

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง
ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณา
เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง "SPACE"

Senior Project: Advertising Film Production for Encourage
the Family Unit on "SPACE"



T104667

โดย

นนทยา หมั่นเตียง
อรพรรณ วงศ์กำปั่น

ปพ.
26157ด
2550

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 104667
วัน,เดือน,ปี..... - 5 พ.ย. 2552

b..... 11๙๒๕๓๐๙
i.....

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (นิเทศศาสตร์เกษตร)

พ.ศ. 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณา
เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง "SPACE"

Senior Project: Advertising Film Production for Encourage
the Family Unit on "SPACE"

นนทिया หมื่นเตียง
อรพรรณ วงศ์กำปั่น

พ.ศ. 2550

ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

DEPARTMENT OF AGRICULTURAL TECHNIQUE, FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง "SPACE"

Senior Project: Advertising Film Production for Encourage
the Family Unit on "SPACE"

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์เกษตร

เมื่อวันที่ 27 เมษายน พ.ศ.2550

นางสาว.....
นางสาวนันทิยา หมั่นเดียง

ผู้ศึกษา

นางสาวอรพรรณ วงศ์กำปั่น

ผู้ศึกษา

.....

อาจารย์ณัฐกร สงคราม

ค.ม. (สัตวศาสตร์)

ประธานกรรมการสอบปัญหาพิเศษ

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ คุณาสวรรค์เวช

กศ.ด. (เทคโนโลยีการศึกษา)

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุขุมารณ์ ชันศรี

ค.ม. (สัตวศาสตร์)

หัวหน้าภาควิชาเทคนิคเกษตร

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง SPACE

โดย : นางสาวนันทิยา หมิ่นเตียงและนางสาวอรพรรณ วงศ์กำปั่น

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (นิเทศศาสตร์เกษตร)

สาขาวิชา : นิเทศศาสตร์เกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ :

(อาจารย์ณัฐกร สงคราม)

27 / 04 / 50

โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง Space มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว สะท้อนให้เห็นความสำคัญของวัยที่มีความแตกต่างกัน จึงทำให้เกิดเป็นช่องว่างระหว่างวัย โดยนำเสนอผ่านตัวละครของครอบครัว ๆ หนึ่ง โดยเริ่มศึกษาจากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลแล้วเขียนเป็นบทภาพยนตร์ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงาน ต่อจากนั้นเป็นการคั้นหานักแสดง การเตรียมการถ่ายทำ ค้นหาฉากและสถานที่ในการถ่ายทำ ตลอดจนถ่ายทำเสร็จ นำมาตัดต่อจนเสร็จสมบูรณ์ จึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินผลงานคุณภาพผลงานในเบื้องต้น แล้วนำข้อเสนอแนะที่ได้มาวิเคราะห์และปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สื่อมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จากนั้นได้จัดนิทรรศการและให้กลุ่มตัวอย่างทำการประเมินความพึงพอใจ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน ประกอบด้วย ชื่อ เพศ อายุ อาชีพ ซึ่งพบว่าเพศชายและหญิงมีจำนวนเท่ากัน อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 11 – 22 ปี และส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นนักเรียนนักศึกษา โดยผลประเมินความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.60 หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าบรรจุกณฑ์มีความสวยงาม มีความพึงพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.72 ส่วนการตระหนักถึงความสำคัญของสังคมเกษตรกรรมมีความพึงพอใจน้อยที่สุดค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.38 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ภาพยนตร์โฆษณา เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space มีคุณภาพดี สามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่สำหรับบุคคลทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

จากการศึกษาปัญหาพิเศษ โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง Space ที่สำเร็จได้ต้องขอขอบคุณอาจารย์ณัฐกร สงคราม ประธานกรรมการปัญหาพิเศษที่ได้ให้คำปรึกษาและแนวทางการปฏิบัติในทุก ๆ ด้าน คำแนะนำดี ๆ มาโดยตลอด กำลังใจและความห่วงใย ท่าน อาจารย์ ผศ.ดร. สมศักดิ์ คุหาสวรรค์เวช กรรมการที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่คอยให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะดี ๆ

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ขอขอบคุณพี่สายันต์ นามธรรม เจ้าหน้าที่ห้องโสตทัศนศึกษา ในเรื่องของอุปกรณ์ และเพื่อน ๆ พี่ ๆ ทุกคนที่ได้ช่วยเหลือและให้กำลังใจในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ และที่สำคัญต้องขอขอบคุณครอบครัว ซึ่งทำให้มีแนวคิดและแรงผลักดันให้ข้าพเจ้าทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นางสาวนนทียา หมื่นเตียง
นางสาวอรพรรณ วงศ์กำปั่น
เมษายน 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(ก)
สารบัญภาพ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตของการศึกษา	2
วิธีดำเนินการศึกษา	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	7
ความสัมพันธ์ของครอบครัว	7
ความหมายของสถาบันครอบครัว	7
สังคมเกษตรกรรม	9
ความหมายของช่องว่างระหว่างวัย	10
ภาพยนตร์โฆษณา	11
ความหมาย	11
วัตถุประสงค์ของการผลิตภาพยนตร์โฆษณา	12
ประเภทของภาพยนตร์โฆษณา	13
หลักการผลิตภาพยนตร์โฆษณา	14
ปัญหาการผลิตภาพยนตร์โฆษณา	15
ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม	15
ความสัมพันธ์ของภาพยนตร์สะท้อนสังคม	16
ปัจจัยสำคัญของภาพยนตร์สั้น	17
การคัดเลือกนักแสดง	18
ภาพยนตร์โฆษณาในงานส่งเสริมเผยแพร่	19
เทคนิคในการใช้ภาพยนตร์ในงานส่งเสริม	20
ข้อแนะนำในการใช้ภาพยนตร์ในงานส่งเสริมและเผยแพร่	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 การออกแบบและพัฒนา	23
ขั้นตอนการรวบรวมและวิเคราะห์	23
ขั้นตอนการออกแบบ	23
ขั้นตอนการพัฒนาภาพยนตร์โฆษณา	41
ขั้นตอนการทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายและค่าสถิติที่ใช้	57
บทที่ 4 ผลการทดลอง	60
บทที่ 5 บทวิจารณ์และสรุป	66
สรุปผลการศึกษา	66
วิจารณ์ผลการศึกษา	67
ปัญหาและอุปสรรค	68
ข้อเสนอแนะ	69
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	71
ภาคผนวก ก	72
- ตัวอย่างภาพผลงานในแต่ละฉาก	73
ภาคผนวก ข	77
- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านภาพยนตร์โฆษณา	78
- ตัวอย่าง แบบประเมินความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์โฆษณา	80
ภาคผนวก ค	86
- ตารางแสดงเวลาและแผนการดำเนินงาน	87
- ทรัพยากรและงบประมาณที่ใช้	88
ประวัติผู้จัดทำ	90

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	ตารางแสดงผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ	60
2.	ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	63
3.	ตารางแสดงผลการประเมินความพึงพอใจ	64



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 บทภาพ (Storyboard)	34
ภาพที่ 2 นางสาวนันทิยา หมิ่นเตียงและนางสาวอรพรรณ วงศ์กำป็น	35
ภาพที่ 3 ทีมงาน Space	36
ภาพที่ 4 คุณนันท์นีย์ คະສິທອງ	37
ภาพที่ 5 คุณศรันยธิชา โพธิ์ศิริ	37
ภาพที่ 6 คุณวิชชุดา คัมภีร์เวช	37
ภาพที่ 7 บ้านหลักที่ใช้ถ่ายละคร	38
ภาพที่ 8 วัดสุทธาโกชน์	38
ภาพที่ 9 สวนพระนคร เขตลาดกระบัง	39
ภาพที่ 10 หอพัก The Park Home	39
ภาพที่ 11 ตลาดนัด เขตลาดกระบัง	40
ภาพที่ 12 ร้านอาหารอัฟเกรด	40
ภาพที่ 13 ฉากยายหลานยืนเคียงกัน	42
ภาพที่ 14 ผู้กำกับชี้แจงทีมงาน Space	42
ภาพที่ 15 ฉากยายล้มป่วย	43
ภาพที่ 16 อีกมุมหนึ่งของฉากยายหลานล้างจาน	43
ภาพที่ 17 ผู้กำกับศึกษาบทเพิ่มเติมก่อนการถ่ายทำ	44
ภาพที่ 18 ทดสอบบทบาทนักแสดง	44
ภาพที่ 19 ฉากโมเดินเที่ยวกับแฟน	45
ภาพที่ 20 นั่งทำงาน และตกแต่งภาพ	45
ภาพที่ 21 หน้าต่างโปรแกรมตัดต่อ Adobe Premiere Pro 1.5	46
ภาพที่ 22 การตัดต่อเรื่อง Space เสร็จสมบูรณ์	46
ภาพที่ 23 ตัดต่อเสียงในโปรแกรม Adobe Audition 1.5	47
ภาพที่ 24 การตัดต่อ ทำกราฟิก ปกกล่องบรรจุภัณฑ์	47
ภาพที่ 25 ภาพปกหน้าและปกใน	48
ภาพที่ 26 ภาพปกหลัง	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 27	ภาพสติ๊กเกอร์ติดแผ่นซีดี	49
ภาพที่ 28	ตัวอย่างโปสเตอร์การจัดนิทรรศการ	57
ภาพที่ 29	อธิบายรายละเอียดการจัดนิทรรศการ	57



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ
(Introduction)

ความเป็นมาและความสำคัญ

สถาบันครอบครัวนับได้ว่าเป็นสถาบันที่มีความสำคัญต่อสังคมไทย เพราะมีทั้ง พ่อ แม่ พี่ น้อง ปู่ ย่า ตา ยาย อาศัยอยู่ร่วมกันและคอยอบรมสั่งสอนคนในครอบครัวให้เป็นคนดี ปัจจุบันครอบครัวไทยมีการเปลี่ยนแปลงไป ครอบครัวมีขนาดเล็กลง เนื่องจากกระแสสังคมเมืองได้เข้ามาบีบคั้นต่อสังคมไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะทางด้านวัตถุนิยม ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ การใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบันล้วนมีแต่การแก่งแย่งแข่งขันเพื่อเข้าหาความเจริญของเทคโนโลยี ทำให้มีแต่การเร่งรีบแข่งกับเวลา เพื่อให้ได้ผลประโยชน์เรื่องการเงิน ธุรกิจ และสังคมเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้คนในครอบครัว เช่น พ่อ แม่ ต้องออกมาหางานทำ เพื่อหารายได้จุนเจือให้กับครอบครัว ทำให้ต้องอพยพถิ่นฐาน ทั้งนี้มีทั้งผลดีและผลเสียต่อครอบครัว ผลดีคือ ทำให้สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวดีขึ้น ผลเสีย คือ ทำให้ขาดความอบอุ่นภายในครอบครัว ต้องทิ้งลูกไว้ให้ ปู่ ย่า ตา ยาย นั้นเลี้ยงดูต่อไป นอกจากนี้ คนสูงอายุเหล่านี้ยังถูกลดบทบาทไปจากครอบครัวในบางครอบครัว

ปัญหาที่ตามมา เมื่อเด็กนั้นเข้าสู่วัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงวุฒิภาวะทางด้านอารมณ์และจิตใจทางสังคม วัยรุ่นเป็นวัยแห่งความตึกคะนองและติดเพื่อนมาก อารมณ์แปรปรวน ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกับผู้สูงอายุ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงอายุกับวัยรุ่นนั้นมีปัญหาเกิดช่องว่างระหว่างวัย ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันในหลาย ๆ ด้านตามมา ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักจะขี้บ่นขี้ใจ และขี้เหงาอยากให้ลูกหลานมาอยู่ใกล้ ๆ ประคบอบกับสุขภาพไม่แข็งแรงมีโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีคนดูแลเอาใจใส่ ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้สูงอายุจำนวนมากที่ต้องอาศัยอยู่ตามสถานสงเคราะห์คนชรา เนื่องจากลูกหลานไม่มีเวลาดูแลเอาใจใส่ต่างคนต่างแยกย้ายกันไปประกอบอาชีพและดูแลครอบครัวของตนเองจนหลงลืมไปว่ายังมีบุคคลที่สำคัญถูกทอดทิ้งและไม่ได้รับการเลี้ยงดูเอาใจใส่เท่าที่ควร

โดยเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของผู้สูงอายุและความรักความผูกพันของสมาชิกในครอบครัว เพื่อให้สังคมไทยมีคุณภาพที่ดีต่อไป

จากเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวขึ้นมา เพราะปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการเรียนรู้อย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สม่ำเสมอและพบได้ทั่วไป โทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่แพร่หลายทั้งในแง่ของการสะท้อนภาพสังคมและ ชักนำสังคม ผู้คนส่วนใหญ่มักจะผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนและการทำงานโดยการ รับชมสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่สามารถรับชมได้ง่ายที่สุด และสื่อโทรทัศน์มีความ พิเศษในตนเองเพราะในทางสังคม ผู้ที่รับชมสื่อทางโทรทัศน์แล้วทำให้รู้สึกสะท้อนชีวิตและรู้สึกได้ ว่าเป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในสังคมไทย สภาพการณ์ที่สมาชิกในสังคมมองเห็นว่ามันเป็นปัญหา มีการ นำประเด็นปัญหานี้มาได้แย้งกันและสภาพหรือประเด็นปัญหานั้นต้องมีหนทางแก้ไข

นอกจากนี้สังคมในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับสื่อทางโทรทัศน์ที่สะท้อนปัญหาสังคมมาก ขึ้น เช่น ภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์โฆษณาที่สะท้อนสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา ความสามัคคีศิমানันท์ และความมั่นคงของชาติ ซึ่งองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ให้ ความสำคัญกับรูปแบบการโฆษณาที่สะท้อนสังคมซึ่งช่วยในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ องค์กรต่างๆ และช่วยปลูกฝังจิตสำนึกของคนในสังคมได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง Space
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ที่ผลิตขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง Space ซึ่งจะบันทึกในรูปแบบ DVD ความยาวตอนละ 2.00 นาที กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา เป็นบุคคลทั่วไป จำนวนทั้งหมด 60 คน โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับชีวิตของยายและหลานคนหนึ่ง ที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ซึ่งทั้งคู่มีความขัดแย้งกันในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านความคิดเกิดขึ้น โดยเนื้อเรื่อง จะแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

Space I

โมเป็นเด็กกำพร้าอาศัยอยู่กับยาย ยายมีอาชีพเกษตรกรรม ส่วนโมเป็นเด็กที่ติดทีวี ชอบ ความทันสมัย ซึ่งเกี่ยว โมกับยายมักทะเลาะกัน บ่อย ๆ เพราะยายชอบให้โมทำงานบ้านและทำงาน ในไร่ในสวน ในขณะที่โมติดเล่นหรือนั่งดูทีวี

Space II

เมื่อโมเข้าสู่วัยรุ่น พฤติกรรมของโมก็ยิ่งเหมือนเดิม จนบางครั้งมีพฤติกรรมที่รุนแรงกว่าที่ ผ่านมา เพราะโมมีเพื่อนมากขึ้น ทำให้เป็นเด็กที่ชอบเที่ยว ติดเพื่อนมากเกินไป ทำให้ทะเลาะกับ ยายแรงขึ้นกว่าเดิม ทำให้ยายเหนื่อยใจทุกครั้งเวลาที่โมออกไปเที่ยวกับเพื่อน ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Space III

โมเข้ามาเรียนมหาวิทยาลัยที่กรุงเทพฯ ได้ ทำให้โมกับยายต้องแยกกันอยู่ โมใช้ชีวิตที่กรุงเทพฯ อย่างสุขสบาย สนุกสนาน เที่ยว ติดเพื่อน ติดแฟนเป็นอย่างมาก แต่โมก็ไม่เคยลืมเรื่องเรียนและจดจำคำสั่งสอนของยายทุกครั้ง โมก็เป็นห่วงยายตลอดเวลา

Space IV

วันหนึ่ง ยายได้ล้มป่วยลง โมต้องกลับไปดูแลยาย เมื่อโมเห็นยาย โมรู้สึกเสียใจ ที่ไม่กลับมาดูแลยาย ยายตื่นแล้วเห็นโมก็ดีใจที่หลานได้กลับมาเยี่ยมตนอีกครั้ง เพราะคิดว่าอาจจะไม่ได้เห็นหน้าหลานเป็นครั้งสุดท้ายแล้ว ทั้งสองก็เข้ากันได้ดีกว่าแต่ก่อน เพราะว่าโมไม่ใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ ทำให้คิดอะไรได้หลาย ๆ อย่าง และมีความคิดเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น

วิธีดำเนินการศึกษา

1. ขั้นตอนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล
 - 1.1 รวบรวมและศึกษาข้อมูลหาเรื่องภาพยนตร์โฆษณาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุด อินเทอร์เน็ต และวีซีดี ดีวีดี ตัวอย่างหนังสือ
 - 1.2 ศึกษารูปแบบและกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา
 - 1.3 ศึกษาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับผลิตภาพยนตร์โฆษณา
 - 1.4 วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง
 - 1.5 วิเคราะห์ตัวผู้จัดทำ
2. ขั้นตอนวางแผนและออกแบบการผลิตภาพยนตร์โฆษณา
 - 2.1 ออกแบบบทภาพยนตร์โฆษณา
 - เขียนเรื่องย่อ (Synopsis) โดยเขียนเป็นหนึ่งย่อหน้า
 - บทภาพยนตร์โฆษณา (Screen play) เขียนเป็นบทพูด
 - บทภาพ (Storyboard) เขียนเป็นภาพการ์ตูน มีเลขกำกับชอต คำบรรยาย

เหตุการณ์

- 2.2 วางบทบาทและหน้าที่ของทีมงาน
 - ฝ่ายดูแลการผลิต
 - ฝ่ายภาพ
 - ฝ่ายแสง
 - ฝ่ายสวัสดิการกองถ่าย
 - ฝ่ายกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.3 ออกแบบตัวละคร
- บทบาทนักแสดงหลัก
 - ยาย
 - โม่ (วัยมัธยมและมหาวิทยาลัย)
 - โม่ (วัยเด็ก)
 - บทบาทนักแสดงประกอบ
 - กลุ่มเพื่อน
 - คนแก่ขอทาน
 - เด็ก
- 2.4 กำหนดสถานที่ถ่ายทำ
- 2.5 ออกแบบงานฝ่ายศิลป์
3. ขั้นตอนการพัฒนาและผลิตสื่อ
- 3.1 กำหนดฉากถ่ายทำ
- 3.2 ถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา
- การเตรียมความพร้อม
 - ถ่ายทำภาพยนตร์ตามบทบาทที่เตรียมไว้
- 3.3 ตัดต่อภาพยนตร์โฆษณา
- คอมพิวเตอร์ระบบมัลติมีเดีย CPU Pentium4 3.0 RAM 752 MB HDD80 GB+CD Read+Writer และมีระบบปฏิบัติการ Windows XP
 - ใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro 1.5 ในการตัดต่อ
 - ใช้โปรแกรม Adobe Audition 1.5 ตัดต่อเสียง
 - ใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS 2 ตกแต่งภาพ
- 3.4 ออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ปกหน้า ปกหลังของกล่อง และสติ๊กเกอร์ติดแผ่นซีดี
4. ขั้นตอนการพัฒนาแบบประเมิน
- 4.1 แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญโดยวิธีการสัมภาษณ์
- ภาพ : ความคมชัดสื่อความหมายได้ดี, ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเสียง, สีสันของภาพ
 - เสียง : ความชัดเจนของเสียง, ความเหมาะสมของเสียงดนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แสง : สภาพแสงมีความเหมาะสม
- มุมกล้อง : มุมกล้องมีความสวยงาม, เทคนิคการถ่ายภาพ
- สถานที่ : การจัดฉากและอุปกรณ์ประกอบ, สถานที่มีความสวยงาม
- อักษรและกราฟิก : ขนาดของตัวอักษร, สีของตัวอักษร, กราฟิกของไตเติ้ล

และเครดิต

- การตัดต่อลำดับภาพ : ความต่อเนื่องของการลำดับภาพ, เทคนิคการตัดต่อ

ภาพ

- เวลา : เวลาในการนำเสนอโดยรวม
- บทบาทของตัวละคร : ความสมจริงของตัวละคร, นักแสดงเป็นธรรมชาติ
- บรรจุภัณฑ์ : ความเหมาะสมของภาพ, ความเหมาะสมของสี, ความเหมาะสมของตัวอักษร

ความเหมาะสมของตัวอักษร

- การนำไปใช้ : ความเหมาะสมของการนำไปเผยแพร่, ความประทับใจในการชมภาพยนตร์โฆษณา, แง่คิดที่ได้จากการชมภาพยนตร์โฆษณา
- เนื้อเรื่อง : เนื้อเรื่องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์, ความน่าสนใจของเนื้อเรื่อง, ความต่อเนื่องของเนื้อเรื่อง, คุณภาพของเนื้อเรื่องโดยรวม, ความเหมาะสมของเนื้อเรื่องในการนำไปเผยแพร่

4.2 แบบประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง

- ความน่าสนใจของภาพยนตร์โฆษณา
- ภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน
- ลักษณะภาพมีความชัดเจนและสวยงาม
- ความชัดเจนของเสียงประกอบ
- ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา
- ฉากและสถานที่เข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา
- ความชัดเจนของตัวอักษรกราฟิก
- ความสวยงามของไตเติ้ลเครดิต
- นักแสดงสามารถแสดงบทบาทได้สมจริงและเป็นธรรมชาติ
- การดำเนินเรื่องกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ
- ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอ
- บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว
- เข้าใจและเห็นความสำคัญของปัญหาช่องว่างระหว่างวัย
- เห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรม

5. ขั้นตอนการนำไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและใช้ทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง

5.1 นำสื่อภาพยนตร์โฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านภาพยนตร์โฆษณาทั้งหมด 7 ท่าน ทำการประเมินคุณภาพของสื่อ

5.2 นำผลงานและข้อเสนอแนะที่ได้มาวิเคราะห์และปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาด เพื่อให้สื่อมีคุณภาพมาก เพื่อให้สามารถนำไปทดลองได้

5.3 นำภาพยนตร์โฆษณาที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไปจำนวน 60 คน

5.4 ก่อนการทดลองแจ้งวัตถุประสงค์ให้กลุ่มตัวอย่างทราบ จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างชมภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตขึ้น หลังจากชมภาพยนตร์โฆษณาเสร็จแล้ว ให้ทำการประเมินความพึงพอใจ

6. ขั้นตอนประเมินผลการทดลองและแก้ไขปรับปรุง

6.1 นำผลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง มาหาเฉลี่ยทางสถิติเพื่อประเมินคุณภาพของสื่อ โดยค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6.2 นำค่าเฉลี่ยทางสถิติจากแบบประเมินที่ได้มาวิเคราะห์ทั้งโดยภาพรวมและรายข้อ ถ้าหากพบว่าในภาพรวมได้คะแนนต่ำแสดงว่าสื่อยังไม่มีคุณภาพ และทำการผลิตใหม่และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ แล้วจึงนำมาทดสอบใช้กับกลุ่มเป้าหมายใหม่อีกครั้ง แต่ถ้าในภาพรวมได้คะแนนสูงให้พิจารณาต่อไปในรายข้อ หากพบว่าข้อใดต่ำกว่าเกณฑ์ให้ทำการปรับปรุงแก้ไขเฉพาะในข้อนั้น

6.3 หลังจากการปรับปรุงแก้ไขเสร็จสมบูรณ์ จึงทำการสรุปผลการศึกษาที่ได้ รวมทั้งมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาครั้งต่อไป ตลอดจนประโยชน์ของผลการศึกษาที่ได้ลงในปัญหาพิเศษฉบับสมบูรณ์

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

(Literature Review)

ในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space ผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ ตำรา หนังสือ งานวิจัย เอกสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้งจากเว็บไซต์ในระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นแนวทางและข้อมูลในการดำเนินงาน ซึ่งแบ่งได้เป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ของครอบครัว
2. ภาพยนตร์โฆษณา(Advertising Film)
3. ภาพยนตร์ในงานส่งเสริมเผยแพร่
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความสัมพันธ์ของครอบครัว

