

## ความหมายของผู้ใช้จักรยานที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ “ฮิวแมนไรด์จักรยานบันดลใจ” ผ่านการวิเคราะห์ตัวบท The Meaning of Cyclists in “Human Ride” TV Program: A Textual Analysis

จุฑากานต์ ทองหังสาย<sup>1</sup> และ เจษฎา ศาลาทอง<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นิสิตปริญญาโท กลุ่มการสื่อสารเชิงสังคมและวัฒนธรรม คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทคัดย่อ

ความหมายของผู้ใช้จักรยานที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ “ฮิวแมนไรด์จักรยานบันดลใจ” ผ่านการวิเคราะห์ตัวบทเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานในรายการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ในรายการจำนวน 2 ซีซั่น จำนวนรวมทั้งสิ้น 27 ตอน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบการเล่าเรื่อง (Narration) เพื่อนำมาสู่การสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะของงานวิจัย ผลจากการวิเคราะห์ตัวบทผ่านโครงเรื่อง ตัวละคร จุดยืนของผู้เล่าเรื่อง การสื่อสารความหมายด้วยภาพ และการสื่อสารความหมายด้วยเสียง พบว่า ผู้ผลิตรายการมีการประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานที่ปรากฏในรายการทั้งหมด 9 ประเด็น ได้แก่ 1) ผู้ใช้จักรยานมีลักษณะที่หลากหลายในสังคมทั้งมิติด้านเพศ วัย สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ และพื้นที่ของผู้ใช้จักรยาน 2) ผู้ใช้จักรยานคือผู้ที่แข่งขันกับตัวเอง 3) ผู้ใช้จักรยานคือผู้ที่ต้องการยอมรับทางสังคม 4) ผู้ใช้จักรยานคือผู้ที่มีจิตสำนึกรักท้องถิ่นของตนเอง 5) ผู้ใช้จักรยานคือผู้ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้อื่นและส่วนรวม 6) ผู้ใช้จักรยานคือผู้ที่สร้างมิตรภาพที่ดีต่อกัน 7) ผู้ใช้จักรยานคือผู้ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม 8) ผู้ใช้จักรยานคือผู้ที่มีวิถีในการดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่ายและสามารถพึ่งตนเองได้ และ 9) ผู้ใช้จักรยานคือผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่เอื้อต่อการใช้จักรยาน

**คำสำคัญ:** การประกอบสร้างความหมาย, รายการสารคดีโทรทัศน์, ผู้ใช้จักรยาน

### Abstract

The Meaning of Cyclists in “Human Ride” TV Program: A Textual Analysis is a qualitative research. This research aimed to analyze the cyclist’s construction of meaning in TV program. The methodologies used in this study was textual analysis to analyze both seasons of “Human Ride” which had 27 episodes in total considering to their narration in order to reach conclusions, discussions and suggestions. The findings, which composed of plot, characters, narrator standpoint, communication through visual and communication through sound, showed that the producers construct nine aspects including the types of people who: 1) were varied in four dimension; genders, age, social status and cycling areas 2) challenged themselves 3) looked for social acceptance 4) were aware of homeland 5) took other’s benefit into consideration 6) cared about relationship 7) concerned with environment 8) lived sufficiency lives and depended on themselves and 9) lived in areas that have cycling facility

