

نقد و بررسی: خسرو یحیایی، متخصص تبلیغات
عضو هیأت علمی گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

تجزیه و تحلیل تبلیغات تلویزیونی

دانش تبلیغات در نظر دارد از این شماره پیامهای تبلیغاتی تلویزیونی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و نقاط مثبت و منفی هر یک از پیامهای تبلیغاتی تلویزیونی را برای خوانندگان عزیز و دست اندرکاران هنر تبلیغات بازگو نماید.

در این شماره یکی از تبلیغات شرکت سامسونگ مورد بررسی قرار گرفته است که از نظر خوانندگان گرامی می گذرد. چنانچه مخاطبان عزیز علاقمند به رؤیت کامل تبلیغ ذیل باشند می توانند به CD همراه نشریه مراجعه نمایند.

خلاصه داستان تیزر تبلیغاتی تلویزیون LCD سامسونگ:

صخره نوردی در حال بالا رفتن از صخره در اثر بی احتیاطی ناشیانه سقوط می کند و در فضا معلق می ماند. کودکی در حالت غیر متعارف شاهد رؤیت این تیزر تبلیغاتی است هنگامی که صخره نورد با تلاشی مجدد خود را به بالای صخره می رساند کودک با ضربه موجب سقوط مجدد کوهنورد می شود این عمل دوبار تکرار می شود و سپس نام سامسونگ با شعار شفافیت تلویزیونهای LCD به پایان می رسد.

نقد و بررسی:

در تبلیغات تلویزیونی برای معرفی کالا چنانچه قرار است صحنه ای هیجان انگیز نشان داده شود در نهایت لحظه هیجان انگیز نباید جنبه منفی داشته باشد. سقوط کوهنورد از صخره و سپس معلق شدن او در فضا و نشان دادن کودکی که از دیدن صحنه سقوط متأثر و خوشحال شده است در مجموع مناسب نیست زیرا لحظه ای پر خطر را همراه نام سامسونگ در اذهان مخاطبان باقی می گذارد. از سوی دیگر سقوط کوهنورد نوعی بی احتیاطی حرفه ای را نشان می دهد که بار منفی دارد و این بار منفی همزمان با نام سامسونگ ثبت می شود.

توضیح اینکه در طراحی پیام های تبلیغاتی ایده هایی که جنبه فردی و ذهنی دارد نمی تواند با فرهنگ عینی مخاطبان ارتباط برقرار کند.

موارد قابل توجه:

۱- تصور اینکه کودک با ضربه زدن به تلویزیون سقوط کوهنورد را تکرار می کند نمی تواند بیانگر تبلیغ شفافیت تصویر باشد.

۲- اصل ضربه زدن به تلویزیون حرکتی غیر معقول است و نحوه ایستادن کودک در کنار تلویزیون شیوه صحیح تماشای تلویزیون را زیر سؤال می برد.

۳- برای نشان دادن شفافیت تصویر تلویزیونی طرح های جالب تری می تواند جایگزین طرح تبلیغ مورد نظر باشد، چون محتوای تبلیغ مورد بررسی هیچگونه تأکیدی بر شفافیت تصویر ندارد.

۴- به پوشش نامناسب صخره نورد (بازیگر تیزر) که می بایست بطور بسیار ضرور مورد توجه قرار گیرد، توجه نشده است.