

การวิเคราะห์ความเป็นชายในงานโฆษณาสเปย์ดับกลิ่นกายชายยี่ห้อ Axe ภายใต้บริบทนานาชาติ
Analysis of Masculinity Underlying in the “Axe” Commercial under International
Context

พิทักษ์ พิทักษ์ชลธิ์ จันทน์ กันโท และธรรมา ชัยแก้ว

สาขามนุษย์ศาสตร์ ภาษาอังกฤษ

วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Pitek6010@gmail.com

บทคัดย่อ

งานศึกษาชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นชายแบบอำนาจนำที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์โฆษณา น้ำหอมดับกลิ่นกายชายยี่ห้อ AXE แนวความคิดความเป็นชายแบบอำนาจนำในงานโฆษณานั้นกระตุ้นให้ผู้ชายซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคชายเชื่อว่าความเป็นชายแบบอำนาจนำคือสิ่งเดียวและสิ่งสำคัญที่สุดในการดึงดูดเพศตรงข้ามหรือเพศหญิง งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้พรรณนาโวหารในการวิเคราะห์เนื้อหา ของโฆษณา โดยมีหน่วยการวิเคราะห์จากทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาที่ใช้ในงานโฆษณาชิ้นนี้ งานเขียนชิ้นนี้เป็นเพียงผลการวิจัยเบื้องต้นของงานศึกษาค้นคว้าอิสระ จากการวิเคราะห์พบว่าในความเป็นจริงแล้วมีผู้ชายอีกส่วนหนึ่งในสังคมที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่มีความเป็นชายแบบอำนาจนำ เนื้อหาของโฆษณานั้นมีความตื่นเต้นน่าสนใจก็จริงแต่ก็เป็น การกล่าวเกินความจริงไปอย่างมาก เช่น การใช้สเปย์ดับกลิ่นกายเพียงครั้งเดียวก็สามารถทำให้นางฟ้าผู้สูงส่งตกสวรรค์ลงมาเพื่อชื่นชมความเป็นชายและไม่ยอมกลับขึ้นไปบนสวรรค์อีก

คำสำคัญ ความเป็นชาย, โฆษณา, แอ็กซ์

Abstract

This research article was aimed to study hegemonic masculinity elements found in the “AXE” commercial. The ideas of masculinity shown in the advertisement stimulate men to buy more products as they believed masculinity was the only and important factor attracting women. This is a qualitative study using narrative technique in analyzing the content of the advertisement. The analysis of the study is a preliminary research result of the researcher’s Independent Study. The content was interesting and exciting. However, there are some men left behind hegemonic masculinity and the content of the ads were exaggerated. Only a single use could have the beautiful angels fallen from the sky to admire his masculinity and decided not to go back to the heaven.

Keywords: Masculinity, Advertisement, Axe

บทนำ

แนวคิดที่ปรากฏในโฆษณาเป็นสื่อประเภทหนึ่ง นอกจากจะเป็นเครื่องมือในการเสนอขายสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค ยังถ่ายทอดความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติต่าง ๆ ให้แก่ผู้บริโภค โดยผู้สร้างผลิตภัณฑ์ได้ใช้ภาษาอังกฤษในโฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดความคิด ความเชื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความยอมรับและส่งผลต่อยอดขายในสินค้าบริการนั้น ๆ แนวคิดในโฆษณาจึงเป็นสื่อที่น่าสนใจในการศึกษาปรากฏการณ์ในสื่อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะว่าแนวคิดในโฆษณาเป็นผลผลิตของสังคม ที่มีผลต่อการสร้างและสะท้อนความคิดความเชื่อหรือนำเสนอแนวทางการซื้อใช้สินค้านั้น ๆ ในสังคม

