

บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก กับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย Communication Role of Positive Deviant and the Diffusion Concept of Cycling in Thai Bicycle Community

ศิษฐ์ วงศ์อำษา
ปาริชาติ สถาปิตานนท์

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย 2. เพื่อค้นหาบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ที่มีต่อการแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกและบทบาทสื่อในการขับเคลื่อนสังคมเป็นกรอบการวิจัย โดยมีระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิค 1. การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย และ 2. การสังเกต ผลการวิจัยพบว่า 1. คุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกโดยอิงกรอบของกฎของคอปเปอร์สไตน์ ประกอบด้วย 3 คุณลักษณะหลัก ได้แก่ 1.1 คุณลักษณะของการเป็นผู้รู้ โดยมีลักษณะย่อย ได้แก่ การเป็นผู้สั่งสมความรู้ และการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม 1.2 คุณลักษณะของการเป็นผู้เชื่อมโยง อันประกอบไปด้วยองค์ประกอบในการมีความสามารถในการเข้าใจคนและสังคม การบริหารความสัมพันธ์ และการสะสมความรู้จัก และ 1.3 คุณลักษณะของการเป็นนักโน้มน้าวซึ่งประกอบด้วย คุณลักษณะย่อย ได้แก่ การเผยแพร่ ความคลั่งไคล้ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าเชื่อถือ 2. บทบาทของสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อใหม่ต่อการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทยปรากฏชัดเจน 9 บทบาท ได้แก่ บทบาทในการให้ข้อมูล บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่าย และรวมกลุ่ม บทบาทในการสร้างความสนใจและจุดกระแส บทบาทในการสร้างวาระในการผลักดันนโยบายสาธารณะ บทบาทในการส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ บทบาทในการสอดส่องจับตา บทบาทในการส่งเสริมการแสดงออก และ บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจ

ศิษฐ์ วงศ์อำษา (ปร.ด.(นิเทศศาสตร์), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (Ph.D. (Communication), Ohio University, USA) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำสำคัญ: ความเบี่ยงเบนเชิงบวก, กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก, จักรยาน, ชุมชน

Abstract

This research has two 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.

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, and 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, and 9. Inspiration

Keywords: Positive Deviance, Positive Deviant, Bicycle, Community

ที่มาและความสำคัญ

การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) นั้นได้รับอิทธิพลเป็นอย่างมากมาจากแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations) ดังจะเห็นได้จากการที่ Heider and Kreps (2004) ได้กล่าวไว้ในบทความที่มีชื่อว่า Forty Years of Diffusion of Innovations: Utility and Value in Public Health ว่าการสื่อสารเพื่อสุขภาพนั้นได้หยิบยกแนวคิดทฤษฎีนี้มาใช้และในขณะเดียวกันก็

เกี่ยวพันรากฐานของกระบวนทัศน์หลัก (Dominant Paradigm) เช่นตัวอย่างในการเกี่ยวพันในเรื่องการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) และ การให้ความรู้เรื่องการป้องกันโรคร้ายต่างๆ (Disease Prevention) ในระดับต่างๆ ตั้งแต่ชุมชน ไปจนถึงระดับสากล

เมื่อกล่าวสรุป แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม ถือได้ว่ามีบทบาทต่อการสื่อสารสุขภาพเป็นอย่างมาก ดังที่ตัวทฤษฎีเองนั้น ได้กล่าวถึงการแพร่กระจายนวัตกรรมหนึ่งๆ จากบุคคลภายนอก ซึ่งอาศัยอยู่ในสังคมอื่นที่อาจได้รับชื่อว่า เจริญกว่า หรือมีนวัตกรรมที่ดีกว่า ทำหน้าที่เป็นผู้นำเสนอนวัตกรรมผ่านการช่องทางการสื่อสารหนึ่งๆ สู่กลุ่มคนจำนวนหนึ่งๆ ในระบบของสังคม กระบวนการเหล่านี้รวมไปถึงการสื่อสารที่ถูกวางแผนไว้เป็นอย่างดี และการสื่อสารแบบฉับพลันเพื่อแพร่ขยายแนวคิดใหม่ๆ เป็นต้น (Rogers, 1995)

Farr and Ames (2008) ได้วิเคราะห์ให้เห็นว่าการแพร่กระจายของนวัตกรรมมีบทบาทในทุกระดับ ตั้งแต่ในระดับปัจเจกบุคคล ไปจนถึงระดับประเทศ โดยกล่าวว่าการศึกษารื่องการแพร่กระจายของนวัตกรรมเข้าสู่อีกสังคมหนึ่ง ซึ่งนวัตกรรมนั้นอาจอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ (products) ความคิด (ideas) วัตถุใหม่ๆ (objects) หรือพฤติกรรมใหม่ๆ (behaviors) เข้าสู่สังคมใหม่ อันนำไปสู่ผลการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ชุมชน สังคม ตลอดจนนโยบายในระดับต่างๆ ของประเทศ

โดยปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ นวัตกรรม นั้น Rogers (1995) ได้กล่าวว่าจะประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ประการอันได้แก่ ตัวนวัตกรรม (an innovation) ช่องทางการสื่อสารต่างๆ (communication channels) ระบบโครงสร้างทางสังคม (social systems) และ เวลา (time) อย่างไรก็ตามจุดอ่อนของแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม นั้นก็ได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์และท้าทายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในศตวรรษที่ 21 หลังจากการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมการสื่อสาร นักวิชาการหลายท่าน อาทิ Kietzmann (2011) และ Kaplan and Haenlein (2010) ได้ศึกษาพบว่านวัตกรรมการสื่อสารทำให้ระบบการส่งผ่านข้อมูลและการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่สื่อกระแสหลัก

มีอิทธิพล แต่ปัจจุบันกลับค่อยๆ ลดบทบาทลง การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์นั้นทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ ทั้งในแง่ของการสร้างชุมชน (Community) การร่วมแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Co-creation) และการเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (User-generated content) การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรม การสื่อสาร ดังที่กล่าวมาข้างต้นทำให้นักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา อาทิ Papa, Singhal and Dearing (2006) เริ่มมองเห็นและท้าทายแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยชี้ให้เห็นว่ากรอบทฤษฎีที่มุ่งเน้นไปที่บทบาทของผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร (Expert-driven) การเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นจากบนสู่ล่าง (Top-down approach) ซึ่งอาจมีข้อจำกัดในปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันแนวคิดดังกล่าวถือเป็นการปฏิเสธแนวทางการแก้ไขปัญหามีอยู่ในชุมชนเอง (Rejecting local solution) ดังนั้นเมื่อมองผ่านการสื่อสารนี้ภายใต้กระบวนการนวัตกรรมใหม่จะเห็นได้ว่า ปฏิเสธกระบวนการในการหาวัตกรรมที่เกิดขึ้นหรือฝังอยู่ในชุมชน โดยการสื่อสารภายใต้กระบวนการใหม่นั้นจะเป็นการริเริ่มจากการก่อตัวของการสื่อสารจากภายในสู่ภายนอกชุมชน เป็นการหาวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากแต่ละชุมชนเอง ซึ่งอาจเรียกสิ่งนี้ว่า “นวัตกรรมชุมชน” ซึ่งริเริ่ม และกระทำโดยบุคคลภายในชุมชนอันเป็นสมาชิกในชุมชนก็ได้ และทำให้ทิศทางและรูปแบบการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงเปลี่ยนไปจากอดีต

Arvind Singhal เรียกบุคคลหรือกลุ่มคนในชุมชนซึ่งริเริ่มกระทำ “นวัตกรรมชุมชน” ภายใต้บริบทของกระบวนการใหม่นี้ว่า กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviant) หรือผู้ซึ่งมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนหรือผิดแปลกออกไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ โดยพฤติกรรมที่ผิดแปลกเหล่านี้ เป็นพฤติกรรมเชิงบวก เพราะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ ในขณะที่คนกลุ่มใหญ่ของสังคมไม่สามารถแก้ไขปัญหาเหล่านี้ได้ เขาได้เสนอแนะแนวทางของแนวคิดนี้ให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ภายใต้ชื่อแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) ซึ่งหมายถึง แนวคิดที่มีข้อเสนอว่าในทุกๆ ชุมชนมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนหรือผิดแปลกออกไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ โดยพฤติกรรมของกลุ่มคน

เหล่านี้อาจไม่ได้เป็นไปตามลักษณะทั่วไปที่คนในสังคมกระทำแต่สามารถแก้ไขปัญหาก็สังคมส่วนใหญ่ประสบได้ แนวคิดนี้มีความเชื่อที่ว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมนั้นควรจะเริ่มมาจากค้นหาคุณค่าของบทบาทของผู้เชี่ยวชาญที่ฝังตัวอยู่ในชุมชนเอง ผู้ซึ่งยอมไปด้วยภูมิปัญญาเพื่อหาแนวทางที่จะแก้ปัญหาที่สอดคล้องกับแต่ละบริบทของชุมชนที่แตกต่างกันไปแต่ละชุมชน

แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviance) พยายามตั้งคำถามกับบทบาทของผู้เชี่ยวชาญที่มาจากภายนอกชุมชน (Outside expert) โดยเชื่อว่า แท้จริงแล้วนั้นบทบาทของผู้เชี่ยวชาญน่าจะมาจากในชุมชนเอง ซึ่งดั้งเดิมแล้วนั้นบทบาทของผู้เชี่ยวชาญจะมาจากภายนอกเริ่มจากการเห็นปัญหาแล้วจัดลำดับความสำคัญแล้วค่อยๆ วางแผนการสื่อสารเพื่อพยายามจะเข้าไปแก้ไขปัญหาในชุมชน หากแต่ในทางกลับกัน บทบาทของผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นเป็นการมุ่งหากกลุ่มคนหรือบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงหรือผิดแปลกออกไปจากสังคม หากแต่สิ่งนี้พวกเขาเหล่านั้น ได้ทำกลับสามารถแก้ไขปัญหาก็เกิดขึ้นในสังคมได้เป็นอย่างดี โดยสามารถเป็นสิ่งที่ป็นรูปธรรมและจับต้องได้ (visible and actionable) แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นเชื่อในพลังของผู้เปลี่ยนแปลงจากภายใน (Internal agent) ผู้ซึ่งพิสูจน์ให้เห็นถึงค่านิยมใหม่ของสังคม (Social proof) และทำให้ค่านิยมเหล่านี้ตั้งอยู่บนรากฐานของความยั่งยืน (Sustainability)

ชุมชนจักรยานไทยกับแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก

จักรยานนั้นไม่ใช่สิ่งใหม่สำหรับคนไทย หากแต่ได้ค่อยๆ หดหายไป ดังตัวอย่างการขี่จักรยานในอดีตได้ที่รับความนิยมเป็นอย่างมากในสถาบันการศึกษาของไทย เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น แต่ด้วยการกลับมาของนวัตกรรมจักรยานที่ถูกกลับมาใช้อีกครั้งในสังคมและยังคงมีกลุ่มคนในสังคมไทยที่ยังใช้จักรยานนี้ตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ประกอบกับการปรับเปลี่ยนนวัตกรรมจักรยานให้สอดคล้องกับยุคสมัยภาพของการใช้จักรยานอย่างแพร่หลาย

ก็ได้กลับมาเป็นกระแสอีกครั้งในสังคม ตัวอย่างจากข้อมูลในงาน Bangkok Car Free Day 2013 ที่จัดขึ้นเพื่อเป็นการปั่นจักรยาน รณรงค์เพื่อสร้างการระดมพลังจากกลุ่มผู้ใช้จักรยานในประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่ามีผู้เข้าร่วมกิจกรรมนี้กว่า 20,000 คน โดยตัวเลขนี้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมที่จัดขึ้นในปีที่ผ่านมาโดยมีผู้ร่วมกิจกรรมประมาณ 10,000 คน (<http://www.bangkokcarfree.com/file/doc12.pdf>)

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมคือ นวัตกรรมที่ถูกถ่ายทอดซ้ำนั่นเอง ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนให้เห็นว่านวัตกรรมชิ้นเดิมที่เคยถูกถ่ายทอดมาแล้วนั้นถูกปรับเปลี่ยนหรือถ่ายทอดซ้ำ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีคนกลุ่มหนึ่งในสังคมที่ยังยึดใช้จักรยานเพื่อการสัญจรและกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันจากอดีตจวบจนถึงปัจจุบันสำหรับประเทศไทยนั้น การกลับมาใช้ชีวิตชีวาของท้องถิ่นในกรุงเทพฯ อีกครั้งใน 2-3 ปีมานี้ กลุ่มวัยรุ่นกลุ่มผู้ทำงานในเมืองเริ่มหันมาใช้จักรยานกันมากขึ้น เกิดกลายเป็นกระแสของสังคมอีกครั้ง การเกิดขึ้นของชุมชนชมรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจักรยานกลับมาเริ่มเคลื่อนไหวอีกครั้งเพื่อจักรยานที่ตนรัก จึงไม่น่าแปลกใจที่จะเห็นปรากฏการณ์ของชมรม ชุมชนจักรยานต่างๆ อาทิ การเคลื่อนไหวของชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทยที่เริ่มมีการจับมือกับบางหน่วยงานในการขับเคลื่อนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน อาทิ การจับมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในการเอื้อเพื่อข้อมูลในการผลิตสารคดีเผยแพร่เช่น รายการไบค์ซิกเคิล ไดอารี่ รายการมาปั่นให้โลกเปลี่ยน รายการ HUMAN RIDE ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสยิ่งไปกว่านั้นเริ่มมีสื่ออย่างหนังสือ A DAY และ HUMAN RIDE ที่สนใจในการผลิตและนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับจักรยาน ซึ่งได้พยายามเผยแพร่นำเสนอ “เรื่องราว” ของ กลุ่มคนในสาขาอาชีพต่างๆ ที่ปั่นจักรยาน และอยู่ในบริบทและพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป ผลพวงที่สำคัญที่ผู้วิจัย ได้ตั้งข้อสมมติฐานที่สำคัญคือ การพัฒนาในด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและอานาภาพที่สำคัญของปัจเจกบุคคลผู้มีความเบี่ยงเบนออกไปจากกลุ่มคนปกติ ดังที่มีนักวิชาการหลายๆ ท่านเริ่มได้ตั้งข้อสังเกตกับปรากฏการณ์ของสื่อใหม่ อาทิ Zoller and Kline (2008)

