

روانشناسی از طریق شخصیت و تبلیغات

نویسندگان:

علیرضا بابایی فرد

زهراسیفی کردلر

www.ketab.ir



نام کتاب: روانشناسی خجالی، شخصیت و تبلیغات

مؤلفان: علیرضا بابایی فرد، رهاسیفی کردلر

ناشر: نشر آیدین ساو قطع: سیری: ۲۴۰ ص.

نوبت چاپ: اول، تبریز، ۱۳۸۸

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۴۳-۴۶-۶

قیمت: ۳۵۰۰۰۰ ریال

آدرس نشر: تبریز، خیابان شهید جدیری، بالاتر از تقاطع پاستور جدید

تلفن: ۰۹۱۴۳۰۵۹۷۱۵ و ۰۴۱۳۳۳۶۴۲۰۱

سرشناسه	:	بابانی فردا، میرضا، ۱۳۷۲ -
عنوان و نام پدیدآور	:	روانشناسی سبک شخصیت و تبلیغات / نویسنده: دکتر علی رضا بابانی فردا، زهرا سیفی کردلر.
مشخصات نشر	:	تهران: آیدین ساو، ۱۳۷۲.
مشخصات ظاهری	:	۲۴۰ ص.؛ جدول، نمودار.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۵۲۳-۴۶-۶
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	شخصیت
موضوع	:	Personality
موضوع	:	شخصیت -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	:	Personality -- Psychological aspects
موضوع	:	بازاریابی -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	:	Marketing -- Psychological aspects
شناسه افزوده	:	سیفی کردلر، زهرا، ۱۳۶۳ -
رده بندی کنگره	:	BF۶۹۸
رده بندی دیویی	:	۱۵۵/۲
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۷۳۳۹۹۷

○ فهرست

- مقدمه [۱۰]
- پیشینه تحقیق [۱۷]
- انواع تیپ‌های شخصیتی... [۴۳]
- تیپ‌های نه‌تانه شخصیت - اناگرام [۴۶]
- ساخت شخصیت از دید آرنولد [۵۶]
- تست‌های شخصیت [۵۹]
- آزمون MMPI [۶۷]
- تشخیص ویژگی‌های شخصیتی (اختلالات) در فضای سائیری با توجه به آزمون MMPI [۷۱]
- ویژگی‌های پنج عامل شخصیتی [۷۳]
- مخاطب‌شناسی [۱۰۳]
- خصوصیات عاطفی مخاطبان در تاثیرگذاری و نفوذ [۱۰۳]
- نحوه شکل‌گیری نگرش، شیوه‌های تغییر نگرش و ترغیب مخاطبان [۱۰۶]
- متقاعدسازی [۱۱۹]
- انواع جذابیت در تبلیغات [۱۳۱]
- استراتژی‌های ترغیب و متقاعدسازی [۱۳۱]
- رویکردهای تاثیرگذار در تبلیغات [۱۳۶]

- سنجش اثرات تبلیغات در پاسخ‌های مخاطب [۱۳۷]
- دسته‌بندی مخاطبان [۱۴۳]
- مواردی علاوه بر تبلیغات [۱۴۳]
- رویکرد کلاسیک تبلیغات [۱۴۶]
- مصرف‌کنندگان چگونه اطلاعات را از تبلیغات کسب و پردازش می‌کنند؟ [۱۵۰]
- چگونگی تاثیر تبلیغات در ذهن مخاطب [۱۵۷]
- تبلیغات توانایی تغییر و تحریف حافظه را دارد؟ [۱۶۷]
- چگونگی شکاگیری نگرش مخاطبان [۱۶۸]
- چگونه نگرش خود را شکل می‌دهیم؟ [۱۷۰]
- اصول ترغیب و آتیرگزیش [۱۸۳]
- تاثیر دانش کاربردی در اتایی پردازش [۱۹۲]
- چگونگی تاثیر تبلیغات در رفتار [۱۹۹]
- اثر غیرارادی و ارادی نگرش ها [۲۰۳]
- فراتراز ترغیب و متقاعدسازی دستیابی به اتایی مصرف‌کننده، بدون تغییر نگرش [۲۰۹]
- اقناع [۲۲۰]
- خصوصیات عاطفی مخاطبان [۲۲۶]
- تغییر نگرش از نظر کورت لوین [۲۲۷]
- مخاطبان بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی [۲۳۲]
- منابع فارسی [۲۳۵]
- منابع انگلیسی [۲۳۶]

به لطف شبکه های جماعی گسترده ای همچون فیسبوک و توییتر، روزانه میلیون ها کاربر دست نوشته های خود را منتشر می کنند و از سوی دیگر در حال مطالعه نوشته های دیگران نیز هستند. این حجم وسیع کاربر در رسانه های اجتماعی منجر به ثبت میلیون ها کلمه و جمله و متن در طول روز می گردد.

بنابر آنچه که ذکر شد، رفتار دیجیتال که با راحتی قابل دسترس است، مانند محتوایی که در رسانه های اجتماعی مانند فیسبوک منتشر می شود، به ترانه کمک کند تا به صورت خودکار و صحیح، طیفی وسیع از ویژگی های شخصی را دریا، ویژگی هایی همچون گرایش جنسی، قومیت، مذهب و دیدگاه های سیاسی، ویژگی های شخصیتی، هوش، خدش حالی و رضایت، استفاده از مواد معتاد کننده، جدایی والدین، جنس و

نکته مهم آن است که در جهت تحقق این امر، دو علم زبان شناسی و روان شناسی را باید در کنار یکدیگر بکار گرفت تا بتوان نتیجه مطلوب را حاصل نمود. در واقع دریافت شخصیت بر اساس استانداردهایی که از پیش تعیین شده، مربوط به مبحث روان شناسی است، اما این علم به حضور شخص در جهت مطالعه و آزمایشات مربوطه نیازمند است. در صورتی که شخص مورد

نظر حضور نداشته باشد، از آثار او می‌توان به این مهم دست یافت؛ این آثار نوشته‌هایی هستند که از شخص به جا مانده است. در این جاست که زبان‌شناسی به کمک روان‌شناسی می‌آید و مطالعه شخصیت را میسر می‌سازد. [۱]

یکی از مسائل اساسی روانشناسی شخصیت، کشف ساختار ویژگی‌های شخصیت انسان هست. بدون اینکه یک مدل ساختاری دقیق از شخصیت، محققانی که علاقمند به درک و شناخت کارکرد شخصیت هستند تنها با این موضوعات با روش کورکورانه و ناشیانه برخورد می‌کنند. اما با پیدا کردن ابواب اساسی شخصیت، محققان قادر به تحقیق منشا و پیامدهای تغییرات شخصیت به طور کاملاً منظم خواهند بود.

اگرچه در سراسر قرن ۲۰، هیچ توافقی در مورد ساختار شخصیت بین محققان وجود نداشت، با این حال در اوایل ۱۹۸۰ اکثر محققان رفته رفته به توافق در این امر رسیدند که تغییرات در شخصیت را در عالی‌ترین شکل خود می‌توان به حسب پنج بعد گسترده و تا حدی مستقل خلاصه کرد. این پنج عامل اولین بار در زبان انگلیسی که شامل تعداد کوچکی از صفات توصیف‌گر شخصیت بودند کشف شدند (برای مثال، دیگمن و تاکموتو^۱ - چوک^۱، ۱۹۸۱، تیوپز^۲ و کریستال^۳، ۱۹۹۲) و بعداً در تحقیقاتی که شامل مجموعه خیلی وسیع‌تری از صفات شخصیت بود مورد تایید قرار گرفتند (گلدبرگ^۴، ۱۹۹۰، ساکیر^۴ و گلدبرگ^۴، ۱۹۹۶). این عامل‌های پنج‌گانه در مجموع تحت عنوان پنج عامل بزرگ نامگذاری شدند (گلدبرگ^۴، ۱۹۹۰، ۲۰۰۰)، که شامل (الف) برونگرایی، (ب) توافق‌پذیری (ج) با وجدان بودن (قانون مندی)، (د) توانایی (در مقابل روانرنجور خویی) و (ه) باز بودن به تجربه‌ها (فرهنگ) بودند. [۲]

^۱ - Takemoto-chock

^۲ -tupes

^۳ -christol

^۴ -sauciar

کاستا و مک کری (۱۹۹۲) مقیاس‌های بلند و کوتاه برای ابعاد مدل پنج عاملی معرفی کردند که به پرسشنامه پنج عاملی NEO (NEO-FFI) و پرسش نامه تجدید نظر شده شخصیت NEO-PI-R معروف شدند و هر دوی این آزمون‌ها به طور گسترده در تحقیقات مختلف مورد استفاده قرار گرفته است. [۲]

همچنین گلدبرگ (۱۹۹۹) مجموعه دیگری از مقیاس‌ها را که سازه‌های مدل پنج عاملی را مورد اندازه‌گیری قرار می‌دهد توسعه بخشید و این مقیاس‌ها در اصل فرم‌های موازی با مقیاس‌های NEO بودند. این ابزارهای سنجشی کاربردی بسیار فراوان در تحقیقات روانشناسی شخصیت و سایر حیطه‌های مرتبط به آن داشته است.

یکی از رشته‌های علم روانشناسی، روانشناسی شخصیت است که ابعاد وجودی انسان را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار می‌دهد. دیدگاه روانشناسان نسبت به شخصیت با توجه به تعریفی که از آن ارائه می‌دهد، متفاوت است. اما صرف نظر از دیدگاه‌های متفاوت روانشناسان نسبت به شخصیت، توجه به شخصیت افراد و درک صحیح از آن منجر به موفقیت در زندگی اجتماعی و توانایی بهره‌وری از حداکثر قابلیت‌های افراد می‌شود.

ترقی جامعه مستلزم شناخت شخصیت افراد، با توجه به تفاعلهای موجود در شخصیت و تأثیر آن بر عملکرد آنها است.

روانشناسی شخصیت از دیدگاه اسلام، علما و اندیشمندان

از دیدگاه اسلام انسان مخلوقی است که از هنگام زاده شدن، بالقوه کمال‌تی دارد که می‌تواند به آنها فعلیت بخشد و همچنین فطرتی حیوانی دارد که بر اثر افراط و تفریط در آن، دشواری‌هایی برای خود و دیگران به بار می‌آورد. انسان از نظر ساختمان جسمی، تمایلات غریزی، شهوات و خواسته‌هایش به سایر حیوانات شباهت دارد ولی از سه بعد با آنها تمایز عمیقی دارد که عبارتند از:

الف - داشتن ادراک، کشف خود و جهان خود و داشتن جهان بینی

ب - وجود عوامل و جاذبه هایی که بر انسان احاطه دارند

ج - آزادی انتخاب، تحت تأثیر محیط و جاذبه های آن قرار گرفتن و تسلط بر آنها

هر کسی شخصیتی دارد و شخصیت شما به مشخص کردن میزان موفقیت، خشنودی، و رضایت خاطر در زندگی شما کمک می کند. ما درباره شخصیت صحبت می کنیم؛ بدون اغراق باید بگوییم که شخصیت شما یکی از مهمترین نعمت های شماست. شخصیت به شما کمک کرده است تا زندگی خود را شکل دهید و در آینده نیز همین کار را خواهد کرد [۴].

هر چیزی که تا به حال بر شما آورده اید، هر چیزی که انتظار دارید در شغل خود بدست آورید، خواه همسر یا والدین باشید، و حتی وضعیت سلامت کلی شما تحت تأثیر شخصیت شما و شخصیت کسانی که با آن ها در تعامل هستید قرار دارند. شخصیت شما گزینه هایی را که در زندگی دارید محدود کرده یا گسترش می دهد. شخصیت به شما اجازه نمی دهد تجربیات خاصی را با دیگران در میان بگذارید یا شما را از اداری سازد بیشتر آنها را با دیگران در میان بگذارید. شخصیت، برخی افراد را محدود می کند و دنیای تجربه را به روی دیگران می گشاید.

تیپ از کلمه یونانی توپس به معنای نقش یا اثر گرفته شده و در روان شناسی به معنای خصوصیات ویژه جسمی و روان شناختی خاصی است که آدم ها را از همدیگر مجزا می کنند. به بیان دیگر مجموعه ای از آدم ها که تحت یک تیپ شناسایی می شوند، رفتار و اندیشه های تقریباً مشابهی دارند و واکنش های بدنی آنها نیز کم و بیش با هم یکسان است.

برای شناخت شخصیت افراد روانشناسان ابعاد مختلف شخصیت را بررسی و آنها را به تئیهای شخصیتی متفاوت تقسیم کرده اند و معتقدند که ارائه این تیپ بندی ها می تواند به ما کمک کند تا در برنامه ریزی های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و ... از این مقوله استفاده کنیم. اگر در عمل بتوانیم افراد را به گروه های مجزائی تقسیم کنیم و متناسب با ظرفیت ها و

قابلیت‌های آنان برنامه ریزی کنیم، در عمل کارایی و توانمندی بالائری را در سطح جامعه شاهد خواهیم بود. و در نتیجه حداکثر بهره‌وری را داشته باشند، و همه اینها در جهت ارتقای کیفیت جامعه در زمینه‌های مختلف به نحوی اثربخش نمود خواهد کرد. به این جهت از دیرباز مسئله تعیین تیپ شخصیتی افراد و کمک به رشد آنها در جهت مفید مورد توجه جوامع متمدن بوده است.

صفات شخصیت:

آلپورت صفات شخصیت را گرایش‌های پاسخ دادن به شیوه‌ی یکسان یا مشابه به انواع مختلف محرک‌ها می‌داند. نسبت به این، صفات شیوه‌های ثابت و پایدار واکنش کردن به جنبه‌های محرک محیط‌مان است. آلپورت ویژگی‌های صفات را به شرح زیر خلاصه کرد:

- ۱- صفات شخصیت واقعی هستند. در هر یک از ما وجود دارند. آن‌ها ساخت‌های نظری یا برجسب‌هایی که برای توجیه کردن رفتار ما ساخته شده باشند نیستند.
- ۲- صفات رفتار را تعیین می‌کنند و یا علت آن هستند. آن‌ها تنها در پاسخ به محرک‌های خاص ظاهر نمی‌شوند. آنها ما را برای یافتن محرک‌های مناسب برمی‌انگیزند، و برای تولید کردن رفتار یا محیط تعامل می‌کنند.
- ۳- صفات را می‌توان به صورت تجربی اثبات کرد. با مشاهده نمودن رفتار در طول زمان. می‌توانیم شواهد وجود صفات را در پیوستگی و ثبات پاسخ‌های شخص به محرک‌های یکسان یا مشابه، استنباط کنیم.
- ۴- صفات به هم مربوط هستند، اگر چه آنها ویژگی‌های متفاوتی را نشان می‌دهند، می‌توانند هم پوشی داشته باشند. برای مثال، پرخاشگری و خصومت، صفات مجزا اما مربوط به هم هستند و اغلب دیده می‌شود که به طور همزمان در رفتار شخص رخ می‌دهند.