

Глава 581. Почему опять этот Чжан Е!

Переводчик: No Fun

Реклама транслировалась в миллионах домов!

Казалось, в этот момент замолчала вся страна!

Когда была показана реклама против курения Пекинской Телевизионной Станции, все во всей стране были одновременно шокированы. Не только горожане, но даже бесчисленные СМИ и профессионалы, а так же организации против курения, они все застыли перед телевизорами, смотря на пугающую рекламу против курения, которая ошеломила всех!

Интернет взорвался обсуждениями!

Бесчисленные ссылки на рекламу заполнили форумы, в то время как на Вейбо, тема «День Без Табака» неожиданно привлекла множество пользователей сети!

«Боже мой!»

«Кто видел социальную рекламу на ВТВ-1?»

«Я видел! Боже мой! Она просто чертовски пугающая!»

«Что, черт возьми, это было? Я чуть не обсогрался от страха!»

«Я все еще дрожу! Даже фильмы ужасов не такие пугающие!»

«Как она могла длиться всего 15 секунд? Я обливался ледяным потом! На самом деле, я заболел! Мне кажется, что мои легкие горят!»

«Вот такая должна быть социальная реклама?»

«Пекинская Телевизионная Станция, *б вашу мать!»

«ВТВ-1, почему вы так жестоки? Я отрублюсь из-за этого! В следующий раз можно что-то не такое пугающее? Это просто социальная реклама! Кажется, вы не даете шанса нам, курильщикам!»

Пользователь Вейбо по имени Хао Пенюао, который увидел, что обсуждения становятся

оживленнее, не мог не погрузиться в вопрос. Он видел много реклам против курения за последние несколько дней, но не было рекламы, которая бы выделялась тем, что была пугающей. Рекламы против курения же транслировались так много лет, как могла существовать реклама, которая напугала бы людей?

Поэтому Хао Пенюао спросил из любопытства: «О чем вы говорите? Какая реклама?»

Другой пользователь Вейбо объяснил ему: «Человек выше не знает? Проверь канал ВТV-1 и отмотай на минуту назад. После того как посмотришь ее, поймешь! Не вини меня, что я тебя не предупредил! Будь осторожен. Лучше не курить во время просмотра, иначе последствия будут невообразимы!»

Хао Пенюао ответил: «Думаю, я уже видел. Рекламы против курения, показанные за последние дни, вполне бессмысленны. Я буду курить, когда захочу. Они не повлияют на меня».

«Хехе, уверен, что ты ее не видел».

«Верно, мой друг, иди и посмотри».

Хао Пенюао ответил: «Хорошо, дайте-ка посмотрю».

Затем примерно две минуты спустя Хао Пенюао снова появился на Вейбо. Первое, что он сказал: «Бл*дь! Кто, бл*дь, заставил меня посмотреть это? Кто это был? Кто это только что был? Тебе лучше показаться! Встань! Я обещаю, я тебя не трону!»

«Пфф!»

«Ха-ха-ха!»

«Еще один!»

«Айо, я так сильно смеюсь!»

Хао Пенюао, который был так уверен перед просмотром рекламы, теперь был в слезах: «Вот дерьмо! Как эта реклама могла так сильно повлиять на меня! Мое сердце, селезенка и почки трясутся от страха! Я неожиданно почувствовал себя так, словно я должен бросить курить!»

Были и сомневающиеся.

«Эта реклама не такая и страшная, да ведь?»

«Немного страшновата, но не настолько пугающая!»

«Я не понял, что в ней страшного».

Хао Пенюао написал: «Я предполагаю, что вы не курильщики?» Только после их подтверждения он продолжил: «Ужасающая часть в этой рекламе заключается в звуках дыхания, психологическом давлении и чувстве отчаяния. Это привлекает наше внимание и забирается к нам в головы. Только курильщики могут понять это! Такое чувство страха, что атакует нас и затем окутывает нас изнутри. Я не очень хорошо выражаю свои мысли и не могу ясно описать их!»

