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. สังเกตการณ์สภาพแวดล้อม (Surveillance of Environment) คือการเป้าสอดส่องเหตุการณ์ต่างๆรวมถึงภัยอันตรายที่อาจส่งผลกระทบต่อสมาชิกของสังคม
2. ประสานสัมพันธ์ส่วนต่างๆของสังคมให้อยู่ร่วมกันได้ (Correlation of the Parts) คือการที่สื่อมวลชนเข้ามาช่วยในการทำหน้าที่ ประสานปรับให้สมาชิกกลุ่มต่างๆในสังคมมีความเข้าอกเข้าใจซึ่งกันและกัน
3. ถ่านทอดมรดกทางสังคม (Transmission of Social Inheritance) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการถ่ายทอดวัฒนธรรมไปยังอนุชนรุ่นต่อๆไป ต่อมา Wright (1975) ได้นำเสนอบทบาทของสื่อมวลชนเพิ่มเติมคำจำกัดของ Lasswell เพิ่มมาอีกข้อนั่นคือ
4. การให้ความบันเทิง (Entertainment) คือการถ่ายทอดผลงานทางการละครโดยอาศัยสัญญาณสัญลักษณ์ ภาพ เสียง เพื่อความสนุกสนาน รื่นรมย์

อย่างไรก็ดี ข้อค้นพบจากงานวิจัยชิ้นนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์นี้อันเกิดจากการเติบโตการเติบโตของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบ 3.0 ที่ส่งผลให้รูปแบบการแพร่กระจายข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงไป จากรูปแบบ Broadcast ไปสู่ Information society system ในลักษณะสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีลักษณะเฉพาะตัว อาทิ1)Interactivity & real time 2)Trans-media 3)Reproduction and extension of messages และ 4) Co-creation of user-generated contents โดยพบบทบาทใหม่ๆที่สื่อใหม่ได้เข้ามาทำหน้าหลัก อาทิ บทบาทในการให้ข้อมูล บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่าย และการรวมกลุ่ม และบทบาทในการส่งเสริมการแสดงออก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaplan and Haenlein (2010) ที่กล่าวไว้ว่าสื่อใหม่มีบทบาทในการสร้างการสนทนา (Discuss) การแลกเปลี่ยนในชุมชน (Community share) การผลิตเนื้อหา “สาร” ร่วมกัน (user-generated content )

ในขณะที่ บทบาทในการสอดส่องจับตา ก็กลายเป็นบทบาทหลักของสื่อใหม่ที่งานวิจัยชิ้นนี้ได้ค้นพบ อันเป็นเพราะการสื่อสารแบบ Real time ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้ส่งสารสามารถส่งสาร ได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนการพัฒนาของสมาร์ทโฟนที่ทำให้เราสามารถถ่ายรูปและเขียนข้อความส่งไปยังคนอื่นๆในชุมชนได้ทุกเมื่อทุกเวลา

บทบาทในการสร้างความสนใจและจุดกระแสก็เป็นบทบาทที่งานวิจัยชิ้นนี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสื่อใหม่ที่สามารถสร้างความสนใจ ด้วยลักษณะของภาพ ที่เน้นการดึงดูด เป็นการใช้ลักษณะของภาพและข้อความสั้นๆในการสร้างสิ่งที่เรียกว่า Viral ในโลกออนไลน์ให้เกิดขึ้น

อย่างไรก็ดีประเด็นบทบาทสื่อในการสร้างวาระเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม บทบาทของสื่อใหม่จะใช้ลักษณะที่เป็นเหมือนตัว “จุดประเด็น” เพื่อให้สื่อมวล ใน การรับลูกต่อ ในการสร้างวาระดังจะเห็นตัวอย่างจากงานวิจัยชิ้นนี้ที่กรณีของเรื่องราวที่เกิดขึ้นก็ถูกนำไปแพร่ขยายในสื่อมวลชนเพื่อทำให้เรื่องราวเกิดการเผยแพร่และสร้างประเด็นในสังคมวงกว้าง เป็นการสะท้อนให้เห็นบทบาทของสื่อใหม่ที่ค่อยๆทวีความสำคัญในการเป็นสื่อที่สามารถเสริมช่วยกำหนดทิศทางหรือการวางวาระที่สำคัญของสังคมได้

ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่กลุ่มคนที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นนอกจากควรจะมีคุณลักษณะ ของการเป็นผู้รู้ ผู้เชื่อมโยง นักโน้มน้าวแล้ว ก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเสริมความรู้เท่าทันเรียนรู้การใช้สื่อใหม่ และการเกาะติด ความเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงในโลกออนไลน์ด้วย

