



ورزشی‌ها هم دستی در تبلیغات داشته‌اند

رضازاده، پرکارترین

تابوها را کریم باقری شکست؛ بعد از بسازی جادویی ایران و استرالیا که ملی پوشان به اوج محبوبیت رسیدند، با سیل پیشنهادات روبه‌رو شدند. کریمی اولین کسی بود که به پیشنهاد داروگر جواب مثبت داد. البته همان موقع خیلی‌ها کریم باقری را به باد انتقاد گرفتند. حتی نشریه شلمچه به باقری حمله کرد و از او ایراد گرفت که اگر می‌خواهد به این کار دست بزند بهتر است با پیراهن تیم باشگاهی اش - آرمینیا بیلفلد - شامپو تبلیغ کند، نه با پیراهن تیم ملی ایران. بعد از حضور او در بیل‌بوردهای داروگر، نوع تبلیغات این شرکت اصلا تغییر کرد و شامپوهایش بیشتر از سایر محصولات بهداشتی دیده شدند. البته کریمی هم برای شامپو گلان و کالاهای ورزشی مجید تبلیغ کرد. خداداد عزیزی و سیاوش اکبرپور و چند فوتبالیست دیگر هم در تیزر تبلیغاتی محصولات ورزشی مجید شرکت کرده‌اند. بازگشت عابدزاده از بستر بیماری را خیلی‌ها با بیل‌بوردهای موتور سیکلت تلاش به یاد دارند؛ شرکتی که گویا حالا دیگر وجود خارجی ندارد. البته سوءتفاهم نشود. این موضوع ربطی به عابدزاده ندارد. مهدوی کیا هم برای آیوپا به توب شد و همان روزها ۶۰ میلیون تومان برای چهار ماه از این شرکت گرفت.

همان روزهایی گفتند آیوپا دارد فروش خوبی را تجربه می‌کند. در این میان علی کریمی روی بیل‌بوردهای کن‌وود نشست. مسؤول تبلیغات این کارخانه می‌گوید: «به خوبی زمانی را که او روی بیل‌بوردهای ما بود به خاطر می‌آورم. در مدت همان پنج- شش ماه، دست کم ۳۰ یا ۴۰ درصد فروش محصولات این کارخانه در کشور بالا رفت». کریمی حدود ۴۰ میلیون برای این تبلیغات گرفت.

اما پرکارترین ورزشکار در این زمینه، حسین رضازاده بود؛ از آب معدنی واتسا گرفته تا روغن موتور پسران، بانک ملت، کمپرسورسازی تبریز، ایرانول و شرکت‌های بیمه. البته حضور او در تبلیغات گروه املاک رابینسون در دویسی و پخش آن از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای آن قدر سروصدا به پا کرد که اطلاعیه عدم‌استفاده از چهره‌ها در تبلیغات صادر شود. خیلی‌ها می‌گویند که رضازاده ۲۰۰ میلیون تومان با یک ویلای درست و حسابی برای این تیزرها دریافت کرده. البته حامی مالی رضازاده این حرف‌ها را کذب محض خواند و گفت: «اگر آنهایی که ادعا می‌کنند برای این کار یک ویلای ساحلی به نام رضازاده زده‌اند بتوانند ادعای خود را ثابت کنند، ده ویلای ساحلی از ما جایزه خواهند گرفت!». علیرضا نیکبخت واحدی هم برای سازم جلوی دوربین‌های تبلیغاتی رفت و هم در کنار علی انصاریان برای ارین‌جین.

البته دفتر مرکزی فروش ارین‌جین از این تبلیغات راضی نیست و توضیح می‌دهد که تاثیر دو نفر خیلی کم بوده است؛ «سلاد در فروش بیشتر ما که کمک نکردند هیچ، کمترش هم کردند!». خیلی از ورزشی‌های دیگر هم کار تبلیغاتی کرده‌اند. میرزاپور برای اجترال تبلیغ کرد. علی سامره برای شرکت تولید مواد غذایی، حسین کاظمی برای میلمان چوب شمال، مهرداد میناوند برای بنگاه افیاق، ناصر و آتیلا حجازی برای بنگاه املاکی در دویسی، محراب فاطمی برای نوشابه انرژی‌زای گلدیسی (که خیلی هم فروش خوبی کرد) روی بیل‌بوردها و صفحه تلویزیون و صفحات روزنامه‌ها نشستند.



