

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์เนื้อหาของ “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

ในการศึกษา “การสร้าง “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ นั้นผู้วิจัยได้นำภาพยนตร์โฆษณามาศึกษาการสร้าง “คนเก่ง” การนำเสนอ รวมทั้งลักษณะและรูปแบบของ “คนเก่ง” ที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาวิจัย คือ พ.ศ. 2533 - 2535 และจากการศึกษาผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก “คนเก่ง” จากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ โดยจะต้องมีองค์ประกอบรวมกัน ดังนี้ คือ

1. เป็นผู้แสดงตัวเอกทั้งชาย หญิง และ เด็ก ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนั้นๆ
2. ลักษณะของความเป็น “คนเก่ง” จะต้องเป็นการแสดงความสามารถในระดับสูง ให้เป็นที่ประจักษ์จนได้รับการยอมรับ ชื่นชม และ ยกย่องสรรเสริญในหมู่คนทั่วไป ซึ่งความเก่งนั้นจะต้องผ่านความยากลำบากจากการต่อสู้ การเสียสละ ความกล้าหาญ การเสี่ยงภัย จนกระทั่ง ประสบกับชัยชนะ หรือ ความสำเร็จอย่างสูงสุด ซึ่งเป็นความสามารถ หรือ การกระทำที่ปฏิบัติตามได้ยาก และเป็นที่ปรารถนาของผู้อื่น โดยปรากฏอยู่ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนั้นๆ

ในส่วนของการวิเคราะห์ “การสร้าง “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์” นั้น ผู้วิจัยใช้แนวความคิดในเรื่องของการเป็น “คนเก่ง” เป็นแนวทางในการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนต่างๆ ในการนำเสนอ เนื่องจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เป็นการสื่อความหมายโดยใช้ทั้งภาพเสียง เรื่องราวและการเคลื่อนไหวร่วมกันโดยสื่อสารไปยังผู้รับสาร (กลุ่มเป้าหมาย) และใช้วิธีการสื่อสารในเชิงโน้มน้าวใจ ผู้วิจัยจึงต้องใช้แนวความคิดในเรื่องของ แนวคิดเกี่ยวกับ “คนเก่ง” ภาพพจน์ สัญญาวิทยา ทฤษฎีการเล่น และ แนว

ความคิดเกี่ยวกับ “ดารา” มาเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งความเป็น “คนเก่ง” ที่ปรากฏ อยู่ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์นั้น จะทำให้เข้าใจการสื่อความหมาย ว่ามีลักษณะ และรูปแบบอย่างไรซึ่งจากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยได้ค้นพบเนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาที่แสดงความเป็น “คนเก่ง” โดยในปี พ.ศ.2533 - 2534 มีจำนวน 1 เรื่อง และ ปี พ.ศ.2534 - 2535 มี 3 เรื่อง รวมทั้งหมด 4 เรื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### พ.ศ. 2533 -2534

เรื่อง	ความยาว(วินาที)	สินค้า
1. เข้มเต็มร้อย	30 วิ.	เครื่องดื่มเอ็ม -100

#### พ.ศ. 2534 - 2535

1. รถไฟ	60 วิ.	กระเบื้องตราเสือ
2. หัวใจ	60 วิ.	รองเท้าแพน
3. สมศรี 2	45 วิ.	เมืองไทยประกันชีวิต

#### “เข้มเต็มร้อย”

จากการวิเคราะห์เนื้อหา การนำเสนอ และ การดำเนินเรื่องของ “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้แบ่งแนวทางและลักษณะการสร้างเนื้อหาให้ปรากฏเป็นภาพของ “คนเก่ง” โดยวิเคราะห์จากแง่มุมจากภาพของความเก่งของบุคคลที่แสดงออกมา และลักษณะการสร้างความเก่งให้เกิดขึ้นแก่ตัวบุคคลเหล่านั้น ผู้วิจัยสามารถแบ่ง “คนเก่ง” ที่ถูกสร้างขึ้นออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. เป็น “คนเก่ง” ที่เกิดจากการต่อสู้และการแข่งขัน
2. เป็น “คนเก่ง” ที่เกิดจากความกล้าหาญและการเสี่ยงภัย

### 1. เป็น “คนเก่ง” ที่เกิดจากการต่อสู้และการแข่งขัน

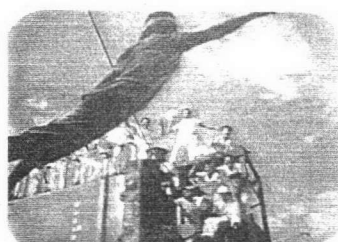
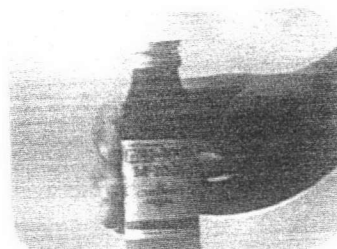
เป็นลักษณะการนำเสนอและการดำเนินเรื่อง โดยการสร้าง “คนเก่ง” ให้เกิดขึ้นจากการแข่งขัน และการต่อสู้ และประสบกับชัยชนะ หรือ ประสบผลสำเร็จในขั้นสูงสุด ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวนี้ผ่านความยากลำบาก การฟันฝ่าอุปสรรค ความอดทน การทดสอบด้วยตนเอง จนกระทั่งปรากฏเห็นเป็นภาพของ “คนเก่ง” ออกมาในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ โดยจากการวิเคราะห์และศึกษาข้อมูลมีภาพยนตร์โฆษณาที่แสดงให้เห็นถึงความเก่งในกลุ่มนี้ได้แก่

เรื่อง	ความยาว(วินาที)	สินค้า
1. เข็มเติมร้อย	30 วิ.	เครื่องตีเอ็ม-100
2. รถไฟ	60 วิ.	กระเบื้องตราเสือ

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาการสร้าง “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณากลุ่มนี้มีรายละเอียดดังนี้

**“เข้มเต็มร้อย”**

ผลิตภัณฑ์	: เครื่องดื่มให้กำลังงาน เอ็ม-100
เจ้าของผลิตภัณฑ์	: โอเอสเอสกา (เด็กเฮงหนู)
ตัวแทนโฆษณา	: สปา แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง
ผู้ผลิตภาพยนตร์	: ฟิล์ม แพคตอรี
ผู้ออกความคิด	: วรินทร์ ธรรมตารีย์ บพิตร กตัญชลีกร
ผู้อำนวยการถ่ายทำ/ผู้กำกับ	: วันชัย บุญอุปถัมภ์ พงษ์ไพบูลย์ สิทธิคุณ



เอ็มเต็มร้อย 30 วิ.

สินค้า : เครื่องดื่มให้กำลังงาน เอ็ม - 100

ชาย....ชีวิตเข้มข้น ต้องมีใจเข้มแข็ง  
 หัวใจกล้าแกร่ง เข้มข้นไปด้วยพลัง  
 โฆษก...เครื่องดื่ม เอ็ม -100  
 รสเข้มข้น ให้กำลังงาน

“เข้มเต็มร้อย” เป็นภาพยนตร์โฆษณาของสินค้าเครื่องดื่มบำรุงกำลัง (เอ็ม - 100) และเป็นภาพยนตร์โฆษณาชุดต่อเนื่องจาก “รักเต็มร้อย” ซึ่งใช้ตัวเอก คือ สามารถ พยัคฆ์อรุณ เป็นผู้นำเสนอ โดยใช้ทำนองเพลงสนุกสนานเข้าใจสื่อความหมายด้วยภาษาที่เข้าใจชัดเจนและตรงไปตรงมา ภาพโดยทั่วไปยังคงอยู่ในความรู้สึกที่สามารถจินตนาการได้ถึงบรรยากาศแห่งการผ่อนคลายหลังการปฏิบัติภารกิจงานในแต่ละวัน ซึ่งในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ได้แสดงให้เห็นถึงการนำการเล่น , การแข่งขันในหมู่เพื่อนฝูงมาเป็นการสร้างความสนุกสนานในขณะที่เดียวกันก็ยังได้ภาพต่างๆ ที่สะท้อนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ความนิยมในกีฬา การเล่นเพื่อความสนุกสนาน การพักผ่อนหย่อนใจ การทำงาน เป็นต้น ประกอบกับการแสดงการใช้ตัวสินค้าควบคู่ไปด้วย โดยมีเนื้อหาดังนี้



ภาพที่ 1 ตัวเอก “คนเก่ง” อยู่ท่ามกลางบรรยากาศของการแข่งขันความเร็ว คือการวิ่งเพื่อชิงชัยชนะกันอยู่ และแวดล้อมไปด้วยกำลังแรงใจเชียร์จากเพื่อนฝูงที่รายล้อมกันอยู่ “คนเก่ง” ได้ถูกคัดเลือกจากเพื่อนฝูงให้ลงแข่งขันเพื่อชิงชัยชนะกับอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงว่าตัวเอกจะต้องมีความสามารถอยู่ก่อนแล้วและสามารถที่จะเป็นตัวแทนในการแข่งขันเพื่อชิงชัยชนะกับอีกฝ่ายหนึ่งได้ แสดงให้เห็นว่า “คนเก่ง” ถ้าจะเก่งได้จะต้องได้รับการพิสูจน์ หรือ แข่งขันเปรียบเทียบความสามารถกับผู้อื่น ซึ่งในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้เลือกการวิ่งมาเป็นบทพิสูจน์ความเก่ง ซึ่งเป็นการตัดสินใจคัดเลือก “คนเก่ง” นั้นจะเห็นได้ว่า การวิ่ง เป็นการใช้ความสามารถจากกำลังกายในทุกๆ ส่วนของร่างกาย ซึ่งเป็นการแสดงถึงความแข็งแรงและพลังที่มี นอกจากนี้การวิ่งยังเป็นการสะท้อนการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย ซึ่งจะเห็นว่าไม่จำเป็นต้องอาศัยอุปกรณ์ หรือ เครื่องเล่นอื่นๆ มาประกอบ เนื่องจากการวิ่งเป็นวิธีการเล่นที่ง่าย ตัดสินกันที่การเหนื่อยกว่าด้วยความเร็วและเร็วแรง ซึ่งก็เป็นการพิสูจน์ความอดทนและความแข็งแกร่งได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้แรงงานย่อมไม่เลือกที่จะเล่นหรือแข่งขันอย่างอื่นนอกเหนือไปจากนี้มากนัก เนื่องมาจากปัจจัยทางฐานะประกอบกับบรรยากาศของการเล่นและการแข่งขันเป็นเวลาหลังเลิกงานแล้วจึงไม่ได้เตรียมอุปกรณ์อื่นๆ ให้พร้อมไปได้มากกว่าการใช้กำลังกายอย่างเดียวและกำลังใจต่อสู้ที่พร้อมอยู่แล้ว



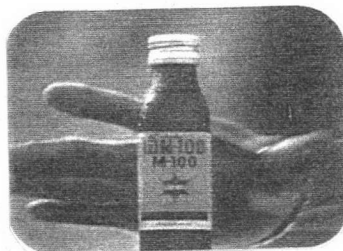
ภาพที่ 2 กรรมการได้นำขวดเอ็ม-100 ไปวางไว้ ณ เส้นชัย ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าเป็นรางวัลสำหรับผู้ที่สามารถเข้าถึงเส้นชัยและคว้าขวดเอ็ม-100 ได้เป็นคนแรกเท่านั้นจะได้เป็นผู้ชนะ ในขณะที่เดียวกันผู้เข้าแข่งขันทั้งสองก็เตรียมพร้อมในการต่อสู้ ด้วยการออกกำลังกายโดยการบิดร่างกายไปมาเพื่อสร้างความอบอุ่นก่อนลงมือแข่งขัน



ภาพที่ 3 การแข่งขันได้เริ่มขึ้น ณ จุดเริ่มต้น ตัวเอกและคู่แข่งเริ่มวิ่งออกจากจุดเริ่มต้นโดยท่ามกลางเสียงเชียร์และเสียงโห่ร้องเพื่อเอาใจช่วยผู้แข่งขัน โดยในขณะนั้นมีเสียงเพลงขึ้นว่า “ชีวิตเข้มข้น ต้องมีใจเข้มแข็ง หัวใจกล้าแกร่ง เข้มข้นไปด้วยพลัง” แสดงถึงว่าเป็นการเอาใจช่วยตัวเอกให้มีความพยายามต่อสู้ให้มีความกล้าหาญไม่ย่อท้อหรือเกรงต่อสิ่งใด เพื่อฟันฝ่าเอาชัยชนะมาได้ นอกจากนี้ยังเป็นการบอกกล่าวแก่กลุ่มเป้าหมายในลักษณะของการให้กลุ่มเป้าหมายต้องมีใจต่อสู้ และอดทนต่ออุปสรรคต่างๆ อย่างตัวเอกด้วยเช่นกันจึงจะถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีชีวิตเข้มข้น ภาพของการแข่งขันของผู้ลงแข่งขันทั้ง 2 คน เริ่มดำเนินต่อไปโดยสีหน้าของตัวเอกเริ่มแสดงถึงความพยายาม อดทน เอาจริงเอาจังในการต่อสู้ได้แสดงออกมาให้เห็นในภาพนี้อย่างชัดเจน เป็นความหมายที่แสดงถึงความมุ่งมั่นอย่างแท้จริงเท่านั้นที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและประสบกับชัยชนะได้



ภาพที่ 4 ตัวเอกเริ่มนำคู่แข่งขึ้นขึ้นมาและพยายามเร่งความเร็วให้มากขึ้นเพื่อทิ้งห่างคู่แข่ง ซึ่งภาพก็ตัดมาสู่ที่เวทีที่เร่งฝีเท้ามากยิ่งขึ้น แต่ในขณะที่เดียวกันที่คู่แข่งก็แซงหน้าขึ้นมาได้อยู่ในระยะหนึ่ง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถใกล้เคียงกัน ตัวเอกเริ่มเร่งฝีเท้าอีกครั้งและแซงขึ้นหน้ามาได้ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการมีสมรรถนะทางร่างกายและทักษะการกีฬาที่เหนือกว่า



