

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยชิ้นนี้ ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากตารางลงรหัสเพื่อการวิเคราะห์เนื้อหา จากการสัมภาษณ์ผู้ทำงานในแวดวงสื่อมวลชนคาทอลิก และจากแบบสอบถามผู้รับสารคาทอลิก ทั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาที่ได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาที่ได้ข้อมูลจากแบบสอบถาม

#### 1. ผลการศึกษาที่ได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา

##### 1.1 การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ :

ข้อมูลในส่วนแรกนี้ ได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง จากสื่อมวลชนคาทอลิกจำนวน 4 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ (อุดมสาร), นิตยสาร (อุดมศานต์), รายการวิทยุ (คาทอลิกบอกเล่า90) และรายการโทรทัศน์ (แสงธรรม) เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2544 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2548 (ยกเว้นรายการวิทยุคาทอลิกบอกเล่า90 ที่เริ่มออกอากาศเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2547) ซึ่งมีจำนวนแบ่งตามประเภทของสื่อมวลชนได้ดังนี้ คือ หนังสือพิมพ์อุดมสารจำนวน 52 ฉบับ (จากทั้งหมด 260 ฉบับ), นิตยสารอุดมศานต์จำนวน 30 ฉบับ (จากทั้งหมด 60 ฉบับ), รายการวิทยุ "คาทอลิกบอกเล่า90" จำนวน 24 ครั้ง (จากทั้งหมด 72 ครั้ง) และรายการโทรทัศน์ "แสงธรรม" จำนวน 26 ครั้ง (จากทั้งหมด 130 ครั้ง) หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติแบบร้อยละ ซึ่งผลจากการศึกษา มีดังต่อไปนี้

#### 1. การนำเสนออุดมการณ์ฯ ผ่านสื่อมวลชนคาทอลิก

ตารางที่ 1 : จำนวนและร้อยละของอุดมการณ์ฯ ที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนคาทอลิก

	ความรัก	สันติภาพ	ยุติธรรม	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	รวม
สื่อคาทอลิก (4 ประเภท)	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ (อุดมสาร)	401 41.38%	169 17.44%	123 12.69%	97 10.01%	179 18.47%	969 100%

	ความรัก	สันติภาพ	ยุติธรรม	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	รวม
นิตยสาร (อุดมศานต์)	255 40.80%	94 15.04%	76 12.16%	80 12.80%	120 19.20%	625 100%
รายการวิทยุ (คาทอลิกฯ 90)	293 51.68%	139 24.52%	52 9.17%	24 4.23%	59 10.41%	567 100%
รายการโทรทัศน์ (แสงธรรม)	94 31.23%	67 22.26%	44 14.62%	47 15.62%	49 16.28%	301 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์อุดมศานต์มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 41.38 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ และอุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพร้อยละ 18.74 และ 17.44 ตามลำดับ

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอผ่านนิตยสารอุดมศานต์มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 40.80 ส่วนอันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ และอุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพคิดเป็นร้อยละ 19.20 และ 15.04 ตามลำดับ

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอผ่านรายการวิทยุคาทอลิกบอกล่า 90 มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 51.68 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 24.52 และ 10.41 ตามลำดับ

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์แสงธรรมมากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 31.23 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 22.26 และ 16.28 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป สื่อมวลชนคาทอลิกทุกประเภทได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรักมากที่สุด ส่วนอุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนออันดับต่อมามีลักษณะที่แตกต่างกันไป กล่าวคือ สื่อสิ่งพิมพ์คาทอลิก (หนังสือพิมพ์อุดมศานต์ และนิตยสารอุดมศานต์) ได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีของมนุษย์ และอุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพเป็นอันดับที่ 2 และ 3 ตามลำดับ ในขณะที่สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์คาทอลิก ได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ รองลงมาเป็นอันดับที่ 2 และ 3 ตามลำดับ

เป็นที่น่าสังเกตว่า อุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรม และสิทธิมนุษยชนได้รับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนคาทอลิกในอันดับท้ายๆ ของตาราง โดยที่หนังสือพิมพ์อุดมศานต์ และรายการวิทยุคาทอลิกบอกล่า 90 ได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนคิดเป็นร้อยละเพียง 10.01 และ 4.23 ส่วนนิตยสารอุดมศานต์ และรายการโทรทัศน์แสงธรรมได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมเป็นอันดับสุดท้ายเพียงร้อยละ 12.16 และ 14.62 ตามลำดับ

## 2. การนำเสนออุดมการณ์ฯ ผ่านสื่อมวลชนคาทอลิก ในรูปแบบ (Form) ต่างๆ

ตารางที่ 2 : จำนวนและร้อยละของอุดมการณ์ฯ ที่นำเสนอในรูปแบบต่างๆ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์คาทอลิก

รูปแบบในการนำเสนอ	ความรัก ร้อยละ	สันติภาพ ร้อยละ	ยุติธรรม ร้อยละ	สิทธิมนุษยชน ร้อยละ	ศักดิ์ศรีมนุษย์ ร้อยละ	รวม ร้อยละ
ข่าว	199 36.05%	114 20.65%	67 12.14%	65 11.78%	107 19.38%	552 100%
บทบรรณาธิการ	28 59.58%	3 6.38%	6 12.77%	2 4.26%	8 17.02%	47 100%
บทความ	243 39.07%	93 14.95%	78 12.54%	80 12.86%	128 20.58%	622 100%
สารคดี	13 46.43%	3 10.71%	4 14.29%	4 14.29%	4 14.29%	28 100%
คอลัมน์	139 53.67%	38 14.67%	28 10.81%	18 6.95%	36 13.90%	259 100%
บทสัมภาษณ์	34 40.48%	12 14.29%	16 19.05%	8 9.52%	14 16.67%	84 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า สื่อมวลชนคาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์ฯในรูปแบบต่างๆ ของสื่อสิ่งพิมพ์คาทอลิก (หนังสือพิมพ์อุดมสารและนิตยสารอุดมศาสน์) โดยอุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "ข่าว" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 36.05 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 20.65 และ 19.38 ตามลำดับ

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "บทบรรณาธิการ" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 59.58 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ และอุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมคิดเป็นร้อยละ 17.02 และ 12.77 ตามลำดับ

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "บทความ" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 39.07 ส่วนอันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ และอุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพคิดเป็นร้อยละ 20.58 และ 14.95 ตามลำดับ

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "สารคดี" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักร้อยละ 46.43 ส่วนอันดับที่ 2 มีหลายอุดมการณ์คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรม สิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 14.29 และอุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "สารคดี" น้อยที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพคิดเป็นเพียงร้อยละ 10.71

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "คอลัมน์" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 53.67 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 14.67 และ 13.90 ตามลำดับ

∴ อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "บทสัมภาษณ์" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 40.48 ส่วนอันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรม และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 19.05 และ 16.67 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป สื่อสิ่งพิมพ์คาทอลิก (หนังสือพิมพ์อุดมสาร และนิตยสารอุดมสานต์) ได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรักมากที่สุดในทุกๆ รูปแบบที่มีในสื่อสิ่งพิมพ์คาทอลิก ส่วนอันดับ 2 นั้น ปริมาณการนำเสนออุดมการณ์ได้กระจายอยู่ในหลายรูปแบบ คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "ข่าว" และ "คอลัมน์" อุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "สารคดี" และ "บทสัมภาษณ์" อุดมการณ์สิทธิมนุษยชนได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "สารคดี" และ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "บทบรรณาธิการ" และ "บทความ"

เป็นที่น่าสังเกตว่า อุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรม และสิทธิมนุษยชนได้รับการนำเสนอจากสื่อสิ่งพิมพ์คาทอลิกในอันดับท้ายๆ ตารางเช่นเคย โดยสื่อสิ่งพิมพ์คาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนในรูปแบบของ "ข่าว บทบรรณาธิการ คอลัมน์ และบทสัมภาษณ์" คิดเป็นเพียงร้อยละ 11.78, 4.26, 6.95 และ 9.52 ตามลำดับ ส่วนอุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "บทความ" เพียงร้อยละ 12.54

ตารางที่ 3 : จำนวนและร้อยละของอุดมการณ์คาทอลิก ที่นำเสนอในรูปแบบต่างๆ ของสื่อวิทยุ

	ความรัก	สันติภาพ	ยุติธรรม	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	รวม
(รูปแบบในการนำเสนอ)	ความดี ร้อยละ	ความดี ร้อยละ	ความดี ร้อยละ	ความดี ร้อยละ	ความดี ร้อยละ	ความดี ร้อยละ
การพูดคุย	141 46.08%	85 27.78%	36 11.77%	16 5.23%	28 9.15%	306 100%
บทเพลง	152 58.24%	54 20.69%	16 6.13%	8 3.07%	31 11.88%	261 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า สื่อมวลชนคาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์ผ่านรูปแบบต่างๆ ของสื่อวิทยุคาทอลิกในรายการ "คาทอลิกบอกเล่า90" โดยอุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "การพูดคุย" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 46.08 อันดับรองลงมา คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมคิดเป็นร้อยละ 27.78 และ 11.77 ตามลำดับ

และอุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "บทเพลง" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 58.24 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 20.69 และ 11.88 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป สื่อวิทยุคatholicรายการ "คาทอลิกบอกเล่า90" ได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรักมากที่สุด ในทั้ง 2 รูปแบบรายการ คือ รูปแบบของ "การพูดคุย" และ "บทเพลง" ส่วนอันดับที่ 2 และ 3 เป็นอุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และสิทธิมนุษยชนตามลำดับในทั้ง 2 รูปแบบรายการเช่นกัน

∴ นำสังเกตว่า อุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนได้รับการนำเสนอจากสื่อวิทยุคatholicในรายการ "คาทอลิกบอกเล่า90" ในอันดับท้ายตารางเช่นเคย โดยที่สื่อวิทยุคatholicได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนในรูปแบบของ "การพูดคุย" และ "บทเพลง" คิดเป็นร้อยละ 5.23 และ 3.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 : จำนวนและร้อยละของอุดมการณ์คatholic ที่นำเสนอในรูปแบบต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์

	ความรัก	สันติภาพ	ยุติธรรม	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	รวม
(รูปแบบในการนำเสนอ)	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
การพูดคุย	31 31.63%	24 24.49%	19 19.39%	11 11.23%	13 13.27%	98 100%
สารคดี	14 37.84%	8 21.62%	4 10.81%	5 13.51%	6 16.22%	37 100%
การสนทนา	4 25.00%	3 18.75%	1 6.25%	4 25.00%	4 25.00%	16 100%
การสัมภาษณ์	7 25.93%	5 18.52%	3 11.11%	6 22.22%	6 22.22%	27 100%
ข่าวสั้น	15 28.85%	11 21.15%	9 17.31%	10 19.23%	7 13.46%	52 100%
การตอบคำถาม	23 32.39%	16 22.54%	8 11.27%	11 15.49%	13 18.31%	71 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า สื่อมวลชนคatholicได้นำเสนออุดมการณ์ผ่านรูปแบบต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์คatholicในรายการ "แสงธรรม" โดยอุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "การพูดคุย" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 31.63 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมคิดเป็นร้อยละ 24.49 และ 19.39 ตามลำดับ

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "สารคดี" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 37.84 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 21.62 และ 16.22 ตามลำดับ

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "การสนทนา" มากที่สุดมีด้วยกัน 3 อุดมการณ์คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรัก สิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีมนุษย์ คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนอันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมคิดเป็นร้อยละ 18.75 และ 6.25

อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "สัมภาษณ์" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 25.93 อันดับรองลงมาคือ 2 อุดมการณ์คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน และ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 22.22 เท่ากัน

∴ อุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "ข่าวสั้น" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 28.85 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนคิดเป็นร้อยละ 21.15 และ 19.23 ตามลำดับ

และอุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบของ "การตอบคำถาม" มากที่สุด คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 32.39 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นร้อยละ 22.54 และ 18.31 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป สื่อโทรทัศน์คาทอลิกรายการ "แสงธรรม" ได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรักมากที่สุดในทุกๆ รูปแบบรายการ และในอันดับที่ 2 สื่อโทรทัศน์คาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพในทุกๆ รูปแบบรายการเช่นกัน ส่วนในอันดับที่ 3 ได้มีการนำเสนอด้วยรูปแบบต่างๆ ในปริมาณที่แตกต่างกันไป กล่าวคือ สื่อโทรทัศน์คาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมในรูปแบบของ "การพูดคุย การสนทนา และการสัมภาษณ์" และได้้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนในรูปแบบของ "ข่าวสั้น" และได้้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ในรูปแบบของ "สารคดี และการตอบคำถาม"

เป็นที่น่าสังเกตว่า อุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมได้รับการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์คาทอลิก รายการ "แสงธรรม" อยู่ในอันดับท้ายๆ ตารางถึง 4 รูปแบบด้วยกัน กล่าวคือ "สารคดี การสนทนา การสัมภาษณ์ และการตอบคำถาม" และคิดเป็นเพียงร้อยละ 10.81, 6.25, 11.11 และ 11.27 ตามลำดับ ส่วนอุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนได้รับการนำเสนอรั้งท้ายในรูปแบบของ "การพูดคุย" คิดเป็นร้อยละ 11.23 และอุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ได้รับการนำเสนอน้อยที่สุด ในรูปแบบของ "ข่าวสั้น" เพียงร้อยละ 13.46 เท่านั้น

## 1.2 การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ :

ข้อมูลการวิจัยข้างต้นนี้ ชี้ให้เราเห็นว่า สื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์หลักของคาทอลิก ทั้ง 5 ประการ คือ ความรัก สันติภาพ ความยุติธรรม สิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีมนุษย์ โดยอุดมการณ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุด ได้แก่ อุดมการณ์เกี่ยวกับความรัก อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์ (ในสื่อสิ่งพิมพ์) และอุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ (ในสื่อวิทยุ-โทรทัศน์) แต่สิ่งที่น่าสนใจในกระบวนการสื่อสารของสื่อมวลชนคาทอลิกคือ "วิธีการนำเสนอ" อุดมการณ์ของสื่อมวลชนคาทอลิก

