

Reklama, dźwignią... (w.u.)

No właśnie czego? Zgodnie z przysłowiem powinna być dźwignią handlu i niby jest, ale w jakiej formie?

Może będę trochę monotematyczny, co do niektórych rzeczy, ale wkurza mnie, fakt robienia z ludzi idiotów, niczym nic niewiedzących klientów, których jedynym zadaniem powinno być słuchanie i kupowanie. Przemogłem się jednak i z czasem zamiast się wkurzać śmieję się z tego, a się śmieje z...?

Reklam, a przynajmniej z jej większej ilości.

Zaczął się od reklamy sieci sklepów Media Markt, która po raz pierwszy robiąc ze mnie idiotę sprawiła, że reklamy obchodzą mnie tyle, co zeszłoroczny śnieg.

Potwierdzeniem, że stałem się idiotą, była próba zakupu w/w sklepie sprzętu fotograficznego.

Od zakupu odwiodła mnie cena lampy błyskowej, która u konkurencji na dzień dobry była 200 zł tańsza.

Slogan reklamowy tego sklepu prawdę Ci powie, nie bądź idiotą, wejdź do sklepu i kup. Nie wiem, co jest większym idiotyzmem, „dojenie” z klientów kasy, czy moja powściągliwość i 200 stówki w kieszeni, które zaoszczędziłem na byciu „idiotą”.

Zapomniałem dodać, że przez reklamy nie tylko jestem chory umysłowo, bo oszczędzam, ale także mam dolegliwości fizycznie i ciągle muszę przyjmować leki przeciwbólowe. No bez nich nie dasz rady!

Chcesz pokonać wysoką górę - weź tabletkę na ból głowy. Chcesz ukończyć bieg - nie poradzisz sobie bez pigułki. Chcesz pobawić się z dziećmi - bez leku nie dasz rady. Niedługo do uprawiania seksu będziesz potrzebować tabletki uśmierzającej ból. No bo jak partner przez ból głowy, się pomyli i włoży tam gdzie nie trzeba, to będzie problem. No paranoja!

No, ale skoro w jedne z reklam leku przeciwbólowego, ukazywany dziadek z babcią po wzięciu tabletki przeciwbólowej mogli przejechać na tzw: „STOPA”, trasę z Polski do Wenecji, to pewnie mają jakąś magiczną moc uzdrawiania i odejmowania ludziom lat.

Podobnie jak kremy, maści i olejki, na naprawę urody. No wszystko pięknie, cudownie, uroczo, tylko dlaczego ktoś chce z mojej żony i nie tylko z niej, zrobić idiotkę i wmówić jej, że po użyciu owego kosmetyku będzie piękniejsza i młodsza o kilka lat i to po kilkunastu dniach.

„Dbaj o siebie... jesteś tego warta...” itp. itd.

Wicie lubię jak kobiety dbają o siebie, ale jak widzę gładkie niczym z plastiku twarze tych kobiet, z toną „tapety” na twarzy zastanawiam się komu robią tak naprawdę przyjemność, nam czy koncernom farmaceutycznym? Tak w ramach odskoczni a propos kobiecych kosmetyków to naprawdę, kobiety wydają fortunę na kosmetyki, ponieważ im się tak podoba, a nie dlatego, że im pomagają. Poza tym jeżeli kobieta słyszy codziennie mądre nazwy takie jak: keratolicznie, holistycznie, syntetyzująco, o cudownym serum ujędrniającym z mikrogranulkami czy inteligentne molekuly, no to dzień dobry ma zabitego ćwieka w umyśle. Dlatego w tym miejscu producenci kosmetyków i reklamodawcy zasługują na brawa, tak brawa za sukces w wykreowaniu na ekranie wizji kobiety idealnej. Kobiety, która jest zawsze młoda, piękna i bez skazy.

Tylko kiedy ja takiej nie akceptuję, bo gdyby wszystko było piękne i idealne, było by nudno, a ja kocham niedoskonałości swojej żony, jej zmarszczki na twarzy, pryszczka na czole czy rozszerzone pory i wara mi od urody mojej kobiety oraz uszczęśliwiania jej na siłę. Znam swoje miejsce, ale producenci kosmetyków nie. Ci wiedzą lepiej, jakich perfum używa Salma Hayek, czy też czym goli się David Beckham. No proszę Was! Jeśli mam wierzyć, że moja żona będzie pachnieć tak samo jak Salma, albo że używam tych samych kosmetyków co David, to ktoś naprawdę bierze mnie za niepoczytalnego.

Kolejny przykład reklamy, która manipuluje ludźmi. W jednej z reklam kosmetyków do pielęgnacji ciała 8 na 10 polek wybrało mydło Dove. Kolejna ściema i robienie z nas głupca, w sposób bezprecedensowy. Możliwe, że 8 na 10 osób wybrało ten produkt, ale co z resztą osób w badanej próbce? Bo jeśli jest cała próbka badanych osób, to z proporcji łatwo wyliczyć, że 8 stanowi 80% populacji, co jest tym bardziej idiotyczne bo nie uwierzę, że 80 % polek używa jednego i tego samego mydła.

Reklamy kremów, także oszukują. Zawierają przecież tyle różnych witamin. Aż strach pomyśleć, że w kremie za kilkadziesiąt złotych mogłoby ich nie być. Gdyby jeszcze witaminy w nich zawarte wchłaniały się przez skórę, można byłoby uwierzyć w działanie tych cudownych specyfików. Podobnie jak ich znikome działania przeciwzmarszczowe i odmładzające¹.

Wykorzystując szerokie pole manewru, jakie daje nam reklama jako forma marketingu, producenci próbują wmówić nam różne rzeczy, począwszy od nakłonienia nas do zaspokojenia potrzeb po dosłownie wywołanie chorób.

Niekiedy odnoszę wrażenie, że cały naród choruje na gripę, bolą go stawy lub coś innego, ma problemy z cerą lub prostatą, a pieniądze trzyma w skarpecie. To tylko słowa, ale czy nie mieliście wrażenia drodzy panowie, po oglądnięciu kilku reklam specyfików na pobudzenie erekcji, że nie staje już wam tak jak powinien... ☺ Może już trzeba zacząć używać wspomagaczy? ☺

Wracając do medykamentów, czy udało się komukolwiek znaleźć w Internecie lub ogólnopolskiej bazie specjalistów osoby, które w reklamach podpisują się, jako lekarz rekomendujący dany lek? Z tego co wiem kodeks etyki lekarskiej zabrania udziału w reklamie i żaden szanowany lekarz nie podejmie się takiego działania. Kto zatem podpisuje się pod reklamą tego leku?

Odpowiedź: Aktor.²

Tak więc czy można ufać telewizyjnym reklamom, i nie tylko tym? Moim zdaniem nie warto. Ponieważ producent, aby sprzedać, posunie się nawet do nieetycznych działań na rzecz reklamy swojego produktu.

Pozostaje zatem wierzyć w swoje przekonania, a internetowe, prasowe, radiowe i przede wszystkim telewizyjne bloki reklamowe omijać szerokim łukiem, co osobiście czynię za każdym razem gdy reklama osiąga szczyt kłamstwa, a co najmniej zahacza o manipulację.

Pozdrawiam wszystkich reklamożerców.
Smyku

¹ http://zdrowie.biznes.net/blogposts/view/2696-Prawda_o_reklamie_kosmetykow.html

² <http://archiwum.polityka.pl/art/lekrama,397431.html>