

ใบความรู้ที่ ๖ เรื่อง การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา
หน่วยเรียนรู้ที่ ๘ เรื่อง อ่านอย่างมีวิจารณญาณ
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๗ เรื่อง การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา
รายวิชา พื้นฐานภาษาไทย รหัส ท๑๖๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖

โฆษณา คือ การเผยแพร่ข้อความไปยังสาธารณชน ให้ประชาชนเห็น หรือทราบข้อความที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการเพื่อประโยชน์ในทางการค้า เป็นการเชิญชวน ชักจูง โน้มน้าวใจให้ผู้อ่านหรือผู้ฟังสนใจ นิยมใช้สินค้า หรือสิ่งที่โฆษณา และคล้อยตามการโฆษณานั้น

จุดประสงค์ของการโฆษณาคือ

๑. เพื่อแนะนำสินค้าหรือบริการให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า
๒. เพื่อให้ลูกค้ายอมรับคุณภาพของสินค้า
๓. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้สินค้า หรือสนใจ นิยมใช้สินค้า
๔. เพื่อย้ำความทรงจำของลูกค้า ให้เกิดความต้องการจะซื้อสินค้า
๕. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร ในความรู้สึกของลูกค้า

การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา

การฟังและการดูสื่อโฆษณา ต้องรู้จักพิจารณาไตร่ตรองเนื้อหาของโฆษณาที่น่าเสนอ โดยใช้ข้อมูลและเหตุผลประกอบ เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีแนวทางการวิเคราะห์ดังนี้

๑. การให้ข้อมูลมีรายละเอียดของสินค้าหรือบริการครบถ้วนหรือไม่ เช่น คุณสมบัติ ราคา ความสะดวกสบาย
๒. คุณสมบัติของสินค้าหรือบริการนั้นเป็นอย่างไร รู้จักวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ข้อควรซื้อหรือไม่ควรซื้อ
๓. สื่อโฆษณานั้นเกินความเป็นจริงหรือไม่ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือไม่
๔. ไม่ขัดต่อศีลธรรม หรือเสื่อมเสียต่อประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม

แนวทางดังกล่าวจะทำให้วิเคราะห์สื่อโฆษณานั้นได้ว่ามีความน่าเชื่อถือเพียงใด เพื่อจะเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพหรือใช้บริการตามที่ต้องการ