

### FRISS ESEMÉNYEK

#### Mediadesign 2014

Második alkalommal hirdetjük meg a Mediadesign versenyt. Október 14-ig várjuk a nevezéseket!

#### Prizma Kreatív Pr Díj 2014

Idén is várjuk a legjobb, legkreatívabb és leghatékonyabb pr-kampányokat! MEGHOSSZABBÍTOTT NEVEZÉSI HATÁRIDŐ: OKTÓBER 17. PÉNTEK

#### Facebook gépközelből

Gyakorlati tréning Facebook-kampányok menedzseléséhez

#### Kreatív Craft Award

Új versenyt hirdet a Kreatív! A kommunikációs ipar gyártói oldalának legkiválóbb megoldásait várjuk.

#### Élelmiszer Akadémia

Mi lesz és miért a csomagoláson 2014 decemberétől? 100 nap múlva jönnek az új élelmiszer címkék!

#### Üzlet&Pszichológia Akadémia

Miben fejlődhetnek vezetőként? - Workshop vezetőknél és leendő vezetőknél

#### Shopper Marketing

Magyarország első kifejezetten shopper marketinggel foglalkozó szakmai konferenciája

#### Rólad szólnak a hírek

Workshop a sajtókapcsolatok még hatékonyabb kezeléséről

#### Prezi Workshop

Következő időpont: november 11.

#### Gamification workshop

Milyen, ha érted harcolnak? Mire használjuk? Hogyan működik? Mit érünk el vele? Workshop november 12-én délután

#### Pr Nap 2014 - 25 éves a magyar pr-szakma

A hazai pr-szakma 25 éve, belső kommunikáció, közösségi média, közösségépítés

### A ROVAT LEGFRISSEBB HÍREI

- Nagyon jó lett a Tesco Rubik-kockás új reklámja
- Így partiztak a magyar reklámosok a Golden Drumon
- Fazekas Ildikó a Global Advertising Summiton járt
- Évek óta nem volt reklámkampánya a Picknek
- Elindult a Previtall macskaeledel-kampánya

> további cikkek

## Sas István visszaszól Puzsérnak: Na ne má'

2014. január 31. 14:34

Nyomatás

Puzsér Róbert Facebook posztokban arról beszélt, hogy a reklám a démon. Sas István, a legsikeresebb hazai reklámszakember szerint Puzsér nagyon téved.

Vélemény.

hirdetés

### Puzsér Róbert a reklámokról 1.

"A reklámokra egy nap úgy gondolunk majd vissza, ahogy ma a rabszolgaságra vagy a gyermekmunkára - sötét barbárságként. A kereskedelmi média látszólag ingyen van, valójában azonban a tudunkkal fizetünk érte, pontosabban a fogyasztói döntéseinkkel fizetjük meg a kereskedelmi műsorok árát. Nem a reklám szolgálja a műsort, épp ellenkezőleg: a műsor szolgálja a reklámot. A kereskedelmi médiumok a tudunkkal kereskednek. Vissza kell hódítanunk a tudatunkat, ez a huszonegyedik század nagy küzdelme. Ahogy a múltban megtanultuk, hogy hogyan védjük meg a gyerekeinket, úgy kell felhőnünk a jövő kihívásaihoz, hogy képesek legyünk megvédeni a tudatunkat. Így kell gondolnunk rá: védtelen és kiszolgáltatott, akár egy gyermek. Nem hagyhatjuk, hogy ugyanúgy privatizálják, mint az energiaszektorot."

### Puzsér Róbert a reklámokról 2.

"A reklám intézményének van egy alapvető hazugsága, és ez minden létező hirdetés sajátja. Ez egy egyszerű képlet: fogyasztás=boldogság. Ez az állítás ma minden bajok forrása, a nyugati ember haláltáncának motorja. Egyébként ebben a világban, ahol a folyamatos megosztásoknak köszönhetően az információ elképesztő gyorsasággal terjed, már nem látom semmiféle hasznát a reklámoknak. A céges világ persze profitál a szervezett marketingtevékenységből, ezzel az eszközzel gyarmatosítják a tudatunkat, így vesznek rá minket olyan fogyasztói szokások gyakorlására, amelyek se nekünk, se a bolygónak nem jók, kizárólag az ő kapzsóságukat szolgálják. Első körben a televíziós reklámot kell betiltani, az ugyanis a legrombolóbb, a legajlasabb, és a jog eszközeivel is könnyen tetten érhető. A tévés reklámhoz kapcsolódik a kereskedelmi televíziózás, amely civilizációnk legkártékonyabb érték-, izlés- és kultúraromboló intézménye. A más felületekre kihelyezett reklámok tiltását is abszolút helyesnek, csak nehezen végrehajthatónak gondolom. Lassan azonban ezeket is el kell távolítani a hétköznapiakból. Az agymosás, az emberi tudatlan baszkurálása nagyon veszélyes játék. Gondoljunk bele, hogy mire lehetne képes a magyar társadalom, ha megszabadulna a "fogyasztás=boldogság" hazugságától! Ha a reklámok okozta pszichés betegségek nem fullasztanának depresszióba, gyógyszerekbe és drogokba százazreket. Ha mindazt, amit az oktatási rendszerben vagy a családban próbálunk átadni a fiatal generációknak, nem rombolnák le a Való Világok meg egyéb szennyes kereskedelmi műsorok. Ez még csak nem is kétharmad kérdése, ehhez elég lenne ötven százalék plusz egy szavazat. Aki ezt meglépi, az lesz a nemzeti kormány, a többi csak duma és marketing".

