

شی که ماه مردم را سر کار گذاشت!

اگر دیشب یک تصویر هوایی از نمای پشت بام های تهران گرفته می شد، صورت های زیادی را می شد دید که خیره به آسمان، چشم از ماه بر نداشته بودند ...



اگر دیشب یک تصویر هوایی از نمای پشت بام های تهران گرفته می شد، صورت های زیادی را می شد دید که خیره به آسمان، چشم از ماه بر نداشته بودند یا دوربین به دست از قرص سفید ماه عکس می گرفتند! ساعت یازده و نیم شب 16 خردادماه، ساعتی بود که خیلی ها از هفته ها قبل منتظر رسیدنش بودند تا عجیب ترین پدیده تبلیغاتی قرن را در آن ببینند اما این ساعت رسید، مردم به پشت بام ها رفتند، ساعت ها چشم به ماه دوختند و در نهایت هیچ چیز تازه ای ندیدند!

مجله مهر: از اواخر اردیبهشت ماه خبر انعکاس لوگوی پیسی روی ماه در ایمیل ها دست به دست شد و حتی عده ای از کاربران ایرانی، در فیس بوک گروهی تشکیل دادند و به بحث و تبادل نظر در این باره پرداختند. این در حالی بود که هنوز هیچ رسانه رسمی داخلی و خارجی این خبر را تایید نکرده بود. تنها شاهد ماجرا، خبر کوتاهی بود که بعضی از سایت ها به نقل از خبرگزاری «نیو اند نیوز» روی خروجی خود قرار دادند و مدعی شدند که با وجود مخالفت سازمان محیط زیست ملل متحد برای اولین بار لوگوی پیسی روی ماه می افتد.

در این خبر آمده بود که به دلیل آن که خاورمیانه شرایط مناسب تری برای انجام این کار دارد، در فاز اول اجرا، این لوگو فقط در کشورهای خاور میانه دیده خواهد شد و در صورت موفقیت کامل پروژه، این طرح تبلیغاتی پر هزینه به صورت رسمی در نقاط دیگر جهان اجرا می شود.

انتشار تصاویری از اتود این کار تبلیغاتی هم باعث شد تا جای شکی باقی نماند که شرکت پیسی از مدت ها قبل برای تصاحب ماه شب پانزدهم، برنامه ریزی کرده است. اما این در حالی بود سایتی با عنوان نیو اند نیوز وجود خارجی نداشت و جستجوهای اینترنتی برای پیدا کردن منبع این خبر در سایت پیسی کولا هم به نتیجه ای نرسید.

گمانه زنی در یاهو

در روزهای بعد، پای این بحث ها به صفحه یاهو جواب (yahoo answer) هم کشیده شد و کاربران ایرانی و غیرایرانی حدس و گمان های خود را در مورد راست و دروغ بودن این خبر با هم در میان گذاشتند. بر اساس اطلاعاتی که کاربران در این صفحه ها می نوشتند، این اتفاق قرار بود روز 16 خردادماه ساعت 23:30 به وقت ایران رخ دهد و 15 دقیقه هم ادامه داشته باشد.

عده ای از کاربران هم معتقد بودند این خبر یک شوخی بزرگ است که «فرورتیش رضوانیه» طنز نویس مطبوعات آن را باب کرده است. فرورتیش رضوانیه قبلا شایعاتی را در قالب دروغ سیزده منتشر کرده بود که همه آنها به سرعت رد شده بودند. شایعاتی مثل کج شدن برج میلاد، انتقال پایتخت به بم و ساخته شدن خودروی سمند طلا که دستپخت رضوانیه بود اما این بار، این طنزنویس زیر بار اتهام نرفت و رسماً اعلام کرد که انتشار خبر تبلیغ پیسی روی ماه کار او نیست.

وقتی رسانه ها هم فریب خوردند

با وجود این که شایعه انعکاس لوگوی پیسی روی ماه روز به روز قوت می گرفت، خبرگزاری های رسمی به دلیل نبود منبع موثق از موضع گیری درباره این خبر اجتناب می کردند. اما در این میان، یکی از خبرگزاری های با سابقه با انتشار خبر این اتفاق، با یکی از اساتید دانشگاه و صاحب نظران عرصه تبلیغات گفتگو کرد تا تأثیرات این تبلیغ پرهزینه را بسنجد! محمد کرمی، مدیر گروه روابط عمومی دانشگاه علمی کاربردی کرمانشاه در این باره به ایسنا گفت: «وقوع چنین رویدادی در نوع خود بی نظیر و خارق العاده است و تا پیش از این نیز چنین چیزی وجود نداشته است... این رویداد، دنیای تبلیغات را وارد عرصه جدیدی می کند.»

با این حساب، لوگوی پپسی اگرچه به آسمان ها نرسید اما روی زمین توانست سر و صدای زیادی به پا کند و چند روزی مردم و رسانه ها را در انتظار یک غافلگیری هیجان انگیز نگه دارد!

دوربردترین تبلیغات دنیا

اما تبلیغات فضایی به همین جا ختم نمی شود. ایده پردازان تبلیغاتی در فکر ساختن بیلبردهایی هستند که در فضا نمایش داده می شوند اما تصویرشان از زمین هم قابل دیدن است. این تبلیغات البته به دلیل هزینه های سرسام آوری که دارند، تا به حال مورد توجه قرار نگرفته اند اما اگر یک کمپانی ثروتمند پیدا شود که بخواهد لقب اولین تبلیغ کننده فضایی را از آن خود کند، احتمالا بعد از چند سال با فراهم کردن زیرساخت های فنی این کار موفق خواهد شد.

اولین بار در سال 1993 یک شرکت امریکایی بحث بازاریابی فضایی را پیش کشید و پیشنهاد کرد که با ساخت یک بیلبرد نورانی به ابعاد یک کیلومتر مربع، این کار را آزمایش کند. این بیلبرد باید به اندازه ماه نورانی می بود و قطعا هزینه سنگینی دربر داشت.

بعد از آن برخی شرکت ها تصمیم گرفتند لوگوی خود را به شیوه های دیگر در فضا نمایش دهند. به طور مثال یک فضا نورد در حال نوشیدن کواکولا عکس گرفت و از این عکس در مانورهای تبلیغاتی این شرکت استفاده شد. یک پیتزا فروشی هم به نام پیتزا هات، دو بسته پیتزا را با فضا پیما به خارج از زمین فرستاد. برند کداک هم هزینه ای پرداخت تا لوگو و شعار تبلیغاتی اش روی بدنه ایستگاه فضایی بین المللی درج و ماندگار شود.