**Keywords:** Construction of Meaning, Documentary TV Program, Cyclists

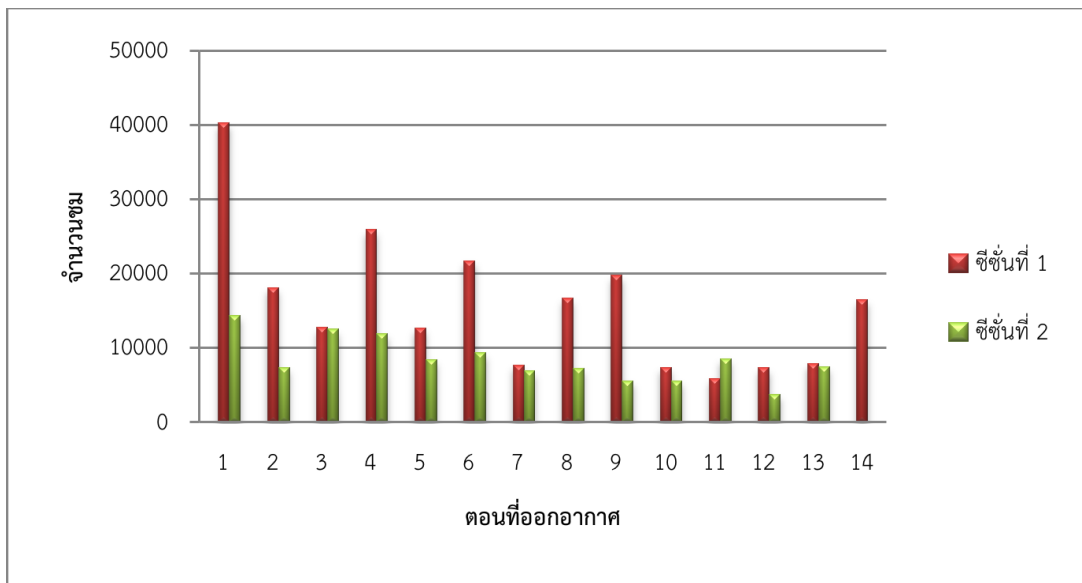
### 1. บทนำ

แม้ว่าในปัจจุบัน ความพยายามในการสนับสนุนให้สังคมไทยหันมาใช้จักรยานจะมีเพิ่มขึ้นจนเราสามารถพบเห็นผู้ใช้จักรยานได้ทั่วไปตามท้องถนน แต่ยังคงมีอยู่ในเฉพาะผู้ใช้จักรยานบางกลุ่มซึ่งจำกัดอยู่ในวงแคบและอาจจะไม่สามารถสร้างให้เป็นวัฒนธรรมการใช้จักรยานขึ้นมาได้ในสังคมไทย ดังนั้นการรับรู้ภาพของผู้ใช้จักรยานผ่านสื่อมวลชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อความเข้าใจของผู้รับสาร เพราะสื่อมวลชนจะทำหน้าที่ในการนำเสนอเรื่องราวและถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มคน ต่าง ๆ ในสังคม ตลอดจนกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการรับรู้และเข้าใจร่วมกัน ด้วยเหตุนี้สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็น สื่อกลางที่จะช่วยสร้างและขยายประสบการณ์ในการรับรู้เรื่องราວความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เนื่องจากว่าคนเรานั้นไม่สามารถรับรู้โลกของความเป็นจริงได้ด้วยตนเองเสมอไป หากแต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการรับรู้ผ่านตัวกลางอื่น ๆ โดยเฉพาะในสังคมสมัยใหม่ที่มีสื่อมวลชนอย่างสื่อโทรทัศน์ ได้แทรกตัวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน ซึ่งจะเป็นตัวกลางสำคัญในการทำหน้าที่ฉายภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของคนในสังคมได้เป็นอย่างดี

เรื่องราวการนำเสนอรายการจักรยานที่ถ่ายทอดผ่านทางสื่อโทรทัศน์เริ่มปรากฏให้เห็นชัดเจนอย่างเป็นลำดับตลอดระยะเวลา 2 - 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งในท่ามกลางกระแสนิยมและส่งเสริมให้ใช้จักรยานนั้น บริษัทเดย์ โพเอทส์ จำกัด คือ

บริษัทที่มีส่วนร่วมสำคัญในการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานเพื่อผลักดันให้เกิดการใช้จักรยานในสังคมเป็นวงกว้างจึงผลิตรายการฮิวเมินไรต์จักรยานบันดลใจซึ่งเป็นรายการสารคดีชีวิตบุคคลเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวชีวิตของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ใช้จักรยานหลากหลายรูปแบบ โดยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.05 – 22.30 น. ซีซั่นแรกตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 จำนวน 14 ตอน และซีซั่นที่สองตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 จำนวน 13 ตอน รวมทั้งสิ้น 27 ตอน

