



چه خبر از سیما؟

## پیوستن ۲ بازیگر دیگر به پروژه «بهترین سال‌های زندگی ما» به تهران رسید

با بازگشت عوامل بهترین سال‌های زندگی ما از شمال کشور به تهران، تصویربرداری این سریال در پایتخت پیگیری می‌شود. به گزارش روابط عمومی سریال، با عزیمت سازندگان سریال بهترین سال‌های زندگی ما به کارگردانی احمد کاوری و تهیه‌کنندگی محمودرضا تخشید به تهران، تصویربرداری این مجموعه در شهرک سینمایی غزالی پیگیری می‌شود.

پیش از این سکانس‌های مربوط به شمال شامل فاز اول و بخش‌های ابتدایی فاز دوم در شهرستان بندرانزلی در استان گیلان ضبط شد. در فاز اول سریال پخش‌های مربوط به دهه‌های ۳۰ و ۴۰ تصویربرداری شد. در فاز دوم بخش‌های مربوط به دهه ۵۰ که منتهی به رویدادهای انقلاب و تأثیرات آن بر فضای داستان و سرنوشت کاراکترها می‌شود، جلوی دوربین می‌روند.بندر کیاشهر، ساحل چمخاله، ارتفاعات سیاهکل، روستای ملک رود، فومن، سنگر، رودسر، رشت، لاهیجان و مناطقی دیگر در شمال کشور از جمله لوکیشن‌های سریال بوده‌اند.تدوین همزمان مجموعه نیز در حال پیگیری است. به تازگی نیز آوا دارویت و قربان نجفی به گروه بازیگران این سریال پیوسته‌اند. این سریال به نویسندگی جابر فاسمعلی، یک درام تاریخی عاشقانه است و اقتباسی از رمان مطرح مهاجران هاوارد فاست محسوب می‌شود.



این سریال در ۴۰ قسمت برای پخش از شبکه سوم سیما تولید می‌شود. داستان مجموعه از دهه ۳۰ روایت می‌شود و قصه‌ای پرفراز و نشیب را به تصویر می‌کشد که در ادامه به دهه حاضر نیز می‌رسد. تنوع جغرافیایی لوکیشن‌های این سریال از ویژگی‌های آن است. علیرضا کمالی، بهنام تشکر، علیرضا جلالی‌تبار، هدایت هاشمی، برزو ارجمند، امیررضا دلاوری، داریوش کاردان، شهرام قائدی، رحیم نوروزی، رامین راستاد، مهدی امینی‌خواه، سهیلا رضوی، حدیثه تهرانی، نیلوفر شهیدی، الهام طهموری، علی سلیمانی، فرخ نعمتی، کورش سلیمانی، نسرین بابایی، افشین سنگچاپ، آوا دارویت، قربان نجفی، فریا طالبی، مینا نوروزی، فریده دریاچ، سہی بانو ذوالقدر، ساناژ سماواتی، وحید شیخ‌زاده، بهرام خزازی، فرج... گلسفیدی، انوش نصر، کرامت رودساز، حمیدرضا داوری، مهدیه کوهستانی و ... در این سریال بازی دارند.

## حسن پورشیرازی به «برادران» پیوست

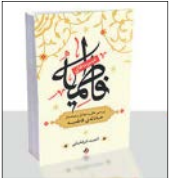


حسن پورشیرازی به سریال تلویزیونی برادران به کارگردانی محمدرضا آهنگ پیوست.

به گزارش جام‌جم، در آستانه شروع تصویربرداری سریال برادران به نویسندگی سعید نعمت‌ا... و تهیه‌کنندگی محمدرضا شفیعی، حسن پورشیرازی به عنوان یکی از بازیگران نقش اصلی این سریال انتخاب شد. پیش از این حضور علی نصیریان و حسام منظور در این مجموعه قطعی شده بود و در روزهای آینده اسامی دیگر بازیگران و عوامل این سریال رسانه‌ای خواهد شد.

