

تبلیغات تجاری و تبلیغات سیاسی (پروپاگاندا)

Propaganda

• از نظر لاسول پروپاگاندا کوششی است که به منظور کنترل نظرها که با استفاده از نمادهای مهم و یا از طرق بهره‌برداری از داستان‌ها، شایعات، گزارش‌ها، تصویرها و اشکال دیگر ارتباط اجتماعی صورت می‌گیرد. پروپاگاندا آن‌گونه که لاسول و براون تعریف کرده‌اند بسیاری از حوزه‌های فعالیت انسانی را در بر می‌گیرند. از جمله آگهی‌های تجارتي بسیاری از مسائل مبارزات انتخاباتی همچنین بسیاری از فعالیت روابط عمومی‌ها را نیز شامل می‌شود.

تکنیک‌های پروپاگاندا

- تکنیک‌های هفت گانه در پروپاگاندا عبارت‌اند از: بر چسب، تعمیم، جذابیت، انتقال، شهادت دادن، مردم عوام، کارت‌های یکدست و هجوم برای سوار شدن به واگن.
-

برچسب زدن

- با استفاده از این تکنیک به شخص، ایده و یا یک گروه که هدف حمله می‌باشد یک برچسب توهین‌آمیز و ناپسند زده می‌شود. این تکنیک با این هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد که ایده و فکری را رد کنیم و یا محکوم سازیم بدون آنکه درصدد یافتن دلیلی برای تصمیم خود باشیم. این روش بیشتر در سیاست و سایر حوزه‌های عمومی استفاده می‌شود. مثلاً در مبارزات انتخاباتی که این روش بسیار معمول است، نامزدهای انتخاباتی رقیب و یا حامیان آنها را با برچسب زدن‌های توهین‌آمیز با هدف بیرون راندن آنها از صحنه رقابت متهم می‌سازند. مثلاً گروه سلحشوران سفید در ایالت میسی‌سی‌پی آمریکا در نشریه‌ی خود تظاهر کنندگان حقوق مدنی را وحشیان سیاه هدایت شده کمونیست‌ها می‌نامیدند.
-

تعمیم جذابیت

- در این تکنیک بین یک مسئله با مسئله‌ی دیگر که معرف خوبی، درستی، پاکی و... آن‌ها است ارتباط داده شود و بدین وسیله صفات نیک آن را به مسئله اول تعمیم می‌دهند. هدف اصلی در اینجا تشویق پیام‌گیر به پذیرش و تأیید مسئله اول بدون آنکه دلیل آن را بداند است. بیشتر در نام‌گذاری محصولات و فروش بعضی کالاها معمولاً از کلمات جذاب و با ارزش استفاده می‌شود. مانند نان اعجاب‌آور، عالی‌ترین لبنیات یا سیگاری که گفته می‌شود از برگ کاهو ساخته شده و فاقد نیکوتین است. این سیگار را «زندگی طولانی» نام نهاده‌اند. واژه‌سازی در جهان تجارت و بازرگانی مملو از استفاده از تکنیک تعمیم جذابیت است. مثلاً بازرگانان یا شرکت‌هایی که متحمل ضرر و زیان سالیانه می‌شوند، به جای استفاده از کلمه ضرر از عبارت «درآمد منفی» استفاده می‌کنند.
-

تکنیک انتقال

- هدف از این تکنیک انتقال اقتدار، ضمانت قانونی و اعتبار چیزی که مورد احترام همگان است به چیز دیگری به منظور کسب اعتبار و عزت بیشتر برای آن است. هدف ارتباط‌گرم‌رتب‌ت ساختن یک کالا یا علتی با عامل مورد علاقه مردم است که مردم نگرش مثبتی بدان دارند. در یک مناظره‌ی تلویزیونی بین نامزدان معاونت ریاست جمهوری آمریکا، نامزد حزب دموکرات، خود را با جان.اف. کندی، رئیس جمهور اسبق آمریکا مقایسه کرد و او را با نام آشنای «جک» یاد کرد هر چند دلیلی وجود نداشت که هرگز کندی را شخصاً ملاقات کرده باشد. تکنیک انتقال ممکن است با استفاده از عوامل نمادین انجام گیرد. در طول جشن‌های یک‌صدمین سال مجسمه آزادی در آمریکا در سال ۱۹۸۶ بسیاری از تولیدکنندگان کوشش کردند که انواع کالاها و محصولات خود را به اشکال مختلف به مجسمه آزادی مربوط سازند.
-

شهادت دادن

- شخصی محترم و مورد اعتماد و یا شخص غیر قابل اعتماد و منفوری درباره درستی یا نادرستی یک فکر، یک برنامه، یا فردی ابراز عقیده می کند. این شیوه متداولی به ویژه در عرصه های تجارتي و مبارزات انتخاباتی محسوب می شود. مثلاً بیل کازبی کمدين سرشناس تلویزیونی برای شرکت های بزرگی مانند «شرکت فورد موتور» و شرکت «کوکا کولا» کار می کرد و با بازی های تبلیغاتی در تلویزیون ها سودهای هنگفتی را متوجه این شرکت ها کرد.
-

مردم عوام

- تمهیدی است که فرستنده یا گوینده سعی می کند به مخاطبین خویش این پیام را القاء نماید نظریات و اندیشه های او به این دلیل صحت دارد که برخاسته از فرهنگ و اعتقادات مردم کوچه و بازار است. این تکنیک در حوزه سیاست بازان زیاد مورد استفاده قرار می گیرد. تبلیغات تجارتي که برای محصولات مواد غذایی در تلویزیون تبلیغ می شود معمولاً از تیپ های روستای و ساده دل و عوام برای تبلیغ چنین موادی استفاده می شود. در حوزه سیاست نیز، جرج بوش زمانی که هنوز معاونت ریاست جمهوری را بر عهده داشت در حالی که لباس مخصوص کارگران صنعت نفت را بر تن کرده بود و آستین های خود را تا کرده و بالا زده بود در یکی از میدان های نفتی چنین تظاهر کرد که گویا او هم مانند همان کارگران است.
-

جمع آوری کارتهای یک دست

- به معنی انتخاب جزییات و تکه‌های پراکنده‌ای از یک موضوع یا یک واقعه است که از میان انبوهی از اطلاعات واقعی و غیر واقعی دست چپن شده است به نحوی که با یکدیگر مطابقت می‌کنند. جزییات بحث‌های انتخاب شده ممکن است صحیح باشد یا باطل. مثلاً در مصاحبه‌های تبلیغاتی مصاحبه کننده تلویزیونی از خانمی که مشغول خرید است سؤال می‌کند ممکن است بگویند که آیا طعم این قهوه مانند ظاهر آن مطلوب است؟ خانم پاسخ می‌دهد بله، طعم آن مانند ظاهرش عالیست. در اینجا تنها آن دسته از مصاحبه‌هایی نمایش داده می‌شود که از کالای مورد نظر تمجید کرده‌اند.
-

هجوم برای سوار شدن به واگن

- عجله کنید تا به واگن برسید. بیان این نکته است که همه ما قصد سوار شدن به واگن را داریم پس عجله کنیم تا زودتر به آن برسیم. این روش در آگهی‌های تجارتي مورد استفاده قرار می‌گیرد. نوشابه پپسی کولا نیز روی بطری‌های نوشابه عبارت «نسل پپسی» را نوشته است. منظور این است که تمامی نسل حاضر مشغول نوشیدن پپسی هستند. البته از این روش در تبلیغات جنگی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. هدف معمولاً این است که مردم را متقاعد کنند که همه در جنگ مشغول فعالیت و ایثارند و حتی حاضرند جان خود را فدا کنند.
-