



# Убеждающее сообщение

- **Последовательность  
предъявления сообщений**
- **Потери и преимущества**
- **Эмоции в сообщении**





# Последовательность предъявления сообщений. Эффект края

Эффект первого сообщения

Сообщение 1

Сообщение 2

..... (время) .....

Реакция (доминирует сообщение 1)

Эффект последнего сообщения

Сообщение 1

..... (время) .....

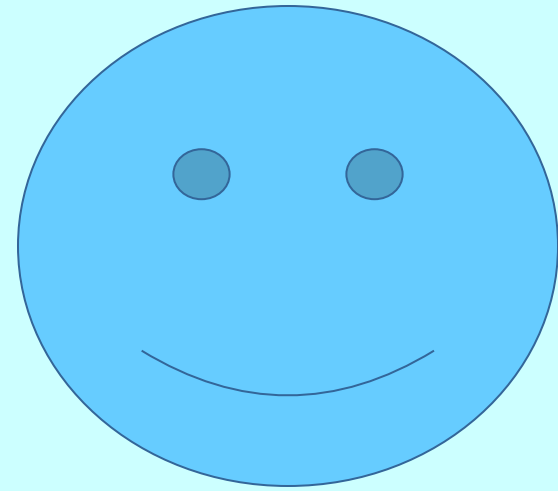
Сообщение 2

Реакция (доминирует сообщение 2)

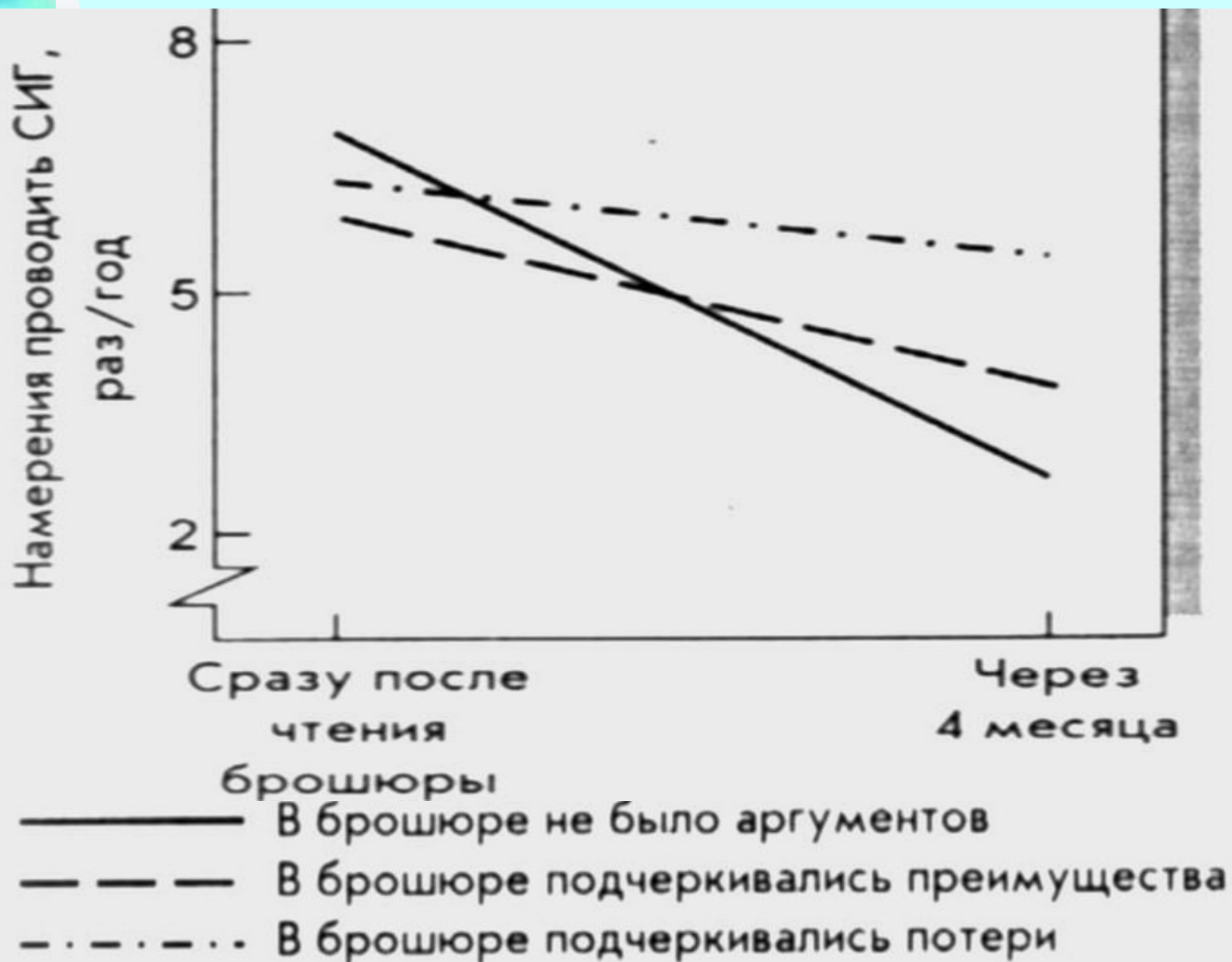


# Использование эффекта края

Если аудитория неоднородна или ее отношение к позиции коммуникатора и к нему самому неизвестны: второй по силе довод в начале, самый сильный довод в конце, остальные — между ними.



# Потери и преимущества



**Задача 1. Представьте, что правительство страны готовится к вспышке чрезвычайно опасного вирусного заболевания, от которого, как считают ученые, в течение зимы погибнет 600 человек.**

**Правительству предложено две альтернативные программы защиты от эпидемии: А и В. Специалисты оценивают последствия принятия этих программ так:**

**А. Если будет принята эта программа, будут спасены 200 человек.**

**В. Если будет принята эта программа, вероятность того, что 600 человек будут спасены, равна  $1/3$ , а вероятность того, что ни одного человека не удастся спасти, равна  $2/3$ .**


**Выбор А - 72%**

**А. Если будет принята эта программа, погибнет 400 человек.**

**В. Если будет принята эта программа, вероятность того, что никто не погибнет, равна  $1/3$ , а вероятность того, что погибнет 600 человек, равна  $2/3$ .**

**Выбор А - 22%**





**Использование терминов  
потерь приводит к выбору  
стратегии минимизации потерь  
даже ценой риска**

**Использование терминов  
приобретений приводит к  
выбору стратегии сохранения  
приобретений при отказе от  
риска (синица в руках)**

# Какой вариант оказался эффективнее?

А) Вы можете перейти на энергосберегающий режим, позволяющий сэкономить 200 долларов в год

Б) Если вы не перейдете на энергосберегающий режим, то потеряете 200 долларов в год

Представьте, что вам нужно выбрать способ оплаты членства в спортивном клубе

А) ежемесячно по 50 долларов

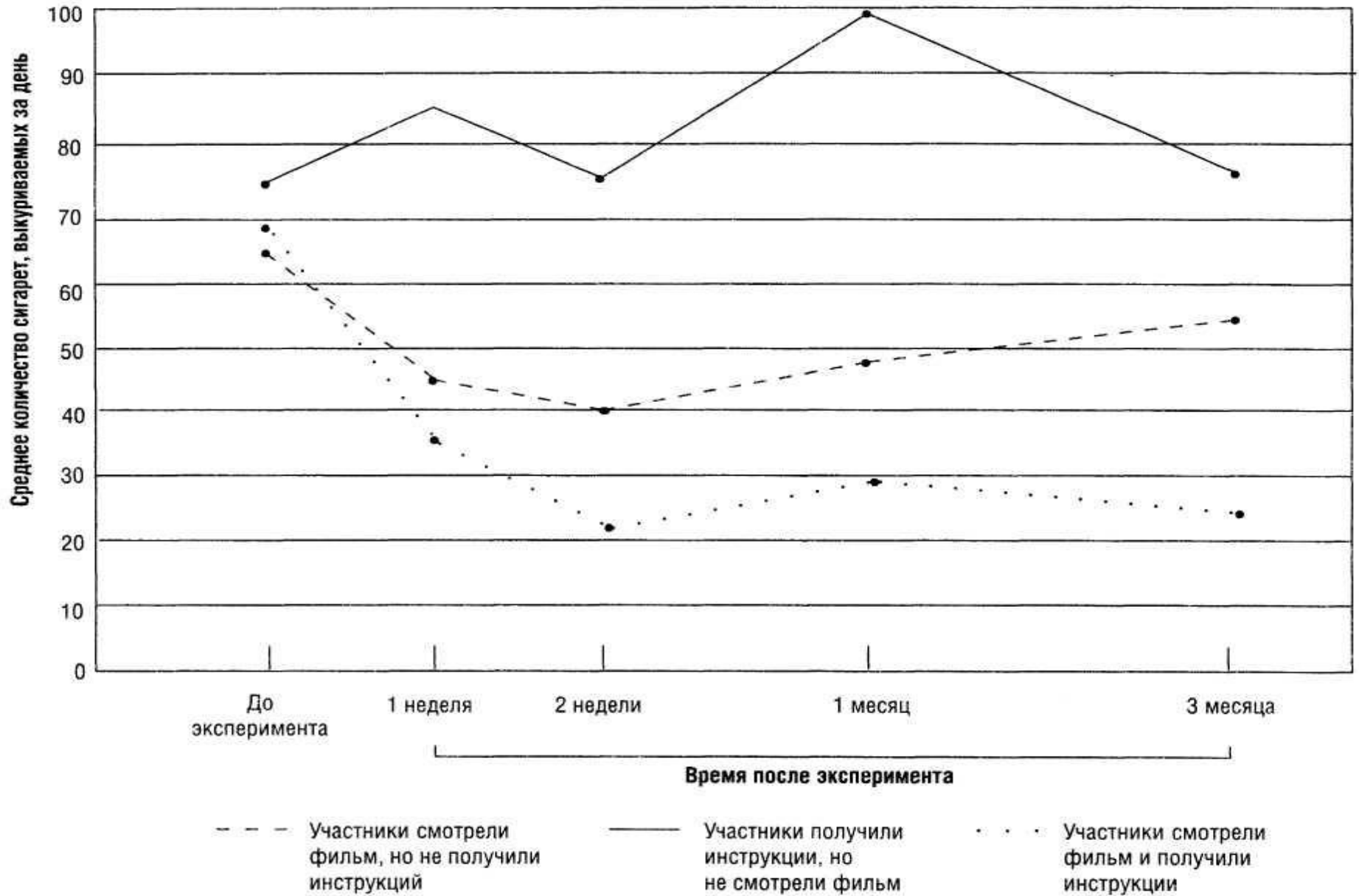
Б) единовременный взнос за годовой абонемент в размере 600 долларов

# Страх

Группе  
курильщиков  
показали  
выразительный  
фильм с  
изображением рака  
легких и дали им  
брошюры со  
специальными  
инструкциями о  
том, как бросить  
курить.

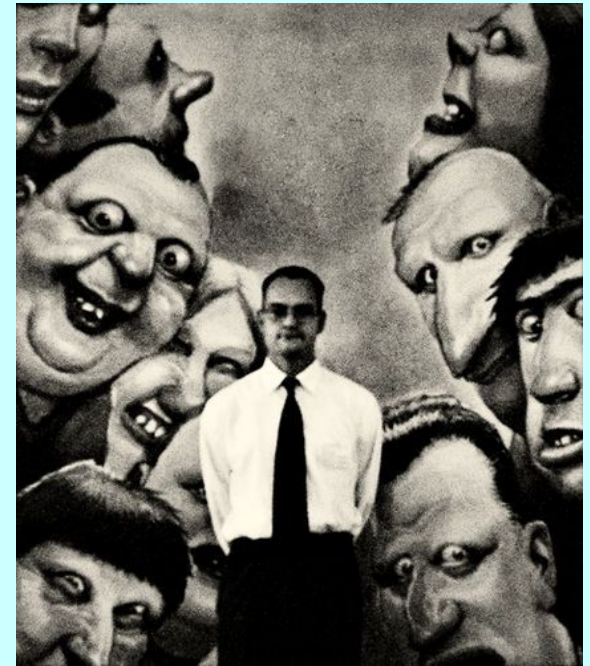


# Страх



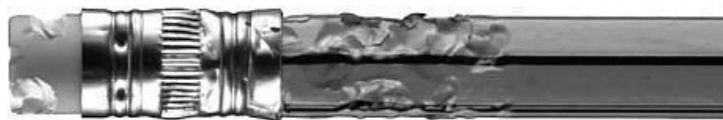
# Страх способствует убеждению, если:

- 1) Получатель верит в тяжелые последствия поведения/ситуации (серьезность опасности)
- 2) Получатель осознает свою уязвимость (н-р, легкость заражения какой-либо болезнью)
- 3) Предлагается эффективная конкретная рекомендация по преодолению угрозы;
- 4) самоэффективность - получатель послания верит, что он способен выполнить рекомендуемое действие.





# Реклама новой финансовой услуги – фьючерса на Индекс РТС



**Падение фондового рынка  
может заставить Вас  
поволноваться**

**Хеджируйте риски. Воспользуйтесь фьючерсами на Индекс РТС.**

По обороту на Срочном рынке РТС (FORTS) фьючерсы на Индекс РТС занимают первое место. Ежемесячный объем торгов по ним превышает 1 млрд. долларов США.

Объем 1 фьючерса равен значению Индекса, умноженному на 2 доллара США (сейчас это около \$2000). Для заключения сделки не нужна вся эта сумма, достаточно внести в качестве гарантийного обеспечения лишь 10% от стоимости контракта. Величина биржевого сбора составляет 1 рубль за контракт.

Фьючерсы на Индекс РТС позволяют играть на росте/падении всего фондового рынка, а не только на изменении котировок отдельных ценных бумаг. С помощью этого инструмента можно застраховаться от неблагоприятного изменения общей рыночной конъюнктуры.

Фьючерс на Индекс РТС по своей структуре совпадает с портфелем из 50 акций, входящих в базу расчета Индекса РТС. Вес бумаг одного эмитента в Индексе РТС не может превышать 15%, что соответствует практике

портфельного инвестирования.

Получить более подробную информацию о фьючерсе на Индекс РТС можно в Управлении срочного рынка ОАО «Фондовая биржа РТС»:  
**(095) 705-90-31, forts@rts.ru**

**РТС**  
ФОНДОВАЯ БИРЖА

Лицензия Комиссии по товарным биржам при ФСФР России на организацию биржевой торговли № 143 от 27 мая 2005 года  
Спецификация фьючерсного контракта на Индекс РТС зарегистрирована ФСФР России 26 июля 2005 года за № 077-07986-000001



**Колебания цен на акции  
не способствуют  
хорошему сну**

**Хеджируйте риски. Воспользуйтесь фьючерсами на Индекс РТС.**

По обороту на Срочном рынке РТС - FORTS - фьючерсы на Индекс РТС занимают первое место, хотя торги по ним начались 4 месяца назад. Сегодня ежемесячный объем торгов по ним превышает 1 млрд. долларов США.

Фьючерс на Индекс РТС - это стандартный контракт, который исполняется путем денежных расчетов. Его объем равен значению Индекса, умноженному на 2 доллара США (в рублевом эквиваленте). Для заключения сделки не нужна вся эта сумма, достаточно внести в качестве гарантийного обеспечения лишь

10% от стоимости контракта. Биржевая комиссия составляет 1 рубль за контракт.

Фьючерсы на Индекс РТС позволяют играть на росте/падении всего фондового рынка, а не на изменении котировок отдельных ценных бумаг.

С помощью этого инструмента можно застраховаться от неблагоприятного изменения общей рыночной конъюнктуры.

Фьючерс на Индекс РТС по своей структуре совпадает с портфелем из 50 акций, входящих в базу расчета Индекса РТС. Вес бумаг одного эмитента в Индексе РТС не может

превышать 15%, что соответствует практике портфельного инвестирования.

Более подробная информация о фьючерсе на Индекс РТС в Управлении срочного рынка Фондовой биржи РТС:

**(095) 705-90-31, forts@rts.ru**

**РТС**  
ФОНДОВАЯ БИРЖА

Лицензия Комиссии по товарным биржам при ФСФР России на организацию биржевой торговли № 143 от 27 мая 2005 года  
Спецификация фьючерсного контракта на Индекс РТС зарегистрирована ФСФР России 26 июля 2005 года за № 077-07986-000001

«Застрахуйте  
автомобиль до  
того, как его у вас  
уведут»

На городской парковке  
рассыпано битое стекло  
и рядом наклеен стикер:  
«Надеемся, что  
автомобиль был  
застрахован в такой-то  
компании»



Insure yours as fast as it can get stolen. Call 419-8888.

Answer  
Car Ins



# Предупредительные надписи в рекламах табачных изделий

ВОЗ: предупреждения  
должны периодически  
меняться;

быть крупными, четкими,  
легко читаемыми;

занимать 50%  
поверхности.