แม้ผลิตภัณฑ์ในการนำเสนอขายในปัจจุบันมีหลายผลิตภัณฑ์ แต่ผู้วิจัยเห็นว่าโฆษณาน้ำหอมยี่ห้อ Axe นั้น น่าสนใจกว่าผลิตภัณฑ์อื่น เป็นสินค้าที่มีการโฆษณามากมายและมีภาษาอังกฤษในการสื่อความหมาย เพราะ Axe มีลักษณะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม กล่าวคือ Axe เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเจาะผู้บริโภคได้ตรงตามเป้าหมาย จึงมีการสูญเสียน้อย อีกทั้งยังสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคอีกด้วย (วุฒินันท์, 2553 : 14) โฆษณาส่วนใหญ่มาจากต่างประเทศ จึงมีการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อความหมาย ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้คนทั้งโลกเข้าใจหมายของโฆษณา

ความเป็นชาย คือสิ่งที่สังคมวัดเป็นบรรทัดฐาน โดยมีสี่แบบใหญ่ๆคือ ความเป็นชายที่มีอำนาจน่า ความ เป็นชายแบบรอมantic ความเป็นชายแบบแบบสมรู้ร่วมคิด และความเป็นชายของ ซึ่งทั้งสามแบบหลังถูกความแบบเจ้าโลกกดขี่ เพราะความเป็นชายแบบเจ้าโลกคือสิ่งที่ทำให้กฎเกณฑ์ของประเทศถูกคนส่วนน้อยปกครองคนส่วนมาก ทำให้เกิดโฆษณาที่สร้างความเป็นชายแบบเจ้าโลกโดยผ่านสื่อโฆษณา จึงเกิดเครื่องสำอางต่างๆที่แฝงความเป็นชายไว้ด้วย (Connell, and Messerschmidt, 2005 : 829-859)

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้มองเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย ที่ปัจจุบันได้นำภาพความเป็นชายมาแนะนำเสนอผลิตภัณฑ์เสริมความดูดีมากกว่าในอดีต โดยมีการใช้ภาษาอังกฤษในการสร้างแนวคิดให้ผู้บริโภค กล่าวได้ว่าโฆษณามีส่วนสำคัญในการผลิตมโนภาพและความหมายของความเป็นชายให้กับคนในสังคมให้ได้รับข้อมูล โฆษณาไม่เพียงบอกกล่าวเฉยๆ แต่มีการส่งสารบางอย่างให้กับผู้รับ โดยสอดแทรกสารในโฆษณา หากผู้รับสารไม่ใช้วิจารณญาณให้ดีจะไม่สามารถรู้เบื้องลึกของสารได้ โฆษณาไม่ได้ขายแค่สินค้า (พีรดา, 2561 : 24-25) แต่โฆษณายังขาย อุดมการณ์ ความคิด ค่านิยมบางอย่างให้กับกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย โฆษณาจึงทำให้คนในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทัศนคติ วิถีชีวิต ให้เป็นทั้งดีขึ้นและแย่ลง ขึ้นอยู่กับผู้ผลิตจะสื่อสารไปทางไหน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสารนั้น อย่างดีเยี่ยม

นอกจากผู้ผลิตต้องการที่จะส่งสารไป อำนาจในการกำหนดความหมายไม่ได้อยู่ที่ผู้ส่งสารอย่างเดียวแต่ผู้รับสารต้องถอดรหัสได้ด้วย เพราะความสามารถในการถอดรหัสหรือตีความของกลุ่มเป้าหมายแต่ละคนมีประสบการณ์ที่ไม่เท่ากัน การสร้างเรื่องราวในโฆษณาเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้า จึงเป็นสิ่งที่มีผลต่อการยอดขายของสินค้าด้วย ดังนั้นจะเห็นได้จากโลกแฟนตาซี ที่กำลังต้องสู้กันทางข้อมูลบางอย่าง ด้านหนึ่งก็พยายามใส่ทัศนคติบางอย่างให้ผู้รับสาร ในอีกด้านหนึ่งผู้รับสารก็ต้องศึกษาเพื่อให้อ่านสารไปถึงความหมายได้

การใช้ภาษาในการโฆษณา หมายถึงการใช้ถ้อยคำหรือเรื่องราวทั้งหมด ที่ผู้ส่งสาร หรือผู้ผลิต สิ่งโฆษณาถ่ายทอดในโฆษณานั้นๆ ไปยังผู้รับสาร ที่เป็นกลุ่มผู้ชาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจสินค้านั้น (อวยพร, 2527

