

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยหาค่า Index of item objective ของเครื่องมือก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญแตกต่างกัน เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ดร.ณัฐแก้ว ช้องรอด ตำแหน่ง ประธานหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ผู้เชี่ยวชาญในด้านงานวิจัย สถิติการวิจัย และด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
2. อาจารย์ปิยพร ศัพท์ช่าง ตำแหน่ง อาจารย์ฝ่ายปกครอง โรงเรียนหล่มสัก วิทยาคม และหัวหน้าศูนย์โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้เชี่ยวชาญและมีความเข้าใจเรื่องวัยรุ่น และสังคมของวัยรุ่น
3. อาจารย์สกลชนก เผื่อนพงษ์ ตำแหน่ง อาจารย์พิเศษ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ นักออกแบบอิสระ และผู้ทำวิจัยเกี่ยวกับภาพยนตร์ โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากหอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) และได้รับรางวัลผลงานวิจัยดีเด่นจากการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 4

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา
การส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์"



เลขที่แบบสอบถาม 000

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา การส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเรื่องการรู้เท่าทันสื่อลักษณะการส่งต่อวิดีโอและแนววิดีโอที่ส่งต่อในสื่อยูทูป (YouTube) ของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้การวิจัยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและโปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างรอบคอบให้ครบทุกข้อ โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้สอบถามเฉพาะนักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (LINE) เท่านั้น
2. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ตรงคำตอบที่ท่านต้องการ
3. แบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
 - ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์
 - ตอนที่ 4 พฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในยูทูป (YouTube) ผ่านเฟสบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (LINE)
 - ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ลงชื่อ นายวันฉัตร กันหา

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับสภาพเป็นจริงของท่าน

1. เพศ () หญิง () ชาย
2. อายุ () น้อยกว่า 18 ปี () 18–19 ปี () 20–21 ปี
() 22–23 ปี () 24 ปี ขึ้นไป
3. สาขาที่เรียน โปรดระบุ.....
4. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน*รายได้ที่รับจากผู้ปกครอง รวมค่าที่พัก รวมถึงรายรับที่หาได้ด้วยตนเอง
() น้อยกว่า 5,000 บาท () 5,001 – 10,000 บาท () 10,001 – 15,000 บาท
() 15,001 – 20,000 บาท () 20,001 – 25,000 บาท () มากกว่า 25,001 บาท
5. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่ที่ใด
() หอพัก () บ้านญาติ () อยู่บ้านกับพ่อแม่
() อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. จำนวนเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์
() น้อยกว่า 50 คน () 51 – 250 คน () 251 – 500 คน
() 501 – 750 คน () 751– 1,000 คน () มากกว่า 1,001 คน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

1. วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์*สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
() ความบันเทิง () ศึกษาค้นคว้าความรู้ () สร้างคุณค่าหรือค่านิยมให้แก่ตนเอง
() ติดตามข่าวสาร () เพื่อสังคม และผู้อื่น () ซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์
() อื่นๆ โปรดระบุ.....
2. ใช้สื่อสังคมออนไลน์จากสถานที่ใด*สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
() บ้านหรือหอพัก () ที่ทำงาน
() ที่มหาวิทยาลัย () สถานที่ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต หรือร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่
() อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. ความถี่ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์
() ทุก 1 – 30 นาที () ทุก 31 นาที - 1 ชั่วโมง () ทุก 1.01 – 1.30 ชั่วโมง
() ทุก 1.31–2 ชั่วโมง () ทุก 2.01 – 2.30 ชั่วโมง () ทุก 2.31–3 ชั่วโมง
() มากกว่า 3 ชั่วโมง
4. ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้งเป็นเวลาเท่าใด
() 1 – 15 นาที () 16 – 30 นาที () 31 – 45 นาที
() 46 นาที – 1 ชั่วโมง () มากกว่า 1 ชั่วโมง

5.ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเครื่องรับชนิดใด*สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- () โทรศัพท์ () คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ () โน้ตบุ๊ก
 () แท็บเล็ต / สมาร์ทโฟน () อื่นๆ โปรดระบุ.....

6.ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยในช่วงเวลาใด*สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- () 6.01 - 09.00 น. () 09.01 - 12.00น. () 12.01 - 15.00 น.
 () 15.01 -18.00 น. () 18.01 - 21.00 น. () 21.01 - 24.00 น.
 () 24.01 - 03.00 น. () 03.01 - 06.00 น.