สถาบันครอบครัว (2549) กล่าวว่า สถาบันครอบครัว เป็นสถาบันพื้นฐานแรกที่สุดและมีความสำคัญยิ่งของสังคม เพราะสถาบันขั้นมูลฐานที่เป็นจุดเริ่มต้นของสถาบันทั้งหลาย ในสมัยก่อนนั้นสถาบันครอบครัวทำหน้าที่เป็นทั้งสถาบันการศึกษา สถาบันเศรษฐกิจ และสถาบันการปกครอง ฯลฯ หรืออธิบายได้ว่า สถาบันครอบครัวทำหน้าที่ให้การศึกษาและความรู้ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ในด้านเศรษฐกิจ และปฏิบัติหน้าที่ในการอบรมสั่งสอนสมาชิกของครอบครัวให้เป็นพลเมือง แต่ในปัจจุบันสถาบันการศึกษาและสถาบันเศรษฐกิจได้เข้ามามีบทบาทปฏิบัติหน้าที่แทนสถาบันครอบครัวในด้านการให้การศึกษาแก่สมาชิกของสังคม และผลิตเครื่องอุปโภคและบริโภคขึ้นจำหน่ายแก่สมาชิกในสังคมบทบาทในด้านดังกล่าวของสถาบันครอบครัวจึงลดลงไป

1.1 ความหมายของสถาบันครอบครัว

สถาบันครอบครัว หมายถึง แบบแผนพฤติกรรมที่คนที่มาติดต่อเกี่ยวข้องกันในเรื่องเกี่ยวกับครอบครัวและเครือญาติจะต้องปฏิบัติตาม นั่นคือคนที่เป็นญาติกันโดยสายเลือด เช่น เป็นพ่อแม่ พี่น้องกัน เป็นญาติกันทางการแต่งงาน เช่น เป็นสามีภรรยา เป็นเขยสะใภ้กัน หรือการรับไว้เป็นญาติ เช่น เป็นบุตรบุญธรรม เป็นต้น คนเหล่านี้จะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์แบบแผนที่สังคมเป็นผู้กำหนดขึ้นเรียกว่า สถาบันครอบครัว ซึ่งครอบคลุมแนวทางในการปฏิบัติในเรื่องต่างๆ เหล่านี้คือ การเลือกคู่ การหมั้น การแต่งงาน การเลี้ยงดูลูก การอบรมขัดเกลา การหย่าร้างและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและเครือญาติทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปได้ว่า สถาบันครอบครัว หมายถึง กลุ่มของบรรทัดฐานทางสังคมที่ใช้ในการกำหนดรูปแบบของความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว เช่น บรรทัดฐานเกี่ยวกับการสมรส การเลี้ยงดูบุตร การหย่าร้าง ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อความสงบสุขของครอบครัวและสังคม

1.1.1 องค์ประกอบของสถาบันครอบครัว มีองค์ประกอบสำคัญดังนี้

- กลุ่มทางสังคมหรือองค์ประกอบทางสังคม ได้แก่ ครอบครัวซึ่งอาจเป็นครอบครัวเดี่ยวหรือครอบครัวขยายก็ได้ ครอบครัวเดี่ยว หมายถึง ครอบครัวที่มีสมาชิกประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก ส่วนครอบครัวขยาย คือ ครอบครัวที่มีสมาชิกประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก และญาติพี่น้อง เช่น ปู่ ย่า ลุง ป้า น้า อา ฯลฯ มาอยู่ร่วมกันภายในครอบครัว

- สถานภาพและบทบาท เป็นองค์ประกอบที่ช่วยกำหนดว่าใครเป็นใครและแต่ละคนมีหน้าที่มีบทบาทอย่างไร สถานภาพของบุคคลในครอบครัว ได้แก่ พ่อ แม่ ลูก ปู่ ย่า ลุง ป้า ฯลฯ ซึ่งแต่ละคนต่างก็มีหน้าที่ความรับผิดชอบ เช่น พ่อมีหน้าที่เลี้ยงดูครอบครัว อบรมให้การศึกษาแก่ลูก ส่วนบทบาท หมายถึง การแสดงออกตามตำแหน่งหน้าที่ เช่น พ่อต้องปกป้องคุ้มครองให้ความรักแก่ลูก ลูกหลานก็ต้องเคารพเชื่อฟังคำสั่งสอนของพ่อแม่และญาติผู้ใหญ่

1.1.2 หน้าที่ของสถาบันครอบครัว ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

- การให้สมาชิกใหม่ ถือเป็นหน้าที่สำคัญประการแรก เพราะการมีบุตรเป็นจุดเริ่มต้นของครอบครัว เป็นการสืบต่อและรับช่วงวัฏจักรของระบบครอบครัว ดังนั้นเพื่อป้องกันมิให้มีการละเมิดการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว สังคมจึงได้ออกกฎหมายให้การคุ้มครองไว้ เป็นต้นว่าห้ามทำลายชีวิตทารกที่อยู่ในครรภ์หรือที่คลอดออกมาแล้ว

- การจัดอบรมให้เรียนรู้ระเบียบของสังคม ครอบครัวเป็นสถาบันแรกที่ทำหน้าที่ดูแลและทำนุบำรุง รวมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมให้แก่สมาชิกใหม่ที่ถือกำเนิดขึ้นมา เช่น การพูด การแต่งกาย การดำรงชีวิต การรู้จักพิจารณาว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิด ตลอดจนการเรียนรู้แบบแผนและวิธีปฏิบัติตนตามระเบียบของสังคม ซึ่งจะทำให้สมาชิกสามารถรับช่วงและถ่ายทอดมรดกของสังคมสืบต่อไปได้

- การคุ้มครองและการทำนุบำรุง ครอบครัวมีหน้าที่ในการให้ความคุ้มครองและเลี้ยงดูบุตรตลอดจนบุคคลอื่นในครอบครัว ซึ่งสามารถกระทำได้ 3 ประการคือ

- การทำนุบำรุงทางร่างกาย ได้แก่ การเลี้ยงดูบุตรให้เจริญเติบโต มีสุขภาพดี มีอนามัยแข็งแรง เพื่อสามารถประกอบภารกิจหน้าที่การงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การทำนุบำรุงทางคุณภาพ ได้แก่ การให้การศึกษาอบรมเพื่อให้สมาชิกใหม่ได้เรียนรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์ ซึ่งจะช่วยให้เขารู้จักปรับปรุงตัวเองให้เข้ากับสังคมและสิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การกำหนดสถานภาพของบุคคล เด็กเกิดม่าย่อมได้รับสถานภาพของบิดาและมารดาของตน เช่น ถ้าบิดามารดามีสัญชาติไทย เด็กที่เกิดมาก็ย่อมเป็นคนไทยด้วย

1.1.3 บรรทัดฐานทางสังคม สถาบันครอบครัวย่อมจะกำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว เช่น การก่อตั้งครอบครัว การสู่ขอ การหมั้น การกำหนดว่าสามีจะมีภรรยาได้คนเดียวหรือหลายคน การหย่าร้างจะเกิดขึ้นได้ด้วยกรณีใด ใครเป็นหัวหน้าครอบครัว บุตรจะใช้นามสกุลของทางบิดาหรือมารดา เป็นต้น

1.2 สังคมเกษตรกรรม (Agrarian society)

เมื่อประมาณ 3,000 ปีก่อนคริสต์ศักราชมนุษย์สามารถประดิษฐ์ไถขึ้นใช้ได้สำเร็จ ทำให้การเพาะปลูกสามารถปรับปรุงที่ดินแปลงเดิมให้มีความอุดมสมบูรณ์ขึ้นมาใหม่ได้ การย้ายที่ทำกินไปยังที่ใหม่ที่มีความอุดมสมบูรณ์กว่าก็หยุดลง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนอกจากจะนำไปสู่การนำเอาพลังงานจากสัตว์เลี้ยงมาใช้ในการเกษตรกรรมแล้ว ยังทำให้เกิดการอยู่รวมกันเป็นเมือง มีการครอบครองที่ดิน และสะสมสัตว์เลี้ยงตามมา สังคมเกิดความไม่เท่าเทียมกัน มีการแบ่งชั้นของคนในสังคมตามความร่ำรวยสังคมต้องสร้างระบบควบคุมสังคมเพื่อจัดการความเป็นระเบียบเรียบร้อยของระบบเศรษฐกิจ มีการสร้างระบบเงินตรา มีองค์กรที่ทำหน้าที่ปกครองสังคม ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการประดิษฐ์สิ่งใหม่เพื่อใช้ในการดำรงชีพเกิดขึ้นมากมายหลายอย่าง

ทางด้านอาชีพการงานก็ปรากฏว่า มีคนเข้าทำงานรับจ้างมากกว่าขายแรงงานนอกภาคเกษตรมากขึ้น แม้ว่าจำนวนคนที่ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรมจะมีมากอยู่แต่ก็ลดปริมาณลงเรื่อย ๆ จากเดิมที่เคยมีอยู่ประมาณร้อยละ 80 เป็นเวลาอันยาวนาน เหลือเพียงประมาณร้อยละ 60 กว่า ๆ ส่วนทางด้านรายได้ของรัฐในปัจจุบันนี้พบว่ารายได้จากการขายสินค้านอกภาคเกษตรได้เพิ่มขึ้นมากกว่ารายได้ภาคเกษตรมาหลายปีแล้ว ฉะนั้นภาพเดิม ๆ ของสังคมไทยที่ว่า เป็นสังคมเกษตรกรรมแต่ไหนแต่ไรมา ในปัจจุบันภาพลักษณะเช่นนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปมาแล้ว สังคมไทยปัจจุบันจึงน่าจะได้อีกชื่อว่า "สังคมเกษตรและอุตสาหกรรม" จะเหมาะสมกว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางด้านอาชีพมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางด้านอื่น ๆ ก็เกิดมีขึ้นเช่นกัน เริ่มจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรจากถิ่นที่อยู่ในเมืองและชนบทพบว่า ประชากรเริ่มเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองต่าง ๆ มากขึ้นโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ ๆ อย่างเช่น กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เชียงใหม่ นครราชสีมา หาดใหญ่ ขอนแก่น อุตรดิตถ์ พัทธยา และภูเก็ต เป็นต้น เพื่อแสวงหาอาชีพที่มีรายได้ดีกว่าการทำไร่นา และอยู่ในท้องถิ่นที่มีเครื่องอำนวยความสะดวกความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต อาทิ ไฟฟ้า น้ำประปาสถานที่บำรุงความสุขต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นศูนย์การค้า การบันเทิง และการศึกษาหาความรู้ระดับสูงต่าง ๆ ก็ตาม โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งเป็นทั้งเมืองหลวง ศูนย์กลางทางการเมืองการปกครอง การศึกษา การพาณิชย์และการคมนาคม จึงมีแรงดึงดูดผู้คนจากชนบท เข้ามาอยู่อาศัยและประกอบอาชีพเป็นจำนวนมาก ในทางตรงกันข้าม ประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเกษตรกร คนจน และผู้ใช้แรงงาน การแก้ไขปัญหาไม่เพียงการเยียวยาความเสียหาย และการช่วยเหลือแบบสงเคราะห์ในลักษณะของระบบอุปถัมภ์ต่อการสนับสนุนฐานเสียงทางการเมือง ซึ่งมีสายสัมพันธ์โยงใยระหว่างกลุ่มทุนในท้องถิ่นและกลไกขององค์กรปกครองท้องถิ่น นอกจากนี้กลไกของระบบราชการยังมีการบริหารแบบแยกส่วน และไม่กระจายอำนาจอย่างแท้จริงที่จะทำให้ชุมชนมีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนา ชุมชน และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สังคมเกษตรกรรม, 2549)

1.3 ช่องว่างระหว่างวัย(Generation Gap)

สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2549) กล่าวไว้ในบทความช่องว่างระหว่างวัยว่า วัยรุ่นหรือวัยหนุ่มสาว ถือเป็นช่วงคาบเกี่ยวระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญของชีวิต ต้องการอิสระเสรีภาพ และอยากทำอะไรด้วยตัวเอง จนบางครั้งทำตัวห่างเหินพ่อแม่และพี่น้อง แต่จะสนิทสนมใกล้ชิดกับกลุ่มเพื่อนมากขึ้น ทั้งยังต้องการมีส่วนร่วมตัดสินใจเรื่องต่างๆ ด้วยตัวเอง

ช่องว่างระหว่างวัย ไม่เพียงเป็นความแตกต่างด้านอายุเท่านั้น แต่ยังเป็นความแตกต่างทางด้านระบบคิด ระบบคุณค่า ทักษะต่อชีวิต ต่อเรื่องต่างๆ เป้าหมายของชีวิต ค่านิยม เป็นต้น แม้จะอยู่ในสังคมเดียวกัน แต่ความแตกต่างในด้านต่างๆ เหล่านี้มีมากอย่างไม่น่าเชื่อ จนเป็นต้นตอให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมาย

อันที่จริงความแตกต่างที่มีอยู่ถือว่าเป็นเรื่องธรรมดา คนวัยเดียวกันก็ยังมี ความแตกต่างกันเลย แต่ที่กลายเป็นประเด็นปัญหาขึ้นมาก็เพราะมีเรื่อง 'ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ' เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยที่ผู้ใหญ่หรือ 'มีอำนาจมากกว่า' รับไม่ได้กับความแตกต่างในด้านต่างๆ ของเด็ก หรือ 'ผู้ที่มีอำนาจน้อยกว่า' ในขณะที่เดียวกันเด็กก็รับไม่ได้ที่ผู้ใหญ่ต้องการให้เขายอมรับระบบคิด ระบบคุณค่า และค่านิยมตามแบบที่ผู้ใหญ่ยึดถืออยู่

ด้วยเหตุนี้เราจึงเห็นความขัดแย้งระหว่างพ่อ แม่กับลูก ครูกับนักเรียน ผู้ใหญ่กับเยาวชนเกิดขึ้นบ่อยๆ และความสัมพันธ์อาจถึงกับแตกร้างจนไม่อาจกลับมาคืนดีกันได้ ซึ่งน่าเสียดายมาก เพราะความเข้มแข็งของครอบครัวก็ดี โรงเรียนหรือแม้แต่ชุมชนก็ดี ต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างคนในสังคมนั้นๆ

ปัจจุบันนี้ปัญหาช่องว่างระหว่างวัยมีความซับซ้อนมากกว่าแต่ก่อน เพราะก่อนนั้น พ่อแม่มักจะมีลูกเร็วเนื่องจากแต่งงานหรือมีครอบครัวเร็วกว่ายุคนี้ เพราะฉะนั้นช่องว่างระหว่างวัยกับลูกคนหัวปีหรือลูกคนแรกๆ จึงมีไม่มาก อีกประการหนึ่งเพราะยุคก่อน เศรษฐกิจ การเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัฒนธรรม เทคโนโลยี ฯลฯ มีการเปลี่ยนแปลงช้ากว่ายุคนี้มาก ระบบคุณค่าต่างๆ จึงดำรงอยู่ยาวนาน ซึ่งทำให้คนต่างวัยถูกหล่อหลอมด้วยระบบคุณค่าแบบเดียวกัน

แล้วในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ เร็วมาก เด็กรุ่นใหม่ก็รับเอาระบบคิด ระบบคุณค่า และค่านิยมใหม่ๆ อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย การมีเพื่อนต่างเพศ การใช้เงิน การเที่ยวเตร่ การใช้โทรศัพท์ เป็นต้น เพราะฉะนั้นทั้งพ่อแม่ และครูอาจจะรับไม่ได้กับพฤติกรรมต่างๆ ของลูก หรือลูกศิษย์ ในทางกลับกัน ลูกหรือลูกศิษย์ก็อาจจะมีความเห็นว่าเป็นระบบคิด ระบบคุณค่า ค่านิยมของพ่อแม่และครูเร่อว่า ล้าสมัย ใจแคบ และชอบใช้อำนาจอีกด้วย ความแตกต่างเหล่านี้ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ อย่างรวดเร็ว และไม่ได้ปรับความสัมพันธ์ให้ลงตัวกัน

การที่วัยรุ่นเริ่มห่างเหินจากครอบครัวแต่มารวมกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกันมากเท่าใดก็ยิ่งทำให้ความเห็นห่างทางความคิด ทัศนคติ ค่านิยม และการเลียนแบบพฤติกรรมที่ดีของบุคคลคนในวัยอื่นมีมากขึ้นเท่านั้น เราเรียกสภาวะนี้ว่า "ช่องว่างระหว่างวัย" ซึ่งจะเกิดขึ้นในช่วงวัยรุ่นค่อนข้างมากกว่าวัยอื่นๆ ส่วนแนวทางที่จะช่วยลดปัญหาของว่างระหว่างวัยนั้นคงต้องอาศัยครอบครัวที่ต้องทำความเข้าใจและปรับตัวปรับใจให้ทันกับลูกวัยรุ่น

พฤติกรรมการระบายอารมณ์วัยรุ่นบางคนมีความสับสนอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากมีสิ่งต่างๆ กดดันเข้ามาและต้องเผชิญปัญหาเพียงลำพัง และหากความสับสนนั้นถึงจุดวิกฤตโดยไม่มีทางออกอาจกลายเป็นการฆ่าเขาทางอ้อม ถึงเวลานั้นพ่อแม่อาจเสียใจเมื่อต้องสูญเสียลูกที่รักไปอย่างไม่มีวันกลับ ฉะนั้น วัยรุ่นทั้งหลายจง "ระบายอารมณ์" ออกมาบ้าง เพื่อช่วยให้ความรู้สึกสับสนในจิตใจเบาบางลง เมื่อครอบครัวได้รับรู้อาจเป็นที่ปรึกษาและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่างๆ แทนที่จะเก็บความรู้สึกเหล่านั้นไว้เพียงลำพังควรระบายมันออกมา แล้ววัยรุ่นจะรู้ว่าโลกนี้ยังมีความสดใสอีกมาก มิใช่มืดมนอย่างที่คิดไว้ตอนต้น

2. ภาพยนตร์โฆษณา (Advertising Film)

2.1 ความหมาย

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546) กล่าวว่า หนึ่งโฆษณาคือเป็นหนังสือสั้นมากโดยทั่วไปมีความยาวเพียง 15 วินาที หรือ 30 วินาทีแต่ให้พลังมหาศาลกับคนดู

โครงสร้างของภาพยนตร์โฆษณา มีตอนเริ่มต้น ตอนกลาง และตอนจบ โครงสร้างเงื่อนไขข้อขัดแย้งในตอนแรกเริ่ม จากนั้นเป็นการชักจูงคนดูให้แก้ไขปัญหาคือข้อขัดแย้งด้วยการซื้อสินค้านั้น เนื้อหาของโฆษณาสั้น กระชับรัดกุมเป็นงานที่ทำหายสำหรับคนหนุ่มสาวที่จะแสดงความสามารถของตนเอง แต่สิ่งที่หนึ่งโฆษณาดังกล่าวต่างจากหนังสือสั้นอื่นคือ มีการลงทุนสูงและมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์หลักคือ การขายสินค้า โดยการใช้สื่อโทรทัศน์เป็นเครื่องมือ มากกว่าเป็นงานสร้างสรรค์เพื่อสังคมหรือศิลปะเป็นหลักอย่างไรก็ตาม ยังมีหนังสือโฆษณาเพื่อสังคม(Public Service Announcements หรือ PSA) เป็นหนังสือโฆษณาที่ให้เห็นถึงความห่วงใยของสังคมหรือเตือนให้คนในสังคมระแวดระวังภัยต่างๆ หรือให้คนในสังคมร่วมพลังเพื่อประโยชน์กับส่วนรวม เป็นต้น

ในปัจจุบันการโฆษณาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อโทรทัศน์ ได้พัฒนาไปเป็นรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้นที่คนดูเกือบไม่สังเกตเห็น เช่น โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์หรือการใช้สินค้าสอดแทรกในหนังสือพิมพ์ที่เป็นรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาแฝงด้วย เป็นต้น

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา หมายถึง การจัดทำสิ่งโฆษณา (advertisement) ที่ใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดการ รับรู้ การยอมรับ การตัดสินใจ เลือกการตั้งใจที่จะซื้อ และการซื้อใช้สินค้าหรือบริการของบริษัทผู้โฆษณา โดยได้รับความสนใจ ความต้องการและเกิดพฤติกรรมการซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการดังกล่าว การโฆษณา จึงมีเจตนาเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าหรือบริการด้วยการพยายามเน้นจุดเด่นของสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้เห็นประโยชน์ของสินค้าหรือบริการชัดเจนยิ่งขึ้น การผลิตภาพยนตร์โฆษณาจึงเป็นการนำสิ่งโฆษณาที่เป็นความจริงในส่วนที่เป็นข้อเด่นเสนอให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างสรรค์จากข้อมูลตัวสินค้า ข้อมูลผู้บริโภคเป้าหมาย และข้อมูลด้านการตลาด ให้เกิดเป็นแนวคิดของเรื่องและบทภาพยนตร์เพื่อไปสู่การผลิตภาพยนตร์ต่อไปการผลิตภาพยนตร์โฆษณาจึงใช้ศิลปะและศาสตร์หลายแขนง ผสมผสานให้เกิดความพึงพอใจและการเร้าความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดความสนใจและความต้องการซื้อสินค้าเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การโฆษณา ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ทั่วไป และวัตถุประสงค์เฉพาะ การผลิตภาพยนตร์โฆษณาจึงควรคำนึงถึง

2.2 วัตถุประสงค์ของการผลิตภาพยนตร์โฆษณา

2.2.1 การผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มีวัตถุประสงค์ทั่วไป

เป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย โดยการใช้ภาพยนตร์โฆษณาเป็นเครื่องมือทางการตลาด ซึ่งได้แก่

- การให้ประชาชนรับรู้ถึงการคงอยู่ การพัฒนาและการปรับปรุงเป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หรือหีบห่อ ตลอดจนช่องทาง การจัดจำหน่ายรวมทั้งการอำนวยความสะดวกเสริมต่าง ๆ ของสินค้าและบริการ

- การสร้างความจดจำและการแยกแยะสินค้าให้โดดเด่น เป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มุ่งให้ประชาชนจดจำชื่อสินค้าและบริการได้อย่างแม่นยำโดยเฉพาะการรับรู้ในจุดเด่นเหนือคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การสร้างเสริมความภักดีให้แก่สินค้าหรือบริการเป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มุ่งเน้นให้ลูกค้าไม่เปลี่ยนไปซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการของผู้อื่น ด้วยความรู้สึกที่มีความเชื่อถือและไว้วางใจตลอดไป

2.2.2 การผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ

เป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารการชักจูงใจในระดับต่าง ๆ จนไปสู่ขั้นของการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าหรือบริการของผู้ดู ซึ่งได้แก่

- การบอกกล่าว เป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารว่าได้มีสินค้าหรือบริการใหม่เกิดขึ้นแล้ว โดยการแนะนำให้ประชาชนได้รับรู้

- การสร้างความสนใจ เป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มุ่งให้มีพลังดึงดูดและเรียกร้องความสนใจโดยมีประเด็นที่สนองความต้องการของผู้ดูได้อย่างถูกต้องและจับใจด้วยการเร่งเร้าความสนใจ

- การเร่งเร้า เป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มุ่งกระตุ้นให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกปรารถนาในสินค้าหรือบริการโดยมีความรู้สึกต้องการอยากซื้อและใช้สินค้าหรือบริการ

- การเรียกร้องหรือจูงใจ เป็นการผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่มุ่งให้ผู้ดูเกิดความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการที่โฆษณานั้นด้วยการเชิญให้ผู้ดูตัดสินใจซื้อและใช้ทันที

2.3 ประเภทของภาพยนตร์โฆษณา

บรรจง โกศลวัฒน์ (2540) กล่าวว่า การผลิตภาพยนตร์โฆษณาล้วนแล้วแต่มีเป้าหมายของการโฆษณาในระดับใดระดับหนึ่ง เป็นจุดหมายปลายทาง ซึ่งการกำหนดเป้าหมายของการโฆษณาจะอยู่ในระดับใดนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้การยอมรับและการเลือกซื้อสินค้า หรือบริการของกลุ่มเป้าหมายนั้น โดยทั่วไปแล้วสามารถแบ่งประเภทของภาพยนตร์โฆษณาได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

- ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตขึ้นเพื่อให้ข่าวสารแก่กลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้าเป้าหมายว่า ขณะนี้หรือช่วงนี้สินค้าหรือบริการประเภทนี้ จะมีการส่งเสริมการขายในลักษณะใด เช่น ลด แลก แจก แถม ให้ประกันการชำรุดเสียหายเป็นเวลานานกว่าปกติ หรือมีการชิงโชค ฯลฯ โดยจะทำการโฆษณาซ้ำ ๆ กันบ่อยครั้งในช่วงการส่งเสริมการขายนั้น เพื่อให้เกิดการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการนั้นทันที จึงผูกพันกับเวลา เช่น ความรวดเร็ว และการกำจัดเวลาสมนาคุณ เป็นต้น

- ภาพยนตร์โฆษณาประเภทคำสั่ง เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตขึ้นเพื่อช่วยให้ลูกค้าซึ่งได้แก่ ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งภาพยนตร์โฆษณาลักษณะนี้จะเป็นการเสนอหรือแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มผู้บริโภคหรือผู้ซื้อได้รู้จักและจดจำสินค้าและบริการนั้น ๆ ภาพยนตร์โฆษณาจึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วยเสริมความมั่นใจให้แก่ผู้ค้าปลีกที่จะทำการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตจำนวนมาก ๆ โดยเชื่อว่าลูกค้าหรือผู้บริโภครู้จักและคาดว่าจะซื้อสินค้าที่ตนเป็นตัวแทนจำหน่าย

- ภาพยนตร์โฆษณาประเภทการค้าปลีก เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตขึ้นเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า โดยมีเป้าหมายที่ช่วยให้ร้านค้าปลีกสามารถทวิยอดขายหรือระบายสินค้าได้

- การผลิตภาพยนตร์โฆษณาเชิงประชาสัมพันธ์ เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตขึ้นเพื่อโฆษณาภาพพจน์สถาบันให้ได้การยอมรับ ด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือและศรัทธาของประชาชนที่มีต่อสถาบัน เช่น สถาบันครอบครัว เพราะการสร้างภาพพจน์ที่ดีย่อมช่วยสนับสนุนการขาย ดังนั้นการสร้างควมมั่นใจในด้านความมั่นคงและประสิทธิภาพการบริหารรวมทั้งการส่งเสริมประโยชน์ต่อสังคมด้วยภาพยนตร์โฆษณาเพื่อให้คนเห็นคุณค่าว่ากิจการนี้เอื้อประโยชน์ต่อส่วนรวม ย่อมทำให้ประชาชนระลึกถึงสินค้าและบริการที่หน่วยงานนั้นผลิต

2.4 หลักการผลิตภาพยนตร์โฆษณา

บรรจง โกศลวัฒน์ (2540) กล่าวว่า การผลิตภาพยนตร์โฆษณเป็นการนำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ เสนอแก่กลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ การยอมรับ การตัดสินใจเลือก การตั้งใจที่จะซื้อการซื้อการใช้ อันเกิดจากความสนใจ การเห็นด้วย หรือการชื่นชอบในสินค้าหรือบริการ ฉะนั้นภาพยนตร์โฆษณาจึงช่วยให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือบริการ ด้วยการให้ผู้ดูภาพยนตร์ เกิดความเชื่อถือ ความประทับใจและการเห็นประโยชน์ในสินค้าและบริการนั้น ด้วยการเน้นจุดเด่นของสินค้า เน้นการสร้างภาพพจน์ตัวสินค้า และการเน้นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเอาตัวเองเข้าไปเกี่ยวข้องกับโฆษณา ซึ่งจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของการจูงใจที่มาจากจูงใจในด้านราคา การจูงใจในการที่ใช้แล้วจะเห็นผลการจูงใจในด้านความพึงพอใจที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ และการจูงใจในการเพิ่มพูนความสุขและความมั่นคงให้แก่ครอบครัว

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา เริ่มต้นจากความนึกคิด ความนึกคิดมีรากฐานจากข้อมูลทางการตลาด สินค้าบริการ ผู้บริโภค คู่แข่ง เมื่อนำมาประมวลกันก็จะสร้างผลกระทบ ด้วยการเรียกความสนใจที่มาจากทำให้ข้อมูลข่าวสารและในที่สุดมุ่งสู่การกระตุ้นให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเกิดความต้องการ ดังนั้นจุดสำคัญของการผลิตภาพยนตร์โฆษณาคงอยู่ในขั้นการสร้างสรรคของบริษัตัวแทนโฆษณา เริ่มตั้งแต่การกำหนดประเด็น การระบุปัญหา การหาและรวบรวมข้อเท็จจริง การค้นหาความคิด การพิคตัว การนึกรู้ การคิดรวบยอด การหาคำตอบ การตัดสินใจ และการนำไปปฏิบัติ เพื่อเป็นการพัฒนาความคิดนี้ไปเป็นภาพยนตร์โฆษณาโดยให้เกิดจากความประทับใจ น่าสนใจ น่าเชื่อถือในสิ่งที่จะทำการโฆษณานั้น เมื่อวางแผนอย่างละเอียดรอบคอบจนเป็นที่พอใจ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของทุกฝ่ายแล้วจะส่งต่อไปให้บริษัท ผลิตสิ่งโฆษณาทำการถ่ายภาพยนตร์โฆษณาตามที่กำหนดไว้ ภาพยนตร์โฆษณาที่มีคุณภาพดีย่อมมีผลต่อจิตวิทยาทางการโฆษณา กล่าวคือจะสามารถสร้าง ภาพพจน์ที่ดีให้กับสินค้าและสถาบัน ดังนั้นการถ่ายทำการบันทึกเสียง การตัดต่อ และการใช้ เทคนิคพิเศษต่าง ๆ จึงเป็นไปอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ได้ภาพยนตร์โฆษณาที่ดีทั้งการนำเสนอเนื้อหา สารและความงดงามทางศิลปะภาพยนตร์

2.5 ปัญหาการผลิตภาพยนตร์โฆษณา

บรรจง โกศลวัฒน์ (2540) กล่าวว่า การผลิตภาพยนตร์โฆษณานอกจากต้องการ ดึงดูดความสนใจ กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นผู้ดูแล้ว ที่สำคัญคือต้องการเร่งเร้าให้เกิดการซื้อ หรือใช้สินค้าหรือบริการที่โฆษณา โดยทั่วไปภาพยนตร์โฆษณามีความยาวในการฉายไม่มากนัก เช่น 15, 30, หรือ 60 วินาที แต่ต้องทำให้ผู้ดูเกิดพฤติกรรมเปลี่ยนไปตามวัตถุประสงค์ กำหนดไว้ ดังนั้นจึงต้องนำเสนอในรูปแบบที่สอดคล้องกับความนิยมชมชอบและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตามการผลิตภาพยนตร์โฆษณาจะต้องคำนึงถึงข้อจำกัด และอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่เป็น ปัญหาในการผลิตภาพยนตร์ เพื่อนำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งประกอบด้วย ประการแรก ข้อจำกัดและอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมในกระบวนการโฆษณา อันได้แก่ ข้อจำกัดและอิทธิพลจาก สภาพเศรษฐกิจ ข้อจำกัดและอิทธิพลจากนโยบายบริษัทโฆษณา ข้อจำกัดและอิทธิพลของ สิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ อิทธิพลจากภาครัฐบาล อิทธิพลจากภาคเอกชน อิทธิพลจากภาพยนตร์ โฆษณาต่างประเทศ และอิทธิพลทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาจะต้องพยายาม หลีกเลี่ยงข้อจำกัดทางกฎหมาย ทั้งที่เกิดจากคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการอาหารและยา ที่มีหน้าที่ ตรวจสอบพิจารณาสิ่งโฆษณาก่อนที่จะมีการเผยแพร่และนอกจากนี้ยังมีองค์กรเอกชนที่ทำหน้าที่ คุ้มครองผู้บริโภคอีกที่อาจทำการต่อต้านภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตขึ้นมาโดยไม่ระมัดระวังถึงผลเสีย ที่มีต่อสังคม

2.6 ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม

จิตธนา จิตตเสวี (2544) กล่าวว่า ภาพยนตร์ได้รับการยกย่องให้เป็นศิลปะแต่ความจริงประการหนึ่งคือ นอกเหนือจากการเป็นงานศิลปะแล้วยังจัดเป็นงานทางด้านการศึกษามวลชน อีกด้วย ถ้าหากจะมองในขอบเขตของความเป็นสื่อมวลชนก็จะพบว่าผู้สร้างมีลักษณะเป็นกลุ่ม มิใช่ปัจเจกบุคคล ถึงแม้ผู้สร้างบางคนจะผูกขาดตำแหน่งสำคัญในกระบวนการสร้าง แต่ก็ยังต้อง พึ่งพาคณะทำงานในส่วนของผู้อื่น ๆ อยู่บ้างไม่มากก็น้อย เมื่อมองไปยังผู้ชมจะพบว่าเป็นกลุ่มที่มี ขนาดใหญ่และมีความหลากหลาย ภาพยนตร์จึงถือว่าเป็นส่วนของ "กลุ่มคน" ที่ถูกสร้างเพื่อ "กลุ่ม คน" โดยแท้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีการแพร่กระจายอย่างทั่วถึงกว้างขวาง มีจุดประสงค์เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้ชมจำนวนมาก ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า มันจำเป็นต้องตกอยู่ภายใต้เงื่อนไขของสังคม มีผู้เชื่อว่าภาพยนตร์เป็นงานที่ตกอยู่ในสภาพแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ และเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการเมือง ภาพยนตร์เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมและเป็นผลผลิตของสังคมหนึ่ง ๆ และน่าจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้เข้าใจสังคมนั้นได้ดียิ่งขึ้นด้วย

เมื่อกล่าวถึงตรงนี้คงต้องยอมรับกันแล้วว่า ภาพยนตร์เกี่ยวข้องกับสังคมและเป็นภาพสะท้อนของสังคม ปรากฏการณ์หลายอย่างในอุตสาหกรรมการสร้างภาพยนตร์เป็นตัวบ่งชี้ว่าสังคมในขณะนั้นมีสภาพและทิศทางเป็นเช่นไร แต่เมื่อถึง "ภาพยนตร์สะท้อนสังคม" นั้นย่อมหมายถึงบทบาทหน้าที่ และคุณสมบัติในขอบเขตและความหมายที่แตกต่างกันออกไป

2.7 ความสัมพันธ์ของภาพยนตร์สะท้อนสังคม

จิตธนา จิตตเสวี (2544) กล่าวว่า ผลของภาพยนตร์สะท้อนสังคม จะออกมาในรูปของการถ่ายทอดความจริงในสังคมมนุษย์ที่ขัดแย้งกับปัญหาที่ต้องเผชิญในสังคม เช่น ครอบครัว การเมือง ศาสนา เศรษฐกิจ การกดขี่ข่มเหง หรือความไม่ยุติธรรม คนดูจะได้รับรู้ปัญหาได้จากเรื่องผ่านตัวละคร เหมือนกับตัวละครได้ประสบเหตุการณ์จริง ปัญหาเพียงเล็กน้อยที่ตัวละครเผชิญส่งผลกระทบต่อสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่น ชาติ ศาสนา การเมือง เศรษฐกิจ การปกครอง ความมั่นคง เป็นต้น โดยบางครั้งแม้จะไม่กล่าวถึงสถาบันใดแต่คนดูจะสามารถจินตนาการเองได้

ภาพยนตร์แนวสะท้อนสังคม หมายถึง "ภาพยนตร์ที่มีฉากเป็นเหตุการณ์ร่วมสมัย เนื้อหาจะต้องมุ่งไปที่ความขัดแย้งในประเด็นปัญหาสังคม ซึ่งมีการยอมรับแล้วว่ามันเป็นปัญหาปัญหาดังกล่าวอาจเป็นไปได้ทั้งปัญหาภายในประเทศและปัญหาระหว่างประเทศ"

ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมมักจะเน้นที่ความขัดแย้งในเรื่องและความขัดแย้งนั้นจะต้องได้รับการแก้ไขให้ลุล่วงไปด้วยดี ในตอนท้ายทำให้ภาพยนตร์จบแบบ มีความสุข "happy ending" ลักษณะเช่นนี้ทำให้นักวิจารณ์บางกลุ่มโจมตี โดยแสดงทัศนะว่าภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมมีทางออกเหมือน ๆ กัน คือปัญหาขัดแย้งยุติลงด้วยดีแบบ "happy ending" อาจจะทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในแง่ความเป็นจริง เพราะจะทำให้ผู้ชมคิดไปว่าปัญหาสังคมเป็นสิ่งที่แก้ไขให้ลุล่วงได้โดยง่าย

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร พระจอมเกล้าลาดกระบัง

2.8 ปัจจัยสำคัญของภาพยนตร์สั้น

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546) กล่าวถึงปัจจัยสำคัญของภาพยนตร์สั้น ซึ่งประกอบด้วย

2.8.1 ความยาว (Length) ความยาวของหนังสั้นเป็นปัญหาของคนทำหนังหน้าใหม่ อยู่เสมอ มักมีคำถามว่าหนังสั้นมีความยาวแน่นอนหรือไม่ และความยาวเท่าใดจึง เหมาะสมมากที่สุด

กฎเกณฑ์ความยาวของหนังสั้นไม่แน่นอน ในปัจจุบันที่สร้างกันมักมีความยาว ตั้งแต่ 1 – 30 นาที แต่อย่างไรก็ตาม ความยาวของหนังที่เหมาะสมคือความพอดีหรือลงตัว ซึ่งความพอดีหรือลงตัวนี้อยู่ที่หนังสามารถตอบสนองเรื่องได้อย่างพึงพอใจแล้วหรือยัง ทั้งหมดจึงขึ้นอยู่กับผู้กำกับที่จะตัดสินใจว่าการเล่าเรื่องเกินพอดีหรือขาดความพอดีซึ่งมีผลทำให้หนังอืดอาด ยืดเยื้อ หรือ หนังเร็ว เรื่องขาดหายไปจนดูไม่รู้เรื่องเป็นต้น

สำหรับนักเรียนมักมีข้อบกพร่องเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่ควรแก้ไขในเรื่องความยาว คือ ความกังวลว่ากลัวคนดูจะไม่รู้เรื่อง จึงมักต้องการ “พูดมาก” ในหนังรวมทั้งความอ่อนประสพการณ์ที่ไม่สามารถ “แตกข้อคิด” ให้คนดูเข้าใจหนังของตนเองได้ จึงกลายเป็นหนังที่พูดน้อยหรือห้วนไป

2.8.2 แก่นเรื่อง (Theme) แก่นของเรื่องเป็นศูนย์กลางของความคิดหลักที่เกี่ยวกับเรื่องทั้งหมดที่ผู้กำกับภาพยนตร์ต้องการสื่อสารกับคนดู หรือต้องการบอกคนดู นอกจากความคิดหลักนี้ยังเป็นตัวคอยยึดเรื่องรวหรือเนื้อเรื่องทุกส่วนขององค์ประกอบของเรื่องเข้าไว้ด้วยกัน แก่นของเรื่องจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งโดยทั่วไปอาจมีมากกว่า 1 ความคิดหลัก เป็นความคิดรองซึ่งควรเป็นตัวเสริม ความคิดใหญ่เพื่อให้เรื่องมีความหนักแน่นและชัดเจนขึ้น

2.8.3 ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นการกำหนดความต้องการหรือตั้งเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งให้กับตัวละคร แล้วสร้างอุปสรรคให้ตัวละครแก้ปัญหา หรือ พยายามบรรลุเป้าหมายคือ ตัวละครต้องพบกับอุปสรรคขวากหนาม หากทวีความรุนแรงเข้มข้นขึ้น และจะคลี่คลายลงเมื่อความต้องการหรือเป้าหมายนั้น และจะคลี่คลายลงเมื่อความต้องการหรือเป้าหมายนั้นได้รับการตอบสนองและบรรลุผลแล้ว ความขัดแย้งมีความสำคัญมากในบทภาพยนตร์ เพราะ ละครก็คือความขัดแย้ง หากปราศจากความขัดแย้งก็จะไม่เกิดตัวละคร หากปราศจากตัวละครจะไม่เกิดแอ็คชั่น หากปราศจากแอ็คชั่นก็จะไม่มีเรื่องราว หากปราศจากเรื่องราวก็จะไม่มีภาพยนตร์

2.8.4 เหตุการณ์เดียว (One primary vent) เหตุการณ์หลักในหนังสั้นควรมีเพียงเหตุการณ์เดียวที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง หรืออาจเกินระยะเวลาในหนังหลายวัน หรือหลายอาทิตย์ก็ได้ แต่เหตุการณ์หลักที่เกิดขึ้นเพียงเหตุการณ์เดียวในการเล่าเรื่องเพื่อให้เหมาะสมกับเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.5 ตัวละครเดี่ยว(One Major Character) การสร้างตัวละครให้นวนิยายและเรื่องสั้น ผู้แต่งอาจอธิบายรายละเอียดลักษณะของตัวละครได้ภายในเวลาเพียงนิดเดียวก็สามารถถ่ายทอดสิ่งสำคัญทุกอย่างที่เกี่ยวกับตัวละครได้ภายในเวลาเพียงนิดเดียวก็สามารถถ่ายทอดสิ่งสำคัญทุกอย่างที่เกี่ยวกับตัวละครให้ผู้อ่านได้ การเล่าเรื่องในหนังสือจะใช้การเล่าผ่านตัวละครเหตุการณ์

2.8.6 ความต้องการ(Need and Want) ความต้องการของตัวละคร คือสิ่งที่ตัวละครอยากเอาชนะ อยากได้ต้องการให้ได้มา ต้องการบรรลุในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระหว่างเนื้อหาของเรื่องราว

2.8.7 โครงสร้างของบท (Structure) เป็นรูปแบบของการเขียนบทภาพยนตร์ที่จะช่วยยึดปัจจัยสำคัญของการเล่าเรื่องเข้าไว้ด้วยกัน คล้ายกับน้ำแข็งก้อนยูนิตสี่เหลี่ยมที่ยึดน้ำให้เป็นรูปทรงก้อนสี่เหลี่ยมแต่มองไม่เห็น ถ้าหากไม่มีโครงสร้างน้ำแข็งก็จะกลายเป็นน้ำของเหลว โครงสร้างจึงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อยกับทั้งหมด โครงเรื่องโดยทั่ว ๆ ไปจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือตอนแรก เรียกว่า การเปิดเรื่อง เป็นส่วนที่ให้เห็นพื้นเพของเรื่อง เวลา อารมณ์ ปัญหา เพื่อบอกให้คนดูรู้ก่อนที่จะนำพาคนดูไปพบกับเรื่องราวต่าง ๆ หรือเป็นการเกริ่นนำ ตอนที่ 2 นั้นคือการเผชิญหน้า เป็นช่วงที่ให้เห็นตัวละครเผชิญกับอุปสรรคแล้วอุปสรรคเล่า เห็นความต้องการของตัวละครที่ต้องการเอาชนะหรือการให้ได้มาซึ่งครอบครองหรือการบรรลุความสำเร็จของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตอนที่ 3 คือตอนสุดท้ายของเรื่อง กล่าวถึงตัวละครหลักว่าผลลงเอยอย่างไร หลังจากที่เผชิญกับอุปสรรคต่างๆ เช่น ตัวละครตายหรือไม่ ล้มเหลวหรือประสบความสำเร็จ แต่งงานหรือแยกทางเดินกัน ถือเป็นจุดวิกฤตสูงสุด และตื่นเต้นที่สุดของหนัง เพื่อเป็นการสรุปเรื่องให้คนดู

2.8.8 ปุ่มหลัง (Black story) เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้าภาพยนตร์จะเปิดเรื่องขึ้น และเหตุการณ์ในอดีตจะส่งผลโดยตรงกับอารมณ์ของตัวละครหลัก ปุ่มหลังของเรื่องไม่ควรขวางกั้นเหตุการณ์ในปัจจุบัน หรือถ้ามีมากเกินไปก็อาจเป็นการทำลายการเล่าเรื่องได้

2.9 การคัดเลือกนักแสดง(Casting)

รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546) กล่าวถึงการคัดเลือกนักแสดง ซึ่งประกอบด้วย

2.9.1 การคัดเลือกนักแสดงที่ดี จะช่วยให้ภาพยนตร์ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างมาก ซึ่งผู้กำกับหน้าใหม่อาจไม่ให้ความสำคัญกับกระบวนการนี้มากนัก หรืออาจคัดเลือกแบบสุกเอาเผากิน หรือใช้ความชอบส่วนตัวในการเลือกนักแสดง ทำให้เกิดความยุ่งยากและผลเสียของการทำงานตามมาได้

สิ่งที่ผู้กำกับควรพิจารณาการคัดเลือกนักแสดงคือ

- ลักษณะของรูปร่าง เช่น หน้าตา ร่างกาย ภาษา การเคลื่อนไหวร่างกาย ลุ่ม

เสียง บุคลิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีความสามารถโดยกำเนิด เช่น มีความเชื่อมั่น การเข้าสังคม ความดูดี การตอบสนองมีจังหวะมีพลัง
- มีความเฉลียวฉลาด เช่น มีความอ่อนไหวต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว มีความรับรู้และเข้าใจในสภาพแวดล้อม มีรสนิยม
- มีความเข้าใจในเรื่องการแสดง ประสบการณ์ แนวความคิดบทบาทของนักแสดงในการแสดง มีความรู้ทางด้านศิลปะ
- มีความสามารถในการชี้แนะเช่น การตอบสนองแก้ข้อกับคนอื่น ๆ มีความยืดหยุ่น เอาตัวรอดได้ มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง
- มีความรับผิดชอบ หรือ การเอาใจใส่ในหน้าที่รับผิดชอบมีความไว้วางใจ มีใจที่อยากแสดง

2.9.2 ตัวละคร

ตัวละคร หมายถึง การกระทำ ซึ่งการกระทำก็คือตัวละครนั่นเอง และ ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่เขาพูด การทำความเข้าใจตัวละครในนวนิยายกับบทภาพยนตร์มีความแตกต่างกันเนื่องจากบทภาพยนตร์เป็นการอธิบายพฤติกรรมการกระทำ เป็นการเล่าเรื่องด้วยภาพ ดังนั้นเราต้องแสดงให้เห็นว่าตัวละครแสดงหรือมีการตอบสนองอย่างไรกับสถานการณ์บางครั้งเมื่อเราอ่านบทจึงเกิดความรู้สึกว่าการอธิบายลักษณะตัวละครไม่ชัดเจนเท่าไร อยากให้ตัวละครแรงกว่านี้ มีมิติมากขึ้น

3. ภาพยนตร์ในงานส่งเสริมเผยแพร่

ณรงค์ สมพงษ์ (2543) กล่าวว่า จากคุณสมบัติที่ดีของภาพยนตร์ หลาย ๆ ประการจึงทำให้ภาพยนตร์เป็นสื่อประเภทวัสดุฉายอีกประการหนึ่งที่ทำให้การสื่อความหมายที่แสดงการเคลื่อนไหว กระตุ้นและเร้าความสนใจที่ดีมาก เพราะผู้ดูเห็นทั้งภาพและได้ยินเสียงไปพร้อม ๆ กัน ภาพที่ปรากฏบนจอนอกจากจะให้การรับรู้ของการเคลื่อนไหววัตถุที่เป็นธรรมชาติแล้ว ยังมีความชัดเจนและสีสันทันทีเหมือนสื่อชนิดอื่นๆ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจึงสามารถนำภาพยนตร์มาใช้เพื่อนำเสนอข้อมูล ใช้ในการสอนหรือสร้างความสนใจกระตุ้นเร้าให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดไปในทางที่ต้องการได้ อย่างไรก็ตามเนื่องจากภาพยนตร์ต้องใช้ไฟฟ้าและเครื่องฉายตลอดจนต้องมีสถานที่เหมาะสมกับการฉายจึงอาจมีปัญหาด้านอุปกรณ์ และความไม่พร้อมในการใช้อุปกรณ์ ปัญหาด้านฟิล์มภาพยนตร์ที่จะนำมาใช้ในงานส่งเสริมมีเนื้อหาไม่เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายภาพยนตร์ที่จัดมาจากหน่วยงานอื่น ๆ เป็นเสียงภาษาต่างประเทศ สิ่งเหล่านี้เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปสรรคที่สำคัญในการทำภาพยนตร์มาใช้ในการส่งเสริมและเผยแพร่ จึงต้องพิจารณาเลือกภาพยนตร์ที่เหมาะสมเท่านั้น