: 163- 164) การใช้ภาษาโฆษณาจึงเป็น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการโน้มน้าวใจ เกิดความทัศนคติและสร้างความน่าเชื่อถือผ่านแนวคิดหลักของสินค้าที่ต้อง การนำเสนอเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการและเกิดความสนใจสินค้า นำมา ซึ่งความสำเร็จในการเสนอขายสินค้าต่อไป ฉะนั้นภาษาโฆษณาจึงเป็นภาษาเฉพาะที่นำศึกษา จึงทำให้เกิดความสนใจว่าการโฆษณาในปัจจุบันนี้ มีการใช้ภาษาในการโฆษณาอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาในการโฆษณาน้ำหอมระงับกลิ่นกายที่จำหน่ายอยู่ในร้านค้าต่างๆ ซึ่งเป็นน้ำหอมระงับกลิ่นที่นำเข้ามาจากต่างประเทศและมีราคาแพงแต่มีข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ แม้น้ำหอมระงับกลิ่นกายที่นำเข้ามาจากต่างประเทศจะมีราคาแพงเพียงใด แต่ก็ยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ซึ่งนอกเหนือจากที่น้ำหอมระงับกลิ่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมเรื่องความมั่นใจของผู้ใช้ อันเป็นสิ่งที่อยู่ในอุดมคติของคนส่วนใหญ่แล้ว เหตุผลหนึ่งเนื่องมาจากการใช้ ภาษาในการโฆษณาน้ำหอมระงับกลิ่นกายดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะและมีพลังในการโน้มน้าวใจผู้บริโภคได้อย่างดี (เบญจวรรณ, 2553:18)

ในสังคมปัจจุบันที่ผู้ชายก็ดูแลรูปร่างหน้าตา ใช้เครื่องสำอางไม่แพ้ผู้หญิง มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ ค่านิยม จึงทำให้เกิดผู้ชายสายพันธุ์ใหม่ขึ้น กล่าวคือ ผู้ชายยุคใหม่มีความละเอียดอ่อนและอ่อนไหวมากกว่าผู้ชายยุคเก่า เพราะการเลี้ยงดูจากครอบครัว สภาพแวดล้อม ที่ละนุถนอมเด็กมาอย่างดี สนใจในการดูแลรูปลักษณ์ภายนอกมากขึ้น มีการจับจ่ายใช้สอยเครื่องสำอางแบบผู้หญิงมากขึ้น เพราะกำลังซื้อที่เติบโตตลอด นักการตลาดแบรนด์ต่างๆไม่ควรมองข้าม จนกระทั่งทุกวันนี้ได้มีการนำเครื่องสำอางยี่ห้อดังที่รู้จักการในหมู่ผู้หญิงหันมาเปลี่ยนเป้าหมายมาทางผู้ชายอย่างจริงจัง เช่น Garnier ซึ่งเป็นเครื่องสำอางที่อยู่ในเครือของ L’Oreal เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ใช้ชื่อ Garnier Men เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่าเครื่องสำอางผู้ชายที่สินค้าที่เติบโตรวดเร็วและต่อเนื่อง บรรดาบริษัททั้งหลายจึงได้ค้นพบวิธีที่จะเข้าถึงใจบรรดาหนุ่มๆว่าผู้ชายก็กลัวความแก่ ความหมอง ความดำเช่นกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ชะลอวัย สร้างความกระชับใสให้แก่ผิวจึงขายได้กับผู้ชายมากขึ้น ยังมีการนำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อให้เข้ากับกิจวัตรประจำวันอีกด้วย เช่นการอาบน้ำ การทาครีมบำรุงผิว เพื่อตอกย้ำให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชาย เกิดความต้องการในสินค้ามากขึ้น เพราะสมัยนี้การดูแลสุขภาพร่างกายเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากในยุคนี้ อีกทั้งทางผู้ผลิตโฆษณามีการนำนักแสดงชายที่มีรูปร่างหน้าตาที่ดี และมีการใช้ภาษาที่ใช้ทางวิทยาศาสตร์และกีฬาเพื่อจูงใจกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี จึงกล่าวได้ว่าเครื่องสำอางผู้ชายในยุคปัจจุบันเป็นตัวเลือกที่ทำให้ผู้ชายเกิดความมั่นใจในรูปร่างหน้าตา เพราะยุคใหม่นี้ผู้ชายมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เสริมความเป็นผู้ชายที่สมบูรณ์ เช่น รูปร่างหน้าตา ความอ่อนเยาว์ของผิว ที่ไม่ได้แพ้ผู้หญิงเลย ฉะนั้นการผลิตเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายจึงตอบโจทย์เป็นอย่างดี (วุฒินันท์, 2553:15)

ซึ่งการนำเสนอสินค้าและบริการในปัจจุบันได้ใช้โฆษณาเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า บางทีอาจไม่แตกต่างกันในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยมากนัก แต่มีความแตกต่างในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์มีการเชื่อมโยงให้เข้ากับค่านิยมของคนในสังคมค่านิยมที่ถูกเชื่อมโยงในโฆษณาเครื่องสำอางที่สุด คือ ค่านิยมเรื่องความเป็นชาย (Masculinity) และความเป็นหญิง (Femininity) เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด (พีรดา, 2561:24)

อย่างไรก็ตาม โฆษณาที่สร้างอุดมคติความเป็นชายในปัจจุบันได้ขยายไปไกลมาก เกือบทุกเครื่องสำอางของผู้หญิง ผู้ผลิตได้หันมาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชาย จึงได้วางกลยุทธ์ต่างๆทั้งใช้

นักแสดงที่หน้าตาที่ดูดี เปลี่ยนรูปโฉมของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย จนทุกวันนี้ผู้ชายบางพวกได้กลายเป็นนายเจ้าสำอางที่ดูแลตัวเองใช้เครื่องสำอางที่ไม่ต่างกับผู้หญิงเลย การสร้างวิถีชีวิตให้กับคนสมัยใหม่เป็นเรื่องที่ไม่ยากมากนัก เพราะมีโฆษณาที่เป็นตัวช่วยในการส่งข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดีดังนั้น โฆษณาที่นำเสนอภาพความเป็นชายโดยใช้ภาษาอังกฤษที่ผ่านมา ในสังคมบริบทอเมริกันส่วนใหญ่ไม่ค่อยปรากฏชัดในประเทศไทย ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของภาพความเป็นชายที่เกิดขึ้นในอเมริกันและภาษาอังกฤษที่ใช้ในโฆษณา จึงเลือกวิเคราะห์ภาษาอังกฤษที่ปรากฏในการสื่อความเป็นชาย ทั้งที่เป็นสโลแกน และบทสนทนาของนักแสดง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะช่วยทำให้ได้เห็นภาพความเป็นชายที่มีการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจความเป็นชายได้มากขึ้น

คำถามวิจัย

ลักษณะความเป็นชายในบริบทสังคมอเมริกาที่ถูกนำเสนอผ่านงานโฆษณามีลักษณะอย่างไรบ้าง มีการใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาในภาษาอังกฤษอย่างไรบ้างในการสื่อความเป็นชายที่ถูกนำเสนอผ่านงานโฆษณา AXE ในบริบทสังคมอเมริกา

วัตถุประสงค์วิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะความเป็นชายที่ปรากฏในงานโฆษณาน้ำหอมระงับกลิ่นกายยี่ห้อ Axe ภายใต้บริบทสังคมอเมริกา
2. เพื่อวิเคราะห์การใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาในภาษาอังกฤษในการแสดงความเป็นชายที่ถูกนำเสนอผ่านงานโฆษณา AXE ในบริบทสังคมอเมริกาจากคำสโลแกน บทสนทนาของนักแสดง

