หน่วยการเรียนรู้ที่

๑๐

การเขียนโฆษณาประชาสัมพันธ์ในงานอาชีพ

แนวคิด

การโฆษณาเป็นการเผยแพร่หรือกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายต้องการซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น การโฆษณามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน ในการประกอบอาชีพต่าง ๆ ล้วนต้องใช้สื่อโฆษณาด้วยกันแทบทั้งสิ้น การประชาสัมพันธ์เป็นการแจ้งข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานของตนให้ประชาชนได้ทราบ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและเกิดความศรัทธาต่อหน่วยงานปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีการเผยแพร่โดยผ่านสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ มากมาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และอินเทอร์เน็ต

สาระการเรียนรู้

๑. ความหมายของการโฆษณาประชาสัมพันธ์
๒. จุดประสงค์ของการโฆษณาประชาสัมพันธ์
๓. ประเภทของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
๔. ลักษณะของการโฆษณา
๕. การใช้ภาษาให้เหมาะสมกับสื่อ
๖. ส่วนประกอบของข้อความโฆษณา
๗. หลักการเขียนข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

๑. บอกความหมายและจุดประสงค์ของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้
๒. อธิบายสื่อและลักษณะของโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ได้
๓. สามารถใช้ภาษาไทยเหมาะสมกับสื่อได้
๔. อธิบายส่วนประกอบของข้อความโฆษณาได้
๕. อธิบายหลักการเขียนข้อความโฆษณาได้

ความหมายของการโฆษณาประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายของคำว่า “โฆษณา” ดังนี้

“เผยแพร่หนังสือออกไปยังสาธารณชน ป่าวร้อง ป่าวประกาศ เช่น โฆษณาสินค้า หรือ กระทำการไม่ว่าโดยวิธีการใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ”

การโฆษณา (Advertising) จึงหมายถึง การเผยแพร่หรือกระทำการด้วยวิธีใด ๆ เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อจูงใจให้ลูกค้าสนใจซื้อสินค้าและบริการนั้น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายของคำว่า “ประชาสัมพันธ์” ไว้ดังนี้

“ติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน, เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในกรณีนี้”

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) จึงหมายถึง การเผยแพร่ความรู้และข่าวสารของหน่วยงานแก่ประชาชน โดยทั่วไปมักเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน ซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี

การโฆษณาประชาสัมพันธ์จึงเป็นการเผยแพร่ความรู้และข่าวสารของหน่วยงาน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในทางที่ดีขึ้น

จุดประสงค์ของการโฆษณาประชาสัมพันธ์

จุดประสงค์ของการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีหลายประการ ดังนี้

๑. เพื่อให้ประชาชนรู้จักสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งเกิดจากการโฆษณาแนะนำ

๒. เพื่อให้ประชาชนสนใจในสินค้าหรือบริการนั้นๆ

๓. เพื่อบอกกล่าวเผยแพร่ เป็นการให้ความรู้และแจ้งข่าวสารของหน่วยงานให้บุคคลทั่วไปได้ทราบ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย

๔. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การให้ความรู้และสร้างทัศนคติให้ประชาชนทราบ อย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดได้ง่ายขึ้น

๕. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของหน่วยงานหรือสถาบัน

ประเภทของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

สื่อโฆษณาแบ่งออกได้หลายประเภท ในที่นี้แบ่งสื่อโฆษณาเป็น ๔ ประเภท ดังนี้

๑. สิ่งพิมพ์ เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้ตัวหนังสือเป็นตัวกลาง ถ่ายทอดความคิด ไปสู่ประชาชน สื่อสิ่งพิมพ์มีดังต่อไปนี้

๑.๑ หนังสือพิมพ์

๑.๒ นิตยสารหรือวารสาร

๑.๓ ไปรษณีย์หรือจดหมาย

๑.๔ แผ่นพับและใบปลิว

๒. การกระจายเสียง เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้เสียง ภาพ หรือตัวอักษร สื่อที่ใช้การกระจายเสียงมี ๒ ประเภท ได้แก่ วิทยุและโทรทัศน์

๒.๑ วิทยุ เป็นสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมกลุ่มผู้ฟังได้เป็นจำนวนมาก มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างถูก

