

# Case Study

## Case Study

### Case Study



## การสอนนิเทศศาสตร์ด้วยกรณีศึกษา (Case Study)

ศราณี มณีโชติ\*

ผู้เขียนขอหยิบยกข้อมูลและตัวอย่างกรณีศึกษาซึ่งผู้เขียนและผู้เข้าร่วมการอบรมได้วิเคราะห์และนำเสนอร่วมกันในการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การสอนด้วยกรณีศึกษา” หัวข้อเรื่อง “การสอนนิเทศศาสตร์ด้วยกรณีศึกษา (Case Study)” โดยมี ผศ.ดร.สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นวิทยากร ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในการนำกรณีศึกษาไปใช้ในการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์

\*อาจารย์โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“นิเทศศาสตร์” มาจากภาษาอังกฤษว่า “Communication Arts” แปลว่า ศาสตร์แห่งการสื่อสาร ซึ่งหมายรวมถึงการสื่อสารทุกรูปแบบของมนุษย์ ดังนั้น การศึกษาวิชาด้านนิเทศศาสตร์ คือ การศึกษาการสื่อสารไปยังมวลชนไม่ว่าจะโดยทางใดก็ตาม และไม่จำเป็นว่าเป็นสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น

### สาขาวิชาของการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ในปัจจุบัน

- การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (Radio and Television Broadcasting)
- การหนังสือพิมพ์หรือวารสารศาสตร์ (Journalism)
- ภาพยนตร์และภาพนิ่ง (Film and Photography)
- การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
- การโฆษณา (Advertising)
- วาทยุทธศาสตร์และการแสดง (Performing Arts)
- การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication) ฯลฯ

ด้วยลักษณะเฉพาะของวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ จึงทำให้การเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ มีทั้งความเหมือนและความต่างจากวิชาการศาสตร์อื่น ๆ ในความเหมือนคือนิเทศศาสตร์มีการสอนทั้งในภาคทฤษฎี (อาทิ วิชาหลักนิเทศศาสตร์ หลักการสื่อสารมวลชน ทฤษฎีการสื่อสาร รวมทั้งวิชาหลักการเบื้องต้นของแต่ละสาขาวิชาตามแต่ประเภทของสื่อ) และภาคปฏิบัติ ซึ่งผู้เรียนจะต้องมีการเรียนรู้และฝึกฝนด้วยการลงมือปฏิบัติจริง (อาทิ การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง รายการวิทยุโทรทัศน์ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ) โดยการฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการ และการออกไปฝึกปฏิบัติในสถานที่จริง

ในความต่างจากสาขาวิชาอื่น ๆ นั้น นอกจากนิเทศศาสตร์จะเป็นศาสตร์ที่มีหลักการและทฤษฎีเป็นของตัวเองแล้ว นิเทศศาสตร์ยังมีความเป็นสหสาขาวิชา (Interdisciplinary) ที่จำเป็นต้องนำศาสตร์ของสาขาวิชาอื่น ๆ ไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอในการปฏิบัติงานจริง เช่น การนำเสนอข่าวประเภทต่าง ๆ ต้องใช้ความรู้จากศาสตร์สาขาอื่น ๆ เข้ามาประกอบ ข่าวการเมือง ใช้ความรู้ด้านรัฐศาสตร์ ข่าวเศรษฐกิจ ใช้ความรู้ด้านบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ เป็นต้น ดังนั้น ในการสอนด้านนิเทศศาสตร์ บางครั้งจึงไม่สามารถอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจได้ด้วยหลักของวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ หรือยกตัวอย่างให้เข้าใจแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องใช้ศาสตร์อื่นๆ ประกอบกับวิธีการสอนในหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ผู้เรียนได้เข้าใจและเข้าถึงศาสตร์

ของความเป็นนิเทศศาสตร์ได้อย่างแท้จริง โดยทั่ว ๆ ไปแล้วการสอนนิเทศศาสตร์มี  
จึงวิธีการสอนในหลากหลายรูปแบบ และในปัจจุบันวิธีการสอนวิธีหนึ่งที่กลายเป็นอีก  
ทางเลือกสำหรับการสอนด้านนิเทศศาสตร์ในปัจจุบัน คือ การสอนด้วยกรณีศึกษา (Case  
Study) เพราะเป็นการสอนที่จะทำให้ผู้เรียนเห็นทั้งภาพและเข้าใจถึงแก่นแท้ของความ  
เป็นนิเทศศาสตร์ได้ดียิ่งขึ้น

### ลักษณะวิธีการสอนนิเทศศาสตร์โดยทั่ว ๆ ไป

1. การสอนด้วยการบรรยาย (Lecture) เป็นการบรรยายเนื้อหาการเรียน  
การสอนโดยทั่ว ๆ ไป มีข้อดีที่สามารถนำเสนอกับกลุ่มที่มีผู้เรียนจำนวนมาก แต่ข้อ  
จำกัดอยู่ที่ผู้เรียนมักจะเป็นเพียงฝ่ายรับความรู้เพียงอย่างเดียว มิได้มีส่วนร่วมกับการ  
เรียนการสอน นอกจากนี้ยังวัดการรับรู้ของผู้เรียนได้ยาก และการสอนต้องคำนวณ  
เนื้อหาในการสอนให้พอดีกับเวลาในการบรรยาย

2. การสอนด้วยการบรรยายร่วมกับการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน (Lecture  
with Discussion) จุดดีของการสอนวิธีนี้คือ ทำให้ผู้เรียนได้มีการตั้งประเด็นคำถาม  
มีการนำเสนอความคิดใหม่ ๆ ได้มีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันในชั้นเรียน แต่ข้อ  
จำกัดของวิธีนี้ คือ การแสดงความคิดเห็นร่วมกันในชั้นเรียน ผู้สอนจะต้องควบคุม  
สถานการณ์ให้ได้ เนื่องจากผู้เรียนยังเป็นผู้ที่มีประสบการณ์น้อย และจะต้องมีการเตรียม  
ตัวล่วงหน้า เพื่อให้การบรรยายร่วมกับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียนมีคุณภาพ

3. การสอนด้วยการเชิญวิทยากรบรรยาย (Guest Speaker) ข้อดีอยู่ที่  
วิทยากรผู้บรรยายสามารถบรรยายในเรื่องที่ตนมีความเชี่ยวชาญ เนื่องจากผู้สอนอาจ  
จะไม่มีประสบการณ์หรือไม่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ และการสอนในวิธีนี้  
สามารถทำให้ผู้เรียนคิดนอกกรอบ ขยายแนวความคิดใหม่ ๆ ในหัวข้อเรื่องที่จะ  
บรรยายขึ้นมาได้ ส่วนข้อจำกัด คือ วิทยากรผู้บรรยายถึงแม้จะเป็นผู้เชี่ยวชาญแต่ก็  
ไม่จำเป็นว่าจะเป็นผู้พูดที่ดี จึงจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมร่วมกันระหว่างผู้สอน  
และผู้บรรยาย

4. การสอนด้วยการอภิปรายจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel of Experts) ข้อดี  
คือมีการนำเสนอความคิดที่หลากหลายจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เกิดการมองต่างมุม  
แต่อาจมีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอของผู้ร่วมอภิปรายที่ไม่จำเป็นต้องผู้พูดที่ดีเสมอไป  
รวมทั้งการควบคุมให้ผู้ร่วมอภิปรายนำเสนอในหัวข้อประเด็นที่กำหนดไว้เป็นสิ่งที่ทำได้  
ยากเช่นกัน จึงควรเตรียมความพร้อมในการประสานงานด้านต่าง ๆ ให้กับผู้ร่วมอภิปราย

5. การสอนด้วยการอภิปรายในชั้นเรียน (Class Discussion) มีข้อดีที่ทำให้เกิดการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันในชั้นเรียนอย่างกว้างขวาง ทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการมอบหมายให้ศึกษาเรื่องที่จะนำมาสนทนาในชั้นเรียนก่อนก็จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนมากยิ่งขึ้น

6. การสอนด้วยการแสดงบทบาทสมมติ (Role Playing) เป็นการสร้างความตื่นตัวในการเรียนการสอน ผู้เรียนจะนำเสนอถึงความคิดของตนในประเด็นที่กำหนดเหมาะกับชั้นเรียนที่มีผู้เรียนจำนวนไม่มากนัก

