

ภาคผนวก ง

การพรรณาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อเร้าความสนใจที่ปรากฏใน
พาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพรร
ตารางที่ 70-94

ตารางที่ 70 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วรรณกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการบอกความรู้สึกโดย
การหักทลายในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

ตัวอย่างพาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Welcome to Evitality.com (WMI, 2000, Retrieved August, 2000)	หักทลาย เชิงแนะนำชื่อเว็บไซต์	การหักทลายเชิงแนะนำชื่อเว็บไซต์เป็นการ สร้างความสนใจของผู้เยี่ยมชมด้วยประโยค คำหักทลาย Welcome to เพื่อแสดง ไมตรีจิตพร้อมกับแนะนำชื่อเว็บไซต์ให้เป็น ที่รู้จัก จดจำและ สะดวกต่อการเลือกเยี่ยมชม เว็บไซต์ครั้งต่อไป
2 Welcome to FeelGreat.net (Feel great, n.d., Retrieved August, 2000)		
3 Welcome to HERBALFIRE.COM (Welcome to herbalfire.com, n.d., Retrieved August, 2000)		
4 "Welcome to SJS-Health- Shop-Online Store <u>Nutrition, Vitamins, Herbs, Fitness & Weight Loss Products</u> " (Sjs-health-shop-online store, n.d., Retrieved August, 2000)	หักทลาย เชิงแนะนำ ประเภทสินค้า	การหักทลายเชิงแนะนำประเภทสินค้าช่วยประหยัด เวลาในการอ่านเอกสารโฆษณาหน้าต้อนรับทั้งหมด เนื่องจากสินค้าหลักของเว็บไซต์ได้รับการนำเสนอ ไว้ในพาดหัวหลักแล้ว จึงทำให้ผู้เยี่ยมชม สามารถรู้ได้ทันทีถึงประเภทสินค้าที่ จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ นอกจากนั้น
5 WELCOME TO <u>HERBAL COFFEE</u> Teeccino (Herbal coffee teeccino, n.d., Retrieved August, 2000)		การระบุประเภทสินค้าอย่างตรงไปตรงมา ยังสามารถดึงดูดผู้เยี่ยมชมที่มีความต้องการซื้อสินค้า นั้นๆ ให้เลือกชมสินค้าจากเว็บไซต์ก่อนจะเลือกชม เว็บไซต์อื่น
6 Welcome to the Toddy Shop-The Place for Health Through <u>Liquid Supplement</u> . (The toddy shop, n.d., Retrieved August, 2000)		
7 Welcome to <u>Herbalife</u> (Taylor & pond corporation communication, n.d., Retrieved August, 2000)	หักทลาย เชิงแนะนำ/เน้น เครื่องหมายการค้า	การหักทลายเชิงแนะนำเครื่องหมายการค้า ช่วยแนะนำและเน้นชื่อยี่ห้อสินค้าให้เป็นที่ รู้จักและจดจำเพื่อพิจารณาเลือกซื้อสินค้า ยี่ห้อนั้นๆ ช่องทางการจำหน่ายอื่นนอกเหนือจาก อินเทอร์เน็ต เช่น จากร้านค้าทั่วไป
8 Welcome to <u>Morinda</u> ®		

ตารางที่ 70 (ต่อ)

ตัวอย่างพาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
TAHITIAN NONI juice		
(Morinda Tahitian noni juice, n.d., Retrieved August, 2000)		
9 Welcome to <u>HEAVENSENT</u>		
(Heaven sent, n.d., Retrieved August, 2000)		
10 <u>Nature's Sunshine Products</u> Welcomes you.		
(Nature's sunshine products, n.d., Retrieved August, 2000)		
11 Welcome to <u>Essential Health and Wellness Inc.</u>	ชักทาย เชิงแนะนำ ชื่อองค์กร ผู้ผลิตหรือ ผู้จำหน่ายสินค้า	การชักทายเชิงแนะนำชื่อองค์กรผู้ผลิต สินค้าเป็นการเพิ่มความมั่นใจในความ ปลอดภัยการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการระบุชื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย สินค้าช่วยให้ผู้เยี่ยมชมสามารถตรวจสอบ ประวัติหรือการมีอยู่ตัวตนอยู่จริงของ องค์กรนั้นๆก่อนสั่งซื้อสินค้า และยังช่วยให้ สะดวกในการติดต่อสอบถามหากเกิด ปัญหาหลังการซื้อสินค้าไปแล้ว
(Essential health and wellness inc., n.d., Retrieved August, 2000)		
12 Welcome to the homepage of the <u>ALVITA Tea Company</u>		
(Webmaster@twinlab, n.d., Retrieved August, 2000)		
13 Welcome to the <u>Herbal Sage Co. Website</u>		
(Herbal sage co., n.d., Retrieved August, 2000)		
14 Welcome to <u>Our Home in Cyberspace</u>	ชักทาย เชิงเปรียบเทียบ	การชักทายเชิงเปรียบเทียบ ใช้เพื่อเปรียบเทียบ ให้เห็นภาพของเว็บไซต์ว่าเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า แห่งหนึ่งซึ่งอยู่ท่ามกลางข้อมูล ข่าวสารและโฆษณา จำนวนมากในอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเล็ง เห็นว่าเว็บไซต์เป็นสถานที่ที่สามารถพิกพิงได้ใน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและเยี่ยมชมเว็บไซต์ นับล้านเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต
(Essential dreams, n.d., Retrieved August, 2000)		

ตารางที่ 71 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการบอกความรู้สึก
โดยการขอบคุณในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
The Herbaladies Thanks for Visiting Herballadies. (Drexler, 2000, Retrieved August, 2000)	ขอบคุณการเยี่ยมชม เว็บไซต์	พาดหัวหลักข้างต้นเป็นประโยคที่สุภาพสตรีผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์ 2 คน ขอบคุณการสละเวลาเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมประทับใจในคำขอบคุณและเลือกชมเว็บไซต์ theherbaladies.com เข้าเนื่องจากการขอบคุณทำให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าคุณเป็นบุคคลที่มีความสำคัญยิ่ง

ตารางที่ 72 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการบอกความรู้สึก
โดยการเน้นในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 It's time to lead an active life. (Creative design, 2000, Retrieved August, 2000)	เน้นจุดเริ่มต้น ของเวลาสำหรับ การดูแลสุขภาพ	พาดหัวหลักข้างต้น เป็นการใช้วัจนกรรมการบอกความรู้สึกโดยการเน้นจุดเริ่มต้นของเวลาแห่งการนำพาชีวิตไปสู่ความสดใส ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมตระหนักถึงความสำคัญของการเริ่มต้นดูแลสุขภาพ
2 IT'S YOUR HEALTH (Consulting first inc., n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นความเป็น เจ้าของ	พาดหัวหลักเป็นการแสดงความรู้สึกต่อความเป็นเจ้าของสุขภาพแต่เพียงผู้เดียวของบุคคลแต่ละคนดังนั้นพาดหัวหลักข้างต้นจึงเป็นการเน้นเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมตระหนักถึงรูปแบบการดำรงชีวิตที่พึงกระทำเพื่อประโยชน์ของตนเป็นหลัก เช่น การเลือกบริโภคอาหารเสริมเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อบำรุงสุขภาพของตนเองด้วยตนเอง