๒.๒ โทรทัศน์ เป็นสื่อโฆษณาที่ใช้ทั้งภาพ เสียงและตัวอักษร จึงมีค่าใช้จ่ายสูง การโฆษณา ทางโทรทัศน์เป็นที่นิยมอย่างยิ่งในปัจจุบัน

๓. ป้ายโฆษณา เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้ตัวอักษรเช่นเดียวกัน แต่ใช้สถานที่ กลางแจ้ง เป็นการนำเสนอสินค้าหรือบริการให้ประชาชนเห็นได้ง่าย ป้ายโฆษณามี ๒ ประเภท

๓.๑ ป้ายโฆษณาอยู่กับที่ เป็นป้ายโฆษณาที่ตั้งอยู่ ณ ตำแหน่งที่มีผู้คนผ่านไปมาจำนวนมาก ที่ได้ผลดีและมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างน้อย

๓.๒ ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ เป็นป้ายโฆษณาที่ติดตามยานพาหนะเพื่อให้ประชาชนได้รู้จักสินค้าและบริการนั้นๆ อย่างใกล้ชิดแม้ประชาชนจะอยู่กับที่

๔. สื่ออื่นๆ เป็นการโฆษณาด้วยวิธีการต่างๆ นอกเหนือไปจากการใช้สิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง และป้ายโฆษณา การโฆษณาโดยใช้สื่ออื่นๆ มีดังนี้

๔.๑ ภาพยนตร์ คือ การให้ตัวละครในภาพยนตร์ใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ

๔.๒ อินเทอร์เน็ต คือ การโฆษณาผ่านเครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ที่ใช้ทั้งตัวอักษร ภาพ สี และเสียง การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยมมาก เพราะสะดวกและรวดเร็ว และประชาชนสามารถรับสื่อโฆษณาอยู่ได้ตลอดเวลา

๔.๓ การโฆษณา ณ จุดซื้อ คือ การแนะนำสรรพคุณหรือคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการ ณ จุดที่ประชาชนซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

ในงานอาชีพมักใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรไปสู่มวลชน ซึ่งปรากฏหลายรูปแบบ การเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อมวลชนที่ใช้ตัวอักษรเป็นสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ ใบปลิว ควรระมัดระวังเรื่องการใช้ภาษาให้เหมาะสม เพราะสื่อเหล่านี้นำกลับมาอ่านเมื่อใดก็ได้ เนื่องจาก มีลักษณะเป็นลายลักษณ์อักษร ผู้ใช้สื่อเหล่านี้จึงควรมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่นำเสนอ ควรใช้ภาษาที่สุภาพ

การใช้สื่อโทรทัศน์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารโดยใช้ภาพ เสียง และตัวอักษร เป็นการนำเสนอข่าวสารด้วยภาพความเคลื่อนไหว ดังนั้นลักษณะการนำกลับมาดูอีกครั้งจึงอาจจะไม่สามารถจดจำข่าวสารทั้งหมดได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้รับสารด้วย สิ่งที่ควรคำนึงก็คือ การใช้ภาษา ซึ่งเป็นไปได้ว่าอาจใช้ภาษาพูดได้ แต่ต้องเป็นภาษาสุภาพและชัดเจน

ลักษณะของการโฆษณา

การโฆษณามีลักษณะสำคัญหลายประการ ดังนี้

๑. การโฆษณาเป็นกิจกรรมสื่อสารมวลชน (Mass Media) วัตถุประสงค์ในการสร้างงานโฆษณาก็เพื่อจะเผยแพร่ข้อเสนอให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ข้อความ รูปภาพ หรือ สัญลักษณ์ที่สนับสนุนการขายสินค้าหรือบริการอย่างกว้างขวางไปสู่มวลชนที่สามารถเข้าถึงได้ทุกสถานที่ตามลักษณะของสื่อสารมวลชน

๒. การโฆษณาเป็นการสื่อสารเพื่อการจูงใจ (Persuasion) การโฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ดังนั้น การโฆษณาจะต้องกล่าวเฉพาะด้านที่ดีเท่านั้น จึงจะสามารถจูงใจได้ มีคำกล่าวว่า การโฆษณาเป็น Half Truth ซึ่งหมายความว่า “ทุกสิ่งที่กล่าวในการโฆษณาจะต้องเป็นจริง แต่การโฆษณานั้นจะไม่กล่าวถึงทุกสิ่งที่เป็นจริง” เพราะฉะนั้นความเป็นจริงหลายอย่างอาจจะไม่ปรากฏในการโฆษณา เพราะความจริงบางอย่างไม่ช่วยในการจูงใจ

