

นัยยะแฝงภายใต้การปั่นจักรยานในมุมมองการสื่อสาร

The Implications of Bicycling from a Communications Perspective

พิทักษ์ ชูมงคล (Pitak Chumongkol)*

บทคัดย่อ

บทความนี้มีความประสงค์ที่ชวนผู้อ่านพิจารณาจักรยานและการปั่นจักรยานในฐานะผลผลิตทางวัฒนธรรมที่มีความหมายมากไปกว่าตัวมันเอง เมื่ออาศัยแนวคิดสัญวิทยา (Semiology) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ จะพบว่า กิจกรรมนี้มีนัยยะแฝง (Connotative meaning) ที่แฝงไปด้วยโครงสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ด้านหนึ่งความหมายดังกล่าวเป็นผลจากอิทธิพลการสื่อสารโดยสื่อมวลชน ทว่าอีกด้านหนึ่งก็เป็นพื้นที่ที่เปิดให้ผู้คนได้สร้างสรรค์ความหมายที่หลากหลายไปตามภูมิหลังของแต่ละคน การปั่นจักรยานที่เต็มไปด้วยความหมายได้ถูกนำไปใช้เป็นสื่อโดยสภาวะ (By mode) ทำหน้าที่สิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์ (Identity marker) ในการสื่อสารเพื่อสร้างตัวตน และถูกยกให้กลายเป็นศูนย์กลางสร้างสำนึกร่วมในการสื่อสารเพื่อกิจกรรมเคลื่อนไหวทางสังคม อาจกล่าวได้ว่า การปั่นจักรยานมิได้เป็นเพียงกิจกรรมสามัญในชีวิตประจำวันที่เราได้เคยสัมผัส หากแต่ท่วงทั้นไปด้วยมิติการเมืองเรื่องวัฒนธรรมที่มีพลวัตไม่หยุดนิ่ง

คำสำคัญ: การสื่อสาร, จักรยาน, ความหมาย

Abstract

The objective of this article is to invite readers to consider bicycles and bicycling as cultural products that are more meaningful than what they

* สาขาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

appear. Based on the concept of semiology as the analytical framework, it was found that bicycling holds connotative meanings underlying the social relationship. Such meanings are the result of the influence of communication media. On the other hand, it is an open space for people to create various meaning from their diverse background. The various meanings of bicycling are used as media by mode for functioning as an identity marker in communications to create an identity, and are treated as a center of awareness building in communications for social movement. This implied that bicycling is not only a common activity of naïve everyday life, but is also overwhelmed by dynamic cultural aspect of political dimension.

Keywords: Communication, Bicycles, Meaning

เตรียมตัวก่อนออกทริป

จากปริมาณจักรยานตามท้องถนนที่มีมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของพลเมืองนักปั่น การปรากฏขึ้นของเลนจักรยานบนถนนสายสำคัญ การออกงามเป็นดอกเห็ดของซ็อบจักรยาน วัฒนธรรมการปั่นจักรยานกลายเป็นกระแสที่ถูกพูดถึงทั้งใน (1) มิติการเมืองที่กลายเป็นเครื่องมือสร้างคะแนนนิยม (2) มิติสิ่งแวดล้อมที่กลายเป็นหนึ่งในวิถีอินทรีย์พลังงาน (3) มิติด้านสุขภาพที่กลายเป็นการออกกำลังกายยอดนิยม และ (4) มิติการท่องเที่ยวที่กลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ Slow Travel ที่กำลังมาแรง ฯลฯ วัฒนธรรมการปั่นจักรยานกำลังบอกระยะใกล้กับสังคมไทย เป็นคำถามที่ผู้เขียนสนใจค้นหาในฐานะนักนิเทศศาสตร์ที่มองการปั่นจักรยานในฐานะสื่อ (Media) ที่มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง บทความนี้จึงมุ่งเปิดเผยให้เห็นเนื้อในการปั่นจักรยาน โดยจะนำผู้อ่านปั่นจักรยานเที่ยวไปในโลกการสื่อสาร 4 ทริป ดังนี้

ทริปที่ 1: ปั่นจักรยานในเลนองค์กรประกอบการสื่อสาร: ชี้นำให้ผู้อ่านพินิจการปั่นจักรยานด้วยแว่นตาทางนิเทศศาสตร์ ให้เห็นองค์ประกอบการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความหมายการปั่นจักรยาน ทริปที่ 2: ปั่นจักรยานในเลนสื่อมวลชน: ผู้เขียนเสนอบทบาทของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่เข้ามาสร้างโลกแห่งความหมายสำหรับการปั่นจักรยานให้ผู้ชมได้สัมผัสรับรู้ ทริปที่ 3: ปั่นจักรยานในเลนทฤษฎีการสื่อสาร:

ผู้เขียนนำแนวคิดการสื่อสารมาทดสอบอธิบายให้เห็นเนื้อในการปั้นจักรยาน ประกอบด้วย ทฤษฎีสำนักหน้าที่นิยม แนวคิดสัญวิทยา และแนวคิดการเคลื่อนไหวทางสังคม และ ทริปที 4: การแสวงหาเส้นทางปั้นจักรยานในโลกวิชาการ: ผู้เขียนเสนอประเด็นวิจัยที่อาศัยแนวคิดสำนักวัฒนธรรมศึกษาเป็นกรอบในการกำหนดประเด็นวิจัยในอนาคต มีรายละเอียดดังนี้

ทริปที 1: ปั้นจักรยานในเลนของค้ประกอบการสื่อสาร

บทความนี้มุ่งวิเคราะห์การปั้นจักรยานในฐานะการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง สามารถพิจารณาการปั้นจักรยานด้วยกรอบการสื่อสารในมิติต่าง ๆ ดังนี้

1) การปั้นจักรยานเป็นการแสดงออกถึงตัวตน (Expressive communication) คนเลือกบริโภควัตถุเพราะต้องการบอกว่าตนเองนั้นเป็นเช่นไร ดังนั้น จักรยานที่เลือกมาปั่น สถานที่ปั่นจักรยาน กิจกรรมที่ทำร่วมกับจักรยาน ล้วนเป็นการบริโภคเพื่อสื่อความหมายทั้งสิ้น

2) การปั้นจักรยานเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารแบบอวัจนภาษา (Non verbal communication) ไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม การปั้นจักรยานได้สื่อความหมายที่ทำให้คนในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกันเข้าใจสารได้เช่นเดียวกันกับการเข้าใจรูปแบบอวัจนภาษาแบบอื่น ๆ เช่น การแสดงสีหน้า การใช้อากัปกิริยา ฯลฯ การปั้นจักรยานจึงแฝงไปด้วยความหมายต่าง ๆ มากมาย

3) การปั้นจักรยานเป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Image building) เช่นเดียวกับการแต่งกาย การพูดจา ข้าวของที่เลือกใช้ จักรยานกลายเป็นหนึ่งในหลาย ๆ ส่วนเล็กๆที่เข้ามาประกอบกันเป็นสารให้ผู้รับสารนั้นตีความไปได้ว่า บุคคลที่ปั่นจักรยานอยู่นั้นเป็นบุคคลเช่นไร ดังนั้น หากใครต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ว่าเป็นคนที่รักอิสระ ห่วงใยสิ่งแวดล้อม เราจึงเห็นภาพของบุคคลนั้นปั่นจักรยานแทนที่จะขับรถยนต์ส่วนตัวไปทำงาน เป็นต้น

4) การปั้นจักรยานถูกนำมาเชื่อมโยงกับชุดความหมายต่างๆ ด้วยการสื่อสารทำให้จักรยานกลายเป็น “สื่อ” ที่มีความหมายหลากหลายบรรจุอยู่ เช่น เป็นสื่อที่สะท้อนความห่วงใยสุขภาพ เป็นสื่อที่บอกถึงอุปนิสัยรักอิสระ หรือเป็นสื่อที่ชี้ถึงความใส่ใจสิ่งแวดล้อม แต่ความหมายเหล่านี้ไม่ได้โปร่งใส แต่เป็นสิ่งที่ R. Barthes

เรียกว่า มายาคติ (Myth) คือ สิ่งที่ถูกกลบเกลื่อนให้ดูราวกับเป็นเรื่องปกติ โดยบดบังเรื่องอื่น ๆ ไว้ เช่น ผลจากการประกอบสร้างความหมายให้การปั่นจักรยานกลายเป็นกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อม มีส่วนทำให้จินตนาการของคนไทยกับสิ่งแวดล้อมคับแคบลงไป เพราะเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นมันนิยามกว้างขวางไม่ใช่เพียงแต่เรื่องพลังงานเท่านั้น

การวิเคราะห์การปั่นจักรยานจากมุมมองกระบวนการสื่อสาร สามารถวิเคราะห์ให้จำแนกได้ตามองค์ประกอบการสื่อสาร ดังนี้

1) ผู้ส่งสาร (Sender) บทความนี้สนใจไปที่สื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารที่มีส่วนสำคัญในการสร้างกระแสทางการเมืองปั่นจักรยาน เป็นผู้มีบทบาทในการสร้างความหมายร่วม (Shear meaning) ในสังคมไทยที่มีต่อการปั่นจักรยาน

2) ช่องทาง (Chanel) ช่องทางการสื่อความหมายจักรยานที่ปรากฏ อาทิ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ สื่อกิจกรรมนักปั่นที่จัดขึ้นในโอกาสต่าง ๆ เป็นต้น

3) เนื้อหาสาระ (Content) เนื้อหาเกี่ยวกับจักรยานนั้นมีอยู่ 2 ชั้น กล่าวคือ ชั้นเปลือกนอกที่สามารถเห็นได้ตรงกันเป็นวัตถุวิสัย (Objective) และเนื้อหาภายในที่ต้องอาศัยการตีความจึงมองเห็นมีลักษณะเป็นอัตวิสัย (Subjective) บทความนี้ให้ความสนใจความหมายโดยนัยที่ถูกบรรจุอยู่ภายใต้การปั่นจักรยาน ทำให้การปั่นจักรยานเป็นอะไรที่มากกว่าการออกกำลังกายหรือการเดินทางธรรมดา แต่เป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายผันแปรไปตามแต่ละช่วงเวลาในประวัติศาสตร์