**จาก KAP สู่ PAK**

หากย้อนกลับไปดูที่รูปแบบการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมที่ Rogers and Balle (1985) ได้กล่าวไว้โดยเฉพาะในแง่หลักกลยุทธ์ในการสื่อสาร อันกล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรม อันเป็นไปตามกระบวนการ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการกระทำ (Practice) เพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย นั้น งานวิจัยชิ้นนี้สะท้อนให้ทิศทางที่เกิดขึ้นจะเห็นภาพมุมกลับ ของการโน้มน้าวให้เห็น โดยแสดงให้เห็นภาพของการรับนวัตกรรมที่เกิดจาการลงมือทำ(Practice) สู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) สู่การได้มาซึ่งองค์ความรู้ (Knowledge)

ส่วนเสริมอีกส่วนที่เผยให้เห็นและน่าสังเกตก็คือปัจจัยด้าน ความติดหนึบของของสาร เรื่องของบริบทของ context ที่ก็ได้เข้ามามีส่วนช่วยเสริมเช่นกันให้เห็นว่า พลังของการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นแบบยกแผง หรือพลิกชั่วข้ามคืนจะเกิดจากปัจจัยเหล่านี้ด้วย ปัจจัยด้านความติดหนึบ และด้านบริบทที่เกิดขึ้น อาทิ ตัวอย่างของการใช้ วิธีการสื่อสารใหม่ๆ อาทิ พลังของรูปภาพ และสื่อใหม่ที่เกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดสิ่งที่เรียกว่าการ engagement ของผู้ส่งและผู้รับสาร และปัจจัยด้านบริบทก็แสดงให้เห็นว่าจักรยานเริ่มถูกนำมามาใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้น ทั้งนี้เราจะเห็นหลายๆภาคส่วนที่เริ่มมีความจริงจังขึ้นอาทิ ปันปั่น ไบก์แชร์ ตลอดจนสภาวะ การจราจรที่ติดขัดในเมืองไทย ก็เป็นตัวเร่งให้เกิดการแพร่กระจายที่รวดเร็ว

**ประเด็นที่ 4 พลังของ “เรื่องราว” ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงสังคม**

ผลวิจัยได้พบว่าเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นมีบทบาทในการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบสำคัญที่เอื้อต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนมาตรการการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงของ ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2551)

โดยหากพิจารณาในเชิงองค์ประกอบด้าน “บุคคล-สาร-บริบท” ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบ 3 ประการ อันได้แก่ บุคคล (ผู้รู้ ผู้เชื่อมโยง และนักโน้มน้าว) สาร ซึ่งมีความโดดเด่น โดนใจ และ บริบทแวดล้อม (สภาวะแวดล้อมเชิงกายภาพ หรือเชิงนโยบายต่างๆ ตลอดจน กระแส หรือเทรนด์) ยิ่งไปกว่านั้น เรื่องราวที่แพร่กระจายไปก็เป็นผลจากการประสานสื่อต่างๆเข้าด้วยกันอาทิ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และด้วยอานุภาพของสื่อใหม่ที่ช่วยแพร่เรื่องราวให้เป็นไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ได้ขยายให้เห็นว่า พลังของเรื่องราว ที่จะขยายภาพของ บุคคล-สาร-บริบทนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง “บอกเล่า” ผ่าน เรื่องราว อันก่อให้เกิดการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านพฤติกรรม และ การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางนโยบาย

ดังนั้นผลวิจัยชิ้นนี้จึงได้เน้นย้ำให้เห็นความจำเป็นที่ต้องเล่าเรื่องราวเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง ทั้งจากกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเอง และจากสื่อต่างๆที่จะช่วยแพร่ขยายเรื่องราวของพวกเขา สิ่งที่เกิดขึ้นในงานชิ้นนี้สอดคล้องกับกระแสแนวคิดการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) ในปัจจุบัน ที่นักวิชาการบางส่วนเริ่มหันมาสนใจวิธีการบอกเล่าเรื่องราว (Narrative หรือ Storytelling) มากขึ้น Hinyard and Kreuter (2007) ได้กล่าวไว้ว่า การบอกเล่าเรื่องราว เป็นการสื่อสารขั้นพื้นฐานในการกระจายความรู้ และสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเรื่องราว นั้นจะบอกเล่าให้เห็นจุดเริ่มต้น การต่อสู้ อันประกอบไปด้วยตัวละคร เป็นการกระตุ้นให้เกิดการถกเถียง ถามคำถาม หรือหาคำตอบในสังคม เพื่อเสาะหาคำตอบหรือวิธีแก้ไขปัญหาร่วมกัน สอดคล้องกับ Schank and Berman (2002) ที่ได้กล่าวถึง เรื่องราวที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงซึ่งจะมีคุณลักษณะ อาทิ เรื่องราวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ เรื่องราวที่สร้างขึ้นเสมือนจริง เรื่องราวที่เป็นประสบการณ์จริง เรื่องราวที่ถูกบอกเล่าซ้ำ เป็นต้น