๓. การโฆษณาเป็นการจูงใจด้วยเหตุผลจริง (Real Reason) และเหตุผลสมมุติ (Supposed Reason) การจูงใจด้วยเหตุผลจริง หมายถึง การจูงใจโดยบอกคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ ของผลิตภัณฑ์ ส่วนการจูงใจด้วยเหตุผลสมมติ หมายถึง การจูงใจโดยใช้หลักการตอบสนองความต้องการด้านจิตวิทยา

การใช้ภาษาให้เหมาะสมกับสื่อ

สื่อแต่ละประเภทย่อมใช้ภาษาในการสื่อสารต่างกัน อย่างไรก็ตามการใช้ภาษาให้เหมาะสมกับสื่อมีข้อควรคำนึงต่อไปนี้

๑. **ใช้ภาษาให้เหมาะสมกับประเภทของภาษา** นั่นคือ ใช้ภาษาพูดเมื่อต้องใช้สื่อคำพูด และใช้ภาษาเขียนเมื่อต้องใช้สื่อสิ่งพิมพ์ หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาพูดเมื่อต้องสื่อสารด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ การใช้ภาษาในสื่อสิ่งพิมพ์จึงควรมีความระมัดระวังเพราะเก็บไว้เป็นลายลักษณ์อักษรได้

๒. **ใช้ภาษาให้สุภาพ เหมาะสม** หลีกเลี่ยงคำหยาบ ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน สิ่งที่ควรคำนึงทุกครั้งในการสื่อสารก็คือ ภาษาที่ใช้ต้องสุภาพและเหมาะสม

๓. **ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและชัดเจน** ควรใช้ถ้อยคำที่สั้น กะทัดรัด หลีกเลี่ยงการใช้คำกำกวม คำย่อ และศัพท์วิชาการในแต่ละสาขาอาชีพ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจสารอย่างถูกต้องและชัดเจน

ส่วนประกอบของข้อความโฆษณา

ส่วนประกอบที่สำคัญของข้อความโฆษณาแบ่งออกได้ ๔ ส่วน ดังนี้

๑. **ส่วนข้อความพาดหัว (Headline)** เป็นส่วนแรกของการโฆษณา ที่มีความสำคัญมากเพราะผู้อ่านมักอ่านส่วนนี้ก่อน ข้อความพาดหัวข่าวมักใช้ข้อความที่ดึงดูดความสนใจ อาจเป็นการใช้ภาษาที่เป็นวลี ใช้ประโยคคำถามหรือใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ หรือใช้อักษรตัวหนา ทั้งนี้ต้องใช้ภาษาที่สะดุดตาผู้พบเห็น ลักษณะข้อความพาดหัวที่ดี ได้แก่

- มีการออกแบบที่สะดุดตาผู้พบเห็น
- มีการใช้ภาษาที่ทำให้ผู้อ่านสะดุดใจ ต้องการอ่านโฆษณานั้น และต้องการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น
- นำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจสินค้าหรือบริการนั้น

๒. **ส่วนข้อความขยายพาดหัวหรือส่วนพาดหัวรอง (Sub Headline)** เป็นการขยายข้อความพาดหัวให้เข้าใจกระจ่างและชัดเจนยิ่งขึ้น มักใช้ภาษาที่ค่อนข้างยาวและปรากฏอยู่คนละบรรทัดกับพาดหัวหลัก

๓. **ส่วนขยายรายละเอียดของสินค้าหรือบริการหรือส่วนข้อความโฆษณา** เป็นส่วนนำเสนอข้อมูลและรายละเอียดทั้งหมดของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้แก่ ความดีเด่นพิเศษ เอกลักษณ์ คุณภาพ และประโยชน์ของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ในส่วนนี้จะต้องใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและชัดเจน น่าเชื่อถือ กะทัดรัด และเชิญชวนให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการ

๔. **ส่วนสรุปหรือส่วนท้าย** เป็นส่วนที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้เร็วขึ้น เป็นส่วนที่บอกแหล่งผลิตหรือสถานที่ที่สามารถติดต่อได้ ส่วนสรุปหรือส่วนท้ายนี้อาจจะจบ ด้วยคำคม หรือคำขวัญ เพื่อทำให้ลูกค้าประทับใจ

