

ตอนที่ 4

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา

ตอนที่ 4

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา

เนื่องจากสื่อโทรทัศน์นี้จะมีแตกต่างจากโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ และ โฆษณาประเภทวิทยุกระจายเสียง ตรงที่วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาพและเสียง ดังนั้น การนำเสนอออกไปจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจง่ายกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ในลักษณะของภาพยนตร์โฆษณา (Television Commercial : TVC) โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์จะต้องสร้างสรรค์ออกมาให้ละเอียดมากที่สุดเพื่อให้การนำไปสร้างสรรค์และผลิตในกระบวนการต่อไปเป็นไปได้อย่างราบรื่นและเกิดความต่อเนื่อง จนสามารถสื่อสารเป็นงานภาพยนตร์โฆษณาที่สร้างรับรู้และเข้าใจจนเกิดการจดจำในงานโฆษณานั้น จนสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้

การโฆษณากับสื่อวิทยุโทรทัศน์

วิทยุโทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อที่มีทั้งภาพเสียง และการเคลื่อนไหว เหมาะกับการโฆษณาสินค้าที่ต้องการนำเสนอรูปแบบและเป็นเรื่องราว มีการขยับเคลื่อนไหว แต่กระนั้นการโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ก็ไม่ใช่อีกสื่อที่ดีที่สุดอย่างที่หลายคนเข้าใจกัน แต่เป็นสื่อที่จำเป็นต้องใช้และมีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ถึงแม้จะเทียบกับค่าใช้จ่ายของสื่ออื่น ๆ แล้วก็ถือว่าสื่อวิทยุโทรทัศน์นี้คุ้มค่าที่สุด ดังตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาของไทยประกันชีวิตที่สร้างการจดจำและเป็นที่รู้จักและกล่าวถึงภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว



ลักษณะโดยทั่วไปของโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

ภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์นั้นมีความสลับซับซ้อนกว่าการผลิตโฆษณาทางสื่ออื่น เนื่องจากการนำเสนอเป็นรูปแบบของภาพที่เคลื่อนไหวประกอบกับเสียงต่าง ๆ ผูกเป็นเรื่องราวที่น่าเสนอ นักสร้างสรรค์โฆษณาจึงต้องคิดทั้งคำพูดและภาพประกอบไปพร้อม ๆ กัน รวมไปถึงเสียงประกอบการแสดงภาพของแต่ละฉากในการดำเนินเรื่องด้วย

รูปแบบของงานโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

1. ภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ความยาวโดยปกติ

โดยทั่วไปแล้วโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์นั้น จะมีความยาวอยู่ที่ประมาณ 30 วินาที ซึ่งจะถูกเขียนบทและผลิตขึ้นมาเพื่อออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์โดยเฉพาะ เนื่องจากมีความเหมาะสมในช่วงของการนำเสนอเนื้อหาและรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน และเหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่

2. ภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ความยาวพิเศษ

เป็นลักษณะของโฆษณาที่ถูกใช้เพื่อสนับสนุนแคมเปญบางอย่าง หรือโฆษณาที่ถูกตัดต่อให้ยาวเป็นพิเศษ เพื่อนำไปออกอากาศทางสื่ออื่นที่ไม่ใช่ประเภทวิทยุโทรทัศน์ เช่น โรงภาพยนตร์ จอทีวีวอลล์ เซกเกอร์สกรีน ที่ไม่ต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการออกอากาศ โดยทั่วไปจะมีความยาวอยู่ที่ประมาณ 45-60 วินาที

3. ภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ขนาดสั้นพิเศษ

อาจจะเป็นลักษณะของ Teaser Ad ซึ่งมีความสั้นประมาณ 8 – 15 วินาที ใช้เพื่อกระตุ้น หรือสร้างความสนใจในแคมเปญใดแคมเปญหนึ่งที่กำลังจะเกิดขึ้น หรือเป็นโฆษณาความยาวปกติที่ออกอากาศไปได้ระยะหนึ่งแล้วจนสร้างการรับรู้กับผู้บริโภคแล้ว จะถูกลดความยาวลงเหลือครึ่งหนึ่งเพื่อให้สามารถสร้างความถี่ในการออกอากาศได้อย่างต่อเนื่อง

4. ภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์แบบ Pumper Ad

เป็นลักษณะของ คือรูปแบบการโฆษณาที่มีความยาว 6 วินาที และไม่สามารถกด Skip Ad ได้ บน Youtube ปัจจุบันเป็นรูปแบบที่ผู้ลงโฆษณาคิดว่าคุ้มค่าแก่การโฆษณา เพราะผู้บริโภคที่เข้ามาชมคลิปวิดีโอบน Youtube นั้นส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น-วัยทำงาน ที่ต้องการอะไรที่สั้นเข้าใจง่าย และรวดเร็วไม่อดทนกับอะไรที่ยืดยาวนานจนเกินไปหรือดูแล้ว

5. การทำโฆษณาในรายการโทรทัศน์ หรือ Programmercial

เป็นลักษณะของ Ti-in Program การนำเอาผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้า บริการ เข้าไปอยู่ในรายการหรือละครต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

4.1 Product Placement

เป็นลักษณะของการนำเอาผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้า เข้าไปอยู่ในรายการหรือละครต่าง ๆ ในลักษณะของการวางหรือตั้งเอาไว้โดยที่ตัวละครของเรื่องไม่มีการหยิบต้อง หรือสัมผัสกับสินค้านั้น ๆ เป็นหนึ่งในลักษณะของการทำโฆษณาในรายการโทรทัศน์

4.2 Product Movement

เป็นลักษณะของการนำเอาผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้า เข้าไปอยู่ในรายการหรือละครต่าง ๆ ในลักษณะของการให้ตัวละครของเรื่องเป็นผู้ใช้สินค้านั้น ๆ เช่น ดื่มน้ำ กิน ขนมใส่ หรือ หยิบมาใช้ เป็นต้น ซึ่งเป็นหนึ่งในลักษณะของการทำโฆษณาในรายการโทรทัศน์

นักโฆษณาส่วนใหญ่พูดเป็นเสียงเดียวกันว่า การสร้างโฆษณาขึ้นมาแต่ละชิ้นงานนั้น ต้องผ่านกระบวนการคิดจากกันบั้งของแกนสมองเลยทีเดียว ยากยิ่งกว่าการสร้างหนังสือขึ้นมาสักเรื่องเสียอีก เพราะด้วยข้อจำกัดเรื่องเวลา ที่มีให้เพียงไม่กี่นาทีหรือแค่หลักวินาที แต่ต้องสามารถสื่อสารข้อความที่ต้องการทั้งหมดพร้อมสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ที่จะทำให้คนดูประทับใจ แล้วถ้าพูดถึงวิดีโอความยาวแค่ 6 วินาที มันจะยากขนาดไหนกัน ...

การเขียนบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

เนื่องจากในปัจจุบัน การผลิตสื่อโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ นั้นสามารถผลิตแล้วสามารถนำไปเผยแพร่ทางสื่ออื่น ๆ ได้อีกหลากหลายมากกว่าเฉพาะสื่อโทรทัศน์เช่น ในสื่อภาพยนตร์ หรือ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังนั้น การเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์นี้ จึงเป็นการเขียนบทโฆษณาเพื่อการผลิตเพียงครั้งเดียวแต่นำไปแยกในสื่อที่แตกต่างกันเท่านั้น ทำให้เกิดความสะดวก ง่าย และประหยัดทางด้านค่าใช้จ่ายในการผลิต อีกทั้งยังมีความทนทาน ใช้งานได้นาน และสามารถใช้นวัตกรรมพิเศษในการสร้างสรรค์งานโฆษณาได้อย่างหลากหลาย จึงนิยมเรียกโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ว่า ภาพยนตร์โฆษณา (Television Commercial : TVC)

การเขียนบทโฆษณาและการผลิตภาพยนตร์โฆษณานี้ ต้องสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารหรือผู้ชมให้ติดตามชมโฆษณาตั้งแต่ตอนต้นเรื่องเรื่อยไปจนจบ เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ต้องการนำเสนอได้ผ่านสายตาของผู้บริโภคเป้าหมาย ผ่านการใช้เทคนิคและกลยุทธ์ในการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป เพื่อสร้างความสนใจและความต้องการให้เกิดกับผู้บริโภคให้

ได้ จนกระทั่งเกิดการตัดสินใจซื้อในเวลาต่อมา การเขียนบทโฆษณาและการสร้างสรรค์งานโฆษณาจึงต้องมีการวางแผนเป็นอย่างดีเพื่อให้ นักโฆษณาสามารถสร้างสรรค์ ลำดับเรื่องราวและสาระที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเร่งเร้าความสนใจและพฤติกรรมของผู้บริโภค เป้าหมายให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการโฆษณาที่ตั้งไว้