Forrás: Puzsér Róbert Facebook-oldala

### Kapcsolódó cikkek

- Sas István: Kód ereszkedett a szakmára
- Ikonikus nőalakok magyar reklámokban
- Sas István: Férfikönyvsepp

# NA NE MÁ'!

Vártam egy napot! Aztán még kettőt. De semmi. Kedves pályatársaim - stratégiai dilemmák súlya alatt görnyedő ügynökségvezetők, stresszező marketingvitéztek, az éjféle pizzafutárban reménykedő gyűrt kreatívok, hideg értekezleti kávéktól bódult szervezeti élenjárók, mindent jobban tudni akaró pályakezdők...hé! Ébresztő! Ennyire be vagytok fogva? Úgy mentetek el e cikk mellett, mint Gizi néni a ti sikósított óvszer hirdetéseket mellett! Tényleg nem vettétek észre? Vagy nem találtátok fontosnak... hogy valaki azt mondja a "szerelemtekről", a hivatásotoknak választott pályáról, hogy arra egy nap majd úgy gondolkodunk vissza, mint "ma a rabszolgáságra, vagy a gyermekmunkára - sőtét barbárságként"?

Bocs' de én ezt most helyettesek sem hagynám szó nélkül! Még hogy a reklám lenne "minden bajok forrása, a nyugati ember haláltáncának motorja"? Tényleg? Ez titeket hidegen hagy? Meg hogy ez lenne "a legrombolóbb, legaljasabb" tevékenység, amellyel "gyarmatosítják a tudatunkat"? Vagy örültök, hogy végtére legalább valamiben ilyen fontosak lettünk?

Na jó. Megszoktuk, hogy RobertpontPuzser "kicsit" sarkosan fogalmaz, de azt is, hogy a lényegre tekintve sok mindenben fájón igaza is tud lenni. Nem ez a baj! Hanem ez (figyeljétek!): ... "mint civilizációnk legkártékonyabb intézményét, első körben a televíziós reklámot kell betiltani!"... azután helyes lenne, ha a sort követné "más felületekre kihelyezett reklámok tiltása". Mi van? Robi? Tiiiltááása? Ezt a Te szádból halljuk? És vajon ki tiltaná be??? A kormány? Vagy néhány bátor, felvilágosult megmondóember? Ha jól emlékszem a szólásszabadsággal mintha neked se lenne különösebben rossz a viszonyod.

Ezt a szabadságot - úgy gondolod - el kellene venni azoktól, akik marketingcéllal akarnak elmondani szerintük fontos dolgokat embertársaiknak? Na de miért? Azért, mert ez csak "hazugság" lehet? Hazugság, hogy a sikósított óvszer fokozott örömet nyújthat? Hazugság, hogy a Mercédészben olyan fék van, ami a legsúlyosabb helyzetben is megmentheti az életed? Hogy Klapka úr a Várház körúton tevékenykedik? Mi fáj? Hogy "becsapnak" minket, mert nem is a Borsodi az "élet habos oldala"? Hanem mi? Robi, - komolyan kérdezem: ki mondja majd meg nekünk, hogy hol van az élet habos oldala?

De a legfőbb kérdésem: Miért nem szabad egy társadalomban felületeket biztosítani arra, hogy bizonyos márkák hírt adjanak magukról és segítsék az életben való eligazodást? Ahogy Ogilvy mester mondja, "életünk szövevényének részei" legyenek? Ha azt mondom: Singer, Bayer Aspirin, Herendi, Audi, Macskanyelv, ... neked ez mind csak a "tudatalatti baszkurálása"?

Azt mondd, hogy a reklám alapvető hazugsága, hogy a fogyasztás=boldogság. De most kapaszkodj meg! Ez nem a reklám hazugsága, hanem a magunké! Az édenkerti alma elfogyasztása óta tudjuk, hogy az emberiség eredendő bűne a fogyasztás (legyen az egy alma, vagy egy Apple laptop, vagy magának a tudásnak a fogyasztása) ez mind a boldogság illúziójának megszerzéséről szól! Minden korban el akarták hinni az emberek, hogy ha megszereznek valamit, az igenis boldogsággal jár!!! Bizony-bizony! Ezt nem én mondom, hanem Fromm (a valaha volt legjobb pszichoanalitikus) a "Haben oder Sein" (fordítsuk úgy, hogy "Birtokolni és Létezni) c. könyvében.

Ha valaki reggel fogat mos, a gonosz fogpasztareklám bűvöletében miért ne hihetné el, hogy egy percre megérinti a testi-lelki újjászületés és az örökkévalóság? (Ezt sem én kérdelem, hanem Hankiss Elemér). No és? Ez lenne a legnagyobb érték- és kultúrarombolás, amit "el kell távolítani a hétköznapokból"???

Vegyünk egy példát: ha egy nő benyalja a gonosz módon feldicsért joghurtot, és ettől netán kevésbé bántják a szelek, és ettől nem veszik össze a munkatársaival, nem szól vissza a főnökének, jobban bújjik az ágyba este a pasijával...hát végül is ez nem boldogság?

Lazíts, Robi!!! Már egyre kevesebben vagytok, akik ennyire be vannak tojva a reklám "manipulációs" erejétől. 18 év felett lévén mostanra már neked is illett volna kiismerni ennek a kommunikációs formának a jellegzetességeit. Igen: a reklám túloz, liheg, csábít, udvarol, füllent. (Hazudni nagyot nem mer, mert akkor jön a bírság).