برادران ملودرامی اجتماعی- مذهبی است و قرار است برای پخش از شبکه سوم سیما در ماه مبارک رمضان سال ۹۸ تهیه و تولید شود. این سریال تازه‌ترین همکاری سعید نعمت‌ا... و محمدرضا شفیعی بعد از سریال‌های جرات، شیدایی، رستگاران، عقیق و مادرانه به حساب می‌آید.

مجری طرح سریال برادران موسسه فرهنگی -هنری وصف صبا است.



عموم تبلیغات

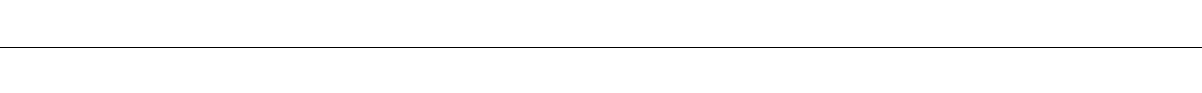
تلویزیونی سعی در بی

نقص نشان دادن محیط

زندگی دارند

## بررسی علل و عوامل زمینه‌ساز فاطمیه در رادیو معارف

برنامه چراغ مطالعه با معرفی کتاب عبرت‌های فاطمیه، مخاطبان خود را با علل زمینه‌ساز حادثه فاطمیه آشنا می‌کند. به گزارش روابط عمومی رادیو معارف؛ بی‌شک درباره حادثه فاطمیه بسیار گفته و نوشته‌اند؛ اما با وجود این، باز جای تأمل و تدبیر باقی است و این حادثه چنان گسترده و عمیق است که هرچه بیشتر



جام جم صفر تا صد ساخت آگهی‌های تلویزیونی را بررسی می‌کند:

# قصه پیام‌های بازرگانی

ادامه از صفحه ۵



روی کدام یک از ویژگی‌های آن کالا می‌توانیم دست بگذاریم.

### تفاوت سریال سازی باتلیغات

به گفته بادکوبه، تبلیغات بعد از طی مراحل تحقیقات و مطالعه بازار، تازه وارد کار اصلی ساخت شده و مرحله‌ی چون پیدا کردن ایده و نوشتن فیلمنامه، در این مقطع دنبال می‌شود. او تعریف می‌کند: بعد از این‌که کالا یا محصول را خوب شناختیم، یک ایده مرکزی به وجود می‌آید؛ این ایده سپس توسط کارشناسان ما به فیلمنامه و آرت ورك تبدیل می‌شود، به شکل متن درمی‌آید و فیلمنامه‌نویس برای مشتری تعریف می‌کند. در این مرحله هم چنانچه مشتری طرحمان را تایید کند، وارد مرحله تولید می‌شویم. بادکوبه می‌افزاید: تولید یک تبلیغات تلویزیونی مثل سریال است و همان مراحل را طی می‌کند. در این‌جا هم مراحل پیش‌تولید و تولید را طی می‌کنیم و عوامل تیم تولید و بازیگران و گریم و لباس و... را در کنار هم می‌چینیم. تنها تفاوت اینجاست که ساخت سریال یا فیلم سینمایی چند ماه طول می‌کشد، اما تیزر تبلیغاتی تنها در پنج روز ساخته می‌شود. در این‌جا هم دوباره کار را به مشتری نشان داده و مطالعه بازار انجام می‌دهیم. باید مطمئن شویم آگهی ساخته شده قابلیت جذب مخاطبان را دارد یا نه و اگر ایرادی حسن کردیم، در پی اصلاحش برمی‌آییم.

