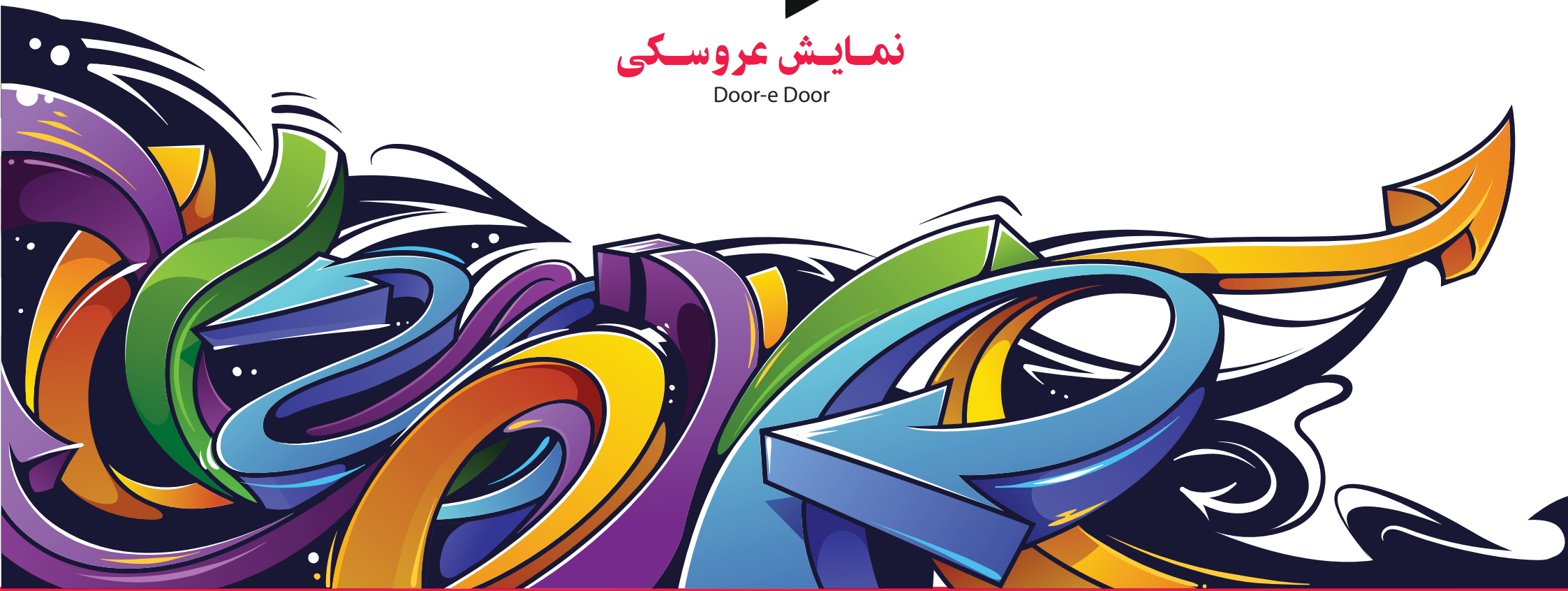




نمایش عروسی
Door-e Door





موسسه فرهنگی دیجیتال
آرزوهای بزرگ امروز

سریال دور دور

محصول شرکت موسسه فرهنگی و هنری آرزوهای بزرگ امروز، یک سریال اپیزودیک ۴۵ قسمتی عروسکی است، که در بهار ۱۴۰۰ توسط تیم تولید محتوای آبا براساس طرحی از ساناز طایفه و مهدی طلاجوی و به تهیه کنندگی محمود باقری و مهدی طلاجوی، در طول مدت زمان ۳ ماه پیش تولید و ۳ هفته تصویر برداری ساخته شده است. هم اکنون این سریال در مراحل پایانی تدوین و صداگذاری است .

دور دور:

شروین شیرین بیان تصمیم دارد یک برنامه آموزنده و کارشناسانه با موضوع نوجوانان تولید کند. اما کارشناس مورد نظر در دسترس نمی باشد! در همین حین سر و کله ی کامبیز نوجوان پیدا می شود. نوجوان نوجوان نیست ولی به قول خودش نوجوانان را بهتر از خودشان می شناسد و اصلا به همین خاطر فامیلش نوجوان است

