پیام های بازرگانی

ایرنا

چرا آگهی‌های تلویزیونی و شهری با مخاطب عام بیگانه‌اند؟

تبلیغ یک زندگی دست نیافتنی

مریم طالشی
گزارش نویس

مادر بچه‌ها را برای ناهار صدا می‌کند. بچه‌ها شادمانه می‌دوند و سر میز می‌نشینند. حتماً تا حالا داشتند در حیاط بزرگ با آن درخت‌های بلند که از پس پنجره‌های قدی سالن خانه دیده می‌شوند، بازی می‌کرده‌اند. سالن خودش هم دست‌کمی از زمین بازی ندارد؛ درندشت و جادار. مبل‌های سبک امریکایی با فاصله از هم چیده شده‌اند و تعدادشان آنقدری هست که بشود یک میهمانی بزرگ ترتیب داد. اصلاً میهمانی چرا، در این سالن می‌شود عروسی گرفت. مادر در یخچال را باز می‌کند و دوربین انبوه خوراک‌های رنگی را به رخ بیننده می‌کشد. ۴ تا قوطی کنسرو ماهی تن در ۴ ظرف جلوی اعضای خانواده گذاشته می‌شود که قرار است با مخلفات میل شود؛ کات.

زنانی آراسته با لباس‌های روشن در باغی گردهم آمده‌اند و قرار است در مسابقه لکه‌بری شرکت کنند. کسی که موفق می‌شود با مایع لکه‌بر لکه‌های لباس را از بین ببرد، به بقیه یاد می‌دهد چطور این کار را بکنند. بعد از آن همه شادمانه چای و کیک می‌خورند چون انگار تمام دغدغه‌های زندگی‌شان به یکباره از بین رفته است؛ کات.

هنرپیشه معروف مدام تکرار می‌کند که از طریق فلان اپلیکیشن خرید کنید. آنقدر می‌گوید که بیننده از هرگونه خرید اینترنتی بیزار می‌شود؛ کات.

بچه نوپا توی خانه تاتی تاتی می‌کند و پدر و مادر دنبالش روان می‌شوند و قربان صدقه‌اش می‌روند. هیچ وسیله‌ای جلوی پای بچه نیست و او آزادانه می‌تواند هرجا دلش خواست برود. خانه بزرگ و خلوت است و ویلایی به نظر می‌رسد. احتمالاً بیننده می‌تواند تصور کند که استخر بزرگی هم در کار هست.

این تصاویر چقدر آشناست و در عین حال چقدر غریب است. چقدر نزدیک و چقدر دور است. آشناست از این جهت که زیاد به چشم‌مان می‌خورد و نزدیک است چون با فشردن یک دکمه می‌توانیم پا به دنیای آن بگذاریم؛ دنیایی که شباهتی با زندگی خودمان ندارد. الان حتماً می‌گویید بالاخره بعضی‌ها هستند که در چنین خانه‌هایی زندگی می‌کنند اما خود شما چند نفر را دور و برتان می‌شناسید که زندگی‌اش شبیه آنچه در تبلیغات تلویزیونی دیده می‌شود، باشد؟

اصلاً چرا تبلیغات ما شبیه شکل زندگی‌مان نیست؟ آیا قبلاً هم همین‌طور بود؟ در ذهن سازندگان آنها چه می‌گذرد که زندگی لوکس و تجملاتی الهام گرفته شده از تبلیغات سیستم‌های سرمایه‌داری را مدام در قاب شیشه‌ای تلویزیون به چشم ما فرو می‌کنند؟

نوید ایران بهار، کارشناس رسانه و مستندساز در این باره حرف‌های جالب توجهی دارد: «متأسفانه ما از اواسط دهه ۸۰ درگیر معضلی در تبلیغات تلویزیونی هستیم و آن این است که چه افرادی که در این تبلیغات حضور پیدا می‌کنند و چه خانه‌ها و تصاویری که در این تبلیغات نشان داده می‌شوند هیچ سنخیتی با زندگی عادی مردم کشور ندارند.