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาความเป็นชาย วิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิเคราะห์โดยเลือกใช้โฆษณาAxe จากยูทูป และนำมาถอดบทสนทนา ชื่อ สโลแกน แล้วมาวิเคราะห์ถึงการใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในภาพยนตร์โฆษณาต่างๆ ศึกษาทฤษฎีความเป็นชายของ R.W. Cornell และทฤษฎีความเป็นชายในสังคมบริบทไทยของ วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, และบุศย์น้ำเพชร เป็นต้น และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่วัจนภาษาและอวัจนภาษาของ จอร์จ เอ มิลเลอร์, ชาร์ลส์ อี ออสกูด เป็นต้น (ตีวเตอร้อไอคิว, 2564)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากโฆษณาน้ำหอมระงับกลิ่นกายยี่ห้อ Axe โดยได้วิเคราะห์ลักษณะของโฆษณาและสินค้า เพื่อให้เห็นกระบวนการผลิต การตีบท และการรับสื่อที่ชัดเจน ทำให้เห็นลักษณะได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จากนั้นได้วิเคราะห์ทฤษฎีทางภาษาที่สื่อความเป็นชายในโฆษณา โดยศึกษาแนวคิดเพื่อให้เห็นกลวิธีในการประกอบแนวความคิดที่เกี่ยวกับความเป็นชายแฝงอยู่ในภาษาโฆษณา ทำให้เห็นว่าผู้ผลิตโฆษณา ได้ใช้กลวิธีทางภาษาที่

สัมพันธ์กับความคิดความเชื่อของความเป็นชาย ที่สร้างมาเป็นระบบได้เข้าครอบงำความคิดของผู้ชายให้เกิดการยอมรับในสินค้านั้นๆ ผู้วิจัยจึงใช้วจนภาษาและอวจนภาษาในการหาคำตอบ ที่มีในโฆษณาและที่เกิดขึ้นในสังคมกวีวิธีทางภาษาจึงกลายเป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายความเป็นชายให้แก่คนในสังคม

การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่ได้อศึกษามาเป็นภาพและเสียงที่เป็นวิดีโอ โดยได้ถอดข้อความเสียงออกเป็นตัวอักษรก่อน จากนั้นได้นำเสนอข้อมูลโดยใช้เป็นตัวอย่างประกอบการอธิบายกวีวิธีทางภาษา ที่ใช้ในงานโฆษณาน้ำหอมระงับกลิ่นกายสำหรับผู้ชาย และใช้กวีวิธีในการนำเสนอสินค้า โดยมีนักแสดงเป็นตัวดำเนินเรื่อง โดยจะยกมาแต่ละวิดีโอมานำเสนอ เพื่อให้เข้าใจกลยุทธ์ในการขายสินค้าอีกด้วย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกชมโฆษณาทั้งในยูทูบและที่ปรากฏในโทรทัศน์ โดยใช้วิธีการเลือกชมแต่โฆษณาน้ำหอมระงับกลิ่นกายยี่ห้อ Axe และศึกษาวจนภาษาและอวจนภาษาที่ปรากฏในโฆษณาที่สร้างทัศนคติความเป็นชาย ให้กับผู้บริโภค โดยเป็นการวิเคราะห์จากสโลแกน ตัวบทสนทนาของนักแสดง ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอข้อมูลการศึกษา ในรูปแบบพรรณนาอธิบายดังนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้โฆษณาที่มีชื่อชุดว่า “Even Angels Will Fall” จากเว็บไซต์ดังต่อไปนี้ <https://www.youtube.com/watch?v=q9w72ZqK18g>

ผลการวิเคราะห์

จากศึกษาหาข้อมูลและชมวิดีโอโฆษณา Axe ที่ผู้ผลิตได้สร้างขึ้นมา ได้วิเคราะห์ความเป็นชายเชิงวิพากษ์ ทำให้ทราบว่าผู้ผลิตมีการสร้างตัวละครที่แฝงความคิดเกี่ยวกับความเป็นชายขึ้นโดยมีกระบวนการผลิตจากค่านิยมหรือบรรทัดฐานของสังคมและมีการสร้างความแตกต่างจากค่านิยมหรือสังคมเดิมอีกด้วย ดังประเด็นต่อไปนี้

ความเป็นชายที่ปรากฏในงานโฆษณา

นางฟ้า เป็นเทพธิดาบนสวรรค์ แต่นางฟ้าก็มีชื่อเรียกไปต่างๆ นานาตามความเชื่อของคนกลุ่มนั้นๆ เช่น นางอัปสร เทพธิดา นางฟ้า ทูตสวรรค์ ล้วนเทพธิดาที่สูงส่ง ไม่ว่าใครก็อยากเป็นและอยากครอบครอง เป็นการทำที่จะได้เป็นนางฟ้า นั้นเป็นเรื่องที่ยากมาก คนผู้นั้นจะต้องเป็นคนดี รักษาศีล ทำทานถือเป็นเรื่องทำให้ได้เป็นนางฟ้า ลักษณะนางฟ้าตามหลักความคิดของมนุษย์นางฟ้าคือนางสวรรค์ที่มีความงดงาม มีกลิ่นหอม นำหลงใหล มีพร้อมทุกอย่าง ที่หญิงสาวในเมืองมนุษย์เทียบไม่ได้ ตามธรรมดาแล้วมนุษย์ไม่สามารถแม้แต่จะเห็นหรือสัมผัสนางฟ้าได้เลย แต่ผลิตภัณฑ์ Axe ทำให้ผู้ชายหรือมนุษย์สามารถทำให้นางฟ้าแม้จะอยู่บนสวรรค์ก็ต้องลงมาหา เมื่อนางฟ้าดิ่งมาขนาดนั้น แต่ AXE สามารถก่อให้เกิดปรากฏการณ์ “นางฟ้าตกสวรรค์” นางฟ้า หยิบ Halo (วงแหวนบนหัว) แล้วขว้างทิ้ง นางฟ้ายอมทิ้งทุกอย่างเพื่อผู้ชายคนนี้โดยไม่อยากกลับไปเป็นนางฟ้าบนสวรรค์อีก โดยทิ้งที่การอยู่บนสวรรค์เป็นสิ่งที่มนุษย์ใฝ่ฝันสูงสุด แสดงว่า AXE หรือ ความเป็นชายแบบอำนาจนั้น มีอำนาจเหนือกว่าการเป็นเทวดานางฟ้า ผู้ชายในโฆษณานี้มีลักษณะรูปร่างหน้าตาที่ดูดีแต่ก็เป็นผู้ชายทั่วไปที่เราสามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน ไม่ได้มีฐานะดีอะไร ซีรี่ย์จอร์จยานยนต์ยี่ห้อเวสป้า ในความเป็นจริงตามเนื้อเรื่องของโฆษณานี้ผู้ชายคนนี้ก็คงไม่มีพลังทำให้นางฟ้าตกสวรรค์ได้ถ้าไม่ใช่ AXE เมื่อนางฟ้าตกลงมาทุกคนที่อยู่ในเหตุการณ์ต่างตกตลิ่งหยุดกิจกรรมที่ทำอยู่

หยุดดูนางฟ้าเพราะความแปลกประหลาดธรรมดา นางฟ้าต้องอยู่บนสวรรค์ไม่มีทางที่จะมาอยู่ในโลก แต่โฆษณา Axe สามารถทำให้คนที่ฉีดน้ำหอม Axe รวมถึงผู้คนรอบตัวสามารถพอเจอกับนางฟ้าได้

การใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาในการนำเสนอเรื่องความเป็นชาย วัจนภาษา (ภาษาพูดและภาษาเขียน) มีการใช้วัจนภาษาที่ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้นและดึงดูดผู้ชายได้เป็นอย่างดี วัจนภาษาที่ดีจะช่วยสร้างให้โฆษณามีพลังในการทำให้ผู้บริโภคคล้อยตาม ภาษาที่สื่อจึงมีการเลือกใช้ที่โดนใจผู้ชายอย่างมาก สโลแกนของโฆษณา เช่น ขนาดนางฟ้ายังยอมสยบ ฟังแล้วดูมีความยิ่งใหญ่อลังการ แต่ใช้สเปรย์นี้ก็สามารถเป็นที่รักของเพศตรงข้ามได้ทันทีโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ความเป็นชายถูกสร้างและสื่อออกมาจากโฆษณา