Na és??? Miért veszed olyan komolyan? Tégy úgy vele, mint az egyszerű kislány, aki veszti a lapot, és amikor a fiú a diszkó után megkérdezi, hogy hazakísérheti -e, azt válaszolja, hogy - Meg hát!

Egyébként egy kicsit el is késtél! Már rég arról kellene gondolkodni, hogy mennyire jó ez az új világ. Mióta nem a reklámozók „exerciroztatják” a fogyasztókat, hanem fordítva. Nem tűnt fel, hogy már régóta a marketingesek táncolnak úgy, ahogy az internetes tömeg kórusban füttyül? Nem ez az új kihívás? Azok a "szegény fogyasztók" egyáltalán nem olyan "kiszolgáltatottak" már a reklámoknak. És vajon mi a bánatnak töltenek le százmilliónyian önként (!) egy-egy reklámfilmre a YouTube-ról? Miért várják még jobban a

## LEGOLVASOTTABB LEGTÖBB HOZZÁSZÓLÁS

Nem csináltak ennél jobb választási videót

Bőrbeteg lányok fedik fel valódi arcukat

Pazar Apple-paródiát csinált az IKEA

A legőszintébb hirdetés a zseniális Klapkától

Reklám mutatja be, hogy érzel egy autista

> további cikkek

## FÓRUMTÉMÁK

- Az ország hentese és Rózsa Iván viccplakátja (1)
- Trendek, problémák és kihívások a pr-szakmában (2)
- Új játék: marketingközhelyeket keresünk! (1)
- Sas István: Fogd be! (1)
- Meg is van a nyár szöviccreklámja! (2)
- Mark Zuckerberg a top 3-ba került (1)
- Ez volt a 444 első éve (2)
- Fluor Tomi is Kreatívot olvas! (1)
- Idő, amíg az emberre rátalálnak az ízék (1)
- Kirúgták Ómolnár Miklóst (2)
- Fiatál rendezők zseniális kisfilmjei Cannes-ból (1)
- Egy élet tapasztalatával a hátuk mögött döntenek (1)
- Értelmetlenül lemészárolták 18 év munkáját (3)
- Gifekből készültek a Fiat új tévészpotjai (1)
- Ezért nem szabad sms-ezni vezetés közben (1)

> további fórumtémák

## KREATÍV ÁLLÁSBOZÉ

- Digitális Médiatervező**  
[2014-10-13]
- Digital Account Manager**  
[2014-10-10]
- Account PR menedzser**  
[2014-10-09]
- Senior médiatervező/vásárló**  
[2014-10-09]
- Grafikust keresünk reklámügynökséghez!**  
[2014-10-08]
- Account Manager**  
[2014-10-07]
- Kreatív online szakember**

Superbowl reklámjait, mint a sporteseményeit? Miért fizetnek sokat azért, hogy a Reklámbabálokon nyolc órán át reklámokat bámuljanak? Miért? Hogy saját magukat „manipulálják”?

Az általad (talán jogosan) utált fogyasztói társadalom egyébként szép lassan átadja a helyét az élménytársadalomnak. Ahol nem annyira a javak, hanem az élmények megszerzése a cél! A reklám egyre inkább erről fog szólni. Tetszik - nem tetszik. És ebben a folyamatban egyre jobban kénytelenek nem céltáblának, hanem partnernek tekinteni a fogyasztót! „Bevonni a játékba”.

Az utolsó kérdésem: KI TESZI MEG MÉG EZT A REKLÁMON KÍVÜL? TALÁN A POLITIKA?

Még tartozom egy fontos információval. Imádom, és rendkívül nagyra tartom a borzalmas reklámokat leleplező kritikáidat. A Reklámtörvényszék kötelező tárgy minden reklám szakos tanítványom számára. Kevés dologból érthetik meg jobban, hogy hol kezdődik a “se nekünk, se a bolygónknak nem jó” reklámok veszélyes hazugsága, és hol kezdődik az a tömegbűntetés, amit valóban szégyellünk kell.

De “betiltásról” ne ábrándozz!

Sas István , címzetes főiskolai tanár, a Magyar Reklámért Díj kétszeres kitüntetettje  
a szerző cikkei

(forrás: Kreatív Online )

a 'Reklám' rovat további cikkei >

hirdetés



Ajánlom 1,1 ezer

Tweet 10

tumblr.

KAPCSOLODÓ CIKKEK

- Sas István: Kód ereszkedett a szakmára
- Ikonikus nőalakok magyar reklámokban
- Sas István: Férfikönnycsepp

Megosztás Kedvencek közé Szóljon hozzá! Küldés e-mailben

43 hozzászólás

Új hozzászólás



**Gyula Szabo** · Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar (PTE BTK)

Valaha rajongtam érte, ma szükséges rosszként élem meg. Sok évig szakmaként tanultam és műveltem, aztán kerestem igazi szakmát magamnak. Akkor elhittem, hogy "advertising a right to choose", ma nem hiszem, hogy több lenne vizuális és mentális környezetszennyezésnél. Egykor a kreatívok mondták meg a tutit, mostanság inkább a kulturális kreatívokat emlegetjük... Régen Sas Istvánnak adtam volna igazat, most már inkább Puzsér Róbertnek, de a betiltásban egyáltalán nem hiszek. A reklám addig sikeres, amíg egyénre szakadt társadalomról és emberek helyett könnyen manipulálható "fogyasztókról" beszélünk. Minél erősebb közösségekbe formálódunk, annál többen legyintenek majd rá - legalábbis ma ismert formájában.

