

## บทที่ 5

### อิทธิพลของสังคมต่อการสร้างสรรค์งานโฆษณา

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นเสมอ แต่มักจะเกิดขึ้นอย่างช้า ๆ ค่อยเป็นค่อยไป สิ่งที่นักโฆษณาจะต้องให้ความระมัดระวังคือ ผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่าย หรือสิ่งโฆษณาที่ผลิตออกผ่านสื่อมวลชนสู่ประชาชนทั่วไป ไม่ควรเสนอขัดต่อวัฒนธรรมของสังคมนั้น โดยเฉพาะเป็นสิ่งที่ขัดต่อความเชื่อ ค่านิยม เช่น ในสังคมอิสลาม การดื่มเหล้าเป็นสิ่งที่จะต้องห้ามร้ายแรง การผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เจือปนเพื่อการจำหน่ายย่อมเป็นไปไม่ได้ เนื่องจากผิดกฎหมายบ้านเมือง และยังขัดต่อระบบวัฒนธรรมของสังคมด้วย

ผลิตภัณฑ์อาจไม่ใช่สิ่งที่ขัดต่อกฎหมายบ้านเมือง แต่ก็เป็นที่สังคมส่วนใหญ่ ยังไม่ยอมรับว่าถูกต้องดีงาม ก็เป็นสิ่งที่ต้องพยายามหลีกเลี่ยงเช่นเดียวกัน เช่น ในสังคมไทยการที่ผู้หญิงสูบบุหรี่ สังคมยังไม่ยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ดีงาม ดังนั้น การผลิตบุหรี่สำหรับผู้หญิงออกขายก็จัดว่าเป็นสิ่งที่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง ในขณะที่สังคมอเมริกันมีบุหรี่ยี่ห้อสำหรับผู้หญิงสูบบุหรี่ ออกจำหน่าย 2-3 ยี่ห้อ เฮอร์ซิเนียร์ สลิม โฆษณาสำหรับบุหรี่ยี่ห้อนี้จะเสนอภาพผู้หญิงสูบบุหรี่ในสังคมอย่างเปิดเผย

ในสังคมไทย นอกจากการออกบุหรี่ยี่ห้อผู้หญิงสูบบุหรี่ออกจำหน่ายจะยากที่จะประสบความสำเร็จแล้ว ในการโฆษณาต่าง ๆ ก็ต้องพยายามหลีกเลี่ยงการเสนอภาพผู้หญิงสูบบุหรี่ เนื่องจากเป็นการขัดกับวัฒนธรรมไทยค่อนข้างมาก อาจทำให้สินค้าพลอยหมดความนิยมไปด้วย

แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของระบบสังคม ระยะที่สังคมอยู่ในขั้นหัวเลี้ยว หัวต่อจะเปลี่ยนแปลงไป การเสนอโฆษณาที่มุ่งไปในทิศทางของการเปลี่ยนแปลง อาจเป็นสิ่งที่ดี กล่าวคือ ทำให้คนทั่วไปเห็นว่า มีความทันสมัยรับกับการเปลี่ยนแปลงในสังคม เช่น ในยุคที่ผู้หญิงนิยมทำงานนอกบ้านมากขึ้นการเสนอภาพผู้หญิงที่ดูเข้มแข็ง มีความรับผิดชอบ เอาการเอางาน ซึ่งแม้ว่าจะขัดกับลักษณะกุลสตรีไทยซึ่งเคยนิยมกันมาช้านานก็เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ ความเปลี่ยนแปลงทางระบบสังคมและวัฒนธรรมจึงมัก

สะท้อนออกมาให้เห็นอยู่เสมอจากแนวทางการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ เช่น ในปัจจุบัน การต่อต้านการสูบบุหรี่ เนื่องจากเป็นสาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งของโรคมะเร็งปอด มีเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ สังคม การโฆษณาจึงถูกจำกัดทั้งโดยกฎหมายและสังคมไปด้วย

กลุ่มสังคมย่อยที่มีระบบวัฒนธรรมหลัก ๆ เช่นเดียวกับระบบวัฒนธรรมของสังคมใหญ่ ๆ หากแต่มีลักษณะพิเศษของตนเองเรียกว่า กลุ่มวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ในเกือบทุกวัฒนธรรมทุกสังคมใหญ่จะมีกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของตนเอง เช่น กลุ่มวัยรุ่น คือกลุ่มคนที่มีอายุน้อยในสังคม มีแบบแผนการดำเนินชีวิต การแต่งตัว รวมไปถึงพฤติกรรมกรรการบริโภคที่ต่างไปจากกลุ่มใหญ่

ในสังคมอเมริกัน มีกลุ่มสังคมของคนผิวดำ (Black Subculture) ซึ่งถือสัญชาติอเมริกันเหมือนคนผิวขาวทุกประการ มีความเชื่อในกฎหมายและความเป็นประชาธิปไตย ความเท่าเทียมกัน แต่รสนิยมการแต่งกาย ค่านิยมในดนตรี อาชีพ แตกต่างไปจากคนผิวขาว รวมทั้งพฤติกรรมในการบริโภค

ในไทยมีกลุ่มสังคมย่อย ชาวเหนือ ชาวอีสาน ชาวใต้ กลุ่มวัฒนธรรมย่อยมักถูกนำมาเป็นกลุ่มพิจารณาเป้าหมายของผลิตภัณฑ์บางอย่าง เช่น อาหารอิสลามที่ผลิตขายเฉพาะคนอิสลาม ผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะต้องมีการวางแผนการตลาดเจาะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเช่น การวางขายในถิ่นผิวดำ การใช้นาย นางแบบ ให้เข้ากับค่านิยมของสังคมนั้น ทั้งผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้า เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย ความบันเทิงทุกรูปแบบ ต้องจัดวางอย่างเหมาะสม ไม่ขัดหูขัดตาของกลุ่มสังคมใด ๆ

ค่านิยมต่างประเทศหลังไหลเข้ามาสู่สังคมไทยมาช้านาน การส่งคนไทยไปศึกษาต่อยังต่างประเทศ เช่น อังกฤษ สหรัฐอเมริกา การเปิดประเทศทางการค้า การเจรจาทางการทูตเพื่อสันธวัไมตรี ฯลฯ เป็นเหตุชักนำความก้าวหน้า ระบบการสื่อสารระหว่างประเทศ ทำให้การติดต่อถ่ายทอดเทคโนโลยีทางตะวันตกเข้าสู่ประเทศไทยเป็นไปอย่างรวดเร็ว จนถึงปัจจุบันนี้ สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงแบบแผนชีวิตเป็นอย่างต่างชาติมากขึ้น จนเห็นเป็นลักษณะการดำเนินชีวิตแบบไทยสากล

## ผลกระทบอิทธิพลวัฒนธรรมต่างประเทศต่อการสร้างสรรค์โฆษณา

กระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาคือหน้าที่ยของฝ่ายครีเอทีฟ แต่ครีเอทีฟก็เป็นบุคคลธรรมดาสามัญ ครีเอทีฟย่อมต้องได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมต่างประเทศที่หลั่งไหลเข้ามาทั้งรูปของความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และลักษณะความบันเทิง เมื่อตัวผู้สร้างสรรค์งาน สร้างสรรค์งานออกมาจึงมีสภาพที่ค่อย ๆ บิดเบือน ไปจากความ เป็นไทย วัฒนธรรมไทย โดยการสะท้อนอย่างแทรกซึมเข้ามาในรูปแบบของงานโฆษณา เมื่องานโฆษณานั้นออกมาสู่สายตาประชาชน จึงสะท้อนถึงความเป็นคนรุ่นใหม่ เกิด การไหลเทของวัฒนธรรม มีการเปลี่ยนแปลงค่านิยม รสนิยม วิถีชีวิต (Life Style)

โฆษณานั้นรับอิทธิพลวัฒนธรรมต่างประเทศเข้ามา แต่จะศึกษาในแง่ที่ว่า วัฒนธรรมกับการโฆษณาที่กล่าวถึงมาโดยตลอดนั้น จัดได้ว่าเป็นการถ่ายทอด แลก เปลี่ยนวัฒนธรรม หรือว่าเป็นการลอกเลียนแบบ

ผลกระทบที่เกิดขึ้นที่ถกเถียงกันมากพอสมควรคือในเรื่องของไอเดียของครีเอทีฟซ้ำซ้อนกับไอเดียของต่างชาติ แต่เป็นเรื่องของความภาคภูมิใจในวงการโฆษณา

ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ต้องคำนึงถึงมวลชนที่รับข่าวสาร ว่า จะเป็นการขัดต่อความรู้สึกนึกคิดและค่านิยม หรือว่าจะเป็นการส่งเสริม และปลูกฝัง ตอกย้ำให้ประชาชนถูกกลืนหายไปกับวัฒนธรรมต่างประเทศมากยิ่งขึ้น เช่น การสวม กอด โดยเฉพาะเน้นการสอดแทรกภาพและอารมณ์ของเซ็กส์ ที่มีแนวโน้มจะทำให้เกิด ค่านิยมตามอย่างเมื่อนอกว่า เซ็กส์นั้นเป็นเรื่องอิสระเหลือหลาย นี่เป็นตัวอย่างหนึ่งที่ โฆษณาได้สร้างไว้กับค่านิยมของมวลชน อันเกิดจากการรับอิทธิพลวัฒนธรรมต่างชาติ ดังตัวอย่างที่รวบรวมโฆษณาที่รับอิทธิพลต่างประเทศไว้ในภาคผนวก

ผลกระทบอันเกิดจากอิทธิพลต่างชาติปรากฏขึ้นมากมาย เช่น โฆษณาผ้า อุนามัยลอร์อะ ในภาพเป็นการเล่นวอลเลย์บอล ผู้เล่นใส่ชุดกีฬา เป็นกางเกงสั้นมาก เท่ากางเกงชั้นใน ซึ่งเป็นภาพที่เห็นจนชินตาในภาพยนตร์ญี่ปุ่น แต่ในสังคมไทย ไม่เคย มีนิสัยการใส่ชุดกีฬาที่ล่อแหลมเช่นที่นำเสนอในภาพยนตร์โฆษณามาก่อน

นอกจากจะเกิดปัญหาขึ้นกับสังคมวัฒนธรรม แล้ว ยังเกิดผลต่อการ  
สร้างสรรค์งานที่ดึงภาพคนไทยในภาพของต่างชาติ การขัดตา ขัดต่อค่านิยม ย่อม  
กระทบถึงยอดขายของโฆษณา

ในแง่ที่ไอดีของครีเอทีฟไปติดกับวัฒนธรรมต่างชาติ ทำให้เกิดปัญหา  
ตัวครีเอทีฟอย่างไม่รู้เนื้อรู้ตัว เกิดความสับสนในการสร้างสรรค์งาน เมื่องานโฆษณา  
ออกมากลายเป็นว่าไปเข้าช้อนกับไอดีหรือความคิดของต่างชาติ จนอาจถูกครหาว่า  
ลอกเลียนแบบทั้งที่ไม่ได้ตั้งใจ

### อิทธิพลของสังคมที่สะท้อนไปยังสื่อโฆษณา

อิทธิพลของสังคมที่สะท้อนไปยังสื่อเราย่อมทราบกันเป็นอย่างดีว่ากระบวนการ  
ก่อนขั้นตอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณา (Execution) นั้นจะต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัย  
ต่างๆทั้งทางด้านการตลาด ทางด้านผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปสู่แนวทางการผลิตงานที่สร้าง  
สรรค์ได้ องค์ประกอบเหล่านี้ก็เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวความคิด (Concept) ของงานสร้าง  
สรรค์ที่ดี และที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องศึกษาปัจจัยทางการตลาดและผู้บริโภคนั้น

หากพิจารณาแล้วจะพบว่าทั้งสองสิ่งก็ประกอบกันเป็นสังคมนั่นเอง หากตลาด  
ไม่ยอมรับหรือผู้บริโภคไม่ยอมรับก็หมายถึงการไม่ได้รับการยอมรับของสังคม

และสิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญทางการโฆษณาคำนี้ถึงสิ่งนี้ ย่อมแสดงว่าการสื่อสาร  
ข้อมูลใดๆในโฆษณานั้นต้องคำนึงถึงสังคม นักโฆษณาที่ดีย่อมต้องคำนึงถึงเสียง  
สะท้อนของสังคมให้จงมาก เพราะนั่นคือ ประเด็นที่มีความสำคัญที่เราต้องคำนึงถึง ต่อ  
ความสำเร็จในงานสร้างสรรค์งานโฆษณา

สิ่งที่เราสามารถเห็นได้ชัดเจนคือการสร้างสรรค์โฆษณาในยุคปัจจุบัน เนื้อ  
หาเรื่องราวที่เราพบเห็นได้บ่อยๆ จะเน้นการนำเสนอความนิยมของผู้บริโภคในสังคม  
ขณะนี้ เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นสภาพการณ์ที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์  
มากที่สุด จะมีบ้างที่ล้ำสมัย ล้ำยุคออกไป แต่ก็สะท้อนมาจากความนิยมทางด้านความ  
ทันสมัย ทันวิทยาการที่ก้าวหน้า เทคโนโลยีต่างๆ โดยเฉพาะ ตัวอย่างของกระแสความ

นิยมจากวิทยาการในยุค 2000 หรือปัญหา Y2K เป็นต้น เพราะว่าทุกคนให้ความสนใจ ส่วนสิ่งที่สร้างความน่าสนใจ ดึงดูดใจไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางสังคมปัจจุบัน หรือปรากฏการณ์พิเศษต่างๆ

ย่อมได้รับการนำมาปรับใช้เป็นแนวความคิดในการนำเสนอเพื่อเรียกร้องความสนใจทั้งสิ้น

หากลองพิจารณาแยกแยะประเด็นในการใช้อิทธิพลจากกระแสสังคมมาใช้ในการนำเสนอ ก็อาจแบ่งได้ดังนี้

○ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี วิทยาการที่ล้ำยุค

- การติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต
- การเดินทางด้วยยานพาหนะ กำลังขับเคลื่อนสูง

○ ค่านิยมต่างๆทางความคิดที่เป็นพื้นฐานของสังคม เช่น

- ผู้ชายเป็นผู้นำ(ทั้งทางครอบครัวและทางสังคม)
- ระบบผู้อาวุโสกว่า (Seniority)
- การรักษากฎระเบียบอย่างเคร่งครัด

○ ค่านิยมที่มาจากโลกตะวันตก หรือจากกระแสการรณรงค์ เช่น

- สิทธิสตรี (Feminism)
- สิทธิเด็ก
- สิทธิทางการเมือง
- การมีอิสระ เสรีภาพทางความคิด

ค่านิยมทางด้านวัตถุ เช่น

- นิยมความหรูหรา
- นิยมในตราयीหื้อ
- นิยมความสะดวกสบาย

○ ค่านิยมที่มาจากสภาวะการณ์ของโลกในปัจจุบัน

- นิยมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- นิยมการใช้สินค้าที่ต่อต้านการทดลองจากสัตว์ (Against animal tasting )

- นิยมการอนุรักษ์พลังงาน

○ ค่านิยมที่มาจากสภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

- การรักษาผลประโยชน์ให้ประเทศ

- นิยมใช้สินค้าภายในประเทศ

- ค่านิยมการประหยัดอดออม

- นิยมการซื้อสินค้าช่วงลดราคา

ฯลฯ

เหล่านี้ล้วนเป็นการได้รับอิทธิพลมาจากสังคมในปัจจุบันทั้งสิ้น เพราะว่าแนวคิดจากสภาพสังคมถือเป็นค่านิยมที่มีความหมายสำคัญต่อความคิดของผู้คน เมื่อมีความเปลี่ยนแปลงใดๆที่มีบทบาทมากพอจนกระทั่งเป็นที่สนใจต่อคนในสังคมนั้นย่อมเรียกได้ว่าเป็นกระแสจากสังคม ซึ่งมีผลต่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาอย่างยากจะหลีกเลี่ยงได้

ค่านักหอสมุด