Morris (2004) และ Servaes (1996) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่าสื่อกระแสหลักได้ลดบทบาทลงในการเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Garrett (2006) ที่ได้กล่าวไว้ว่ากระแสของสื่อใหม่ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการกลยุทธ์ในการสื่อสารรณรงค์โดยกล่าวว่ามีมาจากปัจจัย 3 ประการได้แก่

- 1) สื่อใหม่นั้นมีความง่ายต่อการเข้าถึง
- 2) สื่อใหม่นั้นมีต้นทุนต่ำ
- 3) สื่อใหม่มีคุณสมบัติในการสร้างสรรค์ชุมชน

ด้วยปรากฏการณ์ที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้นามาสู่ข้อคำถามของงานวิจัยชิ้นนี้ที่สื่อมวลชนและสื่อใหม่น่าจะมีบทบาทในการช่วยในการแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกและแพร่ขยายเรื่องราวของพวกเขาเหล่านั้น และอีกในทางหนึ่งก็เป็นการต่อเติมรากฐานแนวคิดทฤษฎีความเบี่ยงเบนเชิงบวกให้มียุทธศาสตร์ทางทฤษฎีที่มั่นคงขึ้นภายใต้บริบทที่ยังไม่เคยได้รับการศึกษามาก่อนนั่นคือชุมชนเมืองและการใช้สื่อใหม่ในฐานะเป็นเครื่องมือการสื่อสาร โดยกรอบของการพิเคราะห์ศึกษาจะพิจารณาจากการวางวาระการสื่อสารของกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร และมีส่วนช่วยในการผลักดันให้เข้าไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ อย่างไร

ปัญหานำวิจัย

ปัญหานำการวิจัยที่ 1: คุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยเป็นอย่างไร

ปัญหานำการวิจัยที่ 2: สื่อมวลชนและสื่อใหม่มีบทบาทอย่างไรในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย
2. เพื่อค้นหาลักษณะของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ที่มี

ต่อการแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความ
เบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจากรายานไทยสู่สาธารณะ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาททางการสื่อสาร
ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจาย
แนวคิดด้านการจัดการของชุมชนจากรายานไทยผู้วิจัยได้
ทบทวนวรรณกรรมในหัวข้อสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอันได้แก่

1. กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารและการพัฒนานั้นจึงนับได้ว่าเป็นสองสิ่ง
ที่มีถูกนำมาผนวกเข้าด้วยกัน และมีรู้จักกันในชื่อ
กระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม (Modernization
paradigm) ในขณะที่พัฒนานั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือ
เพื่อการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นเครื่องมือในการ
แพร่ขยาย “ตลาดใหม่” ของจักรวรรดิอาณานิคมของ
โลกตะวันตกในยุคสมัยใหม่ การสื่อสารก็ถูกนำมาใช้
เป็นเครื่องมือหนึ่งในการแพร่ขยายการพัฒนาเหล่านี้
ในฐานะเป็นเครื่องมือ เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่าง
บุคคล ชุมชน และโลก เข้าไว้ด้วยกัน พัฒนาการของ
การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นจึงถูกขับเคลื่อนมากกว่า
60 ปีจนถึงปัจจุบัน ก่อให้เกิดกระบวนทัศน์ต่างๆ ดังนี้
กระบวนทัศน์หลัก (Dominant paradigm) กระบวนทัศน์
แห่งการพึ่งพา (Dependency paradigm) และกระบวนทัศน์
ทางเลือก (Alternative paradigm)

1.1 กระบวนทัศน์หลัก (Dominant paradigm)

กระบวนทัศน์หลักด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
พัฒนานั้นเป็นกระบวนทัศน์ที่ก่อตัวภายใต้บริบท ทาง
ประวัติศาสตร์ โดยเริ่มต้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2
เพื่อเป็นเครื่องมือหนึ่งในการนำมาช่วงชิง อำนาจของ
มหาอำนาจของโลกในขณะนั้นอันได้แก่ สหรัฐอเมริกาและ
สหภาพโซเวียต ดังนั้นกระบวนทัศน์นี้จึงส่งผลให้เหล่านัก
วิทยาศาสตร์และนักวิชาการตะวันตกต้องหันมาศึกษา
ทฤษฎีต่างๆ ในการ “พัฒนา” เพื่อสอดคล้องกับกระบวนทัศน์
สมัยนิยมที่เน้นหนักไปในแนวทางของ การพัฒนาระบบ
การผลิต (Productivity) การเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic
growth) และการ พัฒนาอุตสาหกรรม (Industrialization)

ผ่านการทุ่มทุนอุดหนุนของรัฐในอุตสาหกรรมต่างๆ โดย
มีรัฐเป็นศูนย์กลางของการวางแผนและกระจายแหล่งทุน
และมีตัวชี้วัดใหม่ที่สำคัญที่เกิดขึ้นนั่นคือ ผลิตภัณฑ์มวล
รวมประชาชาติ (GNP)

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้นเป็นผลพวงของ
กระบวนทัศน์หลักโดย กระบวนการยอมรับนวัตกรรม
คือ กระบวนการตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธ
นวัตกรรม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองที่บุคคล
จะต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่แรกที่รู้เรื่อง หรือมีความรู้
เกี่ยวกับนวัตกรรมไปจนถึงการตัดสินใจที่จะ ยอมรับหรือ
ปฏิเสธนวัตกรรม และในที่สุดถึงขั้นยืนยันตัดสินใจนั้น
Rogers (1983) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การยอมรับนวัตกรรม
หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำเอานวัตกรรมนั้น ไปใช้
อย่างเต็มที่ เพราะนวัตกรรมนั้นเป็นวิถีทางที่ดีกว่า และมี
ประโยชน์มากกว่าการยอมรับของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระ
บวนการ เริ่มตั้งแต่บุคคลได้สัมผัสนวัตกรรม ถูกชักจูง
ให้ยอมรับนวัตกรรม ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธ ปฏิบัติ
ตามการตัดสินใจ และยืนยันการปฏิบัตินั้น กระบวนการ
นี้อาจจะใช้เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือ
ตัวบุคคลและลักษณะของนวัตกรรม ดังนั้นเห็นได้ว่า
แก่นของกระบวนทัศน์หลักนั้นจะยึดโยงอยู่กับการสื่อสาร
ในลักษณะแบบทางเดียว (One way communication) โดย
อาศัยลักษณะการส่งผ่านสารจากบนลงสู่ล่าง (Top-down)
จากผู้มีอำนาจสู่ประชาชน (Authorities to people) และ
อาศัยการอิงอยู่กับช่องทางการ สื่อสาร (Communication
channel) ที่เป็นลักษณะจากสื่อกระแสหลักเพื่อขับเคลื่อน
การพัฒนา

1.2 กระบวนทัศน์แห่งการพึ่งพา (Dependency paradigm)

ในช่วงทศวรรษที่ 80 นักวิชาการในประเทศต่างๆ
โดยเฉพาะในกลุ่มลาตินอเมริกา ซึ่งส่วนใหญ่ ได้รับ
แรงบันดาลใจจากงานเขียนของ Freire (1970) เรื่อง Pedagogy
of the Oppressed ได้เริ่มต้นตั้งคำถามเกี่ยวกับบทบาทของสื่อ
กระแสหลัก โดยเฉพาะสื่อที่รัฐเป็นเจ้าของซึ่งถูกมองว่า
เป็นเสมือน เครื่องมือของภาครัฐในการเผยแพร่แนวคิด
และแนวปฏิบัติที่พึงประสงค์ของรัฐไปสู่ประชาชน

กระบวนการที่ค้นพบการพึ่งพานั้นเปลี่ยนมุมมองให้เน้นหนักไปที่ความสำคัญของประเทศกำลังพัฒนา โดยแก่นของทฤษฎีแห่งความพึ่งพานั้นชี้ให้เห็นว่าประเทศที่พัฒนานั้นนั้นมุ่งแต่จะแสวงหาประโยชน์จากประเทศกำลังพัฒนา โดยอาศัยความได้เปรียบทางชุดความรู้ด้านเทคโนโลยี โครงสร้างทางทรัพยากรและเศรษฐกิจเพื่อรักษาความเป็นประเทศผู้นำไว้ ฉะนั้นบทบาทแท้จริงของประเทศที่กำลังพัฒนาจึงเป็นเพียงผู้คอยสนับสนุนวัตถุดิบทางการผลิตและแรงงานราคาถูก

1.3 กระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative paradigm)

กระบวนทัศน์ทางเลือกนั้น เป็นผลพวงของความล้มเหลวของปรัชญาภายใต้กระบวนทัศน์หลักแห่งการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ทำได้ ภายใต้การนิยามของ UNESCO (1978) นั้นได้นิยามว่าหมายถึง การสนทนาที่เสรี (Open dialogue) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง การมีส่วนร่วม ความมุมมองและประสบการณ์ที่หลากหลาย โดยสนับสนุนรูปแบบการสื่อสารที่มาจากล่างสู่บน (Bottom-up) หรือ การสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal communication) ทั้งจากปัจเจกบุคคลสู่ปัจเจกบุคคล จากชุมชนหนึ่งสู่ชุมชนหนึ่ง จากชนบทสู่เมือง จากประชาชนสู่ภาครัฐ

1.3.1 แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive deviance)

แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive deviance) นั้นเป็นแนวคิดที่เน้นเรื่องการศึกษา การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและสังคม โดยอาศัยกระบวนการวิจัยด้านการสังเกต (Observation) โดยเชื่อว่าในทุกๆ ชุมชนมีกลุ่มคนหรือบุคคลกลุ่มหนึ่งที่มีพฤติกรรมที่ต่างออกไปจากกลุ่มคนจำนวนมากในชุมชน และพฤติกรรมของเขานั้นหรือกลยุทธ์ทางการสื่อสารของเขานั้นทำให้เขาสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนของเขาได้ดีกว่าในขณะที่ต่างก็ได้รับทรัพยากรและประสบกับภาวะยากลำบากเช่นเดียวกันกับคนอื่น ๆ กลุ่มคนภายใต้แนวคิดนี้จะถูกเรียกว่า “กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive Deviant)” (Singhal & Dura, 2009)

ประวัติความเป็นมาของแนวคิดนี้นั้น เริ่มต้นจากงานวิจัยทางสาธารณสุขในปีค.ศ. 1990

โดยศาสตราจารย์ Marian Zeitlin แห่งมหาวิทยาลัย Tufts ผู้ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก (Positive deviant) โดยได้พบว่าเด็กในชุมชนที่ยากจนบางกลุ่มกลับไม่มีภาวะทุพโภชนาการ ในขณะที่เด็กส่วนใหญ่ในชุมชนกลับมีภาวะทุพโภชนาการ Zeitlin และคณะจึงได้นำเอาแนวคิดนี้ไปใช้ในการศึกษาต่อขยายเพื่อหากกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกโดยหาว่าสิ่งที่พวกเขาประพฤติปฏิบัตินั้นเป็นเช่นไร แทนที่จะหาว่าสิ่งที่เป็นสิ่งไม่ปกติที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนส่วนใหญ่เป็นเช่นไร นักวิชาการที่ต่อมาได้ต่อขยายแนวคิดนี้จาก Zeitlin คือ Jerry Stermin และ Monique Stermin ทั้งสองได้ลองนำเอาแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ในกลุ่มของเด็กที่ประสบปัญหาภาวะทุพโภชนาการในประเทศเวียดนาม โดย ณ ตอนนั้น Stermin เป็นผู้อำนวยการโครงการ Save the Children in Vietnam โดยปัญหา ณ ขณะนั้นพบว่า กว่าร้อยละ 65 ของเด็กในเวียดนามประสบภาวะปัญหาทุพโภชนาการ โดยระเบียบวิธีในการศึกษาภายใต้แนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกก่อร่างภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยดังนี้ 1. ภูมิปัญญาชุมชน (Asset-Based) 2. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) 3. ผู้เชี่ยวชาญในชุมชน (Local wisdom expert)

2. แนวคิดเกี่ยวกับกฎคนพิเศษ (Law of the few)

แนวคิดเกี่ยวกับคนพิเศษหรือกฎของคนส่วนน้อย นั้นถูกนำเสนอในหนังสือ The Tipping Point ของ Gladwell (2001) ผู้ซึ่งสนใจเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ แห่งการเปลี่ยนแปลง โดยในแนวคิดนี้ Malcolm Gladwell บอกว่าหนึ่งในคนพิเศษเหล่านี้ได้ค้นพบเทรนด์หรือแนวโน้มแล้วก็พูดกัน ปากต่อปาก ผ่านสายสัมพันธ์ทางสังคม พลังความกระตือรือร้นและบุคลิกภาพที่ตนเองมี โดยได้มองว่า การแพร่กระจายนั้นต้องอาศัยบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นพาหะ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. ผู้เชื่อมโยง (Connector) 2. ผู้รู้ (Maven) 3. นักโน้มน้าว (Salesman)

3. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทสื่อ

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเป็นผลพวงหนึ่งที่เกิดขึ้น

จากการปฏิวัติด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Revolution) ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนรูป (Transformation) ของข้อมูลข่าวสาร ทั้งในเชิงปริมาณ (Quantitative) และเชิงคุณภาพ (Qualitative) ทำให้เกิดกระแสของการขยายการส่งผ่านข้อมูล ประชาชนสามารถทำหน้าที่ผู้สื่อข่าวและรายงานข่าว จากอุปกรณ์ที่ตัวเองพบเห็นและมีอยู่ อาทิ มือถือ กล้องดิจิทัล ผ่านเครือข่ายสังคม ออนไลน์ เป็นต้น

ในงานของ โรเจอร์ส อ้างอิงจากกาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ได้มีการกล่าวถึงการค่อยๆ ก่อรูป ก่อร่างของการวิจัยเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) ในสถานะ ที่แตกต่างไปจากการวิจัยด้านสื่อมวลชน โดยมองว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นเครื่องมือ (equipment) โครงสร้าง องค์กร (organizational structures) และค่านิยมทางสังคม (social values) ซึ่งปัจเจกบุคคลอาศัยเก็บรวบรวม (collect) ลำเลียง (process) และแลกเปลี่ยนข้อมูล กับปัจเจกบุคคลอื่นๆ โดย โรเจอร์ส ได้นิยามการสื่อสารใหม่ (new communication technologies) หรือ สื่อใหม่ (new media) ที่แตกต่างไปจากนิยามเดิมว่าเป็นเทคโนโลยี หรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร บนฐานของคนจำนวนมาก (many to many basis) ผ่านระบบ การสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง (computer-based communication systems)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ

ในการผลักดันหรือการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้น การกำหนดวาระ (Agenda) เพื่อให้สังคมเห็นพ้องว่า เรื่องราวหรือประเด็นที่สังคมพึงเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญนั้น สื่อมวลชนเรียกได้ว่ามีบทบาทในการเป็นเครื่องมือ เพื่อสื่อสารสู่สาธารณะ กระบวนการสำคัญ คือ การสร้างสิ่งที่ สื่อสนใจเพื่อก่อให้เกิดการกำหนดทิศทางในการนำไปสู่ การสร้างวาระสาธารณะอันนำไปสู่การกำหนดนโยบาย Baran และ Davis (1995) กล่าวว่า การศึกษาด้านการกำหนด วาระนั้นเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้และกระจายอำนาจ และอิทธิพลในสังคมทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าสื่อสามารถ ทำให้เรื่องราว ประเด็น และบุคคลกลายเป็นจุดสนใจจาก สาธารณชนได้ ฌ็องวิกา ลินสุวรรณ (2548) สรุปว่า การกำหนดวาระเป็นแนวคิดที่กล่าวถึงความสามารถ

ของสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อระดับการรับรู้เรื่องราว ของประชาชน กระตุ้นให้บุคคลเกิดความรู้ ความสนใจ ต่อประเด็นหรือเรื่องราวที่น่าเสนอซึ่งสื่อมวลชน จะเป็นผู้คัดเลือกเรื่องราวหรือประเด็นปัญหาเพื่อรายงาน ให้ประชาชนในฐานะผู้รับสารตระหนักถึงความสำคัญ ของประเด็นนั้นๆ ดังนั้น การกำหนดวาระจึงเป็นหน้าที่ ของสื่อมวลชนในการจัดการข่าวสารหรือประเด็นเรื่องราว ที่มีมากมายในสังคมให้เป็นระบบระเบียบและพร้อมสำหรับการ นำเสนอสู่ประชาชน โดยสื่อจะเป็นผู้พิจารณา จัดเรียงและ นำเสนอข่าวสารตามความเหมาะสม และความน่าสนใจ

5. แนวคิดการผลักดันนโยบายสาธารณะ

นโยบายสาธารณะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยทำให้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมและ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม โดยจะเกิดจาก การที่เกิดการเรียกร้องผ่านสื่อ โดยใช้ข้อมูลเพื่อกดดัน หรือทำให้เกิดทิศทางของการเปลี่ยนแปลงนโยบาย อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับชาติ ในขณะที่ เดียวกันในการที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน ระดับชาตินั้น การเปลี่ยนแปลงหรือ เคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นก็ จะมาจากหลายๆ ระดับทั้งในระดับชุมชนในการสร้างการ เปลี่ยนแปลงไปสู่ระดับ ผู้นำทางความคิด อันก่อให้เกิด การสร้างวาระสาธารณะ เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง Wallack (1993) ได้กล่าวถึงการผลักดันนโยบาย (Media Advocacy) ว่าเป้าประสงค์ของการทำนั้นคือใช้สื่อ อย่างมีกลยุทธ์เพื่อกดดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางนโยบายเพื่อสังคม โดยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 นั้น ได้แก่ การกำหนดวาระ (Setting Agenda: framing for access) การกำหนดประเด็นให้เกิดการอภิปราย (Shaping the debate: framing for content) และขั้นตอนสุดท้ายคือ การผลักดันนโยบาย (Advancing the policy)

รูปแบบการผลักดันนโยบายไม่ได้มีรูปแบบที่ตายตัว และไม่ได้มีกฎเกณฑ์ชัดเจนที่จะเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จ รูปแบบที่เกิดขึ้นกับชุมชนจักรยานในประเทศไทย เมื่อลองเอามาพิจารณากับลักษณะองค์ประกอบทาง การสื่อสารก็จะพบว่ามีการใช้เครื่องมือที่น่าสนใจ

ในการเรียกร้องเข้ามา อาทิ การดึงพลังของสื่อบุคคล การดึงเอาการสร้างกิจกรรมพิเศษ และการปลุกกระแสในเชิง Critical Mass ได้อย่างน่าสนใจ

แนวคิดและงานวิจัยต่างๆ ข้างต้นที่เกี่ยวกับปัจจัย และกระบวนการต่างๆ เป็นเสมือนกรอบในการวิเคราะห์ ข้อมูลต่างๆ ซึ่งทำให้การวิจัยศึกษาบทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกกับการแพร่กระจาย แนวคิดด้านการจัดการของชุมชนจักรยานประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “บทบาททางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยกับการแพร่กระจายแนวคิดด้านการจัดการ” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัย โดยการสังเกต (Observation) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อตอบคำถามนำวิจัยดังนี้

ขั้นที่ 1: การค้นหากลุ่มผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ในชุมชนจักรยานไทย

ในงานวิจัยขั้นนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาของชุมชนจักรยานไทยไว้คือกลุ่มของผู้ที่จักรยานที่มีการรวมตัว ทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นโยบายสาธารณะ โดยกรอบในการคัดเลือกชุมชนจักรยานนั้นเป็นการคัดเลือกจากชุมชน โดยมีเกณฑ์ การพิจารณาจากกรอบในเชิงพื้นที่และกิจกรรมอันประกอบไปด้วยความล่าช้าความเก่าแก่ของชุมชนจำนวน สมาชิกภาพ และรูปแบบในการจัดกิจกรรมในชุมชน ที่ครอบคลุมในมิติด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ผลักดัน นโยบาย และการดำรงอยู่ของกลุ่มในขั้นตอนนี้ผู้วิจัย ใช้จุดแข็งในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นสมาชิกชุมชนจักรยานต่างๆ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงกลุ่มชุมชนจักรยานต่างๆ ได้ง่าย โดยได้อาศัยการพบปะพูดคุยเพื่อค้นหากลุ่มผู้มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก โดยเป็นการให้สมาชิกในกลุ่มชุมชนจักรยานเป็นผู้ค่อยๆ ระบุบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนออกมา อีกทั้งผู้วิจัยได้สืบค้นจากข่าวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่มีคนเบี่ยงเบนเชิงบวกซึ่งสังกัดชุมชน ในชุมชนจักรยานไทยได้ปรากฏ

ขั้นที่ 2: การคัดกรองกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก เพื่อให้ได้กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่แท้จริง ผู้วิจัยได้อาศัยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการพิจารณา จากการเป็นสมาชิกภาพ ความยาวนานในการเป็นสมาชิก ของชุมชน บุคคลที่อยู่ในตำแหน่งหัวหน้าหรือแกนนำ ในการกำหนด ทิศทางการสื่อสารในแต่ละชุมชน และการสำรวจข่าวสารที่ถูกนำเสนอเกี่ยวข้อง โดยเพื่อให้ได้ บุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกจำนวน 10 คน โดยพบ กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกดังนี้ 1. ศ.ดร. ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ประธานชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพ แห่งประเทศไทย 2. ดร. นิรันดร โพธิกานนท์ ที่ปรึกษา และประธานชมรมจักรยานวันอาทิตย์เชียงใหม่ 3. คุณมงคล วิจรณะ อุปนายก สมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย 4. มด.ทศวรรษ เทวกุล หัวหน้ากลุ่ม Bike Packing Thailand 5. คุณอำนาจ เจริญประสพสุข ประธานชมรมชอยตันธรรมชาติ เชียงใหม่ 6. คุณนนธนี อึ้งวิวัฒน์กุล หนึ่งในผู้ก่อตั้ง Bangkok Bicycle Campaign 7. คุณทรงกลด บางยี่ขัน บรรณาธิการบริหารนิตยสาร A DAY และ HUMAN RIDE 8. ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนนะวณิชย์ เลขาธิการมูลนิธิ โลกสีเขียว 9. คุณสุวรรณา เอี่ยมพิกุล กรรมการบริหาร Peppermint Field 10. ผศ.สุรพันธ์ ตุ่มนาคอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (KMUTT)

ขั้นที่ 3: การติดต่อสัมภาษณ์

เมื่อค้นพบกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกแล้ว ผู้วิจัยได้เข้าไปสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ตลอดจนสังเกตพฤติกรรมและบรรยากาศขณะสัมภาษณ์ (Observation) และหลังเข้าพบได้มีการติดตามสังเกต พฤติกรรมในสื่อออนไลน์ ในเฟซบุ๊ก ไลน์ และ เฟซบุ๊ก เพจ ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเพื่อให้ได้ ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลนั้น และค้นหาถึงรูปแบบการสื่อสาร อันรวมไปถึงข่าวสารเกี่ยวกับบุคคลเหล่านั้นในสื่อต่างๆ ทั้งในสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่

ขั้นที่ 4: การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลของการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ โดยมีทั้งเนื้อหาเกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบน เชิงบวกทั้ง 10 คนตลอดจนการนำการสื่อสารทั้งในรูปแบบ

ผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ที่ปรากฏของกลุ่มคนที่มีความเที่ยงเบนเชิงบวกมาเป็นข้อมูลประกอบในการอภิปรายเพื่อวิเคราะห์หาบทบาทรทางทางสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเที่ยงเบนเชิงบวก

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบุคคลที่มีความเที่ยงเบนเชิงบวกจำนวนทั้งหมด 10 คน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ปั่นจักรยานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีการสื่อสารและรวมกลุ่มเพื่อรณรงค์มาจนถึงปัจจุบัน

1. ยุคก่อนทศวรรษ 2000

ผลการวิจัยได้บ่งชี้ตัวแทนกลุ่มคนที่มีความเที่ยงเบนเชิงบวก 4 คน ได้แก่ ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ดร.นิรันดร โทธิทานนท์ คุณมงคล วิจะระณะ และ มล.ทศวรรษ เทวกุล ซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนคนปั่นจักรยานทั้งในระดับส่วนกลางและภูมิภาค โดยปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันมาตั้งแต่ ยุค 1960 มาจนถึงปัจจุบัน ยังไม่แพร่หลายมากนัก เริ่มมีการจัดการออกทริป มีการเริ่มรวมกลุ่มก่อตั้งชมรมฯ และใช้การสื่อสารในรูปแบบสื่อบุคคล และกิจกรรม เคลื่อนไหวในระดับกลุ่มเล็ก

ศ.ดร.ธงชัย พรรณสวัสดิ์ ถือเป็นนักเคลื่อนไหวที่เข้ามาในชุมชนจักรยานและเป็นหนึ่งในผู้จักรยานตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน ศ.ดร.ธงชัยดำรงตำแหน่งเป็นประธานชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย อาจารย์ธงชัยเริ่มปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันตั้งแต่ยุค 1960 มาจนถึงทุกวันนี้ และหลังจากนั้นท่านก็ได้เริ่มเข้ามาสู่การรณรงค์เกี่ยวกับจักรยานอย่างจริงจัง โดยเริ่มเมื่อ 16 มีนาคม 2534 มุ่งที่จะสื่อสารไปสู่กลุ่มผู้ใช้จักรยานในการสัญจรในชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่ และเน้นการผลักดันในเชิงภาพใหญ่ที่จะเข้าไปเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบาย ท่านสนใจเรื่องการผลักดันรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมและการสัญจรที่ยั่งยืน ทัศนคติของชมรมฯ คือการผลักดันให้สังคมนิยมการเดินและใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน และมีพันธกิจในการผลักดันรัฐให้กำหนดนโยบาย กฎหมาย กลไก และโครงสร้างที่ส่งเสริมและสนับสนุน เอื้ออำนวยต่อการเดินและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน เปลี่ยนแปลงค่านิยม

พฤติกรรมคนไทย ให้เดินและใช้จักรยานอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันชมรมฯ มีสมาชิกประมาณ 2,000 คน ลักษณะการเคลื่อนไหวเป็นการจัดกิจกรรมรณรงค์ มีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวครอบคลุมทั่วประเทศโดยมีเป้าหมายเน้นเรื่องการผลักดันนโยบายสาธารณะในระดับชาติ ลักษณะการใช้สื่อที่ชมรมฯ สื่อสารไปยังสมาชิกนั้นจะประกอบไปด้วย วารสาร คลอโรฟิลล์ ที่ทำแจกสมาชิก เว็บไซต์ Thaicyclingclub.org หนังสือแจกและแผ่นพับที่เป็นชุดข้อมูลเกี่ยวกับจักรยาน เฟซบุ๊ก Thailand Cycling Club (TCC)

ดร.นิรันดร โทธิทานนท์ เป็นบุคคลที่มีความเที่ยงเบนเชิงบวกที่สะท้อนให้เห็นการเคลื่อนไหวในระดับภูมิภาคของไทยได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันท่านเป็นที่ปรึกษาชมรมจักรยานวันอาทิตย์ เชียงใหม่ ผู้ผลักดันประเด็นการใช้จักรยานเป็นพาหนะภายในตัวเมืองเชียงใหม่ ดร.นิรันดรเป็นผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ศึกษา ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2507 และใช้มาจวบจนทุกวันนี้ ท่านจบการศึกษาระดับปริญญาเอกจากเยอรมนีจึงได้นำเอารูปแบบการใช้จักรยานจากประสบการณ์ตรงมาเป็นต้นแบบในการขับเคลื่อน ปัจจุบันชมรมฯ มีสมาชิกประมาณ 1,500 คน โดยจะมีการออกทริปทุกๆ วันอาทิตย์ และมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวที่ครอบคลุมจังหวัดเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบน เป้าหมายเน้นการรณรงค์ทางจักรยานในเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบน ลักษณะการใช้สื่อของชมรมฯ นั้นจะประกอบไปด้วยเว็บไซต์ www.cmccycling.org และ เฟซบุ๊ก Chiangmaiusunday

คุณมงคล วิจะระณะ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพไทยที่ทำงานรณรงค์และส่งเสริมการใช้จักรยาน นอกจากนี้เรื่องการสัญจรในชีวิตประจำวันแล้ว คุณมงคลและสมาคมฯ สื่อสารไปยังกลุ่มนักปั่นในเชิงกีฬาและการออกทริปยาวด้วย คุณมงคลเริ่มขี่จักรยานเมื่อประมาณ 35 ปีที่แล้ว เนื่องจากเป็นคนที่รักกีฬาและสุขภาพ (Sportsmen) โดยเริ่มจากการวิ่ง แล้วจึงมาปั่นจักรยาน หลังจากนั้นก็ได้ไปร่วมกิจกรรมกับ ศ.ดร.ธงชัย ในช่วงเริ่มก่อตั้งชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพไทย คุณมงคลเป็นนักธุรกิจ