7. การสอนด้วยกรณีศึกษา (Case Study) ข้อดีของกรณีศึกษาคือ ทำให้เกิดการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ เพื่อให้เกิดแนวทางในการหาข้อสรุปของประเด็นปัญหา โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และทักษะต่าง ๆ ร่วมกันของผู้เรียน ข้อจำกัดคือผู้เรียนที่ไม่สามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎีกับกรณีศึกษาก็จะทำให้เกิดความสับสนในการที่จะใช้ความคิดจินตนาการเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ

### กรณีศึกษาด้านนิเทศศาสตร์

**กรณีศึกษา** คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง หรืออาจเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเพียงบางส่วนของสถานการณ์นั้น โดยสามารถนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาประกอบการเรียนการสอนได้ โดยอาจจะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับประเทศใด ประเทศหนึ่ง สังคมใด สังคมหนึ่ง องค์กรใด องค์กรหนึ่ง หรือชุมชนใด ชุมชนหนึ่ง โดยผู้สอนจะนำเหตุการณ์เหล่านั้นมาเรียบเรียงและใช้วิธีการต่าง ๆ นำมาปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน หรืออาจเพิ่มเติมข้อมูลบางอย่างตามแต่ที่ผู้สอนต้องการ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ โดยจะต้องระบุข้อมูลให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้สอนและผู้เรียนสามารถเข้าใจได้ตรงกัน

กรณีศึกษาที่ดีจึงควรมีสาเหตุของการเกิดปัญหาระบุไว้อย่างชัดเจนและมีทฤษฎีที่สามารถอ้างอิงได้และตีความได้ ซึ่งวัตถุประสงค์สำคัญก็เพื่อให้ผู้เรียนสามารถฝึกค้นสาเหตุที่แท้จริงของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นการฝึกให้เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มองการณ์ไกล สามารถนำความคิดของตนเองมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหานั้น ๆ รวมทั้งสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาของสถานการณ์นั้น ๆ ได้ โดยกรณีศึกษาด้านนิเทศศาสตร์จะมีที่มาจากบทความ สารคดี ในหนังสือ ภาพยนตร์ วิดิทัศน์ ข่าวทางสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ข้อเขียนของผู้สอน รวมทั้งกรณีศึกษาที่มีพิมพ์เผยแพร่ทั่วไป หรืออาจเป็นรายงานข้อมูลในลักษณะต่าง ๆ

การบริหารจัดการในการใช้กรณีศึกษานั้น จะต้องนำกรณีศึกษาไปใช้ใน ห้องเรียนและแบ่งกลุ่มเรียนย่อย ๆ ประมาณ 5-6 คนเพื่อให้มีการแสดงความคิดเห็น ในกลุ่มร่วมกัน ก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นในห้องเรียน จะต้องกำหนดสถานการณ์ให้ ผู้เรียนศึกษา พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างให้ชัดเจนว่าจะให้ผู้เรียนตอบประเด็นไหน อย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำถามจะต้องมีทั้งลักษณะกว้าง และค่อย ๆ เป็นคำถามที่แคบลงมา มีการเปรียบเทียบระหว่างเหตุการณ์ในกรณีศึกษานั้น และในท้ายที่สุดควรให้ผู้เรียน เลือกในสิ่งที่ได้ตอบไปในกรณีศึกษาเพื่อสรุปถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ขณะที่ ผู้เรียนกำลังแสดงความคิดเห็นในกลุ่มนั้น ผู้สอนควรจะไปสังเกตการณ์ หากผู้ เรียนในแต่ละกลุ่มไม่สามารถวิเคราะห์ได้ตามที่กำหนดไว้ ก็ควรช่วยนำทางและทำให้ ประเด็นปัญหานั้น ๆ เกิดความชัดเจน แต่ไม่ควรไปรบกวนทางความคิด ต้องเปิดกว้าง และให้อิสระทางความคิดแก่ผู้เรียน จากนั้นให้ผู้เรียนได้ร่วมกันอภิปรายในห้องเรียน โดยการนำเสนอในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งไม่จำเป็นต้องนำเสนอทุกคน โดยผู้สอนอาจใช้วิธี การสุ่มเลือกตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอก็ได้

### **การใช้กรณีศึกษาในการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์**

ในบทความนี้ขอยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่ ผศ.ดร.สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ได้นำมาให้ผู้เขียนและผู้เข้าร่วมอบรมได้ ศึกษาและเป็นกรณีศึกษา ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์จริงในบาง รายวิชาของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยได้หยิบยกบางเรื่องราวหรือ บางประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคม จากสื่อประเภทต่าง ๆ มาใช้เป็นกรณีศึกษาเพื่อ วิเคราะห์ถึงหลักและทฤษฎีต่าง ๆ ทางด้านนิเทศศาสตร์และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจถึงแก่นแท้ของเรื่องราวนั้น ๆ อาทิ

#### **1. การใช้ข่าวจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เป็นกรณีศึกษา เพื่อวิเคราะห์ถึง ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม**

##### **ตัวอย่างกรณีศึกษา**

กรณีเนื้อหาข่าวของ น้องแนน เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีการเผยแพร่ภาพโป๊ ทางเว็บไซต์ ของ ต๊ก บงกช คงมาลัย จากภาพยนตร์เรื่อง ไอ้ฟัก (โดยใช้ข่าวจาก หนังสือพิมพ์ประกอบการศึกษา)

### ไล่เช็กบิล “น้องแนน” ถ้ายี่สิบยี่ขวาทิ้งแผ่น

เปลี่ยชายเรตเอ็กซ์จะออกหมายเรียกไม่มาพบจับแน่ขอหาค่า “ประเวณี” ตำรวจเช็กบิล “น้องแนน-เกษรินทร์” นางเอกหนังวีซีดี “ไมรา” แอบไปเล่นหนังแผ่นใต้ดิน ไปเปลี่ยถึงชั้นเรตเอ็กซ์ รองผู้การฯ กงทงทะเบียน ออกหมายเรียกไปแล้วไม่ยอมมาตามนัด เตรียมออกหมายจับ เลงานงานข้อหาหนักค่าประเวณี

ขณะที่ผู้บริหารโรงพยาบาลลาดพร้าว ทอบหลักฐานคดีภาพห้องผ่าตัดลามก แจ้งความกองปราบปราม ช่วยตามไล่ล่าตัวมือโพลสแสมมาดำเนินคดี ยินยันภาพโพลปรากฏในอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมา ระบุหัวข้อเป็นภาษาอังกฤษ “คุณเชื่อใจหมอหรือไม่!” ตำรวจท้องที่ยังหาตัวผู้กระทำได้ “ผู้การโก” เตรียมประสานผู้เชี่ยวชาญไอซีที ให้ช่วยเหลืออีกแรง ด้านคดีภาพเปลี่ยดาราลาวทรงโต “ดีก-บงกช” อาทิตย์หน้าถึงคิวเรียกสอบผู้กำกับฯ หนึ่งไอ้ฟัก

กรณีมีกระแสข่าวว่า น.ส.เกษรินทร์ หรือ “น้องแนน” ชัยเฉลิมพล อายุ 27 ปี นางเอกหนังแผ่นวีซีดีจากเรื่อง “ไมรา” ได้ไปแสดงหนังวีซีดีใต้ดินเล่นคู่กับหนุ่มต่างชาติ มีฉากวาบหวามพลอดรักกันอย่างโจ่งครึ่มดุเดือด ซึ่งกำลังเป็นที่ฮือฮาของวงการหนังแผ่นนั้น ต่อมาทางตำรวจกองทะเบียนได้ตรวจสอบพบวีซีดีหนึ่งเรื่องดังกล่าว จึงได้ออกหมายเรียกตัว “น้องแนน” มาสอบสวน ตามที่เสนอข่าวไปแล้วนั้น

ความคืบหน้าเรื่องนี้ เมื่อเวลา 13.00 น. วันที่ 22 ก.ค. พ.ต.อ.วิสุทธิ วาณิชบุตร รอง ผบ.ก.ท. เปิดเผยว่า ตนได้ออกหมายเรียกตัว น.ส.เกษรินทร์ ไปตั้งแต่วันที่ 14 ก.ค. ที่ผ่านมา เพื่อให้เดินทางมาให้ปากคำในฐานะพยานเท่านั้น แต่จนถึงขณะนี้ยังไม่ได้รับการติดต่อมาแต่อย่างใด เมื่อเรียกแล้วไม่มาก็ต้องออกหมายเรียกซ้ำอีกครั้ง ถ้าครั้งที่สอง น.ส.เกษรินทร์ ยังไม่ยอมติดต่อกันอีกก็จะเตรียมออกหมายจับในข้อหากระทำการค้าประเวณีต่อไป

