

هو العليم

کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل دوم

درس هفتم و هشتم

فنون اقناع

بخش دوم





در درس قبل گفتیم...

اقناع...

یکی از مهمترین
شگردهای رسانه ها
برای همراه کردن
مخاطبان است.





اقناع چیست؟



اقناع عبارت است از راضی کردن مخاطب برای پذیرش نظر یا انجام عملی.

بیشترین هدف زندگی اجتماعی و فرستادن پیام اقناع است.

اقناع می تواند از طریق تأثیر گذاشتن بر منطق یا احساسات یا هردوی آنها انجام شود.

همچنین هفت
فن اقناع را
در درس قبل
شمردیم



بخش دوم فنون اقناع



در این بخش
به سراغ
تعداد دیگری
از فنون اقناع
می رویم.



A close-up photograph of a baby with light brown hair and blue eyes, looking slightly to the left with a grumpy or sad expression. The baby is wearing a white long-sleeved shirt with a green collar and green sleeves. The baby's right hand is clenched into a fist, holding a small amount of sand. The background is a blurred beach scene with sand and the ocean under a bright sky.

هر پیام رسانه ای می
تواند برای اقناع
مخاطب از چند فن
استفاده کند...

در مثالهای این جلسه
به این موضوع دقت
کنید!





فیلم تبلیغی یخچال LG را ببینید!





در تبلیغ یخچال ال جی اسباب و لوازم
منزلی را که مشاهده می کنید نام ببرید؟



۸ - برجسته‌سازی

پرداختن انتخاب شده به یک پیام از میان دیگر پیام‌ها را گویند.

پرداختن به یک پیام به گونه‌ای که دیگر موضوعات کوچک و کم اهمیت جلوه کند.

این پرداخت در انواع رسانه‌ها به شیوه‌های خاص خود انجام می‌شود.



فیلم تبلیغی پنیر پاندا را ببینید!



**NEVER SAY
NO TO PANDA**





آیا با یک بار پخش کردن تهریدهای
پاندا مشکل این برند پنیر حل نمیشد؟



۹- تکرار

با تکرار، پیام رسانه‌ای در ذهن تثبیت می‌شود و موجب اعتماد بیشتر می‌گردد.

تکرار می‌تواند درون یک پیام باشد یا چندین بار در یک پیام تکرار شود.

تکرار یک پیام به مانند ضربات چکشی است که کم کم یک میخ را به داخل چوب می‌راند.



تنها یک فروشگاه اینترنتی نیست!

فیلم تبلیغی فروشگاه اینترنتی ۵۰۴۰ را ببینید!



در تبلیغ
فروشگاه
اینترنتی
۵۰۴۰، دلیل
این همه تکرار
این دو عدد از
زبان اقشار
مختلف مردم
چیست؟

۱۰ - همراهی با جماعت

خواهی نشوی رسوا، هم‌رنگ جماعت شو!

مخاطب احساس می‌کند همه جامعه یک مطلب را می‌گویند، پس حتما درست است.

بیان یک پیام از زبان تمامی اقشار جامعه سبب اعتماد به جماعت و همراهی می‌گردد.





بانک سپه نخستین بانک ایرانی

فیلم تبلیغی **بانک سپه** را ببینید!





مهمترین ویژگی‌هایی
که مردم در تبلیغ بانک
سپه برای این بانک بیان
می‌کنند چیست؟



۱۱- ترین ها (شدت)

به کارگیری صفات عالی باعث می شود شدت چیزی را بیشتر حس کنیم.

استفاده از صفات دارای «تر» و «ترین» یک محصول را برتر جلوه می دهد.

فیلم تبلیغی خردکن پلین را ببینید!



برش‌های زیبایی
خردکن پلین
در آشپزی بشما تاثیر هینگذاره

آیا کاری
هست که
توان با
خردکن پلین
انجام داد؟!



۱۲- ادعای آشکار

پیام‌های رسانه‌ای مستقیم و با سند و مدرک آشکار، ادعاهایی را مطرح می‌کنند.

ادعای آشکار سبب می‌شود نیازهای احتمالی مخاطب به وی یادآوری شود.

آیا ادعاهای آشکار بیان شده برای مخاطب قابل آزمودن است؟



چاکلز[®]

فیلم تبلیغی اسنک جادویی چاکلز را ببینید!





