บทที่ 5
กลยุทธ์การสื่อความหมายของสารโฆษณา

ในการศึกษาวิเคราะห์ ถึงกลยุทธ์การสร้างเนื้อหาสารโฆษณา ของธุรกิจน้ำมันพืชนั้น หลังจากที่ได้ทราบถึงความเป็นมาของธุรกิจน้ำมันพืช การวางตำแหน่งสินค้า จุดขาย วัตถุประสงค์ ตลอดจนแนวคิดหลักของผู้ส่งสารแล้ว ยังมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการศึกษาวิเคราะห์ไปถึงตัวเนื้อสาร เพื่อค้นหาความหมายที่แฝงอยู่ในเรื่องราวของภาพยนตร์โฆษณา อันเป็นปัจจัยสำคัญหรือกระบวนการหนึ่งของผู้ส่งสารโฆษณา ที่สื่อสารมายังผู้รับสาร ซึ่งก็คือกลยุทธ์ในการสร้างความหมายสารนั่นเอง โดยได้นำแนวความคิดในเรื่องการผลิตภาพยนตร์โฆษณา พร้อมทั้งทฤษฎีทางด้านสัญญวิทยา มาเป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบหรือเข้าใจถึงกลยุทธ์ หรือกลวิธีการสอดใส่ความหมายลงไปในเนื้อสารโฆษณาของสินค้าประเภทน้ำมันพืช ซึ่งเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทที่มีความเกี่ยวพันต่ำในการตัดสินใจซื้อมาใช้

จากที่ได้ทราบแล้วว่า สินค้าประเภทน้ำมันพืชได้ใช้วัตถุดิบที่ต่างกันในการผลิต ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกนำภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชทางโทรทัศน์ 7 ยี่ห้อมาทำการศึกษา ซึ่งตัวอย่าง 7 ยี่ห้อนี้ สามารถเป็นตัวแทนได้ครบชนิดของน้ำมันพืชที่มาจากวัตถุดิบต่างๆ ทั้งถั่วเหลือง ปาล์ม รำข้าว และน้ำมันผสม โดยภาพยนตร์โฆษณาที่นำมาศึกษาทั้ง 7 ยี่ห้อ มีรายละเอียดดังนี้

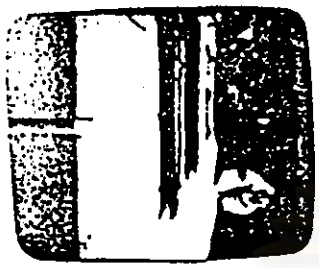
1. ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชมรกต	ชุด	คุณนายไข่เจียว
2. ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชองุ่น	ชุด	แปลงร่าง
3. ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชริน	ชุด	ผู้หญิงเด้น
4. ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชทิพ	ชุด	อร่อยจนลืมโกรธ
5. ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชกุ๊ก	ชุด	วิวัฒนาการ
6. ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชแวว	ชุด	ไม่มีแวว
7. ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชคิง	ชุด	แมว

<u>ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชมรกต ชุด คุณนายไข่เจียว</u>

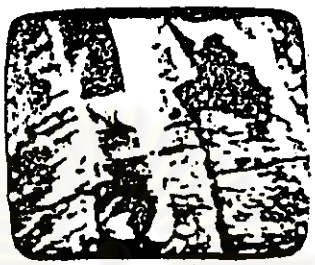
เป็นภาพผู้ชายคนหนึ่งเดินมา ตัดภาพให้เห็นฝีเท้าก้าวเดินมาแล้วหยุดลง ภาพมุมกว้างเห็นผู้ชายคนนั้นมีใบหน้าที่แสดงความสงสัยในกลิ่นที่สัมผัสได้ (สังเกตให้เห็นถึงจมูกขยับฟุดฟิด) แล้วก็พบที่มาของกลิ่น โดยหันมาเจอหน้าต่างลูกกรงเหล็กแบบโบราณ เมื่อมองลอดผ้าม่านหน้าต่างนั้นเข้าไป เห็นขวดน้ำมันพืชมรกตตั้งอยู่ และเห็นไข่เจียวที่กำลังถูกเทลงในกระทะน้ำมัน ไข่เจียวฟูขึ้น มีตัวหนังสือขนาดเล็กพาดผ่านส่วนล่างของภาพว่า น้ำมันปาล์มโอเลอินจากเนื้อปาล์มผ่านกรรมวิธีดรามรกต พร้อมกับเสียงผู้หญิงร้องเพลงขึ้นว่า "ฉันทำไข่เจียว..." ภาพตัดมาให้เห็นเฉพาะขาของชายผู้นั้นเขย่งขึ้นลง และมาเห็นใบหน้า จมูกของเขาพยายามสูดกลิ่นอย่างเต็มที่ ภาพของไข่เจียวฟูขึ้นเต็มที่ เสียงเพลงต่อ "ใครชิม ใครดม ก็ชมกันทั่ว" ภาพผู้ชายคนนั้นหันมาอย่างเคลิบเคลิ้มหลงใหลในกลิ่นที่ได้สัมผัส ภาพเด็กผู้ชายอีกคนมีจมูกที่โต สูดกลิ่นที่ได้อย่างตั้งใจอีกคน ภาพแสดงให้เห็นถึงไข่เจียวที่ทอดเสร็จแล้วน่ารับประทานมาก ถูกตักมาวางบนจานข้าวสวยร้อนๆ เสียงเพลง "แค่เพียงน้ำมันวางลงบนเตาอไฟให้ร้อน ไข่เหลืองและหอมกรุ่น ฟู ฟู ดูน่า..กิน" ผู้หญิงที่ทำครัวคนนั้นตักข้าวและไข่เจียวขึ้นพอคำ กำลังจะใส่เข้าปาก ผู้ชายกลืนน้ำลายลงคออย่างอยากรับประทานเต็มที่ (ภาพตัดให้เห็นเฉพาะลูกกระเดือกของชายคนนั้นขยับขึ้นลง ในขณะที่กลืนน้ำลายลงคอ) จากนั้นภาพตัดออกมาเป็น Pack shot น้ำมันพืชมรกตวางอยู่ โดยมีการจัดองค์ประกอบ (Composition) กับเครื่องปรุงต่างๆ คือ พริก กระเทียม และถ้วยพริกก็ถูกหยิบมาใส่ในกระทะน้ำมันร้อนได้ที่ ควันโชยขึ้นทันทีพร้อมกับภาพที่ริมหน้าต่างครัวนั้น มีผู้คนเข้าแถวเรียงรายกันอยู่ และจามอย่างแรงที่ได้กลิ่นฉุนของพริกนั้น ทำให้ต่างรีบแยกย้ายกันไปคนละทาง

เสียงผู้ประกาศชายปิดท้ายว่า "มรกต ไม่มีกลิ่นหืน ให้คุณหอม...กลิ่นแท้ๆ ของอาหาร"

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



เสียง:sfx: มีเสียงเคาะ/เสียงหอกไม้ร่างกายกระแทกพื้น
แล้วดังโธ่ จ๊อก...จ๊อก...จ๊อก

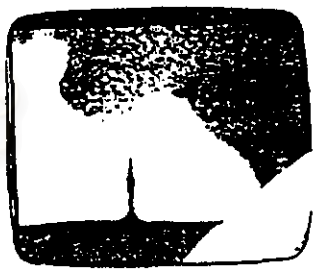


เสียง:ดนตรี: จังหวะโจ๊ะๆ

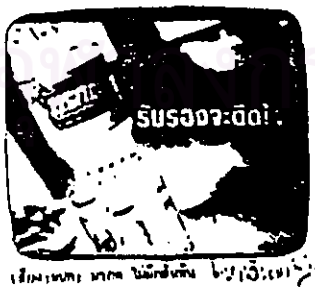
เสียง:ดนตรี: ใครเป็นใครหนอ...ที่ชุมทีนี่ทำ

sfx: ดูดสิ่งแล้วระงับ

เสียง:sfx: ฟู่...อย่างช่อเนื่อง
ดนตรี: แต่เสียงน้ำมันร่างสงบยังเสารดูใหม่ให้ดีขึ้น



เสียง:ดนตรี: ช่าไ...
sfx: กลืนน้ำลายลงคอ



เสียง:ดนตรี: หากท่านมีเพื่อนที่ [illegible]