Válasz · Tetszik · 34 · január 31., 15:22



**György Kaszás** · Budapest, Hungary

Puzsér. Szegény jószág.

Válasz · Tetszik · 9 · január 31., 11:07



**Tamás Kovaliczky** · Senior Project Manager, Fps webügyénökség

Puzsér az értelmiség Schobert Norbija: mindenről van véleménye és még el is mondja.

Válasz · Tetszik · 8 · január 31., 11:11



**Szintai-Molnár Péter** · Budapest, Hungary

En tényleg nem vettem észre ezt a két posztot. Nem lájkoltam Puzsér facebook oldalát, nem is vagyok az ismerőse. Viszont mindig megvan a véleményem azokról, akik beleszarnak a saját fészükbe. P.R. ugyanis épp egy kereskedelmi rádióknak köszönhetően vált Budapesten ismertté, majd egy kereskedelmi televízióknak köszönhetően vált országosan is hírhedtté, vagyis ő maga is egy, a kommunikációs gépezet által felfújt termék. Ő maga is használja a reklámot (egy FB oldal létrehozása és üzemeltetése is egy olyan kommunikáció, amit hívhatunk akárhogy, de mégiscsak reklám)... Szóval ha ez a véleménye erről az iparágrol, akkor ne reklámozza a könyvét, az eseményeit és úgy általában saját magát se! Sehöl. Plakáton se. És ne menjen be beszélgetni erről semmilyen televíziós műsorba! És akkor talán hiteles lesz ez a fajta gondolata. Más kérdés, hogy már nem lesz kinek elmondania, hiszen a FB működésének hála, fizetett hirdetések nélkül lemorzsolódnak a követői...

Válasz · Tetszik · 1 · január 31., 12:03



**Vass István** · Kiemelt hozzászóló · Budapest, Hungary

Egyszer garaazsokat akartak rakni a taarsashazunk udvaraara, az

[2014-10-07]

- Account executive [2014-10-07]
- Média-stúdió vezető [2014-10-06]
- Marketing-kommunikációs szakértő [2014-10-02]
- Médiaügynökségi Account Manager, Médiaügynökségi Planner-Buyer [2014-10-02]
- VFX grafikus [2014-10-02]
- Senior account manageret keresünk! [2014-10-02]
- Senior Accountot keresünk! [2014-10-01]
- Digital Account Manageret keresünk [2014-10-01]
- ONLINE ACCOUNT/PROJECT MANAGERT keresünk [2014-09-30]
- Senior account manager [2014-09-30]
- A Play Dead Stúdió grafikusokat keres [2014-09-29]
- New Business & Account Manager [2014-09-29]
- Az Artificial Group Boutique Creative senior szövegíró munkatársat keres. [2014-09-26]

Medical Online

- „Az én dolgom, hogy megadjam a 'munkás bérét'”
- Sejtgár segíthet a cukorbetegeken
- Gyerekek körében terjed az újabb járvány
- Ebola: hézagos a zárás
- EU-pénzből épül a fizetős egészségügy



ablakunk alaa is. Eloeszor szavazni kellett, ki nem akarja. Anyam nemmel szavazott. Nem akart garaazst. Aztam megkeerdezteek, ha megis lesz, ki szeretne garaazst. Anyam jelentkezett, hogy szeretne. Mi van??? Nem tudom, eerted-e a paarhuzamot. Nem akar reklamatot. De ha van, hasznaalja.

Válasz · Tetszik · 6 · január 31., 22:01



**Péter Szabó** · BGF-KKK

A reklém esetében nem önmagában a reklámmal van a baj, hisz az már több ezer éve is létezett. Egy reklámnak arról kéne szólnia, hogy miért vedd meg xy terméket, milyen gyakorlati előnyeo vannak. Egy reklámnak meggyőzni kell, nem tudatalattiba üzenetekkel kommunikálni, márpedig manapság a legtöbben (ld. Jobbik ezt teszik). Egyébként meg nem ér azzal takarózni, hogy ő is a rendszer része, mert ha nem ment volna el egy kereskedelmi rádióhoz, akkor ma a kutya se ismerné. Ja és amúgy nem ott kezdte, hanem a köztévén egy Gang c., szerintem nem túl színvonalas műsorban.

Válasz · Tetszik · 2 · február 1., 3:08



**Mészáros László** · ★ Kiemelt hozzászóló · Ericsson

...vagyis Puzsér pont azért tud megalapozottan kritizálni, mert ismeri ezt a környezetet. Természetesen nevezheted ezt "saját fészkébe szarásnak", nede ha az a fészek ezt érdemli...?

Válasz · Tetszik · június 6., 3:31



**Mészáros László** · ★ Kiemelt hozzászóló · Ericsson

Puzsérnak alapvetően igaza van. A tiltás azonban nem jó ötlet, mert csak a feketepeciót nyitja meg, és a rejtett termékelhelyezéseket. Szóval Puzsérnak igaza van, megoldást azonban csak az az aszteroida hoz majd, amely eltörlí az emberiséget a földről.

Válasz · Tetszik · 1 · szerkesztve · június 6., 3:29



**Tamás Kürti** · ★ Kiemelt hozzászóló

Pl. a közterületekről azért ki lehetne tiltani a reklámokat. Egy magazinban pl. simán átlapozza az ember, az online reklámokat is könnyen ki lehet kerülni, aki kereskedelmi tévét néz, az meg megérdemli. Na, de miért kötelező valakinek úton-útfélen bifidusz eszenziszbe, ásóka gombába, miegymásba botlania?

Ha a cikkben szereplő kisasszonyt zavaróan bántják a szelek, számtalan módon juthat hasznos információhoz a témában.

Ha én olyan autót szeretnék vásárolni, ami rendkívül modern fékrendszerrel van szerelve, akkor fogom magam, utána járok.

A bibliai almás sztoriban látni a reklám létjogosultságát még akkor is irdatlan nagy baromság lenne, ha kötelező lenne hívó kereszténynek lenni, és minden erkölcsi ítéletet a bibliából levezetni. Mer' ugye az eredendő bűn nem a fogyasztásról szól, hanem a megkísértésről, az isteni törvény megszegéséről. Ki tudja miért, a fát a tudás fájának, nem pedig a konzumálás fájának nevezték.

Válasz · Tetszik · 5 · február 3., 5:34



**Viktor Pacsorasz** · Óbudai Egyetem - Kandó Kálmán Villamosmérnöki Kar

Jól mondd. Puzsérnak van igaza, pedig én is többé-kevésbé a reklámból élek. Le a közterületi reklámmal!

Válasz · Tetszik · 4 · február 3., 6:39



**Csúfak és gonoszak**

En a reklámok miatt szoktam le a TV-nézésről !! A fasz kivan a sok szar reklámmal!! Persze vannak jó reklámok is, az tény. De ami a TV-ben megy azoknak a 95%-a HULLADÉK. Ami esetleg kiemelkedő az végül is eljuthat a Facebook jóvoltából is hozzám. A TV meg le van szarva...

Válasz · Tetszik · 4 · február 1., 7:46



**Krisztián Kerék** · ★ Kiemelt hozzászóló · Budapest, Hungary

Puzsér megnyilvánulásai általában szórakoztatóak, és elgondolkodtatóak, de mindig egyoldalúak. Szerintem hamis kijelentésket tesz, de legaláb gondolkodásra kényszerít. A reklámmal talán a legnagyobb gond, hogy annak az üzenete érvényesül, akinek több pénze van a kommunikációra, és nem azé, aki a legjobb terméket kínálja.

Válasz · Tetszik · 2 · február 2., 1:09



**Ádám Frks** · ★ Kiemelt hozzászóló · Budapest, Hungary

Ezért is torzítja a versenyt meg ezért is korlátozza az adott piacra való belépést,

Válasz · Tetszik · szerkesztve · február 9., 17:20



**Mária Boross** · Itt dolgozik: Hungaro Filmcasting

hozzám sem jutott el eddig !!! ilyenre nem is tudnék mit írni, egyes részeit olyan hülyeségnek tartom!persze megvádolhattok,hogy hazabeszélek!örülök Sas István írásának!!!)

Válasz · Tetszik · 2 · január 31., 6:48



**Mészáros László** · ★ Kiemelt hozzászóló · Ericsson

hát igen, a taposókna-gyárban dolgozókat is meg lehet érteni.



Válasz · Tetszik · június 6., 3:33



**Attila Bánki** · Digital and Client Service Director, Wunderman Budapest

Mindkettőnek igaza van. :P

Válasz · Tetszik · 2 · január 31., 8:42



**Dallos Norbert** · Kiemelt hozzászóló

- De hát, rebelében, nem lehet mindkettőnek igaza.  
- Neked is igazad van, fiam.

Válasz · Tetszik · 2 · február 10., 0:00



**Attila Bánki** · Digital and Client Service Director, Wunderman Budapest

Dallos Norbert Ahha. :D

Válasz · Tetszik · február 10., 0:37



**Szabolcs Farkas** · Kiemelt hozzászóló · Ügyvezető igazgató, tulajdonos, Business Photo Pack Kft.

Kedves Puzsér Róbert, Sas István és kollégák! Játszunk egy kicsit. Tekintsünk Puzsér Róbertet, egy brandnek. Egy brand, ami abból él, hogy "jól megmondja". Ebből egyenesen az következik, hogy úgy kell jól megmondja, hogy a fogyasztóknak tetszetős legyen, ha piacon akar maradni. Tehát úgy formál egyéninek tűnő véleményt, hogy önmagában kell hordozza a tömeg egyetértését. Különben a Puzsér Róbert (továbbiakban csak Puzsér) brandünk elhalna. Igen gyorsan. Egy kritikus nem maradhat egyedül a véleményével. Ha ezt elfogadjuk, gyorsan levonhatunk egy logikus következtetést. A tömeg, azaz fogyasztók is így gondolják, (ahogy ő) de nincs csatornájuk ellentétben a Puzsér branddel. Ez élteti a Puzsér brandünket. Ez az ő szolgáltatása. Namármost. A média tartalma és ereje formálja a társadalmi szokásokat, és a kultúrát. Még a politikai dönté... [Továbbiak](#)

