

هو العليم

# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل دوم

درس هفتم و هشتم

## فنون اقناع

بخش اول



# 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.

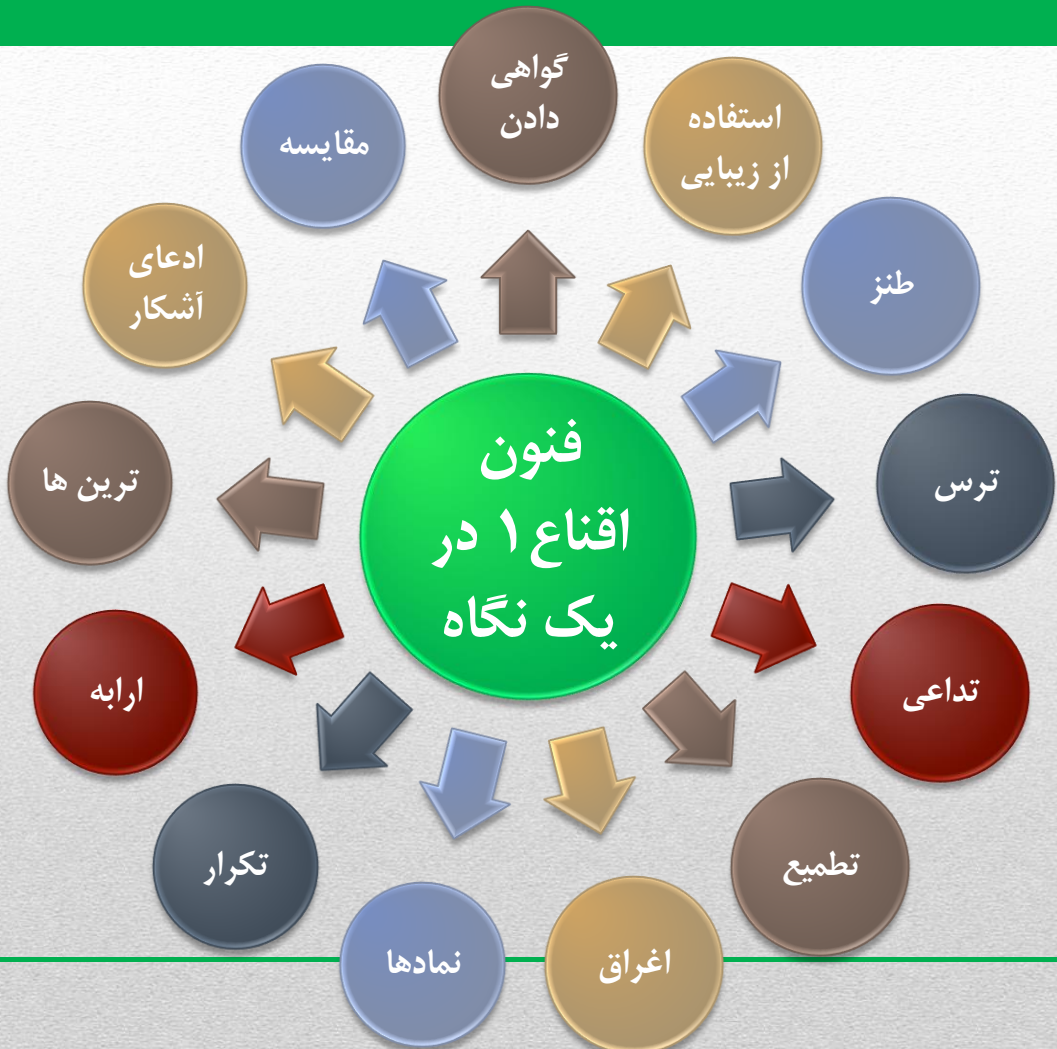
اقناع می تواند از طریق تأثیر گذاشتن بر منطق یا احساسات یا هردوی آنها انجام شود.



رسانه ها چگونه ما  
را با پیام خود  
همراه می کنند؟

چه می شود که  
ناگهان یک موضوع  
بی ربط به  
مهمترین نیاز ما  
تبدیل می شود؟

فنون  
اقتناع ۱ در  
یک نگاه





# ۱- گواهی دادن ستاره ها، نخبگان و مردم عادی

پیام‌های رسانه‌ای اغلب کسانی را نشان می‌دهند که درباره یک محصول، فکر، قانون یا دیگر موارد نظر می‌دهند و آن را تایید و گاهی هم رد می‌کنند.

این فن پای فرد سومی را به میان می‌کشد تا گیرنده پیام آن چه را هدف نویسنده بوده است، راحت‌تر بپذیرد.

در این فن با همنشین کردن یک محصول و یک ستاره همه ویژگی‌های آن ستاره به این محصول منتسب می‌شود.

## ۲- ترس

ترس، نیز می تواند منجر به جلب توجه به پیام گردد.

غالبا از ترس، در مواقعی استفاده می شود که پیام در حال نهی و نفی است.

از دیگر موارد استفاده از ترس، نشان دادن نتیجه خارج کردن وضعیت از اعتدال است.

## ۳- اغراق



در اغراق، فرستنده پیام گوشه ای از واقعیت پیام خود را می گیرد و آن را تا جای ممکن بزرگتر از آنچه هست معرفی می کند.

SATISFACTION  
GUARANTEED

مخاطب در مقابل این عظمت خود را ناچار به تسلیم شدن و مصرف این محصول می بیند.



## ۴- 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.

## ۵ - ارايه (همراهي با جماعت)

خواهي نشوي رسوا، همزيگ جماعت شو!

مخاطب احساس مي كند همه جامعه يك مطلب را مي گويند، پس حتما درست است.

بيان يك پيام از زبان تمامي اقشار جامعه سبب اعتماد به جماعت و همراهي مي گردد.



## ۶- 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؟

## ۷- طنز

استفاده از **طنز**، توجه مخاطب به پیام مورد نظر را جلب می نماید.

حین **طنز**، جدیت را کنار می گذاریم و محتوای پیام را راحت تر می پذیریم.

اگر **طنز** و شوخی با یک پیام همراه شود، حس خوب فرح سبب تثبیت پیام می گردد.