“ที่มต้องเรียกตัว น.ส.เกษรินทร์ มาให้ปากคำ เพื่อต้องการจะสอบถามข้อมูลของขบวนการผลิตหนังลามกอนาจารโดยเฉพาะที่มผู้สร้างและนายทุน เนื่องจากในปัจจุบันมีกลุ่มนายทุนนิยมหันมาลงทุนสร้างหนังแนวนี้อยู่หลายรายเพราะมีผลกำไรต่อเรื่องสูง และไม่มีปัญหาเรื่องที่จะขาดทุน ดังนั้นจึงต้องการปราบปรามเรื่องเหล่านี้ให้หมดไป”

ผู้สื่อข่าวถามว่า ทำไมตำรวจจึงต้องออกหมายเรียก น.ส.เกษรินทร์ เพียงผู้เดียว พ.ต.อ. วิสุทธิ รอง ผบ.ก.ท. ตอบว่า สาเหตุที่ต้องออกหมายเรียก น.ส.เกษรินทร์ มาให้ปากคำในฐานะพยาน เนื่องจากตำรวจต้องการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ หลังจากก่อนหน้านี้ได้ออกไปตรวจจับวีซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และวีซีดีลามกอนาจารในหลายท้องที่ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑลได้ของกลางเป็นจำนวนมาก แล้วทางเจ้าหน้าที่ชุดจับกุมได้สังเกตเห็นวีซีดีลามกอนาจารต่างชาติเรื่องหนึ่ง เขียนโฆษณาเด่นชัดที่หน้าปกไว้ว่า “มีนางเอกหนังแผ่นคนไทยร่วมแสดงด้วย”

จากนั้นได้เปิดตรวจสอบดูพบว่า เป็นนางเอกคนเดียวกันจริง จึงจำเป็นต้องออกหมายเรียกตัวมาสอบปากคำเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริง เพื่อเร่งขยายผลไปยังกลุ่มผู้ผลิต และนายทุนที่อยู่เบื้องหลังการถ่ายทำวีซีดีลามกอนาจารเรื่องดังกล่าว

ด้านกรณีมีมือดีนำภาพลามกไปเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เป็นภาพเหตุการณ์ลักษณะคล้ายคนใช้หญิงถูกวางยาสลบนอนอยู่บนเตียง แล้วมีผู้ชายแต่งกายคล้ายหมอกำลังลงมือช่มขืน พร้อมเขียนคำบรรยายเดือนกัยว่า เหตุการณ์เกิดขึ้นที่ รพ.ลาดพร้าว ทำให้ทางนายวิธวัส เพิ่มผล ผช.กรรมการผู้จัดการ รพ.ลาดพร้าว เตรียมนำหลักฐานเข้าไปแจ้งความที่กองปราบปราม เพื่อช่วยไล่ล่าตัวมือโพลสภาพตัวสแสมมาดำเนินคดี ตามที่เสนอข่าวไปแล้วนั้น

ต่อมาเวลา 11.00 น. วันเดียวกัน นายวิวัฒน์ ผช.กรรมการผู้จัดการ รพ.ลาดพร้าว เดินทางเข้าพบ พล.ต.ต.โกสินทร์ ทินเฮาวิ ผบก.ป. เพื่อแจ้งความดำเนินคดีกับบุคคลที่นำภาพลามกในห้องผ่าตัดไปเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตแล้วระบุว่าเป็นภาพจาก รพ.ลาดพร้าว ในข้อหาหมิ่นประมาทโดยการโฆษณา โดยนายวิวัฒน์กล่าวว่า เรื่องดังกล่าวทางโรงพยาบาล เคยเข้าแจ้งความแล้วที่ สน.โชคชัย ช่วงปลายปี 46 แต่คดียังไม่มีความคืบหน้า และเมื่อเร็ว ๆ นี้พอทราบข่าวว่าตำรวจกองปราบฯ จับกุมผู้โพสต์ภาพเปลือยคาราสาว “บงกช คงมาลัย” ได้ ทางโรงพยาบาลจึงตัดสินใจมาแจ้งที่กองปราบฯ

นายวิวัฒน์ เปิดเผยต่อว่า สำหรับภาพลามกในห้องผ่าตัดดังกล่าว ตนเห็นครั้งแรก ประมาณวันที่ 23 ต.ค. 46 มีหัวข้อเป็นภาษาอังกฤษ ใจความว่า “คุณเชื่อใจ หมอหรือไม่ !” แต่ในช่วงนั้นไม่ได้สนใจอะไร เพราะเป็นภาพที่ถูกส่งต่อทางอีเมลทั่วไป จนกระทั่งวันที่ 9 ธ.ค. 46 ทางพนักงานคนของ รพ.ลาดพร้าว ได้รับเมลภาพดังกล่าวอีกครั้ง มีการระบุหัวข้อภาพว่าเป็นโรงพยาบาลลาดพร้าว จากการตรวจสอบเมลที่ส่งมาครั้งนั้น ชื่อแรกในเมลที่ส่งต่อ ๆ กันมาเป็นเมลชื่อ pumisutikul.s (sakolsupa)

“หลังจากที่ภาพดังกล่าวเผยแพร่ออกไปแล้วมีประชาชนที่เข้ามาใช้บริการกับทางโรงพยาบาล รวมไปถึงประชาชนทั่วไปเกิดความสงสัยและเข้าใจผิดโทรฯ มาสอบถามเรื่องราวเป็นจำนวนมาก บางรายถึงขั้นต่อว่ารุนแรง ทางโรงพยาบาลได้พยายามชี้แจงและยินดีให้ตรวจสอบห้องผ่าตัดได้ตลอดเวลา หลังเกิดเหตุไปแจ้งความเอาผิดกับผู้โพสต์ภาพทำให้เสื่อมเสีย นอกจากนี้ยังได้ไปร้องเรียนทางแพทยสภาไว้ด้วย จากนั้นสักพักเรื่องได้เงียบหายไป”

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ รพ.ลาดพร้าว ยังกล่าวถึงภาพดังกล่าวด้วยว่า จากการวิเคราะห์ภาพสถานที่ที่ถ่ายทำน่าจะเป็นสถานพยาบาลหรือคลินิกจริง ๆ แต่ไม่น่าจะอยู่ในประเทศไทย คงเป็นสถานที่ที่เลิกใช้งานไปแล้วสังเกตเห็นได้จากเครื่องมือแพทย์ที่ปรากฏส่วนใหญ่เป็นเครื่องมือที่ล้าสมัย ไม่น่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ และเครื่องดูฟิล์ม ส่วนที่ว่าเป็นการจัดฉากขึ้นเพื่อถ่ายทำนั้นตนคิดว่าคงเป็นไปได้ยากเนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องผ่าตัดนั้นมีราคาสูง ที่สำคัญไม่สามารถจัดหาหากันได้ง่าย ๆ นึก

ต่อข้อถามว่าผู้ที่โพสต์ภาพดังกล่าวน่าจะมีจุดประสงค์แอบแฝงหรือไม่ นายวิวัฒน์ ตอบว่า เรื่องนี้ตนไม่ทราบ แต่ทางโรงพยาบาลเคยมีเรื่องฟ้องร้องกับคู่กรณีรายหนึ่ง และคดีสามารถตกลงกันจนได้ข้อยุติไปแล้ว ทั้งนี้ระหว่างให้สัมภาษณ์ นายวิวัฒน์ นำภาพถ่ายภายในห้องผ่าตัดของ รพ.ลาดพร้าว จำนวน 5 ห้อง มาเปรียบเทียบกับภาพที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ต พบว่าแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง

พล.ต.ต.โกสินทร์ กล่าวว่า อยากฝากไปถึงแพทย์และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งคนไข้ที่เคยใช้ห้องผ่าตัดจากสถานพยาบาลต่าง ๆ ถ้ามีโอกาสเห็นภาพดังกล่าวและสามารถจดจำได้ว่าเป็นห้องผ่าตัดที่ใด ขอให้รีบประสานข้อมูลมายังตำรวจเพื่อจะได้เข้าไปตรวจสอบ เพราะเรื่องนี้ถือว่าเป็นภัยทางสังคมอีกรูปแบบหนึ่งทำให้โรงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์เสียหายเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามได้ติดตามความคืบหน้ากับทาง สน.โชคชัย และประสานไปยังเจ้าหน้าที่กระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศ และการสื่อสาร (ไอซีที) ให้ช่วยสืบสวนหาตัวผู้ที่โพสต์ภาพมาดำเนินคดี

