



تبلیغات تجاری، تلویزیون را معنادار کنیم / الگوی تبلیغات تجاری، ما غربی است

یک پژوهشگر فلسفه و عرفان اسلامی با اشاره به اینکه تبلیغات زندگی مرفه انسان را به سمت و سوی ...

یک پژوهشگر فلسفه و عرفان اسلامی با اشاره به اینکه تبلیغات زندگی مرفه انسان را به سمت و سوی رفاه زدگی و جاه طلبی می کشاند گفت: ولی نشان دادن فقر هم دردی از دردها درمان نمی کند مهم این است که محبت داخل خانواده ها را در این تبلیغات و سریالهای تلویزیونی نشان دهیم. دکتر علی محمد صابری استاد گروه فلسفه مجتمع آموزشی تربیت دبیر پیامبر اعظم (ص) در مورد اثر آگهی های تجاری مختلف رسانه ملی بر سبک زندگی مردم اینکه آیا تبلیغات زیاد باعث رشد روحیه مادی گرایانه در خانواده ها و بویژه نسل جدید نمی شود به خبرنگار مهر گفت: تبلیغات تجاری زندگی بشر را به سوی مادی گرایی و زرق و برق و مدرنیته برده و در این شکی نیست. جامعه ای که یکی از مشخصاتش تکنولوژی و عصر آهن و تکنیک باشد، نیازهای مردم را بیشتر کرده و وابستگی مردم را بر امور مادی را هم خیلی بیشتر کرده و مردم را از تذکر و تفکر در خودشان و رسیدن به آرامش و حتی تربیت و تمشیت خانوادگی بازداشته است.

وی افزود: به طور کلی تبلیغات تجاری، زندگی مردم را به روزمرگی کشانده و مردم صبح را به شام و شام را به صبح می رسانند فقط برای اینکه از زرق و برق های مادی زندگی و آخرین تکنیک ها و دست ساخته های خود بشر عقب نمانند. بطوری که در گذشته این کالا بود که در دست بشر اسیر بود و برای رفاه بشر ساخته می شد ولی امروزه متأسفانه این بشر است که اسیر کالای تجاری شده است. از این نظر خیلی دردناک است که زندگی بشر دستخوش تغییراتی شده که در این تغییرات دارد فضای زندگی خودش را با دست خودش نابود می کند.

صابری اظهارداشت: طبیعتی که بکر و سالم و پاک بود حالا این طبیعت پاک را بشر بر هم ریخته و از بین برده است. قطعاً تبلیغات تجاری آگاهی بخشی اشان در راستای منفعت و سود و تجارت است و نه بر اساس اینکه به زندگی بشری یک معنا و روشنایی ببخشند. متأسفانه در تبلیغات تجاری تلویزیونی هیچ جنبه مثبتی مشاهده نمی کنم که بشود روی آن مانور داد.

این محقق و پژوهشگر حوزه فلسفه و عرفان اسلامی در مورد اینکه آیا تبلیغات متعدد و متنوع که اکثراً هم زندگی مرفه را نشان می دهند که از معدل زندگی مردم بالاتر است با سبک زندگی اسلامی سازگار است هم بیان داشت: تبلیغات تجاری فرقی نمی کند که زندگی مرفه یا سطح پائین را نشان دهد مهم این است که این تبلیغات با معنا و معرفت همراه باشند. تبلیغات تجاری اگر زندگی پر زرق و برق را نشان دهند قطعاً با سبک زندگی اسلامی سازگار نیست؛ همینطور اگر زندگی پایینی را نشان بدهند. زیرا به فرموده حضرت علی (ع) اگر فقر از در خانه ای وارد شود ایمان از در دیگرش خارج می شود.

وی تأکید کرد: تبلیغات زندگی انسان را به سمت و سوی رفاه زدگی و جاه طلبی می کشاند ولی نشان داده فقر هم دردی از دردها را درمان نمی کند. مهم این است که محبت داخل خانواده ها را در این تبلیغات و سریالهای تلویزیونی نشان دهیم. اینکه چقدر مهر و محبت بین اعضای خانواده وجود دارد.

این استاد دانشگاه فرهنگیان تصریح کرد: پیشنهاد می کنم که در تبلیغات تجاری تلویزیونی و ساخت سریالها قدری روح معنوی و معرفتی را بیشتر تکیه کنند. حکایت های گلستان و تذکرة الاولیای عطار دستمایه های بسیار خوبی برای ساختن تبلیغات تجاری و سریالهای تلویزیونی هستند. بعضی از این حکایت ها را می شود در تبلیغات کالاها و اخلاق اجتماعی نشان داد. باید تبلیغات تلویزیونی خودشان را همراه با معنا و معرفت زندگی کنند. و اینها را وارد زندگی بشر کنند.

این محقق و پژوهشگر حوزه فلسفه و عرفان اسلامی عنوان کرد: اگر همه را فقیر نشان دهیم یا همه را ثروتمند نشان دهیم همه ثروتمند یا ناامید یا مغرور و از خود راضی که نمی شوند.

صابری اظهارداشت: باید مقداری سنت گرایی کنیم و به سنت های معنوی و دینی خود باز گردیم و در این عصر طوفان زده تکنولوژی جا پای غرب نگذاریم. متأسفانه ما داریم با این تبلیغات و این سبک زندگی جا پای غرب می گذاریم.