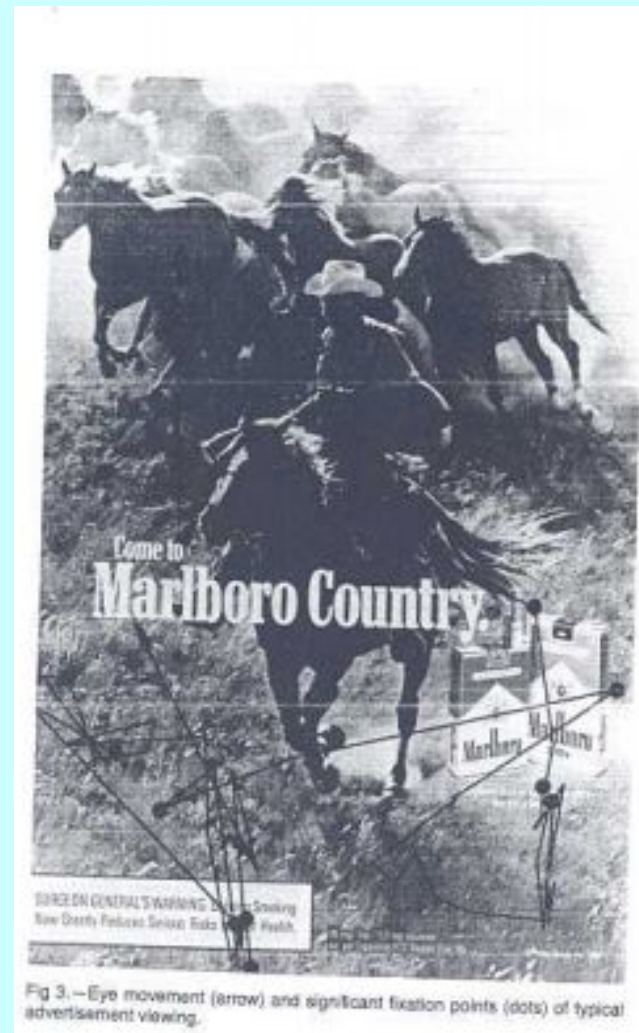
ВОЗ утверждает, что такая  
тактика оказывается  
эффективной





# Предупредительные надписи в рекламах табачных изделий

Используя технологию айтрекинг при просмотре рекламных роликов табака Fisher и др. (1989) установили, что в 44% случаев подростки вообще не фиксировали предупреждающие надписи. Среднее время просмотра предупреждения составило 8% от общего времени просмотра рекламы.



Ты “забалдел” перед уроком труда.  
Ты думал, что справишься с пилой. И ошибся.  
Конопля может сделать с тобой и не такие глупости.



regret

THE ANTI-DRUG.

Антинаркотическая пропаганда, осуществляемая с помощью тактики запугивания (подчеркивание, преувеличение негативных эффектов ПАВ) показывает недостаточную эффективность. Причины: недоверие, расхождение с опытом, защитные реакции (вера в бессмертие).



Chippie  
club



Quand on sort, c'est grâce à Sam qu'on rentre.

**sam** CELUI QUI CONDUIT, C'EST CELUI QUI NE BOIT PAS.



[www.kisam.fr](http://www.kisam.fr)

КОГДА "ВЫХОДЯТ В СВЕТ", ВОЗВРАЩАЮТСЯ БЛАГОДАРЯ "СЗМУ"  
КТО ВЕДЕТ - НЕ ПЬЕТ. ("КТО СЕГОДНЯ БУДЕТ СЗМОМ?")



**sam** CELUI QUI CONDUIT, C'EST CELUI QUI NE BOIT PAS.

[www.kisam.fr](http://www.kisam.fr)



**КТО ВЕДЕТ - НЕ ПЬЕТ.**

"СЗМ" - ЧЕЛОВЕК, НЕ ПЬЮЩИЙ СЕГОДНЯ НА ВЕЧЕРИНКЕ И РАЗВОЗЯЩИЙ ВСЕХ ПО ДОМАМ



CHANGEONS  
ДАВАЙТЕ  
МЕНЯТЬ

# Использование юмора в убеждении

Аудитория уделяет смешному сообщению больше внимания. Юмор понижает их осторожность и настраивает более положительно по отношению к сообщению. Пример: смешная реклама

