****

 **รายวิชา ภาษาไทย ใบความรู้ หน่วยที่ ๑สื่อภาษาไตรมรรค**

 **ท๒๒๑๐๑ เรื่อง ลักษณะของการโฆษณา ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๒**

**ชื่อ – สกุล..........................................................................................ชั้นม. ..../....เลขที่........**

**ภาษาโฆษณา**

 **ภาษาโฆษณา** คือ ภาษาที่ใช้โน้มน้าวให้ผู้ฟัง หรือผู้อ่านสนใจในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มักใช้ถ้อยคำและศิลปะการพูดที่เร้าใจจนผู้ฟังเกิดความไว้วางใจในตัวผู้พูด เกิดความเชื่อถือ และคิดใคร่ครวญถึงประโยชน์หรือผลที่จะได้รับจากการซื้อสินถ้า หรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จากนั้นก็ตัดสินใจซื้อสินค้า การโฆษณามักจะเริ่มต้นบอกให้ทราบว่า ในขณะที่มีสินถ้า หรือผลิตภัณฑ์นั้นขึ้นแล้ว มีการให้ข่าวสารข้อมูลเพิ่มเติมว่าผลิตภัณฑ์ที่กล่าวถึงมีลักษณะอย่างไรบ้าง เป็นการสร้างความสนใจให้แก่ผู้ฟัง พร้อมกล่าวถึงคุณภาพ เพื่อให้ผู้ฟังคิดใคร่ครวญดูว่า ผลิตภัณฑ์นั้นดีหรือไม่ มีประโยชน์หรือไม่ ผู้บริโภคหรือผู้ฟังก็จะติดตามด้วยตนเองว่าจะซื้อหรือทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การพูดโฆษณาเป็นการพูดจูงใจได้หลายระดับด้วยกัน นับตั้งแต่การบอกเล่าให้ทราบ การพูดให้เชื่อถือ การพูดจูงใจ เพื่อให้เกิดความคล้อยตาม และการพูดโน้มน้าวใจเพื่อให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง คือ ลงมือซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

 โดยทั่วไปผู้เขียนโฆษณามีวัตถุประสงค์ที่จะบอกให้รู้ ให้ดูเป็นของดี เป็นของที่มีประโยชน์ ลักษณะโดดเด่น เน้นสรรพคุณ กระตุ้นให้ซื้อ น่าเชื่อถือทุกถ้อยคำ เตือนความทรงจำได้ดี ทำให้มีความสนใจ ให้ศรัทธา อยากจะหามาใช้

 การโฆษณานั้นใช้ขั้นตอนในการโฆษณา ๕ ขั้น คือ การสร้างความสนใจ สร้างความต้องการ สร้างความพอใจ สร้างมโนภาพ และการลงมือกระทำการ

**กระบวนการยอมรับ ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้**

1. การให้รับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น
2. การสร้างความสนใจ คือ การมีผู้โฆษณาให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าผลิตภัณฑ์มีลักษณะอย่างไรบ้าง มีส่วนประสมและกรรมวิธีในการผลิตอย่างไรบ้าง
3. การประเมินคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น คือผู้พูดหรือโฆษณาจะบอกให้ผู้ฟัง ทราบว่า ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีคุณภาพหรือประโยชน์มากน้อยเพียงใด ผู้ฟังหรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ก็จะพิจารณาใคร่ครวญถึงประโยชน์และผลได้ผลเสียด้วยตนเอง
4. การทดลอง คือ การเปิดโอกาสให้ลูกค้า หรือผู้ซื้อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง
5. การยอมรับ คือ การรับหรือการใช้สินค้า หรือผลิตภัณฑ์นั้นต่อไป