ตารางที่ 73 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการ
เชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าโดยตรง ในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 <u>BuyChai.com</u> TEAs HERBS ACCESSORIES And more... (Buy chai inc., 2000, Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ซื้อสินค้า โดยตรง	พาดหัวหลักเป็นการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า โดยการให้คำกริยา buy และใช้คำนาม Chai, tea, herbs และ accessories เจาะจงสินค้าที่เชิญชวนให้ซื้อ พาดหัวหลัก ข้างต้นจึงเชิญชวนให้ซื้อโดยตรงไปตรง มาเพื่อจำหน่ายสินค้าให้ได้นั่นเอง
2 <u>Order Now</u> Latin Delight Herbal Beverage (Empowernet LLC, 2000, Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ซื้อสินค้า โดยตรง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้สั่งซื้อสินค้าอย่าง ตรงไปตรงมาด้วยคำกริยา order พร้อมกับ ใช้คำกริยาพิเศษ now เพื่อเราให้มีการสั่ง ซื้อสินค้าภายในเวลาที่ผู้โฆษณาต้องการ
3 <u>Bundaberg</u> <u>Drink To Your Health</u> (Drink to your health, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ดื่ม เครื่องดื่มโดยตรง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มยี่ห้อ Bundaberg โดยให้เหตุผลเพื่อโน้มน้าวให้ ผู้เยี่ยมชมดื่มตามที่ชี้แนะว่า ดื่มเพื่อสุขภาพ ของผู้เยี่ยมชมเอง

ตารางที่ 74 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการ
เชิญชวนให้เยี่ยมชมเว็บไซต์โดยตรง ในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 <u>The Wessex Group</u> <u>Visit Our Online</u> <u>Stores</u> (The wessex group, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้เยี่ยมชม เว็บไซต์โดยตรง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ซึ่ง เป็นร้านจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเลือกชมและพิจารณา เลือกซื้อสินค้า

ตารางที่ 74 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
2 <u>READ HOW WE CHANGED OUR LIVES.</u> (Read how we changed our lives, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้อ่าน เว็บไซต์โดยตรง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้อ่านรายละเอียด ในเว็บไซต์โดยมีคำถาม how ช่วยกระตุ้น ความสนใจใคร่รู้และอ่านหรือเยี่ยมชม เว็บไซต์ตามคำชี้แนะ
3 <u>VOODOO RAIN Enter the mystical of VooDoo Rain, a place of enchantment and the mystical source of herbally enhanced juice and tea.</u> (Voodoo rain, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ เยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยตรง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยบรรยายบรรยากาศภายในเว็บไซต์ไว้ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจและ ต้องการเยี่ยมชมเว็บไซต์ยิ่งขึ้น

ตารางที่ 75 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการ
เชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์โดยอ้อมด้วยประโยคคำสั่งที่ขึ้นต้น
ด้วยคำกริยาที่บ่งบอกประโยชน์ของการซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 <u>Happy Healthy & Wealthy Achieve Physical, Mental & Financial Well-being!</u> (Happy healthy and wealthy, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ประสบ ความสำเร็จด้าน สุขภาพและการเงิน	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าเพื่อการมี สุขภาพกายและใจที่เป็นสุข และเชิญชวน ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อการมี ฐานะการเงินที่ดีด้วยการใช้คำกริยา achieve เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าการใช้หรือจำหน่ายสินค้า ที่โฆษณาเป็นการสร้างความสำเร็จให้ชีวิต
2 <u>Be Healthy And Rich</u> (Be healthy and rich, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้แข็งแรงและ ร่ำรวย	พาดหัวหลักเชิญชวนให้มีฐานะร่ำรวยและสุขภาพ แข็งแรงเพื่อให้คุณสมบัติทั้งสองเป็นจุดสร้างความ สนใจให้ผู้เยี่ยมชมสนใจใคร่รู้วิธีทำให้ได้มาซึ่ง เงินทองและผลประโยชน์ ตามที่พาดหัวหลักเชิญชวน
3 <u>DISCOVER THE MANY HEALTH</u>	เชิญชวนให้ค้นหา ประโยชน์ของ	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ค้นประโยชน์ของ เครื่องดื่มนี้ด้วยการใช้คำกริยา discover

ตารางที่ 75 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
<u>BENEFITS OF THE HAWAIIAN NONI</u> (Authentic Hawaiian noni juice & tea, 2000, Retrieved August, 2000)	เครื่องดื่ม	ซึ่งบ่งบอกถึงการค้นหาสิ่งมีค่าที่ถูกเก็บซ่อนไว้ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมต้องการค้นหาเพื่อค้นพบประโยชน์ของเครื่องดื่มโดยการดื่มเครื่องดื่มหรือเยี่ยมชมรายละเอียดในเว็บไซต์
4 Good Health Through Intelligent Nutrition <u>Experience the Difference</u> (Good health through intelligent nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้สัมผัส ความแตกต่าง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ซึ่งเป็นสินค้าหรือเว็บไซต์ที่ไม่ซ้ำใครด้วยคำกริยา experience เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าคุณสามารถประสบ พบ และสัมผัสความแปลกใหม่ไม่ซ้ำใครของเว็บไซต์หรือของเครื่องดื่มที่ถูกหลักโภชนาการนั้นได้ด้วยตนเอง
5 New Tetley drawstring tea bags... <u>extract the flavor without the mess!</u> (Drawstring tea, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ ดื่มชาสอรรอย โดยไม่ต้องกังวล	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ดื่มน้ำชาที่บรรจุในซองที่ป้องกันผงชาหกเลอะเทอะด้วยคำกริยา extract แทน drink เพื่อเน้นเอกลักษณ์ของซองชาแบบใหม่ที่มีเพียงสอรรอยเท่านั้นที่จะหลุดลอดออกมาจากซองได้ ซึ่งจะทำให้การดื่มชาตามที่พาดหัวหลักเชิญชวนนั้นอรรอยยิ่งขึ้น
6 HAZEL <u>LOOK FANTASTICS</u> (Hazel, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้มี หน้าตาสวยงาม	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าที่ผลิตจากสมุนไพร Hazel ด้วยประโยค look fantastics ซึ่งบ่งบอกถึงผลลัพธ์ของการใช้สินค้าเพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมที่ต้องการมีรูปลักษณ์งดงามใช้สินค้า
7 <u>1st Herb Source - Improve your health Naturally.</u> (1st herb source, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้รักษา รักษาสุขภาพให้ดีขึ้น	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าสมุนไพรด้วยการใช้คำกริยา improve ซึ่งบ่งบอกถึงการปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าสินค้าสมุนไพรจำหน่ายมีสรรพคุณในการรักษาสุขภาพให้ดีขึ้น
8 <u>Keep Your Heart in Shape By Drinking Tea</u> (Keep your heart in shape by drinking tea, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้รักษา สุขภาพหัวใจ	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ดื่มน้ำชาโดยการเชิญชวนให้รักษาสุขภาพของหัวใจเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าการดื่มน้ำชาเป็นเรื่องใกล้ตัวที่จำเป็น และต้องการดื่มน้ำชาตามคำชี้แนะเพื่อรักษาชีวิตให้ยืนยาว