4) ผู้รับสาร (Receiver) ในที่นี้คือ เหล่านักปั่นจักรยาน รวมไปถึงบุคคลทั่วไปที่ได้รับรู้ เรียนรู้รหัส (Code) หรือระบบในการอ่านความหมายการปั่นจักรยานจากสื่อมวลชน หากแต่ความหมายที่เกิดขึ้นในจังหวะการถอดรหัส (Decode) นั้นมีหลากหลายไปตามภูมิหลังของผู้รับสาร ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับที่สื่อมวลชนนำเสนอ ก็เป็นไปได้ และอีกด้านของเหรียญ ผู้รับสารก็มีโอกาสผลิกกลับมาทำหน้าที่ผู้ส่งสารได้เช่นกัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้หลงใหลการปั่นจักรยานที่สร้างเนื้อหาของตนเองเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Thaimbt.com แหล่งรวมคนรักจักรยานออนไลน์ เป็นพื้นที่เผยแพร่ประสบการณ์การปั่นจักรยาน แนะนำคุณสมบัติจักรยานยี่ห้อต่าง ๆ ที่ออกใหม่ หรือแบ่งปันสถานที่ปั่นจักรยานที่น่าสนใจระหว่างนักปั่นจักรยานด้วยกันเอง

ทริปที่ 2: ปันจักรยานในเลนสีอมวลชน

เนื้อหาส่วนนี้ผู้เขียนมุ่งเสนอภาพการปันจักรยานที่เคยปรากฏขึ้นในสื่อต่าง ๆ ที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้

1) การปันจักรยานในละคร จากบทประพันธ์เรื่อง “สี่แผ่นดิน” ของ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ที่ดัดแปลงมาเป็นละครฉบับ มล. พันธุ์เทวนพ เทวกุล ได้นำเสนอเนื้อหาหลายตอนที่เอ่ยถึงเรื่องราวในประวัติศาสตร์ของสยามในเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องความนิยมจักรยานของคนในรั้วในวังด้วย โดยในตอนหนึ่งได้กล่าวถึงชีวิตของพลอยในยุครัชกาลที่ 5 ความว่า “พลอยกลับจากบางปะอินมากรุงเทพฯ ด้วยทางเรือ พลอยจำได้ว่า ปีนั้นเป็น ร.ศ. ๑๑๘ และพอลกลับมาถึงในวังได้ไม่เท่าไร ก็บังเกิดความตื่นตื่นนิยมขี่จักรยาน หรือเรียกกันในขณะนั้นว่ารถ “ไบซิเกิ้ล” อย่างขนานใหญ่ เจ้านายข้างในเกือบทุกพระองค์หัดทรงจักรยาน แม้แต่พระเจ้าอยู่หัวก็ทรงหัดอยู่พักหนึ่งที่สวนเต่าและความนิยมนั้นก็กลายเป็น การประกวดประชันกันในเรื่องรถของใครจะดีกว่าของใคร ราคาคันหนึ่ง ๆ ในขณะนั้นก็มิใช่ถูก ใครที่มีฐานะดีรำวยก็ซื้อได้ก่อนและขี่แสดงแก่คนอื่น ๆ ที่ยังไม่มี” จากละครสะท้อนภาพบอกความหมายจักรยานในสมัยรัชกาลที่ 5 ว่า เป็นสิ่งใหม่ที่บ่งชี้ถึงกระแสตะวันตกนิยมในราชสำนักสยาม การปันจักรยานถูกจัดให้เป็นหน่วยหนึ่ง (unit) อยู่ในสำรับสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความทันสมัย/ความเป็นชนชั้นสูง/ความร่ำรวย เช่นเดียวกับการดื่มเหล้าฝรั่ง การใช้กล้องสุบยาเส้น หรือการขี่ม้า เป็นต้น

2) การปันจักรยานในเพลง ผู้เขียนขอนำเสนอบทเพลง ที่คัดเลือกมาเป็นตัวอย่าง โดยอาศัยเกณฑ์การพิจารณาว่า เป็นบทเพลงยอดนิยมและมีเนื้อหากล่าวถึงการปันจักรยานไว้ 2 เพลง คือ เพลง “สาวมอเตอร์ไซด์” ของ จรัล มโนเพ็ชร เนื้อเพลงกล่าวถึง หนุ่มเหนือที่ปันจักรยานไปจีบสาว แต่กลับถูกหมางเมินเพราะสาวเจ้าหมายปองหนุ่มขี่มอเตอร์ไซด์มากกว่า บทเพลงขึ้นต้นด้วยประโยคที่ว่า “อ้ายคนจน จำต้องทน ปันรถถีบ จะไปจีบอิน้องคนงาม” สื่อความว่าการปันจักรยานนั้นเป็นเรื่องจำทนของคนขัดสนเงินทอง กับอีกประโยคหนึ่งในเพลงที่ว่า “อ้ายคนจน บ่มี วาสนา จะเหมือนฮอนด้า หรือยามาฮ่าเป็นได้จะใด” จักรยานถูกสร้างความหมายให้เป็นคู่ตรงข้าม (Binary opposition) กับมอเตอร์ไซด์ญี่ปุ่นที่สะท้อนความมั่งคั่งกินของคนชั้น เช่นเดียวกับบทเพลง “จักรยานคนจน” ของ ชวนชัย ฉิมพะวงค์ ที่บอกเล่าถึง

ความคับแค้นใจของชายหนุ่มผู้ยากไร้ที่พ่ายแพ้ต่ออำนาจเงิน จนทำให้ต้องสูญเสียหญิงสาวอันเป็นที่รักไป แม้บทเพลงจะสื่อว่าจักรยานนี้เป็นพาหนะของคนจน แต่เมื่อวิเคราะห์เนื้อเพลงจะเห็นบรรยากาศการต่อรองความหมายโดยเทคนิคสร้างคู่ตรงข้ามของผู้ประพันธ์ไว้อย่างน่าสนใจ เช่น “ขวัญใจจักรยานกับมอเตอร์ไซค์ ไหนปลอดภัยกว่ากัน รถที่ช้ากว่าแต่เข้าปลอดภัยถึงบ้าน มอเตอร์ไซค์วิ่งไวชนกันถึงโรงพยาบาลมาแล้วมากมาย” ผู้ประพันธ์หยิบเอาเรื่อง ความเร็ว-ช้า อันตราย-ปลอดภัย มาใช้ในการสร้างความหมายแบบต่อรองให้กับการปั่นจักรยาน แต่อย่างไรก็ตามการปั่นจักรยานที่ปรากฏในเพลงได้ถูกทำให้กลายเป็นหน่วยหนึ่ง (Unit) อยู่ในสำหรับสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึง ความยากจน เช่นเดียวกับ การขี่ควาย ขับเกวียน นั่งรถสองแถว นั่งรถเมล์รื้อน เป็นต้น

3) การปั่นจักรยานในหนัง ผู้เขียนขอยกตัวอย่างหนึ่งส่วนหนึ่ง ที่จับคู่เด็ก ๆ กับจักรยาน ทั้งหนังต่างประเทศและหนังไทยยอดนิยม ซึ่งมีจักรยานปรากฏในฉากสำคัญที่ผู้ชมประทับใจ อาทิ หนังเรื่อง “E.T. The Extra Terrestrial” เรื่องราวของเด็กน้อยผู้ขาดความอบอุ่นจากครอบครัว ที่กลายมาเป็นเพื่อนกับมนุษย์ต่างดาวกับฉากประทับใจที่ เอลเลียต เด็กน้อยวัย 10 ขวบ ปั่นจักรยานพร้อมมองเพื่อนหนีการไล่ล่าจากตำรวจใจร้าย และด้วยพลังวิเศษของ E.T เพื่อนจากต่างดาว ทำให้บรรดาจักรยานของเด็ก ๆ ทะยานหนีขึ้นไปบนอากาศบินผ่านดวงตะวันยามเย็น บรรยากาศอบอุ่นด้วยมิตรภาพคล้ายหนังไทยเรื่อง “แฟนฉัน” ที่มีฉากประทับใจที่ตัวละครคือ เจ็บบและมองเพื่อนปั่นจักรยาน พร้อมร้องเพลงคอนเสิร์ตคนจนของนกแลไปด้วยกันท่ามกลางบรรยากาศยามเย็นที่แสนอบอุ่น เช่นเดียวกับหนังไทยอีกหนึ่งเรื่องที่มีจักรยานเป็นพาหนะคู่ใจตัวเอก คือเรื่อง “เพื่อนไม่เก่า” ที่เรื่องราวเกิดขึ้นจากเพื่อนสนิทสมัยมัธยมปลายได้ไปบนบานกับพระธาตุลำปางด้วยความคึกคะนองว่า ถ้าันทหนึ่งในตัวเอกสามารถสอบเอ็นทรานซ์ติดที่มหาวิทยาลัยในลำปางได้ พวกเขาทั้ง 5 คนจะปั่นจักรยานจากกรุงเทพฯ ขึ้นมาที่ลำปางเพื่อเป็นการแก้บน ซึ่งตลอดเส้นทาง 698 กิโลเมตรจากกรุงเทพฯ ถึงลำปาง เหล่ามองเพื่อนได้เรียนรู้และเข้าใจในมิตรภาพที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางด้วยจักรยาน ฉากชวนฝันถึงมิตรภาพและอิสรภาพที่มีจักรยานเป็นสื่อในหนังไทยและเทศน์ ได้ประกอบสร้างให้การปั่นจักรยานกลายเป็นหน่วยหนึ่ง (Unit) อยู่ในสำหรับสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึง

มิตรภาพและอิสระภาพ เช่นเดียวกับ การออกเดินทางท่องเที่ยวค้นหาตนเองกับเพื่อนๆ การเล่นดนตรีในแนวทางของตนเองกับเพื่อนๆ การออกค่ายอาสาอยู่กับเพื่อนๆ เป็นต้น ซึ่งดูจะสอดคล้องกับจิตความใฝ่ฝันของชนชั้นกลางพอดี

4) **การปั่นจักรยานในรายการโทรทัศน์** ปัจจุบันมีรายการโทรทัศน์หลายรายการที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับจักรยานโดยเฉพาะ โดยจะขอยกส่วนหนึ่งมานำเสนอดังนี้ (1) รายการ “Do the Ride Thing” ออกอากาศทางช่อง Voice TV เป็นรายการจักรยานที่ผนวกกับการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับ (2) รายการ “Happy Bike ปั่นทั่วไทย” ทางช่อง PPTV ที่เชิญบุคคลที่น่าสนใจร่วมปั่นจักรยานไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต ธรรมชาติและวัฒนธรรม รายการทั้ง 2 ที่ยกมานี้ฉายภาพจักรยานที่เข้ามาผูกพันกันคนปั่นในฐานะกิจกรรมหย่อนใจ กิจกรรมค้นหาและเรียนรู้ชีวิต (3) รายการ “Bicycle Diary” รายการบันเทิงคดี ออกอากาศทาง Thai PBS นำเสนอเรื่องราวของจักรยานจากมุมมองด้านบุคคลและสังคม ตลอดจนนำเสนอเส้นทาง การใช้จักรยานตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของการใช้จักรยานในสังคมไทย ตัวอย่างตอนหนึ่งชื่อตอน “หุ่นสวยด้วยจักรยาน” นำเสนอเรื่องราวของผู้จัดการฝ่ายการตลาดหญิงที่ใช้จักรยานเดินทางจากบ้านไปทำงานระยะทาง 15 กม. แทนการออกกำลังกายในฟิตเนส ผลที่ได้คือสุขภาพที่ฟิตแอนด์เฟิร์มและยังมีความสุขกับชีวิต (4) รายการ “Human Ride จักรยานบันดาลใจ” ออกอากาศทาง Thai PBS เป็นรายการที่นำเสนอในรูปแบบสารคดี บอกเล่าชีวิตบุคคลที่ใช้จักรยานด้วยความรักในหลากหลายรูปแบบ ที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ชมเริ่มใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างตอนหนึ่งชื่อตอน “พาหนะมหานคร” ที่บอกเล่าทัศนะของ โทมฮอนโตพิพัฒนาสกุล นักคิดนักเขียนชื่อดังผู้หันมาใช้จักรยานในการเดินทาง โดยเขาเห็นว่าการปั่นจักรยานนี้เท่ากับปั่นเพื่ออิสระจากกรงขังของการจราจรในกรุงเทพฯ

พิธีกรรมแสดงความเป็นเจ้าของจักรยานผ่านการใช้เวลาอย่างมากมาย เพื่อเรียนรู้ พุดคุย ทำความสะอาดและตกแต่งจักรยาน และพิธีกรรมการแสดงตัวตนผ่านการแต่งตัวแบบนักปั่นมีอาชีพที่เพียบพร้อมไปด้วยอุปกรณ์มากมาย พุดจาด้วยศัพท์แสงแบบชาวจักรยาน และตกแต่งจักรยานด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เป็นที่สะดุดตาน่าสนใจอยู่เสมอ ในแบบฉบับของตนเองอย่างจริงจังมีแบบแผน ได้ถูกนำเสนอซ้ำ ๆ ในรายการโทรทัศน์ ทำให้การปั่นจักรยานกลายเป็นสิ่งสะท้อนอัตลักษณ์

และสื่อถึงวิถีความใฝ่ฝัน ซึ่งถูกนำไปผูกโยงกับวิถีชีวิตคนเมืองทั้งรูปแบบบ้นไปเที่ยวชมเมือง บ้นเพื่อสุขภาพ บ้นเพื่อสิ่งแวดล้อม หรือ บ้นเพื่อหาแรงบันดาลใจ สื่อมวลชนได้เสกให้การปั่นจักรยานกลายเป็นหน่วยหนึ่ง (Unit) อยู่ในสำรับของการบริโภคที่ใช้สื่อความหมายถึง ชีวิตเมืองของชนชั้นกลางที่แตกต่าง เช่นเดียวกับ การบูชาร่างกาย ด้วยการออกกำลังกายในฟิตเนส การกินอาหารคลีน (Clean food) การละเลียดกาแฟดริป (Drip Coffee) ในร้านหรู เป็นต้น ดังที่ผลวิจัยของ ศรีนคร รัตนเจริญขจร (2544) ได้เผยให้เห็นว่า ชนชั้นกลางได้ผูกตนเองเข้ากับสินค้าสัญลักษณ์อย่างกาแฟสตาร์บัคส์ ในฐานะเครื่องมือแสดงรสนิยมการบริโภคที่ใช้ปรุงแต่งอัตลักษณ์ หรือนิยามความหมายเฉพาะเจาะจงให้กับตัวเองในพื้นที่ร้านกาแฟ

ทริปที่ 3: ปั่นจักรยานในเลนทฤษฎีการสื่อสาร

บทความในตอนนี้จะพาออกทริปปั่นจักรยาน แวะเที่ยวชม 3 จุดชมวิวดตามทฤษฎีการสื่อสารที่สามารถนำมาใช้อธิบายนัยยะของวัฒนธรรมการปั่นจักรยานในสังคมไทย ดังนี้

1) วิเคราะห์การปั่นจักรยานด้วยมุมมอง “หน้าที่นิยม” (Functionalism) เพื่อพิจารณาว่าการปั่นจักรยานมีหน้าที่อะไรบ้าง มีรายละเอียดดังนี้

- 1.1) หน้าที่เชิงอรรถประโยชน์ ในแง่มุมนี้มองการปั่นจักรยานมีหน้าที่อันเกิดจากคุณสมบัติของจักรยาน 2 ด้าน คือ
 - (1) มีหน้าที่เป็นยานพาหนะ เป็นหน้าที่ทางกายภาพและเบื้องต้นของจักรยานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อใช้เป็นยานพาหนะหนึ่งในการเดินทางที่ใช้พลังงานมนุษย์ จักรยานในยุคแรกเริ่มนั้นนับว่าเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากความต้องการของสังคมที่ปรารถนาจะมีพาหนะที่สะดวกรวดเร็วกว่าการเดิน และมีความคล่องตัวกว่ารถม้า
 - (2) มีหน้าที่เป็นอุปกรณ์ออกกำลังกาย การปั่นจักรยานได้รับความนิยมแพร่หลายในฐานะเครื่องมือที่ช่วยสร้างความแข็งแรงให้กล้ามเนื้อในส่วนต่าง ๆ นอกจากนี้ การปั่นจักรยานยังไปผนวกเข้ากับประเด็นเรื่องความสวยความงามที่มีวาทกรรมทาง

การแพทย์เข้ามารองรับอีกด้วย เช่น 1) การปั่นจักรยานเพื่อการลดน้ำหนัก ซึ่งการปั่นจักรยานนี้จะช่วยเพิ่มอัตราการเผาผลาญไขมันส่วนเกินในร่างกาย แต่ไม่เพียงเผาผลาญแค่เฉพาะตอนที่ปั่นจักรยานเท่านั้น เพราะร่างกายของคนที่ปั่นจักรยานเป็นประจำจะมีสภาวะ “After burner” หรือเผาผลาญไขมันส่วนเกินต่อเนื่องหลังจากลงจากจักรยานแล้วต่อไปอีก 2-3 ชั่วโมง ซึ่งโดยรวมแล้วการเผาผลาญหลังการปั่นอาจจะมากกว่าระหว่างปั่นอีกด้วย 2) การปั่นจักรยานเพื่อทำให้เรียวขาสวย การปั่นจักรยานโดยส่วนใหญ่จะใช้พลังงานโดยเฉลี่ยประมาณ 300 แคลอรี/ชั่วโมง ซึ่งการใช้พลังงานในระดับนี้ นอกจากช่วยในการลดความอ้วนแล้วยังส่งผลดีต่อขา โดยเฉพาะบริเวณต้นขาหรือน่องให้มีความแข็งแรงมากยิ่งขึ้นอีกด้วย 3) การปั่นจักรยานเพื่อชะลอความชรา การปั่นจักรยานช่วยให้ร่างกายสามารถลำเลียงออกซิเจนและสารอาหารได้ดีขึ้น และช่วยขับถ่ายสารพิษในร่างกายได้มีประสิทธิภาพขึ้น นอกจากนี้การออกกำลังกายด้วยการปั่นจักรยานจะช่วยกระตุ้นการผลิตสารคอลลาเจนช่วยลดรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้าอีกด้วย

ข้อวิพากษ์แนวคิดหน้าที่เชิงอรรถประโยชน์ของการปั่นจักรยาน

- (1) การปั่นจักรยานในด้านสุขภาพนั้นอยู่ในปริมนทลของแนวคิดการป้องกันโรค มิใช่รักษาโรคเช่นเดียวกับการออกกำลังกายประเภทอื่น ๆ แต่หากวิเคราะห์การเชื่อมโยงระหว่างการปั่นจักรยานกับโรคจะพบประเด็นเรื่องชนชั้นอยู่ในนั้น เนื่องด้วยการปั่นจักรยานมักถูกนำเสนอในสื่อว่า ช่วยป้องกันโรคที่กระทรวงสาธารณสุขนิยามว่าเป็น “โรคคนเมือง” เช่น 1) โรคเครียด 2) โรคระบบทางเดินหายใจ 3) ความผิดปกติของกล้ามเนื้อ 4) โรคนอนไม่หลับ 5) โรคปลายประสาทอักเสบ เป็นต้น จักรยานจึงถูกสร้างให้เป็นเครื่องมือรักษาสุขภาพสำหรับโรคคนเมืองไม่ใช่คนในชนบท