ความน่าสนใจของรายการโทรทัศน์ฮิวเมินไรต์จักรยานบันดลใจที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่เจาะลึกถึงแง่มุมการดำเนินชีวิตของผู้คนผ่านการใช้จักรยานโดยไม่ได้มองว่าจักรยานเป็นเพียงยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ยังสามารถเชื่อมโยงไปสู่วิถีชีวิตหรือสิ่งอื่น ๆ จนนำไปสู่สิ่งที่เป็ประโยชน์ต่อสังคมได้นั้นถือว่าการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้รับรู้และมองเห็นโลกทัศน์ในมุมมองใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมโดยมุ่งหวังที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจและเชื้อเชิญให้ทุกคนหันมาเริ่มใช้จักรยาน ทั้งนี้จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นก็พบว่าจากระยะเวลาในการออกอากาศของทั้งสองซีซั่นนั้น รายการโทรทัศน์ฮิวเมินไรต์จักรยานบันดลใจได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเห็นได้จากยอดสมาชิกที่ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) เป็นจำนวน 16,017 คน และส่วนใหญ่มียอดผู้ชมจากเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) ในแต่ละตอนมากกว่า 5,000 ครั้งขึ้นไปอีกด้วย



ภาพที่ 1: แสดงยอดชมรายการฮิวเมินไรต์จักรยานบันดลใจทั้ง 2 ซีซั่น จากเว็บไซต์ยูทูป ที่มา: <https://www.youtube.com/user/adaytvchannel> วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 มกราคม 2558

ด้วยเป้าหมายของผู้ผลิตรายการที่ต้องการนำเสนอมุมมองและเรื่องราวชีวิตของผู้ใช้จักรยานเพื่อสร้างความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับสารได้จึงทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดดังกล่าวน่าจะมีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดความคิดไปสู่ผู้รับสารเนื่องจากภาพที่นำเสนอออกไปเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตได้เลือกสรรเพื่อสื่อความหมายและประกอบสร้าง (Construction) เรื่องราวที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์จริงมาเผยแพร่ ด้วยเหตุผลนี้เองในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารายการโทรทัศน์ฮิวเมินไรต์จักรยานบันดลใจว่ามีการประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยาน ในลักษณะใด

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์การประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานในรายการโทรทัศน์ฮิวเมินไรต์จักรยานบันดลใจ

## 3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาสารหรือดวับท (Textual Analysis) ในรายการฮิวเมินไรต์จักรยานบันดลใจจากการบันทึกรายการโทรทัศน์ย้อนหลังจากเว็บไซต์ Youtube ที่ออกอากาศในซีซั่นที่ 1 ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 จำนวน 14 ตอน และซีซั่นที่ 2 ออกอากาศตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 จำนวน 13 ตอน รวมทั้งสิ้น 27 ตอน โดยวิเคราะห์ตามเกณฑ์องค์ประกอบการเล่าเรื่องได้แก่โครงเรื่อง ตัวละคร จุดยืนของผู้เล่าเรื่องการสื่อความหมายของภาพและการสื่อความหมายของเสียง

