

ภายหลังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้พระราชทานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ให้เป็นแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ พสกนิกรทุกหมู่เหล่า ได้มุ่งทำความเข้าใจในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อนำมาปฏิบัติ วิทยุชุมชนเป็นช่องทางการสื่อสาร ที่นำเสนอโดยคนในชุมชนและมีความใกล้ชิดกับคนในชุมชนมากที่สุด การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รายการวิทยุชุมชนที่นำเสนอปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และศึกษาการตอบสนองของผู้ฟัง โดยผู้จัดรายการวิทยุชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผ่านและไม่กระบวนการพัฒนาความรู้ความเข้าใจปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ระหว่าง 1 พฤษภาคม 2549 ถึง 31 ธันวาคม 2551 รวบรวมข้อมูลด้านรายการวิทยุโดยการบันทึกเสียง ถอดความเป็นตัวอักษร และแบบวิเคราะห์เนื้อหาโดยอาศัยตารางลงรหัส (coding sheets) รวบรวมข้อมูลด้านผู้ฟังโดยการสัมภาษณ์และการอภิปรายกลุ่มย่อย แล้วจึงสรุปข้อมูล นำเสนอบรรยายแบบพรรณนา พบว่าผู้จัดรายการที่ผ่านกระบวนการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงมีความมั่นใจในการถ่ายทอดความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงมากกว่าผู้ไม่ผ่านกระบวนการ สามารถถกเถียงในรายละเอียดพระราชปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงครบทั้ง 5 ประเด็น ผู้จัดรายการที่ไม่ผ่านกระบวนการ ส่วนใหญ่นำเสนอเฉพาะประเด็นการประหยัดและการเดินทางสายกลาง และเป็นเพียงการแทรกรายการช่วงสั้น ๆ ผู้จัดรายการที่ผ่านและไม่ผ่านกระบวนการให้เวลาในการนำเสนอรายการเฉลี่ย 53.97 และ 27.62 นาที นอกจากนี้พบว่าเมื่อนำเสนอปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้จัดจะระมัดระวังในการใช้ถ้อยคำส่งผลให้ผู้ฟังไม่มีปฏิกิริยาตอบสนอง ขณะที่การจัดรายการสองคนมีการพูดคุยรับ-ส่ง กัน มีความหลากหลาย พร้อมยกตัวอย่างบุคคลหรือองค์กรธุรกิจที่นำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้แล้วประสบความสำเร็จ สลับกับการเปิดเพลงพระราชนิพนธ์ ได้รับการตอบสนองจากผู้ฟังมาก จากการสำรวจผู้ฟัง พบว่าผู้ฟังทั้งหมดมีความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงเพิ่มขึ้นเกือบครึ่งมีส่วนร่วมในการตอบปัญหาของรายการ สามารถนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ผู้ฟังสื่อความหมายปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงว่าต้องมีความรู้เป็นพื้นฐานเพียงร้อยละ 6.25 ซึ่งอาจจะนับได้ว่าเป็นจุดอ่อนของกระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

After His Majesty the King has bestowed the philosophy of sufficiency economy as the guidance on appropriate conduct covering numerous aspects of life, all Thai citizens have tried for better understanding and to apply it as the guideline for their everyday life. The community radio station is one channel to communicate with people in the community, hosted by local producers who have closest relationship to audiences in the community. This research aimed at analyzing the radio programs presenting the philosophy of sufficiency economy of community radios in Muang Chiang Mai by the presenters passing and not passing the process for improving the knowledge and understanding on the philosophy from May 1, 2007 to December 31, 2008 and the responses of their audiences. Information on the radio programs was collected by recording the programs, transcribing and analyzing contents by coding sheets. Information on responses of the audiences was collected by interview and focus group discussion with the audiences. Then, the results were presented mainly as descriptive research. It was found that the presenters passing the process were more confident in passing on the philosophy of sufficiency economy than those who did not pass the process. Those who passed the process were able to discuss in-depth details of the philosophy in all five aspects. Message on the philosophy presented by most of those who did not pass the process did not cover all aspects of the philosophy and just was inserted shortly in the programs. In addition, it was found that the presenters who carefully used formal words and manners in presenting the philosophy rarely got response from the audiences. The programs with lively discussion between two presenters on various aspects of the philosophy and presenting the cases of persons and businesses who had successfully applied the philosophy together with the inserting of songs composed by His Majesty the King have got more responses. The survey on the audiences revealed that all of the audiences indicated they had more knowledge and understanding from the program, almost one – half of them actively responded to the programs by phoning-in. The audiences were able to apply the philosophy in their daily life activities. However, only 6.25 % of the audiences indicated that knowledge was the basis of the philosophy of sufficiency economy. This finding might reveal the weakness in the movement for the application of the philosophy.