ภาพยนตร์โฆษณามีส่วนที่เป็นภาพ (Video) และส่วนที่เป็นเสียง (Audio) ดังนั้น การเขียนบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ จึงจะต้องมี ภาพ (Illustration) และ ข้อความ (Copy) ที่ใช้สื่อสารทั้งเสียงและลายลักษณ์ตัวอักษรเป็นหลักในการนำเสนอสาระสำคัญของสารโฆษณา โดยนักเขียนบทโฆษณาจะต้องสามารถทำให้ภาพและข้อความนั้นทำหน้าที่เสนอขายได้พร้อม ๆ กัน แต่ต้องไม่ซ้ำซ้อนกัน และต้องสนับสนุนซึ่งกันและกันในการสื่อสารทางการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

องค์ประกอบของบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

การเตรียมงานที่จะเขียนบทภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์นั้น จะต้องพิจารณาถึง องค์ประกอบต่าง ๆ อันประกอบไปด้วย การดำเนินเรื่อง การจัดฉาก ขั้นตอนการผลิต การถ่ายทำ การกำกับภาพ การให้เสียง ตลอดจนการตัดต่อ ดังนั้นในการเขียนบทเพื่อการผลิตงานโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์จึงต้อง คำนึงถึงบุคคลอื่น ๆ ผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านหลายคนด้วยกัน ที่จะต้องนำเอาบทโฆษณาไปพัฒนาเป็นภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ เช่น ผู้สร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative) ซึ่งเป็นคนสร้างแนวความคิดทางการโฆษณานั้น โดยนักเขียนบทโฆษณาจะต้องมีหน้าที่ในการเปลี่ยนความคิดของนักสร้างสรรค์ออกมาเป็นคำพูด หรือบทโฆษณา นอกจากนี้ผู้กำกับศิลป์ (Art Director) จะมีหน้าที่ในการถ่ายทอดแนวความคิดออกมาเป็นภาพ และผู้กำกับการผลิต (Director / Producer) ก็จะมีหน้าที่ควบคุมการแสดงตลอดจนดูทุกขั้นตอนไปจนถึงการตัดต่อจนงานโฆษณาเสร็จสมบูรณ์

องค์ประกอบของบทโฆษณาภาพยนตร์โทรทัศน์จึงถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน เป็นหลัก คือส่วนที่เป็นภาพ (Video) และส่วนที่เป็นเสียง (Audio) ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้สามารถให้ผู้ทำงานร่วมในฝ่ายต่าง ๆ สามารถนำเอาบทนี้ไปทำงานในส่วนอื่น ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เช่น ฝ่ายกำกับศิลป์ ก็สามารถนำเอาบทไปทำเป็น Story Board ได้ ฝ่ายคัดเลือกนักแสดง ก็จะสามารถเลือกนักแสดงได้ตรงตามบทที่เขียนไว้ เป็นต้น โดยการเขียนบทจะถูกแบ่งออกเป็นตาราง และ บทจะถูกเขียนออกมาตามลำดับของฉาก (Shot) ของงานโฆษณา ตามที่ผู้เขียนบทจินตนาการ ดังภาพที่ 2

Shot	Video	Audio
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		

แนวปฏิบัติในการเขียนบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

1. ในการเขียนบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ ต้องพึงระลึกว่าภาพต้องสื่อความหมายได้ หากไม่มีเสียงประกอบ มีแต่ภาพ จะต้องสามารถดำเนินเรื่องให้คนดูสามารถเข้าใจโฆษณานั้นได้ดี
2. บทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ จะต้องสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี โดยเฉพาะช่วง 5 วินาทีแรก จะต้องเรียกร้องความสนใจได้ และทำให้ผู้ชมติดตามชมโฆษณาจนจบ
3. บทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ควรจะต้องพูดถึงจุดสำคัญเพียงจุดเดียว ไม่ควรพูดหลาย ๆ ประเด็นในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องหนึ่ง เพราะจะทำให้ผู้บริโภคสับสนในจุดขาย และสิ่งที่จะนำเสนอในงานโฆษณา
4. บทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์จะต้องมีการย้ำชื่อตราสินค้า และภาพของผลิตภัณฑ์ทุกครั้ง เพื่อให้ผู้ชมจดจำได้
5. ในการเขียนบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์นั้น ควรมีการใช้ภาษาเรียบง่าย สุกภาพสั้น ๆ ได้ใจความ หรือควรเป็นภาษาในระดับเดียวกันกับผู้บริโภคเป้าหมายใช้จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ส่วนประกอบของโครงสร้างการสร้างสคริปต์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

NONONONONONONO CO.,LTD (ชื่อบริษัทโฆษณา)

Client : บริษัทของลูกค้า
 Product : ชื่อสินค้า / บริการ
 Present : ประเภทของภาพยนตร์โฆษณา (TVC Script)
 Title : ชื่อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณา
 Length : ความยาวของภาพยนตร์โฆษณา (30 sec. / 1 min.)

Shot	Video	Audio
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

ส่วนหัวของ
บทโฆษณา
โทรทัศน์

ส่วนเนื้อหา
ของบทโฆษณา
โทรทัศน์

ตัวอย่างบทภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

Oraganma Co Ltd.,

Client : Sarin Group Co.ltd

Product : Life Condominium

Present : TVC Script

Title : ลีน

Length : 30 Sec.

Shot	Video	Audio
1.	MS ผู้หญิงผู้ชายยืนคุยกัน	VO1 คอนโดที่อบอุ่นอยู่จัง...
2.	LS มุมกว้างของคอนโด สลับกับมุมที่เห็นรถไฟฟ้า	VO1 อยู่ติดรถไฟฟ้าด้วยอะ
3.	CU ผู้ชาย	VO2 แพท กลับตาสีก่อนครับ ผมมีอะไรจะให้
	MS ผู้หญิงหันกลับมา แล้วผู้ชายค่อย ๆ วิ่งหลบไปด้านหลัง	VO1 อะไรคะ
4.	CU ภาพชายหนุ่มเลือกเสื้อผ้าเพื่อเปลี่ยนในห้อง แล้วใช้เหรียญรถไฟใต้ดินเดินทางอย่างรวดเร็ว	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ
5.	MS ภาพชายหนุ่มเล่นสนุกเกอร์กับหญิงสาวอีกคน	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ
6.	MS ผู้หญิงคนเดิมหันกลับมา	VO1 เล่นอะไรอะ
7.	CU ภาพชายหนุ่มใช้เหรียญรถไฟใต้ดินเดินทางอย่างรวดเร็วแล้วกลับมาเลือกเสื้อผ้าเพื่อเปลี่ยนในห้องอีกครั้ง	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ
8.	MS ผู้หญิงคนเดิมหันกลับมา	VO1 ยังไม่ได้ไปอีกเธอคะต๊อบ
9.	MS ภาพชายหนุ่มแดนซ์สนุกสนานกับเพื่อน ๆ อีกกลุ่ม	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ
10.	MS ผู้หญิงคนเดิมหันกลับมา สลับกับ ภาพชายหนุ่มแดนซ์	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ VO1 ต๊อบ!
11.	LS ภาพผู้ชายวิ่งมาที่สถานีรถไฟฟ้า	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ
12.	MS ผู้หญิงคนเดิมหันกลับมา แล้วค่อย ๆ ลืมตาหันมา	VO 2 แพท
13.	MS ชายหนุ่มถือช่อดอกไม้แล้วให้หญิงสาว	ดนตรีประทับใจ
13.	CU ผู้หญิงทำหน้าที่เงิน	VO1 หลอกกันหรือเปล่านะ
13.	CU ผู้ชายทำหน้าที่เล่น	SFX ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ
16.	ภาพชายหนุ่มอยู่ในห้องของตัวเองภายในคอนโด Life ในอริยาบถต่าง ๆ สลับกัน	ANN อยากไปไหนก็ได้หมด คอนโด Life เดินไม่กี่ก้าวก็ถึงรถไฟฟ้า กับ 3 ทำเลเด็ด เปิดตัว 23 พฤษภาคมนี้ ที่ Esplanas รัชดา แฉวมัย?