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ พบว่ามีการนำเสนอภาพจำลองของเหตุการณ์จริง ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของทุกคน ผ่านตัวแทนในการนำเสนอว่า เย็นวันหนึ่งขณะที่ทุกคนกำลังกลับบ้าน ก็ได้พบกับการทำอาหารของครอบครัวหนึ่ง ที่แม่บ้านกำลังทำอาหารให้กับครอบครัว ซึ่งก็เป็นการนำเสนอวิถีชีวิตประจำวันของครอบครัว โดยนำมาเป็นตัวแทนของผู้บริโภคเป้าหมายทุกคนนั่นเอง การนำเสนอหรือการสอดแทรกเนื้อหาจะผ่านองค์ประกอบทางภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ คือการใช้ตัวแสดงเพื่อนำเสนอเป็นตัวแทนของผู้บริโภค ภาพเล่าบรรยากาศของเรื่องให้ใกล้เคียงกับชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเพลงประกอบ คือเพลงไข่เจียว ซึ่งสามารถอธิบายเนื้อหาและเรื่องราว ได้ตรงกับเนื้อเรื่องโฆษณาที่นำเสนอ ทั้งนี้ทำให้โฆษณาชิ้นนี้โดดเด่นขึ้นมา โดยผู้ชมสามารถจดจำเนื้อหาได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น พร้อมทั้งการตอกย้ำสินค้าด้วยภาพ Pack Shot ในตอนท้าย ทำให้สามารถจดจำสินค้าได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดทางสัญญวิทยา ในเรื่องของการสื่อความหมายตรง (Denotation) และความหมายแฝง (Connotation) สำหรับ ความหมายตรงในภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ ก็จะเป็นการทำอาหารของคนไทยที่โดยส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่ของผู้หญิง หรือแม่บ้าน ซึ่งเป็นแม่ศรีเรือน ส่วนความหมายแฝงนั้นคือ ไข่เจียว เป็นอาหารที่ง่าย และทุกครัวเรือนสามารถทำได้นั้นก็ยังแตกต่างกันได้ อันเนื่องมาจากความพิถีพิถัน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์สำคัญในการประกอบอาหารของคนไทย ที่มีความพิถีพิถันไม่ว่าจะเป็นการเตรียมอาหาร การเลือกใช้เครื่องปรุง ดังนั้นในงานโฆษณชิ้นนี้ ความหมายแฝงที่มาจากการพิถีพิถัน ในการเลือกน้ำมันพืชที่ใช้ปรุงอาหาร ก็จะทำให้อาหารธรรมดาๆ อย่างไข่เจียวกลายเป็นอาหารที่พิเศษ อร่อยได้ด้วยรสชาติแท้ๆ ของอาหารขึ้นมาทันที นอกจากนี้ไข่เจียวยังสื่อความหมายแฝงในเรื่องของ การนำเสนอให้เหมาะกับชีวิตประจำวันของคนไทยในปัจจุบัน ซึ่งเต็มไปด้วยความรีบเร่ง ต่างจากในอดีตที่มีเวลาจะเตรียมอาหาร จัดประดิษฐ์แกะสลักให้เกิดความสวยงาม แต่ในปัจจุบันวิถีการดำรงชีวิตเปลี่ยนไป มีความเร่งรีบ จำเป็นต้องทำอะไรให้ง่ายๆ แต่ไม่ถึงกับขอไปทีแบบการดำเนินชีวิตของฝรั่ง โดยการนำเสนอนั้นออกมาในรูปแบบของความหมายแฝง ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

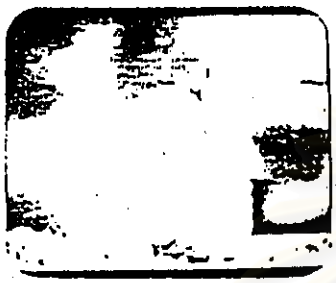
ทางด้านแนวคิดในเรื่องสัญญะของ (Pierce , 1982)นั้น ก็มีการสื่อความหมายในเรื่องของกลิ่น และความน่ารับประทานของอาหาร โดยการนำเสนอผ่านรูปของจมูกที่ฟุดฟิด สื่อความหมายถึงการได้กลิ่นบางสิ่งบางอย่าง การใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวเป็นที่รับทราบกันในระดับสากล การสื่อความหมายในเรื่องการอยากรับประทานอาหารนั้น ในภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้คือ การกลืนน้ำลายลงคอ ให้เห็นถึงลูกกระเดือกขยับขึ้นลง ซึ่งก็เป็นสัญลักษณ์ที่เข้าใจกันว่า เป็นการแสดงออกถึงการอยากรับประทานอาหารนั่นเอง

<u>ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชตราองุ่น ชุดแปลงร่าง</u>

ภาพเปิดเรื่องมาเห็นต้นถั่วเหลืองต้นเล็ก ที่งอกอยู่ในกระถางต้นไม้ใบเล็กๆ เด็กผู้ชายหน้าตาสดใสน่ารักมองดูด้วยความชื่นชม พร้อมกับพูดว่า "พ่อครับ ต้นถั่วเหลืองผมงอกแล้ว" ภาพมุมกว้างเห็นชายผู้เป็นพ่อ อยู่ทางด้านหลังกำลังรดน้ำต้นไม้อยู่ โดยด้านหลังเป็นสวนภายในบริเวณบ้าน มีดอกไม้สีสดใสสวยงาม ภาพซูมเข้ามาเห็นหน้าผู้เป็นพ่อหันกลับมาพูดว่า "ต้นถั่วเหลืองนี้ดี ให้โปรตีนสูง" ลูกชายพูดแทรกว่า "ดีจังเลย" จากนั้นพ่อพูดต่อว่า "ทำน้ำเต้าหู้ หรือซอสก็ได้ ใช้ทำน้ำมันถั่วเหลืองก็ดี" ทันใดนั้นภาพต้นถั่วเหลืองได้เปลี่ยนไปกลายเป็นขวดน้ำมันพืชตราองุ่น เด็กผู้ชายตกตะลึงกับภาพเบื้องหน้าที่เห็น ร้องว่า "ตราองุ่น" ภาพตัดกลับมาเห็นภาพผู้เป็นพ่อรดน้ำต้นไม้พูดว่า "มีกรดไขมันไม่อิ่มตัว 84% แช่เย็นก็ไม่เป็นไข" พร้อมๆ กับภาพก้อนน้ำแข็งห่อหุ้มขวดน้ำมันและการละลายไป ลูกชายเอื้อมมือจะไปจับขวดน้ำมัน ขวดก็กลายเป็นต้นถั่วเหลืองเหมือนเช่นเดิม ลูกชายจึงวิ่งไปหาผู้เป็นพ่อเรียก "พ่อครับ" พ่อหันมาถามว่า "คิดอะไรเรา" ลูกชายจึงหันกลับไปชี้ต้นถั่วเหลือง และบอกกับผู้เป็นพ่อว่าจะคิดแปลงร่าง พ่อหัวเราะลูกชายด้วยน้ำเสียงที่แสดงความเอ็นดู และบอกกับลูกชายว่า "ดูการ์ตูนมากไปแล้วเรา" จากนั้นภาพขวดน้ำมันพืชองุ่น (Pack shot) พร้อมด้วยเมล็ดถั่วเหลืองปรากฏขึ้นพร้อมกับเสียงผู้ประกาศชายว่า "น้ำมันถั่วเหลืองตราองุ่น ห่วงคุณ ห่วงสุขภาพ"

ปิดท้ายด้วยตัวหนังสือข้อความว่า สนใจเรื่องไขมันไม่อิ่มตัวหรือโคเลสเตอรอล โปรดปรึกษาแพทย์

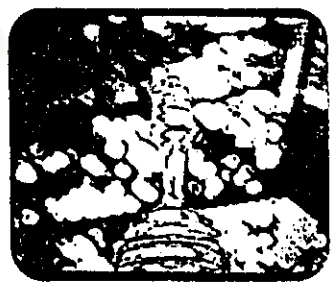
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



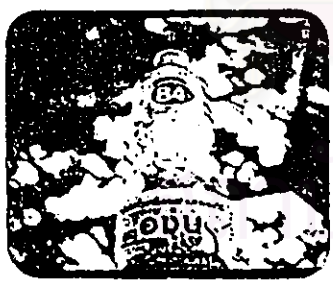
ลูก : พ่อครับต้นถั่วเหลืองผมงอกแล้ว

พ่อ : ถั่วเหลืองนี้ดี ให้โปรตีนสูง

ลูก : ดีจังเลย



พ่อ : ทำน้ำเต้าหู้ หรือซอสก็ได้ ใช้ทำน้ำมันถั่วเหลืองก็ดี



ลูก : ตราองุ่น

พ่อ : มีกรดไขมันไม่อิ่มตัว 84% แช่เย็นก็ไม่เป็นไข

ลูก : พ่อครับ

พ่อ : คิดอะไรเรา

ลูก : จะคิดแปลงร่าง

พ่อ : ดูการ์ตูนมากไปแล้ว

โฆษกชาย : น้ำมันถั่วเหลืองตรา อุ่น ห่วงคุณ ห่วงสุขภาพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้พบว่า เป็นการนำเสนอภาพจำลองของเหตุการณ์จริง ผ่านตัวแสดงพ่อกับลูก มีสวนในบ้านเป็นฉากหลัง (Background) มีดอกไม้สีสันสวยงาม และการให้แสงที่ดีสร้างอารมณ์ความรู้สึกให้สดชื่น นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคนิคพิเศษ เปลี่ยนต้นถั่วเหลืองให้เป็นสินค้า สร้างความรู้สึกจดจำสินค้าได้ดียิ่งขึ้น และใช้เทคนิคพิเศษสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้า เกี่ยวกับการแช่เย็นไม่เป็นไข โดยการใช้ก้อนน้ำแข็งห่อหุ้มสินค้า เพื่อเป็นการพิสูจน์ความจริงของสินค้าที่ต้องการตอกย้ำ ให้ผู้บริโภคยอมรับเชื่อถือในตัวสินค้ามากขึ้น พร้อมทั้งปิดท้ายด้วยภาพสินค้าและคำขวัญ เพื่อการตอกย้ำการจดจำในตัวสินค้า จากการนำเสนอด้วยองค์ประกอบภาพดังกล่าวนี้สามารถสื่อความหมายโดยรวมได้ว่า สินค้าน้ำมันพืชตราองุ่นมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ห่วงใยในสุขภาพของผู้บริโภค

นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องของการตีความ (Decode) ตัวเนื้อสารเพื่อนำไปสู่การสื่อความหมาย (Meaning) ได้ โดยการนำเอาความรักของพ่อแม่ที่มีต่อลูกด้วยการเอาใจใส่ดูแล และนำเสนอภาพของสวนดอกไม้สวยงาม โดยมีผู้เป็นพ่อดูแลเอาใจใส่ ซึ่งเป็นการสื่อความหมายโดยตรง และนำไปสู่ความหมายแฝงที่ว่า สวนดอกไม้ผู้เป็นพ่อยังให้การดูแลเอาใจใส่ที่ดีขนาดนั้น แล้วถ้าเป็นลูกชายผู้เป็นพ่อยิ่งจะต้องให้การเอาใจใส่ดูแลมากเป็นพิเศษ อยากให้ลูกได้รับแต่สิ่งที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกาย เพื่อการเจริญเติบโตในวันข้างหน้า แนวคิดนี้ยังไปสอดคล้องกับแนวความคิดของเพียซ ที่กล่าวถึงวัฒนธรรม (Culture) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีสัญญะ และรหัสที่เกี่ยวกันอยู่ในแต่ละ วัฒนธรรมสื่อความหมายให้เห็นหรือตีความได้ถึงสภาพความเป็นจริง วัฒนธรรมในการดำรงชีวิตของคนไทยที่มีความรักใคร่เอ็นดู เอาใจใส่ซึ่งกันและกัน ห่วงใยกัน ซึ่งข้อความโฆษณาในตอนท้ายก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มาช่วยเสริมปัจจัยด้านอื่นๆ คือ ภาพ มุมกล้อง แสงเงา เทคนิคพิเศษ อันทำให้การสื่อความหมายโดยรวมของโฆษณานี้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกเหนือไปจากการสื่อความหมายดังกล่าวยังได้มีการนำถั่วเหลืองมาเสนอเพื่อจะสื่อความหมายได้ถึงความเป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ของสิ่งที่มีประโยชน์ ให้โปรตีนสูง อันจะชี้ให้เห็น (Index) ถึงการมีประโยชน์ต่อร่างกายที่ผู้บริโภคจะได้รับ

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวพบว่าไปสอดคล้องกับแนวคิดของเพียซ (Pierce,1982) ในแง่ที่ว่า สัญญะที่ถูกส่งผ่านตัวสารสามารถเป็นตัวชี้ ให้เห็นถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใดนอกเหนือจากตัวของมันเอง และสัญลักษณ์ ก็สามารถบ่งบอกผ่านตัวสารให้เห็นพ้องต้องกันได้ โดยเริ่มจากภาพที่มองเห็นเป็นต้นกำเนิดของการสื่อความหมาย และลักษณะของสัญญะทั้งสามชนิดนี้ ควรอยู่รวมกันจึงจะสื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

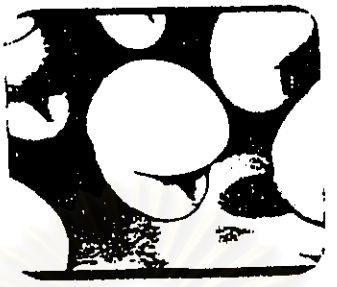
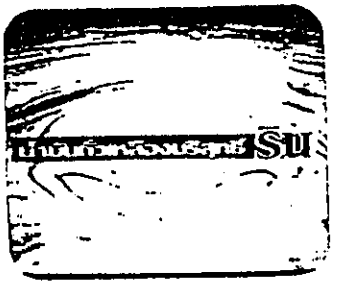
<u>ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชรินชุด ผู้หญิงเต้น</u>

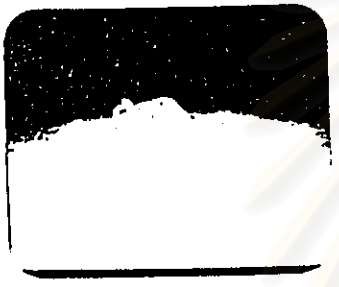
เริ่มเรื่องด้วยภาพเมล็ดถั่วเหลือง พร้อม Super ข้อความว่า ถั่วเหลืองคัดสะอาด โดยมีทำนองเพลงสนุกสนานบรรเลงประกอบ จากนั้นเมล็ดถั่วเหลืองได้กลายเป็นรูปร่างผู้หญิงที่มีสุขภาพดี ภาพต่อมาเห็นเมล็ดถั่วเหลืองใสสะอาด กลายเป็นน้ำมันสีเหลืองอ่อนใสสะอาด (Super : น้ำมันถั่วเหลืองบริสุทธิ์ริน) และน้ำมันนั้นผุดขึ้นมาหนึ่งหยดเป็นรูปร่างผู้หญิงที่มีรูปร่างดี สุขภาพสมบูรณ์ ลุกขึ้นมาเต้นด้วยความแคล่วคล่องว่องไวเข้ากับจังหวะเพลง (เสียงผู้ประกาศชาย "วันละเล็กละน้อย ร่างกายแข็งแรง") ภาพของไอเย็นปรากฏขึ้นครอบคลุมผู้หญิงนั้นไว้ โดยอุณหภูมิลดลงเรื่อยๆ จาก 9 องศาเซลเซียสถึง 5 องศาเซลเซียส (Super : ไม่เป็นไขแม้อยู่ในตู้เย็น) ผู้หญิงถั่วเหลืองนั้นก็ยังเต้นแอโรบิคได้อย่างรวดเร็ว และกระฉับกระเฉงดลอดเสียงผู้ประกาศว่า "ริน สะอาดใส บริสุทธิ์ ชีวิตมีสุขเลือกสิ่งที่ดีให้ชีวิต" ต่อมาผู้หญิงถั่วเหลืองนั้นก็กลับกลายเป็นขวดน้ำมันพืชที่มีสีเหลืองใสสะอาด ฉลากน้ำมันพืชรินปรากฏขึ้นเห็นเป็นขวดน้ำมันพืชตรารินในจานแก้ว ข้างๆ มีกองเมล็ดถั่วเหลืองที่คัดสะอาดวางอยู่บนโต๊ะอาหาร โดยมี Background เป็นห้องครัวที่ดูสะอาดสวยงาม

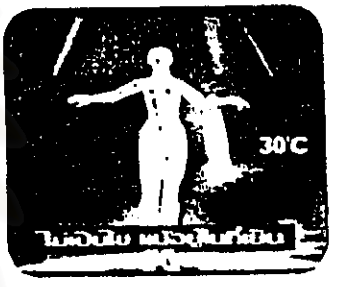
เสียงผู้ประกาศชาย "เลือกน้ำมันถั่วเหลือง เลือกริน" เสียงเพลงขึ้น ริน ริน ริน ในขณะที่ปรากฏภาพขวดของสินค้า (Pack shot)

เสียงผู้ประกาศชายปิดท้ายว่า "ริน น้ำมันถั่วเหลืองบริสุทธิ์ คู่ครัว คู่ใจ"

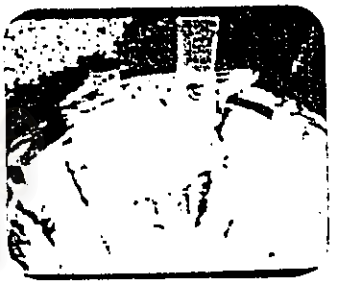
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

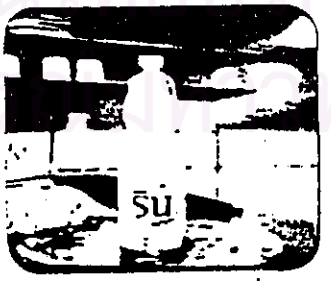







ชาย : วันละเล็ก วันละน้อย ร่างกายแข็งแรง รินสะอาดใสบริสุทธิ์ ชีวิตมีสุข





เลือกสิ่งที่ดีให้กับชีวิต เลือกน้ำมันถั่วเหลือง เลือกริน (รินรินริน) ริน น้ำมันถั่วเหลืองบริสุทธิ์คู่ครัว คู่ใจ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ พบว่าใช้รูปแบบการนำเสนอภาพเคลื่อนไหว และดนตรีประกอบเป็นตัวแทนในการนำเสนอ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดความอยากรับชม โดยมีการใช้เทคนิคพิเศษเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า คือ ถั่วเหลือง เป็นรูปร่างเคลื่อนไหวของผู้หญิงที่มีรูปร่างดี ซึ่งเป็นการตอบสนองแนวคิดหลักในการทำแคมเปญภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ คือนอกจากการทำให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงวัตถุดิบที่ใช้ผลิตแล้ว ผลที่ได้จากสินค้าอีกด้านหนึ่งก็คือการมีสุขภาพที่ดี อีกทั้งยังใช้ดนตรีประกอบที่มีท่วงทำนองสนุกสนาน เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค ให้สามารถจดจำจุดขายของสินค้าได้โดยการปิดท้ายด้วยรูปสินค้า ซึ่งเป็นวิธีที่ผู้ผลิตสารส่วนใหญ่เลือกใช้