**در تبلیغ اسنک جادویی چاکلز چرا یک
موتور فرسوده به جاروی پرنده تبدیل شد؟**



۱۳ - مقایسه

بهتر جلوه دادن محصول، آرا یا نظرات در مقایسه با نمونه‌های دیگر سبب تثبیت پیام می‌گردد.

از شروط مقایسه صحیح تشابه قیاس شوندگان و شرایط یکسان مقایسه است.

رسانه‌ها برای مقایسه، با فنون دیگر اقناع شرایط را یکسان جلوه می‌دهند.

فیلم تبلیغی بانک اسلامی نور را بینید!

NOOR ISLAMIC BANK

The dawn of a new day,
beyond limits in every way.



فجر جدید یرتقی
بک نحو افاق واعده



NOOR ISLAMIC BANK

The dawn of a new day,
beyond limits in every way.



Ayenehschool.ir



در تبلیغ **بانک نور**، شنا، حَجَّاری، تولد کودک،
اسب‌دوانی و آسانسور همه به چه چیزی دلالت می کنند؟



۱۴- نمادها

نمادها کلمات یا تصاویری هستند که مفاهیم بزرگتر را به ذهن ما متبادر میکنند.

رسانه‌ها از شدت و قدرت نمادها برای پذیرش و مقبولیت نزد مخاطبان استفاده می‌کنند.





تمرین بیشتر...

در ادامه هر یک از تصاویر از کدام فنون اقناع استفاده شده است؟

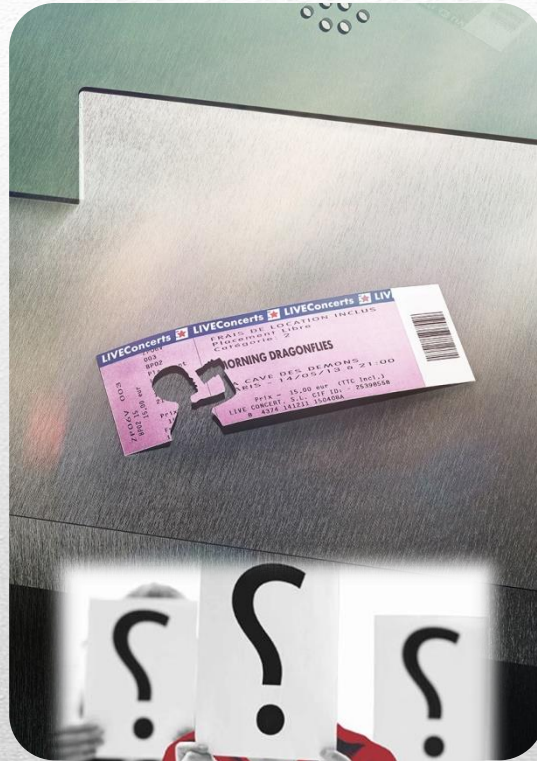




A healthy mouth lets you sleep like a baby. 



کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم – درس هفتم و هشتم



کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم - درس هفتم و هشتم



CHANGE WORK'S PERSPECTIVE.
YERLEKIM - YERDENİN ÜSTÜNÜ



CHANGE WORK'S PERSPECTIVE.
YERLEKİM - YERDENİN ÜSTÜNÜ

  www.novafrota.com.br

  www.novafrota.com.br

روزی ملانصرالدین در کوچه ای راه می رفت که تعدادی بچه او را دوره کرده، اذیت می کردند. ملا برای اینکه از دست آنها خلاص شود به دروغ گفت: «در کوچه مجاور، منزل فلانی دارند آتش نذری می دهند». بچه ها باور کردند و آتش گویان به سمت آن کوچه دویدند. مردم نیز که دیدند عده ای به دنبال گرفتن آتش مسابقه گذاشته اند و می دوند، آنها نیز به سوی آن محل دویدند.

ملا نیز وقتی دید همه دارند می دوند، پیش خود گفت: «نکند واقعاً آتش می دهند که این همه آدم دارند به آن سو می دوند!»؛ پس او هم به همان سو شروع به دویدن کرد!



در مسیر هدایت، از کمی رهروانش، احساس تنهایی و
وحشت نکنید.

امیرالمومنین – خطبه ۲۱



Ayenehschool.ir

پایان درس ۷ و ۸