(2) การปั่นจักรยานในด้านสุขภาพ ซึ่งไม่ใช่เพียงเรื่องสุขภาพโดด ๆ แต่เข้าไปผูกโยงกับเรื่องความสวยความงาม ทำให้การปั่นจักรยานเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการทางร่างกาย (Body practices) ที่ผลิตซ้ำมายาคติเรื่องความงามในสังคม ดังที่งานวิจัยของ ปิยรัตน์ บัณฑิต (2545) ได้อธิบายว่า การออกกำลังกายเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการลดความอ้วนที่ผู้หญิงเลือก เช่นเดียวกับการกินยาลดความอ้วน การจำกัดอาหาร การกินยาละลาย การใช้บริการของสถานบริการเสริมความงาม หรือแม้กระทั่งการทำให้ตัวเองอาเจียน ทั้งหมดได้สะท้อนภาพการจัดการกับร่างกายที่เข้มงวดเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสังคมภายใต้วาทกรรมร่างกายอันสวยงามที่มีความผอมเป็นมาตรฐาน

1.2) หน้าที่เชิงอารมณ์ (Emotional functions) บอกประโยชน์ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เป็นความรู้สึกของนักปั่นที่เกิดขึ้นเมื่อได้ครอบครองและปั่นจักรยาน เช่น ความรู้สึกภาคภูมิใจ ความรู้สึกเป็นอิสระ ความรู้สึกกระฉับกระเฉง ความรู้สึกผ่อนคลาย เป็นต้น ความรู้สึก (Feeling) เช่นนี้หากพิจารณาในเบื้องต้น อาจเห็นเพียงความรู้สึกที่เกิดจากประสบการณ์ตรงจากการปั่นจักรยานเท่านั้น ซึ่งดูราวกับเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติของปัจเจกโดยแท้ หากแต่ในมิติทางการสื่อสารจะพบว่า ความรู้สึกที่คนเรามีต่อวัตตุนั้นมิได้เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ หากแต่ถูกประกอบสร้างโดยการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนให้นักปั่นได้เรียนรู้ที่จะรู้สึกต่อวัตตุนั้น เช่น ความรู้สึกเท่เมื่อได้ปั่นจักรยานแบบ Fixed Gear เป็นต้น

ข้อวิพากษ์แนวคิดหน้าที่เชิงอารมณ์ของการปั่นจักรยาน

(1) การเชื่อมโยงให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกต่อวัตตุนั้นหรือสินค้านั้น เป็นหน้าที่ของนักสื่อสารการตลาด เช่น ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ขับรถฮอลโว่ ความรู้สึกสดชื่นเมื่อได้ดื่มโค้ก และความรู้สึกว่าเป็นผู้มีรสนิยมเมื่อเลือกดื่มกาแฟสตาร์บัคส์ เป็นต้น ในสินค้าประเภทจักรยานก็เช่นเดียวกัน นักสื่อสารการตลาดพยายาม

เชื่อมโยงความรู้สึกกับสินค้าถ่ายทอดผ่านสื่อโฆษณา เช่น โฆษณาจักรยาน LA Bicycle ที่ฉายภาพความสุขที่ได้รับจากการออกไปพบโลกกว้าง ได้เรียนรู้ ได้ค้นหาตัวตนด้วยการออกไปปั่นจักรยานผ่านคำขวัญทางการค้าที่ว่า “เป็นอย่างไรที่คุณเลือก” ความรู้สึกจากการปั่นจักรยานนี้ จึงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ทางการตลาด

- (2) การปั่นจักรยานกับการพัฒนาเชิงอารมณ์ หากจำแนกวัฒนธรรมการออกกำลังกายเป็นแบบตะวันตกและตะวันออก ตามที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2542, หน้า 128) อธิบายไว้ว่า (1) การออกกำลังกายแบบตะวันตกนั้น จะเน้นเรื่องของ “กาย” ที่ไปสัมพันธ์กับแนวคิดปัจเจกชนนิยม คือ ออกกำลังกายให้กลายเป็นสุดยอดของปัจเจก เป็นความแข็งแกร่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคมเลย เพราะตัวตนเท่านั้นที่เป็นที่พึ่งของตนเองอย่างเดียว ในขณะที่ (2) การออกกำลังกายแบบตะวันออก เช่น ไ้เก็ก โยคะ เน้นเรื่องของ “จิตใจ” ที่ให้ความสำคัญกับการหายใจการทำสมาธิ เป็นการออกกำลังกายแบบไม่แยกส่วนแต่ดูความสัมพันธ์องค์รวมทั้งหมดของร่างกาย ภาพการปั่นจักรยานในสื่อที่จากเดิมเป็นการปั่นเชิงเดี่ยว คือ ปั่นคนเดียวเพื่อออกกำลังกาย (สอดคล้องกับวัฒนธรรมการออกกำลังกายแบบตะวันตก) เปลี่ยนมาเป็นการปั่นจักรยานเพื่อออกกำลังกายที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างกาย จิตใจ และสังคม มากขึ้นในปัจจุบัน (สอดคล้องกับวัฒนธรรมการออกกำลังกายแบบตะวันออก) กล่าวคือ แทนที่จะปั่นเพียงลำพังก็ออกไปปั่นจักรยานเป็นหมู่คณะ ขณะปั่นต้องมีความมุ่งมั่นมีสติถึงเป้าหมาย ตรึกรู้อยู่กับเส้นทางที่ปั่น เช่น มองไปข้างหน้า ไม่ละสายตาจากพื้นถนน เพราะอาจจะมีหลุม มีก้อนหิน ทำให้รถล้มได้ นอกจากนี้ยังต้องคอยฟังเสียงรถที่ตามมาข้างหลังด้วย เพราะขณะปั่นไม่ควรหันไปมองข้างหลัง เพราะอาจทำให้รถเสียการทรงตัวได้ เป็นต้น

- 1.3) หน้าที่เชิงการแสดงออกถึงตัวตน (Self-Expressive Functions)
หน้าที่ด้านนี้ทำให้การปั่นจักรยานกลายเป็นสัญลักษณ์สะท้อนตัวตน
ของนักปั่น ทั้งที่เป็นตัวตนในปัจจุบันและตัวตนที่ผู้ปั่นต้องการจะเป็น
การปั่นจักรยานจึงเป็นการบริโภคเพื่อบอกถึงอัตลักษณ์ของตัวตน
เพื่อบอกกลุ่มที่ตนเองสังกัด และเพื่อบอกสถานะทางสังคม การปั่น
จักรยานจึงทำหน้าที่เป็นสื่อดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2555, หน้า
17) ได้เสนอขยายความเป็นสื่อออกไป สามารถจำแนกสื่อได้เป็น
2 ลักษณะ คือ (1) สื่อโดยตัวสารัตถะ (by essence) เป็นสื่อที่เป็น
สื่อมาตั้งแต่เกิด เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น
(2) สื่อโดยสภาวะ (by mode) กล่าวคือ เป็นสื่อภายใต้สภาวะที่มอบ
บทบาทหน้าที่ให้ (Function assignment) ด้วยรูปแบบสื่อเช่นนี้เอง
ที่ทำให้จักรยานถูกเลือกให้กลายเป็นสื่อที่มีความหมายโดยนัย
(Connotative meaning) เป็นเครื่องบ่งชี้ตัวตนของนักปั่น

ข้อวิพากษ์แนวคิดหน้าที่เชิงการแสดงออกถึงตัวตนจากการปั่นจักรยาน

สื่อมวลชนได้แสดงบทบาทเกี่ยวข้องกับหน้าที่นี้ 2 ประการ คือ 1) มอบหมาย
หน้าที่ให้จักรยานกลายเป็นสื่อโดยสภาวะ 2) สร้างความหมายให้กับผู้ปั่นจักรยาน
โดยเชื่อมโยงนักปั่นเข้ากับจักรยานที่มีความหมายรออยู่แล้ว อาจกล่าวเป็นประโยค
สั้น ๆ ได้ว่า “You are what you drive” แต่ประเด็นที่ควรวิเคราะห์คือ ภาพจักรยาน
และนักปั่นถูกสื่อนำเสนอให้มีความหมายเช่นไร ประการแรก อาจจำแนกตามประเภท
ของจักรยาน กรณี “จักรยานมีเพศ” เช่น จักรยานยี่ห้อ Scott ที่ผลิตออกมาสำหรับ
ผู้หญิง โดยออกแบบมาให้เข้ากับโครงสร้างร่างกายของผู้หญิง ตัวอย่างเช่น ผู้หญิง
มักจะขย่าวกว่าผู้ชายแต่ช่วงตัวจะสั้นกว่า ดังนั้น บริเวณท่อนอน (ท่อนบน) จะความยาว
น้อยกว่าปกติ รวมไปถึงระยะเอื้อม (Reach) ที่ไม่เท่ากับรถของผู้ชาย หรือจักรยาน
ยี่ห้อ Pheasant (ตราชอกแก้ว) ที่มีตะกร้าหน้าเหมาะสำหรับแม่บ้านปั่นไปจ่ายตลาด
(2) “จักรยานมีวัย” เช่น จักรยาน 3 ล้อ ที่ง่ายต่อการทรงตัวสำหรับผู้สูงอายุหรือ
เด็กเล็กที่เพิ่งหัดปั่นจักรยาน หรือจักรยานยี่ห้อ BMX สำหรับวัยรุ่นผู้ชื่นชอบการ
ผจญภัย (3) “จักรยานมีชนชั้น” เช่น จักรยานยี่ห้อ จระเข้ ที่ถูกสื่อถึงความทนทาน
เหมาะสำหรับการใช้งานของชาวบ้าน

