

บทที่ ๕

การออกแบบงานโฆษณากับการสื่อความหมายเพื่อประสิทธิภาพในการโฆษณา

การโฆษณาจึงถือว่าเป็นเรื่องของการสื่อสารข้อมูล กล่าวคือเป็นแบบของสื่อสารมวลชนที่ถูกนำมาใช้ในฐานะ เป็นเครื่องมือของกวดกลางจุดประสงค์ของการโฆษณาจึงอยู่ที่การประสบความสำเร็จของการสื่อความหมายของสารที่ต้องการจะสื่อเป็นสำคัญ ทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ และกระทำตามข้อมูลที่ส่งออกไป แต่เนื่องจากรูปแบบของการสื่อสารไม่เพียงจำกัดเพียงการใช้ตัว การด้วยระบบทางตัวหนังสือเพียงอย่างเดียวเท่านั้น การใช้สี, สัญลักษณ์, แสง, เงา, เสียง, กลิ่นสามารถนำมาเป็นตัวสื่อสารได้ดีกว่าหนังสือ จะสังเกตได้ว่าในงานโฆษณาชิ้นหนึ่ง ภาพเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ที่จะบ่งบอกกล่าวงานโฆษณาที่โฆษณาสินค้าอะไร เพราะสินค้าชนิดนั้น ๆ ไม่ว่าจะ เป็นประเภทใด จะดัง เกตุหรือจะถูกดัดแปลงสร้างสรรค์ให้ออกมาเป็นภาพแบบตั้นนั้น แม้แต่สัญลักษณ์ตราปีที่ห่อก็จะถูกยี่ห้อที่จะถูกสร้างสรรค์ออกมาเป็นภาพที่ง่าย ๆ ที่เหมาะแก่การจดจำ

ในการพิจารณาว่าโฆษณาจะประสบความสำเร็จ ได้อย่างไรนั้น ต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์สำหรับการทำ โฆษณาหนึ่ง ๆ ว่า เป็นอย่างไร ต่อไปก็ดูว่าจุดไหนบ้างเป็นจุดสำคัญที่จะทำให้งานโฆษณาไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ และตรวจสอบว่าประสบความสำเร็จมาก น้อยเพียงไรสิ่งแรกจึงต้องพิจารณาว่าการโฆษณาคั่งเป้าหมายอย่างไร ซึ่งเป็นไปกล่าวลำดับขั้นตอนพอสรุปได้ดังนี้

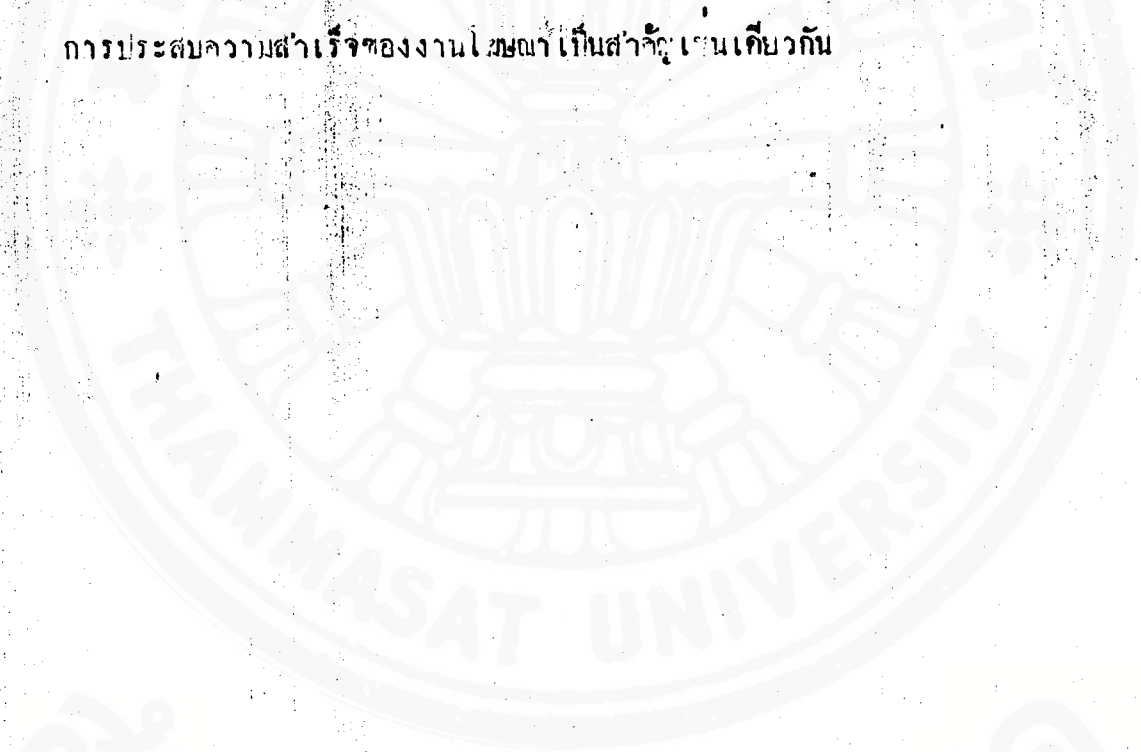
1. เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคใ้รู้ว่า มีสินค้านั้น ๆ

