

# درس دوم: پیام همبرگری

## فعالیت گروهی

- فيلم «تاریخچه تبلیغات» را تماشا کنید. سپس به پرسش‌های زیر پاسخ دهید. پاسخ‌ها را روی تابلوی کلاس بنویسید.
- هرچه درباره تصاویر به یاد می‌آورید بیان کنید! نور، صحنه‌ها، روایای دوربین چطور کنار هم قرار گرفته‌اند؟
  - افراد را توصیف کنید! چه شکلی هستند؟ چه کار می‌کنند؟ چه پوشیده‌اند؟ این بار تصویر را قطع کنید و فقط صدای فیلم را گوش کنید.
  - چه کلماتی به کار برده می‌شود؟ چه کسی این کلمات را می‌گوید؟
  - از چه نوع موسیقی‌ای استفاده شده است؟
  - آیا صدای دیگری وجود دارد؟ هدف از این صداها چیست؟
  - چه کسی مخاطب این آگهی است؟
  - اگر قرار باشد شما این تبلیغ را برای گروه سنی دیگری، یا برای مردم کشور دیگری بازطراحی کنید، چه تغییراتی در آن می‌دهید؟ چرا؟



تولیدات رسانه‌ای مثل ساندویچ همبرگر می‌مانند! یک لایه گوشت وسط آن است، یک لایه نان روی آن و یک لایه زیرش.

لایه میانی که اصل تولید، محصول رسانه‌ای است را «متن» می‌نامند. «متن‌ها» در واقع همه اطلاعات موجود در یک پیام هستند که می‌توانند به صورت کلمه، تصویر، صدا، نشانه و یا هر چیز دیگری برای انتقال معنا باشند.

پیام‌های پنهان و غیرآشکاری که در دل پیام جاسازی شده، به همراه فنون اثرگذاری بر مخاطب مانند استفاده از نور، موسیقی، کلام و ...، لایه زیرین پیام است که آن را «زیر متن» می‌نامند.

به لایه بالایی که خارج از پیام بوده و شامل شرایط محیطی، فرهنگی و عوامل بیرونی حاکم بر درک و اثرگذاری پیام است و حتی گاهی مفهوم یا هدف یک پیام را به ضد آن چیزی که تولیدکننده مدنظرش بوده مبدل می‌کند، «فرامتن» می‌گویند.

به زبان دیگر، «متن» را تولیدکننده پیام می‌سازد. «زیرمتن» توسط تولیدکننده رمزگذاری شده و توسط مخاطب، رمزگشایی می‌شود. اما «فرامتن» به فرهنگ، شرایط زمانی و مکانی و حتی اتفاقات فراتر از خواست و اراده تولیدکننده و مصرف‌کننده پیام برمی‌گردد. با این مفاهیم و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای براساس متن، زیرمتن و فرامتن در فصول بعدی کتاب بیشتر آشنا خواهید شد. یکبار دیگر پرسش‌های بالا و پاسخ‌های خود به آنها را مرور کنید؛ متن، زیرمتن و فرامتن را در آنها مشخص کنید.

## بیشتر بدانیم

«فرامتن» در حوزه تولید رسانه‌ای، فراتر از خواست و اراده و اختیار تولیدکننده پیام بوده و به عوامل بیرونی، به ویژه درک مخاطب و شرایط فرهنگی-سیاسی مرتبط است. به زبان دیگر، گاهی یک محصول رسانه‌ای در یک محدوده زمانی، مکانی و یا فرهنگی، مسأله‌آفرین می‌شود اما اگر همان محصول در زمان، مکان و یا جامعه دیگری تولید و توزیع شده بود، این همه تبعات نداشت. اینجاست که نان روی همبرگر رسانه‌ای، گاهی اهمیتی از گوشتی که زیر آن است مهم‌تر شده و حتی پیش از آن که کار به گوشت برسد، خودش به یک مسئله پیچیده، تبدیل می‌شود.