ตารางที่ 75 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
9 <u>Look the way you want to look</u> <u>Feel the way you want to feel!</u> (Look the way you want to look, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้มีกาย และใจในแบบที่ ต้องการ	พาดหัวหลักเชิญชวนให้บริโภคสินค้าโดย ระบุผลลัพธ์ของการใช้สินค้าว่าจะมีใจกาย ในแบบที่ต้องการ เพื่อจูงใจผู้เยี่ยมชมให้ต้องการ ใช้สินค้าเพื่อให้ได้รับผลลัพธ์ดังกล่าว
10 <u>WWW.SHAPENOW.COM</u> <u>SHAPENOW.COM</u> (Shape now, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวน ให้รักษารูปร่าง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าเพื่อรักษา รูปร่างให้ได้สัดส่วนด้วยคำกริยา shape ซึ่งบ่งบอกถึงสรรพคุณของสินค้าที่สามารถ ช่วยลดน้ำหนักส่วนเกินได้เพื่อให้เกิดความ ต้องการใช้สินค้าและได้รับสรรพคุณดังกล่าว
11 <u>NON PLONK</u> <u>Enjoy Life !</u> (Non plonk, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ มีความสุข	พาดหัวหลักที่ 11 และ 12เชิญชวนให้ดื่ม เครื่องดื่มโดยการเชิญชวนให้มีความสุข สนุกสนานกับชีวิตและกับการมีสุขภาพ แข็งแรงด้วยคำกริยา enjoy เพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชม ต้องการดื่มหรือใช้สินค้าเพื่อให้
12 <u>Enjoy Health</u> (Changes mktg group, 1998, Retrieved August, 2000)		ชีวิตมีความสุขตามคำชี้แนะ
13 <u>TRIBAL TONICS</u> <u>JOIN THE TRIBE</u> (Tribal tonics, 1998, Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ รวมเป็นส่วนหนึ่ง ของเผ่า	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มยี่ห้อ Tribal Tonics ซึ่งหมายถึงเครื่องดื่มของชน ชนเผ่าพื้นเมือง ด้วยคำกริยา join เพื่อให้เกิดความ เข้าใจว่าการดื่มเครื่องดื่มจะให้ความรู้สึกของรสชาติ แบบพื้นเมืองราวกับได้ร่วมวงดื่มอยู่กับชนพื้นเมือง
14 <u>Experience Health</u> (Undine web creations, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ สัมผัส การมีสุขภาพดี	พาดหัวหลักเชิญชวนให้สัมผัสกับการมีสุขภาพ แข็งแรงแทนการเชิญชวนให้เยี่ยมชมหรือให้ใช้สินค้า โดยตรงเพื่อให้การมีสุขภาพพลานามัยดีเป็นจุดเร้า ให้ผู้เยี่ยมชมต้องการใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อประสบ พบหรือสัมผัสกับการมีสุขภาพดี
15 <u>Savor the Moment</u> (Savor the moment, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ลิ้ม รสชาติ อย่างช้า ๆ	พาดหัวหลักเชิญชวนให้บริโภคสินค้าด้วย คำกริยา savour เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกถึง รสชาติของอาหารเครื่องดื่มที่มีจำหน่ายว่าอร่อยเลิศ

ตารางที่ 75 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
		รสนจต้องค้อย ๆ รับประทานอาหารเหล่านั้นเพื่อให้ทุกเสี้ยววินาทีของความอร่อยผ่านไปช้า ๆ และคุ้มค่า
16 1adiet.com <u>Lose 30 pounds up to 30 days</u> (1adiet, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ลดน้ำหนัก	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าด้วย 1) คำกริยา lose หรือการลดน้ำหนักซึ่งเป็นเป้าหมายของผู้มีน้ำหนักตัวมากเกินไป และ 2) ตัวเลข 30 ที่บ่งบอกถึงน้ำหนักและช่วงเวลาที่สามารถลดลงได้เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าสินค้าสามารถช่วยลดน้ำหนักได้วันละ 1 ปอนด์
17 Watkins Healthier Living Since 1868 <u>Feel Better...</u> <u>Live Longer...</u> (Watkins, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้มีอารมณ์ดีและอายุยืน	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าโดยเชิญชวนให้มีสุขภาพและอารมณ์ที่ดีขึ้นด้วยคำกริยา feel better และ live longer ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพใจและกายที่เป็นสุขเพื่อเชิญชวนให้ผู้ต้องการมีอายุยืนและอารมณ์ดีบริโภคสินค้ายี่ห้อ Watkins
18 ONEONONE NUTRITION <u>GET THE FACTS,</u> <u>GET THE FUELS,</u> <u>GET FIT.</u> (Oneonone nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้รับข้อเท็จจริงและรับความแข็งแรง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้เยี่ยมชมเว็บไซต์และให้ซื้อสินค้าด้วยคำกริยา get ซึ่งบ่งบอกถึงการได้รับพลังงานหรือการเข้าถึงเพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมต้องการได้รับประโยชน์ซึ่งได้แก่ facts, fuels และ fit ให้เยี่ยมชมและ/หรือซื้อสินค้าตามคำแนะนำ

ตารางที่ 76 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการเชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์โดยอ้อมด้วยประโยคคำสั่งที่ขึ้นต้นด้วยคำกริยาที่บ่งบอกประโยชน์ของการซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ + บุพบทสืบออกประเภทและ/หรือยี่ห้อสินค้า

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Before Your Next Snack, Meal or Appetizer, <u>Start the</u>	เชิญชวนให้เริ่มต้นควบคุมน้ำหนักอย่างฉลาด	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ซื้อสินค้ามาบริโภคโดยอ้อมด้วยการเชิญชวนให้เริ่มต้นมื้ออาหารอย่างชาญฉลาด (หรืออีกนัยหนึ่งคือ

ตารางที่ 76 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
<u>Smart Way With</u> <u>Durk & Sandy's Starter's</u> <u>Thermogenic Herbal Tea</u> (Durk & Sandy's starter's themogenic herbal tea, n.d., Retrieved August, 2000)		เลิกบริโภคอาหารเครื่องดื่มยี่ห้อเดิมที่เคย บริโภคแล้วหันมาบริโภคน้ำชาที่โฆษณา) ด้วยประโยคคำสั่งที่มีบุพบทวลีเจาะจงยี่ห้อน้ำชา เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเลือกดื่มเฉพาะน้ำชาที่โฆษณา
2 <u>Change your life</u> <u>with Changes</u> ® (Changes international, 2000, Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ เปลี่ยนแปลงชีวิต	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าโดยอ้อมด้วยคำ กริยา change ซึ่งบ่งบอกถึงการมอบสิ่งใหม่ให้กับ ชีวิต นอกจากนั้น คำกริยา change ยังเป็นคำเดียวกับ ชื่อยี่ห้อสินค้าที่อยู่ในบุพบทวลีในตอนท้ายของ ประโยค ทั้งนี้เพื่อบ่งชี้ความเกี่ยวข้องและชื่อยี่ห้อสินค้า และเพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าสินค้ายี่ห้อ Changes มีสรรพคุณเปลี่ยนแปลงชีวิตได้จริงสมชื่อสินค้า
3 <u>Dare to be THIN</u> <u>WITH HERBALIFE</u> <u>The #1 Weight Loss</u> <u>Program</u> (Dare to be thin with Herbalife, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้กล้า มีรูปร่างผอมบาง	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าโดยอ้อมด้วย ด้วยคำกริยา dare เพื่อเชิญชวนให้เลิกกลัวการ ลดน้ำหนักโดยมีบุพบทวลี with Herbalife The #1 weight loss program ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ ผู้เยี่ยมชมกล้าปฏิบัติตามคำแนะนำเพราะเป็นการ ลดน้ำหนักกับสินค้าคุณภาพชั้นหนึ่ง
4 <u>Thousand Crane Tea</u> <u>Take Flight with</u> <u>Thousand Cranes Tea</u> <u>and explore new worlds</u> <u>of flavor.</u> (Innovative interactive marketing solution, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้บิน	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าโดยเชิญชวนให้ บินเพื่อค้นหารสชาติใหม่ ทั้งนี้การใช้คำกริยา ดังกล่าวช่วยให้ผู้เยี่ยมชมจินตนาการถึงการเดินทาง ท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเปิดโลกทัศน์เพื่อรับรู้สิ่งใหม่ และลิ้มรสความอร่อย
5 <u>Improve Your</u> <u>Quality of Life with</u> <u>AIM Herbs & Whole</u> <u>Food Concentrate</u> (AIM herbs & whole food	เชิญชวนให้ปรับปรุง คุณภาพชีวิต	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าโดยอ้อมโดย เชิญชวนให้ปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้เยี่ยมชม เพื่อให้เกิดความคล้อยตามเพราะเป็นการใช้สินค้า เพื่อประโยชน์ของผู้เยี่ยมชมเอง ส่วนบุพบทวลี with AIM herbs & whole food concentrate

