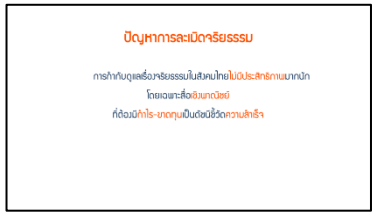
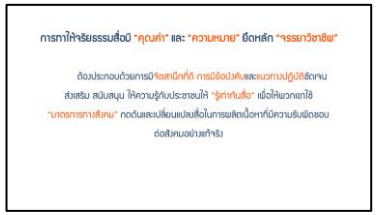
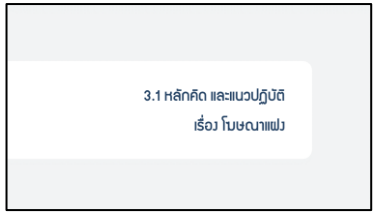
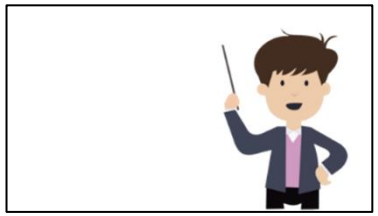
รายวิชา:	จริยธรรมและวิชาชีพสื่อมวลชน	อาจารย์ผู้สอน:	อาจารย์จักร์กฤษ เพิ่มพูล		
บทเรียนที่:	3. ปัญหาการละเมิดจริยธรรม	หัวข้อที่:	3.1 หลักคิด และแนวปฏิบัติเรื่อง โฆษณาแฝง		
Color Themes:		Fonts:	Supermarket, TH Sarabun New		
Video Format:	1920x1080: fts.50 นามสกุล .MP4	Duration (min.):	22:42	เวลาตามแผน (min.):	20
Remark:	ขึ้น Logo Thai PBS มุมขวาบน				

Scene		*Description*	*Duration (Sec.):*	*Sound*	*Superimpose*
1	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	7	☐ Voice ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics บทที่ 3 ปัญหาการละเมิดจริยธรรม ☐ Video ☐ Text
2	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint  	15	☑ Voice หากพิจารณาในเชิงโครงสร้างการบริหารสื่อ ซึ่งมีนัยสำคัญที่แตกต่างจากองค์การโดยทั่วไป จะพบว่า การกำกับดูแลเรื่องจริยธรรมในสังคมไทยไม่มีประสิทธิภาพมากนัก โดยเฉพาะสื่อเชิงพาณิชย์ ที่ต้องมีกำไร-ขาดทุนเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จ ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics ปัญหาการละเมิดจริยธรรม **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text การกำกับดูแลเรื่องจริยธรรมในสังคมไทยไม่มีประสิทธิภาพมากนัก โดยเฉพาะสื่อเชิงพาณิชย์ ที่ต้องมีกำไร-ขาดทุนเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
3	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 	80	☑ Voice แม้จะมีความพยายามในการกำกับให้ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าว ยึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ แต่ก็ไม่สามารถกำกับนโยบายองค์กรสื่อที่มีเป้าหมายในทางธุรกิจมากกว่าเป้าหมายเชิงอุดมการณ์ได้ นอกจากเป้าหมาย นโยบายขององค์กรสื่อในเรื่องของธุรกิจ ในบางองค์กรยังมีวาระทางการเมืองหรือความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างฝ่ายนโยบายฝ่ายบริหาร กับผู้มีอำนาจ ทำให้ไม่อาจรักษาหลักการทำงานในเชิงวิชาชีพได้เลย ปัญหาสำคัญของ**การละเมิดจริยธรรม** จึงมิได้เกิดขึ้นในระดับผู้ปฏิบัติการฝ่ายเดียว หากแต่มีปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้บางประการ เช่น นโยบายขององค์กร ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้บริหารกับผู้มีอำนาจเป้าหมายในทางธุรกิจและความอยู่รอดของเจ้าของผู้ประกอบการ การเรียกร้องให้สื่อยึดมั่นในหลักการและแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมจึงต้องคำนึงถึงองค์ประกอบเหล่านี้ด้วย หาไม่แล้วความพยายามนั้นก็จะสูญเปล่า ดังนั้น ปัจจัยผู้บริโภคข่าวสารจึงสำคัญอย่างยิ่ง กล่าวคือพฤติกรรมการรับสาร จะเป็นตัวกำหนดให้องค์กรสื่อผลิตเนื้อหาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม กำหนดนโยบายข่าวที่คำนึงถึงหลักการทำงานตามวิชาชีพสื่อมวลชน ซึ่งในประเด็นนี้เป็นปัญหาเชิงโครงสร้าง ที่เกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน มิใช่เพียงองค์กรสื่อเท่านั้น ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
4	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint  	35	☑ Voice ปรากฏการณ์**การละเมิดจริยธรรมสื่อ** นับวันจะมีมากขึ้นและสลับซับซ้อนมากขึ้น ด้วยภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป การสร้างกฎเกณฑ์ขึ้นมาใช้บังคับและไม่อาจบังคับได้ นั่นก็เพราะ **"มาตรการทางสังคม"** ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับดูแลสื่อ ไม่มีความแข็งแรงพอ อีกทั้งรูปแบบขององค์กรสื่อ ที่มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม ทำให้สื่อคำนึงถึงจำนวนผู้ชมผู้ฟังมากกว่าการผลิตเนื้อหาที่มีสาระและคุณภาพ ซึ่งตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารน้อยกว่า ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics การทำให้จริยธรรมสื่อมี "คุณค่า" และ "ความหมาย" ยึดหลัก "จรรยาวิชาชีพ" **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text ต้องประกอบด้วยการมีจิตสำนึกที่ดี การมีข้อบังคับและแนวทางปฏิบัติชัดเจน ส่งเสริม สนับสนุน ให้ความรู้กับประชาชนให้ "รู้เท่าทันสื่อ" เพื่อให้พวกเขาใช้ "มาตรการทางสังคม" กดดันและเปลี่ยนแปลงสื่อในการผลิตเนื้อหาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
5	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 	35+*30*	☑ Voice การทำให้จริยธรรมสื่อมี “คุณค่า” และ “ความหมาย” ยึดหลัก “จรรยาวิชาชีพ” เป็นแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด จึงต้องประกอบด้วยการมีจิตสำนึกที่ดี การมีข้อบังคับและแนวทางปฏิบัติชัดเจน ที่สามารถปฏิบัติได้ รวมทั้งอาจมีกฎหมาย ที่เป็นกลไกสนับสนุน ให้การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมเป็นจริง ประการสำคัญจะต้องส่งเสริม สนับสนุน ให้ความรู้กับประชาชนผู้บริโภคข้อมูล ข่าวสาร ให้ "รู้เท่าทันสื่อ" เพื่อให้พวกเขาใช้ “มาตรการทางสังคม” กดดันและเปลี่ยนแปลงสื่อในการผลิตเนื้อหาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง **อาจารย์อธิบายเพิ่ม** ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text
6	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	7	☐ Voice ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics 3.1 หลักคิด และแนวปฏิบัติ เรื่อง โฆษณาแฝง ☐ Video ☑ Text