สื่อไม่เพียงนำเสนอภาพมูลค่าใช้สอย (Use value) ของจักรยานเท่านั้น แต่ได้เสนอมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (Sign value) อีกด้วย และมูลค่าเชิงสัญลักษณ์นี้เองที่นำไปใช้สร้างอัตลักษณ์สำหรับนักปั่นจักรยาน แต่ความหมายสัญลักษณ์ที่สื่อสารด้วย ยี่ห้อ หรือ รูปลักษณ์ของจักรยานนี้ไม่ได้โปร่งใส หากแต่มีมายาคติบรรจุมาด้วย เช่น (1) จักรยานที่แฝงมายาคติเรื่องบทบาทการจ่ายตลาดว่าเป็นของเพศหญิง อีกทั้งยังเป็นเพศที่มีสมรรถนะทางร่างกายด้อยกว่าชาย จึงต้องออกแบบให้เหมาะสม นี่คือนิสัยที่แฝงมากับจักรยานในสังคมชายเป็นใหญ่ (2) จักรยานที่แฝงมายาคติเกี่ยวกับความอ่อนแอของคนแก่และเด็ก ที่ต้องอาศัยจักรยานที่ออกแบบให้เหมาะสมกับร่างกายที่อ่อนแอ (3) จักรยานที่แฝงมายาคติเกี่ยวกับชนชั้นเมื่อสถานะทางสังคมถูกนำไปเชื่อมโยงกับชนิดจักรยานที่ควรใช้ เราจึงไม่เห็นตัวละครในบทคนรับใช้ปั่นจักรยานเลื้อยหอบ หรือจักรยานยี่ห้อนำเข้า แต่จะเป็นจักรยานบ้าน ๆ แบบยี่ห้อจระเข้ หรือยี่ห้อ Pheasant (ตรานกแก้ว)

2) วิเคราะห์การปั่นจักรยานด้วยมุมมอง “สัญลักษณ์” (Semiology)

แนวคิดเรื่องสัญวิทยา เป็นแนวคิดที่สนใจในเรื่องของความหมาย (Meaning) ที่เปิดมุมมองกว้างไกลไปกว่าการศึกษาภาษาพูดหรือภาษาเขียน เพราะสำหรับนักทฤษฎีสัญลักษณ์นี้เห็นว่า อะไรที่สื่อหรือสร้างความหมายได้ถือเป็นภาษาที่สามารถนำมาศึกษาตีความได้ ไม่ว่าจะเป็สิ่งของเครื่องใช้ วัตถุ คำพูด การกระทำต่าง ๆ ดังนั้นการปั่นจักรยานเมื่อมองตามแนวทางสัญวิทยาตามกรอบคำอธิบายของ Saussure นักสัญวิทยาฝรั่งเศส (อ้างใน อธิรุทธ บุญมี, 2558, หน้า 64) จะพบว่า มีรอยแยกระหว่างสิ่งที่เรียกว่า ตัวหมาย/ตัวสื่อ/รูปสัญลักษณ์ (Signifier) ได้แก่ วัตถุ ภาพ เสียง ฯลฯ ที่ถูกนำมาใช้แทนความหมายที่เป็น ตัวหมายถึง/ความหมายสัญลักษณ์ (Signified) อันได้แก่ แนวคิด (Concept) ต่าง ๆ ที่รูปสัญลักษณ์ต้องการจะสื่อ เมื่อ 2 ส่วนนี้มาประกอบเข้ากันกลายเป็นสัญลักษณ์ (Sign) จะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ได้ ซึ่งในบทความนี้คือ “การปั่นจักรยาน” (Signifier) ที่เป็นรูปสัญลักษณ์แสดงความหมายแทน “ความหวังใยสิ่งแวดล้อม” (Signified) เป็นต้น การปั่นจักรยานจึงมีฐานะเป็นสัญลักษณ์ทางสังคม (Social sign) ทำหน้าที่สำคัญ คือ เป็นสัญลักษณ์แห่งอัตลักษณ์ (Sign of identity: Insignia) ที่ให้นักปั่นใช้ยึดถือเกาะติดเพื่อบอกความเป็นตัวตน การปั่นจักรยานจึงเป็นมากกว่าการปั่นเพื่อออกกำลังกาย แต่เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์นั่นเอง

ในส่วนความหมายนั้น R. Barthes (อ้างใน ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร, 2555, หน้า 133) อธิบายว่า ไม่มีสัญลักษณ์ไหนที่จะมีความหมายเพียงชั้นเดียว แต่จะมีความหมายอยู่ 2 ระดับ คือ ความหมายโดยอรรถ/ความหมายตรง (Denotative meaning) และความหมายโดยนัย/ความหมายแฝง (Connotative meaning) ระบบสร้าง ความหมายในลำดับที่ 2 นี้เองที่ R. Barthes เรียกว่า มายาคติ (Myth) ซึ่งเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง ลดทอน ปกปิด อำพราง บิดเบือนฐานะการเป็นสัญลักษณ์ของสรรพสิ่งในสังคมให้กลายเป็นเรื่องของธรรมชาติ ทำให้เกิดการยอมรับโดยไม่มีคำถาม การจัดวางความหมายของการปั่นจักรยานจึงไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการจัดวางที่ทำให้ดูราวกับเป็นเรื่องธรรมชาติ โดยการนำไปผูกโยงกับเรื่องสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และความมีอิสระเสรี โดยจะยกประเด็นการปั่นจักรยานที่แฝงไปด้วยมายาคติเรื่อง "ชนชั้น" มาแสดงให้เห็นถึงนัยยะแฝงภายใต้การปั่นจักรยาน มีรายละเอียดดังนี้

ปั่นจักรยานกับเรื่องชนชั้น (Class) หมายถึง ตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลในสังคมที่ถูกกำหนดด้วยเกณฑ์อันแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม เช่น ด้วยเกณฑ์การศึกษา รายได้ อาชีพ ฯลฯ แต่ในบทความนี้จะได้นำเสนอชนชั้นที่แสดงออกมากจากการบริโภคที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่าง ชนชั้น การปั่นจักรยาน และความหมายของจักรยานที่ถูกเชื่อมโยงและนำมาใช้ก่อร่างสร้างอัตลักษณ์เพื่อบ่งชี้ชนชั้นที่ตนสังกัด ผันแปรไปในแต่ละช่วงเวลาในสังคมไทย สามารถนำเสนอได้เป็น 3 ชั้น ดังนี้

- (1) การปั่นจักรยานของชนชั้นนำ (Elites) จักรยานเมื่อแรกเข้ามาในไทย ก็เป็นเช่นเดียวกับนวัตกรรมอื่น ๆ คือ มีจุดเริ่มต้นจากชนชั้นนำสยาม ในขณะนั้นพระบรมมหาราชวังนับเป็นศูนย์กลางการรับเอานวัตกรรมจากตะวันตกเข้ามาใช้ในเมืองไทย พวกเจ้านาย ชุมนางมีสถานะเป็น Trend setter ในสังคมไทย ดังมีภาพสะท้อนการใช้จักรยานในราชสำนัก ปรากฏในบทประพันธ์เรื่อง สี่แผ่นดิน ของ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ที่กล่าวแล้วข้างต้น ในเวลานั้นจักรยานมีความหมายอยู่ 2 ระดับ คือ (1) ระดับชาติจักรยานสื่อความหมายถึงความศิวิไลซ์ของสยาม (2) ระดับปัจเจกจักรยานสื่อความหมายถึง ความทันสมัยของผู้ปั่น คือ พวกเจ้านาย

หน้าที่ของจักรยานสำหรับชนชั้นนำจึงประกอบไปด้วย (1) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์: จักรยานในฐานะสัญลักษณ์ที่ทำหน้าที่เป็นสิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์ (Identity marker) ของชนชั้นนำ และบอกถึงความสัมพันธ์ในราชสำนัก กล่าวคือ หากจักรยานนั้นเป็นของพระราชทาน ย่อมสะท้อนฐานะว่าเจ้าของนี่คือบุคคลอันเป็นที่โปรดปรานของพระเจ้าอยู่หัว (2) หน้าที่เชิงอรรถประโยชน์ การปั่นจักรยานในวังมิใช่เรื่อง ความสะดวกในการเดินทาง หากแต่เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจแบบฝรั่ง เช่นเดียวกับการถ่ายรูปประชันกัน การตีโครเกต์ (Croquet: กีฬาจากอังกฤษคล้าย ๆ กอล์ฟ) คำเรียกขานจักรยานในยุคนั้น ถูกเรียกอย่างโก้จากพวกเจ้านาย และพวกขุนนางตามฝรั่งว่า *ไบซิเกิล* มาจากภาษาอังกฤษว่า Bicycle อันแปลว่า วงล้อสองวง

- (2) **การปั่นจักรยานของชาวบ้าน** เมื่อจักรยานได้แพร่หลายออกไปในสังคมไทย ช่วงแรกยังถือว่าเป็นเครื่องแสดงฐานะของชาวบ้านผู้มีอันจะกิน แต่ต่อมาเมื่อมีมอเตอร์ไซด์เข้ามา จักรยานจากที่เคยเป็นนวัตกรรมได้กลายเป็นของธรรมดา เป็นสินค้าที่ไม่มีความพิเศษดังแต่ก่อน ความหมายของจักรยานสำหรับชาวบ้าน ถูกสื่อมวลชนประกอบสร้างลดฐานะให้กลายเป็น “สัญลักษณ์ที่บ่งชี้ความจน” เช่นเดียวกับ บ้านกระท่อม รองเท้าขาด ๆ เสื้อผ้าเก่า ๆ เป็นต้น จักรยานกลายเป็นพาหนะของคนจนและคนด้อยโอกาสในสังคมไทย ที่วิถีชีวิตของพวกเขาต้องเผชิญกับความขาดแคลนทรัพย์สินและวัตถุปัจจัยในการดำรงชีวิต หลักฐานที่บ่งชี้ว่าจักรยานได้กลายเป็นสัญลักษณ์ความจน ปรากฏอยู่ในเพลงจักรยานคนจน และเพลงสาวมอเตอร์ไซด์ ที่อธิบายแล้วข้างต้น