ตารางที่ 76 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
concentrate, n.d., Retrieved August, 2000)		ก็ทำหน้าที่บอกวิธีปรับปรุงคุณภาพชีวิตว่า สามารถทำได้โดยใช้สินค้ายี่ห้อ AIM
6 <u>Lose weight</u> <u>Burn Fat</u> With PREMIER HERBS <u>Start now</u> <u>Feel great</u> (Premier herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ลดน้ำหนัก กับสมุนไพร เพื่อให้ สุขภาพดี	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สินค้าสมุนไพร Premier Herbs ด้วย 1) ประโยคคำล้ง ขึ้นต้นด้วยคำกริยา lose และ burn ซึ่ง บ่งบอกถึงสรรพคุณสินค้าว่าช่วยจัดไขมัน 2) บัพพบวลีเจาะจงยี่ห้อสินค้า 3) ประโยคคำล้งที่ ชี้แนะให้ใช้สินค้าทันที และ 4) ประโยคคำล้งที่บอก ผลลัพธ์ของการซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยส่วนประกอบทั้งหมดทำหน้าที่เชิญชวนและ แนะนำซื้อสินค้าไปพร้อมกัน

ตารางที่ 77 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการ
เชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์โดยอ้อมด้วยประโยคคำล้งที่ขึ้นต้น
ด้วยคำกริยาที่บ่งบอกประโยชน์ของการซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ +
บัพพบวลีบอกประโยชน์ของการซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 <u>Go With Herbs</u> <u>For your Complete</u> <u>Health and Nutrition Needs</u> (Reynolds, 1996, Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้เดินทาง กับสมุนไพร เพื่อให้ สุขภาพดี	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ใช้สมุนไพรด้วยคำกริยา go ซึ่งบ่งบอกถึงการเดินทางเพื่อเชิญชวนให้ผู้เยี่ยมชม ใช้หรือเดินทางร่วมกับสินค้าสมุนไพร พร้อมกับระบุ ประโยชน์หรือเหตุผลของการเดินทางด้วยวลี for your complete health and nutrition needs เพื่อ ให้ผู้เยี่ยมชมเห็นว่าการทำตามคำชี้แนะนั้นเป็น ประโยชน์ต่อตนเอง
2 <u>Reach4life</u> (Reach4life enterprises, 2000, Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ มุ่งสู่จุดหมาย สูงสุดเพื่อชีวิต	พาดหัวหลักเชิญชวนให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วย คำกริยา reach ซึ่งบ่งบอกถึงการมุ่งสู่ปลายทาง สูงสุดและวลี for life ซึ่งลดรูปเหลือเพียง 4 life เพื่อ ให้ชื่อเว็บไซต์กะทัดรัดนั้น ทำให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่ การเข้าถึง หรือการเยี่ยมชมเว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญ มีประโยชน์ต่อชีวิตและเป็นสิ่งที่ควรกระทำ

ตารางที่ 78 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการถาม

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 DO YOU WANT YOUR HEALTH ? (KOREAN ORIGIN) (Korea ginseng corp., 1997, Retrieved August, 2000)	ถามเชิงชี้แนะ ให้อ่าน ข้อความโฆษณา	ตัวอย่างพาดหัวหลักเป็นการถามเชิงชี้แนะโดย ข้อมให้ผู้เยี่ยมชมอ่านข้อความโฆษณาเพื่อหาวิธี รักษาสุขภาพทั้งนี้การถามในสิ่งที่ผู้เยี่ยมชมต้องการ เช่น การมีสุขภาพแข็งแรง เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ พาดหัวหลักสามารถสร้างความสนใจของผู้เยี่ยมชมได้
2 ISN'T IT TIME WE GET BACK TO EARTH FOR OUR HEALTH NEEDS ? (Isn't it time we get back to earth for our health needs?, n.d., Retrieved August, 2000)	ถามเชิงชี้แนะ ให้หาวิธีบำรุง สุขภาพด้วยวิธี ธรรมชาติ	ตัวอย่างพาดหัวหลักเป็นคำถามที่มิได้ต้องการ คำตอบแต่เป็นการถามเชิงชี้แนะเพื่อให้ผู้เยี่ยมชม รู้สึกมีส่วนร่วม ทั้งนี้ก็เพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมคิดและ ต้องการหาวิธีรักษาสุขภาพด้วยวิธีธรรมชาติโดยการ อ่านรายละเอียดในเอกสารโฆษณาต่อไป
3 ZYDOT ARE YOU READY ? (Zydot are you ready?, n.d., Retrieved August, 2000)	ถามเชิงชี้แนะ ให้เตรียมพร้อม	ตัวอย่างพาดหัวหลักเป็นการถามเชิงชี้แนะ ให้ผู้เยี่ยมชมเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการ ทำความรู้จักกับรสชาติของเครื่องดื่มยี่ห้อ Zydot นอกจากนั้นยังเป็นการถามเชิงเตือนให้รู้ถึงการ มาเยือนของเหตุการณ์หรือประสบการณ์ใหม่ ดังนั้น การถามในสิ่งที่จะสร้างความประหลาดใจ หรือผู้เยี่ยมชมคาดไม่ถึงจึงเป็นวิธีหนึ่งซึ่งช่วยกระตุ้น ให้มีการอ่านเพื่อติดตามสิ่งใหม่ที่จะเกิดขึ้น

ตารางที่ 79 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการ
เชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยประโยคคำถามและคำตอบ

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Do you want to FEEL BETTER and LIVE HEALTHIER ? THEN TRY INTRA.	ถามถึงความต้องการ มีใจและกายเป็นสุข และตอบโดยบอกให้ ดื่มเครื่องดื่มที่โฆษณา	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ผู้เยี่ยมชมซื้อสินค้าโดยก่อน จะชี้แนะให้ซื้อสินค้า พาดหัวหลักเริ่มต้นด้วย ประโยคคำถามที่ถามเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้เยี่ยมชม ปรารถนาหรือพึงพอใจ นั่นคือ การมีใจและกายที่

ตารางที่ 79 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
(Extreme tracking, 1998, Retrieved August, 2000)		เป็นสุขเพื่อให้สิ่งที่ผู้เยี่ยมชมปรารถนาเป็นรางวัลล่อใจให้ผู้เยี่ยมชมตามคำชี้แนะที่ตามมา
2 What are you looking for ? Health or Wealth (What are you looking for? ความรวยหรือความ health or wealth, n.d., Retrieved August, 2000)	ถามถึงเป้าหมายที่ต้องการ และตอบ โดยให้เลือกระหว่าง แข็งแรง	พาดหัวหลักเป็นการถามคำถามเพื่อดึงดูดความสนใจพร้อมกับเตรียมคำตอบ health และ wealth ซึ่งเป็นสิ่งที่คนทั่วไปต้องการ ทั้งนี้เพื่อเชิญชวนผู้ที่ต้องการคุณสมบัติทั้งสองให้เยี่ยมชมเว็บไซต์

ตารางที่ 80 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการเชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยประโยคคำสั่งที่เป็นการห้าม