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
7	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	10	☑ Voice โฆษณาแฝง หรือ Tie-in เป็นรูปแบบหนึ่งของ "การสื่อสารการตลาด" โดยวิธีการโฆษณา ที่ไม่ได้สื่อสารสินค้าและบริการ ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics หลักคิด และแนวปฏิบัติ เรื่องโฆษณาแฝง **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text โฆษณาแฝง หรือ Tie-in เป็นรูปแบบหนึ่งของ "การสื่อสารการตลาด"โดยวิธีการโฆษณาที่ไม่ได้สื่อสารสินค้าและบริการโดยตรง
8	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 	50+*30*	☑ Voice โดยตรง ซึ่งผู้ชม ผู้ฟัง ผู้อ่าน อาจมิได้รับรู้ว่า นั่นเป็นการโฆษณาที่เรียกว่า โฆษณาแฝง ในทางธุรกิจ หรือผู้ประกอบการสื่อในเชิงพาณิชย์ ถือเป็นการสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ซึ่งสามารถกระทำได้ แต่ในแง่ของผู้รับสาร อาจนับว่าเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคและเป็นความผิดตามกฎหมายด้วย พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 **มาตรา 23** กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ลักษณะและระยะเวลาในการโฆษณา ซึ่งมีกำหนดโทษทางปกครอง คือ ปรับห้าแสนบาทไม่เกินห้าล้านบาท ซึ่งในความ	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				เป็นจริงหากนับเวลาในการโฆษณาแฝงในสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ เกินเวลาที่กำหนดเกือบทั้งสิ้น **อาจารย์อธิบายเพิ่ม** ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	
9	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	20	☑ Voice สำหรับองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ในฐานะสถาบันสื่อสาธารณะ ไม่เป็นเพียงข้อกำหนดตามกฎหมายเท่านั้น โฆษณาแฝงยังเป็นปัญหาด้านจริยธรรม ที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎหมาย นั่นคือ การดำเนินการอย่างปราศจากผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics สื่อสาธารณะแห่งประเทศไทย **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑Text สำหรับ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ในฐานะสถาบันสื่อสาธารณะ ไม่เป็นเพียงข้อกำหนดตามกฎหมายเท่านั้น โฆษณาแฝงยังเป็นปัญหาด้านจริยธรรม ที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎหมาย นั่นคือ <u>การดำเนินการอย่างปราศจากผลประโยชน์เชิงพาณิชย์</u>

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
10	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	30	☑ Voice หลักการสำคัญของสื่อเพื่อสาธารณะ ในแนวทางปฏิบัติเพื่อธำรงจริยธรรมวิชาชีพการผลิต การจัดหาและการเผยแพร่รายการ ข้อ 6.7 กำหนดว่า “ผู้ปฏิบัติงานต้องหลีกเลี่ยงหรือใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบในการนำเสนอภาพ ข้อความ ชื่อ ตราสินค้า หรือสัญลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ ซึ่งมีเจตนาเป็นการเชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการเพื่อธุรกิจการค้า หรือการส่งเสริมการขาย โดยให้เป็นไปตามความจำเป็นหรือคุณค่าข่าว หรือประโยชน์สาธารณะ” ผู้ปฏิบัติงาน ผู้ผลิตรายการ ต้องปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัตินี้ ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics หลักการสำคัญของสื่อเพื่อสาธารณะ **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text ในแนวทางปฏิบัติเพื่อธำรงจริยธรรมวิชาชีพการผลิต การจัดหาและการเผยแพร่รายการ ข้อ 6.7 กำหนดว่า “ผู้ปฏิบัติงานต้องหลีกเลี่ยงหรือใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบในการนำเสนอภาพ ข้อความ ชื่อ ตราสินค้า หรือสัญลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ ซึ่งมีเจตนาเป็นการเชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการเพื่อธุรกิจการค้า หรือการส่งเสริมการขาย โดยให้เป็นไปตามความจำเป็นหรือคุณค่าข่าว หรือประโยชน์สาธารณะ”