เมื่อนำมาวิเคราะห์ในแนวคิดเรื่องสัญญะ สามารถอธิบายได้ว่า ในเรื่องของการสื่อความหมายตรงนั้น ก็จะเป็นการบอกถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ซึ่งก็คือ ถั่วเหลือง โดยการนำเสนอภาพเมล็ดถั่วเหลืองที่คัดสะอาดเรียงรายอยู่ ทำให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ถึงความสะอาด ปลอดภัย พิถีพิถันในการคัดเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ ในเรื่องของการสื่อความหมายแฝง สามารถตีความหมายได้ว่า รูปร่างผู้หญิงที่นำเสนอนั้น สื่อความหมายถึงการมีสุขภาพที่ดี แข็งแรง เป็นผู้หญิงสมัยใหม่ที่สนใจในเรื่องของสุขภาพ ออกกำลังกายสม่ำเสมอ เช่น การเต้นแอโรบิค การใช้ Background เป็นห้องที่สะอาดสวยงาม สื่อความหมายถึงการใส่ใจดูแลความสะอาดและสุขภาพอนามัย โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนความหมายนี้ด้วยคำพูดที่ว่า "ริน ใสสะอาด บริสุทธิ์ ชีวิตมีสุขเลือกสิ่งที่ดีให้ชีวิต" เพื่อให้การสื่อความหมายนี้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสื่อความหมายแฝงใน เรื่องของการไม่เป็นไข ปราศจากโคเลสเตอรอลแม้เก็บในตู้เย็น ซึ่งถือเป็นจุดขายและจุดแข็งของสินค้าน้ำมันพืช ที่ใช้ถั่วเหลืองเป็นวัตถุดิบในการผลิต ด้วยการใช้ภาพของไอเย็น ปรากฏขึ้นครอบคลุมร่างของผู้หญิง แต่แทนที่ความเย็นจะทำให้เป็นไขและการเคลื่อนไหวช้าลง กลับกลายเป็นว่าผู้หญิงนั้นก็ยังสามารถเต้นแอโรบิคได้อย่างแคล่วคล่องว่องไว

แนวความคิดนี้สอดคล้องกับเรื่องของสัญลักษณ์ คือ ถั่วเหลือง รูปร่างผู้หญิง และไอเย็น ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ ที่ชี้ให้เห็นถึงการจะได้รับประโยชน์สำหรับร่างกาย และการมีสุขภาพที่ดี

จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การสื่อความหมายของน้ำมันพืชริน ดามแคมเปญโฆษณาชุดนี้ก็เพื่อตอบโจทย์ทางการตลาด ในการวางแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าให้ผู้บริโภคได้รับรู้ รับทราบ และจดจำว่าน้ำมันพืชรินเป็นน้ำมันพืชที่ผลิตจากถั่วเหลือง มีคุณภาพและประโยชน์ต่อร่างกาย ดังนั้นกลยุทธ์การสื่อความหมายและการนำเสนอ ภาพข้อความ เนื้อหา มุมกล้อง ดนตรีประกอบต่างๆ จึงถูกกำหนดขึ้นและนำเสนอเพื่อจุดมุ่งหมายดังกล่าว

<u>ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชทิพ ชุด อร่อยจนลืมโกรธ</u>

ภาพยนตร์โฆษณาเริ่มต้นด้วยสภาพภายในบ้านหลังหนึ่ง เห็นประตูถูกเปิดแง้มไว้ มีเสื้อผ้าถูกโยนมาใส่ในกระเป๋าใบหนึ่ง ชายสูงอายุคนหนึ่งแต่งกายดีปรากฏตัวขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้โยนเสื้อผ้านั่นเอง พร้อมกับพูดขึ้นด้วยน้ำเสียงที่แสดงอารมณ์โกรธว่า "เอาอะไรมาฉุด ชั้นก็ไม่อยู่" ช่วงนี้เองก็ได้มีเสียงทำนองเพลงคลอขึ้นมาเบาๆ บรรเลงไปตลอด ชายผู้นั้นขว้างเสื้อใส่กระเป๋าอีก และเดินหายเข้าไปข้างใน รองเท้าคู่หนึ่งถูกโยนมาใส่กระเป๋า และชายผู้นั้นก็เก็บกระเป๋า หันมาพูดอีกว่า "แล้วไม่ต้องหวังนะว่าชั้นจะกลับมา" และเดินจากไปพร้อมกับเสียงปิดประตู ภาพถูกตัดกลับมา เห็นปลาเค็มสองชิ้นที่ถูกทอดจนมีสีเหลืองน่ารับประทาน ภายในกระทะใบเก่าสีดำ ภาพผู้ชายคนเดิมมานั่งอยู่ที่โต๊ะอาหารโดยสวมหมวกบนศีรษะ(เหมือนเตรียมตัวเดินทาง) ผูกผ้ากันเปื้อนเรียบร้อยมือถือช้อนและส้อม พร้อมที่จะรับประทานอาหาร พูดขึ้นว่า "เนี่ย..เห็นมั้ยมีปลาเค็มวันนี้ก็ไม่บอก" พอขาดคำปลาเค็มใส่จานก็ถูกยกมาวางตรงหน้า โดยที่ชายสูงอายุคนนั้นรีบใช้ส้อมจิ้มปลาเค็มด้วยความอยากรับประทาน พร้อมทั้งหัวเราะ (น้ำเสียงร่าเริงแจ่มใส ผิดกับตอนแรกที่มีน้ำเสียงโกรธ) ตัดมาเป็นภาพขวดน้ำมันพืชทิพ (Pack shot) วางอยู่พร้อมด้วยองค์ประกอบต่างๆ คือ พริกไทย กระเทียม มี Background เป็นฝ่าหม้อดินเผา

ตัวหนังสือขึ้นข้อความว่า : ทิพ เคล็ดลับคู่ครัวไทย
เสียงผู้ประกาศหญิง "อร่อยจนลืมโกรธ ทิพเคล็ดลับคู่ครัวไทย"

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชาย : เอาอะไรมาฉุดผมก็ไม่อยู่ แล้วไม่ต้องหวังนะ ว่าฉันจะกลับมา

นี้ เห็นมั้ย ? มีปลาเค็มวันนี้ก็ไม่บอก

หญิง : อร่อย จนลืมโกรธ ทิพ...เคล็ดลับคู่ครัวไทย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้พบว่า ได้ใช้การจำลองเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้จริงในวิถีการดำรงชีวิตเป็นรูปแบบในการนำเสนอ ใช้ตัวแสดงผู้สูงอายุเป็น ตัวแทนในการนำเสนอ โดยใช้น้ำเสียง อากัปกิริยา เป็นสื่อในการแสดงออกเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชม มุมกล้อง การตัดต่อ การให้แสง อุปกรณ์ประกอบฉาก เพลงประกอบโฆษณา สร้างความรู้สึกในการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าว่าเป็นสินค้าที่มีมานาน และเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม การแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์และยกระดับของสินค้า การใช้ภาพสินค้าที่จัดคู่อยู่กับองค์ประกอบต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้จดจำว่าเป็นสินค้าคู่ครัวไทย พร้อมทั้งการตอกย้ำจุดยืนดังกล่าวด้วยคำขวัญของสินค้าปิดท้าย ดังนั้นปัจจัยต่างๆ ที่นำมาใช้ในการนำเสนอและสื่อความหมายนั้นสามารถสื่อได้ว่า น้ำมันพืชทิพเป็นน้ำมันที่ปรุงอาหารได้อร่อย และคู่ครัวไทยมาช้านาน

แนวคิดดังกล่าวเป็นการสื่อความหมายและตีความหมาย โดยเริ่มจากการนำเสนอภาพภายในบ้าน และชายสูงอายุที่แต่งกายดี สื่อความหมายถึงว่าเป็นผู้ที่มีการใช้ชีวิตครอบครัวที่เรียบง่าย อบอุ่น มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีพอสมควร ตลอดจนการใช้ชีวิตคู่ในการครองเรือนมานาน โดยใช้เพลงคู่ทรหดในการสื่อความหมายถึงการครองคู่ดังกล่าว ซึ่งเพลงคู่ทรหดนี้ถือเป็นสัญลักษณ์ที่เข้าใจร่วมกันในสังคม คำพูด กิริยาท่าทาง ตลอดจนน้ำเสียงของตัวแสดง สื่อความหมายได้ถึงประสบการณ์ที่มีมานานในการใช้ชีวิตคู่ ซึ่งย่อมจะต้องพบเห็นสิ่งต่างๆ มามาก แต่กระนั้นก็ตาม การใช้ชีวิตคู่ย่อมจะหนีไม่พ้นเรื่องของการทะเลาะเบาะแว้ง เปรียบเสมือนลิ้นกับฟันที่ต้องมีการกระทบกระทั่งกันบ้าง อันเป็นการให้ความหมายถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในการครองเรือน นอกจากนี้ยังสื่อความหมายในเรื่องของวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของการใช้ชีวิตคู่ ที่มีการยอมรับกันว่าผู้ชายเป็นช้างเท้าหน้า และผู้หญิงเป็นช้างเท้าหลัง โดยที่ผู้ชายส่วนมากมักเป็นผู้ใช้อารมณ์อยู่เสมอ ด้วยคำพูดที่ว่า "เอาอะไรมาฉุดชั้นก็ไม่อยู่... แล้วไม่ต้องหวังนะว่าชั้นจะกลับมา" ช่วงนี้เองเนื้อสารของภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ ก็สื่อถึงการที่ผู้หญิงหรือผู้เป็นภรรยา มีความละเอียดอ่อน สามารถรู้และเข้าใจสามีของตนว่ามีความชอบอะไร โดยเป็นการสื่อความหมายถึงการปฏิบัติหน้าที่ของภรรยา ที่ต้องปรนนิบัติเอาอกเอาใจสามีด้วยการทำสิ่งที่สามีชอบ ซึ่งในเนื้อสารนี้ก็คือ การทอดปลาเค็มที่นับว่าเป็นของโปรดของสามีให้รับประทาน จนสามารถหยุดยั้งอารมณ์โกรธของสามีได้ นอกจากนี้การนำปลาเค็มมาใช้ยังเป็นการสื่อถึงการดำรงชีวิตของคนไทยในสมัยก่อนอีกด้วย

