

บทที่ ๓

นักเขียนข้อความโฆษณากับงานโฆษณาส่งพิมพ์

ในบทที่ ๒ ข้าพเจ้าคาดหวังว่าท่านผู้อ่านคงจะได้ทำความรู้จักกับเรื่องสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานโฆษณา เมื่อมาถึงบทนี้จึงจำเป็นต้องไต่บันไดขึ้นไปอีกขั้น เพื่อทำความรู้จักกับนักเขียนข้อความโฆษณาหรือ COPYWRITER ผู้ที่บรรจง เสกสรร ปั้นแต่ง คำโฆษณาออกมาให้เราได้เห็นกัน

นักเขียนข้อความโฆษณา เขาอาจจะอยู่กับความเป็นจริง หรืออยู่ในโลกของจินตนาการ อาจจะเป็นคนกระตือรือร้น กระหายที่จะทำงานในทุกวินาที หรืออาจจะเกียจคร้าน แม้กระทั่งจะขยับฟันเพื่อเคี้ยวหมากฝรั่งในปาก เขาอาจจะมีมาตของนักธุรกิจในขณะที่แฝงความเป็นศิลปินอยู่ในสายเลือด เขาชอบที่จะรู้จักผู้คน แต่อาจจะไม่มีใครเลยสักคนที่อยู่ล้อมรอบในเวลาที่เขาเขียนงานโฆษณาสักชิ้น หรือ... เขาอาจจะเป็นคนรักสันโดษ แต่งานของเขากลับมีไว้สำหรับคนหมู่มาก เขาอาจจะเป็นคนอ่อนไหว ในขณะที่ดูเข้มแข็ง เด็ดเดี่ยว เมื่อต้องเสนอความคิดในการประชุม นี่คือนักเขียนที่มีความหลากหลาย มีต่างแง่มุมให้รอบมอง ในขณะที่เดียวกันเขาต้องกระทำไปเพื่อสิ่ง ๆ เดียว.... เพื่อที่จะขาย! (สินค้า)

ก๊อปปีไรท์เตอร์ จักรเฟื่องที่สำคัญในวงสื่อโฆษณา

ในบริษัทที่ใหญ่และชัดเจนพอที่จะเรียกว่า เป็นบริษัทโฆษณาได้ควรจะมีแผนกต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่ในแต่ละส่วนของงานโฆษณา แผนกสร้างสรรค์ (CREATIVE DEPARTMENT) ก็เป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านของการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณาให้ออกมาสู่สาธารณะชน และนี่คือส่วนประกอบต่าง ๆ

ที่รวมกันขึ้นเป็นแผนกสร้างสรรค์

๑. CREATIVE DIRECTOR หรือในภาคภาษาไทยคือ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ผู้มีหน้าที่ควบคุมทุกฝ่ายในแผนกสร้างสรรค์ งานโฆษณาแต่ละชิ้นจะมี CREATIVE DIRECTOR เป็นแกนสำคัญโดยจะเป็นผู้ที่ริเริ่ม เสนอ CONCEPT โฆษณา และในบางครั้งอาจจะมีการร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อหาแนวคิดทางโฆษณากับฝ่ายศิลป์คือ VISUALIZER และฝ่ายข้อความโฆษณา COPYWRITER ด้วย

๒. COPYWRITER นักเขียนข้อความโฆษณา จะทำหน้าที่ต่อเนื่องจากที่ CREATIVE DIRECTOR ได้กำหนด CONCEPT ในการโฆษณาแล้ว โดยเป็นผู้รับผิดชอบในการคิดและเขียนข้อความโฆษณา ซึ่งจะต้องทำงานประสานกับฝ่าย VISUALIZER นั่นคือข้อความโฆษณาที่คิดและเขียนออกมาต้องสัมพันธ์กันกับภาพที่ฝ่าย VISUALIZER สร้างสรรค์ไว้ โดยหลักสำคัญของนักเขียนข้อความโฆษณาและ VISUALIZER คือ จะต้องยึด CONCEPT ที่ CREATIVE DIRECTOR ได้กำหนดไว้ เมื่อเขียนข้อความโฆษณาเรียบร้อยแล้ว งานจะส่งกลับไปให้ CREATIVE DIRECTOR ตรวจสอบอีกครั้งจากนั้นจึงนำเสนอให้แก่ลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าความจริงแล้วนักโฆษณาก็เหมือนกับทำหน้าที่รับจ้างเป็นมันสมองให้ลูกค้าไม่ว่าคุณจะได้งานที่วิเศษเลิศเลอเพียงใด หากลูกค้าไม่พอใจอนาคตในชิ้นงานคุณย่อมไม่แคล้วเป็นเศษกระดาษที่ถูกหย่อนลงในตระกร้าตัวเอง (ด้วยมือคุณเอง) นักเขียนข้อความโฆษณา จึงต้องปรับปรุงแก้ไขข้อความโฆษณา เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

๓. ART DIRECTOR ผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ ทำหน้าที่กำกับ VISUALIZER ในการนำเสนอรูปแบบชิ้นงานโฆษณา และควบคุมคุณภาพ ความคมกราว LAYOUT ดึงภาพออกมาจากความคิด วางองค์ประกอบที่เหมาะสมของภาพ ความคมเทคนิคสี การพิมพ์ รวมไปถึงขั้นตอนการผลิตงานออกมา

๔. VISUALIZER ฝ่ายคิดภาพโฆษณา ทำหน้าที่ถ่ายทอดความคิดของ

CREATIVE DIRECTOR ให้ออกมาเป็นภาพ หรือในบางครั้งจะร่วมใน การคิด
CONCEPT โฆษณาด้วย

๕. ARTIST ฝ่ายศิลป์ จะรับงานต่อเนื่องจาก VISUALIZER ซึ่งจะ
คิดรูปแบบของโฆษณาแล้ว ก็อปปีไรท์เตอร์จึงเป็นหนึ่งในขุนพลที่มีความสำคัญ
โดยเฉพาะในส่วนของการข้อความโฆษณา ที่จะมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความสนใจ
อยากทดลองใช้ การให้ข้อมูล และนำไปสู่นิพพานแห่งการโฆษณานั้นคือเกิดการซื้อ
สินค้าขึ้น

แม้ว่าข้อความโฆษณาจะออกมาจากความคิดของก๊อปปีไรท์เตอร์เพียงผู้
เดียว แต่กว่าจะออกมาเป็นความคิดเป็นชิ้นงานได้นั้นก๊อปปีไรเตอร์จำเป็นจะต้องมี
ความสัมพันธ์กับฝ่ายอื่น ๆ ในบริษัทโฆษณาด้วย เพื่อให้ชิ้นงานออกมาสมบูรณ์ตรง
ตามวัตถุประสงค์ที่สุด ฝ่ายดังกล่าวได้แก่

ฝ่ายบริหารลูกค้า ซึ่งเป็นฝ่ายที่รับข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าทั้งหมดมา
จากลูกค้า การสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ดี จะไม่เลื่อนลอย เพื่อฝัน แต่ต้องอยู่
บนรากฐานของการเข้าใจปัญหาอย่างแท้จริง ก๊อปปีไรเตอร์จึงจำเป็นจะต้อง
เรียนรู้เกี่ยวกับข้อมูลทั้งในส่วนของตัวสินค้า กลุ่มเป้าหมาย ตลาด ตลอดจนวัต
ตุประสงค์ของแผนงาน เพื่อผลิตงานโฆษณาที่ดีที่สุดสำหรับสินค้า

ฝ่ายศิลป์ หน้าที่ของฝ่ายศิลป์ คือการช่วยให้งานโฆษณาเป็นที่สะดุดตา และ
สร้างความสนใจแก่ผู้พบเห็นโฆษณา เช่นการวาง LAYOUT โฆษณา การเลือกตัว
หนังสือ รูปภาพประกอบชิ้นงานของฝ่ายศิลป์จะกระทำพร้อมกันหรือหลังจากการ
เขียนข้อความโฆษณาเสร็จลง

ฝ่ายผลิตงานโฆษณา ก๊อปปีไรท์เตอร์จะเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับฝ่าย
ผลิตงานโฆษณาในเรื่องการสร้างสรรค์งาน เช่น การปรึกษาหารือ เกี่ยวกับข้อจำ
กัทางเทคนิค ของวิธีการผลิตต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา

หนทางไปสู่ดวงดาว

เมื่อคุณเริ่มต้นชีวิตการเป็นนักโฆษณาในฐานะก๊อปปีไรท์เตอร์ หน้าที่ความรับผิดชอบของคุณ ก็เหมือนกับเด็กที่เริ่มต้นชั้นอนุบาล หาก你不ใช้สุดยอดของสุดยอดอัจฉริยะ คุณย่อมต้องการทำงานหนักแน่นอน อาชีพก๊อปปีไรท์เตอร์ก็เหมือนกับอาชีพอื่น ๆ ทั่วไป ที่จะต้องเรียนรู้ด้วยความอดสาหัส คุณจะต้องเขียนเขียนแล้วแก้ แก้แล้วก็เขียนใหม่ อย่าเพิ่งหมดกำลังใจถ้าผลงานของคุณยังไม่ได้รับการยอมรับ หาก你不ย่อท้อ วันเวลาที่ผ่านไปกับผลงานที่เพิ่มมากขึ้น จะทำให้คุณมีความสำคัญขึ้น

ก๊อปปีไรท์เตอร์ที่เก่งจะต้องมีความพร้อมตลอดเวลา คุณควรจะต้องมีความกระตือรือร้น พร้อมทั้งจะรับผิดชอบงานในทุกขณะจะต้องรู้จริงในสิ่งที่คุณเขียน เข้าใจในองค์ประกอบของสินค้าที่คุณเขียน เรียนรู้ในเรื่องของการวางองค์ประกอบภาพ คุณต้องเปิดรับความรู้เข้ามาในหลาย ๆ ด้านเกี่ยวกับกระบวนการโฆษณา เหตุผลก็คือคุณสามารถพูดคุยปรึกษาหารือหรือแสดงความคิดเห็นกับฝ่ายอื่น ๆ เช่น ฝ่ายศิลป์ หรือฝ่ายผลิตในส่วนของปัญหา ที่มีผลกระทบต่องานที่คุณเขียน

เมื่อคุณมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นคุณจะมีโอกาสได้เผชิญหน้ากับลูกค้า ได้ปรึกษาหารือโดยตรงกับฝ่ายบริหารลูกค้าฝ่ายสื่อโฆษณาหรืออาจจะฝ่ายวิจัย แทนที่จะเพียงแต่รับงานมาจาก SENIOR COPYWRITER อีกทอดอย่างที่เคยเป็น คุณควรที่จะเริ่มต้นการเรียนรู้ ทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับตัวสินค้าที่จะเอื้ออำนวยต่องานโฆษณาของคุณ SENIOR COPYWRITER ผู้ซึ่งคอยแนะนำแก้ไข ในวันที่คุณยังอ่อนประสบการณ์ จะเริ่มยอมรับคุณในฐานะที่เป็นนักโฆษณามากขึ้น คุณจะมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นข้อโต้แย้ง และสิ่งเหล่านี้จะเริ่มนำคุณไปสู่ความเป็นมืออาชีพ

SENIOR COPYWRITER คือกระดุกสันหลังในฝ่ายเขียนข้อความโฆษณา

พวกเขาเหมือนทหารผ่านศึกที่ผ่านสงครามมาอย่างเจเนจัด ประสบการณ์ทุกระยะทำให้พวกเขาอยู่ในระดับแนวหน้าของบรรดานักสร้างสรรค์ นี่คือตำแหน่งที่ก๊อปปีไรท์เตอร์ควรจะคาดหวังเอาไว้ (ยิ่งตำแหน่งสูงขึ้นเท่าใด ที่ว่างสำหรับคุณก็ยิ่งจะไม่พอมากยิ่งขึ้น) เมื่อคุณก้าวมาสู่จุดนี้ได้ คุณจะเรียนรู้โดยสัญชาตญาณ เมื่อถึงภาวะที่จะต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ คุณจะมีภาระรับผิดชอบที่ต้องแบกมากขึ้น คุณจะต้องเจียดเวลาที่จะใช้ในห้องประชุม คุณจะได้เขียนงานโฆษณาที่สำคัญ แปลยิ่งใหญ่ ต้องดูแลการทำงานของพนักงานที่อยู่ใต้บังคับบัญชาอีกทอด สิ่งเหล่านี้คือบันไดที่คอยเสริมคุณอยู่ที่ละขั้น ๆ และอาจแนะนำคุณขึ้นไปสู่จุดสูงสุดในฝ่ายสร้างสรรค์ นั่นคือ การเป็น CREATIVE DIRECTOR

