

บทที่ 5

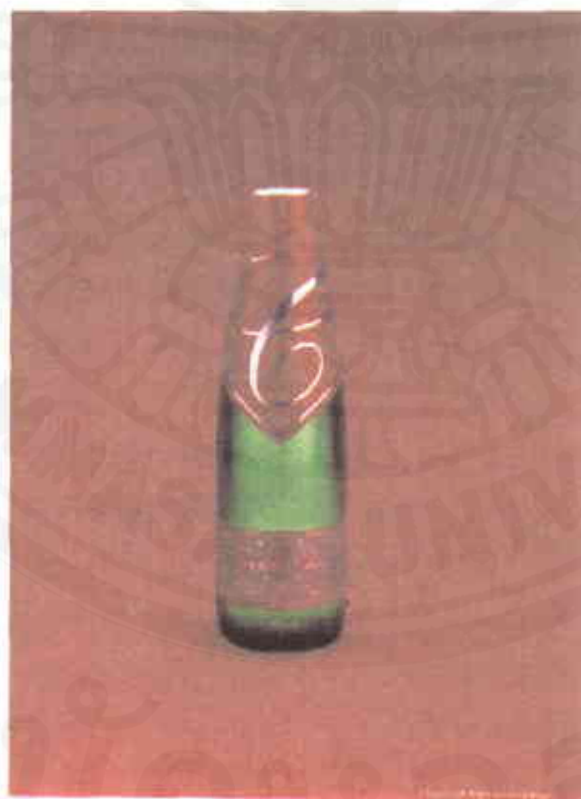
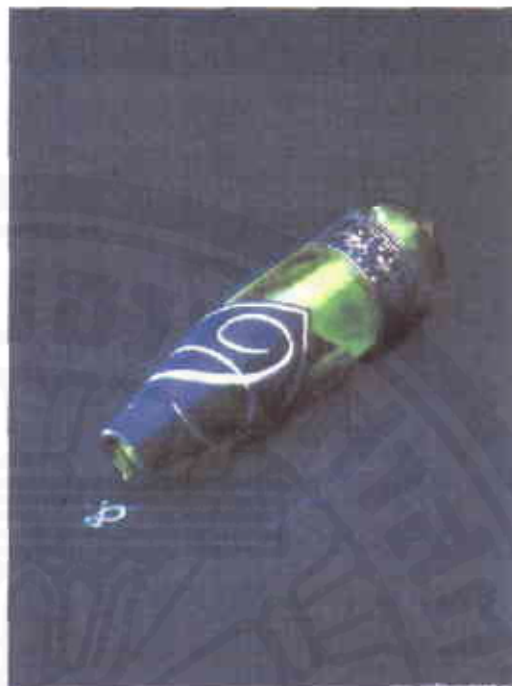
ตัวอย่างงานโฆษณาแบบง่าย

เพื่อให้ผู้อ่านมีความเข้าใจในลักษณะของโฆษณาแบบง่ายมากยิ่งขึ้น ผู้เขียนเห็นว่าคงไม่มีวิธีการใดสร้างความเข้าใจได้ดีไปกว่าการยกตัวอย่างโฆษณามาประกอบให้เห็นอย่างชัดเจน ผู้เขียนจึงได้รวบรวมชิ้นงานและผลงานโฆษณาแบบง่าย ที่มีคุณภาพ และมีความคิดสร้างสรรค์ จนได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศอย่างเช่น รางวัลผู้กำกับศิลป์บางกอก (Bad Award), รางวัลประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย (Tact Award) หรือในระดับสากลอย่าง The New York Festivals The World's Best Work และ The One Show