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 WARNING Don't drink any more water until you read this. (Don't drink any more water until you read this, n.d., Retrieved August, 2000)	ห้าม/เตือนมิให้ดื่มน้ำจนกว่าจะอ่านโฆษณา	พาดหัวหลักเชิญชวนให้อ่านโฆษณาโดยการห้ามหรือเตือนเพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชมให้สนใจใคร่รู้ถึงเหตุผลของการห้ามหรือเตือน ดังพาดหัวหลักข้างต้นที่มุ่งใจให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นและความกลัวด้วยการเตือนมิให้ดื่มน้ำจนกว่าจะได้อ่านเอกสารโฆษณา

ตารางที่ 81 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการเชิญชวนให้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยการใช้สำนวน

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Here's to your HEALTH. (Squinn@ivytech.com, n.d., Retrieved August, 2000)	เชิญชวนให้ดื่มเพื่อสุขภาพ	พาดหัวหลักเชิญชวนผู้เยี่ยมชมให้ดื่มเครื่องดื่ม Arizona ด้วยการใช้นำนวน here's to your health แทนการใช้คำว่า drink เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกสนิทสนมคุ้นเคยและรู้สึกว่าการกำลังสนทนาและร่วมดื่มกับผู้โฆษณา

ตารางที่ 82 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการชี้แนะโดยการขอร้อง
ให้ซื้อสินค้าหรือเยี่ยมชมเว็บไซต์

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
A Healthy, Wealthy Body with Nutrition For Life --Please Click Here to Visit Our New Web Store-- --Please Click Here to Shop For 1000's Of Other Products-- (A healthy wealthy body with nutrition for life, n.d., Retrieved August, 2000)	ขอร้อง อย่างตรงไปตรงมา	พาดหัวหลักใช้ประโยค 2 ประโยคในการ ขอร้องผู้เยี่ยมชมให้เยี่ยมชมหรือเลือกซื้อ สินค้าด้วยการใช้คำกริยา please ขึ้นต้น ประโยคเพื่อชี้แนะอย่างสุภาพและเพื่อให้ ผู้เยี่ยมชมรู้สึกถึงการให้เกียรติและให้ความ สำคัญกับผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 83 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการบอกสภาพโดย
การอวดอ้างเอกลักษณ์ของสินค้า

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Jean's Greens Herbal Tea Works!! (Rflanstrap@aol.com, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างสรรพคุณ ของสินค้า	พาดหัวหลักอวดอ้างสรรพคุณน้ำชาด้วยคำกริยา work คำเดียวซึ่งเป็นวิธีใช้คำจำนวนน้อย เข้าใจง่าย แต่ให้ความหมายครอบคลุมถึงสรรพคุณที่ได้ผล และรสชาติที่กลมกล่อม ทั้งนี้เพื่อทำให้น้ำชาน่าดื่ม
2 MOUNTAIN Honeybush tea is an indigenous South African herbal tea with a very pleasant flavor and many health benefits. (Mountain tea, 1997, Retrieved August, 2000)	อวดอ้างสรรพคุณ และแหล่งกำเนิด สินค้า	พาดหัวหลักอวดอ้างแหล่งกำเนิดและ สรรพคุณของเครื่องดื่มเพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชม ต้องการลองดื่ม เพราะการอวดอ้างโดย บอกสภาพหรือรายละเอียดด้านดีของ สินค้าทำให้เกิดความรู้สึกว่าการซื้อหรือดื่ม เครื่องดื่มที่โฆษณาเป็นสิ่งที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป
3 For more than 15 years, Natural Leaf & Slim Beauty Brand help you lose weight naturally.	อวดอ้างระยะเวลา ที่สินค้า สร้างประโยชน์	พาดหัวหลักอวดอ้างระยะเวลาที่สินค้าได้ มอบประโยชน์แก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างความ น่าเชื่อถือในคุณภาพและเพื่อให้ผู้เยี่ยมชม เลือกซื้อสินค้าที่โฆษณา

ตารางที่ 83 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
(Wah yat import & export inc., n.d., Retrieved August, 2000)		
4 High Potency Health Giving Elixirs Developed by Mother Nature And refined by us. (High potency health giving elixirs, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างสรรพคุณ สินค้า	พาดหัวหลักอวดอ้างเอกลักษณ์ของสินค้า ว่าเป็นสินค้ามีสรรพคุณบำรุงสุขภาพที่ผ่านการ กลั่นกรองถึง 2 ขั้นตอน คือโดยธรรมชาติและโดย ผู้ผลิตสินค้า เพื่อให้สินค้าน่าบริโภคยิ่งขึ้น
5 Trim and Healthy! Weight loss made easy with unique herbal products! (Trim and healthy, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างสรรพคุณ สินค้า	พาดหัวหลักอวดอ้างสรรพคุณของสินค้า สมุนไพรว່ว่าสามารถทำให้การลดน้ำหนัก เป็นเรื่องง่ายได้ โดยระบุถึง trim & healthy และ weight loss made easy ซึ่งบ่งบอกถึงผลลัพธ์ ของการใช้สินค้าและเป็นเป้าหมายของผู้ต้องการ ลดน้ำหนักเพื่อทำให้ผู้เยี่ยมชมต้องการใช้สินค้า
6 Yu-ccan make a difference (Yu-ccan make a difference, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างเอกลักษณ์ สินค้า	พาดหัวหลักอวดอ้างเอกลักษณ์ของเครื่องดื่มยี่ห้อ Yu-ccan ว่าเป็นเครื่องดื่มที่สร้างความแตกต่าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่า Yu-ccan เป็นเครื่องดื่ม ที่ไม่มีเครื่องดื่มยี่ห้ออื่นเสมอเหมือนและเพื่อทำให้ ผู้เยี่ยมชมต้องการลองดื่มเพื่อสัมผัสกับความ ต่างต่างนั้น
7 Bindi's skin care products and nutritional supplements employ the 5,000 year old science of Ayurveda to bring out your inner health and beauty. (Pratima, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างเอกลักษณ์ ของสูตรผลิต และความเป็น ผู้ปรารถนาดี	พาดหัวหลักอวดอ้างเอกลักษณ์ด้านสูตรการผลิต ว่าผลิตตามสูตรอายุรเวทที่มีอายุ 5,000 ปีเพื่อสร้าง ความน่าเชื่อถือพร้อมกับอวดอ้างความเป็น ผู้ปรารถนาดีต่อผู้เยี่ยมชม (well-intentioned) โดย โดยระบุว่า จุดประสงค์ของการใช้สูตรการผลิตนั้น ก็เพื่อให้ได้สินค้าสำหรับบำรุงสุขภาพและความงาม ของผู้เยี่ยมชม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าสินค้า ยี่ห้อ Bindi เป็นสินค้าที่มีคุณค่าและน่าบริโภค

ตารางที่ 84 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วรรณกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการบอกสภาพโดย
การถอดอ้างเอกลักษณ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าหรือของเว็บไซต์