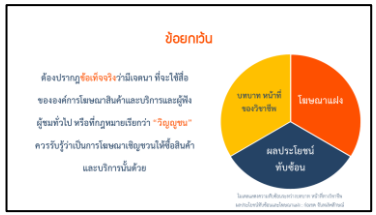
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
11	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 	45+*30*	☑ Voice คำว่าโฆษณาแฝง หมายถึง การโฆษณาผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ ภาพลักษณ์องค์กร บุคคล หรือสิ่งอื่นใดโดยความตั้งใจของผู้โฆษณาและผู้ผลิตรายการด้วยวิธีการสร้างสถานการณ์ ให้ปรากฏเนื้อหาในรายการด้วยวิธีการต่างๆ ให้สอดคล้องกับการนำเสนอ เนื้อหารายการ เช่น อุปกรณ์ประกอบรายการ สถานที่บันทึกภาพรายการ การแต่งกายของ ผู้ร่วมรายการ ยานพาหนะที่ใช้ในรายการ ฉากหลัง บทพูด บทบรรยายบทโทรทัศน์ที่อ้างถึง หรือนำคำโฆษณา หรือวลี หรือสโลแกน ที่สามารถอ้างถึงผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ ที่เป็นการจงใจ หรือสร้างบรรยากาศในรายการ โดยมีข้อตกลงรับผลประโยชน์ตอบแทนในการผลิตหรือนำเสนอนั้น **อาจารย์อธิบายเพิ่ม** ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text
12	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	90	☑ Voice **รูปแบบของโฆษณาแฝง** 1. แฝงสปอตสั้น หรือวีทีอาร์ (VTR) มักใส่ในช่วงต้นของรายการ เช่น “สนับสนุนโดย.....” ซึ่งมีทั้งภาพและหรือเสียงเคลื่อนไหว หรือหยุดนิ่ง ยาวติดต่อกันไป 2. แฝงภาพกราฟิก ส่วนใหญ่เป็นตราสัญลักษณ์ (Logo) ชื่อหรือตราสินค้า (Brand) ขนาดเล็กปรากฏขึ้นบนหน้าจอหรือมุมจอ	☑ Motion Graphics รูปแบบของโฆษณาแฝง **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text 1. แฝงสปอตสั้น หรือวีทีอาร์ (VTR)

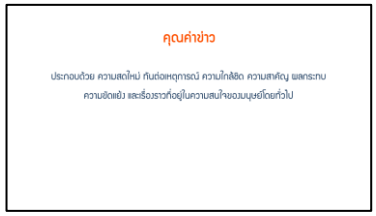
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				(Super Logo/Super Impose) หรือมีกรอบและมีตราสินค้าวางอยู่ขอบจอ (Window Logo) 3. แฝงวัตถุ เป็นป้ายชื่อ หรือตรา หรือสัญลักษณ์ของสินค้าและบริการ หรือใช้ตัววัตถุสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เช่น แก้ว กาแฟ เครื่องใช้ไฟฟ้า หรือฉากร้านค้า รวมไปถึงการใช้สถานที่ เช่น ร้านอาหารโรงพยาบาล สถานบริการประเภทต่างๆ เพื่อเป็นฉากหรือสถานที่ของเนื้อหารายการขณะนั้นๆ 4. แฝงบุคคล เป็นตราสินค้าหรือบริการที่ติดอยู่ที่เสื้อผ้า หรือแฝงเข้ากับกิจกรรมของตัวบุคคลในรายการขณะนั้นๆ ด้วยการหยิบ จับ ถือสวม ใส่ ใช้ ฯลฯ ทั้งกับตัวละคร พิธีกร หรือแม้กระทั่งผู้ร่วมรายการ หรือการนำผู้ใช้สินค้าและบริการนั้นๆ มาพูดในรายการ 5. แฝงเนื้อหา คือ โฆษณาที่แฝงมากับ “บท” ด้วยการแสดงให้เห็นชื่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ขึ้นมา ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับส่วนเนื้อหารายการขณะนั้น อย่างมีนัยสำคัญ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นของตัวละครพิธีกร หรือผู้ร่วมรายการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าบริการนั้นๆ มี ๔ วิธีย่อยๆ เช่น แฝงในบทสนทนาในรายการ แฝงในโครงเรื่อง (Plot/Sub Plot)แฝงในช่วงใดช่วงหนึ่งของรายการ (Break) แฝงในระดับแก่นเรื่องหรือแก่นรายการ (Theme) ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	2. แฝงภาพกราฟิก ส่วนใหญ่เป็นตราสัญลักษณ์ (Logo) ชื่อหรือตราสินค้า (Brand) 3. แฝงวัตถุ เป็นป้ายชื่อ หรือตรา หรือสัญลักษณ์ของสินค้าและบริการ 4. แฝงบุคคล เป็นตราสินค้าหรือบริการที่ติดอยู่ที่เสื้อผ้า 5. แฝงเนื้อหา

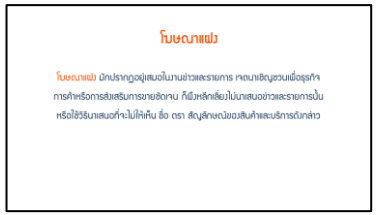
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
13	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	**Shot Size : MS** **Camera Angle : Eyes Level Shot** ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 	130	☑ Voice หลักการข้อนี้ มีลักษณะเป็นข้อบังคับให้หลีกเลี่ยง หรือใช้ความคิดอย่างรอบคอบถี่ถ้วน ในการนำเสนอภาพ ข้อความ สัญลักษณ์ รวมทั้งตราสินค้า (Logo) อันมีลักษณะเป็นโฆษณาแฝง แต่ในทางปฏิบัติอาจไม่มีหลักคิดที่ชัดเจนและมีการตีความคำว่าโฆษณาแฝงที่แตกต่างกันฉะนั้น ผู้ปฏิบัติงานจึงเลือกที่จะเซ็นเซอร์ หรือตัดภาพ ข้อความ สัญลักษณ์ตราสินค้านั้นออก ทั้งที่ ในความเป็นจริง ในหลายกรณี ภาพหรือข้อความเหล่านั้นคือองค์ประกอบคุณค่าภาพและข่าว ที่จำเป็นต้องนำเสนอโดยหน้าที่ทางวิชาชีพ ตัวอย่างเช่น มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค แถลงข่าวผลการทดสอบ ตะกั่ว-แคดเมียม ในสินค้าประเภทสาหร่ายทะเลอบกรอบ ผลการตรวจวิเคราะห์การปนเปื้อนของโลหะหนัก คือตะกั่วและแคดเมียม ในจำนวน 11 ตัวอย่าง พบตัวอย่างผลิตภัณฑ์สาหร่ายอบกรอบเพียง ๒ ตัวอย่างที่ไม่พบสารปนเปื้อน ในการแถลงข่าวดังกล่าว ได้แสดงตัวเลขปริมาณสารปนเปื้อนและภาพ ข้อความ สัญลักษณ์ ตราสินค้าด้วย ในกรณีเช่นนี้ ชื่อตราสินค้า ย่อมเป็นสาระสำคัญที่จำเป็นต้องนำเสนอเพื่อเป็นการย้ำเตือนผู้บริโภค หรือในกรณีการรายงานการแถลงข่าวและภาพกีฬา ซึ่งโดยปกติจะมีฉากหลัง หรือ Backdrop เป็นตราสินค้าต่างๆ รวมทั้งภาพในสนามแข่งขัน ที่มีตราสินค้าผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬา สัญลักษณ์หรือโลโก้ของสินค้าที่ปรากฏบนเสื้อผ้าของนักกีฬา แหล่งข่าวบางรายที่สวมใส่เสื้อผ้าที่มีตราสัญลักษณ์สินค้าที่สนับสนุนทีมฟุตบอลของเขา	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text