بازیگر: پیمان فاطمی

عروسک گردان: علی اعتصامی فر

صدا پیشه: مرتضی مشکات

طراح صحنه و لباس: ساناز طایفه

مدیر تصویربرداری و نور: مهدی طلاجوی

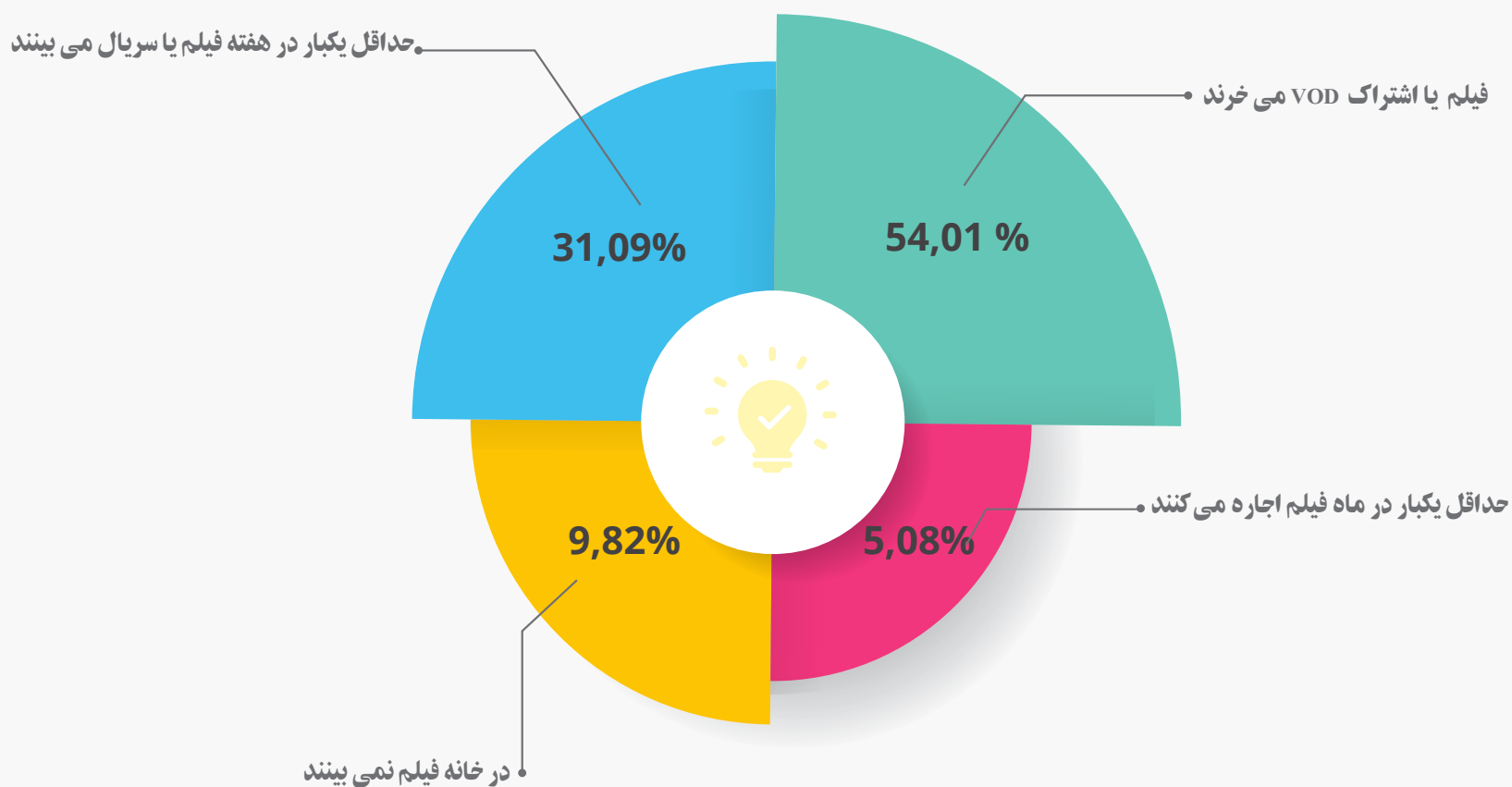
نویسنده: مهدی شاه پیری

کارگردان: مرتضی مشکات

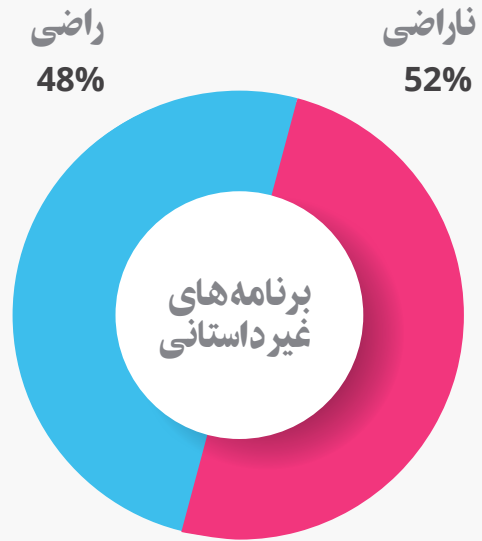
آمار و ارقام

رفتار استفاده از رسانه سینمای خانگی

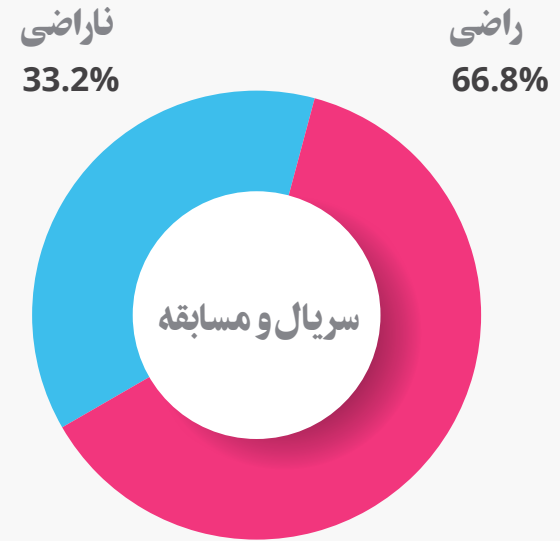
۸۵ درصد از افراد جامعه در طول هفته، فیلم و سریال جدید میخرند یا اینکه حداقل یک فیلم اجاره میکنند.



میزان رضایت مخاطبان تلویزیون از برنامه های صدا و سیما



مخاطبان تلویزیون



مخاطبان تلویزیون

مقایسه CPT رسانه‌های نمایش خانگی و تلویزیون

نمایش خانگی
تلویزیونی



از مقایسه CTP فیلم‌ها و سریال‌های موجود در شبکه سینمای خانگی با ساعات و برنامه‌های پرمخاطب شبکه‌های یک، تهران و سه می‌توان دید به طور مثال هزینه‌ی در معرض پیام قرار گرفتن هزار نفر در فیلم «من دیه‌گو مارادونا هستم» ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال، در بین برنامه‌های ماه عسل تقریباً ۳/۸۰۰/۰۰۰ ریال، و در بین سریال «دردسره‌های عظیم» تقریباً ۱/۸۰۰/۰۰۰ ریال است.



بررسی اجمالی برخی از رسانه‌های جمعی



پوشش جغرافیایی بالا
تنوع محتوا
اعتبار رسانه/تنوع مخاطب

- برگشت ناپذیر بودن
- هزینه بالا برای دیده شدن
- توجه مخاطب
- محدودیت برای پیام‌های خارجی



ماندگاری پیام
تکرار زیاد جلب نگاه

- فرصت کوتاه برای ارائه پیام
- محدود شدن پیام به گرافیک و نوشتار
- ثابت ماندن پیام برای مدت طولانی
- پوشش محدود جغرافیایی