ภาพที่ 5 คู่แข่งขันเริ่มตามเข้ามาอย่างรวดเร็ว เมื่อใกล้กับเส้นชัย คู่แข่งขันก็เริ่มกระโดดขึ้นด้วยความเร็ว เพื่อหวังที่จะช่วงชิงเอาชัยชนะให้ได้ ในขณะที่เดียวกันภาพก็ตัดเข้ามาสู่ที่เส้นชัยขวดเอ็ม-100 ที่วางอยู่มีมือเข้ามาคว้าเอาไปได้แล้ว คู่แข่งขันเมื่อมาถึงเส้นชัยก็ล้มลงแต่การกระโดดคว้าขวดเอ็ม-100 ของคู่แข่งกลับไม่ได้อะไรติดมือไป มือที่เป็นผู้คว้าขวดเอ็ม-100 ไปได้นั้น คือ ตัวเอก (“คนเก่ง”) ในขณะที่เดียวกันภาพก็ตัดไปที่ตัวเอกผู้ซึ่งบัดนี้ได้กลายมาเป็น “คนเก่ง” แล้วกำลังดื่มเอ็ม-100 อยู่ ซึ่งได้มาจากการกระโดดคว้ามาได้และหันกลับไปมองคู่แข่งที่นอนลงกับพื้นพร้อมกับส่งมือไปให้คู่แข่งจับ แสดงให้เห็นถึงความมีน้ำใจของผู้ชนะ เมื่อทั้งสองได้จับมือด้วยกันแล้วก็ส่งรอยยิ้มให้กันเป็นการยอมรับในชัยชนะครั้งนั้น พร้อมกับเพื่อนๆ ก็ได้ส่งเสียงไชโยด้วยความชื่นชมและยอมรับต่อความสามารถของผู้ชนะ ซึ่งการที่ตัวเอกได้รับชัยชนะจากการแข่งขันนี้มีเอ็ม-100 เป็นรางวัลอันยิ่งใหญ่ ชัยชนะ และ ตัวสินค้านี้เองเป็นตัวหมาย (Signified) ที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จ





ภาพที่ 6 มือที่เอื้อมไปหยิบขวดเอ็ม-100 แล้วชูขึ้นพร้อมกับเสียงเชียร์ไชโยที่กึกก้องประกอบ สัญลักษณ์(Logo) และคำขวัญปรากฏขึ้นพร้อมกับโฆษกกล่าวว่า “เครื่องดื่มเอ็ม-100 รสเข้มข้น ให้กำลังงาน” เพื่อย้ำเตือนการจดจำตัวสินค้า

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้เป็นรหัสการนำเสนอ ซึ่งเป็นการแสดงโดยสร้างเรื่องขึ้นมาให้เห็นถึงภาพของการแข่งขันที่เกิดขึ้น โดยการผูกเรื่องโยงเป็นขั้นตอน เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากตัวสัญลักษณ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในตัวเนื้อหาของเรื่อง (Text) และเนื้อเรื่องมีความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ เป็นการบอกกล่าวชี้ให้เห็นถึง การมีชีวิตที่เข้มข้นจะต้องมีจิตใจที่เข้มแข็ง ต่อสู้ อดทน มานะพยายาม เพื่อจะได้ก้าวไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งมีลักษณะเป็นการเล่าเรื่อง (Narration) นอกจากจะแสดงให้เห็นการแข่งขันเพื่อชิงชัยชนะแล้วยังเป็นการบอกกล่าวและแนะนำกลุ่มเป้าหมายให้เอาอย่าง เชิญชวน กระตุ้นจิตสำนึกของการต่อสู้ ถึงแม้จะได้มาด้วยความยากลำบากก็ตาม แต่ขอให้ได้ใช้ความพยายามอย่างที่สุด เหล่านี้เป็นเหตุการณ์ที่มีความหมายโดยนัยแฝง (Connotative) ให้นึกไปถึงว่า การต่อสู้และการแข่งขันที่ประสพกับชัยชนะเป็นความรู้สึกที่ยิ่งใหญ่ที่ได้รับจากการยอมรับ การสรรเสริญในหมู่เพื่อนฝูงซึ่งเป็นความรู้สึกที่ใครๆ ก็ปรารถนาและพยายามที่จะเจริญรอยตามซึ่งปรากฏอยู่ในลักษณะของการดำเนินเรื่องโดยการสร้างเหตุการณ์และใช้เทคนิคการถ่ายทำให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกและเกิดอารมณ์ร่วมไปกับการนำเสนอ เหล่านี้เป็นความหมายโดยนัยแฝง เมื่อสัญลักษณ์กระทบกับอารมณ์ของผู้รับสาร จะเกิดตีความหมายที่แฝงอยู่และเกิดความรู้สึกในการส่งกำลังเชียร์และลุ้นผู้ที่จะเป็นผู้ชนะ ประกอบกับสร้างความพยายามต่อสู้ให้เกิดขึ้นในจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะการนำเสนอโดยการเล่นแข่งขันนี้สอดคล้องกับแนวความคิดของ Caillouis ที่ได้ศึกษาเรื่องการเล่น และ เกมส์การเล่น เพื่อศึกษา “คนเก่ง” ว่ามีความเก่ง

อย่างไร โดยกล่าวว่า “ Agon เป็นลักษณะการเล่น ซึ่งต้องอาศัยการแข่งขัน 2 ฝ่าย เช่น ฟุตบอล ซึ่งเป็นการต่อสู้กันโดยตรง ซึ่งผลการแข่งขันเพื่อให้ได้ทราบผลของการชนะ และการแพ้ “(Caillois , Play Theory p:47) ในแง่ของการนำเสนอของภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ได้มีการเล่นแข่งขันโดยแบ่งเป็น 2 ฝ่าย และ ทั้ง 2 ฝ่ายนั้นก็ได้แข่งขันและปะทะกันเอง โดยตรง โดยจากเนื้อเรื่องผู้วิจัยพบว่า การแข่งขันการวิ่งเป็นการแข่งขันที่เป็นการแข่งขันเพื่อพิสูจน์ความสามารถของแต่ละฝ่าย อย่างไรก็ตามในแง่ของแนวความคิดนี้คือ เพื่อเป็นการทราบผล หรือ ชี้ความเป็น “คนเก่ง” โดยการนำผลเปรียบเทียบและชี้ขาดความเป็นผู้ชนะ และ ผู้แพ้ ซึ่งได้ปรากฏในตอนท้ายของการแข่งขันแล้วว่า ตัวเอกของเรื่องสามารถเป็นผู้ชนะได้ จึงเป็นแนวคิดที่ตรงกันกับวิธีการนำเสนอภาพ “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ผู้วิจัยพบว่าแนวทางในการนำเสนอ ยังมีส่วนสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเป็น “คนเก่ง” ที่ บรูสติน ได้กล่าวไว้ว่า “คนเก่ง” จะต้องเป็นผู้ที่ริเริ่มต่อสู้ และได้รับชัยชนะ (Trials and victories of initiation) ในการต่อสู้แข่งขันจนประสบผลสำเร็จในครั้งนั้น (Boorstin , The image , p:51) ซึ่งภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ “คนเก่ง” ก็ได้ลงต่อสู้กับคู่แข่งจนกระทั่งได้รับชัยชนะจากการวิ่งแข่ง โดยมีส่วนสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ “คนเก่ง” ที่กล่าวไว้ ซึ่งก็เป็นการพิสูจน์บทบาทความสามารถอันเป็นเรื่องราวที่ยิ่งใหญ่อันน่ายกย่อง

จากการศึกษาแนววิธีสัญวิทยาโดยใช้หลักการอธิบายความหมายโดยตรง และความหมายโดยนัยแฝงนี้ จะเห็นได้ว่าภาพยนตร์โฆษณาชุด “เข้มเต็มร้อย” เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่มีเนื้อหาการสร้าง “คนเก่ง” ให้เกิดขึ้นจากการต่อสู้แข่งขันด้วยการวิ่งแข่ง และเปรียบเทียบความเก่งหรือความสามารถจากผลของการแข่งขัน ซึ่งแน่นอนว่าต้องมีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่เหนือกว่านั้นหมายถึงผู้ชนะที่เข้าสู่เส้นชัยเป็นคนแรกและคว้าขวดเอ็ม-100 ได้ ส่วนอีกฝ่ายหนึ่งนั้นก็ยอมเป็นฝ่ายที่พ่ายแพ้ไปอันด้วยเหตุผลที่ว่าความสามารถและแรงกำลังด้อยกว่า เมื่อเปรียบเทียบหรือได้พิสูจน์ความเก่งของทั้งสองฝ่ายแล้วก็เป็น การชี้ขาดผู้ชนะออกมาให้เห็นเป็นที่ประจักษ์แก่สายตาจากการสังเกตุดผลของการแข่งขันโดยผู้ร่วมแข่งขันเองและผู้ร่วมเชียร์ซึ่งเป็นตัวแทนสักขีพยานในการยอมรับผลสำเร็จในครั้งนั้น ต่างก็แสดงการยอมรับในความสำเร็จของ “คนเก่ง” ซึ่งก็สร้างความภูมิใจมาสู่ผู้รับเป็นอย่างมาก



จากลักษณะสัญญาณของการแต่งกายที่นำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ตัวเอกใส่เสื้อยืดคอกกลม แขนสั้น สีขาว พอดีกับลำตัวพับแขนเล็กน้อย กับกางเกงยีนส์สีเข้ม และรองเท้าผ้าใบ การตีความหมายโดยตรง คือ เป็นชุดทำงานชุดหนึ่งที่สังเกตเห็นได้จากบรรยากาศที่แวดล้อมไปด้วยสภาพของโรงงานอุตสาหกรรมที่มีรถบรรทุกทุกวัน รถยก และอาคารโรงงานซึ่งแสดงให้เห็นถึงบรรยากาศและสภาพการทำงานของผู้ใช้แรงงานนอกจากนั้น บรรดาเพื่อนฝูงที่เป็นผู้ใช้แรงงานก็ยังได้ใส่ชุดทำงานที่เป็นชุดช่างเครื่องมือที่เป็นชุดหมี ซึ่งเป็นชุดทำงานหนึ่งที่บรรดาช่างฝีมือแรงงานมักจะใช้สวมใส่ในขณะปฏิบัติภารกิจการทำงาน ซึ่งการเกงยีนส์เป็นสัญลักษณ์ของเครื่องแต่งกายที่ทนทานในทุกสภาวะ แต่ความหมายจากการใส่ชุดของ “คนเก่ง” ดังกล่าวนี้อีกยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นหัวหน้า หรือเป็นผู้นำของผู้ร่วมงานหรือผู้ใช้แรงงานเหล่านั้น ความหมายโดยนัยแฝงเป็นชุดที่เตรียมพร้อมในทุกๆ เรื่องไม่ว่าจะเป็นการทำงานปกติแล้วสามารถที่จะทำกิจกรรมต่างๆ ได้พร้อมเสมอ แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่ลุยงาน บากบั่น มีชีวิตที่สมชายชาตรีที่มีชีวิตที่เรียบง่ายไม่สนใจในจุดเล็กๆ น้อยๆ ที่ไม่สำคัญ แต่ให้ความสำคัญกับเรื่องที่เป็นสาระและสร้างสรรค์ประโยชน์ให้บังเกิดมากกว่า และปฏิบัติตนเหมือนๆ กับบุคคลที่อยู่รอบตัว มีความเป็นกันเอง และให้ความสนิทสนมกับบุคคลทั่วไป ซึ่งสังเกตเห็นจากการให้การพูดคุย หรือ เล่นกันเองในหมู่เพื่อนฝูง ซึ่งก็เป็นการสร้างสัมพันธภาพอันดีให้เกิดขึ้น

ในแง่ของความสัมพันธ์ของ “คนเก่ง” ที่มีต่อตัวสินค้านั้น แสดงภาพให้เห็นว่าผู้ที่ได้รับชัยชนะในการแข่งขันเท่านั้นจะเป็นผู้ที่ได้รับรางวัลอันยิ่งใหญ่ ซึ่งแทนความหมายของความยิ่งใหญ่และความสำเร็จด้วยการรับตัวสินค้าเป็นรางวัล โดยให้ตัวสินค้าเข้ามามีบทบาทในการนำเสนอที่อยู่เคียงคู่ไปกับภาพของความสำเร็จที่ “คนเก่ง” ได้รับ ซึ่งก็เป็นการนำเอาความสามารถในขั้นสุดยอดของบุคคลมาผูกสัมพันธ์กับตัวสินค้า โดยเป็นการแสดงสถานะภาพของตัวสินค้าว่า เป็นเครื่องดื่มให้กำลังงานสำหรับผู้ชนะ (The winner) ซึ่งภาพ “คนเก่ง” เหล่านั้นเมื่อได้นำเสนอควบคู่ไปกับตัวสินค้าในภาพยนตร์โฆษณาแล้ว

ทำให้ผู้รับสาร หรือ กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกร่วม และเกิดความรู้สึกประทับใจในภาพ ความเก่ง และจดจำตัวสินค้าควบคู่กันไป ซึ่งอาจจะยังผลไปสู่เป้าหมายทางการตลาดได้

ส่วนการวิเคราะห์ถึงการสร้างสัญลักษณ์ของ “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ จะเน้นไปที่ตัวแสดงตัวเอก (สามารถ พยัคฆอรุณ) ซึ่งในเนื้อเรื่องเป็นตัวแทนของผู้ชายผู้ใช้ แรงงานเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย โดยภาพของตัวเอกที่สื่อออกมา นั้น เป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ของผู้ชายที่เป็นผู้นำ (Leader) ซึ่งสังเกตได้จากเป็นผู้นำในการ สร้างกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดขึ้น หรือ ชักชวนให้เพื่อนๆ เกิดความกระตือรือร้นในการกระทำ บางอย่างให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นภาพที่ปรากฏตั้งแต่ภาพยนตร์โฆษณาชุด “รักเต็มร้อย” ซึ่งได้ นำเสนอไปก่อนภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ การชี้ให้เห็นถึงความเป็นผู้นำนี้ก็เป็นการแสดง ภาพของการยอมรับเชื่อถือ และไว้วางใจในหมู่เพื่อนพ้องในการให้มาเป็นผู้นำของพวกเขา แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถในขั้นสูง นอกจากนี้ยังเป็นสัญลักษณ์ของผู้ชายที่เข้ม แข็ง ซึ่งสังเกตได้จากสรีระและมัดกล้ามเนื้อที่ใหญ่สมตัว แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่ผ่านการฝึกฝน ในด้านสมรรถภาพของร่างกายให้แข็งแรงอยู่ตลอดเวลา ดูแลและรักษาสุขภาพของตนเอง เสมอโดยปรากฏให้เห็นเป็นภาพของผู้ชายที่เข้มแข็ง เป็นชายชาติตรีเต็มตัว ซึ่งเป็นภาพ ของสัญลักษณ์ความเป็นผู้ชายที่สมบูรณ์แบบ