ส่วนความคืบหน้าในการสืบสวนหาตัวผู้กระทำผิดเพิ่มเติมที่นำภาพเปลือย “ตึก บงกช” จากภาพยนตร์เรื่อง “ไอ้พริก” นำไปเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตนั้น สืบดาหัวหน้าทางพนักงานสอบสวนจะเริ่มทำการสอบสวนในประเด็น “คนใน” บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ และบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการนำภาพจากจากอาบน้ำของ น.ส.บงกช ไปตัดต่อทำเทคนิคพิเศษ ทั้งนี้จะประสานงานกับทางบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เพื่อสอบถามค่าผู้กำกับภาพยนตร์ว่า มีบริษัทใดครอบครองภาพไว้บ้าง เพื่อนำมาตรวจเปรียบเทียบกับภาพที่มีการเผยแพร่อีกครั้ง

(จากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์)

### ประเด็นปัญหา/คำถาม

1. ในสายตาของสังคม ใครเข้าข่ายเป็นผู้รับผิดชอบต่อเหตุการณ์ดังกล่าว
2. ทำไมสังคมจึงไม่ค่อยแสดงความเห็นใจกับผู้เสียหายทั้งสองกรณีมากนัก
3. ทั้งสองกรณีให้บทเรียนกับสังคมอย่างไรบ้าง

### แนวทางการวิเคราะห์

**ประเด็นแรก** ในสายตาของสังคม ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบในสองกรณีดังกล่าว คือ ตัวผู้เสียหายคือน้องแนน และตึก บงกช คงมาลัย ครอบครัวของผู้เสียหาย เจ้าหน้าที่ตำรวจ หน่วยงานราชการด้านวัฒนธรรม ลิขสิทธิ์ กระทรวง ICT บุคคลและบริษัทที่เป็นคู่กรณีของทั้งสองคน เป็นต้น

**ประเด็นที่สอง** สาเหตุที่สังคมไม่ค่อยแสดงความเสียใจกับผู้เสียหายอาจเป็นเพราะกรณีที่เกิดขึ้นนี้เกิดจากการกระทำของผู้เสียหายเอง ซึ่งผู้เสียหายได้กระทำในสิ่งที่ขัดต่อความรู้สึกของคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของคนไทย และกรณีเช่นนี้มักเกิดขึ้นเป็นประจำ โดยมีข่าวออกมานำเสนอทางสื่อมวลชนเสมอ ๆ ทำให้คนไทยเคยชินกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งคนไทยขึ้นชื่อว่าเป็นคนที่ลืมนง่าย มีเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจเพียงไม่นานเมื่อมีเหตุการณ์อื่นๆ ผ่านเข้ามาในความทรงจำก็มักจะลืมเหตุการณ์ก่อนหน้าได้อย่างง่ายดาย

**ประเด็นที่สาม** บทเรียนที่ทั้งสองกรณีได้ให้กับสังคม ทำให้ทราบว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากต่อมวลชน โดยเฉพาะการนำหยิบยกประเด็นใดประเด็นหนึ่งมานำเสนอ หากมองโดยวิเคราะห์ในแง่มุมมองด้านนิเทศศาสตร์ ในด้านของอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีผลกระทบต่อสังคม จะพบว่าเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในทั้งระดับปัจเจกบุคคล และที่เกิดขึ้นกับสังคมโดยรวม โดยมองทั้งแง่มุมมองอิทธิพลของสื่อที่มีผลกระทบต่อผู้รับสาร และมองในแง่มองของสิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อมวลชน รวมทั้งมองไปที่กลไกที่ทำหน้าที่ดูแลสื่อมวลชนในปัจจุบันด้วยว่าสามารถทำหน้าที่ดูแลและควบคุมกันเองได้มากน้อยเพียงใด (ตามทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ)

### 2. การใช้ภาพยนตร์ในการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของสื่อมวลชนกับสังคมในแง่มุมต่าง ๆ

การชมภาพยนตร์ซึ่งเป็นสื่อที่นำเสนอภาพเคลื่อนไหว มีเสียงประกอบ มีการเล่าเรื่องทำให้มองเห็นแง่มุมของความสัมพันธ์ที่นำเสนอในลักษณะของอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์จะเกิดการจดจำและระลึกถึงสิ่งที่เกิดขึ้นได้นานกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

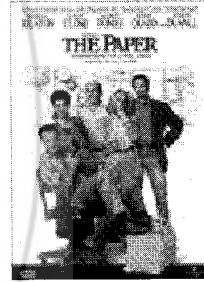
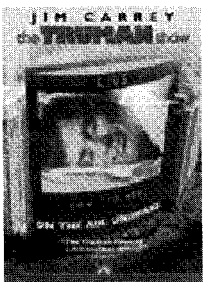
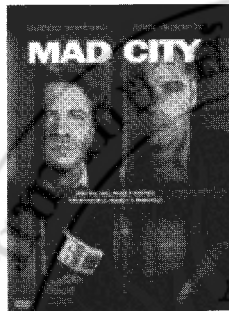


เนื่องจากเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับสิ่งได้รับชมในเวลาระยะหนึ่ง ทำให้ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลโน้มน้าวใจผู้ชมได้เป็นอย่างมาก การใช้ภาพยนตร์เป็นกรณีศึกษาจะทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจและวิเคราะห์สารได้ตามประเด็นปัญหาที่ได้กำหนดไว้

#### ตัวอย่างกรณีศึกษา

● ภาพยนตร์เรื่อง Mad City , The Paper , The Insider

ประเด็นปัญหา/คำถาม “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทำงานของสื่อ”



● ภาพยนตร์เรื่อง Wag the Dog, All the president's Men , Nixon

ประเด็นปัญหา/คำถาม “สื่อมวลชนกับการเมือง”

● ภาพยนตร์เรื่อง The Truman Show, ED TV , In and Out , The Net , Broadcast News

ประเด็นปัญหา/คำถาม “ผลกระทบของสื่อมวลชนต่อชีวิตประจำวัน”

#### แนวทางการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์จะต้องนำเสนอถึงเรื่องย่อของภาพยนตร์ที่ผู้เรียนชม พร้อมทั้งบอกประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์ว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องใด ซึ่งได้มีการตั้งประเด็นคำถาม/ปัญหาแต่ละด้านกับภาพยนตร์แต่ละเรื่องไว้แล้ว รวมทั้งจะต้องนำหลักและทฤษฎีด้านนิเทศศาสตร์การสื่อสารมวลชน หลักเบื้องต้นของสื่อประเภทต่าง ๆ ความรับผิดชอบ

และจริยธรรมของสื่อมวลชนเข้ามาประกอบในการวิเคราะห์ด้วย ในที่นี้จะนำเสนอ การวิเคราะห์ภาพยนตร์เพียงหนึ่งเรื่อง คือ

## The Truman Show

### เรื่องย่อ

The Truman Show เป็นละครโทรทัศน์ชุดฮิตในอเมริกา มีตัวละครเอกคือนาย Truman Burbank ชายหนุ่มที่มีชีวิตแสนจะธรรมดา ซึ่งชีวิตของเขาได้ถูกขายมาเป็น ตัวละครตัวนี้ตั้งแต่เกิด โดยที่เขาไม่รู้ตัว และรายการโทรทัศน์นี้ตั้งติดอันดับเพราะมี การลงทุนถ่ายทำสูงและแพร่ภาพชีวิตจริงๆ ของนาย Truman สดตลอด 24 ชั่วโมง เป็น ละครชีวิตจริง ไม่มีการเขียนบทล่วงหน้าแล้ววันหนึ่งเหตุการณ์ที่ผิดปกติเกิดขึ้นกับชีวิตของ Truman จนทำให้เขาต้องพยายามค้นหาความจริงจนทราบว่าชีวิตที่แท้จริงของเขาไม่มี มีเพียงแต่สิ่งที่จัดฉากขึ้นมาเท่านั้น และทำให้เขาอยากที่จะออกไปสู่โลกของความจริง ที่ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อ

จากการวิเคราะห์ในประเด็นปัญหา/คำถาม “ผลกระทบของสื่อมวลชนต่อชีวิต ประจำวัน” โดยใช้หลักของการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน นั่นคือมองไปที่ “การทำหน้าที่” (Function) และ “การไม่ทำหน้าที่” หรือ “การทำหน้าที่ที่เป็นอันตราย” (Dysfunction) พบว่า การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในภาพยนตร์เรื่องนี้ส่งผลให้เกิดการละเมิดสิทธิ มนุษยชน เพียงเพื่อหวังผลตอบแทนคือ Rating ที่สูงขึ้นแลกกับการลงโฆษณาและ การขายสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการหวังผลประโยชน์ทางการตลาดเท่านั้น ภาพยนตร์ เรื่องนี้จึงเป็นลักษณะของการเหยียดหยันเสียดสีวงการสื่อมวลชนอย่างรุนแรง แสดงให้ เห็นถึงวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีที่ถึงแม้จะเจริญถึงขีดสุด แต่ในเรื่องของจิตใจ มนุษย์กลับไปอยู่ที่จุดต่ำสุด ไม่คำนึงถึงสิ่งที่เกิดขึ้นมองเห็นแต่เพียงผลประโยชน์เท่านั้น