بادکوبه با اشاره به روال و روند تولید هر آگهی تبلیغاتی تلویزیونی می‌گوید: تبلیغات یک فرآیند علمی است که در همه‌جای دنیا بر اساس مراحل دنبال می‌شود. وقتی یک مشتری به بنگاه ما مراجعه می‌کند، نیازش را می‌گوید و ما بعد از این‌که با محصول خدمت و کالای تولیدی‌اش آشنا شدیم، مشتری و مصرف‌کننده‌اش را بررسی می‌کنیم. برای مثال شاید مشتری یک شکلات یک خانم باشد، اما فرزندش مصرف کننده‌اش باشد. بعد از این‌که رفتار مصرف کننده را نسبت به محصول بررسی کردیم، رقبای آن شرکت را هم بررسی می‌کنیم و بعد از طی همه این مراحل (تحقیقات و مطالعه بازار) سراغ ایده‌پردازی می‌رویم. باید ببینیم



شروع تبلیغات تلویزیونی خود با یک تیزر کوتاه همراه است و سال‌ها تصویر زمینه‌ای سبز و آبی و محو از منظره‌ای که می‌توانست دریاچه‌ای در حاشیه یک جنگل باشد را همراه با لوگوی آگهی‌های بازرگانی روی آن می‌دیدیم و بعد پخش تبلیغات آغاز می‌شد.

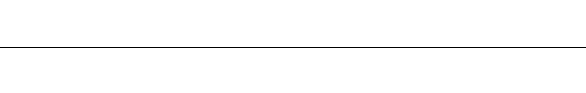
این تصویر معروف البته در سال‌های گذشته کمی تغییر کرده و حالا مدتی است صدا و سیما کشیده به جای آن پس‌زمینه، پیام‌های کوتاه اخلاقی یا تشویق به کتاب‌خوانی را روی تصویر شروع آگهی‌ها بگنجانند.

با این حال آهنگ معروف تبلیغات هنوز همان است و شاید برایتان جالب باشد بدانید این آهنگ، تکه‌ای از یک موسیقی ساخته دیورا هنسن کناثت است.

این خانم که یک موسیقیدان و چنگ‌نواز آمریکایی است، سال ۱۹۵۳ به دنیا آمد و تکنوازی‌های مطرحی با ساز اصلی‌اش یعنی چنگ الکتریک داشته است. این آهنگ معروف که ما سال‌ها شنیدیم، تکه‌ای از قطعه «مچ‌گیری» است که در آلبومی به همین نام سال ۱۹۹۰ منتشر شد.

به تحلیل و بررسی آن پرداخته شود زوایای ژرف‌تر از آن رخ می‌نمایند.

به همین دلایل برنامه چراغ مطالعه هم‌زمان با سال‌روز شهادت مظلومه آل‌ا...، حضرت فاطمه زهرا (س) مورخ ۳۰ دی ۹۷ با معرفی کتاب عبرت‌های فاطمیه مخاطبان فرهیخته خود را به مطالعه این کتاب فرامی‌خواند.



جام جم صفر تا صد ساخت آگهی‌های تلویزیونی را بررسی می‌کند:



جام جم صفر تا صد ساخت آگهی‌های تلویزیونی را بررسی می‌کند:

# قصه پیام‌های بازرگانی

معتقد باشند این آگهی قابلیت جذب مخاطبان را دارد، آگهی مورد نظر برای پخش، تحویل اداره کل بازرگانی صدا و سیما می‌شود. در این مرحله نظارتی روی آگهی صورت گرفته و شورایی دارند که آگهی مورد نظر را بررسی می‌کنند تا مغایر با ارزش‌های کشور و قوانین صدا و سیما، بهداشت، پروانه کسب و... نباشد. چنانچه مشکلی در کار نباشد، آگهی تایید شده و کد پخش می‌گیرد. بابایی تاکید می‌کند: در مجموع این مراحل و فرآیند تولید تا پخش یک آگهی، حدود ۲۰ نفر فعالیت می‌کنند و هر کس مسؤولیتی را به‌عهده دارد. همچنین این پروسه حدوداً ۴۵ روز زمان می‌برد.

