

چاپ فلکس ، بنر و استیم

Advertisement Industry and the future Year

Advertisement Industry and the future Year

Advertisement Industry and the future Year

صنعت تبلیغات و سالی پیش رو

کاملاً با يك زن غربی یا ژاپنی متفاوت است . چه وقت باید زبان تصویر را یاد بگیریم چه زمانی بیلورد های ما ، شعار - لگو - رنگ - تصویر و حرف را خواهد شناخت آیا بیلورد های ما قادر به کمک به ایجاد فضای شاداب در شهرها هستند آیا مقایسه ای بین گردش مالی در بخش بیلورد خودمان با دیگرکشور های همسایه داریم . مگر مانمی دانیم جهانی شدن فقط در رقابت اتفاق می افتد . آیا می دانیم هم اکنون ۱۷ هزار و ۶۶۶ شبکه ماهواره ای در ایران قابل دریافت است که از این تعداد ۲ هزار شبکه بدون NOISE هستند . تعداد شبکه های فارسی زبان ماهواره هم اکنون ۳۲ شبکه است که قرار است تا پایان سال ۸۶ چند کانال جدید به آن اضافه شود .

نزدیک به ۶۰۰ کانال ماهواره ای با توجه به مخاطب ایرانی آگهی پخش می کنند و بر اساس آمار ۳۲ درصد مردم از ماهواره استفاده می کنند . راستی صنعت تبلیغات ما چقدر حضور جهانی دارد و در چند کانال ماهواره ای حضور دارد گردش مالی صنعت گردشگری در جهان نیز ۷۰۰ تا ۸۰۰ میلیارد دلار است سهم ایران با توجه به داشتن اقلیم های

نفس باد صبا مشك فشان خواهد شد عالم پیر دگر باره جوان خواهد شد

می گویند سالی که نکوست از بهارش پیداست . این بهار چیست که نکویی و زیبایی آن خیر و برکت یکسال کره خاکی را رقم می زند ، فصلی که همه دوستداران طبیعت ، انسان های عاشق و پاکباز ، عرفا ، شعرا ، فلاسفه و لب به تحسین آن می گشایند و در فضای سبزش سیر می کنند و از هوای عطرآگینش متنعم می گردند بهار که از فروردین آغاز می گردد ، همواره قبله آمال اهل دل بوده و با آغازی جاودانه به استقبال زیبایی ها می شتابد .

فروردین ماه همیشه جاوید ، سمبل شروع يك سال نیکو ، آغاز پیدایش نفس گرم زمین و نقطه شروع شکوفایی طبیعت و اردیبهشت زیبا ، ماه طراوت شادابی ، خاطره پرواز پرستوهای شاد ، رقص شقایق با باد و ماه تسم غنچه های نیمه باز . ایرانی پاك نهاد و هنر شناس ، از دیر باز و از هزاران سال پیش بهار و لطافت آن را درك نموده و بدین سبب روز اول فروردین را نوروز قرار داده و همواره آن را تقدیس نموده و چنان قداستی به آن داده که بعد از گذشت هزاره ها علی رغم بسیاری از آداب و رسوم ، هیچ خدشه ای در اصالت آن به وجود نیامده و همواره مورد احترام همه ایرانیان است ، به قول سهراب سپهری « با سرزمینی که مادرهای خوب دارد با غذاهای خوشمزه و دشت های دلپذیر و » و یا به استناد کتیبه هایی که اهورامزدا تقاضا می کند تا قوم ایرانی را از آفت دروغ برحذر دارد و

سالی که بر صنعت تبلیغات ایران گذشت ، سالی همواره با موفقیت های بزرگ نبود و نمی خواهیم با تکرار حرف های عموماً نشنیده گرفته شده ، کام نوروزیان را تلخ کنیم ولی نیازمند نگاهی تازه در وضعیت خودمان هستیم چراکه قدرت صنعت تبلیغات در ایران هیچگاه جدی گرفته نشده است . اگر مدیران بخش تبلیغات رسانه ها را نمی شناسند از يك بیلورد ساده گرفته تا پخش تیزر در شبکه های جهانی یعنی بیلوردی که در اتوبان مدرس تهران نصب می شود چرا باید از چهره يك زن یا مرد خارجی استفاده کند چرا در روزنامه های ما از چهره يك ژاپنی یا چینی برای معرفی محصول استفاده می شود مگر نمی دانیم قاب چهره يك زن ایرانی