ตัวอย่างภาพงานโฆษณาที่ถูกพัฒนาจากบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์



Video Shot 2 : LS มุมกว้างของคอนโด สลับ
กับมุมที่เห็นรถไฟฟ้า

Audio VO1 อยู่ติดรถไฟฟ้าด้วยอะ



Video Shot 5 : MS ภาพชายหนุ่มเล่น
สนุกเกอร์กับหญิงสาวอีกคน

Audio SFX : ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ



Video Shot 8 : MS ผู้หญิงคนเดิมหลับตา

Audio VO1 ยังไม่ได้อีกเธอคะต๊อบ



Video Shot 9 : MS ภาพชายหนุ่มแดนซ์
สนุกสนานกับเพื่อน ๆ อีกกลุ่ม

Audio SFX : ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ



Video Shot 15 : CU ผู้ชายทำหน้าทะเล้น

Audio SFX : ดนตรีสนุกสนานเร้าใจ

การเขียน Storyboard สำหรับภาพยนตร์โฆษณา

สตอรี่บอร์ด (Story Board) คือ การเขียนกรอบแสดงเรื่องราวที่สมบูรณ์ของภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์แต่ละเรื่อง โดยมีการแสดงรายละเอียดที่จะปรากฏในแต่ละฉากหรือแต่ละหน้าจอ เช่น ข้อความ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรี เสียงพูดและแต่ละอย่างนั้นมีลำดับของการปรากฏว่าจะอะไรจะปรากฏขึ้นก่อน-หลัง อะไรจะปรากฏพร้อมกัน เป็นการออกแบบอย่างละเอียดในแต่ละหน้าจอก่อนที่จะลงมือสร้างแอนิเมชันหรือภาพยนตร์โฆษณาขึ้นมาจริงๆ โดยรายละเอียดที่ควรมีใน Storyboard ได้แก่ คำอธิบายแต่ละสื่อที่ใช้ (ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง วีดิโอ)

ในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์นั้นมีแตกต่างกว่าการผลิตโฆษณาทางสื่ออื่น เนื่องจากการนำเสนอเป็นรูปแบบของภาพที่เคลื่อนไหวประกอบกับเสียงต่าง ๆ ผูกเป็นเรื่องราวที่นำเสนอ นักเขียนบทจึงต้องคิดทั้งคำพูดและภาพประกอบไปพร้อม ๆ กัน รวมไปถึงเสียงประกอบการแสดงภาพของแต่ละฉากในการดำเนินเรื่องด้วย โดยองค์ประกอบของการผลิตโฆษณาภาพยนตร์โทรทัศน์จึงถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน เป็นหลัก คือส่วนที่เป็นภาพ (Video) และส่วนที่เป็นเสียง (Audio) ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้สามารถให้ผู้ทำงานร่วมในฝ่ายต่าง ๆ สามารถนำเอาส่วนนี้ไปทำงานในส่วนอื่น ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเขียนบทโฆษณาและการผลิตภาพยนตร์โฆษณานี้ ต้องสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารหรือผู้ชมให้ติดตามชมโฆษณาตั้งแต่ตอนต้นเรื่องเรื่อยไปจนจบ เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ต้องการนำเสนอได้ผ่านสายตาของผู้บริโภคเป้าหมาย ผ่านการใช้เทคนิคและกลยุทธ์ในการนำเสนอที่ต่างกันไป เพื่อสร้างความสนใจและความต้องการให้เกิดกับผู้บริโภคให้ได้ จนกระทั่งเกิดการตัดสินใจซื้อในเวลาต่อมา จากนั้น จึงนำเอาบทภาพยนตร์โฆษณาไปพัฒนาสู่ภาพในสตอรี่บอร์ด ต่อไป

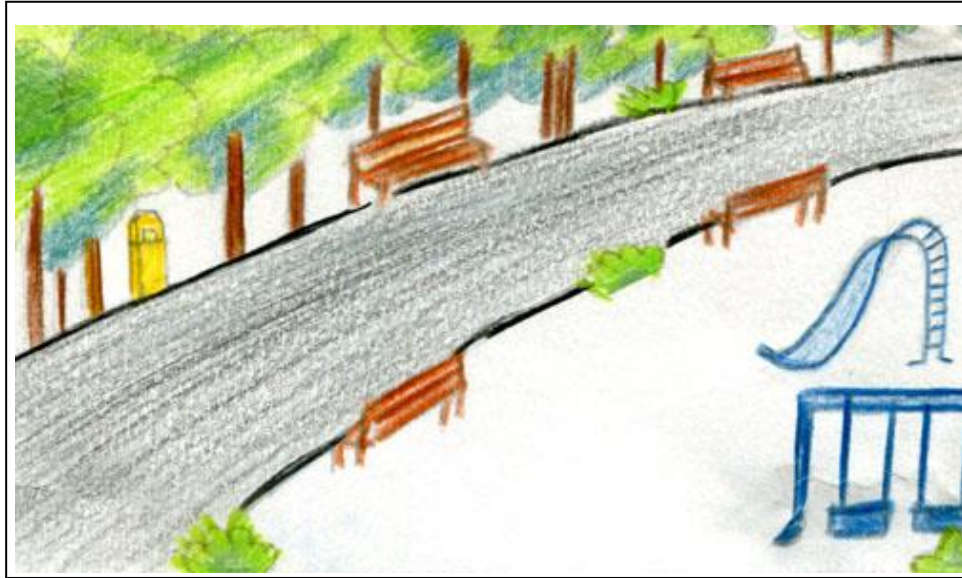
องค์ประกอบด้านภาพในการเขียนบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ (Video)

โดยทั่วไปแล้วระยะเวลาภาพในการที่ถูกใช้ในการเขียนบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ประกอบด้วยระยะหลัก ๆ ที่ถูกนิยมใช้ 3 ระยะ ด้วยกัน ประกอบด้วย

1. ภาพระยะไกล (Long Shot : LS)
2. ภาพระยะกลาง (Medium Shot : MS)
3. ภาพระยะใกล้ (Close Up : CU)

1. ภาพระยะไกล (Long Shot : LS)

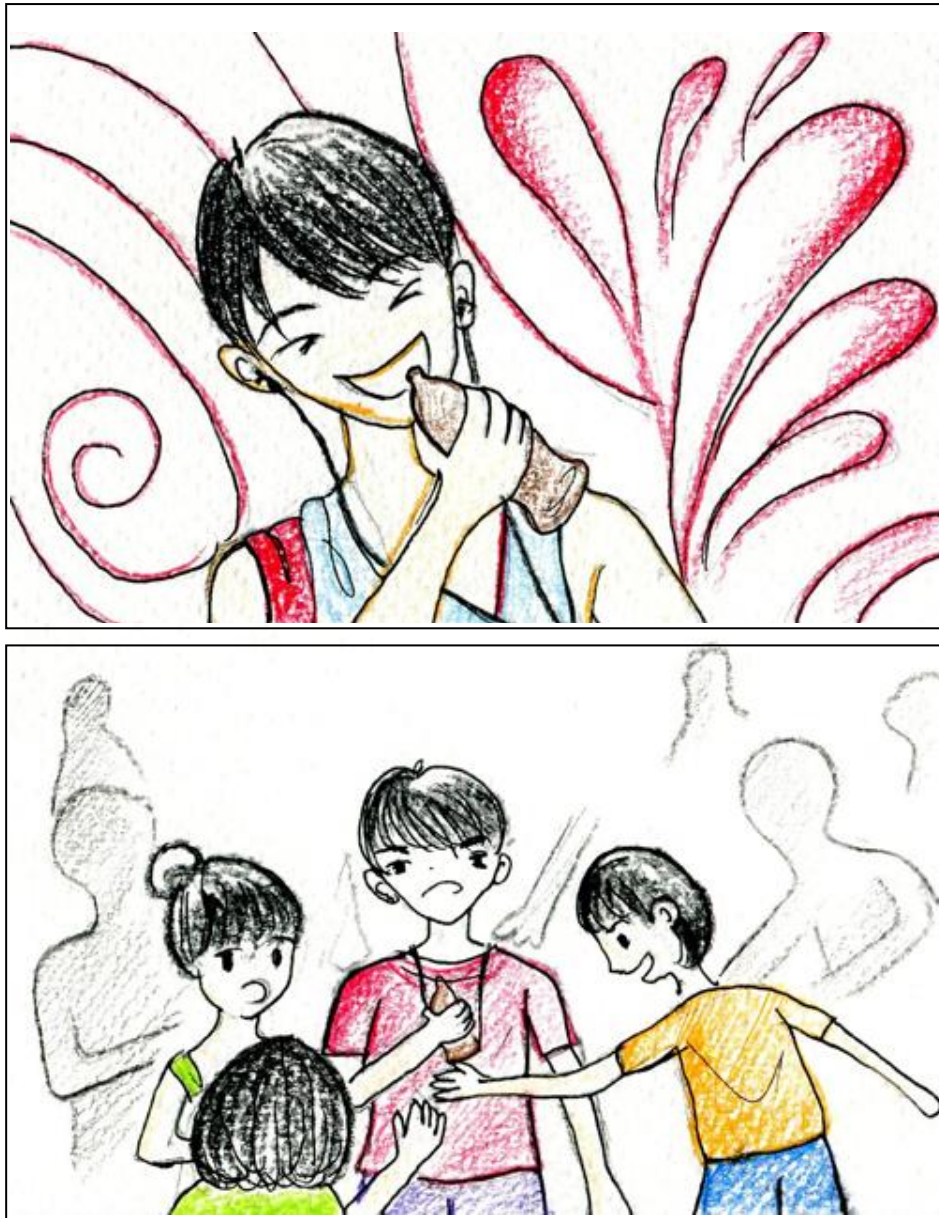
เป็นลักษณะของภาพระยะไกล ใช้สื่อให้ทราบว่าเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอในบทนั้นเกิดขึ้นที่ไหน ซึ่งเมื่อบทโฆษณาถูกพัฒนาเป็น Story Board แล้วจะสามารถสื่อให้เห็นได้ง่ายในการทำความเข้าใจ