#### 4. ผลการวิจัย

จากการพิจารณาการประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ฮิวแมนไรด์จักรยานบันดลใจตามองค์ประกอบในการเล่าเรื่อง ผู้วิจัยพบว่าสามารถจำแนกความหมายของผู้ใช้จักรยานได้ทั้งหมด 9 ลักษณะ ซึ่งหากพิจารณาในแง่คุณค่า (Value) ของความหมายผู้ใช้จักรยานจะพบได้ว่า ความหมายที่ถูกประกอบสร้างออกมาอย่างโดดเด่นโดยจะพบเห็นได้บ่อยที่สุดจากจำนวนตอนที่ออกอากาศทั้งหมดคือ ผู้ใช้จักรยานคือคนที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้อื่นและส่วนรวม ผู้ใช้จักรยานคือคนที่สร้างมิตรภาพที่ดีต่อกัน และผู้ใช้จักรยานคือคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่เอื้อต่อการขี่จักรยาน ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตได้ว่าผู้ผลิตรายการอาจต้องการเสนอเป็นตัวอย่างให้คนในสังคมไทยเห็นว่าการใช้จักรยานเป็นเรื่องของความสัมพันธ์หรือเป็นการร่วมมือร่วมใจกันระหว่างผู้ใช้จักรยานมากกว่าเป็นผู้ใช้จักรยานในฐานะแค่เพียงปัจเจกบุคคลเพื่อเป็นการผลักดันให้เกิดการใช้จักรยานในวงกว้าง ทั้งนี้สามารถอธิบายความหมายของผู้ใช้จักรยานในลักษณะต่าง ๆ ที่พบดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ผู้ใช้จักรยานประกอบไปด้วยผู้คนที่มีความหลากหลายในสังคมผู้ผลิตรายการมีการประกอบสร้างภาพของผู้ใช้จักรยานที่สะท้อนให้เห็นว่ามีผู้คนใช้จักรยานกันอย่างหลากหลายทั้งในแง่ของเพศ วัย สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม และพื้นที่ในการใช้จักรยาน แต่ในความหลากหลายของผู้ใช้จักรยานนั้นจะสามารถพบเห็นได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น กล่าวคือ

มิติด้านเพศ ส่วนใหญ่ผู้ใช้จักรยานจะเป็นเพศชาย ในขณะที่สัดส่วนของผู้ใช้จักรยานที่เป็นเพศหญิงนั้นมีปรากฏน้อยมากและจะเป็นเพียงตัวละครเสริมที่ทำหน้าที่สนับสนุนการใช้จักรยานของตัวละครหลักที่เป็นเพศชายเท่านั้น

มิติด้านวัย จะปรากฏความหลากหลายของผู้ใช้จักรยานทั้งวัยเรียน วัยทำงาน และวัยสูงอายุ แต่จะมีผู้ใช้จักรยานที่ปรากฏให้เห็นมากที่สุดคือช่วงวัยทำงาน

มิติด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ผู้ใช้จักรยานประกอบไปด้วยผู้คนที่มระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันออกไป แต่ความแตกต่างเหล่านั้นกลับสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้จักรยานส่วนใหญ่มักจะเป็นคนชนชั้นกลางทางสังคม

มิติด้านพื้นที่ การนำเสนอของการได้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้จักรยานมีอยู่ในหลากหลายพื้นที่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ส่วนใหญ่พื้นที่ที่ถูกนำเสนอได้แสดงถึงลักษณะเป็นสังคมเมืองมากกว่าสังคมชนบท

4.2 ผู้ใช้จักรยานคือคนที่ต้องแข่งขันกับตัวเอง ผู้วิจัยพบว่า การนำเสนอของรายการสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้จักรยานคือคนที่มีการกำหนดเป้าหมายชีวิตไว้ล่วงหน้าและพยายามทำตามเป้าหมายได้สำเร็จเพื่อเป็นการพิสูจน์ความสามารถของตนเอง ซึ่งการสะท้อนความสำเร็จของผู้ใช้จักรยานเห็นได้จากบทสนทนาของผู้ใช้จักรยานที่เล่าถึงประสบการณ์การเข้าแข่งขันรายการจักรยานเป็นจำนวนหลายครั้ง การแสดงให้เห็นภาพถ้วยและเหรียญรางวัลต่าง ๆ ที่ผู้ใช้จักรยานเคยได้รับ รวมถึงภาพกิจกรรมการปั่นจักรยานระยะทางไกลที่สามารถไปถึงจุดหมายปลายทางได้สำเร็จ