اگر شما تبلیغات دهه ۷۰ و تبلیغات اوایل دهه ۸۰ را نگاه کنید، متوجه می‌شوید که آنها خیلی نزدیکتر به زندگی ما هستند. البته اگر ریشه این مسأله را با دقت بخواهیم بررسی کنیم باید بگویم که شروع آن برمی‌گردد به سریال‌های تلویزیونی که ما از اواسط دهه ۸۰ شاهد آن بوده‌ایم و بالطبع تبلیغات تلویزیونی هم متأثر از آن است. فیلمنامه‌ها و داستان‌هایی که طی این سال‌ها در تلویزیون مطرح می‌شود بشدت از زندگی روزمره ما فاصله گرفته و شما خیلی راحت می‌توانید تفاوت آن را با سریال‌های دهه ۶۰ و ۷۰ و حتی اوایل دهه ۸۰ متوجه شوید. در واقع سریال‌های قدیمی‌تر خیلی بیشتر با جامعه ما سنخیت داشت و کارگردان و فیلمنامه‌نویسان با موضوع‌های روزمره ما ایرانی‌ها نزدیکی داشتند اما از همان اواسط دهه هشتاد، ما شاهد سریال‌هایی بوده‌ایم که موضوع و سبک زندگی جاری در آنها ربطی به زندگی روزمره ما ایرانی‌ها نداشته است. این تعمیم داده شد به تبلیغات تلویزیونی و این تبلیغات هم دچار چنین مشکلاتی شد و همان‌طور که شاهدش هستیم استفاده از فضاهایی که هیچ شباهتی به زندگی روزمره ما ندارد، در آن رایج شد.

بعد از تبلیغات تلویزیونی هم بیلبوردها دچار این مشکل شدند. در بیلبوردهایی که در فضای شهری استفاده می‌شدند از چهره‌هایی استفاده شد که شاید به ندرت یا هرگز در سطح خیابان و شهر دیده نمی‌شوند و ما در ارتباطات اجتماعی و روزمره آنها را نمی‌بینیم. حتی تبلیغات روزنامه‌ها هم دچار همین مشکل شد. ما گاهی در تبلیغات رادیویی هم چیزهایی می‌شنویم که ربطی به زندگی روزمره ما ایرانی‌ها ندارد.»

ایران بهار ادامه می‌دهد: «در هرصورت ریشه همه اینها در سریال‌های تلویزیونی بوده و این موضوع همچنان هم ادامه دارد. اما نکته جالبی در این موضوع می‌تواند مورد توجه قرار گیرد و آن تأثیرگذاری تبلیغات قدیمی است. الان که نگاه می‌کنیم می‌بینیم یکسری تبلیغات که ما در دهه هفتاد دیده‌ایم هنوز در ذهن‌ها باقی مانده و شخصیت‌هایی که در آنها بودند همچنان در خاطر مردم هستند. حتی بچه‌هایی که در آن دهه تازه متولد شده بودند یا بچه‌های دهه ۸۰ وقتی آن تبلیغات را می‌بینند پیگیر آنها می‌شوند و می‌روند ویدئوهای آنها را پیدا می‌کنند و حتی دنبال این می‌گردند که ببینند بازیگران این تبلیغات در چه حالی هستند و الان مشغول چه کاری شده‌اند و چه رشته‌ای را ادامه داده‌اند. این نشان دهنده ماندگاری این تبلیغات است که حتی امروز مخاطبان جدیدی پیدا کرده است و دلیلش هم همان نزدیکی به زندگی روزمره مردم بوده است. اما تبلیغاتی که امروزه در تلویزیون ما کار می‌شود، تأثیرات بسیار کمی دارد و این تأثیرات خیلی کوتاه مدت هستند یعنی با گذشت فصل آن تبلیغ کسی دیگر آن را به خاطر نمی‌آورد و یادش نمی‌آید که اصلاً چنین تبلیغی وجود داشته و درمورد چه محصولی بوده است. تکرارهای بیش از اندازه و آزاردهنده هم خودش به این قضیه دامن می‌زند و باعث می‌شود که به ضرر آن محصول و شرکت باشد که با هدف توسعه فروش خودش دارد هزینه تبلیغات پرداخت می‌کند.

اما چکار می‌شود کرد؟ نظر من این است که این مشکل باید از مراکز بالاتری مثل شورای انقلاب فرهنگی مورد توجه قرار گیرد و حتی دستورنامه‌ها و شیوه نامه‌هایی برای آن تدوین و به کار بسته شود و سازمان‌های دولتی و فعال در زمینه ساخت تیزر و سریال به موضوع‌هایی نزدیک شوند که به زندگی روزمره مردم نزدیک باشد و بعد از آن تأثیرش را در تبلیغات هم بگذارند. اگر آنها شروع کنند و بتوانند مورد اقبال عمومی مردم و جامعه واقع شوند، قطعاً شرکت‌های خصوصی یا تهیه کننده‌های بخش خصوصی هم از آنها دنباله‌روی می‌کنند چون سیستم توسط سازمان‌های دولتی امتحان شده و موفق بوده و آنها هم سعی می‌کنند دنباله‌رو خوبی باشند و بتوانند مخاطبان زیادی را جذب کنند. پس در ابتدا می‌توانند سیستم‌های دولتی دخیل در فیلمسازی و سریال‌سازی و ساخت تیزر را به این سمت هدایت کنند و بعد بخش خصوصی کارکردهای خاص خودش را در آن اجرا کند. در نهایت فراموش نکنیم ماندگاری تبلیغاتی که به زندگی مردم نزدیک‌تر باشند، بسیار بیشتر خواهد بود.»

> «بچه‌توی خانه‌تاتی‌تاتی می‌کند وپدرومادردنبالش روان می‌شوندوقربان‌صدقه‌اش می‌روند.هیچ‌وسیله‌ای‌جلوی پای‌بچه‌نیست‌واوآزادانه می‌تواندهرجادلش‌خواست برود.خانه‌بزرگ‌وخلوت است‌وویلایی‌به‌نظرمی‌رسد. چراتبلیغات‌ماشبیه‌شکل زندگی‌مان‌نیست؟درذهن سازندگان‌آنهاچه‌می‌گذرد که‌زندگی‌لوکس‌وتجملاتی الهام‌گرفته‌شده‌ازتبلیغات سیستم‌های‌سرمایه‌داری‌را مدام‌درقاب‌شیشه‌ای‌تلویزیون به‌چشم‌مافرومی‌کنند؟

جـــدول سـودوکو

ارقام ۱ تا ۹ را طوری در خانه‌های سفید قرار دهید که هر رقم در سطرها، ستون‌ها و مربع‌های کوچک ۳ در ۳ یکبار دیده شود

۳۶۷۶

آسان

		۱	۳	۸	۲			۶
	۵	۸		۴	۷			۲
						۸		
۴					۵		۶	۹
۵		۹	۷		۸	۳		۴
۱	۶		۲					۸
		۴						
۳			۴	۲		۷	۸	
۸			۹	۵	۱	۴		

متوسط

	۳	۲	۸					
	۴			۷	۳	۲	۶	
۵			۹					
۱				۳			۸	
۶				۸				۱
	۷			۴				۹
					۷			۶
	۵	۹	۳	۶			۷	
					۸	۵	۹	