Válasz · Tetszik · 1 · szerkesztve · február 10., 2:12

**Kovács László** · Hidrobiológiai Tanszék - Debreceni Egyetem TTK

Hát azért - " Miért nem szabad egy társadalomban felületeket biztosítani arra, hogy bizonyos márkák hírt adjanak magukról és segítsék az életben való eligazodást? " Na ne mááááár... segítsék ?? A reklám célja, hogy a termékemet vegyed meg, ha megveszed nekem profitom lesz, ennyi és más semmi! Trendeket brendeket alkottok, hogy minél kevesebb pénz ráfordítással, minél kevesebb reklámba ölt pénzzel el tudjátok adni az árucikket és részoktassátok a fogyasztót, hogy ezeket ne "termékként" hanem életstílusként vásárolja meg. "Ezt a szabadságot - úgy gondold - el kellene venni azoktól, akik marketingcéllal akarnak elmondani szerintük fontos dolgokat embertársaiknak?" A mondatba benne van SZERINTETEK,... Nem állítom, hogy haszontalan minden reklám, de a legtöbb fölösleges fogyasztásra vesz rá. Ehhez nem kell "hozzáértőnek" lenni, sem Puzsért olvasni, hogy tisztába legyen vele az ember. Itt a legnagyobb baj az emberekkel van nem a felülettel, hogy nem tudják helyénvalóan kezelni a reklámokat, de még saját igényeikkel sincsenek tisztába így - a reklám nyer :)

Válasz · Tetszik · 1 · szerkesztve · február 9., 9:04



**Mezriczky László** · Newport International University

Ez az egész nem egy, a piac szűkülése okozta rossz kedv miatti érzelmátvitel?

Válasz · Tetszik · 1 · február 1., 1:53



**Sajtból Van A Hold**

Milyen sok szuper reklámszakember van itt!!!Akkor valaki segíthetne abban, hogyan találok egy instrumentális jazz-albumnak kiadót, koncerttermet... Vagy hogy hogyan "ne haljanak éhen" a hangszeres muzikusok ebben az országban, akik 10 évig tanulnak az iskolában, gyakorolnak, stb. Egy magasabb, igényesebb kulturális értékrendet képviselve...A BAJ azzal kezdődött, amikor a hulladékot kezdték reklámozni, mert a kóla, meg az alkohol NEM egészséges. Pont. Hiteltelemné vált ez a szakma, pedig nagyon izgalmas, érdekes dolgokat lehetne REKLÁMOZNI az embereknek. Tehát a "fészekbe piszkítás" tematikát talán nem feszegetném...Mi, "fogyasztók" csak a szemetet kapjuk. Legalább 70 %-ban. Nem kedvelem Puzsért, de jelentős részben igazat adok neki ebben a cikkben, pedig István könyvei is megvannak mind a polcomon. Az etikai kérdéseket messzire kerülitek, amikor a gyerkőcnek adtok az arcába horribilis árú játékreklámot a tévében, vagy a gyógyszeriparnak hirdettek... Persze a kultúrában nincsen pénz. innen fúj a szél sajnos :( Várom a jelentkezését annak a reklámszakembernek, aki legalább annyit dolgozna a hangszeres zenészekért INGYEN, mint amennyit én tettem. Kösz! (Szerintem nem állok addig "fél lábon" :D

Válasz · Tetszik · február 20., 7:46



**Szabolcs Farkas** · Kiemelt hozzászóló · Ügyvezető igazgató, tulajdonos, Business Photo Pack Kft.

MINDEN A REKLÁMOK MIATT VAN! :) [https://www.facebook.com/szabolcs.farkas.90/media\\_set?set=a.831779586847866.1073741827.100000474987874&type=1](https://www.facebook.com/szabolcs.farkas.90/media_set?set=a.831779586847866.1073741827.100000474987874&type=1)

Válasz · Tetszik · február 10., 7:50



**Bence Molnar** · Kiemelt hozzászóló

kicsit túlzó..de Robinak igaza van. szvsz

Válasz · Tetszik · február 10., 1:28



**Péter Szabó** · BGF-KKK

Hát szerintem meg inkább Puzsérnak van igaza a reklámokat illetően. Általában



nyilván nem lehet beírni a reklámozást, ez megvalósíthatatlan, viszont a televíziós reklámokat tényleg be kéne hirdetni. A televízió ugyanis jelenleg kultúránk egyik legfontosabb része, ehhez képest eléggé felhárborító, hogy ha nézek egy filmet, kb 20 percenként reklám van. Reklám nélkül persze nincs kereskedelmi televízió, de kinek hiányozna?

Biztos mindenki emlékszik az Axe reklámokra. Mi a lényeg? Használd ezt és a csajok széttépnek! Ez persze nem következik be, de mégis jól fogy az Axe, pedig amúgy nem egy nagy szám termék. Az nem káros, hogy egy fogyasztási cikk használata menősegi (nem elírás) kérdés?! Nekem a legkevésbé sem, szokásom, hogy a mocskos, komcsi, zsidó, átkos rendszer adásait nézem, és azok érdekes módon sokkal igényesebbek és szór... [Továbbiak](#)

Válasz · Tetszik ·  10 · január 31., 8:13



**Terminál M. Viktor**

öcsi nem tudom mit tanulsz a Külkeren, de a saját érdekedben remélem, hogy nem kereskedelem & marketinget... :D

Válasz · Tetszik ·  3 · január 31., 8:35



**Péter Szabó** · BGF-KKK

Terminál M. Viktor: Már rég nem tanulok ott semmit, de akkor sem KM-re jártam :D Egyébként az elég szánalmas lennie, ha valakit a véleménye miatt kaszálnak el egy olyan országban, ahol tudtommal de jure garantált mindenki szólás -és vélemény szabadsága.

