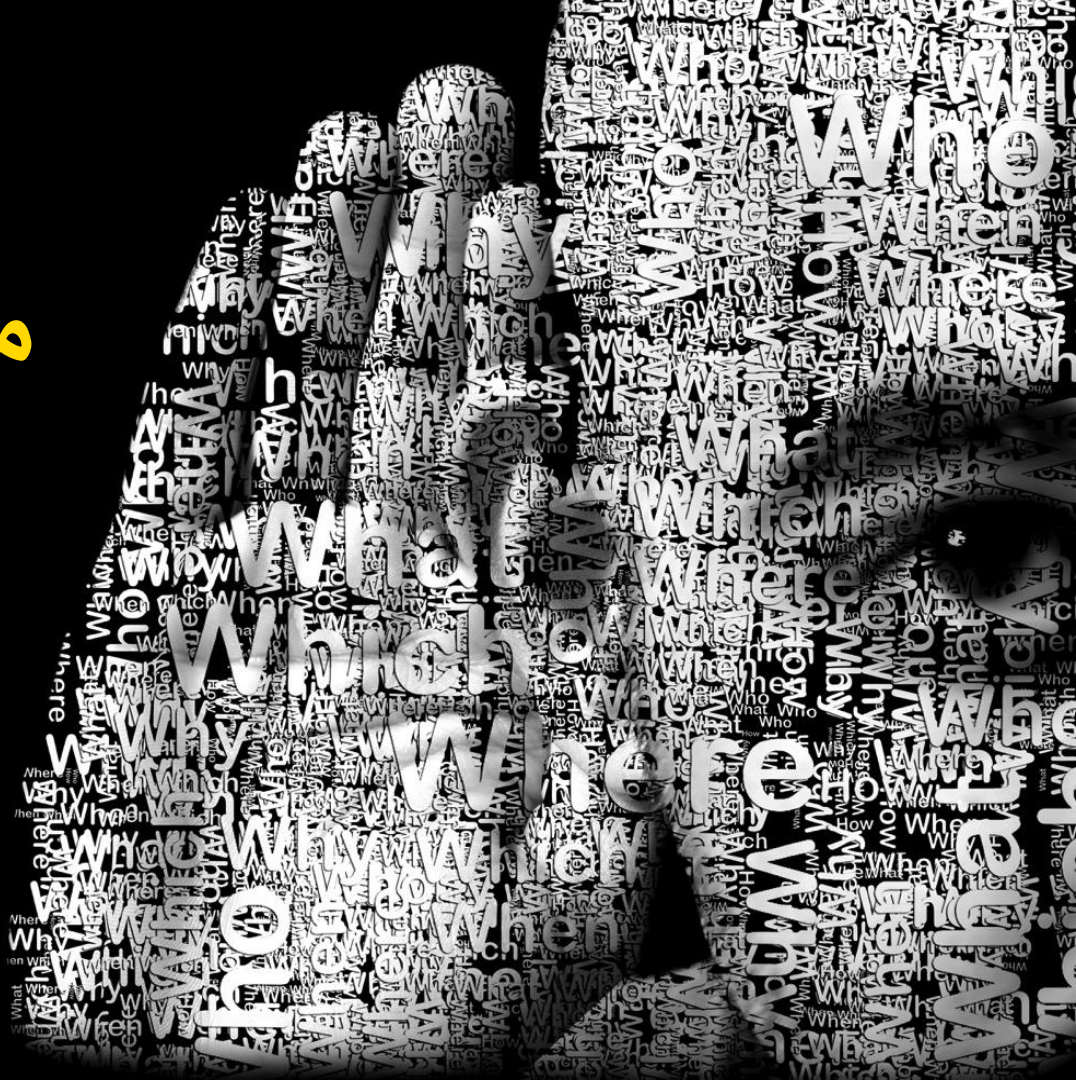


هنر متقاعد کردن



وقتی کلمه "تبلیغات" به گوشتان می خورد
چه چیزی به فکرتان خطور می کند؟



- آیا مثبت است یا منفی یا می تواند هر دوی اینها باشد؟
- آخرین باری که این واژه در آن استفاده شده است یادتان هست؟
- آیا اخیراً با هیچ تبلیغی مواجه شده اید؟

- وقتی واژه تبلیغات را می شنوید چه چیزی به ذهنتان می آید؟
- آیا جنبه مثبت دارد یا منفی، یا هر دو؟
- یادتان هست آخرین باری که این واژه استفاده شد کجا بود؟
- اخیراً با تبلیغی مواجه شده اید؟

دانش آموزان وارد بحث گروهی شده و در مورد اینکه تبلیغات چیست فکر کنند. پنج دقیقه زمان برای این کار کافی است. از آنها بخواهید نظر خود را در این موارد بیان کنند.

در برخورد با موضوع تبلیغات، ما روی تصاویر و تفسیر آنها متمرکز هستیم. ما به تصاویر نگاه انداخته و از این طریق روش های مختلف تبلیغات را مشخص خواهیم کرد. هدف این است که درک خود (یا دانش آموزان) پیامهای مورد استفاده در تبلیغات را ارتقاء بخشیم. این مربوط می شود به نیاز به داشتن نگاه انتقادی نسبت به منبع یا منابع هر گاه که با پیامهای جدید مواجه می شویم.

A hand holding a white sign with blue Persian text. The sign is tilted and has a white stick. The hand is orange and wearing a white sleeve with a gold bracelet.

تبلیغات ...

... یک فعالیت با محرک نظام مند و
سازمان یافته است ...

... و از زبان، تصویر و نمادهای دیگر
استفاده می کند تا ...

... روی افکار، ارزش ها و اعمال مردم در
جهتی خاص تاثیر گذار باشد.

تبلیغات فعالیتی است که هدف آن استفاده از زبان، عکس یا نمادهای
دیگر برای تاثیرگذاری روی افکار و عقاید مردم، ارزشها و اعمال آنها و
حرکت آنها به سمت جهتی مشخص است.

ضروری است که انواع مختلف تبلیغات به صورت مجزا بیان شوند.

تبلیغات سفید دارای
فرستنده مشخص و پیام
آشکار است.

تبلیغات خاکستری وقتی
است که منبع معلوم
نباشد.

تبلیغات سیاه وقتی است
که منبع ادعا می کند
فرد دیگری است.

برخی تبلیغات در چارچوب دموکراسی عمل می کنند، یعنی
حاوی پیام هایی هستند که به حقوق انسانها احترام قائلند.

در کنار این، نوعی تبلیغات هم وجود دارد که
خارج از چارچوب دموکراسی عمل می کنند،
جایی که حقوق انسانها تخطی می شود.



پنج روش معمول مورد استفاده در تبلیغات:

- خوشایند بنظر رسیدن
- حمله به رقیب
- ساده سازی، تغییر و دروغ سازی در مورد حقایق
- خوشایند بودن برای مخاطبین خاص
- تکرار یک ایده یا پیام

بیشتر این روشها به صورت ترکیبی به کار می روند، بخصوص در فیلمها.

چرا تفسیر تصاویر را باید تمرین کرد؟

ما روزانه تصاویری که می بینیم را رمزگشایی می کنیم. اگر تفسیر تصاویر را تمرین کنیم آنگاه قادر خواهیم بود توانایی خود در بازنگری و رمزگشایی آنچه که شاهد آن هستیم را استحکام ببخشیم.

- بیشتر عکس ها و فیلمها در اینترنت پخش می شوند که فرستنده اغلب آنها معلوم نیست و نمی شناسیم و بعضی از آنها حاوی پیامهای قابل تامل هستند و شبهه برانگیزند که جای بررسی دارند.
- اگر یاد بگیریم برخی از ترفندهای مورد استفاده برای انتقال موثر پیام را به کار گیریم آنگاه زیرسوال بردن آنچه که می بینیم راحت تر خواهد بود
- یادگیری این ترفندها کمک می کند تا راحت تر مفهوم پشت سر پیام ها را درک کنیم.



خوشایند

به نظر رسیدن

فرستنده قصد دارد از منطق شما گذر کرده و به عمق احساسات شما برسد و نفوذ کند. وقتی احساسات قوی همچون امید، خشم، اهانت یا نگرانی داشته باشیم آنگاه در برابر پیام مقاومتی نشان نداده و آن را می پذیریم.

باراک اوباما، رئیس جمهور آمریکا بین سالهای ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۷، از یک زاویه پایین نمایش داده شده است. وقتی چنین زاویه ای انتخاب می شود این بیانگر قدرتمندی فرد است. اوباما به سمت بالا نگاه میکند. رنگهای انتخابی عبارت اند از قرمز، سفید و آبی، درست مانند رنگهای به کار رفته در پرچم آمریکا.

بنظر شما هدف این تصویر چیست و حاوی چه پیامی است؟ چه چیزی به طور خاص در این تصویر محرک احساسات است؟



(احتمالاً منظور این تصویر نشان دهنده یک ناجی یا آزادی خواه است و حس مدنظر آن برای تاثیرگذاری، حس امید است.)

ما در این تصویر شاهد یک تصویر پیراهن و یک چهره شبیه ماهی هستیم که در واقع چهره ای مابین انسان و ماهی است.

بنظر شما فرستنده با ارسال این عکس قصد تحریک کدام احساسات را دارد؟ چه چیزی به طور خاص در این عکس آن حس را بیدار می کند؟ بنظر شما هدف اصلی این عکس چیست؟

(این تصویر روی مفهوم ترس اما با یک جنبه شوخ متمرکز است. این تصویر سوالاتی را بوجود می آورد: کسی چه می داند اگر تغییر زیست محیط و دستکاری در آن را متوقف نکنیم آنگاه تکامل چه چیزی برای بشریت در چنته دارد؟ این تصویر را می توان اغراق امیز تصور کرد چرا که چنین موجوداتی شاید هرگز تکامل نیابند و بوجود نیابند.)



خلاصه | خوشایند بنظر رسیدن

تبلیغاتی که احساسات را بر می انگیزد قصد دارد احساسات قوی شما مثل ترس، امید، خشم، مهربانی، تنفر و هیجان را تضعیف کند.
اگر خیلی احساساتی شویم، آنگاه است که در برابر پیام انتقالی منعطف بوده و پذیرای آن خواهیم بود.

برخی از ترفندهایی که تبلیغات بدین منظور از آن بهره می برند به شرح زیر است:

- استفاده از رنگهای مختلف (قرمز اغلب به معنای داغی و دراماتیک بودن است در حالی که آبی یعنی سردی)
- اصلاحات روشن و رنگی (مثلاً، رنگ روشن با رنگ گرم برای انتقال احساسات مثبت، و تم های سرد و سخت با رنگ سیاه برای خلق حالات دراماتیک و منفی)
- تصاویری که احساسات را تهییج می کنند (حس عامه یا عصبانیت)
- عبارتی که مشوق یک ذهن بد یا خشم است
- موزیک دراماتیک برای تصاویر متحرک

حمله

به رقبا

- خلق "ما" و "آنها"

بیشتر ما دوست داریم متعلق به یک جایی باشیم، بخشی از چیزی باشیم. اغلب ما آدمها ترس از عدم تعلق داریم. یک شیوه بسیار مور برای اینه افراد حس کنند بخشی از یک چیزی هستند یا در خلق یک گروه نقش دارند این است که اشاره کنیم به "دیگران" - کسانی که شبیه ما نیستند و با ما تفاوت دارند.

اینها کاریکاتورهایی از سیاستمداران سوئدی
آنا کینبرگ-باترا، رهبر حزب میانه رو ۲۰۱۵
تا ۲۰۱۷، و استفان لوفون، رهبر حزب
سوسیال دموکرات از سال ۲۰۱۴ است.

به کدام حزب رای خواهید داد؟ آیا اینها بنظر
قابل اتکا و مطمئن می آیند؟ باهوش چی؟
بنظر شما هدف فرستنده این تصویر چیست
و حاوی چه پیامی است؟

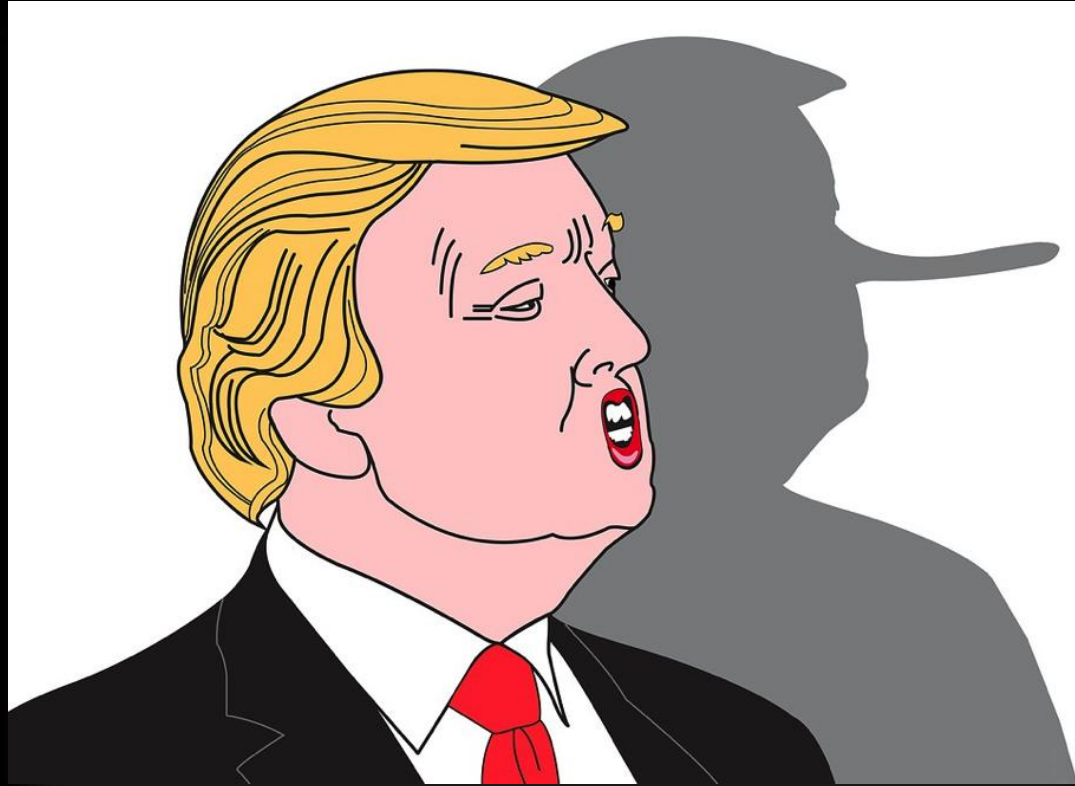
یک کاریکاتور ویژگی های فرد را برجسته و
اغراق می کند و باعث می شود خنده دار،
دیوانه یا زشت بنظر آیند. کاریکاتور
سیاستمداران اغلب به دنبال مضحک نشان
دادن و تحقیر هر دو فرد به عنوان رهبران
جناح ها و ایدئولوژی سیاسی هر دوی آنها
(این دو فرد خاص تصویر) است.



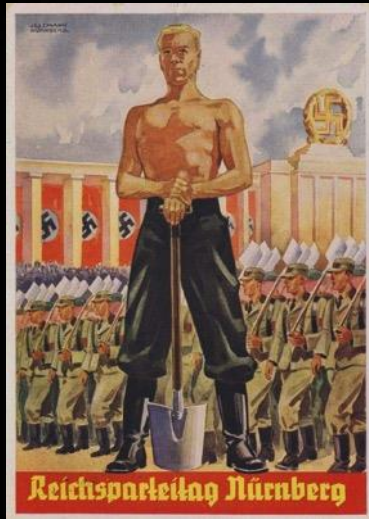
این تصویر کاریکاتوری از دونالد ترامپ، رئیس جمهور آمریکا است. سایه او دارای یک بینی دراز است.

بنظر شما فرستنده قصد دارد به چه چیزی فکر کنیم؟ چرا سایه دارای بینی دراز است؟ آیا در این تصویر می توانیم یک "ما" و یک "آنها" پیدا کنیم؟

(سایه در این تصویر، یک اشاره فرهنگی محبوب دارد به پینوکیو. هر موقع که پینوکیو دروغ می گفت بینی او دراز می شد. نسبت دادن یک بینی دراز به ترامپ می تواند حاوی انی پیام باشد که ترامپ یک دروغگوست.)



نمونه های تاریخی از زمان جنگ. پوسترها نشان می دهند که چگونه کشورهای مختلف از تبلیغات برای به تصویر کشیدن خود و دشمن استفاده کرده اند. هدف این تصاویر تحریک حس "ما" علیه "آنها" است. آلمانی ها چه تصویری از خود نشان می دهند؟ تصویری که آمریکا از آلمان جنگ جهانی اول نشان می دهد حاوی چه پیامی است؟ اهمیت گوریل در این عکس چیست؟ تصویر آمریکا در نگاه ایتالیایی ها در جنگ جهانی چگونه است؟ در تصویر سمت راست آمریکا در مورد کشور خود چه می خواهد بگوید؟



آلمان
به روایت
آلمان



آلمان
به روایت
آمریکا



آمریکا
به روایت
ایتالیا



آمریکا
به روایت
امریکا

در این تصویر، شاهد رئیس جمهور پیشین آمریکا، جورج دبیلو بوش و همسرش لائورا هستیم. جلوی آنها چیزی شبیه ابزار گرفتن عکس سلفی مشاهده می شود. در پشت زمینه نیز شهری است که بمباران شده است و گردی از دود و خاک به هوا خاسته است.

این تصویر را چگونه تفسیر می کنید؟ این تصویر چه نگاهی به بوش و همسرش دارد؟ مثبت یا منفی؟



این تصویر مونتاژ و دستکاری شده نشان می دهد چگونه فرستنده آن توانسته است دو عکس از دو محتوای کاملاً متفاوت را با هم ترکیب کرده و برای انتقال پیام خود استفاده کند. در این مورد، واضح است که عکس دستکاری شده است. اغلب این موضوع خیلی واضح نیست و تعیین درست یا نادرست بودن گزاره منتسب به آن دشوار است. بنابراین مهم است که منابع تصاویر استفاده شده بیان شود تا بیننده بتواند تصویر دستکاری یا ترکیب شده را با تصاویر اصلی مقایسه کند.

whether the alleged statement is false or not. Therefore, it is

خلاصه | حمله به رقبا و خلق "ما" و "آنها"

این روش تبلیغ به دنبال خلق یک "ما" و یک "دیگران" است. دیگران شاید همان رقبای فکری باشند اما در عین حال می توانند یک دشمن ساختگی باشند.

روش های مورد استفاده در این مورد عبارت اند از:

- خلق یک رقیب با اشاره به یک فرد یا گروه خاص
- رسم کاریکاتورهای رقیب
- خلق استعاره هایی که رقیب را به یک شکل منفی نشان می دهد
- بی آبرو کردن این افراد یا گروه ها، تخریب محبوبیت و چهره آنها، و تشویق به تنفر و بی تفاوت بودن نسبت به آنها
- جذاب نشان دادن گروه و افراد خود