4.3 ผู้ใช้จักรยานคือคนที่ต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม ผู้วิจัยพบว่า การประกอบสร้างความหมายของผู้ผลิตรายการในประเด็นของผู้ใช้จักรยานคือคนที่ต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคมถูกนำเสนอผ่านเรื่องราวของผู้ใช้จักรยานที่ปรากฏในรายการด้วยกลุ่มคน 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มคนชายขอบในสังคมซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านเรื่องราวของคนวัยชราและคนพิการซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มักจะได้รับเลือกปฏิบัติจากคนส่วนใหญ่ในสังคม สำหรับอีกกลุ่มหนึ่งคือคนที่ต้องการเปลี่ยนภาพลักษณ์ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภาพของพระสงฆ์ที่ใช้จักรยานเพื่อเป็นหนทางการเผยแพร่ศาสนา และภาพของตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยการใช้จักรยาน

4.4 ผู้ใช้จักรยานคือคนที่มีจิตสำนึกรักท้องถิ่นของตนเอง ผู้วิจัยพบว่า มีการถ่ายทอดให้เห็นลักษณะของตัวละครที่ใช้จักรยานเป็นพาหนะสำคัญในการเดินทางเข้าไปสำรวจสถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่ในท้องถิ่นของตนเองเพื่อที่จะได้เรียนรู้เข้าใจวิถีวัฒนธรรมซึ่งเป็นรากเหง้าของแต่ละแห่งได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและเชิดชูความเป็นท้องถิ่นนั้นได้

4.5 ผู้ใช้จักรยานคือคนที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้อื่นและส่วนรวม ผู้วิจัยพบว่า ลักษณะของผู้ใช้จักรยานที่ปรากฏจะแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่มีจิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีความเสียสละ เต็มใจและสมัครใจช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่หวังผลตอบแทน โดยซึ่งจะเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของการใช้จักรยานด้วย

4.6 ผู้ใช้จักรยานคือคนที่สร้างมิตรภาพที่ดีต่อกัน ผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอผ่านเรื่องราวของกลุ่มคนที่ทำกิจกรรมการปั่นจักรยานเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งผลจากการทำกิจกรรมร่วมกันนี้เป็นการเปิดโอกาสในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของเหล่าสมาชิกและสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม

4.7 ผู้ใช้จักรยานคือคนที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอลักษณะของผู้ใช้จักรยานที่มีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งบทบาทของผู้ใช้จักรยานจะแสดงออกถึงความห่วงหาอาทรธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และพยายามรักษาสภาพแวดล้อมให้กลับมามีความสมบูรณ์ ดังนั้นจึงเลือกใช้จักรยานเพื่อเป็นทางเลือกในการรักษาสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งกระตุ้นให้ผู้อื่นได้ตระหนักประโยชน์สำคัญของการใช้จักรยานด้วย

4.8 ผู้ใช้จักรยานคือคนที่มีวิถีในการดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่ายและสามารถพึ่งพาตนเองได้ ผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอให้เห็นถึงลักษณะของบุคคลที่ดำเนินวิถีชีวิตอย่างเป็นอิสระด้วยการใช้จักรยานเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางทุกวันเป็นประจำ โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพียงานพาหนะประเภทอื่น เนื่องจากจักรยานสามารถลดข้อจำกัดการเดินทางได้เพราะจักรยานสามารถเข้าไปได้ถึงทุกจุดหมายปลายทางได้โดยง่ายและเพิ่มความมีอิสระในการดำรงชีวิต

4.9 ผู้ใช้จักรยานคือคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่เอื้อต่อการขี่จักรยาน ผู้วิจัยพบว่า การถ่ายทอด เรื่องราวการใช้จักรยานในต่างประเทศได้สะท้อนให้เห็นถึงความสะดวกสบายในการใช้จักรยานเพื่อการสัญจรและการท่องเที่ยวพักผ่อน เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลแต่ละประเทศในการพัฒนาระบบทางจักรยานและขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการใช้จักรยานเพื่อสร้างความอำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัย ดังนั้นจึงทำให้มีผู้คนส่วนใหญ่นิยมใช้จักรยาน

