

รายวิชาภาษาไทย

รหัสวิชา ท๑๖๑๐๑

ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖

เรื่อง การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ
จากสื่อโฆษณา (๒)

ครูผู้สอน ครูปรเมษฐ ศรีกำเหนิด
ครูคณิตา หนูนนันต์



การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ จากสื่อโฆษณา (๒)





กิจกรรม

“อาสาโฆษณา สินค้าคือ...”



ยาสีฟัน DENTAL CARE



- ✓ ฟันขาวสะอาด
- ✓ รักษาเหงือก
- ✓ อ่อนโยนต่อเหงือกและฟัน
- ✓ ทำความสะอาดได้ดี





คำถามกระตุ้นความคิด

โฆษณาตั้งกล่าวบอกข้อมูลใด
ของสินค้าบ้าง





คำถามกระตุ้นความคิด

คุณสมบัติของสินค้านั้นเป็นอย่างไร
น่าซื้อหรือไม่





คำถามกระตุ้นความคิด

คำโฆษณาสินค้าเกินจริงหรือไม่
อย่างไร





คำถามกระตุ้นความคิด

คำโฆษณาสินค้าขัดต่อศีลธรรม ประเพณี
และวัฒนธรรมไทยหรือไม่





คำถามกระตุ้นความคิด

นักเรียนควรซื้อสินค้านี้หรือไม่
เพราะอะไร



จุดประสงค์การเรียนรู้

๑. อธิบายหลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากการฟังและดูสื่อโฆษณาได้
๒. วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากการฟังและดูสื่อโฆษณาได้
๓. นำหลักการวิเคราะห์สื่อโฆษณาไปใช้ในชีวิตรประจำวัน



ใบความรู้ที่ ๗ เรื่อง หลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือสื่อโฆษณา
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๔ เรื่อง อ่านอย่างมีวิจารณญาณ
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๗ เรื่อง การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา
รายวิชา ภาษาไทย รหัสวิชา ท๑๖๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖

การโฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อ ขายสินค้าหรือบริการให้มากที่สุด ไม่ควรหลงเชื่อ
กับคำโฆษณาโดยง่าย ควรวิเคราะห์ความเป็นเหตุเป็นผลของข้อมูลจากสื่อโฆษณาสินค้า
ให้รอบคอบเสียก่อนที่จะตัดสินใจซื้อทุกครั้ง

ข้อความเชิญชวนตามสื่อโฆษณามีรูปแบบที่หลากหลาย หากขาดการพิจารณา
อย่างรอบคอบ เชื่อถือข้อความบนสื่อโฆษณาโดยปราศจากการไตร่ตรอง ประกอบกับใช้
ความต้องการ ความอยากได้และความปรารถนาของจิตใจเป็นตัวนำทางในการเลือก
สินค้า มากกว่าความสมเหตุสมผลจะทำให้ได้รับสินค้า ผลิตภัณฑ์ ที่ไม่สมประโยชน์ และ
อาจเกิดผลเสียหายนั่นเอง มั่นตรายต่อร่างกายและจิตใจของผู้บริโภคได้

หลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือสื่อโฆษณา

๑. ฝึกแยกแยะสื่อทางบวกและทางลบ สื่อทางบวก คือ ส่งเสริมความคิดในเชิง
สร้างสรรค์ เช่น การมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน การทำงานด้วยความสามัคคี เป็นต้น สื่อ
ทางลบ คือ กระตุ้นให้มีพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง จึงต้องใช้ความคิดวิเคราะห์ และใช้เหตุผล
ว่าสื่อเหล่านั้นเป็นสื่อทางบวกหรือทางลบ

๒. คำนึงถึงความเป็นจริง ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริง ควรเลือกโดย
พิจารณาด้วยความเป็นเหตุเป็นผล ความเป็นไปได้บนพื้นฐานของความจริงและเหตุผล
ทางวิทยาศาสตร์ ไม่หลงเชื่อโฆษณาชวนเชื่อที่ใช้ข้อความเกินความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น
ใช้ครีมนี้ผิวขาวสวยภายใน ๗ วัน

๓. มีความไวในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์ทั้งในและนอกประเทศ ไม่เชื่อไม่
หลงใหลกับสื่อทางลบ ซึ่งเป็นสื่อที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

๔. พิจารณาข้อความโฆษณา ดังต่อไปนี้

๔.๑ ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย
หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสียหายในวัฒนธรรมของชาติ

๔.๒ ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยก หรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่
ประชาชน

๔.๓ ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องระบุ
ข้อความให้ครบถ้วน หากฝ่าฝืนมีโทษตามกฎหมาย

ใบความรู้

เรื่อง หลักการวิเคราะห์ ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา



ใบความรู้

เรื่อง หลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา

การโฆษณาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ ขายสินค้าหรือบริการให้มากที่สุด ไม่ควรหลงเชื่อกับคำโฆษณาโดยง่าย ควรวิเคราะห์ความเป็นเหตุเป็นผลของข้อมูลจากสื่อโฆษณาสินค้าให้รอบคอบเสียก่อนที่จะตัดสินใจซื้อทุกครั้ง

ข้อความเชิญชวนตามสื่อโฆษณามีรูปแบบที่หลากหลาย หากขาดการพิจารณาอย่างรอบคอบ เชื่อถือข้อความบนสื่อโฆษณาโดยปราศจากการไตร่ตรอง ประกอบกับใช้ความต้องการ ความอยากได้และความปรารถนาของจิตใจเป็นตัวนำทางในการเลือกสินค้า มากกว่าความสมเหตุสมผลจะทำให้ได้รับสินค้า ผลิตภัณฑ์ ที่ไม่สมประโยชน์ และอาจเกิดผลเสียหาย มีอันตรายต่อร่างกายและจิตใจของผู้บริโภคได้



ใบความรู้

เรื่อง หลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา

หลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือสื่อโฆษณา

๑. ฝึกแยกแยะสื่อทางบวกและทางลบ สื่อทางบวก คือ ส่งเสริมความคิดในเชิงสร้างสรรค์ เช่น การมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน การทำงานด้วยความสามัคคี เป็นต้น สื่อทางลบ คือ กระตุ้นให้มีพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง จึงต้องใช้ความคิดวิเคราะห์ และใช้เหตุผลว่าสื่อเหล่านั้นเป็นสื่อทางบวกหรือทางลบ

๒. คำนึงถึงความเป็นจริง ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริง ควรเลือกโดยพิจารณาด้วยความเป็นเหตุเป็นผล ความเป็นไปได้บนพื้นฐานของความจริงและเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ ไม่หลงเชื่อโฆษณาชวนเชื่อที่ใช้ข้อความเกินความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น ใช้ครีมนี้ผิวขาวสวยภายใน ๗ วัน



ใบความรู้

เรื่อง หลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา

๓. มีความไวในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์ทั้งในและนอกประเทศ ไม่เชื่อไม่หลงใหลกับสื่อทางลบ ซึ่งเป็นสื่อที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

๔. พิจารณาข้อความโฆษณา ดังต่อไปนี้

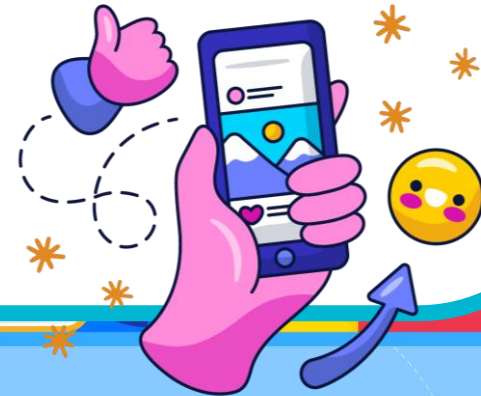
๔.๑ ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

๔.๒ ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยก หรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

๔.๓ ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องระบุข้อความให้ครบถ้วน หากฝ่าฝืนมีโทษตามกฎหมาย

โฆษณา

หมายถึง การเผยแพร่หนังสือออกไปยังสาธารณชน
เพื่อเป็นการเชิญชวน ชักจูง และโน้มน้าวใจ ให้ผู้อ่าน
หรือผู้ฟังสนใจ เพื่อประโยชน์ทางการค้า หรือ
จุดมุ่งหมายอื่น ๆ





หลักการวิเคราะห์สื่อโฆษณา

๑. การให้ข้อมูล มีรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ ครบถ้วนหรือไม่
๒. คุณสมบัติของสินค้าหรือบริการนั้นเป็นอย่างไร



หลักการวิเคราะห์สื่อโฆษณา

๓. สื่อโฆษณานั้นเกินความเป็นจริงหรือไม่
๔. ไม่ขัดต่อศีลธรรม หรือเสื่อมเสียต่อประเพณี
และวัฒนธรรมอันดีงาม



หลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือสื่อโฆษณา

๑. ฝึกแยกแยะสื่อทางบวก และทางลบ
๒. คำนึงถึงความเป็นจริง
๓. มีความไวในการรับสื่อ ไม่หลงเชื่อสื่อทางลบ



หลักการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือสื่อโฆษณา

๔. พิจารณาข้อความโฆษณา ดังต่อไปนี้

- ข้อความที่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียของชาติ
- ข้อความที่ทำให้เกิดความแตกแยก



มาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ จากสื่อโฆษณากันเถิด...