ดังนั้นจึงนำระบบธุรกิจมาใช้บริหารสมาคมฯ ทั้งยังต้องการให้สมาคมฯ อยู่ได้ด้วยตัวเอง ผลงานที่โดดเด่นของสมาคมฯ คือ การจัดกิจกรรม Bangkok Car Free Day ซึ่งมีผู้เข้าร่วมโครงการครั้งนี้ในปีพ.ศ. 2557 กว่า 30,000 คน ปัจจุบันสมาคมฯ มีสมาชิกเกือบ 8,000 คน จากทุกวัย หลายสาขาอาชีพทั่วประเทศ โดยมี สารสองล้อ เว็บไซต์ www.thaicycling.com และ เฟซบุ๊ก TCHAtaicycling เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ สำหรับสมาชิกและผู้สนใจทั่วไป มีหลายโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่องมาหลายปี เช่น กิจกรรมจักรยานสัมผัสชนบท โครงการริไซเคิลจักรยาน เป็นต้น

มล.ทศวรรณ เทวกุล หรือคุณทศ ผู้ซึ่งใช้จักรยานทางถนนในกรุงเทพฯ ในชีวิตประจำวันมากกว่า 30 ปี เพื่อแก้ไขความล่าช้าของรถเมล์และสัญจรไปยังสถานที่ใกล้ๆ คุณทศมองว่า จักรยานตอบโจทยการดำรงชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยปัญหาการจราจรและความจำกัดของเวลา คุณทศเป็นผู้ก่อตั้งกลุ่มสังคมออนไลน์ที่ใช้ชื่อว่า Bike Packing Thailand ในปีพ.ศ. 2553 มีสมาชิกในเฟซบุ๊ก 6 ไร่ เน้นย้ำประมาณ 222 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) โดยสื่อสารกับบุคคลที่ปั่นจักรยานแนวผจญภัยและมีจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวจะเป็นการออกทริปต่างจังหวัด ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวจะเป็นในกรุงเทพฯ เป็นหลัก

2. ยุคหลังทศวรรษ 2000

ผลการวิจัยได้บ่งชี้ตัวแทนกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก 6 คน ได้แก่ คุณอำนาจ เจริญประสพสุข คุณนณณีย์ อึ้งวิวัฒน์กุล คุณทรงกลด บางยี่ขัน ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนนะวณิชย์ คุณสุวรรณ เอี่ยมพิกุล และ ผศ.สุรพันธ์ คุ้มมุก ซึ่งถือเป็นตัวแทนของส่วนกลางและภูมิภาค โดยปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันมาตั้งแต่ยุค 2000 ผลวิจัยพบว่า มีรูปแบบการรวมกลุ่มที่หลากหลายหลายอาชีพ กลุ่มออนไลน์ กลุ่มในสถานศึกษา กลุ่มจักรยานจากองค์กรเอกชน กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกที่เป็นสื่อมวลชน กลุ่มที่ทำงานเคลื่อนไหวในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่สนใจประเด็นจักรยาน และพบกลุ่มนักปั่นในระดับชุมชนที่เคลื่อนไหวอีกด้วย

คุณนณณีย์ อึ้งวิวัฒน์กุลหรือคุณแนน เป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้ง Bangkok Bicycle Campaign ซึ่งเริ่มต้นประมาณ 5 ปีที่ผ่านมา เน้นการสื่อสารทางสื่อใหม่เป็นหลัก โดยเริ่มจากการเป็นผู้รักการปั่นจักรยาน จึงรวบรวมข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับจักรยานมาใส่ไว้ในเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ชื่อ Bangkok Bicycle Campaign ทุกที่ที่คุณแนนไป เช่น ตามตรอกซอกซอยในกรุงเทพฯ คุณแนนก็จะถ่ายรูปมาแบ่งปันให้กับคนอื่น ๆ ปัจจุบันคุณแนนเป็นเจ้าของร้านกาแฟคาเฟ่โลที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์ Bangkok Bicycle Campaign เริ่มดำเนินการในปีพ.ศ. 2553 มีสมาชิกจำนวน 42,968 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) โดยลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวเน้นการรณรงค์จัดกิจกรรม และมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่ในกรุงเทพฯ เป้าหมายหลักเพื่อสร้างกระแสและรณรงค์

คุณทรงกลด บางยี่ขัน บรรณาธิการนิตยสาร A DAY และ HUMAN RIDE สนใจเรื่องจักรยาน ทำหนังสือที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน และตัวเองก็ปั่นจักรยาน เขาเริ่มต้นปั่นมาในประมาณปี 2010 เขาจึงทำหนังสือเนื่องจากอยากเล่าเรื่องจักรยานและอยากชวนให้คนมาปั่นจักรยาน เขามีพื้นฐานที่สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นทุนเดิมเพราะจบการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม และสื่อที่เขาได้ทำก็เป็นแรงบันดาลใจให้กับวัยรุ่นให้มาสนใจจักรยานได้อย่างมาก โดยนำเสนอเกี่ยวกับจักรยานในปี พ.ศ. 2553 และใช้การสื่อสารใน เฟซบุ๊ก A DAY ซึ่งมีผู้ติดตามจำนวน 506,914 บัญชี (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวเน้นการผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องจักรยาน มีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวในกรุงเทพฯ และทั่วประเทศ เน้นการสื่อสารไปยังคนรุ่นใหม่เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนนะวณิชย์ หรือ ดร.อ้อย เลขาธิการมูลนิธิโลกสีเขียว ดร.อ้อย เริ่มปั่นจักรยานตอนเป็นนักศึกษาที่ประเทศอังกฤษ และได้เริ่มรณรงค์เรื่องการใช้จักรยานในปี 2010 เป็นตัวแทนภาคประชาสังคมในการรณรงค์จักรยานที่มีเป้าหมายและวิธีการชัดเจน รวมถึงด้านสิ่งแวดล้อม ดร.อ้อย เป็นผู้ริเริ่มจัดทำ

แผนที่เส้นทางเดินจักรยานในกรุงเทพฯ และได้รวบรวมองค์ความรู้เรื่องจักรยานสำหรับผู้สนใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนประเด็นทางสิ่งแวดล้อม โดยมีจักรยานเป็นส่วนหนึ่งภายใต้ภาพใหญ่ของการรณรงค์สิ่งแวดล้อมในประเทศไทยสำหรับมูลนิธิโลกสีเขียวนั้นเริ่มสนใจในประเด็นจักรยานตั้งแต่พ.ศ. 2553 โดยสื่อสารในเฟซบุ๊ก มูลนิธิโลกสีเขียวเป็นหลัก ปัจจุบันมีสมาชิกในเฟซบุ๊กจำนวน 551,19 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวเน้นการให้ความรู้และจัดกิจกรรมโดยมีระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวทั่วประเทศเป้าหมายเพื่อปรับปรุงระบบสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น

คุณสุวรรณา เอี่ยมพิภูล กรรมการบริหารบริษัท Peppermint Field ซึ่งผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเริ่มปั่นจักรยานมาเป็นเวลา 4 ปีเนื่องจากเป็นคนชอบเล่นกีฬาและยังคงเคยเป็นนักกีฬามาก่อน การปั่นจักรยานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเพราะเป็นคนรักธรรมชาติ การปั่นจักรยานทำให้ได้รับความรู้สึกที่เป็นอิสระและใกล้ชิดธรรมชาติ นอกจากนั้น ยังเป็นคนสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์ป่าและสัตว์คุณสุวรรณา มีความหลงใหลในจักรยานและได้นำความชอบในจักรยานแปรมาเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในองค์กร และทำให้การรับรู้ตราสินค้าของเปเปอร์มินต์ฟิลด์เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคพร้อมไปกับสัญลักษณ์ของการปั่นจักรยานและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Peppermint Field เริ่มตั้งเฟซบุ๊ก แฟนเพจเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับตราสินค้าและจักรยานในปีพ.ศ. 2553 โดยมีสมาชิก จำนวน 78,88 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) มีลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวโดยกิจกรรมการจัดทริปเน้นทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน อาทิ การชวนลูกค้าไปปั่นเพื่อปลูกป่าเป็นต้น ระดับของการเคลื่อนไหวและสื่อสารจะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าในกรุงเทพฯและทั่วประเทศเป้าหมายเพื่อสร้างความจดจำในใจลูกค้าและสร้างกิจกรรมช่วยเหลือสังคม

คุณอำนาจ เจริญประสพสุข หรือคุณเอ๋ หนึ่งในแกนนำกลุ่มจักรยานชอยด์ันธรรมชาติ จังหวัดเชียงใหม่

ซึ่งรวมตัวกันมาเป็นเวลาเกือบ 15 ปี เริ่มจากกลุ่มเล็กๆ ประมาณ 10 คน หากแต่การเกิดขึ้นของสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก จึงได้มีการตั้งกลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์อย่างจริงจังเพื่อสื่อสารและจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานอย่างต่อเนื่องในจังหวัดเชียงใหม่ เน้นไปที่การปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกาย ชอยด์ันธรรมชานันท์ก่อตั้งในปีพ.ศ. 2543 และเริ่มใช้การสื่อสารในเฟซบุ๊กเพื่อติดต่อกับสมาชิกในปีพ.ศ. 2553 โดยสมาชิกของกลุ่มนั้นมี 2,323 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) เนื่องจากสมาชิกภายในกลุ่มเป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน กลุ่มนี้จึงเป็นเหมือนตัวแทนภาพนักปั่นรุ่นใหม่ ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อสื่อสารภายในกลุ่ม

ผศ.สุรพันธ์ ตุ่มนาค หรืออาจารย์ตุ้ม เป็นอาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมต่างที่เกี่ยวข้องกับจักรยานในมหาวิทยาลัย จนทำให้ติดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียวและมีความโดดเด่นในการนำเอาความรู้และการจัดการด้านนวัตกรรมมาผสานกับจักรยาน โดยมีนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยหลายๆอย่าง อาทิ วินจักรยานจักรยานพลังแสงอาทิตย์ หรือการบรรจุเอาจักรยานเข้าไปสอนในชั้นเรียน อาจารย์ตุ้มจะสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กกรุ๊ป RIDE TO MEET U @KMUTT และเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนในการโพสต์เพื่อสื่อสารเริ่มดำเนินการในปี พ.ศ.2554 ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 643 ผู้ติดตาม (เข้าถึง ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2558) ลักษณะกิจกรรมการเคลื่อนไหวเน้นเน้นการจัดกิจกรรมในสถานศึกษา ระดับพื้นที่ของการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ มีเป้าหมายเพื่อสื่อสารกับบุคลากรและในมหาวิทยาลัย

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 คุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย

ผลการวิจัยพบคุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกออกเป็น 3 คุณลักษณะหลัก ได้แก่

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

1. คุณลักษณะด้านการเป็นผู้รู้ (Maven) มีองค์ประกอบของคุณลักษณะ ได้แก่

1.1 การเป็นผู้ส่งสมความรู้

1.2 การเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม

1.1 การเป็นผู้ส่งสมความรู้ คุณลักษณะของการเป็นผู้ส่งสมความรู้ หมายถึง การเป็นผู้มีความรู้และรู้สึกโดยข้อมูลที่ผู้ส่งสมความรู้มีนั้นเกิดจากการสังสมข้อมูลมาอย่างยาวนาน โดยการเป็นผู้ส่งสมความรู้ประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อย ดังนี้

1.1.1 ฐิติ การรู้สึกอาจไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องใหม่หรือเรื่องใหญ่ของสังคม หากแต่อาจเป็นเรื่องเล็กๆ ซึ่งเขารู้สึกและมีข้อมูลอย่างละเอียดในประเด็นนั้นๆ อาจเรียกว่าคุณลักษณะเช่นนี้หมายถึงการเป็นคลังข้อมูลที่สำคัญที่พร้อมจะนำเอามาใช้ได้ตลอดเวลา องค์ความรู้ในที่นี้หมายถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรม ทักษะเกี่ยวกับการการเลือกกิจกรรม การซ่อม รวม ไปถึงประโยชน์ของการปั่นจักรยาน และประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม อาทิ สิ่งแวดล้อม และพลังงาน เป็นต้น

1.1.2 เห็นประโยชน์ต่อตน ผู้รู้ยังแสดงให้เห็นถึงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์จากการใช้จักรยานที่มีต่อตนแสดงให้เห็นถึงการได้สังเกตเห็นถึงคุณประโยชน์ของจักรยานต่อสุขภาพของผู้ใช้ และจึงอยากจะริเริ่มให้ผู้คนหันมาสนใจการใช้จักรยานอย่างจริงจัง ผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกยังมีความรู้ที่ถูกสังสมขึ้น ในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เปรียบเสมือนคลังของข้อมูลที่ช่วยตกตะกอนให้กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเข้าใจต้นตอและแก่นของปัญหาที่เกี่ยวกับจักรยานได้อย่างถูกต้องชัดเจนและตรงประเด็น

1.1.3 เห็นประโยชน์ต่อสังคม กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกยังมีมุมมองที่เกี่ยวข้องกับความรู้ โดยเขามองว่ามันเป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาสังคมได้ อาทิ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งจักรยานจึงน่าจะเป็นเครื่องมือสำหรับการแก้ปัญหาได้

1.1.4 บริหารเป็น การเป็นผู้มีความรู้ด้านการบริหารคนและทักษะด้านการบริหารองค์กร โดยศาสตร์หรือองค์ความรู้ชุดนี้เข้ามาเป็นจุดเสริมความแข็งแกร่งให้กลุ่ม

ชุมชนจักรยาน มีอำนาจในการต่อรองและมีความสามารถในการขยายเครือข่ายได้มากขึ้น

1.2 การเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม

คุณลักษณะการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคมนั้นจะต้องมีองค์ประกอบทั้งด้านการเป็นผู้ส่งสมความรู้และด้านการรู้จักประยุกต์เอาความรู้มาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม คุณสมบัติด้านการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคมนั้นเกิดขึ้นมาจากแรงขับภายในจิตใจ เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะที่ต้องการช่วยเหลือสังคม หรือเรียกว่าจิตอาสา โดยต้องการแก้ปัญหาของส่วนรวมซึ่งก็ผูกโยงกับปัญหาของตนเองด้วยเช่นกัน โดยการเป็นผู้นำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคมประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อย ดังนี้

1.2.1 นำความรู้มาเคลื่อนไหวนโยบาย การเป็นผู้ส่งสมความรู้ด้านจักรยานทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีแรงผลักดันที่จะแก้ปัญหาเกี่ยวกับจักรยาน อาทิเช่น การสร้างทางจักรยานที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัยทางด้านการใช้จักรยาน จึงทำให้เกิดการสื่อสารชุดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน ไปยังคนในชุมชนจักรยานอย่างแพร่หลายเพื่อให้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน ได้เกิดความประจักษ์ในสังคมจนนำมาสู่การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ผู้รู้ที่นำความรู้มาเคลื่อนไหวนโยบายจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องรู้จักวิธีการสื่อสารเพื่อขยายให้เกิดผล