ดังนั้น ในการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพนี้ ผู้วิจัยจะพิจารณาถึง "วิธีการนำเสนอ" อุดมการณ์ของสื่อมวลชนคาทอลิก โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาของสื่อมวลชนคาทอลิกแต่ละประเภท และได้ค้นพบลักษณะที่สำคัญของ "วิธีการนำเสนอ" อุดมการณ์ของสื่อมวลชนคาทอลิก 5 ประการ ดังต่อไปนี้

### 1. การอ้างคำ หรือประโยคที่เกี่ยวกับอุดมการณ์คาทอลิก จากคัมภีร์ไบเบิล

จากการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยพบว่า การนำเสนอเนื้อหาด้วยการอ้างคำ หรือประโยคที่เกี่ยวกับ อุดมการณ์จากพระคัมภีร์นั้น ส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือในเนื้อหาของบทความ หรือในเนื้อสารที่ผู้เขียน ต้องการจะสื่อได้เป็นอย่างดี และยังเป็น การเพิ่มคุณค่ากับอุดมการณ์นั้นๆ ให้มีน้ำหนักมากขึ้นอีกด้วย

ในคอลัมน์ "พจนมาลา" ของอุชเชนี จากนิตยสารอุดมศานต์ ฉบับเดือนมกราคม ค.ศ.2005 (2548) ได้ตีพิมพ์บทร้อยกรองชิ้นหนึ่งที่มีชื่อว่า "บัญญัติรัก" แต่งโดยผู้ประพันธ์ที่ใช้นามปากกาว่า มาริธา และเนื้อหาสาระของบทร้อยกรองนี้ ได้บรรยายถึงลักษณะสำคัญของความรัก ซึ่งเป็นอุดมการณ์หลักของคาทอลิกนั่นเอง

“บัญญัติแห่งรักศักดิ์สิทธิ์	นำจิตหนุนใจให้ขึ้น
รักจึงยิ่งใหญ่ยั่งยืน	วันคืนชื่นชมสมใจ
รักแท้อดทนทุกอย่าง	เสริมสร้างพลังสดใส
อบอุ้มหนุนทรวงห่วงใย	รักให้ไม่หวังรางวัล
รักไม่ยโสโอ้อวด	ยอมปวดยอมเจ็บเก็บกลิ่น
รักไม่ส่อเสียดเหยียดกัน	รักมั่นก่อเจตนเมตตา
รักไม่จดจำความผิด	รักไม่มีจิตริษยา
รักไม่หยาบคายวาจา	รักเกื้อกรณาอาจินต์
รักไม่ฉุนเฉียวเกรี้ยวโกรธ	รักไม่กล่าวโทษติฉิน
รักไร้ชั้นชนยลยิน	รักรินน้ำใจไม่จาง
รักจึงอภัยให้ได้หมด	รักลดใจหยาบกระด้าง
รักมองดวงใจไว้วาง	รักล้างความชั่วกมลใจ
รักไม่ยึดติดถือมั่น	รักหมั่นดูแลแก้ไข
รักเสียสละรับใช้	รักไม่เห็นแก่ตัวเอง
รักจริงยิ่งชอบตบสนอง	รักลวงเรียกร้องรุกร่ง
รักสร้างอารมณ์ครั้นเครง	รักสรรบทเพลงแผ้วเพลิน
รักนี้ยิ่งใหญ่ในโลก	ดับโศกสร้างสุขสรรเสริญ
สันติผลิบานจำเวิญ	เทิดเทินบัญญัติรักนิรันดร”

เนื้อหาของร้อยกรองนี้ ดัดแปลงมาจากเนื้อความตอนหนึ่งในพระคัมภีร์ไบเบิล คือ บทจดหมายของนักบุญเปาโล ถึงชาวโครินธ์ฉบับที่หนึ่ง บทที่ 13 ข้อ 4-7 ซึ่งมีข้อความเขียนไว้ว่า “ความรักนั้นอดทนนาน และกระทำคุณให้ ความรักไม่อิจฉา ไม่อวดตัว ไม่หยิ่งผยอง ไม่หยาบคาย ไม่คิดเห็นแก่ตนเองฝ่ายเดียว ไม่ฉุนเฉียว ไม่ช่างจดจำความผิด ไม่ชื่นชมยินดีเมื่อมีการประพฤติผิด แต่ชื่นชมยินดีเมื่อประพฤติ

ชอบ ความรักทนได้ทุกอย่าง แม้ความผิดของคนอื่น และเชื่อในส่วนดีของเขาอยู่เสมอ และมีความหวังอยู่เสมอ และทนต่อทุกอย่าง" (1คร 13. 4-7)

เมื่อพิจารณาดูเนื้อหาของร้อยกรองที่คัดมานี้ จะเห็นได้ว่าเป็นการถอดความหมายจากข้อความในคัมภีร์ไบเบิล ที่กล่าวถึงอุดมการณ์เกี่ยวกับความรักนั่นเอง โดยผู้ประพันธ์ได้สร้างความดึงดูดใจให้กับผู้อ่านด้วยการทำให้ข้อความธรรมดาๆ กลับเป็นสิ่งที่น่าสนใจด้วยรูปแบบของร้อยกรองที่ไพเราะ น่าจดจำ และนำไปปฏิบัติในชีวิต ซึ่งถ้าฟังแต่เนื้อหาสาระก็มีความหมายที่ดี มีคุณค่ามากพออยู่แล้ว แต่ด้วยภาษาสื่อที่ไม่ธรรมดาของผู้เขียน จึงได้ช่วยให้อุดมการณ์เกี่ยวกับความรักในคอสลัมนี้ดังกล่าวนั้น มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นมากทีเดียว

## 2. การนำเสนอตัวอย่างชีวิตของบุคคลร่วมสมัย เพื่อให้ภาพของอุดมการณ์เด่นชัดขึ้น

จากการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้พบว่า การนำเสนอเนื้อหาด้วยการนำตัวอย่างชีวิตของบุคคลสำคัญมาประกอบนั้น จะทำให้ผู้อ่านมองเห็นภาพของอุดมการณ์ที่ผู้เขียนต้องการจะสื่อได้ชัดเจนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และสิ่งที่สำคัญว่านั่นก็คือ หากบุคคลตัวอย่างที่กล่าวถึง เป็นบุคคลร่วมสมัยด้วยแล้ว ก็จะทำให้ผู้อ่านมองเห็นถึงความเป็นไปได้ที่จะรับรู้ เข้าใจ และนำเอาอุดมการณ์ที่แทรกอยู่ในเนื้อหานั้นไปปฏิบัติในชีวิตของตน เพราะบุคคลร่วมสมัยที่ผู้เขียนได้อ้างถึงนั้น ถือเป็นหลักประกันที่ยืนยันได้เป็นอย่างดีว่า อุดมการณ์ดังกล่าวสามารถเป็นไปได้ในโลกปัจจุบัน ณ เวลานั้นๆ ที่ผู้อ่านกำลังดำเนินชีวิตอยู่

ในคอสลัมน์ "ระหว่างเดือน" ของบาทหลวงประยูร พงศ์พิชญ์ ซึ่งเป็นคอสลัมน์ประจำของนิตยสารอุดมศาสตร์ ในฉบับเดือนมีนาคม ค.ศ.2005 (2548) ได้ลงบทความเกี่ยวกับสันติภาพ ซึ่งเป็นอุดมการณ์ที่สำคัญอุดมการณ์หนึ่งของผู้คนในสังคมโลก โดยเนื้อหาของบทความดังกล่าว มีชื่อว่า "พระสังฆราชแห่งสันติภาพ" ซึ่งมีเนื้อความบางส่วนดังนี้

"อุดมการณ์แห่งสันติภาพอันมีค่า แม้จะดีเลิศ และมากล้นด้วยสรรพคุณปานใด หากไม่ได้นำไปสู่การปฏิบัติสร้างสรรค์ ก็จะไม่มียลอันใดที่เป็นจริงเกิดขึ้น ฉะนั้นจึงจำเป็นที่เราจะต้องถือเป็นหน้าที่ของเราทุกคน และแทบจะต้องถือได้ว่า "สันติภาพ สันติสุข" นั้นเป็นดังสัญชาตญาณสามัญสำนึกและมโนสำนึกของเราทุกคนเลยทีเดียว แต่ในเวลาเดียวกันเพื่อให้ได้มาซึ่งสันติภาพ เราจำเป็นต้องตัดสินใจเลือกใช้แต่เฉพาะสันติวิธี (Non Violence) เพราะว่ามันคือ จิตตารมณ์ อุดมการณ์ และวิธีการของพระเยซูคริสต์เจ้าด้วย และดังนี้ บรรดาศิษย์ของพระองค์จึงไม่พึงทำอะไรรบกวนกร่อนนกรอย หรือให้ละเมิดล่วงล้ำมากไปกว่านี้ นอกนั้น เรายังถือว่าวัฒนธรรมเพื่อสันติภาพ เป็นวัฒนธรรมของพระเยซูคริสต์เจ้าด้วย เพราะสอดคล้องกับคำสอนของพระองค์ที่ว่าด้วยความรัก เมตตา ความเสียสละ และการให้อภัย ไม่ตอบแทนความรุนแรงด้วยความรุนแรง ด้วยประการทั้งปวง"



สิ่งที่น่าสนใจในบทความนี้ ไม่ใช่แต่เพียงเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวกับสันติภาพ ซึ่งเป็นอุดมการณ์ที่มนุษย์ทุกคนแสวงหาอยู่ในปัจจุบันเท่านั้น แต่ผู้เขียนยังได้กล่าวถึงบุคคลสำคัญท่านหนึ่ง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั่วไปในยุคนี้เมื่อกล่าวถึงคำว่า สันติภาพ นั่นก็คือ พระสังฆราชคาร์ลอส เบโล (Carlos Belo) แห่งสังฆมณฑลดิลี (Dili) ประเทศติมอร์ตะวันออก (East Timor) ผู้ได้รับรางวัลโนเบลอันทรงเกียรติด้านสันติภาพ ในฐานะพระสังฆราชแห่งสันติภาพ ผู้มีส่วนในการนำอิสรภาพมาให้กับประเทศติมอร์ตะวันออก หลังจากที่ถูกอยู่ภายใต้การปกครองของอินโดนีเซียมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1975 (2518) โดยผู้เขียนเล่าประสบการณ์ให้ฟังว่า เมื่อวันที่ 28 มกราคม ค.ศ.2005 (2548) ได้ไปร่วมรับฟังการบรรยายเรื่อง การศึกษาเพื่อสันติภาพ (สันติศึกษา) ณ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC) วิทยาเขตบางนา โดยที่ผู้บรรยายคือ พระสังฆราชคาร์ลอส เบโล ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพนั่นเอง ท่านเป็นผู้ที่เสียสละ อุทิศตน ต่อสู้ เสี่ยงชีวิต ยืนเคียงข้างประชาชน เพื่อรักษามาตุภูมิบ้านเกิดของท่านเอาไว้จนได้รับรางวัลดังกล่าว

ลักษณะเนื้อหาของบทความเช่นนี้ เป็นการนำเอาชีวิตหรือเรื่องราวของบุคคลรวมสมัย ซึ่งในที่นี้ก็คือ พระสังฆราชคาร์ลอส เบโล มาประกอบเนื้อหาที่เกี่ยวกับอุดมการณ์สันติภาพ ซึ่งเป็นประเด็นหลักของบทความ ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในบทความนี้มากยิ่งขึ้น และบุคคลที่ผู้เขียนกล่าวถึงนั้นก็บุคคลที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปในสังคมอีกด้วย ดังนั้น วิธีการนำเสนอเนื้อหาเช่นนี้จึงมีส่วนช่วยให้ผู้อ่านเปิดรับข่าวสารมากขึ้น ทั้งยังช่วยตอกย้ำอีกด้วยว่า สันติภาพนั้นเป็นอุดมการณ์ที่มีความเป็นสากล ซึ่งทุกคนในสังคมโลกสามารถรับรู้ เข้าใจ และนำไปปฏิบัติในชีวิตของตนได้

### 3. การนำเสนออุดมการณ์ ที่ตรงกับเรื่องราว เหตุการณ์ หรือสถานการณ์ในปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้พบว่า การนำเสนอเนื้อหาสาระที่เป็นเรื่องราว เหตุการณ์ หรือสถานการณ์จริงในปัจจุบัน จะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจในอุดมการณ์คาทอลิกที่แทรกอยู่ในเนื้อหาสาระได้ง่าย รวดเร็ว และเข้าใจอุดมการณ์ได้อย่างตรงประเด็น

ในคอลัมน์ "บทความพิเศษ" ของหนังสือพิมพ์อุดมสาร ฉบับที่ 49 ประจำวันที่ 5-11 ธันวาคม ค.ศ.2004 (2547) ได้ตีพิมพ์บทความหนึ่งเกี่ยวกับ "ศาสนาคาทอลิกกับการทำงานด้านเอดส์" โดยมีคณะกรรมการคาทอลิกเพื่อสุขภาพอนามัย (Catholic Commission for Health Pastoral Care) เป็นผู้ให้ข้อมูล ดังต่อไปนี้

"นอกจากนี้ ศาสนาคาทอลิกยังมีมุมมองว่า โรคเอดส์ไม่ใช่อาญาของพระเจ้า แต่เป็นสัญญาณแห่งกาลเวลา ซึ่งเตือนเราให้ลงมือปฏิบัติจิตตารมณ์แห่งความรักอย่างจริงจังด้วยการตอบสนองสิ่งที่ผู้ป่วยต้องการ กล่าวคือ ไม่ถูกทอดทิ้ง ไม่ถูกละเลย และไม่ถูกเหยียดหยามเหมือนเป็นขยะสังคม ตรงข้าม ควรให้เขาเหล่านั้นได้รับความเห็นอกเห็นใจ การเอาใจใส่ และความช่วยเหลือตามสมควร และในขณะเดียวกัน เมื่อพูดถึงการป้องกัน ก็ต้องหันกลับมาที่คำสอนของศาสนาคาทอลิกในเรื่องคุณค่าศักดิ์ศรีของชีวิตและเพศ ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติที่ช่วยให้มนุษย์ได้กลับเข้ามาสู่ความสุขสมบูรณ์ที่แท้จริง และเป็นการป้องกันเอดส์ที่เที่ยงแท้เป็นที่สุด"

