

TROCHE ŁUKSUSU...

Witam Państwa po krótkim „zimowisku“, na które które się udałem, by trochę zaczerpnąć świeżego oddechu i dystansu, potrzebnego człowiekowi generalnie, ale i do reklam również.

Samo słowo zimowisko zdaje się jednak pewnym nadużyciem, wszak czas w którym byłem „obfitował“ taką ilością śniegu, jak płacz przysłowiowego kota. Jednak zawsze sam widok gór, w połączeniu z dystansem jakim wobec kłopotów współczesnego świata charakteryzują się górole robi swoje.

Tegoroczna ilość śniegu niechybnie nasunęła mi na myśl nasycenie polskich mediów reklamami kosmetyków luksusowych. Nieśmiało „święteczne“ próby Chanela i Armaniego czy też pokazujące się teraz na TVN Style spoty BVLGARIEgo cieszą. Cieszą na kilka sposobów. Po pierwsze, ze względu na swoje wyrafinowanie. I choć nie twierdzę, że każda reklama kosmetyków z tej półki jest fantastyczna, to jednak widać swojego rodzaju staranność przy ich wykonaniu – zarówno na etapie kreatywnym, jak i produkcyjnym. Jak w tym przytoczonym Chanelu – zręcznie opowiedziana „cała historia romansu“ – już niezależnie od tego czy ktoś lubi Nicole Kidman czy nie. I nie dość, że to wszystko opowiedziane w 30 sekund, to jak sfilmowane! Czasem nieco denerwować może to przesadne „zadęcie“ w spotach kosmetyków luksusowych, to – koniec końców – mówimy o luksusie, w którym „zadęcie“ jest samo w sobie i już.

Drugi powód, dla którego się można cieszyć, wynika z pierwszego. Im więcej w naszych telewizjach spotów trzymających tak wysoki standard, tym większa nadzieja, na zawstydzenie twórców rozmaitych „spotów-bełkotów“, traktujących odbiorców, bardziej odbiorczynie na jedną „popowo-masową“ modłę. Oczywiście zdają sobie sprawę, że czasem do określonego targetu niby tak najłatwiej trafić, ale nikt mnie nie przekona, że nie można trafiać robiąc reklamy, które poza tym, że sprzedają, to również podnoszą pewną poprzeczkę – estetyczną czy intelektualną. Czy wymagam od ich twórców zbyt wiele? Myślę, że nie. I szczęśliwie jest spora część z nich, która w tych kategoriach postrzega swój zawód. Reszta niech się na mnie wkurza.

Powód trzeci: jeżeli te reklamy „luksusowe“ zaczynają się nam pojawiać to zanczy, że społeczeństwo, a przynajmniej jakaś jego część „możnieje“. I powstaje na koniec pytanie – czy tych reklam jest tak mało, bo wciąż jeszcze ta zamożna grupa jest zbyt mała na większą ich ekspansję czy też to jej niedocenyenie przez producentów... Sam nie wiem. Tak czy inaczej Państwu i sobie życzę tego luksusu jak najwięcej.

A przy okazji dziękuję za listy i obiecuję w miarę sił odpowiadać.