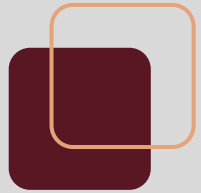


ネットビジネス プロパガンダ解説

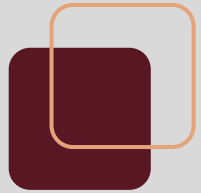
園山恭平



プロパガンダとは？

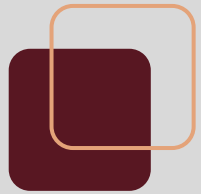
主に政治的な用途で利用される宣伝手法
目的とする方向に意識的に誘導をかける宣伝
(心理的に誘導)

- 戦争を肯定化する為に利用された
(不都合な部分を隠して相手を共通の敵化)
- 選挙の時にもよく利用される
(自分の政党は善で、敵の政党は悪だ)
- 商品マーケティングにも利用されている



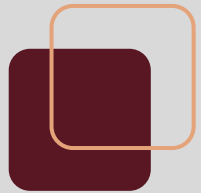
プロパガンダの特徴

- ・故意に強烈に目的の方向へ民衆を誘導
- ・分かっているにもかかわらず逃げられない
- ・複数のプロパガンダを組み合わせて利用
(多数の種類がある)
- ・感情に訴えかけることで強い誘導力



プロパガンダ4つの種類

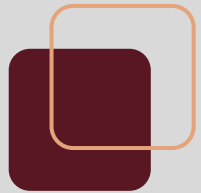
- ・ホワイトプロパガンダ
→ 事実に基づく情報を利用
- ・ブラックプロパガンダ
→ 虚威や極端な誇張を含む情報(出所不明)
- ・グレープロパガンダ → 不都合な部分を隠して
- ・カウンタープロパガンダ → 共通の敵



プロパガンダの例

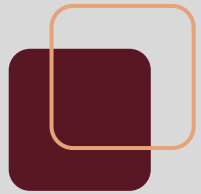
- ・故意の情報操作
- ・バンドワゴン効果(サクラ効果)
- ・2つの選択肢(他の選択肢をあえて消す)
- ・固有のイメージ化(善か、悪か)

→プロパガンダ利用は反動に注意



ネットビジネスでのプロパガンダ

- DRMの「教育」「販売」に主に利用できる
- 自分の主張を正当化して理解させる
- コピーライティングの手法として
- 購入するかしないか(善か悪か)(仲間か敵か)
- 価値を提供することを意識(反動に注意)



プロパガンダ解説 まとめ

- プロパガンダは感情に訴えかける宣伝行為
- 商品マーケティングにも広く利用されている
- 4つのプロパガンダ
- 様々なプロパガンダを組み合わせる
- 反動に注意する