3. การใช้ข่าวจากหนังสือพิมพ์ เป็นกรณีศึกษา เพื่อวิเคราะห์ถึงการหน้าที่ จริยธรรมของหนังสือพิมพ์ในการรายงานข่าว (News Reporting)

ตัวอย่างกรณีศึกษา



# ถอด บก.เดลีมิร์เรอร์ลงภาพปลอม

ลอนดอน-เดลี มิร์เรอร์ ปลด บก. ออกจากตำแหน่ง หลังตีพิมพ์ภาพปลอมทหารอังกฤษทารุณนักโทษชาวอิรัก

คณะกรรมการบริหารหนังสือพิมพ์เดลี มิร์เรอร์ ได้ลงมติเมื่อวันศุกร์ (15 พ.ค.) ปลดนายเพียร์ซ มอร์แกน ออกจากตำแหน่งบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ฉบับนี้แล้ว เพื่อรับผิดชอบกรณีตีพิมพ์ฉบับนี้ได้ตีพิมพ์ภาพทหารอังกฤษทารุณนักโทษอิรัก จนกลายเป็นเรื่องอื้อฉาวไปทั่วโลก แต่ผลพิสูจน์ของกองทัพยืนยันแล้วว่า ไม่ใช่ภาพเหตุการณ์จริงเพราะกองทัพสามารถยืนยันได้ว่ารถบรรทุกทหารที่ปรากฏในภาพนั้น ประจำอยู่ที่ฐานทัพในแลงคาสเซอร์ โดยไม่เคยถูกส่งไปที่อิรักเลย

ต่อกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารของ เดลี มิร์เรอร์ ให้เหตุผลที่ปลดนายมอร์แกน ออกว่า เป็นเพราะการตีพิมพ์ภาพดังกล่าว ทำให้ทหารอังกฤษตกอยู่ในอันตราย นายมอร์แกน จึงไม่สมควรทำหน้าที่นี้ต่อไป พร้อมกันนี้ คณะกรรมการบริหารของเดลี มิร์เรอร์ ได้แต่งตั้งนายเดล เคลลี ผู้ช่วยบรรณาธิการ ให้ดำรงตำแหน่งแทนนายมอร์แกนชั่วคราว

เดลี มิร์เรอร์ ยืนยันด้วยว่า ที่ผ่านมา หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ตีพิมพ์ด้วยเจตนาดี โดยเชื่อว่า เป็นภาพทหารอังกฤษทำร้ายนักโทษชาวอิรักจริง ๆ

นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ฉบับวันเสาร์ได้ตีพิมพ์คำขอภัยบนหน้าหนึ่ง และแสดงความเสียใจเป็นอย่างยิ่ง ที่สร้างความเสียหายให้กับกรมทหารควีนส์แลงคาสเซอร์และกองทัพอังกฤษ ในอิรัก และพร้อมจะให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ในการสืบสวนเรื่องนี้ต่อไป

ด้านนายมอร์แกนเผยว่า ตัวเองตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงที่ประสงค์ร้าย และมีการวางแผนไตร่ตรองเอาไว้แล้ว พร้อมกับยืนยันว่า เรื่องทหารทารุณกรรมนักโทษเป็นเรื่องจริง แม้รัฐบาลอังกฤษจะยืนยันเมื่อ 2 วันก่อนหน้านี้นี้ว่า เป็นภาพปลอมก็ตาม

นับเป็นผู้บริหารสื่ออังกฤษคนที่ 3 ที่หลุดออกจากตำแหน่ง สืบเนื่องจากการนำเสนอข่าวสงครามอิรัก ก่อนหน้านี้นักบริหารของบีบีซี 2 คนถูกบีบให้ลาออก หลังสอบสวนของคณะกรรมการอิสระ ได้ตำหนิบีบีซีอย่างรุนแรงกรณีนำเสนอข่าวกล่าวหาว่ารัฐบาลเสริมแต่งข้อมูลชาวกรอก ที่ยกเป็นเหตุอ้างทำสงครามอิรัก

## ประเด็นปัญหา/คำถาม

1. การปลดบรรณาธิการหนังสือพิมพ์เดลีมิร์เรอร์ออกจากตำแหน่ง โดยคณะกรรมการบริหารฯ เกิดขึ้นภายใต้เหตุผลใด หรืออ้างอิงหลักการใด
2. ผู้เกี่ยวข้องน่าจะมองสถานการณ์ที่เกิดขึ้น แตกต่างกันอย่างไร
  - คณะกรรมการบริหาร
  - บรรณาธิการหนังสือพิมพ์เดลี มิร์เรอร์
  - สาธารณชน หรือ ผู้อ่าน
  - รัฐบาลอังกฤษ
3. การกระทำดังกล่าวถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ เพราะอะไร จงแสดงความคิดเห็น

## แนวทางการวิเคราะห์

ประเด็นแรกคณะกรรมการบริหารสื่อปลดบรรณาธิการออกจากตำแหน่งเนื่องจากหนังสือพิมพ์เดลีมีร์เรอร์ตีพิมพ์ภาพปลอมทหารอังกฤษทารุณนักโทษชาวอิรัก ซึ่งในการวิเคราะห์ต้องหยิบยกหลักการในการรายงานข่าว รวมทั้งเรื่องจริยธรรมในการรายงานข่าวทางหนังสือพิมพ์ ที่จะต้องเสนอข้อเท็จจริง (facts) ที่มีข้อมูลถูกต้อง ไม่บิดเบือนความจริงมาประกอบ ซึ่งในฐานะบรรณาธิการจะต้องเป็นผู้ตรวจสอบข้อมูลเหล่านี้ก่อนลงพิมพ์เผยแพร่

ประเด็นที่สอง ผู้เกี่ยวข้องมองสถานการณ์เหล่านี้ต่างกัน โดย

- คณะกรรมการบริหารจะมองถึงความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ในฐานะเจ้าของสื่อ/ผู้บริหารสื่อที่มีต่อสังคมและประเทศชาติ เนื่องจากเรื่องที่เกิดขึ้นทำให้เกิดผลเสียหายอย่างมากต่อประเทศอังกฤษ เพราะทำให้ทหารอังกฤษตกอยู่ในอันตรายจากการนำเสนอมือปืนที่ไม่ถูกต้อง จึงเห็นว่าการปลดบรรณาธิการผู้ดูแลการตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวเป็นการเหมาะสม

- บรรณาธิการหนังสือพิมพ์เดลีมีร์เรอร์มองว่าตนเองตกเป็นแพะรับบาปของสถานการณ์ในครั้งนี้ เพราะเรื่องที่เกิดขึ้นมีความลึกซึ้งซับซ้อนและมีการวางแผนไตร่ตรองเอาไว้ก่อนแล้ว และยืนยันถึงความบริสุทธิ์ใจพร้อมยืนยันว่าภาพดังกล่าวเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

- สาธารณชน หรือผู้อ่าน ในฐานะผู้รับข่าวสารจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้อ่านอาจมองได้ทั้งสองแง่มุมเนื่องจากการออกมานำเสนอข่าวที่ต่างกันของทั้งสองฝ่าย

- รัฐบาลอังกฤษ ยืนยันว่าภาพที่นำเสนอเป็นของปลอม จึงมองสถานการณ์นี้ว่าทำให้เกิดความเสียหายต่อประเทศชาติอย่างรุนแรง จึงต้องมีผู้รับผิดชอบกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ประเด็นที่สาม การมองว่าเหตุการณ์ดังกล่าวถูกต้องเหมาะสมหรือไม่

หากพิจารณาถึงการกระทำดังกล่าวโดยใช้ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (Normative Theory) ในแง่มุมของ Libertarian Theory (ทฤษฎีอิสรภาพนิยม) มองว่าสื่อสามารถทำหน้าที่นำเสนอทัศนะที่หลากหลายในตลาดเสรีแห่งความคิดเห็น ทำหน้าที่ตรวจสอบทั้งตัวเองในการแสวงหาข้อเท็จจริง รวมทั้งตรวจสอบรัฐบาลไปพร้อม ๆ กับทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการด้านอื่นๆ ของสังคม ซึ่งทฤษฎีนี้มีข้อห้ามในเรื่องของการนำเสนอข่าวที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม อาทิ การลบลู่หมิ่นประมาท การเผยแพร่สิ่ง