SUN SCREEN

NEW
LOOK



- ผลิตภัณฑ์สารสกัดธรรมชาติ
- ป้องกันแสงแดดได้ 24 ชม.
- ช่วยให้ผิวขาว



ฟันขาวสะอาด ทำความสะอาดได้ดี
ดูแลรักษาเหงือก อ่อนโยน



Super Clean





Multivitamins & Minerals



ผลิตจากสารสกัดธรรมชาติ



ช่วยในระบบย่อยอาหาร



FIND OUT MORE



SERUM



● ไม่มีส่วนผสมอันตราย

● สัมผัสบางเบา



ให้นักเรียนทำใบงาน

เรื่อง การวิเคราะห์สื่อโฆษณา



คำชี้แจงบทบาทนักเรียน

ให้นักเรียนทำใบงาน เรื่อง
“การวิเคราะห์สื่อโฆษณา”



คำชี้แจงบทบาทครูปลายทาง

๑. ดูแลการทำงานของนักเรียน
๒. ให้คำแนะนำนักเรียน
ในการทำงาน





ใบงาน



ใบงานที่ ๗ เรื่อง การวิเคราะห์สื่อโฆษณา
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๘ เรื่อง อ่านอย่างมีวิจารณญาณ
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๗ เรื่อง การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา
รายวิชา ภาษาไทย รหัสวิชา ท๑๖๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖

คำชี้แจง ให้นักเรียนดูสื่อโฆษณาแล้ววิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของสื่อโฆษณานั้น

๑. โฆษณานี้มีจุดมุ่งหมายอย่างไร

๒. เป็นโฆษณาที่น่าเชื่อถือหรือไม่

๓. โฆษณามีผลกระทบกับเราหรือไม่อย่างไร

๔. นักเรียนจะปฏิบัติตามหรือไม่เพราะเหตุใด

ให้นักเรียนทำใบงาน เรื่อง “การวิเคราะห์สื่อโฆษณา”

**SAFETY
FIRST**





สื่อวีดิทัศน์ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบคุณสื่อวีดิทัศน์

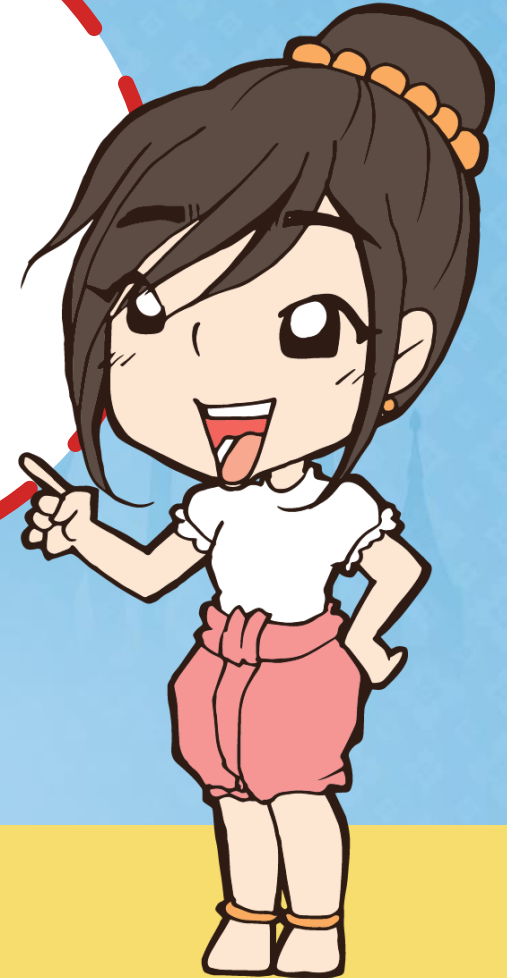
จาก EGAT Maemoh

เรื่อง โฆษณา กฟผ. ชุมพลังงานที่สมดุล

เผยแพร่เมื่อ ๑๘ ธ.ค. ๒๕๕๗

แหล่งที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=NNchPe3haDo>

จนครไร ได้เวลา
เรามาสรุปความรู้



นักเรียนคิดว่าสิ่งใดในโฆษณา ที่ทำให้ผู้ดูคล้อยตาม



- ภาษาที่ใช้
- ผู้นำเสนอ (นายแบบ / นางแบบ)
- รูปแบบผลิตภัณฑ์

นักเรียนสามารถนำความรู้เรื่อง
การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อ
โฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างไร

พิจารณาสินค้าหรือบริการก่อนเลือกใช้



บทเรียนครั้งต่อไป

เรื่อง เขียนประกาศ (๑)



สิ่งที่ต้องเตรียม

๑. ใ้ความรู้ เรื่อง ประกาศที่เป็นทางการและ
ไม่เป็นทางการ
๒. ใ้งาน เรื่อง คัดเลือกประกาศและวิเคราะห์
การใช้ภาษาในประกาศ

สามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้ที่ www.dltv.ac.th

รายวิชาภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