

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานโฆษณาเป็นงานที่มีอิทธิพลอย่างสูงในการชักจูงผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า และในปัจจุบันโฆษณาได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในระหว่างการค้าในชีวิตประจำวัน โดยผ่านทางสื่อโฆษณาต่างๆ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร เป็นสื่อหนึ่งที่นิยมใช้ในการถ่ายทอดชิ้นงานโฆษณาออกมา

โฆษณาในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร หรือที่เรียกว่า โฆษณาสิ่งพิมพ์นั้นมีรูปแบบที่แตกต่างไปจากโฆษณาในสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะการมีพื้นที่ว่างพอที่จะใส่คำหรือข้อความโฆษณาลงไปได้มาก และผู้ที่รับผิดชอบในการคิดสร้างสรรค์และใส่ข้อความโฆษณาลงไปก็คือ ก๊อปปี้ไรท์เตอร์ หรือ นักเขียนข้อความโฆษณานั้นเอง

ตำแหน่งก๊อปปี้ไรท์เตอร์เป็นส่วนหนึ่งของแผนกสร้างสรรค์ในบริษัทโฆษณา แม้ว่าจะรับผิดชอบเพียงส่วนของการเขียนข้อความ แต่ในการทำงานจริงก๊อปปี้ไรท์เตอร์จำเป็นจะต้องประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ เช่นในส่วนของการรับข้อมูลจากฝ่ายบริหารลูกค้า เพื่อให้ได้งานสร้างสรรค์ออกมาที่ดีที่สุด

ก๊อปปี้ไรท์เตอร์ที่เก่ง และประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ มักเริ่มต้นมาจากการเขียนข้อความโฆษณาทางสิ่งพิมพ์มาก่อน เนื่องจากรูปแบบของโฆษณาสิ่งพิมพ์เป็นพื้นฐานที่เอื้ออำนวยต่อการฝึกฝนการเขียนให้ชำนาญ ก๊อปปี้ไรท์เตอร์จะมีโอกาสได้เขียนข้อความโฆษณาในสินค้าหลายประเภท ได้ฝึกฝนการใช้ถ้อยคำต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ น่าสนใจและสอดคล้องกับภาพประกอบ อันจะเป็นพื้นฐานที่ดีเมื่อต้องก้าวไปเขียนโฆษณาในสื่อหลักๆ อย่างโทรทัศน์

เมื่อต้องเริ่มเขียนงานโฆษณาในสิ่งพิมพ์ ก็อปปีไรท์เตอร์จำเป็นต้องเรียนรู้ในหลายๆสิ่งหลายอย่างเสียก่อน จะต้องทำความรู้จักกับภาษาโฆษณาและข้อจำกัดในการใช้ ต้องศึกษาข้อมูลในตัวสินค้า พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ศึกษารายละเอียดและทิศทางของตลาด เพื่อหาข้อสรุปเป็นแนวทางก่อนจะเขียน

ในการปฏิบัติงานจะเริ่มตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดกลยุทธ์ในการโฆษณา จะต้องรู้แล้วว่าจะเขียนอะไรและอย่างไร โดยการประมวลทุกสิ่งทุกอย่างออกมาเป็นแนวความคิด (concept) และแตกออกมาเป็นรายละเอียดในชิ้นงานโฆษณา

ในส่วนของรายละเอียดทางโฆษณาสิ่งพิมพ์นั้น จะประกอบไปด้วยส่วนของโครงสร้างข้อความ ได้แก่ ส่วนพาดหัว (HEADLINE), ส่วนหัวเรื่องรอง (SUB-HEADLINE), ส่วนเนื้อความ (BODY), และส่วนคำขวัญ (SLOGAN), ส่วนของลักษณะเรื่องราว (STYLE) อันเป็นกลวิธีในการนำเสนอ โดยอาจจะออกมาในรูปของอารมณ์ขัน, การการกระตุ้นด้วยอารมณ์หรือใช้เหตุผลและส่วนของรูปแบบข้อความโฆษณา ซึ่งเป็นการจัดแต่งเนื้อหาเพื่อให้ออกมาเป็นรูปแบบที่น่าสนใจแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เทคนิคและวิธีการต่างๆในการเขียนโฆษณานั้น ก็อปปีไรท์เตอร์อาจทำการศึกษจากประสบการณ์ หรือจากงานเขียนของนักเขียนข้อความโฆษณาที่มีชื่อเสียงหรือผู้เชี่ยวชาญที่ได้ถ่ายทอดเอาไว้

อย่างไรก็ตาม งานโฆษณาจัดว่าเป็นงานที่ไม่ตายตัว อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยตามกระแสพฤติกรรมของผู้บริโภค กฎเกณฑ์บางอย่างอาจจะล้าสมัยและไม่สามารถจะใช้ได้ในปัจจุบัน ก็อปปีไรท์เตอร์จึงต้องมีความใฝ่รู้อยู่ตลอดเวลา พยายามปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ศึกษางานโฆษณาต่างๆที่ออกมา แล้วนำมาแก้ไขจุดบกพร่องของตน เพื่อสะสมเป็นพลังในการสร้างสรรค์และพัฒนาตัวเองไปสู่ความเป็นก็อปปีไรท์เตอร์ที่เก่งในอนาคต