

การใช้สื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่คริสต์ศาสนา
ขององค์การสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย พ.ศ. 2509-2536



นางจริยา สมประสงค์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2537

ISBN 974-583-408-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MASS MEDIA USAGE FOR EVANGELISM DISTRIBUTION
BY CATHOLIC SOCIAL COMMUNICATIONS CENTER OF THAILAND
1966 - 1993

Mrs. Chariya Somprasong

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Art
Department of Mass Communication
Graduate School
Chulalongkorn University
1994

ISBN 974-583-408-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การใช้สื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่คริสต์ศาสนา

ขององค์การสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย พ.ศ. 2509-2536

โดย

นางจริยา สมประสงค์

ภาควิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

[Handwritten signature]

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรราษฎร์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

[Handwritten signature]

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริภาชะ)

[Handwritten signature]

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

[Handwritten signature]

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี)



พิมพ์ต้นฉบับขบพลัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

จรรยา สมประสงค์ : การใช้สื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่คริสต์ศาสนา ขององค์กรสื่อมวลชน
คาทอลิกประเทศไทย พ.ศ. 2509- พ.ศ. 2536 (MASS MEDIA USAGE FOR
EVANGELISM DISTRIBUTION BY CATHOLIC SOCIAL COMMUNICATIONS CENTER OF
THAILAND 1966 - 1993) อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ขวัญเรือน กิติวัฒน์. 112 หน้า.
ISBN 974-583-408-4

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การใช้สื่อมวลชนขององค์กรสื่อมวลชน
คาทอลิกประเทศไทย ในการกระทำบทบาทหน้าที่เผยแพร่คริสต์ศาสนา นิกายโรมันคาทอลิก

ผลของการศึกษาพบว่า องค์กรสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทยถูกกำหนดโดยสถาบันหลักแห่ง
วาติกัน ให้ทำหน้าที่เผยแพร่อุดมการณ์หลักของสถาบัน โดยใช้สื่อมวลชน เป็นช่องทาง เชื่อมโยงความสัมพันธ์
ระหว่างสถาบันคริสต์ศาสนา นิกายโรมันคาทอลิกกับมวลชนในสังคมไทย ภายใต้โครงสร้างการจัดองค์กร
ในรูปแบบขององค์กรอาลาสมัคร และดำเนินงานในสถานะองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร

กลยุทธ์การใช้สื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่คริสต์ศาสนา นิกายโรมันคาทอลิกขององค์กรสื่อมวลชน
คาทอลิกประเทศไทย กำหนดกรอบของการปฏิบัติงานในรูปแบบของการตลาดเพื่อสังคม การใช้สื่อมวลชน
เพื่อการเผยแพร่คริสต์ศาสนาจึง เป็นเพียงบทบาทในระดับของการสร้างความตระหนักรู้และก่อให้เกิดความ
เข้าใจ แต่ยังไม่ถึงระดับการกระตุ้นเร้าให้เกิดความเชื่อ ความศรัทธา หรือการยอมรับอุดมการณ์
คริสต์ศาสนา จนกระทั่งเกิดผลในการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2536

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม

C 550352 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: MASS MEDIA / DISTRIBUTION/ CATHOLIC SOCIAL COMMUNICATIONS CENTER OF THAILAND

CHARIYA SOMPRASONG : MASS MEDIA USAGE FOR EANGELISM DISTRIBUTION BY CATHOLIC SOCIAL COMMUNICATIONS CENTER OF THAILAND 1966-1993.

THESIS ADVISOR : ASST. PROF. KWANRUEN KITIWAT. 112 pp. ISBN 974-583-408-4

The objective of this research is to study the use of mass media by the Catholic Social Communications Center of Thailand to evangelize the Catholic principles.

Results indicate that the Catholic Social Communications Center of Thailand has been designated by the Vatigan to transmit the Catholic ideology by using mass media as a means to link the Chatholic institution and the Thai public. The Center operates under the structure of a non-profit, voluntary organization.

The Center has adopted the social marketing approach as its mass media strategy. As a result, it uses mass media primarily to create the awareness and the understanding of the religion among the public, but not as much to induce belief or faith, to create the acceptance of the ideology or to turn the Catholic principles into practices.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน.....

สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน.....