به مثال‌های زیر توجه کنید:

۱. هنگامی که شرکت جنرال موتورز آمریکا، برای اولین بار اتومبیل شورلت «نوا» را به آمریکای جنوبی وارد کرد، آگاه نبود که واژه «No Va» در این قسمت از آمریکا به معنای «وسیله‌ای که راه نمی‌رود» است. این شرکت خودروساز در اقدامی سریع، نام این محصول را در آن بازار، به «کارایمب» تغییر داد.
۲. آب معدنی «الموت» در صورت صادرات به کشورهای عرب‌زبان و یا فروش در مناطقی از کشورمان که به عربی صحبت می‌کنند، به معنای «مرگ» خوانده می‌شود. آیا کسی حاضر است به جای آب حیات، نوشیدنی مرگ بنوشد؟
۳. چند برنامه تلویزیونی سراغ دارید که مورد حساسیت و یا حتی اعتراض قومیت‌های مختلف، مشاغل و اصناف، طیف‌های اجتماعی، گروه‌های سیاسی و... قرار گرفته است؟ اگر بررسی کنید در بسیاری از این موارد، تولیدکننده پیام، قصد توهین و ایجاد حساسیت در اینگونه مخاطبان نداشته، ولی به دلایل ناخواسته، چنین برداشت و حساسیتی ایجاد شده است.
۴. شما چه نشانه‌هایی مثل هلال ماه، گل لاله، رنگ قرمز و... سراغ دارید که در زمان‌ها، مکان‌ها و موقعیت‌های مختلف، معانی متفاوتی داشته باشند؟

## گفت و گوی کلاسی

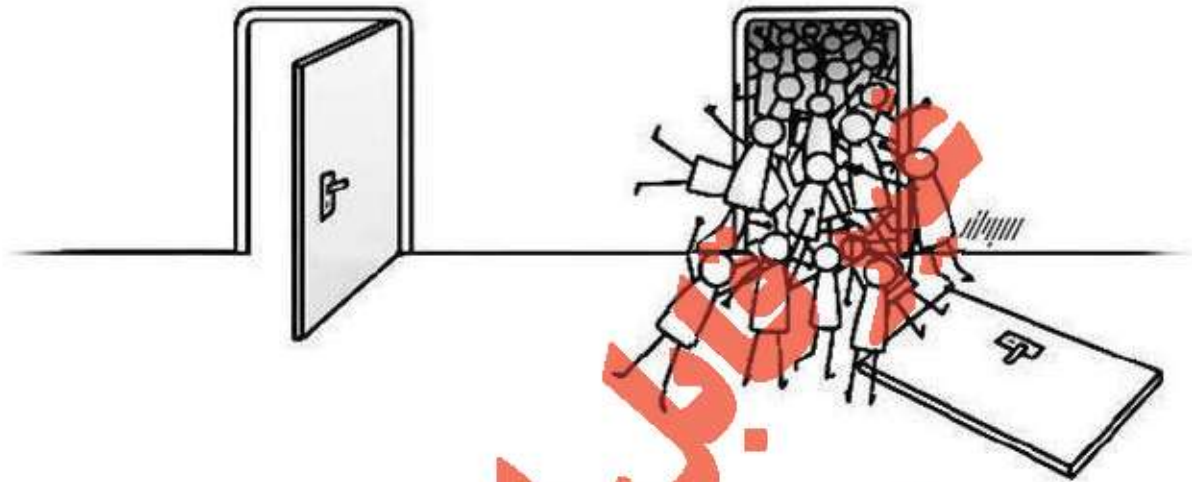
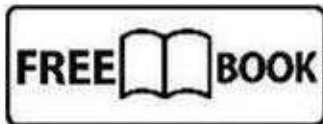


تصاویر نمایش داده شده در کلاس که برخی از آن‌ها در زیر آمده را بررسی کرده و برداشت خود در رابطه با لایه‌های پیام را در کلاس مطرح کنید.





## مراقب خودت باش



## فعالیت در خانه



خارج از محیط کلاس با چه پیام‌هایی مواجه می‌شوید، آیا در آنها می‌توانید متن، زیر متن و فرامتن را مشخص کنید. برخی از مواردی که می‌توانید به آنها توجه کنید:

- نام شخصیت‌های مثبت و منفی در سریال‌ها
- پوشش افراد
- انواع تابلوها (تبلیغاتی، راهنمایی رانندگی و ...)
- بازی‌های ویدئویی
- یک بخش خبری
- یک مسابقه ورزشی
- و ...

حداقل دو مورد از آنها را تحلیل و توصیف کنید.

.....

.....

.....

.....

.....

## بیاموزیم



فیلم «بهترین راه برای پیدا کردن عکس‌های با کیفیت» را بینیم.  
 یک توصیه‌دوستانه: حداقل مهارت‌های پایه کاربری رایانه را بیاموزیم.

مسلم	متوسط	ضعیف	بلد نیستم	
				ویندوز
				اینترنت
				Word
				excel
				Power point
				access