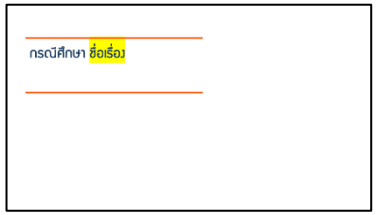
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				ตลอดเวลาเราจำเป็นต้องเซ็นเซอร์ภาพนั้นหรือไม่ หรือใช้หลัก “เจตนา” คือผู้ปฏิบัติงานไม่ได้จงใจหรือเจตนาที่จะโฆษณาสินค้านั้น รวมทั้งการใช้ตรรกะความคิดที่มีเหตุ มีผลว่า การเห็นภาพตราสินค้าเพียงไม่กี่นาทีของผู้บริโภคข่าวสารไม่น่าจะเป็นการจูงใจให้เขาเชื่อในสินค้านั้น ในขณะเดียวกันการเซ็นเซอร์ฉากหลังทั้งหมด หรือการเซ็นเซอร์โลโก้สินค้าบนเสื้อผ้านักกีฬาในระหว่างการแข่งขัน ก็จะลดทอนคุณค่าและความสมบูรณ์ของภาพลงไป ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	
14	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	45	☑ Voice แนวปฏิบัติเรื่อง “โฆษณาแฝง” จึงไม่ควรมีลักษณะเป็นข้อห้าม แต่ควรเปิดพื้นที่ ให้ผู้ปฏิบัติงานใช้ “ดุลพินิจ” ประกอบกับหลักการทางวิชาชีพ ที่จะนำเสนอข่าวและภาพนั้นบนพื้นฐานความเข้าใจในการประเมินคุณค่าข่าวและบทบาทของสื่อสาธารณะ นอกจากนั้น ควรมีองค์ประกอบของคำว่า “โฆษณาแฝง”และข้อยกเว้นที่ชัดเจน เพื่อความเข้าใจเรื่องโฆษณาแฝงไปในทิศทางเดียวกัน การกระทำที่จะนับว่า เป็นโฆษณาแฝงนั้น องค์ประกอบสำคัญคือจะต้องปรากฏข้อเท็จจริงว่ามีเจตนาที่จะใช้สื่อขององค์การโฆษณาสินค้าและบริการและผู้ฟัง ผู้ชมทั่วไปรับรู้ว่าเป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้าและบริการนั้น ☑ Background Music: เสียงเบา	☑ Motion Graphics แนวปฏิบัติ **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text แนวปฏิบัติ เรื่อง “โฆษณาแฝง” จึงไม่ควรมีลักษณะเป็นข้อห้ามแต่ควรเปิดพื้นที่ ให้ผู้ปฏิบัติงานใช้ “ดุลพินิจ” ประกอบกับหลักการทางวิชาชีพ ที่จะนำเสนอข่าวและภาพนั้น บนพื้นฐานความเข้าใจ ในการประเมินคุณค่า

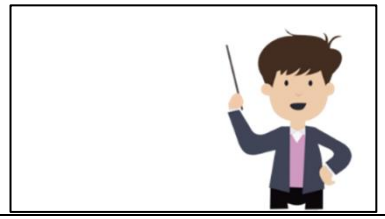
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				☐ Sound Effect	ข่าวและบทบาทของสื่อสาธารณะ นอกจากนั้น ควรมีองค์ประกอบของ คำว่า “โฆษณาแฝง” และข้อยกเว้นที่ชัดเจน เพื่อความเข้าใจเรื่องโฆษณาแฝงไปในทิศทางเดียวกัน
15	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	30	☑ Voice องค์ประกอบ ของคำว่า “โฆษณาแฝง” การกระทำที่จะนับว่า เป็นโฆษณาแฝงนั้น องค์ประกอบสำคัญคือจะต้องปรากฏข้อเท็จจริงว่ามีเจตนาที่จะใช้สื่อขององค์การโฆษณาสินค้าและบริการและผู้ฟัง ผู้ชมทั่วไปรับรู้ว่าเป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้าและบริการนั้น (1) ผู้กระทำมีเจตนา หรือจงใจ ในการรายงานข่าวและภาพ โดยอาจมีผลประโยชน์ต่างตอบแทน (2) ทำซ้ำในรายงานข่าว ชื่อ สัญลักษณ์ ตราสินค้า ในช่วงเวลาเดียวกัน ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics องค์ประกอบ ของคำว่า “โฆษณาแฝง” **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text (1) ผู้กระทำมีเจตนา หรือจงใจ ในการรายงานข่าวและภาพ โดยอาจมีผลประโยชน์ต่างตอบแทน (2) ทำซ้ำในรายงานข่าว ชื่อ สัญลักษณ์ ตราสินค้า ในช่วงเวลาเดียวกัน

