

شما مشاور رسانه‌ای دفتر حفظ و نشر مقام رهبری هستید! سایت نو+جوان هم که توسط این دفتر اداره می‌شود!

۱. مسئولین سایت از شما خواسته اند با توجه به مفاهیمی که تا کنون درباره سواد رسانه ای آموخته اید، صفحه اول این سایت (صفحه ۱ ضمیمه) را تحلیل کنید. بسم الله! (۳نمره)
(من اگر جای شما بودم به جای آسمان و ریسمان بافتن، در ۴-۵ خط، بازنمایی‌ها و کلیشه‌های ارائه شده از نوجوان + فنون اقناعی استفاده شده را بررسی می‌کردم. اگر هم وقت اضافه داشتم یکی- دو تا پیشنهاد خوب می‌دادم!)

۲. رهبر انقلاب در نخستین نامه که در تاریخ ۱/۱۱/۹۳ خطاب به جوانان اروپا و آمریکای شمالی نوشته بودند، با اشاره به حادثه‌ی تروریستی شارلی ابدو و به راه افتادن موجی از اسلام‌هراسی از سوی رسانه‌های غربی، از جوانان غربی خواستند که فارغ از پیشداوری‌ها و تبلیغات منفی، شناختی مستقیم و بی‌واسطه از اسلام پیدا کنند و با اسلام از طریق قرآن و زندگی پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) آشنا شوند.
همچنین در نامه‌ی دوم که در تاریخ ۸/۹/۹۴ و خطاب به عموم جوانان در کشورهای غربی نوشته بودند، باز هم با اشاره به مجموعه حوادث تروریستی پاریس که توسط گروه داعش انجام شده بود و به کشته شدن حدود ۱۳۰ نفر انجامید و موجی از اسلام‌هراسی را در غرب ایجاد نمود، ضمن همدردی نمودن با آنان در درد مشترک تروریسم، تفاوت تروریسم در غرب و دنیای اسلام و سیاست‌های دوگانه‌ی غرب در حمایت از گروه‌های تروریستی در دنیای اسلام و تلاش برای ترویج اندیشه‌ی خشونت‌زا از سوی غرب را مورد تأکید قرار دادند و از جوانان خواستند تا بر مبنای یک شناخت درست و با استفاده از تجربه‌های ناگوار، بنیانهای یک تعامل صحیح و شرافتمندانه را با جهان اسلام پی‌ریزی کنند.

در صفحه دوم ضمیمه، بخشی از فرمایشات ایشان در بازدید از نمایشگاه محصولات تبلیغی نامه به جوانان آمده است. با توجه به این که شما مشاور رسانه‌ای دفتر ایشان هستید از شما خواسته اند تحلیل کنید که: رهبری در توصیه های خود برای تبلیغ اسلام در اروپا، چه توجهی به فرامتن داشته اند؟ (۲نمره)

از اینجا به بعد سوالات خیلی ربطی به منصب مشورتی شما ندارد! اما از آن جا که مسئولین دفتر میخواهند مطمئن شوند که مشاور رسانه‌ایشان باسواد رسانه‌ای است لازم است آبروداری کنید و پرسش های پیش رو درست و کامل جواب بدهید!

۳. بازنمایی «خانواده» در سریال پایتخت را تحلیل کنید. (هم می توانید یک مجموعه را انتخاب کنید. مثلا پایتخت ۴ - هم می توانید فضای کلی مجموعه ها را تحلیل کنید.) (۳نمره)

۴. پس از مشاهده تصاویر (الف) و (ب) و مطالعه متن زیر، این تبلیغات را با توجه به پنج سوال اساسی سواد رسانه ای تحلیل نمایید. (۵نمره)

پشت پرده ی کمپین تبلیغاتی «جور دیگر باید دید»

امروز قصد داریم تا یک کمپین جالبی که جدیداً در سطح شهر راه افتاده را بررسی کنیم که مخالف ها و موافق های زیادی را به دنبال داشته است. کمپین های تبلیغاتی با استفاده از بیلبوردهای سطح شهر، امروزه با محتوا و شکل و شمایل جدید، نوآوری های عرصه تبلیغات را به نمایش می گذارند. نوشتن متن های ساده و گویا به همراه تصاویر جذاب برای جلب توجه مخاطب از مهم ترین دغدغه های طراحان بیلبوردها است. اما نکته جالبی که اخیراً در طراحی کمپین های بیلبوردی در سطح شهر دیده می شود، طراحی مینیمال و چند مرحله ای است. در این شیوه جملاتی در محتوا به کار می رود که بدون ذکر نام تجاری کسب و کار و صرفاً با تأکید بر مزیت ها و کاربردهای آن، ذهن مخاطب را درگیر می کند. این کمپین ها در مرحله دوم با آشکار کردن نام تجاری، خود را معرفی می کنند. به این ترتیب با تکیه بر آگاهی عمومی ناشی از مرحله اول کمپین در مسیر برندسازی قدم برمی دارد.