ในท้องตลาด

2. เพื่อสร้างความเข้าใจ และภาพพจน์ที่ดีในสินค้าที่มีต่อผู้บริโภค
3. เพื่อสร้างให้เกิดอารมณ์ และรู้สึกถึงความเหมาะสมในสินค้านั้น ๆ
4. เพื่อสร้างความจดจำ และคุ้นเคยต่อสินค้า
5. เพื่อสร้างความต้องการเป็นเจ้าของสินค้าในตัวผู้บริโภค
6. เพื่อผลทางก้านออกจำหน่ายให้เพิ่มขึ้นหรือคงที่
7. เพื่อสถานะชื่อเสียงของสินค้า โดยเป็นตัวนำทางในการเผยแพร่สินค้า

จากเป้าหมายโดยทั่ว ๆ ไป ของงานโฆษณาทางตามหลักกว้าง แล้วโฆษณา
ใดสามารถ ค่าเงินการโฆษณาที่ขึ้นต้นถึงข้างบนนี้ได้ ก็สามารถเรียนได้ว่า
งานโฆษณานั้นประสบความสำเร็จความเข้ามามากตามที่ตั้งไว้

หลังจากที่พิจารณาถึงจุดมุ่งหมาย และความสำเร็จในงานโฆษณาแล้วว่ายู่ใน
จุดใด เราจึงควรหันมาพิจารณาว่าการดำเนินการเช่นเรที่จะทำให้งานโฆษณาเป็นไปตาม
ที่ตั้งเป้าหมายไว้ และการดำเนินการส่วนใหญ่ในงานโฆษณานั้น จะตกอยู่กับฝ่ายผลิตเป็น
ส่วนใหญ่ และงานการผลิตจะเป็นอย่างไรที่จะก่อให้เกิดเป็นตัวแทนของความ
คิด ให้ออกมาในรูปแบบที่สื่อสารได้โดยออกมาเป็นภาพ เป็นคำพูด ที่คนทั่ว ๆ ไป
จะสามารถเข้าใจได้ หลักเกณฑ์ของงานด้านนี้จะส่งผล และต้องตั้งเป้าหมายไว้ที่
การประสบความสำเร็จของงานโฆษณา เป็นสำคัญ เช่นเดียวกัน



จำหน่ายหอสมุด

การออกแบบงาน (LAYOUT) สร้างความสำเร็จการสื่อความหมาย

การออกแบบในงานโฆษณาถือเป็นจุดหลักที่จะสร้างความหมาย และสื่อความหมาย ให้เห็นไปตามความหมายที่แท้จริงของงานโฆษณา ทั้งนี้การออกแบบงานจะประสบความสำเร็จได้ นั่นคือของการออกแบบสามารถสร้างลักษณะต่อไปนี้ได้

1. ออกแบบให้งานโฆษณาสามารถอธิบาย หรือถ่ายทอดลักษณะของสินค้าให้ผู้รับทราบได้ว่า สินค้ามีคุณภาพอย่างไร ลักษณะอย่างไร วิธีการใช้ประโยชน์ที่สินค้าให้ และจุดประสงค์ของสินค้าที่ให้แก่ผู้บริโภค

2. ออกแบบให้งานโฆษณานั้นสามารถสร้างพฤติกรรมตอบสนอง จากผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายให้ทราบว่าสินค้านั้นมีอยู่ในตลาด และมีคุณสมบัติสามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

3. ควรออกแบบให้งานโฆษณาสามารถสร้างแรงดึงดูดกับผู้บริโภคให้เกิดการซื้อมากที่สุด นอกจากนั้นยังต้องสร้างความรู้สึกทางภูมิใจให้ตัวสินค้าของผู้บริโภคที่มีไว้ในครอบครัวย

