

บทคัดย่อ

175426

การวิเคราะห์โฆษณาโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส เฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ ในปี พ.ศ. 2547 มุ่งศึกษากลวิธีการโฆษณา และการสร้างมายาคติ

ผลการวิจัยสรุปว่า ภาษาโฆษณาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในสื่อหนังสือพิมพ์มีองค์ประกอบ 3 ส่วนได้แก่ พาดหัวโฆษณา ข้อความโฆษณา และส่วนลงท้าย ส่วนในสื่อโทรทัศน์ก็มีองค์ประกอบ 3 ส่วนเช่นกัน ได้แก่ ส่วนเริ่มต้น ส่วนดำเนินเรื่อง และส่วนท้าย องค์ประกอบแต่ละส่วนมีลักษณะเด่นด้านกลวิธีการโฆษณา คือ ใช้ภาษาที่มุ่งเร้าความสนใจ การให้รายละเอียดของสินค้าและบริการ นอกจากนี้ ยังปรากฏใช้คำภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษปนกับภาษาไทย ใช้สัมผัสคล้องจอง ใช้ภาษาพูด ใช้คำเปรียบเทียบกับขั้นกว่า เป็นต้นอีกด้วย

ในด้านอวัจนภาษา โฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ นิยมใช้ภาพแสดงการใช้สินค้า ภาพแสดงสถานที่ที่ใช้สินค้าและบริการ ภาพแสดงสีหน้า และภาพเครื่องหมายการค้ามาเป็นเครื่องมือจูงใจให้ซื้อบริการ

โฆษณาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ได้สร้างมายาคติในเรื่องความสะดวกสบาย ทันสมัย และทำหน้าที่ช่วยสานความสัมพันธ์ของครอบครัวและสังคม

ABSTRACT

175426

The Thesis Title of An Analysis of Advance Info Service Public Company Limited's Mobile-Phone Advertisement VIA Newspaper and Television in the Year 2004 was focused on the study of advertisement strategy and creation of illusion ideology.

The results of the research study was with a conclusion that the mobile phone advertisement in the newspaper medium was comprised of 3 composition including the headline, the content of the advertisement and the closing part whereas the mobile phone advertisement in the television medium was comprised of 3 composition as well including the introduction, the story and the closing, each of the composition of which has prominent aspect in respect of advertisement strategy i.e. the language appealing interests and attention, providing a description of the product and service. Furthermore, the use of mixture of foreign languages especially English together with Thai, the use of harmony consistent to rhyme, the use of talking language, using comparison of comparative degree also appeared for instances.

In respect of non-verbal language the advertisements in the newspaper and television media were popular of using the demonstration of product and service, the demonstration of facial expression and the demonstration of trademark as an persuasive instrument to appeal the purchase of service and produce.

Mobile phone advertisements in newspaper and television create the myth in respect of convenience and comfort, modernism, and working the role of weaving the family as well as social ties.