3.1 เทคนิคในการใช้ภาพยนตร์ในงานส่งเสริม

ณรงค์ สมพงษ์ (2543) กล่าวถึง เทคนิคในการใช้ภาพยนตร์ในงานส่งเสริมสามารถทำได้หลายทาง คือ

3.1.1 ใช้ภาพยนตร์ประกอบการสอน ในการฝึกอบรม ประชุมหรือสัมมนาโดยการถ่ายทำภาพยนตร์ในเรื่องที่มีโครงการให้ความรู้แก่เกษตรกร งานศึกษาวิจัยบางเรื่องที่จะนำออกเผยแพร่

3.1.2 ใช้ภาพยนตร์ในการเสนอปัญหา หรือกระตุ้นความคิด ความรู้สึก ของกลุ่มเป้าหมาย ให้มีความ สนใจและตระหนักต่อปัญหาบางอย่างเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาต่อไป

3.1.3 การใช้ภาพยนตร์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ การใช้ภาพยนตร์ด้วยวิธีนี้จะช่วยแพร่ภาพไปได้ไกล สุ่มวลชนจำนวนมาก ภาพยนตร์สารคดีมีความเหมาะสมสำหรับกรณีโดยทั่วไปอาจจะนำภาพยนตร์ออกในรายการสารคดีหรือรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ควรเลือกจังหวะซึ่งเรื่องนั้น ๆ กำลังอยู่ในความสนใจของสื่อมวลชน

3.2 ข้อเสนอแนะในการใช้ภาพยนตร์ในงานส่งเสริมและเผยแพร่

ณรงค์ สมพงษ์ (2543) กล่าวถึง ข้อเสนอแนะในการใช้ภาพยนตร์ในงานส่งเสริมและเผยแพร่ ซึ่งประกอบด้วย

3.2.1 เลือกภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาสาระตรงกับเนื้อหาและจุดมุ่งหมาย

3.2.2 ควรนำภาพยนตร์มาฉายตรวจสอบดูก่อน ทางด้านเนื้อหา ความเหมาะสม ความเรียบร้อย

3.2.3 ก่อนฉายภาพยนตร์ควรชี้แจงจุดมุ่งหมายและสาระสำคัญโดยย่อให้ผู้ดูได้ทราบก่อนหรือตั้งคำถามให้หาคำตอบในภาพยนตร์เพื่อสร้างความน่าสนใจ และเตรียมผู้ดูให้พร้อมที่จะรับเรื่องราวต่าง ๆ

3.2.4 เมื่อดูภาพยนตร์เสร็จแล้วควรอภิปรายและสรุปผลทันทีเพื่อให้ทราบว่าผู้ดูเข้าใจหรือไม่ ถ้ายังมีปัญหาไม่เข้าใจ ฉายซ้ำใหม่ก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อำนาจ บุญศรัทธา (2549) ได้ศึกษาโครงการผลิตภาพยนตร์สั้น เรื่องของขวัญปีใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อผลิตภาพยนตร์สั้นที่สะท้อนให้เห็นความขัดแย้งของสังคม เพราะค่านิยมที่เปลี่ยนไป โดยนำเสนอผ่านตัวละครของครอบครัวชนบทครอบครัวหนึ่ง โดยเริ่มจากศึกษาจากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลแล้วเขียนบทภาพยนตร์ซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นอันดับแรกของการทำงาน จากการผลิตภาพยนตร์สั้นตั้งแต่เริ่มลงมือทำจนเสร็จแล้ว ได้พบปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์การถ่ายทำ ระยะทางไกลเกินไป ปัญหาในการตัดต่อ แต่ยังมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจในการทำภาพยนตร์สั้น คือต้องวางแผนของเรื่อง และกำหนดความขัดแย้งของเรื่องให้ชัดเจน มีความชอบและถนัดในเรื่องที่จะทำ มีการวางแผนที่ดี

ธนิตพงษ์ ถังไชย (2548) วัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อสร้างจิตสำนึกและระลึกถึงผู้สูงอายุซึ่งมักจะถูกมองข้ามความสำคัญและถูกละเลยความใส่ใจจากลูกหลาน เพราะความรักความผูกพันของครอบครัวที่มั่นคงเป็นพื้นฐานของการใช้ชีวิตที่ดีในสังคมไทย จุดเริ่มต้นของการทำศิลปะนิพนธ์เรื่องนี้เกิดจากมุมมองชีวิตในต่างจังหวัด และความรักที่ผู้ใหญ่คนหนึ่งจะมีให้ต่อลูกหลานของตนเองในครอบครัวได้ จึงนำความคิดนี้มาพัฒนาเป็นบทภาพยนตร์ขนาดสั้น จากการทำงานที่ผ่านมาถือได้ว่าแต่ละขั้นตอนเป็นแบบฝึกหัดที่สำคัญของการเป็นผู้กำกับว่าจะสามารถนำความรู้ความสามารถทั้งหมดที่มีอยู่นั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ในการทำโครงการนี้ อีกทั้งยังมีความมุ่งมั่นพยายามในด้านของร่างกายในการทำงาน และด้านสมองในการตัดสินใจคิดแก้ปัญหาต่าง ๆ ในสถานะของนักศึกษาที่เป็นผู้กำกับถือได้ว่าเป็นประสบการณ์ขั้นต้นที่สำคัญยิ่งในการเรียนรู้กระบวนการทำงานภาพยนตร์ อีกทั้งยังทำให้รู้จักการทำงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอนอย่างมีระบบ ส่วนปัญหาที่ได้พบ จะเป็นเรื่องเงินและทรัพยากร ไม่ว่าจะเป็น ตัวนักแสดง ฉากอุปกรณ์ จึงทำให้เสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เพิ่มมากขึ้น และปัญหาที่เกี่ยวกับเสียงส่วนใหญ่จะเกิดจากเสียงรบกวนได้แก่ เสียงคน เสียงการทำงานของเครื่องจักร เสียงรถ ที่เกิดขึ้นระหว่างการถ่ายทำ แต่ยังมีข้อเสนอแนะ คือการทำงานให้บรรลุเป้าหมายควรวางแผนการทำงานให้ถึงเป้าหมาย To do list ว่าต้องทำอะไรบ้าง มีการตั้งเป้าในการทำงาน เช่น กำหนดวันถ่ายทำ ต้องถ่ายอย่างไร เมื่อไหร่ ต้องใช้งบประมาณเท่าไร อุปกรณ์ต้องใช้อะไรบ้าง

ภาสกร ใจชื่อ (2544) ได้ศึกษาการกำกับภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "หนูอยากเรียน" ได้สังเกตเห็นว่าปัจจุบันปัญหาเด็กด้อยโอกาสทางการศึกษาเพิ่มมากขึ้นทุกที ทั้งที่เด็กเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาประเทศชาติ จึงควรได้รับการดูแลและส่งเสริมเพื่อพัฒนาทั้งคุณภาพทางร่างกายและจิตใจ ปัญหาเหล่านี้จึงตกเป็นภาระของมูลนิธิต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือเด็ก ๆ เหล่านี้อยู่ แต่ก็ยังขาดแคลนทุนทรัพย์ในการดำเนินงานอยู่อีกมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งการกำกับภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้จึงต้องการให้คนในสังคมหันกลับมาองและให้ความช่วยเหลือเด็กเหล่านี้ที่จะโตขึ้น เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต โดยการนำเสนอในรูปแบบภาพยนตร์โฆษณากึ่งสารคดี มีการนำนักแสดงจริง และเหตุการณ์จริงที่คนสามารถพบเห็นได้ทุกวันแต่กลับมองข้ามไป เช่น ปัญหาเด็กเร่ร่อน ปัญหาเด็กขาดการศึกษา เหล่านี้เปรียบเทียบกับอนาคตที่คุณไม่มีทางรู้ว่าเขาเหล่านี้ อาจจะเติบโตไปเป็นบุคคลสำคัญในชีวิตก็ได้ โดยแสดงออกมาในรูปแบบของงานโฆษณาความยาว 45 วินาที การกำกับภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ การทำงานโฆษณาควรมีการวางแผนและการเตรียมงานที่ดี เพราะการเตรียมงานที่ดีมีความสำคัญมากในการผลิตภาพยนตร์ทุกชนิด ทุกประเภท ถ้าหากผู้กำกับสามารถเตรียมงานได้ดี และพร้อมแล้ว การถ่ายทำก็จะไม่ยุ่งยากรวมทั้งได้งานที่มีคุณภาพอีกด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การออกแบบและพัฒนา

(Design and Development)

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง Space ได้จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ซึ่งได้ปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มทำจนเสร็จสิ้นโดยมีรายละเอียดขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนการรวบรวมและวิเคราะห์

1. รวบรวมและศึกษาหาข้อมูลโครงเรื่องภาพยนตร์โฆษณา จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้ ห้องสมุดสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้องสมุดคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และวีซีดีตัวอย่างหนังสือ
2. ศึกษารูปแบบและการผลิตภาพยนตร์โฆษณา จากหนังสือ งานวิจัย วีซีดีตัวอย่าง เช่น ศึกษาการกำกับภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง "หนูอยากเรียน" หนังสือ นักสร้าง สร้างหนัง หนังสือ โครงงานผลิตภาพยนตร์สั้น เรื่อง "ของขวัญปีใหม่"
3. ศึกษาเครื่องมือ อุปกรณ์ โปรแกรมตัดต่อต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับทำภาพยนตร์โฆษณา เช่น Adobe Photoshop CS, Adobe Audition 1.5, Adobe Premiere Pro 1.5 เป็นต้น
4. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อประเมินผลความพึงพอใจ โดยกำหนดเป็นบุคคลทั่วไป
5. วิเคราะห์ความสามารถของตัวผู้จัดทำ ถึงความชอบและความถนัดในเทคนิคด้านต่าง ๆ ของการทำภาพยนตร์โฆษณา

ขั้นตอนการออกแบบ

การผลิตภาพยนตร์โฆษณาได้กำหนดการออกแบบดังนี้

1. ออกแบบบทภาพยนตร์โฆษณา ในบทภาพยนตร์โฆษณา มีบทพูดทุกฉาก โดยจะมีนักแสดงที่สำคัญอยู่ 3 คน คือ ยาย โม (วัยเด็ก) โม (วัยมัธยมและวัยมหาวิทยาลัย) ซึ่งบทภาพยนตร์โฆษณาที่ได้ออกแบบ 3 บท ดังนี้

1.1 บทเรื่องย่อ (Synopsis) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

" มีครอบครัว ๆ หนึ่ง มียายและโมอาศัยอยู่ด้วยกัน ในวัยเด็ก โมกับยาย มักทะเลาะกัน บ่อย ๆ เพราะยายชอบให้โมทำงานบ้านและทำงานในไร่ในสวน ขณะที่นั่งดูทีวีเป็นประจำ โมเป็นเด็กที่ติดทีวี ซี้เกียจ เมื่อเข้าสู่วัยรุ่น พฤติกรรมของโมก็ยังเหมือนเดิม จนบางครั้งมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น โมอนุญาตให้เขาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมที่รุนแรงกว่าที่ผ่านมา เพราะไม่มีเพื่อนมากขึ้น ทำให้เป็นเด็กที่ชอบเที่ยว ติดเพื่อนมาก เกินไป ทำให้ทะเลาะกับยายแรงขึ้นกว่าเดิม ต่อมา โมเข้ามาเรียนมหาวิทยาลัยที่กรุงเทพฯ ได้ ทำให้ โมกับยายต้องแยกกันอยู่ ยายนั่นถึงกับเสียใจ แอบมีน้ำตาที่ไม่มีโมมาอยู่ข้าง ๆ มาให้บ่นแต่ไม่กล้า ที่จะบอกหลานตรง ๆ ส่วนโมก็มีความรู้สึกเดียวกับยายเหมือนกันแต่ไม่กล้าที่จะแสดงออกมา โม ใช้ชีวิตที่กรุงเทพฯ อย่างสุขสบาย สนุกสนาน เที่ยว ติดเพื่อน ติดแฟนเป็นอย่างมาก แต่โมก็ไม่เคย ลืมเรื่องเรียนและจดจำคำสั่งสอนของยายทุกครั้ง โมก็เป็นห่วงยายตลอดเวลา

วันหนึ่ง โมได้ข่าวเกี่ยวกับยาย ว่ายายไม่สบายมาก จนทำให้ไม่ต้อง กลับไปดูแลยาย เมื่อโมเห็นยาย โมรู้สึกเสียใจ ที่ไม่กลับมาดูแลยาย ยายตื่นแล้วเห็นโมก็ดีใจที่ หลานได้กลับมาเยี่ยมตนอีกครั้ง เพราะคิดว่าอาจจะไม่ได้เห็นหน้าหลานเป็นครั้งสุดท้ายแล้ว ทั้ง สองก็เข้ากันได้ดีกว่าแต่ก่อน เพราะว่าโมไปใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ ทำให้คิดอะไรได้หลาย ๆ อย่าง และ มีความคิดเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น”

1.2 บทภาพยนตร์โฆษณา (Screen play) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Space I

ฉากแรกเป็นบริเวณวัด โม (ในวัยที่เข้าสู่มหาวิทยาลัย) เดินไปไหว้โกสุม จากนั้นก็เดินกลับบ้านตามทุ่งนา และเห็นภาพคนแก่เพิ่งกลับมาจากทำงานในไร่ในสวนและมีหลานนำน้ำมาให้ดื่ม จึงทำให้โมนึกถึงตนเองในอดีต....

ฉากภายในบ้านของโม

ขณะที่โมหลานสาวกำลังนอนดูทีวีอยู่ด้วยความเพลิดเพลินสนุกสนานขณะเดียวกับยายซึ่ง กำลังกลับจากทำงานในไร่ในสวนด้วยความเหน็ดเหนื่อยรู้สึกหิวน้ำแต่หลานไม่ได้เตรียมน้ำไว้ให้ เหมือนหลานคนอื่น ๆ

ยาย : ใส้โม เองยังไม่ล้างจานอีกหรือ ตั้งแต่ยายออกไปไร่จนกลับมาเองเอาแต่ดูทีวีเหวอ
เนี่ย

โม : เดี่ยวสิ ยาย อย่าเพิ่งบ่นน่า แป๊บเดียว

ยาย : ยายกลับมาจากทำงานเหนื่อย ๆ น้ำท่าก็ไม่เคยหามาไว้คอยยาย

โม : (ทำหน้าบึ้ง) จะบ่นอะไรหนักนายาย

เวลาก็ผ่านไปอีก 1 ชั่วโมง โมกำลังดูละครทีวีต่อไป แต่ยายทนไม่ไหวจึงล้างเองแต่ก็ประชดหลาน โดยการล้างจานให้มีเสียงจานกระทบให้ดังๆ เพื่อให้หลานได้ยินเสียง และแล้วก็เดินไปตามแผน ยาย หลานสาวได้ยินเสียงจริงๆ จึงวิ่งไปที่ห้องครัวเห็นยายกำลังล้างจานอยู่

ฉากที่ยาย – หลาน กำลังรับประทานอาหารเย็นกันอยู่ซึ่งบนสำหรับอาหารมีข้าวประเภท น้ำพริก ปลาหู ผักลวก ไข่ต้ม

โม : ทำหน้าเบื่อ ๆ กับอาหารบนโต๊ะและพูดขึ้นว่า “ยาย... โมอยากกินพิซซ่าแบบในทีวีบ้าง จัง”

ยาย : พืชฯอะไรยายไม่รู้จัก น้ำพริกปลาหูนี้รอจะตายไป
สุดท้ายโมก็กินข้าวไม่หมดและยายก็มองจานข้าวที่โมกินเหลือ

Space II

เมื่อโมเข้าสู่วัยรุ่น เริ่มมีเพื่อนฝูงมากมาย เริ่มอยากเที่ยว แต่จริงๆ แล้วโมไม่เคยทิ้งการเรียน วันหนึ่งโมอยากไปเที่ยวต่างจังหวัดกับเพื่อนจึงไปขอยาย

เปิดฉากด้วย โมกำลังแต่งตัวหวิ้ม ทาแป้ง บริเวณโต๊ะมีรูปวัยเด็ก รูปหมู่กับเพื่อนตอนวัยรุ่น รูปเดี่ยวสัก 3 รูปเพื่อให้ทราบว่าเป็นคนเดียวกันกับตอนที่แล้ว แล้วก็เดินลงบันได สะพายเป้ ในขณะที่ยายกำลังเตรียมตัวออกไปทำงานในไร่ในสวนและเตรียมจอบไว้เพื่อโมด้วย

โม : ยาย โมขอไปเที่ยวกับเพื่อนนะ

ยาย : เอ็งจะไปเที่ยวไหน ยายจะให้ไปไร่กับยายเนี่ย ถ้าเอ็งไม่หัดทำเอ็งก็จะทำงานไม่เป็น

โม : ไม่เอาหรอก ไร่จะตายเดี่ยวดำผิวดำเสียหมด โมเห็นยายทำอะไรตั้งนานแล้วไม่เห็นจะรวยเลย ลำบากจะตาย เหนื่อยก็เหนื่อย

ยาย : และที่เอ็งกินทุกวันนี้ไง ข้าทำก็ไม่ได้หวังว่ารวย แค่มอมีพอกิน พอดีเอ็งได้ทุกวันนี่

โม : ถ้าโมโตไป โมไม่ทำหรอกนะอาชีพนี้อ ลำบากจะตายยายไม่ต้องมาหัดให้โมหรอก โมไม่ชอบ และวันนี้โมก็จะไป ได้ยินมั้ยยาย โมจะไป

ยาย : นังโม อย่าไป ไอ้อ... ผู้ชายมารับด้วย ใครเห็นก็ว่าข้าเลี้ยงหลานไม่ดีอีก

โมหลานสาวคนสวยก็ซ้อนท้ายรถมอเตอร์ไซค์ออกไปโดยไม่ยอมฟังยาย

ปิดฉากด้วยโมซ้อนท้ายผู้ชายออกไป และภาพของจอบและหมวกที่ยายเตรียมไว้ให้หลานก็วางไว้บนพื้น...

Space III

เปิดฉากด้วยสื่อที่แสดงว่ามันคือกรุงเทพฯ ภาพโมกำลังเดินมากับเพื่อน ไป shopping เดินผ่านร้านเสื้อคนแก่จึงหยุดมองแล้วนึกถึงคำพูดยายที่เคยพูดตอนโมจะมาเรียนที่กรุงเทพฯว่า

ยาย : ไป ๆ ได้ชะกิติ อยู่ก็มีแต่เที่ยว ดื้อ ไอ้อ!!! ข้าละปวดหัวกะเอ็ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โมไปเรียนที่กรุงเทพและมีแฟนโมติดแฟน จึงไม่ค่อยอยากกลับบ้านเท่าไร ก็ชีวิตประจำวันหลังเลิกเรียนแล้วก็จะไปนั่งสังสรรค์กับเพื่อนหรือไม่ก็ไปทำรายงาน ชีวิตโมทำแบบเดิมอย่างนี้เป็นประจำ วันหนึ่ง โมเดินไปซื้อของกับแฟนเจอขอทาน เป็นยายแก่

เพื่อนโม : บ้านยายอยู่ไหนคะเนี่ย

ยาย : ยายไม่มีบ้านหรอก ลูกหลานยายมันไม่ยอมทำนา มันขายที่ขายทางทำมาหากินหมดแล้ว

ปิดฉากด้วยยายกำลังขุดดินแล้วล้มลง แล้วโทรศัพท์ก็ดังขึ้นขณะที่โมกำลังนั่งทำรายงานที่หอพัก

Space IV

กลับมาที่ฉากแรก ที่โมยืนอยู่ที่ทุ่งนา จากนั้นโมก็เดินออกมาและไปหายายที่บ้าน ในขณะที่ยายกำลังนอนหลับอยู่ แล้วโมก็กุมมือยายแล้ว นึกถึงภาพต่าง ๆ ตัดไปตัดมาถึงเหตุการณ์ในอดีต

มีภาพตอนที่ 1 ที่ โมไปยืนมองยายล้างจาน แต่จริงๆ แล้วก็เข้าไปช่วยยายล้าง ภาพตอนที่ 2 ที่ไปเที่ยว แต่จริงๆ แล้วบางครั้งก็ไปทำรายงาน

สักพักยายฟื้นขึ้นแล้วหันมามองโม

โม : มาเมื่อไหร่ละโม

ยาย : เมื่อเข้าเฝ้ายาย

ทั้งคู่มองหน้ากันและยิ้ม เพราะพูดอะไรไม่ออกจนโมแก้เขินโดยการเอาเสื้อผ้าที่ซื้อมาให้ยาย

โม : ใส่ตัวใหม่ ๆ ชะบาง ใส่เสื้อผ้าเก่าอยู่นั่นแหละ ชอบมั๊ย

ภาพตอนที่ 3 โมไปเดินซื้อเสื้อผ้ากับแฟน แต่ก็แอบมาซื้อเสื้อผ้าให้ยาย

ยาย : ชอบ และยิ้ม ดีใจ

ยายลูบหัวโมด้วยความเอ็นดู

มีรูปภาพโมถ่ายหน้าคณะเทคโนโลยีการเกษตรตั้งอยู่บนโต๊ะและมีกราฟิกข้อความว่า “ช่องว่างใดๆ ย่อมถูกความรัก ความห่วงใยแทรกไปได้เสมอ”

1.3 บทภาพ (Storyboard)

Space I

1



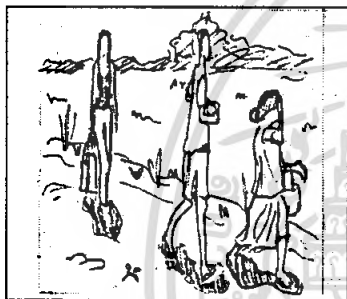
2



3



4



5



6



7



8



9



ไอ้โม เองยังไม่ล้างจานอีกเหรอ

ตั้งแต่ย้ายออกไปไหนจนกลับมา

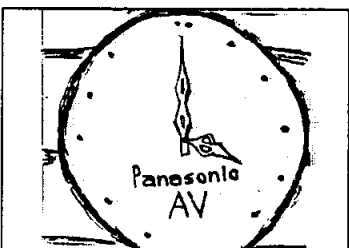
เองเอาแต่ดูทีวีเหรอ

10

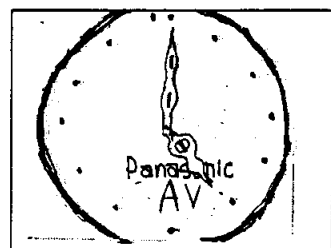


จะปนอะไรนักหนายาย

11



12



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13



14



15



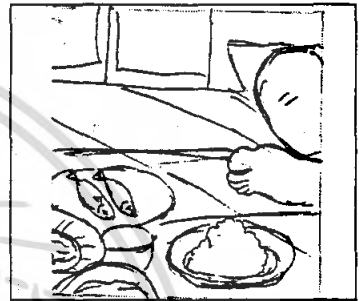
16



17



18



ยายไม่อยากกินพิชชาเหมือน
ในทีวีบ้างจัง

พิชชาอะไรยายไม่รู้จัก
น้ำพริกปลาทุก็อร่อยจะตายไป

19



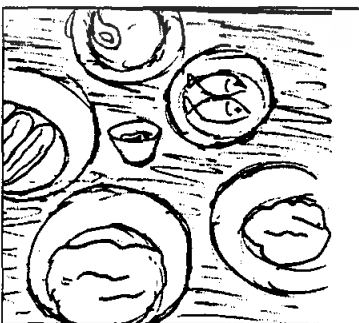
20



21



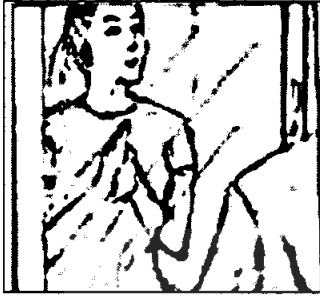
22



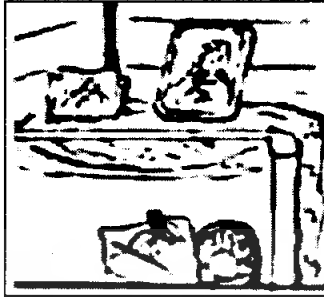
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Space II

1



2



3



4



5



6



ยายไม่ไปเที่ยวกับเพื่อนนะ

เอ็งจะไปเที่ยวไหน ยายจะให้ไปไร่

ไม่เอาหรอก ร้อนจะตาย

กับยายเนี่ย ถ้าเอ็งไม่หัดทำ

เดี่ยวผิวไม่เสียหมด ทำไรตั้งนาน

เอ็งก็จะทำงานไม่เป็น

แล้วไม่เห็นจะรวยเลย ลำบากจะตาย

7



8



9



ที่กินทุกวันนี้ ก็ไม่ได้หวังร่ำรวย

โม่โตไป โม่ไม่ทำหрокอาชีพนี้

แค่พอมีพอกินพอเลี้ยงเอ็งได้ทุกวันนี้ ลำบาก ยังไงโม่ก็จะไปเที่ยว

ยายได้ยืนยันมัยว่าโม่จะไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10



โม อย่าไป โมอย่าไป

11



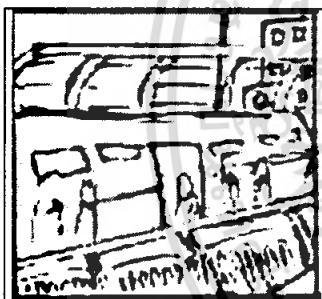
ผู้ชายมารับด้วย ใครเห็นก็ว่า
ฉันเลี้ยงหลานไม่ดีอีก แฮ้อ...