ดังนั้นปัจจัยที่สำคัญ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าเรื่องราว จึงเป็น บทบาทของคนต้นเรื่องด้วย ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ก็ได้แสดงให้เห็น บทบาทของคนต้นเรื่อง ที่เป็นผู้สร้างเรื่องราวแห่งการเปลี่ยนแปลงจากประสบการณ์จริง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม สิ่งที่น่าสนใจและน่าส่งเสริมคือการเข้าไปช่วยเจียระนัยให้คนเหล่านี้กลายเป็นนักเล่าเรื่องที่เด่นชัดขึ้น หรืออาจถอดบทเรียนจากเขาเหล่านี้ แนวทางที่น่าจะนำมาใช้คือการส่งเสริมให้ผู้นำเกิด Charismatic Communication Skill เพื่อให้เกิดการสื่อสารเพื่อการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Renshon (1995) ซึ่งสะท้อนให้เห็น บทบาทของผู้นำที่มี Charisma อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนั้น จำต้องประกอบไป

ด้วย ความมุ่งมั่น ทักษะด้านการโน้มน้าวผู้อื่น ซึ่งในที่นี่รวมถึงการเข้าใจและความสามารถในการรู้กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อ และทักษะความสร้างสรรค์ในการแก้ไขและวิเคราะห์ปัญหาซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสะท้อน กลายเป็น “พลัง” ของ นักเล่าเรื่องที่มี Charisma ได้

งานวิจัยของ Renshon (1995) ได้สะท้อนความซ้อนทับของ Charismatic Leadership ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่าพวกเขา ใช้ “ความมุ่งมัน” “ทักษะการโน้มน้าว” ตลอดจน “ความรู้” ความเข้าใจในกระบวนการสื่อสาร และธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี เป็นบทเรียนที่สร้างพลังให้เห็นว่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นเป็นตัวอย่างของการสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในสังคมได้

**ประเด็นที่ 5 ยุคใหม่ของกรอบการวิจัยที่ว่าด้วย “ความเบี่ยงเบนเชิงบวก” กับการเปลี่ยนแปลงสังคม**

หากย้อนกลับไปมองที่พัฒนาการของกรอบการวิจัยที่อยู่บนฐานของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก จะพบเห็นถึงพัฒนาการที่แนวคิดเบี่ยงเบนเชิงบวกค่อยๆ พัฒนาเพื่อพิสูจน์ความท้าทาย ดังจะเห็นได้จาก ยุคที่ 1 ของงานวิจัยที่เกี่ยวกับแนวคิดที่เกี่ยวกับความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่มุ่งเน้นในประเด็นเกษตรกรรมและการสาธารณสุขในพื้นที่ชนบท เป็นการปูภาพให้เห็นถึงความสามารถหรือศักยภาพเชิงบุคคลที่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับปัจเจกได้ อย่างไรก็ดีข้อวิพากษ์ที่เกิดขึ้นคือผลลัพท์ในเชิงประจักษ์และการขยายผลในวงกว้างยังไม่เป็นที่ประจักษ์มากนัก

ซึ่งต่อมาในยุค ค.ศ. 2002 นักวิชาการและองค์กร Save the Children Federation ที่สนใจแนวคิดนี้จึงพยายามพิสูจน์ให้เห็น โดยการประยุกต์กระบวนการการเสริมพลังความสามารถกลับกลุ่มบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเพื่อให้เขาเหล่านั้นสามารถกระจายภูมิปัญญาหรือนวัตกรรมไปสู่คนในชุมชนได้อย่างแพร่กระจาย หรืออาจเรียกว่าเป็นการเสริมพลังกับกลุ่มผู้นำ (Peer support) แต่ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดของสื่อกิจกรรม (Workshop) และ บริบทที่เกิดขึ้นในชุมชนเล็กๆจึงมิอาจทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง และทางนโยบายได้ หรืออาจจำเป็นต้องใช้เวลานาน และช้า ในการแพร่กระจายแนวคิดหรือภูมิปัญญา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการพิสูจน์ให้เห็นและบุกเบิกให้เห็นกรอบการวิจัยของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่กระบวนการผลักดันนั้นเกิดจากบุคคลผู้ซึ่งเป็นเจ้าของปัญหา ซึ่งก้าวมาสู่ปริมณฑลในชุมชนเมือง และยังก้าวมาสู่ประเด็นใหม่อย่าง “การสัญจรอย่างยั่งยืน” อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงบริบทที่คอยผลักดันให้กลุ่มคนเหล่านี้มี “แรง”ผลักดันมากขึ้น อันได้แก่ บริบทแวดล้อมอาทิ ภาวะสิ่งแวดล้อม ปัญหาสุขภาพ และการจราจร ประกอบกับแรงบันดาลใจและความคลั่งไคล้ อันนำมาสู่การการเป็นบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกผู้ซึ่งมีคุณลักษณะผู้รู้ ผู้เชื่อมโยง และนักโน้มน้าว อันเป็นคุณลักษณะของกลุ่มคนผู้สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม อันผ่านกรณีที่งานวิจัยชิ้นนี้ได้