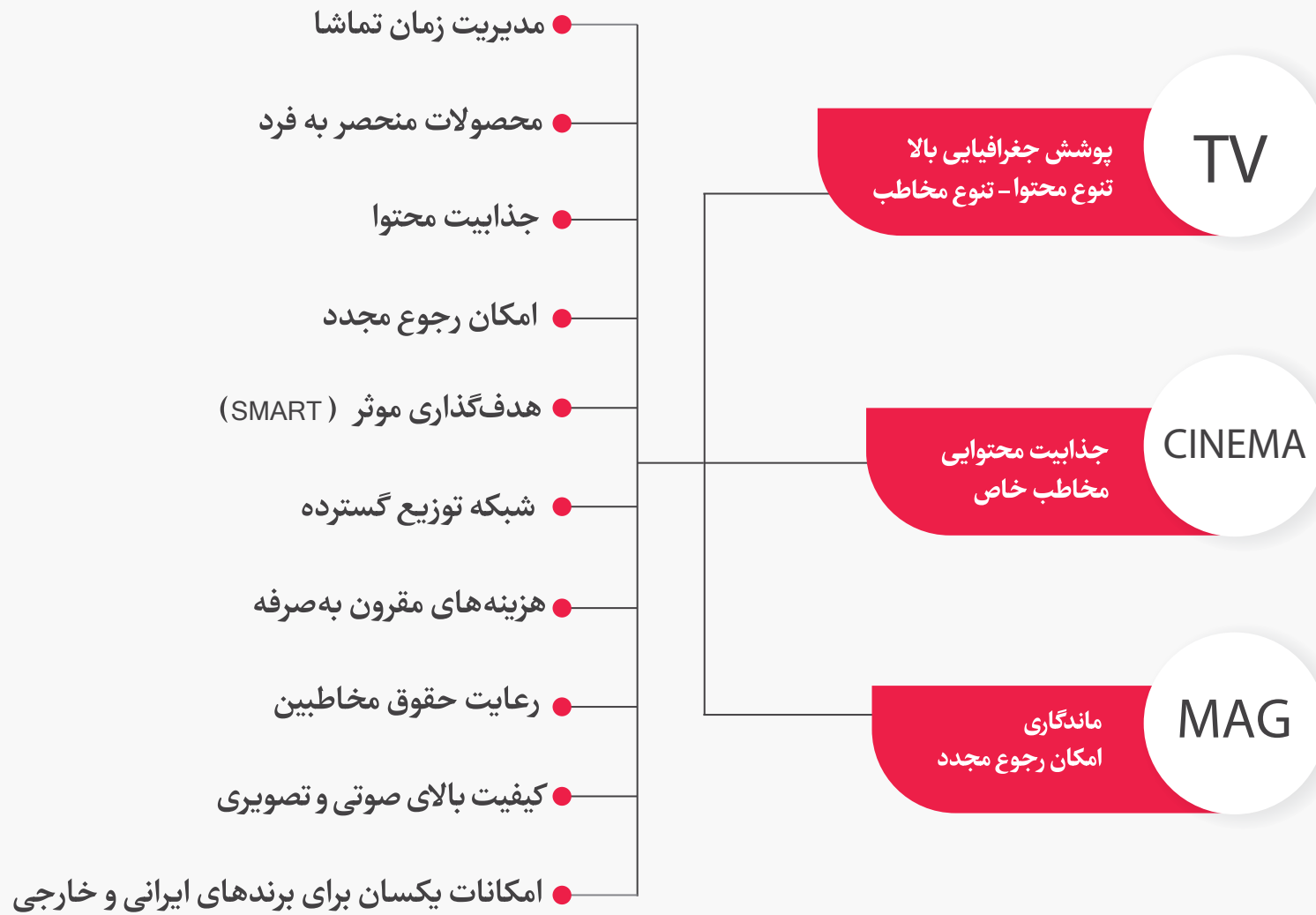
جذابیت محتوایی/قدرت
جلب توجه مخاطب خاص

- پوشش جغرافیایی محدود
- مخاطب خاص
- دیده شدن منوط به محتوای فیلم
- مشکلات فنی سینما



ماندگاری/امکان رجوع مجدد
مخاطب خاص/ارائه بیشتر
حجم اطلاعات

- پوشش کم جغرافیایی
- محدود شدن پیام به گرافیک و نوشتار
- پوشش کم مخاطب
- هزینه سرانه بالا



■ یک معیار واحد برای تعیین قیمت محصولات شبکه نمایش خانگی



۲۶ میلیون تومان، هزینه هر ثانیه پخش آگهی در شبکه سوم سیما قبل از مجموعه "همه چیز آنجاست" براساس اطلاعات شرکت تحقیق بازار (TGI) EMRC شبکه ۳ سیما در بین ساعت‌های ۸ تا ۱۰ شب، با ۱۸,۷٪ ۳۶۱۱۰۰۰ نفر از ۲۰ میلیون نفر در ۱۷ شهر اصلی) بیشترین مخاطب را به خود اختصاص داده است.



هزینه‌ای که برای هر ۱۰۰۰ مشاهده یک آگهی تبلیغاتی توسط مخاطب هدف، از سوی صاحب کالا یا خدمت پرداخت می‌شود.

$$\frac{۲۶ / ۰۰۰ / ۰۰۰ \text{ تومان}}{۳ / ۶۱۱ / ۰۰۰ \text{ نفر}} \times ۱۰۰۰ = ۷۲۰۰ \text{ تومان ثانیه‌ای} \times ۳۰ = ۲۱۶۰۰۰ \text{ تومان}$$

یک قرارداد متداول با بازرگانی صدا و سیما، با بودجه یک میلیارد تومان برای بخش آگهی تبلیغاتی، معادل ۸۰ درصد تخفیف پخش خواهد گرفت.

شرکت‌های خارجی برای پخش آگهی تبلیغاتی در تلویزیون ایران می‌بایست در برابر تعرفه مصوب بازرگانی صدا و سیما را پرداخت کنند.

برای پخش سی ثانیه آگهی تبلیغاتی در شبکه ۳ سیما قبل از مجموعه همه چیز آنجاست، مبلغی معادل ۷۸۰ میلیون تومان، (بدون کسر تخفیف) منظور خواهد شد. (ارزش این جایگاه در بهمن ماه سال ۹۴، ۳ برابر شد)

