

## บทที่ 5

### บทสรุป และข้อเสนอแนะ

สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง และจารึกลงในใจของผู้สร้างสรรคงานโฆษณาทางวิทยุ คือ สื่อวิทยุเป็นสื่อที่ได้ยินแต่เสียงไม่เห็นภาพ และทำให้เกิดภาพในใจขึ้นได้ด้วยจินตนาการของผู้ฟัง คุณลักษณะดังกล่าวนี้อาจนับได้ว่าเป็นลักษณะสำคัญที่สุดของสื่อวิทยุจนกล่าวได้ว่าหากงานโฆษณาชิ้นใดไม่คำนึงถึง หรือหลงลืมในประเด็นนี้แล้วก็ไม่สามารถเป็นสปอตวิทยุที่ประสบผลสำเร็จได้ ผู้สร้างสรรคงานโฆษณาสามารถนำเอาลักษณะพิเศษนี้มาใช้ให้เกิดผลคือต่อการคิดสร้างสรรคงานว่าจะสร้างจินตนาการของผู้ฟังให้เกิดได้ด้วยวิธีใด หรือจะทำอย่างไรให้สปอตวิทยุสามารถเล่าเรื่องได้อย่างมีชีวิต

เราไม่อาจสรุปลงไปได้ว่า เป็นเพราะข้อความโฆษณา เสียงประกอบ หรือเพราะวิธีการอ่านของโฆษก ที่ก่อให้เกิดมิติในการเล่าเรื่องของสปอตวิทยุได้มากที่สุด แต่สปอตวิทยุที่สามารถเล่าเรื่องได้อย่างมีชีวิตนั้นต้องอาศัยทุกๆ ปัจจัยประกอบกัน นับตั้งแต่เริ่มกระบวนการคิดสร้างสรรค จนไปถึงขั้นการผลิตเป็นสปอตวิทยุ ซึ่งผู้ที่มีบทบาทสำคัญตลอดขั้นตอนนี้คือ ผู้เขียนข้อความโฆษณา การเขียนสปอตวิทยุจึงเป็นงานที่ทำทลายความสามารถของผู้เขียนข้อความโฆษณาเป็นอย่างยิ่ง งานโฆษณาที่ดีมักเกิดจากกระบวนการคิดที่เป็นขั้นตอน การคิดสปอตวิทยุก็เหมือนกับงานโฆษณาอื่นๆ ที่ต้องเริ่มจากกระบวนการหาแนวคิดว่า โฆษณาต้องการบอกอะไร ถึงผู้บริโภคกลุ่มไหน ซึ่งไม่ควรเป็นความคิดที่สลับซับซ้อน เพราะผู้ฟังฟังเสียงเพียงอย่างเดียว ไม่เห็นภาพ จะฟังอะไรที่หลายประเด็นไม่ได้ ผู้เขียนข้อความโฆษณาต้องเห็นภาพของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อข้อความโฆษณาไปถึงอย่างชัดเจน เนื่องจากสื่อวิทยุนี้เป็นสื่อที่เฉพาะเจาะจง ต้องการการพูดที่เป็นส่วนตัวและเป็นกันเองกับผู้ฟัง เขาจึงจะรู้สึกว่สิ่งที่บอกกล่าวนั้นน่าเชื่อถือ และขั้นตอนนี้สำคัญที่ผู้เขียนข้อความโฆษณาต้องใช้ความคิดอย่างหนัก คือ คิดว่าจะพูดอย่างไร จึงจะสามารถสื่อสารข้อความโฆษณาอย่างได้ผล ซึ่งในขั้นนี้เครื่องมือที่ใช้คือวิธีการเขียนที่เป็นลักษณะเฉพาะของการเขียนสปอตวิทยุ และเครื่องมือทางด้านเสียง

วิธีที่ใช้ในการเขียนสปอตวิทยุนี้ต้องใช้ลักษณะการเขียนแบบเขียนให้หูฟัง โดยการจับเร้าจินตนาการของผู้ฟังและยึดความคิดหลักเพียงหนึ่งเดียว ผู้เขียนต้องแยกกลุ่มเป้าหมายออกจากกลุ่มผู้ฟัง หยอดอารมณ์ให้กับสินค้า สร้างสิ่งช่วยขำ และดอกย้าซื้อสินค้าให้เข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภค รวมถึงการใช้จุดเรียกความสนใจที่ชัดเจน สปอตที่เขียนนั้นต้องจับความสนใจของผู้ฟังให้ได้ภายใน 5 วินาทีแรก และสร้างความเป็นกันเองกับผู้ฟัง

ส่วนเครื่องมือทางด้านเสียงที่ผู้เขียนข้อความโฆษณาจะต้องเลือกใช้ หรือไม่ใช้นั้น ก็เพื่อช่วยเสริมให้เกิดมิติในการเล่าเรื่อง เสียงที่ใช้ในสโปควิตู ได้แก่ เสียงผู้ประกาศชาย เสียงผู้ประกาศหญิง เสียงโฆษก เสียงประกอบ คนตรีประกอบ และเพลงโฆษณา ผู้เขียนข้อความโฆษณาจะต้องใช้เครื่องมือทางด้านเสียงด้วยความเหมาะสม โดยการพิจารณาจากแนวคิดของโฆษณาว่าเหมาะที่จะใช้เสียงชนิดใดช่วยเสริมในการเล่าเรื่อง และช่วยผู้ฟังให้สร้างภาพในใจได้ง่ายขึ้น ซึ่งอาจใช้เสียงประกอบช่วยสร้างอารมณ์ และบรรยากาศ หรือสร้างความสมจริงสมจังให้กับสโปควิตู ทั้งนี้ต้องระวังการใช้เสียงประกอบอย่างพร่ำเพรื่อ และการเลือกใช้เสียงโฆษกที่ไม่เหมาะสม เพราะอาจทำลายสโปควิตูที่มีแนวคิดดีๆ ให้ไร้ค่า ได้อย่างน่าเสียดาย

จากการที่ผู้เขียนได้มีโอกาสฝึกงานในตำแหน่งก๊อปปีไรเตอร์ที่ บริษัท ชิงกิลมายด์ ใจเดียว จำกัด ทำให้ได้ฝึกฝนและเรียนรู้กระบวนการในการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อวิทยุอย่างใกล้ชิด และจากการศึกษาค้นคว้าในเรื่องนี้ ทำให้พบข้อสังเกต ตลอดจนปัญหาต่างๆ จึงขอนำมากล่าวไว้เพื่อเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อวิทยุ ดังต่อไปนี้

1. การเรียนรู้ไม่มีขีดจำกัด การเขียนสโปควิตูนั้นสามารถเรียนรู้และฝึกฝนกันได้ทั้งจากหนังสือ ตำราวิชาการ บทความ หรือจากเอกสารต่างๆ รวมไปถึงการเรียนรู้ด้วยการพูดคุย สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการเขียนสโปควิตู และจากประสบการณ์ตรงโดยการฝึกหัด ทดลองเขียน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังสามารถเรียนรู้ได้จากสิ่งรอบตัว เช่น จากการฟังสโปควิตูที่มีออกอากาศในทุกช่วงโฆษณาของทางสถานี การฟังเพื่อเรียนรู้มันต่างจากการฟังโดยปกติธรรมดา คือต้องฟังอย่างไตร่ตรอง สังเกตและติดตาม โดยย้อนคิดไปถึงแนวคิดของโฆษณา จุดขายคืออะไร ใช้วิธีการใดในการเร้าความสนใจ รวมไปถึงการคิดประเมินว่าโฆษณานั้นดี หรือไม่อย่างไร จุดใดที่ควรจดจำไว้เป็นแบบอย่างจุดใดที่เป็นข้อบกพร่อง ควรหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดขึ้นในงานเขียนของเรา