กล่าวโดยสรุป ผู้ผลิตรายการประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานได้ใน 2 แง่มุม กล่าวคือ ในแง่มุมแรกนั้น ผู้ผลิตรายการได้สร้างความหมายไว้ว่าผู้ใช้จักรยานประกอบไปด้วยผู้คนที่หลากหลายในสังคม ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการลดข้อจำกัดทางด้านประเภทผู้ใช้จักรยานที่ไม่ได้มีแค่เฉพาะผู้ใช้งานบางกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากผู้ผลิตรายการได้นำเสนอออกมาให้เห็นแล้วว่าคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น และทุกสถานที่ก็ล้วนแล้วแต่ใช้จักรยานได้แทบทั้งสิ้น ในอีกแง่มุมหนึ่งนั้นเป็นการคลี่คลายเป้าหมายในการใช้จักรยานว่าไม่ได้มีไว้เพื่อแข่งขัน เพื่อใช้งานทั่วไป หรือเพื่อครอบครองสะสมดังเช่นเกณฑ์ที่ประพันธ์พงษ์ อุปลา (2555) ได้ระบุไว้เพียงเท่านั้น เพราะผู้ผลิตรายการทำการขยายเป้าหมายและประโยชน์ของการใช้จักรยานซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานได้ทั้งหมด 9 ลักษณะดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยเหตุผลสำคัญที่ทำให้ความหมายของผู้ใช้จักรยานปรากฏออกมาให้เห็นได้หลายลักษณะนั้น เนื่องจากจากผู้ผลิตรายการต้องการนิยามความหมายรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับผู้ใช้จักรยานจึงทำให้มีการขยายความหมายของผู้ใช้จักรยานออกไปให้กว้างขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการชี้ทางทิศทางการนำเสนอเรื่องราวของผู้ใช้จักรยานผ่านเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นไปยังผู้รับชมให้เกิดการรับรู้

## 5. อภิปรายผล

การประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานผ่านองค์ประกอบของการเล่าเรื่องสะท้อนให้เห็นความหลากหลายของผู้ใช้จักรยาน โดยการถ่ายทอดเรื่องราวของผู้ใช้จักรยานนั้นจะถูกนำเสนอให้เห็นถึงรูปแบบวิถีชีวิตของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับด้านความเป็นประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ต่าง ๆ ซึ่งมีจักรยานเป็นตัวเชื่อมโยงกับสิ่งเหล่านั้นเข้าไว้อย่างกลมกลืนจนก่อให้เกิดความหมายต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งผู้ผลิตรายการทำการขยายความหมายและประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานขึ้นมาใหม่อย่างหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้จักรยาน ในฐานะเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้รับชม โดยใช้วิธีการสร้างความแปลกใหม่ (Novelty) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Cawelti (1970, อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2553) เรื่องขนบ (Convention) และความแปลกใหม่/สร้างสรรค์ (Invention) ที่สะท้อนให้เห็นลักษณะของรายการซึ่งยังคงมีการผลิตซ้ำความหมายเดิมอยู่บ้างและเพิ่มเติมความหมายที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อสร้างการรับรู้ของผู้ชม ดังที่ผู้ผลิตรายการได้แสดงให้เห็นการนิยามความหมายของผู้ใช้จักรยานผ่านการสร้างสรรค์ผลงานในรายการว่า “เราตีกรอบคร่าว ๆ โดยประเด็นที่เลือกก็มีตั้งแต่ใหม่บ้าง แปลกบ้าง ผลกระทบยิ่งใหญ่มาก”