หน้าที่ของจักรยานสำหรับชนชั้นล่างนี้ ประกอบไปด้วย (1) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์: จักรยานในฐานะสัญลักษณ์ที่ทำหน้าที่บ่งชี้อัตลักษณ์ (Identity marker) ของชนชั้นล่าง แสดงถึงความขัดสน และบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนจนกับผู้อื่น ๆ ในสังคม คนปั่นจักรยานมีความด้อยศักดิ์ศรีเมื่อเทียบกับคนขี่มอเตอร์ไซด์ (2) หน้าที่เชิงอรรถประโยชน์ การปั่นจักรยานสำหรับคนจนนั้น เน้นอรรถประโยชน์ของจักรยานที่ใช้เพื่อการเดินทาง

สะท้อนในโฆษณาจรรยาสำหรับชนชั้นล่างที่มีกลี้อสารถึงความแข็งแรงทนทานสามารถรองรับการใช้งานหนัก ๆ สอดคล้องตามวิถีชีวิตแรงงานได้ คำเรียกขานจรรยาในฐานะสัญลักษณ์ความจน ถูกเรียกตามลักษณะการใช้งานว่า “รถถีบ” คือ พาหนะที่สามารถเคลื่อนไปด้วยเท้า

- (3) การปั่นจักรยานของชนชั้นกลาง (Middle class) ตามแนวคิด Marx ได้แบ่งชนชั้นโดยอาศัยการครอบครองปัจจัยการผลิตเป็นเกณฑ์ในการจำแนก ประกอบด้วย 1) ชนชั้นนายทุน (Bourgeoisie) กลุ่มที่ถือครองและอาศัยปัจจัยการผลิตชุดริ่ดมูลค่าส่วนเกินจากชนชั้นอื่น 2) ชนชั้นกรรมชีพ (Proletariat) กลุ่มที่ต้องขายแรงงานเพื่อหารายได้มายังชีพ นอกจากนี้ Marx ยังพบอีกชนชั้นหนึ่งที่อยู่ระหว่าง ชนชั้นนายทุนกับกรรมชีพ นั่นคือ “ชนชั้นกลาง” เป็นพวกที่ท้ออาชีพอที่ไม่ได้ใช้แรงงานในกระบวนการผลิต และพวกเขาไม่ใช่เจ้าของปัจจัยการผลิต หากแต่ทำหน้าที่ใช้ความคิดเพื่อควบคุมการผลิตแทนชนชั้นนายทุนและดำรงชีพได้ด้วยเงินเดือน

ความหมายที่ซ่อนอยู่ในการปั่นจักรยานสำหรับชนชั้นกลาง คือ 1) จิตสำนึกเรื่องอิสรภาพ 2) จิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อม 3) จิตสำนึกเรื่องสุขภาพ เป็นความหมายที่ชนชั้นกลางเลือกนำมาเชื่อมโยงกับจรรยาเพื่อสะท้อนตัวตนของผู้ปั่น ปรากฏในสื่อ เช่น หนังสือ “จักรยานสีแดง” ที่จักรยานเป็นสัญลักษณ์แห่งเสรีภาพและการไขว่คว้าของนักศึกษาหรือจรรยาในรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอภาพการปั่นจักรยานที่ช่วยลดมลภาวะในเมือง ความหมายข้างต้นล้วนเป็นวิถีความใฝ่ฝันของชนชั้นกลางที่จะวางตำแหน่งหน้าที่ของตนเองให้เป็นผู้มีบทบาทในการรักษาสังคม

หน้าที่ของจรรยาสำหรับชนชั้นกลาง ประกอบไปด้วย (1) หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ คือ เป็นสื่อที่ใช้บอกถึงค่านิยม ความเชื่อ เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม เรื่องการอนุรักษ์พลังงาน และความห่วงใยในสุขภาพ (2) หน้าที่เชิงอรรถประโยชน์ ที่พบว่า มีชนชั้นกลางบางส่วนใช้จักรยานเป็นพาหนะสำหรับเดินทางไปทำงานในชีวิตประจำวัน (3) หน้าที่เชิงสังคม ในสังคมเมืองที่

ผู้คนไร้รากที่สามารถยึดโยงเข้าหากัน ความอ้างว้างและจำเจในชีวิตประจำวันผลักดันให้ชนชั้นกลางเลือกใช้ความสนใจจักรยานมาสร้างกลุ่มใหม่ ๆ โดยมีสื่อออนไลน์เป็นกลไกสำคัญหนึ่งที่ทำให้เครือข่ายนักปั่นจักรยานเกิดขึ้นและกระจายตัวอย่างรวดเร็ว เช่น ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย ชมรมจักรยานวันอาทิตย์ กลุ่มขี่จักรยานช่วงกลางวัน ชมรมจักรยานเสือภูเขา จากที่กลุ่มต่าง ๆ สามารถสะท้อนภาพการเชื่อมโยงระหว่างการปั่นจักรยานกับการใช้ชีวิต (Life style) ของนักปั่นชนชั้นกลางได้เป็นอย่างดี

สำหรับชนชั้นกลางแล้ว จักรยานไม่ถูกเรียกขานว่า "จักรยาน" หรือ "รถถีบ" อีกต่อไป แต่เกิดวัฒนธรรมการตั้งชื่อให้วัตถุที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งของที่เป็นเจ้าของ ปรากฏในบทสนทนาในสื่อสังคมออนไลน์ตอนหนึ่งว่า "จักรยานผมเป็นเสือภูเขา GT ผมตั้งชื่อมันว่า "Green Top" คำว่า Green ก็เป็นไทยจากคำว่า "เกรียน" เพราะที่ทำงานผมชอบไปกวน ๆ เกรียน ๆ คนอื่น ส่วนคำว่า Top ก็ย่อมาจากชื่อเล่นผมเองครับ และรุ่นจักรยานเป็น GT พอดี เลยตั้งชื่อเจ้าตัวโปรดเป็น Green Top ไปเลย" (2556, 8 กุมภาพันธ์) การตั้งชื่อวัตถุเป็นสัญลักษณ์สำคัญที่บ่งชี้ว่าเวลานี้จักรยานได้หลุดลอยไปไกลจากตัวของมันเอง และมีฐานะเป็นหนึ่งในสมาชิกครอบครัวชนชั้นกลางไปแล้ว

3) วิเคราะห์การปั่นจักรยานด้วยมุมมอง "การเคลื่อนไหวทางสังคม" (Social movement)

การเคลื่อนไหวทางสังคม เป็นขบวนการเรียกร้องของกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่ต้องเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทิศทางที่ตนปรารถนา ที่จากเดิมบทบาทในการสร้างความเปลี่ยนแปลงมักถูกฝากไว้กับกลุ่มคนที่มีความรู้ความชำนาญเท่านั้น เช่น การฝากให้นักเศรษฐศาสตร์แก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ การฝากให้นักการเมืองดูแลการปกครอง เป็นต้น แต่ในปัจจุบันประชาชนมีความตื่นตัวที่จะเข้ามาจัดการกับอนาคตของตนเองแทนที่จะรอความเมตตาจากรัฐ ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร์ (2549, หน้า 68) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะหนึ่งของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่เช่นนี้ไว้ว่า ผู้เรียกร้องจะมีส่วนร่วมในการเคลื่อนไหวด้วยตัวเองไม่ใช่การเรียกร้อง

ผ่านกลไกของรัฐหรือกลไกทางการเมือง เนื่องจากการไม่เชื่อมั่นไม่ศรัทธาความเป็นตัวแทนของพรรคการเมือง และความจริงจังของรัฐ โดยมีเป้าหมายของการเรียกร้องคือ ต้องการสร้าง “กติกาหรือกฎเกณฑ์ชุดใหม่ในการดำรงชีวิต” ไม่ใช่การช่วงชิงอำนาจของรัฐ ดังเช่นขบวนการเคลื่อนไหวที่เป็นมาในอดีต ภายใต้บรรยากาศเช่นนี้ การปั่นจักรยานในฐานะทรัพยากรได้ถูกนำมาใช้ในกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ด้วย จำแนกเป็น (1) การเคลื่อนไหวเพื่อการปั่นจักรยาน เช่น การเรียกร้องเลนสำหรับจักรยาน (2) การเคลื่อนไหวที่ผสมผสานการปั่นจักรยานกับมิติอื่น ๆ ของชีวิต เช่น การนำการปั่นจักรยานไปผูกโยงกับประเด็นการเคลื่อนไหวด้านสิ่งแวดล้อม ด้านพลังงาน หรือด้านการท่องเที่ยว อาทิ กรณีการต่อสู้เพื่อปกป้องพื้นที่บางกะเจ้า จ.สมุทรสาคร จากการจัดผังเมืองแบบใหม่ที่แก้ไขกฎกติกาผังเมือง ให้มีการสร้างบ้านจัดสรร สร้างบ้านเดี่ยวในพื้นที่สีเขียวได้ กลุ่มนักเคลื่อนไหวได้ใช้ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมผนวกรวมกับประเด็นการท่องเที่ยว โดยใช้จักรยานเป็นตัวจุดประกายการเคลื่อนไหวระดมพลังจากภายนอกชุมชนร่วมกับภายในชุมชน เพื่อนิยามพื้นที่บางกะเจ้าว่าเป็น “ปอดของเมือง” ผ่านการจัดกิจกรรม “รวมพลังปกป้องบางกะเจ้า” ที่เชิญชวนให้คนภายนอกมาร่วมปั่นจักรยานสำรวจพื้นที่บางกะเจ้าและร่วมเสวนาระดมสมองหาทางออกที่ยั่งยืนร่วมกับชาวบางกะเจ้า โดยมีคุณอาพันธ์ ปันยารชุน ผู้ผลักดันการประกาศให้บางกะเจ้าเป็นพื้นที่อนุรักษ์ร่วมการเสวนาด้วย (2557, 27 พฤษภาคม) ในปริทัศน์แห่งการเคลื่อนไหวนี้เอง ทำให้เห็นการต่อสู้ ต่อรองของกลุ่มนักปั่นเพื่อให้ได้มาซึ่งกฎเกณฑ์ใหม่ การปั่นจักรยานกลายเป็นปฏิบัติการทางสังคมที่สร้างความตระหนักถึงบทบาทของตนเองในสังคม ซึ่งชนชั้นต่าง ๆ มักแสดงจุดยืนของตนเองออกมาในฐานะสมาชิกในชนชั้นหนึ่ง ด้วยการมีผลประโยชน์หรือเป้าหมายร่วมกัน