นอกจากการนำเสนอ “คนเก่ง” โดยผ่านสัญลักษณ์ (Sign) การเล่าเรื่อง (Narration) โดยการตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation) แล้ว ผู้วิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องดังกล่าว นอกจากแนวทางในการนำเสนอ “คนเก่ง” แล้ว ยังพบอีกว่า ได้นำเอาความเป็นดาราที่มีชื่อเสียง คือ สามารถ พยัคฆอรุณ นักมวยที่เป็นแชมป์มวย สากลมาโฆษณาในภาพยนตร์เรื่อง “เข้มเต็มร้อย” โดยอาศัยความมีชื่อเสียง คุณลักษณะ เฉพาะตัว (ความเป็นนักมวย) หรือบุคลิกที่โดดเด่นมาช่วยเสริมสร้างจุดสนใจและเชื่อม สัมพันธ์เข้ากับสินค้าและบริการเป็นการดึงดูดความสนใจ ซึ่งโดยพื้นฐานทางจิตวิทยาที่ว่า คนเราชอบที่จะเอาอย่าง (Emulate) บุคคลที่มีชื่อเสียง การได้ใช้สินค้าหรือบริการชนิด เดียวกันกับดาราที่ตนชื่นชอบจะทำให้ได้รับความรู้สึกว่าได้ใช้ของที่มีค่า ทันสมัย ได้รับการ รับรองและเป็นผู้ที่มีรสนิยม ซึ่งในเรื่องของการใช้ “ดารา” เข้ามาเกี่ยวข้องในการนำเสนอ ภาพ “คนเก่ง” นี้พบว่า ภาพยนตร์โฆษณาเป็นสื่อที่มีการนำเสนอได้ในระยะเวลาจำกัด ภาพที่นำเสนอออกมาในแต่ละภาพจะต้องมีความหมายสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน

การใช้ดาราจึงเป็นวิธีหนึ่งในการสร้างความเข้าใจในเรื่องของสถานะของบุคคลและตัวสินค้าในเรื่องราวที่น่าเสนอและการดำเนินเรื่อง โดยแนวความคิดเรื่องดารา James Monaco กล่าวว่า

“การเป็นนักแสดงที่กลายมาเป็น “ดารา” นั้นภาพพจน์ของเราจะเริ่มมีผลกระทบต่อผู้ชม ภาพของความเก่งและความสามารถที่มีชื่อเสียงนั้นจะเป็นมุมมองสำคัญอย่างหนึ่งที่ไม่ใช่เพียงภาพที่ดูแล้วผิวเผินเท่านั้น แต่ภาพของความเป็น “ดารา” ได้แทรกซึมแผ่เข้าไปอยู่ในความรู้สึกของผู้ชมอีกด้วย” (James Monaco , How to read film , p:222)

James Monaco ได้ชี้ให้เห็นว่าการเป็น “ดารา” (Star) มีผลต่อพฤติกรรมและความรู้สึกของสาธารณชนในแง่ความชื่นชม (Admire) จึงเห็นได้ว่า การนำ “ดารา” (“คนเก่ง”) มาเสนอในภาพยนตร์โฆษณานั้นย่อมมีผลกระทบต่อตัวสินค้าและบริการได้ในระดับหนึ่งและสอดคล้องกับทักษะของ แกรี คูเปอร์ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา บริษัท เกรย์ (ประเทศไทย) จำกัดที่กล่าวว่า

“การใช้ดารา (Star) ในภาพยนตร์โฆษณา ทำให้ภาพยนตร์โฆษณาดูตื่นเต้น มีชีวิตชีวา และน่าสนใจ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และเป็นวิธีการสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน”

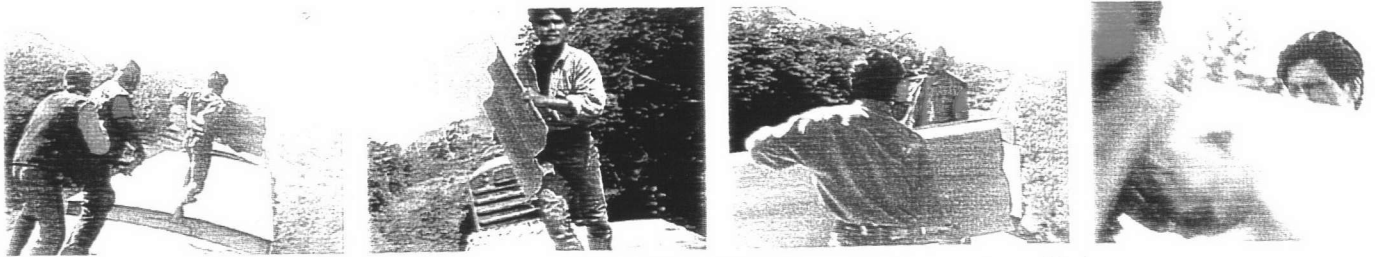
อย่างไรก็ตามการใช้ดารามาเป็นผู้นำเสนอก็คเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างการรับรู้และความรวดเร็วในการสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นต่อผู้รับสาร และความเก่งของ “คนเก่ง” ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเรื่องราวในการสื่อความที่น่าสนใจติดตามอีกมุมมองหนึ่งที่สำคัญให้เกิดขึ้นกับบุคคลและตัวสินค้าให้เป็นที่จดจำอยู่ในใจผู้บริโภคได้วิธีหนึ่งเช่นกัน



### “รถไฟ”

ผลิตภัณฑ์/บริการ	:	กระเบื้องตราเสือ
เจ้าของผลิตภัณฑ์	:	กระเบื้องกระดาดไทย
ตัวแทนโฆษณา	:	ฟาร์อีสท์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง
ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	:	เอ.วี.ทัช
ผู้ออกแบบความคิด	:	อดิศักดิ์ อัครจรัสญา
ผู้อำนวยการถ่ายทำ/ผู้กำกับ	:	สุวรรณี เตชะสาน จรรยา วรรณะสิน

## “รถไฟ”



รถไฟ 60 วินาที  
ผลิตภัณฑ์/บริการ กระเบื้องตราเสือ

นางเอก...ช่วยด้วย !!!

ผู้ชาย.....พี่ มันมาช่วยแล้ว แก่งน้กเหรอ มันจะแก่งสักแคไหน

พระเอก...เข้ามาเลย

ผู้ชาย.....โอ๊ย มันแก่งจริงๆ

โฆษก.....กระเบื้องตราเสือ แก่งทั่วแผ่นดิน สมคำร่ำลือ

ผู้ร้าย.....แก่งทั่วแผ่นดินจริงๆ

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ เป็นแนวทางการนำเสนอภาพของ “คนเก่ง” เห็นได้ชัด “คนเก่ง” เป็นฝ่ายที่ทำความดีด้วยการให้ความช่วยเหลือผู้ที่กำลังเคราะห์ร้ายจากฝีมือของฝ่ายตรงข้าม เหตุการณ์ในภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้จึงเป็นการเปิดเรื่องราวการต่อสู้เพื่อแย่งชิงตัวประกัน โดยเรื่องทั้งหมดเกิดขึ้นบนรถไฟที่กำลังวิ่งด้วยความเร็วสูง

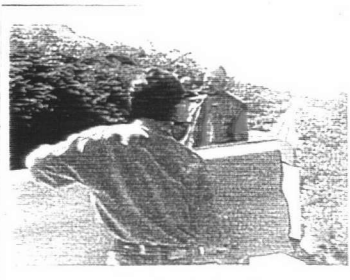


ภาพที่ 1 ฝ่ายหญิง (นางเอก) ส่งเสียงร้องขอความช่วยเหลือจากผู้อื่นในขณะที่ตนเองกำลังถูกจับเป็นตัวประกันในหมู่โจร ซึ่งสังเกตได้จากฝ่ายผู้ร้ายได้จับตัวเธอมัดไว้จนแน่น เพื่อไม่ยอมให้หนีออกไปได้ เธอร้องตะโกนขอความช่วยเหลือขึ้นว่า “ช่วยด้วย” ซึ่งเป็นเวลาเดียวกันกับตัวเอกฝ่ายชาย หรือ พระเอกกำลังรอจังหวะรถไฟมาพอดีเพื่อที่จะกระโดดลงมาจากยอดเขาสูงชัน โดยพยายามรวบรวมกำลังสมาธิ แล้วกระโดดลงมาบนหลังรถไฟเพื่อให้ความช่วยเหลือนางเอกให้ทันเวลา การกระโดดลงมาจากยอดเขาสูงชันของพระเอกนี้ เป็นการแสดงให้เห็นว่าพระเอกเป็นผู้กล้าหาญ ยอมเสี่ยงกับอันตรายที่จะเกิดขึ้นภายหน้าด้วยจิตใจเข้มแข็ง ทั้งนี้เพื่อเสียสละความสุขส่วนตนมาให้ความช่วยเหลือนางเอกผู้กำลังรอคอยผู้กล้ามาช่วย นับว่าเป็นผู้ที่มีน้ำใจอันน่าทึ่งยิ่ง เมื่อพระเอกกระโดดลงมาจากยอดเขาสูงแล้วก็ลงมาสู่บนหลังรถไฟทันที และก็เริ่มค้นหาตัวนางเอกเพื่อให้ความช่วยเหลือโดยทันที ซึ่งขณะนั้นนางเอกกำลังอยู่ในการกักกันตัวจากผู้ร้ายและร้องขอความช่วยเหลืออยู่เป็นระยะ ในขณะที่เดียวกันลูกน้องของฝ่ายผู้ร้ายเหลือบมองเห็นพระเอกเข้าจึงร้องตะโกนส่งเสียงว่า “พี่ มันมาช่วยแล้ว” ซึ่งเป็นการแสดงความหมายว่าการต่อสู้กำลังจะเริ่มต้น ขอให้เตรียมตัวพร้อมสำหรับการต่อสู้ด้วย ดังนั้นลูกน้องของฝ่ายผู้ร้ายจึงปีนขึ้นไปบนหลังรถไฟ 2 คน เพื่อที่จะสะกดกั้นพระเอกเอาไว้เพื่อไม่ให้ไปถึงตัวลูกพี่ (ผู้ร้าย) และตัวประกันได้ ฉากการต่อสู้อย่างดุเดือดจึงเริ่มขึ้นทันที





ภาพที่ 2 ลูกน้องของผู้ร้ายคนแรกได้เข้าไปต่อสู้กับพระเอกก่อนโดยการกระโดดใส่หมัดตรงเข้าไปที่ตัวพระเอก แต่พระเอกหยิบกระบี่เบื้องมุงหลังคาที่รถไฟขบวนนี้บรรทุกมาด้วยพอดี รับหมัดของผู้ร้ายเอาไว้ได้ จึงสร้างความเจ็บปวดไปยังเจ้าของหมัดผู้นั้นอย่างมาก พอลูกน้องคนแรกหมดกำลังไปแล้ว ลูกน้องคนที่สองจึงเดินเข้ามาพร้อมกับเหวี่ยงโซ่เหล็กไปในอากาศพร้อมกับตะโกนใส่พระเอกว่า “แกร่งนักหรือ มันจะแกร่งซักแค่ไหน” เมื่อพูดจบก็เหวี่ยงโซ่เหล็กมาที่พระเอกทันที พอดีกับพระเอกก็รับแรงหวดของโซ่เหล็กด้วยกระบี่เบื้องมุงหลังคาอันเดิม โซ่เหล็กที่เหวี่ยงเข้ามา ก็พันติดอยู่กับกระบี่เบื้องมุงหลังคา ทำให้ถอนออกไปไม่ได้



ภาพที่ 3 พระเอกจึงได้ที่จับโซ่เหล็กแล้วกระชากโซ่เหล็กโดยมีผู้ร้ายถือโซ่เหล็กเข้ามากระแทกเข้ากับกระบี่เบื้องมุงหลังคาด้วยความแรงจนกระทั่งล้มลงไป ในขณะที่ผู้ร้ายตัวหัวหน้าเมื่อได้ยินเสียงการต่อสู้ก็ก้องขึ้นจึงป็นขึ้นมาดูเหตุการณ์พร้อมติดเอาอาวุธขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือน้องด้วย คือ ขวดเบียร์ ฉากการต่อสู้ฉากสำคัญจึงเริ่มขึ้น โดยเป็นการปะทะกันโดยตรงระหว่างตัวเอกฝ่ายผู้ร้าย และ พระเอก รถไฟก็วิ่งด้วยความเร็วมากขึ้นทำให้ดูเหมือนกับว่าขณะนี้เป็นเวลาที่น่าหวาดเสียวที่สุดฉากหนึ่ง ในการต่อสู้ครั้งนี้ตัวร้ายซึ่งทำทางดูเอาการจ้องมองพระเอกด้วยความโกรธแค้น ในขณะที่พระเอกก็วิ่งออกไปตั้งหลักอีกด้านหนึ่งเพื่อความปลอดภัย ด้วยความโมโหอย่างที่สุดของตัวผู้ร้าย จึงนำเอาขวดเบียร์ที่ถือมาด้วยนั้นมาทุบที่ศรีษะตนเองจนขวดเบียร์แตกกระจาย เป็นการแสดงให้เห็นว่าตัวผู้ร้ายมีกำลังและมีความสามารถอยู่พอตัวเลยทีเดียว พระเอกจึงมองด้วยความประหลาดใจแต่ก็ควบคุมสติไว้ได้ ตัวร้ายจึงตะโกนใส่หน้าพระเอกว่า “มันจะแกร่งซักแค่ไหน”