منبع: سایت اداره کل بازرگانی صدا و سیما

۲۱۶ / ۰۰۰
تومان



۴۳ / ۲۰۰
تومان

اعمال تخفیف ۸۰ درصدی

■ یک معیار واحد



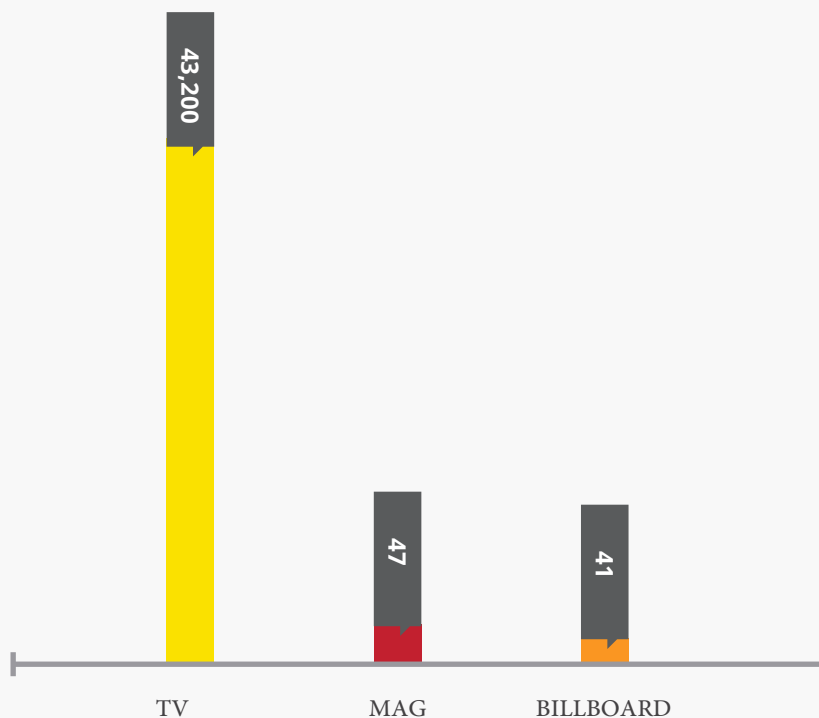
۴۷ تومان



۴۱ تومان

پشت جلد زندگی ایده آل:
۱۴ میلیون تومان
تیراژ:
۵۰ هزار نسخه (۳۰۰ هزار نفر)

تقاطع همت توانیر:
۲۰۰ میلیون تومان
بازدید:
۴/۸ میلیون نفر



از طراحی تا اجرا

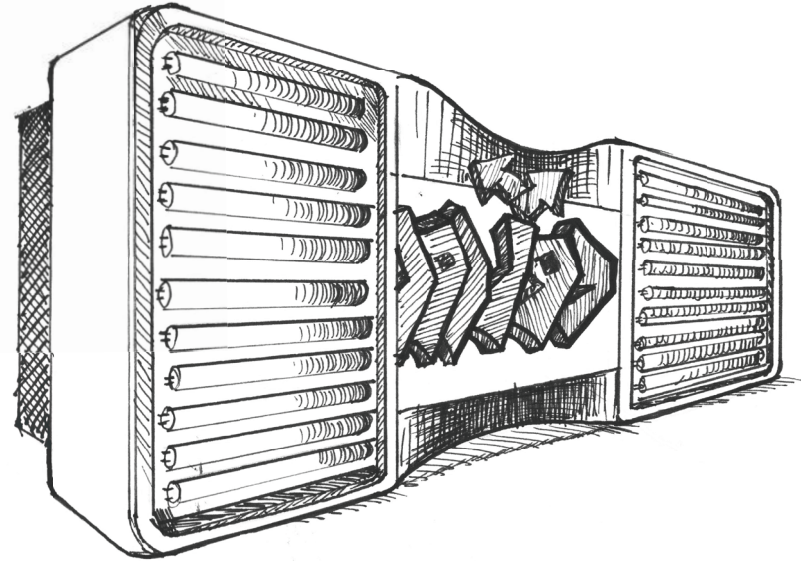
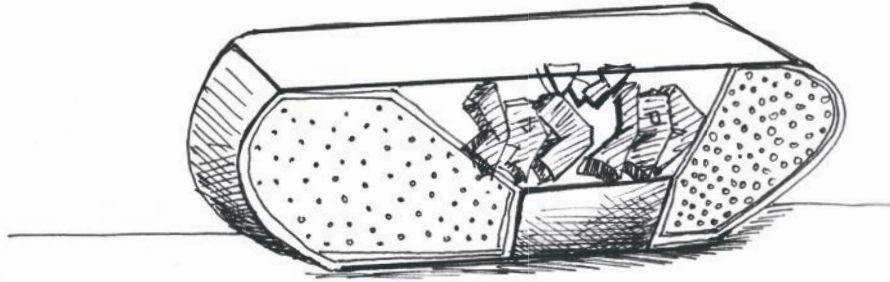
طراحی صحنه سریال دور دور:



در قسمتی از منزل، مجری برنامه شروین شیرین بیان استودیویی ترتیب داده تا برنامه ای راجع به نوجوان بسازد. با استفاده از امان های خانه برای مشخص بودن فضا سعی شده که این مکان در نمای کامل بخوبی دیده شود. با توجه به روحیه ی مجری و ساخت برنامه برای نوجوان توجه لازم در انتخاب متریا، لوازم و رنگ ها به گونه ای شده که فضایی جذاب را برای این رده ی سنی ایجاد کند. استفاده از گرافیتی همچنین چراغ نئون چشمک زن به نوعی یادآور فضای پاپ آرتی ست. به منظور کامل شدن این امر سعی شده است از رنگ های شاد و زنده استفاده شود تا در نهایت محیطی پویا، ریتمیک و هیجانی را برای نوجوان مخاطب ایجاد کند.



طراحی میز سریال دور دور: ■

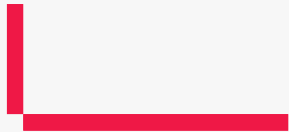


طراحی لباس مجری

شروین شیرین بیان شخصیت مجری مجموعه داستان دور دور مردی حدود ۴۰ ساله است که با توجه به رعایت کردن اصول رفتاری در مقابل نوجوانان، ذهنیتی جوان دارد. به همین منظور لباس های شاد، رنگ های زنده و تیپ های جوانی می زند. معمولا شلوارهای شش جیب می پوشد، با تی شرت های رنگی. و گاهی اوقات دستمالی برای تزئین به میچ اش می بندد.