ในเรื่องการสื่อความหมายด้านสัญญะนี้ ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้มีการใช้สัญลักษณ์ คือ กระทะสีดำใบเก่า แสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ ซึ่งเป็นตันตำรับความอร่อย หรือเสน่ห์ปลายจวัก ฝาหม้อดินเผาที่ชี้ให้เห็นถึงการดำรงชีวิตและการประกอบอาหารในสมัยก่อน การรับประทานอาหารโดยใช้ช้อนส้อม พร้อมทั้งการผูกผ้ากันเปื้อน แสดงให้เห็นถึง

การใช้ชีวิตที่มีฐานะและถูกสุขอนามัย การสวมหมวกชี้ให้เห็นถึงการเดินทาง ซึ่งสัญลักษณ์ที่ใช้นี้ประกอบอยู่ด้วยกัน จนสามารถสื่อความหมายได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลยุทธ์การสื่อความหมายของภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ก็เพื่อวางแนวคิดให้สินค้าของตนมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความงดงามในแง่ของวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตของคนไทย ที่พิถีพิถันในเรื่องของความอร่อย และรสชาติของอาหารการกิน ซึ่งเป็นการวางแนวคิดเกี่ยวกับสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าน้ำมันพืชยี่ห้ออื่นที่มีอยู่ในธุรกิจประเภทนี้

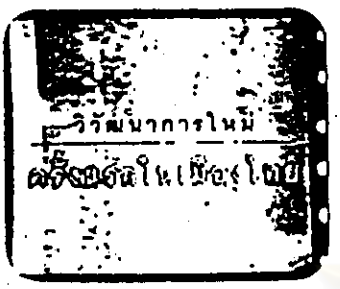
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

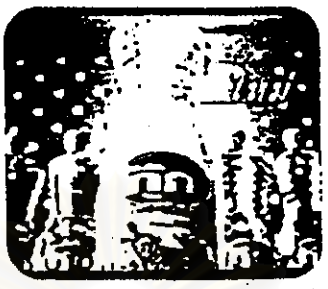
ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชกุ๊ก ชุด "วิวัฒนาการ"

เปิดเรื่องด้วยภาพน้ำมันสีเหลืองใสกำลังเดือด มีฟองอากาศผุดขึ้นมากมาย พร้อมกับตัวหนังสือที่มีข้อความว่า "วิวัฒนาการใหม่ ครั้งแรกในเมืองไทย" พาดผ่านกลาง

เสียงผู้ประกาศ : ครั้งแรกในเมืองไทย กุ๊กใหม่... ภาพขวดน้ำมันพืชกุ๊กปรากฏขึ้น ตัวหนังสือคำว่า "ใหม่" ชี้ที่ขวดน้ำมันพืชกุ๊ก เสียงผู้ประกาศดังขึ้นว่า : เติมไนโตรเจนธรรมชาติ ช่วงนี้ภาพตัดมาเป็นภาพที่มองลงมาจากด้านบน แสดงถึงกระบวนการผลิตน้ำมันพืชที่กำลังเคลื่อนที่อยู่ในสายการผลิต (มีตัวหนังสือขึ้นข้อความด้านล่างว่า "น้ำมันถั่วเหลืองผ่านกรรมวิธี ดรากุ๊ก) ภาพกลับมาเป็นภาพด้านหน้าของขวด หมุนมาพบฉลากด้านข้างขวดพร้อมกับ Super ขนาดใหญ่ขึ้นข้อความว่า "ไม่ใส่สารกันหืน" โดยมีเสียงผู้ประกาศว่า "ไม่ใส่สารกันหืนเพื่อสุขภาพ" ภาพเปลี่ยนมาเป็นภาพอาหารที่ทอดในน้ำมันที่เดือด เมื่อยกตะแกรงขึ้นจากน้ำมัน เป็นภาพกุ้งที่ทอดจนเหลืองน่ารับประทาน ผู้ประกาศ : "ใส บริสุทธิ์ ให้รสแท้ของอาหาร" ภาพตัดมาเป็นภาพผู้หญิงที่มีใบหน้าสวยงาม สดชื่น ใช้ส้อมจิ้มกุ้งรับประทาน ช่วงนี้จะมีเพลงประกอบโฆษณาขึ้นมาคลอไปด้วย (เป็นเพลงประจำที่น้ำมันพืชกุ๊กใช้มาตลอด) ภาพผู้หญิงคนนั้นมีความพึงพอใจในความอร่อยและรสชาติที่ได้รับโดยการพยักหน้า ผู้ประกาศ "คุณค่าที่มั่นใจได้ กุ๊กใส่ใจคุณ" และภาพปิดท้ายโฆษณา เป็นภาพขวดน้ำมันพืชกุ๊ก โดยมีการ์ตูนรูปขวดน้ำมันที่สวมหมวกกุ๊กโผล่ออกมาจากด้านข้าง มีภาพจานอาหารโดยมีฉากหลัง เป็นภาพครอบครัวประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก มุมภาพบนด้านขวาขึ้นตัวหนังสือดรายี่ห้อกุ๊ก ด้านล่างขึ้นคำขวัญ "อร่อยสนิทปาก กุ๊กเชื่อถือได้สนิทใจ"

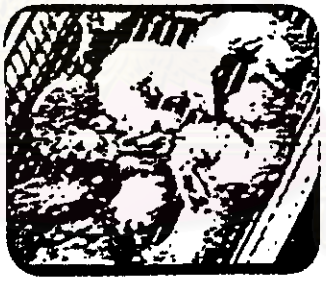
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ชาย : ครั้งแรกในเมืองไทย กุ๊กใหม่ เติมไนโตรเจนธรรมชาติ

ไม่ใส่สารกันหืนเพื่อสุขภาพ



ใสบริสุทธิ์ ให้รสแท้ของอาหาร

คุณค่าที่มั่นใจได้

กุ๊กใส่ใจคุณและครอบครัว

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ พบว่าใช้รูปแบบการนำเสนอโดยการสาธิตให้เห็นถึงคุณภาพของสินค้า ซึ่งมาจากการวางแนวคิดและจุดขายที่เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าของตนให้มีคุณภาพโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ภาพโฆษณาตลอดจนสารที่นำเสนอจึงเน้นหนักไปในแนวทางการผลิตน้ำมันพืช ดังนั้นจึงไม่มีการใช้ผู้แสดงในการนำเสนอ หากแต่ใช้ตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตนเองเป็นตัวแทนในการนำเสนอ รูปแบบของภาพ เนื้อหา มุมกล้อง จึงออกมาในแง่ของการบรรยายสรรพคุณ คุณลักษณะของสินค้าให้โดดเด่น และการใช้ข้อความขนาดใหญ่เพื่อเน้นในเนื้อเรื่องหรือเนื้อหา โดยเป็นการนำเสนออย่างตรงไปตรงมา แต่อย่างไรก็ตามดังที่ได้เคยกล่าวมาแล้วว่า ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชต้องมีภาพการประกอบอาหาร หรือการนำเสนอภาพอาหารด้วยไม่มากก็น้อย ทั้งนี้เพื่อให้เป็นการย้ำหน้าที่หรือสรรพคุณของสินค้าแก่ผู้บริโภค นอกจากการนำเสนอภาพอันเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าเป็นหลักแล้ว ยังมีการนำเอาเพลงประกอบโฆษณา ตลอดจนรูปการ์ตูน ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของน้ำมันพืชยี่ห้อนี้ ที่ผู้บริโภคสามารถจดจำอยู่ในใจมาช้านานแล้ว ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอกย้ำชื่อและตราสินค้าของตน ที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าให้ผู้บริโภคจดจำได้ดียิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ที่เหนียวแน่นนั่นเอง จากปัจจัยต่างๆ ที่นำเสนอในสารโฆษณาเรื่องนี้แล้ว ยังมีการใช้ข้อความ คำขวัญ เพื่อย้ำถึงข้อเสนอขายในเรื่องของการพัฒนาตัวสินค้า ซึ่งเปรียบเสมือนข้อสัญญาที่มีต่อผู้บริโภคว่าจะทำการพัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง และยังเป็นที่หนึ่งหรือเจ้าแรกในเรื่องของการใส่ใจต่อสุขภาพของผู้บริโภค ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้มีน้ำหนัก และประสิทธิภาพในการสื่อสารขึ้นมาพอสมควร