พระเอกจึงตะโกนต่อสู้ออกไปว่า “เข้ามาเลย” เป็นการท้าทายและขู่ให้เกิดอารมณ์แค้นมากยิ่งขึ้น และแล้วตัวร้ายจึงวิ่งเอาศีรษะพุ่งเข้าไปสู่พระเอกทันทีด้วยความแรง และพระเอกก็เอากระบี่เบื้องมุงหลังคาที่ใช้เป็นอาวุธต่อสู้กันตัวเองเอาไว้ทำให้ตัวร้ายโหม่งหัวกับกระบี่เบื้องทันที แต่ก็ไม่ได้ทำให้ตัวร้ายรู้สึกเจ็บแต่อย่างใด จึงกระแทกหัวเข้าไปอีกที่เป็นครั้งที่สอง พระเอกได้การในขณะที่ตัวร้ายเสียหลักจึงฟาดตัวร้ายด้วยกระบี่เบื้องอีกครั้งอย่างแรง ทำให้ศีรษะบวมขึ้นมาและกระหน่ำเข้าไปอีกครั้งซึ่งคราวนี้ทำให้คนร้ายทั้งสองตกลงจากรถไฟทันที พอตกลงจากรถไฟลงไปสู่พื้นได้ จึงพูดด้วยความกลัวเกรงว่า “มันแกร่งจริงๆ” ภาพที่ฝ่ายตัวร้ายตกลงไปจากรถไฟ เป็นสัญญาณ (Sign) ที่แสดงให้เห็นว่าพระเอกเป็นฝ่ายชนะและตัวร้ายเป็นฝ่ายแพ้ในการต่อสู้ในครั้งนั้น และทำให้พระเอกสามารถช่วยนางเอกออกมาได้



ภาพที่ 4 เป็นการแสดงภาพตัวสินค้า พร้อมกับโฆษณาประกาศว่า “กระบี่เบื้องตราเสือ แกร่งทั่วแผ่น สมคำร่ำลือ” พร้อมกับสัญลักษณ์ (Logo) ปรากฏขึ้นในตอนท้าย

การให้ความช่วยเหลือของพระเอกในครั้งนี้นับว่าเป็นการเสียสละอย่างสูงสุด อันเป็นความน่าชื่นชม และยกย่องสรรเสริญ และยากที่ผู้ใดที่จะให้ความช่วยเหลือได้มากเพียงนี้ ภาพของการต่อสู้บนรถไฟ ที่แสดงให้เห็นว่า เป็นการลักพาตัวประกันหนีไปยังต่างถิ่น โดยอาศัยรถไฟเป็นพาหนะ ซึ่งสังเกตเห็นได้จากสองข้างทางเป็นป่าใหญ่ ซึ่งเป็นบรรยากาศของการออกไปยังถิ่นชนบทที่ยากแก่การติดตาม ชัยชนะในครั้งนี้ได้มาด้วยความยากลำบาก เพราะจะต้องต่อสู้กับผู้ร้ายถึง 3 คน ในขณะที่ตัวเอกไม่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์อื่นใดนอกเหนือไปจากกระบี่เบื้องมุงหลังคาเพียงแผ่นเดียว นับว่าเป็นการใช้ความสามารถ ปฏิภาณไหวพริบที่ดีเยี่ยม ประกอบกับความเป็นผู้กล้าหาญ ภาพของ “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้จึงเด่นชัดขึ้นมาด้วยเหตุผลดังกล่าว

ลักษณะการนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้เป็นลักษณะของการเล่าเรื่อง (Narration) ของการต่อสู้ระหว่างฝ่ายคนดี คือ พระเอก กับฝ่ายตรงข้าม คือ ผู้ร้าย เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ที่กำลังประสบเคราะห์ร้ายและอันตรายจากการกระทำของฝ่ายผู้ร้าย โดยตัวเอกให้ความช่วยเหลือหญิงสาวผู้นั้นให้รอดพ้นจากเงื้อมมือของผู้ร้ายจากการจับกุมตัวออกมาได้สำเร็จ ทำให้เคราะห์ร้ายเหล่านั้นถูกปิดเป่าออกไปได้ทันที่ด้วยฝีมือของ “คนเก่ง” ผู้ซึ่งยอมเสียสละและการต่อสู้ซึ่งอาจจะเกิดอันตรายแก่ชีวิตตนได้ในกรณีถ้าพลาดพลั้ง แต่การต่อสู้เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่หญิงสาวนี้กลับเป็นผลสำเร็จอันสืบเนื่องมาจากปฏิกิริยาไหวพริบ และความกล้าหาญอันยิ่งใหญ่ของ “คนเก่ง”

แนววิธีการเล่าเรื่องจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ มีส่วนสอดคล้องกับแนวความคิดของ V.propp ในเรื่องของ ในกรณีที่ผู้ใดต้องการความช่วยเหลือ หรือ ขาดสิ่งใด “คนเก่ง” จะเป็นผู้แสวงหาและนำสิ่งนั้นมาให้ (The hero is approached with a request or command) จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ฝ่ายหญิงเป็นผู้ขอร้องและออกปากขอความช่วยเหลือจาก “คนเก่ง” ทำให้ “คนเก่ง” ต้องให้ความช่วยเหลือในทันที โดย “คนเก่ง” และตัวร้าย ต้องทำการสู้รบกันโดยตรง (The hero and villain join in direct combat) ดังที่ได้เห็นจากภาพยนตร์โฆษณาว่า “คนเก่ง” ต้องต่อสู้กับตัวร้าย โดยปะทะกันโดยตรงบนหลังารถไฟด้วยความยากลำบาก และในท้ายสุด ตัวร้ายต้องได้รับการลงโทษ (The villain is punished) โดยการถูกตีด้วยกระเบื้องมุงหลังคาจนตกไปจากรถไฟ ทำให้ “คนเก่ง” ได้รับชัยชนะในที่สุด ซึ่งจากแนวทางในการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ เป็นวิธีการเล่าเรื่องตามแบบองค์ประกอบในบางประการของการนำเสนอ “คนเก่ง” ตามแบบนิทานพื้นบ้านที่ V.propp ได้เสนอไว้ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้วในตอนต้น ซึ่งก็เป็นบทพิสูจน์และการมองหา “คนเก่ง” ได้จากภาพยนตร์โฆษณาโดยอาศัยหลักแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

การผูกเรื่องเป็นการโยงเรื่องอย่างเป็นขั้นตอนโดยเริ่มจากปมประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขอความช่วยเหลือของหญิงสาวผู้เคราะห์ร้ายและปัญหานั้นถูกคลี่คลายโดยการให้ความช่วยเหลือจากพระเอก แต่ปัญหาที่พระเอกจะต้องแก้ไขนั้นไม่ใช่เป็นสิ่งที่จะกระทำได้ง่ายนัก ซึ่งเป็นการสร้างความตื่นเต้นและสร้างจุดสนใจให้เกิดขึ้นในช่วงของการต่อสู้กันระหว่างฝ่ายพระเอกและฝ่ายตัวร้ายท่ามกลางความอันตรายที่สามารถจะเกิดขึ้นได้ในขณะที่รถไฟกำลังวิ่งด้วยความเร็วสูงซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของอันตรายที่เสี่ยงกับชีวิตอย่างมาก แต่ในที่สุดฝ่ายตัวเอกก็สามารถเอาชนะฝ่ายตรงข้ามได้สำเร็จ ทำให้ฝ่ายตัวร้ายได้รับความ

พ่ายแพ้ไปในที่สุดซึ่งก็ปรากฏอยู่ในตอนท้ายของเรื่อง ซึ่งการผูกเรื่องก็เป็นการโยงเรื่องเป็นชั้นตอน เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากความหมายที่มีอยู่ในเนื้อหา (Text) ของภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ เนื้อเรื่องจึงมีความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ

ในส่วนการวิเคราะห์การสร้างสัญลักษณ์ของ “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ได้ให้ความสำคัญกับความสามารถของตัวเอก ซึ่งในเนื้อเรื่องเป็นตัวแทนของบุคคลที่ทำความดีที่ได้ให้ความช่วยเหลือผู้ที่ตกอยู่ในความลำบากให้รอดพ้นจากอันตรายได้ด้วยการต่อสู้กับฝ่ายตรงข้ามด้วยความลำบากเพราะฝ่ายพระเอกมีเพียง 1 คน ส่วนฝ่ายผู้ร้ายมีถึง 3 คน ซึ่งการต่อสู้จนได้รับชัยชนะครั้งนั้นนับว่าเป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ของผู้กล้าหาญและมีความเป็นสุภาพบุรุษลูกผู้ชายที่มีสัญชาตญาณในการปกป้องและพิทักษ์ภัยพิบัติแก่ผู้ที่เดือดร้อนหรืออ่อนแอกว่า เป็นการชี้ให้เห็นถึงว่าเป็นผู้ที่มีจิตใจดี มีคุณธรรม รักความยุติธรรม และรักความสงบสันติ ภาพของ “คนเก่ง” จึงปรากฏอยู่ในความหมายในภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้อย่างเห็นได้ชัดจากการนำเสนอ

จากลักษณะสัญลักษณ์ที่ปรากฏให้เห็นถึงความ เป็น “คนเก่ง” ที่เป็นตัวเอกนอกเหนือจากความสามารถแล้ว ลักษณะที่บ่งชี้ให้เห็นได้ว่าเป็น “คนเก่ง” คือ ความเฉลียวฉลาด การมีปฏิภาณไหวพริบ ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีการเตรียมพร้อมในเรื่องของจิตใจในการต่อสู้ด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจเพื่อให้ได้รับชัยชนะหรือผลสำเร็จ และยังได้มีการเตรียมการวางแผนไว้ล่วงหน้าในการให้ความช่วยเหลือโดยการเผด็จการบอยคอตเขาสูงเพื่อที่จะกระโดดลงมาบนรถไฟในเวลาที่ยานไฟวิ่งผ่านมาพอดี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงว่าเป็นผู้ที่ทำการต่อสู้ด้วยวิธีที่ชาญฉลาด นอกจากนั้นก็เตรียมตัวด้วยการแต่งกายที่รัดกุมด้วยชุดที่คล่องตัวและทะมัดทะแมง คือ เสื้อเชิ้ตและกางเกงที่ทำจากผ้าหนาคือผ้ายีนส์ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของผ้าที่ทนทาน ทนหด และป้องกันการขูดขีด เสียดสีได้ดี ซึ่งแสดงให้เห็นถึง การเตรียมตัวที่พร้อมที่จะผจญภัยและลุยงานได้ในทุกรูปแบบด้วยจิตใจที่แน่วแน่

ในส่วนของฝ่ายตัวร้าย เป็นลักษณะและบุคลิกที่ถูกนำเสนอให้มีความขัดแย้งกับตัวเอก หรือ “คนเก่ง” โดยสิ้นเชิง ภาพที่ถูกนำเสนอจึงสังเกตจากสัญลักษณ์ท่าทางความโหดร้ายทารุณในการจับตัวประกันคือ ฝ่ายหญิงมากักกัน และคาดหวังเพียงเพื่อผลประโยชน์ในบางอย่างทำให้ผู้อ่อนแอกว่าและเป็นผู้หญิงเพียงตัวคนเดียว ได้รับความ

ทุกขัทรมาณและขาดอิสรภาพอันพึงมี ตัวร้ายมีความดุดัน จากการสังเกตด้วยการฟังเสียงที่มักจะเปล่งเสียงในลักษณะขู่กรรโชกและมักจะทำท่ายกก่อนเสมอ โดยมีพฤติกรรมมักจะเป็นฝ่ายทำลายล้างมากกว่าการสร้างสรรค์ โบหน้าโหดร้าย ผิดดำ นัยต์ดาดุดันขวางโลกไว้หนวดเคราตามแบบฉบับของโจรหรือเสือร้าย และก็จะมีอาวุธติดตัวเสมอในที่นี้ได้แก่ โซ่เหล็ก ขวดเบียร์ มีด เป็นต้น เป็นเครื่องทุ่นแรงในการต่อสู้ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความหมายโดยนัยแฝงว่า ได้ผ่านการกระทำผิดและเลวร้ายอยู่เสมอ และมักจะทำงานเป็นกลุ่ม เป็นทีมซึ่งสังเกตได้จากการมีลูกน้องหรือพรรคพวกให้ความช่วยเหลือในการปฏิบัติความชั่วถึง 2 คน

ถึงแม้ว่าการต่อสู้ระหว่างพระเอกและตัวร้ายจะโหดร้ายและเสียงอันตรายใดๆ ด้วยความสามารถรอบตัวของตัวเอก หรือ “คนเก่ง” ก็สามารถฟันฝ่าอุปสรรคเหล่านั้นมาได้จนเป็นผลสำเร็จ และเป็นความสามารถที่ได้รับการยอมรับและยกย่องสรรเสริญ

ในแง่ของความสัมพันธ์ของ “คนเก่ง” ที่มีต่อตัวสินค้านั้น แสดงภาพให้เห็นว่าตัวเอกได้ใช้สินค้าเป็นเครื่องมือและอาวุธในการต่อสู้กับฝ่ายตัวร้ายจนประสบผลแห่งชัยชนะ ตัวสินค้าจึงเป็นสัญลักษณ์ของการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสังเกตได้จากบทพิสูจน์จากการกระแทก การตีด้วยโซ่ และรับน้ำหนักได้เป็นอย่างดี โดยเป็นจุดสื่อของความแกร่งทั่วแผ่น ทนทาน ซึ่งเป็นความสามารถของสินค้าที่มีคุณสมบัติพิเศษที่นอกเหนือไปจากการใช้งานปกติที่ใช้เพื่อมุ่งหลังคา ซึ่งเป็นการแสดงภาพต่อผู้รับสาร หรือ กลุ่มเป้าหมาย ให้ตระหนักถึงคุณค่า และ คุณประโยชน์จากตัวสินค้าที่ให้แก่ผู้บริโภค

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับแนวคิดของ Caillois แล้วพบว่าเป็นแนวทางในการนำเสนอโดยการคัดเลือก “คนเก่ง” ในลักษณะของ “Agon ซึ่งเป็นการต่อสู้แข่งขันกันระหว่าง 2 ฝ่าย ซึ่งต้องทำการต่อสู้กันเองโดยตรง และผลของการแข่งขันกันนั้น จะเป็นการชี้ผู้ชนะและผู้แพ้” (Caillois, Play Theory, p:47) ซึ่งจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ได้แสดงภาพการต่อสู้ของฝ่ายพระเอกอย่างดุเดือด ตื่นเต้น หวาดเสียว เพราะต้องต่อสู้กันบนหลังคารถไฟในขณะที่รถไฟก็วิ่งด้วยความเร็ว และจากความสามารถและความกล้าทำให้ต่อสู้และเอาชนะฝ่ายตรงข้ามได้จนสำเร็จ

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณานี้ ผู้วิจัยพบว่า แนวทางในการนำ