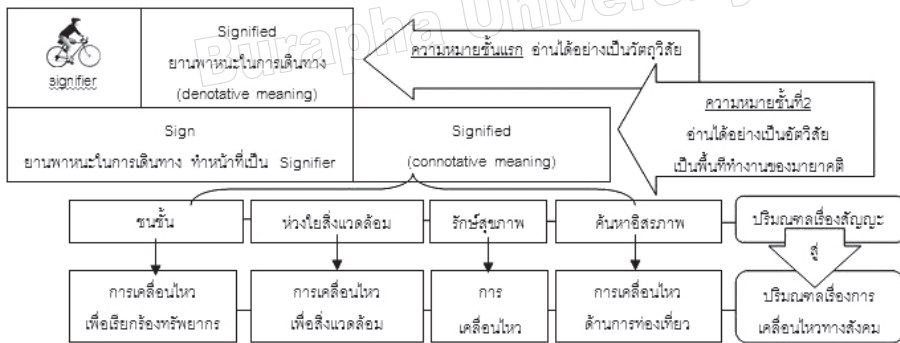
เมื่อผนวกรวมทั้ง 3 แนวคิด เพื่อนำมาคลี่คลายฉากหลังการปั่นจักรยานจะพบว่า การปั่นจักรยานนั้น เป็นกิจกรรมที่มีความหมายเลยพ้นความเป็นตัวของมันเองออกไป และได้กลายเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวมกลุ่มชนชั้นกลางเพื่อเคลื่อนไหวให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่จะเข้ามารองรับกิจกรรมในชีวิตของตนเอง เราจะมองเห็นถนนเป็น “เวทีแห่งการต่อรองอำนาจ” ทั้งนี้สามารถพบท่วงทำนองที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคมไทยยุคซ่อนอยู่ในองค์ประกอบหลัก ๆ คือ (1) “ถนน”

ในฐานะทรัพยากรของชาติ (2) “รถยนต์” ในฐานะกลุ่มอำนาจเก่าที่ครอบครองทรัพยากรมาก่อน (3) คนปั่นจักรยาน ในฐานะกลุ่มอำนาจใหม่ที่เข้ามาต่อรองเพื่อช่วงชิงทรัพยากร วาทกรรมที่กลุ่มคนปั่นจักรยานผลิตเพื่อเรียกร้องทวงถามถึงทรัพยากรที่ตนเองมีสิทธิในการช่วงใช้ให้เกิดประโยชน์สำหรับตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการจัดกิจกรรมออฟไลน์ต่าง ๆ ได้สั่นสะเทือนกลุ่มอำนาจเก่าที่ถือครองถนนมาก่อน จนเกิดเป็นวิวาทะผ่านสื่อต่าง ๆ ถึงความเหมาะสมที่ต่างฝ่ายต่างก็ยกเอาเหตุผลขึ้นมาสนับสนุนความชอบธรรมในการเข้ามาใช้ทรัพยากรนี้ และไม่ว่าบทสรุปแห่งการต่อสู้จะเป็นเช่นไร จะเห็นประชาธิปไตยอันหมายถึง การจัดสรรทรัพยากรที่เท่าเทียมเป็นธรรมเกิดขึ้นหรือไม่ก็ตาม แต่วันนี้สิ่งที่สามารถเห็นได้ผ่านสื่อ คือ การตอบสนองจากภาครัฐต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของคนปั่นจักรยาน เพื่อยกระดับความสำคัญของจักรยานบนท้องถนน จำแนกออกเป็น 2 ทาง คือ

(1) ในทางสนับสนุน: ภาครัฐได้จัดทำเลนจักรยานขึ้นในหลายพื้นที่ อาทิ กรุงเทพมหานครจัดทำเส้นทางจักรยานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ เป็นต้น แต่การตอบสนองเช่นนี้เป็นเพียงการตอบสนองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มิใช่การจัดสรรทรัพยากรเพื่อรองรับชีวิตการเดินทางอันวุ่นวายของคนเมืองผู้สัญจรโดยจักรยานที่ถูกละทิ้งระบบทางสำหรับจักรยานที่เชื่อมโยงกันเป็นโครงข่ายเส้นทางที่ไม่กระจุกตัวเพียงบางแห่ง บางจุด เช่นปัจจุบัน

(2) ในทางกำกับควบคุม: มองกลไกนี้ตามแนวคิดของ Gramsci ที่จำแนกวิถีการใช้อำนาจของรัฐในการกำกับดูแลสังคม แบ่งออกเป็น (1) กลไกไม้แข็ง (Coercion) ผ่านการใช้กำลังหรือการบังคับใช้กฎหมาย และ (2) กลไกไม้ نرمสร้างควมยินยอมพร้อมใจ (Consent) ผ่านการสร้างอุดมการณ์แทรกซึมเข้าไปในชีวิตประจำวัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2553, หน้า 182) จะพบว่า รัฐได้ใช้กลไกไม้แข็งเพื่อจัดการกับกลุ่มคนปั่นจักรยาน เช่น กรณีข่าว การออกไปสั่งให้กับผู้ที่ขี่จักรยานบนทางเท้า (2557, 26 มีนาคม) หรือ ล่าสุดมีการประกาศกร้าวจากกองบังคับการตำรวจจราจร (บก.จร.) แจ้งว่าที่ผ่านมานี้ในกรุงเทพมหานครได้เกิดเหตุรถยนต์เฉี่ยวชนรถจักรยานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากความประมาทของผู้ขับขี่ จึงประกาศบังคับใช้กฎหมายตาม พ.ร.บ. จราจรทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 80, 81, 82 และ 83 เพื่อความปลอดภัยของผู้ปั่นจักรยาน เช่น ให้มีโคมไฟติดหน้าจักรยานที่มีแสงสีขาว

ไม่น้อยกว่าหนึ่งดวงที่ให้แสงไฟส่องตรงไปข้างหน้าเห็นพื้นทางได้ ชัดเจนในระยะไม่น้อยกว่า 15 เมตร และอยู่ในระดับต่ำกว่าสายตาของผู้ขับขี่ซึ่งขับรถสวนมา หรือให้ติดโคมไฟท้ายจักรยานที่มีแสงสีแดงไม่น้อยกว่าหนึ่งดวงที่ให้แสงสว่างตรงไปข้างหลัง หรือติดวัตถุสะท้อนแสงสีแดงแทนซึ่งเมื่อถูกส่องให้มีแสงสะท้อน (2558, 13 พฤษภาคม) จากส่วนหนึ่งของหลักกฎเกณฑ์จะเห็นต้นทุนของการปั่นจักรยานที่นักปั่นจะต้องจ่ายสูงขึ้นและเป็นที่น่าสังเกตว่า รัฐชะมักเข้มนกับการใช้กลไกใช้ไม่แข็งตอบนองต่อพลเมื่อนักปั่นที่มีเพิ่มมากขึ้น โดยไม่เน้นการใช้กลไกไม่วมเพื่อติดตั้งวิธีคิดที่มีต่อการใช้ทรัพยากร (ถนน) ร่วมกันที่ชัดเจน สามารถสรุปนัยยะแฝงภายใต้การปั่นจักรยานจากการผสานแนวคิดสัญวิทยาตามกรอบของ R. Barthes กับแนวคิดเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม มีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดสัญวิทยาและแนวคิดการเคลื่อนไหวทางสังคม ในการอธิบายการปั่นจักรยาน

จากภาพ ในขณะที่ความหมายในชั้นแรก (First order) จักรยาน หมายถึงยานพาหนะชนิดหนึ่ง แต่ทว่าสำหรับความหมายในระดับที่สอง (Second order) ไม่ใช่การตีความแบบวัตถุวิสัย หากเป็นชั้นของการตีความในระดับสังคม จักรยานจึงมีความหมายโดยนัยแตกต่างกันออกไป ซึ่งความหมายในระดับนี้เองได้ถูกนำไปใช้ในกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความหมายโดยนัยที่ถูกสร้างขึ้นผ่านสื่อ

จากการต่อสู้ของนักป็นในฐานะกลุ่มอำนาจใหม่ที่ให้การสื่อสารเป็นเครื่องมือ 1) เพื่อรวมกลุ่มระดมพลัง 2) เพื่อแสดงอัตลักษณ์ 3) เพื่อเรียกร้องสิทธิในการใช้ทรัพยากร เป็นดั่งนาฏกรรมของอำนาจที่เข้าช่วงชิงพื้นที่ไม่เพียงแต่ต้องถนน แต่มองให้ลึกตามแนวทางสัญวิทยาจะพบว่า การเคลื่อนไหวนี้เป็น “กระบวนการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนไวยากรณ์บนถนน” ซึ่ง รหัส/ไวยากรณ์ (Code) นี้ B.Bernstein (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2552, หน้า 90) ให้ความหมายว่า เป็นกรอบที่แน่นอนในการจัดวางโครงสร้างทางสังคมของความหมาย (Frame of certainty) เมื่อบริบทเปลี่ยนไป ก็จะเป็นตัวที่เข้ามากำหนดรหัสการเรียงลำดับชั้นความหมายที่จะเปลี่ยนตามไปด้วย จากเดิมถนนถูกให้ความหมายว่าเป็นพื้นที่ของรถยนต์ แต่ก็อาจพบได้ว่าในบางเวลา ถนนในบริบทการท่องเที่ยวได้เลื่อนให้ผู้คนเป็นความหมายแรกในฐานะผู้ใช้ถนน คือ ถนนคนเดิน ส่วนการเคลื่อนไหวของกลุ่มนักป็น ขณะนี้กำลังผลักดันให้ถนนไม่เพียงเป็นของรถยนต์แต่เป็นของจักรยานด้วย โดยการพยายามติดตั้งรหัสเพื่อเลื่อนลำดับชั้นของความหมายการปั่นจักรยานให้ขึ้นมาทัดเทียมรถยนต์ ซึ่งหมายถึงการยกเลิกการใช้ทรัพยากรให้เท่าเทียมกัน

