

ใบความรู้ที่ ๕ เรื่อง การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๘ เรื่อง อ่านคิดเขียน เรียนรู้ภาษา
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๕ เรื่อง การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือจากสื่อโฆษณา
รายวิชา ภาษาไทย รหัสวิชา ท๑๖๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖

ความหมายของโฆษณา

โฆษณา คือ การเผยแพร่ข้อความไปยังสาธารณชน ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการเพื่อประโยชน์ในทางการค้า เป็นการเชิญชวน ชักจูง โน้มน้าวใจให้ผู้อ่านหรือผู้ฟังสนใจ นิยมใช้สินค้า หรือสิ่งที่โฆษณา และคล้อยตามการโฆษณานั้น

จุดประสงค์ของการโฆษณา คือ

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