ผู้เขียนใช้วิธีการนำเสนออุดมการณ์ที่ตรงสถานการณ์จริงในปัจจุบัน เพราะเมื่อพูดถึงโรคเอดส์แล้ว คงจะไม่มีใครไม่รู้จักเป็นแน่ นับตั้งแต่โรคเอดส์ได้เข้ามาในประเทศไทยเมื่อปี ค.ศ.1984 (2527) โรคเอดส์ก็ไม่เคยจากคนไทยไปไหนอีกเลย มีแต่นับวันยิ่งที่ยิ่งจะทวีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอยู่เรื่อยๆ ในการนำเสนออุดมการณ์ที่เกี่ยวข้องนี้ ผู้เขียนเริ่มด้วยการนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรักว่า เป็นท่าทีที่เราทุกคนควรมีให้กับผู้ป่วยด้วยโรคเอดส์ และยังได้แนะนำถึงวิธีการป้องกันโรคเอดส์อีกด้วยคือ ให้ใช้คำสอนด้านสังคมของศาสนาคาทอลิก ที่ว่าด้วยเรื่องศักดิ์ศรีของชีวิตและเรื่องเพศ เป็นแนวทางปฏิบัติที่สำคัญในชีวิต ซึ่งจะช่วยป้องกันโรคเอดส์ได้ผลอย่างแท้จริง

และในคอลัมน์ "ชาวพระศาสนจักรต่างประเทศ" ของนิตยสารพิมพ์อุดมสาร ฉบับที่ 2 ประจำวันที่ 6-12 มกราคม ค.ศ.2002 (2545) ซึ่งตีพิมพ์เนื้อหาเกี่ยวกับความยุติธรรมและสันติภาพ โดยเสนอรายงานการประชุมสุดยอดของพระสันตะปาปา ยอห์น ปอล ที่ 2 กับเจ้าหน้าที่แห่งสำนักวาติกัน และผู้ที่เกี่ยวข้องอีกหลายคนไว้ว่าดังนี้

"โจอาควิน นาวาร์โร-วัลส์ โฆษกประจำสำนักวาติกันกล่าวหลังจากการประชุมสุดยอด เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม ค.ศ.2001 (2544) ใจความว่า "ผู้นำพระศาสนจักรในอิสราเอล และปาเลสไตน์ได้เรียกร้องให้หยุดความรุนแรงในดินแดนศักดิ์สิทธิ์ และประนีประนอมกัน เพื่อให้เกิดสันติภาพมาสู่ประชาชนของทั้งสองประเทศ" เพราะสันติภาพเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประชาชนเคารพในกฎหมายและความยุติธรรม โดยพระสันตะปาปา ยอห์น ปอล ที่ 2 ได้เรียกประชุมพระสังฆราช 21 องค์ และเจ้าหน้าที่อาวุโสของสำนักวาติกัน ผู้นำพระศาสนจักรในประเทศอเมริกาเหนือ ละตินอเมริกา และยุโรป รวมทั้งผู้มีประสบการณ์การทำงานในตะวันออกกลาง โดยที่เนื้อหาของการประชุมได้เน้นให้พระศาสนจักรดำเนินความพยายามในการ "ประนีประนอม คินติกัน และใช้การเสวนา เพื่อให้เกิดสันติภาพท่ามกลางพี่น้องชาวยิวและชาวมุสลิม" การประชุมสุดยอดครั้งนี้สิ้นสุดลงโดยที่ประชุมดังกล่าวได้ยื่นข้อเรียกร้องที่ก้องกังวาน ต่อชุมชนชาวยิวและชาวมุสลิมในดินแดนศักดิ์สิทธิ์ โดยผลักดันให้พวกเขาช่วยเหลือผู้นำของอิสราเอลและปาเลสไตน์รับรองความยุติธรรมและสันติภาพ"

นี่ก็คืออีกตัวอย่างหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นว่า ผู้เขียนใช้วิธีการนำเสนอเนื้อหาโดยการนำเอาเรื่องราวเหตุการณ์ หรือสถานการณ์จริงในปัจจุบันเป็นตัวดำเนินเรื่อง เพื่อให้ผู้อ่านได้ติดตามสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ไปพร้อมๆ กับการรับรู้และเข้าใจถึงอุดมการณ์คาทอลิกในเวลาเดียวกัน

#### 4. การนำเสนอเรื่องราวที่ทำทนายผู้อ่านให้เกิดการตัดสินใจ

จากการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยพบว่า วิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระด้วยเรื่องราวที่ทำทนาย ทั้งทำทนายไว้ด้วยคำถาม เพื่อให้ผู้อ่านเกิดการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น ย่อมส่งผลให้ผู้อ่านเกิดการไตร่ตรอง

คิดวิเคราะห์ ในเนื้อหาเรื่องราวนั้นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ เพราะเนื้อหาหรือประเด็นคำถามที่ผู้เขียนทิ้งไว้ นั้น เป็นเรื่องราวที่ท้าทายผู้อ่านอ่านเป็นนัยๆ อยู่แล้ว

ในคอลัมน์ "หมายเหตุอุดมสาร" ที่เขียนโดยบรรณาธิการบริหารของหนังสือพิมพ์อุดมสาร ฉบับที่ 33 ประจำวันที่ 10-16 สิงหาคม ค.ศ.2003 (2546) ได้ตีพิมพ์เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน โดยบรรณาธิการฯ ได้เขียนข้อความเกริ่นนำเอาไว้ว่า

"เมื่อสงครามโลกครั้งที่สองจบลง โลกกลับกลายเป็นสมรภูมิแบบใหม่ ที่เรียกว่า "สงครามเย็น" มันกลับกลายเป็นสงครามที่ต่อสู้กันทางอุดมการณ์และแนวคิด โดยใช้อาวุธในรูปแบบใหม่ๆ คือ การประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร เพื่อมุ่งจะทำลายฝ่ายตรงข้ามและเชิดชูอุดมการณ์ของตน อาวุธแบบใหม่นี้มีสื่อสารมวลชนเป็นอาวุธหลัก มีข้อเขียน สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง"

น่าสังเกตว่า ประเด็นที่บรรณาธิการต้องการจะนำเสนอ ไม่ใช่เรื่องของสงครามเย็น แต่เป็นเรื่องของสันติภาพผ่านสื่อมวลชนต่างหาก ดังนั้น ในบรรทัดต่อมา บรรณาธิการจึงเสนอเอกสารของพระศาสนจักรคาทอลิกที่พูดเรื่องเดียวกันคือ "สันติภาพในโลก" (Pacem in Terris) ของบุญราศีพระสันตะปาปายอห์น ที่ 23 ซึ่งพระสันตะปาปาได้กล่าวถึงวลี 4 คำที่เกี่ยวข้องกับอุดมการณ์แห่งสันติภาพคือ ความจริง ความยุติธรรม เสรีภาพ และความรัก

ผู้เขียนค่อยๆ นำเสนอเนื้อหาอุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ โดยใช้เรื่องราวของสงครามเย็นเป็นตัวดำเนินเรื่อง โดยได้ชี้แนะแนวทางในการแก้ปัญหาสงครามเย็นคือ เอกสารของพระศาสนจักรคาทอลิกที่ว่าด้วยเรื่องสันติภาพ และในตอนท้ายของบทความ ผู้เขียนได้สรุปด้วยคำถามอันสำคัญ เพื่อให้ผู้อ่านได้นำไปขบคิดกันต่อไปว่า

"ผู้รับผิดชอบเรื่องสื่อสารมวลชน และผู้บริหารสื่อในปัจจุบัน (ซึ่งรวมถึงผู้อ่านด้วย) ต้องพิจารณาอยู่เสมอๆ ว่า สื่อสารมวลชนที่ตนใช้อยู่ นั้น ได้ส่งเสริมความจริง 4 ประการ อันเป็นจุดเริ่มของสันติภาพที่แท้จริงหรือไม่?"

##### 5. การนำเสนอเรื่องราวที่ใกล้ชิดผู้อ่าน หรือเป็นเรื่องที่สังคมสนใจ

จากการวิเคราะห์เนื้อหา ทำให้ผู้วิจัยพบว่า วิธีการนำเสนอเนื้อหาด้วยเรื่องราวที่ใกล้ชิด หรือเป็นเรื่องราวที่สังคมสนใจนั้น จะส่งผลให้ผู้อ่านเปิดใจกว้าง เพื่อรับรู้เรื่องราวเหล่านั้นได้โดยง่าย ทั้งนี้เพราะเป็นเรื่องราวและเนื้อหาที่ใกล้ชิดผู้อ่าน จนสามารถสัมผัสได้อยู่แทบทุกวัน

ในคอลัมน์ "สิทธิมนุษยชนสนทนา" เขียนโดย ศราวุฒิ ประทุมราช สังกัดคณะกรรมการยุติธรรมและสันติแห่งประเทศไทย ในฉบับเดือนเมษายน ค.ศ.2002 (2545) ได้ตีพิมพ์เนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิต่างๆ ที่บุคคลพึงมี เนื่องในโอกาสวันสตรีสากล (8 มีนาคม) ไว้ว่าดังนี้

“ในรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน ได้บัญญัติรับรองความเท่าเทียมกันของหญิงและชาย ไว้ในมาตรา 30 ที่ว่า บุคคลทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในกฎหมาย และย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกัน ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน แต่ทว่าในความเป็นจริง สิทธิความเท่าเทียมกันระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายนั้นยังเป็นไปได้ยาก โดยมีมูลเหตุจากทัศนคติ ความเชื่อ และประเพณีของสังคม ที่ฝังรากลึกมายาวนานไม่เฉพาะแต่ในสังคมไทย

จากประสบการณ์ในการทำงานด้านสิทธิมนุษยชนพบว่า ทัศนคติที่ว่า ผู้หญิงอ่อนแอ ผู้หญิงไม่เก่งเท่าชาย จึงควรมีการปรับเปลี่ยนกันใหม่ แม้จะเป็นเรื่องที่ยาก แต่ก็ต้องเริ่มดำเนินการตั้งแต่นี้ ใครมีลูกชายต้องสอนให้รู้จักเคารพความเป็นคน ไม่ทำร้าย ว่ากล่าวผู้อื่น รู้จักให้เกียรติ และไม่เอาเปรียบผู้หญิง เพราะเราทุกคนเกิดมาเท่าเทียมกัน จึงสอนลูกทุกคนให้รู้จักคุณค่าและศักดิ์ศรีของมนุษย์ ซึ่งแท้จริงแล้ว ความเป็นหญิงหรือชายนั้นมีอยู่ในตัวตนของคนทุกคนอยู่แล้ว

ปัญหาเรื่องความเท่าเทียมกันของหญิง-ชายในสังคมไทยคงจะดำรงอยู่ต่อไป ตราบเท่าที่ยังไม่มีความเข้าใจบทบาทระหว่างเพศ หากครอบครัวใดมีความเข้าใจ โรงเรียนใดมีการเรียนการสอนในเรื่องนี้ ย่อมเป็นคุณูปการต่อสังคมไทยไม่มากนักน้อย”

ผู้เขียนเริ่มต้นบทความด้วยเรื่องตัวบทกฎหมาย ที่เกี่ยวกับสิทธิพื้นฐานของคนไทย ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวเอามากๆ แต่เชื่อว่า ยังมีคนไทยอีกจำนวนมากที่ยังไม่รู้สิทธิพื้นฐานดังกล่าว จากนั้นผู้เขียนได้โยนเข้าสู่ประสบการณ์ตรงของตนเอง ที่ได้เคยทำงานด้านสิทธิมนุษยชนมาเป็นเวลานาน เพื่อที่จะบอกกับผู้อ่านว่า สังคมควรจะเลิกคิดได้แล้วว่า คนเราไม่เท่าเทียมกัน เพราะโดยพื้นฐานแล้ว มนุษย์แต่ละคนมีความเท่าเทียมกันมาแต่กำเนิด แต่ทว่าเพียงแค่เลิกคิดเท่านั้น คงยังไม่พอ แต่เราต้องนำแนวคิดดังกล่าวไปปฏิบัติในชีวิตจริงของตนเองด้วย จึงจะถือได้ว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดีที่สุด และในตอนท้าย ผู้เขียนได้สรุปให้ผู้อ่านพอจะมองเห็นภาพรวมว่า จุดมการณ์ที่เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน เกี่ยวกับความเท่าเทียมกัน และศักดิ์ศรีมนุษย์นั้น ทุกๆ ฝ่ายในสังคม ไม่ว่าจะเป็นบิดา มารดา และครูบาอาจารย์จะต้องช่วยกันปลูกฝังในจิตสำนึกของเด็กๆ ทั้งที่บ้าน และโรงเรียนไปพร้อมๆ กัน

ดังนั้น เราจะเห็นได้ว่า วิธีการนำเสนอเนื้อหาต่างๆ ของสื่อมวลชนคาทอลิก โดยอาศัยเทคนิคการนำเสนอเรื่องราวที่ใกล้ตัว หรือเรื่องราวซึ่งเป็นที่สนใจของผู้คนในสังคมปัจจุบันนั้น ย่อมจะส่งผลให้ผู้อ่าน หรือผู้รับสารแต่ละคนได้เปิดใจกว้าง เปิดรับจุดมการณ์ที่แทรกอยู่ตามบรรทัดต่างๆ หรือแทรกอยู่ในเนื้อหาสาระของบทความนั้นๆ ได้โดยง่าย และนอกจากนี้ การนำเสนอด้วยวิธีการดังกล่าวนี้ ยังมีส่วนช่วยให้ผู้อ่าน หรือผู้รับสารแต่ละคนได้เกิดการตัดสินใจ ที่จะนำเอาจุดมการณ์นั้นๆ ที่ปรากฏอยู่ ไปปฏิบัติในชีวิตจริงของตนเองอีกด้วย