Válasz · Tetszik ·  1 · január 31., 8:56



**Ormosi András** ·  Kiemelt hozzászóló · Budapest, Hungary

Péter Szabó : De facto! Hol van szólás szabadság? :) Hol nem rugnak ki iskolából, munkahelyről, ha nem a mainstream lözungöt bőfögöd vissza? Hol vélekedhetsz szabadon bámiről, és nem kerülsz börtönbe, ha valamiről eltérő a véleményed? Biztos, hogy nem "kishazánkban"! :) Ember...ébredj már fel! :)

Válasz · Tetszik · szerkesztve · február 9., 9:29

[További 2 bejegyzés megtekintése](#) ▾

**Jun Miyazaki** ·  Kiemelt hozzászóló · Budapest, Hungary · 174 követő

Amíg a Kreatívra ki nem került ezt a válasz, hozzám el se jutott Puzsér aktuális agymenése. De komolyan, azzal, hogy választ kap az összes, nyilvánvalóan provokatív céllal megírt hülyeségére, ezzel terjed a Puzsér "jelenség", ettől válik ő is pont ugyanolyan ismert, és nagyjából hasonló érteken mozgó celebbé, mint a többiek.

Válasz · Tetszik ·  9 · január 31., 5:51



**Viktor Könyves** · Budapest, Hungary

Ezt Puzsér vállalja: "Ha én vagyok az anticeleb celeb, akkor azt mondom, hogy rendben." És én általában jókat mosolygok az írásain, viszont most Sas nyert, tíz nullára!

Válasz · Tetszik ·  8 · január 31., 6:51



**Szabó Gergely Zoltán** · Pesti Barnabás Élelmiszeripari Szakképző Iskola és Gimnázium

Puzsér agresszív szélsősége egy brand, tőle más már "falsu" hangzana. Ő ezt tudatosan teszi, hogy ilyen -szerintem esetlen- reakciókat csikarjon ki. István válasza egy feldobott labda, inkább egy felhárborodott visszaszólás mint logikus érvekre építő reakció.

Válasz · Tetszik · február 3., 2:02

[További 1 bejegyzés megtekintése](#) ▾



**Gondos Gábor** · Budapest, Hungary

S persze csak az emberek boldogsága, kiszolgálása számít, semmi más. Az hogy a bolygó telítődik a dzsuvával, amit a pillanatnak gyártunk, az legyen a természetvédelem dolga. Na mi lesz sok szép színes kupak sorsa, ha (10 perccel-két héttel a vásárlás után) már nem kő? Pl. ez <http://www.chrisjordan.com/gallery/midway/#CF000668%2016x21>  
A rendszer egésze van elkeveredve, a reklám csak egy fogaskereke az egész járgánynak.

Elnézést, de azért ez egy kicsit nagyobb horizontú kérdés szerintem.

Válasz · Tetszik ·  4 · február 1., 2:24

**Ákos Polgárdi** · Budapest, Hungary

"komolyan kérdezem: ki mondja majd meg nekünk, hogy hol van az élet habos oldala?"

Hát, Sas István.

Válasz · Tetszik ·  4 · február 2., 1:07



**Nóra Remsei-Kovács** · Itt dolgozik: Graphic Design

Lazíts Ákos!

Válasz · Tetszik · február 2., 2:02



**János Kocsi** · Budapest, Hungary

Sas Úr ügyesen próbálta menteni a menthetetlent. De sajnós a lényeg nem a betiltáson van, hanem azon, hogy a reklám és az általa ösztönzött túlfogyasztás kártékony-e, vagy sem. Teljesen mindegy, hogy élményekkel, vagy más javakkal elégítjük ki az egónkat. Teljesen mindegy, hogy a tyúk vagy a tojás volt előbb (fogyasztó, vagy reklám). Ezek súlytalan ellenérvek. Teljesen mindegy, hogy Sas

... hogy valaki felhívja a figyelmet arra, hogy hosszú távon a túlfogyasztás, azaz az elegendőnél nagyobb fogyasztás kártékony mikro és makroszinten is. Ne feledjük, hogy az emberek (kereslet) felének kevesebb az IQ-ja, mint 100, ezért lehet szükség a Puzsér féle szemfenyítésre, függetlenül az ő személyes pszichés profiljától, ami szintén teljesen mindegy, a mondanivalóról van csak értelme vitázni, ami a következő: a túlfogyasztás minden szempontból káros, akárhogy kapálózik a reklámszakma.

Válasz · Tetszik · 5 · február 8., 14:34



**Buzasi Szilveszter** · Leader of product design development, Experimonde die Welt des Experiments

a reklám a nyugat heroinja! Kell mert persze hogy "kell" !!!

Válasz · Tetszik · 1 · január 31., 10:41



**Gondos Gábor** · Budapest, Hungary

[http://en.wikipedia.org/wiki/Great\\_Pacific\\_garbage\\_patch](http://en.wikipedia.org/wiki/Great_Pacific_garbage_patch)

Válasz · Tetszik · február 1., 2:06

Facebook közösségi modul

Hozzászólások (4 db)

Időrendben csökkenő

Ha hozzá kíván szólni, jelentkezzen be!