12



Space III

1



2



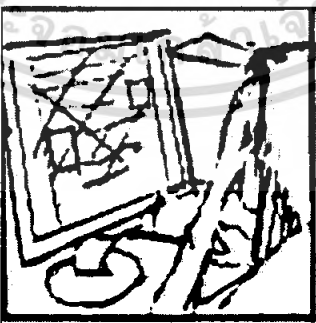
3



4



5

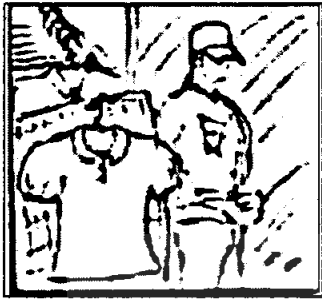


6



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7



8



9



โม: ยายโมไปแล้วนะ

ยาย: ไปซะได้ดี อยู่ไปก็

มีแต่ เทียวดีอ

คนขอทาน: หนูจ่ายาย

ขอตั้งคกินข้าวหน่อยจะ

เพื่อน: บ้านยายอยู่ที่ไหนคะ

10



11



12



ยายไม่มีบ้านหรือ ลูกหลาน

ชายที่ไปหมดแล้ว

เพื่อน : นางสาวจิ่ง

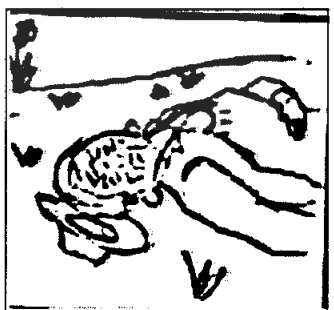
13



14

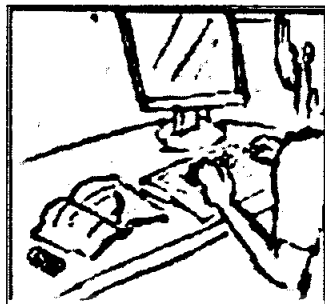


15

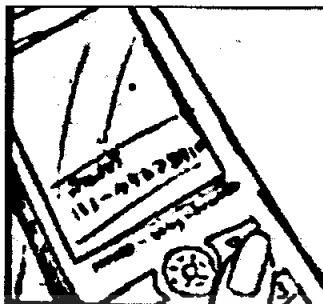


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16



17



18

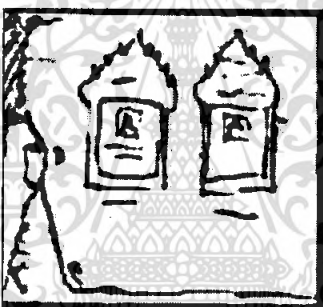


Space IV

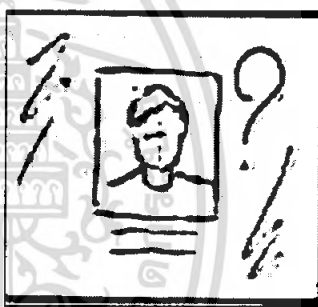
1



2



3



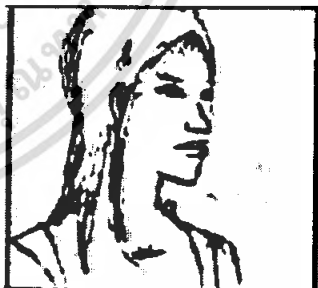
4



5



6



7



8



9



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

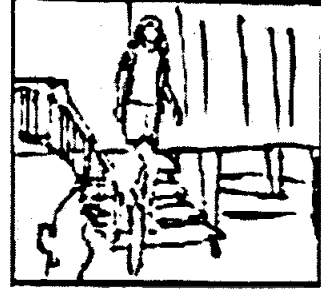
10



11



12



โม เองยังไม่ล้างจานอีกหรอ

13



14



15

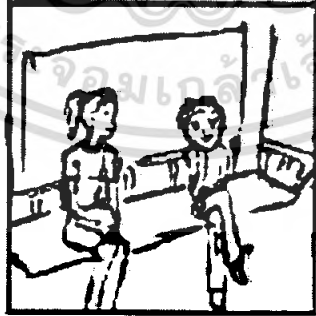


ยายเดี่ยวโม่ล้างเอง

16



17



18



มีผู้ชายมารับด้วย

มาเมื่อไหร่ละโม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

19



เมื่อเช้าจะยาย

20

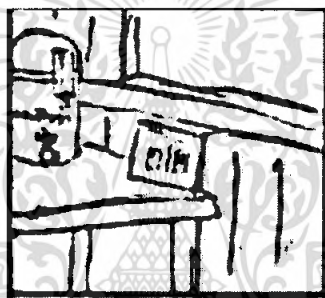
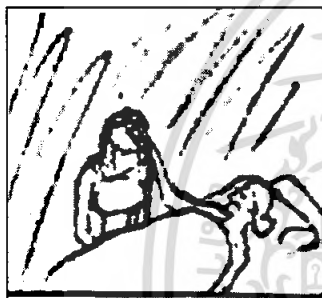


ไม่ซื้อเสื้อมาฝากยายด้วยนะ

21



22



ภาพที่ 1 บทภาพ (Storyboard)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วางบทบาทและหน้าที่ของทีมงาน ในการกำหนดบทบาทและหน้าที่ของทีมงานส่วนใหญ่แล้วผู้ศึกษาทำหน้าที่ทุกอย่าง แต่มีบางหน้าที่ต้องใช้ทีมงานเพิ่มเติม ซึ่งได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของทีมงานต่าง ๆ ดังนี้

ฝ่ายดูแลการผลิตซึ่งทำหน้าที่เขียนบทและกำกับการแสดง คัดเลือกนักแสดงหาสถานที่เตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก วางแผนและแบ่งหน้าที่ทีมงาน และโดยนางสาวนนทยา หมื่นเตียงและนางสาวอรพรรณ วงศ์กำปั่น



ภาพที่ 2 นางสาวนนทยา หมื่นเตียงและนางสาวอรพรรณ วงศ์กำปั่น

ฝ่ายกล้องซึ่งทำหน้าที่ในการถ่ายทำตลอดทั้งเรื่อง หามุมกล้องที่สวยงามให้เข้ากับเนื้อเรื่อง โดย นายประยงค์ สุตทิพันธ์ , นายวิษระ โพธิวิเศษ , นายนิเวศ เจียมอ่อน , นายพัชรพงษ์ ตุ่นนาค และ นายวีรวัฒน์ จิตจันทร

ฝ่ายแสงซึ่งทำหน้าที่ในการจัดแสงให้เหมาะสม ซึ่งต้องใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ มาช่วย เช่น ไฟ และ รีเฟล็ก เพื่อให้ภาพออกมาสวยงาม โดย นายอภิวัฒน์ ควบพิมาย และ นางสาวอัญชลี แซ่ลู่

ฝ่ายสวัสดิการกองถ่ายทำหน้าที่ให้การเตรียมอาหารและเครื่องดื่มให้กับทีมงานและนักแสดง โดยนางสาวอัญชลี แซ่ลู่

ฝ่ายกราฟิกซึ่งทำหน้าที่ในการปรับแต่งสีสັນของภาพให้ออกมาสวยงามให้เข้ากับเนื้อเรื่องโดย นายธนศักดิ์ วิวัฒนวนานิช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 ที่มงาน Space

3. ออกแบบตัวละคร

3.1 คำนำนักแสดงในภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งประกอบไปด้วยเกณฑ์ในการ

คัดเลือกดังนี้

3.1.1 บทบาทนักแสดงหลัก

- บทบาทชาย เป็นผู้หญิงสูงประมาณ 150-155 ซม.ขึ้นไป อายุระหว่าง 55-65 ปี บุคลิกเป็นคนที่ ปากร้ายใจดี ชี้นบน เจ้าระเบียบ รักลูกหลาน

- บทบาทโม (วัยมัธยมและมหาวิทยาลัย) เป็นผู้หญิงสูงประมาณ 155-165 ซม.ขึ้นไป อายุระหว่าง 20 - 25 ปี บุคลิก ร่าเริงแจ่มใส กล้าแสดงออก ทันสมัย มั่นใจตัวเอง

- บทบาทโม (วัยเด็ก) เป็นเด็กผู้หญิงสูงประมาณ 130-145 ซม.ขึ้นไป อายุระหว่าง 12-15 ปี บุคลิก เด็กร่าเริง สนุกสนาน ชี้แจงทำงาน

3.1.2 บทบาทนักแสดงประกอบ

- ประกอบด้วย กลุ่มเพื่อน คนแก่ขอทาน และเด็ก โดยพิจารณาจากวัย เพศ อายุ ให้เหมาะสมกับบทบาท ซึ่งความสามารถในการแสดงอาจไม่เหมือนกับนักแสดงมืออาชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 รวบรวมรายชื่อนักแสดงประกอบไปด้วยบุคคลต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 4 คุณนันทนีย์ คะลีทอง บทบาทที่ได้รับ : ยาย



ภาพที่ 5 คุณศรัณย์ริษา ไพริศิริ บทบาทที่ได้รับ : โม่ (วัยมัธยม และมหาวิทยาลัย)



ภาพที่ 6 คุณวิชชุดา คัมภีร์เวช บทบาทที่ได้รับ : โม่ (วัยเด็ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

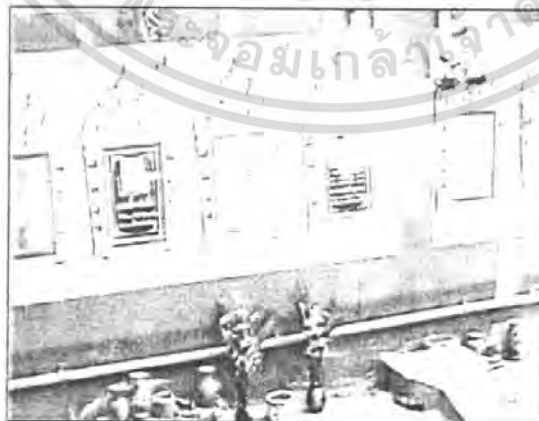
4. กำหนดสถานที่ถ่ายทำ

การหาสถานที่ถ่ายทำหลักคือบ้านยาย โดยทำการสำรวจและสถานที่ที่ได้เลือกคือบ้านยายมะ หมู่บ้านเป็ง ตำบลเป็ง จ. ฉะเชิงเทรา เพราะเป็นบ้านไม้เหมาะสมกับเนื้อเรื่องประกอบกับมีบริเวณทุ่งนาอยู่ใกล้ๆ เหมาะกับอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งตรงกับบทบาทของตัวละคร



ภาพที่ 7 บ้านหลักที่ใช้ถ่ายละคร

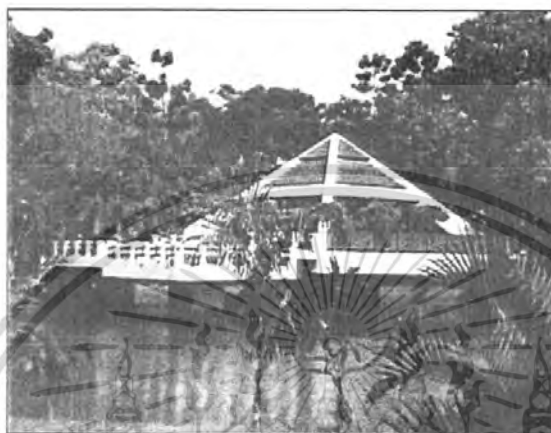
การหาสถานที่วัดโดยทำการสำรวจวัดในเขตลาดกระบังโดยได้ไปตามวัดต่าง ๆ เช่น วัดปลูกศรัทธา และวัดลานบุญ แต่วัดที่มีสถานที่เหมาะสมที่สุดคือวัดสุทธาโภชน์ เพราะฉากที่ต้องใช้เป็นฉากที่ไม่ต้องไปไหว้โกฐของญาติที่เสียชีวิตไป ซึ่งบรรยากาศบริเวณโกฐของวัดนี้เป็นบรรยากาศร้าง ๆ คล้าย ๆ กับวัดในต่างจังหวัด



ภาพที่ 8 วัดสุทธาโภชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สวนพระนคร เขตลาดกระบัง สถานที่นี้เจาะจงเพราะอยู่ใกล้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทำให้การเดินทางสะดวกในการขนย้ายอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วย เพราะใช้จากนี้เพียงบางฉากเท่านั้น



ภาพที่ 9 สวนพระนคร เขตลาดกระบัง

การหาสถานที่ที่เป็นห้องพักของไมตอนเรียนมหาวิทยาลัย ซึ่งทางผู้ศึกษาเจาะจงเป็นห้องพัก The Park Home เพราะเป็นห้องพักของเพื่อนซึ่งมีสภาพห้องที่ดูสวยงาม
หรูหรา



ภาพที่ 10 หอพัก The Park Home

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดนัด เขตตลาดกระบัง สถานที่นี้เจอะจง เพราะอยู่ใกล้สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และสะดวกต่อการขนย้ายอุปกรณ์



ภาพที่ 11 ตลาดนัด เขตตลาดกระบัง

ร้านอาหารอัฟเกรด สถานที่นี้เจอะจง เพราะเป็นสถานที่ที่มีบรรยากาศ
ดี อาหารอร่อย สนุกสนมกับเจ้าของร้านและอยู่ใกล้กับที่พัก



ภาพที่ 12 ร้านอาหารอัฟเกรด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการพัฒนาภาพยนตร์โฆษณา

1. ฉากถ่ายทำ

- ฉากไหว้เจดีย์ ที่บริเวณวัด
- ฉากกลับบ้าน ที่ทุ่งนา
- ฉากในบ้าน โมนอนดูทีวี
- ฉากยายนั่งล้างจาน
- ฉากในครัว ยายหลานนั่งรับประทานอาหาร
- ฉากแต่งตัวหน้ากระจก
- ฉากในไร่ ยายทำไร่
- ฉากไปกรุงเทพ โมลาขายไปเรียนต่อ
- ฉากนั่งมอเตอร์ไซด์
- ฉากที่สื่อว่าเป็นกรุงเทพ ที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
- ฉากในห้องนอนโมตอนเรียนมหาวิทยาลัยในกรุงเทพ
- ฉากสวนสาธารณะและตลาดนัด โมไปเที่ยวกับแฟน
- ฉากที่ร้านอาหาร โมสังสรรค์กับเพื่อน
- ฉากที่ศาลากลางน้ำ โมกับเพื่อนไปอ่านหนังสือกัน

2. ถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

2.1 การเตรียมความพร้อมของทีมงาน

- กำหนดวันเดินทางไปถ่ายทำที่หมู่บ้านเป็ริง ตำบลเป็ริง จ. ฉะเชิงเทรา เมื่อวันเสาร์ที่ 27 มกราคม 2550

- ถ่ายฉากที่หอพัก The Park Home ในวันอาทิตย์ที่ 28 มกราคม 2550

- ถ่ายฉากที่วัดและสวนสาธารณะ ในวันพุธที่ 28 กุมภาพันธ์ 2550 รวม

ระยะเวลาถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาทั้งหมด 3 วัน

2.2 ถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาตามบทบาทที่ได้เตรียมไว้

- วันเสาร์ ที่ 27 มกราคม 2550 ส่วนใหญ่จะมีฉากถ่ายทำที่หมู่บ้านเป็ริง จ.ฉะเชิงเทรา เกือบทั้งหมด เริ่มตั้งแต่ฉากแรก ช่วงเวลา 09.00 น. ฉากถ่ายทำที่ฉากทุ่งนา เป็นฉากที่โมเดินกลับบ้านระหว่างทางเห็นเด็กเอาน้ำให้คนแก่ดื่ม, ฉากโมนอนดูทีวีแล้วเตียงกับยายที่กลับมาจากทำไร่ทำสวน, ฉากยายล้างจาน ฉากรับประทานอาหาร ,ยายหลานยืนเคียงกันหน้าบ้าน ยายทำไร่จนล้มป่วย, หลานมาเยี่ยมยายที่นอนป่วย จนถึง เวลา 17.00 น. ฉากโมลาขายไปเรียนที่กรุงเทพ ซึ่งเป็นฉากสุดท้ายของวันนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 ฉากขายหลานยืนเคียงกัน

ฉากนี้ใช้เวลานานมาก เพราะตัวละครจับทพุดไม่ค่อยได้ ทำให้ต้องใช้เวลาถ่าย
ในฉากนี้หลายครั้ง



ภาพที่ 14 ผู้กำกับชี้แจงทีมงาน Space

ผู้กำกับชี้แจง เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการถ่ายฉากที่ขายต้องล้ม กลางแดดที่
ร้อนจัดทำให้มีอุปสรรคในฉากนี้มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 ฉากยายล้มป่วย

ใช้เวลาในการถ่ายจากนั้นนานพอสมควร ตัวละครแสดงได้ดีและสมบทบาท แต่จะมีปัญหาด้านช่างภาพ เพราะมีเงาและอุปกรณ์ติดไปด้วย และที่สำคัญอากาศร้อนจัด



ภาพที่ 16 อีกมุมหนึ่งของฉากยายหลานล้างจาน

- วันอาทิตย์ที่ 28 มกราคม 2550 ถ่ายทำที่หอพัก The Park Home
ช่วงเวลา 10.00 - 12.00 น. ถ่ายทำฉากในห้องนอน ไม่นั่งทำรายงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 ผู้กำกับศึกษาบทเพิ่มเติมก่อนการถ่ายทำ

- วันพุธที่ 28 กุมภาพันธ์ 2550 ช่วงเวลา 10.00 - 12.00 น. ถ่ายทำที่วัด
สุทธาโกชนี เขตลาดกระบัง เวลา 12.30 - 14.00 น. ถ่ายทำที่สวนพระนคร เขตลาดกระบัง
กรุงเทพมหานคร เวลา 15.30 - 16.00 น. จากถ่ายทำที่ ตลาดนัดลาดกระบัง และเวลา 16.30-
18.00 น. เป็นฉากสุดท้ายของวันนี้ ที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ



ภาพที่ 18 ทดสอบบทบาทนักแสดง

จากนี้ใช้เวลาถ่ายทำนานพอสมควร เพราะนักแสดงประกอบจำบทพูดไม่ได้จึงทำ
ให้จากนี้ต้องถ่ายหลายครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 19 จากโมเดินเที่ยวกับแฟน

ฉากนี้ค่อนข้างมีอุปสรรค เพราะว่ามีผู้คนจำนวนมาก จึงต้องถ่ายหลายครั้ง และ
แสดแรงทำให้ภาพที่ออกมาไม่สวย ภาพจำเกินไป

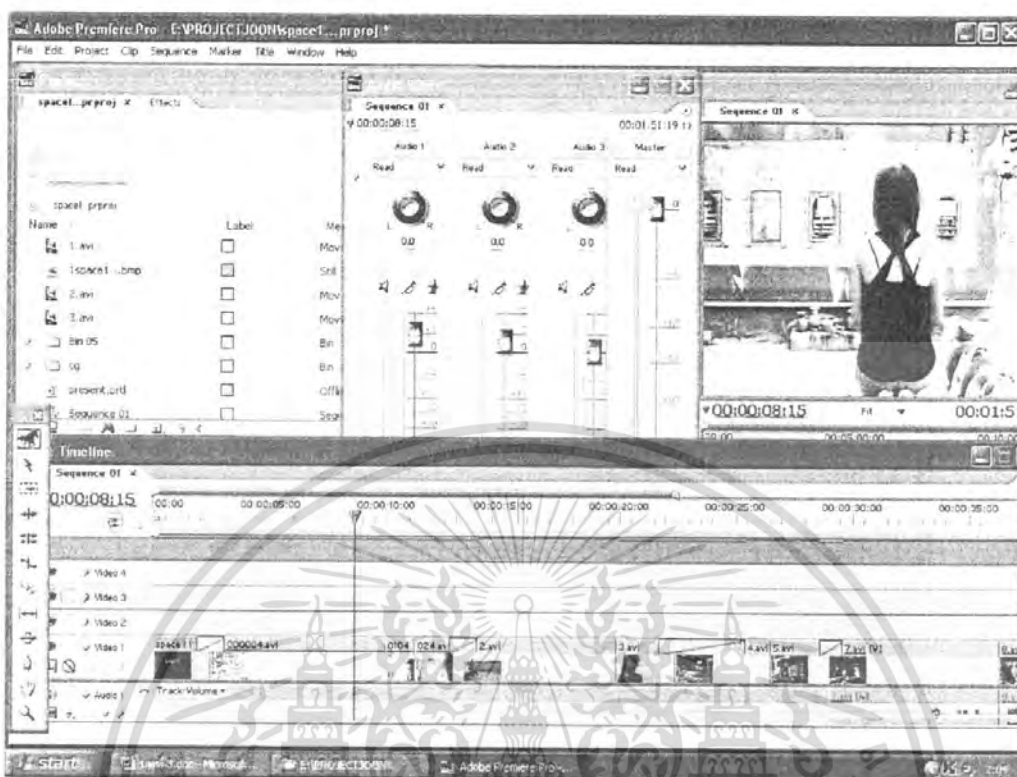
3. ติดต่อภาพยนตร์โฆษณา

- คอมพิวเตอร์ระบบมัลติมีเดีย CPU Pentium4 3.0 RAM 752 MB HDD80 GB+CD Read+Writer และมีระบบปฏิบัติการ Windows XP
- ใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro 1.5 ในการตัดต่อ

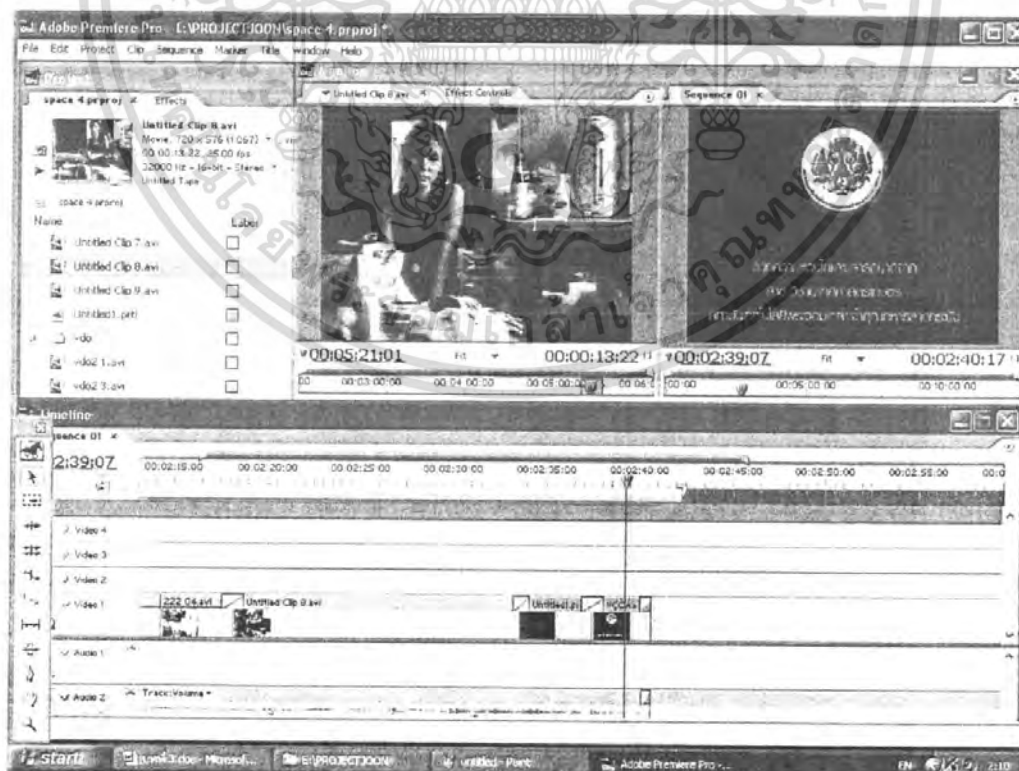


ภาพที่ 20 นั่งทำงาน และตกแต่งภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 21 หน้าต่างโปรแกรมตัดต่อ Adobe Premiere Pro 1.5