یکی از نمونه های اخیر استفاده از این تکنیک، در بیلبوردهای شهر تهران است که با عنوان «جور دیگر باید دید» کار شده اند. در این مجموعه، نام و نشان تجاری کسب و کار آشکار نشده است و طراحان با اشاره طنزگونه به پدیده شکاف نسل ها، از شعارهایی مثل «وقتی کنترل دست باباته، یه فیلم رمانتیک با تبلت» یا مثلاً «وقتی کنترل دست باباته، یه فیلم جدید با رایانه» استفاده کرده اند.

از محتوای این بیلبوردها ولی می توان حدس زد که یک سرویس اینترنتی در حوزه نمایش ویدئو در راه است که نسل جوان را به عنوان بازار هدف خود انتخاب کرده است. مخاطب قرار دادن جوانان اما در بخش دیگری از کمپین با استفاده از شعارهایی مانند «مسابقه تنیس با گزارش فارسی رو تلویزیون با رفقا» یا «ال کلاسیکو، جاده چالوس با گوشی کامبیز» بیشتر به چشم می آید. گرچه طراحی متن در این کمپین با تکیه بر تفریحات جوانان و علایق ورزشی آن ها، هوشمندانه بوده ولی شوخی با پدر خانواده برپایه جوک های تلگرامی و شوخی های رایج فضای مجازی ریسک بالاتری داشته که طراحان به جان خریده اند.

البته انتقاداتی هم نسبت به عدم توجه کمپین به حرمت خانواده و جایگاه پدر مطرح شده است. احتمال اثرات سوء این تبلیغات بر ذهن جوانان و نوجوانان در آموزش راه های دور زدن اقتدار والدین در خانواده ها و استفاده از کنایه های چند پهلو در تبلیغ، محور بحث بودند. نکته جالب اما بحث هایی بود که بین کاربران در این حوزه درگرفت و کاربران دیگری با توجه به رواج ابزارهای الکترونیک شخصی مثل موبایل، تبلت و لپ تاپ و استفاده گسترده جوانان از محتوای ویدئویی خارج از چارچوب کنترلی والدین، آغاز یک سرویس مجوزدار را که تحت نظارت قوانین کشور فعالیت می کند، به عنوان عاملی در جهت پالایش و بهبود کیفیت ارزشی آنچه در معرض دید فرزندان قرار می گیرد مطرح کرده اند.

از همه این شیطنت ها و طنازی های کاربران شبکه های اجتماعی که بگذریم، موضوع مهم خود سرویسی است که قرار است وارد خانواده ها شود. البته امیدواریم این سرویس جدید هرچه که هست، بتواند با اینترنت های خسته ما هم به خوبی کار کند تا وقتی همه خوابند یک فیلم رمانتیک با تبلت ببینیم!

پرسش اول:

پرسش دوم:

پرسش سوم:

پرسش چهارم:

پرسش پنجم:

۵. فنون اقناعی تصاویر (ج) ، (د) و (ه) را مشخص نمایید. (حداقل ۶ مورد) (۳نمره)

۶. طبق قرار قبلی، یک سوال حفظی: (۲,۵نمره)

اقناع فرایندی پیچیده برای تشویق به تغییر رفتار، نگرش، باور، ارزش یا دیدگاه، مطابق نظر است. رسانه ها از طریق شیوه های اقناعی تلاش می کنند تا از طریق یا یا هر دوی آن ها بر ما تاثیر بگذارند. از این فنون برای ۱. ، ۲. و در مجموع قانع کردن ما استفاده می شود.

۷. و در آخر سوال از فیلم «سگ را بجنان»: شیوه های اقناع سازی مشاوران رئیس جمهوری امریکا در جریان فیلم را «مختصراً» تحلیل فرمایید. (۱,۵ نمره)
سوال امتیازی: ضرب المثل ابتدای فیلم که نام فیلم هم از آن گرفته شده، یک استعاره ی ادبی است! این استعاره را رمز گشایی بفرمایید! (۱,۵ نمره)

در پناه حق

حسین حق پناه

Haqpanah.ir