ลามก การยุงให้เกิดสงคราม เป็นต้น แต่บางครั้งความเป็นอิสระของสื่อที่มาพร้อมกับ การขยายตัวของลัทธิทุนนิยม ซึ่งเจ้าของสื่อมีบทบาทอย่างมากนั้น ทำให้ความรับผิดชอบ ในการนำเสนอข่าวลดน้อยลงไป จึงต้องอาศัยแนวคิด Social Responsibility Theory (ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม) เข้ามาทบทวนการทำงานของสื่อมวลชนที่จะต้องเข้ามา ดูแลและควบคุมกันเองในการดำเนินงาน โดยจะต้องรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้น ฐานของความเป็นจริงอย่างละเอียดรอบด้าน และได้ตรวจสอบอย่างรอบคอบโดย พิจารณาดูบริบทที่เหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้น ดังข่าวที่เกิดขึ้น ที่ทางรัฐบาลอังกฤษยืนยันว่า มิได้เกิดขึ้นจริง ทำให้เกิดภาพที่สร้างความเสียหายกับประเทศชาติ หนังสือพิมพ์จึงต้อง สร้างความรับผิดชอบต่อโดยการปลดบรรณาธิการ แต่หากมองในมุมของบรรณาธิการ ก็ จะพบว่าสิ่งที่เกิดขึ้นอาจเป็นเรื่องที่ไม่ยุติธรรม เพราะไม่มีใครสามารถพิสูจน์ได้ว่าการตัดสินใจ เรื่องดังกล่าวของรัฐบาลอังกฤษเป็นสิ่งที่ถูกต้อง และการตัดสินใจของคณะกรรมการบริหาร หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่ชอบธรรมหรือไม่

#### 4. การจัดทำเป็นสรุป Brief ของผลิตภัณฑ์ โดยการยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใน ตลาดหรือสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้น เพื่อวางแผนรณรงค์ในการโฆษณา ตัวอย่างกรณีศึกษา

##### สรุป Brief ผลิตภัณฑ์ D-DOX

###### Product

- Quality Product
- Innovative Product เช่น Pizza D-DOX ,แฮมพวสุตรเย็น แฮมพวสุตรสำหรับ ผิวแพ้ง่าย (และกำลังจะออก Product ใหม่อีก ที่เป็น Innovative อีก 2 ตัว)
- อาหารมีส่วนผสมของยัคคา มีคุณสมบัติช่วยให้ถ่ายง่าย และไม่กักลินเหม็น ส่วน คุณค่าอื่น ๆ นั้น ทุกยี่ห้อเหมือนกันหมด เพียงแต่บางยี่ห้อออกส่วนผสมนั้น ๆ ขึ้น มาเป็น Point พุดเท่านั้น เช่น สารต้านอนุมูลอิสระ
- อาหารมีอายุ 6 เดือน
- Pizza มีอายุ 1 ปี เป็น Snack สำหรับกินเล่น แต่ที่ขายดีที่สุดจะเป็นตัวอาหาร ส่วน Pizza ช่วยให้ D-DOX มีจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง
- อาหารสุนัขขนาด 3 กิโลกรัม จะบรรจุ 4 กิโลกรัม (ประมาณ 190 บาท) ขนาด 8 กิโลกรัม จะบรรจุ 10 กิโลกรัม (ประมาณ 390 บาท) แกรมให้ผู้บริโภค ซึ่งทุก ยี่ห้อเหมือนกันหมด

- ฤดูฝนจะเป็นช่วงที่แชมพูขายดีเพราะสุนัขจะสกปรกเปียกมอมแมม
- เร็ว ๆ นี้จะออกแบบกระป๋อง มี 4 รส รสแกะ รสเนื้อ รสไก่ รสตับ
- วางแผนไว้ว่าจะส่งออกต่างประเทศ

#### Advertising ที่เคยทำ

- ส่วนใหญ่จะเป็น Print Ad. และ Spot วิทยู เนื่องจากมีงบน้อย
- Spot วิทยูปีที่แล้ว ทำเป็นเพลง เพื่อต้องการบอกว่า “ถ้าไม่รัก ก็อย่าไปเลี้ยงมัน” ได้รับรางวัล Tac Awards ปีที่แล้ว

#### Promotion ที่เคยทำ

- ชื่อ D-DOX ร่วมลุ้นจับฉลากชิงโชคลูกสุนัข Golden Retriever
- หากคุณซื้อผลิตภัณฑ์ D-DOX นอกจากสุนัขของท่านจะได้อ้อมรอยแล้ว สุนัขที่อยู่ตามมูลนิธิต่าง ๆ ยังได้อ้อมด้วย เพราะรายได้ส่วนหนึ่งมอบให้มูลนิธิสุนัขต่าง ๆ
- Trade Promotion ชื่อ 1 โทล แกรม 1 ถุงใหญ่
- Consumer Promotion แกรมเสื้อ
- เกือบทุกยี่ห้อจะแถมถึง เพราะเมื่อผู้บริโภคซื้ออาหารถุงไปแล้วก็จะใส่ถังไว้เพื่อไม่ให้อาหารเน่าหรืออ่อน

#### งบประมาณ

- ใช้งบประมาณสำหรับการวางแผนรณรงค์การสื่อสารตราสินค้าผลิตภัณฑ์ D-DOX 20 ล้านบาท
- งบประมาณ 20 ล้านบาท รวมค่า Production และรวมค่า Agency Fee แต่ไม่รวม Vat

#### ระยะเวลา

- เริ่มต้นตั้งแต่กรกฎาคม 2546 สิ้นสุดมิถุนายน 2547 รวมระยะเวลา 1 ปี

#### ข้อมูลเพิ่มเติม

- ต้องการ 0.3 % จากตลาดรวม 2,500 ล้านบาท
- ต้องการให้เน้น Channel ใหม่ ๆ ในการขาย
- ต้องการสื่อหรือสะท้อนความรู้สึกของคนรักสุนัข เป็นอันดับ 1 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับรองลงมา
- “คนซื้อไม่ได้ใช้ คนใช้ไม่ได้ซื้อ”

### **ประเด็นปัญหา/คำถาม**

ข้อมูล Brief ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข D-DOX ได้ให้ข้อมูลอะไรบ้างเพื่อใช้จัดทำเป็น Advertising Campaign Planning และมีกระบวนการในการทำโฆษณาอย่างไร