1.2.2 เคลื่อนความรู้อย่างไม่หยุดนิ่งและต่อยอด กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีข้อพิเศษที่น่าสนใจ นั่นคือการทำสิ่งที่ตนรู้และรักอย่างจริงจัง และด้วยความทุ่มเทไม่หยุดนิ่ง

1.2.3 เคลื่อนความรู้อย่างมีกลยุทธ์ การเป็นผู้มีความรู้เรื่องการเข้าใจการผลักดันนโยบายสาธารณะ และนำความรู้ที่มีมาแก้ไขปัญหาสังคม การวางวาระในสื่อมวลชน กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีความรู้มีความเข้าใจการวางกลยุทธ์ในการผลักดันวาระสาธารณะ โดยมีลักษณะที่มีการวางประเด็นจากสื่อ ก็มีการนำมากระจายต่อในสื่ออื่นๆ และกลุ่มคนในชุมชนจักรยานอย่างแพร่หลาย

2. คุณลักษณะด้านการเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector) ประกอบไปด้วย

2.1 ความสามารถในการเข้าใจคนและสังคม

2.2 การบริหารความสัมพันธ์ และ

2.3 การสะสมความรู้จัก

2.1 ความสามารถในการเข้าใจคนและสังคม

คุณลักษณะด้านนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแทรกซึมและการอ่านจิตวิทยาการเข้าใจคนและสังคม ซึ่งได้ปรากฏขึ้นในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ในชุมชนจักรยานไทยสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นผู้เชื่อมโยง โดยกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะพิเศษที่สามารถอ่านจิตวิทยาของคนรอบตัวและสังคมที่เขาสังกัดได้เป็นอย่างดี มีความเข้าใจในการอ่านจิตวิทยาสังคม ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะทำให้สามารถวางประเด็นและการกำหนดทิศทางของการผลักดันประเด็นของจักรยานได้อย่างบรรลุผลสำเร็จ

2.2 การบริหารความสัมพันธ์ การบริหารความสัมพันธ์

นั้นถือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอีกประการของการเป็นผู้เชื่อมโยงที่ดี โดยความสัมพันธ์ส่วนใหญ่มักเป็นแบบผิวเผินนั้นสามารถให้ความหมายได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้แนบแน่นถึงขั้นสนิท โดยอาจได้มีการพูดคุยกันในบางโอกาสเป็นครั้งคราว ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่แบบเพื่อนสนิท แต่ก็สามารถขอความช่วยเหลือได้เมื่อถึงวาระที่จำเป็น ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อยดังนี้

2.2.1 คอนเน็คชั่น สิ่งที่ตั้งคมไทยเรียกว่า

“คอนเน็คชั่น” ซึ่งก็คือความสัมพันธ์แบบผิวเผินที่มีกับบุคคลอื่น ๆ ในการเป็นผู้เชื่อมโยงเครือข่ายจักรยานเพื่อสร้างความแข็งแกร่ง ความสำคัญของคอนเน็คชั่นไว้เช่นกันว่าการที่จะเคลื่อนประเด็นหรือสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นไม่สำเร็จได้เลยหากไม่รู้จักการใช้คอนเน็คชั่นที่มี คอนเน็คชั่นนั้นเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการรณรงค์ที่สำเร็จ

2.2.2 ยึดหยุ่นและมีจุดร่วม การบริหารความสัมพันธ์

ในกลุ่มคนปั่นจักรยาน การรวมกลุ่มจักรยานที่ประสบความสำเร็จนั้น อาจไม่ขึ้นอยู่กับบริบทความสัมพันธ์ที่แนบแน่นเฉกเช่นพี่น้อง หรือครอบครัว แต่มักจะมาพร้อมกับความยืดหยุ่น แบบสบายๆ ที่ผู้ร่วมชุมชนรู้สึกไม่ตึงเครียดและยึดโยงกับสัญลักษณ์บางอย่างที่เป็นจุดสนใจเดียวกันในกรณีนี้คือจักรยาน ซึ่งเป็นการนำสิ่งที่ทุกคนสนใจมาเป็นจุดร่วมระหว่างคนในกลุ่ม

2.3 การสะสมความรู้จัก ผู้เชื่อมโยงที่สะสมความรู้จัก

จะมีคุณลักษณะเฉพาะที่ต่างจากคนอื่นๆ โดยคนกลุ่มนี้จะเป็นผู้เชื่อมโยงที่รู้จักคนมากมาย นอกจากการที่เขารู้จักคนอื่นๆ มากมายแล้วเขายังสามารถที่จะจดจำรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับคนที่เขารู้จักได้เป็นอย่างดี มีการบันทึกข้อมูลและรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ เกี่ยวกับบุคคลที่เขารู้จักไว้ เขาสามารถดึงฐานข้อมูลของกลุ่มคนที่เขารู้จักออกมาใช้ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดการเชื่อมโยงกลุ่มคนแต่ละกลุ่มที่เขารู้จักไว้และเขาสามารถนำฐานของกลุ่มคนที่เขารู้จักมาใช้ยิ่งไปกว่านั้นอาจเป็นการเชื่อมโยงเอาคนแต่ละกลุ่มที่เขารู้จักเข้าไว้ด้วยกัน

3. คุณลักษณะของการเป็นนักโน้มน้าว (Salesman)

ประกอบด้วย

3.1 การเผยแพร่

3.2 ความคลั่งไคล้

3.3 ความสร้างสรรค์ และ

3.4 ความน่าเชื่อถือ

3.1 การเผยแพร่ คุณลักษณะทางการสื่อสารที่โดดเด่นของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก คือคุณสมบัติด้านการเผยแพร่ความรู้ที่เขามีให้แก่คนอื่นๆ ในสังคม และชุมชน กลุ่มคนเหล่านี้จะไม่เก็บความรู้ไว้กับตัวเองหวงหวงและหนทางในการบอกให้ผู้อื่นได้ทราบ เขาจะพยายามเผยแพร่โน้มน้าวองค์ความรู้ที่มีแก่คนอื่นๆ ด้วยวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจส่งผลให้เกิดการขยายองค์ความรู้และขยายกลุ่มของผู้จักรยานในประเทศไทย

3.1.1 มุ่งมั่นตั้งใจ ความมุ่งมั่นที่จะเอาความรู้มา

เผยแพร่ให้สังคมได้รับรู้เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายความรู้ อาทิ การใช้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ในการนำมาเป็นฐานขององค์ความรู้ด้านจักรยาน และต่อยอดไปสู่การผลักดันนโยบายสาธารณะ โดยไม่ย่อท้อและเชื่อมเข้าหากกลุ่มคนต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มจักรยานต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร

3.2 ความคลั่งไคล้ คุณลักษณะด้านการเป็น

การเป็นนักโน้มน้าวใจที่ปรากฏในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ปรากฏให้เห็นโดยสะท้อนคุณลักษณะด้านเป็นผู้มีความคลั่งไคล้กับประเด็นที่จะโน้มน้าวหรือสิ่งที่ตนสนใจ ผู้ที่จะโน้มน้าวใจให้สัมฤทธิ์ผลนั้นจำเป็นต้อง

อย่างยิ่งที่จะต้องมีความคิด ความเชื่อ ความรัก หรือทัศนคติเชิงบวก หลงใหลกับสิ่งที่เขาเป็นเจ้าของ สิ่งที่เขากำลังทำหรือประเด็นที่เขาเป็นเจ้าของอยู่ ภูมิของการผลักดันนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นกับจักรยานนั้น ส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการเข้าร่วมปั่นกันมากขึ้นในปัจจุบัน ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญก็มาจากการที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกได้ใช้คุณลักษณะด้านการเป็นนักโน้มน้าวใจในการชักจูง ชักชวนคนอื่นให้ออกมาปั่น ฐานสำคัญของการชักชวนและโน้มน้าวที่ที่เกิดขึ้นเกิดจากการที่เขามีความเชื่อมั่นและรักในจักรยานว่ามันเป็นสิ่งที่สามารถแก้ปัญหาของชุมชนได้ โดยสามารถแปลงความคลั่งไคล้ออกมาได้ 3 ระดับ ได้แก่

3.2.1 Life แปลงเอาความหลงใหลที่มี มาแปรเปลี่ยนเป็นการเปลี่ยนชีวิต สะท้อนให้เห็นถึงความหลงใหลที่มีต่อจักรยานในระดับปัจเจกบุคคล ซึ่งก็แปลงเอาความหลงใหลนี้มาสู่การขยายความชอบเพื่อ โน้มน้าวสมาชิกในกลุ่ม

3.2.2 Corporate ได้แปลงเอาความหลงใหลในจักรยานไปสู่การพัฒนาองค์กรและธุรกิจของตน

3.3.3 Nation ทุ่มเทความหลงใหลในจักรยานของไปสู่การเข้ามาเป็นผู้นำเสนอจักรยานในประเทศไทย จากคนที่คลั่งไคล้อัจักรยานได้กลายมาสู่นักผลักดันนโยบายสาธารณะ (Key Informant) แห่งชุมชนจักรยานไทย

3.3 ความสร้างสรรค์ คุณลักษณะด้านการเป็นนักสร้างสรรค์ ป็นคุณลักษณะที่พบได้ในกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย พบจากการแสวงหาวิธีการ โน้มน้าวใจหรือนำเสนอใหม่ๆ คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่ไม่ได้มองข้ามสิ่งเล็กหรือรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ รอบตัว โดยพวกเขาจะสามารถหาวิธีการเล็กน้อย หรืออาจเป็นวิธีการใหม่ๆ ที่เราอาจคาดไม่ถึง หากแต่วิธีการเหล่านั้นกลับแก้ไขปัญหาได้ดี ได้แก่

3.3.1 ความสร้างสรรค์สื่อที่เกี่ยวข้องจักรยาน ผลวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงการไม่มองข้ามสิ่งเล็กน้อย หรือ

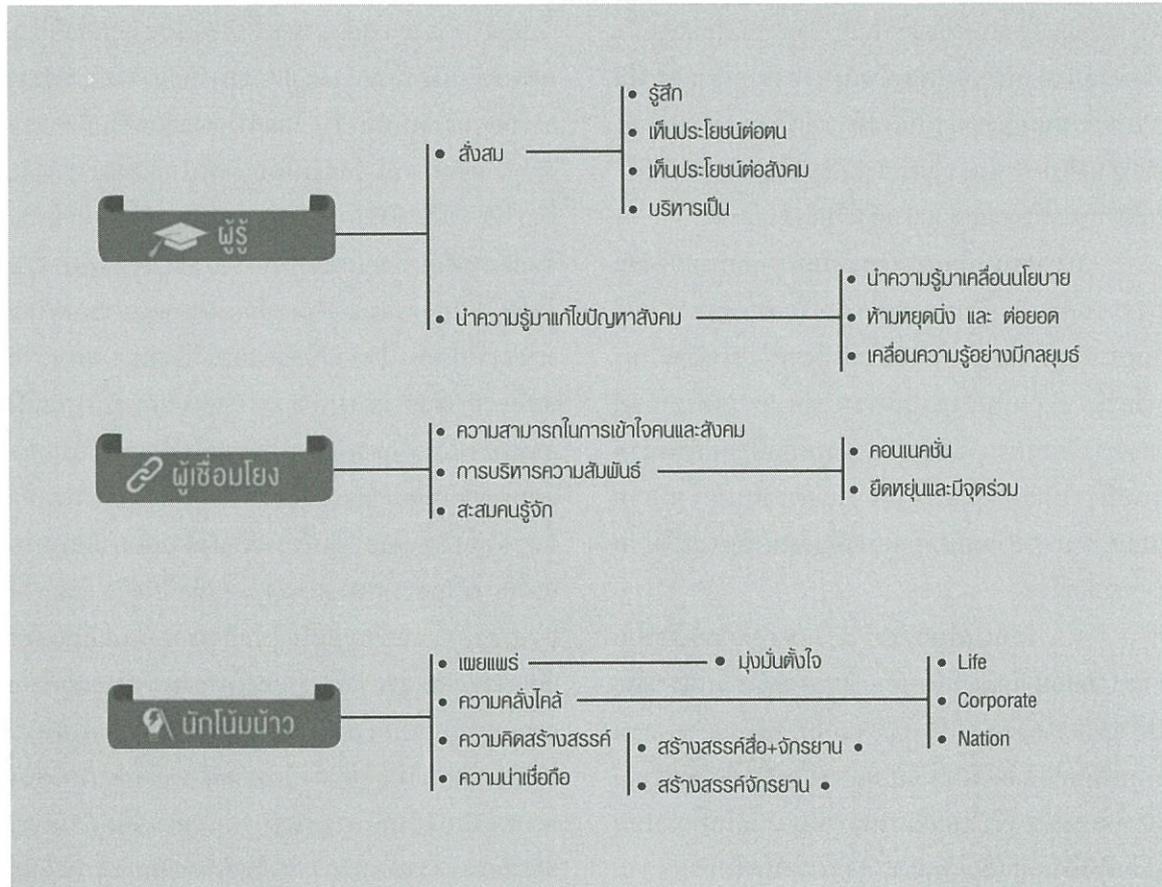
กลยุทธ์เล็กๆ น้อยๆ รอบตัว หรือภูมิปัญญาที่ฝังอยู่ในชุมชน เช่น ทรงกลด บางยี่ขัน ได้แทรกสติกเกอร์ไปกับนิตยสาร ADAY ซึ่งต่อมากลายเป็นสิ่งที่กลุ่มวัยรุ่นนำมาติดตามรถจักรยาน จนกลายเป็นความทันสมัย ทำให้วัยรุ่นต่างก็พากันหาซื้อที่จักรยานและถ่ายรูปลงสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้สติกเกอร์นี้กลายเป็นสิ่งของหายากและสิ่งที่วัยรุ่นอยากได้ไปในทันที หรือกรณีการค้นพบว่ารูปจักรยานตามสถานที่ต่างๆ มีอิทธิพลต่อความชอบและความสนใจของผู้รับสาร ส่วนหนึ่งก็เกิดจากความสร้างสรรค์ในการค้นหาวิธีการสื่อสารใหม่ๆ

3.3.2 ความสร้างสรรค์ที่เกี่ยวกับจักรยาน

นอกจากรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่ไม่ควรมองข้ามแล้วนั้น ยังมีเรื่องของการนำเอานวัตกรรมต่างๆ มาใช้ในการเป็นสิ่งโน้มน้าวใจให้คนสนใจการมาขี่จักรยานกันมากขึ้น คุณลักษณะนี้ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยจะมีวิธีการนำเอานวัตกรรมต่างๆ มาประยุกต์ใช้ได้อย่างน่าสนใจ จนทำให้เกิดความสนใจ และกลายเป็นสิ่งที่ดึงดูดทำให้คนอยากมาขี่จักรยานมากขึ้น