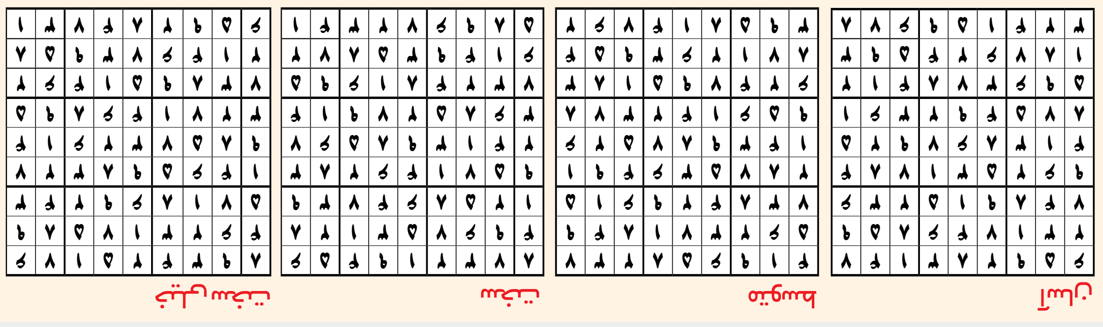
سخت

	۵		۹	۱				
۸		۱	۳					
				۶	۸		۲	
		۲						۹
	۶	۵		۹		۱	۴	
۴						۸		
	۹		۱	۸				
					۹	۴		۶
				۷	۶		۸	

خیلی سخت

					۴		۹	
۹	۸					۲	۶	
				۶		۱	۷	
	۲	۳	۸					
			۲		۷			
					۱	۷	۲	
	۶	۴		۵				
	۵	۹					۱	۲
	۳		۴					

حل جدول سودوکو شماره ۳۶۷۶



یک جـدول با دو شـرح

جدول روزنامه *ایران* دارای دو «شرح عادی و ویژه» است. در صورت تمایل به حل دو شرح ابتدا یکی از شرح‌ها را با مداد حل کرده و سپس با پاک کردن جواب شرح اول، به حل شرح دوم بپردازید.

۷۶۴۳

جدول عـادی

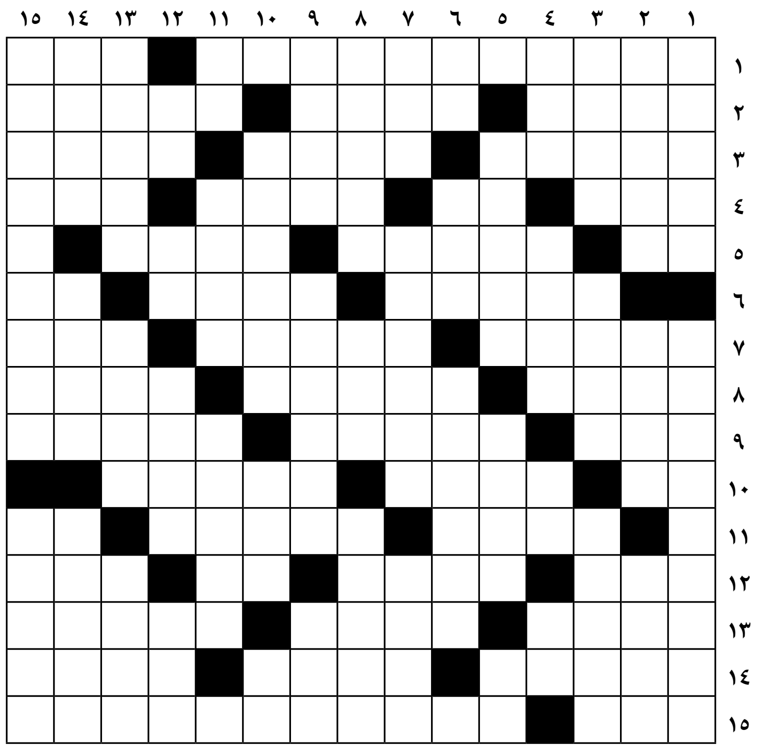
افقی:
۱- کنایه از رودررو‌ی هم ایستادن- حالتی از آیینه
۲- اسم دخترانه- از سبزی‌های خوشبو- علم جادوگری
۳- بنیان نهادن- کپی CD- ماه دوم پاییز
۴- هر نوع آش- ردیف قالی- همنشین و همدم- گل سرخ
۵- کلمه شگفتی- هماهنگ- هستی
۶- شهر «آبشار دیدنی چلندر» در استان مازندران- با «درهم» آید- میوه
۷- زبانی در شمال اروپا- سردسته خونخوار مغول- بزرگترین پارک تفریحی ایران
۸- مونس- موردشک- آوای خفته
۹- تشت کوچک- به پایان رساندن- تعمیر ساختمان
۱۰- خطاب بی‌ادبانه- میهمانی نوبتی!- یاخته پشتیبان دستگاه عصبی
۱۱- بیماری پوستی- هماهنگی، سازگاری- فعلی ربطی
۱۲- مادر باران- فرمان کشتی- مرادف «فراوان»- موافقت و تأیید انگلیسی
۱۳- روبیان- فحوا و معنی- ایالتی در «هند»
۱۴- عنکبوت- مشهور- از محصولات شرکت بم خودرو
۱۵- مرد برفی هیمالیا- تیمی در لیگ آزادگان

عمودی:
۱- پاک کردن با آب- بازیگر خانم سریال در حال پخش «زیرخاکی ۲»
۲- گل بهاری- تخم مرغ ویژه عید- نان از شب مانده
۳- کتاب «نظامی»- شهری در استان «اردبیل»- زبانی ساختگی
۴- ثروتمند- از انبیا- ورزش مادر- جبه
۵- تمرد، مخالفت- ۲۸ گرم- غرغربچه!
۶- عضو تنفسی- شهری در «عربستان»- انبوه
۷- زادگاه خلیل‌الله- منشأ پیدایش- کرانه‌های آسمان
۸- درامانت روا نیست- نیروگاه شمال- خوشگذران
۹- سخت و محکم- دعوا و مشاجره- نوعی پخت برنج
۱۰- نظری- ادعای باطل- دهان کجی
۱۱- جنس به ظاهر قوی!- آماده شده- غذای فرنگی
۱۲- حرف ربط- تابلویی از «روی فاکس لیختنستاین»- دیفتری- غزلسرای انگلیسی
۱۳- نقصان و کم و کسری- دریاچه «قزاقستان»- کارها
۱۴- رغبت بانوی باردار به خوراکی‌ها- اندکی و قدری- صبور
۱۵- اداره امنیه- روزپیش

جدول ویـــژه

افقی:
۱- شاعر قصیده سرای معاصر- کشور آفریقایی
۲- قسمت نرم جلوی سر نوزاد- مناسب و به موقع- مارکی بر تلفن همراه
۳- منقاش- لقب امپراطوران رم- درامان
۴- از انواع تخمه- گزیده چیزی- مخفف اکنون- کنیزک
۵- سازپرسوز- یکزبان- حقیقت درون
۶- درجه‌ای در ارتش- مایل- ضمیر جمع
۷- نانی بسیار نازک- فیلمی با نقش آفرینی «محمدرضا فروتن»- برهر نعمتی واجب است
۸- بی‌پروایی- شهری در «ویتنام»- شهر «کلیسای چوپان»
۹- واژه شگفتی- پرسه زن- محکم
۱۰- قهوه- چاه کن- تیره و تاریک مانند شب
۱۱- اثر «دان دلیلو»- خیالاتی- پایین چاه
۱۲- ناراحت- کشور «گل لاله»- رنجوری- خالکوبی
۱۳- شاگرد!- زدنی دوچرخه سوار- نمره
۱۴- گوهریکتا- رها و در زلزله- بدکار
۱۵- لغزنده- هافبک هجومی «استقلال»

عمودی:
۱- جمع مکان- اثر «ای.ال.دکتروف»
۲- ارتفاع- شهری در «فرانسه»- اشتباه لفظی یا رفتاری
۳- گلی خوشبو- شهرانار- بینوا
۴- پاداش است- حنا- شمار- پیش در آمد غم
۵- پایتخت ایالت «بنگال غربی» در هند- درنگ- آخرین نازی
۶- تیرپیکاندار- بیزار- سخنران نابینا و ناشنوا
۷- سندروم تنفسی خاورمیانه- ضربه‌ای در تکواندو- پیوند زناشویی
۸- لطافت و ظرافت- نانجیب- درمان
۹- تصدیق بی‌ادبانه- شهری در استان «فارس»- درخت هندی
۱۰- عملی در دید و بازدید- وجود- سیما
۱۱- ضمیر وزنی- زدنی نارفیق- از آنتی ژن‌های خون
۱۲- تعجب زن- علم پزشکی- دوزخ- تکلیف دانش آموز
۱۳- قطره قطره ریختن- لوله رابط مایعات- ستاره
۱۴- اشاره و رمز- کفایت شده- پارچه‌ای نخی
۱۵- گروهی از گیاهان- زرگر