2. ภาพระยะกลาง (Medium Shot : MS)

เป็นลักษณะของภาพระยะกลาง ใช้สื่อให้ทราบว่าเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอในบทนั้นใช้เกิดเรื่องราวอะไรเกิดขึ้น อย่างไร มีอะไรเกิดขึ้นบ้าง ซึ่งเมื่อบทโฆษณาถูกพัฒนาเป็น Story Board แล้วจะสามารถสื่อให้เห็นได้ง่ายในการทำความเข้าใจ





3. ภาพระยะใกล้ (Close Up : CU)

เป็นลักษณะของภาพระยะใกล้ใช้สื่อให้ทราบถึงอารมณ์ และความรู้สึกที่ต้องการนำเสนอในบทรั้น เพื่อให้สามารถถ่ายภาพทอดความละเอียดอ่อนของการสื่อสารความรู้สึกผ่านงานโฆษณาออกไป ซึ่งเมื่อบทโฆษณาถูกพัฒนาเป็น Story Board แล้วจะสามารถสื่อให้เห็นได้ง่ายในการทำความเข้าใจ



ตัวอย่างการแสดงระยะเวลาภาพใน Storyboard



Shot 1 : CU เท้ากำลังเดิน



Shot 2 : CU เท้ากำลังเดิน



Shot 3 : MS ผู้ชายหยิบถุงเท้าขึ้นมา



Shot 4 : CU ผู้ชายก้มหน้าลงไป



Shot 5 : MS เท้าเปล่าของผู้ชาย



Shot 6 : CU เท้าข้างหนึ่งของผู้ชายถูกยกขึ้น



Shot 7 : CU หน้าด้านข้างของผู้ชาย



Shot 8 : LS ผู้ชายนั่งอยู่บนเก้าอี้

องค์ประกอบด้านเสียงในการผลิตโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ (Audio)

Ann. (Announcers) ผู้ประกาศ หรือโฆษก เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารงานโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ ทำหน้าที่อ่านบทโฆษณา และเป็นผู้สรุปประเด็นทั้งหมดในการโฆษณา มีความสำคัญมากในบทโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

SFX. (Sound Effect) เสียงประกอบ ทำหน้าที่ในการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างจินตนาการ และช่วยให้งานโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยสามารถเป็นได้ทั้งเสียงประกอบจากธรรมชาติ เช่น เสียงฟ้าร้อง เสียงฝนตก เสียงน้ำไหล หรือเสียงประกอบที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เสียงปิดประตู เสียงเดิน เสียงกระจกแตก เป็นต้น

Music. ดนตรี หรือ เพลงประกอบ ทำหน้าที่ในการเพิ่มสีสัน และจังหวะ เพื่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกคล้อยตามในงานโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ หากไม่มีจะทำให้งานโฆษณาเจียบจนเกินไป ไม่เกิดความน่าสนใจ แต่ในโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์บางประเภทก็อาจไม่ต้องใช้ดนตรี หรือ เพลงประกอบ เลยก็ได้

VO. (Voice) เสียงของผู้ประกาศ หญิงหรือชายที่เป็นตัวละครสมมติหรือตัวแสดงที่กำหนดขึ้น ถ้ามีมากกว่าหนึ่งคน นิยมใช้ VO1, VO2, VO3, VO4,... เป็นต้น

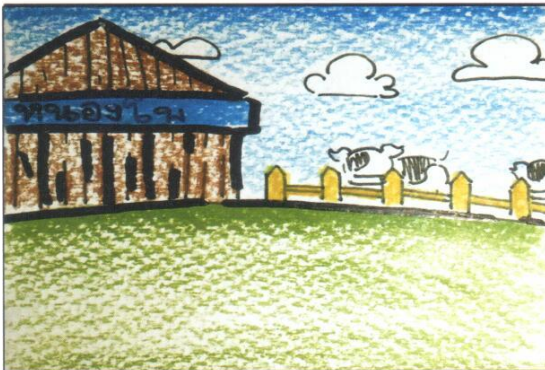
แนวทางการเขียน Storyboard



ชื่อบริษัท GRUBGRIB Production.

หน้า 1

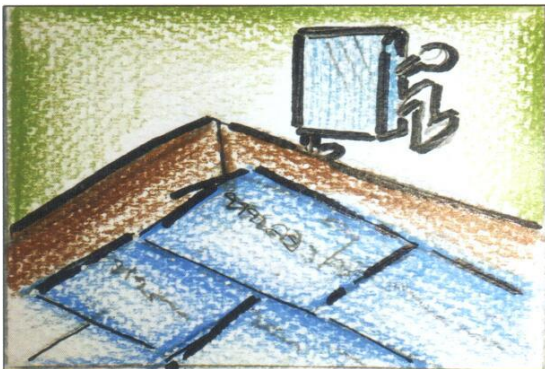
ชื่อเรื่อง นมไทยแท้



Shot 1 : บรรยากาศหน้าฟาร์ม

โคนม

SFX : เสียงลมพัดเบาๆ ฟังแล้ว
รู้สึกผ่อนคลาย



Shot 2 : กล่องนมเดินออกมา

จากหลัง

SFX : เสียงฝีเท้ากล่องนมเดิน

Music : เพลงสบายๆ ฟังแล้ว
สดชื่น(fade in)



Shot 3 : กล่องนมแต่งตัวผูก

ผ้าขาวม้า

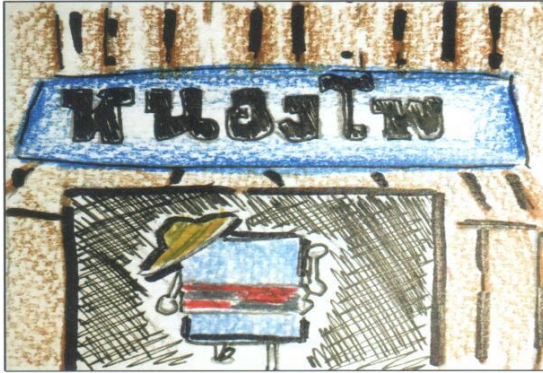
Music : เพลงสบายๆ ฟังแล้ว
สดชื่น



ชื่อบริษัท GRUBGRIB Production.

หน้า 2

ชื่อเรื่อง นมไทยแท้



Shot 4 : กล้องนมเดินเข้าฟาร์ม

โคนม

Music : ดนตรีคึกคักเตรียมพร้อม

ทำงาน



Shot 5 : กล้องนมเดินไปที่คอก

โคนม

SFX : เสียงโคนมในฟาร์มร้อง

ทักทายกล้องนม

Music : ดนตรีคึกคักพร้อมทำงาน



Shot 6 : กล้องนมชี้เลือกโคนม

พันธุ์ดี

SFX : แม่โคร้องเสียงตกใจ

Music : ดนตรีคึกคักพร้อม

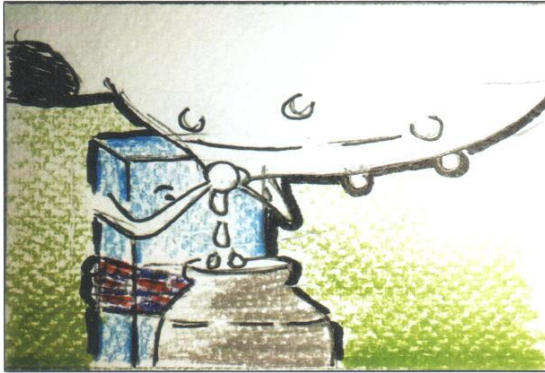
ทำงาน



ชื่อบริษัท GRUBGRIB Production.