■ طرح تی شرت شروین شیرین بیان



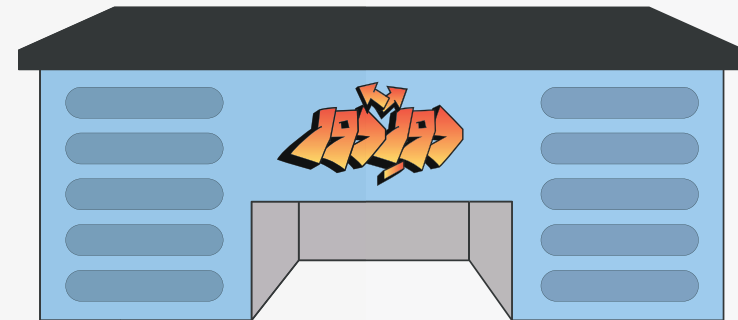
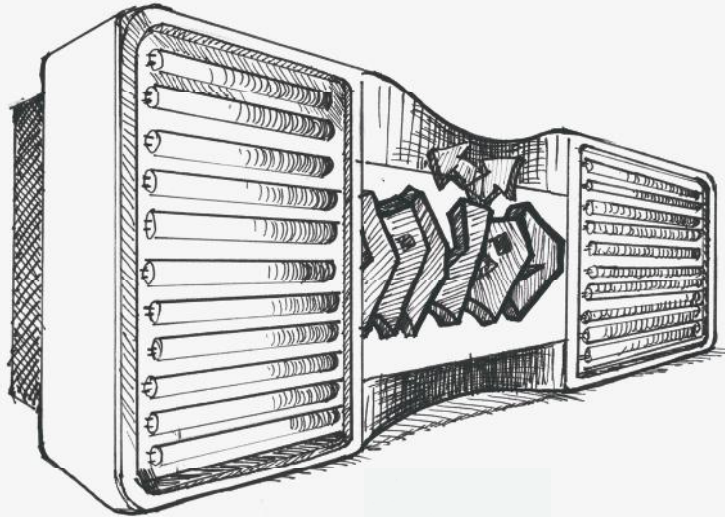
طراحی لباس عروسک

(کامبیز نوجوان):

کامبیز مردی ۴۲-۴۳ ساله است که به واسطه شخصیت اش در دوران نوجوانی اش مانده و درگیری های نوجوانان را دارد. فامیل نوجوان برایش دلیلی روشن است که او را نماینده ی نوجوان امروزی معرفی می کند. لباس های شاد، گاه نقش دار می پوشد. از آکسسوارهای نوجوانان امروزی استفاده میکند مانند هندزفری، زنجیر، کتانی، دستبند و غیره