## 2. ผลการศึกษาที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ข้อมูลในส่วนที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานด้านสื่อมวลชนในแวดวงคาทอลิก ทั้งผู้ที่เคยทำงานในแวดวงสื่อคาทอลิก และผู้ที่กำลังทำงานอยู่ในสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทยเวลานี้ เพื่อศึกษาข้อมูลของสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย และกระบวนการสื่อสารที่ผู้ส่งสารคาทอลิกได้ใช้ในการถ่ายทอดอุดมการณ์ผ่านสื่อมวลชนคาทอลิกประเภทต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

1. อาจารย์ชัยณรงค์ มนเทียรวิเชียรฉาย อดีตผู้บรรยายในรายการโทรทัศน์คาทอลิกแสงธรรม ปัจจุบันเป็นประธานสื่อมวลชนคาทอลิกแห่งประเทศไทย และกรรมการสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย
2. ศิริวรรณ สันติสกุลธรรม อดีตประธานสื่อมวลชนคาทอลิกแห่งประเทศไทย และปัจจุบันเป็นกรรมการสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย
3. บาทหลวงวรยุทธ กิจบำรุง ผู้อำนวยการสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย
4. บาทหลวงพงศ์เทพ ประมวลพร้อม รองผู้อำนวยการสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย
5. บาทหลวงบรรจง สันติสุขนิรันดร์ อดีตผู้บรรยายในรายการโทรทัศน์คาทอลิกแสงธรรม และปัจจุบันเป็นคอลัมนิสต์คอลัมนี "คุยกัน 7 วันหน" ในหนังสือพิมพ์อุดมสาร
6. วชิร กิจสวัสดิ์ หัวหน้ากองบรรณาธิการอุดมสาร และอุดมสานต์
7. สุรวุฒิ นม้นทรัพย์ ผู้รับผิดชอบรายการวิทยุ "คาทอลิกบอกเล่า90"
8. สมานมิตร น่อเร ผู้รับผิดชอบรายการโทรทัศน์คาทอลิก "แสงธรรม"

ทั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานด้านสื่อแต่ละคนตามคำถามที่กำหนดไว้ โดยส่งคำถามไปก่อนล่วงหน้า แล้วตามไปสัมภาษณ์ในวัน-เวลาที่นัดหมาย จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสังเคราะห์เนื้อหา เพื่อรวมประเด็นแนวคิดต่างๆ เข้าด้วยกัน ผลจากสัมภาษณ์ มีดังนี้

### 1. เป้าหมายและบทบาทการทำงานของสื่อมวลชนคาทอลิกในสังคมไทย

จากข้อมูลที่ได้มาจากผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเคยทำงานในองค์กรสื่อมวลชนคาทอลิก หรือผู้ที่กำลังทำงานอยู่ในสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย ณ เวลาก็ตาม ล้วนแต่ให้ความเห็นเกี่ยวกับเป้าหมายของสื่อมวลชนคาทอลิกในสังคมไทยไปในทิศทางเดียวกัน อาทิ

"สื่อมวลชนคาทอลิกจะมีหน้าที่เสนอข่าวสารของคาทอลิก เป็นกระบอกเสียงของพระศาสนจักรคาทอลิกในประเทศไทย โดยนำเสนอในลักษณะของการรายงานข่าว สาส์น หรือบทสัมภาษณ์ที่สะท้อนความคิดเห็นของผู้ใหญ่ในพระศาสนจักร หรือแนวคิดของผู้รับผิดชอบงานด้านสังคมในโอกาสพิเศษต่างๆ" (ชัยณรงค์ มนเทียรวิเชียรฉาย, สัมภาษณ์)

“สื่อมวลชนคาทอลิกต้องประกาศจุดยืนของการเป็นคาทอลิกในสังคมไทยให้ชัดเจนขึ้น เพราะวาทะศาสนจักรคาทอลิกต้องเป็นเสียงมโนธรรมของสังคม และสื่อคาทอลิกต้องนำเสนอคุณค่าแห่งพระวรสาร (คำสอนด้านสังคม) หรือคุณค่าของวัฒนธรรมให้กับสังคมไทยในปัจจุบัน และคอยเตือนสติสังคมว่า ในท่ามกลางกระแสสื่อมวลชนในปัจจุบันนี้ ยังมีสื่อดีๆ ที่มีสาระ เพื่อการบริโภคอยู่ด้วย” (บรรจง สันติสุขนิรันดร์, สัมภาษณ์)

โดยผู้วิจัยพบว่า “เป้าหมาย” ในการทำงานของสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย มีดังนี้

1. เพื่อเป็นศูนย์รวมรวบ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารคาทอลิก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้า และแพร่กระจายข่าวดี คำสอนด้านสังคมของพระศาสนจักรคาทอลิก
3. เพื่อเป็นกระจกสะท้อนให้ผู้คนในสังคมได้รับรู้ถึง ความเป็นคาทอลิกนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร
4. เพื่อเป็นเสียงมโนธรรมของสังคม โดยสะท้อนความจริงที่ควรเป็นให้แก่สังคมในปัจจุบัน
5. เพื่อเป็นตัวกลางสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจระหว่างคาทอลิก และกับผู้คนในสังคม

จากเป้าหมายของสื่อมวลชนคาทอลิกที่กล่าวไปข้างต้นนี้ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานด้านสื่อในแวดวงสื่อมวลชนคาทอลิกส่วนใหญ่แล้ว ล้วนมีความเห็นไม่แตกต่างกันเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนคาทอลิกในสังคมไทย อาทิ

“สื่อมวลชนคาทอลิกจะต้องเป็นศูนย์กลาง ที่รวบรวมข่าวสารข้อมูลของคาทอลิกในประเทศไทย และต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้รับสารคาทอลิกและสังคมไทยได้รับรู้ เพื่อเป็นกระจกสะท้อนให้ผู้คนในสังคมไทยได้เห็นคาทอลิกเป็นอย่างไร พวกเขาทำอะไรบ้าง รวมทั้งยังต้องเป็นปากเป็นเสียงให้กับพระศาสนจักรในการถ่ายทอดคำสอนด้านสังคมที่เกี่ยวกับมนุษย์ เช่น คุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิมนุษยชน เพื่อให้ทุกคนเข้าใจอย่างถูกต้อง และสามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตของตนได้” (วรยุทธ กิจบำรุง, สัมภาษณ์)

“สื่อมวลชนคาทอลิกมีอยู่เพื่อนำเสนอความรักในทุกๆ รูปแบบ โดยควรจะนำเสนอให้มากกว่าที่เป็นอยู่ และมีความลึกซึ้งมากขึ้น ในรูปแบบที่ง่าย ๆ ซึ่งต้องนำเสนอไม่เพียงแต่ความรักระหว่างพระเจ้ากับมนุษย์เท่านั้น แต่ความรักระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ด้วย โดยมองความรักในหลายมิติ และดึงเข้าสู่ชีวิตจริงของผู้คนในสังคมให้มากขึ้น” (ศิริวรรณ สันติสกุลธรรม, สัมภาษณ์)

ซึ่งผู้วิจัยได้พบว่า “บทบาท” ในการทำงานของสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย มีดังนี้

1. รวบรวม เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารคาทอลิก เพื่อให้สังคมรับรู้เรื่องราวของคาทอลิกอย่างถูกต้อง
2. นำเสนอข่าวดี คำสอนของพระศาสนจักร โดยเฉพาะคำสอนด้านสังคมให้กับผู้คนในสังคม
3. สะท้อนอัตลักษณ์ของความเป็นคาทอลิก โดยผ่านทางสื่อมวลชนคาทอลิกทุกประเภท

4. คอยชี้แนะคุณค่า ค่านิยมที่ถูกต้อง และชี้้นำการกระทำต่างๆ ที่ตั้งงามให้กับสังคม
5. สร้างความสัมพันธ์อันในแวดวงคาทอลิก และสร้างความเข้าใจอันดีให้กับผู้คนในสังคม

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า เป้าหมายและบทบาทของสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย คือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ข่าวดี ข้อคำสอน และคำสอนของพระศาสนจักร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คำสอนด้านสังคม ทั้งสำหรับผู้รับสารคาทอลิกและผู้คนทั่วไปในสังคม เพื่อให้ผู้คนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ความ เป็นไปในพระศาสนจักรคาทอลิก และได้รับรู้ถึงข่าวดี หรือคำสอนด้านสังคมของพระศาสนจักรคาทอลิก ซึ่งมีไว้สำหรับทุกๆ คนในสังคม เพราะเนื้อหาสาระของคำสอนด้านสังคมนั้น เป็นคำสอนที่จำเป็นสำหรับ สังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ สื่อมวลชนคาทอลิกยังต้องคอยเป็นเสียงมโนธรรมของสังคม ที่คอยชี้แนะ คุณค่า หรือค่านิยมที่ถูกต้องให้กับสังคม รวมทั้งยังชี้้นำการกระทำที่ต้งงามให้กับผู้คนในสังคมอีกด้วย

กล่าวโดยสรุป แม้ว่าตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา เราจะไม่สามารถพูดได้อย่างเต็มที่ว่า สื่อมวลชนคาทอลิกได้บรรลุเป้าหมายต่างๆ ที่วางไว้ทุกประการอย่างดีเยี่ยม แต่เราก็ต้องยอมรับด้วยว่า สื่อมวลชนคาทอลิกได้แสดงจุดยืน และบทบาทที่สำคัญของตนอย่างแข็งขันเสมอมา ไม่ว่าจะเป็นบทบาท ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นำเสนอคำสอนด้านสังคม การสะท้อนความเป็นคาทอลิก การชี้แนะคุณค่า ค่านิยมที่ถูกต้องในสังคม ฯลฯ ซึ่งในที่สุดแล้ว สื่อมวลชนคาทอลิกจะยังคงดำรงอยู่ต่อไปในสังคม โดยพร้อมเสมอที่จะทำหน้าที่ของตนตามบทบาท และเป้าหมายที่วางไว้ให้สำเร็จลุล่วงมากยิ่งขึ้นๆ ขึ้นต่อไป

## 2. เกณฑ์ในการเลือกเนื้อหา เพื่อนำเสนออุดมการณ์ในสื่อมวลชนคาทอลิก

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นคาทอลิกแต่กำเนิด เติบโตมาในแวดวงของศาสนาคริสต์ และยังได้รับการศึกษาอบรมในโรงเรียนของคาทอลิกอีกด้วย ทั้งนี้ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ 3 ท่านเป็นบาทหลวง และได้รับการอบรมศึกษาชั้นสูงเกี่ยวกับหลักธรรม คำสอนของ พระศาสนจักรคาทอลิก ดังนั้น อาศัยคุณสมบัติส่วนตัว และพื้นฐานในด้านการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์ แต่ละคน ที่ส่งผลต่อวิถีคิด กระบวนการตัดสินใจ และการคัดเลือกข้อมูลข่าวสาร เพื่อที่จะนำเสนอเนื้อหา ในสื่อมวลชนแต่ละประเภท ที่ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนมีส่วนร่วมรับผิดชอบอยู่

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานด้านสื่อในแวดวงสื่อมวลชนคาทอลิก ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนได้ให้ แนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาของสื่อฯ ในลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

"เกณฑ์ในการคัดเลือกอุดมการณ์ฯ เพื่อนำเสนอในสื่อมวลชนคาทอลิกคือ ต้องเป็นอุดมการณ์ที่ คนไทยเข้าใจได้ มีลักษณะใกล้เคียงกับนิสัยใจคอ และวัฒนธรรมของไทย ต้องเป็นอุดมการณ์ที่ ก่อให้เกิดการทำลายให้ลงมือทำ ลงมือปฏิบัติอุดมการณ์นั้นๆ เช่น อุดมการณ์แห่งความรักที่ หลายครั้งเรียกร้องน้ำใจของเราที่จะต้องให้อภัยคนที่ไม่น่าให้อภัย หรือทำลายเราให้เสียสละ สิ่งที่เรารัก หวงแหนมากที่สุด หรือทำลายเราให้ต้องรับใช้คนที่ไม่น่าจะรับใช้ ต้องเป็นอุดมการณ์ ที่ทำแล้วเกิดผลดีแก่สังคม โดยมีตัวอย่างของบุคคลที่นำอุดมการณ์นั้นไปปฏิบัติแล้วมานำเสนอ

ให้เห็นเป็นรูปธรรม หรือต้องเป็นอุดมการณ์ที่ไม่นำไปสู่ความขัดแย้ง หรือความรุนแรงในสังคม” (พงศ์เทพ ประมวลพร้อม, สัมภาษณ์)

“หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกอุดมการณ์เพื่อนำเสนอในสื่อมวลชนคาทอลิกก็คือ ในฐานะที่เป็นสื่อศาสนา หลักข้อแรกคือ ต้องสอดคล้องกับข้อคำสอนของพระศาสนจักร เช่น เรามีคำสอนเรื่องศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ดังนั้น บทความที่ส่งเสริมชีวิตมนุษย์ก็ใช้ได้ แต่บทความที่สนับสนุนการทำแท้งก็ใช้ไม่ได้ ต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น ในรายการวิทยุ ปกติเราจะดูทิศทางงานอภิบาลของพระศาสนจักรเป็นหลัก เช่น ในปีนี้ (ค.ศ.2006 / 2549) เป็นปีแห่งการแพร่ธรรม เราก็เตรียมหัวข้อในแนวของการแพร่ธรรม แต่พร้อมเสมอที่จะปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน” (วรยุทธ กิจบำรุง, สัมภาษณ์)

จากแนวคิดของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน ผู้วิจัยจึงได้พบว่า หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาของสื่อมวลชนคาทอลิก มีดังต่อไปนี้

1. ไม่ขัดกับข้อคำสอนของพระศาสนจักรคาทอลิก เช่น คำสอนเรื่องศักดิ์ศรีมนุษย์ ความรัก ฯลฯ
2. สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน หรือสิ่งที่สังคมกำลังต้องการ (เครื่องหมายแห่งกาลเวลา)
3. เป็นอุดมการณ์ที่เป็นเรื่องใกล้ตัว เชื่อมโยงกับชีวิต คนไทยรับได้ เข้าได้กับวัฒนธรรมไทย
4. เป็นอุดมการณ์ที่ท้าทายให้ผู้รับสารนำไปปฏิบัติ มีตัวอย่าง และเกิดประโยชน์ต่อสังคม
5. ต้องเดินตามนโยบาย และเป้าหมายขององค์กรสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย

แม้ว่าจะมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูลข่าวสาร เพื่อนำเสนออุดมการณ์คาทอลิกแล้วก็ตาม แต่ในกระบวนการสื่อสารก็ยังมีตัวแปรอื่นอีกหลายประการ ที่สื่อมวลชนคาทอลิกใช้ประกอบการตัดสินใจในการคัดเลือกอุดมการณ์เพื่อนำเสนออีกด้วย อาทิ นโยบายของสถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ที่สื่อมวลชนคาทอลิกไปออกรายการ สถานการณ์ที่จำเป็นเร่งด่วนในขณะนั้น เช่น กรณีพระสันตะปาปาสิ้นพระชนม์ สถานการณ์ของสังคมบ้านเมือง หรือแม้แต่ปรัชญา แนวคิดส่วนตัวของผู้ทำงานด้านสื่อฯ ก็มีผลเช่นกัน

### 3. รูปแบบในการนำเสนออุดมการณ์คาทอลิกที่ต่างกัน

จากข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้พบว่า สื่อมวลชนคาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์คาทอลิกที่ต่างกัน เช่น ความรัก สันติภาพ ความยุติธรรม ฯลฯ ด้วยรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่ต่างกันของสื่อมวลชนแต่ละประเภท เช่น สื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรัก สันติภาพ ความยุติธรรมด้วยรูปแบบ “ข่าว” ในสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรัก สันติภาพ ความยุติธรรมด้วยรูปแบบ “การพูดคุย” ในสื่อวิทยุ และสื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรัก สันติภาพ ความยุติธรรมด้วยรูปแบบ “สารคดี” ในสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น



“เมื่อมีอุดมการณ์ที่ต่างกัน สื่อมวลชนคาทอลิกจะนำเสนอในรูปแบบ หรือวิธีการเดียวกัน เพราะเห็นว่า แม้อุดมการณ์จะแตกต่างกัน เช่น ความรัก สันติภาพ ความยุติธรรม แต่ทุกๆ อุดมการณ์ ก็มีส่วนเกี่ยวข้องถึงกันหมดในตัวตน หรือในความเป็นมนุษย์ ดังนั้น จึงสามารถนำเสนอด้วยรูปแบบที่เหมือนกันได้” (ศิริวรรณ สันติสกุลธรรม, สัมภาษณ์)

“เรื่องของความรัก สันติภาพ ความยุติธรรม สิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีของมนุษย์ ล้วนแต่เป็น อุดมการณ์คาทอลิกในแง่ของคุณค่า จริยธรรมที่ดั่งามทั้งสิ้น ดังนั้น รูปแบบการถ่ายทอดจึงใช้วิธีเดียวกันได้ เช่น การนำเสนอเรื่องราวของความรัก สันติภาพ ความยุติธรรมในรูปแบบของการสนทนา การพูดคุยผ่านสื่อโทรทัศน์ หรือการนำเสนอเรื่องของความรัก สันติภาพในรูปแบบของบทเพลงแห่งความรักที่นำสู่สันติภาพในสังคมผ่านสื่อวิทยุ และการนำเสนอเรื่องความรัก ความยุติธรรม สิทธิมนุษยชน หรือศักดิ์ศรีของมนุษย์ในรูปแบบของบทความผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น” (พงศ์เทพ ประมวลพร้อม, สัมภาษณ์)

#### 4. รูปแบบในการนำเสนออุดมการณ์คาทอลิก ไปยังผู้รับสารที่ต่างกัน

จากข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า สื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์ไปยังผู้รับสารที่แตกต่างกัน เช่น เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ ฯลฯ ด้วยรูปแบบของการนำเสนอที่ไม่ต่างกัน กล่าวคือ สื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรักไปยังผู้รับสารที่เป็นเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ ด้วยรูปแบบของ “บทความ” ในสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรักไปยังผู้รับสารที่เป็นเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุด้วยรูปแบบของ “บทเพลง” ในสื่อวิทยุ หรือสื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรักไปยังผู้รับสารที่เป็นเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุด้วยรูปแบบของ “การสนทนา” ในสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น

โดยปกติ สื่อมวลชนคาทอลิกจะมีกลุ่มเป้าหมายร่วมกัน คือ เป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาและอาชีพ สื่อมวลชนคาทอลิกไม่ได้แยกกลุ่มเป้าหมายเอาไว้โดยเฉพาะเจาะจง แต่มักจะนำเสนอเนื้อหาธรรมๆ ไปยังผู้รับสารทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาและอาชีพ โดยอาจจะมีส่วนในสื่อสิ่งพิมพ์ ที่สามารถพบ “คอลัมน์สำหรับเด็กและเยาวชน” ดังคำสัมภาษณ์บางตอนที่ว่า

“โดยปกติ รูปแบบการนำเสนอของสื่อคาทอลิกก็จะนำเสนอไปตามสื่อแต่ละประเภทที่ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยรวม แต่สำหรับเด็กและเยาวชนจะมีมุมของตนอยู่บ้างในสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อนำเสนออุดมการณ์คาทอลิกไปยังผู้รับสารวัยเยาว์เหล่านั้น นอกนั้นก็เป็นการส่งสารโดยรวมๆ มากกว่า” (ชัยณรงค์ มนเทียรวิเชียรฉาย, สัมภาษณ์)

“จริงๆ แล้ว รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาจะเหมือนหรือเป็นรูปแบบเดียวกันได้ โดยจะไปต่างกัน ในรายละเอียด เช่น หากเขาอายุเป็นเกณฑ์ เราสามารถใช้รูปแบบ (บทเพลง) ในการนำเสนอได้

แต่ไปต่างกันตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เช่น สำหรับเด็ก เราก็ทำสื่อเพลงง่ายๆ ให้เด็กรับรู้ได้ หากเป็นเยาวชน เราก็ทำเป็นเพลงที่มีความหมาย สามารถนำไปร้องหรือทำกิจกรรมกลุ่มได้ และหากเป็นผู้ใหญ่ เราก็ทำเป็นบทเพลงสวด หรือเพลงรำพึง ที่สามารถฟังฟังขณะทำงาน หรือขณะขับรถได้” (พงศเทพ ประมวลพร้อม, สัมภาษณ์)

##### 5. รูปแบบในการนำเสนออุดมการณ์คาทอลิก ผ่านสื่อฯ ที่ต่างกัน

จากข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า สื่อมวลชนคาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์ฯ ผ่านสื่อคาทอลิกแต่ละประเภท เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ หรือสื่อโทรทัศน์ ด้วยรูปแบบที่ไม่ต่างกันของสื่อแต่ละประเภท เช่น สื่อมวลชนคาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรัก หรือสันติภาพในรูปแบบของ “บทบรรณาธิการ” ในสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อมวลชนคาทอลิกได้นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรัก หรือสันติภาพในรูปแบบของ “บทเพลง” ในสื่อวิทยุ และสื่อมวลชนคาทอลิกนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับความรัก หรือสันติภาพในรูปแบบของ “การสัมภาษณ์” ในสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“รูปแบบในการนำเสนอจะไม่ต่างกัน ตามลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท เช่น อุดมสารก็เห็นนำเสนอเนื้อหาของตนในรูปแบบของบทความ ส่วนรายการวิทยุก็นำเสนอในลักษณะของบทเพลงดีๆ หรือพูดคุยกับผู้ฟัง ส่วนรายการโทรทัศน์ก็เห็นนำเสนอด้วยการสนทนา หรือสารคดีสั้นเป็นตอนๆ” (ศิริวรรณ สันติสกุลธรรม, สัมภาษณ์)

“สื่อคาทอลิกของเรามักจะนำเสนอเนื้อหาในลักษณะหรือรูปแบบที่มีอยู่ เช่น อุดมสารก็นำเสนอในรูปแบบของรายงาน ข่าวกิจกรรม-เหตุการณ์-ความเคลื่อนไหว บทสัมภาษณ์ บทความแสดงความคิดเห็น หรือคอยแนะนำหน่วยงานต่างๆ ของพระศาสนจักร ส่วนรายการวิทยุก็นำเสนอในลักษณะรูปแบบของรายการวิทยุ เช่น การพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น การนำเสนอข้อคิดเตือนใจ หรือบทเพลงที่ดีๆ มีความหมาย และรายการโทรทัศน์ก็ออกอากาศในรูปแบบของข่าว กิจกรรมของพระศาสนจักร หรือเกร็ดความรู้ต่างๆ โดยบางทีก็มีรายการพิเศษตามเทศกาลต่างๆ เช่น คริสต์มาส ปีสงกา เป็นต้น” (วัชรวิทย์ กิจสวัสดิ์, สัมภาษณ์)

ในเรื่องของ “วิธีการนำเสนอ” เนื้อหาอุดมการณ์นั้นก็ได้กล่าวไปแล้วในส่วนที่ 1 : การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า เมื่อสื่อมวลชนคาทอลิกต้องการถ่ายทอดอุดมการณ์ที่ต่างกัน โดยผ่านสื่อคาทอลิกที่ต่างกัน และไปยังผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันนั้น สื่อมวลชนคาทอลิกจะมีวิธีการนำเสนอเนื้อหาอยู่ 5 ประการด้วยกัน คือ (1) การอ้างคำหรือประโยคที่เกี่ยวกับอุดมการณ์จากพระคัมภีร์ไบเบิล (2) การนำเสนอตัวอย่างชีวิตของบุคคลร่วมสมัย เพื่อให้ผู้รับสารภาพของอุดมการณ์เด่นชัดขึ้น (3) การนำเสนออุดมการณ์ที่ตรงกับเรื่องราว เหตุการณ์ หรือสถานการณ์ในปัจจุบัน (4) การนำเสนอเรื่องราว

ที่ท้าทายผู้รับสารให้เกิดการตัดสินใจ และ (5) การนำเสนอเรื่องราวที่ใกล้ตัวผู้รับสาร หรือเป็นเรื่องที่สังคมสนใจนั่นเอง

กล่าวโดยสรุป รูปแบบ (Form) ในการนำเสนอเนื้อหาอุดมการณ์ฯ ของสื่อมวลชนคาทอลิกนั้น จะไม่มีความแตกต่างกัน เพราะสื่อมวลชนคาทอลิกได้นำเสนอเนื้อหา ด้วยรูปแบบเฉพาะของสื่อมวลชนแต่ละประเภท กล่าวคือ รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาของสาระของสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ข่าว บทบรรณาธิการ บทความ สารคดี คอลัมน์ และบทสัมภาษณ์ รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาของรายการวิทยุคาทอลิก ได้แก่ การพูดคุย และเพลง รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาของรายการโทรทัศน์คาทอลิก ได้แก่ การพูดคุย สารคดี การสนทนา การสัมภาษณ์ ข่าวสั้น และการตอบคำถามท้ายรายการ

นอกจากนี้ สื่อมวลชนคาทอลิกยังมี "วิธีการนำเสนอ" เนื้อหาอุดมการณ์ที่มีเอกลักษณ์ร่วมอยู่ 5 ประการดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ซึ่งในส่วนของรายละเอียดปลีกย่อยของการนำเสนอเนื้อหาของสาระนั้น ผู้ส่งสารคาทอลิกแต่ละคน ย่อมจะมีการวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันบ้างเล็กน้อยตามรูปแบบ ตามสไตล์ของตนเอง อาทิเช่น การตั้งชื่อเรื่อง หัวข้อของบทความ การใช้สำนวนโวหาร หรือการใช้ภาษาเขียนในสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ การใช้น้ำเสียง สีลา หรือการใช้ภาษาพูดในสื่อประเภทวิทยุ การใช้ภาษากาย ท่าทาง หรือน้ำเสียงประกอบบทพูดในสื่อประเภทโทรทัศน์ เป็นต้น

### 3. ผลการศึกษาที่ได้ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ข้อมูลในส่วนที่ 3 ได้มาจากผู้รับสารคาทอลิกที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรในเขตวัดและโรงเรียนต่างๆ ในอัครสังฆมณฑลกรุงเทพฯ จำนวน 6 เขต ผลจากการศึกษา มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 : จำนวนและร้อยละของผู้รับสารคาทอลิก จำแนกตามลักษณะของประชากร

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	120	30%
หญิง	280	70%
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>
<b>อายุ (ปี)</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	53	13.30%
20 - 39 ปี	128	32%
40 - 59 ปี	169	42.30%
60 ปีขึ้นไป	50	12.50%
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
<b>การศึกษา</b>		
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	17	4.30%
มัธยมศึกษาตอนต้น	30	7.50%
มัธยมศึกษาตอนปลาย	64	16%
ปริญญาตรี	229	57.30%
สูงกว่าปริญญาตรี	60	15%
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน - ศึกษา	64	16%
ข้าราชการ - พนักงานวิสาหกิจ	55	13.80%
รับจ้าง	124	31%
ธุรกิจส่วนตัว	112	28%
พ่อบ้าน - แม่บ้าน	29	7.30%
อื่นๆ	16	4%
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

<b>รายได้ (ต่อเดือน)</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	129	32.30%
10,000 - 30,000 บาท	147	36.80%
30,001 - 60,000 บาท	84	21%
มากกว่า 60,000 บาท	40	10%
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 70 และเป็นเพศชายอีกร้อยละ 30 ทั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 40 - 59 ปีมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.30 อันดับรองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20 - 39 ปี และอายุต่ำกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 32 และ 13.30 ตามลำดับ

ในด้านการศึกษานั้น กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 57.30 อันดับรองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และที่จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 16 และ 15 ตามลำดับ

ในด้านของอาชีพการงานนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้างมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มที่เป็นนักเรียน-นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 28 และ 16 ตามลำดับ

และในส่วนของรายได้ (ต่อเดือน) นั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001 - 60,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 32.30 และ 21 ตามลำดับ