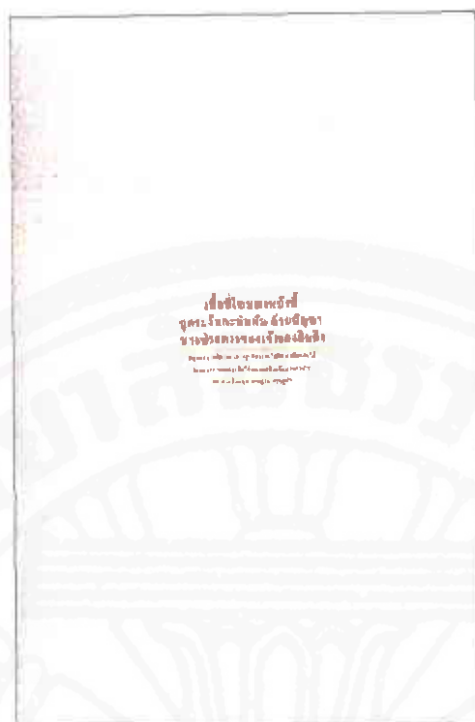
ผลงานโฆษณาของประเทศไทย



งานแสดง Simplicity ที่เป็นลักษณะการรวมของ 2 สิ่งที่ไม่เคยอยู่ด้วยกันมาก่อน มารวมกัน ให้เกิดความรู้สึกแปลก เพราะไม่เคยพบเห็น โดยใช้โทนสีชาวดำ เน้นความน่ากลัวของการสูบบุหรี่ และสื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายว่า การสูบบุหรี่คือความตาย



ลักษณะของ campaign ที่มีความเป็นเอกภาพ และสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ในทันทีถึงคำว่า “ไวน์เฉพาะผู้หญิง” โดยนำเสนอไอเดียอย่างง่ายจากเพศตรงข้ามของผู้หญิง และสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นเพศหญิง อย่างเช่น หน้าอก หรือเครื่องหมายของผู้หญิง



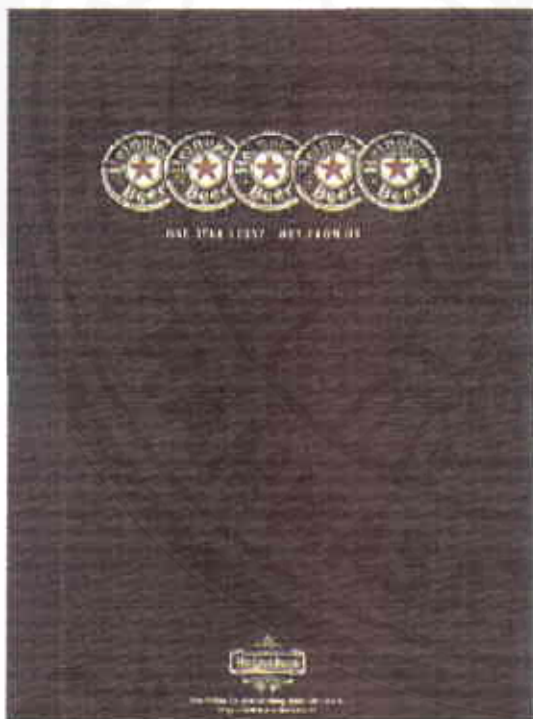
มุมมองง่ายๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความล้มเหลวของธุรกิจ จากผลของการขาดข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจที่สื่อผ่านการนำเสนออย่างง่าย และประหยัดงบประมาณในการผลิต



งาน Simplicity ที่เน้นทางด้านพลังของภาษา โดยขึ้นแรกเอาความจริงที่อยู่ในสังคมที่คนไทยรู้สึกในเรื่องการเมืองมาโยงกับคุณสมบัติของสินค้า และส่วนชิ้นที่ 2 ใช้ลูกเล่นของภาษาไทยในเรื่องความหมายทั้งของคำที่สามารถสื่อได้ 2 ความหมายนั่นคือ กริยาของการขี่จักรยานกับอาการตะขันทื่นๆ ทำให้โฆษณาชิ้นนี้ได้รับรางวัล Best copy เพราะผู้คิดหยิบคำง่ายๆ ฟันๆ มาใช้ได้อย่างชาญฉลาด



คำอวยพรที่คนไทยใช้เนื่องในวันสำคัญต่างๆที่ โฆษณาชิ้นนี้นำมาหยิบใช้ได้เหมาะสม ตั้งแต่ เรื่องของการอวยพรมาใช่กับการอวยพรวันแม่ และการนำนมแคลซีเม็กซ์ มาตั้งแทนคำว่า "พละ" ซึ่งหมายถึงพละทานามัยที่ดี



ดึงเอาลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น คือฝาขวดที่เป็นรูปดาวมาเล่นกับสิ่งที่บ่งบอกถึงความยอดเยี่ยมที่เป็นสากล คือ ดาว 5 ดวง นำมาเสนออย่างง่าย และนำมารวมกันได้อย่างเหมาะสม



ตัวอย่างของการใช้ Symbolic ที่ทำมาเปรียบกับเครื่องโตชิบา DVD ซึ่งสื่อความหมายอย่างชัดเจนคือ ไบมีคโกลคือความคมชัด สีที่อยู่บนไบมีคโกล คือสีสัน พอรวมกันแล้วสามารถให้เข้าใจได้ว่า โตชิบา DVD สีสันคมชัดสดใส