مدیرکل دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی ارشاد از لغو ممنوعیت قبلی و حضور هنرمندها و ورزشکاران در تبلیغات می‌گوید

از حالا بلامانع است

هدی ایزدی

«الگوهای فرهنگی و ورزشی کشور از افتخارات ایران اسلامی هستند و باید مروج روحیه جوانمردی باشند و نه مشوق فرهنگ مصرف‌گرایی!». اینها را علیرضا کریمی، مدیرکل دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درست زمانی گفت که دستورالعمل منع حضور هنرمندان و ورزشکاران ایرانی در تبلیغات صادر شده بود. حالا تقریبا دو سالی از ماجرا می‌گذرد. از روزهایی که اتوبان‌ها پر بود از لبخند و اخم و تعارف‌های چهره‌های سینمایی و ورزشکاری، دو، سه ماه بعد بود که دیگر تب ماجرا فروکش کرد و تقریبا خیلی‌ها عادت کردند به بیل‌بوردهایی که چهره‌های غریبه روی آن‌جا خوش کرده بودند. اما این سکوت، خیلی طول نکشید. جورج کلونی با آن نگاه معروف، سر و کله‌اش نوی اتوبان‌های تهران برای تبلیغ ساعت امگا پیدا شد و خیلی‌ها صداپیشان درآمد که حالا خون کلونی از باز یگرهای خودمان رنگین تر شده؟ بیلبوردهای او جمع شدند و دوباره سکوت حکمفرما شد. تا اینکه به برکت سر یال‌های خوش ساخت داخلی، افسانه جومونگ، از سر و کول مردم بالا رفت و تا چشم به هم زدیم، دیدیم سونگ ایل گوک، بازیگر نقش جومونگ راهی تهران شده است تا برای ال.جی تبلیغ کند. این دیگر خیلی زور داشت. باز یگرهای خودمان که یک روزی همین شرکت‌های خارجی دنبالشان بودند، کاری نکنند و باز یگرهای درجه چندم خارجی، با اکرام و احترام به ایران بیایند. همین‌ها باعث شد تا این‌بار سراغ اداره کل تبلیغات و اطلاع‌رسانی ارشاد برویم تا ببینیم این وضعیت تا کی پیش می‌رود. این بار علیرضا کریمی، حرف‌های تازه‌ای داشت. هنرمندها و ورزشکارهای عزیز، این گفت و گو را تا آخر بخوانید! علیرضا کریمی با آن چهره آشنایش (اورا ۳۰ سال است در برنامه سپاه پاسداران تلویزیون به عنوان مجری می‌بینیم) خبرهای خوبی برای شما دارد. باور کنید.

● همین یکی دو ماه پیش بود که جومونگ، با کلی سروصدا، به عنوان سفیر یک شرکت کره‌ای وارد ایران شد و همه رسانه‌ها و حتی تلویزیون هم آن را پوشش دادند. این در صورتی است که باز یگرها و ورزشکارهای خودمان، اجازه ندارند در تبلیغات شرکت کنند. چه شد که ارشاد این تصمیم را گرفت؟

شان هنرمندان و ورزشکاران ما خیلی بیشتر از امثال جومونگ است. شخصیت هنرمندان داخلی ما زمین تا آسمان با جومونگ تفاوت دارد. خودتان دیدید که مردم دنبال ماشین جومونگ می‌دویدند و برایش

بگذارید یک سؤال بیرسم. هنرمندان و ورزشکاران، چطور

۲۰



● جومونگ وقتی به ایران آمد، او را به محک بردند تا سری به کودکان سرطانی بزند. جالب اینجاست که وقتی رادان هم به عنوان ستاره ایرانی به کره رفته بود، سری به یک خیریه زد که به مناسبت ورود او، آل جی تعداد زیادی بی‌سرپرست را غذا داد. می‌بینید کار دنیا؟

همین ال جی که جومونگ را به ایران آورد و همه را با آن خفه کرد، چند سال پیش با بهرام رادان قرارداد بسته بود. اگر حالا باید با ستاره‌های درجه چندم کره‌ای کیف کنیم، یک روزی این کره‌ای‌ها بودند که میزبان چهره‌های ما می‌شدند و برایشان سر و دست می‌شکستند. این عکس هم در کره گرفته شده؛ رادان در کنار رییس ال جی در حوزه خاورمیانه! ◀

چهره می‌شوند؟ غیر از تلاش خودشان ما و شما یعنی مجموعه فرهنگی کشور، باعث رشد آنها شده. ما در ارشاد و شما در رسانه‌ها. چهره‌ها از طریق رسانه‌ها پال و پسر می‌گیرند و رشد می‌کنند. به هر حال این چهره‌های معروف، شخصیت گرفته از نظام جمهوری اسلامی ایران هستند و باید در چهارچوب ارزش‌های نظام حضور داشته باشند. ما موظف به حفاظت از این ارزش‌ها و فرهنگ این مرز و بوم هستیم.

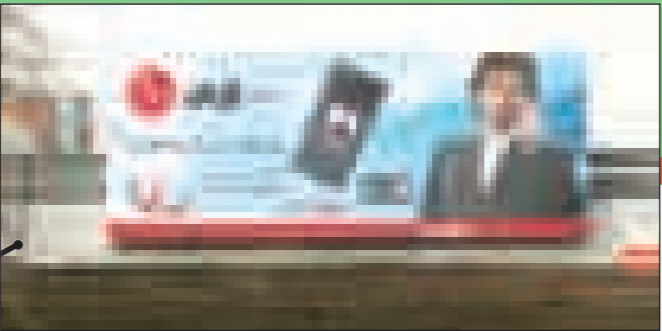
● اصلا چه شد که دستورالعمل منع حضور هنرمندان و ورزشکاران را صادر کردید؟

این دستورالعمل، اصلا جدید نبود. فقط وقتی دیدیم انگار همه آن را فراموش کرده‌اند، آن را تکرار کردیم. ما در این مورد قانون داریم.