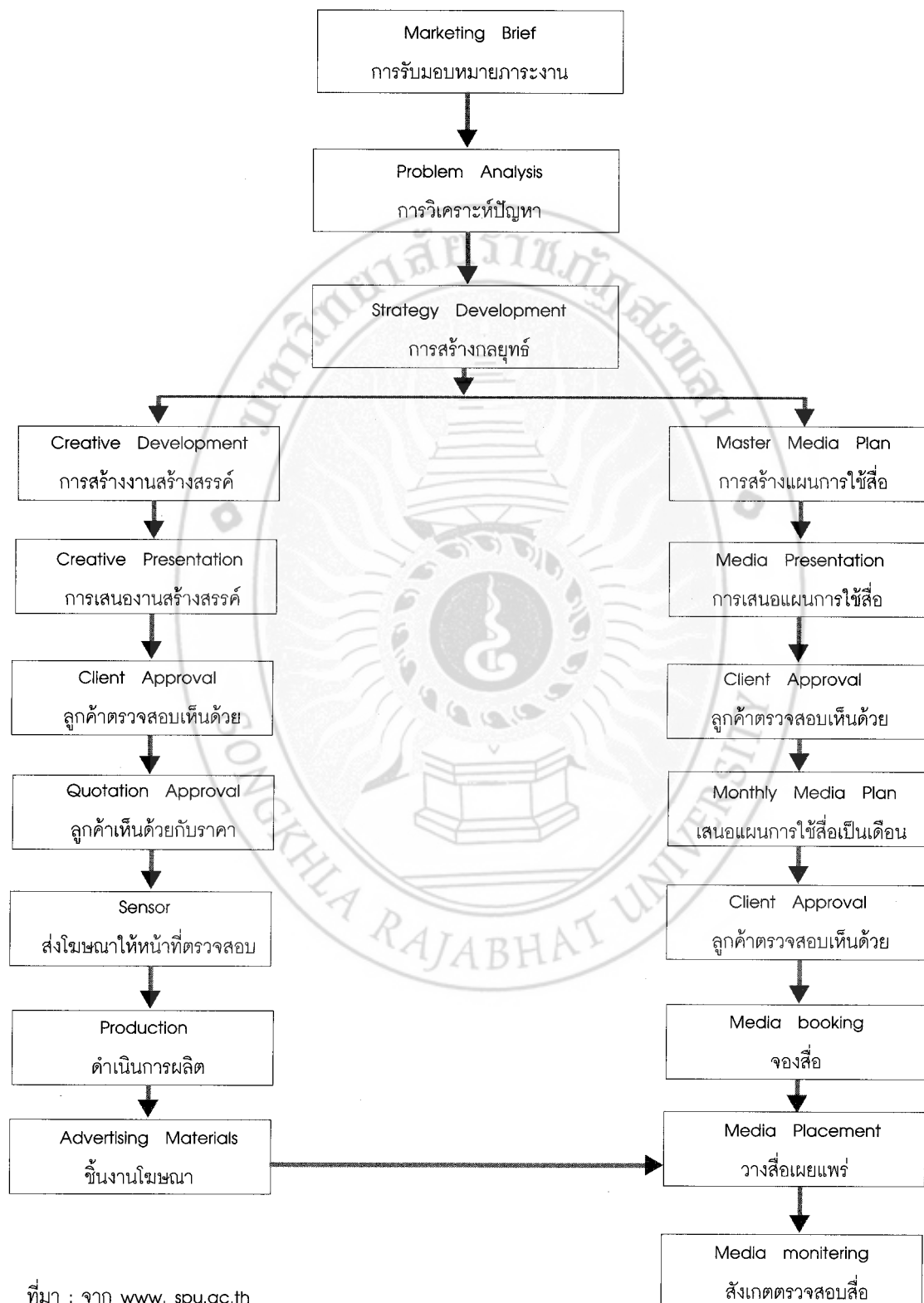
### **แนวทางการวิเคราะห์**

จากกรณีศึกษา Brief ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข D-DOX นี้ต้องการให้นักศึกษาที่เรียนทางด้านโฆษณาได้ฝึกวิเคราะห์ถึงกระบวนการทำงานการโฆษณาซึ่งเริ่มต้นด้วยการรับข้อมูลจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Marketing Brief) และสิ้นสุดลงที่ชิ้นงานโฆษณาได้รับการเผยแพร่และมีการสังเกต และตรวจสอบสื่อที่เผยแพร่ ซึ่งในการวางแผนการโฆษณาจะต้องและสามารถใช้สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นหัวใจของการวางแผนและกลยุทธ์การโฆษณา โดยจะมาจากแผนการตลาดที่เจ้าของผลิตภัณฑ์และบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ตกลงกันตามความต้องการของลูกค้าและ Agency

ซึ่งใน Brief ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข D-DOX นี้ได้มีการวิเคราะห์สถานการณ์ในเรื่องสภาพการณ์บริษัทหรือผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสถานการณ์ทางการตลาดในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดของบริษัท/ผลิตภัณฑ์/บริการ สภาพการแข่งขันหรือตำแหน่งครองใจในตลาด รายละเอียดทั่วไปเกี่ยวกับตลาดและบริการ ประวัติการขายและส่วนแบ่งตลาด รายละเอียดผู้บริโภคเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ การใช้กลยุทธ์ราคา ประวัติการใช้สื่อในอดีต รวมทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย เป็นต้น

ในการใช้กรณีศึกษานี้อาจใช้ในการฝึกนักศึกษาในการซักถามข้อมูลของผลิตภัณฑ์จากการ Brief ของลูกค้าในประเด็นต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นเมื่อได้ข้อมูลที่ครบถ้วนแล้วก็จะสามารถนำกลับไปเสนอให้บริษัทเพื่อกำหนดรายละเอียดของแต่ละประเด็นเพื่อวางแผนโฆษณาและกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการโฆษณาตามกระบวนการทำโฆษณา ดังนี้

## กระบวนการทำโฆษณา (Advertising Process)



ที่มา : จาก [www.spu.ac.th](http://www.spu.ac.th)



5. การจัดทำเป็นสรุป Brief ของผลิตภัณฑ์ โดยการยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในตลาดหรือสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้น เพื่อวางแผนประชาสัมพันธ์  
ตัวอย่างกรณีศึกษา

**การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์**

บริษัทเสียงเพลงจำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2540 สินค้าหลักคือ เพลงป๊อป (Pop Song) มีนักร้องเป็นฟรีเซ็นเตอร์ และอาศัยยุทธวิธีทางการตลาดเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจการสร้งนักร้อง ใช้เทคนิคการขาย ทั้งความสามารถและภาพพจน์ บวกเข้ากับสำเนียงดนตรีที่ทันสมัย และยุทธวิธีทางการตลาด โดยมีกลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายสำคัญเป็นตลาดกลุ่มวัยรุ่นในเมือง และวัยรุ่นทั่วไปเป็นสำคัญ เนื่องจากตลาดวัยรุ่นเป็นตลาดที่ใหญ่ และกว้างจึงมีการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเพลงออกเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจน หรือกลุ่มเด็กวัยรุ่น และกลุ่มที่เรียกว่า สีชมพู คือชาวบ้านผู้ใหญ่

นโยบายการสร้างนักร้องของค่ายเสียงเพลง คือการไม่นำบริษัทไปผูกติดกับนักร้องคนใดคนหนึ่ง แต่จะขึ้นอยู่กับระบบการทำงานของบริษัท เพราะเชื่อว่าย่อมมีความเสื่อมนิยมได้ แต่บริษัทจะต้องคงอยู่ และสามารถผลิตนักร้องใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดได้เสมอ จึงมุ่งให้ความสำคัญกับระบบบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ หากนักร้องคนใดคนหนึ่งเป็นดาวเด่นของบริษัทมีอันเป็นไป ก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อยอดขายรวมของบริษัท เพราะจะขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บริหารในการทำการตลาดมากกว่า เนื่องจากทัศนคติและวัฒนธรรม เป็นเรื่องเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การทำงานขึ้นอยู่กับประยุต์ตัวเองให้สามารถตามการเปลี่ยนแปลงได้ทัน

นอกจากนี้ ค่ายเสียงเพลงยังวางตำแหน่งของบริษัทไว้ในฐานะผู้นำทางการตลาดมากกว่าผู้ตามตลาด เพลงของบริษัทจะต้องเดินไปตามตลาดใหญ่ของโลก เพราะมีเดียที่ถึงกันหมด ซึ่งเรียกกันว่า Commercial Art

ค่ายเสียงเพลงได้รับนักร้องคนแรกเข้ามาในสังกัด ชื่อ โรสแมรี่ อายุ 19 ปี โดยมีเป้าหมายผลิตอัลบั้มเพลงเจาะกลุ่มตลาดวัยรุ่น แต่เนื่องจากเป็นบริษัทก่อตั้งใหม่ และมีเงินทุนน้อย จึงได้ออกแผ่นเพลงซิงเกิ้ลอัลบั้ม 4 เพลงขึ้นมอลงตลาดก่อน ในชื่ออัลบั้ม Punky Rose ปรากฏว่า ไม่ได้ได้รับความสนใจจากแฟนเพลง เนื่องจากนักร้องคนนี้ไม่เป็นที่รู้จักและแฟนเพลงไม่มั่นใจว่า อัลบั้มของนักร้องคนนี้จะขายได้ 3 เดือนต่อมา เพลง “ให้ทำอะไร” ซึ่งเป็นเพลงเอกของอัลบั้มได้รับกระแสตอบรับจากผู้ฟัง โดยได้รับการโหวตในสถานีวิทยุยอดนิยมของวัยรุ่น ให้ติดอันดับ 1 ใน 5 เพลงฮิตประจำสัปดาห์ เหตุการณ์นี้ทำให้บริษัทเสียงเพลงเกิดความมั่นใจว่า อัลบั้มโรสแมรี่น่าจะขายได้ จึงตัดสินใจผลิตอัลบั้มเต็ม 12 เพลง และคิดหาแนวทางที่จะทำให้ โรสแมรี่ เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบัน นักร้องส่วนใหญ่มักจะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงมาก่อน ซึ่งเท่ากับรับประกันว่า จะมีกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นแฟน ๆ ของบุคคลนั้น ๆ อยู่แล้วกลุ่มหนึ่ง แต่โรสแมรี่เป็นบุคคลที่ไม่เป็นที่รู้จักมาก่อน เธอมีเพียงความสามารถทางด้านกรร้องเพลงที่โดดเด่นเท่านั้น จึงต้องหาวิธีการสร้างภาพให้กับโรสแมรี่ เพื่อส่งเสริมนำหนักให้กับผลงานของเธอ พร้อมไปกับการสร้าง