میز سریال دور دور



■ مراحل لوگو سریال دور دور

دور دور

دور دور



لوگوی نهایی سریال دور دور ■





کدهای رنگ لوگو ■



C:0
M:80
Y:70
K:0

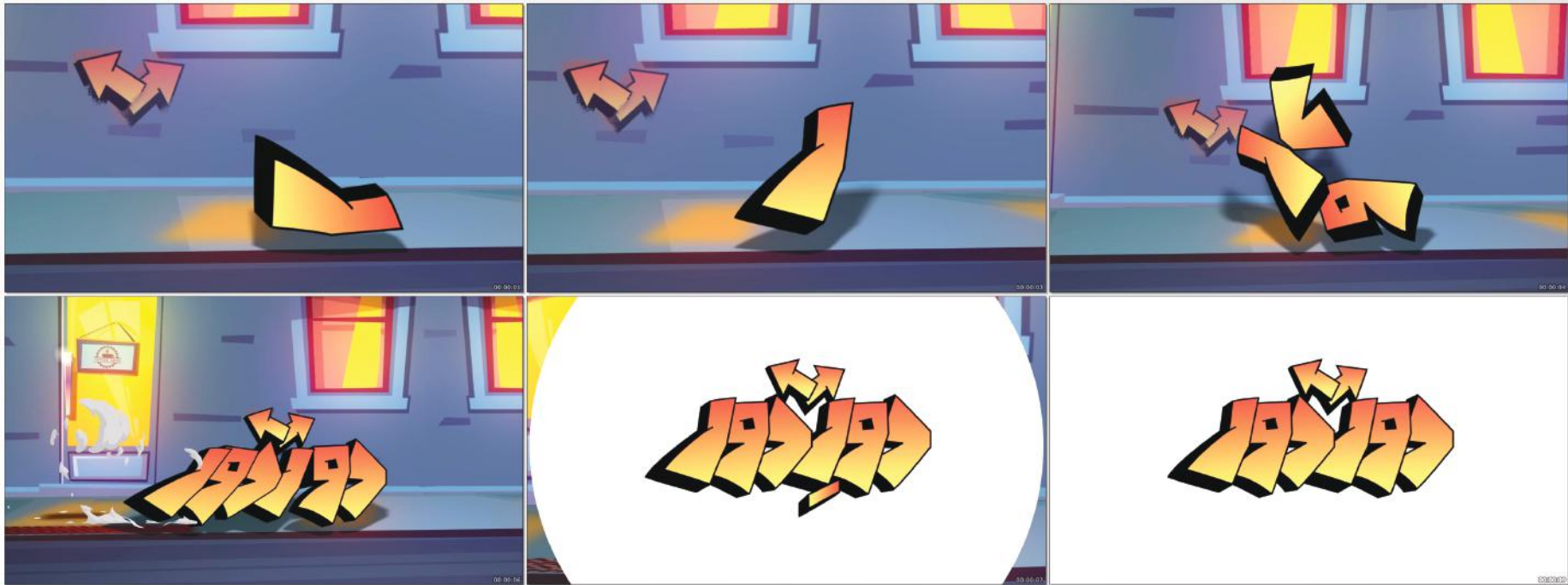
C:0
M:84
Y:76
K:0



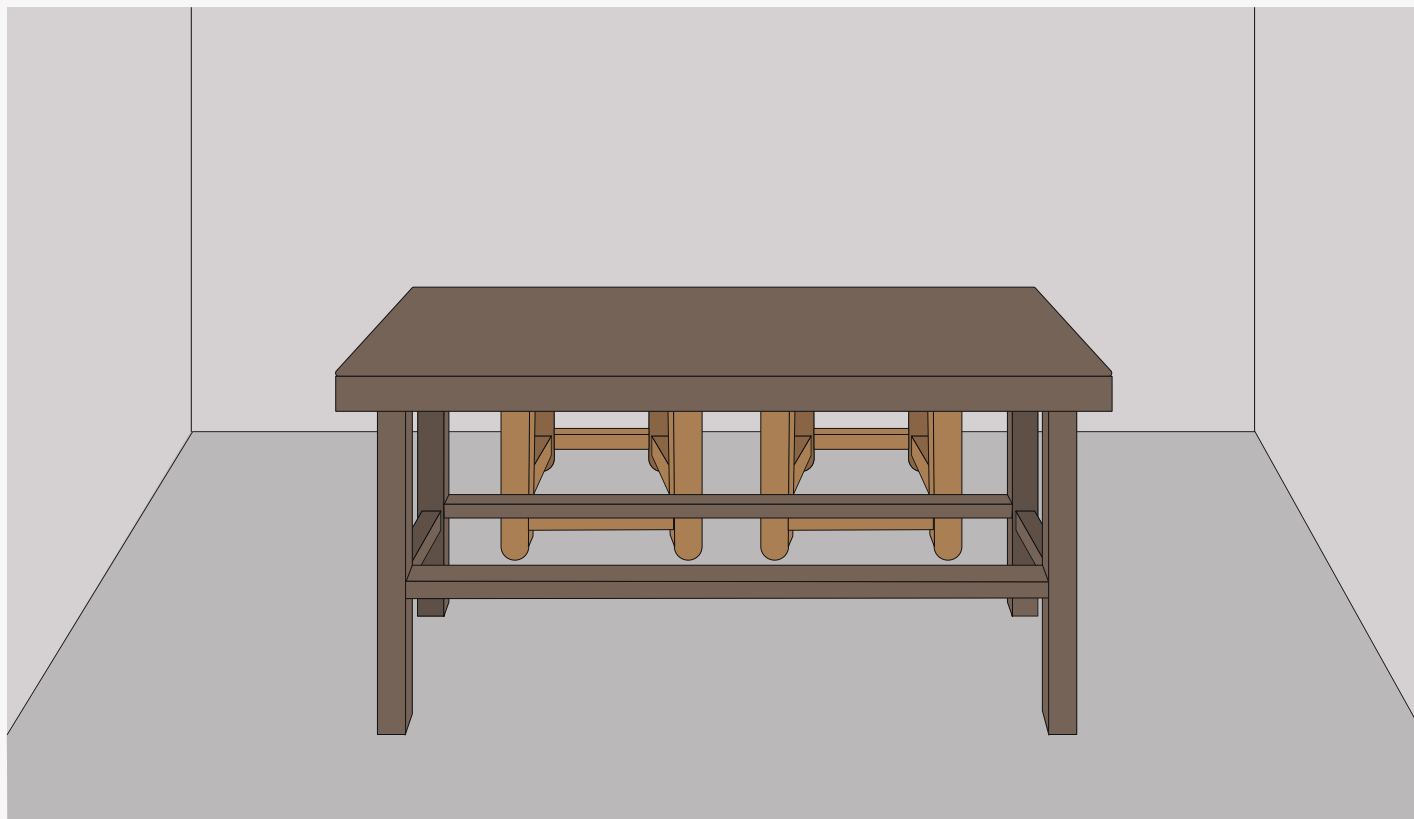
■ لوگوی نهایی (در حالت تک رنگ) سریال دور دور