หยิบยกผ่านการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยาน ซึ่งส่งผลให้เกิดการการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและนโยบายอันเป็นที่ประจักษ์สู่สาธารณะ

*ตารางที่ 11 ตารางแสดงยุคใหม่ของของกรอบการวิจัยที่ว่าด้วย "ความเบี่ยงเบนเชิงบวก"*

| ยุค/ องค์ประกอบ | ภาวะเสี่ยง (Risk factor) | เงื่อนไขที่ทำให้ประสบผลสำเร็จ (Enabler) | พฤติกรรม (Behaviour) | ผลลัพท์ (Outcome) |
|---|---|---|---|---|
| ยุค 1 (Traditional) 1990-2002 | ความยากจน (Poverty) | ศักยภาพเชิงบุคคล (Self efficacy) | การให้ปูตัวเล็กๆแก่บุตร (Unique food) | แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Growth) |
| ยุค 2 (Application) 2002-ปัจจุบัน | กลุ่มผู้ให้บริการทางเพศ (Commercial sex worker) | การสนับสนุนกลุ่มผู้นำ PD (Peer support) | การใช้ถุงยางอนามัย (Condom use) | ลดปัญหาโรคเอดส์ (No AIDS) |
| ยุค 3 (Policy Change) ปัจจุบัน | ภาวะสิ่งแวดล้อม (Environment) สุขภาพ (Health) ปัญหาจราจร (Transportation) | ผู้รู้ (Maven) ผู้เชื่อมโยง (Connector) นักโน้มน้าว (Salesman) สื่อ (Media) | การขี่จักรยาน (Cycling) | เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและนโยบาย (Structure and Policy change) เช่น ทางจักรยาน หลักสูตรจักรยาน และนโยบายสาธารณะ |

**ข้อเสนอแนะ**

**ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่มีความเบนเชิงบวก**

การเข้าไปค้นหา กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ บทบาท ของ “คนใน” หรือคนที่เป็นเจ้าของประเด็นนั้นๆในการขับเคลื่อน ซึ่งจะก่อให้เกิดความสำเร็จในการผลักดันประเด็น ยิ่งไปกว่านั้นก็จำเป็นที่จะต้องให้คนเหล่านั้นได้เกิดการเสริมพลังความสามารถทางการสื่อสาร มีการให้ความรู้เรื่องการใช้สื่อใหม่ เพื่อให้พวกเขาสามารถแพร่กระจายภูมิปัญญาชุมชนในวงกว้าง

**ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรที่สนใจเกี่ยวกับความเบี่ยงเบนเชิงบวก**

บทบาทของรัฐหรือหน่วยงานที่จะเข้าไปหนุนเสริมการผลักดันจึงควรเริ่มจากการค้นหาบุคคลเจ้าของประเด็น หรือการสำรวจชุมชนที่เป็นเจ้าของปัญหา แล้วเข้าไปเป็นส่วนหนุนเสริมในสิ่งที่ชุมชนเหล่านั้นต้องการ การเข้าไปหนุนเสริมควรเป็นทั้งการสนับสนุนทางด้านศักยภาพเชิงบุคคล การสื่อสารและทักษะการโน้มน้าว ตลอดจนการเรียนรู้ การรู้เท่าทันสื่อในหลายๆรูปแบบอันรวมถึงการส่งเสริมให้คนเหล่านี้เกิดศักยภาพทางการสื่อสารในสื่อใหม่ หรืออาจเป็นการเข้าไปถอดบทเรียนจากคนเหล่านี้เพื่อนำมาเป็นรูปแบบตัวอย่างในการขับเคลื่อนประเด็นอื่นๆ

**ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป**

1.งานวิจัยชิ้นนี้อาจทำจากมุมมองของ “คนใน” ดังนั้นอาจมีการเสนอแนะให้เปลี่ยนมุมจากการทำแบบคนนอก และในเชิงประเด็น ความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่เกิดขึ้นเป็นการบุกเบิกทำในประเทศไทย ดังนั้นจึงน่าจะมีการศึกษาต่อเพื่อค้นหากลุ่มคนเหล่านี้ในประเด็น หรือ บริบทอื่นๆ

2.การสำรวจหากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก อาจขยายไปยังกลุ่มอื่นๆที่น่าจะอยู่ในชุมชน หรือเป็นคนที่ไม่ได้ชื่อเสียงอาจอยู่ในอาชีพ สาขาอื่นๆ เพื่อขยายของเขตของคุณลักษณะทางการสื่อสาร

3.การศึกษา “เรื่องราว” ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่อยู่ในสื่อว่าได้ส่งผลในระดับใดบ้างกับผู้รับสาร

# รายการอ้างอิง


Ahari, M., Kuttab, A, Khamis, S., Farahat, A. A, Darmstadt, G. L., Marsh, D. R, & Levinson, F. J. (2002). Factors associated with successful pregnancy outcomes in Upper Egypt: A positive

deviance inquiry. *Food and Nutrition Bulletin* (Vol. 23, pp. 83-88).