สิ่งที่สำคัญยิ่ง คือ การเลือกใช้ภาพประกอบ ที่น่าสนใจและสร้างสรรค์

หลักการเขียนข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์

การเขียนข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์ คือ การรวบรวมความคิดทั้งหมดของผู้โฆษณาประชาสัมพันธ์แล้วนำเสนอด้วยวิธีการเขียน มีหลักการดังนี้

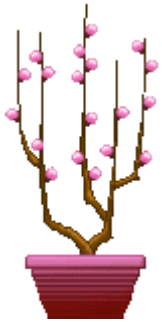
๑. **เขียนตามความเป็นจริง** นำเสนอข้อมูลที่เป็นความจริง สิ่งใดที่เป็นข้อดีหรือข้อเด่นของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ให้นำมาเขียนให้มากที่สุดตามความเป็นจริง มีข้อควรระวังก็คือ อย่านำเสนอเกินจริงเพราะจะเป็น การหลอกลวงประชาชนได้

๒. **ไม่ใช้ถ้อยคำที่เสียดสี โจมตี หรือทับถมคู่แข่งขันทางการค้า** เพราะลูกค้าอาจเกิดอคติกับสินค้าหรือบริการของผู้โฆษณา ทำให้ลูกค้าไม่สนใจและปฏิเสธสินค้าหรือบริการนั้นๆ

๓. **ใช้ภาษาให้เหมาะสมและสุภาพ** ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ถูกต้องตามหลักภาษาไทย เขียนให้กระชับ ชัดเจน และตรงประเด็นที่สุด อาจใช้ถ้อยคำที่เป็นโวหารเปรียบเทียบหรือคำคมต่างๆ ก็ได้

๔. ใช้ส่วนประกอบอื่นๆ ให้เหมาะสม ได้แก่ ขนาดตัวอักษร หรือภาพประกอบ หลีกเลี่ยงการใช้สถิติหรือตัวเลขต่างๆ เพราะอาจทำให้เกิดความสับสน ควรเขียนหรือยกตัวอย่างง่าย ๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหา เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้า องค์ประกอบทั้งหมดในข้อความประชาสัมพันธ์ควรสอดคล้องกัน ได้แก่ ข้อความและรูปภาพประกอบ

ปัจจุบันการโฆษณาประชาสัมพันธ์เน้นไปที่การสร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยอ้างชื่อผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยนำเสนอด้วยการให้ความรู้กับลูกค้าและสอดแทรกคุณสมบัติ หรือประโยชน์ของสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยไม่บอกตรงๆ ผู้อ่านจึงควรพิจารณาข้อความโฆษณาอย่างละเอียดและรอบคอบ หน่วยงานต่างๆ นิยมใช้การประชาสัมพันธ์เพราะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี มักประชาสัมพันธ์หน่วยงานโดยนำเสนอด้วยรูปแบบ “ข่าวประชาสัมพันธ์”



สรุปสาระสำคัญ

การเขียนโฆษณา มีจุดประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ เร้าความสนใจ และทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้นๆ ในที่สุด ดังนั้นการเขียนโฆษณาที่ดีจึงมีผลอย่างยิ่งต่อการสร้างความสนใจให้ลูกค้า การโฆษณามีหลายลักษณะขึ้นอยู่กับการเลือกใช้สื่อในการโฆษณาให้เหมาะสม ที่สำคัญคือ ต้องคำนึงถึงการใช้ภาษาให้เหมาะสมกับสื่อประเภทนั้นๆ ภาษาที่ใช้ต้องเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง ควรใช้ภาษาที่ง่ายและชัดเจน เป็นภาษาที่สุภาพเหมาะสม โดยไม่โจมตีเสียดสี หรือทับถมคู่แข่งขันทางการค้า การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ความรู้และข่าวสารของหน่วยงานแก่ประชาชน โดยมุ่งผลระยะยาวและเน้นไปที่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน ดังนั้น จึงควรนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง โดยใช้ภาษาที่สุภาพ สื่อความหมายชัดเจน หากต้องใช้ภาพประกอบก็ควรเลือกภาพที่เหมาะสมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน