

ΜΟΡΦΕΣ ΠΕΙΘΟΥΣ

Α/ Η ΠΕΙΘΩ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Τι είναι διαφήμιση:

Διαφήμιση είναι η δημιουργία πρωτότυπου μηνύματος το οποίο αναφέρεται σε κάποιο υλικό ή πνευματικό προϊόν. Στόχος είναι η πρόκληση του ενδιαφέροντος του δέκτη. Τελικός **σκοπός είναι να εγείρει την αγοραστική επιθυμία του δέκτη** σε τέτοιο βαθμό ώστε **να αγοράσει το διαφημιζόμενο προϊόν.**

Επομένως **η διαφήμιση είναι μια πράξη επικοινωνίας.**

Στοιχεία επικοινωνίας:

Πομπός = παραγωγός, επιχείρηση

Δέκτης = αγοραστής, καταναλωτής, κοινό

Μήνυμα = διαφημιστική κείμενο (γραπτό, προφορικό, γλωσσικό, μη γλωσσικό, εικονιστικό, ακουστικό, κ.α.)

Επικοινωνιακό μέσο = ραδιόφωνο, τηλεόραση, διαδίκτυο, αφίσες, τύπος, φυλλάδια, κτλ

Επικοινωνιακός κώδικας/γλώσσα = μουσική, ήχος, εικόνα, συνδυασμός

Σκοπός = πειθώ, αγορά, κατανάλωση προϊόντος

Μορφή / τεχνικές μηνύματος:

- Αναπτύσσεται με άμεσο τρόπο (χωρίς προλόγους, περιττές εξηγήσεις)
- Αφηγηματικό μήνυμα (με μια σύντομη ιστορία)
- Μήνυμα μονολόγου-διαλόγου (μαρτυρία ειδικού ή / και καταναλωτή)
- Μήνυμα που επεξηγεί την εικόνα (λεξάντα)
- Μήνυμα που στηρίζεται σε τεχνάσματα / ευρήματα (ιδιαίτερη χρήση γλώσσας με λογοπαίγνια, μεταφορές, παρομοιώσεις, σπάνιες, εξεζητημένες λέξεις – φράσεις, χιούμορ, υπερβολή, έκπληξη)
- Μήνυμα που παραθέτει επιχειρήματα
- Μήνυμα πολυσήμαντο, που δεν διακρίνεται καθαρά, ή υπολανθάνει μέσα από συμβολισμούς

Τρόποι πειθούς διαφήμισης:

- Επίκληση στη λογική: επιχειρήματα, σοφιστικά τεχνάσματα, (αναλυτική περιγραφή των ιδιοτήτων του προϊόντος), τεκμήρια

- Επίκληση στο συναίσθημα: (φόβος, ενοχή, ευθύνη, ευχαρίστηση, κ.α.), συνειρμός ιδεών, λανθάνων αξιολογικός χαρακτηρισμός (λανθάνουσα αξιολόγηση που λειτουργεί δεσμευτικά για τον δέκτη), συμβολισμοί
- Επίκληση στην αυθεντία
- Επίκληση στο ήθος του πομπού
- Επίθεση στο ήθος του αντιπάλου

Γλώσσα διαφήμισης:

- Λεξιλόγιο: απλό, λιτό καθημερινό, προφορικό (οικειότητα), λεκτικός πληθωρισμός (εντυπωσιασμός, ακυρολεξία, ασάφεια)
- Μνημονικοί τρόποι: επαναλήψεις, ομοιοκαταληξία, παρηχήσεις, ολόγκαν (άμεση εντύπωση του μηνύματος στον δέκτη)
- Σχήματα λόγου: μεταφορά, παρομοίωση, προσωποποίηση, μειωθυμία, υπερβολή (παραστατικότητα, έμφαση, συναισθηματική φόρτιση)
- Αφηγηματικοί τρόποι: αφήγηση, περιγραφή, επεξηγηματικός μονόλογος, διάλογος
- Γραμματικοί τύποι: οριστική (βεβαιότητα για το παρόν και το μέλλον), υποτακτική (παρότρυνση, ενθάρρυνση), προστακτική (αποτροπή, αποθάρρυνση, απαγόρευση), α', β' πρόσωπο (οικειότητα, επικοινωνία)

Διαφημιστικός λόγος: σφοδρός, εύληπτος, άμεσος, εμφαντικός, χιουμοριστικός ώστε:

- Να ελκύει την προσοχή του δέκτη
- Να προκαλεί το ενδιαφέρον του
- Να του δημιουργεί την επιθυμία να το αγοράσει
- Να τον οδηγεί στην αγορά του προϊόντος

Β/ Η ΠΕΙΘΩ ΣΤΟΝ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΛΟΓΟ

Επιστημονικός λόγος: λόγος **περιγραφικός, ερμηνευτικός, αποδεικτικός, αντικειμενικός**. Το επιστημονικό κείμενο είναι κείμενο θέσης. Ο ομιλητής δε γενικολογεί, αλλά προσπαθεί μεθοδικά να περιγράψει, να ερμηνεύσει, να αποδείξει τις προσεγγίσεις του. Ο επιστημονικός λόγος οφείλει να είναι απρόσωπος και αντικειμενικός.

Ως κείμενο θέσης υπάγεται σε μια στρατηγική πειθούς.

Τρόποι πειθούς:

- επίκληση στη λογική (λογική διάρθρωση επιχειρημάτων (κυρίως επαγωγικοί συλλογισμοί – τεκμήρια)
- επίκληση στην αυθεντία

(οι άλλοι τρόποι πειθούς δεν συνηθίζονται γιατί δεν υπάρχει περιθώριο για συναισθηματική επιρροή και γιατί δέκτης και πομπός είναι επιστήμονες)

Η γλώσσα του επιστημονικού λόγου:

- χρήση ειδικού λεξιλογίου
- ακρίβεια
- γενικευμένη χρήση ορολογίας
- λόγος απρόσωπος, αντικειμενικός
- ύφος τυπικό και επίσημο, ουδέτερο
- κυριολεκτική χρήση γλώσσας
- λογική οργάνωση
- βιβλιογραφικές παραπομπές

Γ/ Η ΠΕΙΘΩ ΣΤΟΝ ΔΙΚΑΝΙΚΟ ΛΟΓΟ

Δικανικός είναι **ο λόγος ο οποίος αναπτύσσεται στα δικαστήρια από τους διαδίκους** με σκοπό ο καθένας να πείσει τους δικαστές για το δίκιο του.

Μέσα / Τρόποι της πειθούς στον δικανικό λόγο:

- Επίκληση στη λογική
- Επίκληση στο συναίσθημα
- Επίκληση στην αυθεντία

- Επίκληση στο ήθος του πομπού
- Επίθεση στο ήθος του αντιπάλου

Δ/ Η ΠΕΙΘΩ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΛΟΓΟ

Με τον πολιτικό λόγο ο πομπός προσπαθεί να πείσει τον δέκτη να πάρει κάποιες αποφάσεις ή να προβεί σε κάποια ενέργεια (δύο βασικοί στόχοι του πολιτικού λόγου).

Ο δέκτης πρέπει να πεισθεί ότι η απόφασή του είναι σύμφωνη με τα προσωπικά του συμφέροντα και με τα συμφέροντα του ευρύτερου συνόλου.

Τρόποι πειθούς στον πολιτικό λόγο:

- λογική επιχειρηματολογία (επίκληση στη λογική)
- έντονη συναισθηματική φόρτιση, έννοιες – λέξεις με συναισθηματικό ή ηθικό βάρος (επίκληση στο συναίσθημα)
- ρητορεία
- **προπαγάνδα** – εδώ όμως αντί για επιχειρήματα χρησιμοποιούνται είτε αυταπόδεικτες έννοιες είτε λέξεις με ηθική διάσταση, όπως έθνος, λαός, εθνική σωτηρία κ.α. που εμποδίζουν τον λογικό έλεγχο και παγιδεύουν τον δέκτη – η προπαγάνδα ισχύει στην περίπτωση των παρακάτω παράπλευρων στόχων.

Παράπλευροι στόχοι του πολιτικού λόγου είναι:

- παραπλάνηση του ακροατηρίου
- εκφοβισμός του ακροατηρίου
- άκριτη αποδοχή των σκοπών και των αποφάσεων του πομπού από τον δέκτη

Μέσα πειθούς του πολιτικού λόγου:

- επιχειρήματα, τεκμήρια
- πλεονασμοί
- κατάχρηση συνωνύμων
- διατύπωση βεβαιωτική, δεοντολογική και θαυμαστική
- έντονη συναισθηματική φόρτιση
- μεγαλοστομία