خودمان خط قرمزها را رعایت می‌کنیم

به عقیده بابک بادکوبه که از جمله افراد صاحب سابقه در عرصه ساخت آگهی‌های تلویزیونی است، ساخت آگهی‌ها خط قرمز خاصی ندارد و خط قرمزهای آن اقتضائی تعیین می‌شوند. او می‌گوید: چون این ضوابط مکتوب نیست؛ فقط شورایی تشکیل شده از افراد مختلف و این افراد آگهی‌ها را بررسی می‌کنند. برخی از افراد این شورا هم گهگاه تغییر می‌کنند و بر اساس نگاهشان‌شان آگهی‌ها را مورد بررسی کیفی و محتوایی قرار می‌دهند. او خاطرنشان می‌کند: ما بعد از حدود ۲۰ سال فعالیت در عرصه آگهی‌سازی، دیگر خودمان با محدودیت‌های احتمالی آشنا شده‌ایم و به ندرت پیش می‌آید که از شورا تذکر و مورد اصلاحی بگیریم. با این حال همه چیز شهودنی است و نه کتبی و خودمان عرف را می‌شناسیم.

اغراق عامدانه

بادکوبه با اشاره به برخی از موارد

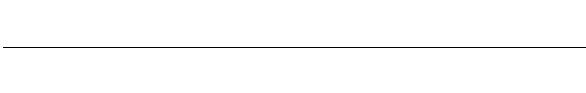


این ایده‌پرداز تبلیغات تلویزیونی

این ایده‌پرداز تبلیغات تلویزیونی

این ایده‌پرداز تبلیغات تلویزیونی

برنامه چراغ مطالعه که به همت گروه معارف، فرهنگ و جامعه طراحی و تولید می‌شود از شنبه تا دوشنبه ساعت ۱۲ و ۱۳ دقیقه از رادیو معارف به روی آنتن می‌رود. تهیه‌کنندگی و سردبیری این برنامه را حسن توکلی‌زاده و اجرای آن را علی فرحناک برعهده دارد.



جام جم صفر تا صد ساخت آگهی‌های تلویزیونی را بررسی می‌کند:

### بازیگران تبلیغات چه می‌گویند؟

هدف اصلی‌ام بازیگری تبلیغاتی نیست



شروین اعتمادی ۲۹ ساله و فوق‌لیسانس در رشته معماری است. او از ورودش به عالم بازیگری تبلیغات می‌گوید: آشنایی من با تبلیغات توسط آرایشگرم رخ داده؛ او مرا به یک کارگردان تبلیغاتی معرفی کرد و این نقطه شروع کارم بود.

اعتمادی می‌افزاید: طبیعتاً هر کسی که اهل فیلم و سریال است، دوست دارد خودش هم روزی بازیگر شود.

من هم جزو آن دسته افراد بودم، اما دنبالش نرفتم و خودش به صورت اتفاقی برایم پیش آمد. البته هنوز هم برایم جدی نیست و به عنوان یک شغل نگاهش نمی‌کنم؛ بلکه شغل اصلی‌ام ناظر و مشاور پروژه‌های ساختمانی است.

دوست دارم روزی بازیگر تلویزیون و سینما هم بشوم، اما فعلاً در این

مسیری که جلو می‌روم، بازیگری تبلیغاتی چیزی نیست که همه وقت و

انرژی‌ام را برایش بگذارم.

اعتمادی درخصوص پروسه کاری بنگاه‌های تبلیغاتی توضیح می‌دهد: ما در کشور بنگاه‌های تبلیغاتی مختلفی داریم؛ شما هم می‌توانید فقط با یک بنگاه کار کنید و هم به سراغ بنگاه‌های مختلف بروید.

من چون دوست ندارم فعالیتم گسترده باشد، فقط با یکی دو بنگاه

همکاری می‌کنم.

انتخاب بازیگران پروژه‌های تبلیغاتی هم عموماً به سفارش مشتری است. یعنی دستیار کارگردان بازیگران را انتخاب و به مشتری معرفی می‌کند و او تاییدشان می‌کند؛ انتخابی که بیشتر براساس چهره صورت می‌گیرد.

او می‌گوید: بعضی تیزرها واقعا قشنگ و خوش ساخت هستند و خودم هربار که می‌بینم لذت می‌برم؛ رول کار ما هم مثل ساخت فیلم خوب و بد است.