3.4 ความน่าเชื่อถือ คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือหรือสถานภาพทางสังคมของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกมีบทบาทอย่างมากในการโน้มน้าว ซึ่งทำให้สิ่งที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกนำเสนอมีความน่าเชื่อถือ และก่อให้เกิดความโน้มน้าวที่น่าเชื่อถือตามดั่งจะเห็นได้จากตำแหน่งหน้าที่ อาชีพ ทางสังคม อาชีพการเป็นนักวิชาการ อาจารย์ ครู สื่อมวลชน ของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้ประเด็นจักรยานได้รับการยอมรับในวงกว้างและมีความหมายมากกว่าการเป็นสิ่งบันเทิง หรือเครื่องสันทนนาการ แต่เป็นเครื่องมือที่ช่วยแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

แผนภาพที่ 1 แสดงคุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเป็ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทย



ปัญหานำวิจัยข้อที่ 2 บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเป็ยงเบนเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยสู่สาธารณะ

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

1. ช่วงก่อนการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน ยุค 1960-1990 พบลักษณะการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเป็ยงเบนเชิงบวก ได้แก่ สื่อกิจกรรมเกี่ยวกับจักรยาน อาทิ การซ่อมจักรยาน ทริปปักรยาน และมีสื่อมวลชนที่คอยช่วยแพร่กระจาย โดยเป็นไปในลักษณะเช่น วิทยุชุมชน หรือสถานีโทรทัศน์ และยังไม่พบลักษณะ

การใช้สื่อใหม่ปรากฏ สำหรับกิจกรรมที่พบนั้น พบการจัดกิจกรรมรณรงค์ครั้งแรกเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2534 การจัดทริปปักรยานในลักษณะไกลๆ กรุงเทพฯ และมีการสอนและฝึกอบรมการซ่อมจักรยานเป็นต้น โดยจากผลการวิจัย ได้พบบทบาทของสื่อต่างๆ ซึ่งมีบทบาทที่เป็นไปในลักษณะหลัก ซึ่งกล่าวคือ สื่อเหล่านั้นมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นตัวหลัก คือมีความสำคัญในการแพร่กระจายและอีกบทบาทคือ บทบาทในลักษณะรอง นั่นก็คือ การเป็นสื่อเสริมที่คอยหนุนเสริมสื่อหลัก หรือเกื้อกูล ให้เกิดการแพร่กระจายในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งอธิบายได้ตามมิติของบทบาทต่างๆ ต่อไปนี้

1.1. บทบาทในการให้ข้อมูล สื่อที่มีบทบาทหลักในการให้ข้อมูลคือสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรม โดยมีสื่อมวลชนทำหน้าที่ในการเป็นบทบาทรอง โดยบทบาท

ในการให้ข้อมูลนั้น จะเป็นไปในลักษณะการให้ความรู้ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้จักรยาน จนกระทั่งเป็นการให้ข้อมูลเรื่องการเตรียมตัวในการขี่จักรยาน สื่อบุคคลนั้น เรียกว่าทำหน้าที่หลัก อันเนื่องมาจากกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเป็นผู้ที่มีความรู้โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับจักรยาน ซึ่งเขาก็เปรียบเสมือนสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่หลักในการถ่ายทอดชุดความรู้นี้ไปยังคนอื่นๆ

1.2. บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว บทบาทของสื่อ กิจกรรมก่อนข้างมีบทบาทสำคัญหรือเป็นบทบาทหลัก ในการชักจูง โน้มน้าว ให้คนอื่นๆ ที่อาจยังไม่ได้มีความรู้ หรือรู้จัก ได้สังเกตเห็นถึงความน่าสนใจและอรรถประโยชน์ของการขี่จักรยาน ซึ่งเป็นบทบาทหลักที่คอยทำหน้าที่ โน้มน้าวให้เกิดกลุ่มคนในชุมชนจักรยานมากขึ้น หรือแม้กระทั่งการสร้างคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อีกด้วย

1.3. บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่าย และรวมกลุ่ม สื่อมีบทบาทหลักในการสร้าง รักษา ขยาย เครือข่าย และรวมกลุ่ม จะประกอบไปด้วยการผสมผสาน บทบาทหลักที่เกิดขึ้นจากสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม โดยสื่อทั้งสองนี้ จะเข้าไปมีส่วนในการดึงเอานักปั่นหน้าใหม่ หรือผู้ที่ปั่นอยู่แล้วแต่อยากหาสมาคมหรือองค์ความรู้เพิ่มเติม ตลอดจนเป็นการหาเพื่อนๆ ร่วมวงการเพื่อ ถ่ายทอดและเปลี่ยนเรื่องราวเกี่ยวกับจักรยาน โดยทั้งนี้ ส่งผลให้เกิดการขยายกลุ่มให้ค่อยๆ ใหญ่ขึ้น และส่งผล ทำให้กลุ่มมีความแน่นแฟ้นขึ้น

1.4. บทบาทในการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ สื่อกิจกรรมมีบทบาทหลักในการช่วยสร้างจิตสำนึก สาธารณะ โดยสื่อกิจกรรมที่พบคือ กิจกรรมของทางสมาคม จักรยานฯ และกิจกรรมสาธารณะที่อุดมมงคล วิะระณะ ได้จัดขึ้นเป็นต้น ทั้งนี้จะเห็นว่าเนื้อหาของกิจกรรมมีบทบาท อย่างมากในการค่อยๆ เข้าไปปลูกฝังจิตสำนึก หรือความ มีจิตอาสา อาทิ การปั่นจักรยานเพื่อหาเงินช่วยเด็กด้อยโอกาส หรือช่วยเหลือสัตว์ป่า หรือการชวนกันไปปั่นปลูกป่า เป็นต้น

2. ช่วงหลังการเข้ามาของสื่อใหม่ในชุมชนจักรยาน ยุค 2000-ปัจจุบัน พบลักษณะการสื่อสารของกลุ่มคน ที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก ได้แก่ ทริปปักรยานตาม

ต่างจังหวัด รูปแบบผจญภัย โดยพบการสื่อสารผ่านสื่อ บุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสารมวลชน สื่อใหม่ ในรูปแบบ เว็บเพจ หลังจากการเข้ามาของสื่อใหม่ในช่วงปลายปีค.ศ. 1999 ชุมชนจักรยานเริ่มมีรูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการออกทริปแบบทั่วไป โดยการแตกออกเป็นกิจกรรม เฉพาะ อาทิ การปั่นออกไปตามป่าเขาในลักษณะผจญภัย มากไปกว่านั้น ยังมีการสื่อสารจากอินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้น จึงเกิดการสื่อสารบนกระดานข่าวของเว็บไซต์ Thai MTB ซึ่งถือว่าเป็นจุดรวมของชุมชนจักรยานของประเทศไทย ณ ขณะนั้น ต่อมาในช่วงปีค.ศ. 2010-ปัจจุบัน พบบทบาท สื่อที่เข้ามาช่วยในการแพร่กระจายประเด็นจักรยานที่มีความหลากหลายมากขึ้น ประกอบไปด้วยทั้งสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อใหม่ โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์นั้น เรียกว่าเข้ามามีบทบาท ทำให้การสื่อสารแบบ Real Time เกิดขึ้นจริง ส่งผลให้ การแพร่กระจายข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว และทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มชุมชนจักรยานทั่วประเทศไทย กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก นับได้ว่ามีบทบาท สำคัญเช่นกัน ในยุคนี้ ทั้งนี้เพราะการใช้สื่อต่างๆ ของ พวกเขาก่อให้เกิดการแพร่กระจายแนวคิดด้านการ ขี่จักรยานของชุมชนจักรยานไทย โดยลักษณะการแพร่ กระจายในยุคนี้ นอกจากจะเป็นการไปพยายามทำความเข้าใจ ความเข้าใจกับสังคมเกี่ยวกับจักรยาน ตลอดจนทำให้ตัว “จักรยาน” ได้รับความนิยมเห็นได้ (Visible) แล้วนั้นยังเพิ่มให้เห็น ทิศทางการแพร่กระจายที่ขยายไปในมิติต่างๆ อาทิ การ สร้างหรือจุดกระแสสังคม การใช้สื่อในการวางวาระและ ประเด็นสาธารณะให้เป็นที่ประจักษ์ ตลอดจนการสร้าง จิตสำนึกสาธารณะแรงบันดาลใจ โดยพบบทบาทสื่อดังนี้

2.1. บทบาทในการให้ข้อมูล บทบาทของสื่อมวลชน และสื่อใหม่มีบทบาทอย่างมาก โดยถือเป็นบทบาทหลัก ในการให้ความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน ทั้งในแง่ ของข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้จักรยานและข้อมูลเกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษาจักรยาน ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม หรือ ชมรมจักรยานต่างๆ ซึ่งส่งผลทำให้คนที่สนใจการขี่จักรยาน ได้เกิดความรู้ความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับจักรยาน และ ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนจักรยานต่างๆ อย่างไรก็ตาม บทบาท

สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคลก็ได้ปรากฏเป็นบทบาททรง ในการช่วยสอดประสานกับสื่ออื่นๆ ดังตัวอย่างของทรงกลด บางยี่ขัน ที่ทำกิจกรรมโครงการปั่นจักรยานเครือข่าย 12 มหาวิทยาลัย ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ความ รู้เรื่องการใช้และการจัดการ “จักรยาน” ในมหาวิทยาลัย ซึ่งรณรงค์กับนักศึกษาทั่วประเทศ เขาเองก็เป็นสื่อบุคคล ที่ดึงให้ทุกๆ ภาคส่วนสนใจและเป็นผู้ให้ข้อมูลที่เป็น เสมือน Idol ของนักศึกษา

2.2. บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว สื่อบุคคลมี บทบาทหลักในการชักจูงโน้มน้าว โดยพวกเขาจะใช้ คุณลักษณะทางการสื่อสารที่โดดเด่น ทั้งในแง่บุคลิกภาพ และการสื่อสาร และสื่อกิจกรรมเป็นสื่อรองที่เข้ามา ช่วยขยายหรือส่งต่อการ โน้มน้าวให้แพร่กระจายไปยัง กลุ่มคนอื่นๆ ในสังคม สื่อกิจกรรมทำหน้าที่หลักในการ สอดประสานกันกับสื่อบุคคลโดยขยายเรื่องราวหรือ ความตั้งใจดีๆ ที่กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก มีออกมาอย่างเป็นธรรมชาติ จนส่งผลให้การ โน้มน้าว เกิดผล หรือเป็นการดึงเอาคนอื่นๆ เข้ามาร่วมชุมชน จักรยานให้มากขึ้น โดยการใช้ตัวกิจกรรมต่างๆ ในการเป็น สื่อกลางที่เรียกให้คนที่มีความสนใจในเรื่องอื่นๆ เข้ามาร่วมกับชุมชนจักรยานด้วย

2.3. บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่าย และรวมกลุ่ม บทบาทของสื่อออนไลน์ซึ่งทำหน้าที่หลัก ในการเชื่อมร้อยความสัมพันธ์ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจน คือบทบาทของ เฟซบุ๊ก ที่เข้ามาช่วยขยายหรือค้นหา กลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก หรือพวกเขาที่ใช้ ช่องทางนี้ในการติดต่อสื่อสารกัน จากผลวิจัยพบบทบาท หลักของสื่อใหม่ในการสร้างความร่วมมือกันในกลุ่ม และก่อให้เกิดรวมกลุ่มรวมพลังของผู้ที่มีจุดสนใจและ ความชอบในประเด็นเดียวกัน ทำให้การรวมกลุ่มง่าย และสะดวกขึ้น ก่อให้เกิดกลุ่มจักรยานในสังคมออนไลน์ ขึ้นมากมาย สำหรับบทบาทในการสร้างและธำรงรักษา กลุ่มนั้น ผลวิจัยพบว่าสื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการ ช่วยเชื่อมประสานกลุ่มคนในชุมชนให้มาทำกิจกรรม ร่วมกัน และยังเป็น ศูนย์กลาง (Center) ของกลุ่มคนในชุมชน โดยเป็นตัวเชื่อมประสานและถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ไปยัง

กลุ่มคนอื่นๆ ในชุมชน ในส่วนบทบาทของสื่อกิจกรรม นั้นจะเป็นบทบาทรองที่เป็นกิจกรรมเสริมที่เกี่ยวข้องกับ จักรยานในมิติต่างๆ อาทิ การชวนไปปั่นสำรวจต้นไม้ของ คุณนนทรีย์ ก็เป็นการร้อยกิจกรรมของกลุ่ม BIG TREE เข้ากับจักรยาน ก่อให้เกิดเครือข่ายที่ขยายใหญ่ขึ้น

2.4 บทบาทในการสร้างความสนใจและจุดกระแส สื่อใหม่และสื่อกิจกรรมมีบทบาทหลักในการสร้างกระแสสังคม ได้ อาทิ การสร้างกิจกรรมสำรวจต้นไม้โดยใช้จักรยาน ก็เป็นกิจกรรมที่กลายเป็นกระแสที่คนในเมืองหันมา ให้ความสนใจ เป็นการดึงเอาความสนใจที่มีของ แต่ละบุคคลมาผนวกกับกิจกรรมการปั่นจักรยาน โดยการสื่อสารส่วนใหญ่จะมาจากเครือข่ายสังคม ออนไลน์ ผลวิจัยยังพบการใช้ภาพในการสร้างความ สนใจกลุ่มคนที่อยู่ในโลกออนไลน์ โดยพบว่า การนำรูป จักรยานสวยๆ ที่ถ่ายตามสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็ นภูเขา แม่น้ำ หรือต่างประเทศจะได้รับความสนใจจากคน ผู้ติดตามของเขาในสื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก กลายเป็นสื่อที่สามารถสร้างความสนใจได้