∴

### 3.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคาทอลิก :

ตารางที่ 6 : จำนวนและร้อยละของการอ่านหนังสือพิมพ์อุดมสารต่อสัปดาห์

	7-8 ครั้ง	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง	รวม	ไม่เคยอ่าน	รวมทั้งสิ้น
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ชาย	13 10.83%	7 5.83%	42 35%	57 47.50%	119 99.17%	1 0.83%	120 100%
หญิง	32 11.43%	17 6.07%	78 27.86%	152 54.29%	279 99.64%	1 0.36%	280 100%
รวม	45 11.25%	24 6%	120 30%	209 52.25%	398 99.50%	2 0.50%	400 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์อุดมสารมีมากถึง ร้อยละ 99.50 โดยการเปิดรับสารของผู้รับสารคาทอลิกชายและหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 99.17 และ 99.64 ซึ่งผู้รับสารคาทอลิกส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์อุดมสาร ประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 52.25 อันดับรองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารประมาณ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 30 นอกจากนั้น มีผู้รับสารคาทอลิกที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ อุดมสารอยู่เพียงร้อยละ 0.50

ตารางที่ 7 : จำนวนและร้อยละของการอ่านนิตยสารอุดมศานต์ต่อเดือน

	7-8 ครั้ง	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง	รวม	ไม่เคยอ่าน	รวมทั้งสิ้น
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ชาย	6 5%	3 2.5%	27 22.5%	81 67.5%	117 97.50%	3 2.5%	120 100%
หญิง	8 2.86%	12 4.29%	55 19.64%	196 70%	271 96.79%	9 3.21%	280 100%
รวม	14 3.50%	15 3.75%	82 20.50%	277 69.25%	388 97%	12 3%	400 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า มีผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข่าวสารจากนิตยสารอุดมศานต์อยู่ถึงร้อยละ 97 โดยการเปิดรับสารของผู้รับสารคาทอลิกชายและหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 97.50 และ 96.79 ซึ่งที่ผู้รับสารคาทอลิกส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารอุดมศานต์ประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 69.25 อันดับรองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารประมาณ 3-4 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 20.50 และยังมีผู้รับสารคาทอลิกที่ไม่เปิดรับข่าวสารจากนิตยสารอุดมศานต์เลยอยู่ประมาณ ร้อยละ 3

ตารางที่ 8 : จำนวนและร้อยละของการฟังรายการวิทยุ "คาทอลิกบอกเล่า90" ต่อเดือน

	4 ครั้ง	3 ครั้ง	2 ครั้ง	1 ครั้ง	รวม	ไม่เคยฟัง	รวมทั้งสิ้น
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ชาย	1 0.83%	2 1.67%	3 2.5%	16 13.33%	22 18.33%	98 81.67%	120 100%
หญิง	0 0%	2 0.71%	5 1.79%	57 20.36%	64 22.86%	216 77.14%	280 100%
รวม	1 0.25%	4 1%	8 2%	73 18.25%	86 21.50%	314 78.50%	400 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า มีผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุ "คาทอลิกบอกเล่า 90" อยู่เพียงร้อยละ 21.50 โดยการเปิดรับสารของผู้รับสารคาทอลิกชายและหญิงมีจำนวนไม่ต่างกันมากนักคือ ร้อยละ 18.33 และ 22.86 ซึ่งผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุ "คาทอลิกบอกเล่า90" เดือนละ 1 ครั้งมีความถี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.25 อันดับรองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารประมาณเดือนละ 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 2 นอกจากนี้ ยังมีผู้รับสารคาทอลิกที่ไม่เคยฟังรายการวิทยุ "คาทอลิกบอกเล่า90" เลยอยู่จำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 78.50 โดยสามารถแบ่งออกเป็นผู้รับสารคาทอลิกชายร้อยละ 81.67 และผู้รับสารคาทอลิกหญิงร้อยละ 77.14

ตารางที่ 9 : จำนวนและร้อยละของการดูรายการโทรทัศน์คาทอลิก "แสงธรรม" ต่อเดือน

	2 ครั้ง	1 ครั้ง	ดู/ไม่ดู	รวม	ไม่เคยดู	(ไม่ตอบ)	รวมทั้งสิ้น
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ชาย	3 2.5%	2 1.67%	23 19.17%	28 23.33%	92 76.67%	0 0%	120 100%

	2 ครั้ง	1 ครั้ง	ดู/ไม่ดู	รวม	ไม่เคยดู	(ไม่ตอบ)	รวมทั้งสิ้น
หญิง	2 0.71%	3 1.07%	66 23.57%	71 25.36%	206 73.57%	3 1.07%	280 100%
รวม	5 1.25%	5 1.25%	89 22.25%	99 24.75%	298 74.50%	3 0.75%	400 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า มีผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ "แสงธรรม" อยู่เพียงร้อยละ 24.75 โดยการเปิดรับสารของผู้รับสารคาทอลิกชายและหญิงมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนักคือ ร้อยละ 23.33 และ 25.36 ซึ่งมีผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข่าวสารจากรายการโทรทัศน์คาทอลิก "แสงธรรม" แบบดูบ้างไม่ดูบ้าง เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.25 ส่วนอันดับรองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารประมาณเดือนละ 1-2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 1.25 นอกจากนี้ ยังมีผู้รับสารคาทอลิกที่ไม่เคยเปิดดูรายการโทรทัศน์คาทอลิก "แสงธรรม" เลย อีกเป็นจำนวนมากถึงร้อยละ 74.50 ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นผู้รับสารคาทอลิกชายร้อยละ 76.67 และผู้รับสารคาทอลิกหญิงถึงร้อยละ 73.57

กล่าวโดยสรุป ผู้รับสารคาทอลิกมักจะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดคือ จากหนังสือพิมพ์อุดมสารคิดเป็นร้อยละ 99.50 นิตยสารอุดมสานต์คิดเป็นร้อยละ 97 แต่สื่อวิทยุคาทอลิก และสื่อโทรทัศน์คาทอลิกกลับไม่ได้รับความสนใจจากผู้รับสารคาทอลิกเท่าไร (21.50 และ 24.75) โดยผลการสำรวจได้ชี้ให้เห็นว่า ยังมีผู้รับสารคาทอลิกอีกเป็นจำนวนมากไม่เคยเปิดฟังรายการวิทยุ หรือไม่เคยเปิดดูรายการโทรทัศน์คาทอลิกเลยคิดเป็นร้อยละ 78.50 และ 74.50 ตามลำดับ

### 3.2 ความพึงพอใจของผู้รับสารต่อสื่อมวลชนคาทอลิก :

ตารางที่ 10 : จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจในเนื้อหาของ นสพ.อุดมสาร

คอลัมน์ (อุดมสาร)	ระดับความ พอใจ	น้อยสุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5	รวม	ค่าเฉลี่ย
ภาพข่าว	ความถี่	2	45	146	195	12	400	3.43
	ร้อยละ	0.50%	11.30%	36.50%	48.80%	3%	100%	
ข่าวหน้า 1	ความถี่	3	75	118	187	17	400	3.35
	ร้อยละ	0.80%	18.80%	29.50%	46.80%	4.30%	100%	
บทความพิเศษ	ความถี่	10	41	197	138	14	400	3.26
	ร้อยละ	2.50%	10.30%	49.30%	34.50%	3.50%	100%	
คุยกัน 7 วันหน	ความถี่	13	76	172	102	37	400	3.19
	ร้อยละ	3.30%	19%	43%	25.50%	9.30%	100%	
ชวนคิด ชวนรำพึง	ความถี่	17	51	198	114	20	400	3.17
	ร้อยละ	4.30%	12.80%	49.50%	28.50%	5%	100%	

คอลัมน์ (อุดมสาร)	ระดับความ พอใจ	น้อยสุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5	รวม	ค่าเฉลี่ย
ข้อคิดสะกิดใจ	ความถี่	24	61	187	89	39	400	3.15
	ร้อยละ	6%	15.30%	46.80%	22.30%	9.80%	100%	
ย่อโลก	ความถี่	18	55	198	113	16	400	3.14
	ร้อยละ	4.50%	13.80%	49.50%	28.30%	4%	100%	
เปิดประตูสู่แสงธรรม	ความถี่	17	76	179	98	30	400	3.12
	ร้อยละ	4.30%	19%	44.80%	24.50%	7.50%	100%	
พ่อแค้นวัดนาบุญ	ความถี่	9	74	202	96	19	400	3.11
	ร้อยละ	2.30%	18.50%	50.50%	24%	4.80%	100%	
สังคมภูธร	ความถี่	15	80	175	111	19	400	3.10
	ร้อยละ	3.80%	20%	43.80%	27.80%	4.80%	100%	
ข่าวต่างประเทศ	ความถี่	14	64	202	108	12	400	3.10
	ร้อยละ	3.50%	16%	50.50%	27%	3%	100%	
Pro-Life	ความถี่	21	42	230	96	11	400	3.09
	ร้อยละ	5.30%	10.50%	57.50%	24%	2.80%	100%	
คำสอน5นาที	ความถี่	22	75	180	110	13	400	3.04
	ร้อยละ	5.60%	18.80%	45%	27.50%	3.30%	100%	
หมายเหตุอุดมสาร	ความถี่	33	37	235	88	7	400	3.00
	ร้อยละ	8.30%	9.30%	58.80%	22%	1.80%	100%	

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์อุดมสารมีความพึงพอใจในคอลัมน์ "ภาพข่าว" มากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 อันดับรองลงมา ได้แก่ คอลัมน์ "ข่าวหน้าหนึ่ง" และ "บทความพิเศษ" คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 และ 3.26 ตามลำดับ ทั้งนี้ โดยผู้รับสารคาทอลิกมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในคอลัมน์ "หมายเหตุอุดมสาร" คิดเป็นค่าเฉลี่ยเพียง 3.00 ซึ่งโดยภาพรวมแล้วความพึงพอใจของผู้รับสารคาทอลิกในเนื้อหาของหนังสือพิมพ์อุดมสารคิดเป็นร้อยละ 63.21

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในหนังสือพิมพ์อุดมสารนั้น คอลัมน์ที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ความเป็นไป ความเคลื่อนไหว อาทิเช่น ภาพข่าว ข่าวหน้าหนึ่ง ฯลฯ ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่ส่งเสริม สรรสร้างความสัมพันธ์กันในแวดวงคาทอลิกนั้น มักจะได้รับความสนใจ และการติดตามจากผู้รับสารคาทอลิก มากกว่าคอลัมน์ที่เนื้อหาสาระเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรู้ ข้อคำสอน คำอธิบายพระวาจา เนื้อหาจากพระคัมภีร์ หรือหลักข้อความเชื่อของคาทอลิก



ตารางที่ 11 : ความสัมพันธ์ของผู้รับสารกับความพึงพอใจในหนังสือพิมพ์อุดมสาร

ตัวแปรต้น : อายุ

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ข้อคิดสะกิดใจ	3.204	.023	ผู้มีอายุ 40-50 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี
พอแว่น วัดนาบุญ	2.982	.031	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
Pro-Life	3.355	.019	ผู้มีอายุ 20-39 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี
หมายเหตุอุดมสาร	2.782	.041	ไม่พบความแตกต่างรายคู่

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ระดับอายุของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคอลัมน์ข้อคิดสะกิดใจ โดยผู้มีอายุ 40-50 ปี มีความพึงพอใจ มากกว่าผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนในคอลัมน์ Pro-Life นั้น ผู้มีอายุ 20-39 ปี มีความพึงพอใจ มากกว่าผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่ในคอลัมน์พอแว่นวัดนาบุญ และคอลัมน์หมายเหตุอุดมสารนั้น ไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตัวแปรต้น : การศึกษา

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ข้อคิดสะกิดใจ	2.558	.038	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
หมายเหตุอุดมสาร	2.593	.036	ไม่พบความแตกต่างรายคู่

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารคาทอลิกก็มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคอลัมน์ข้อคิดสะกิดใจ และคอลัมน์หมายเหตุอุดมสารเช่นกัน แต่ไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตัวแปรต้น : อาชีพ

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ภาพข่าว	2.813	.016	ผู้มีอาชีพรับจ้าง มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว
ข้อคิดสะกิดใจ	2.246	.049	ไม่พบความแตกต่างรายคู่

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า สาขาอาชีพของผู้รับสารคาทอลิกก็มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคอลัมน์ภาพข่าว และคอลัมน์ข้อคิดสะกิดใจ โดยผู้รับสารที่มีอาชีพรับจ้าง มีความพึงพอใจในภาพข่าว มากกว่าผู้ที่ทำธุรกิจส่วนตัว แต่ในคอลัมน์ข้อคิดสะกิดใจนั้น ไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตัวแปรต้น : รายได้

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
รายงานพิเศษ	3.187	.024	ผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท
ข้อคิดสะกิดใจ	3.281	.021	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
ย่อโลก	3.829	.010	ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ระดับรายได้ของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคอลัมน์รายงานพิเศษ คอลัมน์ข้อคิดสะกิดใจ และคอลัมน์ย่อโลก โดยผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจในคอลัมน์รายงานพิเศษ มากกว่าผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท และผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 มีความพึงพอใจในคอลัมน์ย่อโลก มากกว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนในคอลัมน์ข้อคิดสะกิดใจนั้น ไม่พบความแตกต่างรายคู่แต่อย่างใด

ตารางที่ 12 : จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสารอุดมศาสตร์