Amidei, N. (1991). *So you want to make a difference*. Washington, DC: OMB Watch.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review,* 84(2), 191-215.

Bernhoft, I. M. (1999). How to substitute short car trips by cycling and walking. *Journal of International Association of Traffic and Safety Science*.

BK Magazine. (2555, Spetember). *BK Magazine*.

Bordenave, J. D. (1976). Communication of agricultural innovations in Latin America: The need for new models. In E.M. Rogers (Ed.) *Communication and Development: Critical Perspective* (pp. 43-62). Beverly Hills, CA: Sage.

Brulle, R. J. (2010). Praxis Forum From Environmental Campaign to Advancing the Public Dialog: Environmental Communication for Civic Engagement. *Environmental Communication,* 4(1), 82-98.

Burt, R. S. (1999). The social capital of opinion leader. *Annals of the American Academy of Political and Social Science,* 566, 37-54.

Buscell, P. (2004). The power of positive deviance. *Emerging, August-October,* 8-20.

Carmen, R. (1996). *Antonomous Development*. New York: Zed Books.

Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 238-266.

Chlorophyll. (2555, กันยายน - ธันวาคม ). *Chlorophyll Magazine*.

Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1972). *Participation in American Politics: The dynamics of agenda-builings* (Vol. 2nd ed.). Baltimore, MD: John Hopkins.

Cohen, B. (1963). *The press and policy*. Princeton: Princeton.


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Colle, R. D. (1989). Communicating Scientific Knowledge. In J.L. Compton (Ed) *The Transformation of International Agriculture Research and Development*. Boulder, CO: Lynne Rienner.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior*. New York: Plenum Press.

Dodge, P. (1996). *The Bicycle*. Paris: Flammarion.

Dorsey, D. (2000). Positive deviant. *Fast Company.* 41:284. 2015, from http://www.fastcompany.com/magazine/41/sternin.html

Drimitriou, H. T. (2011). *Urban Transport in the Developing World: A Handbook of Policy and Practice*. UK.

Dura, L., & Singhal, A. (2009). Will Ramon Finish Sixth Grade? Positive Deviance for Student Retention in Rural Argentina *Positive Diviance Wisdom Series, Number* 2 (pp. 1-8). Boston, Tufts University: Positive Deviance Initiative.

Dutta, M. J. (2011). *Communicating Social Change*. New York: Routledge.

Farr, A. C., & Ames, N. (2008). Using diffusion of innovation theory to encourage the development of a children's health collaborative: a formative evaluation. *Journal of Health Communication,* 13(4).

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. New York: Herder & Herder.

Friedmann, J. (1992). *Empowerment: The Politics of Alternative Development.* Cambridge, MA: Blackwell.

Garrett, R. K. (2006). Protest in an information society: A review of literature on social movement and new ICTs. *Infomation Communication and Society,* : 9(2), 202.

Gladwell, M. (2001). *The tipping point: How little things can make difference.* Boston: Little Brown.

Gladwell, M. (2010). Small change: Why the revolution will not be tweeted Twitter, Facebook, and social avtivism'. *The New Yorker, October* 4, 2010.

Greenleaf, R. K. (1977). *Servant Leadership*: Paulist Press.

Hansen, J. (2003). Can we Defuse the Global Warming Time Bomb?. *NaturalSCIENCE* (Vol. August). Victoria: Heron Publishing.

Hansen, S., & Salter, G. (2001). The Adoption and Diffusion of Web Technologies into Mainstream Teaching. *Journal of Interactive Learning Research,* 12(2), 281-299.

Heider, & Kreps. (2004). Forty years of diffusion of innovations: utility and value in public health. *Journal of Health Communication*(9).

Hinyard, L. J., & Kreuter, M. W. (2007). Using narrative communication as a tool for health behavior change: A conceptual, theoretical, and empirical overview *Health Education and Behavior* (Vol. 34(5), pp. 777-792).

Holder, H. D., & Treno, A. J. (1997). Media advocacy in community prevention: News as a means to advance policy change. *Addiction,* 92.

Hornik, R. C. (1988). *Development Communication: Information, Agriculture and Nutrition in the Third World*. NY: Longman.

Jacobson, T. (1994). Modernization and Post-Modernization Approaches to Participatory Development Communication. In e. S. W. w. K. S. N. a. J. Ascroft (Ed.), *Participatory Communication: Working for Change and Development*. New Delhi, India: Sage Publications.