خرید را در مخاطب ایجاد کنند فراموش نکنیم رسانه های سنتی اصولاً با مخاطب ارتباط یکسویه دارند و این بزرگترین ضعف آنهاست . فراگیر شدن SMS (پیامک) فقط دو روز در ۲ سال ، روز اول نوروز ۱۳۸۵- ۳۵ میلیون SMS - روز اول نوروز ۱۳۸۶- ۱۱۸ میلیون SMS بوده است . فراموش نکنیم برای برنامه مسابقه ساده رادیو ۵۰ هزار پیام کوتاه ارسال شده است . هم اکنون با وجود رادیوهای ماهواره ای XM و Sirius و یا رادیوهای اینترنتی و با توجه به آزادی بیشتر در رادیو های ما نسبت به تلویزیون چون تلویزیون ما در حال حاضر به عنوان رسانه ملی بیشترین حجم آگهی را دارد (يك سوم هزینه های تلویزیون از طریق آگهی تامین می شود) و درست است که هرگز تلویزیون با مطبوعات قابل مقایسه نیست ولی در بخش آگهی به مطبوعات خیلی جفا می شود و در حالی که فراموش نکنیم که تلویزیون ما تصویری نیست و تفسیری است و گفتنی است که رادیو در اقدامی بی سابقه يك روز در بخش صبح و عصر يك ساعت آگهی پخش کرده است .

بخش تبلیغات در ایران نیازمند نگاه جدید و جدی از سوی مسئولان و مدیران بخش تبلیغات است . این جمله راکفلر را فراموش نکنیم که از او پرسیدند اگر تمام

گونگون آثار تاریخی - اسلامی بی نظیر و هزاران جاذبه متفاوت فقط ۲ درصد از این در آمد متعلق به ماست ، آیا سهم اشتغال در بخش را می دانیم ، زنده شدن صنعت گردشگری فقط در تبلیغات صحیح اتفاق می افتد . با توجه به هفت میلیون ایرانی که کاربر اینترنت هستند بخش تبلیغات ما در صفحات وب چقدر است ، فراموش نکنیم هم اکنون ۱۰۰ میلیون وبلاگ در جهان وجود دارد و در ایران يك میلیون نفر وبلاگ دارند و هر ثانیه ۹ تا ۱۰ مقاله روی وبلاگ مخاطبان ایرانی قرار می گیرد . هم اکنون در جهان هر روز ۵۴۸ میلیون روزنامه منتشر می شود علی رغم آمدن روزنامه های دیجیتال ، روزنامه الکترونیک ، روزنامه های سایبر و آنلاین انتشار روزنامه در جهان ۱/۲۱ رشد داشته است . هم اکنون ۷۷۰۰ روزنامه پولی و نزدیک به ۱۵۰۰ روزنامه مجانی در جهان منتشر می شود . از ۱۰ روزنامه پرتیراژ جهان ۷ روزنامه در آسیا منتشر می شود . سهم آگهی در روزنامه های جهان ۳۰/۲ درصد و پس از تلویزیون روزنامه ها بیشترین آگهی را دارند (فراموش نکنیم آگهی پدر تبلیغات است) در ژاپن برابر هر ۱۰۰۰ نفر ۶۳۴ نسخه ، در نروژ ۶۲۴ نسخه ، در فنلاند ۵۱۸ نسخه و در سوئد ۴۸۱ نسخه روزنامه منتشر می شود . بلژیکی ها ۵۴ دقیقه در ۲۴ ساعت روزنامه می خوانند و ۸۰ درصد مردم در ژاپن از طریق روزنامه ها اخبار سیاسی را مطلع می شوند . راستی سهم آگهی در مطبوعات ما چقدر است آیا روزنامه ها و مجلات ما دیدنی و خواندنی هستند . در آوریل ۲۰۰۶ روزنامه نیویورک تایمز به ۲۵ میلیون آمریکایی سرویس داده است و روزنامه واشنگتن پست با ۸۰ درصد مخاطبان ارتباط دوسویه دارد با این روش تبدیل به يك روزنامه ملی شده است . چرا روزنامه های ما نتوانسته اند عادت به



ثروت شما را بگیریم و فقط ۱۰۰ دلار به شما بدهیم چه خواهید کرد و او گفت ۹۹ دلار تبلیغات می کنم و يك دلار سرمایه گذاری و هابرماس می گوید ما دموکراسی نداریم ما مدیا کراسی داریم (Media Cracy) .

گالبرایت در کتاب آناتومی قدرت (The Anatomy Of Power) درباره سه نوع قدرت می گوید : ۱- قدرت پاداش دهنده : قدرتی که با دادن پاداش در صدد جلب اطاعت است ۲- قدرت تنبیه کننده : قدرتی که با تنبیه کردن در صدد جلب اطاعت است ۳- قدرت شرطی : قدرتی که نه با پاداش دادن و نه با تنبیه کردن بلکه با رخنه کردن در ذهن در صدد جلب اطاعت است . بر مبنای این تقسیم جوامع هر چه بیشتر به سمت استفاده از قدرت شرطی حرکت می کنند که مهمترین و اصلی ترین کارگزار آن رسانه است .

در واقع رسانه ها با رسوخ در اعماق ذهن مخاطبان بیشترین اعمال قدرت را به آنها دارند . بی جهت نیست که جنگ نظامی هم اکنون تبدیل به جنگ رسانه ای شده است . هر روزتان نوروز ، نوروزتان پیروز - محمود مختاریان