คอลัมน์ (อุดมศาสตร์)	ระดับความ พอใจ	น้อยสุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย
		1	2	3	4	5		
ชุมชนจากคัมภีร์	ความถี่	12	42	120	210	16	400	3.44
	ร้อยละ	3%	10.50%	30%	52.50%	4%	100%	
สก็๊ปข่าว-เรื่องเด่น	ความถี่	13	39	144	197	7	400	3.37
	ร้อยละ	3.30%	9.80%	36%	49.30%	1.80%	100%	
ซ่อนไว้ในชีวิต	ความถี่	22	54	161	116	47	400	3.28
	ร้อยละ	5.60%	13.50%	40.30%	29%	11.80%	100%	
ผ่านมา 55 ปี	ความถี่	25	47	190	118	20	400	3.15
	ร้อยละ	6.30%	11.80%	47.50%	29.50%	5%	100%	
ระหว่างเดือน	ความถี่	21	60	188	105	26	400	3.14
	ร้อยละ	5.30%	15%	47%	26.30%	6.50%	100%	
ข้างธรรมาสน์	ความถี่	19	68	176	112	25	400	3.14
	ร้อยละ	4.80%	17%	44%	28%	6.30%	100%	
ภาพเสียงคำ	ความถี่	25	57	185	109	24	400	3.13
	ร้อยละ	6.30%	14.30%	46.30%	27.30%	6%	100%	
ไต่ตามโค้งตะวัน	ความถี่	25	47	191	124	13	400	3.13
	ร้อยละ	6.30%	11.80%	47.80%	31%	3.30%	100%	
วันละก้าวกับเขษุ	ความถี่	24	64	190	86	36	400	3.12
	ร้อยละ	6.00%	16.00%	47.50%	21.50%	9.00%	100%	

คอลัมน์ (อุดมศานต์)	ระดับความ พอใจ	ร้อยละ	6.10%	16%	47.50%	21.50%	9%	100%	รวม	ค่าเฉลี่ย
		น้อยสุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
		1	2	3	4	5				
สิทธิมนุษยชนทนา	ความถี่	23	44	208	117	8	400	3.11		
	ร้อยละ	5.30%	11%	52%	29.30%	2%	100%			
คุยกับเภสัชกร	ความถี่	29	54	189	115	13	400	3.07		
	ร้อยละ	7.30%	13.50%	47.30%	28.80%	3.30%	100%			
ดูหนังฟังสาระ	ความถี่	27	62	188	103	20	400	3.07		
	ร้อยละ	6.80%	15.50%	47%	25.80%	5%	100%			
พจนมาลา	ความถี่	27	79	158	118	18	400	3.05		
	ร้อยละ	6.80%	19.80%	39.50%	29.50%	4.50%	100%			
ผ่อนคลายฯ	ความถี่	24	67	189	110	10	400	3.04		
	ร้อยละ	6%	16.80%	47.30%	27.50%	2.50%	100%			
ไขคำถามฯ	ความถี่	24	61	218	92	5	400	2.98		
	ร้อยละ	6%	15.30%	54.50%	23%	1.30%	100%			
ใส่ใจวัยเยาว์	ความถี่	24	61	236	73	6	400	2.94		
	ร้อยละ	6%	15.30%	59%	18.30%	1.50%	100%			
หน้าสุดท้าย	ความถี่	42	40	237	76	5	400	2.91		
	ร้อยละ	10.60%	10%	59.30%	19%	1.30%	100%			

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข้อมูลจากนิตยสารอุดมศานต์มีความพึงพอใจในคอลัมน์ "ขุมทรัพย์จากพระคัมภีร์" มากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 อันดับรองลงมา ได้แก่ คอลัมน์ "สปฏิปชา-เรื่องเด่น" และ "ซ่อนไว้ในจังหวัดชีวิต" คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 และ 3.28 ตามลำดับ ทั้งนี้ โดยผู้รับสารคาทอลิกมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในคอลัมน์ "หน้าสุดท้าย" คิดเป็นค่าเฉลี่ยเพียง 2.91 ซึ่งมองโดยภาพรวมแล้ว ความพึงพอใจของผู้รับสารคาทอลิกในเนื้อหาของนิตยสารอุดมศานต์ คิดเป็นร้อยละ 62.43

น่าสังเกตว่า ในนิตยสารอุดมศานต์นั้น คอลัมน์ที่เกี่ยวกับการประยุกต์คำสอน ข้อความเชื่อจากพระคัมภีร์ (ขุมทรัพย์จากพระคัมภีร์) ได้รับความสนใจจากผู้รับสารคาทอลิกมากกว่าคอลัมน์ประเภทอื่น ทั้งๆ ที่เนื้อหาสาระในคอลัมน์ดังกล่าว เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับคำสอน หรือหลักความเชื่อ

ตารางที่ 13 : ความสัมพันธ์ของผู้รับสารกับความพึงพอใจในนิตยสารอุดมศานต์

ตัวแปรต้น : อายุ

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
หน้าสุดท้าย	3.058	.028	ไม่พบความแตกต่างรายคู่

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ระดับอายุของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคอลัมน์หน้าสุดท้ายของนิตยสารอุดมศาสตร์ แต่ไม่พบความแตกต่างรายคู่แต่อย่างใด

∴

ตารางที่ 14 : จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจในเนื้อหารายการของวิทยุคาทอลิกบอกเล่า90

รายการวิทยุ ช่วง..	ระดับความ พอใจ	ไม่ฟัง 0	น้อยสุด 1	น้อย 2	กลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5	รวม	ค่าเฉลี่ย
ประยุทธิ์..วาทา	ความถี่	320	0	15	38	24	3	400	3.19
	ร้อยละ	80%	0%	3.80%	9.50%	6%	0.80%	100%	
คาทอลิกบอกเล่า	ความถี่	319	0	13	46	22	0	400	3.11
	ร้อยละ	79.80%	0%	3.30%	11.50%	5.50%	0%	100%	
พระวาจาทรงชีวิต	ความถี่	319	0	17	41	23	0	400	3.07
	ร้อยละ	79.80%	0%	4.30%	10.30%	5.80%	0%	100%	
อธิบายพระวาจา	ความถี่	319	0	15	46	20	0	400	3.06
	ร้อยละ	79.80%	0%	3.80%	11.50%	5%	0%	100%	
บทเพลงคันทัน	ความถี่	319	2	19	48	12	0	400	2.86
	ร้อยละ	79.80%	0.50%	4.80%	12%	3%	0%	100%	
ความยาวรายการ	ความถี่	321	2	20	51	6	0	400	2.77
	ร้อยละ	80.30%	0.50%	5%	12.80%	1.50%	0%	100%	
ดีเจ	ความถี่	319	1	25	48	7	0	400	2.75
	ร้อยละ	79.80%	0.30%	6.30%	12%	1.80%	0%	100%	
เพลงไตเติล	ความถี่	320	10	28	39	3	0	400	2.44
	ร้อยละ	80%	2.50%	7%	9.80%	0.80%	0%	100%	
เวลาออกอากาศ	ความถี่	321	13	29	33	4	0	400	2.35
	ร้อยละ	80.30%	3.30%	7.30%	8.30%	1%	0%	100%	

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข้อมูลจากรายการวิทยุ "คาทอลิกบอกเล่า90" มีความพึงพอใจในเนื้อหาช่วง "ประยุทธิ์พระวาจา" มากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.19 อันดับรองลงมาได้แก่ ช่วง "คาทอลิกบอกเล่า" และช่วง "พระวาจาทรงชีวิต" คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.11 และ 3.07 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผู้รับสารคาทอลิกต่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดใน "เวลาที่ออกอากาศ" ของรายการวิทยุคาทอลิก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเพียง 2.35 ซึ่งโดยภาพรวมแล้ว ความพึงพอใจของผู้รับสารคาทอลิกในเนื้อหารายการของวิทยุคาทอลิกบอกเล่า90 คิดเป็นร้อยละ 56.88

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในรายการวิทยุคาทอลิกบอกเล่า90 นั้น ช่วงที่เกี่ยวกับการประยุกต์คำสอน ข้อความเชื่อจากพระคัมภีร์ (ประยุกต์พระวาจา) จะได้รับความสนใจจากผู้รับสารคาทอลิกในอันดับต้นๆ ในขณะที่ช่วงรายการอื่นๆ ก็ได้รับความสนใจในอันดับรองๆ ลงมา

ตารางที่ 15 : ความสัมพันธ์ของผู้รับสารกับความพึงพอใจในรายการวิทยุคาทอลิกบอกเล่า90

ตัวแปรต้น : การศึกษา

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ช่วงเนื้อหาพระวาจา	4.057	.003	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
ช่วงคำอธิบายพระวาจา	3.942	.004	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
ช่วงประยุกต์พระวาจา	4.494	.001	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
ช่วงคาทอลิกบอกเล่า	4.336	.002	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
บทเพลงแทรก	4.592	.001	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
เพลงไตเติล	4.262	.002	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
เวลาที่ออกอากาศ	4.821	.001	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
ความยาวของรายการ	5.222	.000	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
ดีใจ	3.887	.004	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า การศึกษาของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในช่วงเนื้อหาพระวาจา ช่วงคำอธิบายพระวาจา ช่วงประยุกต์พระวาจา ช่วงคาทอลิกบอกเล่า บทเพลงแทรก เพลงไตเติล เวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และดีใจ ทั้งนี้ โดยผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายมีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ตัวแปรต้น : อาชีพ

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
เวลาที่ออกอากาศ	2.405	.036	ไม่พบความแตกต่างรายคู่

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า สาขาอาชีพของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศของรายการวิทยุคาทอลิกบอกเล่า90 แต่ไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตัวแปรต้น : รายได้

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ช่วงเนื้อหาพระวาจา	5.260	.001	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ช่วงคำอธิบายพระวาจา	5.427	.001	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ช่วงประยุกต์พระวาจา	5.252	.001	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ช่วงคาทอลิกบอกเล่า	5.543	.001	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
บทเพลงแทรก	6.403	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
เพลงไตเติล	5.874	.001	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
เวลาที่ออกอากาศ	7.128	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ความยาวของรายการ	5.991	.001	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ดีเจ	4.964	.002	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ระดับรายได้ของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในช่วงเนื้อหาพระวาจา ช่วงคำอธิบายพระวาจา ช่วงประยุกต์พระวาจา ช่วงคาทอลิกบอกเล่า บทเพลง แทรก เพลงไตเติล เวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และดีเจ

ทั้งนี้ โดยผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในช่วงเนื้อหาพระวาจา ช่วงคาทอลิกบอกเล่า 90 บทเพลงแทรก เพลงไตเติล เวลาที่ออกอากาศ และความยาวของรายการ มากกว่าผู้มีรายได้ 30,001-60,000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในช่วงดังกล่าว มากกว่าผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท, ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจช่วงคำอธิบายพระวาจา และดีเจ มากกว่าผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจในช่วงดังกล่าว มากกว่าผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท และสุดท้าย ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในช่วงประยุกต์พระวาจา มากกว่าผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท

ตารางที่ 16 : จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจในเนื้อหาของรายการของโทรทัศน์คาทอลิกแสงธรรม

รายการโทรทัศน์	ระดับความพอใจ	ไม่ดู	น้อยสุด	น้อย	กลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย
ช่วง..	พอใจ	0	1	2	3	4	5		
ร้อยเรื่องราว	ความถี่	300	0	15	57	27	1	400	3.14
	ร้อยละ	75%	0%	3.80%	14.30%	6.80%	0.30%	100%	
สังคมคาทอลิก	ความถี่	300	1	17	51	29	2	400	3.14
	ร้อยละ	75%	0.30%	4.30%	12.80%	7.30%	0.50%	100%	
คลินิกแสงธรรม	ความถี่	300	0	29	44	27	0	400	2.98
	ร้อยละ	75%	0%	7.30%	11%	6.80%	0%	100%	
Q ท้ายรายการ	ความถี่	300	2	22	53	22	1	400	2.98
	ร้อยละ	75%	0.50%	5.50%	13.30%	5.50%	0.30%	100%	
คำถามจากคัมภีร์	ความถี่	300	6	23	48	21	2	400	2.90
	ร้อยละ	75%	1.50%	5.80%	12%	5.30%	0.50%	100%	
พิธีกร	ความถี่	294	3	25	74	4	0	400	2.75
	ร้อยละ	73.50%	0.80%	6.30%	18.50%	1%	0%	100%	
ความยาวรายการ	ความถี่	300	9	28	55	8	0	400	2.62
	ร้อยละ	75%	2.30%	7%	13.80%	2%	0%	100%	
เวลาออกอากาศ	ความถี่	301	20	33	33	13	0	400	2.37
	ร้อยละ	75.30%	5%	8.30%	8.30%	3.30%	0%	100%	

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสารคาทอลิกที่เปิดรับข้อมูลจากรายการโทรทัศน์คาทอลิก "แสงธรรม" มีความพึงพอใจในเนื้อหาของรายการมากที่สุด 2 ช่วงคือ "ร้อยเรื่องราว" และ "สังคมคาทอลิก" คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14 ส่วนอันดับรองลงมา มี 2 ช่วง คือ "คลินิกแสงธรรม" และ "คำถามท้ายรายการ" คิด

เป็นค่าเฉลี่ย 2.98 เท่ากัน นอกนั้น ผู้รับสารคาทอลิกมีความพึงพอใจน้อยที่สุดใน "เวลาที่ออกอากาศ" คิดเป็นค่าเฉลี่ยเพียง 2.37 ซึ่งโดยภาพรวมแล้ว ความพึงพอใจของผู้รับสารคาทอลิกในเนื้อหาของรายการของโทรทัศน์คาทอลิกแสงธรรมคิดเป็นร้อยละ 57.20

นำสังเกตว่า ในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์คาทอลิกแสงธรรมนั้น ช่วงที่เกี่ยวกับสารคดี ความ เป็นไป ความสัมพันธ์กันในแวดวงคาทอลิก (ร้อยเรื่องราว) มักจะได้รับความสนใจจากผู้รับสารคาทอลิก ในอันดับต้นๆ ในขณะที่ช่วงรายการอื่นๆ ก็ได้รับความสนใจในอันดับรองลงมา