การยอมรับในกลุ่มคนฟังเพลงวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มฟังเพลงที่อ่อนไหวกับกระแสต่าง ๆ ได้อยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจว่าอัลบั้มเพลงของเธอจะได้รับการสนับสนุนจากคนฟังอย่างรวดเร็ว และมากที่สุด

### ข้อมูลส่วนตัว

**โรสแมรี่** เป็นลูกครึ่งฟิลิปปินส์-ไทย มีชื่อเต็มว่า โรสแมรี่ คาฮันดิง เกิดที่ประเทศไทย คุณพ่อของโรส เป็นนักดนตรีมือกีตาร์ ชาวฟิลิปปินส์ชื่อ คาฮันดิง มีคุณแม่เป็นคนไทย ปัจจุบัน โรสกำลังศึกษา วิชาด้านการบริหารธุรกิจที่ Stamford College สาวน้อยสดใสวัย 19 ปี สูง 153 ซม. ผู้นี้เป็นคนรักเสียงเพลง และชอบฟังเพลงหลากหลายแนว จึงส่งผลให้เธอสามารถร้องเพลงในแนวต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลายเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเธอโปรดปรานร้องเพลงในจังหวะ Medium เป็นที่สุด ด้วยเหตุผลที่ว่า เป็นจังหวะเพลงที่ผสมผสานความใส เข้ากับความหนักของดนตรี ซึ่งเปรียบได้กับตัวเธอที่เป็นคนสดใส สนุกสนาน มันได้ ลุยได้ หัวเราะง่าย ร้องให้เก่ง และอารมณ์อ่อนไหว

ด้วยเหตุที่เธอเป็นคนรักการอ่าน ชอบคิด ชอบเขียน เธอจึงเป็นเจ้าของล่านำสวนตัวที่ไพเราะจับใจ เป็นจำนวนมาก ซึ่งเขียนขึ้นจาประสบการณ์ และชีวิตรอบข้างตัวเธอ จนกระทั่งเมื่อเข้าสู่วงการเพลง ก็ได้นำความคิด ความรู้สึกเหล่านั้นเข้ามาหลอมรวมไว้ในบทเพลงที่ร้อง อีกทั้งยังได้บรรจงฝากฝีมือลงมือการแต่งเพลงไว้ในอัลบั้มนี้ด้วย ซึ่งได้แก่เพลงที่กำลังฮิตอยู่ขณะนี้คือ เพลง **“ให้ทำอะไร”**

อัลบั้มชุดแรกของเธอได้ผสมผสานแนวดนตรีร่วมสมัยที่หลากหลาย จึงสามารถเป็นตัวแทนของยุคสมัยและคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี โดยมีแนวเพลงหลักเป็นแนวเทคโนแดนซ์ และเทคโนพังค์ อัลบั้มชุดนี้เป็นอัลบั้มชุดแรกที่เปิดตัวโรส เข้าสู่ถนนดนตรีอย่างเต็มตัวและความหวังของเธอมีโซ่อยู่กับการขึ้นอันดับต่าง ๆ ทางสถานีวิทยุเท่านั้น แต่เธอฝันที่จะเป็นนักร้องที่มีคุณภาพคนหนึ่งของวงการ

### ประเด็นปัญหา/คำถาม

กระบวนการและกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับ **โรสแมรี่** เพื่อให้เธอเป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมาย ทำได้อย่างไร

### แนวทางการวิเคราะห์

จากกรณีศึกษาในครั้งนี้จะใช้กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเพื่อวิเคราะห์ Brief ผลิตภัณฑ์ ซึ่งในที่นี้คือ **“โรสแมรี่”** ซึ่งเป็นนักร้องใหม่ที่ไม่มีใครรู้จักมาก่อน จึงจำเป็นต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ให้กับโรสแมรี่เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนฟัง ดังนี้

1. ค้นหาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยการนำ SWOT ANALYSIS อันเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาจุดมุ่งและการวางแผนการดำเนินงานในขั้นต่อไป

#### **จุดแข็ง (Strength)**

- โรสแมรี่เป็นคนที่สดใส ร่าเริง สนุกสนาน มีอารมณ์อ่อนไหวตามลักษณะศิลปินนักร้องที่คนฟังวัยรุ่นต้องการ เข้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้
- โรสแมรี่เป็นคนรักการอ่าน ชอบคิด ชอบเขียน ทำให้ผลงานที่เขียนจากประสบการณ์กลายเป็นเนื้อร้องของเพลงฮิตของเธอ คือ เพลง “ให้ทำอะไร”

#### **จุดอ่อน (Weakness)**

- โรสแมรี่เป็นศิลปินใหม่ ยังไม่เคยมีใครรู้จักมาก่อน

#### **โอกาส (Opportunity)**

- เพลง “ให้ทำอะไร” ซึ่งเป็นเพลงที่โรสแมรี่แต่งเนื้อร้องขึ้นเอง ได้รับการโหวตในสถานีวิทยุยอดนิยมของวัยรุ่น ติด 1 ใน 5 เพลงฮิตยอดนิยมประจำสัปดาห์
- แนวเพลงของโรสแมรี่เป็นแนวเพลงผสมผสานดนตรีร่วมสมัยที่หลากหลาย เป็นตัวแทนของยุคสมัย คนรุ่นใหม่ ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายก็คือคนฟังเพลงวัยรุ่นในยุคนี

#### **อุปสรรค (Threat)**

- นักร้องของบริษัทอื่น ๆ ในปัจจุบันมักเป็นนักร้องที่เคยมีชื่อเสียงมาก่อน ซึ่งอย่างน้อยมีคนฟังกลุ่มหนึ่งรู้จักอยู่แล้ว และจะเป็นกลุ่มผู้ซื้ออัลบั้มของศิลปินคนนั้น ๆ

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่บริษัทต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของคนฟัง เช่น อาจถามว่า โรสแมรี่คือใคร? ทำอะไรอยู่? มีจุดยืนคืออะไร? อยู่ที่ไหน?

3. คิดหัวข้อ (themes) ต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่คนฟัง ได้แก่เนื้อหาข่าวสาร (message) ที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป หัวข้อเหล่านี้อาจใช้เป็นคำขวัญ (slogan) หรือหัวข้อสั้นๆ ที่กินความและชวนให้จดจำได้ง่าย หรืออาจเป็นข้อมูลที่โดดเด่นของตัวศิลปินนักร้อง ทำให้คนฟังเกิดความประทับใจและอยากฟังเพลง รวมทั้งซื้อเทปเพลงต่อไป

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งอาจใช้สื่อมวลชนต่างๆ เข้าช่วยประกอบ เช่น การแถลงข่าว การเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) สิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น จุลสาร ไปสเตอร์ แผ่นปลิว แผ่นพับ รวมทั้งจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เพื่อให้โรสแมรี่ได้มีโอกาสพบปะกับคนฟัง และคนฟังเองก็จะมีโอกาสสัมผัสกับโรสแมรี่ เช่น มินิคอนเสิร์ต การไปออกรายการต่าง ๆ ทั้งทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น

## บทสรุป

จากกรณีศึกษาทั้ง 5 ตัวอย่างจะเห็นได้ว่า การใช้กรณีศึกษาประกอบการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ มีความหลากหลายและมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งการวิเคราะห์ตีความในแต่ละกรณีศึกษานั้น จำเป็นต้องอาศัยความรู้จากหลากหลายด้านเข้ามาประกอบ ดังนั้น ในการนำกรณีศึกษาไปใช้ กรณีศึกษาหนึ่ง ๆ จึงสามารถใช้ร่วมกันได้ในหลาย ๆ วิชา หรือหากใช้ในวิชาเดียวกันก็สามารถนำไปปรับเปลี่ยนประเด็นคำถามปัญหาในการวิเคราะห์ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การนำไปใช้ว่าจะใช้ในวิชาใด และต้องการสอนเรื่องอะไร ซึ่งผู้สอนนิเทศศาสตร์สามารถนำแนวทางจากกรณีศึกษาตัวอย่างทั้ง 5 ดังกล่าวนี้อไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเรียนการสอนทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ต่อไป

## บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2541.

ประมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ, 2533.

มาลี บุญศิริพันธ์. **การเขียนสารคดีสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์**. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.

**การอบรมเชิงปฏิบัติการ “การสอนด้วยกรณีศึกษาในสาขาวิชานิเทศศาสตร์”**  
ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จังหวัดปทุมธานี. เอกสารประกอบการบรรยาย, สิงหาคม 2547.

[www.bu.ac.th](http://www.bu.ac.th)

[www.spu.ac.th](http://www.spu.ac.th)