หนึ่งในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เป็นที่กล่าวขวัญ และเป็นที่ยินชอบของผู้ชมอย่างมาก จากวิธีที่ฉลาดในการบอกประโยชน์ของน้ำมันเครื่องผ่านเรื่องผีๆ ซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาของคนไทย มีวิธีพูดอย่างตรงประเด็น มีไอเดียที่แหลมคม และใช้งบน้อยในการผลิต



Campaign ทางโทรทัศน์ที่แสดงถึงวิธีการบอกจุดขายเรื่องการยับยั้งแบคทีเรียด้วยเรื่องราวที่ง่าย ๆ และอาจเกิดได้กับทุกคนในการดำเนินชีวิตประจำวัน

ผลงานโฆษณาของต่างประเทศ



IMPROVE YOUR ENGLISH. We have over twenty part-time and full-time courses to help you read and speak (sorry, speak) correct English. Call 473 6661 for more information. The British Council



IMPROVE YOUR ENGLISH. We have over twenty part-time and full-time courses to help you read, write and speak (sorry, speak) correct English. Call 473 6661 for more information. The British Council

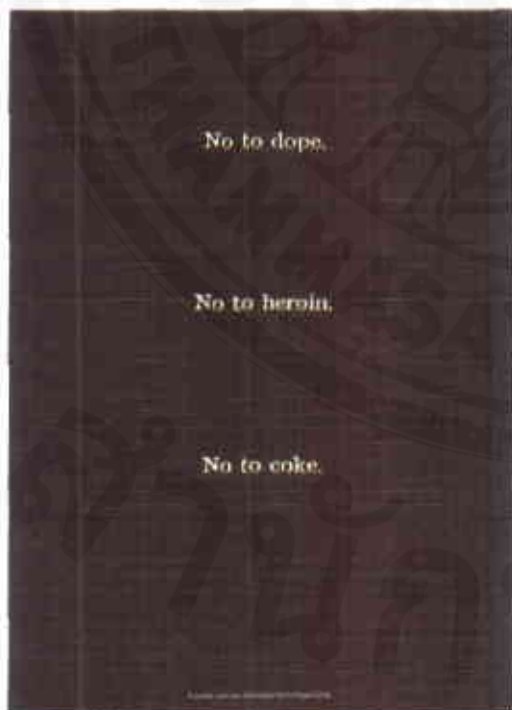


IMPROVE YOUR ENGLISH. We have over twenty part-time and full-time courses to help you read and speak (sorry, speak) correct English. Call 473 6661 for more information. The British Council

เป็นตัวอย่างโฆษณาที่ดียิ่งของโฆษณาที่เราเห็นได้ว่า ความง่ายที่สร้างสรรค์คือการนำเอาสิ่งรอบๆ ตัว, เรื่องจริงที่เราสังเกตได้ ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมมานำเสนอในโฆษณา จากการใช้ภาษาอย่างผิดๆ ของคนทั่วๆ ไปในสังคม จากอาชีพต่างๆ ซึ่งพบได้ในชีวิตประจำวัน แล้วนำมาผูกเป็นการนำเสนออย่างง่ายๆ มุมมองที่ง่ายๆ ที่ทำให้ผู้ชมชื่นชอบในตัวโฆษณา จนได้รางวัล Gold Campaign จาก The one show



งานคลาสสิกของโพลด์ที่ควรแก่การศึกษา แม้จะเป็นผลงานที่นานแล้ว เพราะมีลักษณะของโฆษณาที่ติดตามแนว ADNORMS ตั้งแต่ความเป็นหนึ่งเดียว (oneness) ขององค์ประกอบทุกอย่างตั้งแต่ภาพกับคำที่รับกันเข้ากันได้ดี ความง่าย (Simplicity) ที่สามารถสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ว่าโพลด์ประหยัดน้ำมันขนาดไหน และความง่ายในการนำเสนอจากภาพการ์ตูนที่ง่ายๆ และดูมีเอกภาพ ความสัมพันธ์ (Felevance) ระหว่างการนำหัวเติมน้ำมันกับลักษณะของปืนที่จ่อหัวตัวเอง ถ้าไม่ได้เลือกโพลด์



