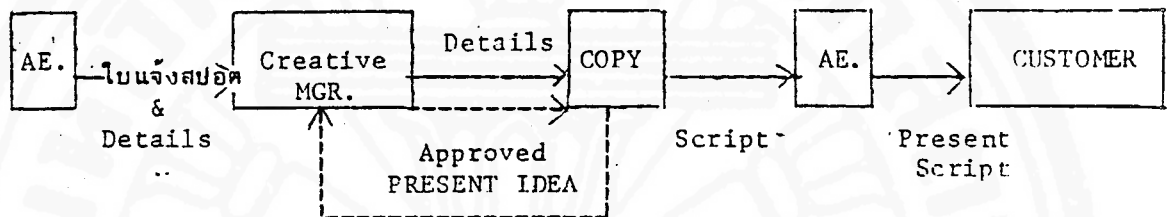


บทที่ 3

การสร้างสรรคงานโฆษณาทางวิทยุ

ขั้นตอนการผลิตงานโฆษณาทางวิทยุ

PRE - PRODUCTION



PRODUCTION



การเตรียมการก่อนการสร้างสรรคงานโฆษณาทางวิทยุ

เพื่อให้งานโฆษณาประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น เราต้องไม่ลืมว่าข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าและผู้ใช้สินค้าเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นสิ่งที่ Copy Writer ควรจะทราบจาก AE. เพื่อนำไปสร้างสรรคงานโฆษณาทางวิทยุได้เป็นอย่างดี มีดังนี้คือ

1. รู้จักตัวสินค้าที่จะโฆษณาให้ละเอียด เช่น วิธีการใช้สินค้า ประโยชน์หรือจุดเด่นของสินค้า ราคา ภาพพจน์ของตัวสินค้า เป็นต้น
2. รู้จักตลาดของสินค้า ขนาดและแนวโน้มของตลาด คู่แข่งขัน สภาพการแข่งขัน เป็นต้น
3. กลุ่มเป้าหมายของสินค้า เป็นเพศใด ระดับอายุ การศึกษา หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ เป็นอย่างไร กำลังซื้อมีสูงหรือไม่ ลักษณะการใช้สินค้าเป็นอย่างไร

4. รู้จักโฆษณาของสินค้าคู่แข่ง ว่าคู่แข่งมีวิธีการนำเสนออย่างไร อะไรบ้าง เราได้เปรียบตรงจุดไหน สามารถตีคู่แข่งได้หรือไม่ เพื่อให้โฆษณาของเราออกมาดีกว่า และแปลกไปกว่าคู่แข่ง

#### หลักเกณฑ์การคิดข้อความโฆษณาทางวิทยุ

1. คัดสนใจให้ได้ว่าจะบอกอะไรแก่ผู้ฟังเกี่ยวกับสินค้า เช่น ชื่อสินค้า ข้อดีหรือประโยชน์ของตัวสินค้า สถานที่ซื้อ เป็นต้น ไม่ควรใส่รายละเอียดมากเกินไป เพราะผู้ฟังจะจำไม่ได้
2. นำจุดเด่น หรือจุดขาย มาพูดให้ตรงจุด ถ้าสินค้านั้นมีหลายจุดขายให้เลือกจุดที่เด่นที่สุด จะทำให้ผู้บริโภคจดจำจุดขายกับตัวสินค้าได้

#### หลักเกณฑ์ในการเขียนข้อความโฆษณาทางวิทยุ

1. Simplicity จะต้องใช้ภาษาที่เรียบ ง่าย เป็นที่เข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสื่อความหมายได้ดี ข้อความกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ มุ่งในจุดขายจุดเดียว หลีกเลี่ยงการใส่รายละเอียดของสินค้ามากเกินไป
2. Clarity ประโยคที่ใช้ควรใช้คำที่มีความหมายชัดเจน โครงสร้างของประโยคไม่ซับซ้อน ไม่ควรใช้ประโยคในลักษณะที่ประธานถูกกระทำ (Passive Voice) ควรหลีกเลี่ยงคำขยาย และคำที่มีความหมายคลุมเครือ ชัดช้า คำ, วลี หรือข้อความที่ไม่จำเป็นออกไป ถ้าทำให้ประโยคนั้นฟุ่มเฟือย หรือเสียรูปประโยค จนกว่าจะได้ประโยคที่รัดกุมและชัดเจน
3. Coherence ควรเขียนข้อความให้มีความต่อเนื่อง ฟังแล้วราบรื่น และมีความกลมกลืนกันตั้งแต่ต้นจนจบ
4. Rapport ควรใช้คำหรือน้ำเสียงที่เป็นกันเองกับผู้ฟัง อย่าลืมว่าผู้ฟังกำลังฟังโฆษณาของคุณอยู่ ฉะนั้นการใช้คำสรรพนาม ควรทำให้ผู้ฟังรู้สึกมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับ

กับข้อความโฆษณาด้วย เหมือนกับที่กำลังพูดกับเขาโดยตรง ควรใช้เพียงสรรพนามบุรุษที่ 1.2 เท่านั้น

5. Pleasantness เนื่องจากโฆษณาทางวิทยุมีแต่เสียงไม่มีภาพ ดังนั้นการเขียนและการผลิตสปอตวิทยุนี้จะต้องทำให้ผู้ฟังเกิดความสุขสนาน เพลิดเพลิน และสร้างความจดจำในตัวสินค้าได้ ไม่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกเบื่อหรือไม่อยากฟัง เสียก่อน
6. Believability การเขียนแบบมีเหตุผลมีผลนี้ สร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้ ควรหลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่เกินจริงหรือหลอกลวงผู้บริโภค นอกจากผู้บริโภคจะไม่ยอมรับแล้วยังเป็นการทำลายภาพพจน์ของตัวสินค้าอีกด้วย การพูดตรงๆจะดูจริงจังกว่า
7. Interest การทำสปอตโฆษณาที่น่าสนใจ ควรมีประโยคที่เร้าใจ ชวนให้ผู้ฟังติดตามฟังคือ ควรขึ้นประโยคแรกที่ได้ๆ และแรงพอที่จะหยุดคนฟังให้ฟังตั้งแต่ต้นโดยไม่หันมโนกลับไปไหนได้ นอกจากนี้อาจใช้เสียงประกอบเสียงดนตรี หรือ เพลง มาช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าและสปอตวิทยุอีกด้วยก็ได้
8. Distinativeness การที่จะทำให้สปอตวิทยุสินค้าเราเด่นกว่าสินค้าอื่น จะต้องทำให้เกิดความแตกต่างจากสปอตวิทยุอื่นให้ได้ ไม่ว่าจะเป็นน้ำเสียงของผู้ประกาศเสียงดนตรี เสียงเพลง เสียงประกอบหรือแม้กระทั่งเสียงพิเศษอื่นๆ รวมทั้งรูปแบบการนำเสนอด้วยจะช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าให้เป็นที่น่าจดจำได้เป็นอย่างดี
9. Compulsion สปอตวิทยุที่ดีนอกจากจะทำให้ผู้ฟังสนใจและเกิดอารมณ์คล้อยตามแล้วยังจะต้องกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้ออีกด้วย ฉะนั้นการย้ำชื่อและลักษณะเด่นของสินค้าบ่อยๆ จะเป็นการเพิ่มความทรงจำให้กับผู้บริโภค และประการสำคัญอย่าลืมว่าจะต้องพยายามกระตุ้นผู้ฟังให้รีบไปซื้อสินค้า ณ จุดขายนั้นโดยเร็ว

## รูปแบบการเขียนข้อความโฆษณาทางวิทยุ

เป็นการถ่ายทอดเรื่องราว การนำเสนอตัวสินค้าให้แก่ผู้บริโภคในแต่ละรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับว่า เราจะเสนอ หรือถ่ายทอดเรื่องราวความคิดนั้นไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร (How we say it) รูปแบบการนำเสนอที่มักใช้ในงานโฆษณาทางวิทยุมีดังนี้คือ

1. Straight announcer ใช้ผู้พูดหรือผู้ประกาศคนเดียว วิธีนี้ถึงแม้จะธรรมดา แต่ยังมีใช้กันอยู่ เพราะยังเป็นวิธีที่ได้ผล นำเสียงที่บ่งบอกบุคลิกหรือเป็นเอกลักษณ์ของผู้ประกาศ ยังสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้าได้อยู่
2. Two-announcer การใช้ผู้ประกาศ 2 คน สลับกันพูดจะช่วยให้สโปดฟังดูมีรสมีชาติขึ้น โดยมากมักจะใช้เสียงชาย-หญิงสลับกัน
3. Announcer-actor การใช้เสียงของดารานักแสดงที่คุ้นหูมาประกาศ
4. Slice-of-life จะใช้การสนทนาแก้ปัญหา โดยจำลองเหตุการณ์มา ว่าสินค้าตัวนั้นจะช่วยแก้ปัญหาให้ผู้บริโภคได้อย่างไร
5. Jingle-announcer มีการใช้เสียงเพลงหรือจังหวะดนตรีประกอบ เพื่อให้ผู้ฟังจดจำง่ายขึ้น เพลงที่ติดหูหรือสะกดความสนใจของผู้ฟัง สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและโฆษณาได้ Jingle อาจอยู่คอนทิวหรือปิดท้ายสโปดก็ได้
6. Humor การนำเอาอารมณ์สนุก อารมณ์ขันมาใช้ในงานโฆษณา ควรใช้อย่างสุขุมรอบรอบ อย่าใส่พร่ำเพรื่อ ถ้ามีแล้วจะดึงค่าของสินค้าให้ต่ำลง ควรหลีกเลี่ยงที่จะใช้ แต่ถ้าจะใช้ควรใช้กับสินค้าที่มีราคาไม่แพงนัก
7. Narrative เป็นการเล่าเรื่อง โดยในเหตุการณ์นั้นจะมีสินค้าที่กำลังโฆษณาเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยจะเป็นการกล่าวถึงคุณภาพ ลักษณะและประโยชน์ของสินค้าตามความเป็นจริง

8. Dialogue เขียนในรูปแบบของการสนทนา โดยมีตัวละคร 2 คน หรือมากกว่านั้น สนทนาโต้ตอบกัน จะใช้การผูกเรื่องให้น่าสนใจ กลมกลืนกันอย่าง เป็นธรรมชาติที่สุดโดยไม่เสียจุดเด่นไป
9. Dramatic จะทำเป็นบทละคร ในพล็อตเรื่องสั้นๆ ไม่ยุ่งยาก โดยมาก มักจะใช้เสียงของผู้ประกาศเกริ่นนำหัวเรื่อง ไม่ก็ปิดท้าย
10. Customer Interview เป็นลักษณะการสัมภาษณ์ลูกค้าเกี่ยวกับการใช้สินค้านั้นว่าเป็นอย่างไร มักจบลงด้วยความพึงพอใจในตัวสินค้าที่กล่าวมา
11. Combination เป็นการใช้องค์ประกอบแบบต่างๆ เข้าด้วยกัน อย่างกลมกลืน

สปอตรีทยุส่วนใหญ่มักใช้รูปแบบดังกล่าวไว้ข้างต้น เป็น guideline ในการเขียนงานโฆษณาทางวิทยุ ดังนั้นแม้ว่ารูปแบบในการเขียนจะเหมือนก็ตาม แต่อาจมีเทคนิค หรือลูกเล่นในการเขียนไม่เหมือนกันก็ได้ ซึ่งแล้วแต่ความถนัดของคุณเอง

ชำนาญ หอสมุด

## เทคนิคการเขียนข้อความโฆษณาทางวิทยุ

### สโปตวิทยุ : เขียนอย่างไรให้ตีมีประสิทธิภาพ

1. สะกดผู้ฟังให้อยู่หมัดตั้งแต่ต้น ก่อนที่เขาจะหมุนคลื่นหนีไปฟังสถานีอื่น การขึ้นต้นด้วยคำหรือประโยคที่เร้าใจ จะดึงดูดใจผู้ฟังให้ฟังตั้งแต่ต้นและติดตามฟังต่อไป เราเรียกประโยคเด็ดๆ นี้ว่า "Punch line"
2. พาดหัวโดยวิธีพูดซ้ำ เนื่องจากวิทยุไม่มีพาดหัว การพูดประโยคซ้ำๆ จึงเปรียบเสมือนพาดหัวของวิทยุ ควรบอกกล่าวชื่อสินค้าและประโยชน์สินค้าตั้งแต่ต้น และพูดประโยคนั้นซ้ำอีกให้บ่อยครั้งเท่าที่จะทำได้ จะช่วยให้ผู้ฟังเกิดความทรงจำได้เร็วและแม่นยำ
3. หลีกเลี่ยงการใช้ประโยคยาวๆ การใช้คำพูดหรือประโยคสั้นๆ ที่กระชับ เข้าใจง่าย ความหมายดี สะดุดหูคนฟัง จะทำให้ง่ายต่อการออกเสียงและการจดจำมากกว่า
4. การพูดในจุดๆ เดียวอย่างหนักแน่นซ้ำไปซ้ำมาจะดีกว่าการบอกในหลายจุดหลายประเด็นของสินค้าอย่างผิวเผิน ไม่ควรใส่รายละเอียดของสินค้ามากเกินไปจะทำให้ผู้ฟังจับประเด็นสำคัญที่เราต้องการจะบอกไม่ได้
5. ในกรณีที่มีชื่อสินค้านั้น เป็นที่จดจำยาก ควรจะสะกดชื่อสินค้านั้นใส่ลงไปด้วยอย่างน้อย 1 ครั้ง
6. ถ้าสินค้านั้นบอกความแตกต่างได้ด้วยตัว ควรอธิบายลงในสโปตไปด้วย เช่น สีของทียบท้อหรือฉลาก
7. ควรใช้คำพูดกับผู้ฟังเหมือนกับเราพูดกับเขาคคนเดียว พยายามเป็นกันเองให้มากที่สุด ราวกับคุยกันทางโทรศัพท์
8. บทพูดหรือบทสนทนาควรเป็นไปอย่างธรรมชาติ มิฉะนั้นน้ำเสียงที่ออกมาอาจดูแล้วทื่อ หรือราบรื่นผิดธรรมชาติ อย่าลืมว่ามนุษย์เรามักจะไม่พูดออกมาเป็นประโยคที่ชัด เกลาเรียบร้อยแล้ว



9. อย่าพยายามสร้างจุดสนใจด้วยเสียงที่ทวนกหู หรือเสียงพูดที่เผ็ดร้อน ช่มชู้หรือตะคอก ควรเชิญชวนให้เขาเกิดความอยากฟัง และเชื่อถือคำโฆษณาด้วย
10. การใช้มุขตลก จะทำให้วิทยุเป็นเครื่องมือที่เต็มไปด้วยพลัง และช่วยผ่อนคลายอารมณ์ผู้ฟัง ดึงอารมณ์ให้เข้าข้างเราได้ง่ายขึ้น ไม่ควรใช้มุขตลกโดยไม่จำเป็น และไม่เป็นการรบกวนสาระสำคัญของสินค้าจนเกินไป
11. ควรใช้ดนตรี และถ้อยคำที่เรียบเรียงเป็นอย่างดีให้สอดคล้องกับอารมณ์ของงานอย่างกลมกลืน อย่าใช้ดนตรีที่ไม่เกี่ยวข้องกับแบคกราวด์ และอย่าใช้ดนตรีเด่นหรือเพราะเกินไป คนจะไม่สนใจฟังข้อความโฆษณา
12. เพลงโฆษณาจะใช้ได้ดีกับวิทยุ เพลงโฆษณาที่ดีสามารถเสริมคุณค่าให้กับคุณสมบัติของสินค้าได้ แต่ต้องระวังในเรื่องเสียงร้องจะต้องรับฟังได้ชัดเจน ควรแต่งเพลงให้ฟังง่าย ให้ติดปาก คนฟัง คนจะจำ Musical Logo หรือ Jingle ที่เป็นสัญลักษณ์ของโฆษณาได้
13. การใช้เสียงประกอบเด่นๆ หรือเลือกเสียงที่ทำให้จำง่าย อาจใช้เครื่องสังเคราะห์เสียง สร้างขึ้นมาจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความทรงจำ และสร้างความเด่นสะดุดหู หรือความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสปอตรวิทยุนั้นๆ ได้
14. พยายามใส่โฆษณาให้ผู้ฟังด้วยเสียง ให้ผู้ฟังเกิดมโนภาพตามที่เรากำลังต้องการให้เห็น
15. ประการสุดท้าย ควรใส่ข้อความที่ท้าทายให้คนสั่งซื้อ หรือปฏิบัติตาม สปอตรวิทยุที่ดีจะต้องสามารถขายสินค้าได้

ข้อควรจำ 8 ประการในการเขียนข้อความโฆษณาทางวิทยุ

แบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้ดังนี้ คือ

1. ส่วนสำคัญ 4 ประการที่ควรพยายามสร้างขึ้น

(1) Meaningful Content

ผู้ฟังรายการคงต้องมีความรู้สึกในการรับทราบเรื่องราวจากการฟังบ้าง ดังนั้น เรื่องที่จะนำเสนอนี้จึงไม่ควรใหม่เกินไป หรือ เพิ่งเริ่มต้น อาจเป็น เรื่องปกติธรรมดาสามัญที่ได้ทราบกันอยู่แล้วได้

(2) Stimulation of Product Plus Associations

พยายามทำให้โฆษณาสามารถเร่งเร้าให้ผู้ฟังมีปฏิกิริยาต่อข้อความโฆษณาให้ได้มากที่สุด เช่น โฆษณาขายขนมสำเร็จรูป ควรทำให้ผู้ฟังคิดไปถึงว่า อาหารเช้าของพรุ่งนี้ คือ ขนมแทนที่จะเป็นอาหารเช้าแบบเดิม

(3) Identification by the Listener

การทำให้ผู้ฟังยอมรับ และสร้างความจดจำในส่วนดีหรือประโยชน์ของสินค้า สามารถทำได้หลายวิธี เพื่อให้ผู้ฟังสามารถทราบได้ทันทีว่าดนตรี หรือ Jingle แบบนี้เป็นของสินค้าอะไร

(4) Good fit with Listener's Expectations

โฆษณาที่ได้รับผลสำเร็จเป็นอย่างดี ควรพอเหมาะพอดีกับความรู้สึกนึกคิด ความศรัทธาที่ผู้ฟังได้สร้างขึ้นต่อสินค้าที่ได้รับฟังจากวิทยุ

2. ส่วนสำคัญ 4 ประการที่ควรหลีกเลี่ยง

(1) Offense and or Alientation of the Listener

ไม่ควรทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกว่า ถูกควาด ถูกตำหนิ หรือถูกตะโกนใส่ หรือใช้ถ้อยคำที่ก้าวร้าว เป็นต้น



## (2) Suspicion and Disbatief phoniness

ไม่ควรทำให้ผู้ฟังเกิดความสงสัย หรือไม่เชื่อถือต่อโฆษณา

## (3) Confusion that Distracts form the Message

ข้อความใดที่ไม่ชัดเจน ทำให้ผู้ฟังสับสนไม่เข้าใจ จะทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อ และสนใจรับฟัง

## (4) Bosedom and Dullness

โฆษณาที่มีข้อความซ้ำซากและมีรายละเอียดมากเกินไป หรือยากที่จะเข้าใจ จะทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในการรับฟัง

เวลาในการนำเสนอ

ความยาวของสปอตวิทยุส่วนใหญ่ จะอยู่ในเวลาอันจำกัด ดังนั้นภายในระยะเวลาที่กำหนด เราสามารถกะประมาณจำนวนคำได้อย่างคร่าวๆ ดังนี้

7.5	วินาที	ไม่ควรเกิน	21	คำ
10	วินาที	"	25	"
20	วินาที	"	45	"
30	วินาที	"	65	"
60	วินาที	"	125	"

วิธีการตรวจสอบดูว่า Script ที่เขียนเสร็จแล้วจะใช้ได้หรือไม่ ให้ลองอ่านออกเสียงดังๆ ดูว่ามีคำใดที่อ่านออกเสียงยากหรือไม่ เนื้อความราบรื่น หรือไม่ปะติดปะต่อกัน แล้วลองจับเวลาดูว่าจำนวนคำลงตัวพอดีทันเวลาแล้วหรือไม่ ควรเผื่อเวลาของคนตรีและเสียงประกอบไว้ด้วย ถ้าเกินสามารถลดหรือเปลี่ยนคำบางคำได้หรือไม่ อย่างไร ให้ออกมาเป็น Script ที่สมบูรณ์พร้อมที่จะอัดได้มากที่สุด

### ลักษณะของสปอควิทยุที่ดี

ภายใน เวลาอันจำกัดของการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางวิทยุ เราไม่สามารถบอกหรืออธิบายรายละเอียดทั้งหมดได้เหมือนในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ดังนั้นการถ่ายทอดความหมายจากภาพไปยังเสียงจึงเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก ข้อความโฆษณาทางวิทยุที่ดี จึงควรพยายามทำให้คำทุกคำ หรือ เสียงทุกเสียงที่ใส่ลงไปมีความหมาย หรือแทนความหมายต่างๆ ที่พยายามจะบอกได้เป็นอย่างดี และควรเป็นลักษณะที่ให้ความคุ้นเคย เพลิดเพลิน พักผ่อน หรือมีชีวิตชีวา ทั้งนี้ทั้งนั้น จะต้องทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกเด่นชัดและต่อเนื่องในข้อความ หรือชิ้นงานทั้งหมดด้วย

THAMMASAT UNIVERSITY  
สำนักหอสมุด