



ویزیتورها

در ایران قبل از شکل‌گیری آژانس‌های تبلیغاتی به شهادت تاریخ مجلات، روزنامه‌ها و افراد مختلف اقدام به جذب و جلب و سفارش آگهی کرده‌اند. امروز پس از گذشت سالیان سال از رواج تبلیغات در ایران و با وجود بیش از یکصد شرکت و مؤسسه کوچک و بزرگ تبلیغاتی فراموش نکنیم که افرادی کرد راه خورده و موی در این راه سپید کرده اما بدون شرکت و مؤسسه هم بوده‌اند و هستند که با حروفچینی در مطبوعات یا تدارکات در نشریات شروع کرده‌اند و امروز بپرمردانی هنوز هم کوشا و فعال و جدانشدنی از تبلیغات هستند، بودند تعدادی آگهی بگیر و تبلیغات‌چی که امروز حتی در مسند سردبیری یا مدیرمسئولی نشریات فعالیت می‌کنند.

بیوک کاظمی یکی از گیرندگان آگهی پربروز، دیروز و امروز است. همکاران ما در "گزارش" در ادامه بحث تبلیغات، ۳۰ سال خاطرات این تبلیغاتی‌چی تجربی را مکتوب کرده‌اند.

حقوق می‌گرفتم.

گزارش: در آن زمان نرخ آگهی چقدر بود؟

— یک صفحه آگهی سیاه و سفید ۳۰۰ تومان بود که تازه نقد پرداخت نمی‌شد. اول یک هفته پنج ماهه می‌دادند بعد از پنج ماه هفته واحواست می‌شد. به جای آن یک یک یک ماهه می‌گرفتم که آن هم رنگت می‌خورد. در سال ۱۳۵۰ آگهی سیاه و سفید ۵۰۰ تومان و آگهی رنگی ۱۲۰۰ تومان شد و در سال ۱۳۵۲ که محله "فلم و هم" به همراه ۴۰۰ تشریه دیگر تعطیل شد و تنها "ستاره سینما" به فعالیت خود ادامه داد و نرخ آگهی سیاه و سفید به ۷۵۰ تومان و آگهی رنگی به ۱۵۰۰ تومان رسید (در آن زمان حتی روی جلد بعضی از مجلات به عنوان آگهی‌سی تصاویری از هنرپیشه‌ها و خوانندگان درج می‌شد و هر کس بیشتر پول می‌داد عکس چاپ می‌شد. مثلاً "سوس خواننده از دیگران بیشتر پول می‌داد.) این محله نیز در بهمن ۵۶ تعطیل شد از آن پس (سال ۵۷) تاکنون به عنوان مسئول آگهی در محله "داستانها" فعالیت می‌کنیم.

گزارش: چرا در این کار ماندگار شدید؟

— اول به خاطر علاقه و دوم به خاطر تعصبی که به محله دارم کار می‌کنیم. در حقیقت بیشتر به کیفیت اهمیت می‌دهم تا کمیت. می‌خواهم به یک نکته اشاره کنم، آگهی هر محله مثل خون است در

"در سال ۱۳۴۰ که مقارن با نشر روزنامه‌هایی چون "آنتی"، "حرمان"، "طلوع صبح"، "پست تهران" و "صدای مردم" بود در تمامی تهران چهار یا پنج نفر بودند که با اجاره صفحه‌های آگهی این روزنامه‌ها به صورت کنترات در زمینه آگهی و تبلیغات فعالیت می‌کردند. من از جمله افرادی بودم که فعالیت خود را در زمینه آگهی و تبلیغات از آن سالها و در سن ۱۳ سالگی آغاز کردم". کاظمی‌گر چه تخصص علمی و دانشگاهی در این زمینه ندارد، اما اندوخته‌های او نتیجه تحریر ۳۰ ساله است. وی از آن سالها چنین می‌گوید:

"یازده ساله بودم که کارم را در حروفچینی جایخانه شروع کردم. در آن زمان حروفچینی می‌کردم. به واسطه علاقه‌ای که به کار روزنامه و مطبوعات داشتم دو سال بعد یعنی در سال ۱۳۴۰ به روزنامه "صدای مردم" رفتم. این روزنامه چهار صفحه‌ای بود و صبحها منتشر می‌شد در آن زمان شش روزنامه دیگر نیز منتشر می‌شد که ضمن فعالیت در "صدای مردم" صفحه آگهی دیگر روزنامه‌ها را نیز اجاره می‌کردم. در سال ۴۲ و ۴۳ به ترتیب در روزنامه "صبح امروز" و "مجله دانشمند" فعالیت داشتم که بعد از آن در سن ۱۸ سالگی مسئول آگهی محله ستاره سینما شدم. در سال ۱۳۴۶ علاوه بر فعالیت در ستاره سینما با مجله هفتگی فیلم همز همکاری داشتم که مجموعاً ۲۰۰۰ تومان

کالبد. کسی که به امر آگهی سروکار دارد باید برای آگهی‌چی شدن پشت‌کار داشته باشد اگر یک آگهی‌چی به پنجاه نفر مراجعه کرد و چهل و هشت نفر پاسخ منفی دادند نباید دل‌سرد و ناامید شود. او بداند که با داشتن یک روابط عمومی قوی تمام چهل و هشت نفر به مرور به او مراجعه می‌کنند فقط نباید دل‌سرد شد.

گزارش: چرا میانه گیرندگان آگهی با موسسات تبلیغاتی گاهی اوقات شکرآب می‌شود.

— شرکت‌های تبلیغاتی حاضر نیستند حتی به ما یک آگهی بدهند. دانستنیا یک محله پرتیراز علمی است. اما کدام سازمان تبلیغاتی به ما آگهی می‌دهد. علتش این است که آنها می‌خواهند ۳۰ درصد بردارند که برای ما صرف نمی‌کند. چون تمام زحمتهای ماست. اما آنها چی؟ تنها یک دفتر گذاشتند و پول می‌گیرند. اگر ما نباشیم چه کسی به آنها سرویس می‌دهد. بعضی از شرکت‌های تبلیغاتی دلال هستند. البته سازمان تبلیغاتی به نظر من واجب است. یعنی ما همه لازم و ملزوم یکدیگر هستیم. در کشورهای خارجی اشخاص سرشناس مدل یک فوتبالیست سرشناس یا یک هنرپیشه سرشناس یک مدیر تبلیغات دارند، اما این سازمانها در ایران جا نیفتاده است. گزارش: شرکت‌های تولیدی از شما چه توقعی دارند؟

— شرکت‌های تولیدی به سازمانهای تبلیغاتی آگهی می‌دهند. هر کدام از آنها یک سازمان تبلیغاتی خاص خود دارند. این مسائل قبل از اینکه ضابطه‌ای باشد رابطه‌ای است.

گزارش: وضعیت فعلی آگهی در مطبوعات چگونه است؟

— جدیداً تعداد شرکت‌های تبلیغاتی زیاد شده است. سازمانی تحت عنوان "جهان رسانه" تشکیل شده است که در دبی نمایندگی دارد با تعدادی از تولیدکنندگان قرارداد دارد اما به‌طور کلی شرکت‌های مهم تبلیغاتی پیش از انقلاب از جمله "فاکویا"، "اوانگارد"، "زیبا"، "کاسپین"، "ساکو" و دهها شرکت دیگر به واسطه قدرت آگهی‌گیری بسیار فعال بودند. شرکت‌های موجود فعلی به آن اندازه قوی نیستند و در مقایسه با آنها ضعیف‌تر عمل می‌کنند.