

این فایل ترجمه توسط وب سایت زبان امید تهیه شده است.
هر گونه کپی و یا استفاده از آن توسط وب سایت های
دیگر پیگرد قانونی خواهد داشت.

www.languagecentre.ir

رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی

جیمز ویلیز از نیویورک به یک شهر کوچک منتقل شده است. فیل در یک رستوران محلی با او حرف می‌زند.

فیل: جیمز، می‌دانم در شهر هستی. نظرت درباره ما چیست؟

جیمز: در واقع، مردم اینجا راهشان را تغییر می‌دهند تا دوستانه رفتار کنند.

فیل: خوشحالم که این را می‌شنوم. آیا مشکلی با سازگار شدن با زندگی در اینجا داری؟

جیمز: نه، هیچ مشکلی نیست و جای خوبی به نظر می‌رسد.

فیل: خب، فکر کردم شاید در شهری کوچک احساس عجیبی داشته باشی.

جیمز: نه خیلی. در نیویورک به تنهایی زندگی کردن عادت کرده بودم.

فیل: به هر حال نمی‌خواهیم حس کنی از ما دور هستی.

جیمز: نگران نباش فیل. من همین الان هم چند دوست پیدا کرده‌ام.

تبلیغ یک محصول

یک مشتری وارد یک مغازه می‌شود. مقابل صدها جعبه شستشودهنده لباس می‌ایستد. یک مارک را انتخاب می‌کند، پول آن را پرداخت می‌کند و می‌رود. چرا آن نوع صابون خاص را انتخاب کرد؟ آیا واقعا بهتر از بقیه است؟ احتمالا خیر. این روزها، محصولات بسیاری وجود دارند که تقریبا از نظر قیمت و کیفیت با هم مشابه هستند. اگر محصولات تقریبا یکسان باشند، چه چیزی باعث می‌شود که مشتری یک مارک را به جای دیگری بخرد؟ با وجود آنکه ممکن است خوشمان نیاید اعتراف کنیم، اما تبلیغات در تلویزیون و تبلیغات در مجله‌ها احتمالا بیش از آنچه فکر می‌کنیم روی ما تاثیر می‌گذارند.

تبلیغات مشتریان را از محصولات جدید موجود در بازار آگاه می‌کند. به ما اطلاعاتی درباره هر چیزی از شامپو و خمیردندان تا کامپیوترها و ماشین‌ها می‌دهد. این «اطلاعات» در واقع اکثر مواقع اطلاعات نادرست هستند. به ما مزایای محصولات را می‌گویند اما مضرات آنها را پنهان می‌کند. تبلیغات نه تنها ما را به سمت خرید چیزهایی هدایت می‌کند که نیاز نداریم و نمی‌توانیم بخریم، بلکه منطق ما از واقعیت را دچار سردرگمی می‌کند. تبلیغ به ما می‌گوید که «خمیردندان زوم از کرم‌خوردگی جلوگیری می‌کند و به شما دندان‌های سفید می‌دهد!». اما حقیقت کامل را به ما نمی‌گوید: که یک رژیم سالم و یک مسواک خوب همان تاثیر را دارند.

تبلیغات از روش‌های بسیاری استفاده می‌کنند تا کاری کنند که ما محصولشان را بخریم. یکی از موفق‌ترین روش‌ها این است که به ما این حس را دهند که از خودمان و زندگی ناقصمان ناراضی هستیم. تبلیغات به ما نشان می‌دهند که ما چه کسی نیستیم و چه چیزی نداریم. دندان ما به اندازه کافی سفید نیست. موهایمان به اندازه کافی براق نیست. لباس‌هایمان به اندازه کافی تمیز نیست. تبلیغات باعث می‌شوند که ما فکر کنیم مردم ما را دوست نخواهند داشت اگر از محصول تبلیغ شده‌شان استفاده نکنیم.

اگر ترس یک محرک منفی برای خریدن یک محصول باشد، در این صورت خواستن یک تصویر خوب دلیلی مثبت برای انتخاب کردن آن نیست. هر یک از ما دارای یک تصویر ذهنی از آن فردی هستیم که می‌خواهیم باشیم. به عنوان مثال یک زن جوان امروزی ممکن است بخواهد فکر کند که شبیه یک بازیگر فیلم است. مردی میان سال ممکن است بخواهد خودش را به عنوان یک ورزشکار قوی و جذاب ببیند. تبلیغ‌کنندگان این را می‌دانند. آنها تبلیغ‌های خاصی برای گروه معینی از مردم می‌نویسند که محصول آنها را انتخاب کنند. دو نفر ممکن است مارک‌های مختلفی از خمیردندان با قیمت، مقدار و کیفیت مشابه انتخاب کنند؛ هر فرد معتقد است که او شخصیت خود را با انتخاب آن مارک بیان می‌کند.

تبلیغ‌کنندگان از روانشناسان می‌خواهند تا طرز فکر مشتریان را و دلایل آنها برای انتخاب یک مارک به جای

ترجمه کتاب 2 Intermediate – درس 1

دیگری را بررسی کنند. این متخصص‌ها به تبلیغ‌کنندگان درباره انگیزه‌های ترس و تصویر خود می‌گویند. همچنین آنها را درباره تحقیقات اخیر با رنگ‌ها و کلمات آگاه می‌سازند. روانشناسان دریافته‌اند که رنگ‌های معین روی جعبه یک محصول جذاب باعث می‌شود که مردم به دنبال آن بروند و آن بسته را به جای خرید محصولی مشابه با رنگ‌های مختلف انتخاب کنند. همچنین کلماتی خاص توجه ما را جلب می‌کنند. به عنوان مثال، کلمات «جدید»، «بهبودیافته»، «طبیعی»، و «سایز بزرگ» بسیار مشهور هستند و به نظر می‌رسد که چشمان و دستان ما را به سمت بسته هدایت می‌کنند.

بسیاری از افراد معتقد هستند که تبلیغات بر آنها تاثیری نمی‌گذارد. احساس می‌کنند که آنها آزادی انتخاب دارند و می‌خواهند فکر کنند که انتخاب‌های هوشمندانه انجام می‌دهند. متأسفانه آنها احتمالاً متوجه تاثیر قدرتمند تبلیغات نیستند. ممکن است آنها به طور واضح درک نکنند که تبلیغ‌کنندگان هر سال در رقابتی شدید برای پول بیلیون‌ها دلار خرج می‌کنند، و به شدت موفق هستند. آیا باور دارید که تبلیغات بر انتخاب محصول شما تاثیر نمی‌گذارند؟ فقط به مارک‌های درون آشپزخانه و دستشویی نگاه کنید.