ภาพที่ 22 การตัดต่อเรื่อง Space เสร็จสมบูรณ์

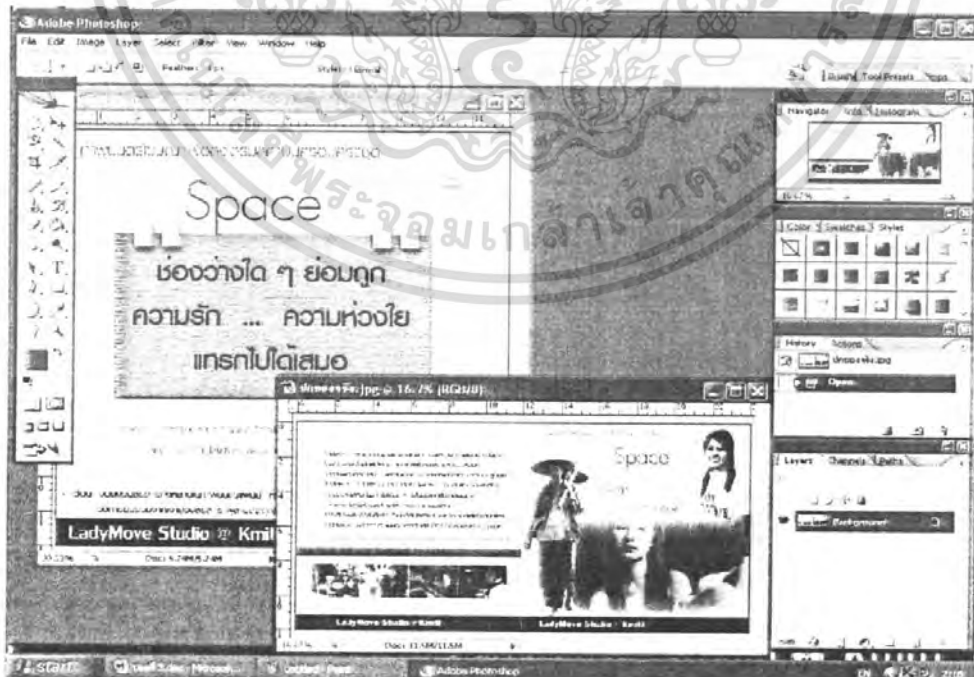
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ใช้โปรแกรม Adobe Audition 1.5 ดัดต่อเสียง



ภาพที่ 23 ดัดต่อเสียงในโปรแกรม Adobe Audition 1.5

- ใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS ทำกราฟิก และทำปก, กลองบรรจุกวีทัศน์



ภาพที่ 24 การติดต่อ ทำกราฟิก ปกกลองบรรจุกวีทัศน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์

- ปกหน้าประกอบไปด้วยพื้นหลังสีขาว ชื่อเรื่องเป็นภาษาอังกฤษมีขนาดใหญ่ และตัวอักษรภาษาไทยคั่นไว้ตรงกลาง รูปภาพมีนักแสดงประกอบ ปกในมีเรื่องย่อและภาพประกอบ



ภาพที่ 25 ภาพปกหน้าและปกใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ปกหลังประกอบไปด้วย เครดิทภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง Space และข้อมูลทั่วไป

ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวชุด

Space

ช่องว่างใด ๆ ย่อมถูก
ความรัก ... ความห่วงใย
แทรกไปได้เสมอ

ด้วยทุนสำรองเงินตราในธนาคาร สาขาวิชาภาษาอังกฤษ
ภาควิชาศิลปวัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กำหนด ยอดขายสินค้าภายในภาพยนตร์เรื่องนี้ ห้ามมิให้มีการเปลี่ยนแปลงภายใต้เงื่อนไข
สิทธิบัตรของทางบริษัทและผู้ถือลิขสิทธิ์ตามกฎหมายของหอการค้า



LadyMove Studio @ Kmitl

129 บาท

ภาพที่ 26 ภาพปกหลัง

สตูดิโอเรอิดิตแมนชีดี โดยนำแบบปกหน้ามาใช้

นางสาวพรวิมลพร สอนวิชาครอบครัวศึกษา

Space กลั



ควาบบ

ความห่วงใย

ภาพที่ 27 ภาพสตูดิโอเรอิดิตแมนชีดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. นำสื่อภาพยนตร์โฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านภาพยนตร์โฆษณา ทั้งหมด 7 ท่าน ทำการประเมินโดยวิธีการสัมภาษณ์ ซึ่งมีประเด็นสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

1. ภาพ : ความคมชัดสื่อความหมายได้ดี, ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเสียง, สีสันของภาพ

2. เสียง : ความชัดเจนของเสียง, ความเหมาะสมของเสียงดนตรี

3. แสง : สภาพแสงมีความเหมาะสม

4. มุมกล้อง : มุมกล้องมีความสวยงาม, เทคนิคการถ่ายภาพ

5. สถานที่ : การจัดฉากและอุปกรณ์ประกอบ, สถานที่มีความสวยงาม

6. อักษรและกราฟิก : ขนาดของตัวอักษร, สีของตัวอักษร, กราฟิกของไตเติ้ล

และเครดิต

7. การตัดต่อลำดับภาพ : ความต่อเนื่องของการลำดับภาพ, เทคนิคการตัดต่อ

ภาพ

8. เวลา : เวลาในการนำเสนอโดยรวม

9. บทบาทของตัวละคร : ความสมจริงของตัวละคร, นักแสดงเป็นธรรมชาติ

10. บรรจุภัณฑ์ : ความเหมาะสมของภาพ, ความเหมาะสมของสี, ความเหมาะสมของตัวอักษร

11. การนำไปใช้ : ความเหมาะสมของการนำไปเผยแพร่, ความประทับใจในการชมภาพยนตร์โฆษณา, แง่คิดที่ได้จากการชมภาพยนตร์โฆษณา

12. เนื้อเรื่อง : เนื้อเรื่องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์, ความน่าสนใจของเนื้อเรื่อง, ความต่อเนื่องของเนื้อเรื่อง, คุณภาพของเนื้อเรื่องโดยรวม, ความเหมาะสมของเนื้อเรื่องในการนำไปเผยแพร่, ข้อเสนอแนะ

ผลการสัมภาษณ์

1. คุณกรกฎ พวงสวัสดิ์ อายุ 29 ปี การศึกษาปริญญาตรี การแสดงและกำกับการแสดง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร อาชีพพนักงานบริษัทแกรมมีเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด(มหาชน) ตำแหน่ง Co-Producer

- ลักษณะภาพดูแล้วธรรมดาเกินไป ดูว่าเป็นงานนักศึกษา สีสันของภาพอยู่ในเกณฑ์ดี สำหรับภาพและเสียงไม่เข้ากัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เสียงยังไม่เหมาะสม และ ยังไม่ชัด ควรจะแต่งเพลงประกอบขึ้นมาใหม่ เพราะเพลงที่ใช้ประกอบดูธรรมดาเคยได้ยินบ่อยแล้ว

- แสง บางฉากยังมีมืดและสว่างเกินไป
- มุมกล้องยังคงใช้มุมที่ไม่หลากหลาย มุมกล้องธรรมดาเหมือนละคร และมุมภาพไม่สวย
- สถานที่บ้านยายดูจนเกินไป พอโหมมาเรียนที่กรุงเทพฯดูสวยไป ไม่เข้ากัน สำหรับฉากวัดมีเหมาะสมดี

- อักษรและกราฟิก สำหรับไตเติลสวยดี ขนาดของตัวอักษรเหมาะสม
- การตัดต่อลำดับภาพ ควรตัดให้เร็วกว่านี้ และบางฉากเวลาชมแล้วรู้สึก สะดุดอารมณ์

- ระยะเวลา เหมาะสมไม่สั้นและยาวไป
- บทบาทของตัวละคร สำหรับตัวแสดงยายแสดงได้ยังไม่ดีนัก ตัวแสดง โหมแสดงไม่เป็นธรรมชาติแต่ยังน้อยกว่าตัวแสดงยาย

- บรรจุภัณฑ์ สวยงาม
- การนำไปใช้ ประทับใจในแก่นเรื่องที่ต้องการจะสื่อแต่การนำเสนอ ยังไม่ดี

- เนื้อเรื่อง ความน่าสนใจของเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ความต่อเนื่องของเนื้อเรื่องยังคงไม่ต่อเนื่อง คุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2. คุณศานิต ชูติมากุล อายุ 34 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี เทคโนโลยี การศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี อาชีพพนักงานบริษัทแกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด(มหาชน) ตำแหน่ง Producer

- ลักษณะภาพ ภาพคมชัดดี ภาพสื่อความหมายกับเนื้อเรื่องดี สีสันของภาพดูโบราณดี

- เสียง บางฉากเสียงไม่ตรงกับภาพ ดนตรีประกอบยังธรรมดา
- แสง บางฉากยังมีมืดอยู่
- มุมกล้องยังคงใช้มุมกล้องธรรมดา ประทับใจจากโหมตาแป้งในช่วงวัยมัธยมดูแล้วเหมือนหนังสั้น แต่สำหรับฉากอื่น ๆ มุมกล้องส่วนใหญ่ใช้มุมมาตรฐาน
- สถานที่ดูเป็นสภาพต่างจังหวัด และอุปกรณ์ประกอบฉากบางชิ้น ยังดูชัด ๆ กับสถานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- อักษรและกราฟิก ไตเติ้ลสวยงาม แต่ตัวอักษร Space และ I ดูไม่เข้ากัน
 - ระยะเวลาเหมาะสม
 - บทบาทของตัวละคร ยังคงแสดงได้ไม่สมบทบาท ตัวแสดงย้ายปากร้ายเกินไป และ ใจไม่ดี แสดงแข็งแรงแรง และ แต่งหน้าทำให้ดูไม่แก่สมวัย สำหรับตัวแสดงโม จะดูแยกไม่ออกระหว่างโมวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ หน้าตาไม่เหมือนกัน สำหรับการแสดงของโมยังอยู่ในระดับปานกลาง
 - บรรจุภัณฑ์สวยงาม ภาพสอดคล้องกับเนื้อเรื่องรูปโมหัวขาด สำหรับอักษรที่ใช้ทำปกซีดี ดูไม่เข้ากับเนื้อเรื่องเพราะเนื้อเรื่องเป็นชนบท แต่ตัวอักษรดูทันสมัยไป สีเส้นดูสลายตา
 - การนำไปใช้ ควรจะแก้ไขก่อนนำไปเผยแพร่ ประทับใจในส่วนของการหักมุม ชมภาพยนตร์แล้วได้ข้อคิดว่าช่องว่างที่เกิดขึ้นต้องคุยกันชมแล้วนึกถึงยาย
 - เนื้อเรื่องในช่วงแรกยังคงไม่น่าสนใจ ความต่อเนื่องของเนื้อเรื่องบางฉากดูซ้ำไป และบางฉากดูไม่จำเป็น
 - ข้อเสนอแนะสำหรับนักศึกษาทำได้ขนาดนี้ก็ถือว่าอยู่ในระดับดี ควรดูเรื่องมุกล่องและดำเนินเรื่องในกระชับกว่านี้
3. คุณโสพล จันทรโชติ อายุ 40 ปี วุฒิมหาบัณฑิตปริญญาโท เทคโนโลยี การศึกษาทางการอาชีวศึกษาและเทคนิคศึกษา อาชีพ รับราชการ ตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศ และประชาสัมพันธ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ลักษณะภาพความคมชัดจัดอยู่ในเกณฑ์ดี ภาพและเสียงตรงกันดี และสีเส้นของภาพใช้โทนสีเหมาะสม
 - เสียง มีการใช้ดนตรีประกอบที่เหมาะสม
 - สภาพแสงอยู่ในเกณฑ์ดี
 - มุกล่องอยู่ในเกณฑ์ดี เมื่อเปรียบเทียบกับระดับนักศึกษาด้วยกันจัดว่าอยู่ในเกณฑ์ดีมาก
 - สถานที่เข้ากับเนื้อเรื่อง ดูแล้วไม่ขัดตา มีการใช้อุปกรณ์ประกอบฉากที่เหมาะสม
 - อักษรและกราฟิกในส่วนของเบื้องหลังจัดว่าดี แต่ทั้งเรื่องมีการใช้กราฟิกน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การติดต่อและลำดับภาพ มีการลำดับภาพดี และมีการใช้เทคนิคการติดต่อภาพดี

- เวลาในการนำเสนอเหมาะสม

- บทบาทของตัวละคร นักแสดงสามารถแสดงได้เป็นธรรมชาติดี

- บรรจุภัณฑ์ ในส่วนของสีสັນบรรจุภัณฑ์สีสັນทำได้มาตรฐาน แต่ ภาพนางเอกไม่ควรทำเป็นภาพเหมือนหัวขาด รูปแบบบรรจุภัณฑ์เหมือนหนังสือ

- เนื้อเรื่องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดี ในด้านของเนื้อเรื่องยังไม่แปลกใหม่ ส่วนความต่อเนื่องของเนื้อเรื่องต่อเนื่องกันดี คุณภาพของเนื้อเรื่องโดยรวมดี

- หากเป็นภาพยนตร์โฆษณาควรมีเครดิตขึ้นในแต่ละตอนและควรมีบทสรุปในแต่ละตอน ถ้าปรับเป็นหนังสือจะเหมาะสมกว่า

4. คุณปรีชา สมพีช อายุ 36 ปี วุฒิการศึกษา ปริญญาโท เทคโนโลยีการศึกษา (มศว.) อาชีพรับราชการ ตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

- ลักษณะภาพคมชัดสวยงาม และสามารถสื่อความหมายได้ดี แต่ในบางภาพยังคงดูแล้วธรรมดา

- ความชัดเจนของเสียงอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และดนตรีประกอบสามารถเลือกใช้ได้เหมาะสม

- แสง บางฉากยังสว่างเกินไป และมีมืดเกินไป

- มุมกล้องจัดว่าดี

- สถานที่เหมาะสมกับเนื้อเรื่อง

- อักษรและกราฟิกอ่านได้ง่าย มีการใช้เทคนิคที่ดีแล้วไม่น่าเบื่อ

- การติดต่อลำดับภาพ หากไม่ได้ตั้งใจดูตลอดอาจทำให้ไม่รู้เรื่องได้

- ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอหากเป็นโฆษณาดูจะยาวไป หากเป็นหนังสือจะเหมาะสมกว่า

- บทบาทของตัวละคร บทบาทของยายนักแสดงสามารถแสดงได้ดีส่วน ไม่นักแสดงยังแสดงออกมาไม่เต็มที่เท่ายาย

- บรรจุภัณฑ์ทำออกมาเหมือนหนังสือ บรรจุภัณฑ์มีบางคำพิมพ์ผิด แต่สีสັນชัดเจนสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เนื้อเรื่องมีความน่าสนใจอยู่ในระดับปานกลางแต่นักแสดงเนื้อเรื่องน่าสนใจขึ้นได้แต่ไม่มาก ส่วนความต่อเนื่องของเนื้อหาดี โดยรวมแล้วคุณภาพของเรื่องเหมาะสมที่จะนำไปรณรงค์ใช้ในกลุ่มวัยรุ่นเพื่อปลูกจิตสำนึกให้เห็นช่องว่างระหว่างวัย อาจจะไม่ใช่แค่ยายกับหลาน อาจจะเป็นพ่อแม่กับลูกที่มีปัญหากระทบกระทั่งกัน
- ข้อเสนอแนะ ควรมียุคที่สามารถสร้างความทรงจำให้กับผู้ชมในแต่ละตอน

5. คุณป๋านัด จำปางาม อายุ 33 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ Agency ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ

- ลักษณะภาพยังไม่สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน บางฉากควรตัดทิ้งไป ภาพเหมือนสารคดี
- เสียงประกอบยังดูเรียบไป จนแยกแยะอารมณ์ไม่ออก
- แสง บางฉากยังคงมีความสว่างมากไป
- มุมกล้อง ยังใช้มุมกล้องน้อย เทคนิคในการถ่ายถือว่าใช้ได้ในระดับหนึ่ง
- สถานที่ในสถานที่ต่างจังหวัดเหมาะสมดี แต่ในฉากในกรุงเทพฯ ยังไม่ค่อยเหมาะสมชัดเจน
- อักษรกราฟิกธรรมดา
- การตัดต่อลำดับภาพยังไม่มีความต่อเนื่องในแต่ละตอน จัดว่ายังไม่ดี และมีการตัดต่อยึดข้อ
- ระยะเวลาเหมาะสม
- บทบาทของตัวละคร ตัวแสดงยายไม่สมบทบาทยังแต่งหน้าไม่เหมาะกับเนื้อเรื่อง ส่วนตัวแสดงโม ยังแยกไม่ออกว่าระหว่างโมเด็กและผู้ใหญ่
- บรรจุภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจ เพราะเฉลยด้วยภาพหน้าปกทำให้เดาออกว่าเรื่องราวทั้งหมดได้
- เนื้อเรื่องยังคงคาดเดาได้ง่าย ดูไม่น่าสนใจควรปรับเปลี่ยนบทให้เหมาะสม เนื้อเรื่องไม่ต่อเนื่อง
- ข้อเสนอแนะ ผลิตออกมาเป็นหนังสือจะเหมาะสมกว่า เนื้อเรื่องสามารถคาดเดาได้ ควรปรับเปลี่ยนแนวคิดใหม่ บางครั้งเรื่องง่าย ๆ แต่สามารถทำให้น่าสนใจได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. คุณภานรจ อลังการวงษ์ อายุ 41 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ Production-TV-Film ตำแหน่ง Director

- ลักษณะภาพสามารถสื่ออารมณ์พอใช้ บางฉากสามารถทำได้ดีแต่ยังสามารถพัฒนาได้ดีกว่านี้

- เสียง อยู่ระดับพอใช้ บางครั้งเสียงยังไม่สื่ออารมณ์ให้กับตัวละครได้ดีเท่าที่ควร

- แสง ควรใช้เทคนิคในการช่วงแสง บางฉากสว่าง บางฉากมืดไปสภาพแสงยังไม่ดี ควรหาวิธีแก้ไขให้เหมาะสม

- มุมกล้องการถ่ายภาพพอใช้ ควรใช้เทคนิคและอุปกรณ์ในการแก้ปัญหาในการถ่ายทำ ใช้การเข้าตั้งกล้องช่วย บางฉากมีการซูมมากไป ควรไปศึกษาวิธีการถ่ายภาพมาได้ดีกว่านี้ ควรดูหนังมาก ๆ

- สถานที่เหมาะสมกับเนื้อเรื่อง สมเหตุสมผลกับเรื่องราวของเรื่อง

- ตัวอักษรกราฟิกเหมาะสม

- การตัดต่อลำดับภาพ บางฉากตัดต่อผิดจังหวะ การใช้ทามไลน์ยังไม่เหมาะสม ทำให้การดำเนินเรื่องไม่ประติดประต่อ

- ระยะเวลาดูแล้วยังสะดุดอยู่

- บทบาทของตัวละคร ตัวแสดงไม่บางฉากน่าจะปลดปล่อยอารมณ์ได้มากกว่านี้ สำหรับตัวแสดงยายยังแสดงออกมาดูแล้วแข็ง ๆ แสดงไม่เห็นถึงความสัมพันธ์ของยายและหลาน

- บรรจุภัณฑ์ มีแนวคิดดี การวางภาพอยู่ในเกณฑ์ดี สีเส้นสวยงาม แต่ควรเพิ่มรายละเอียดให้มากขึ้น ควรใช้สีหวาน ๆ

- เนื้อเรื่องมีความน่าสนใจ แก่นเรื่องน่าสนใจแต่นักแสดงควรถ่ายทอดอารมณ์ออกมาได้ดีกว่านี้ จะทำให้เนื้อเรื่องดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

- ข้อเสนอแนะ ควรพัฒนาการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคนิคการถ่ายทำ ดูตัวอย่างหนังเยอะ ๆ สังเกตมุมกล้อง แสง แต่สำหรับการเริ่มต้นถือเป็นการเริ่มต้นที่ดี

7. คุณมารยาท ไทยนิวัฒน์วิไล อายุ 40 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ Production-TV-Film ตำแหน่ง ผู้กำกับและเขียนบท

- ลักษณะภาพสื่อความหมายได้ดีในระดับหนึ่ง แต่บางภาพยังขาดความชัด สีเส้นทำได้เข้ากับอารมณ์ของเรื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เสียง บางฉากเสียงยังไม่สามารถดึงอารมณ์คนดูได้ สำหรับดนตรีควรวาดดนตรีประกอบให้ซึ้งกว่านี้
- แสงควรใช้เทคนิคในการช่วงลดแสง บางฉากสว่าง บางฉากมืดไปสภาพแสงยังไม่ดี ควรวาดวิธีแก้ไขให้เหมาะสม
- มุมกล้องยังกระตุกแต่บางมุมก็ดูดี หากใช้เทคนิคได้ดีกว่านี้งานจะออกมามีคุณภาพยิ่งขึ้น
- สถานที่และอุปกรณ์ประกอบฉากเหมาะสมเข้ากับเนื้อเรื่อง
- อักษรกราฟิก ตัวอักษรธรรมดา
- การตัดต่อลำดับภาพควรวาดเทคนิคการตัดต่อได้ดีกว่านี้ บางเทคนิคยังไม่smooth มีกระตุกบางฉาก
- ระยะเวลาเหมาะสมหากเป็นหนังสั้น
- บทบาทของตัวละครความสมจริงของตัวละคร สำหรับตัวแสดงยายดูไม่เข้ากับเนื้อเรื่อง ไม่ควรแต่งหน้าเลยทำให้ยายดูไม่แก่สมวัย แต่แสดงออกทำให้เห็นว่ายายใจร้ายสำหรับตัวแสดงโมแสดงบทบาทได้ดี แต่ลึบสนระหว่างโมวัยเด็กและโมวัยผู้ใหญ่เพราะนักแสดงดูไม่ค่อยแตกต่างกัน
- บรรจุภัณฑ์ ควรจัดรูปโมให้เด่นกว่านี้ ดูแล้วเหมือนโมวัยเด็กจะเด่นกว่าโมวัยผู้ใหญ่ การใช้ตัวอักษรเหมาะสม
- เนื้อเรื่องมีความน่าสนใจในระดับหนึ่ง ความต่อเนื่องของภาพก็เหมาะสมดี ดูแล้วเข้าใจในเรื่องราว
- ข้อเสนอนะหากเป็นโฆษณาต้องมีสรุปจุดสำคัญไว้ในแต่ละตอนเหมาะที่จะผลิตเป็นหนังสั้นมากกว่า แนวคิดดีเพราะเป็นเรื่องใกล้ตัว เนื้อเรื่องทำให้เข้าใจง่ายวิธีการเล่าเรื่องน่าสนใจประทับใจกับการพลิกเรื่องหักมุม แต่ควรเพิ่มรายละเอียดจะทำให้ดูซึ่งได้อารมณ์มากยิ่งขึ้น

5. นำผลงานและข้อเสนอแนะที่ได้ มาวิเคราะห์และปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น เพื่อให้สื่อมีความเหมาะสมและสามารถนำไปเผยแพร่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายและค่าสถิติที่ใช้

1. รายละเอียดการทดลอง

- นำผลงานมาจัดนิทรรศการให้นักศึกษาและบุคคลทั่วไปที่สนใจได้ชม ในระยะเวลา 1 วัน โดยอธิบายให้ทราบวัตถุประสงค์ที่จัดทำขึ้น



ภาพที่ 28 ตัวอย่างโปสเตอร์การจัดนิทรรศการ



ภาพที่ 29 อธิบายรายละเอียด การจัดนิทรรศการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จากนั้นสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ที่ได้ชมภาพยนตร์โฆษณา จำนวน 60 คน ทำแบบประเมินผลเกี่ยวกับการทำภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง Space ซึ่งแบบประเมินประกอบไปด้วยความพึงพอใจในหัวข้อต่าง ๆ

- นำค่าเฉลี่ยทางสถิติจากแบบประเมินที่ได้มาวิเคราะห์โดยภาพรวม หากพบว่าในภาพรวมได้ระดับคะแนนต่ำกว่ามาตรฐานที่ได้กำหนดซึ่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} \geq 2.34-3.00$) ไว้ แสดงว่าสื่อที่ผลิตออกมายังไม่ได้คุณภาพ ควรที่จะมีการแก้ไขปรับปรุง แล้วจึงนำไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง ถ้าในภาพรวมได้คะแนนสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ แสดงว่าสื่อที่ผลิตขึ้นมานั้นสามารถนำไปเผยแพร่ได้

2. ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การประเมินด้านความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์โฆษณาของกลุ่มตัวอย่างค่าสถิติที่ใช้คือ

ค่าร้อยละคำนวณได้จากสูตร

$$\text{ร้อยละ} = (X/N) * 100$$

X = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

N = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ค่ามัชฌิมเลขคณิต (ค่าเฉลี่ย)

$$\bar{x} = \frac{\sum Xi}{N}$$

\bar{x} = ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของสื่อ

$\sum Xi$ = ผลของคะแนนที่ทำการประเมิน

N = จำนวนผู้ประเมินทั้งหมด

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X = ค่าคะแนนแต่ละคน

\bar{x} = ค่าเฉลี่ยของคะแนนทั้งหมด

n = จำนวนข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เกณฑ์ที่ใช้ในการทดลอง

การให้คะแนนในการประเมินความพึงพอใจด้านต่างๆ ได้แบ่งการให้คะแนน ออกเป็น 3 ระดับดังนี้

3	หมายถึง	มาก
2	หมายถึง	ปานกลาง
1	หมายถึง	น้อย

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แบ่งการแปลผลข้อมูล ออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งความหมายดังนี้

2.34 – 3.00	=	มาก
1.67 – 2.33	=	ปานกลาง
1.00 – 1.66	=	น้อย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลการทดลอง
(Results)

โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง Space มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว โดยทำการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์โฆษณา จำนวน 7 คน และประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน โดยทำการประเมินภายหลังจากที่ได้ชมภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง Space ซึ่งผลการประเมินออกมาสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. ผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ
2. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ

เนื้อหา	ข้อดี	ข้อด้อย	ข้อเสนอแนะ
1. ลักษณะของภาพ	ลักษณะภาพคมชัด สวยงามสามารถสื่อ ความหมายได้ดี ภาพ และเสียงตรงกันดี สีล้วน ของภาพใช้โทนสี เหมาะสม	บางฉากควรตัดทิ้งไป บางฉากภาพยังดูไม่ แปลกใหม่และบาง ภาพยังขาดความซึ่ง	ควรชมตัวอย่าง ละครหรือภาพยนตร์ มากๆ
2. ลักษณะของเสียง	ความชัดเจนของเสียง อยู่ในเกณฑ์ที่ดี และ ดนตรีประกอบสามารถ เลือกใช้ได้เหมาะสม	บางฉากเสียงยังไม่ สามารถดึงอารมณ์คน ดูได้ สำหรับดนตรีควร หาดนตรีประกอบให้ ซึ่งกว่านี้ บางฉาก เสียงไม่ตรงกับภาพ	ควรเลือกเพลงให้ เหมาะสมกว่านี้ จะ ทำให้ภาพยนตร์มี ความน่าสนใจมาก ยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ

เนื้อหา	ข้อดี	ข้อด้อย	ข้อเสนอแนะ
3. ลักษณะของแสง	สภาพแสงอยู่ในเกณฑ์ดี	บางฉากยังคงมีความสว่างมากไปและบางฉากยังมีมืด	แสงจ้าเกินไป ควรหาวิธีแก้ไขให้เหมาะสม
4. ลักษณะมุมกล้อง	บางฉากใช้มุมกล้องได้สวยงามเมื่อเปรียบเทียบกับระดับนักศึกษาด้วยกัน จัดว่าอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ฉากที่โหมทาแบ่งมุมกล้องสวย	ยังคงใช้มุมที่ไม่หลากหลาย มุมกล้องธรรมดาเหมือนละคร	ควรใช้ ขาดังกล้องในการถ่ายทำ
5. สถานที่	สถานที่และอุปกรณ์ประกอบฉากเหมาะสมเข้ากับเนื้อเรื่อง	บ้านโมและหอพักโมดูขัดแย้งกัน เพราะหอพักโมดูหรูหราเกินไปเมื่อเทียบกับบ้านโม	-
6. อักษรและกราฟิก	อักษรและกราฟิกอ่านได้ง่าย มีการใช้เทคนิคที่ดูแล้วไม่น่าเบื่อ ใต้อักษรสวยงาม	มีการใช้กราฟิกน้อยไป ตัวอักษร Space และ ดูไม่เข้ากัน	-
7. การตัดต่อลำดับภาพ	การตัดต่อและลำดับภาพ มีการลำดับภาพดี และมีการใช้เทคนิคการตัดต่อภาพดี	การตัดต่อลำดับภาพ บางฉากตัดต่อผิดจังหวะ การใช้ทามไลน์ยังไม่เหมาะสม ทำให้การดำเนินเรื่องไม่ประติดประต่อ การตัดต่อยืดย้อ	ควรหาเทคนิคการตัดต่อได้ดีกว่านี้ บางเทคนิคยังไม่ smooth มีกระตุก บางฉาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ

เนื้อหา	ข้อดี	ข้อด้อย	ข้อเสนอแนะ
8. เวลา	ระยะเวลาเหมาะสม หากนำเสนอเป็นซีรี่ย์	ระยะเวลาสั้น ถ้าไม่ ฉายต่อเนื่องจะดูไม่รู้ เรื่อง	ระยะเวลาที่ใช้ใน การนำเสนอหากเป็น โฆษณาจะยาวไป หากเป็นหนังสั้นจะ เหมาะสมกว่า
9. บทบาทของตัวละคร	ตัวแสดงสามารถแสดง ได้สมบทบาทดี	ตัวแสดงโมวัยเด็ก และ วัยผู้ใหญ่ไม่น่า คล้ายกัน และบาง ฉากยาย ยังเล่นแข็งไป	ควรคัดเลือกนักแสดง ให้เหมาะสมกับบท เพราะยายยังดูอ่อน กว่าวัย
10. บรรจุภัณฑ์	การใช้ตัวอักษรเหมาะสม รูปแบบคล้ายกับหนัง เกาหลี แต่สีเส้นชัดเจน สวยงาม	ควรจัดรูปโมให้เด่น กว่านี้ ดูแล้วโมวัยเด็ก จะเด่นกว่าโมวัยผู้ใหญ่ บางคำพิมพ์ผิด	เนื้อเรื่องของ ภาพยนตร์เป็นวิถี ชีวิตต่างจังหวัดแต่ บรรจุภัณฑ์ดูทันสมัย กว่าเนื้อเรื่อง
11. เนื้อเรื่อง	เนื้อเรื่องสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ดี มีความ น่าสนใจ เนื้อเรื่องหักมุม	เนื้อเรื่องยังไม่แปลก ใหม่เนื้อเรื่องยังคงคาด เดาได้ง่าย	ควรมีวิธีการนำเสนอ ที่ทำให้เนื้อเรื่องดู น่าสนใจกว่านี้

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญพบว่าลักษณะภาพสามารถสื่อความหมายได้ดี มีความชัดเจนของเสียง สภาพแสง และการลำดับภาพอยู่ในเกณฑ์ที่ดี กราฟิกอ่านได้ง่าย ส่วนระยะเวลา สถานที่และฉากเหมาะสมเข้ากับเนื้อเรื่อง ตัวแสดงสามารถแสดงได้ สมบทบาทดี เนื้อเรื่องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ส่วนบรรจุภัณฑ์มีสีเส้นชัดเจนสวยงาม ส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขพบว่า มีบางฉากที่ไม่จำเป็น ลักษณะของเสียงบางฉากยังไม่สามารถดึงอารมณ์คนดูได้ ด้านสภาพแสงในบางฉากยังคงมีความสว่างหรือมืดมากเกินไป มุมกล้องยังไม่หลากหลาย การใช้กราฟิก การตัดต่อลำดับภาพและเนื้อเรื่องยังไม่แปลกใหม่ นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะให้ศึกษาตัวอย่างจากภาพยนตร์โดยสังเกตมุมกล้อง การลำดับภาพจากภาพยนตร์ต่าง ๆ และศึกษาเทคนิควิธีการผลิตภาพยนตร์ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ คือ การผลิตภาพยนตร์โฆษณาต้องมีสรุปจุดสำคัญไว้ในแต่ละตอน เหมาะที่จะผลิตเป็นหนังสือมากกว่า แนวคิดดีเพราะเป็นเรื่องใกล้ตัว เนื้อเรื่องทำให้เข้าใจง่าย วิธีการเล่าเรื่องน่าสนใจประทับใจประทับใจกับการพลิกเรื่องหักมุม แต่ควรเพิ่มรายละเอียดจะทำให้ดูซึ่งได้ อารมณ์มากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	จำนวน (n = 60)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	30	50.00
หญิง	30	50.00
อายุ		
11 - 22	35	58.33
23 - 34	22	36.66
35 - 46	3	5.01
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	53	88.30
ค้าขาย	3	5.00
พนักงานทั่วไป	4	6.70

จากตารางที่ 2 พบว่าข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการประเมินความพึงพอใจจำนวน 60 คน ประกอบด้วยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 11-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.33 และสถานภาพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 88.30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจ

หัวข้อการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ			\bar{x}	S.D.	ความ พึง พอใจ
	มาก	ปาน กลาง	น้อย			
1. ความน่าสนใจของภาพยนตร์โฆษณา	37	21	2	2.58	0.56	มาก
2. ภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	29	29	2	2.45	0.57	มาก
3. ลักษณะภาพมีความชัดเจนและสวยงาม	39	19	2	2.62	0.56	มาก
4. ความชัดเจนของเสียงประกอบ	36	24	0	2.60	0.49	มาก
5. ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของ ภาพยนตร์โฆษณา	41	19	0	2.68	0.47	มาก
6. ฉากและสถานที่เข้ากับเนื้อเรื่องของ ภาพยนตร์โฆษณา	41	17	2	2.65	0.55	มาก
7. ความชัดเจนของตัวอักษรกราฟิก	28	31	1	2.45	0.53	มาก
8. ความสวยงามของไตเติ้ลเครดิต	27	32	1	2.43	0.53	มาก
9. นักแสดงสามารถแสดงบทบาทได้สมจริง และเป็นธรรมชาติ	28	30	2	2.43	0.56	มาก
10. การดำเนินเรื่องกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ	29	29	2	2.48	0.54	มาก
11. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอ	32	25	3	2.52	0.57	มาก
12. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	38	22	0	2.72	0.45	มาก
13. ตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว	40	20	0	2.67	0.48	มาก
14. เข้าใจและเห็นความสำคัญของปัญหา ช่องว่างระหว่างวัย	38	21	1	2.62	0.52	มาก
15. เห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรม	28	27	5	2.38	0.64	มาก
เฉลี่ยรวม	34.0	24.4	1.53	2.60	0.53	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง Space ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม มีความพึงพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 2.72 รองลงมาคือดนตรีประกอบ เข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณามีค่าเฉลี่ย 2.68 ส่วนการเห็นความสำคัญต่อสังคม เกษตรกรรมมีความพึงพอใจน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ย 2.38



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทวิจารณ์และสรุป

(Conclusion)

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space มีผลการศึกษา ดังนี้

1. ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญพบว่าลักษณะภาพสามารถสื่อความหมายได้ดี มีความชัดเจนของเสียง สภาพแสง และการลำดับภาพอยู่ในเกณฑ์ที่ดี กราฟิกอ่านได้ง่าย ส่วนระยะเวลา สถานที่และฉากเหมาะสมเข้ากับเนื้อเรื่อง ตัวแสดงสามารถแสดงได้ สมบทบาทดี เนื้อเรื่องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ส่วนบรรทัดฐานมีสีสันชัดเจนสวยงาม ส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขพบว่า มีบางฉากที่ไม่จำเป็น ลักษณะของเสียงบางฉากยังไม่สามารถดึงดูดอารมณ์คนดูได้ ด้านสภาพแสงในบางฉากยังคงมีความสว่างหรือมืดมากไป มุมกล้องยังไม่หลากหลาย การใช้กราฟิก การตัดต่อลำดับภาพและเนื้อเรื่องยังไม่แปลกใหม่ นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะให้ศึกษาตัวอย่างจากภาพยนตร์โดยสังเกตมุมกล้อง การลำดับภาพจากภาพยนตร์ต่าง ๆ และศึกษาเทคนิควิธีการผลิตภาพยนตร์ด้วย

2. ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน หลังจากการชมภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เรื่อง Space พบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ทำการประเมินเป็นเพศชายและหญิงร้อยละ 50 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 11-22 ปี และส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นนักเรียน นักศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าบรรทัดฐานมีความสวยงามมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา ส่วนการเห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรมมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง Space มีคุณภาพดีสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่สำหรับบุคคลทั่วไป

วิจารณ์ผลการศึกษา

จากการศึกษาโครงการการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามเป็นสิ่งที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายประทับใจเมื่อแรกเห็นและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้ผลิตมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี โดยการใช้สีสันทึบสวยงามและวางองค์ประกอบของภาพได้อย่างเหมาะสม

2. ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องเนื่องจากทางผู้ผลิตมีการวางแผนในการกำหนดเพลงที่นำมาประกอบเช่น เพลง Lost Memory, White Chris has, Believe in myself ซึ่งเหมาะสมกับเนื้อเรื่องทำให้ผู้ชมมีรู้สึกคล้อยตามกับเนื้อเรื่องซึ่งสามารถตอบสนองของความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

3. การตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัวหลังจากชมภาพยนตร์ เนื่องจากเนื้อเรื่องเป็นการสะท้อนสังคมเสนามาในรูปแบบของการถ่ายทอดความจริงในสังคมของปัญหาช่องว่างระหว่างวัย ความแตกต่างทางด้านอายุและความคิดก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ได้แต่สุดท้ายแล้วความรักและความห่วงใยต่างๆ สามารถเอาชนะทุกสิ่งทุกอย่างไปได้เสมอ สอดคล้องกับจิตธนา จิตตเสวี (2544) กล่าวว่า ผลของภาพยนตร์สะท้อนสังคม จะออกมาในรูปแบบของการถ่ายทอดความจริงในสังคมมนุษย์ที่ขัดแย้งกับปัญหาที่ต้องเผชิญในสังคม เช่น ครอบครัว

4. ระยะเวลาที่มีความเหมาะสมสามารถตอบสนองเนื้อเรื่องได้อย่างลงตัว ซึ่งสอดคล้องกับรักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546) ที่กล่าวว่าความยาวของหนังที่เหมาะสมคือความพอดีหรือลงตัว ซึ่งความพอดีหรือลงตัวนี้อยู่ที่หนังสามารถตอบสนองเรื่องได้อย่างพึงพอใจ ซึ่งในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space ได้แบ่งเป็น 4 ตอนตอนละไม่เกิน 2 นาที ซึ่งเป็นเวลาที่เหมาะสมหากนานไปกว่านี้อาจทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายได้

5. นอกจากนี้การผลิตภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง Space ครั้งนี้มีการวางแผนที่ดีโดยเฉพาะการเขียนบทภาพยนตร์ โดยตอนแรกเป็นชีวิตของโมในวัยเด็ก ตอนที่สองเป็นการเผชิญหน้ากันระหว่างยายและหลานซึ่งเริ่มมีปากเสียงรุนแรงมากขึ้น ตอนที่สามเป็นการถ่ายทอดชีวิตที่ต้องอยู่ห่างกันของตัวละคร และตอนที่ 4 เป็นการลงเอยกันอย่างมีความสุขซึ่งสอดคล้องกับรักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546) ที่กล่าวว่าการเปิดเรื่อง เป็นส่วนที่ให้เห็นพื้นเพของเรื่อง เวลา อารมณ์ ปัญหา เพื่อบอกให้คนดูรู้ก่อนที่จะนำพาคนดูไปพบกับเรื่องราวต่าง ๆ หรือเป็นการเกริ่นนำ ตอนที่ 2 นั้นคือการเผชิญหน้า เป็นช่วงที่ให้เห็นตัวละครเผชิญกับอุปสรรค เห็นความต้องการของตัวละครที่ต้องการเอาชนะ ตอนสุดท้ายของเรื่อง กล่าวถึงตัวละครหลักว่าผลลงเอยอย่างไร หลังจากที่เผชิญกับอุปสรรคต่างๆ ถือเป็นจุดวิกฤตสูงสุด เพื่อเป็นการสรุปเรื่องให้คนดู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การคัดเลือกนักแสดง ทางผู้ผลิตได้เลือกตัวแสดงให้สมกับบทบาทของแต่ละตัวละคร ทำให้เรื่องราวที่เสนอสามารถสนองการรับรู้ของผู้ชมได้ แต่จุดด้อยของภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมครอบครัวเรื่อง Space คือลักษณะของผู้แสดงบทไม่วัยเด็กยังไม่แตกต่างกับบทไม่วัยผู้ใหญ่มากนักนอกจากนี้หน้าตาก็ยังไม่ใกล้เคียงกัน ทำให้ไม่สามารถเชื่อได้ว่าเป็นคนเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546) กล่าวถึงการคัดเลือกนักแสดง ซึ่งประกอบด้วยการคัดเลือกนักแสดงที่ดี จะช่วยให้ภาพยนตร์ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างมาก ซึ่งผู้กำกับหน้าใหม่อาจไม่ให้ความสำคัญกับกระบวนการนี้มากนัก หรือใช้ความชอบส่วนตัวในการเลือกนักแสดง ทำให้เกิดความยุ่งยากและผลเสียของการทำงานตามมาได้

7. ประเด็นสำคัญส่วนสุดท้าย คือ ด้านเทคนิคและวิธีการตัดต่อลำดับภาพนั้นยังไม่ดีเท่าที่ควร มีบางช่วงที่ภาพหรือมุกกลิ้งสะดุดไม่ต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ผลิตยังศึกษาตัวอย่างภาพยนตร์ไม่มากพอ ทำให้ขาดความหลากหลายในด้านของมุกกลิ้ง การใช้ดนตรีประกอบ การตัดต่อ รวมถึงเทคนิคและวิธีการใหม่ ๆ

ปัญหาและอุปสรรค

จากการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space ตั้งแต่เริ่มลงมือทำจนแล้วเสร็จได้พบปัญหาและอุปสรรคดังนี้

1. การคัดเลือกนักแสดง

ไม่วัยเด็กซึ่งหากจะหาเด็กจริง ๆ มาเล่นไม่ได้จึงแก้ปัญหาด้วยการหาบุคคลที่มีรูปร่างเล็กเพื่อให้ดูเหมือนเด็กแต่ปรากฏว่าพอถ่ายออกมาจริงๆ แล้วดูไม่ออกเลยว่ารูปร่างเล็ก เพราะเข้ากล้องแล้วดูตัวใหญ่ขึ้นเลยทำให้แยกไม่ออกเลยระหว่างไม่วัยเด็กและไม่วัยรุ่น

สำหรับยายรูปร่างหน้าตายังดูอ่อนกว่าวัย ไม่เข้ากับเนื้อเรื่อง ซึ่งในการติดต่อทางผู้ศึกษาได้ติดต่อไปยังบริษัทจัดหานักแสดงแห่งหนึ่ง ซึ่งโทรไปติดต่อ แต่ไม่เห็นนักแสดงจริงๆ ทำให้ไม่ทราบว่ารูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไรและโทรนัดวันที่จะให้แสดงจริงเลย พอถึงวันถ่ายทำคือไม่สามารถแก้ไขอะไรได้แล้วเพราะได้เตรียมทุกอย่างไว้เรียบร้อยแล้ว

2. ระยะเวลา

เนื่องจากเดินทางไปถ่ายทำที่ จ.ฉะเชิงเทราต้องไปเช้าและเดินทางกลับตอนเย็น ทำให้ทุกอย่างต้องเร่งรีบกับเวลา ต้องถ่ายทำฉากที่นี้ให้ครบทุกฉากภายใน 1 วัน บางครั้งอาจจะเก็บรายละเอียดในบางฉากบางตอนได้ไม่ทัน

ทีมงานมีเวลาว่างไม่ตรงกันระหว่างทีมงานและนักแสดง ซึ่งก็เป็นปัญหาที่ทำให้งานล่าช้าออกไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สถานที่

เนื่องจากใช้หลายสถานที่ เช่น บ้านโม ทางผู้ศึกษาพยายามหาสถานที่ที่ใกล้ ๆ เพื่อให้การเดินทางสะดวกแต่ไม่ได้รับการอนุญาตจากเจ้าของบ้าน ทำให้ต้องหาสถานที่ใหม่โดยการสำรวจ ไปเรื่อย ๆ โดยที่ไม่ได้รู้จักกับเจ้าของบ้านเป็นการส่วนตัวทำให้ลำบากใจในจุดนี้มากเหมือนกัน ซึ่งสุดท้ายก็ได้ที่สถานที่ จ.ฉะเชิงเทรา

วัดเป็นอีกสถานที่ที่หายากเพราะต้องการให้ภาพดูออกมาเก่า ๆ และต้องถ่ายบริเวณโกฐที่ดูร้าง ๆ ทำให้ทางทีมงานกังวลเล็กน้อย ฉากในกรุงซึ่งต้องไปถ่ายหลายที่แต่ที่ละนิดละหน่อยทำให้การเดินทางไม่สะดวก สำหรับฉากในร้านขายเสื้อ ต้องรีบถ่ายทำเพราะใช้สถานที่ในตลาดนัดทำให้มีผู้คนพลุกพล่านถ่ายทำไม่สะดวก

4. การเดินทาง

การเดินทางไม่สะดวกเนื่องจากต้องใช้อุปกรณ์หลายชิ้นและใช้ทีมงานหลายคน และไม่มีรถส่วนตัวทำให้ต้องขอความช่วยเหลือจากเพื่อน

5. เครื่องมือและอุปกรณ์

อุปกรณ์บางชนิดมีการชำรุดระหว่างการถ่ายทำและไม่มีการเตรียมอุปกรณ์สำรองไว้

ข้อเสนอแนะ

1. การคัดเลือกนักแสดงควรคัดเลือกให้เหมาะสมกับบทบาทและเนื้อเรื่อง ควรนัดพบนักแสดงและชี้แจงรายละเอียดของบทให้ชัดเจนเพื่อให้นักแสดงเตรียมตัว
2. ควรศึกษาเทคนิคและวิธีการในถ่ายทำให้มากขึ้นเพื่อให้งานออกมามีคุณภาพ
3. ควรนำจอมอนิเตอร์ไปใช้ในการถ่ายทำเพราะจะทำให้ทราบว่ามียะอะไรที่ไม่ต้องการให้อยู่ในฉากติดอยู่หรือไม่เพื่อประหยัดเวลาไม่ต้องกลับมาถ่ายใหม่ บางครั้งก็ดูแต่เพียงในกล้องก็ยังไม่เห็นรายละเอียดชัดเจน
4. ในการประเมินสื่อกับผู้เชี่ยวชาญควรทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ทางเป็นทางการด้วยเพื่อความเหมาะสม
5. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับคำว่าภาพยนตร์โฆษณาและภาพยนตร์สั้นว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรให้มีความชัดเจนก่อนที่จะตัดสินใจทำการผลิตชิ้นงานออกมา เพราะผู้ศึกษายังไม่สามารถที่จะผลิตชิ้นงานออกให้เหมือนภาพยนตร์โฆษณาได้ ดังนั้นสำหรับผู้สนใจจะผลิตภาพยนตร์โฆษณาจึงควรศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ให้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- จิตรณา จิตตเสวี. 2544. การกำกับภาพยนตร์ขนาดสั้นแนวชีวิต เรื่อง "หนี". ปัญหาพิเศษระดับปริญญาตรี. ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- "ช่องว่างระหว่างวัย". 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaifamilylearning.com/content.htm>.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2543. สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนิตพงษ์ ดังไชย. 2548. การกำกับภาพยนตร์ขนาดสั้นแนวชีวิต เรื่อง "แต่ความคิดถึง". ปัญหาพิเศษระดับปริญญาตรี. ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- บรรจง โกศลวัฒน์. 2540. การกำกับการแสดงในภาพยนตร์. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาภาพยนตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาสกร ใจเชื้อ. 2544. การกำกับภาพยนตร์โฆษณา ชุด หนูอยากเรียน. ปัญหาพิเศษระดับปริญญาตรี. ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. 2546. นักสร้าง สร้างหนัง หนังสือ. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- "สถาบันครอบครัว". 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaimental.com/article>.
- "สังคมเกษตรกรรม". 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.biothai.net/autopage>.
- อำนาจ บุญศรีธธา. 2549. โครงการผลิตภาพยนตร์สั้น เรื่อง ของขวัญปีใหม่. ปัญหาพิเศษระดับปริญญาตรี. ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ภาคผนวก