ปีการศึกษา..... 2537.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *Dr. K. Kitiwat* *Chariya Somprasong*.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยน้ำใจไมตรีและความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่าย ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญ เรือน กิติวัฒน์ ซึ่งกรุณาจัดเป็นที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น ตลอดจนได้สละเวลาอันมีค่าแก่ไขการลำดับความคิดในวิทยานิพนธ์ให้สอดคล้องกันจนสำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำซึ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างแนวคิดและมุมมองด้านต่างๆอย่างหลากหลาย ทั้งในด้านการเรียนและการดำเนินงานวิจัย

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดีกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ผู้ได้ให้ข้อความรู้ และกำลังใจอย่างจริงใจแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณบาทหลวงวรยุทธ์ กิจบำรุง บาทหลวง ดร.สุรชัย ชุ่มศรีพันธ์ บาทหลวงประเสริฐ ตรรกเวศม์ บาทหลวงसानิจ สละวีระวงษ์ บาทหลวง ดร.วิษณุ ทัศนอนันต์ เซอร์ราเชล ศิริกรกุล เจ้าหน้าที่องค์การสื่อมวลชนคาทอลิกทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกในประการต่างๆ

ขอขอบพระคุณบาทหลวงสนัด วิจิตรวงศ์ ผู้จัดการ ชีสเตอร์สมพร กตัญญู อาจารย์ใหญ่ ซึ่งเต็มใจให้เวลาและโอกาสเพื่อการศึกษาสาขาวิชาที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งนี้

ขอขอบพระคุณท่านผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกๆท่าน และเพื่อนร่วมงานโรงเรียนอัสสัมชัญศึกษาซึ่งได้ให้กำลังใจและความร่วมมือรับผิดชอบงานแทน เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ท้ายที่สุด เหนือสิ่งอื่นใด ขอขอบคุณสำหรับความรัก กำลังใจและความช่วยเหลือสนับสนุนโดยไม่มีข้อแม้ที่ คุณทวิช สมประสงค์ และครอบครัวของผู้วิจัยได้ให้แก่ผู้วิจัยโดยเต็มเปี่ยม

จริยา สมประสงค์



บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญแผนภาพ.....	ณ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ข้อสันนิษฐานในการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2. แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง.....	12
ทฤษฎีการจัดการองค์การของมินท์สเบิร์ก.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ในฐานะเป็นตัวเชื่อมโยงสถาบันทาง	
สังคมของเดนิส แมคเคเวล.....	27
แนวความคิดการตลาดเพื่อสังคมของฟิลิป โคทเลอร์.....	29
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
แหล่งข้อมูล.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
วิธีการนำเสนอข้อมูล.....	40

4. ลักษณะโครงสร้างการจัดองค์กรและการกำหนดนโยบายการเผยแพร่	
คริสต์ศาสนานิกายโรมันคาทอลิกในประเทศไทย.....	41
กลไกและการประสานงานของกลไกองค์กรคริสต์ศาสนา.....	41
กลไกองค์กร.....	53
การประสานงานของกลไกองค์กร.....	50
รูปแบบโครงสร้างขององค์กร.....	52
5. บทบาท และกลยุทธ์ การใช้สื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่คริสต์ศาสนา	
นิกายโรมันคาทอลิก ขององค์กรสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย.....	55
การใช้สื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่ขององค์กรสื่อมวลชนคาทอลิก	
ประเทศไทย.....	55
สื่อสิ่งพิมพ์.....	55
สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์.....	67
สื่อโสตทัศนูปกรณ์.....	83
แผนกลยุทธ์การใช้สื่อเชิงการตลาดเพื่อสังคม.....	87
6. สรุปผลการวิจัย.....	89
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	94
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	96
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	96
หนังสืออ้างอิง.....	98
ภาคผนวก.....	100
ประวัติผู้เขียน.....	112

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1	แบบจำลองแสดงองค์ประกอบพื้นฐาน 6 ประการขององค์กร.....	13
2	แบบจำลองแสดงลักษณะการประสานงานของกลไกในองค์กร.....	15
3	แบบจำลองแสดงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อองค์กร..	17
4	แบบจำลองแสดงกระบวนการเสนอผลผลิตที่เป็นรูปธรรมสู่สังคม.....	33
5	แบบจำลองแสดงองค์ประกอบพื้นฐาน ขององค์กรคริสต์ศาสนา ใน ประเทศไทย.....	49
6	แบบจำลองแสดงการประสานกันของกลไกการทำงาน แบบมาตรฐาน ของบรรทัดฐานเป็นเกณฑ์.....	51
7	แบบจำลองแสดงการรวมตัวโดยอุดมการณ์ขององค์กรอาสาสมัคร.....	53