

## عنوان مقاله:

نقش تبلیغ در تغییر نگرش

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

مهدی ستایش شفا - کارشناسی ارشد روان شناسی عمومی، دانشگاه آزاد واحد رودهن

فرحناز معبودی - دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

## خلاصه مقاله:

آنچه از میان ستور تحقیق در باب نقش تبلیغ بر می آید تاثیر گذاری آن است بر دیگران به منظور نیل به مقاصد خاص بادتنداختن بر افکار و احساسات آنها و ترغیب ایشان به قبول نظری خاص نسبت به یک مسأله که تلاشی است آگاهانه برای تغییر نگرشها و در نهایت تغییر آشکار رفتار افراد. لذا تلاش ما بر آن است که با تکیه بر انواع تبلیغات (سیاسی، بازرگانی، آموزشی، دینی و ایدئولوژیک، اجتماعی و انسان دوستی) که بر پایه ی اطلاعات و واقعیات صورت میگیرد برای افزایش آگاهی، زندگی درست و... بشر گام برداریم و در این راستا آنچه از اهمیت ویژه ای برخوردار است؛ ویژگی ها، محتوا، ارکان تبلیغات و پیام رسان و پیام و ویژگی های آنها در انواع تبلیغات است

## کلمات کلیدی:

تبلیغ، نگرش، مخاطب، تغییر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/497621>