**ลักษณะของการโฆษณา**

 ๑. มีพลังชักนำ ถ้อยคำที่ใช้ในการโฆษณาจะต้องมีพลังที่จะจูงใจผู้ฟังหรือผู้อ่านให้สนใจในสินค้า หรือผลิตภัณฑ์นั้น เช่น ข้าวถุงตราถนัดศรี ข้าวดีกินอร่อย, ฮอลล์ใหม่ทำไมใหญ่ขึ้น

 ๒. เกิดถ้อยคำสำนวนใหม่ ภาษาโฆษณาเป็นผลงานสร้างสรรค์ของนักโฆษณาที่เลือกคำมาร้อยเรียงกัน ให้มีความหมายเกิดความไพเราะ เช่น จิบเดียวจับใจ, จิ๋วแต่แจ๋ว, สดใสซาบซ่า, บริการทุกระดับประทับใจ

 ๓. ใช้ความคิดสร้างสรรค์ นักโฆษณาที่ประสบความสำเร็จจะเป็นทั้งนักภาษาและนักโฆษณาไปในขณะเดียวกัน ต้องคิดสร้างสรรค์ สร้างศรัทธา ความสนใจ ความเชื่อถือ แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่เกินจริง ไม่หลอกลวง เช่น การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า

 ๔. อ้างสรรพคุณยิ่งใหญ่ การที่จะให้ความสนใจสินถ้า หรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จะต้องอ้างว่า สินค้านั้น ๆ มีสรรพคุณสูงค่าราคา เช่น คุณภาพคับแก้ว, คุณภาพล้านเปอร์เซ็นต์

 ๕. เร้าใจผู้ซื้อ ภาษาโฆษณาจะใช้เป็นภาษาที่เร้าใจโน้มน้าวใจให้ผู้ฟัง หรือผู้ชมประทับใจในสินค้า หรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น ...สำหรับนักธุรกิจชั้นสูง, ทำเลทอง, นาทีทอง, โอกาสทอง

 ๖. สื่อสารให้คิด ภาษาโฆษณาที่ฉลาดจะต้องเลือกใช้ถ้อยคำภาษาที่จะพยายามสื่อสารให้ผู้ฟังได้คิด เช่น เราสามารถช่วยท่านได้ , เราห่วงใยดวงใจของคุณ, สิ่งที่ดีในชีวิต, กระดาษสารพัดเช็ด

 ๗. ประดิษฐ์ถ้อยคำกะทัดรัด ภาษาโฆษณาที่ดีพยายามใช้ถ้อยคำสั้น กะทัดรัด ทำให้ผู้รับสารรับรู้ได้รวดเร็ว เช่น ลูกมากจะยากจน, เพื่อนคู่คิด มิตรคู่ใจ, เล็กดีรสโต

 ๘. สื่อสารสัมผัสให้เห็นจริง ใช้ภาษาที่สื่อประสาทสัมผัส เป็นการยั่วยุประสาทสัมผัสในรูปแบบที่ไม่มีใครใช้มาก่อน เช่น กลิ่นสะอาด, ใช้ครีม...ผิวเนื้อเนียนนุ่ม ละมุนละไม

 ๙. สำคัญยิ่งต้องสร้างความเชื่อถือ นักโฆษณาที่ดีจะต้องพยายามใช้ถ้อยคำที่ผูกใจ สามารถสร้างความเชื่อถือให้แก่ผู้ฟังหรือผู้ชมได้

 ๑๐. จุดเด่น คือสะดุดตาสะดุดใจ คำหรือภาษาที่ใช้ต้องเลือกสรรอย่างพิถีพิถัน ใช้คำแปลกใหม่ให้เกิดความสะดุดใจ เช่น มาเริงร่าสดใสในโลกสวยด้วยสี...

 ๑๑. ใช้ถ้อยคำคล้องจอง โดยสร้างวลี หรือประโยคให้สัมผัสคล้องจอง ถ้อยคำที่คล้องจองกันทำให้สะดุดตาสะดุดใจ จำได้แม่นยำ เช่น เครื่องดื่มมีคุณค่า ราคาน้ำอัดลม