Когда эта группа людей подняла шум, многие другие люди, которые не смотрели Пекинское Телевидение или ранее не заметили рекламу, больше не могли спокойно сидеть. Они все пошли смотреть рекламу!

«Я не верю!»

«Действительно такая хорошая?»

«Пойду тоже посмотрю!»

«Где она? Пришлите мне ссылку! Я слишком ленив, чтобы отматывать!»

«Вы не вирусные маркетологи, нанятые BTV? В мире уже так много реклам против курения, как могла появиться новая? Пришлите мне ссылку. Я тоже хочу посмотреть!»

Те, кто пошли посмотреть рекламу, больше уже ничего не говорили.

Начиная с обеда, всё больше людей искало эту рекламу. В результате огромные потоки людей по всей стране были шокированы тем, что увидели! Что пугающего? В ней не было крови, а была лишь одна фраза: «Дайте жизни шанс, сделайте новый выбор». Темп рекламы тоже не был высоким. Вместо настоящих органов был реквизит. Учитывая эти факторы, не было причин пугаться. Если представить эти факторы один за другим, то человек никогда ничего не испытал бы, просмотрев их. Однако когда они все соединились с фоновой музыкой и звуковыми эффектами, то всё уже выглядело иначе. Только когда все увидели это, они поняли, что даже мягкое и успокаивающее сообщение в рекламе, представленное вместе с реквизитом, в котором не было крови, заставляло всех испытывать страх!

«Эта реклама божественна!»

«Это будет моей любимой рекламой этого года!»

«+1!»

«Сообщение рекламы такое классическое. «Дайте жизни шанс, сделайте новый выбор»? Оно так красиво и изысканно. Это намного лучше, чем остальные взволнованные рекламы против курения!»

«Мне нравится сообщение этой рекламы!»

...

Дома.

Чжан Е лежал в спальне и собирался посидеть в интернете, прежде чем пойти спать. Ему тоже было любопытно, что пользователи сети думали об этой социальной рекламе.

О, реакция довольно хорошая?

Несмотря на то, что это было в пределах его ожиданий, это всё равно принесло ему хорошее настроение.

Похвала в сторону этой рекламы в предыдущем мире тоже была отличной, и она понравилась множеству человек. Поэтому в этом мире, где развитие социальных реклам было не таким продвинутым, как в предыдущем мире, можно было не упоминать, как хорошо ее приняли. С слегка заниженными стандартами индустрии рекламы в этом мире, Чжан Е привнес в этот мир лучшую рекламу против курения.

Комментариев было множество.

За короткий промежуток времени было уже больше 10 000 комментариев!

Чжан Е с удовольствием читал их.

«Разве реклама Пекинской Телевизионной Станции вчера не была затронута новой политикой? Я не думал, что они сегодня могут придумать новую рекламу, но кто знал, что ВТВ-1 такие способные? Всего за день они придумали такую идеальную рекламу против курения? Они явно стоят своего имени традиционной компании. Они способны показать свой опыт! Так внушительны».

«Да, это чудесно! Они должны были давно уже создать такую рекламу. Она должна до смерти напугать курильщиков! Я ненавижу их, вредят себя и людям вокруг них. В них нет ничего хорошего!»

«Лайк Пекинской Телевизионной Станции!»

«BTV-1! Молодцы!»

«Ха-ха-ха! Мой отец заядлый курильщик вот уже 30 лет, но после просмотра этой рекламы он сказал, что бросит курить! Спасибо, BTV! Спасибо!»

«С каких пор у нас такие удивительные стандарты социальной рекламы в нашей стране? Даже если сравнивать с зарубежными продуктами, креативность и дизайн этой рекламы идет впереди! Кажется, что она на несколько лет превзошла рекламу других стран! От аудио до визуализации и до подавляющего чувства при просмотре, каждая деталь идеальна. Реально отличная реклама! То есть есть команда рекламщиков в нашей стране, у которой мировой уровень?»

«Человек, который придумал концепт такой рекламы, должно быть, сумасшедший! И не только сумасшедший, он точно самый сумасшедший из всех сумасшедших! Как он может быть таким злым?»

«Это действительно очень злобно!»

«Когда я беру сигарету, я теперь даже не хочу подкуривать ее!»

«Меня она тоже задела! Кто это был? Кто? Я клянусь богом, что твои дети родятся без жопы! Это слишком навредило мне! Ты злой!»

В этот момент кто-то запостил скриншот.

Это было изображением конца рекламы.

Пользовательница Вейбо, которая запостила это, сказала: «Вы не заметили слова в конце рекламы? Я что, одна их заметила?»

«Какие слова?»

«А?»

Многие люди не обнаружили это сначала, потому что обращали внимание на содержание рекламы и были сосредоточены на нем, а так же потому, что эти слова были размещены внизу экрана и написаны маленьким шрифтом. Кроме того, когда обычный зритель смотрит рекламу, его внимание не сосредотачивается на текстовой информации. То же самое с концом фильма, большинство зрителей не смотрит титры.

Пользовательница сказала: «Посмотрите в нижний правый угол».

В это время люди наконец заметили слова!

«Что!?!»

«Создано Чжан Е?»

«Боже мой! Это создал Чжан Е!»

«Так это тот парень!»

«Черт! Мне еще было интересно, почему реклама такая злая! Единственным человеком, который мог придумать такую злую рекламу, мог быть чертов злодей, Чжан Е! Только он мог сделать что-то такое!»

«Почему Учитель Чжан повсюду?»

«Айя, я чуть ен забыл. Я читал статью утром, и мне кажется, там сообщалось о том, что было вчера. Там писали, что Чжан Е появился в вестибюле Пекинской Телевизионной Станции! Он на самом деле пошел помочь Пекинской Станции! Он реально помог ВТВ-1 создать социальную рекламу!»

«Как такое может быть? Разве Чжан Е и Пекинская Телевизионная Станция не враждуют?»

«Что в этом невозможного? Независимо от глубины их вражды, именно Пекинская Станция вырастила Чжан Е. Учитель Чжан так же помог Пекинской Телевизионной Станции создать легендарную историю для местных провинциальных каналов, получив огромное количество просмотров. Даже если в итоге он был уволен, стороны не сожгли мосты. Мы все знаем, что Учитель Чжан тоже сентиментальный человек, который является пекинцем. Даже если сломаны кости, нервы все равно соединяют их!»

«Невероятно! Учитель Чжан на самом деле сделал ход!»

«Да, это вправду удивительно! Я не ожидал, что Пекинская Телевизионная Станция пригласит Учителя Чжан, чтобы он помог им в критический момент. И эта реклама Чжан Е сделана очень красиво! По моему мнению, это не обычная социальная реклама. Это истинное искусство! Хорошо, я признаю. Я заядлый фанат Чжан Е! Если это работа Чжан Е, то она в любом случае является произведением искусства!»

«Ты не единственный, кто считает это произведением искусства, даже я так считаю! Независимо от того, какую награду получит эта реклама, я считаю, что она будет

заслуженной! Это слишком удивительно! Учитель Чжан все еще самый лучший!»

«Поразительно!»

«Чжан Е бог!»

«Я тоже так думаю! Он истинная легенда, которая создала рекламу Брейн Голд. Его понимание рынка выше рынка нашей страны! Чтобы увеличить продажи и поднять имя бренда, Чжан Е создал промывающую мозги рекламу. Чтобы продвигать собственную программу, Чжан Е создал простую, но чувственную рекламу. На этот раз, когда нужно было рассказать о борьбе с курением, Чжан Е даже ухватился за суть рынка и перевел это в «ужас» в художественной рекламе! Именно так работает мастер! Настоящий мастер рекламы! Кажется, что для него всё так просто!»

<http://tl.rulate.ru/book/28101/281334>