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Herbtime The Herb Shop We Specialize in Safe, Proven and Effective Natural Herbal Products (The holy spirit, 1998, Retrieved August, 2000)	ถอดอ้างความเป็น ผู้เชี่ยวชาญ	พาดหัวหลักถอดอ้างเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ (credibility) โดยการ บอกถึงความเป็นผู้ชำนาญ (expertise) ซึ่งจะทำให้ ผู้เยี่ยมชมนิยมชมชอบและเชื่อถือ ยิ่งผู้เยี่ยมชม ชื่นชมในความเป็นผู้ชำนาญการมากเท่าใดยิ่งช่วย ให้การโน้มน้าวให้ซื้อหรือลองใช้สินค้าทำได้ง่ายขึ้น
2 HerbShop.com We Don't Just Sell Products. We Sell Solutions. (Dreamhost.com, 1998, Retrieved August, 2000)	ถอดอ้างความเป็น ผู้สมควรได้รับความ ไว้วางใจ	พาดหัวหลักถอดอ้างความเป็นเว็บไซต์จำหน่าย สินค้าที่โดดเด่นกว่าเว็บไซต์อื่นตรงที่จำหน่ายสินค้า ที่สามารถจัดปัญหาสุขภาพได้ด้วย การใช้ประโยค โครงสร้างคู่ขนาน 1 คู่เพื่อบอกถึงความเป็น เว็บไซต์ที่มีความรู้คู่ความน่าไว้วางใจ (trustworthy) ซึ่งผู้เยี่ยมชมมั่นใจได้ทั้งในคุณภาพของสินค้าและ การให้คำปรึกษา
3 Weight Loss is our business. (Watess, 1998, Retrieved August, 2000)	ถอดอ้างความเป็น ผู้เชี่ยวชาญ	พาดหัวหลักถอดอ้างความเป็นผู้ชำนาญด้านการ ลดน้ำหนักเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจในความเป็น มืออาชีพที่มากด้วยประสบการณ์จนสามารถยืดงาน บริการด้านการลดน้ำหนักเป็นอาชีพได้
4 BioTreasure Inc. We Treasure Your Health. (Bio-treasure inc., 2000, Retrieved August, 2000)	ถอดอ้างความเป็น ผู้ปรารถนาดี	พาดหัวหลักถอดอ้างเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำใคร ของผู้จำหน่ายสินค้าโดยวิธีถอดอ้างความเป็นผู้ ปรารถนาดี ใส่ใจในคุณภาพชีวิตของผู้เยี่ยมชม good will) ด้วยการใช้คำกริยา treasure ซึ่งตรงกับ ชื่อองค์กรเพื่อเน้นว่า Biotreasure Inc. เป็น ผู้จำหน่ายสินค้าสำหรับการบำรุงสุขภาพของ ผู้เยี่ยมชมดุจสมบัติล้ำค่าสมกับชื่อองค์กร
5 HerbaSway™ After 5,000 years, It's time you learned about us.	ถอดอ้าง ความเป็นผู้มีควม กระตือรือร้น	พาดหัวหลักถอดอ้างเอกลักษณ์ของผู้ผลิตสินค้า โดยระบุช่วงเวลาที่ผ่านมาได้มอบประโยชน์ให้แก่ ผู้เยี่ยมชมเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมตระหนักถึงสรรพคุณ ที่ได้รับการยอมรับและการพัฒนาคุณภาพที่ไม่เคย

ตารางที่ 84 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
(Herbasway™, n.d., Retrieved August, 2000)		หยุดนิ่ง (dynamism) ซึ่งช่วยให้คุณภาพสินค้า น่าเชื่อถือมากขึ้น
6 Natural Choice (in herbals) brings you products for better health & well-being (Natural choice in herbals, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างความเป็น ผู้ปรารถนาดี	พาดหัวหลักอวดอ้างความเป็นผู้จำหน่ายสินค้า ที่มีความปรารถนาดีต่อผู้บริโภคโดย ได้สรรหาสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมาจำหน่าย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเชื่อถือคุณภาพและเลือกซื้อ สินค้าที่จำหน่ายโดย Natural Choice
7 Our Saving~Grace Specialty Foods, Inc. Has combined Dandelion and other miraculous roots and herbs to create truly and epicurean beverage. (Our saving grace specialty foods, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างความเป็น ผู้เชี่ยวชาญ	พาดหัวหลักอวดอ้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ของผู้ผลิตสินค้าที่ได้ผสมสมุนไพรนานา ชนิดจนกลายเป็นเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพ อย่างดีเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจในคุณภาพ ของเครื่องดื่มว่าผลิตโดยผู้มีความรู้ด้าน การแปรรูปสมุนไพร
8 Swedish Bodyworks is dedicated to providing the most exotic, highest quality, body and skin fitness products from around the world. (QGM, 1999, Retrieved August, 2000)	อวดอ้างความเป็น ผู้มีความกระตือรือร้น	พาดหัวหลักอวดอ้างความเป็นผู้มีความ กระตือรือร้นของผู้จำหน่ายสินค้า ในการ สรรหาสินค้าบำรุงสุขภาพจากทั่วโลกมา จำหน่ายเพื่อให้เกิดความเข้าใจว่า เว็บไซต์ จำหน่ายสินค้าคุณภาพดีหลากหลายชนิด จนไม่จำเป็นต้องเลือกซื้อจากเว็บไซต์อื่น

ตารางที่ 85 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการบอกสภาพโดยการเปรียบเทียบ

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 The sun rises with Life-Caffe. (The sun rises with	เปรียบเทียบ ให้เห็นภาพพจน์ ของสรรพคุณสินค้า	พาดหัวหลักเปรียบเทียบสรรพคุณของเครื่องดื่ม Life Caffe ว่าให้พลัง ความแจ่มใสสดชื่นราวกับ พระอาทิตย์ยามเช้าที่พร้อมสำหรับภาระหน้าที่

ตารางที่ 85 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
life-caffe, n.d., Retrieved August, 2000)		ประจำวัน เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเห็นภาพพจน์ของ ความกระปรี้กระเปร่าซึ่งจะได้รับจากเครื่องดื่มว่า มากมายเท่าความร้อนแรงของดวงอาทิตย์
2 Your Weight Loss Journey Doesn't Have To Be Alone. (Your weight loss journey doesn't have to be alone, n.d., Retrieved August, 2000)	เปรียบเทียบ ให้เห็นความจำเป็น ของสินค้า	พาดหัวหลักเป็นการเปรียบเทียบให้เห็นภาพพจน์ ของการลดน้ำหนักซึ่งเหมือนการเดินทางที่ต้องใช้ เวลาและพบทั้งอุปสรรคและความสำเร็จคละกันไป และสิ่งหนึ่งที่ขาดเสียมิได้คือเพื่อนร่วมทาง การ เปรียบเทียบดังกล่าวจึงให้ภาพพจน์ของการเดินทาง ที่ผู้เยี่ยมชมจำเป็นต้องมีเพื่อนคู่คิด มิตรคู่กายอย่าง สินค้าเพื่อการลดน้ำหนักที่จำหน่ายในเว็บไซต์

ตารางที่ 86 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ฉันทกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการบอกสภาพโดยการ
แนะนำเนื้อหาในเว็บไซต์

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Anything Herbal Can Be Found Here! Herbs, Herbals, Medicine, Herbs & Spice, Cosmetics, Teas... (Sunriz herb co., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภท สินค้าหรือ เนื้อหาในเว็บไซต์	พาดหัวหลักแนะนำเนื้อหาของเว็บไซต์ด้วย ประโยคกรรมวาจกซึ่งมีวลีบอกประเภท สินค้าเป็นภาคประธานของประโยคเพื่อ เน้นว่าเว็บไซต์เป็นเว็บไซต์สรรพสินค้าสมุนไพร
2 The Place for Herbs & Supplements is "The Herbs Place" (The place for herbs & supplement, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภท สินค้าหรือ เนื้อหาในเว็บไซต์	พาดหัวหลักแนะนำว่าเว็บไซต์เป็นแหล่ง รวมสินค้าสมุนไพรเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่กำลัง มองหาสินค้าสมุนไพรทราบได้ในทันทีว่า ตนเลือกชมเว็บไซต์ได้ตรงตามความต้องการแล้ว