ชื่อผลิตภัณฑ์: New Axe “Excite” ชื่อก็บอกว่าใช้แล้ว “ตื่นเต้น” ในโฆษณานี้สิ่งที่ตื่นเต้นคือ ใช้ AXE แล้วสามารถทำให้นางฟ้าตกสวรรค์ลงมาถึง 7 องศา ตกลงมาลงเมืองกลางวันต่อหน้าประชาชนจำนวนมาก นางฟ้านั้นตกลงมาแบบกระแทกพื้นทันที ไม่ใช่แต่ผู้ชายที่ซื้อผลิตภัณฑ์นี้จะตื่นเต้นคนเดียว คนรอบข้างที่อยู่ในเหตุการณ์โฆษณาก็ตื่นเต้นเช่นกันที่ได้เจอนางฟ้า เช่น มีผู้หญิงที่ตอนแรกด่านางฟ้าที่ตกลงมาแต่พอรู้จักตาข้างและหยุดด่า

สโลแกน: Even Angels Will Fall ถ้าแปลเป็นไทยก็คือ “ขนาดนางฟ้ายังต้องตกสวรรค์” มันเป็นการบรรยายสรรพคุณของ AXE ที่เพิ่มความเป็นชายแบบ Hegemonic Masculinity ให้กับผู้ใช้ได้อย่างเห็นภาพว่า AXE มีพละนาภาพมากเพียงใด ใช้แล้วยังส่งผลไปยังสวรรค์ได้ มันคือความน่าเหลือเชื่อ

อวัจนภาษา (ภาษากาย, การแต่งกาย, สีหน้า, ท่าทาง, โทนี่, มุมกล้อง) อย่างไรก็ตามไม่ใช่แค่สโลแกนเท่านั้นที่ทำให้โฆษณาชิ้นนี้น่าสนใจ ชื่อเรื่องของโฆษณาก็ยังทำให้เกิดจินตนาการของผู้บริโภคได้เช่นกัน พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้ New Axe Excite หมายถึง ตื่นเต้น ทำให้เห็นถึงความน่าสนใจ น่าลองของสินค้า สามารถกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าจินตนาการถึง ความตื่นเต้นในการใช้ และพบว่ามีการนำเสนอประกอบของสินค้ามาสร้างจินตนาการของผู้บริโภคให้เชื่อว่าสินค้าสามารถทำให้เขาเหล่านั้นสมความปรารถนาได้จริง สังเกตได้ว่าอวัจนภาษาที่ปรากฏในโฆษณาที่มีการเคลื่อนไหวต่างๆ การใช้สายตาในการมองผู้ชายด้วยความอยากได้ การสูดดมกลิ่นและยืมและมีการใช้สายตาในการทำให้ผู้ชายที่ฉีดน้ำหอมดูน่าสนใจมากขึ้น ผู้ชายมีการใช้เสื้อผ้าที่เรียบง่าย ส่วนนางฟ้ามีการใช้เสื้อผ้าตามอุดมคติ และมีผู้หญิงผิวสีด้วยแสดงให้เห็นว่าถ้าฉีดแล้วไม่ว่าสาวแบบไหนก็มาหาคุณ มีการใช้มุมกล้องเพื่อให้โทนสีแบบยุคสมัยใหม่เด่นชัดขึ้นเพื่อเสริมให้ผู้ชายดูดีมากขึ้น

เพลงที่ใช้ประกอบ : ชื่อ เพลงว่า Sexy Boy ชื่อศิลปินคือ The Fallen Angels นางฟ้าตกสวรรค์” เป็นแนวเพลงคลาสสิกพร้อมกับการร้องเพลงแบบประสานเสียง ทั้งชื่อเพลงและชื่อศิลปินที่ทางผู้ผลิตโฆษณาได้เลือกมานั้นเป็นการต่อยอดถึงพลังของ AXE เป็นอย่างมาก ทุกองค์ประกอบไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาและเพลงประกอบล้วนเกี่ยวข้องกับนางฟ้าตกสวรรค์และความเช่ของผู้ชายที่ใช้ผลิตภัณฑ์

บทสรุป

แนวคิดในโฆษณาได้กำหนดทิศทางความคิดของผู้ชาย ต้องมีรูปลักษณ์ที่ดีหล่อ มีสุขภาพแข็งแรง มีการสร้างและสื่อให้เห็นว่าผู้ชายอยู่เหนือกว่าหญิง เป็นการครอบงำความคิดของผู้ชาย เพื่อให้เห็นว่านี่คือลักษณะของผู้ชายที่สังคมต้องการ เช่น มีหน้าตาที่ดีไร้ริ้ว มีหนวด สดส่วนที่ดี ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ภาษาเป็นตัวนำที่สำคัญของการโฆษณา มีการสื่อความหมายโดยใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา เป็นการต่อยอดว่าความเป็นชายอยู่เหนือกว่าความ

เป็นหญิงในยุคนั้นๆ แม้ว่าแนวคิดจะสร้างให้ผู้ชายเกิดการดูแลเอาใจตัวเองให้ดูดี แต่ก็ยังมีผู้ชายที่ยังคงประพฤติตามบรรทัดฐานของสังคมเดิม เป็นการเสนอว่าผู้ชายจะต้องมีบทบาทในสังคม มีความเป็นผู้ชาย แต่ก็ยังมีในอีกแง่มุมหนึ่งที่เสนอภาพความเป็นชายมีความอ่อนโยนในตัวอีกด้วย ภายนอกมีความดุติและแข็งแกร่งแล้วยังต้องมีจิตใจที่อ่อนโยน มีความอบอุ่นด้วย ในโฆษณามีการนำเสนอว่าหอมที่ผู้ชายใช้แล้วทำให้นางฟ้าตกสวรรค์ เป็นการยั่วว่าขนาดนางฟ้ายังยอมสยบแล้วผู้หญิงธรรมดาในโลกมีหรือจะไม่ติดใจ เป็นการทำให้เกิดแนวคิดแบบ ผู้หญิงเป็นเพียงวัตถุทางเพศของผู้ชาย การโฆษณานี้นอกจากนำเสนอสินค้าแล้วยังแฝงแนวคิดที่ทำให้ผู้ชายสมัยใหม่เกิดแนวคิดและยอมรับ หากต้องการจะเป็นผู้ชายที่สมบูรณ์แบบขึ้นขอต้องฉีดน้ำหอม เป็นการเสริมให้ผู้ชายมีความมั่นใจในตัวเอง นอกจากนี้ผู้วิจัย พบว่าการใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาในโฆษณา Axe สามารถเสนอภาพของสินค้าได้หลายด้านและมีความละเอียดสูงกว่าโฆษณาที่เป็นนิตยสาร ทำให้สินค้าดูมีคุณค่ามากขึ้น โฉมน่าไว้วางใจผู้บริโภคให้เกิดความสนใจผลิตภัณฑ์ผ่านภาษาที่สละสลวย มีความน่าเชื่อถือได้

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาภาษาโฆษณาที่สร้างแนวคิดความเป็นชายที่ปรากฏในผลิตภัณฑ์อื่น เช่น Nivea สำหรับผู้ชาย ทั้งนี้เพื่อให้เห็นว่ามี การนำเสนอที่คล้ายกันหรือแตกต่างกัน เพราะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- วุดินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2553) **อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย**, กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.
- อวยพร พานิช. (2527) **การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.(2531). **การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา**.ในเอกสารการสอนชุดวิชา การสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา หน่วยที่1-8.167. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พีรดา บุศย์น้ำเพชร.(2561) **ภาพความเป็นชายในโฆษณาเครื่องสำอางเกาส์สำหรับผู้หญิง**, กรุงเทพฯ: ภาควิชาสื่อมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจวรรณ ศรีกุล. (2553) **วิเคราะห์ภาษาในแผ่นพับโฆษณาเครื่องสำอาง ปี พ.ศ. 2551**, กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Connell, R.W. and Messerschmidt, James W.(2 0 0 5). “Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept” in *Gender & Society*, Vol.19 No.6. December 2005.
- Brand News. (2564) **Axe 'Even angel will fall'**, Gp Creative Effectiveness 2012 al festival di Cannes.mpg. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=q9w72ZqK18g>
- ติวเตอร์ไอคิว. (2564) **ความรู้เรื่องการสื่อสาร**. สืบค้นจาก <http://onlymyinz.blogspot.com/2014/08/blog-post.html>