จากแนวคิดเรื่องการใส่ใจต่อสุขภาพผู้บริโภคนี้ สามารถวิเคราะห์ในเชิงสัญญวิทยาที่เกี่ยวกับการตีความหมาย เกี่ยวกับวิวัฒนาการและการพัฒนา ก็คือการนำเสนอภาพของฟองอากาศที่ผุดขึ้นมาในน้ำมัน สื่อถึงการเติมบางสิ่งบางอย่างลงไปในน้ำมัน ซึ่งมีสถานะเป็นของเหลวจึงทำให้เกิดฟองอากาศขึ้น ในกรณีนี้จึงมีข้อความสนับสนุนว่า "วิวัฒนาการใหม่ ครั้งแรกในเมืองไทย กุ๊กใหม่ เติมไนโตรเจนธรรมชาติ" ซึ่งเป็นการสื่อถึงผู้บริโภคว่า การเติมไนโตรเจนธรรมชาติ เป็นวิวัฒนาการของการพัฒนาที่ยังไม่มีใครทำมาก่อน ซึ่งการพัฒนาที่ใช้คำว่าวิวัฒนาการนั้น ก็สื่อความหมายไปในทางที่ดีอยู่แล้ว เพราะการพัฒนาอะไรก็ตามต้องเป็นการทำให้ดีขึ้นกว่าเดิมอยู่แล้ว คงไม่มีใครที่พัฒนาสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ไปในทางที่แย่หรือด้อยลงกว่าเดิม พร้อมทั้งการสื่อความหมายเพิ่มเติมในเรื่องของการใส่ใจต่อสุขภาพของผู้บริโภคด้วยตัวถูกหมายถึง คือ สารกันหืน ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น โดยการกำหนดของสังคมว่า เป็นสารเคมีที่ใส่เพื่อป้องกันหรือรักษาคุณภาพของน้ำมันไม่ให้เกิดกลิ่นหืน แต่สารกันหืนดังกล่าวถ้าได้รับเข้าไปมาก ก็อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพได้ ดังนั้นการสื่อความหมายเนื้อหาสารที่ว่า "ไม่ใส่สารกันหืน" ก็เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคนั่นเอง

นอกจากนี้การสื่อความหมายเนื้อหาสารของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ตรงกับแนวคิดของ Pierce เรื่องสัญญะ คือ การพยักหน้าเป็นกิริยาท่าทาง ซึ่งเป็นการแสดงออกว่ายอมรับหรือเข้าใจในการพัฒนาตลอดจนคุณภาพของสินค้า และเป็นสัญลักษณ์ ที่เข้าใจตรงกันในเรื่องของความรู้สึก ความเชื่อมั่น ความพึงพอใจในรสชาติ และความปลอดภัยที่จะได้รับ

การสื่อความหมายโดยตัวการ์ตูนรูปขวดน้ำมันสวมหมวกกุ๊ก สื่อความหมายในเรื่องของสัญญะ โดยเป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ประจำตัวของสินค้าน้ำมันพืชยี่ห้อกุ๊ก คือ ถ้าเห็นสัญลักษณ์นี้ย่อมเข้าใจถึงน้ำมันพืชยี่ห้อนี้เท่านั้น นอกจากนั้นหมวกกุ๊กยังเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นมืออาชีพในการประกอบอาหารอีกด้วย

จากปัจจัยทั้งหมดของการสื่อความหมายภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ก็เพื่อสร้างแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้า โดยการวางตำแหน่งของสินค้าให้เป็นสินค้าน้ำมันพืชที่มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค และยังปรุงอาหารได้อร่อย ซึ่งตรงกับแนวคิดหลักที่วางไว้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชแวว ชุด "ไม่มีแวว"

ดำเนินเรื่องด้วยภาพฝูงชนโบกมือให้การต้อนรับ ขบวนเดินทางของผู้หญิงคนหนึ่งที่นั่งอยู่บนรถ และโบกมือตอบรับประชาชนที่มาคอยให้การต้อนรับ ด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแสดงถึงความสุข ภาพตัดกลับมาเป็นภาพสีน้ำตาล (ซีเปีย) เพื่อแสดงถึงเรื่องราวในอดีต เห็นเด็กผู้หญิงตัวเล็กๆ คนหนึ่ง หน้าตาน่ารักกำลังวิ่งเล่นอยู่

เสียงผู้ประกาศชาย "ในวัยเยาว์ไม่มีใครนึกว่าท่านผู้นี้จะมีแวว ในเรื่องการบ้านการครัว"

ภาพตัดกลับมาเป็นเด็กผู้หญิงคนนั้นวิ่งชุกชน แย่งที่จะทำอาหาร ทันใดนั้นเปลวไฟลุกพรึบขึ้นจากการทำอาหาร เด็กผู้หญิงตกใจวิ่งหนีไป แม้ว่าจะถูกผู้ใหญ่ดึงมือให้มาช่วยทำอาหารต่อ ก็ไม่มา

เสียงผู้ประกาศ "แม้จำเริญวัยขึ้นมา เพื่อนบ้านก็ยังเยาะเสมอว่า ไม่มีแวว" ภาพตัดกลับมา เห็นเด็กผู้หญิงปีนหนีขึ้นไปบนเสาบ้าน และสะบัดมือที่ถูกปูหนีบอยู่ ปูตัวนั้นหล่นลงมาในกระทะข้างล่าง เสียงผู้ประกาศ "จนกระทั่ง (พร้อม ๆ กับภาพในจอเป็นพื้นสีดำตัวหนังสือคำว่า "จนกระทั่ง" สีขาว) มาพบแวว อาหารทุกจานของคุณชม้อยก็มีรสชาติยากที่จะลืม" ภาพของกองขวดน้ำมันพืชแวว ถูกหยิบออกไป 1 ขวด ตัดมาเป็นภาพอาหารหลายชนิด จากนั้นภาพตัดมาเป็นป้ายชื่อร้านอาหารชม้อยโภชนา กำลังเปิดแพรคลุมป้าย

เสียงผู้ประกาศ "ร้านชม้อยโภชนาจึงถือกำเนิดขึ้น และเป็นที่ยอมรับจากผู้หลักผู้ใหญ่ในวงการ" (เห็นภาพชายสูงอายุ ผมสีขาว สวมแว่นตานั่งอยู่ และเป็นบรรยากาศของการประกาศผลรางวัลบางอย่าง มีการแสดงความยินดี ถ่ายรูปร่วมกัน และปล่อยลูกโป่ง)

ภาพตัดสลับมาเห็นข้อความว่า แววดังทั่วโลก เป็นพาดหัวตัวไม้ขนาดใหญ่ของหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่ง

เสียงผู้ประกาศ "จากนั้นไม่นาน.....จึงได้นำชื่อเสียงมาสู่ประเทศ" (ภาพคุณชม้อยเดินขึ้นไปรับรางวัลบนเวที)

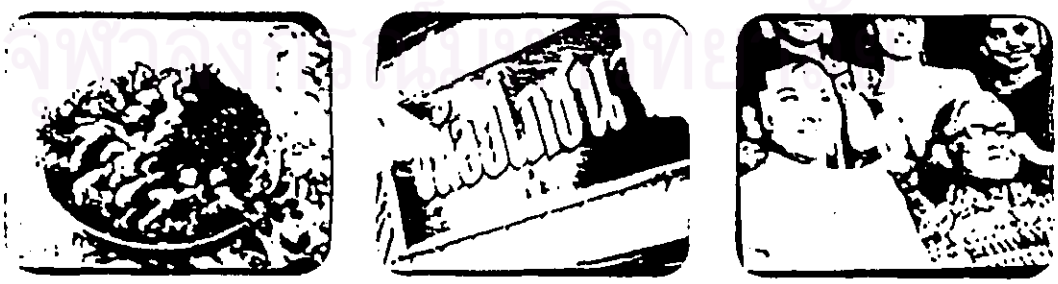
ภาพตัดสลับมาเป็นภาพสี เหมือนตอนต้นของภาพยนตร์โฆษณา เป็นการให้การต้อนรับผู้หญิงคนเดิม ซึ่งก็คือ คุณชม้อย นั่นเอง

เสียงผู้ประกาศ "คุณชม้อยคือบุคคลตัวอย่าง.....แล้วยังมีแววควบคู่ไปด้วยเสมอ" (ภาพ Pack Shot และ Close Up มาเห็นฉลากน้ำมันพืชตรา แวว)

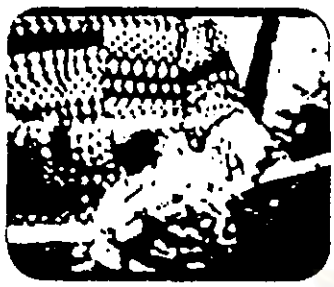
ชาย : ในวัยเยาว์ไม่มีใครนึกว่า ท่านผู้นี้ จะมีแววในเรื่องการบ้าน การครัว