ตารางที่ 17 : ความสัมพันธ์ของผู้รับสารกับความพึงพอใจในรายการโทรทัศน์แสงธรรม

ตัวแปรต้น : การศึกษา

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ช่วงคลินิกแสงธรรม	4.252	.002	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
ช่วงร้อยเรื่องราว	5.779	.000	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับมัธยมต้น, ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี
ช่วงสังคมคาทอลิก	6.172	.000	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับมัธยมต้น, ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี
ช่วงคำถามท้ายรายการ	5.850	.000	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี
คำคมจากพระคัมภีร์	5.643	.000	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี
เวลาที่ออกอากาศ	5.993	.000	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี
ความยาวของรายการ	5.539	.000	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี
พิธีกร	5.525	.000	ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า การศึกษาของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในช่วงคลินิกแสงธรรม ช่วงร้อยเรื่องราว ช่วงสังคมคาทอลิก ช่วงคำถามท้ายรายการ คำคมจากพระคัมภีร์ เวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และพิธีกร

ทั้งนี้ โดยผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจในช่วงคลินิกแสงธรรม มากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี, ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจในช่วงร้อยเรื่องราว และ



ช่วงสังคมคาทอลิก มากกว่าผู้มีการศึกษาระดับมัธยมต้น, ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี และสุดท้ายผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีความพึงพอใจในช่วงคำถามท้ายรายการ ค่าคมจากพระคัมภีร์ เวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และพิธีกร มากกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ตัวแปรต้น : อาชีพ

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ช่วงคลินิกแสงธรรม	2.421	.035	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
ค่าคมจากพระคัมภีร์	2.377	.038	ไม่พบความแตกต่างรายคู่
เวลาที่ออกอากาศ	3.515	.004	นักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว
ความยาวของรายการ	3.082	.010	นักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว
พิธีกร	2.825	.016	นักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า สาขาอาชีพของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในช่วงคลินิกแสงธรรม ค่าคมจากพระคัมภีร์ เวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และพิธีกร

ทั้งนี้ โดยนักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และพิธีกร มากกว่าผู้มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว ส่วนเนื้อหารายการในช่วงคลินิกแสงธรรม และช่วงค่าคมจากพระคัมภีร์นั้น ไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตัวแปรต้น : รายได้

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ช่วงคลินิกแสงธรรม	7.564	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ช่วงร้อยเรื่องราว	8.258	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ช่วงสังคมคาทอลิก	8.390	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท

ตัวแปรตาม	F	Sig.	ความต่างที่พบ
ช่วงคำถามท้ายรายการ	9.129	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ค่าคมจากพระคัมภีร์	8.086	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
เวลาที่ออกอากาศ	9.463	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
ความยาวของรายการ	10.130	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท
พิธีกร	9.075	.000	ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ระดับรายได้ของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในช่วงคลินิกแสงธรรม ช่วงร้อยเรื่องราว ช่วงสังคมคาทอลิก ช่วงคำถามท้ายรายการ ค่าคมจากพระคัมภีร์ เวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และพิธีกร

ทั้งนี้ โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 มีความพึงพอใจในช่วงคลินิกแสงธรรม ช่วงร้อยเรื่องราว ช่วงสังคมคาทอลิก ช่วงคำถามท้ายรายการ ค่าคมจากพระคัมภีร์ เวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และพิธีกร มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 30,001-60,000 & สูงกว่า 60,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 มีความพึงพอใจในช่วงคลินิกแสงธรรม ช่วงร้อยเรื่องราว ช่วงสังคมคาทอลิก ช่วงคำถามท้ายรายการ ค่าคมจากพระคัมภีร์ เวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการ และพิธีกร มากกว่าผู้มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท

### 3.3 การนำเอาอุดมการณ์ที่ได้รับไปใช้ในชีวิต :

ตารางที่ 18 : จำนวนและร้อยละของสื่อมวลชน ที่คาทอลิกได้รับอุดมการณ์ฯ

	อุดมสาร	อุดมศานต์	วิทย์	โทรทัศน์	ไม่ตอบ	รวม
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ชาย	48 12%	64 16%	3 0.80%	3 0.80%	2 0.50%	120 30%
หญิง	103 25.80%	167 41.80%	3 0.80%	7 1.80%	0 0%	280 70%
รวม	151 37.80%	231 57.80%	6 1.50%	10 2.50%	2 0.50%	400 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสารคาทอลิกได้รับอุดมการณ์ผ่านสื่อวิทยุมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.80 อันดับรองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์อุดมสารคิดเป็นร้อยละ 37.80 ทั้งนี้ โดยผู้รับสารคาทอลิกได้รับอุดมการณ์ผ่านรายการวิทยุ "คาทอลิกบอกเล่า90" น้อยที่สุดคิดเป็นเพียงร้อยละ 1.50 เท่านั้น

ตารางที่ 19 : แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการรับอุดมการณ์จากสื่อคาทอลิก

	อุดมสาร	อุดมศานต์	วิทย์	โทรทัศน์	ไม่ตอบ	รวม
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	56 43.4%	63 48.8%	5 3.9%	5 3.9%	0 .0%	129 100.0%
10,000-30,000 บาท	48 32.7%	94 63.9%	1 .7%	4 2.7%	0 .0%	147 100.0%
30,001-60,000 บาท	31 36.9%	53 63.1%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	84 100.0%
มากกว่า 60,000 บาท	16 40.0%	21 52.5%	0 .0%	1 2.5%	2 5.0%	40 100.0%
รวม	151 37.8%	231 57.8%	6 1.5%	10 2.5%	2 .5%	400 100.0%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ระดับรายได้ของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับอุดมการณ์จากสื่อมวลชน กล่าวคือ ผู้รับสารคาทอลิกที่มีรายได้ต่างกัน จะมีการเปิดรับอุดมการณ์จากสื่อคาทอลิกต่างกัน ในลักษณะที่ว่า ผู้รับสารคาทอลิกส่วนใหญ่ที่มีรายได้สูง มักจะเปิดรับอุดมการณ์จากสื่อวิทยุสารอุดมศาสนา

ตารางที่ 20 : จำนวนและร้อยละของอุดมการณ์ฯ ที่คาทอลิกได้รับผ่านสื่อมวลชนฯ

	ความรัก	ยุติธรรม	สันติภาพ	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	ไม่ตอบ	รวม
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ชาย	19 4.80%	33 8.30%	37 9.30%	19 4.80%	11 2.80%	1 0.30%	120 30%
หญิง	49 12.30%	88 22%	67 16.80%	48 12%	27 6.80%	1 0.30%	280 70%
รวม	68 17%	121 30.30%	104 26%	67 16.80%	38 9.50%	2 0.50%	400 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า อุดมการณ์ที่ผู้รับสารคาทอลิกได้รับจากสื่อมวลชนคาทอลิกมากที่สุดก็คือ อุดมการณ์เกี่ยวกับความยุติธรรมคิดเป็นร้อยละ 30.30 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพ และอุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 26 และ 17 ตามลำดับ ทั้งนี้ โดยอุดมการณ์ที่ผู้รับสารคาทอลิกได้รับจากสื่อมวลชนคาทอลิกน้อยที่สุดคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีของมนุษย์คิดเป็นเพียงร้อยละ 9.50 เท่านั้น

ตารางที่ 21 : ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษากับการรับแนวคิดอุดมการณ์คาทอลิก

	ความรัก	ยุติธรรม	สันติภาพ	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	ไม่ตอบ	รวม
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ประถม	3 17.6%	2 11.8%	3 17.6%	4 23.5%	4 23.5%	1 5.9%	17 100.0%
มัธยม ต้น	6 20.0%	4 13.3%	13 43.3%	2 6.7%	5 16.7%	0 .0%	30 100.0%
มัธยม ปลาย	7 10.9%	25 39.1%	19 29.7%	8 12.5%	5 7.8%	0 .0%	64 100.0%
ป.ตรี	36 15.7%	78 34.1%	56 24.5%	39 17.0%	19 8.3%	1 .4%	229 100.0%
สูงกว่า ป.ตรี	16 26.7%	12 20.0%	13 21.7%	14 23.3%	5 8.3%	0 .0%	60 100.0%

	ความรัก	ยุติธรรม	สันติภาพ	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	ไม่ตอบ	รวม
รวม	68 17.0%	121 30.3%	104 26.0%	67 16.8%	38 9.5%	2 .5%	400 100.0%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า การศึกษาของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับการรับแนวคิดอุดมการณ์คาทอลิก กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับแนวคิดอุดมการณ์คาทอลิกที่แตกต่างกัน ในลักษณะที่ว่าผู้รับสารคาทอลิกที่มีการศึกษาในระดับประถม-มัธยม ส่วนใหญ่มักจะได้รับอุดมการณ์สันติภาพ และสิทธิมนุษยชน ส่วนผู้รับสารคาทอลิกที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไป มักจะได้รับอุดมการณ์ความรัก และความยุติธรรม

ตารางที่ 22 : จำนวนและร้อยละของอุดมการณ์ฯ ที่คาทอลิกนำไปใช้ในชีวิต

	ความรัก	ยุติธรรม	สันติภาพ	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	ไม่ตอบ	รวม
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ชาย	22 5.50%	12 3%	36 9%	29 7.30%	20 5%	1 0.30%	120 30%
หญิง	63 15.80%	49 12.30%	70 17.50%	60 15%	37 9.30%	1 3%	280 70%
รวม	85 21.30%	61 15.30%	106 26.50%	89 22.30%	57 14.30%	2 0.50%	400 100%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสารคาทอลิกนำเอาอุดมการณ์เกี่ยวกับสันติภาพไปใช้ในชีวิตของตนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 26.50 อันดับรองลงมาคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน และอุดมการณ์เกี่ยวกับความรักคิดเป็นร้อยละ 22.30 และ 21.30 ตามลำดับ ทั้งนี้ โดยอุดมการณ์ที่ผู้รับสารคาทอลิกนำไปใช้ในชีวิตน้อยที่สุดคือ อุดมการณ์เกี่ยวกับศักดิ์ศรีมนุษย์คิดเป็นเพียงร้อยละ 14.30 เท่านั้น

น่าสังเกตว่า ผู้รับสารคาทอลิกรับอุดมการณ์ผ่านสื่อมวลชนประเภท "นิตยสารอุดมศาสนา" มากเป็นอันดับแรก และผู้รับสารคาทอลิกได้รับอุดมการณ์เกี่ยวกับ "ความยุติธรรม" จากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ มากที่สุด ในขณะที่ผู้รับสารคาทอลิกนำเอาอุดมการณ์เกี่ยวกับ "สันติภาพ" ไปใช้ในชีวิตประจำวันของตนมากที่สุด

ตารางที่ 23 : ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษากับการนำอุดมการณ์ไปใช้ในชีวิต

	ความรัก	ยุติธรรม	สันติภาพ	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	ไม่ตอบ	รวม
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
ประถม	5 29.4%	1 5.9%	1 5.9%	4 23.5%	5 29.4%	1 5.9%	17 100.0%
มัธยม ต้น	5 16.7%	2 6.7%	12 40.0%	4 13.3%	7 23.3%	0 .0%	30 100.0%
มัธยม ปลาย	12 18.8%	18 28.1%	19 29.7%	10 15.6%	5 7.8%	0 .0%	64 100.0%
ป.ตรี	48 21.0%	28 12.2%	66 28.8%	52 22.7%	34 14.8%	1 .4%	229 100.0%
สูงกว่า ป.ตรี	15 25.0%	12 20.0%	8 13.3%	19 31.7%	6 10.0%	0 .0%	60 100.0%
รวม	85 21.3%	61 15.3%	106 26.5%	89 22.3%	57 14.3%	2 .5%	400 100.0%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับการนำอุดมการณ์ไปใช้ กล่าวคือ ผู้มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะนำอุดมการณ์ไปใช้แตกต่างกัน ในลักษณะที่ว่าผู้รับสารคาทอลิก ที่มีการศึกษาในระดับประถม-มัธยม ส่วนใหญ่จะนำเอาอุดมการณ์ความรัก ศักดิ์ศรีมนุษย์ และสันติภาพไปใช้ในชีวิต ส่วนผู้รับสารคาทอลิกที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไป มักจะนำเอาอุดมการณ์ความรักและสันติภาพไปใช้ในชีวิต

ตารางที่ 24 : ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการนำอุดมการณ์ไปใช้ในชีวิต

	ความรัก	ยุติธรรม	สันติภาพ	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	ไม่ตอบ	รวม
	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ	ความถี่ ร้อยละ
นักเรียน- นักศึกษา	14 21.9%	8 12.5%	21 32.8%	8 12.5%	13 20.3%	0 .0%	64 100.0%
ข้าราชการ	6 10.9%	9 16.4%	14 25.5%	17 30.9%	9 16.4%	0 .0%	55 100.0%
รับจ้าง	28 22.6%	16 12.9%	36 29.0%	27 21.8%	17 13.7%	0 .0%	124 100.0%
ธุรกิจ ส่วนตัว	28 25.0%	14 12.5%	25 22.3%	31 27.7%	13 11.6%	1 .9%	112 100.0%

	ความรัก	ยุติธรรม	สันติภาพ	สิทธิมนุษยชน	ศักดิ์ศรีมนุษย์	ไม่ตอบ	รวม
พ่อบ้าน- แม่บ้าน	6 20.7%	9 31.0%	6 20.7%	4 13.8%	4 13.8%	0 .0%	29 100.0%
อื่นๆ	3 18.8%	5 31.3%	4 25.0%	2 12.5%	1 6.3%	1 6.3%	16 100.0%
รวม	85 21.3%	61 15.3%	106 26.5%	89 22.3%	57 14.3%	2 .5%	400 100.0%

จากตาราง ผู้วิจัยพบว่า สาขาอาชีพของผู้รับสารคาทอลิกมีความสัมพันธ์กับการนำอุดมการณ์ไปใช้ กล่าวคือ ผู้รับสารที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการนำอุดมการณ์ไปใช้แตกต่างกัน ในลักษณะที่ว่าผู้รับสารคาทอลิกที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ และรับจ้าง ส่วนใหญ่จะนำเอาอุดมการณ์สันติภาพไปใช้ในชีวิต ส่วนผู้รับสารคาทอลิกที่มีธุรกิจส่วนตัวและพ่อบ้าน แม่บ้าน มักจะนำเอาอุดมการณ์สิทธิมนุษยชนและความยุติธรรมไปใช้ในชีวิตตามลำดับ