2.5. บทบาทในการสร้างวาระในการผลักดันนโยบาย สาธารณะ สื่อมวลชนมีบทบาทหลักในการสร้างวาระ ทั้งนี้เพราะคุณลักษณะของสื่อเป็นส่วนช่วยให้การแพร่ กระจายเป็นไปในวงกว้างตัวอย่างของบทบาทหลักของ สื่อมวลชนในการช่วยแพร่กระจายประเด็นจักรยานให้กลาย เป็นวาระที่สังคมควรหันมาสนใจ สะท้อนให้เห็นโดยการ เผยแพร่บทความลงในนิตยสาร สารคดี ของ ดร.สรณรัชฎ์ จนต่อมาบทความชิ้นนั้นก็ได้ขยายวงกว้างไปในสื่ออื่นๆ และการประสานสื่อของ ดร. นิรันดร์ ก็ได้แสดงให้เห็นถึง บทบาทของสื่อในการช่วยเน้นย้ำให้เรื่องราวของการรณรงค์ การใช้จักรยานเกิดการแพร่ขยายและเป็นที่ประจักษ์ โดยมีการประสานงานกับสื่อก่อนหรือนำข้อเสนอแนะ ผู้ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจนโยบาย เพื่อให้เกิดการ ต่อรองเชิงนโยบายมากขึ้น บทบาทที่สำคัญของ สื่อมวลชนในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวของกลุ่มคนที่มี ความเบี่ยงเบนเชิงบวกนั้นคือการสร้างประเด็นของ การขี่จักรยานให้กลายเป็นวาระที่สำคัญของสังคม จนทำให้สังคมหันมาสนใจ และทำให้รัฐหันมาให้

ความสนใจและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นจักรยาน จนเกิดกลายเป็นนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในปัจจุบัน ผลการวิจัยยังได้พบว่า สื่อใหม่ยังมีส่วนช่วยเป็นบทบาทรองในการสร้างวาระเพื่อการผลักดันนโยบายสาธารณะ กรณีตัวอย่างของคุณนนนี่ที่ใช้สื่อออนไลน์สร้างวาระที่สื่อมวลชนนำไปเสนอต่อ คือกรณีปัญหาฝาท่อ ซึ่งเป็นการนำเอาเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวกไปแพร่ขยาย จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือกรณีของนิตยสาร A DAY และ HUMAN RIDE ที่ได้เปลี่ยนพฤติกรรมให้คนอ่านกลายเป็นคนปั่นจักรยาน

2.6 บทบาทในการส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะ สื่อมวลชนมีบทบาทหลักคือการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้เกิดขึ้นในสังคม โดยทำให้คนรู้สึกว่าการปั่นจักรยานทำให้เกิดผลดีต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อมลพิษ ช่วยลดพลังงาน อีกทั้งยังเป็นผลดีต่อสุขภาพด้วย

2.7. บทบาทในการสอดส่องจับตา สื่อใหม่ยังมีบทบาทที่น่าสนใจคือ การคอยจับตามองกลไกของภาครัฐและนโยบายต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อกลุ่มคนในชุมชนจักรยานตัวอย่างเช่น การใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่ม Bangkok Bicycle Campaign ที่มีบทบาทอย่างมากในการเฝ้าดูและคอยเผยแพร่เรื่องราวให้คนวงกว้างได้รู้เห็น

จนเกิดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายและโครงสร้างที่เกี่ยวกับจักรยาน

2.8. บทบาทเพื่อส่งเสริมการแสดงออก สื่อใหม่เป็นสื่อหลักในการส่งเสริมการแสดงออกของคนในชุมชนจักรยาน โดยมีส่วนช่วยในการเผยแพร่เรื่องราวภาพลักษณ์และเนื้อหาที่ก่อให้เกิดการรับรู้ไปยังคนอื่นๆ นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังมีบทบาทในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นเครื่องมือในการแสดงออกของปัจเจกบุคคล เช่น การรณรงค์ประเด็นจักรยานและสิ่งแวดล้อมของดร.สรณรัชฎ์ ผ่านกิจกรรมชวนปั่น เป็นต้น

2.9. บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจ คุณทรงกลดและคุณนนนี่ ถือว่าเป็นตัวอย่างสื่อบุคคลที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับคนอื่นๆ โดยเขาและเธอได้อาศัยบทบาทของสื่อใหม่และความเป็นสื่อมวลชนที่เป็นบทบาทรอง นำเสนอเนื้อหาผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและชวนผู้ติดตามมาปั่นจักรยาน ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจจักรยาน

แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทหลักในการมีส่วนช่วยในการสร้างแรงบันดาลใจให้คนอยากทำสิ่งดีๆ เพื่อสังคม

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิจัยบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ในการแพร่ขยายเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความเป็ยงเบนเชิงบวกให้แพร่กระจายในวงกว้าง

บทบาทสื่อในการช่วยแพร่ขยายเรื่องราวในวงกว้างของกลุ่มคนที่มีความเป็ยงเบนเชิงบวก	ยุค 1960-1990			ยุค 2000-ปัจจุบัน			
	สื่อบุคคล	สื่อกิจกรรม	สื่อมวลชน	สื่อบุคคล	สื่อกิจกรรม	สื่อมวลชน	สื่อใหม่
1. บทบาทในการให้ข้อมูล	/	/	*	*	*	/	/
2. บทบาทในการชักจูงโน้มน้าว		/		/	/		
3. บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่ายและรวมกลุ่ม	/	/			*		/
4. บทบาทในการสร้างความสนใจ และจุดกระแส					/		/
5. บทบาทในการสร้างวาระในการผลักดันนโยบายสาธารณะ						/	*
6. บทบาทในการส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะ		/				/	
7. บทบาทในการสอดส่องจับตา							/
8. บทบาทในการส่งเสริมการ แสดงออก							/
9. บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจ				/		*	*

เครื่องหมาย/ แสดงถึงสื่อที่มีบทบาทหลัก เครื่องหมาย * แสดงถึงสื่อที่มีบทบาทรอง

อภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 พลัง “ความเป็ยงเบนเชิงบวก” และ “กลุ่มคนที่มีความเป็ยงเบนเชิงบวก” กับการเปลี่ยนแปลงสังคม

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึง “พลัง” ของกลุ่มคนที่มีความเป็ยงเบนเชิงบวกที่สามารถขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมในเชิงของการคมนาคมสัญจรที่ยั่งยืนผ่านกรณีของจักรยาน ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่สอดคล้องกับแนวคิดความเป็ยงเบนเชิงบวกที่เชื่อในพลังของกลุ่มคนที่อาจทำในสิ่งที่สังคมอาจมองว่าเป็นเรื่องผิดแปลกออกไปจากคนหมู่มากในสังคม หากแต่เรื่องที่พวกเขาเหล่านั้นทำกลับกลายเป็นการแก้ไขปัญหาสังคมได้เป็นอย่างดี

ผลวิจัยได้สะท้อนภาพบทบาทของการผลักดันนโยบายสาธารณะที่มาจากกระบวนการสื่อสารแนวระนาบ (Horizontal) อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับหลักความเป็ยงเบนเชิงบวก (PD) ซึ่งเน้นยิ่งไปกว่านั้นให้เห็นเรื่องของการไม่ปฏิเสธกระแสคำตอบที่อยู่ในชุมชน (Local solution) และเมื่อกล่าวถึงวิธีแก้ปัญหาที่มาจากภายในชุมชนเอง ก็จะพบกระบวนการที่สอดคล้องกับแนวคิดที่ Singhal(2011) ได้นำเสนอว่าแนวคิด PD ตั้งอยู่บนรากฐานของภูมิปัญญา (Asset Based) และเป็นการขยายข้อจำกัดที่แนวคิดความเป็ยงเบนเชิงบวก (PD) เคยมี

งานวิจัยชิ้นนี้ยังแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการและการเปลี่ยนทิศทางที่ชัดเจนของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการผลักดันนโยบายสาธารณะ จากรูปแบบในการผลักดันนโยบายแบบดั้งเดิม ได้แก่ 1) รูปแบบซึ่งเป็นไปในลักษณะจากศูนย์กลางหรือผู้มีอำนาจมายังคนในชุมชน ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบ Vertical หรือ Downward Communication ที่นโยบายและการกำหนดสารและประเด็นที่จะสื่อสารเกิดจากส่วนกลางหรือภาครัฐผู้คนในชุมชน ซึ่งโดยปกติจะทำการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเป็นหลัก หรือ 2) เรื่องกระแสคำตอบอยู่ในชุมชน (Local Solution) ที่เกิดขึ้นในกระบวนการสนทนาระหว่างการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เน้นไปในหน่วยของการศึกษา (Unit) ที่ชุมชน ซึ่งเริ่มเผยให้เห็นกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลมากขึ้น เป็นการสื่อสารแบบ Horizontal หรือ Upward Communication อย่างไรก็ตาม ในแนวทางนี้มีข้อจำกัดก็คือเรื่องของการแพร่กระจายข้อมูลด้วยข้อจำกัดของสื่อบุคคล ที่ทำให้การกระจายข้อมูลกระจุกตัวและเป็นไปอย่างช้า ทำให้การเปลี่ยนแปลงสังคมที่เกิดขึ้นจึงเป็นไปอย่างช้าด้วยเช่นกัน 3) การนำเอากระแสคำตอบอยู่ในชุมชน (Local Solution) ที่เกิดขึ้นในชุมชนเพื่อแพร่ขยายให้เกิดการขยายผลในเชิงนโยบาย งานวิจัยเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อปรับเปลี่ยนความหมายของพิธีกรรมงานศพชุมชนบ้านดงให้กลายเป็นงานศพปลอดเหล้า ของ บุญยกร ตีระพุดทิกุลชัย (2553) เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นการแพร่กระจายและผนึกกำลังของสื่ออย่างสื่อบุคคลและสื่อพิธีกรรม แต่ด้วยข้อจำกัดในเชิงขอบเขตของพื้นที่ และข้อจำกัดของสื่อจึงทำให้เรื่องราวถูกแพร่ขยายเป็นไปในทิศทางที่จำกัด ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการเติมรากฐานที่ขยายให้กว้างขวางขึ้นโดยให้เห็นถึงแนวทางที่ 4) ที่เป็นการสอดประสานทิศทางสื่อสารแบบ Horizontal และ Vertical อย่างชัดเจน โดยการประสานงานกันของสื่อต่างๆ อาทิ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ในขณะเดียวกัน ก็เห็นถึงทิศทางที่มีการระดมพลังของกลุ่มคนที่มีความเข้มแข็งแบบเชิงบวก สื่อ และเรื่องราว ก่อให้เกิดการผลักดันนโยบายให้เป็นที่ประจักษ์

ฉะนั้น พลังของกลุ่มคนที่เกิดขึ้นจึงเป็นตัวอย่างในการชี้ให้เห็นบทบาทที่ Change Agency ควรจะเป็น โดย

เข้าไปหนุนเสริมกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของปัญหา อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษาบริบทที่แนวคิดความเข้มแข็งแบบเชิงบวก (PD) ไม่เคยได้ศึกษามาก่อน และเผยให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการนำแนวคิดความเข้มแข็งแบบเชิงบวกมาประยุกต์ใช้ในบริบทที่เป็นชุมชนเมือง จากในอดีตที่มักศึกษาในบริบทชุมชนเท่านั้น ดังตัวอย่างของ Singhal และ Dura (2009) ที่เน้นศึกษาการนำแนวคิดความเข้มแข็งแบบเชิงบวกไปประยุกต์กับหน่วยการศึกษาในบริบทที่เป็นชนบท อาทิ อุกันดา และอินโดนีเซีย ฉะนั้น งานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่าภายใต้บริบทชุมชนเมือง (Urban) แนวคิดความเข้มแข็งแบบเชิงบวกนั้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ และยังแสดงให้เห็นว่าส่งผลให้เกิดการผลักดันนโยบายสาธารณะที่สำเร็จ

ประเด็นที่ 2 พลังของ“คุณลักษณะทางการสื่อสาร”ที่สะท้อนผ่านกลุ่มคนที่มีความเข้มแข็งแบบเชิงบวกสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นพลังของกลุ่มบุคคลที่สามารถขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารสาธารณะเพื่อสื่อสารประเด็นของนโยบายที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับจักรยานในประเทศไทย อีกทั้งก่อให้เกิดความตื่นตัวของความร่วมมือของคนในชุมชน โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการตอบข้อความท้าทายต่อแนวคิด แนวคิดความเข้มแข็งแบบเชิงบวก ที่ Lapping และคณะ (2002) ได้ตั้งคำถามเอาไว้ถึงข้อท้าทายในอนาคตของ “บทบาท ของกลุ่มคนที่มีความเข้มแข็งแบบเชิงบวก ในการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม” ที่ชี้ให้เห็นเพียงมิติด้านการสื่อสารที่แสดงเฉพาะ “บทบาท” การสื่อสารในเชิง “บทบาท ด้านการเป็นผู้สนับสนุนในชุมชน” (facilitator) อันเป็นบทบาทเชิงความสัมพันธ์ภายนอกที่เชื่อมโยงกับสมาชิกอื่นๆ ในสังคมซึ่งเกิดการตั้งคำถามถึงการแก้ปัญหาหรือผลักดันเชิงโครงสร้างหรือนโยบายที่เกิดขึ้นจริง

ซึ่งหากพิจารณาจากข้อค้นพบของงานวิจัยชิ้นนี้จะพบว่า “บทบาท” ของ กลุ่มคนที่มีความเข้มแข็งแบบเชิงบวกในชุมชนจักรยานไทยเผยให้เห็น ถึงบทบาทในการเป็นนักณรงค์ หรือนักผลักดันนโยบาย (Advocator)

ซึ่งยังไม่เคยปรากฏในงานวิจัยที่อยู่บนฐานของแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกมาอย่างเป็นที่ประจักษ์มาก่อน

“คุณลักษณะทางการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก” ในเชิง “ทักษะการสื่อสาร”

