

Смерть рекламы!

Мы ждем и не дождемся, когда же, наконец, перестанут показывать эту муторную ботву по телевизору. А также, когда наши почтовые ящики перестанут заваливаться тоннами спама. Но количество рекламы объективно растет и множится с каждым днем.

Однако не все так плохо, как кажется. Исследователи и идеологи рекламных технологий спешат уверить нас, что скоро все сильно изменится.

Телереклама

Скоро то в спешке сделанное телевидение, к которому мы привыкли, канет в лету. Уже сейчас вы можете достаточно недорого приобрести dvd-рекодер и запрограммировать его так, что он будет записывать ваши любимые передачи, исключая рекламу. И посмотреть можно в любое время и на память оставить. Я уж не говорю о том, что не надо каждые 5 минут бегать на кухню покурить, или трясущейся рукой переключать каналы с рекламы на рекламу, сериал, криминал, рекламу, рекламу, аншлаг, аншлаг, профилактику, и снова рекламу.

Но и это не самое крутое, что вы можете себе позволить. В нормальных западных и восточных странах, а именно в США и Корее, люди уже давно юзают так называемое Video-On-Demand, или по-русски «голубой экран по вызову». Суть в следующем: вы выбираете из меню, похожего на обычную программу телепередач программу, которую вы хотите посмотреть, и через 5 минут вам ее показывают. Максимум рекламы, который вас смогут заставить при этом проглотить, это двухминутный ролик, жестко отобранный по тематике, перед началом передачи. В то время, пока вы смотрите, в электронных глубинах процессингового центра с вашего счета снимут доллар или рубль, это уж как повезет.

Тенденция развития существующего телевидения указывает на то, что скоро оно вымрет. И тот 1-канал ОРТ, который мы зырим сейчас, будет транслировать рекламу разве что в отдаленные сибирские деревушки, в которых еще не ведают, что большевики свергли Временное правительство.

Все это, конечно, не означает, что рекламы не останется вовсе. Просто она примет более гуманный и узко-сфокусированный характер. Если вы сядете посмотреть передачу «Вестник пенсионера» то вам, скорее всего, покажут рекламу новых таблеток от склероза, а если решите узнать о количестве жертв в недавних авиакатастрофах, то вам посоветуют летать самолетами Аэрофлота.

Но если задуматься, то и у этих рудиментарных остатков 30-секундных роликов «Тайд или кипячение» есть выход из положения. Никого не воодушевляет это глупое пойло, под названием «пожалуй-лучшее-пиво-в-мире», но рекламу Budweiser из Ночи пожирателей рекламы, дети замучались переписывать с компьютера на компьютер. Когда-то и наши ролик-мэйкеры догадаются, что, оказывается, рекламу может быть приятно смотреть, и сделают не 10 роликов про тетю Асю на кухне, а один про тетю Джей-Ло в мужской бане.

Кроме того, существует одно отдельное направление в телерекламе, которое в ближайшее время сильно подрастет. Это рекламные короткометражные фильмы. Мы хорошо помним 5 фильмов о BMW и судорожно ими восхищаемся. На самом деле они не сильно изменяют рекламный бюджет, зато оставляют неизгладимое впечатление. Я уверен, что автолюбителям будет даже приятно сохранить такую рекламу себе на память.

Ну и конечно последнее, что останется в рекламе, это продакт-плэйсмент. Чтобы было понятно, о чем я говорю, вспомним Антона Городецкого из фильма Ночной Дозор — 33, кладущего якобы невзначай на стол пачку сигарет «Новость». Вы таких вещей почти не замечаете, а издатель получает за них неплохие деньги. Это и есть самая ненавязчивая реклама нашего времени.

Он-лайн реклама

Коснемся слегка нашей самой болезненной и трепетной темы. Это Интернет.

По утрам за чашкой кофе, сидя в душном офисе, мы привычными движениями вылавливаем из куч мусора крохи истины, пришедшие от более-менее знакомых нам хомо-сапиенс. И около папки Удаленные никогда не меркнет цифра 2856, хотя Входящие мы можем пересчитать за 5 минут. Но оказывается и отсюда есть выход, не требующий открытия ящика на Яндексе, который будет сваливать в папку Спам все ваши деловые письма.