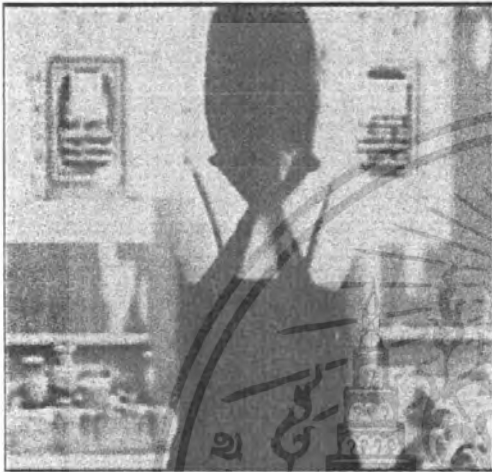
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างภาพผลงานในแต่ละฉาก

ฉากที่ 1 ไหว้โกศที่วัด



ฉากที่ 2 โม่เดินกลับบ้าน



ฉากที่ 3 โม่นอนดูทีวีในบ้าน



ฉากที่ 4 ยายนั่งล้างจาน

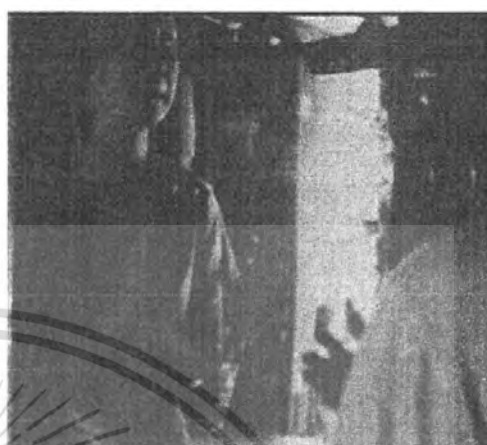


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฉากที่ 5 ยายหลานนั่งรับประทานอาหาร



ฉากที่ 6 โมยีนแต่งตัวหน้ากระจก

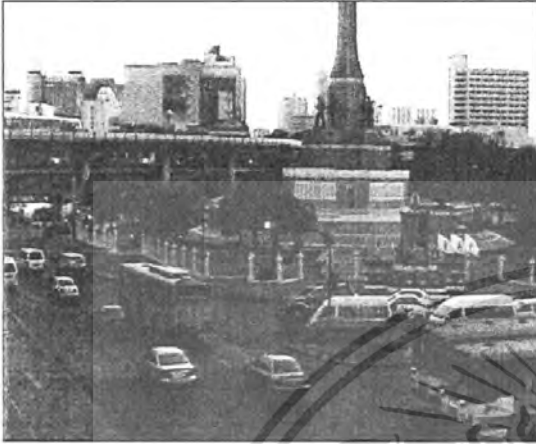


ฉากที่ 7 ยายหลานยืนเคียงกันหน้าบ้าน

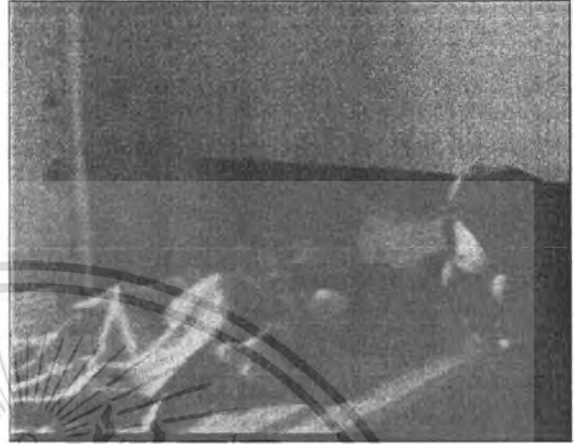


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

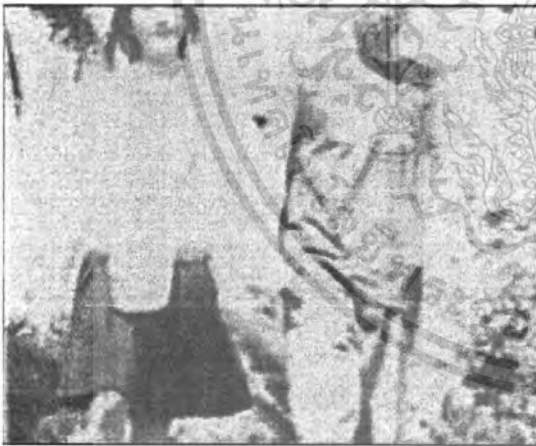
ฉากที่ 8 กรุงเทพมหานครรัชชัษสมรภูมิ



ฉากที่ 9 หอพักในกรุงเทพ



ฉากที่ 10 โมเดินเที่ยวกับแฟน



ฉากที่ 11 เจอคนแกขอทาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฉากที่ 12 ยายล้มป่วย



ฉากที่ 13 โมกกลับบ้านมาเยี่ยมยาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านภาพยนตร์โฆษณา
- ตัวอย่าง แบบประเมินความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์โฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านภาพยนตร์โฆษณา

1. คุณกรกฎ พวงสวัสดิ์

อายุ 29 ปี เพศ หญิง

วุฒิกการศึกษา ปริญญาตรี การแสดงและกำกับการแสดง

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

อาชีพ พนักงานบริษัทแกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเมนต์จำกัด(มหาชน) ตำแหน่ง Co-Producer

2. คุณศานิต ชุตินากุล

อายุ 34 ปี เพศ หญิง

วุฒิกการศึกษา ปริญญาตรี เทคโนโลยีการศึกษา

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

อาชีพ พนักงานบริษัทแกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเมนต์จำกัด(มหาชน) ตำแหน่ง Producer

3. คุณโสพล จันทรโชติ

อายุ 40 ปี เพศ ชาย

วุฒิกการศึกษา ปริญญาโท เทคโนโลยีการศึกษาทางการอาชีพและเทคโนโลยีศึกษา

อาชีพ รัฐบาล ตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์สารนิเทศและประชาสัมพันธ์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

4. คุณปรียา สมพิช

อายุ 36 ปี เพศ หญิง

วุฒิกการศึกษา ปริญญาโท เทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประสานมิตร

อาชีพ รัฐบาล ตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

5. คุณปณัส จำปางาม

อายุ 33 ปี เพศ ชาย

วุฒิกการศึกษา ปริญญาตรี

อาชีพ Agency ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. คุณภานุรุจ อลังการวงษ์

อายุ 41 ปี เพศ ชาย

วุฒิมการศึษา ปริญญาตรี

อาชีพ Production-TV-Film ตำแหน่ง Director

7. คุณมารยาท ไทยนิวัฒน์

อายุ 40 ปี เพศ หญิง

วุฒิมการศึษา ปริญญาตรี

อาชีพ Production-TV-Film ตำแหน่ง ผู้กำกับและเขียนบท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่าง แบบประเมินความพึงพอใจ
โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space

ชื่อ.....นามสกุล.....เพศ.....อายุ.....อาชีพ.....

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณาตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันครอบครัว
2. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความเข้าใจอันดีต่อปัญหาช่องว่างระหว่างวัย
3. เพื่อปลูกฝังให้ผู้รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความกตัญญูรู้คุณต่อครอบครัว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับตามต้องการที่ท่านพิจารณาตามความเห็นของท่าน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ความน่าสนใจของภาพยนตร์โฆษณา			
2. ภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน			
3. ลักษณะภาพมีความชัดเจนและสวยงาม			
4. ความชัดเจนของเสียงประกอบ			
5. ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา			
6. ฉากและสถานที่เข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา			
7. ความชัดเจนของตัวอักษรกราฟิก			
8. ความสวยงามของไตเติ้ลเครดิต			
9. นักแสดงสามารถแสดงบทบาทได้สมจริงและเป็นธรรมชาติ			
10. การดำเนินเรื่องกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ			
11. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอ			
12. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม			
13. ตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว			
14. เข้าใจและเห็นความสำคัญของปัญหาช่องว่างระหว่างวัย			
15. เห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรม			

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ ที่สละเวลาในการกรอกแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความพึงพอใจ
โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space

ชื่อ..... อนุสิทธิ์ ๑๑นามสกุล..... จิรายุ คัมภีร์เพศ..... ชายอายุ..... 18ปี ที่พิมพ์นักเรียน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณาตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันครอบครัว
2. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความเข้าใจอันดีต่อปัญหาช่องว่างระหว่างวัย
3. เพื่อปลูกฝังให้ผู้รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความกตัญญูรู้คุณต่อครอบครัว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับตามต้องการที่ท่านพิจารณาตามความเห็นของท่าน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ความน่าสนใจของภาพยนตร์โฆษณา		/	
2. ภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	/		
3. ลักษณะภาพมีความชัดเจนและสวยงาม	/		
4. ความชัดเจนของเสียงประกอบ		/	
5. ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา		/	
6. ฉากและสถานที่เข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา	/		
7. ความชัดเจนของตัวอักษรกราฟิก	/		
8. ความสวยงามของไตเติ้ลเครดิต		/	
9. นักแสดงสามารถแสดงบทบาทได้สมจริงและเป็นธรรมชาติ	/		
10. การดำเนินเรื่องกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ		/	
11. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอ		/	
12. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	/		
13. ตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว		/	
14. เข้าใจและเห็นความสำคัญของปัญหาช่องว่างระหว่างวัย		/	
15. เห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรม	/		

ข้อเสนอแนะ..... ทำเรื่องยาว ดูที่ชุดโฆษณา พยายาม 100% ส.ส.ด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึง **ขอบคุณที่สละเวลาในการกรอกแบบสอบถาม**

แบบประเมินความพึงพอใจ
โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space

ชื่อ ศักดิ์ใจนามสกุล นพรัตน์เพศ ชายอายุ 21 ปี ชั้นปีที่ ๑ วิทยาลัยการอาชีพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณาตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันครอบครัว
2. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความเข้าใจอันดีต่อปัญหาช่องว่างระหว่างวัย
3. เพื่อปลูกฝังให้ผู้รับชมภาพยนตร์โฆษณาที่มีความกตัญญูผู้คุณต่อครอบครัว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับตามต้องการที่ท่านพิจารณาตามความเห็นของท่าน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ความน่าสนใจของภาพยนตร์โฆษณา		✓	
2. ภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน		✓	
3. ลักษณะภาพมีความชัดเจนและสวยงาม	✓		
4. ความชัดเจนของเสียงประกอบ		✓	
5. ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา		✓	
6. จากและสถานที่เข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
7. ความชัดเจนของตัวอักษรกราฟิก		✓	
8. ความสวยงามของไตเติลเครดิต		✓	
9. นักแสดงสามารถแสดงบทบาทได้สมจริงและเป็นธรรมชาติ		✓	
10. การดำเนินเรื่องกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ	✓		
11. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอ	✓		
12. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	✓		
13. ตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว	✓		
14. เข้าใจและเห็นความสำคัญของปัญหาช่องว่างระหว่างวัย	✓		
15. เห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรม		✓	

ข้อเสนอแนะ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึง **ขอบคุณที่ตลอดเวลาในการกรอกแบบสอบถาม**

แบบประเมินความพึงพอใจ
โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space

ชื่อ อรทัยนามสกุล บุญชู เพศ หญิงอายุ 22 ปี ๓ ใน ๓ เดือน ๓ ปี ๓

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณาตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันครอบครัว
2. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความเข้าใจอันดีต่อปัญหาของว่างระหว่างวัย
3. เพื่อปลูกฝังให้ผู้รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความกตัญญูรู้คุณต่อครอบครัว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับตามต้องการที่ท่านพิจารณาตามความเห็นของท่าน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ความน่าสนใจของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
2. ภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน		✓	
3. ลักษณะภาพมีความชัดเจนและสวยงาม		✓	
4. ความชัดเจนของเสียงประกอบ		✓	
5. ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
6. ฉากและสถานที่เข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
7. ความชัดเจนของตัวอักษรกราฟิก		✓	
8. ความสวยงามของไตเติ้ลเครดิต	✓		
9. นักแสดงสามารถแสดงบทบาทได้สมจริงและเป็นธรรมชาติ		✓	
10. การดำเนินเรื่องกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ		✓	
11. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอ		✓	
12. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	✓		
13. ตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว	✓		
14. เข้าใจและเห็นความสำคัญของปัญหาของว่างระหว่างวัย	✓		
15. เห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรม	✓		

ข้อเสนอแนะ เนื้อหาดีน่าสนใจ ๗/๑๐ ง่ายๆ 1 ลึกซึ้ง ๘ หรือ 10 ขวบนๆ ก็ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึง **รอบคุณทีละเวลาในการกรอกแบบสอบถาม**

แบบประเมินความพึงพอใจ

โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space

ชื่อ ไฉนภัทรีนามสกุล ทวีพรเกษมเพศ หญิง อายุ 26 ปี กำลังศึกษา/ไม่ศึกษา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณาตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันครอบครัว
2. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความเข้าใจอันดีต่อปัญหาช่องว่างระหว่างวัย
3. เพื่อปลูกฝังให้ผู้รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความกตัญญูรู้คุณต่อครอบครัว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับตามต้องการที่ท่านพิจารณาตามความเห็นของท่าน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ความน่าสนใจของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
2. ภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	✓		
3. ลักษณะภาพมีความชัดเจนและสวยงาม	✓		
4. ความชัดเจนของเสียงประกอบ	✓		
5. ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
6. จากและสถานที่เข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
7. ความชัดเจนของตัวอักษรกราฟิก		✓	
8. ความสวยงามของไตเติ้ลเครดิต		✓	
9. นักแสดงสามารถแสดงบทบาทได้สมจริงและเป็นธรรมชาติ		✓	
10. การดำเนินเรื่องกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ	✓		
11. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอ	✓		
12. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม		✓	
13. ตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว		✓	
14. เข้าใจและเห็นความสำคัญของปัญหาช่องว่างระหว่างวัย		✓	
15. เห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรม		✓	

ขอเสนอแนะ โดยรวมแล้วดี น่าสนใจ แต่ถ้าในโฆษณา มีเสียงดังมาก
ออกเพราะบางคน ไม่รู้โฆษณา ก็วนมาเสียงแล้ว
มีกรอกร เสียงดี มีภาพอันดีเอง ภาพสวย ดึงดูด ตื่นเต้น น่าสนใจ
เริ่ม ตี เพลงประกอบดี เนื้อหาดี

นางสาว นิตยา นิตยา นางสาว นิตยา นิตยา จาก "โครงการโรงเรียน" (ขอเวลา)
 เอกสารเรียน เอกสารหลังวันไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ให้กลับมาตี ตี ตี ตี ตี ให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงชื่อคุณที่ส่งเวลาในการกรอกแบบสอบถาม

แบบประเมินความพึงพอใจ

โครงการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเรื่อง Space

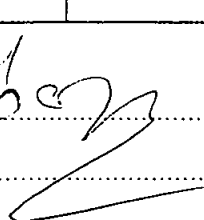
ชื่อ วิมลสุดนามสกุล (วิมลสุด) เพศ หญิง อายุ 40 ปี อาศัย ที่ บ้าน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณาตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันครอบครัว
2. เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความเข้าใจอันดีต่อปัญหาช่องว่างระหว่างวัย
3. เพื่อปลูกฝังให้ผู้รับชมภาพยนตร์โฆษณามีความกตัญญูผู้คุณต่อครอบครัว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับตามต้องการที่ท่านพิจารณาตามความเห็นของท่าน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ความน่าสนใจของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
2. ภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	✓		
3. ลักษณะภาพมีความชัดเจนและสวยงาม	✓		
4. ความชัดเจนของเสียงประกอบ	✓		
5. ดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
6. จากและสถานที่เข้ากับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา	✓		
7. ความชัดเจนของตัวอักษรกราฟิก	✓		
8. ความสวยงามของไตเติลเครดิต	✓		
9. นักแสดงสามารถแสดงบทบาทได้สมจริงและเป็นธรรมชาติ	✓		
10. การดำเนินเรื่องกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ	✓		
11. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอ	✓		
12. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	✓		
13. ตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัว	✓		
14. เข้าใจและเห็นความสำคัญของปัญหาช่องว่างระหว่างวัย	✓		
15. เห็นความสำคัญต่อสังคมเกษตรกรรม	✓		

ชื่อเสนอแนะ สมชาย วิมลสุด 

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึง ขอบคุณที่ตลอดเวลาในก้าวรกรอกแบบสอบถาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเวลาและแผนการดำเนินงาน (Scheduling and Planning)

ผู้จัดทำได้ทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำโครงร่างเสนอคณะกรรมการควบคุมปัญหาพิเศษ ผลิตชิ้นงาน ทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย จนกระทั่งสรุปผลการศึกษาและจัดทำเล่มปัญหาพิเศษฉบับสมบูรณ์ เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2549 ถึงเดือนมีนาคม 2550 รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 6 เดือน โดยมีรายละเอียดตารางเวลาและแผนการดำเนินงาน ดังนี้

ตารางแสดงเวลาและแผนการดำเนินงาน

รายละเอียดการดำเนินงาน	ระยะเวลา					
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
1. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำโครงร่างฯ	←→					
2. สอบโครงร่างปัญหาพิเศษ		←→				
3. เขียนบทภาพยนตร์โฆษณา		←→				
4. กำหนดหน้าที่ของทีมงาน หาสถานที่ถ่ายทำ			←→			
5. คัดเลือกนักแสดงและข้อบทบทนาท			←→			
6. ถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา			←→			
7. ติดต่อภาพยนตร์โฆษณาและบันทึกงานที่เสร็จสมบูรณ์ลงดีวีดี					←→	
8. นำสื่อไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ						←→
9. ปรับปรุงแก้ไขสื่อตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						←→
10. ทดลองใช้สื่อกับกลุ่มเป้าหมาย						←→
11. วิเคราะห์ข้อมูลจากผลการทดลอง						←→
12. ปรับปรุงแก้ไขสื่อจนเสร็จสมบูรณ์						←→
13. จัดทำเล่มปัญหาพิเศษฉบับสมบูรณ์						←→
14. สอบปัญหาพิเศษ						←→

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทรัพยากรและงบประมาณที่จะใช้ (Required Budget and Resource)

การจัดทำโครงการครั้งนี้ มีการใช้ทรัพยากรทั้งในส่วนของเครื่องมือและอุปกรณ์ รวมทั้งวัสดุใช้สอยต่างๆ และงบประมาณที่จะใช้เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วง ดังนี้

1. ทรัพยากรที่ใช้ในการศึกษา

1.1 เครื่องมือและอุปกรณ์

- 1.1.1 คอมพิวเตอร์ระบบมัลติมีเดีย CPU Pentium 4 RAM512MB HDD80 GB+CD Read+Writer และมีระบบปฏิบัติการ Windows XP
- 1.1.2 ใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro 1.5 ในการตัดต่อ
- 1.1.3 ใช้โปรแกรม Adobe Audition 1.5 ตัดต่อเสียง
- 1.1.4 ใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS2
- 1.1.5 โปรแกรม SwishMax
- 1.1.6 โปรแกรม SoundForge
- 1.1.7 กล้องถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอระบบดิจิทัล
- 1.1.8 เครื่องบันทึกระบบDVD
- 1.1.9 เครื่องมอโนเตอร์
- 1.1.10 วิดีโอระบบดิจิทัลและอะนาล็อก
- 1.1.11 เทป
- 1.1.12 ขาดังกล้อง , สายไฟ , แบตเตอรี่
- 1.1.13 รีเฟรช
- 1.1.14 สแกนเนอร์
- 1.1.15 เครื่องพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ต HP Deskjet 3920
- 1.1.16 ไมโครโฟนบันทึกเสียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัสดุใช้สอย

- 1.2.1 กระดาษ
- 1.2.2 สติกเกอร์ติดแผ่นซีดี
- 1.2.3 แผ่นซีดีรวมพร้อมกล่อง
- 1.2.4 เครื่องแต่งกาย

2. งบประมาณที่ใช้ในการศึกษา

ค่าจ้างนักแสดง	1,100	บาท
ค่าเดินทาง	465	บาท
ค่าอาหาร	1,200	บาท
ค่าเช่าสถานที่ถ่ายทำ	500	บาท
ค่าเอกสาร	150	บาท
ค่าจัดทำรูปเล่ม	1,000	บาท
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	1,000	บาท
รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	<u>5,415</u>	บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ - สกุล	นางสาวนนทยา หมั่นเตียง
วัน/ เดือน/ ปี/ เกิด	22 กันยายน 2527
ที่อยู่ปัจจุบัน	7 ม. 2 ต. ทวายซาอ อ. สอยดาว จ. จันทบุรี 22180
ประวัติการศึกษา	ปี 2540-2546 ระดับมัธยม โรงเรียนสอยดาววิทยา ปี 2546-2548 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลภาคตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี ปี 2549 ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (นิเทศศาสตร์เกษตร) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ความรู้สึก

ความคิดตอนแรกคิดว่ากรทำภาพยนตร์นั้นมันยากมากเลยไม่กล้าที่จะทำ แต่อาจารย์ณัฐก็ได้บอกไว้ว่า ไม่มีอะไรยากเกินความสามารถของเราได้หรอก ถ้าเราไม่คิดจะทำมัน ก็เลยตัดสินใจทำภาพยนตร์โฆษณาชิ้นซึ่งได้ทำกับคุณต่าย (อ้วนพริ้ว) และกว่าจะได้เรื่องที่จะทำก็นานมาก ไปเสนอบออาจารย์เท่าไรก็ไม่ผ่าน เรื่องยังไม่น่าสนใจ แล้ววันหนึ่งคุณต่ายไปดูหนังสั้นเกี่ยวกับความรู้สึกของพี่กับน้อง ตอนนั้นทำให้เกิดความรู้สึกว่าคล้ายชีวิตจริงที่เกี่ยวกับยาย ก็เลยเสนอให้อาจารย์ฟัง ซึ่งเป็นเนื้อเรื่องที่ใช้ได้ และต้องขอขอบคุณ อาจารย์ณัฐกร เพราะช่วยกับงานครั้งนี้เป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นบท โดยเฉพาบทที่มีผู้ชายมารับแต่สุดท้ายเป็นกระเทย (คิดได้ไงคะอาจารย์ ลูกศิษย์คิดไม่ถึงจึงทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้สากว่าเศร้า) การยืมอุปกรณ์ การให้คำปรึกษาทุกครั้งทีลูกศิษย์ไม่เข้าใจ โทรไปก่อกวนไม่เป็นเวลา และต้องขอโทษอาจารย์ที่ไปพบอาจารย์สายทุกครั้งขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทีมงานทุกคนที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ซึ่งทุกคนต่างก็มีงานอยู่แล้วต้องขอขอบคุณมาก ๆ ตอนนีทำให้รู้สึกว่าการทำภาพยนตร์สั้นมากขึ้น (ถ้ามีโอกาส)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