แม้จำเริญวัยขึ้นมา เพื่อนบ้านก็ยังเยาะเสมอว่า ไม่มีแวว

เมื่อได้พบแวว

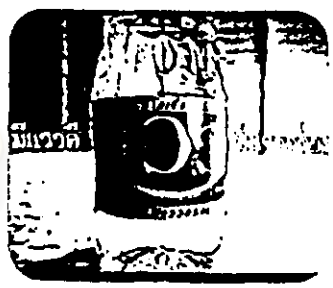


อาหารทุกจานของคุณชม้อยจึงไม่รสชาติยากที่จะลืม และร้านชม้อยโภชนา จึงถือกำเนิดขึ้น และเป็นที่ยอมรับอย่างรวดเ

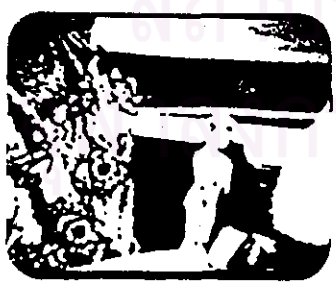


จากผู้หลักผู้ใหญ่ในวงการ จากนั้นไม่นานแววดังของท่าน

ก็ได้นำชื่อเสียงมาสู่ประเทศ และท่านได้กลับมาพบกับการต้อนรับ



ที่ยิ่งใหญ่สมเกียรติ คุณชม้อยคือบุคคลตัวอย่าง ความอุดสาหะ วิริยะ แล้วยังมีแวว ควบคู่ไปด้วยเสมอ



จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้พบว่า ใช้การนำเสนอเรื่องจริงของชีวิต โดยเป็นการเล่าเรื่องแบบย้อนอดีต มีการใช้เทคนิคภาพสีน้ำตาล (ซีเปีย) เพื่อแสดงถึงเรื่องราวในอดีต ใช้ตัวแสดงในการนำเสนอ เป็นภาพผู้หญิงที่มีรูปร่างสมบูรณ์คนหนึ่ง เนื้อหาของเรื่องมีจุดมุ่งหมายเน้นการจดจำในชื่อตราสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากว่าเป็นสินค้าที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด มีวัตถุประสงค์ต้องการให้ชื่อตราสินค้า เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วทั่วถึง แนวคิดดังกล่าวจึงได้ถูกกำหนดขึ้น และใช้การเล่นคำเป็นเทคนิคหรือ กลยุทธ์ในการสื่อความหมายของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ภาพที่นำเสนอตลอดจนมุมกล้องที่ชี้ให้เห็นถึงความเป็นคนไทย และไปได้รับรางวัลเกี่ยวกับการประกอบอาหารยังต่างประเทศ เมื่อกลับมาจึงได้รับการต้อนรับที่ยิ่งใหญ่พร้อมกับการชื่นชมยินดี โดยมีปัจจัยหลักคือการเล่นคำสอดคล้องกับชื่อสินค้า แทรกอยู่ตลอดทั้งเรื่องของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ พร้อมทั้งการปิดท้ายเพื่อตอกย้ำแนวคิด และองค์ประกอบของภาพยนตร์โฆษณา ด้วยภาพของสินค้าน้ำมันพืชตราแววและภาพโคลสอัพ ฉลากของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำในสินค้า และตราสินค้าเพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์และแนวคิดที่วางไว้

จากกรอบการวิเคราะห์ตามแนวคิดเรื่องสัญญะ เกี่ยวกับคำหรือภาษา คือการใช้คำว่า "แวว" นั้นสื่อไนแง่ของภาพได้ว่า มีลักษณะเป็นแสง ใส สีสันเลื่อมพรายแววววาว หรือสามารถสื่อไปถึงลักษณะได้ คือมีลักษณะเป็นผู้ช่างสังเกต เห็นสิ่งใดได้ไวอย่างคนมีตาแหลม ดังสำนวนที่ว่า "ตามีแวว" ถ้าเป็นคนที่มองอะไรอย่างผิวเผิน ไม่เป็นคนช่างสังเกต ก็มักจะถูกกล่าวถึง ด้วยคำว่า "ตาไม่มีแวว" หรือ "มีตาหามีแววไม่" ซึ่งนับเป็นการสื่อความหมายทั้งโดยตรงและโดยนัยได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนด้วยภาพของเด็กผู้หญิง ที่เป็นตัวแทนในการนำเสนอถูกปูหนับ ซึ่งหมายถึงการไม่มีแววนั่นเอง นอกจากนี้เนื้อหาสารในเรื่องนี้ ยังแฝงถึงการสื่อความหมาย ในเรื่องวัฒนธรรมของความเป็นคนไทยกับความเป็นต่างชาติ คือภาพตอนที่คุณชมัอยตัวแสดงในเรื่องขึ้นไปรับรางวัลบนเวทีด้วยการไหว้ขอบคุณ และผู้มอบรางวัลนั้นได้จูบแก้มทั้งสองข้างของคุณชมัอยเป็นการแสดงความยินดีด้วย ภาพดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงวัฒนธรรมประเพณีที่ดี และนอบน้อมของคนไทยคือการไหว้ ซึ่งถือเป็นการแสดงความเคารพ อ่อนน้อม ถ่อมตน เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกถึงกิริยามารยาทในการไหว้ดังกล่าว โดยที่ชาวต่างชาติจะใช้การจับมือ การจูบ อันเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของชาวต่างชาติที่ต่างจากของไทย แนวคิดเรื่องความเป็นชาติไทยนั้นยังสื่อด้วยการโบกธงชาติ ให้การต้อนรับอันยิ่งใหญ่และด้วยความชื่นชมให้แก่ผู้ที่ทำชื่อเสียงให้กับประเทศ อันเป็นเสมือนตัวแทนของคนไทยทั้งชาติ

นอกจากนี้เนื้อหาสารของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ยังมีการใช้สัญลักษณ์ของสิ่งต่างๆ ที่เป็นที่เข้าใจกันในสังคม เช่น การโบกมือ เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึง

การยกย่องผู้ที่ทำชื่อเสียงให้กับประเทศ ภาพสีน้ำตาล (ซีเปีย) เป็นสัญลักษณ์ว่าเรื่องราวดังกล่าวเป็นเรื่องในอดีต ภาพสีเป็นเรื่องราวในปัจจุบัน การปล่อยลูกโป่ง เป็นการแสดงความชื่นชมยินดี ฉลองความสำเร็จ ภาพธงชาติ เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องให้ความเคารพ เป็นสัญลักษณ์ของประเทศ ตุ๊กตาสีทอง เป็นวัตถุที่ชี้ให้เห็นถึงการได้รับรางวัล และเป็นสัญลักษณ์บ่งบอกถึงความสำเร็จที่ได้รับ ภาพชายสูงอายุ ผมสีขาว ใส่แว่น ในวงการอาหารเป็นตัวแทนการนำเสนอสื่อความหมายถึง ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ซึ่งถือเป็นยอดนักชิมอาหารมือหนึ่งของไทย และต้นตำหรับเชลล์ชวนชิม

ปัจจัยทั้งหมดของเนื้อสารโฆษณา ที่รวบรวมมานำเสนอทั้งหมดนี้ เป็นการวิเคราะห์การสื่อความหมายเกี่ยวกับองค์ประกอบของโฆษณาโทรทัศน์ ตามแนวคิดทางสัญญวิทยาโดยการให้ภาพลักษณ์ของสินค้า ในแง่ที่ว่าเป็นน้ำมันพืชที่ปรุงอาหารได้อร่อย มีรสชาติ โดยมีการเล่นคำที่สอดคล้องกับชื่อตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค เพื่อบรรลุแนวคิดหลักของแคมเปญโฆษณาชุดนี้นั่นเอง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพยนตร์โฆษณาน้ำมันพืชคิง "ชุดแมว"

เริ่มต้นเนื้อเรื่องด้วยภาพภายในบ้าน แม่ยกอาหารที่ทำเสร็จมาให้ลูกชายที่นั่งรอทานอาหารอยู่ที่โต๊ะ ด้วยความรักและเอ็นดู เมื่อวางอาหารให้ ลูกชายมองเห็นอาหารที่น่ารับประทานก็รีบที่จะทานทันที เสียงผู้ประกาศชาย แทรกขึ้นว่า "น่ากินอย่างนี้....." พร้อมกันภาพของเงาหรือวิญญาณของปีศาจ (ใช้เทคนิคพิเศษ) ลอยออกมาจากอาหารจานนั้น โดยที่เด็กผู้ชายคนนั้นไม่สามารถมองเห็นได้ จะมีก็แต่แมวสีขาวที่อยู่ข้างๆเด็ก มองเห็นเงาหรือวิญญาณนั้น ถึงกับจ้องมองด้วยความตกใจและหวาดกลัว (ภาพแสดงให้เห็นแววตาตกใจของแมว) และรีบหนีไปอย่างรวดเร็ว ช่วงนี้เสียงผู้ประกาศแทรกเข้ามาว่า "ถึงผสมสารกันหืน หรือ บี เอช ที ก็คงไม่รู้"

ภาพตัดกลับมาเป็นขวดสินค้าน้ำมันพืชคิง ในตระกร้าที่คุณแม่ไปจ่ายของในซุปเปอร์มาร์เก็ต แม่หยิบขึ้นมาชี้ข้อความในฉลากอาหารที่เขียนว่า ไม่ผสมสารกันหืน เสียงผู้ประกาศ "น้ำมันรำข้าวคิง ไม่ผสมสารกันหืน มีวิตามิน E ป้องกันกลิ่นหืนโดยธรรมชาติ อาหารจึงหอมอร่อย" จากนั้นภาพตัดมาเป็นภาพเดียวกับตอนเปิดเรื่องภาพยนตร์โฆษณาในตอนต้น แม่ยกอาหารมาให้ลูกชายโดยมีภาพขวดน้ำมันพืชคิง วางอยู่ใกล้ ๆ แมวตัวเดิมรีบเข้ามาดมและจะกินอาหารจานนั้น จึงโดนเด็กใช้ส้อมตี และหนีไปดิ้นส่งเสียงร้องอยู่ข้าง ๆ

เสียงผู้ประกาศอย่างหนักแน่นว่า "คิง ไม่ผสมสารกันหืน"

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชาย : น่ากินอย่างเนี้ย ถึงผสมสารกันหืน หรือ บีเอส ที ก็คงไม่รู้.