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์

ค่าที่แจ้งในส่วนที่ 3 นั้นโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับ ความคิดเห็น ของท่านมากที่สุด ตามระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	มาก
ระดับ 3	หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	น้อย
ระดับ 1	หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	น้อยที่สุด

ข้อ	การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์	ระดับการรู้เท่าทันสื่อ				
		5	4	3	2	1
ข้อ	1. วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์					
1	สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว					
2	สามารถเลือกเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับเวลา					
3	สามารถเลือกเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมสถานที่ที่รับชม					
4	เลือกรับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ตามวัตถุประสงค์ของตนเองได้					
5	มีความรู้ ความเข้าใจ ในคำศัพท์ และเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์					
6	สามารถเข้าถึงสื่ออื่นๆนอกเหนือจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ เช่น หนังสือพิมพ์ /TV					
ข้อ	2. วิเคราะห์วิพากษ์สื่อสังคมออนไลน์					
1	สามารถบอกต่อในเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ ที่รับชมได้					
2	วิเคราะห์ถึงเนื้อหา ของวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ได้					
3	วิเคราะห์ถึงเป้าหมายและความต้องการของวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ได้					

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์		ระดับการรู้เท่าทันสื่อ				
		5	4	3	2	1
4	ใช้ความรู้เพื่อทำนายผลที่จะเกิดจากการรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ได้					
5	ใช้ประสบการณ์ เพื่อทำนายผลที่จะเกิดจากการรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ได้					
6	จดจำเรื่องราวจากการรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ได้					
7	สนทนาได้ตอบในเนื้อหาวิดีโอและภาพยนตร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้					
ข้อ	3. ประเมินคุณค่าสื่อสังคมออนไลน์					
1	สามารถประเมินคุณค่า เนื้อหา ของสื่อได้อย่างถูกต้องเหมาะสม					
2	สามารถประเมิน ด้านคุณธรรม จริยธรรมของสื่อได้อย่างถูกต้องเหมาะสม					
3	การรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อตนเองด้านความรู้					
4	การรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลแรงบันดาลใจหรือพฤติกรรมเลียนแบบ					
5	สามารถนำการประเมินคุณค่าทัศนคติที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์ มาปรับใช้กับตนเอง					
6	สามารถสังเคราะห์ประโยชน์ หรือคุณค่า จากการรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ได้					
ข้อ	4. ความสามารถในการเชิงสร้างสรรค์ หรือสื่อสาร					
1	สามารถแยกแยะเรื่องที่ถูกสร้างขึ้น หรือเรื่องจริง ได้					
2	มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตวิดีโอและภาพยนตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย					
3	สามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง จากการรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์					
4	สามารถใช้ทักษะการสื่อสาร จากการรับชมวิดีโอและภาพยนตร์กับบุคคลอื่นได้					
5	สามารถสร้างเครือข่าย หรือมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ในสื่อสังคมออนไลน์ได้					

ข้อ	รูปแบบเนื้อหาในการส่งต่อผ่าน Facebook/Line	ระดับการส่งต่อผ่าน Facebook						ระดับการส่งต่อผ่าน Line						
		5	4	3	2	1	0	5	4	3	2	1	0	
		13	นำกลัว สยองขวัญ											
14	ตลกขบขัน													
15	โรแมนติก													
16	สารคดี													
17	นิยายวิทยาศาสตร์													
18	สงคราม													
19	รูปแบบวิดีโอจากเรื่องจริง เหตุการณ์จริง													
20	รูปแบบวิดีโอจากเรื่องที่ตั้งขึ้นจากเรื่องจริง หรือมี เค้าโครงจากเรื่องจริง													
21	รูปแบบวิดีโอจากเรื่องที่ตั้ง หรือจากเรื่องสมมุติ													
22	อื่นๆ โปรด ระบุ.....													

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค

คุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ประเด็นคำถาม		ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม						
1	เพศ	+1	+1	+1	1	ผ่าน
2	อายุ	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3	สาขาที่เรียน	0	+1	+1	0.66	ผ่าน
4	รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	+1	+1	+1	1	ผ่าน
5	ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่ที่ใด	0	+1	+1	0.66	ผ่าน
6	จำนวนเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์	+1	+1	+1	1	ผ่าน
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์						
1	วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	+1	+1	0	0.66	ผ่าน
2	ใช้สื่อสังคมออนไลน์จากสถานที่ใด	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3	ความถี่ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์	+1	+1	0	0.66	ผ่าน
4	ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้งเป็นเวลาเท่าใด	+1	+1	+1	1	ผ่าน
5	ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเครื่องรับชนิดใด	+1	+1	+1	1	ผ่าน
6	ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยในวงเวลาใด	+1	+1	+1	1	ผ่าน
ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์						
3.1 วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์						
1	สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว	+1	0	+1	0.66	ผ่าน
2	สามารถเลือกเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่าง ถูกต้อง เหมาะสมกับเวลา	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3	สามารถเลือกเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่าง ถูกต้อง เหมาะสมสถานที่ที่รับชม	+1	+1	+1	1	ผ่าน
4	เลือกรับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ตาม วัตถุประสงค์ของตนเองได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
5	มีความรู้ ความเข้าใจ ในคำศัพท์ และเนื้อหาของสื่อ สังคมออนไลน์	+1	+1	+1	1	ผ่าน
6	สามารถเข้าถึงสื่ออื่นๆนอกเหนือจากสื่อสังคม ออนไลน์ได้ เช่น หนังสือพิมพ์ /TV	+1	+1	+1	1	ผ่าน

ประเด็นคำถาม		ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
3.1 วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์						
1	สามารถบอกต่อในเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ที่ รับชมได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
2	วิเคราะห์ถึงเนื้อหา ของวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อ สังคมออนไลน์ได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3	วิเคราะห์ถึงเป้าหมายและความต้องการของวิดีโอ และภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
4	ใช้ความรู้เพื่อทำนายผลที่จะเกิดจากการรับชมวิดีโอ และภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
5	ใช้ประสบการณ์ เพื่อทำนายผลที่จะเกิดจากการ รับชมวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
6	จดจำเรื่องราวจากการรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ใน สื่อสังคมออนไลน์ได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
7	สนทนาได้ตอบในเนื้อหาวิดีโอและภาพยนตร์ผ่าน สังคมออนไลน์ได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3.3 ประเมินคุณค่าสื่อสังคมออนไลน์						
1	สามารถประเมินคุณค่า เนื้อหา ของสื่อได้อย่าง ถูกต้องเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ผ่าน
2	สามารถประเมิน ด้านคุณธรรม จริยธรรมของสื่อได้ อย่างถูกต้องเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3	การรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลต่อตนเองด้านความรู้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
4	การรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลแรงบันดาลใจ หรือพฤติกรรมเลียนแบบ	+1	+1	+1	1	ผ่าน
5	สามารถนำการประเมินคุณค่าทัศนคติที่ได้จากสื่อ สังคมออนไลน์ มาปรับใช้กับตนเอง	-1	+1	+1	1	ผ่าน
6	สามารถสังเคราะห์ประโยชน์ หรือคุณค่า จากการ รับชมวิดีโอและภาพยนตร์ได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน

ประเด็นคำถาม	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	
	1	2	3			
3.4 ความสามารถในการเชิงสร้างสรรค์ หรือสื่อสาร						
1	สามารถแยกแยะเรื่องที่ถูกสร้างขึ้น หรือเรื่องจริง ได้	+1	+1	0	0.66	ผ่าน
2	มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตวิดีโอและ ภาพยนตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3	สามารถใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง จากการรับชมวิดีโอและภาพยนตร์ ในสื่อสังคม ออนไลน์	+1	+1	+1	1	ผ่าน
4	สามารถใช้ทักษะการสื่อสาร จากการรับชมวิดีโอ และภาพยนตร์กับบุคคลอื่นได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
5	สามารถสร้างเครือข่าย หรือมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคล อื่น ในสื่อสังคมออนไลน์ได้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
ตอนที่ 4 พฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ใน YouTube ผ่าน Facebook /Line						
4.1 เหตุผลในการส่งต่อผ่าน Facebook/Line						
1	ส่งต่อข้อมูลที่มีประโยชน์ เพื่อสังคม	+1	+1	+1	1	ผ่าน
2	ส่งต่อตามอารมณ์	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3	ส่งต่อเพราะต้องการแสดงความเป็นตัวเองให้ผู้อื่น ได้รับรู้	+1	+1	+1	1	ผ่าน
4	ส่งต่อเพราะต้องการมีส่วนร่วมกับสังคม	+1	+1	+1	1	ผ่าน
5	ส่งต่อเพื่อผลทางธุรกิจ	+1	+1	+1	1	ผ่าน
4.2 รูปแบบเนื้อหาในการส่งต่อผ่าน Facebook/Line						
1	ชอปปิงและแฟชั่น	+1	+1	0	0.66	ผ่าน
2	ความบันเทิง	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3	เทคโนโลยี	+1	+1	+1	1	ผ่าน
4	ธุรกิจและอุตสาหกรรม	+1	+1	0	0.66	ผ่าน
5	งานอดิเรกและงานกิจกรรม	+1	+1	+1	1	ผ่าน
6	ครอบครัวและความสัมพันธ์	+1	+1	0	0.66	ผ่าน

ประเด็นคำถาม		ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
7	กีฬาและกิจกรรมกลางแจ้ง	+1	+1	+1	1	ผ่าน
8	อาหารและเครื่องดื่ม	+1	+1	0	0.66	ผ่าน
9	การออกกำลังกายและการเป็นอยู่ที่ดี	+1	+1	+1	1	ผ่าน
10	วัยรุ่น	+1	+1	0	0.66	ผ่าน
11	ผจญภัย	+1	+1	+1	1	ผ่าน
12	อาชญากรรม ลึกลับ สืบสวน	+1	+1	+1	1	ผ่าน
13	น่ากลัว สยองขวัญ	+1	+1	+1	1	ผ่าน
14	ตลกขบขัน	+1	+1	+1	1	ผ่าน
15	โรแมนติก	+1	+1	+1	1	ผ่าน
16	สารคดี	+1	+1	+1	1	ผ่าน
17	นิยายวิทยาศาสตร์	+1	+1	+1	1	ผ่าน
18	สงคราม	+1	+1	+1	1	ผ่าน
19	รูปแบบวิดีโอจากเรื่องจริง เหตุการณ์จริง	+1	+1	+1	1	ผ่าน
20	รูปแบบวิดีโอจากเรื่องที่ตั้งขึ้นจากเรื่องจริง หรือมี เค้าโครงจากเรื่องจริง	+1	+1	+1	1	ผ่าน
21	รูปแบบวิดีโอจากเรื่องที่ตั้ง หรือจากเรื่องสมมุติ	+1	+1	+1	1	ผ่าน