ภาพลักษณ์ของผู้ใช้จักรยานในปัจจุบันที่ดูเหมือนว่าจะถูกจำกัดความหมายให้อยู่ในเฉพาะกลุ่มผู้คนที่ใช้จักรยานเพื่อเดินทางไปทำงานระยะสั้น หรือเพื่อสุขภาพนั้นจำเป็นต้องอาศัยสื่อให้เข้ามามีบทบาทเสริมพลัง (Empower) ในการประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานให้มีความหลากหลายมากขึ้นกว่าที่รับรู้ได้ โดยทั่วไปเพราะการทำซ้ำความหมายแบบเดิมอาจไม่สามารถเปลี่ยนแปลงให้เกิดการใช้จักรยานได้ ด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตรายการจึงมีการผสมผสานเรื่องราวที่แปลกใหม่สอดแทรกเข้าไปซึ่งอาจมีส่วนช่วยขยายความหมายและเป็นที่น่าจดจำมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างกรณีของการนำเสนอเรื่องราวการใช้จักรยานในต่างประเทศซึ่งดูเหมือนว่าจะเป็นพื้นที่ซึ่งห่างไกลสำหรับผู้ชม แต่เมื่อผู้ผลิตรายการย้อนเรื่องราวเหล่านั้นไว้ในจอโทรทัศน์แล้วก็อาจสามารถสร้างความหมายผ่านภาพที่ปรากฏให้เห็นได้

โดยที่ผู้ชมไม่จำเป็นต้องเข้าไปสัมผัสกับวิถีการใช้จักรยานแบบที่ไม่เคยเห็นมาก่อนด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามการพยายามชี้ให้เห็นต้นแบบความสำเร็จของการใช้จักรยานจากหลายประเทศกลับเป็นสิ่งที่ยังห่างไกลออกจากความเป็นจริงของสังคมไทยอยู่มาก เนื่องจากบริบททางสังคมไทยและสังคมต่างประเทศที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงทั้งทางด้านสภาพแวดล้อม การปฏิบัติต่อกันของคนในสังคม หรือแม้กระทั่งการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ซึ่งทำให้เห็นว่าการนำเสนอเรื่องราวเหล่านั้นยังไม่สามารถประยุกต์ใช้กับสังคมไทยได้และเป็นเพียงการชวนให้เพื่อนเท่านั้น ดังนั้นจึงถือได้ว่าประสิทธิภาพของสื่อในการเข้ารหัสความหมายเพื่อทำหน้าที่ในการเปลี่ยนแปลงความคิดของผู้ชมให้สนใจจะใช้จักรยานอาจยังไม่เพียงพอ

หรือในการประเด็นความหลากหลายของผู้ใช้จักรยานตามมิติต่าง ๆ ก็พบว่า ผู้ผลิตรายการมีการประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานที่มีความหลากหลายทั้งทางเพศ อายุ ชนชั้น และพื้นที่ของผู้ใช้จักรยาน ลักษณะดังกล่าวนี้เป็นการชี้ให้เห็นว่าทุกคนในสังคมที่สามารถเป็นผู้ใช้จักรยานได้แทบทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่าท่ามกลางความหลากหลายของผู้ใช้จักรยานที่ได้นำเสนอนั้นไม่ได้มีการนำเสนอให้เห็นอย่างเสมอภาค เช่น มีการนำเสนอให้เห็นผู้ใช้จักรยานส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิงจึงอาจทำให้ค่านิยมของการใช้จักรยานยังคงยึดติดอยู่กับเฉพาะผู้ชายเท่านั้น หรือหากมองจากลักษณะชนชั้นของผู้ใช้จักรยานที่ปรากฏในรายการก็จะพบว่า ถึงแม้ว่าจะนำเสนออาชีพของผู้ใช้จักรยานที่หลากหลายแล้วก็ตาม แต่ส่วนใหญ่ก็ยังสะท้อนให้เห็นว่าเป็นคนที่อยู่ในระดับชนชั้นกลางทางสังคม ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าผู้ผลิตรายการยังไม่ได้มีการสร้างความหลากหลายของผู้ใช้จักรยานอย่างแท้จริง เพราะมีเพียงกลุ่มคนส่วนหนึ่งในสังคมเท่านั้นที่ถูกผลักดันออกมาให้เห็นเพื่อทำหน้าที่ในการเป็นรากฐานความคิดเบื้องต้นและแรงบันดาลใจให้กับผู้รับชม ด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตรายการจึงควรขยายความหลากหลายของผู้ใช้จักรยานให้มากขึ้นกว่าเดิม เช่น เพิ่มเรื่องราวของผู้ใช้จักรยานที่เป็นเพศหญิงหรือนำเสนอเรื่องราวของผู้ใช้จักรยานซึ่งอาจเป็นบุคคลที่อยู่ในระดับสูงหรือต่ำกว่าชนชั้นกลางเพื่อแสดงให้เห็นว่าจักรยานเป็นยานพาหนะสำหรับคนทุกระดับชั้นในสังคม เป็นต้น

