

# Brutális trauma, páni félelem: ez a reklámozás jövője?

Unger András - 2013-11-07 20:37:21

Jóképességű reklámszakemberekkel van tele a világ, akik folyamatosan hajtják magukat, hogy a lehető legkreatívabb ötletekkel vegyenek meg minket, potenciális fogyasztókat kilóra. Már egyre kevésbé működnek a *frizura még mindig tart* típusú, tökéletes modellekkel vagy virtuális baktériumlényekkel dolgozó, de annál unalmasabb reklámfilmek, a tét már az, hogy olyat sikerüljön kitalálni, amit eddig még senki se.

És mit tehet a jóképességű ügynökség a valóságshow-k korában? Hát pikpakk eljut addig az ötletig, hogy vonjunk be a kampányba gyanútlan járókelőket, a mindennapok emberét, aki éppen nem is tud arról, hogy most ő a főszereplő. Rengeteg példát láttunk már ilyenre, egyikről-másikról pedig írtunk mi is: például a chipsautomatáról, ami [pénz helyett gombnyomogatást kért](#) az áruért cserébe, vagy a NIVEA repülőteret akciójáig, amiben [ártatlan emberekből faragtak percek leforgása alatt bűnözőt](#).

## A rettegés foka (legyen magas)

Utóbbi típusú, kandikamerás jellegű, átverős videóból időközben egyre több lett, a műfaj csúcsa [ez a belga videó](#), amiben a helyi tévétársaság promózta magát egy kis megrendezett utcai drámával. Talán ennek a trendnek a lendülete lökhette odáig a kanadai John St. reklámügynökséget, hogy kijelentsék: a reklámoknak szintet kell lépniük, ezt pedig a páni félelemmel tudjuk elérni. A rettegés ugyanis erősebb érzés, mint a szeretet, és egy sokkoló élménnyel maga a termék is jobban beleég az agyba. Hogy ezt nyomatékosítsák, az alábbi videóban sorolják fel érveiket:

Felháborodtak? Megértjük. Az édesanyától elrabolt (majd visszaadott) csecsemő, az álmukból símaszkos betörők által felriasztott emberek látványa zsigerig hatol, hiszen óhatatlanul is a helyzetükbe képzeljük magunkat.

## Embert fogunk küldeni az űrbe, de nem hozzuk vissza

A videó azonban szerencsére csak egy óriási fricska - pont az erkölcsi, etikai határokat feszegető reklámok ellen. Bármennyire is komolynak tűnnek a videóban megszólalók, ez csak színészi játék: a John St. nyilván nem gondolja ezt komolyan, ahogyan azt a mondatot sem, hogy nemsokára embert is küldenek az űrbe, csak éppen *nem fogjuk visszahozni*. Aggodalomra tehát - egyelőre - nincs okunk, nem halad ebbe az irányba a reklámozás. A videó viszont szimplán zseniális, pont a hitelesség érzete miatt.

Ugyanők egyébként készítettek korábban egy másik videót is, amiben meg a macskákat tartották a reklámfilmek jövőjének. Szóval ennyire kell csak komolyan venni őket. Viszont ezek után, ha

temérdek pénzem lenne, biztos, hogy őket választanám a termékem hirdetéséhez, mert ennyi kreativitás csak kevesekbe szorul: