

รายวิชา สุขศึกษา

รหัสวิชา พ๒๓๑๐๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

เรื่อง สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพล

ต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น

ครูผู้สอน ครูกฤษณา แก้วพิพัฒน์

ครูกิตติเทพ นิตिसมบัติกุล



สื่อโฆษณา

ที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโต
และการพัฒนาการวิจัยรุ่น



จุดประสงค์การเรียนรู้

ด้านความรู้

นักเรียนสามารถบอกความหมายและประเภทของสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการของวัยรุ่นได้
ถูกต้อง



จุดประสงค์การเรียนรู้

ด้านทักษะและกระบวนการ

นักเรียนสามารถวิเคราะห์สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการของวัยรุ่น ด้วยหลักการรู้เท่าทันสื่อ ๕ ประการได้ถูกต้อง



จุดประสงค์การเรียนรู้

คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๑. นักเรียนมีความใฝ่เรียนรู้
๒. นักเรียนมีวินัย
๓. นักเรียนมีความมุ่งมั่นในการทำงาน



คำถามชวนคิด

“สื่อโฆษณา เกี่ยวข้องกับนักเรียนอย่างไร”



สื่อโฆษณา มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก วัยรุ่นเป็นวัยที่ตัดสินใจรวดเร็ว การเลือกซื้อสินค้าจึงควรวิเคราะห์สื่อโฆษณาให้ดี เพราะจะส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการได้

การโฆษณา

หมายถึง รูปแบบการให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า บริการหรือความคิด เพื่อจูงใจโดยหวังผลทางด้านยอดขาย

สื่อโฆษณา

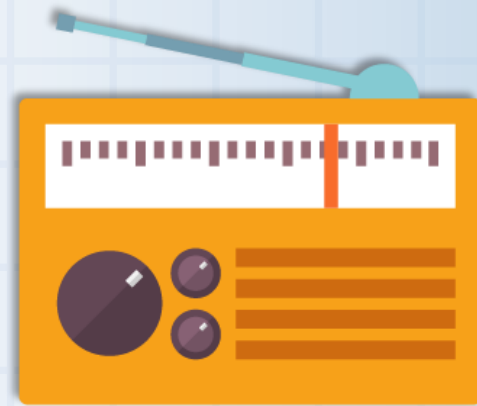
คือ เครื่องมือทางการตลาดที่มีหน้าที่นำข่าวสารที่ผู้โฆษณาต้องการให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า และเกิดความต้องการในสินค้า

สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น

สื่อโฆษณามีรูปแบบหลากหลายในการจูงใจให้ผู้บริโภค
ซื้อสินค้าและบริการของตนโดยผ่านสื่อหลายประเภท



สื่อโทรทัศน์



สื่อวิทยุ



สื่อสิ่งพิมพ์

ประเภทของสื่อโฆษณา

สื่ออินเทอร์เน็ต



สื่ออื่น ๆ

เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง



กิจกรรมวิเคราะห์ห้สื่อโฆษณา

โลชั่นนางฟ้า ผิวขาวทันใจ



โลชั่นผิวขาวใส X ๒

- ปลอดภัย เห็นผลจริง ๑๐๐% รับรองผลภายใน ๗ วัน
 - กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มนางแบบและดารานักแสดง
- สนใจสั่งซื้อ โทร. ๐๑-๓๔๕๖-XXXX



จากโฆษณาข้างต้นนี้
นักเรียนจะตัดสินใจ
ซื้อครีมดังกล่าวมาใช้หรือไม่
เพราะเหตุใด

ไม่ซื้อ



เพราะข้อมูลของครีมดังกล่าว
ไม่เพียงพอและขาดความน่าเชื่อถือ
เนื่องจากไม่ระบุถึงรายละเอียดสำคัญ
ของผลิตภัณฑ์ เช่น ส่วนประกอบของครีม
วันเวลาที่ผลิตและหมดอายุ สถานที่ผลิต
เป็นต้น