ตารางที่ 89 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
2 Welcome, come on in, enjoy the sights, have a great time, enjoy! (Homepage of dr.carol, n.d., Retrieved August, 2000)	ทักทายก่อนเชิญชวน ให้เยี่ยมชมเว็บไซต์	พาดหัวหลักเป็นคำทักทายและคำเชิญชวน ผู้เยี่ยมชมให้เข้ามาภายในและสนุกกับการเที่ยวชม เว็บไซต์ ซึ่งเป็นการเชิญชวนที่เหมือนการเชิญแขก ผู้มาเยือนเข้าบ้านเพื่อสร้างบรรยากาศของความ อบอุ่นเป็นกันเอง และเพื่อให้ผู้มาเยือนรู้สึกว่ สามารถเยี่ยมชมได้ทุกขอกมุมของเว็บไซต์ราวกับ เป็นบ้านของตน
3 Welcome to Herban' Spice Add some SPICE to your Life! Please Click on Image To enter (Herban' spice, n.d., Retrieved August, 2000)	ทักทายก่อนเชิญชวน ให้ใช้สินค้าและ ขอรับรองเชิงแนะนำ วิธีเข้าสู่เว็บไซต์	พาดหัวหลักทำหน้าที่ทักทายผู้เยี่ยมชมเข้าสู่เว็บไซต์ ก่อนจะเชิญชวนให้ใช้สินค้าโดยอ้อมด้วยคำกริยา add และ คำนาม spice เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่ ชีวิตจะมีรสชาติขึ้น หากทำตามคำเชิญชวน นอกจากนั้น พาดหัวหลักยังทำหน้าที่ขอรับรอง แนะนำวิธีเข้าสู่เว็บไซต์เพื่อเพิ่มความสะดวกสำหรับ การเลือกเปิดเอกสารหน้าอื่นต่อไป
4 Drink Tea ? Welcome to Tealuxe, Your Tea Bar. Relax, Look around... Enjoy some Tea. (Tealuxe Inc., n.d., Retrieved August, 2000)	ทักทายก่อนเชิญชวน ให้ซื้อและเยี่ยมชม เว็บไซต์	พาดหัวหลักทำหน้าที่ถามคำถามเพื่อดึงความสนใจ ด้วยวลีแทนประโยคเพื่อให้เกิดความรู้สึกสนิทสนม จากนั้นจึงทักทายและเชิญชวนให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และซื้อสินค้าโดยอ้อม (ดื่มชา) เพื่อสร้าง บรรยากาศของการซื้อสินค้าหรือดื่มน้ำชาด้วย อารมณ์ผ่อนคลาย ในสถานที่ที่มีเฉพาะคนใกล้ชิด และคุ้นเคย
5 Welcome to Kensun Enterprises Hard to find Teas and Drinks with the ease of internet ordering ? (Kensun enterprises, n.d., Retrieved August, 2000)	ทักทายก่อนถาม เชิงชี้แนะให้เยี่ยมชม เว็บไซต์	พาดหัวหลักทำหน้าที่ทักทายและถามเชิงชี้แนะ ชี้แนะให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยการถามถึง ปัญหาที่ผู้เยี่ยมชมประสบอยู่เพื่อให้เกิด ความเข้าใจว่าผู้โฆษณาหรือเว็บไซต์เตรียม ทางออกหรือวิธีแก้ปัญหาไว้ให้แล้ว

ตารางที่ 90 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ฉันทกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการบอกสภาพ และ
การชี้แนะ

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 BRAIN Works non-stop 365 days a year. Refresh your mind & body everyday with E= MC2 (North pole beverages co., 1997, Retrieved August, 2000)	ให้เหตุผลลงใจ ก่อนชี้แนะให้ซื้อ หรือใช้สินค้า	พาดหัวหลักเป็นการบอกสภาพความจริง ของการทำงานของสมองเพื่อให้สภาพ ดังกล่าวเป็นเหตุผลลงใจให้ผู้เยี่ยมชม ปฏิบัติตามประโยคคำสั่งที่ชี้แนะให้บำรุงสมอง ด้วยเครื่องดื่ม E=MC2
2 herbalifeisgreat.com Shape your body. Be healthy. Enjoy income opportunity (Herbalife is great, n.d., Retrieved August, 2000)	ให้เหตุผลลงใจ ก่อนชี้แนะให้ซื้อ, ใช้และเป็นตัวแทน จำหน่ายสินค้า	พาดหัวหลักอวดอ้างเอกลักษณ์ของสินค้า Herbalife ก่อนจะชี้แนะให้รักษาสุขภาพและหา รายได้จากสินค้ายี่ห้อดังกล่าว การใช้ฉันทกรรม การบอกสภาพและการชี้แนะร่วมกันจึงเป็นวิธีใช้ เอกลักษณ์สินค้าเป็นเหตุผลสนับสนุนให้เชื่อได้ว่า การมีหน้าตาสวยและฐานะการเงินดีด้วยสินค้ายี่ห้อ ดังกล่าวนี้เป็นไปได้
3 24 Million People can't be wrong. www.DietForSuccess.com (Diet for success, n.d., Retrieved August, 2000) 4) Many people today are struggling to control their weight. Well, don't look any further. (Many people today are struggling to control their weight, n.d., Retrieved August, 2000)	ให้เหตุผลลงใจ เพื่อชี้แนะให้ใช้สินค้า	พาดหัวหลักที่ 3 และ 4 ใช้วิธีบอกสภาพ ด้วยการยกตัวอย่างเหตุการณ์ทั่วไปโดย ระบุจำนวนผู้ซื้อสินค้า ทั้งแบบเจาะจง (24 million) และไม่เจาะจง (many people) เพื่อให้เหตุการณ์ทั่วไปที่กล่าวถึง เป็นเหตุผลลงใจให้ผู้เยี่ยมชมปฏิบัติตาม (diet และ not look any further)
5 Look great, Feel great ! Herbalife products help you lose weight and	ให้เหตุผลเพื่อชี้แนะ ให้ใช้สินค้า	พาดหัวหลักเชิญชวนให้ซื้อสินค้าโดยอ้อม โดยการบอกผลดีของการใช้สินค้าว่าทำให้ มีใจกายที่เป็นสุข จากนั้นจึงบอกสภาพ โดยบอกสรรพคุณสินค้าว่าช่วยลดน้ำหนัก

ตารางที่ 90 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
gain energy so you can live life to the fullest. (Look great and feel great, n.d., Retrieved August, 2000)		และเพิ่มพลังงาน ทั้งนี้เพื่อให้สรรพคุณ สินค้าเป็นเหตุจูงใจให้ผู้เยี่ยมชมใช้สินค้า เพื่อแลกกับประโยชน์หรือผลดีที่ระบุไว้

ตารางที่ 91 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการแสดงความรู้สึก
และการบอกสภาพ

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Welcome to Herbs Herbals! My name is Herb. I'm here to teach you all there is to know about herbs and herbal remedies. (Herbherbals, n.d., Retrieved August, 2000)	ทักทายก่อนแนะนำตัว	พาดหัวหลักขึ้นต้นด้วยประโยคคำทักทาย Welcome เพื่อดึงดูดความสนใจก่อนแนะนำ ประเภทธุรกิจและสินค้าของเว็บไซต์เพื่อ ตรึงผู้เยี่ยมชมที่ต้องการเลือกซื้อสินค้า สมุนไพรให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต่อไป
2 WELCOME HERE IS YOUR HOMEBASED CATALOG BUSINESS FOR THE NEW MILLENNIUM !! (Here is your homebased catalogue business, n.d., Retrieved August, 2000)	ทักทายก่อนแนะนำ ประเภทธุรกิจ	พาดหัวหลักทำหน้าที่ทักทายผู้เยี่ยมชม แล้วจึงแนะนำว่าประเภทธุรกิจหรืออีกนัยหนึ่งคือ ประโยชน์ของเว็บไซต์ว่าเป็น เว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการประกอบกิจการ ด้วยตนเองที่บ้านเพื่อตรึงผู้เยี่ยมชมที่ ต้องการหารายได้ให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต่อไป
3 Welcome to Our Homepage. We are an established manufacturer, distributor and exporter of natural health organic food & beverage and other related products (Asia electronic publication, n.d., Retrieved August, 2000)	ทักทายก่อนแนะนำ ประเภทสินค้า และธุรกิจ	พาดหัวหลักทำหน้าที่ทักทาย แนะนำ ประเภทธุรกิจและสินค้าเพื่อให้เกิดความ รู้สึกว่าเว็บไซต์ยินดีต้อนรับเสมอและเพื่อ ให้ผู้เยี่ยมชมรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัท Snow Deer และเลือกชมอาหาร เครื่องดื่ม ของบริษัทเมื่อมีโอกาส