حل جدول عادی شماره ۷۶۴۲

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	س	ا	ق	ی	ن	ا	م	ه	■	د	ا	د	س	ر	ا
۲	ا	ل	و	■	ه	پ	ا	ت	ی	ت	■	ش	م	ی	م
۳	خ	ا	ز	ن	■	ن	ی	ا	ز	■	گ	و	ا	ه	ی
۴	ت	ی	ک	ا	ف	■	د	ک	■	ف	ر	ا	ق	■	د
۵	ا	ش	■	ا	ج	ن	ه	■	س	ر	ی	ر	■	د	س
۶	ر	■	ا	م	ر	ی	■	ا	ر	ا	م	■	م	ر	ی
۷	■	ک	ر	ی	■	ا	م	س	ا	ک	■	ش	ه	ی	ن
۸	ق	ل	ا	د	ه	■	ب	ا	م	■	ا	ب	ر	ن	گ
۹	ل	ی	د	ی	■	ش	ی	ر	د	ل	■	ا	ی	ا	■
۱۰	ع	د	ه	■	ز	ی	ن	ت	■	ا	ی	ن	ه	■	د
۱۱	ه	ر	■	ف	ی	ل	ا	■	پ	ر	ا	گ	■	پ	ل
۱۲	ر	■	ب	ر	ا	ی	■	ژ	ن	■	د	ا	م	ا	د
۱۳	و	ا	ل	ا	ن	■	ک	ی	ج	ا	■	ه	ا	ن	ا
۱۴	د	ر	و	د	■	ف	ن	ل	ا	ن	د	■	م	ص	ر
۱۵	ک	ا	ر	ا	ن	ه	■	ا	ب	ر	و	م	ن	د	ی

حل جدول ویژه شماره ۷۶۴۲

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	غ	ر	ب	غ	م	ز	د	ه	■	ا	و	ت	ی	س	م
۲	ر	و	ز	■	پ	ا	ی	ی	د	ن	■	ر	ا	س	خ
۳	و	ب	ا	ل	■	ر	ا	ز	ل	■	م	ا	ر	ک	ا
۴	ل	ر	ز	ا	ن	■	ن	م	■	ا	و	ن	د	■	چ
۵	ن	و	■	ب	ا	د	ا	■	ب	ن	ی	ه	■	ا	ق
۶	د	■	گ	ی	ر	ا	■	س	و	ت	ی	■	ر	ی	ل
۷	■	گ	ل	ر	■	چ	ش	ی	د	ن	■	م	ا	ن	ع
۸	س	و	ا	ن	ح	■	ا	ر	ج	■	س	ر	و	د	ه
۹	ت	ا	ر	ت	■	ب	د	ی	ه	ه	■	ز	ر	ه	■
۱۰	ا	ر	ه	■	ن	س	ا	ک	■	م	ا	ن	ا	■	ا
۱۱	ی	ا	■	م	ه	ی	ب	■	ب	ی	ر	گ	■	خ	ب
۱۲	ش	■	گ	و	ا	م	■	ک	ا	■	م	و	ک	و	ل
۱۳	م	ا	ر	ی	ن	■	و	ل	ر	م	■	ش	ر	ش	ر
۱۴	گ	د	ا	ر	■	ب	ر	ا	و	ر	د	■	ا	ر	ز
۱۵	ی	ا	ن	گ	و	م	■	ژ	ر	ا	ر	د	ر	و	ه