

บทที่ 6

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการที่ได้เรียนรู้ และศึกษาถึงกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางวิทยุแต่เพียงอย่างเดียว ไม่อาจทำให้เราเข้าใจถึงการปฏิบัติงานในหน้าที่นี้ได้อย่างจริงจัง ลึกซึ้ง เพราะในสภาพความเป็นจริงแล้วขั้นตอนในการทำงานแทบทุกอย่างย่อมจะไม่ราบรื่นเสมอไป มักจะมีปัญหาหรืออุปสรรคระหว่างการทำงานอยู่เนืองๆ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้มีทั้งที่เราได้คิดมาก่อนล่วงหน้า หรือไม่คาดคิดมาก่อน สำหรับกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางวิทยุแล้ว ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ผู้เขียนมักพบเห็น หรือร่วมสัมผัสด้วยตัวเอง พอจะแยกแยะได้ดังนี้คือ

1. ปัญหาก่อนการสร้างสรรค์งานโฆษณา อันเนื่องมาจากลูกค้าไม่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างพอเพียง ปัญหาทางด้านการขาดแคลนข้อมูล จึงเป็นปัญหาพื้นฐานสำคัญประการแรกๆ ที่ผู้เขียนข้อความโฆษณาไม่สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างเต็มที่ กล่าวข้อความที่เขียนนั้นอาจมีข้อผิดพลาด หรือเป็นส่วนที่ลูกค้าไม่เน้นหรือไม่ต้องการให้ใส่ลงไป จึงเป็นการยากที่จะเดาใจลูกค้าได้ว่าจะชอบข้อความที่เราเขียนหรือไม่

2. ปัญหาในการเขียนข้อความโฆษณา หากลูกค้าไม่กำหนดรูปแบบหรือสไตล์ของข้อความโฆษณามาให้ Copy Writer อาจจะต้องเขียนงานไปให้เลือกสัก 2-3 รูปแบบ (ถ้าลูกค้าต้องการเลือก) แต่โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะเขียนไปเพียงรูปแบบเดียว หากลูกค้าไม่พอใจแล้วจึงแก้จนกว่าจะพอใจ เพื่อเป็นการตัดความยุ่งยากที่จะเกิดขึ้นในภายหลัง เช่น ลูกค้าต้องการรวมหลายๆ ชุดเข้าด้วยกัน งานที่ออกมาจะขาดความต่อเนื่อง ไม่น่าสนใจ ยิ่งถ้าเป็นงานที่เร่งด่วนแล้ว งานที่ออกมาจะไม่สร้างสรรค์เท่าที่ควร นอกจากนี้ในระยะเวลาดำเนินการของสโปตวิทยุ (โดยส่วนใหญ่นิยมใช้สโปตที่มีความยาว 30 วินาที) ควรจะเผื่อเวลาสำหรับใส่คนตรีและเสียงประกอบไว้ด้วย ซึ่ง Copy Writer มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับเวลาที่เกินอยู่เสมอ ดังนั้นในขณะที่เขียนงานควรจะเริ่มจับเวลาไปด้วยพร้อมๆ กัน

3. ปัญหาในระหว่างการผลิตที่พบได้บ่อยคือ การผิดเวลาของโฆษกหรือผู้ประกาศ อารมณ์หรือน้ำเสียงไม่ได้ตามที่เรต้องการ โฆษกพูดเร็วไป พูดไม่ชัด คนตรีหรือเสียงประกอบไม่ลงตัว ทำให้เสียเวลาเลือกทานาน (ในกรณีที่ไม่ได้เตรียมแผ่นมาหรือเจาะจงเพลงมาก่อน) ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของ Copy Writer ร่วมกับ Sound Producer ด้วย ตัวอย่างเช่น เวลาที่อัดได้ยาวเกินไป ควรที่จะต้องตัดส่วนไหนบ้าง หัว-ท้ายสปอตที่เป็นเพลงหรือเอา Take ที่โฆษกพูดเร็วขึ้นแทน เป็นต้น

4. ปัญหาหลังการผลิต เมื่อ AE. นำ Master Tape ไปให้ลูกค้าฟังแล้ว ลูกค้าอาจไม่พอใจ เป็นต้นว่า เสียงโฆษกราบเรียบไป ไม่เน้นชื่อสินค้าในคอนทาย หรืออ่านออกเสียงชื่อสินค้าผิด คนตรี เสียงประกอบ ดังหรือค่อยไป เป็นต้น ซึ่งก็ต้องดูว่าสามารถแก้ไขได้มากน้อยแค่ไหน บางทีอาจจะต้องอัดเสียงโฆษกใหม่ เราจึงจำเป็นต้องอธิบายให้ลูกค้ายอมจ่ายเงินเพิ่ม ในกรณีที่ เป็นความผิดของลูกค้าที่ไม่ได้ตรวจแก้ หรือกำหนดสไตล์การอ่านมาล่วงหน้า

5. ปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนด กฎหมายที่เกี่ยวกับการโฆษณา ได้แก่ กบว. อย. คคบ. ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทำให้ความคิดสร้างสรรค์ถูกกำหนดอยู่ในขอบเขตของกฎหมายจนเกินไป ทำให้งานที่ออกมาไม่สร้างสรรค์เท่าที่ควร