Стоит установить специальную программу, и она будет отсылать все письма от людей не входящих в вашу адресную книгу, обратно отправителю. Пока он вручную не подтвердит свое неугомонное намерение написать вам весточку, даже ваша секретарша не увидит через свои ультрамодные очки, что «веселые Грузчики погрузят все, что Вы нажили несправедливым трудом».

Немного о баннерах, которые в 5 раз увеличивают ваш офисный трафик, заставляя компанию менять канал 512 Кбит на 1 Мбит. В настоящее время мы можем легко отделять зерна от конопли путем баннеро-резальников всех мастей и пород. Дело в том, что 99% баннеров используют стандартные размеры, которые легко отсекаются программным путем.

Какие же перспективы развития рекламы в Интернете? Это не баннеры и не спам. Это все та же контекстная реклама, из-за которой Google догнал и перегнал всю катящуюся в пропасть электронную общественность. Кстати там как раз и работают самые прогрессивно-мыслящие рекламные идеологи. Непосвященному разобраться в разнообразии их рекламных услуг достаточно тяжело. Среди отечественных вариантов на тему, нельзя забыть про кривого Бегуна, который по запросу «локомотив» за ваши деньги нагонит на сайт вашего вагоностроительного завода фанатов футбольной команды с одноименным названием.

Наружка и полиграфия

Вот тут-то как раз все более прозаично, и незыблемо. Стоит сходить в воскресенье с детьми в Третьяковку, и поглазеть на картины дореволюционной Москвы, вы тут же поймете, что мало что изменилось с тех пор. Раньше над каждой второй дверью писали «Цирюльникъ» а теперь пишут «Nail-design». Хорошо хоть при царе не было неона.

Светящийся короб за 10 килобаксов, висящий над входом, это не телеканал, и уж точно не Интернет с клубами кликателей. Он дает рядовому бизнесмену чувство надежности и уверенности в завтрашнем дне. В случае успешного поглощения его компании конкурентами, он сможет сдать короб в металлолом, и открыть новое дело. Делаем вывод – коробка вечны! Разве что, лет через 20 их заменят на голографические.

В последнее время очень много появилось растяжек, перетяжек, подтяжек и биг-бордов. А также за каких-нибудь 50 тысяч тэньге вам разрешат обернуть Дом Книги полотном 30х50 метров, рассказывающем о преимуществах вашей туалетной бумаги. Еще в недалеких 90-х на новый дорожный щит приезжала посмотреть вся Москва. Теперь же люди сверлят дырочки в крышах Мерседесов и предпочитают глядеть в небо. Так что тут тоже работает основной закон рекламы «Нет неустаревающих носителей».

С полиграфией все еще сложнее. С тех пор как китайцы 3500 лет назад, путем осаждения рисовой шелухи на сетке получили первый лист А4, из него тут же сделали красочный буклет-тройник с двумя вальцовками. С тех пор так и повелось. Когда в Париже придумали первые почтовые ящики их тут же убрали, потому что парижане не находили свои порно-журналы среди листовок о «доставке суши».

Мы ждем, не дождемся, когда Гринпис, убивающий в подворотнях людей за нарушение экосистемы планеты, наконец, сожжет дома владельцев 5-ти цветных печатных машин. Может быть, тогда нам не придется прорываться в свои подъезды, заваленные бумагой, как полярникам Nescafe сквозь сугробы за чашкой кофе. Вот тогда воцарится благодать!

Можно сказать одно. Если у полиграфии и есть ограниченный жизненный цикл, то кончится он не скоро. Хотя если дать волю фантазии, то лет через 50 листовку, можно будет заменить спрэем, содержащем микрочипы, воспроизводящие голографические картинки от энергии солнца. Тогда с рассветом на улицах и в домах станут оживать майонез Дельми, курица, варящая бульон из самой себя, веселые орешки и поющие зубы. Марихуана будет продаваться в супермаркетах на вес, но ее никто не будет брать. А зачем? Наяву жить гораздо смешнее!

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)