สถานการณ์ต่างๆที่พบเห็น ได้ยินได้ฟังในชีวิตประจำวัน อาจนำมาใช้เป็นข้อมูลในการเขียนสโปควิตูได้ โฆษณาที่แปลกแหวกแนว มุขหักมุม เรื่องขำขัน หรือเรื่องราวที่กระทบความสนใจต่างๆที่เห็นในโฆษณา ไม่ได้มาจากความบังเอิญ แต่เกิดจากการช่างสังเกตและสะสมสิ่งที่พบเห็นของนักสร้างสรรค์ แล้วเลือกหยิบมาใช้ในงานโฆษณา

2. **ความคิดสร้างสรรค์ไม่มีขอบเขต** ถ้าทุกสิ่งทุกอย่างถูกจำกัดอยู่แค่ในตำรา หรือสิ่งที่มีผู้ค้นพบและทำมาแล้ว การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ช่วงการโฆษณา ก็จะไม่เกิดขึ้น สิ่งสำคัญสำหรับนักสร้างสรรค์และนักเขียนข้อความโฆษณา คือ ไม่ย่ออยู่กับที่ ความคิดสร้างสรรค์ไม่ควรถูกตีกรอบ การคิดที่อยู่เหนือขอบเขตในบางครั้งอาจไม่ให้อะไรที่เป็นแก่นสารสาระ หรือเลือนลอยจนไม่อาจนำไปใช้ได้จริง แต่ก็ไม่ใช่สิ่งผิด เพราะสิ่งเหล่านี้คือจุดเริ่มต้นของความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกแหวกแนว และทำให้คนตะลึง

ในการเขียนสปอตวิทยุ อาจมีการกำหนดรูปแบบต่างๆ รวมถึงวิธีการเขียนต่างๆ สำหรับสปอตวิทยุ แต่ไม่ได้หมายความว่า จะคิดนอกเหนือไปจากที่มีอยู่ไม่ได้ เสียงประกอบต่างๆ ที่มีการรวบรวมและบันทึกเสียงไว้แล้ว เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน ก็ไม่ได้เป็นขอบเขตจำกัดว่าจะต้องคิด และเลือกใช้ได้เท่าที่มีอยู่ เราสามารถคิดค้นวิธีใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างไรก็ได้ ทรายเท่ที่สิ่งนั้นจะช่วยให้โฆษณาสามารถขายสินค้าได้

3. **การฝึกฝนไม่ไร้ผล** การทำงานทุกอย่างย่อมต้องอาศัยการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ การเขียนสปอตวิทยุก็เช่นกัน ไม่มีใครสามารถเขียนสปอตวิทยุที่เลิศได้ในการเขียนครั้งแรก แม้แต่นักเขียนที่เก่งกาจยังต้องยอมทิ้งสปอตที่เขียนเสร็จสมบูรณ์แล้วหากยังไม่เป็นที่พอใจ เพื่อเขียนสปอตชิ้นใหม่ให้ได้ดีกว่าเดิม ในการเริ่มต้นฝึกหัดเขียนสปอตวิทยุ อาจพบปัญหาต่างๆ เช่น เขียนยาวไปไม่สามารถอ่านได้จบในเวลาที่กำหนด เขียนแล้วหลงประเด็นแม้แต่คิดวิธีนำเสนอให้น่าสนใจจนลืมประเด็นสำคัญที่ต้องการบอกในโฆษณา หรือเขียนครบถ้วนถูกต้องตรงประเด็นทุกอย่างแต่สปอตออกมาแล้วจืดชืดไม่น่าสนใจ สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยความค่อยเป็นค่อยไปในการฝึกฝน ต้องใช้ความอดทนและพยายามจนค้นพบทางแก้ไขได้ด้วยตนเอง ซึ่งคำแนะนำใดๆ ก็ไม่อาจช่วยได้ หากไม่มีการฝึกฝน ลองผิดลองถูกด้วยตนเอง

“หากคุณเงยหน้าคิดว่า  
แม้ไม่ได้สักดวงที่ฝันใฝ่  
แต่สิ่งที่คุณคิดว่าได้  
แน้ไชร้ย่อมมิใช่ดิน”

(วาทะของ ลีโอ เบอร์เนตต์)