เป็นงานโฆษณาที่เรียบง่าย คลาสสิกและฉลาดมากในหมู่ครีเอทีฟ เป็นความสามารถของผู้คิดในการนำเสนอ หรือลงโฆษณาสินค้าของตนเองผ่านการโจมตีคู่แข่ง แต่เป็นการโจมตีในวิธีของการรณรงค์ เพื่อสังคม โดยดึงเอาคำเรียกโคเคน ซึ่งก็คือ coke มาใส่ลูกเล่น เป็นการต่อต้านยาเสพติด โดยไล่ตั้งแต่ เฮโรอีนจนมาถึง coke ว่าเป็นสิ่งเลวร้ายที่ควรหลีกเลี่ยง แล้วลงท้ายว่าเป็นความปรารถนาดีจาก Pepsi นับว่าเป็นโฆษณาที่ฉลาดในการหาวิธีพูดที่แตกต่าง และสร้างสรรค์ทางภาษา และความคิดที่สามารถดึงเอาคำที่ใช้กันอยู่ 2 ความหมายมาเชื่อมกันจนเนียน

**PRIVATE
DETECTIVES.
NO
DICKS.**

Female Investigations is a different kind of detective agency. It's all-female. Our highly professional personnel specialize in matrimonial and missing person cases. They get results. You get someone you can trust. Call us in absolute confidence on 0121-753 1811



โฆษณาของชิ้นนี้เป็นตัวอย่างของโฆษณา Simplicity ที่ใช้พลังทางภาษาในการถ่ายทอดจุดเด่นของบริษัทที่นักสืบเอกชนหญิง โดยใช้ลูกเล่นของภาษาและความหมายของคำ เพื่อสื่อให้เห็นเอกลักษณ์ และจุดขายหลักคือความเป็นผู้หญิงไม่มีผู้ชาย โดยใช้คำว่า Dicks ที่สามารถเป็นได้ 2 ความหมายคือ ชื่อของ Dicks Tracy นักสืบผู้ชาย หรือความหมายของอวัยวะเพศชายในความหมายที่เป็นคำแสลง เป็นโฆษณาที่มีความฉลาดในการเลือกใช้คำ, สื่อจุดประสงค์ชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย มีวิธีการพูดที่สะกดคนให้หยุดได้

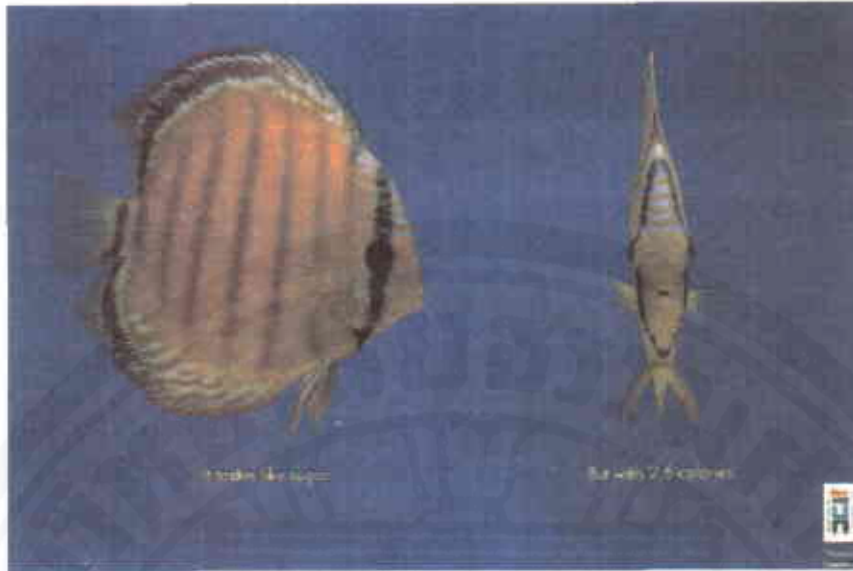
**In real life,
the tortoise loses.**

The Economist

ในโลกของนิทานอีสปใครๆ ก็รู้ว่าเต่าคือผู้ชนะ แต่ในชีวิตจริงคนที่เชื่องช้าล้าหลังยอมแพ้เสมอ นี่คือสิ่งที่ The Economist พูดเพื่อที่บอกว่าถ้าอ่าน The Economist ก็ไม่มีวันล้าหลัง ความยอดเยี่ยมของโฆษณารชิ้นนี้คือ พูดด้วยวิธีที่ง่าย, สั้น, ประหยัด และชัดเจนที่สุด