แลกเปลี่ยนเรียนรู้

๑. นักเรียนจับคู่กันศึกษาใบความรู้ที่ ๑ - ๒
๒. นักเรียนแต่ละคู่ช่วยกันระดมสมองทำใบงานที่ ๒
๓. ตัวแทนนักเรียนออกมานำเสนอใบงาน

ใบความรู้ที่ ๑ เรื่อง สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น
 หน่วยการเรียนรู้ที่ ๒ เรื่อง อิทธิพลและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อวัยรุ่น
 แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒ เรื่อง สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น
 รายวิชา สุขศึกษา รหัสวิชา พ ๒๓๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

สื่อโฆษณา หมายถึง

สื่อโฆษณา คือเครื่องมือทางการตลาดชิ้นหนึ่งที่มีหน้าที่นำพาข่าวสารที่ผู้โฆษณาต้องการให้ผู้บริโภค ได้รับรู้และเกิดความต้องการในสินค้าการที่ผู้โฆษณาจะประสบความสำเร็จทางการสื่อสารผู้โฆษณาควรที่จะรู้จักลักษณะของสื่อโฆษณาแต่ละชนิดเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสื่อโฆษณาที่นิยมใช้โดยทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ สื่อดังกล่าวเป็นสื่อหลักที่ใช้กันเป็นส่วนมาก ในงานโฆษณา เนื่องจากเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากดังนั้นในการวางแผนการใช้สื่องบประมาณด้านสื่อส่วนใหญ่ส่วนใหญ่จะมุ่งไปที่สื่อเหล่านี้เป็นอันดับแรกสำหรับสื่อ ฌ จุดซื้อ แผ่นพับ โบปลิว สื่อนอกสถานที่ เช่น แผ่นป้ายต่างๆจะมีความสำคัญในฐานะเป็นสื่อสนับสนุน ซึ่งทำหน้าที่ในการเตือนความจำ ผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือตัวย้าสารโฆษณาจากสื่อหลักซึ่งได้โฆษณาไปแล้วนั่นเอง

ประเภทของสื่อโฆษณา

๑. **สื่อโทรทัศน์** โทรทัศน์เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ดีที่สุด เพราะจะต้องใช้ทั้งประสาทตา ประสาทหูไปพร้อม ๆ กัน เกิดการรับรู้ได้ง่าย เพราะมีทั้งภาพและเสียงที่เคลื่อนไหวได้ สามารถกระตุ้นความสนใจจากเนื้อหาเรื่องราวของโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอและชักจูงใจให้ซื้อสินค้า
๒. **สื่อวิทยุ** เป็นสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมผู้บริโภคในวงกว้างการโฆษณาสินค้าทางสื่อวิทยุสามารถชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เรื่องราวของสินค้า
๓. **สื่อสิ่งพิมพ์** เป็นสื่อที่สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับได้อย่างกว้างขวาง ปัจจุบันโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์จะเป็นที่นิยมในผู้บริโภค เนื่องจากสามารถออกแบบได้ถูกใจผู้บริโภคด้วยรูปแบบ สี สัน และวิธีการนำเสนอ
๔. **สื่ออินเทอร์เน็ต** ปัจจุบันสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมาก โดยเฉพาะวัยรุ่นจะให้ความสนใจสูง เนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อไปทุกหนแห่งพร้อมโทรศัพท์มือถืออินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นแหล่งโฆษณาสินค้าที่สำคัญ ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกที่ทุกเวลา
๕. **สื่ออื่นๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง**

อิทธิพลของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อสุขภาพ

๑. **ด้านสุขภาพ** ในท้องตลาด ผู้ผลิตได้ผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับร่างกายจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันสูง ผู้ผลิตที่มีคุณธรรมจะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพแต่ผู้ผลิตบางรายหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าคำนึงถึงสุขภาพของประชาชน จึงผลิตสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน คุณภาพต่ำ และใช้การโฆษณาให้ผู้บริโภคหลงเชื่อว่าสินค้าของตนมีคุณภาพ ซึ่งหากผู้บริโภคเชื่อถือของโฆษณาเหล่านั้นและซื้อสินค้าดังกล่าวอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อร่างกายได้
๒. **ด้านสุขภาพจิต** หากผู้บริโภคมีการพิจารณาไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณาอย่างละเอียดรอบคอบก่อนตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามักจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ ตรงตามคำโฆษณา ตรงกับความคาดหวังของตน ย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและมีความสุขในทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าโดยเชื่อคำโฆษณาไม่ได้ไตร่ตรอง ไม่



ใบความรู้ที่ ๑

เรื่อง สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น



ใบความรู้ที่ ๒ เรื่อง ข้อควรปฏิบัติและควรระวังในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๒ เรื่อง อิทธิพลและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อวัยรุ่น
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒ เรื่อง สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น
รายวิชา สุขศึกษา รหัสวิชา พ ๒๓๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ข้อควรปฏิบัติและควรระวังในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

โลกของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ก็ไม่ต่างจากโลกความเป็นจริง ที่มีทั้ง “คนดี” “คนร้าย” “ตัวจริง” “ตัวปลอม” ปะปนกันไปหมด แต่ที่น่าวิตกกว่าโลกความเป็นจริง คือ เรื่องราวบนโลกสังคมออนไลน์ แพร่กระจายไปได้เร็วมาก แล้วก็หยุดยากเสียด้วย บางคนใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือ คาดไม่ถึงว่าจะเกิดผลเสียหายตามมา อย่างกรณีที่มีข่าวลือที่สร้างความเสียหายแก่ผู้อื่น และมีการส่งต่อให้เพื่อนๆ หลังจากนั้นไม่นานผู้เผยแพร่ข้อความได้ถูกตำรวจจับกุมข้อหากระทำความผิดตาม พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.๒๕๕๐ และก็มีตัวอย่างข่าวลักษณะแบบนี้อยู่หลายกรณี จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าเมื่อเป็น “สังคม” ก็ต้องมีกฎระเบียบ มีข้อควรปฏิบัติไม่ว่าจะเป็นสังคมบน “โลกออนไลน์” หรือ “โลกความเป็นจริง” จึงขอกล่าวถึงข้อควรปฏิบัติและควรระวังในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

๑. พึงตระหนักเสมอว่าการโพสต์ข้อความ หรือแสดงความคิดเห็นให้เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ เป็นข้อความที่สามารถเข้าถึงได้โดยสาธารณะ ดังนั้นผู้เผยแพร่ต้องรับผิดชอบ ทั้งด้านสังคม และกฎหมาย
๒. อย่าเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไป บนสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงข้อมูลทางการเงิน เพราะการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไป ภัยร้ายก็จะเข้าใกล้ตัวเรามากขึ้นเท่านั้น การระบุ วัน เดือน ปีเกิด จะทำให้มีคนฉ้อโกงหรือขโมยข้อมูลได้ หากเป็นเด็ก หรือวัยรุ่น จะยังเป็นเป้าหมายเพราะล่อลวงได้ง่าย
๓. ไม่ควรโพสต์ข้อความ ที่ชี้ชวนให้มีความเคลื่อนไหวส่วนตัวของเราตลอด เช่น บอกสถานะว่าไม่อยู่บ้าน หรือเดินทางไปไหน ขับรถอะไร ซึ่งทำให้ผู้ไม่หวังดีวางแผนมาทำร้าย หรือวางแผนขโมยทรัพย์สินเราได้
๔. ใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่งในการโพสต์ หรือ เผยแพร่ ส่งต่อ ข้อความ รูปภาพ วิดีโอที่อาจทำให้ผู้อื่นเสียหาย เช่น ภาพหลุด คลิปหลุด หรือ โพสต์รูปภาพที่สื่อถึงอวัยวะต่างๆ และไม่ควรใช้ถ้อยคำหยาบคาย ถ้อยคำลามก อนาจาร ดูหมิ่น ส่อเสียด เสียดสี ให้ร้ายผู้อื่นในทางเสียหาย หรือสร้างความแตกแยกในสังคม
๕. พึงระมัดระวังอย่างยิ่งที่จะไว้ใจหรือเชื่อใจคน ที่รู้จักผ่านอินเทอร์เน็ต ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อ อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ หรือชื่อสถานศึกษา เพราะอาจถูกหลอกลวง หรือล่อลวงไปทำอันตรายได้
๖. ให้ระมัดระวังการเช็คอิน (Check-in) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้กล้องโทรศัพท์ถ่ายภาพ ระบุพิกัด และเวลา เพราะภาพทุกภาพ การโพสต์ทุกอย่างจะอยู่ในอินเทอร์เน็ต ไม่มีวันถูกลบอย่างแท้จริง