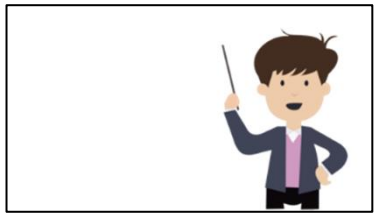
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
16	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☑ Infographic ☑Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint  	65	☑ Voice ข้อยกเว้น การรายงานข่าว ภาพ ชื่อ สัญลักษณ์ ตราสินค้า ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กิจการค้าและบริการขนาดเล็กของชุมชน การกระทำที่จะนับว่า เป็นโฆษณาแฝงนั้น องค์ประกอบสำคัญคือจะต้องปรากฏข้อเท็จจริงว่ามีเจตนา ที่จะใช้สื่อขององค์การโฆษณาสินค้าและบริการและผู้ฟังผู้ชมทั่วไป หรือที่กฎหมายเรียกว่า "วิญญูชน"ควรรับรู้ว่าเป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้าและบริการนั้นด้วย นอกจากนั้น เพื่อให้มีความชัดเจนมากขึ้น ว่าการนำเสนอเนื้อหาและรายการ เข้าข่ายว่าเป็นโฆษณาแฝงหรือไม่ อาจพิจารณาจากโมเดลแสดงภาพความทับซ้อน ระหว่างบทบาทหน้าที่สื่อมวลชน ผลประโยชน์ทับซ้อนและโฆษณาแฝง ต่อไปนี้ประเด็นคำถามคือ หากเรื่องนั้นมีลักษณะความทับซ้อน ระหว่างผลประโยชน์ทับซ้อน / โฆษณาแฝง / บทบาทหน้าที่ในทางวิชาชีพสื่อมวลชนเราจะรายงานข่าวนั้นหรือไม่ ถ้ารายงาน จะมีวิธีการนำเสนออย่างไรให้ข่าวมีคุณค่า เป็นประโยชน์สาธารณะและไม่ขัดกับจริยธรรมขององค์การ ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics ข้อยกเว้น **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text ต้องปรากฏข้อเท็จจริงว่ามีเจตนา ที่จะใช้สื่อขององค์การโฆษณาสินค้าและบริการและผู้ฟังผู้ชมทั่วไป หรือที่กฎหมายเรียกว่า "วิญญูชน" ควรรับรู้ว่าเป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้าและบริการนั้นด้วย

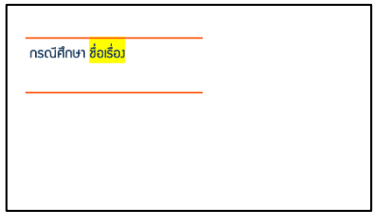
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
17	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint  	26	☑ Voice คำว่า “คุณค่าข่าว” (News Values) อย่างน้อยต้องประกอบด้วยความสดใหม่ทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิด ความสำคัญ ผลกระทบความขัดแย้งและเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของมนุษย์โดยทั่วไป หากพื้นที่ในการแสดงบทบาท หน้าที่ทางวิชาชีพ คือสาระสำคัญในการนำเสนอเนื้อหานั้นมีคุณค่าเชิงข่าวและรายการมากกว่าผลประโยชน์ทับซ้อนและโฆษณาแฝง ข่าวและรายการนั้นก็ไม่นับว่าเป็นโฆษณาแฝง ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics คุณค่าข่าว **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text ประกอบด้วย ความสดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ ความใกล้ชิด ความสำคัญ ผลกระทบ ความขัดแย้ง และเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของมนุษย์โดยทั่วไป
18	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	50	☑ Voice โดยนัยเดียวกัน อาจคำนึงถึง พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย มาตรา 11 ที่แม้จะเปิดช่องทางให้สามารถรับเงิน หรือทรัพย์สินอื่นใดจากผู้สนับสนุนองค์การได้แต่การรับเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดนั้น ต้องไม่เป็นการกระทำที่ทำให้องค์การขาดความเป็นอิสระในการดำเนินงาน หรือให้กระทำการอันขัดหรือแย้งต่อวัตถุประสงค์ขององค์การ ความเป็นอิสระ คือการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวและรายการบนพื้นฐานหลักการวิชาชีพ ไม่ใช่ด้วยการสนับสนุนของบุคคลหรือองค์กรภายนอกซึ่งเจตนารมณ์ตามกฎหมายในการห้าม	☑ Motion Graphics ความเป็นอิสระ **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text การบริหารจัดการ เนื้อหาข่าวและรายการ บนพื้นฐานหลักการวิชาชีพ ไม่ใช่ด้วยการสนับสนุนของบุคคลหรือองค์กรภายนอก ซึ่งเจตนารมณ์ตามกฎหมายในการห้ามไม่ให้มีโฆษณาแฝง คือ

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				ไม่ให้มีโฆษณาแฝง คือไม่ต้องการให้กลุ่มทุนธุรกิจ หรือแม้แต่ทุนจากหน่วยงานรัฐ มามีอิทธิพลเหนือการดำเนินงานขององค์กร ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	ไม่ต้องการให้กลุ่มทุนธุรกิจ หรือแม้แต่ทุนจากหน่วยงานรัฐ มามีอิทธิพลเหนือการดำเนินงานขององค์กร
19	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint  	45	☑ Voice โฆษณาแฝง มักปรากฏอยู่เสมอในงานข่าวและรายการ ถ้างานนั้นส่อให้เห็นเจตนาเชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อธุรกิจการค้าหรือการส่งเสริมการขายชัดเจน ก็พึงหลีกเลี่ยงไม่นำเสนอข่าวและรายการนั้น หรือใช้วิธีนำเสนอที่จะไม่ให้เห็นชื่อ ตรา สัญลักษณ์ของสินค้าและบริการดังกล่าว แต่หากเครื่องหมายที่แสดงถึงสินค้าและบริการ เป็นเพียงส่วนประกอบของข่าว ภาพข่าว รายการ โดยเนื้อหาหลักของข่าวและรายการยังแสดงถึงคุณค่าในทางวิชาชีพ หรือเป็นประโยชน์สาธารณะมากกว่า ก็อาจนำเสนอได้โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของเวลาในการแสดงชื่อ ตราสัญลักษณ์ของสินค้าและบริการ ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics โฆษณาแฝง **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☑ Text **โฆษณาแฝง มักปรากฏอยู่เสมอในงานข่าวและรายการ เจตนาเชิญชวนเพื่อธุรกิจการค้าหรือการส่งเสริมการขายชัดเจน ก็พึงหลีกเลี่ยงไม่นำเสนอข่าวและรายการนั้น หรือใช้วิธีนำเสนอที่จะไม่ให้เห็น ชื่อ ตรา สัญลักษณ์ของสินค้าและบริการดังกล่าว**

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
20	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 	20+*30*	☑ Voice แต่หากเครื่องหมายที่แสดงถึงสินค้าและบริการ เป็นเพียงส่วนประกอบของข่าว ภาพข่าว รายการ โดยเนื้อหาหลักของข่าวและรายการ ยังแสดงถึงคุณค่าในทางวิชาชีพ หรือเป็นประโยชน์สาธารณะมากกว่า ก็อาจนำเสนอได้โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของเวลาในการแสดงชื่อ ตราสัญลักษณ์ของสินค้าและบริการ **อาจารย์อธิบายเพิ่ม** ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text
21	☐ Video ☐ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint 	7	☑ Voice กรณีศึกษา หลักคิด และแนวปฏิบัติเรื่อง โฆษณาแฝง เราจะแยกเป็นสองกรณีอย่างชัดเจน เพื่อง่ายต่อความเข้าใจของผู้เรียนนะครับ ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics กรณีศึกษา ☐ Video ☑ Text
22	☐ Video ☑ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint* *ภาพกรณีศึกษาจาก Thai PBS* 	15	☑ Voice กรณีศึกษาจากไทยพีบีเอส กับแนวปฏิบัติในเชิงจริยธรรมและวิชาชีพสื่อมวลชนแบบไม่โฆษณาแฝง กรณีที่1 เป็นกรณีที่สามารถกระทำได้ คือ ข่าวในกรณี ชวนอุดหนุน "ปัญญาคาเฟ่" กาแฟหอมกรุ่นจากบาริสต้าเด็กพิเศษ ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics กรณีศึกษา ชวนอุดหนุน "ปัญญาคาเฟ่" กาแฟหอมกรุ่นจากบาริสต้าเด็กพิเศษ **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☐ Text

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
23	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	ขึ้นภาพข่าวขณะอธิบาย Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 		☑ Voice **เนื้อหาข่าว ประกอบการบรรยาย** "จิ้น" ถกลรัตน์ โปร่งสุวรรณ บาริสต้าเด็กพิเศษชวนชิมเครื่องดื่มหอมกรุ่น ที่ร้านปัญญาคาเฟ่ ของมูลนิธิช่วยคนปัญญาอ่อนแห่งประเทศไทย วันนี้ (2 ก.ค.2562) ทีมข่าวไทยพีบีเอสลงพื้นที่พูดคุยกับ "จิ้น" ถกลรัตน์ โปร่งสุวรรณ บาริสต้า เด็กพิเศษ อายุ 28 ปี เรียกได้ว่าเป็นบาริสต้ามือ 1 ของร้านปัญญาคาเฟ่ ของมูลนิธิช่วยคนปัญญาอ่อนแห่งประเทศไทยฯ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณถนนเพชรบุรี ซอย 12 จิ้น เล่าว่า แม้ร้านจะอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ราชเทวี และติดถนนใหญ่ อีกทั้งราคาอยู่ที่ 40 บาท ทุกเมนู แต่กลับขายได้น้อยมาก	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				“ร้านเปิดมา 1 ปีแล้ว ผมขายได้มากสุด 10 แก้ว น้อยสุดได้แค่วันละ 3 แก้ว” แม้จะขายได้ไม่มาก แต่จิ้นไม่เคยท้อ ยามว่างเปิดยูทูปหัดทำเมนูเครื่องดื่มอื่นๆ เพื่อพัฒนาฝีมืออยู่เสมอ นอกจากนี้จิ้นยังทำหน้าที่ทำความสะอาดอุปกรณ์ชงกาแฟทุกแก้ว ทุกเมนู ทั้งล้างเช็ด เก็บอย่างดี เพราะต้องการให้ลูกค้าได้ดื่มเครื่องดื่มที่อร่อยและสะอาดด้วย ขณะที่ ภิญญดา บุษปวนิช หรือ ครูเป้ เล่าด้วยรอยยิ้มว่า แม้ก่อนหน้านี้จะขายไม่ได้ แต่พอมีเรื่องราวของเด็กพิเศษ ร้านเชียงรายปัญญาออกไป คนก็เริ่มเข้ามาอุดหนุนที่ร้านมากขึ้นจากกระแสโซเชียล ยอดเริ่มดีขึ้น จิ้นมีกำลังใจ รวมทั้งพี่พนักงานของร้านที่ทำหน้าที่เสิร์ฟเครื่องดื่มด้วย https://news.thaipbs.or.th/content/281345 ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	
24	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 	*180*	☑ Voice วิเคราะห์กรณีศึกษานี้ว่าผิดจริยธรรมอย่างไร **อาจารย์อธิบายเรื่องกรณีศึกษา *ประกอบ VDO ตัวอย่าง กรณีศึกษา* ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text

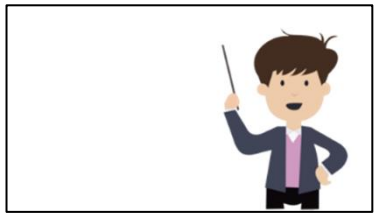
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
25	☐ Video ☑ Images ☑ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☑ Text	* หมายเหตุ:Animations อิงตาม PowerPoint* *ภาพกรณีศึกษาจาก Thai PBS*  	15	☑ Voice กรณีศึกษาจากไทยพีบีเอส กรณีที่2 เป็นกรณีที่ไม่ควรกระทำ คือ ข่าวในกรณี "ข้าวแกงกองถ่าย" พักเสิร์ฟดารา เปิดร้านเลี้ยงตัว สู้ให้รอดวิกฤต ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☑ Motion Graphics กรณีศึกษา "ข้าวแกงกองถ่าย" พักเสิร์ฟดารา เปิดร้านเลี้ยงตัว สู้ให้รอดวิกฤต **ขึ้นข้อความพร้อมเสียง** ☐ Video ☐ Text
26	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	ขึ้นภาพข่าวขณะอธิบาย 		☑ Voice **เนื้อหาข่าว ประกอบการบรรยาย** เปิดใจแม่ครัวกองถ่ายละคร เดินหน้าเผชิญปัญหา COVID-19 เปิดข้าวแกงกองถ่าย ขายราคาประหยัด หวังกองถ่ายกลับมาเปิดกองถ่ายในเร็ววัน เมื่อถึงยุค COVID-19 ที่หลายส่วนได้รับผลกระทบจนต้องหยุดกิจกรรมและกิจการ ซึ่งในวงการบันเทิงที่ดารา นักแสดงต้องหยุดเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะกองถ่ายละคร ซึ่งประกอบได้ด้วย	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text

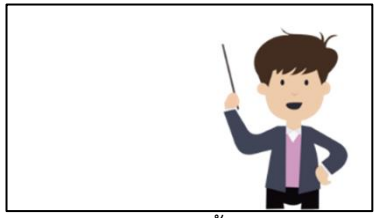
Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				คนหลากหลายหน้าที่ มารวมกัน ตั้งแต่ ผู้กำกับ ดารา-นักแสดง ช่างไฟ ช่างภาพ ช่างแต่งหน้า ไปจนถึงฝ่ายสนับสนุนอย่าง แม่ครัวกองถ่าย ที่รับหน้าที่ดูแลด้านอาหารให้กับคนในกองถ่ายทุกคน เสียงตอบรับดี "ดารากินอะไร" “ก่อนหน้านี้ปิดไป 1-2 เดือนแล้วก็กลับมาได้ ก็ไม่มีผลกระทบมากนักเพราะเรายังมีเงินเก็บ แต่มารอบนี้หยุดไปแล้ว 3 เดือน เข้าเดือนที่ 4 มันเริ่มไม่ไหว เพราะเงินเก็บที่มีก็จะเริ่มหมด” รวมถึงค่าใช้จ่ายของคนในบ้านทั้งหมด 5 ชีวิตที่ขึ้นอยู่กับการกองกองถ่ายจึงคิดว่า กลับมาทำงานสิ่งที่เราทำเป็นจึงมาตั้งร้านข้าวแกงกองถ่ายขึ้นในหมู่บ้าน พินทุ์สุดา สังข์ทอง หรือ เบล เจ้าของแนวคิดเปิด "ร้านข้าวแกงกองถ่าย" เล่าว่า แนวคิดการเปิดร้านขายข้าวแกงกองถ่ายนั้น เนื่องจากคิดว่าเราสามารถทำกับข้าวขายได้ และเคยทำอาหารในกองถ่ายละครมา จึงน่าจะสามารถมาเปิดขาย และได้รับการสนใจจากลูกค้า ซึ่งในช่วงแรกลูกค้าที่มาซื้อก็ให้ความสนใจอย่างมาก เพราะอยากรู้ว่าคนกองถ่าย ดารา นักแสดง นั้นรับประทานอาหารแบบไหน พินทุ์สุดา สังข์ทอง ที่มีความฝันอยากเป็นเชฟ หลังเรียนจบและทำงานประจำสักพัก ก็มารับช่วงต่อจากแม่ในการทำอาหารให้กับกองถ่าย และเป็นเรี่ยวแรงสำคัญของครอบครัวในการขับเคลื่อนธุรกิจที่ดูแล 5 ชีวิตในครอบครัว	

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				“เมนูโปรดที่ดารานักแสดงชื่นชอบ เช่น ใหม่ ดาวิกา โฮเน่ จะชอบกินข้าว กับผัดกะเพราไก่คลีน ชาคริต แย้มนาม จะชอบแกงเขียวหวานเนื้อ หรือ ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ จะชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยว” หากอยู่ที่กองถ่ายจะทำอาหารไทยทั้ง 4 ภาค เมนูเด็ดคือ พวกหมูทอดที่เป็นสูตรเฉพาะ โดยให้โปรดิวเซอร์เลือกเมนู และหากมีอาหารนอกเหนือจากเมนูที่กำหนด ก็สามารถทำให้ได้ ไม่ว่าจะเป็นส้มตำหรืออะไรก็ตาม ก็มีตกลง และกำหนด งบประมาณเพิ่มเติมมา ทั้งนี้อาหารของที่ร้านจะทำเหมือนกับกองถ่าย โดยแต่ละวันจะประกอบอาหารประมาณ 5 ชนิด ให้ครบทั้งต้ม ผัด แกง ทอด และมีน้ำเต้าหู้ขายด้วย ราคาขายจะอยู่ที่ถุงละ 25 บาท หากเป็นข้าวราดแกงจะอยู่ที่ 35 บาท โดยราดกับข้าว 2 ชนิด นอกจากนี้ทางร้านยังรับทำข้าวกล่องเพื่อให้นำไปช่วยเหลือที่โรงพยาบาลและบริจาคให้กับผู้ยากไร้ด้วย ราคาประหยัด 100 บาท กินได้ 3 มื้อ “หลักคิดของเราจะอยู่ที่ หากลูกค้ามีเงิน 100 บาท สามารถอิ่มได้ทั้งวันคือ ซื้อแกง 3 ถุง นำกลับไปกินได้ 3 มื้อ และ น้ำเต้าหู้นี่ก็เป็นของหวาน และที่ขายในราคาไม่แพง เพราะรู้ดีว่า ตอนนี้ทุกคนต่างก็เดือดร้อน และต้องการประหยัด” การเลือกตั้งร้านขายข้าวแกงในหมู่บ้านย่านเพชรเกษม เพราะไม่ต้องการเพิ่มภาระค่าเช่าที่ เพราะถ้าไปขายภายนอกก็จะมีค่าเช่า	

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				ที่อีก แต่ในหมู่บ้านจุดที่ตั้งร้าน เจ้าของที่คิดค่าเช่าเพียงวันละ 20 บาท ถือว่าต้นทุนไม่สูงมาก และพอจะค้าขายต่อไปได้ แต่เมื่อตัวเลขผู้ติดเชื้อ COVID-19 สูงขึ้นมาถึง 20,000 กว่าคน ยอดขายก็ลดลงอย่างเห็นได้ชัด จากเดิมที่ขายหมดทุกวัน แต่ตอนนี้เปิดร้านตั้งแต่ 6 โมงเช้า จนถึงราว 10 โมง บางครั้งก็ยังขายได้ไม่หมด แต่ก็ต้องขายต่อให้หมด เข้าใจว่า เมื่อยอดผู้ติดเชื้อสูงขึ้น คนก็ไม่ค่อยออกจากบ้านมากขึ้น และซื้อของกักตุนเพื่อรับประทานกันเองในครอบครัว ยอดขายก็ลดลงซึ่งขณะนี้ขายได้วันละ 300 บาท ก็ยากแล้ว ร้องขอวัคซีนให้คนกองถ่าย “แม้ว่าสถานการณ์ COVID-19 ยังไม่ดีขึ้น แต่ยังคงต้องสู้ ชีวิตจะต้องสู้ต่อไป อย่างน้อยการได้ต่อสู้ก็ยังช่วยให้เรามีรายได้ การไม่ทำอะไรเลยก็จะเป็นศูนย์ ก็ต้องสู้เท่านั้น” พินทุ์สุดา ยังเล่าให้ฟังว่า จากเดิมที่ทำงานกองถ่ายมีคิวงานสัปดาห์ละ 4 วัน หากออกคิวร่วมกับกองถ่ายละคร 2 กอง และตลอด 5 ปี ที่ทำงานมา ก็มีงานต่อเนื่อง และสามารถดูแลครอบครัวได้ โดยไม่เดือดร้อน เพราะคิวงานค่อนข้างต่อเนื่องจากการว่าจ้างของกองถ่ายที่รับงานกันประจำ แต่เมื่อมีปัญหา COVID-19 เข้ามา ก็ส่งผลกระทบกันทั้งกองถ่าย เพราะในกองถ่ายตั้งแต่ผู้จัดละคร ผู้กำกับ นักแสดง ช่างไฟ ช่างเสียง ช่างแต่งหน้า จนมาถึงตนเองที่ทำอาหารให้กองถ่าย ก็เดือดร้อนไม่แพ้กัน	

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				“การปิดกองถ่ายรอบแรก รายรับเป็นศูนย์ไปเลย ก็พยายามทำน้ำพริกมาขายทางออนไลน์ รวมถึงได้เงินเยียวยา 15,000 บาท เพราะเราถูกจัดอยู่ในกลุ่มฟรีแลนซ์ แต่ก็ไม่เพียงพอ” เพราะภาระต่าง ๆ ทั้งค่ากิน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ก็มีเป็นจำนวนมาก เมื่อกลับมาเปิดกองได้ ก็เริ่มทำงานและมีรายได้เข้ามา แต่ก็มาหยุดรอบ 2 อีกครั้ง ก็ใช้เงินเก็บจนเกือบจะไม่ไหวก็กลับมาเปิดร้าน “ตอนนี้ก็อยากให้มีการจัดหาวัคซีนมาฉีดให้กับทุกคนโดยเร็วที่สุด โดยเฉพาะคนในกองถ่าย เพราะหากฉีดวัคซีนครบทุกคนก็หวังว่าจะเป็นแนวทางในการขอเปิดกองถ่าย และกลับมาถ่ายทำละครกันได้อีกครั้ง ซึ่งทุกแผนกในกองถ่ายก็จะกลับมามีงานอีกครั้ง” สำหรับแนวนโยบายที่เคยออกให้ออกกอง 5 คน นั้น ในความเป็นจริงไม่สามารถทำได้ เพราะงานในกองถ่ายต้องการงานที่มีคุณภาพ เบื้องต้นทั้งงานจัดไฟ การแต่งหน้า ซึ่งกองขนาดเล็กไม่สามารถทำหน้าที่ได้เหมือนกับกองถ่ายขนาดใหญ่ ที่มีเจ้าหน้าที่ประจำตำแหน่งในความเชี่ยวชาญ แม้ว่าในส่วนของครัวกองถ่ายจะสามารถทำอาหารกล่อง และนำไปส่งให้กองถ่ายได้ แต่โดยภาพรวมงานกองถ่ายจำเป็นต้องใช้คนจำนวนมาก	

Scene		Description	Duration (Sec.):	Sound	Superimpose
				"เราไม่อยากได้เงินเยียวยานะ อยากให้แก้ไขปัญหาให้ตรงจุดจะดีกว่า ทุกคนอยากกลับมาทำงาน เพราะการกลับมาทำงานจะหาเงินได้มากกว่าเงินเยียวยาอยู่แล้ว" https://news.thaipbs.or.th/content/306670?fbclid=IwAR1MPDc60NCgMRVHGKYjub-KbQKqdL7LcBWmWVeB_mZvEjh6pbURYPQoy9Y ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	
27	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า 	*180*	☑ Voice วิเคราะห์กรณีศึกษานี้ว่าผิดจริยธรรมอย่างไร **อาจารย์อธิบายเรื่องกรณีศึกษา *ประกอบ VDO ตัวอย่าง กรณีศึกษา* ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text

Scene		*Description*	*Duration (Sec.):*	*Sound*	*Superimpose*
28	☑ Video ☐ Images ☐ Motion Graphics ☐ Effect ☐ Infographic ☐ Text	Shot Size : MS Camera Angle : Eyes Level Shot ด้านหน้า วิทยากรยืนพูด ฉากสีขาว มุมกล้องด้านหน้า  วิทยากรพูดจบแล้วยืนยิ้มค้างไว้ 3 วินาที	*10*	☑ Voice **อาจารย์พูดปิดคลิป** ☑ Background Music: เสียงเบา ☐ Sound Effect	☐ Motion Graphics ☐ Video ☐ Text
Duration (Sec.)			**1362**	**Duration (Min.)**	**22:42**