เสนอมีส่วนสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเป็น “คนเก่ง” ที่ บรูสติน ได้กล่าวไว้ว่า “คนเก่ง” ต้องเป็นผู้ที่มีความพยายามในการต่อสู้ จนกระทั่งได้รับชัยชนะมาในที่สุด (Trials and victories of initiation) ในการต่อสู้กันโดยตรงระหว่าง “คนเก่ง” กับ ตัวร้ายมีการริเริ่มวางแผนในการต่อสู้ และ ผนวกกับปฏิภาณไหวพริบที่ดี จนประสบผลแห่งชัยชนะสามารถช่วยเหลือฝ่ายหญิงได้สำเร็จ ซึ่งก็เป็นการเจริญรอยตามรูปแบบของ “คนเก่ง” ตามแนวความคิดของ บรูสติน ที่กล่าวไว้แล้ว (Boorstin , The image , p:51)

สรุปแล้วการเป็น “คนเก่ง” ที่เกิดจากการต่อสู้และการแข่งขันนี้ เป็นการสร้างภาพที่ต้องอาศัยการเปรียบเทียบกับคู่ต่อสู้ คู่แข่งขัน หรือ ฝ่ายตรงข้าม เพื่อเป็นการพิสูจน์ และการบ่งชี้ความเป็น “คนเก่ง” ให้เด่นชัด และต้องแสดงภาพของผลแห่งความสำเร็จและชัยชนะนั้นๆ ในภาพยนตร์โฆษณาด้วย ดังเช่น “เข้มเต็มร้อย” ตัวเอกต้องลงแข่งขันวิ่งเพื่อชิงชัยชนะด้วยความยากลำบาก อุดทน พยายาม และคว้าชัยชนะไปในที่สุด (เครื่องตีเอ็ม-100) ส่วน “รถไฟ” ตัวเอกผู้ให้ความช่วยเหลือหญิงสาวให้รอดพ้นโจรผู้ร้าย โดยการต่อสู้ด้วยกำลังท่ามกลางอันตรายที่ถ้าพลาดอาจจะถึงแก่ชีวิตโดยรอดพ้นออกมาได้ และฝ่ายตัวร้ายก็เป็นฝ่ายพ่ายแพ้แต่โดยดี (กระเบื้องตราเสือ) ดังที่นำเสนอไปแล้วข้างต้น

การนำเสนอ “คนเก่ง” ตามประเภทดังกล่าวนี้ ได้แสดงภาพของความสำเร็จ และชัยชนะทั้งสิ้นในตอนท้าย แต่ในช่วงต้นของการนำเสนอภาพการสร้าง “คนเก่ง” ได้มีลักษณะที่นำเสนอให้เห็นเด่นชัดในแง่ของความยากลำบาก การต่อสู้ ความอดทน และความพยายาม มาก่อนทั้งสิ้น ซึ่งเป็นลักษณะของการถ่ายทอด การบรรยาย และ การเล่าเรื่อง (Narration) โดยเริ่มต้นจากประเด็นหรือปมปัญหา การแก้ไขปัญหาเหล่านั้นให้ถูกปิดเป่าออกไป การได้รับชัยชนะ ซึ่งมักจะปรากฏอยู่ในตอนท้ายเสมอ ในส่วนนี้ผู้วิจัยเห็นว่าสอดคล้องกับแนวความคิดของ V.propp ที่ได้ศึกษาเรื่องราวและรูปแบบของนิทานพื้นบ้าน ในลักษณะของรูปแบบ (Form) ที่สร้างความสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบและภาพรวมการสร้าง “คนเก่ง” จากผลงานสื่อ โดยที่ภาพยนตร์โฆษณาก็ได้อาศัยวิธีการและแนวทางความคิดของ V.propp ในเรื่องของนิทานพื้นบ้านเป็นพื้นฐานในการเล่าเรื่องและการดำเนินเรื่อง โดยมีตัวเอก ตัวร้าย การต่อสู้ การได้รับความพ่ายแพ้ อุปสรรคขวากหนาม ความอดทน ความพยายาม และได้รับผลสำเร็จ หรือ ชัยชนะในที่สุด ณ ตอนท้ายเสมอ และภาพของ

“คนเก่ง” ยังมีแนวทางการนำเสนอที่ตรงกับกรอบความคิดของ บรูสตัน ในเรื่องของการเป็น “คนเก่ง” ว่ามีองค์ประกอบอย่างไรในการนำเสนอเพื่อให้ได้เป็น “คนเก่ง” ดังที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์มาแล้วจากกรณีศึกษา

นอกจากนี้การสร้าง “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาที่เกิดจากการต่อสู้และการแข่งขันนี้ ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการเล่น (Play Theory) ที่ Caillois ได้กล่าวในเรื่องของการแบ่งฝ่ายต่อสู้เพื่อตัดสิน ชีชาต ผู้ชนะ (“คนเก่ง”) ในเรื่องของ Agon อีกด้วย

จากการสัมภาษณ์ลักษณะการสร้าง “คนเก่ง” ในกลุ่มนี้ คุณตรง ตันติเวชกุล ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative) บริษัทตัวแทนโฆษณา ลีโอ เบอร์เนทท์ (Leo burnett) ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า “ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องใดที่มี “คนเก่ง” (Hero) จะเป็นการดำเนินเรื่องที่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดที่สวยงาม สร้างความประทับใจ และสร้างอารมณ์ร่วมต่อกลุ่มเป้าหมายให้คล้อยตาม และจะพยายามคาดเดาว่าเหตุการณ์อะไรจะเกิดขึ้นต่อไป นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อตัวสินค้าด้วย”

จึงเห็นได้ว่าการสร้าง “คนเก่ง” เป็นเรื่องราวการนำเสนอที่น่าสนใจ น่าติดตาม และเป็นการสะท้อนกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับตัวสินค้าได้วิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ

จากแนวความคิดการสร้าง “คนเก่ง” นี้ คุณวิทยา เข้มงวด ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา บริษัท เข้ม คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ “คนเก่ง” ว่า “ในกรณีถ้าสินค้าโดยตัวของมันเองแล้วไม่น่าสนใจเท่าที่ควร สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้สินค้านั้นไม่น่าเบื่อ คือ ใส่ความเป็น “คนเก่ง” (Hero) เข้าไป โดยให้สินค้านั้นมีบุคลิกที่เด่น สะดุดตา น่าสนใจ และน่าทึ่งในความสามารถพิเศษของมัน โดยอาจจะสร้างเป็นเรื่องราวที่สนุกสนาน ตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผลของความเก่งที่เกิดจากตัวบุคคลสะท้อนมาถึงตัวสินค้า ซึ่งก็เป็นวิธีหนึ่งในการสื่อความหมายและสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า”

ซึ่งจากการสัมภาษณ์ก็เป็นทำให้แก่งคิดในเรื่องของกระบวนการการสร้างสรรค์โฆษณาในรูปแบบของการนำ “คนแก่ง” มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพต่อตัวสินค้าได้วิธีหนึ่ง

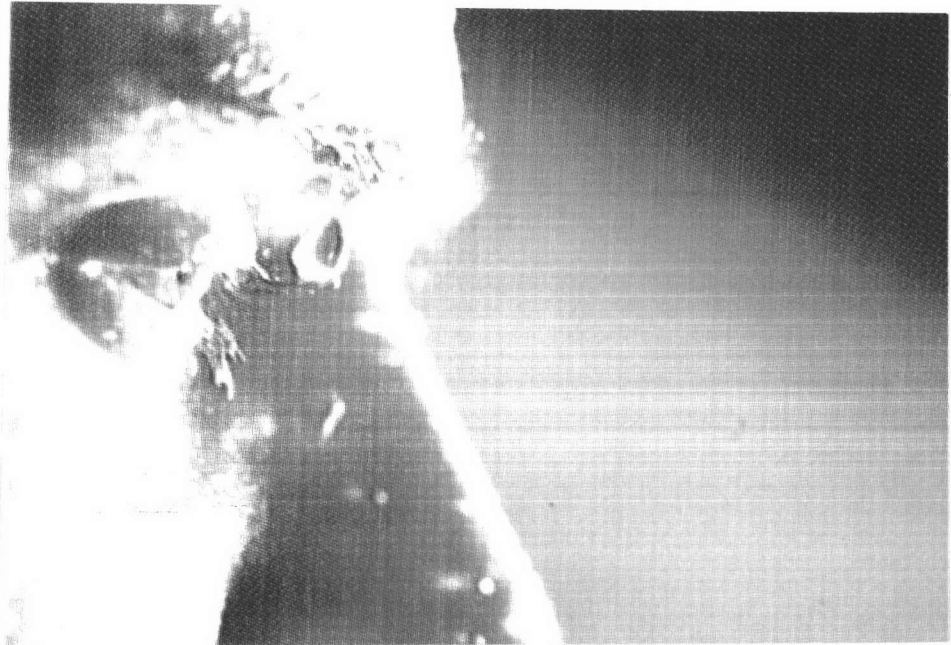
## 2. เป็น “คนแก่ง” ที่เกิดจากความกล้าหาญ และ การเสี่ยง

เป็นลักษณะการนำเสนอโดยการสร้าง “คนแก่ง” ที่มาจากความกล้าหาญเด็ดเดี่ยว และ กล้าเสี่ยง ในการปฏิบัติหน้าที่ ฟันฝ่าอุปสรรค จนเกิดความสำเร็จในที่สุด ซึ่งภาพของความกล้า และ ความพยายามในการเสี่ยงนี้ ได้ปรากฏอยู่ใน “คนแก่ง” ที่ถูกนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งมีภาพยนตร์โฆษณาที่แสดงความแก่งในกลุ่มนี้ได้แก่

เรื่อง	ความยาว(วินาที)	สินค้า
1. หัวใจ	60 วิ.	รองเท้าแพน
2. สมศรี 2	45 วิ.	เมืองไทยประกันชีวิต

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาการสร้าง “คนแก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณากลุ่มนี้มีรายละเอียดดังนี้

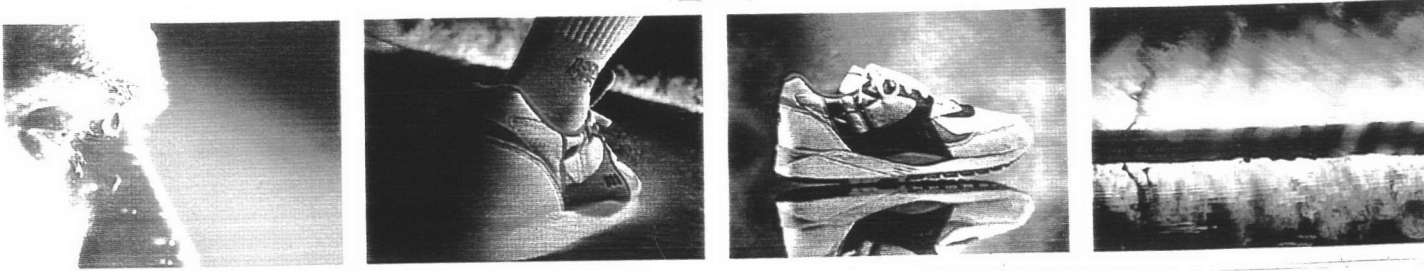




### “หัวใจ”

ผลิตภัณฑ์/บริการ	:	รองเท้าแพน
เจ้าของผลิตภัณฑ์	:	บางกอกแอชลิติค
ตัวแทนโฆษณา	:	ฟาร์อีส แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง
ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	:	แมชชีง ฟิล์ม
ผู้ออกความคิด	:	คณิต นนทเปารยะ ไพศาล โลหณุต คงลิต มณีวงศ์
ผู้อำนวยการถ่ายทำ/ผู้กำกับ	:	จุนิสสพงศ์ ศคินมานพ

## “หัวใจ”



หัวใจ 60 วินาที  
ผลิตภัณฑ์/บริการ รองเท้าแพน...

โฆษณา...จุดหมาย..ระยะทาง...ความลำบาก  
สิ่งแรก ! คือ เอาชนะใจตัวเอง  
ที่เหลือ ! ปลดปล่อยให้ Synergy System พาคุณไป  
ด้วยการผนวกระบบรองรับแรงกระแทก  
เข้ากับ ระบบส่งคืนพลัง...  
ให้ทุกก้าวไร้แรงถ่วง มีเพียงแรงส่ง...  
ที่ทำให้ไปได้ไกลและนานเท่าที่ใจอยากไป  
Synergy System กับ รองเท้าจ็อกกิ้ง  
จาก...แพน

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ เป็นการสร้างความหมายของการฟันฝ่าอุปสรรค และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น โดยใช้เปลวเพลิงขนาดใหญ่เป็นตัวแทนของอุปสรรคที่จะต้องข้ามพ้นไปได้ ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้จึงเปิดเรื่องที่ชายทะเลแห่งหนึ่ง โดยมีชายคนหนึ่งจำเป็นต้องวิ่งฝ่าเปลวเพลิงขนาดใหญ่เพื่อที่จะข้ามไปอีกด้านหนึ่ง ลักษณะการนำเสนอเป็นการใช้เสียงบรรยายโดยการเล่าเรื่อง (Narration) นอกจากนี้ยังเป็นการชี้แนะแนวทางหนทางไปสู่ความสำเร็จ ในที่นี้คือ ข้ามผ่านกองเพลิงขนาดใหญ่ไปได้ ซึ่งมีการผูกเรื่องโยงและร้อยเรียงเป็นขั้นตอน แสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากตัวสัญลักษณ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในตัวเนื้อหาของเรื่อง (Text) และเนื้อเรื่องก็มีความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ เป็นการบอกกล่าวและสนับสนุนชี้ให้เห็นถึงการมีความพยายาม ความกล้า ต่ออุปสรรคที่จะเกิดขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้