Jacobson, T., & Servaes, J. (1999). *Theoretical Approaches to Participatory Communication*. Chesskill- New Jersey: Hampton Press, Inc.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons, Vol.* 53(1), 59-68.

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence; the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. IL: Free Press.

Kelly, J. A., St.Lawrence, J. S., Diaz, Y. E., Stevenson, L. Y., Hauth, A. C., & Brasfield, T. L. (1991). HIV risk behavior reduction following intervention with key opinion leaders of population:An experimental analysis. *American Journal of Public Health,* 81(2), 168-171.

Kietzmann, J. H. e. a. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons, Vol.* 54(No. 3), 241-251.

Kotler, Philip, Kartajaya, Hermawan, Setiawan, & Iwan. (2010). Welcome to Marketing 3.0 *Marketing* 3.0: *From Products to Customers to the Human Spirit* (pp. 1-24).

Kumar, R. (2011). Development Communication: A Purposive Approach Communication with Social Conscience- An Indian Perspective. *Global Media journal*.

Lankao, P. R. (2008). Urban Areas and Climate Change: Review of Current Issues and Trends *Issue Paper for* 2011 *Global Report on Human Settlements*. Nairobi: UN-HABITAT.

Lapping, K., Marsh, D. R., Rosenbaum, J., Swedberg, E., Sternin, J., Sternin, M., , & Schroeder, D. G. (2002). The positive deviance approach: Challenges and opportunities for the future. Food

and Nutrition Bulletin. 23(4), 130-137.

Lasswell, H. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*.

Leda, H. (2010). *Sustainable Urban Transportation in an Asian Context*. Springer, Tokyo.

Lerner, D. (1962). *The Reviving Civilization*. Harper.

Lievrouw, L. A. (1999). *Deciding what's new about new media*. Paper presented at the ICA Newsletter

Macklis, R. (2001). Successful patient safety initiatives: Driven from within. *Group Practice Journal,* 50(10).

Mayer, G. (2004). Diffusion methodology: Time to innovate? *Journal of Health Communication,* 9(1), 59-69.

McCombs, M. (1992). Explorers and surveyors: Expanding strategies for agenda setting re-

search. *Journalism Quarterly,* 69, 813-824.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication,* 43(2), 58-67.

McGuire, W. J. (2001). Input and output variables currently promising for constructing persuasive communications. In I. R. E. R. a. C. K. Atkin (Ed.), *Public communication campaigns. 3rd*. Thousand Oaks: Sage.

McKee, N. (1992). *Social Mobilization & Social Marketing in Developing Communities Lessons for Communicators*. Southboung: Penang.

McKee, N. (1994). A Community-based Learning Approach: Beyond Social Marketing. In S. W. w. K. & S. N. a. J. Ascroft (Eds.), *Participatory Communication: Working*

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

*for Change and Development* (pp. 194-228). New Delhi, India: Sage Publications.

McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory*. London: Sage.

Melkote, S. R. (1991). *Development Communication in the Third World: Theory and Practice*

India: Sage Publications.

Melkote, S. R., & Steeves, H. L. (2001). *Communication for development in the third world-Theory and Practice for empowerment*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Mody, B. (1991). *Designing Messages for Development Communication: An Audience Participation-based Approach*: Sage.

Moore, K. A., Peters, R. H., H. A. Hills, J. B. LeVasseur, A. R. Rich, W. M. Hunt, . . . T. W. Valente (2004). Characteristics of Opinion Leaders in Substance Abuse Treatment Agencies. *American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 187-203.

Morris, N. (2004). A comparative analysis of the diffusion and participation models in development communication. *Communication Theory,* 13, 225-248.

Mou Mukherjee-Das. (2014). ROLE OF NEW MEDIA COMMUNICATION TECHNOLOGIES EN ROUTE INFORMATION SOCIETY – CHALLENGES AND PROSPECTS. *Global Media Journal-Indian Edition,* 5(1).

Mozer, D. (2003). International Bicycle Fund. *www.ibike.org/statistics.htm*.

National Electronics and Computer Center. (2013). from www.nectec.or.th/en/

Papa, M. J., Singhal, A., & Dearing, W. H. (2006). *Organizing for social change: A dialectic journey of theory and praxis*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Pascale, R. T., Milleman, M., & Gioja, L. (2000). *Surfing the Edge of Chaos*. NY: Crown Publishing.

Pascale, R. T., & Sternin, J. (2005). *Your company's secret change agents*. Harvard Business Review.

Pascale, R. T., Sternin, J., & Sternin, M. (2010). *The power of positive deviance: How unlikely innovators solve the world's toughest problems*. Boston: Harvard University Press.

Pendakar, V. S. (1999). A policy perspective for sustainable cities-Non motorized transport(NMT)in Asia. *Journal of International Association of Traffic and Safety Sciences,* 23(2), 51-61.