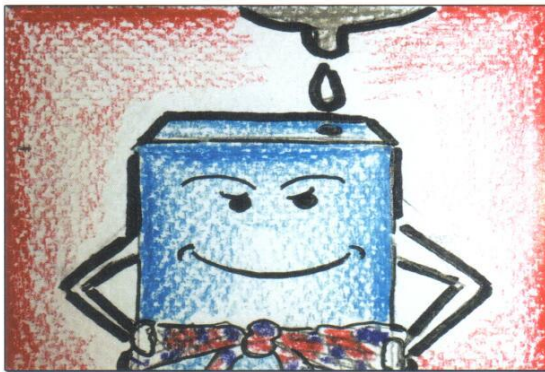
หน้า 3

ชื่อเรื่อง นมไทยแท้



Shot 7 : กล้องนมรีดนมวัวด้วย
ตัวเอง

Music : ดนตรีคึกคักพร้อม
ทำงาน



Shot 8 : นำนมไหลจากกรวย
ลงกล้องนม

Music : ดนตรีคึกคักพร้อม
ทำงาน



Shot 9 : กล้องนมโดดลงล่าง
พร้อมส่งถึงมือคุณ

Music : ดนตรีคึกคักพร้อม
ทำงาน (fade out)



ชื่อบริษัท GRUBGRIB Production.

หน้า 4

ชื่อเรื่อง นมไทยแท้

หนองโไฟ

บริษัท : GRUBGRIB Production.
Client : สหกรณ์โคนม หนองโไฟ ราชบุรีจำกัด
(ในพระบรมราชูปถัมภ์)

Product : นม U.H.T. หนองโไฟ

Present : Storyboard

Title : นมไทยแท้


Duration : 30 SEC

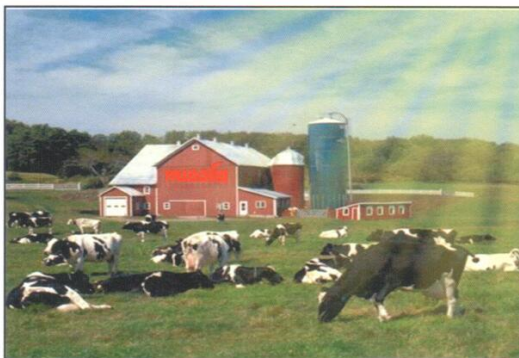
Shot 10 : โฉมใกล้หนองโไฟ

Ann : อิมมูร่อยรับเช้าวันใหม่
ด้วยนมโคจากฟาร์มไทยแท้ 100%

แนวทางการทำ Shooting Board

Shooting board คือ บอร์ดหนังโฆษณาที่เขียนจากโจทย์ของผู้กำกับ เพื่อใช้เป็น guideline สำหรับการถ่ายทำ ให้ทีมงาน production ทราบว่าจะต้องถ่าย shot ไหนบ้าง จะต่างกับ storyboard ที่เป็นบอร์ดที่เขียนจากโจทย์ของครีเอทีฟ เพื่อเป็นตัวช่วยเวลานำเสนองานให้ลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้า

	ชื่อบริษัท GRUBGRIB Production. _____ หน้า 1 _____
	ชื่อเรื่อง นมไทยแท้ _____



Shot 1 : บรรยากาศหน้าฟาร์ม
โคนม

SFX : เสียงลมพัดเบาๆ ฟังแล้ว
รู้สึกคลื่นคลาย



Shot 2 : กล่องนมเดินออกมา
จากลัง

SFX : เสียงฝีเท้ากล่องนมเดิน
Music : เพลงสบายๆ ฟังแล้ว
สดชื่น



Shot 3 : กล่องนมแต่งตัวผูก
ผ้าขาวม้า

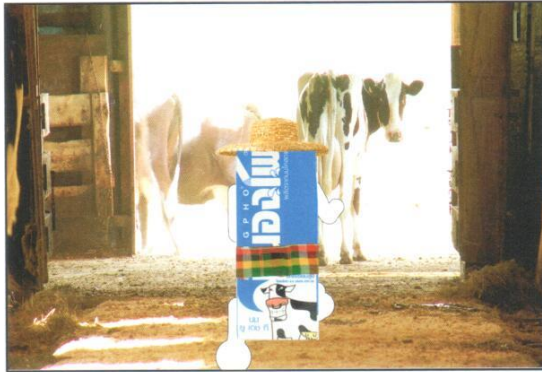
Music : เพลงสบายๆ ฟังแล้ว
สดชื่น



ชื่อบริษัท GRUBGRIB Production.

หน้า 2

ชื่อเรื่อง นมไทยแท้

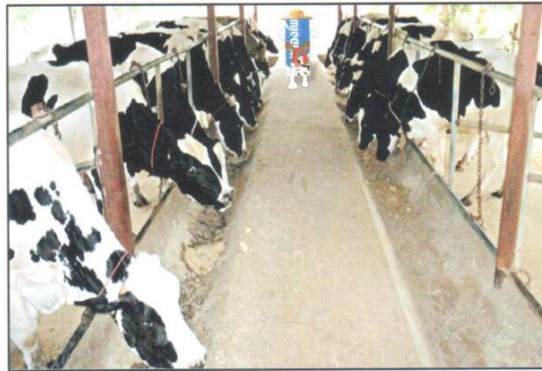


Shot 4 : กล้องนมเดินเข้าฟาร์ม

โคนม

Music : ดนตรีคึกคักเตรียมพร้อม

ทำงาน



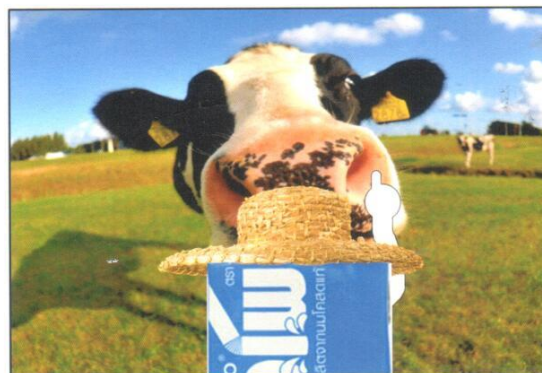
Shot 5 : กล้องนมเดินไปที่คอก

โคนม

SFX : เสียงโคนมในฟาร์มร้อง

ทักทายกล้องนม

Music : ดนตรีคึกคักพร้อมทำงาน



Shot 6 : กล้องนมชี้เลือกโคนม

พันธุ์ดี

SFX : แม่โคร้องเสียงตกใจ

Music : ดนตรีคึกคักพร้อม

ทำงาน



ชื่อบริษัท GRUBGRIB Production.

หน้า 3

ชื่อเรื่อง นมไทยแท้



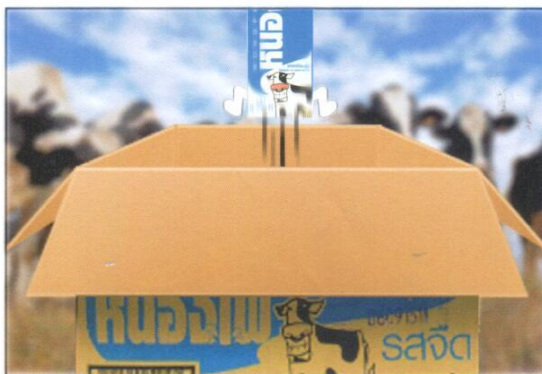
Shot 7 : กล้องนมรีดนมวัวด้วย
ตัวเอง

Music : ดนตรีคึกคักพร้อม
ทำงาน



Shot 8 : นำนมไหลจากกรวย
ลงกล่องนม

Music : ดนตรีคึกคักพร้อม
ทำงาน



Shot 9 : กล้องนมโดดลงถัง
พร้อมส่งถึงมือคุณ

Music : ดนตรีคึกคักพร้อม
ทำงาน (fade out)



ชื่อบริษัท GRUBGRIB Production.