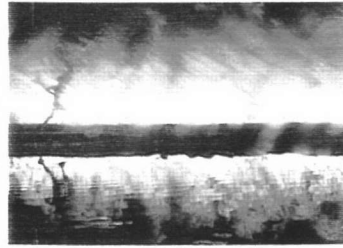
ภาพที่ 1 เปลวเพลิงและลูกไฟขนาดใหญ่พวยพุ่งขึ้นสู่ฟ้า แสดงให้เห็นถึงพลังและอำนาจในการทำลายและเผาผลาญอย่างร้ายแรง ตัวเอกวิ่งเข้ามาสู่ ณ จุดเกิดเหตุนั้น และเฝ้ามองดูกองเพลิงพร้อมกับพินิจพิเคราะห์ไปถึงการแก้ไขปัญหาให้กับตัวเองในการที่จะทำอย่างไรให้ข้ามพ้นไปได้ ภาพตัดไปที่กองเพลิงที่ทวีความรุนแรงอีกครั้ง เสียงของหัวใจของตัวเอกเต้นเร็วและแรงขึ้น เป็นความหมายแสดงให้เห็นถึงความตื่นเต้นต่อเหตุการณ์ที่อยู่ข้างหน้า เมื่อตัวเอกเริ่มชวยเท้าวิ่งเข้าไปใกล้กองเพลิงเพื่อหวังที่จะข้ามไปให้พ้น โฆษกกล่าวว่า “จุดหมาย..ระยะทาง..ความลำบาก” ในขณะเดียวกันภาพก็ตัดไปที่ใบหน้าของตัวเอกที่เคร่งเครียด เอาจริงเอาจัง และความพยายามที่จะพิชิตกองเพลิงนั้นให้ได้ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่น ความตั้งใจจริง และความเด็ดเดี่ยวในการที่กล้าที่จะเสี่ยงชีวิตให้รอดพ้น โฆษกกล่าวต่อไปว่า “สิ่งแรก ! คือ เอาชนะใจตัวเอง” ภาพตัดไปที่ใบหน้าของชายที่เป็นตัวเอกซึ่งขณะนี้เต็มไปด้วยเหงื่อที่ตกออกมาจากการใช้พลังงาน และเหงื่อที่ออกมาจากความร้อนของเปลวไฟ การที่มีคำกล่าวว่า “สิ่งแรก ! คือ เอาชนะใจตัวเอง” นั้น เป็นความหมายที่แสดงถึงว่าถ้าอยากจะเป็นผู้ชนะ จิตใจจะต้องเข้มแข็งและไม่รู้สึกท้อถอยหรือยอมแพ้ไปก่อนซึ่งจะเป็นการทำให้กำลังใจสูญเสีย แต่ถ้าเอาชนะจิตใจของตัวเองได้แล้ว จะสามารถรวบรวมสมาธิ กำลัง และความกล้า ก็จะเอาชนะทุกสิ่งทุกอย่างที่ขวางหน้าได้



ภาพที่ 2 ภาพตัดไปที่รองเท้าที่ตัวเอกใส่อยู่ พร้อมกับโฆษกกล่าวว่า “ที่เหลือ ! ปล่อยให้ Synergy System พาคุณไป ด้วยการผนวกระบบรองรับแรงกระแทก เข้ากับระบบส่งคืนพลัง..” ภาพตัดไปที่ฝีเท้าของตัวเอกที่ขณะนี้ได้เร่งฝีเท้าอย่างเร็วขึ้น ซึ่งเป็น การแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะพิเศษของตัวสินค้าที่มีระบบรองรับแรงกระแทก และระบบส่งคืนพลัง ให้สามารถมีอิสระในการวิ่งได้อย่างปลอดภัยและมั่นใจในทุกฝีก้าว โฆษกประกาศต่อว่า “ให้ทุกก้าวไร้แรงถ่วง มีเพียงแรงส่ง” ภาพตัดไปถ่ายให้เห็นรองเท้าที่ตัวเอกใส่อย่างชัดเจน



ภาพที่ 3 ในขณะนั้นตัวเอกก็เริ่มวิ่งเข้าสู่กองไฟใกล้เข้าทุกที และไปหยุดที่แอ่งน้ำบริเวณใกล้เคียงแล้วเอามือวิกน้ำขึ้นมาลูบศีรษะและบริเวณร่างกายโดยทั่วจนชุ่มไปด้วยน้ำ และรวบรวมสมาธิเป็นครั้งสุดท้ายพร้อมกับออกวิ่งฝ่ากองเพลิงขนาดใหญ่ทันที การที่ทำให้ร่างกายเปียกชุ่มไปด้วยน้ำนั้นก็เพื่อให้ร่างกายอุ้มน้ำและสามารถทนต่อความร้อนได้ ซึ่งเป็นวิธีที่แสดงให้เห็นถึงปฏิภาณ ไหวพริบความฉลาด ที่แสดงออกมาให้เห็นจากการกระทำของตัวเอก และเมื่อกระโจนเข้าไปในกองไฟแล้ว เปลวไฟยังพวยพุ่งแรงขึ้นเป็นทวีคูณ



ภาพที่ 4 เป็นการแสดงภาพเมื่อตัวเอกเริ่มวิ่งเข้าสู่กองไฟที่ร้อนแรง และค่อยๆ วิ่งไปฝากองไฟที่เป็นแนวยาวไปด้วยความรวดเร็ว ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่า เหตุการณ์ที่ ตัวเอกกำลังเผชิญนี้เป็นรหัสที่มีความหมายแฝงอยู่ โดยเป็นความสามารถและความกล้า เฉพาะตัว และเป็นความกล้าหาญอย่างสูงสุดในการนำเอาชีวิตของตนเองเข้าไปเสี่ยงกับ อันตรายที่ยากแก่การรอดชีวิตออกมาได้ ในขณะที่นั้นเสียงดนตรีเริ่มเร่งเร้าความตื่นเต้นมาก ขึ้น โฆษกประกาศว่า “ที่ทำให้ไปได้ไกล และนานเท่าที่ใจอยากไป” ซึ่งเป็นเวลาเดียวกัน กับที่ตัวเอกสามารถวิ่งฝากองเพลิงลูกใหญ่ที่ร้อนแรงออกมาได้สำเร็จ เป็นการแสดงความ หมายที่แสดงถึงอุปสรรค ความยากลำบากเหล่านั้น บัดนี้ได้ฟันฝ่าและเอาชนะมาได้แล้ว เมื่อตัวเอกออกมาจากกองไฟจนสำเร็จก็แสดงให้เห็นถึงความเหน็ดเหนื่อย อ่อนล้า แต่ด้วย ความแข็งแกร่งของร่างกาย และความอดทนก็สามารถทำให้รอดพ้นมาได้ในขณะที่เดียวกันก็ มองย้อนกลับไปดูกองไฟที่ผ่านพ้นมาได้แล้วอีกครั้ง เพื่อระลึกถึงอุปสรรคที่ผ่านพ้นมาได้ โฆษกประกาศว่า “Synergy System กับ รองเท้าจ็อกกิ้ง จาก...แพน” พร้อมกับมีสัญลักษณ์ (Logo) ปรากฏขึ้นเพื่อเน้นและย้ำความทรงจำ

ในการสร้างสัญลักษณ์ของ “คนเก่ง” จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ จะเน้นให้เห็น ถึงความกล้าหาญในการเสี่ยงของตัวเอกซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ชายที่มีจิตใจ เด็ดเดี่ยว เข้มแข็ง และมีความพยายามสูง ซึ่งสังเกตได้จากการตัดสินใจในการวิ่งฝากองเพลิง ถึงแม้จะต้อง ประสบกับความยากลำบากความร้อนจากเปลวไฟ แต่ก็เพื่อให้บรรลุความมุ่งหมายของตนเอง ก็กระทำทุกอย่างด้วยการนำเอาชีวิตเข้าแลก แต่จุดสำคัญที่สุดที่แสดงให้เห็นถึงความเป็น “คนเก่ง” คือ การเอาชนะใจตนเอง โดยไม่ยอมย่อท้อ หรือ หมดหวังกับอุปสรรคที่เกิดขึ้น เบื้องหน้าแม้แต่น้อย นับว่าเป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ของชายชาตรีที่นำยกย่อง ชื่นชม ซึ่ง การเอาชนะใจตนเองได้นี้ทำให้จิตใจมีความพยายามในการต่อสู้กับอุปสรรคได้นานาชนิด เกิดความกล้าเกิดขึ้นในจิตใจ และพร้อมที่จะฟันฝ่าในทุกๆ เรื่องที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นสัญลักษณ์

ปรากฏอยู่ทำให้ผู้รับสาร (กลุ่มเป้าหมาย) เกิดความรู้สึกว่าสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเก่งนี้ เป็นความเก่งกล้าในขั้นสูงยากที่ผู้ใดจะสามารถกระทำตามได้

นอกเหนือจากสัญลักษณ์ที่แสดงความเก่งของ “คนเก่ง” ที่กล่าวมาแล้ว การสร้างสัญลักษณ์ที่สื่อด้วยภาพของร่างกายที่มีความสมบูรณ์ แข็งแกร่ง ซึ่งมีส่วนในการเสริมความเก่งก็มีความหมายให้ทราบว่า เป็นผู้ที่ผ่านการฝึกฝนในเรื่องของเร็วแรงและการออกกำลังกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นผู้ที่มีความสามารถในเชิงกีฬา ซึ่งสังเกตได้จากลักษณะของการแต่งกายเป็นกางเกงขาสั้น เสื้อกล้าม มีรองเท้าผ้าใบ และสวมถุงเท้า ก็เป็นความหมายที่แสดงให้เห็นว่าเป็นนักกีฬา ในกีฬาประเภทความเร็วด้วยการวิ่ง

การสร้างสัญลักษณ์ของความโหดร้าย การทำลายล้าง ความสูญเสีย และอุปสรรคที่ยิ่งใหญ่ถูกแทนความหมายโดยการใช้เปลวเพลิงและลูกไฟขนาดใหญ่ เพราะไฟแสดงความหมายได้ทั้งการให้ความร้อนและพลังงาน แต่จากการนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ไฟได้ถูกนำเสนอให้เป็นความหมายของการต่อสู้กับอุปสรรคที่ยิ่งใหญ่ที่ “คนเก่ง” จะต้องฟันฝ่าไปให้ได้ และภาพของการเอาชีวิตรอดออกมาจากเปลวไฟที่ร้อนแรงโดยปราศจากอันตรายใดๆ นี้ เป็นความหมายที่แสดงถึงการเอาชนะกับอุปสรรคต่างๆ มาได้จนประสบผลสำเร็จในขั้นสูงอันน่าที่จะได้รับการยกย่องเป็นอย่างยิ่ง

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้จึงเป็นการสร้าง “คนเก่ง” ให้เกิดขึ้นอย่างชัดเจนจากการที่ได้เห็นความกล้าและความสามารถในระดับสูงที่แสดงให้เห็นประจักษ์แก่สายตาถึงผลแห่งความสำเร็จเหล่านั้น ซึ่งสมควรได้รับการยอมรับ นำชื่นชม และนำยกย่องสรรเสริญอย่างมาก เมื่อได้นำมาเปรียบเทียบกับทฤษฎีการเล่นแล้ว ผู้วิจัยพบว่า แนวทางในการดำเนินเรื่องและการนำเสนอภาพความเป็น “คนเก่ง” สอดคล้องกับแนวความคิดของ Caillois ในเรื่องของเกมส์และการเล่น ที่ว่า “Alea เป็นการเล่นโดยอาศัยการเสี่ยงโชค เกมส์และการเล่นในแต่ละครั้งไม่สามารถที่จะทำนายหรือคาดเดาเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ แต่ในตอนท้ายจะสามารถแสดงความเป็นผู้โชคดีจากการชนะการเสี่ยงนั้น หรือเป็นผู้โชคร้ายพ่ายแพ้เกมส์การเล่นในครั้งนั้น” ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ได้นำเสนอภาพของ “คนเก่ง” ตามแนวทฤษฎีการเล่นในเรื่องของ Alea มานำเสนอ เป็นการชี้ให้เห็นถึงความกล้าในการเสี่ยงอันตรายที่จะเกิดขึ้นซึ่งถ้าพลาดหมายถึงการสูญเสีย แต่ด้วยความสามารถ

และเอาชนะใจตัวเองได้จึงเป็นผู้โชคดีได้รับชัยชนะจากผลของการเสี่ยงในครั้งนั้น ซึ่งเห็นได้จากการนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องดังกล่าว

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ผู้วิจัยพบว่าการสร้าง “คนเก่ง” ในลักษณะของการนำเสนอ มีส่วนสอดคล้องกับแนวคิดของ บรูสทิน ในเรื่องของแนวคิด “คนเก่ง” ในลักษณะของ การแยกตัวและเดินทางออกไป (Separation or departure) และการต่อสู้จนได้รับชัยชนะ (Trials and victories of initiation) ประกอบกัน ดังจะเห็นได้ว่า “คนเก่ง” วิ่งออกจากถิ่นฐานของตนเองเพื่อออกไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งก็เป็นการแสดงลักษณะการออกเดินทางออกไปเพื่อมุ่งหวังในจุดมุ่งหมายบางประการ และในขณะที่เดียวกันนั้นก็มิอุปสรรค คือ กองเพลิงและลุมไฟขนาดใหญ่มาขวางการเดินทางในครั้งนั้น และด้วยความที่เป็นชายชาตรีนักกีฬาและเป็นผู้ที่มีความกล้าหาญอย่างมากทำให้เกิดการต่อสู้เกิดขึ้น โดยลุดไปในกองไฟด้วยใจเด็ดเดี่ยวเพื่อมุ่งหวังที่จะข้ามผ่านพ้นไป และแล้วก็สามารถผ่านพ้นอุปสรรคเหล่านั้นออกมาได้จนสำเร็จและปลอดภัย ทำให้ได้รับภาพของ “คนเก่ง” ตามแนวความคิดของ บรูสทิน ดังกล่าว ซึ่งแสดงออกมาโดยได้รับชัยชนะเป็นผลสำเร็จในที่สุด (Boorstin , The image , p:51)

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่าง “คนเก่ง” และ ตัวสินค้า มีความกลมกลืนกันอย่างเห็นได้ชัดว่า “คนเก่ง” ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ใช้ตัวสินค้าซึ่งก็มีส่วนสนับสนุนอย่างมากให้ “คนเก่ง” สามารถฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ ไปได้ด้วย คุณสมบัติพิเศษของตัวสินค้า คือ ระบบรองรับแรงกระแทกทำให้ทุกก้าวของการวิ่งไร้แรงถ่วง เป็นผลให้วิ่งได้ด้วยความเร็วเพราะมีแรงส่งให้วิ่งได้ไกลเท่าที่อยากจะไป ซึ่งก็เป็นคุณสมบัติพิเศษที่อยู่ควบคู่ไปกับการนำเสนอ “คนเก่ง” ที่เห็นได้ชัด ทำให้ผู้รับสาร หรือ กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกว่า รองเท้าคู่นี้มีความพิเศษ มีคุณประโยชน์มากมายที่ให้แก่ผู้บริโภค แม้กระทั่งวิ่งฝ่ากองไฟยังวิ่งได้อย่างมีอิสระและมั่นใจ จึงเป็นภาพที่มีแนวโน้มว่าถ้านำรองเท้าคู่นี้มาใช้งานตามปกติ คือ ใส่วิ่ง หรือ เล่นกีฬา จะทำให้เกิดความรู้สึกมั่นใจในการเคลื่อนไหวมากยิ่งขึ้น

លិខិតឆ្លងដែន ក្នុងរថ : កម្ពុជាកម្ពុជា/កម្ពុជាកម្ពុជា  
 ទ្រព្យសម្បត្តិ លិខិតឆ្លង : ២២២២២២២២  
 ម៉ែត្រ ២២២២២២២២ : ២២២២២២២២២២  
 ខ្សែច្រកសម្រាប់ : ២២២២២២២២២២  
 (កម្រិតសម្រាប់) ២២២២២ : ២២២២២២២២២២  
 ២២២២២២២២២២២២ : ២២២២២២២២២២២២  
 ២២២២២២២២២២២២ : ២២២២២២២២២២២២  
 “២ ២២២២”





“สมศรี 2”



สมศรี 2 45 วินาที  
ผลิตภัณฑ์/บริการ เมืองไทยประกันชีวิต

เจ้านาย	อ้าวสมศักดิ์ ละ คุณสม
สมศรี	ป่วยค่ะ วันนี้สมศรีเอง
เจ้านาย	นั่น...รถใครนะ
สมศรี	รถสมศรีค่ะ
เจ้านาย	ว้าย...
สมศรี	อ้อ..บันทึกการประชุมครั้งก่อนค่ะ
เจ้านาย	อย่าหันมา...
	แวะเมืองไทยประกันชีวิตให้ผมก่อน
	คือ ผมมาทำประกันชีวิตเพิ่มครับ
พนักงาน	หมายเลขกรมธรรม์เดิมด้วยค่ะ
เจ้านาย	ผมลืมไปแล้วครับ
พนักงาน	ชื่อและนามสกุลก็ได้ค่ะ
โฆษก	ด้วยบริการอันทันสมัยของเมืองไทยประกันชีวิต
	คุณจะได้รับความสะดวกรวดเร็วเสมอ
เจ้านาย	ขบติงๆ นะ คุณสม..
สมศรี	อย่าห่วงเลยค่ะ สมศรีขบมาตั้ง 5...วันแล้ว
โฆษก	40 ปี เมืองไทยประกันชีวิต
	คุ้มครองมั่นคง ชื่อดังในบริการ

“สมศรี 2” เป็นภาพยนตร์โฆษณาชุดต่อเนื่องจาก “สมศรี 1” ซึ่งในภาคแรก เป็นเรื่องราวการนำเสนอการทำงานของเธอสาวกับเจ้านายหนุ่มที่ขี้ลืมแม้กระทั่งชื่อของเธอเอง เป็นแนวทางการนำเสนอที่ใช้อารมณ์ขัน (Humour) ที่สร้างความสนุกสนานและการจดจำในตัวเนื้อหาได้เป็นอย่างดี “สมศรี 2” เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่ยังคงใช้อารมณ์ในการนำเสนอเช่นเดิม คือ การใช้อารมณ์ขัน และ ใช้ตัวแสดง คือ เธอ และ เจ้านาย คนเดิมเป็นผู้ดำเนินเรื่อง เหตุการณ์จึงเกิดขึ้นที่สำนักงานเช่นเดิมเพื่อเป็นการย้อนความทรงจำในภาคแรกได้ โดยในรายละเอียดจากการวิเคราะห์มีดังนี้



ภาพที่ 1 เจ้านายและสมศรีเดินทางมาที่รถ สมศรีเปิดประตูรถให้เจ้านายซึ่งขณะนี้กำลังจะเดินทางไปประชุมภายนอกบริษัท ในระหว่างที่เจ้านายเข้าไปนั่งในรถแล้ว เจ้านายก็ถามสมศรีว่า “อ้าว ! สมศักดิ์ ล่ะ คุณสม” เป็นการแสดงความหมายว่า คนขับรถที่ชื่อสมศักดิ์ ไปอยู่ที่ไหน ทำไมไม่ได้มาทำหน้าที่คนขับรถในวันนี้ สมศรีตอบอย่างรวดเร็วว่า “ป่วยค่ะ วันนี้สมศรีเอง” เป็นความหมายที่แสดงว่า ผู้ที่จะทำหน้าที่ในการขับรถพาเจ้านายไปประชุมข้างนอกบริษัทวันนี้ คือ ตัวสมศรีเอง สมศรีกล่าวด้วยความมั่นใจว่านอกจากเธอจะทำหน้าที่เธอแล้ว เธอยังสามารถทำหน้าที่ในการเป็นคนขับรถให้เจ้านายได้อีกด้วย พร้อมกับเธอสื่อสั่นหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นการแสดงถึงความเต็มใจในการปฏิบัติงานและเอาใจใส่ตนเอง ช่วยเหลือกิจการงานทุกอย่างเท่าที่จะทำได้ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่หน้าที่ของเธอแต่เธอก็สามารถที่จะทำได้อันเป็นลักษณะของพนักงานที่กล้าและเป็นคนดี เมื่อเธอเปิดประตูให้เจ้านายเสร็จเรียบร้อยแล้วเธอก็ก้าวขึ้นมา นั่งในเก้าอี้คนขับด้านหน้าด้วยความมั่นใจและเริ่มสตาร์ทเครื่องทันที เมื่อรถแล่นออกจากบริเวณที่จอดรถผ่านบริเวณที่จอดรถของพนักงาน เจ้านายก็เหลือบมองไปเห็นรถคันหนึ่งที่จอดอยู่ ซึ่งสภาพของรถเป็นสภาพที่แสดงให้เห็นว่าเพิ่งจะประสบอุบัติเหตุและไฟไหม้รถทั้งคันมาใหม่ๆ จอดอยู่ เจ้านายจึงได้ถามสมศรีว่า “นั่น...รถใครนะ” สมศรีเหลือบไปมองรถคันดังกล่าวพร้อมกับยิ้มแล้วตอบทันทีว่า “รถสมศรีค่ะ” เจ้านายพอได้ทราบว่าเป็นรถของสมศรีก็ถึงกลับกลัวแล้วต้องรีบรัดเข็มขัดนิรภัยทันที ซึ่งเป็นความหมายที่แสดงให้เห็นว่า สมศรีจะต้องเป็นคน

ขับรถประมาทและไม่ปลอดภัยแน่เมื่อสังเกตจากสภาพรถของเธอคันดังกล่าว และการสวมเข็มขัดนิรภัยเป็นการสื่อความหมายถึง ถ้าคาดเข็มขัดนิรภัยแล้วถ้าจะเกิดอุบัติเหตุใดๆ ก็จะไม่ปลอดภัยมากกว่าไม่ได้คาด และเป็นการเตรียมพร้อมต่อเหตุการณ์ที่จะเกิดในอนาคตอันใกล้ด้วย



ภาพที่ 2 สมศรีนึกขึ้นมาได้ว่า เธอเตรียมเอกสารจะให้เจ้านายอ่านระหว่างที่เดินทาง จึงแจ้งกับเจ้านายในขณะที่มือเธอเอื้อมไปหยิบแฟ้มเอกสารดังกล่าวและทิ้งมือทั้งสองข้างจากพวงมาลัยรถเพื่อที่จะมาหยิบเอกสารพร้อมกับหันหลังจากหน้ารถเอาเอกสารให้กับเจ้านายโดยไม่ดูถนนข้างหน้าเลย พร้อมกับพูดว่า “อ้อ...บันทึกการประชุมครั้งก่อนค่ะ” เจ้านายรับเอกสารทันทีพร้อมกับตะโกนบอกสมศรีในเชิงห้ามปรามว่า “อย่าหันมา...” ในขณะนั้นสมศรีปล่อยให้รถแล่นไปด้วยความเร็วโดยปราศจากการบังคับพวงมาลัย และภาพในเบื้องหน้าขณะนั้น คือ รถบรรทุกขนาดใหญ่วิ่งอยู่ข้างหน้ารถของตนอยู่ เป็นการแสดงความหมายว่าถ้าไม่ระวังจะเกิดอุบัติเหตุและอันตรายได้



ภาพที่ 3 เจ้านายเกิดความกลัวอย่างสุดขีดต่อฝีมือในการขับรถของสมศรี จึงออกคำสั่งกับสมศรีว่า “วะเมืองไทยประกันชีวิตให้ผมก่อน” สมศรีก็ปฏิบัติตามทันที ซึ่งเป็นการสื่อความหมายว่า เจ้านายอยากจะทำประกันชีวิตก่อนเพื่อความปลอดภัยของตน ถึงแม้จะเสียหายแต่ก็มีเงินประกันชีวิตคืนมาเป็นการทดแทน ซึ่งก็เป็นความคุ้มมากกว่าจะไปเสี่ยงกับอันตรายและสูญหายโดยไม่ได้รับอะไรคืนมายังผู้รับผลประโยชน์ภายหลังเลย เมื่อเจ้านายเข้าไปบนสำนักงานบริษัทประกันชีวิตก็แจ้งความจำนงแก่พนักงานว่า “คือ ผม

มาทำประกันเพิ่มครับ” พนักงานผู้มีอัธยาศัย ไมตรี และใบหน้าสวยงาม จึงถามว่า “หมายเลขกรมธรรม์เดิมด้วยค่ะ” เจ้าหน้าที่เกิดจำไม่ได้จึงบอกไปว่า “ผมลืมไปแล้วครับ”. พนักงานสาวสวยจึงถามต่อว่า “ชื่อและนามสกุลก็ได้ค่ะ” ภาพตัดไปสู่จอเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีรายชื่อผู้ทำประกันชีวิตมากมาย ซึ่งขณะนี้พนักงานก็กำลังหาข้อมูลของลูกค้าเก่าอยู่ เพื่อแจ้งทุนประกันที่จะทำประกันชีวิตเพิ่ม ซึ่งเป็นการแสดงภาพการบริการและการทำ งานอย่างมืออาชีพ โดยโฆษกได้กล่าวเสริมว่า “ด้วยบริการอันทันสมัยของเมืองไทยประกัน ชีวิต คุณจะได้รับความสะดวกสบายรวดเร็วเสมอ” เป็นเวลาเดียวกันกับพนักงานได้จัด เตรียมกรมธรรม์เสร็จเรียบร้อยและส่งให้เจ้าหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว พอรับกรมธรรม์ เสร็จเรียบร้อยจึงเดินมาขึ้นรถ ซึ่งขณะนั้นสมศรีนั่งคอยอยู่ในรถและสตาร์ทเครื่องรอเจ้านาย อย่างอารมณ์ดี พอเจ้านายเดินขึ้นรถเสร็จแล้ว จึงได้พูดกับสมศรีว่า “ขบตี๋จ๊ะ นะ คุณสม..” ซึ่งเป็นการแสดงความหมายว่า ให้ระมัดระวังและอย่าประมาท จะได้ขบรถและนั่งด้วยความ ปลอดภัยไม่ต้องห่วงอีกต่อไป ในขณะที่นั้น สมศรีก็แสดงอาการรำเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส เช่นเดิม ก็ได้ตอบกลับไปกับเจ้านายทันทีว่า “อย่าห่วงเลยค่ะ” เป็นการแสดงความหมายว่า เจ้านายควรวางใจได้เธอเก่งอยู่แล้ว ขอให้เจ้านายใจเย็นๆ แล้วเธอก็กล่าวต่อว่า “สมศรี ขบมาตั้ง 5..วันแล้ว” ในขณะที่นั้นเมื่อเจ้านายได้ยินสมศรีกล่าวว่า “อย่าห่วงเลย สมศรี ขบ มาตั้ง 5..” เจ้านายเริ่มใจชื้น และสบายใจมากขึ้นกว่าเดิมแต่พอเจ้านายได้ยินประโยคหลัง ที่ว่า “ 5...วันแล้ว ” เจ้านายถึงกลับเปลี่ยนสีหน้าเป็นอาการกลัวทันที และเริ่มรัดเข็มขัด นิรภัยอีก รถแล่นออกไปด้วยความเร็วเช่นเคย ท่ามกลางความโกลาหลของยามรักษาประตู ต้องมาเก็บสิ่งกีดขวางที่วางไว้ ณ บริเวณซึ่งสมศรีเธอขบชนล้มเอาไว้



ภาพที่ 4 เป็นตราสัญลักษณ์ (Logo) พร้อมกับคำขวัญของบริการว่า “เมืองไทยประกันชีวิต คู่ครองมั่นคง ชื่อตรงในบริการ”

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้จึงนับว่าเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ได้แสดงภาพของ “คนเก่ง” ให้เกิดขึ้นโดยตัวสมศรี เลขาสาวผู้มีความกล้าหาญ เด็ดเดี่ยว ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความ

พยายามและเธอก็จะต้องต่อสู้กับจิตใจของเธอเองประกอบกับคำสบประมาทของเจ้านาย แต่เธอก็พยายามปฏิบัติหน้าที่ทั้งเป็นคนขับรถ และ เป็นเลขาคู่มือเป็นอย่างดี ในภาพยนตร์ โฆษณาเรื่องนี้ก็มีหลายขั้นตอนที่เธอจะต้องแสดงความเก่งออกมาโดยมิใช่หน้าที่ของเธอ แต่เธอก็สามารถทำได้และผ่านพ้นมาได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าจะต้องลุ้นและเสี่ยงกับอันตรายที่แสดงให้เห็นในด้านภาพ แต่เธอก็ฝ่าฝืนอุปสรรคต่างๆ เหล่านั้นให้รอดพ้นมาได้ และเธอก็ได้ทำหน้าที่ของเธออย่างสมบูรณ์แบบในการที่จะพาเจ้านายไปยังที่ประชุม บริษัทประกันชีวิต และสถานที่ต่างๆ ได้อย่างปลอดภัย นับว่าเธอมีน้ำใจที่น่านับถือ เป็นผู้เสียสละ และแสดงความกล้าหาญในการขับรถเสี่ยงกับอันตรายถึงแม้ว่าเธอจะขับรถมาได้เพียง 5 วันก็ตาม แต่ความสามารถของเธอก็ได้ปรากฏออกมาเป็นผลสำเร็จให้เห็นประจักษ์เป็นที่ยอมรับชื่นชม สรรเสริญ ต่อความเป็น “คนเก่ง” ของเธอยิ่งนัก

จากการศึกษาแนววิธีสัญวิทยาโดยใช้หลักการอธิบายความหมายโดยตรงที่แสดงให้เห็นว่าเลขาสาวคนหนึ่งได้ทำหน้าที่ที่ดีที่สุดเท่าที่เธอจะกระทำและปฏิบัติได้แก่เจ้านาย โดยการไปขับรถแทนคนขับรถซึ่งวันนั้นได้ป่วยลง

การที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ในครั้งนี้ จากการวิเคราะห์ตัวบท เธอหนึ่งในที่นั่งของคนขับรถเป็นการแสดงว่าเธอจะปฏิบัติหน้าที่ในการขับรถเพื่อทำงานให้กับเจ้านาย และแสดงความเป็นผู้อยู่ได้บังคับบัญชาที่ต้องคอยรับใช้และให้บริการแก่ผู้บังคับบัญชาได้ทุกเมื่อในกรณีที่มีคำสั่ง นอกจากนั้นการแต่งกายของเธอด้วยชุดสูทและกระโปรงรัดรูป พร้อมกับ การถือแฟ้มเอกสารที่เธอถือ ในขณะที่ทำงานร่วมกับเจ้านายที่เป็นผู้ชาย เป็นการแสดงความหมายของผู้หญิงทำงานในอาชีพเลขาคู่มือ และยังแสดงความหมายได้ว่าเป็นชุดทำงานที่ทะมัดทะแมง คล่องตัว สุภาพเรียบร้อย และมีความเป็นผู้ชำนาญในการทำงาน (Professional)

ในส่วนของเจ้านาย ที่นั่งที่เบาะด้านหลังของตัวรถ อันเป็นตำแหน่งการนั่งที่เป็นของผู้บังคับบัญชา หรือ เป็นเจ้าของรถ โดยมีคนขับรถให้ ประกอบกับ การแต่งตัวด้วยชุดสูท สวมแว่นตา ถือกระเป๋าเอกสาร และเป็นผู้ที่มีอายุ เป็นการแสดงความหมายของการเป็นเจ้านายที่อยู่ในระดับเหนือกว่า ซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติงานและออกคำสั่งในการทำงาน

การขับรถของเธอในครั้งนี้ มีความหมายโดยนัยแฝง ว่า เธอจะต้องเสี่ยงกับชีวิตในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อเจ้านายในครั้งนั้นเป็นอย่างมาก เพราะเธอไม่ได้มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในการขับรถมากนัก แต่เธอมีอยู่สิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าเธอเป็น “คนเก่ง” คือ เธอมีความกล้าหาญ มีความมั่นใจ และมีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นลักษณะของสตรีที่เป็นคนกล้าได้กล้าเสีย และไม่กลัวต่ออันตรายที่จะเกิดขึ้นแม้แต่เพียงเล็กน้อย ซึ่งจะสังเกตได้จากสีหน้าที่แสดงความหมายของการต่อสู้ มั่นใจ เข้มแข็ง มีความพยายาม และภูมิใจที่ได้ปฏิบัติหน้าที่อันนั้น ความเก่งของเธอจึงเป็นตัวหมาย (Signifier) ที่แสดงให้เห็นถึงผู้หญิงที่มีความเก่งและกล้า และยากที่จะมีผู้ใดกล้าจะกระทำโต้แย้งเธอในการปฏิบัติหน้าที่ของคนขับรถให้เจ้านาย ทั้งๆ ที่เธอเพิ่งจะประสบอุบัติเหตุและหัดขับรถมาได้เพียง 5 วันเท่านั้น

ภาพของความเป็น “คนเก่ง” ของสมศรี จึงเป็นภาพที่สมควรได้รับการยกย่องสรรเสริญ เพราะเธอสามารถที่จะให้ความช่วยเหลือเจ้านายเธอให้ทำงานลุล่วงไปด้วยดีแล้ว นอกจากนี้ ความเก่งของเธอยังเห็นเป็นประจักษ์ต่อสายตาได้ว่า เธอฟันฝ่าอุปสรรคทั้งจากการไม่ได้รับความไว้วางใจจากเจ้านายของเธอแล้ว ซึ่งก็เป็นความกดดันต่อเธอในระดับหนึ่งแต่เธอก็ไม่ย่อท้อต่อคำกล่าวของเจ้านายที่เกิดจากความขลาดกลัวนั้น เธอต่อสู้และเสี่ยงภัยต่อไปบนท้องถนนที่เต็มไปด้วยอันตรายซึ่งในภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ใช้รถบรรทุกไม้ซุง ซึ่งเป็นตัวแทนความหมายของสิ่งที่เป็นอันตรายและเป็นอุปสรรคต่อชีวิตของเธอ ซึ่งเธอจะต้องขับรถด้วยความระมัดระวัง ควบคุมสติอารมณ์ และในที่สุดก็พิชิตอุปสรรคต่างๆ ได้จนกระทั่งประสบกับผลสำเร็จ และได้รับการยอมรับในที่สุด

ในแนวทางการนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ เป็นแนวทางการนำเสนอที่สอดคล้องกับแนวความคิดทฤษฎีการเล่น (Play Theory) ในเรื่องของเกมส์ และการเล่นที่ Caillois ได้กล่าวในเรื่องของ “Alea คือ เกมส์การเล่นซึ่งอาศัยการลุ้น การเสี่ยงโชค ผลของการลุ้นและการเสี่ยงโชคนั้นจะเป็นการทำนายผู้ชนะ หรือ ผู้โชคดี และผู้แพ้ หรือ ผู้โชคร้าย” (Caillois , Play Theory, p: 47) สมศรีเธอเสี่ยงกับชีวิตในการปฏิบัติหน้าที่และทำภารกิจให้กับเจ้านายของเธอจนสำเร็จเสร็จสิ้นไปด้วยดี ถึงแม้การเสี่ยงของเธอนั้นจะผ่านมาด้วยการต่อสู้กับภัยภายนอก อันได้แก่ รถบรรทุกซุง สิ่งกีดขวาง และอันตรายจากการจราจรแล้วเธอยังต้องเสี่ยงกับความสูญเสียที่จะเกิดขึ้นอีกด้วยแต่เมื่อเธอผ่านอุปสรรคต่างๆ ที่มาจากการเสี่ยงนั้นได้แล้ว เธอสมควรที่จะได้รับสมญานามของคำว่า “คนเก่ง” ดังที่แสดงให้เห็นได้จากภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้

จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ผู้วิจัยพบว่า การสร้าง “คนเก่ง” จากการนำเสนอมีแนวทางสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเป็น “คนเก่ง” ที่ บรูสตัน ได้กล่าวไว้ว่า การแยกตัวและเดินทางออกไป (Separation or departure) และการต่อสู้จนได้รับชัยชนะ (Trials and victories of initiation) ซึ่งมีส่วนประกอบกันโดยเห็นได้ว่า สมศรี เป็นผู้สวมบทบาทจากเลขาสาว ซึ่งมีหน้าที่ช่วยเหลืองานเอกสารและการติดต่อให้กับเจ้านายต้องปฏิบัติหน้าที่เพิ่มขึ้นในการเป็นคนขับรถแทนคนขับรถที่ป่วย โดยไม่สามารถมาปฏิบัติงานได้ การสวมบทบาทนอกเหนือจากหน้าที่ประจำอันพึงมีของสมศรีนี้ นับว่าเป็นการแยกตัวออกจากหน้าที่เดิมของเธอ เพื่อมาปฏิบัติในหน้าที่ใหม่ และในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ใหม่นี้ เธอต้องพจญภัยบนท้องถนนอีกมากมาย อันได้แก่ ภัยจากการจราจรรถบรรทุก และภัยต่างๆ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้โดยไม่รู้ตัว ซึ่งก็เป็นการเสี่ยงกับชีวิตในทุกลีลาวิบัติ แต่เธอมีใจที่กล้าหาญ แน่วแน่ ทำให้เธอมีความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่ในการขับรถและการเป็นเลขาส่งให้กับเจ้านายจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีในทุกขั้นตอน ยังผลให้ความสามารถของเธอเป็น “คนเก่ง” ตามแนวความคิดของ บรูสตัน จากการวิเคราะห์ ดังกล่าว (Boorstin , The image , p:51)

ในลักษณะของความสัมพันธ์ ระหว่าง “คนเก่ง” กับตัวสินค้านั้น จากการวิเคราะห์และศึกษาจากภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ “คนเก่ง” ไม่ได้ใช้ตัวสินค้าเพื่อมาสนับสนุนความเก่งดังเช่นในโฆษณาเรื่องอื่นๆ แต่เป็นการแสดงแนวโน้มว่า “คนเก่ง” ที่เป็นคน กล้าหาญ และ ชอบเสี่ยงภัยนี้อาจจะไม่ได้รับ หรือ ประสบกับความโชคดีเสมอไปดังเช่นภาพยนตร์โฆษณา จึงแทนลักษณะของตัวสินค้าและบริการจากผู้ที่ไม่อยากเสี่ยงภัย และ มีความรอบคอบระมัดระวัง ด้วยการทำประกันชีวิตไว้ก่อนเพื่อเป็นการเตรียมพร้อม และมีค่าสินไหมทดแทนคุ้มครอง ในกรณีที่จะต้องเข้ารับการเสี่ยงภัย ดังเช่น กรณีของเจ้านาย เป็นต้น ในส่วนของ “คนเก่ง” นั้น ถึงแม้ว่าไม่ใช่สินค้าเป็นตัวช่วยสนับสนุนความเก่ง แต่เป็นการแสดงภาพของความเสี่ยง ในกรณีถ้าประมาทก็จะเกิดภัยถึงแก่ชีวิตได้ ซึ่งมีแนวโน้มให้ผู้รับสาร และ ผู้บริโภค ที่ต้องดำรงชีวิตด้วยความไม่แน่นอนของชะตากรรม ให้ทำประกันชีวิตเพื่อเป็นการให้ความคุ้มครองแก่ชีวิต ในกรณีที่ต้องเสี่ยงภัย เมื่อดูจากเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้แล้วอันอาจจะนำไปสู่บรรลู่วัตถุประสงค์ทางการโฆษณาและการตลาดได้ในระดับหนึ่ง

จากการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาที่แสดงภาพความเก่งในกลุ่มนี้ สรุปได้ว่าการเป็น “คนเก่ง” ที่เกิดจากความกล้าหาญ และการเสี่ยงนี้ เป็นการสร้างภาพ “คนเก่ง” ที่ต้องมีจิตใจเด็ดเดี่ยว อดทน และ กล้าหาญ แม้กระทั่งจะต้องแลกกับชีวิตในการเสี่ยงในครั้งนั้นๆ เพื่อให้ผลที่ออกมาเป็นความสำเร็จอันสูงสุดดังเช่น “หัวใจ” ตัวเอกต้องรวบรวมสมาธิเอาชนะจิตใจตนเองเพื่อต่อสู้กับกองเพลิงขนาดใหญ่ เพื่อที่จะข้ามไปอีกฝากหนึ่งให้ได้ และผลแห่งความกล้าจากการเสี่ยงภัยอันตรายนี้เองทำให้สามารถฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ เหล่านั้นมาได้จนสำเร็จ (รองเท้าแพน) ในส่วนของ “สมศรี 2” ตัวเอก คือ สมศรี ซึ่งเป็นสตรีที่น่าสรรเสริญในความกล้าของเธอที่ยอมเสี่ยงภัยอันตรายด้วยจิตใจอันแน่วแน่สามารถปฏิบัติหน้าที่แทนคนขับรถและในขณะเดียวกันก็เป็นเลขานุการไปด้วย โดยทำให้งานของเจ้านายของเธอสามารถบรรลุลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งยากที่จะมีผู้ใดจะมีความกล้าเยี่ยงเธอ (เมืองไทยประกันชีวิต)

จากการวิเคราะห์ “คนเก่ง” ในกลุ่มดังกล่าวนี้ ได้แสดงภาพของความเก่งที่เกิดจากความกล้าและการเสี่ยง และผลของความพยายามนั้นถึงแม้จะสุดแสนลำบากและเป็นอันตรายต่อชีวิต แต่ก็สามารถเอาชนะและผ่านพ้นมาด้วยดี ซึ่งก็มีลักษณะในการเล่าเรื่องและการดำเนินเรื่อง โดยผูกปมประเด็นปัญหาให้ “คนเก่ง” จะต้องแก้ไข และเมื่อแก้ไขหรือฟันฝ่าแล้วก็สามารถเอาชนะอุปสรรคต่างๆ เหล่านั้นได้ ซึ่งในส่วนนี้ก็เป็น การนำเสนอที่มีลักษณะการเล่าเรื่องตามแนวของการเล่านิทานพื้นบ้าน ที่สามารถพบเห็นในงานสื่อทั่วไป ดังเช่นการศึกษา “คนเก่ง” จากแนวความคิดของ V.propp ที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้วในตอนต้น และการแสดงภาพของการลุ้น การเสี่ยงกับเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้นนี้ก็ ยังสอดคล้องกับแนวความคิดในทฤษฎีการเล่น (Play Theory) ซึ่ง Caillois ได้ให้ความหมายเรื่องของการระบุนั้นๆ จากการเสี่ยงภัยในเรื่องของ Alea ตลอดจนสอดคล้องกับแนวคิดของ บรูสตัน ในแนวคิดการเป็น “คนเก่ง” ในลักษณะของการแยกตัวและการออกเดินทาง ประกอบกับการต่อสู้และผจญภัย จนได้รับผลสำเร็จและชัยชนะด้วย

จะเห็นได้ว่า คนเก่งทั้ง 2 กลุ่มที่ผู้วิจัยได้แบ่งออกมานี้ มีส่วนแตกต่างกันในแง่ของแนวความคิดสร้างสรรค์ ที่ปรากฏเห็นเป็น “คนเก่ง” แต่ในขณะเดียวกันก็มีความคล้ายคลึงกันในเรื่องของการนำเสนอภาพความเก่งโดยผ่านตัวแสดงตัวเอก (Presentor) และผลของความเก่งก็มีส่วนโยงไปถึงตัวสินค้าและบริการ ตลอดจนแนวทางในการนำ



เสนอที่เป็นลักษณะการดำเนินเรื่องแบบเล่าเรื่อง โดยชี้ชัดให้เห็นถึงความเป็น “คนเก่ง” ที่แสดงออกมาในแง่ของความสามารถในระดับสูง โดยเป็นที่ประจักษ์และได้รับการยอมรับสรรเสริญ โดยผ่านขั้นตอนความยากลำบาก และ อุปสรรคนานับประการ จนกระทั่งได้ภาพของความเก่งออกมา โดยผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์