น้ำมันรำข้าวคิง ไม่ผสมสารกันหืน เพราะมีวิตามินอี ป้องกันกลิ่นหืน

โดยธรรมชาติ อาหารจึงหอมอร่อย

คิง ไม่ผสมสารกันหืน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารภาพยนตร์เรื่องนี้พบว่า ได้มีการใช้รูปแบบในการนำเสนอแบบจำลองเหตุการณ์จริงของครอบครัว มีแรงจูงใจเกี่ยวกับความรักของพ่อแม่ ที่มักจะสรรหาแต่สิ่งที่ดีให้กับลูก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเสื้อผ้า อาหารการกินและอื่นๆ ดังนั้นจึงมีการใช้ตัวแสดง เป็นแม่กับลูกที่มีการแสดงเพื่อบอกเรื่องราวเกี่ยวกับสินค้า โดยมีการใช้แมว ซึ่งเป็นสัตว์ประเภทหนึ่งที่นิยมเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนและดูเล่น มีการใช้เทคนิคพิเศษเพื่อบอกถึงข้อแตกต่างในคุณสมบัติของวัตถุดิบ ที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า และการย้ำถึงความน่าเชื่อถือในคุณสมบัติดังกล่าว ภาพต่างๆ ที่นำเสนอเป็นภาพของการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย ที่แฝงความทันสมัยน่ารัก ตลอดจนความน่าเอ็นดูของตัวแสดงที่เป็นเด็กเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคติดตามรับชม การบอกถึงข้อเสนอขายเป็นไปอย่างชัดเจนตรงประเด็น ใช้ข้อความขนาดใหญ่ การจดจำที่ดี การดำเนินเรื่องเป็นไปอย่างง่ายๆ ด้วยการใช้ภาพเปิดเรื่องและปิดเรื่องเป็นภาพเดียวกัน ทำให้ง่ายต่อการเข้าใจในการเปรียบเทียบให้เห็นถึงความโดดเด่นในข้อเสนอขาย หรือคุณสมบัติที่โดดเด่นของสินค้า ที่ต่างจากสินค้าประเภทเดียวกัน คือน้ำมันพืชยี่ห้ออื่นๆ มีการใช้ภาพของสินค้า วางไว้ตรงกลางของการดำเนินเรื่อง และปิดท้ายด้วยคำขวัญ ด้วยเสียงผู้ประกาศอย่างหนักแน่น เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในคุณสมบัติของสินค้าขึ้นไปอีกว่า "คิง ไม่ผสมสารกันหืน"

การสื่อความหมายของสารโฆษณาเรื่องนี้ ตรงกับแนวคิดทางด้านสัญญวิทยาของโซซูร์ เกี่ยวกับการสร้างตัวหมาย และตัวที่ถูกหมายถึง ซึ่งเกี่ยวข้องกัน และถูกกำหนดโดยวัฒนธรรมของสังคมนั่นก็คือ แมว โดยในเนื้อหาสารนี้ได้นำแมวมาใช้ ซึ่งมีความหมายที่เป็นสากลว่า เป็นสัตว์สี่เท้าชนิดหนึ่ง มีหนวด ชอบจับหนู และมนุษย์นิยมนำมาเป็นสัตว์เลี้ยงเนื่องจากมีความน่ารัก น่าเอ็นดู ช่างประจบ อีกนัยหนึ่งคือตัวที่ถูกหมายถึงหรือให้ความหมาย คือ เป็นสัตว์ที่เป็นตัวแทนของการได้รับกลิ่นสัมผัสที่รวดเร็ว พิเศษ เหนือไปจากสัมผัสของมนุษย์ จึงนำมาใช้เป็นตัวแทนของการสัมผัสสิ่งที่ไม่ดี ซึ่งในที่นี้ก็คือเงา หรือวิญญาณของปีศาจ ซึ่งเป็นตัวแทนความหมายของสิ่งที่ไม่ดี สิ่งเลวร้ายทั้งปวง อันเป็นการสื่อความหมายถึงภาพของวิญญาณปีศาจ ในการตีความหมายระดับตรงหรือพื้นผิว ส่วนความหมายแฝงของปีศาจในที่นี้ ก็ต้องการหมายความไปถึงสารกันหืนซึ่งเป็นสารเคมีที่นิยมนำมาใช้ป้องกันการเกิดกลิ่นหืนของน้ำมัน มีชื่อทางเคมีว่า บี เอช ที เนื่องจากถ้าร่างก่ายได้รับเข้าไปก็จะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เปรียบเสมือนสิ่งที่ไม่ดีที่แทนด้วยปีศาจ แนวคิดดังกล่าวยังสอดคล้องกับเรื่องของ Sign ที่ว่าอาจเป็นได้ทั้งภาพและเสียง คือแววตาของเด็ก การส่งเสียงร้องของแมวที่หมายถึงการตกใจกลัวกับสิ่งที่ได้มองเห็น

นอกจากนี้แนวคิดยังไปสอดคล้องกับแนวคิดของเพียซเช่นกัน ที่ว่าสัญญะ ทั้ง 3 คือ Icon Index และ Symbol มีความเกี่ยวข้องกันในการสื่อความหมาย คือ การนำเสนอภาพปีศาจ เป็นสิ่งที่เป็นตัวชี้ ให้รู้สึกแทนความชั่วร้ายทั้งปวง

กล่าวโดยสรุปแล้ว การสื่อความหมายด้วยปัจจัยต่างๆ ของน้ำมันพืชคิง ก็เพื่อที่จะเป็นการวางภาพลักษณ์ของสินค้าว่า เป็นน้ำมันพืชที่ผลิตจากรำข้าว ไม่ผสมสารกันหืน เพราะมีวิตามินอี สามารถป้องกันกลิ่นหืนโดยธรรมชาติ มีคุณค่า และประโยชน์ต่อร่างกาย ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าว่าดีต่อสุขภาพ และการตอกย้ำจุดขายเพื่อการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยคำขวัญที่ว่า "คิง ไม่ผสมสารกันหืน" ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำในตราสินค้า และระลึกถึงความแตกต่างในยี่ห้อของตนที่ต่างจากคู่แข่งอีกด้วย

เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การสื่อความหมายทางสัญลักษณ์ของสินค้าประเภทน้ำมันพืชผ่านทางสื่อโทรทัศน์นั้น ก็มาจากการกำหนดภาพลักษณ์ของสินค้าที่ผู้ผลิตน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อได้วางไว้ตั้งแต่แรก โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นในการสื่อความหมาย ได้ดังนี้

- น้ำมันพืชที่ผลิตจากถั่วเหลือง ได้แก่ ยี่ห้อ องุ่น ริน และกุ๊ก เป็นน้ำมันพืชที่มีประโยชน์และปลอดภัยต่อสุขภาพ
- น้ำมันพืชที่ผลิตจากปาล์ม ได้แก่ ยี่ห้อ มรกต และแวว เป็นน้ำมันพืชที่ปรุงอาหารได้อร่อย และไม่มีกลิ่นหืน
- น้ำมันพืชที่ผลิตจากรำข้าว ได้แก่ ยี่ห้อ คิง เป็นน้ำมันพืชที่ให้คุณค่าและประโยชน์แก่ร่างกาย ไม่มีกลิ่นหืน
- น้ำมันพืชที่ผลิตจากการผสมกันของวัตถุดิบเช่น ถั่วเหลืองผสมเมล็ดฝ้าย เมล็ดนุ่น รำข้าว เป็นต้น ซึ่งได้แก่ ยี่ห้อ ทิพ เป็นน้ำมันพืชที่ปรุงอาหารได้อร่อย แฝงไว้ด้วยความงดงามของวัฒนธรรมไทย

ดังนั้นการที่จะสร้างสรรค์กลยุทธ์การสื่อความหมายให้ประสบความสำเร็จตามเจตนา หรือวัตถุประสงค์ในการโฆษณาที่วางไว้มากน้อยเพียงไร ย่อมขึ้นอยู่กับการวางแนวคิด กลยุทธ์ งบประมาณ ระยะเวลา และสื่อที่ใช้ ตลอดจนประสบการณ์ของผู้ผลิตสาร และของผู้รับสารที่จะต้องเข้าใจในความหมายร่วมกันหรือตรงกัน ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การสื่อความหมายของสินค้าประเภทน้ำมันพืชผ่านสื่อโทรทัศน์ มีประสิทธิภาพเป็นที่น่าพอใจ