ตารางที่ 91 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
4 Welcome to the Absolute Wellness online store, where you will find the most effective Diet Weight Loss, and Weight Management System. Additionally, we offer the Complete line of Anti-Oxidant Vitamins and Bio Nutritional Therapy Product for the overall health and well-being for your entire body. (The absolute wellness online store, n.d., Retrieved August, 2000)	ชักทายก่อนแนะนำประเภทสินค้า	พาดหัวหลักทำหน้าที่ชักทายพร้อมกับแนะนำประเภทสินค้าที่จำหน่ายในเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่มีความต้องการซื้อสินค้าตามที่ระบุไว้นั้นเยี่ยมชมเว็บไซต์ก่อนเลือกชมเว็บไซต์อื่น

ตารางที่ 92 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วงจรรวมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการประกาศข่าวสารของสินค้า

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Creation and More Presents... NATURE'S VERY BEST. (A special presence web design, n.d., Retrieved August, 2000)	นำเสนอเว็บไซต์ใหม่	พาดหัวหลักทำหน้าที่แนะนำเว็บไซต์ใหม่ชื่อ naturesverybest.com อย่างตรงไปตรงมาเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักและเลือกชมเว็บไซต์ดังกล่าวเมื่อต้องการซื้อสินค้าผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ
2 Asia Plus presents Jiaogulan – HERBAL TEA (Web catalogue system™, 1998, Retrieved August, 2000)	นำเสนอสินค้า ยี่ห้อใหม่	พาดหัวหลักที่ 2 และ 3 ทำหน้าที่แนะนำชื่อเครื่องดื่มสมุนไพร Jiaogulan ซึ่งเป็นชื่อสมุนไพร และเครื่องดื่มยี่ห้อ Bee-Y's ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่คิดค้นใหม่ ดังนั้น การแนะนำจึงต้องขยายความหมายไว้ในตอนท้ายว่า
3 HERBAL BEVERAGE PRESENTS BEE-Y'S Herbal Beverage with Ginseng (Bee-y's herbal beverage, n.d., Retrieved August, 2000)		ชื่อทั้งสองเป็นชื่อของน้ำชาและน้ำโสม เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้ว่าเครื่องดื่มทั้งสองยี่ห้อจำหน่ายแล้ว

ตารางที่ 92 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	วิธีเร้าความสนใจ	คำอธิบาย
4 Sage Herbs Your Independent Nature's Sunshine Distributor Presents Herbalist.com (Sage herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	นำเสนอเว็บไซต์ใหม่	พาดหัวหลักทำหน้าที่แนะนำตัวแทนจำหน่าย สินค้าSage Herbs ก่อนจะแนะนำชื่อเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมคาดเดาเนื้อหาของเว็บไซต์ได้ว่า เป็นเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าธรรมชาติ และเพื่อให้เกิด ความคุ้นเคยเพราะผู้เยี่ยมชมมีแนวโน้มจะกลัวการ ลองสิ่งใหม่แต่จะเชื่อถือสิ่งที่ตนเคยรู้จักมาก่อน ดังนั้นหากผู้จำหน่ายสินค้าแนะนำเว็บไซต์ใหม่ด้วย ตนเองย่อมทำให้เว็บไซต์น่าเยี่ยมชมขึ้น
5 Marco Polo Concepts We sell red ginseng in Hawaii. (Marco polo concepts Hawaii, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสถานที่จำหน่าย สินค้า	พาดหัวหลักใช้วัจนกรรมการประกาศด้วย วิธีการบอกเล่าความจริงเกี่ยวกับสถานที่ จำหน่ายสินค้าไปอย่างตรงไปตรงมาเพื่อ ให้ผู้เยี่ยมชมรู้ได้ในทันทีที่อ่านพาดหัวหลัก ว่ามีโลมแดงจำหน่ายแล้วบนเกาะฮาวาย
6 NEW CUSTOMERS RECEIVE 10% OFF YOUR FIRST ORDER TODAY (Beck 's biometrics, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกข่าว การให้ส่วนลด	พาดหัวหลักแจ้งข่าวของการให้ส่วนลดเพื่อ เร้าให้ผู้เยี่ยมชมซื้อหาสินค้าจากเว็บไซต์ เพื่อให้ได้รับส่วนลดตามที่โฆษณา

ตารางที่ 93 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วัจนกรรมเพื่อเร้าความสนใจด้วยการสัญญา

พาดหัวหลัก	วิธีเร้าความสนใจ	คำอธิบาย
HEALTHY ALTERNATIVE We'll ship product orders of \$150 or more FREE in the Continental of U.S. (GW web design, 2000, Retrieved August, 2000)	สัญญาว่าจะส่ง สินค้าให้โดย ไม่คิดค่าใช้จ่าย	พาดหัวหลักเป็นประโยคที่ผู้จำหน่ายสินค้า สัญญาว่าจะส่งมอบสินค้าไปยังจุดหมาย ปลายทางในทวีปอเมริกาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยลักษณะภาษาที่ใช้คือ นิเทศมาลา (indicative mood) ในการแสดงเงื่อนไข หรือข้อแลกเปลี่ยนระหว่างการส่งสินค้าให้กับการซื้อ สินค้าตามจำนวนที่กำหนดเพื่อให้เกิดการสัญญา เหมือนการสัญญาว่าจะให้โดยไม่มีเงื่อนไข

ตารางที่ 94 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้วรรณกรรมเพื่อสร้างความสนใจด้วยการรับประกัน

พาดหัวหลัก	วิธีสร้างความสนใจ	คำอธิบาย
1 Your road to nutrition success begins here! You will lose weight in record time and never gain it back! -AND- You will live healthier with many of our nutritional products. (Your road to nutrition success begins here!, n.d., Retrieved August, 2000)	รับประกันผลการใช้สินค้าที่ได้ผล	พาดหัวหลักเน้นมุมมองของผลการใช้สินค้าของผู้เยี่ยมชมเป็นหลักโดยการใช้ประโยคขึ้นต้นด้วยสรรพนาม you และ your เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าคุณผลหรือประโยชน์ของการใช้สินค้าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนจริง นอกจากนั้นพาดหัวหลักยังใช้เทคนิคมาลาเพื่อแสดงเงื่อนไขแทนการใช้ปฏิเสธมาลา (subjunctive mood) เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมองข้ามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในตอนท้ายของพาดหัวหลักแล้วเข้าใจว่าเป็นการรับประกันที่ให้เปล่า
2 uCanLose.com (Ucanlose.com, n.d., Retrieved August, 2000)	รับรองความเป็นไปได้	พาดหัวหลักเป็นการรับประกันที่มีได้ระบุเงื่อนไขแต่ใช้วิธีระบุสิ่งที่ผู้เยี่ยมชมต้องการนั่นคือ ลดน้ำหนักให้ได้ (you can lose weight) เพื่อเราให้ผู้ที่ต้องการลดน้ำหนักสนใจใฝ่หาวิธีลดน้ำหนักจากเว็บไซต์