Price, V., & Cappella, J. N. (2002). Online deliberation and its influence: The Electronic Dialogue Project in campaign 2000. *IT and Society,* 1.

Renshon, S. A. (1995). *The Clinton presidency: Campaigning, governing and psychology of leadership. Boulder*: Westview Press.

Rice, R. E., & Atkin C.K. (2013). *Public Communication Campaign*: SAGE.

Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study. *Academy of Management Journal,* 38, 555-572.

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press.

Rogers, E. M. (1969). *Modernization among peasants: The impact of communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* New York: The Free Press.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Rogers, E. M., & Balle, F. (1985). *The media revolution in America and Western Europe*. NJ: Ablex.

Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach*. New York: Free Press.

Rogers, E. M., & Svenning, L. (1969). *Modernization Among Peasants*. New York: Holt, Rineheart and Winston.

Ryan, B., & Gross, N. C. (1943). The diffusion of hybrid seed corn in two Iowa communities. *Rural Sociology,* 8, 15-24.

Schank, R. C., & Berman, T. R. (2002). The pervasive role of stories in knowledge and action. In J. J. S. M. C. Green, & T. C. Brock (Ed.), *Narrative impact: Social and cognitive foundations* (pp. 287-313). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Schramm, W. (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford: Stanford University Press.

Servaes, J. (1989). *One World, Multiple Cultures: A New Paradigm on Communication for Development*. Belgium: Acco.

Servaes, J. (1991). Toward a New Perspective for Communication and Development *Communication in Development* (pp. 51-86).

Servaes, J. (1996). Communication for development for global perspective. The role of governmental and non-governmental agencies. *Communications,* 21(4), 407-418.

Singhal, A. (2010). Communicating What Works! Applying the Positive Deviance Approach in Health Communication. *Health Communication*, 25.

Singhal, A. (2011). Turning diffusion of innovations paradigm on its head. In A. Vishwananth & G. Barnett (Eds.), *The Diffusion of Innovations: A Communication Science Pespective* (pp. 192-205). New York: Peter Lang Publishers.

Singhal, A., Buscell, P., & Lindberg, C. (2010). *Inviting everyone: Healing healthcare through positive deviance. Bordentown*. N.J.: PlexusPress.

Singhal, A., Buscell, P., & McCandless, K. (2009). *Saving Lives by Changing Relationships: Positive Deviance for MRSA Prevention and Control in a U.S. Hospital* (Vol. 3). Boston, Tufts University: Positive Deviance Initiative.

Singhal, A., & Dura, L. (2009). *Protecting Children from Exploitation and Trafficking: Using the Positive Deviance Approach in Uganda and Indonesia*. Washington D.C.: Save the Children.

Singhal, A., & Dura, L. (2012). Positive Deviance, Good for Global Health *The Handbook of Global Health Communication* (pp. 507-521): John Wiley & Sons.

Singhal, A., & Sthapitanonda, P. (1996). The Role of Communication in Development: Lesson Learned from a Critique of the Dominant, Dependency, and Alternative Paradigms. *Journal of Development Communication,* 7(1), 10-25.

So, A. (1999). *Social Change and Development: Modernization, Dependencies, and World-system Theories.* Newbury Park: Sage.

Spreitzer, G. M., & Sonenshein, S. (2003). Positive deviance and extraordinary organizing. In K. Cameron, J. E. Dutton & R. E. Quinn (Eds.), *Positiveorganizationalscholarship* (pp. 207-224). San Francisco: Berrett-Koehler.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Sternin, J. (2003). Practice positive deviance for extraordinary social and organizational change. In D. Ulrich, M. Goldsmith, J. B. L. Carter & a. N. Smallwood (Eds.), *The change champion's fieldguide* (pp. 20-37). New York: best Practice Publications.

Sternin, J., & Choo, R. (2000). The power of positive deviance. Harvard Business Review,January-February

14-15.

Sternin, M. (2005). Qualitative Evaluation Report of the Positive Deviance Maternal and Newborn Care Project in Haripur District. Islamabad: Saving Newborn Lives (SNL) Initiative.

Sternin, M., Sternin, J., & Marsh, D. (1999). *Scaling up poverty alleviation and nutrition programs in Vietnam. In Marchione T (ed)*. Amsterdam: Gordon and Breach.

Stuart, N. (2002). Issue Attributes and Agenda-Setting: Media, the Public, and

Policymakers in Canada. *International Journal of Public Opinion Research,* 14(3).

Tawari, G. (1999). Planning for Non-Motorized Traffic A Prerequisite for sustainable transport system. *Journal of International Association of Traffic and Safety Sciences,* 23(2), 70-77.

Thaimtb. (2555). from http://thaimtb.com/forum/viewtopic.php?f=63&t=440865

Thaipost. (2555, 6มกราคม2555). จักรยานLA'เอาจริงกินรวบตลาด, ไทยโพสต์,.

UNESCO. (1978). *Many Voices, One World*. Paris: UNESCO.

Valente, T. W., & Davis, R. L. (1999). Accelerating the diffusion of innovations using opinion leaders. *The Annals of the American Academy of the Political and Social Sciences,* 566, 55-57.

Valente, T. W., & Pumpuang, P. (2007). Identifying opinion leaders to promote behavior change. *Health Education Behaviour,* 34(6).

Wallack, L. e. a. (1993). *Media advocacy and public health: Power for prevention*. Newbury park: Sage.

Webster's New World College Dictionary. (Ed.) (1999) Webster's New World College Dictionary The Random House.

Wilson, S. S. (1973). Bicycle Technology. *Scientific American*, 90.

Wright, C. R. (1975). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. NY: Rando.

Wrzeniewski, A. (2003). Finding positive meaning in work. . In K.S.Cameron, J. E. Dutton & R. E. Quinn (Eds.), *Positive organizational scholarship* (pp. 296-308). San Francisco: Berett-Kohler Publishers, Inc.

Yamakawa, H. (1999). Present State, Prospects and Problems of Bicycle Transportation in Japan. *Journal of International Association of Traffic and Safety Sciences,* 23(2), 6-14.

Zeitlin, M., Ghassemi, H., & Mohamed, M. (1990). *Positive deviance in child nutrition with emphasis on psychosocial and behavioral aspects and implications for development.* Tokyo: The United nations University.

Zoller, H. M., & Kline, K. N. (2008). Theoretical contribution of interpretive and critical research in health communication. In C. Beck (Ed.), *Communication Yearbook vol.*32. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Zucker, H. G. (1978). The Variable Nature of New Media Influence. In B. D. Ruben (Ed.), *Communication Yearbook* 2. New Branswick, NJ: Transaction Books.

ไชยยศ รัตนพงษ์, & ณัฏฐ์ นีลชีวะ. (2546). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการใช้จักรยานในประเทศไทย. กรุงเทพ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย, & ปาริชาต สถาปิตานนท์. (2543). มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพ: เอดิสันเพรส โพรดักส์.

กิดานันท์ มลิทอง. (2536). เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐานข้อมูลบูรพาจารย์. (2557). ฐานข้อมูลบูรพาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, (pp. http://archives.psd.ku.ac.th/kuout/p001.html).

ณัฐวิภา สินสุวรรณ. (2548). กระบวนการเรียกร้องผ่านสื่อของกลุ่มสนับสนุนการไม่สูบบุหรี่ในการขับเคลื่อนกฎหมายการควบคุมการบริโภคยาสูบในประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธเนศวร์ เจริญเมือง. (2539). 100ปีของการปกครองท้องถิ่นไทย: โครงการศึกษาการปกครองท้องถิ่น คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บินหลา สันกาลาคีรี. (2547). คนรักกับจักรยาน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน

บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย. (2553). กระบวนการสื่อสารเพื่อปรับแปลงความหมายในพิธีกรรมงานศพ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปฐมพร ชื่นใจชน, & รัฐพล ไชยรัตน์. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ของสื่อบุคคลบนทวิตเตอร์ กรณีศึกษานักทวิตเตอร์ไทย

ปาริชาต สถาปิตานนท์. (2551). การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย. กรุงเทพ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริชาต สถาปิตานนท์, กิตติ กันภัย, พัฒนพงส์ จาติเกตุ, & ปิยะนารถ จาติเกตุ. (2546). การสื่อสารสุขภาพ: ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพ: ภาพพิมพ์.

พงศธร สิงห์น้อย. (2556). บทบาทของการสื่อสารในการสร้างเครือข่ายและการส่งเสริมจิตสำนึกสาธารณะของเยาวชนอาสาสมัครชาย. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, 7(กรกฎาคม-ธันวาคม).

ยศ วัชรเสียร. (2521). ประวัติจักรยาน. กรุงเทพมหานคร: เคล็ดไทย.

ลักขณา เติมศิริกุลชัย, ประสิทธิ์ ลีละพันธ์, & ภรณี วัฒนสมบูรณ์. (2541). การส่งเสริมสุขภาพขององค์กรพัฒนาเอกชน : กรณีศึกษา ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข.

วรินดา เปลี่ยนศรี. (2554). การรณรงค์เรื่องจิตอาสาในเฟสบุ๊คแฟนเพจ ช่วงวิกฤตอุทกภัย. (นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิโรจน์ ศรีสุรภานนท์ และคณะ. (2546). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการแนวทางในการพัฒนาการ ใช้จักรยานในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

# ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

# ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

คิธธ์ วงศ์อาษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะศิลปศาสตร์ (อังกฤษ-อเมริกันศึกษา) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระดับปริญญาโทด้าน Communication จาก Hong Kong Baptist University

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University