### Vanita di Vanita

2014. 06. 18., 22:21

#

Számomra is iszonyat fura, hogy senki nem emelt hangot akkor, mikor Puzsér reklámmellenes hadjáratot indított. Abban a hitben voltam, hogy a reklámszakemberek munkája nem csupán munka, hanem hivatás is, abba pedig ez igen nehezen fér bele, ez a némaság. Örömhír, hogy valaki hangja azért megtörte ezt a csendet.

Manipuláció... Szuper, hogy olyanok használják ezt a szót, akik nincsenek is tisztában a jelentésével. Senki nem indul el egy reklám után beszerezni az adott terméket azonnal. Akkor sem, ha százszor látta, hallotta. A gyógyszerhirdetések elárasztják a képernyőt, láttam én is nem egyszer, nem kétszer. Mégsem szedem egyiket sem, megvan a bevált tableta, és hiába kínálnak mást, nem érdekel. ÉN döntök, TE döntesz, a fogyasztó dönt, NEM a reklám. Aki helyett igen, az gondolkozzon el azon, miért ennyire befolyásolható.

És akkor még nem beszéltünk a társadalmi célú reklámokról, azokról, amiknek nem az eladás a céljuk, hanem fontos üzenetet közvetít. Mert van ilyen. Nem is egy. És aki azon firtog, hogy képtelenség kikerülni a gonosz reklámot, gondolkozzon el, az interneten fellelhető reklámokat senki nem nyomja a másik képébe, emberek millió keresnek rá ÖNKÉNT. Lehet, hogy egy picit mi, fogyasztók is akarjuk a reklámot? Vagy nem is picit...?

### Catilina

2014. 02. 03., 12:28

#

Miért a reklámszakemberek „a kreatívok”? Oké, van „művészi” reklám, meg kell hozzá tényleg némi ötletesség, de valljuk be, a reklámok legnagyobb része teljesen kommersz és/vagy szörnyű.

És valóban nincs szükségünk a legtöbb reklámozott cuccra. Puzsérnak nagyon sokban igaza van, bár tényleg túloz. Szerintem sem kellene „betiltani” a reklámot, de nem lehetne valóban informatívnak lennie?

Jelenleg a legtöbb reklám életérzésről szól. Sőt, sokszor sugallja, hogy a rossz tulajdonságok jók: irigység, fukarság. Vagy ellenkezőleg: minden boldog, a terméket használók megtalálják rég elveszített rokonukat, macskájukat, a világ kerek lesz számukra, csak jót tesznek embertársaikkal, és velük is csak jó dolgok történnek...  
Hogy ebben meg mi a rossz? Hát az, hogy mindezt egy termékkel köti össze, például egy kólával, ami még csak nem is egészséges (ám például annyi maró anyag van benne, hogy ha beleteszel egy mocskos régi pénzérmét, az másnapra tiszta lesz, gondolom, alkalmas fürdőszoba tisztításra, vízkőoldásra is!). Biztos, hogy jó nekünk, ha a szép dolgok egy feleslegesen megvásárolt vacak termékhez kötődnek? (Vagy nem vacakhoz, de mindenképp a vásárlásához.)

Ne adjon nekem a reklám életérzést, kösz, már van olyanom. Információt adjon, ha már létezik. Összehasonlító információt: mennyiben jobb a termék vagy szolgáltatás, mint a hasonlók(számokban!), és pontosan mennyibe kerül. A többi nem érdekel. Akkor tényleg a helyére kerül.

### Saopaulo

2014. 02. 01., 19:02

#

Az embernek mint élőlénynek semmi de semmi szüksége nincs a legújabb bankhitelekre, telefonokra, mérgező tisztálkodási szerekre, egészségtelen ételekre...a lista elképesztő...ezáltal reklámra sincs szükség. A reklámnak annyi a meg lehetősége negatív szerepe mindezekben, hogy erőteljesen részt vesz ezen termékek és szolgáltatások vásárlás ösztönzésében. Azt a hamis egót építi, hogy ettől leszek valaki, ettől leszek boldog. Puzsér talán kissé ellútozta a dolgot de: a világ a profitorientált vállalatok miatt épül lefelé. Akik a termékek, szolgáltatások reklámjait készítik, ugyanúgy részt vesznek a leépítő gépezetben. Menekülj ember ebből a fertőből!!! Hamis az egész. Ilyen díjak, olyan díjak. Elnyerted? Gratulálok. Egy újabb címkét tehetsz magadra ami a hamis egód növelésén kívül semmit sem ér...

### Award

2014. 01. 31., 20:06

#

Puzsér. Szegény jószág.




> Főrovat linkek

Reklám Interaktív  
Média Szórakozás  
Marketing Játék  
Pr Kreatív Budapest  
Karrier

> Rólunk

Impresszum  
Médiaajánlat  
Előfizetés  
Kapcsolat  
Sitemap  
Jog és Etika  
Adatvédelmi  
nyilatkozat  
Jogi nyilatkozat  
Hirdetési ÁSZF

> Maradj kapcsolatban

 RSS  
 Kreatív Hírlevél  
 Kreatív Rádió  
Kreatív Csoport


> Professional Publishing

Medical Online Jobprofi  
Turizmus Online OTSZ Online  
Élelmiszer Online starski  
GyártásTrend Üzlet &  
Dizájnshop Pszichológia  
PharmaOnline

Ugynökségi értékesítési képviselő:



Adaptive Media  
Sales House

Design by: 



© 2009 - 2014  
Professional  
Publishing

A Kreatív szakmai médiafigyelő  
partnere:

