

รายวิชา ภาษาไทย

รหัสวิชา **ท๒๓๑๐๑** ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓
หน่วยที่ ๓ พินิจคำ พินิจความ สารโน้มน้าวใจ

เรื่อง พิจารณาสื่อโฆษณา
ในชีวิตประจำวัน (๒)

ครูผู้สอน ครูมานिता สาเหล็ก

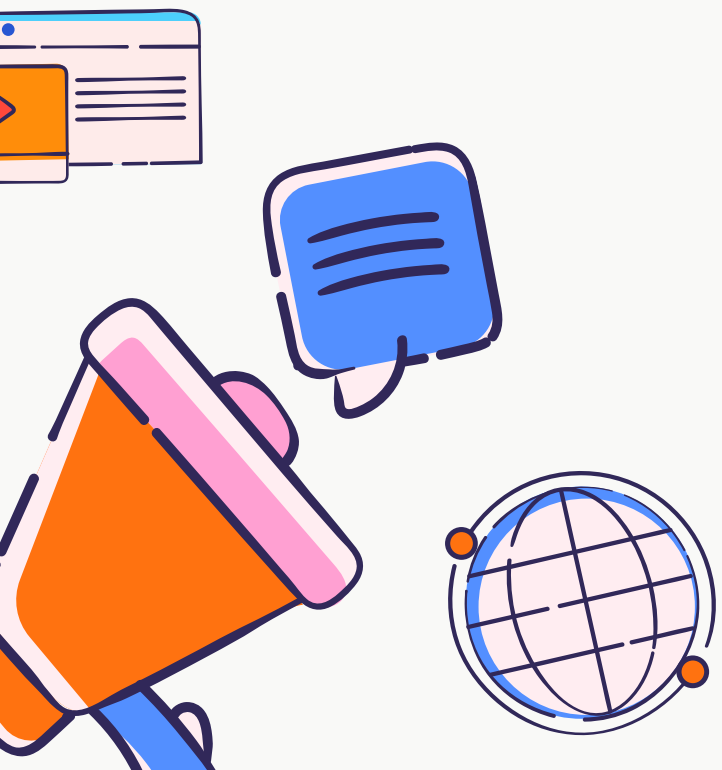


พิจารณาสื่อโฆษณา ในชีวิตประจำวัน (๒)





กลยุทธ์การใช้ภาษา ในโฆษณา

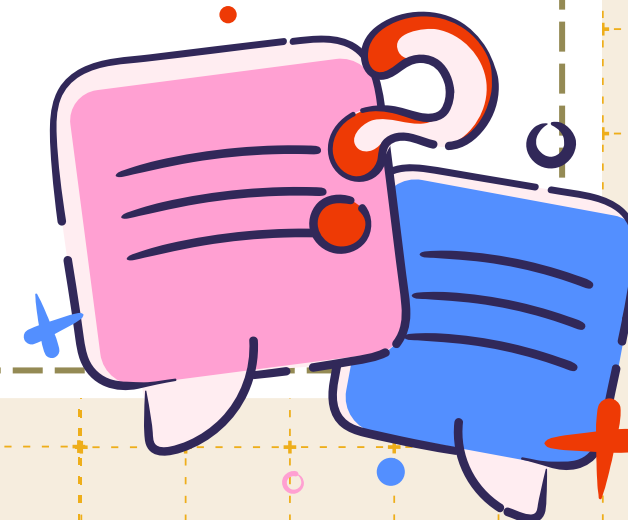
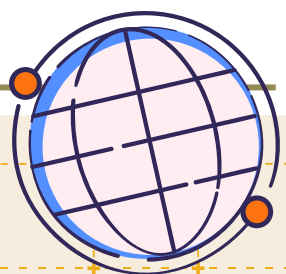




จุดประสงค์การเรียนรู้



๑. ระบุกลวิธีของการใช้ภาษาในสื่อโฆษณาได้
๒. นำเสนอลักษณะเด่นของภาษาในโฆษณาได้อย่างถูกต้อง
๓. เลือกสื่อโฆษณาอย่างมีวิจารณญาณ





คำถามชวนคิด

“นักเรียนเลือกซื้อสินค้า
หรือบริการด้วยเหตุผลใดบ้าง”

ความต้องการ

ความน่าเชื่อถือ

ราคา

คุณภาพ





ภาษาไมชน่า เป็นอย่างไร



👉 **ขนมจีน**
น้ำยาปู



เนื้อปูแน่นๆ
หวานมัน เข้มข้น



ราคา
90
บาท/ชุด





กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณา

- การใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา
- การใช้ภาษาเปรียบเทียบ
- การใช้ภาษาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต
- การใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขัน





กลยุทธ์การใช้ภาษาในโฆษณา

- การอ้างอิงถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง/สถาบัน
รับรองที่น่าเชื่อถือ
- การชักจูงด้วยปริมาณ ประสิทธิภาพ
พรีเมียม
- การแนะนำ





กลยุทธ์การใช้ภาษาในโฆษณา

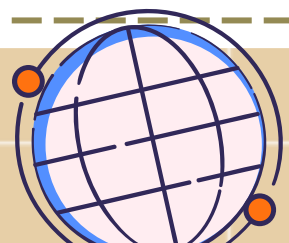
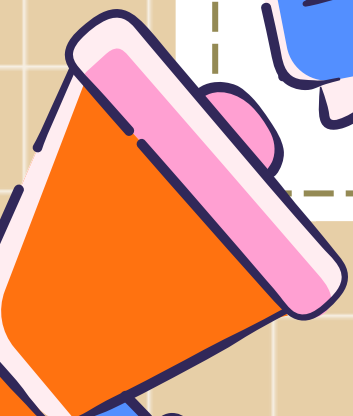
- การใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา

นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์หรือ ประสิทธิภาพ
ของสินค้าซึ่งต้องอธิบายข้อมูลรายละเอียดสินค้าให้ชัดเจน
เป็นการอ้างถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ โดยไม่อ้างถึง
ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน



ตัวอย่าง

“บริการตัดผมราคา ๓๐ บาท ทุกเพศทุกวัย
ณ ลานโพธิ์ ทุกเย็นวันศุกร์”





กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณา

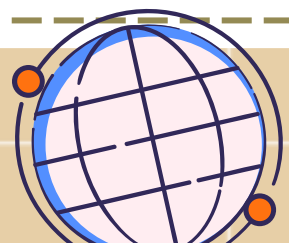
- การใช้ภาษาเปรียบเทียบ

เป็นการนำเสนอสินค้า ๒ ยี่ห้อ เพื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติอย่างชัดเจน โดยการนำเสนอต้องแน่ใจว่าคุณสมบัติสินค้านั้นมีสรรพคุณเหนือกว่าและทำพิสูจน์ได้จริง



ตัวอย่าง

“เพราะชักเลือ่ตัวนี้ด้วยผงชักฟอกเพียงอย่างเดียว
แต่คราบก็อาจยังอยู่ ใช้ **คลื่นเวอร์** ที่มีสูตรเฉพาะ
ขจัดคราบตั้งแต่ครั้งแรกที่ชัก”





กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณา

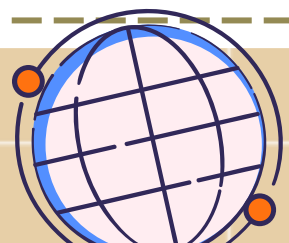
- การใช้ภาษาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต

เป็นการโฆษณาที่นำเสนอส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งในชีวิต ที่มีสินค้ารวมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย อาจจะนำเสนอรูปแบบของปัญหาและการใช้สินค้านั้นเพื่อแก้ไขปัญหา



ตัวอย่าง

“ตอนเป็นวัยรุ่นจะกินอะไรก็ไม่ต้องคิดมาก แต่พออายุมากขึ้น กินหมูกระทะไปหน่อยเดียวค่าไขมันสูงปรี๊ด ฉันทเลยหันมาใส่ใจ สุขภาพมากขึ้น โดยใช้เพอร์เฟกต์เบอร์รีที่มีสารช่วยดักจับไขมัน ตอนนี้ก็กลับมากินหมูกระทะได้อย่างสบายใจแล้ว”





กลยุทธ์การใช้ภาษาในโฆษณา

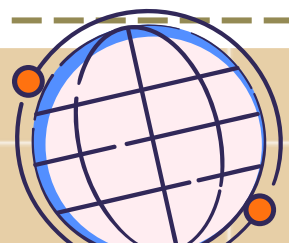
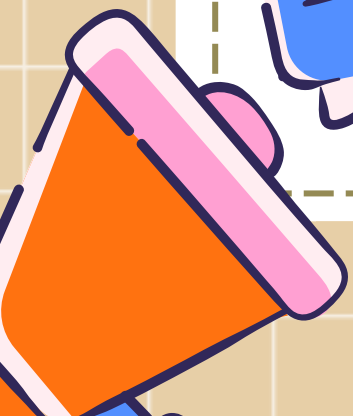
- การใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขบขัน

เป็นการโฆษณาที่เน้นความบันเทิงของผู้รับสาร
เป็นการสื่อสารโดยอ้อมไม่ใช่การนำเสนอสารแบบ
ตรงไปตรงมา



ตัวอย่าง

“แกงส้มมันหอยมัยแม่ น้องไม่เคยเห็นแกงอื่นเลยหนา
แม่แกงส้มตั้งแต่วันจันทร์ วันนี้วันศุกร์แล้วแม่ก็ยังแกงส้มเหมือนเดิม
แต่ที่ไม่เหมือนเดิมคือ...แกงส้มเครื่องแกงป่าดาหลา หอยแรง สะใจ”





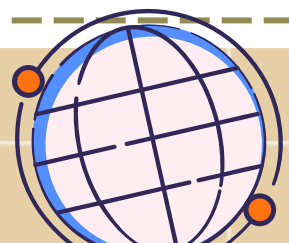
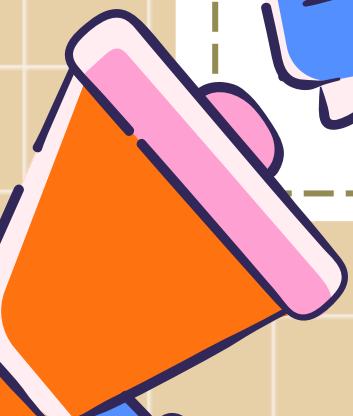
กลยุทธ์การใช้ภาษาในโฆษณา

- การอ้างถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง/สถาบันรับรองที่น่าเชื่อถือ
เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง
เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้สนใจโฆษณา



ตัวอย่าง

“แป้งฝุ่นตรา เด็กยิ้มกรุ้มกริ่ม อ่อนโยนต่อผิวบอบบาง
ผ่านการทดสอบมาตรฐานความปลอดภัย
จากสถาบันผิวหนังระดับโลก”





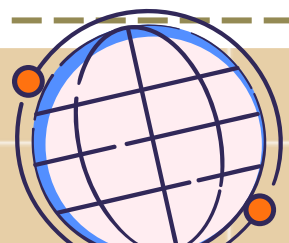
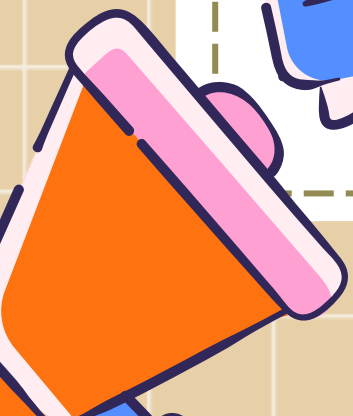
กลยุทธ์การใช้ภาษาในโฆษณา

- การชักจูงด้วยปริมาณ ประสบการณ์ โพรโมชั่น
เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณ ให้เห็นผลประโยชน์
เชิงปริมาณ ได้แก่ การยืมดีคืนเงิน การลดราคาสินค้าหรือ
คอกเบี้ย ฯลฯ



ตัวอย่าง

“**มา ๔ จ่าย ๓** เอาใจวัยรุ่นก่อนปิดเทอม
หมาล่าหม้อไฟ เนื้อออส ribs อาย สามชั้น ซี่ฟู้ด จุก ๆ ”





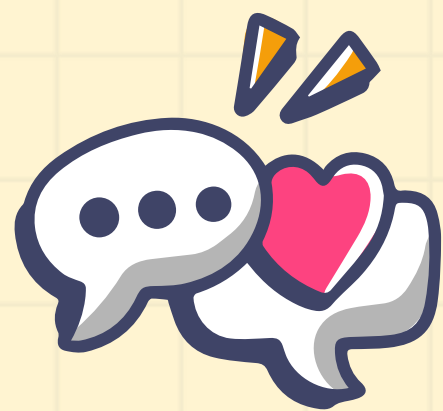


กิจกรรม

สำรวจตลาด

ตรวจภาษาโฆษณา



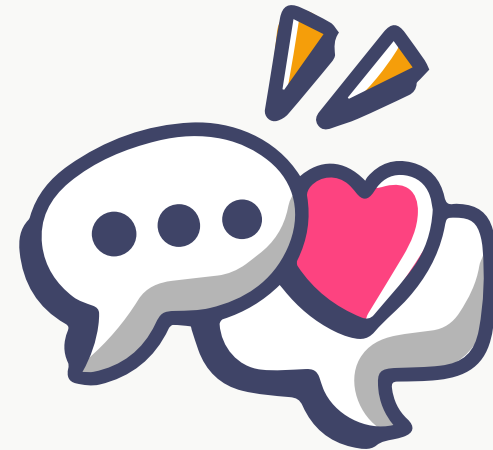


กิจกรรมสำรวจตลาด ตรวจภาษาโฆษณา

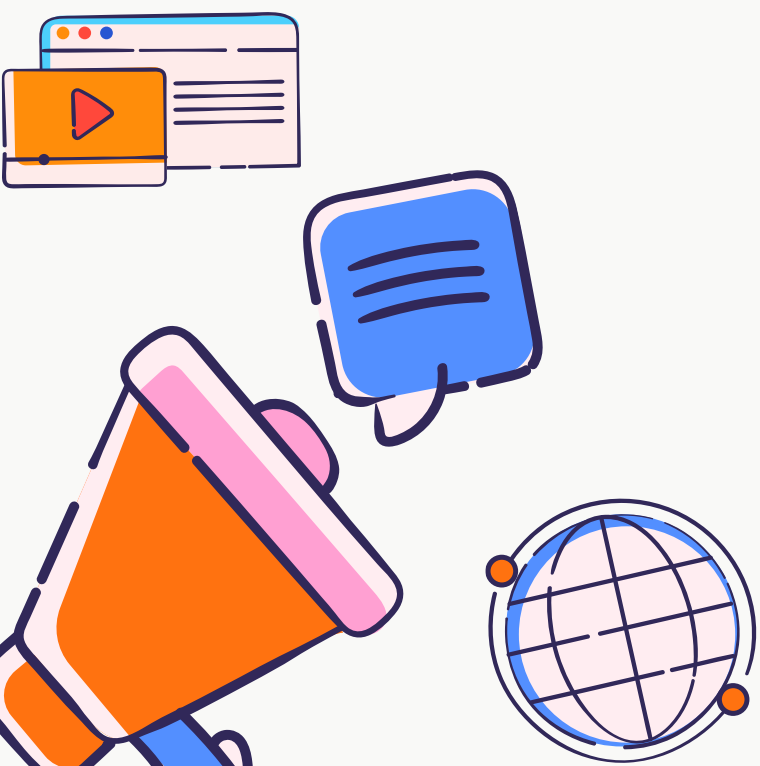
ให้นักเรียนแบ่งกลุ่มกลุ่มละ ๕ - ๖ คน
เลือกสื่อโฆษณาในแพลตฟอร์มออนไลน์
ประเภทสื่อภาพหนึ่ง ที่คิดว่าใช้กลวิธีการ
ใช้ภาษาน่าสนใจ



นำเสนอ กลวิธีการ



ใช้ภาษาในสื่อโฆษณา







จดทักจำเลย



จดทัยจำเลย

น.บุคคลผู้ยื่นฟ้องคดีต่อศาล,
ผู้กล่าวหา





บทเรียนครั้งต่อไป

เรื่อง ประเมินสื่อโฆษณา ในชีวิตประจำวัน

สามารถดาวน์โหลดใบความรู้และใบงานได้ที่ www.dltv.ac.th

ติดต่อครูผู้สอน เพจห้องเรียนภาษาไทย ม.๓ DLTV ๙



สิ่งที่ต้องเตรียม

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาไทย ม.๓
- สมุดภาษาไทย

สามารถดาวน์โหลดใบความรู้และใบงานได้ที่ www.dltv.ac.th

ติดต่อครูผู้สอน เพจห้องเรียนภาษาไทย ม.๓ DLTV ๙