หน้า 4

ชื่อเรื่อง นมไทยแท้

หนองโไฟ

บริษัท : GRUBGRIB Production.
Client : สหกรณ์โคนม หนองโไฟ ราชบุรีจำกัด
(ในพระบรมราชูปถัมภ์)

Product : นม U.H.T. หนองโไฟ

Present : Storyboard

Title : นมไทยแท้

Duration : 30 SEC

Shot 10 : โฉมใกล้หนองโไฟ

Ann : อิมมูร่อยรับเช้าวันใหม่

ด้วยนมโคจากฟาร์มไทยแท้ 100%

กระบวนการเตรียมการผลิต การผลิต และหลังการผลิตโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์

ในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์นั้นแตกต่างจากการผลิตโฆษณาทางสื่ออื่น เนื่องจากการนำเสนอเป็นรูปแบบของภาพที่เคลื่อนไหวประกอบกับเสียงต่าง ๆ ผู้ที่เป็นเรื่องราวที่นำเสนอ นักเขียนบทจึงต้องคิดทั้งคำพูดและภาพประกอบไปพร้อม ๆ กัน รวมไปถึงเสียงประกอบการแสดงภาพของแต่ละฉากในการดำเนินเรื่องด้วย โดยองค์ประกอบของการผลิตโฆษณาภาพยนตร์โทรทัศน์จึงถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน เป็นหลัก คือส่วนที่เป็นภาพ (Video) และส่วนที่เป็นเสียง (Audio) ทั้งนี้ เพื่อให้จะสามารถให้ผู้ทำงานร่วมในฝ่ายต่าง ๆ สามารถนำเอาส่วนนี้ไปทำงานในส่วนอื่น ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการผลิตภาพยนตร์โฆษณานี้ ต้องสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารหรือผู้ชมให้ติดตามชมโฆษณาตั้งแต่ตอนต้นเรื่องเรื่อยไปจนจบ เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ต้องการนำเสนอได้ผ่านสายตาของผู้บริโภคเป้าหมาย ผ่านการใช้เทคนิคและกลยุทธ์ในการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป เพื่อสร้างความสนใจและความต้องการให้เกิดกับผู้บริโภคให้ได้ จนกระทั่งเกิดการตัดสินใจซื้อในเวลาต่อมา

1. กระบวนการเตรียมการผลิตภาพยนตร์โฆษณา (Pre-Production)



การเตรียมการผลิตภาพยนตร์โฆษณานั้น จะต้องมีการเตรียมส่วนสำคัญที่จะใช้ถ่ายทำอยู่ 4 ส่วนด้วยกัน ประกอบด้วย

- 1.1 การคัดเลือกนักแสดง (Casting)
- 1.2 การออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย (Costume)
- 1.3 การเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก (Props)
- 1.4 การคัดเลือกสถานที่ในการถ่ายทำ (Location)

ในการคัดเลือกนักแสดง (Casting) จะต้องเลือกผู้ที่เหมาะสมมาคัดเลือก โดยนำมาจำนวน 3 คน เพื่อมาให้ลูกค้ำพิจารณาร่วมกับผู้กำกับ และผู้สร้างสรรค์โฆษณา ซึ่งนักแสดงนำทั้งหมดที่ปรากฏในบทโฆษณาและ Storyboard จะต้องถูกนำมาคัดเลือก ดังตัวอย่าง

A4



ชื่อ ปุริณ รัตนเรืองวัฒนา (ปลื้ม)
อายุ 17 ปี
สูง 180 ซม. หนัก 66 กก
ประสบการณ์ ถ่ายแบบ I Spy
โฆษณา AIS, Farmhouse เดินแบบ



ชื่อ วิชิตต์ม์ ลิ้มรัตนมงคล (เบสท์)
อายุ 17 ปี
สูง 178 ซม. หนัก 65 กก
ประสบการณ์ ถ่ายแบบ เดินแบบ
ละครชุดแค้มสวีท รัก



ชื่อ ลภพัพล วัฒนารัตนาสกุล (ชาย)
อายุ 18 ปี
สูง 178 ซม. หนัก 63 กก
ประสบการณ์ ถ่ายโฆษณาออลส์
โฆษณาดีแทค เดินแบบ

Casting : ร้อยสุนดา

A4



ชื่อ อาทิตย์ ตังวิบูลย์พาณิชย์ (แบงค์)
อายุ 22 ปี
สูง 183 ซม. หนัก 69 กก
ประสบการณ์ ภ.คนโลก/จิต
ละครเลื่อมสลัปลา



ชื่อ เทวินทร์ สุรเชิดเกียรติ (ท้อป)
อายุ 23 ปี
สูง 178 ซม. หนัก 63 กก
ประสบการณ์ ละครช่อง GMM25
โฆษณาดีแทค เดินแบบ



ชื่อ เปรมอนันต์ ศรีพานิช (พีฟ้า)
อายุ 21 ปี
สูง 180 ซม. หนัก 66 กก
ประสบการณ์ ถ่ายแบบ ละคร
โฆษณาอิซิตัน เดินแบบ

Present : พีชัช

A4



ชื่อ สิริมา นภลัย (เกรซ)
อายุ 21 ปี
สูง 165 ซม. น้ำหนัก 42 กก
ประสบการณ์ ถ่ายแบบ FHM
ละครเวทีข้างหลังภาพ




ชื่อ อัญญิกา ดารารัสมิ (มุก)
อายุ 24 ปี
สูง 165 ซม. น้ำหนัก 46 กก
ประสบการณ์ ถ่ายโฆษณาฮอลลี
วู้ดบ้านนี้มีรัก เดินแบบ




ชื่อ สรวณี ศรสกุล (แนน)
อายุ 18 ปี
สูง 171 ซม. น้ำหนัก 48 กก
ประสบการณ์ ถ่ายแบบ Maxim
FHM ละคร นางบาป

Casting : หญิงสาว เช็กซี


A4



ชื่อ มาช่า วัฒนพานิช (มาช่า)
อายุ 44 ปี
สูง 168 ซม. น้ำหนัก 49 กก
ประสบการณ์ ร้องเพลง ละครทีวี
ถ่ายแบบ เดินแบบ ถ่ายโฆษณา



ชื่อ นิโคล เทริโอ (นิกกี้)
อายุ 42 ปี
สูง 160 ซม. น้ำหนัก 52 กก
ประสบการณ์ ร้องเพลง ละครทีวี
ถ่ายแบบ เดินแบบ ถ่ายโฆษณา



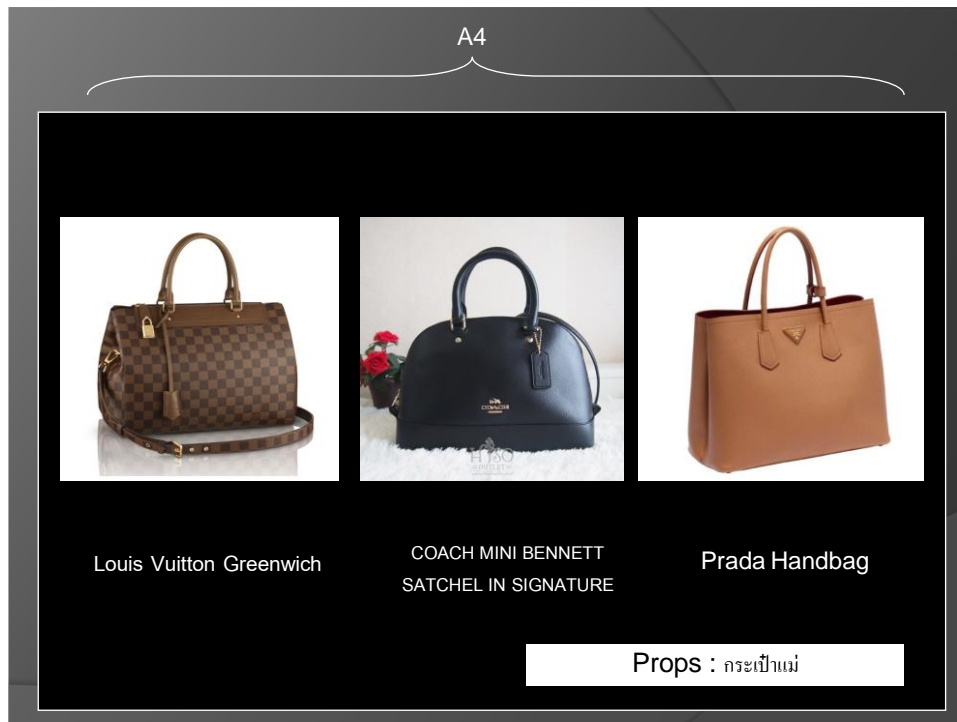
ชื่อ เก็จมณี วรรณสิน (ปิ่น)
อายุ 42 ปี
สูง 165 ซม. น้ำหนัก 48 กก
ประสบการณ์ ร้องเพลง ละครทีวี
ถ่ายแบบ เดินแบบ ถ่ายโฆษณา

Casting : แม่

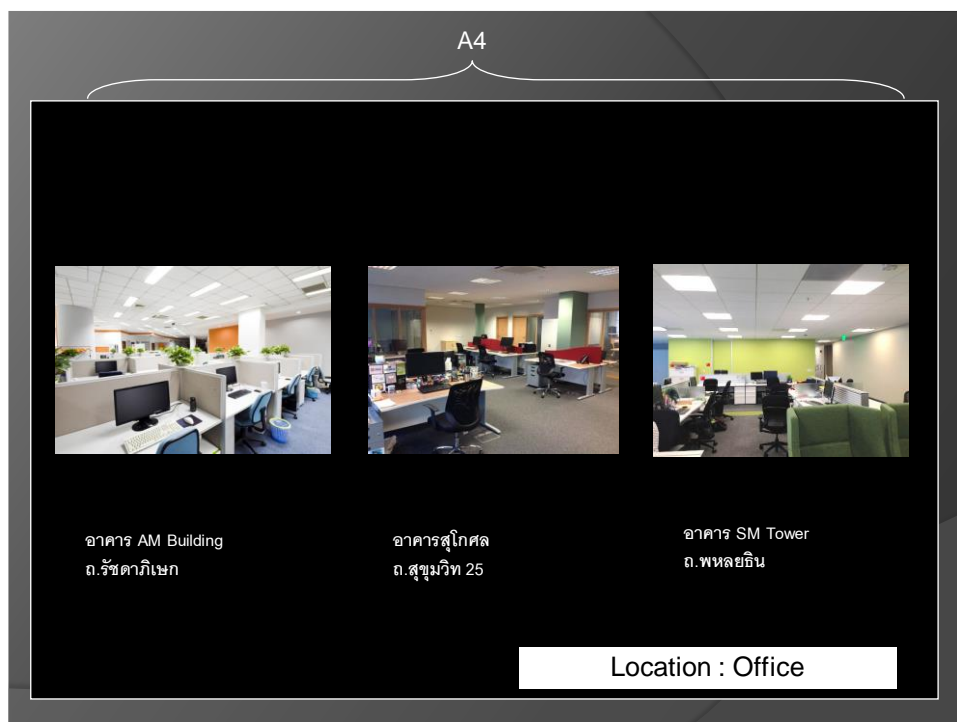
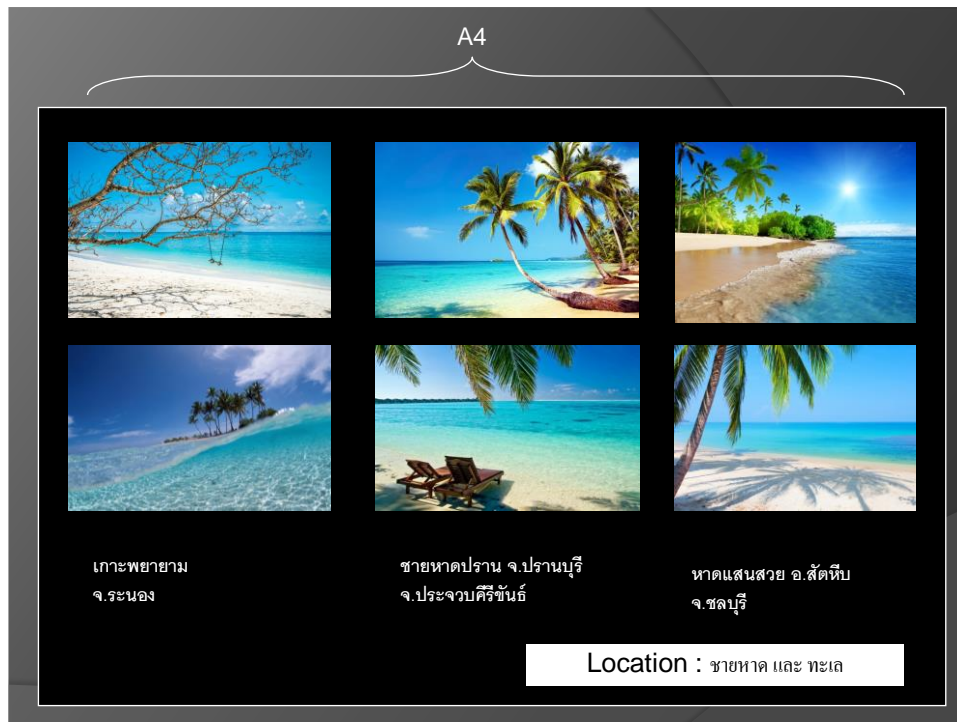
จากภาพด้านบน จะเห็นว่า นักแสดงนำในภาพยนตร์โฆษณานี้ มีด้วยกันทั้งสิ้น 4 ตัวละคร
หลัก คือ วัยรุ่นชาย พี่ชาย ผู้หญิงเช็กซี และ แม่ ดังนั้น จึงต้องมีการนำตัวนักแสดงมาเพื่อทำการ
คัดเลือก บทละ 3 คน ดังตัวอย่าง



ในส่วนการออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย (Costume) เช่นกัน จะต้องมีความสอดคล้องกับบุคลิก และบทบาทของนักแสดงนำ ซึ่งต้องนำมาใช้ในการคัดเลือกเช่นกัน



ในการเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก (Props) เช่นกัน จะต้องให้ความสำคัญในทุกรายละเอียด ทั้งรูปแบบ สี สัน ที่จะต้องสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ที่จะถ่ายทำโฆษณา รวมไปถึงเข้ากับบุคลิกและลักษณะของตัวนักแสดงนั้นด้วย



สำหรับการคัดเลือกสถานที่ในการถ่ายทำ (Location) นั้น ทีมงานคัดเลือกจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกับเรื่องราวในงานโฆษณา ความสะดวกในการเดินทาง รวมไปถึงงบประมาณที่กำหนดไว้ เพราะว่ในบางครั้งการถ่ายทำในสถานที่จริงที่อยู่ไกลก็อาจจะไม่สะดวกเท่ากับการจัดสตูดิโอจำลองสถานที่เพื่อถ่ายทำ

2. กระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา (Production)

เมื่อเราได้ทำการเตรียมส่วนต่าง ๆ ในการถ่ายทำโฆษณาแล้ว ในลำดับต่อไปกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ เมื่อสรุปและจัดเตรียมทุกอย่างเรียบร้อยแล้ว ก็จะทำการนัดวันถ่ายทำ ซึ่งในวันถ่ายทำก็จะมีทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาร่วมการดูการถ่ายทำ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าเจ้าของสินค้า , ฝ่ายต่างๆของAgency อาทิ AE, Creative, Art Director รวมไปถึงทีมงานของผู้ผลิตสื่อ Production House ซึ่งประกอบด้วย ผู้กำกับการแสดง, ผู้กำกับภาพและช่างกล้อง, ฝ่ายฉาก แสงไฟ ช่างแต่งหน้า ฝ่ายเสื้อผ้า ฝ่ายประสานงาน รวมไปถึงผู้จัดการกองถ่าย ที่ต้องดูแลความเรียบร้อยของการถ่ายทำทั้งหมด

โดยในกระบวนการทั้ง 3 แผนกว่าในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ 1 เรื่องจะต้องปฏิบัติอย่างไรบ้าง



1.แผนกกล้อง(Camera)

หน้าที่ของแผนกกล้องมี 5 ตำแหน่ง

1.1 Camera Operator ทำหน้าที่ถ่ายทำตามสตอรี่บอร์ดและสามารถปรับแต่งมุมในการถ่ายตามจินตนาการเพื่อให้ภาพยนตร์ที่ถ่ายมีความสมบูรณ์มากที่สุด

1.2 Focus Puller ทำหน้าที่ปรับโฟกัสให้คมชัด, ถอดเลนส์เปลี่ยนเลนส์และควบคุมทีม

1.3 Technician ทำหน้าที่เชื่อมต่ออุปกรณ์ ส่งเลนส์ให้คนโฟกัส เช็ตกล้องรูดถ่าย ตีสเลข และดูแลอุปกรณ์ต่างๆ

1.4 Data Management ทำหน้าที่ดาวน์โหลดไฟล์จากการ์ดเก็บข้อมูลส่งให้ลูกค้า

1.5 Video Manทำหน้าที่กวด Record ที่เครื่องเพลย์แบล็ค ดูแลมอนิเตอร์ผู้กำกับ มอนิเตอร์ลูกค้า จดReport Camera และอื่นๆตามคำสั่งขอช่างภาพ

2. แผนกอุปกรณ์ยึดเหนี่ยวกล้อง(Grip)

ทำหน้าที่ตามคำสั่งช่างภาพและทำงานตามสตอรี่บอร์ด ควบคุมทีมงาน ปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ตามลักษณะงาน เช่น ยึดกล้องเข้ากับรถเข็นเพื่อใช้ถ่ายในฉากที่ขอตั่งกล้องไม่สามารถเข้าไปตั้งได้หรือฉากที่ช่างภาพไม่สามารถเข้าไปควบคุมกล้องได้ ตำแหน่งในการปฏิบัติงานมี 3ตำแหน่ง

2.1 Key Grip เป็นหัวหน้างานทำหน้าที่ดูสถานที่ถ่ายทำเลือกใช้อุปกรณ์ตามลักษณะงาน

2.2 B-Boy ทำหน้าที่ Dolly ดูแลครนทำตามคำสั่ง Key Grip

2.3 Grip Manทำตามคำสั่ง Key Grip และ B-Boy

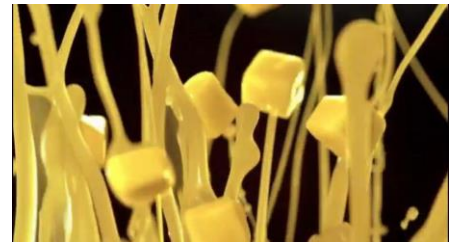
3. แผนกแสง (Lighting)

มี 1 ตำแหน่งคือ Gafferทำหน้าที่จัดแสงให้ตรงตามความต้องการของช่างภาพและเช็คแสงไม่ให้จืดหรือสว่างมากเกินไปเพื่อความโดดเด่นของสินค้าและวัตถุ สามารถสื่ออารมณ์ของภาพยนตร์ออกมาได้อย่างสมบูรณ์

ภาพแสดงกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา Swensen's ตอน ไอศกรีมมะม่วงกรอบทอง ของแผนก Camera ,Grip, Lighting



ภาพตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณา Swensen's ตอน ไอศกรีมมะม่วงกรอบทอง ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์



3. กระบวนการหลังการผลิตภาพยนตร์โฆษณา (Post-Production)

หลังจากถ่ายทำเสร็จแล้ว จะนำฟิล์มที่ได้จากการถ่ายทำ(Working Point) เพื่อนำมาใช้ในการตัดต่อ แล้วนำเอาภาพมาประกอบเรียงกันแบบธรรมดาที่ภาพและเสียงยังไม่ได้รวมกัน และยังไม่มีใส่เทคนิคพิเศษใดๆลงไป ซึ่งเรียกว่า Double head จากนั้นจะเป็นขั้นของ Post Production เป็นการผลิตต่อในห้องแล็บ โดยดูรายละเอียด ของการลำดับเนื้อหา ลำดับภาพ ความคมชัด การตกแต่งความสวยงามของภาพ จนกว่าจะเป็นที่พอใจของลูกค้า ซึ่งเมื่อใส่เทคนิคพิเศษต่างๆ เรียบร้อยแล้วก็จะนำเอาภาพและเสียงมารวมกัน(Mix)แล้วจึงเรียกว่า Checking Print เพื่อนำมาให้ลูกค้าตรวจสอบ แสง เสียง สี เสียงดนตรี เสียงประกอบ ว่าเป็นที่ถูกใจหรือไม่



เมื่อได้มีการปรับเพิ่มแสง หรือลดความสว่าง หรือเสียงดนตรีดังไป เสียงพูดเบาไปตามที่ลูกค้าต้องการแล้ว งานโฆษณาจะถูกแก้ไขจนเป็นขั้นสุดท้ายคือ Final product เพื่อใช้เตรียมนำออกอากาศ หรือเรียกว่า Release Print เพื่อนำส่งไปยังสถานีต่างๆ ตาม ที่ได้มีการวางแผนสื่อเอาไว้



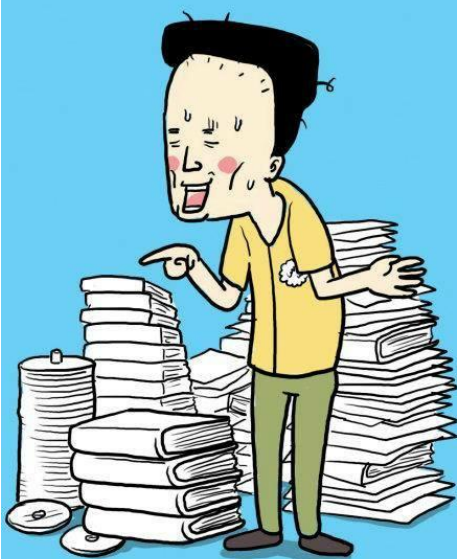
บุคลากรในการดำเนินการผลิตงานโฆษณา



DIRECTOR

(ผู้กำกับ)

"หัวหน้ากองบัญชาการ
มีหน้าที่รับผิดชอบต่อ
ทุกสิ่งทุกอย่าง
ที่เกี่วข้องกับคุณภาพ
และความงามของภาพยนตร์ "



ASSISTANT DIRECTOR

(ผู้ช่วยผู้กำกับ)

" มีองวาคณสิทงของผู้กำกับ
ตารางการถ่ายทำ, การนัดหมาย,
การติดต่อ, การจัดหาข้อมูล,
การควบคุมกลุ่มนักแสดงประกอบ,
การเตือน ,เป็นปากเสียงแทนผู้กำกับ "



PRODUCER
(ผู้อำนวยการสร้าง)

" ผู้อำนวยการ
ผู้จัดหา, รวบรวม,
บริหาร
และรับผิดชอบ
ทั้งโครงการ "



**UNIT OF
PRODUCTION MANAGER**
(ผู้จัดการกองถ่าย)

ตัวตรวจราจร
-รวบรวมทีมงาน
-นัดหมาย
-วางแผนการทำงานในклиน
ไปตามเส้นทางที่วางไว้

ธนาคารประจำกองถ่าย
-รับงบจากโปรดิวเซอร์มาใช้บ้างจริง
(ถ้าจะปล้นเงินในกองถ่าย ต้องปล้นคนนี้)
จัดสรร-ควบคุมเงินในแต่ละแผนก

แม่บ้านทหารบก
-ศูนย์รวมใจทีมงาน ดูแลจัดการทั้งเรื่องงาน
และเรื่องสภาพจิตใจของคน ในกองถ่ายทั้งหมด



DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY

(ผู้กำกับภาพ)

"ผู้วิเศษ ที่มีตาทิพย์
เป็นผู้รับผิดชอบต่อภาพ
(หรือ LOOK) ของหนังและเป็นผู้ที่มี
ความสำคัญที่สนอง
จากผู้กำกับการแสดง"



CAMERA ASSISTANTS

(ผู้ช่วยช่างภาพ / ผู้ช่วยกล้อง)

" ผู้ช่วยมือหนึ่ง...ปรับไฟกัส ถ่ายภาพ
ผู้ช่วยมือสอง...รับผิดชอบในการ
บรรจุฟิล์ม, เปลี่ยนแอมก้าเซ็น
และซีลเคต"



PRODUCTION DESIGNER

(ผู้ออกแบบศิลป์)

" Artist ประจำกอง,
ผู้ออกแบบ ทุกองศา
ในภาพยนตร์ เพื่อถ่ายทอด
เจตนาอารมณ์ของบท
ให้ได้สมบูรณ์แบบที่สุด "



CASTING

" แมวป่ามอง ที่กองจัดหา
และคัดเลือก นักแสดง
ตัวประกอบ ให้เหมาะสม "

WARDROBE



"ชอบผ้าชอบผ่อน
หนีตามเค้าเก่งถ้าไปทั่ว
ผู้จัดการ , จัดนา,
ดูแลรักษาเสื้อผ้า
และจัดเก็บเสื้อผ้า
ให้อยู่ในสภาพที่ดี"

MAKE UP & HAIR STYLIST

(ช่างแต่งหน้า - ทำผม)



"เธอคือผู้ที่มีความสุขในการเคลง
ใบหน้า และได้ปู้จู้ปู้จ่าหัวของตัวแสดง
ช่างแต่งหน้า และช่างทำผม
จะต้องรับผิดชอบต่อรูปลักษณ์ของใบหน้า
และทรงผมของนักแสดง"



PROPS
(คนจัดหาอุปกรณ์ประกอบฉาก)

"บ้านอบอุ่น
จัดการ , จัดเก็บ ,
ดูแลอุปกรณ์ประกอบฉาก
จัดทำบัญชีรายการ
และจัดวางองุ่นทุกต้อง
อยู่ในสภาพที่ดี
และตามเวลาที่ต้องการ"



LOCATION
(ผู้หาสถานที่)

"ผู้ชอบชกแซก
แสวงหาในกิลเบม
หาดีแอนด์ใหม่ เพื่อให้นัก
และสถานที่ ที่ต่างทำได้ดีงาม"

