

Dawid Langiewicz
IPSiR

Reklama w mieście XXIII wieku

Już od dawna w filmach fantastycznych możemy ujrzeć jak wyglądają miasta przyszłości i życie ich mieszkańców. Nowoczesne budynki, latające samochody, przeniesienie dróg komunikacyjnych z ziemi na powietrzne autostrady ciągnące się nad dachami budynków. Nie wiem czy zwróciliście na to uwagę, ale miasta przyszłości wręcz „toną” w reklamach, bilbordach, wyświetlanych filmach na lewitujących, cieniutkich reklamach. Za kilkanaście lat współczesne reklamy osiągną podobny poziom. Powstaną interakcyjne reklamy, które będą informowały, reklamowały produkty, które będą dopasowane do indywidualnych zainteresowań każdej osoby. Już obecnie mamy namiastkę interakcyjności reklamy. Są różne bilbordy, które umożliwiają ściągnięcie sobie na telefon komórkowy przez bluetooth ścieżki dźwiękowej reklamowanego filmu lub jego krótki trailer. W przyszłości każdy reklamowy bilbord będzie umożliwiał przesłanie przez bluetooth lub wi-fi multimedialnej prezentacji, która będzie zapisywana w telefonie komórkowym, laptopie lub innym urządzeniu. Będziemy mogli zdefiniować sobie kanały informacji, które nas interesują, a one będą automatycznie odbierane i zapisywane. Pokażmy jak to będzie działać w praktyce. Na przykład idąc sobie ulicą zauważymy interesującą reklamę jakiegoś produktu, filmu czy czegoś innego, którego do tej pory nie znaleźliśmy. Natychmiast zostaną nam przesłane informacje o jego danych technicznych, zdjęcia, recenzje, filmiki. Uzyskamy informacje, gdzie możemy ten produkt kupić w promieniu 1km od miejsca aktualnego przebywania, a także dowiemy się jaka jest jego cena. Dodatkowo każdy bilbord reklamowy będzie miał stały dostęp do Internetu.

Jak będzie dosłownie wyglądał bilbord reklamowy XXIII wieku? Koniec ery papieru.

Bilbordy reklamowe w miastach, nie będą zrobione z papieru jak obecnie, tylko z polimerów ciekłokrystalicznych, które będą mogły wyświetlać obraz w wysokiej rozdzielczości, a dodatkowo będą mogły przybierać rozmaite kształty/formy. Będą one bardzo wytrzymałe, a zarazem o bardzo małej grubości. Będzie je można nanieść na praktycznie każdą powierzchnię, materiał. Wyobraźmy sobie na przykład reklamę dywanu na ulicy. Taki bilbord wykonany w tej technologii, będzie można nanieść na ulicę, a który będzie wyświetlał doskonały obraz dywanu. Dodatkowo „reklama”, będzie mogła rozpoznać osobę, poprzez wczytanie przesłanych danych o osobie z telefonu komórkowego (imię i nazwisko, wiek, zdefiniowane obszary zainteresowań). Każda osoba będzie indywidualnie traktowana. Gdy zostanie rozpoznany Pan Mirek Szynkiewicz, wiek 45 lat, który interesuje się luksusowymi samochodami, to reklamowany będzie najnowszy model Jaguara, a gdy Asia lat 13 z gimnazjum, to przedstawiany będzie najnowszy trend mody dla nastolatków.

Tak jak przedstawiłem powyżej reklama, będzie się starała wyjść bezpośrednio do oczekiwań indywidualnych każdej osoby. Będzie korzystać na szeroką skalę z bluetooth, wi-fi i nowoczesnej technologii wyświetlania obrazów. Jeśli będziemy mieli

dosyć wszędobylskiej reklamy, to możemy w bardzo prosty sposób wyłączyć możliwość odbioru reklam i przekazywania informacji i pozostać anonimowym dla otaczającego nas świata reklamy w mieście.