ทริปที่ 4: การแสวงหาเส้นทางปั่นจักรยานในโลกวิชาการ

1) **แนวทางในการศึกษา** วิธีวิทยาในการศึกษาความหมายของสัญญะนี้ ไม่เพียงสนใจความหมายเท่านั้น หากแต่สนใจเลยไปถึงวิธีการสร้างความหมาย ให้เกิดขึ้นด้วยญาณวิทยาและวิธีวิทยา ในการศึกษาความหมายตามแนวคิดสัญวิทยา คือ วิธีการอ่านตีความ (Text) ที่แตกต่างไปจากการอ่านของญาณวิทยา ที่เรียกว่า ศาสตร์การตีความ (Hermeneutics) การอ่านตีความในงานศึกษาความหมายตามแนวสัญวิทยาเป็นการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของความหมายในตีบทหนึ่ง ที่อาจเกิดขึ้นได้มากกว่าหนึ่งรูปแบบเสมอ นอกจากนี้ การศึกษาการปั่นจักรยานไม่หยุดที่การหาความหมายเท่านั้น แต่จะศึกษาลึกลงไปถึงระบบ/รหัส (Code) ที่ก่อให้เกิดความหมาย ซึ่งปัจจัยที่เข้ามากำกับวิธีการอ่านสัญญะหรือการปั่นจักรยานให้แตกต่างกันที่สำคัญที่สุดคือ วัฒนธรรม ที่ไม่ใช่การฟ้อนรำแต่นักสัญวิทยามองว่าเป็นระบบของสัญญะ (Semiological system) เพราะเมื่อตัววัฒนธรรมที่หล่อหลอมการปั่นจักรยานเปลี่ยนไปแล้ว ความหมายของการปั่นจักรยานย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

2) ประเด็นในการศึกษาการปั่นจักรยาน

(1) ศึกษาการผลิตความหมายของผู้ส่งสาร: การวิจัยในประเด็นนี้ให้ความสนใจไปที่การเข้ารหัสของผู้ส่งสารว่า มีระบบในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการปั่นจักรยานในฐานะตัวหมาย (Signifier) กับความหมาย (Signified) อย่างไร ใครเป็นผู้มีอำนาจ และได้ประโยชน์จากการเข้ามากำกับให้ความหมายการปั่นจักรยานเป็นไปเช่นนั้น

(2) ศึกษาการอ่านความหมายของผู้รับสาร: การศึกษาการอ่านความหมายแนวสัญวิทยาให้ความสำคัญที่คนอ่านและการอ่านตัวบท ไม่ได้ให้ความสำคัญของคนเขียนและงานเขียนตามแนวทางอย่างศาสตร์การตีความ ดังนั้น การศึกษาการอ่านความหมายการปั่นจักรยานของผู้รับสารตามแนวคิดนี้ ผู้วิจัยอาจพบว่า มีทั้งการอ่านแบบตรงข้าม (Oppositional reading) อ่านแบบต่อรอง (Negotiated reading) และอ่านแบบสอดคล้องกับผู้ส่งสาร (Preferred reading) หลักฐานซึ่งเป็นคุณลักษณะการอ่านความหมายตามกรอบแนวคิดสำนักวัฒนธรรมศึกษา (กาญจนา แก้วเทพ, 2547 , หน้า 63)

(3) ศึกษาประวัติศาสตร์ความหมายในสื่อต่าง ๆ: เป็นการศึกษาเพื่อหาประวัติศาสตร์ที่ไม่ต่อเนื่องของความหมายการปั่นจักรยาน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ว่ามีการผลิต (Produced) รักษา (Maintained) ดัดแปลง (Repaired) และเปลี่ยนแปลง (Transformed) วัฒนธรรมร่วม (Shared culture) ในการปั่นจักรยานไปเช่นไร โดยศึกษาทั้งความหมายโดยอรรถ (Denotative meaning) และความหมายโดยนัย (Connotative meaning) เพื่อเผยให้เห็นพลวัตของความหมายการปั่นจักรยาน

(4) ศึกษาเชิงพาณิชย์: โดยวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดที่มาเชื่อมโยงจักรยานกับนักปั่น ทำให้จักรยานกลายเป็นวัตถุที่จำเป็นสำหรับการบรรลุอุดมคติในการใช้ชีวิต การวิเคราะห์เช่นนี้จะช่วยให้เห็นเทคนิคการประกอบสร้างบุคลิกตราสินค้า (Brand personality) ที่ถูกนำมาโยงเข้ากับอัตลักษณ์ (Identity) ของนักปั่น

(5) ศึกษาเชิงสังคม: เมื่อวัฒนธรรมการปั่นจักรยานแพร่หลายด้วยพลังการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดการรวมกลุ่มแบบใหม่ (New collectivity) ที่มีความสนใจในจักรยานเป็นศูนย์กลาง ก่อตัวเป็นชมรม/สมาคม นักปั่นอยู่ทั่วประเทศ จึงมีประเด็นที่น่าสนใจศึกษาว่า กลุ่มนักปั่นเหล่านี้จะแปลงอัตลักษณ์กลุ่มให้กลายเป็นพลัง

ในการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social movement) ยกสถานะกลุ่มให้เป็นภาคประชาสังคมที่เข้มแข็งเพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้หรือไม่ อย่างไรก็ตาม

จบทริป

การวิเคราะห์การปั่นจักรยานในบทความนี้ มีจุดมุ่งหมายทดลองปั่นจักรยานเข้าสู่เลนส์สัญวิทยา ที่ช่วยให้แลเห็นกิจกรรมสามัญในชีวิต หมดความรู้เดียวสาเพราะท่วมทับไปด้วยมิติการเมืองเรื่องวัฒนธรรม กล่าวคือ (1) ในด้านหนึ่งเรามองเห็นบทบาทของสื่อมวลชนในการสถาปนาความหมายแฝงของการปั่นจักรยาน (2) ทว่าในอีกด้านหนึ่งก็สามารถเห็นพลังของผู้คนตัวเล็กตัวน้อยที่เอาการเอางานทำหน้าที่ผู้ส่งสาร ผลิตความหมายของการปั่นจักรยานไปช่วงใช้ให้เกิดประโยชน์สำหรับตน (3) เมื่อความหมายของการปั่นจักรยานถูกสร้างขึ้น ย่อมต้องมีจุดมุ่งหมายในสมรรถุมิการเมืองชีวิตประจำวัน สำหรับหลายคนจักรยานจึงไม่เป็นเพียงแค่วยานพาหนะ แต่กลายเป็นวัตถุที่ใช้บ่งชี้อัตลักษณ์ (Identity marker) สร้างความรู้สึกร่วมระหว่างหมุ่นปั่นด้วยกัน ความหมายโดยนัยที่บรรจุอยู่ในจักรยานได้ถูกนักปั่นหยิบไปใช้เป็นทรัพยากรที่มีพลังอำนาจเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic power) สามารถสร้างอารมณ์ความรู้สึกระหว่างพิธีกรรมการปั่นจักรยานได้ และในที่สุดกลายเป็นแรงผลักดันที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะเพื่อรักษาผลประโยชน์ให้กลุ่มของตนเอง ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดการศึกษา กิจกรรมในชีวิตประจำวัน ที่จะเผยให้เห็นถึงการครอบงำ ต่อสู้ และต่อรองความหมายที่เสกสรรพลังให้กลายเป็นอาวุธทางการเมืองเรื่องความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่มีการสื่อสารเป็นกลไกสำคัญในการสร้าง เผยแพร่ และผลิตซ้ำ อันจะเป็นประโยชน์ที่ช่วยสร้างความเข้าใจแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคม สถาบันทางสังคม และบุคคล ซึ่งจะเป็ชนวนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคมที่เท่าเทียมต่อไป

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ, สมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อเก่า-สื่อใหม่ สัญญาะ อัตลักษณ์ อุดมการณ์*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2545). *สัณยวิทยา, โครงสร้างนิยม, หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2549). *รัฐ-ชาติกับ (ความไร้) ระเบียบโลกชุดใหม่*. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ตำรวจเตรียมจับ “รถจักรยาน” ผิดวินัยจราจร. (2558, 13 พฤษภาคม). เดลินิวส์ออนไลน์, วันที่สี่ปีคั่น 16 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.dailynews.co.th/bangkok/321030>.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2558). *การปฏิวัติสังคมศาสตร์ของไซทอร์: เส้นทางสู่โพสต์โมเดิร์นนิสม์*. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2542). *วัฒนธรรมความจน*. กรุงเทพฯ: แพรว.
- ปิยรัตน์ บัณฑิต. (2545). *กระบวนการลดความอ้วนของผู้หญิง: วาทกรรมการสร้างอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภค*. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิวา ไวยครุชธา. (2557, 27 พฤษภาคม). *รวมพลังปกป้องบางกะเจ้า*. สำนักข่าวสิ่งแวดล้อม. วันที่สี่ปีคั่น 10 เมษายน 2558, จาก www.greennewstv.com/รวมพลังปกป้องบางกะเจ้า.
- ไวยตำรวจเขียนใบสั่งจักรยาน สว.จร. ได้ทันควันจงใจสร้างเรื่อง. (2557, 26 มีนาคม). ไทยรัฐออนไลน์, วันที่สี่ปีคั่น 16 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.thairath.co.th/content/412567>.

ศรินธร รัตน์เจริญขจร. (2544). *ร้านกาแฟ: ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม*. วิทยาลัยพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

I will Love. (2556, 8 กุมภาพันธ์). *จักรยานของคุณมีชื่อเรียกกันรีเปล่า*. Nakornthai Bike Fanpage, วันที่สืบค้น 5 พฤษภาคม 2558, จาก www.facebook.com/NakornthaiBike/posts/451446378262636

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University