โฆษณาสิ่งพิมพ์ ก้าวที่ท้าทายของก๊อปปีไรท์เตอร์

หนทางไปสู่ดวงดาว ไม่ง่ายและไม่ยากเกินที่จะไขว่คว้า จิตใจที่มุ่งมั่นอย่างเดียวนั้นเพียงพอที่จะทำให้คุณประสบความสำเร็จได้ ความสามารถเป็นอีกสิ่งที่สำคัญที่ต้องคอยสะสมไว้ เพื่อเป็นรากฐานรองรับความสำเร็จของคุณ เมื่อคุณก้าวเข้ามา ทำหน้าที่ก๊อปปีไรท์เตอร์ งานโฆษณาที่คุณต้องเผชิญส่วนใหญ่มักเป็นงานโฆษณาจากสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ อย่าคิดว่าคุณกำลังเคราะห์ร้าย แต่บอกกับตัวเองว่าคุณกำลังได้โชคอย่างมหาศาล นี่คือนโอกาสที่คุณจะได้พิสูจน์ความสามารถอย่างเต็มที่ ก๊อปปีไรท์เตอร์ หรือครีเอทีฟ ที่มีชื่อเสียงหลายคนในวงการโฆษณาบ้านเราในขณะนี้ ล้วนแต่นั่งหน้าเคีย์ดอยู่กับโต๊ะทำงานเพื่อเค้นค่าโฆษณาที่ดีสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ในวันก่อน และต่อไปนี่คือเหตุผลที่จะบอกว่าทำไมจึงเป็นโอกาสที่ดีของคุณ

1. ความดีของสื่อสิ่งพิมพ์ประการหนึ่งคือ เป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวสินค้าได้มาก นั่นเป็นเพราะสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ต้องมีข้อจำกัดทางด้านเวลาที่น้อยนิด เหมือนกับสื่อโทรทัศน์ หรือวิทยุ บนพื้นที่สี่เหลี่ยมผืนผ้านี้มีที่ว่างมากพอที่จะให้คุณช่วยเขียน และเป็นโอกาสแรกที่คุณจะได้ฝึกฝนการใช้

ถ้อยคำต่าง ๆ ให้ชานาญ รู้จักนำมาเรียบเรียงให้เป็นเอกภาพ

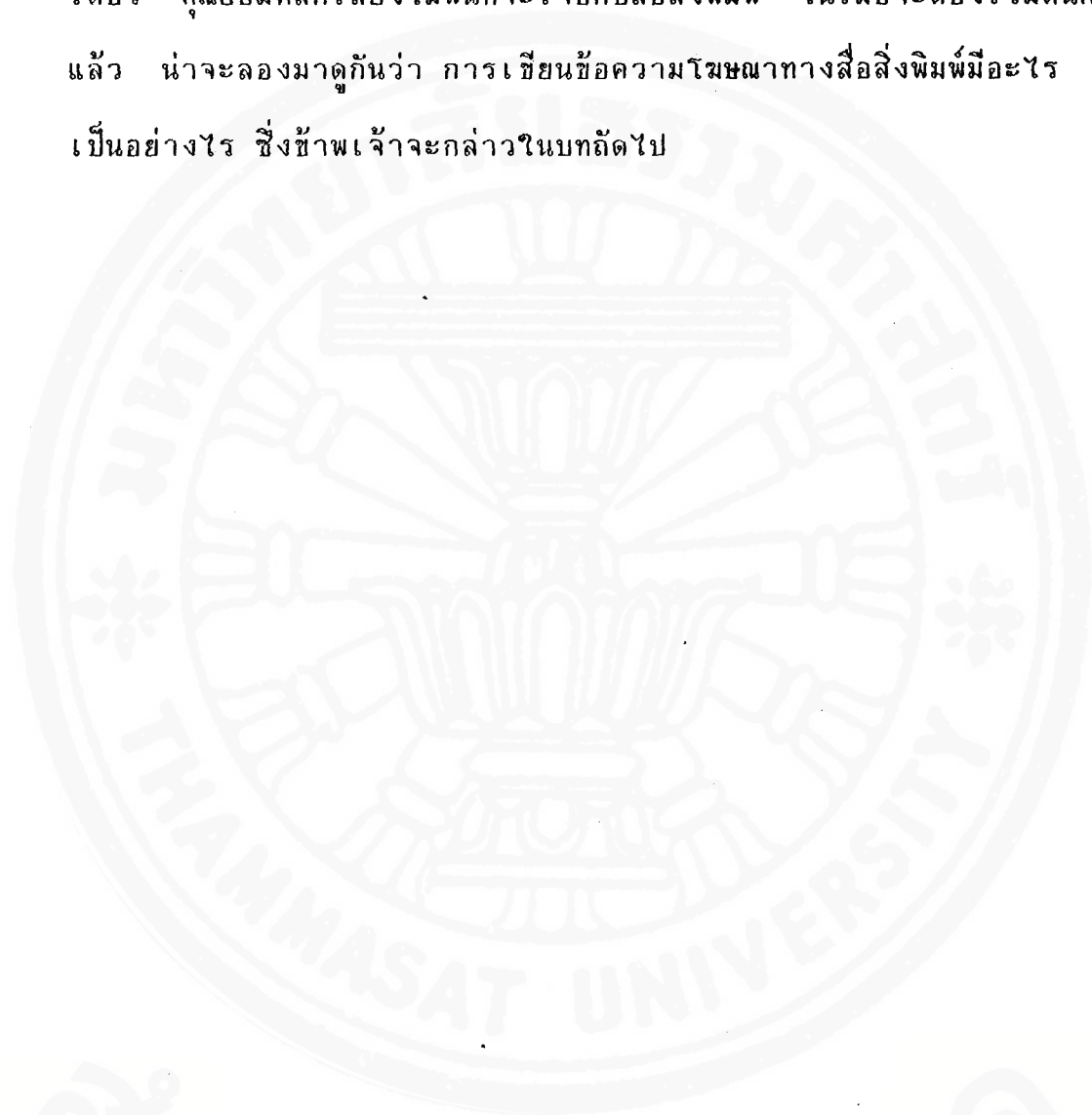
2. มีสินค้าอยู่มากมายหลายประการที่จำเป็นต้องลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งอาจจะเป็นด้วยสาเหตุหลายประการเช่น ไม่มีงบประมาณเพียงพอที่จะทำสื่อที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงอย่างสื่อโทรทัศน์ หรืออาจจะลงโฆษณาเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่นในหนังสือพิมพ์ธุรกิจ และในนิตยสารต่าง ๆ นอกจากนั้นอาจจะเป็นไปได้เพื่อจะให้ทันต่อเวลา เช่น การลงโฆษณาลดแลกแจกแถม ของห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ นี่คือนิสัยที่สองของคุณ คุณอาจจะได้เขียนข้อความโฆษณาเพื่อชวนให้คนมาซื้อของนั้น ให้ความหวังกับคนอ่านในโฆษณาศูนย์ลดน้ำหนัก ยั่วยวนนักท่องเที่ยวด้วยการโฆษณาเมมเบอร์-คลับ หรือคาราโอเกะ แม้กระทั่งคนที่กำลังสิ้นหวังในชีวิต คุณก็อาจจะจุดประกายความหวังสำหรับพวกเขาขึ้นมาใหม่ได้ด้วยโฆษณาโทรทัศน์ที่แม่นยำ สินค้าเหล่านี้ และอื่น ๆ ล้วนเปิดโอกาสให้คุณได้เขียน เขียนเพื่อที่จะได้ขายสินค้าหลาย ๆ ชนิด เขียนเพื่อคนหลายอาชีพ หลายรูปแบบ จนคุณอาจจะไม่รู้ตัวเลยว่าคุณกำลังเก่งขึ้นกว้างขึ้น สิ่งนี้จะเป็นตะกอนที่สะสมเอาไว้เพื่อตกผลึกเป็นพลังสร้างสรรค์อันมีค่าในอนาคตของคุณ

3. สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ก็คือรูปภาพ และในชิ้นงานโฆษณาที่ดี รูปภาพและข้อความโฆษณาดูจะสอดคล้องรองรับกัน คุณต้องรู้จักเขียนคำโฆษณาที่สอดคล้องกับรูปภาพ และ CONCEPT ที่วางไว้ มันจะเป็นพื้นฐานที่ดีเมื่อคุณมีโอกาสเขียนข้อความโฆษณาลงในสื่อโทรทัศน์ สื่อที่ต้องอาศัยสัมพันธภาพระหว่างภาพและเสียง

4. อย่าลืมว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่ต้องดึงดูดความสนใจ ด้วยสายตาคุณจะได้ฝึกฝนการใช้คำที่สามารถสะกดคนอ่านด้วยสายตา ซึ่งแน่นอนมันยากกว่าการสรรหาถ้อยคำที่จะสะกดคนฟังด้วยเสียง เพราะตัวอักษรไม่สามารถที่จะแสดงความสูงต่ำ ดังค่อยหรือกระตุ้นอารมณ์ได้ดีเท่าเสียงภาษาระดับนี้ก็จะทำให้คุณรู้สึกเบาตัวขึ้น เมื่อต้องไปเขียนข้อความโฆษณาทางสื่อที่ต้องอาศัยเสียงเป็นตัว

ช่วยอย่างโทรทัศน์หรือวิทยุ

ความจริงแล้วสื่อทุกสื่อล้วนแต่มีความสำคัญในตัวมัน แต่ในฐานะถือปี่ไรท์เตอร์ คุณย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะเจอกับสื่อสิ่งพิมพ์ ในเมื่อจะต้องเริ่มต้นกับมันแล้ว น่าจะลองมาดูกันว่า การเขียนข้อความโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์มีอะไร และเป็นอย่างไร ซึ่งข้าพเจ้าจะกล่าวในบทถัดไป



สำนักหอสมุด