قانونی از سال ۵۸ وجود داشته که در ماده ۱۲ آن سازمان‌های تبلیغاتی و شرکت‌های تولیدی موظف به رعایت نکاتی شده‌اند. این قانون مصوب شورای انقلاب است. در بند ب ماده ۱۲ این قانون، به نکته‌ای اشاره شده که در آن حضور بازیگرها و ورزشکاران در امور تبلیغاتی منع شده است. ببینید، ارشاد، متولی فرهنگ این مملکت است. وقتی ما می‌بینیم که مثلا سازمان تربیت بدنی، بودجه فرهنگی دارد و برای فرهنگ‌سازی در بین ورزشکاران تلاش می‌کند و جوانان هم از روی ورزشکاران و هنرمندان الگوبرداری می‌کنند، طبیعی است که حساسیت روی آنها زیاد باشد.

آدم‌ها همه فرهنگ را منتقل می‌کنند اما وقتی کسی، چهره می‌شود و همین طور معروف و مشهور، همه مردم و جوانان بیشتر او را می‌بینند و در نتیجه او در انتقال فرهنگ، تاثیر خیلی بیشتری دارد. پس باید مراقب باشیم که الگوسازی او، متناسب با ارزش‌ها و فرهنگمان باشد. بنابراین آقای قلاتی حق ندارد در تبلیغات یک بنگاه مسکن در دویسی شرکت کند و همه را تشویق به کاری کند که به ضرر کشور است. ما نگران فرهنگ کشور هستیم و برای همین تلاش می‌کنیم که اتفاقی نیفتد.

● خوب، حضور چهره‌ها در تبلیغات چه منافاتی با این قضیه



▶ این هم دو تا بیل‌بوردی که از این دو بازیگر و برای یک برند در ایران دیده می‌شد. یکی از آنها ستاره خودمان و دیگری بازیگر درجه چندم کره‌ای. خیلی همان موقع که جومونگ به ایران آمد، شاکمی شدند. البته خیلی‌ها هنوز هم نمی‌دانند که قبلا این ستاره‌های ایرانی بوده‌اند که به کشورهای دیگر سر می‌زدند



دارد؟ به هر حال همین چهره‌ها به عنوان ویتروینی هستند که می‌شود از طریق آنها فرهنگ‌سازی کرد و همین ارزش‌ها را رواج داد. این در شرایطی است که حتی حضور آنها در تبلیغات کالاهای ایرانی هم منع می‌شود. در صورتی که در جهت حمایت از تولیدکننده داخلی، این موضوع خیلی مهم است. به هر حال قطعاً هنرمندان و ورزشکاران خودمان خیلی بهتر از جومونگ و آقاسی و جورج کلونی هستند. نه؟

قطعاً، به ما مدام گزارش می‌شود تا مبادا از چهره‌های بیگانه و مخصوصا هالیوودی در تبلیغات استفاده شود. در خردادماه امسال مصوبه‌ای از سوی دولت آمد که در آن توضیح داده بودند تبلیغ کالاهای ایرانی بر کالاهای خارجی ارجح است. ما دنبال این هستیم که فرهنگ ایرانی را غالب کنیم. برای این موضوع هم هنرمندان و ورزشکارانی که چهره شده‌اند، می‌توانند شمر ثمر باشند.

● خوب حالا که اداره کل تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اینها را می‌داند، نمی‌خواهد تجدید نظری در این زمینه داشته باشد؟

به شرط اینکه ما همه این فکرها را کردیم و حتی به چند شرکت بزرگ داخلی هم گفتیم که می‌توانند برای تبلیغ کالاهایشان تولید داخل باشند، از ستاره‌های ایرانی استفاده کنند.

● فقط شرکت‌هایی که در نظر دارد می‌توانند از چهره‌ها در تبلیغاتشان استفاده کنند؟

خیر؛ بنده از همین جا و از طریق رسانه همشهری جوان اعلام می‌کنم که از الان تمامی شرکت‌های تولیدی داخل کشور پس از کسب مجوز از اداره کل تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، می‌توانند از چهره ورزشکاران و تشویق عموم به خرید اجناس خود می‌توانند از چهره ورزشکاران

کریمی، همان مجری چهره آشنای برنامه سپاه پاسداران و مدیرکل اداره تبلیغات و اطلاع‌رسانی ارشاد، حالا دستورالعمل منع حضور هنرمندان و بازیگران در تبلیغات را منتفی اعلام کرده. البته مشروط بر کسب مجوز از ارشاد