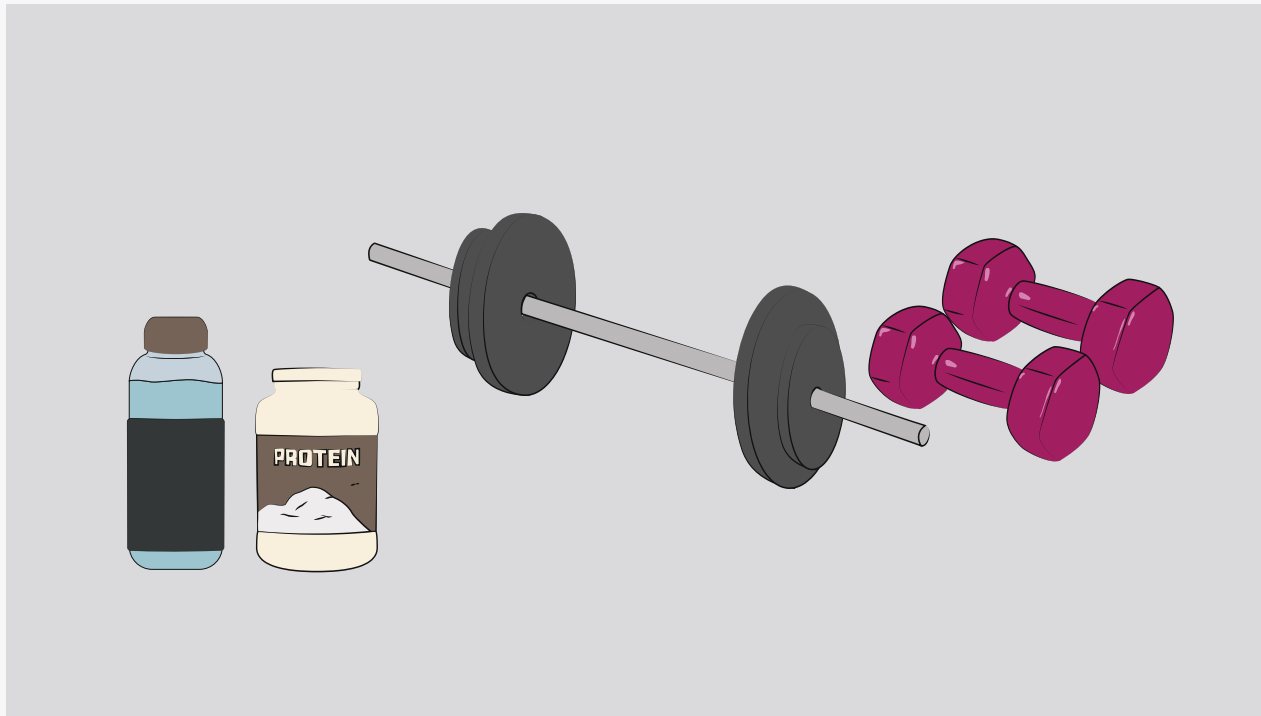
دور دور Logo Station ■



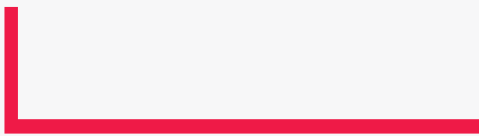
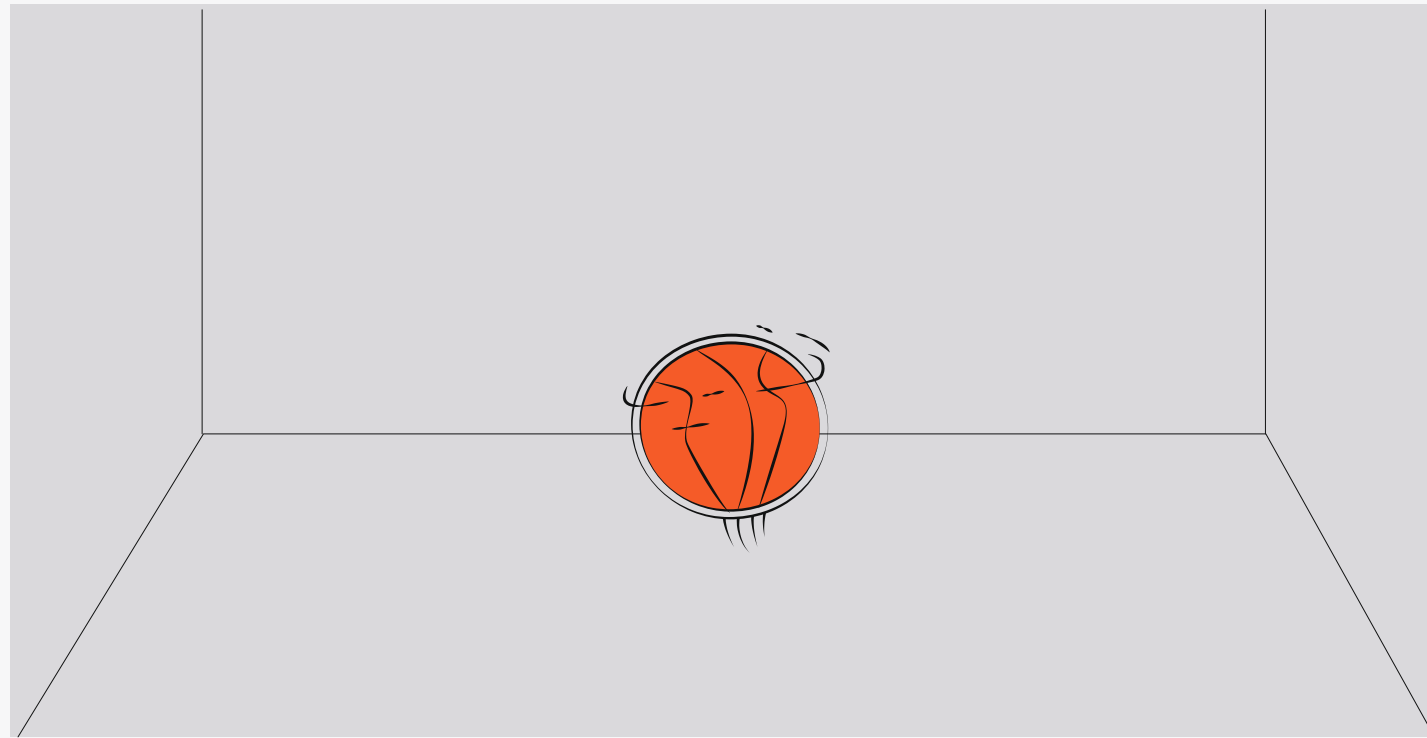
■ متریال تصویر سازی وله های سریال دور دور