در تهران مردم خیلی آگهی‌ها را تماشا نمی‌کنند، اما وقتی مسافرت

می‌روم بارها شده که مردم مرا شناخته‌اند.

اتفاقی بازیگر تبلیغات شدم



هناز مرادی گرچه اتفاقی به عرصه تبلیغات وارد شده، اما حالا تگاهی

جدی به این کار دارد. او توضیح

می‌دهد: من از طریق دخترم وارد این

کار شدم.

دختر من سه سال و نیمه بود که یک

گروه تبلیغاتی به مهدکودک‌شان

رفتند و او را برای بازی در تبلیغات‌شان

انتخاب کردند. وقتی نیوشا را سر کار

می‌بردم، دوستان از من خواستند من

هم جلوی دوربین بروم و بازی کنم؛ در ابتدا خیلی تمایل نداشتم، اما

بعد کاری خاص به من پیشنهاد شد و ترغیبم کرد.

او ادامه می‌دهد: اولین آگهی تبلیغاتی که بازی کردم، تیزر یکی از

شعبه‌های بانک بود که نیکی کریمی کارگردانی می‌کرد و همه

بازیگرانش زن بودند. این کار خاصی بود و اولین بار بوده که می‌دیدم

فقط خانم‌ها روی بیلبورد می‌رفتند. این عامل وسوسه‌ام کرد و آن

پیشنهاد را قبول کردم.

مرادی اضافه می‌کند: کار تبلیغات اگرچه از دور جالب و پرهیجان به

نظر می‌رسد، اما خستگی زیادی دارد و دخترم با بالاتر رفتن سنش از

این فضا زده شد. با این حال، خود من به این حوزه علاقه‌مندم و تنوع

و گوناگونی فضاهايش را دوست دارم. فضای پشت‌صحنه تبلیغات

خیلی جذاب و پرازتری است و دوستش دارم.

مرادی در پایان می‌گوید: ما بازیگرهای تبلیغات معمولاً به صورت آزاد

با آژانس‌های مختلف قرارداد می‌بندیم و سر طرح‌هایشان می‌رویم. با

این حال گاهی اوقات مشتری خودش اصرار دارد حتماً فلان بازیگر در

آگهی‌اش حضور داشته باشد.

اما در هر حال دستمزد‌ها تا اندازه‌ای پایین است و به عنوان منبع

اصلی درآمد نمی‌شود رویش حساب کرد.



و تعداد لوکیشن، گوینده متنی که متن آگهی را می‌خواند، نوع موسیقی که آرشیبوی باشد یا اختصاصی تولید شود و مواردی از این دست بستگی دارد.

قیمت پخش آگهی هم از دقیقه‌ای

۲۰۰ هزار تومان شروع می‌شود و تا

دقیقه‌ای ۵۰-۴۰ میلیون تومان

می‌رسد.

این‌که آگهی از کدام شبکه و در چه

ساعتی پخش شود، آگهی اول باشد

یا وسط یا آخر، در برنامه‌ای چون

خندوانه پخش شود یا غیره هم باز در

قیمت آن اثرگذار است.

بادکوبه با اشاره به این قضیه که

برنامه‌هایی چون نود، خندوانه یا

آگهی‌های پخش شده قبل از

مسابقات فوتبال قیمت پخش

گران‌تری دارند، تاکید می‌کند: هرچا

بیننده بیشتری داشته باشد، قیمت

پخش آگهی‌اش هم گران‌تر است.

سخت پول خوش‌تر است

از همه این موارد یاد شده که بگذریم،

تازه به بحث مالی ماجرا می‌رسیم و

این‌که ساخت یک آگهی از صفر تا صد

آن چقدر هزینه برمی‌دارد. بادکوبه

توضیح می‌دهد: ساخت آگهی در

ایران از ۴۰-۳۰ میلیون تومان شروع

می‌شود و تا ۱۲۰-۱۱۰ میلیون تومان

ادامه دارد. تفاوت قیمت هر آگهی به

مواردی چون تعداد بازیگران، محل

پخش آگهی‌اش هم گران‌تر است.