ที่มา: ข้อควรระวังในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ . (๒๕๕๙, ๓๑ พฤษภาคม).

<https://pannawito๑.wordpress.com/>



ใบความรู้ที่ ๒

เรื่อง ข้อควรปฏิบัติและควรระวัง ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์



ใบงานที่ ๒ เรื่อง การวิเคราะห์สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น
 หน่วยการเรียนรู้ที่ ๒ เรื่อง อิทธิพลและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อวัยรุ่น
 แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒ เรื่อง สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น
 รายวิชา สุขศึกษา รหัสวิชา พ ๒๓๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

คำชี้แจง : ครูให้นักเรียนจับคู่กันและระดมสมองเพื่อตอบคำถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง
 ตอนที่ ๑ สัญลักษณ์การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ไทยที่ครูมานำเสนอ นักเรียนอาจเคยพบ
 เจอในโทรทัศน์หรือตามสื่อต่างๆ ดังนั้นครูขอให้นักเรียนทั้งคู่ช่วยกันพิจารณาจับคู่ป้ายสัญลักษณ์กับ
 ข้อความให้ตรงความหมายซึ่งกันและกัน (นักเรียนนำหมายเลขใต้ภาพไปใส่ช่องภาพสัญลักษณ์)



(๑)



(๒)



(๓)



(๔)



(๕)



(๖)



(๗)

ภาพสัญลักษณ์	คำอธิบาย
	เป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน แต่จะเน้นเจาะจงไปหาเด็กเล็ก ซึ่งรายการประเภทนี้ จะให้ความบันเทิงและสาระที่สนุกสนาน สำหรับเด็ก ๆ ที่ควรจะได้รับชมตามความเหมาะสม
	เป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กและผู้ชมทั่วไป, รายการนี้จะจัดเน้นเนื้อหาสาระให้กับเด็ก ๆ สื่อถึงการพัฒนาของเด็ก ๆ ที่จะต้องได้รับสาระจากรายการนี้ นอกจากนี้ ผู้ใหญ่สามารถให้คำแนะนำแก่เด็ก ๆ ในด้านของสาระความรู้จากรายการประเภทนี้



ใบงานที่ ๒

เรื่อง สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการวัยรุ่น



ตัวแทนนักเรียนนำเสนอ
แลกเปลี่ยนเรียนรู้





สรุปบทเรียน

“หลักการพิจารณาสื่อโฆษณา
ได้แก่อะไรบ้าง”





สรุปบทเรียน

การทันต่อเหตุการณ์เพราะจะทำให้เราได้รับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม, การใช้เหตุผลทางวิทยาศาสตร์สุขภาพในการวิเคราะห์สื่อ ผู้บริโภคควรพิจารณาสื่อด้วยความเป็นเหตุผล และความเป็นไปได้ โดยคำนึงถึงหลักทางวิทยาศาสตร์ ไม่หลงเชื่อโฆษณาชวนเชื่อ, การศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเชื่อ

บทเรียนครั้งต่อไป

เรื่อง อนามัยเจริญพันธุ์

รายวิชาสุขศึกษา ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ดาวน์โหลดเอกสารได้ที่ www.dltv.ac.th