■ متریال تصویر سازی وله های سریال دور دور

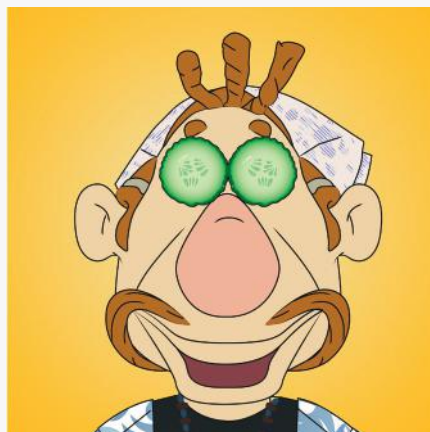


■ متریال تصویر سازی وله های سریال دور دور

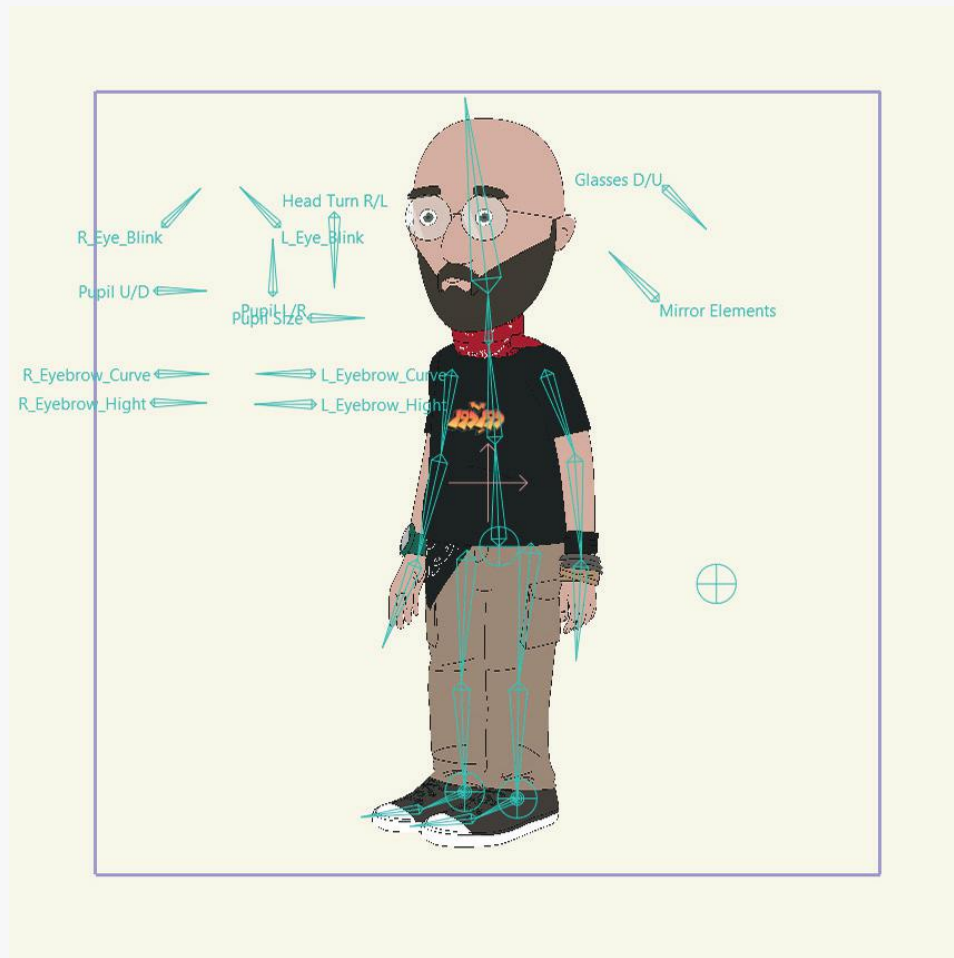




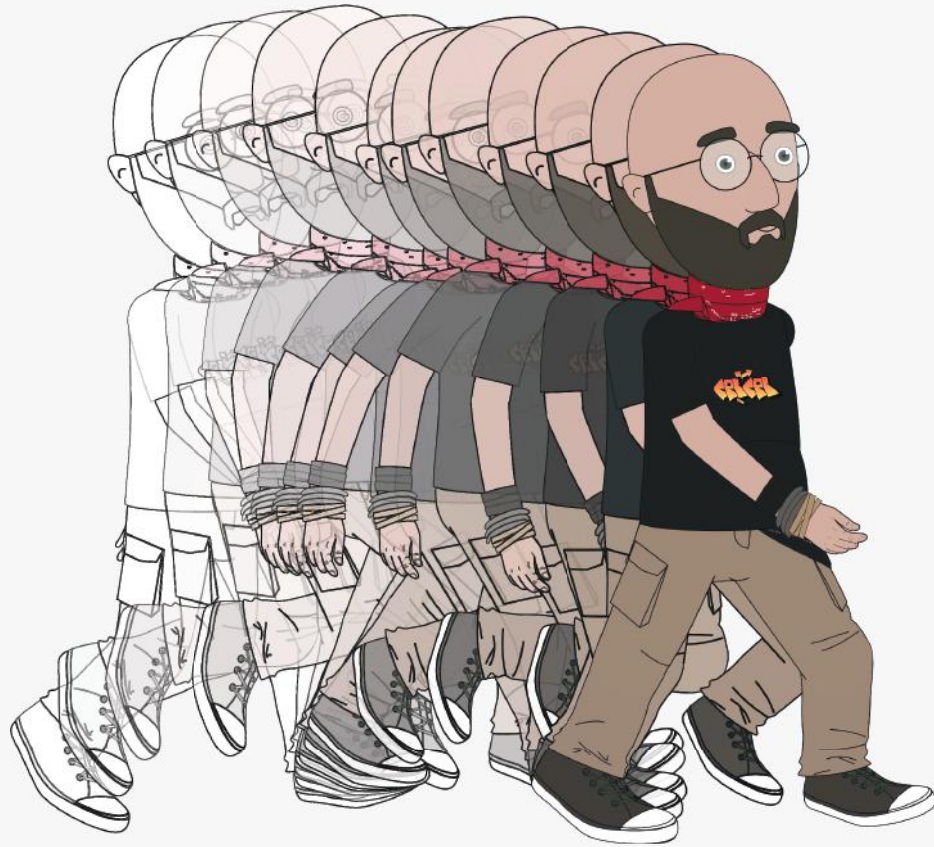
■ آرت ورک کمپین تبلیغاتی
سریال دور دور



■ استخوان بندی و ریگ کاراکتر و آماده سازی برای ساخت انیمیشن



■ نمونه ی Wailcycle کاراکتر شروین شیرین بیان



موضوعات برنامه

- قسمت اول : نوجوان وارد می شود!
- قسمت دوم: تعریف نوجوان؟
- قسمت سوم: علاقه نوجوانان به افراد معروف
- قسمت چهارم: چقدر باید مراقب وسایلمون باشیم؟
- قسمت پنجم: حریم خصوصی-میل تنهایی در دوران نوجوانی!
- قسمت ششم: خشونت؟
- قسمت هفتم: دنیای مجازی و آثار مخرب
- قسمت هشتم: گفتن حقیقت
- قسمت نهم: اهمیت ظاهر و جراحی زیبایی؟
- قسمت دهم: سیگار
- قسمت یازدهم: تظاهر کردن و وانمود کردن
- قسمت دوازدهم: اغراق کردن استعداد فرزندان توسط پدر و مادر
- قسمت سیزدهم: اعتماد به نفس+آرایش
- قسمت چهاردهم: میزان مطالعه در جوانان
- قسمت پانزدهم: آینده شغلی
- قسمت شانزدهم: جوش بلوغ



قسمت هفدهم: میدان دادن به نوجوانان
قسمت هجدهم: مقایسه زن و مرد
قسمت نوزدهم: هوای نفسانی نوجوانان
قسمت بیست: انتخاب دوست؟
قسمت بیست و یکم: ترس از تنهایی
قسمت بیست دوم: عشق در نوجوانان
قسمت بیست سوم: خودکشی
قسمت بیست چهارم: کنترل خشم
قسمت بیست پنجم: صفحات مجازی
قسمت بیست ششم: طرفداری یا فن یک تیم بودن
قسمت بیست هفتم: مدلینگ
قسمت بیست هشتم: انتخاب رشته تحصیلی مناسب
قسمت بیست نهم: تنها ماندن نوجوانان در خانه
قسمت سی: بدنسازی
قسمت سی و یکم: ادبیات نوجوانان
قسمت سی و دوم: ازدواج نوجوانان
قسمت سی و سوم: اعتیاد به بازی های رایانه ای
قسمت سی و چهارم: حسادت



قسمت سی و پنجم: حریم خصوصی
قسمت سی و ششم: انتقاد پذیری
قسمت سی و هفتم: مصرف گرایی در پوشاک
قسمت سی و هشتم: مهاجرت
قسمت سی و نهم: دروغ
قسمت چهلم: غیرت
قسمت چهل و یکم: هویت نوجوانان
قسمت چهل و دوم: اضافه وزن
قسمت چهل و سوم: موسیقی رپ
قسمت چهل و چهارم: خرافات و دعانویسی
قسمت چهل و پنجم: ماشین زمان





موسسه فرهنگی دیجیتال
آرزوهای بزرگ امروز

خیابان فاطمی، میدان گلها، خیابان مرداد، بن بست شاهرخ شرقی

No. 19, Shahrokh Sharghi, Mordad St., Golha Square, Tehran, Iran

www.abamedia.ir