4. ควรออกแบบให้งานโฆษณาสามารถสื่อสารข้อมูล ให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำตัวสินค้าได้ สำหรับการโฆษณา การออกแบบสามารถดึงดูดให้ผู้ซื้อสินค้าเป็นลูกค้าประจำได้โดยจดจำตราที่หือ และมีพฤติกรรมต่อเนื่องอย่างไม่สิ้นสุด

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า งานออกแบบสามารถสื่อสารข้อมูลไปยังผู้รับได้ คือผู้บริโภคได้ทราบเรื่องราวเกี่ยวกับสินค้า และสร้างปฏิกิริยาตอบสนอง หรือ

จากผู้บริโภคได้ โดยมีการตัดสินใจ และเกิดการซื้อไว้นั้นที่สุด นับว่าเป็นการสร้างความสำเร็จในการสื่อความหมายได้อย่างครบถ้วน

สำนักหอสมุด

บทบาทการถ่ายทอดศิลปะออกมาในรูปของโฆษณาสิ่งพิมพ์

คนโฆษณา เป็นงานที่ยิ่งยากและซับซ้อน เนื่องมาจากงานโฆษณา เป็นการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด หรือจินตนาการออกมาเป็นภาพที่คนสามารถเข้าใจได้ สิ่งการที่ระบบธุรกิจหมายให้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ทั้งทางด้านจินตนาการ และระบบทางเทคนิคที่ผู้สื่อเข้ามาเป็นตัว ถ่ายทอด เช่น นักต้องการให้ผู้ดูแลเห็นถึง ความสำเร็จของเรื่อของนักคิดหนึ่ง ว่ามีความแข็งแกร่งมีกำลัง มีความทนทานเพียงไร ผู้โฆษณาต้องการสื่อความต้องการความคิดนี้ไปยังผู้ดู คือทำให้ผู้รู้สึก ว่าความคิดนั้นเป็นความจริง โดยการรับความรู้สึกจากภาพ ผู้ทำโฆษณาอาจจะมีการนำสิ่งต่าง ๆ เช่น เสื้อหรือสัญลักษณ์อย่างหนึ่งอย่างมาเป็นตัวสื่อถึงกล่าว ถ้าผู้ทำโฆษณาไม่มีความรู้อย่างเพียงพอ อาจจะไปเลือกเอา แมวหรืองู ซึ่งไม่สื่อถึงความแข็งแกร่ง มาเป็นตัว PRESENTER รวมทั้งทำให้จุดมุ่งหมายของการโฆษณาไม่เกิดผล

นอกจากนั้นผู้ทำโฆษณายังต้องใช้ศิลปะเข้ามาช่วยใช้แล้ว เรายังสร้างให้ ตัว PRESENTER มีพลัง มีอำนาจ และความแข็งแกร่ง ใจจากหลังเป็นป่า ทำให้ภาพดูดิบ หนัก หนา หรืออาจพูดง่าย ๆ ว่า เขาต้องนำเอาศิลปะเข้ามาใช้เพื่อถ่ายทอดนามธรรมให้ออกมาในลักษณะของรูปธรรมที่เข้าใจได้ง่าย และสามารถสื่อสารออกสู่สายตาสังคมได้

เช่นเดียวกันการนำเอาศิลปะมาใช้ในระบบการพิมพ์ ที่ย่อมมีปัญหามาก ศิลปะเป็นเรื่องของความนึกคิด ความฝัน จินตนาการในความรู้สึก ส่วนงานโฆษณา เป็นงานที่ต้องทำการสร้างความฝันหรือจินตนาการนั้นให้เป็นความจริง สามารถสื่อสาร ถ่ายทอดได้ จึงจำเป็นต้องตรงนโยบาย และอาศัยเทคโนโลยี และวิชาการด้านต่าง ๆ มากมาย ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่ใช่นักออกแบบศิลป์ (ARTIST) จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงระบบงานพิมพ์เป็นอย่างดี นอกจากนี้ไปจากความรู้อ่างด้านหลักของศิลปะแล้ว เพราะถ้าออกแบบงานพิมพ์ออกมาเลอะเลือน เบี่ยงไป แต่ไม่สามารถนำมาถ่ายทอดออกมาเป็นงานพิมพ์ได้ ด้วยเหตุนี้เองทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับระบบการพิมพ์ งานนั้นก็ไม่สามารถจะผลิตออกมาเป็นงานพิมพ์ที่มีมาตรฐาน ทั้งทางด้านปริมาณ และคุณภาพได้