ผลการวิจัยในครั้งนี้ยังได้ขยายภาพที่เกิดขึ้นของกลุ่มคนจำนวนเล็กๆ ของสังคมซึ่งประกอบไปด้วยทักษะทางการสื่อสารที่สำคัญ อันประกอบไปด้วยการเป็นผู้รู้ ผู้เชื่อมโยง และนักโน้มน้าวที่มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงอันยิ่งใหญ่ของสังคม ซึ่งขยายแนวคิดกฎของคนพิเศษ (Law of the few) ของ Gladwell (2001) โดยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนที่มีคุณลักษณะเช่นนี้อาจมีความซ่อนตัวในตัวบุคคลเดียวกันได้ และแสดงให้เห็นว่าคน 3 กลุ่มที่เขาได้อธิบายไว้อาจมีลักษณะที่เป็นบุคคลคนเดียวกันหรืออาจมีความทักษะสามารถมากกว่า 1 คุณลักษณะซึ่งยิ่งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ดียิ่งขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น ผลวิจัยได้ขยายภาพต่อเติมจากงานวิจัยของ ปาริชาติ สดวปีตานนท์ (2551) ที่พบว่า คุณลักษณะสำคัญของบุคคลที่ก้าวมาเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ต้องประกอบไปด้วย ความมุ่งมั่นในการแก้ปัญหา ความน่าเชื่อถือ การวางบทบาทสนับสนุนพันธมิตรนั้น งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะในรายละเอียดปลีกย่อย โดยการขยายภาพของบทบาทของบุคคลที่ Gladwell (2001) เรียกว่าเป็นกลุ่มคนพิเศษที่มีบทบาทสำคัญทำให้เรื่องราวแพร่ระบาดและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้น อันได้แก่กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้เชื่อมโยง กลุ่มนักโน้มน้าว ซึ่งผลวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าคุณลักษณะทางการสื่อสารเหล่านี้มีบทบาทอย่างยิ่งที่ช่วยแพร่กระจายข่าวสารและช่วยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม อีกทั้งยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะ ซึ่งบทบาทของผู้รู้จำเป็นต้องเคลื่อนด้วยความรู้ และนำความรู้มาแก้ไขปัญหาสังคม ยิ่งไปกว่านั้น งานวิจัยยังสะท้อนว่าคุณลักษณะที่สำคัญของผู้เชื่อมโยงจำเป็นต้องมีความเข้าใจคนและสังคม และรู้จักที่จะบริหารความสัมพันธ์ และสะสมคนรู้จัก

นอกจากนี้ การเป็นนักโน้มน้าวที่รู้จักการเผยแพร่มีความสร้างสรรค์ มีความคลั่งไคล้ ก็อาจจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือหรือสถานะที่น่าเคารพในสังคม

ในส่วนการบริหารความสัมพันธ์ งานวิจัยชิ้นนี้สะท้อนให้เห็น ความสัมพันธ์แบบผิวเผิน (Weak ties) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในกลุ่มคนเหล่านี้ โดยพวกเขาใช้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นซึ่งในสังคมไทย อาจเรียกว่า “คอนเน็คชั่น” ที่เป็นส่วนช่วยในการเชื่อมประสานก่อให้เกิดเป็นส่วนหนึ่งของการเชื่อมโยงที่สำเร็จสอดคล้องกับสิ่งที่ Gladwell (2010) ได้ตั้งข้อสมมติฐานไว้ในนิตยสาร The New Yorker ว่า เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น ล้วนเกิดจากการเชื่อมโยงอันเกิดจากความสัมพันธ์แบบผิวเผินและด้วยคุณลักษณะของการสะสมคนรู้จัก

โดยคุณลักษณะการสะสมคนรู้จักนั้น ได้แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะเด่นของกลุ่มคนเหล่านี้ และ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือในการบันทึกและสะสมคนรู้จักได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ในการสะสมความสัมพันธ์แบบผิวเผินเพื่อก่อให้เกิดการขยายวงเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ในส่วนที่งานวิจัยชิ้นนี้ได้อภิปรายเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้โน้มน้าวนั้น ก็แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นในบริบทสังคมไทย โดยเฉพาะการมีผู้นำขบวนการที่เป็นผู้มีความน่าเชื่อถือ (Source Credibility) นั้นแสดงให้เห็นความสำคัญของการผลักดันประเด็นที่สำคัญในสังคมไทย เนื่องจากสังคมไทยนั้นจะให้การยอมรับบุคคลที่มีลักษณะเช่นนี้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ McGuire (2001) ที่ว่า ความน่าเชื่อถือนับเป็นคุณลักษณะสำคัญของ “แหล่งสาร” โดยเขาได้ขยายความไว้ว่า ความน่าเชื่อถือเกี่ยวข้องกับการที่คนสังเกตเห็นว่าแหล่งสารเป็นผู้เชี่ยวชาญ รู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหา ใ้วางใจได้ หรือสามารถรายงานข้อมูลต่างๆ ด้วยความจริงใจ ตลอดจนเกี่ยวข้องกับการศึกษาและคุ้นเคยกับสภาพปัญหาซึ่งประเด็นต่างๆ เหล่านี้ได้ปรากฏอย่างชัดเจนในบรรดากลุ่มคนที่มีความเบี่ยงเบนเชิงบวก

ในด้านบทบาทของคุณลักษณะความคลั่งไคล้ (Passion) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความเบี่ยงเบนเชิงบวกยังไม่ได้มีการศึกษาวิจัยมาก่อน ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการบุกเบิกให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของความคลั่งไคล้ (Passion) ที่สามารถแปลงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ดีได้ Wrzeniewski (2003) นักวิชาการด้านพฤติกรรมศาสตร์กล่าวไว้ว่าปัจจัยด้านความคลั่งไคล้เกิดจากแรงขับทางจิตวิทยาอันเนื่องมาจากการให้ “ความหมาย” กับ “บางสิ่ง” ของมนุษย์ อันเป็นปัจจัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภายใน (Intrinsic motivation) แรงขับเหล่านี้ไม่ได้เกิดจากการบีบอัดจากสภาพภายนอก หากแต่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากกระบวนการภายใน และเมื่อใดก็ตามที่มนุษย์ถูกกระตุ้นปัจจัยภายในที่พวกเขามี พวกเขาจะแปรเปลี่ยนเอาปัจจัยภายในที่เขามี กระตุ้นให้เกิดเป็นการกระทำ การท้าทาย การขยายขอบเขตของความสามารถของพวกเขาที่มี พวกเขาจะมีแรงพลังที่ทำให้พวกเขาต่อต้านอุปสรรคต่างๆ ที่พวกเขามีได้ กล่าวโดยสรุปก็คือ เมื่อใดก็ตามที่มีการให้ความรัก ความคลั่งไคล้ หรือความหมายกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มนุษย์ก็มักจะแปลงสิ่งเหล่านั้นให้กลายเป็นกิจกรรมเชิงบวกนั่นเอง อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้กลับพบว่า ปัจจัยภายนอก อาทิ สิ่งแวดล้อม สภาพการจราจร และสุขภาพ อาจเป็นตัวกระตุ้นได้เช่นกัน ซึ่งล้วนแสดงให้เห็นพลังอย่างมหาศาลจากกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งสามารถช่วยนำพลังของพวกเขา มาแก้ไขและระดมพลได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยที่พบบทบาทสื่อใหม่ที่เข้ามาเสริมในการสร้างแรงบันดาลใจ และจึงน่าจะเป็นส่วนเสริมให้เกิดพลังอันยิ่งใหญ่ได้

ประเด็นที่ 3 ทิศทางของการกระจาย “สาร” แห่งกระบวนการทัศน์ใหม่ และ บทบาทของ “สื่อใหม่”

ข้อค้นพบจากงานวิจัยชิ้นนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์นี้ อันเกิดจากการเติบโตของการเติบโตของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบ 3.0 ที่ส่งผลให้รูปแบบการแพร่กระจายข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงไป จากรูปแบบ Broadcast ไปสู่ Information society system

ในลักษณะสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีลักษณะเฉพาะตัว อาทิ

- 1) Interactivity & real time,
- 2) Trans-media,
- 3) Reproduction and extension of messages
- 4) Co-creation of user-generated contents

โดยบทบาทใหม่ๆ ที่สื่อใหม่ได้เข้ามาทำหน้าที่หลัก อาทิ บทบาทในการให้ข้อมูล บทบาทในการสร้าง รักษา ขยายเครือข่าย และการรวมกลุ่ม และบทบาทในการส่งเสริม การแสดงออก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaplan และ Haenlein (2010) ที่กล่าวไว้ว่าสื่อใหม่มีบทบาทในการสร้างการสนทนา (Discuss) การแลกเปลี่ยนในชุมชน (Community share) การผลิตเนื้อหา “สาร” ร่วมกัน (user-generated content)

ในขณะที่บทบาทในการสอดส่องจับตาก็กลายเป็น บทบาทหลักของสื่อใหม่ที่งานวิจัยชิ้นนี้ได้ค้นพบ อันเป็น เพราะการสื่อสารแบบ Real time ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้ส่งสาร สามารถส่งสารได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนการพัฒนาของ สมาร์ทโฟนที่ทำให้เราสามารถถ่ายรูปและเขียนข้อความ ส่งไปยังคนอื่นๆ ในชุมชนได้ทุกเมื่อทุกเวลา

บทบาทในการสร้างความสนใจและจุดกระแสก็เป็น บทบาทที่งานวิจัยชิ้นนี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสื่อใหม่ ที่สามารถสร้างความสนใจ ด้วยลักษณะของภาพ ที่เน้น การดึงดูด เป็นการใช้ลักษณะของภาพและข้อความสั้นๆ ในการสร้างสิ่งที่เรียกว่า Viral ในโลกออนไลน์ให้เกิดขึ้น

อย่างไรก็ดี ประเด็นบทบาทสื่อในการสร้างวาระเพื่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม บทบาทของสื่อใหม่จะใช้ ลักษณะที่เป็นเหมือนตัว “จุดประเด็น” เพื่อให้สื่อมวลชน รับลูกต่อการสร้างวาระ ดังจะเห็นตัวอย่างจากกรณีที่ เรื่องราวที่เกิดขึ้นก็ถูกนำไปแพร่ขยายในสื่อมวลชน เพื่อทำให้เรื่องราวเกิดการเผยแพร่และสร้างประเด็น ในสังคมวงกว้างเป็นการสะท้อนให้เห็นบทบาทของสื่อใหม่ที่ค่อยๆ ทวีความสำคัญในการช่วยกำหนดทิศทาง หรือการวางวาระที่สำคัญของสังคมได้

ดังนั้น นอกจากกลุ่มคนที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลง สังคมควรมีคุณลักษณะ ของการเป็นผู้รู้ ผู้เชื่อมโยง นักโน้มน้าวแล้ว ก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเสริมความรู้

เท่าทันเรียนรู้การใช้สื่อใหม่และการเกาะติดความเคลื่อนไหว และเปลี่ยนแปลงในโลกออนไลน์ด้วย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่มีความเป็ียงเบนเชิงบวก

ในการเข้าไปค้นหากลุ่มคนที่มีความเป็ียงเบนเชิงบวก จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้บทบาทของ “คนใน” หรือคนที่เป็นเจ้าของประเด็นนั้นๆ ในการขับเคลื่อน ซึ่งจะก่อให้เกิดความสำเร็จในการผลักดันประเด็น ยิ่งไปกว่านั้นก็จำเป็นที่จะต้องให้คนเหล่านั้นได้เกิดการเสริมพลังความสามารถทางการสื่อสาร มีการให้ความรู้เรื่องการใช้สื่อใหม่ เพื่อให้พวกเขาสามารถแพร่กระจายภูมิปัญญาชุมชนในวงกว้าง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรที่สนใจเกี่ยวกับความเป็ียงเบนเชิงบวก

บทบาทของรัฐหรือหน่วยงานที่จะเข้าไปหนุนเสริมการผลักดันจึงควรเริ่มจากการค้นหาบุคคลเจ้าของประเด็น

หรือการสำรวจชุมชนที่เป็นเจ้าของปัญหา แล้วเข้าไปเป็นส่วนหนุนเสริมในสิ่งที่ชุมชนเหล่านั้นต้องการ การเข้าไปหนุนเสริมควรเป็นทั้งการสนับสนุนทางด้านศักยภาพเชิงบุคคล การสื่อสารและทักษะการโน้มน้าว ตลอดจนการเรียนรู้ การรู้เท่าทันสื่อในหลายๆ รูปแบบ อันรวมถึงการส่งเสริมให้คนเหล่านี้เกิดศักยภาพทางการสื่อสารในสื่อใหม่ หรืออาจเป็นการเข้าไปถอดบทเรียนจากคนเหล่านี้เพื่อนำมาเป็็นรูปแบบตัวอย่างในการขับเคลื่อนประเด็นอื่นๆ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

3.1. งานวิจัยขั้นนี้ศึกษาจากมุมมองของ “คนใน” ดังนั้น จึงเสนอแนะให้เปลี่ยนเป็็นศึกษาจากมุมมองของคนนอก และน่าจะมีการศึกษาเพื่อค้นหากลุ่มคนเหล่านี้ในประเด็นหรือบริบทอื่นๆ

3.2. การสำรวจหากกลุ่มคนที่มีความเป็ียงเบนเชิงบวก อาจขยายไปยังกลุ่มอื่นๆ ในชุมชน หรือเป็็นคนที่ไม่ได้ชื่อเสียงในอาชีพและสาขาอื่นๆ เพื่อขยายขอบเขตของคุณลักษณะทางการสื่อสาร

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย, และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2543). *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่นเพรส โพรดักส์.

ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ. (2548). *กระบวนการเรียกร่องผ่านสื่อของกลุ่มสนับสนุนการไม่สูบบุหรี่ในการขับเคลื่อนกฎหมายการควบคุมการบริโภคยาสูบในประเทศไทย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นุษยากร ตีระพฤติกุลชัย. (2553). *กระบวนการสื่อสารเพื่อปรับเปลี่ยนความหมายในพิธีกรรมงานศพ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิปริญญาตรี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2551). *การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

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), 375-88.

- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. New York: Herder & Herder.
- Garrett, R. K. (2006). Protest in an information society: A review of literature on social movement and new ICTs. *Information Communication and Society*, 9(2), 202-224.
- 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 activism'. *The New Yorker*, October 4, 2010.
- Heider, M. & Kreps, G.L. (2004). Forty years of diffusion of innovations: utility and value in public health. *Journal of Health Communication*, 9(Suppl 1), 3-11.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kietzmann, J. H. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the functional building block of social media. *Business Horizon*, 54(3), 241-251.
- 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.
- McGuire, W. J. (2001). Input and output variables currently promising for constructing persuasive communications. In R. E. Rice & C. K. Atkin (Eds.), *Public Communication Campaigns*. 3rd. Thousand Oaks: Sage.
- Morris, N. (2004). A comparative analysis of the diffusion and participation models in development communication. *Communication Theory*, 13(2), 225-248.
- Papa, M. J., Singhal, A., & Dearing, W. H. (2006). *Organizing for social change: A dialectic journey of theory and praxis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations fourth ed*. New York: Free Press.
- 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(6-7), 605-6.
- Singhal, A. (2011). Turning diffusion of innovations paradigm on its head. In A. Vishwananth & G. Barnett (Eds.), *The Diffusion of Innovations: A Communication Science Perspective* (pp. 192-205). New York: Peter Lang Publishers.
- UNESCO. (1978). *Many Voices, One World*. Paris: UNESCO.
- Wallack, L. e. a. (1993). *Media advocacy and public health: Power for prevention*. Newbury park: Sage.
- 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: Berrett-Kohler Publishers, Inc.
- 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.