โฆษณา 3 ชั้นนี้ เป็นโฆษณาแบบง่ายที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ในทันทีที่เห็นได้เลยว่า ส่วนผสมของมันมาจากผลไม้จริง จากที่ภาพของผลไม้แต่ละชั้นที่มีรอยแหว่ง ที่กลายมาเป็นแท่งไอศกรีม



โฆษณาของ Sweetener ชั้นนี้มีลักษณะที่ดีของชิ้นงาน ตั้งแต่ Concept ที่สามารถใช้ได้นาน (Durability) คือ รสชาติที่หวานเหมือนน้ำตาล แต่ให้รูปร่างที่ดี เพราะมีแคลอรีต่ำ มีวิธีการนำเสนอ ไอเดียที่แปลกใหม่ (Newness) โดยใช้รูปร่างของปลาที่เพรียวบาง แล้วนำมาสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงจุดขายคือสัดส่วนเพรียวบาง (Slim) ถ้าเลือกผลิตภัณฑ์นี้ โดยเชื่อมโยงได้อย่างลงตัว (Relevance) และภาพยังสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายอีกด้วย



เป็นโฆษณาที่สร้างความเข้าใจได้ในทันที ที่เห็นว่าเป็นถุงยางอนามัยที่ฆ่าสเปิร์ม ได้จาก ภาพการ์ตูนที่วาดง่าย ๆ ไม่เสียค่าใช้จ่ายสูง เพราะแนวคิดที่ง่ายในจุดจุดประเด็นเดียว และ สื่อออกมา ได้อย่างง่ายที่สุดจากอาการหนีของ ตัวสเปิร์ม



ตัวอย่างโฆษณาแบบ Symbolic ที่นำคุณลักษณะเด่นของสินค้า คืออายุการใช้งานที่ยาวนานมาเชื่อมกับเทพเจ้าอายุยืนอย่างชิวของชาวจีน ซึ่งเป็นเทพเจ้าที่ชาวจีนรู้จักดีในรูปแบบของเทพเจ้า 3 องค์คือ ฮก ลก ซิ่ว เป็นการหยิบเอาเรื่องจากวัฒนธรรมความเชื่อของจีนมาเสนอได้อย่างหมดจด เข้าใจได้ง่าย และเชื่อมโยงเกี่ยวพันกันอย่างไม่ขัดเขี่ยระหว่างอายุยืนของท่านกับความเชื่อในเรื่องอายุยืนจากเทพเจ้า



Mid-Atlantic BEER & FOOD Festival
WASHINGTON, D. C.
September 17 & 18 ★ 11th & H St. NW

สารที่โฆษณารับนี้ต้องการจะสื่อคือ การจัดเทศกาลอาหาร และเบียร์ ที่วอชิงตันดีซี และสิ่งที่โฆษณานำเสนอสามารถบอกได้นั้นคือ อนุสรณ์ของลินคอล์น ที่ถือเบียร์ในมือกับความเป็นจริงเรื่องสถานที่ตั้งของอนุสรณ์ ซึ่งตั้งอยู่ที่เมืองวอชิงตันดีซี สิ่งต่างๆ ในภาพเหล่านี้สามารถบอกสิ่งที่ต้องการอย่างเข้าใจได้เร็วที่สุด



เป็นงานที่แสดงให้เห็นถึงการนำจุดขายที่ธรรมดาตามาก แต่ใช้วิธีการพูดที่แตกต่างโดดเด่น และบอกถึงประเด็นแต่ประเด็นเดียวว่า เบนซ์สวย โดยเป็นงาน Visual Impact ที่ภาพสามารถเล่าเรื่องได้หมดจนไม่ต้องใช้คำโตมาเสริมเพิ่มเติมว่าสวย จนรถที่ผ่านมามากครั้งจะต้องเหยียบเบรคกระทันหันเพื่อที่จะหยุดดูเบนซ์คันที่จอดอยู่ เป็นงานสร้างสรรค์ในแง่การดึงเรื่องที่ธรรมดามาเป็นภาพที่คาดไม่ถึง แต่เข้าใจได้ทันทีถึงสิ่งที่ต้องการจะบอก



นี่คือตัวอย่างของการกล่าวคำอาลัยด้วยวิธีที่ง่ายที่สุดของโพลิศ ที่ไม่ต้องมีคำกล่าวที่ยาวเป็นหน้า แต่มีรถโพลิศแล้วมีหยดน้ำตาก็สามารถเข้าใจได้ว่าโพลิศ ไว้อาลัยให้แก่ชายคนหนึ่งชื่อ นาย Jerry Garcia