## 6. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

- 6.1 ผู้ผลิตรายการควรมีวิธีคัดเลือกผู้ใช้จักรยานและนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนให้เห็นว่ามีความหลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อโน้มน้าวใจของผู้รับสาร เช่น นำเสนอเรื่องราวของผู้ใช้จักรยานที่เป็นเพศหญิงมากขึ้นเพื่อดึงดูดให้ผู้รับสารเห็นว่าผู้หญิงก็สามารถใช้จักรยานได้ เป็นต้น
- 6.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะรายการฮิวแมนไรด์จักรยานบันดาลัยเพียงรายการเดียว ดังนั้นจึงควรศึกษารายการจักรยานที่ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อโทรทัศน์จากช่องอื่น ๆ เพื่อทำการเปรียบเทียบลักษณะการประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานว่ามีลักษณะเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง
- 6.3 การศึกษาเนื้อหาในรายการฮิวแมนไรด์จักรยานบันดาลัย มีขอบเขตการศึกษาเฉพาะซีซั่นที่ 1 และซีซั่นที่ 2 ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผู้วิจัยทำการศึกษายูทูปนั้นมีการออกอากาศซีซั่นที่ 3 อยู่ด้วย ดังนั้นจึงควรศึกษาเนื้อหาเพิ่มเติมด้วยเพื่อให้เห็นภาพรวมของรายการได้ดียิ่งขึ้น
- 6.4 ควรทำการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจักรยานในสื่อมวลชนอื่นๆ เพื่อเป็นการขยายมิติของการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารซึ่งจะทำให้เห็นแง่มุมที่หลากหลายมากขึ้น

## 7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่องการประกอบสร้างความหมายของผู้ใช้จักรยานในรายการโทรทัศน์ "ฮิวแมนไรด์จักรยานบันดาลัย" ซึ่งสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเพราะความกรุณาและความช่วยเหลือจากอาจารย์ ดร. เจษฎาศาลาทองอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ดร.พรชสาสิริ กุหลาบ และ รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ให้ข้อคิดเห็นและคำชี้แนะซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ตลอดจนทีมผู้ผลิตรายการคุณวินัย สัตตะรุจาวงษ์ คุณพรนภา อนุพันธ์ไพบูลย์ และคุณทรงกลด บางยี่ขันที่สละเวลาในการให้สัมภาษณ์ข้อมูลต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

## 8. เอกสารอ้างอิง

- [1] กาญจนา แก้วเทพ. (2553). แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- [2] ชยุต รัตนพงษ์. (2555). ยุคการใช้จักรยานในประเทศไทย. สืบค้นวันที่ 20 กันยายน 2557 จาก <http://www.thaicyclingclub.org/ข้อมูลความรู้/2012/08/15/624/>.
- [3] ธงชัย พรธนะสวัสดิ์. (2556). ชุมชนไทย หัวใจจักรยาน. กรุงเทพฯ: ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย.
- [4] ประพัทธ์พงษ์ อุปลลา. (2555). แนวทางการพัฒนาเมืองจักรยาน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.