

BABY BLUE



Alfred Holmgren & Jakob Engwall

“Baby Blue är sanningen”

Kampanj & koncept

Vi vill skapa nyfikenhet kring Baby Blue med en kampanj som fungerar som ett öppet fönster rakt in i bokens värld. Via annonser och reklamfilm, sociala medier-inlägg och gerilla-marknadsföring, pumpas den fiktiva folkhälsomyndighetens obehagliga propaganda ut i vår verklighet. Men för att få betraktaren att haka till, ”kapas” alla dessa budskap av rebellerna från boken, som klottrar ner kampanjens olika enheter med sina egna budskap. Det är också på det här sättet som den mystiska skriften Baby Blue kommer in i bilden. När rebellerna uppmanar mottagaren att läsa eller googla Baby Blue, byggs en iver att ta reda på mer upp hos mottagaren, precis som med de bästa gerilla-kampanjerna.

Posters

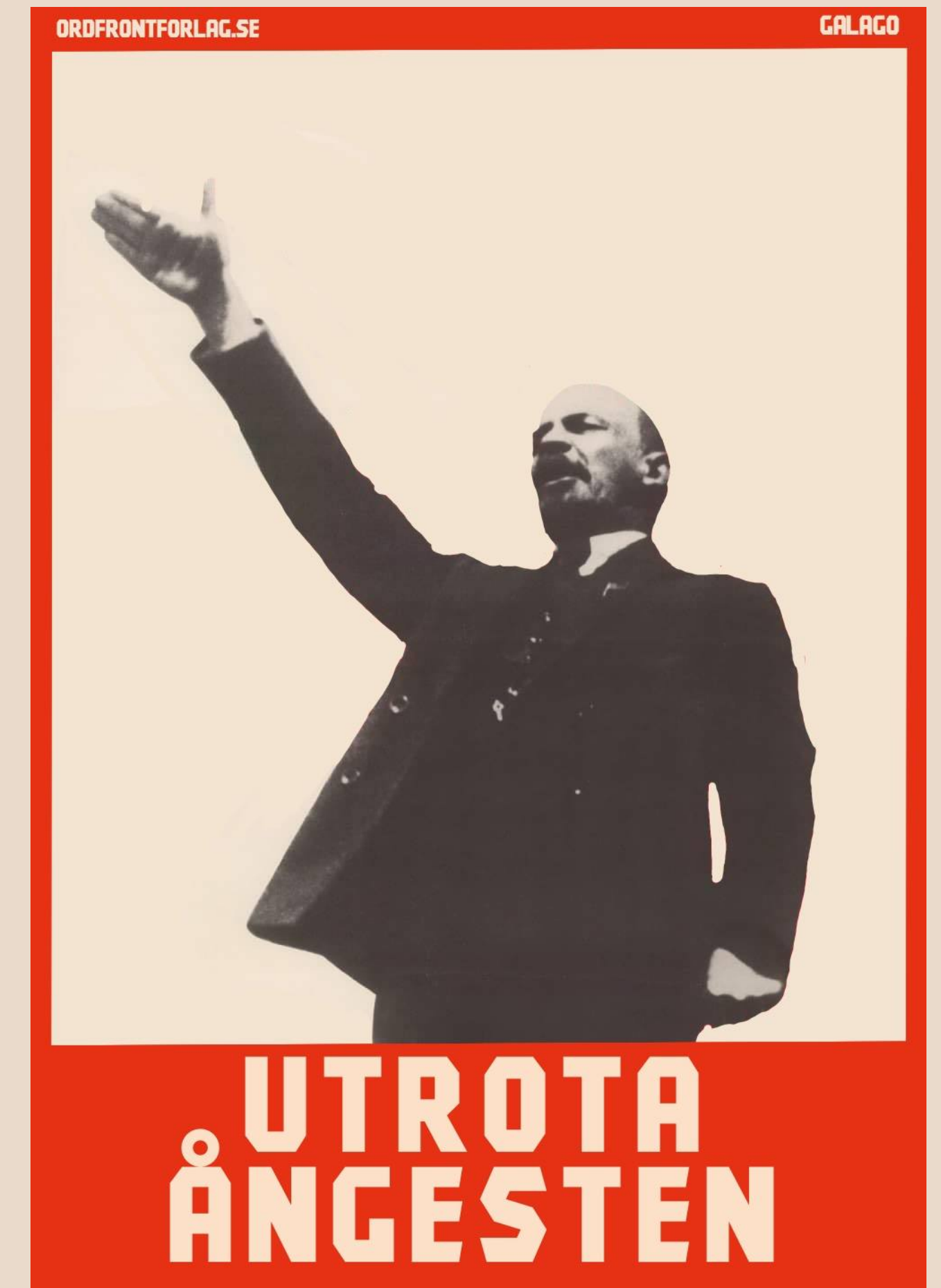
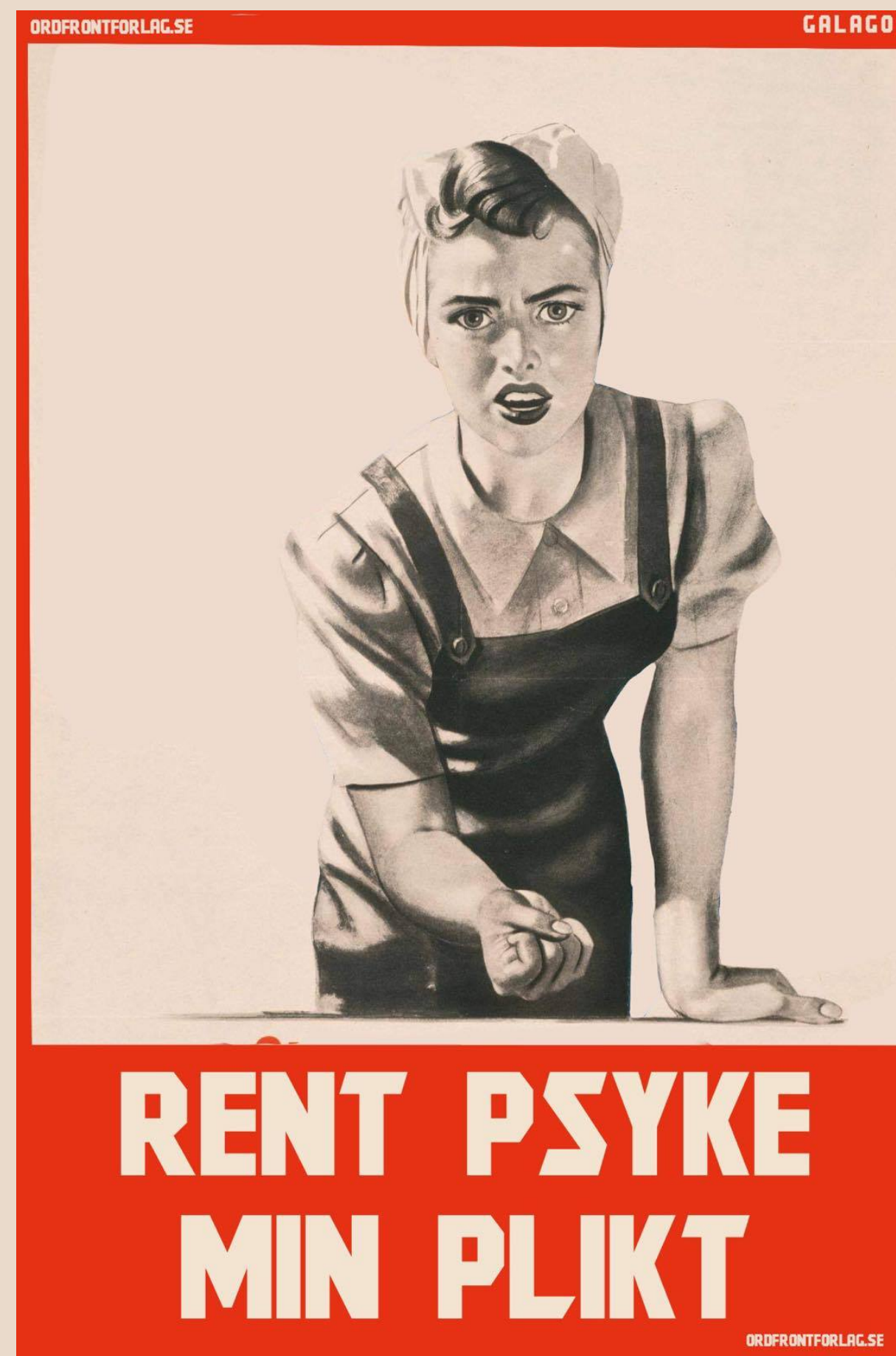
Media: Affisivering på stan, ev. tunnelbana

Ett antal olika annonser, som alla utgörs av statens propaganda-budskap, vilka sprayats över av rebellerna, som vill sprida budskapet om Baby Blue. Ingen annan avsändare anges – tanken med hela kampanjen är ju att bygga upp en mystik och nyfikenhet kring Baby Blue, som gör att folk inte kan låta bli att googla titeln. (Ungefär som de klassiska "Obey"-klistermärkena och andra rena gerillakampanjer.)

Annonserna placeras, om budget tillåter, i tunnelbana samt samma sorts tidningar som pressmeddelandena gått ut till. De skulle göra sig extra bra i offentliga miljöer eftersom det då kan se ut som om de klottrats ner på riktigt, vilket väcker mer intresse än en helt vanlig annons i mängden.

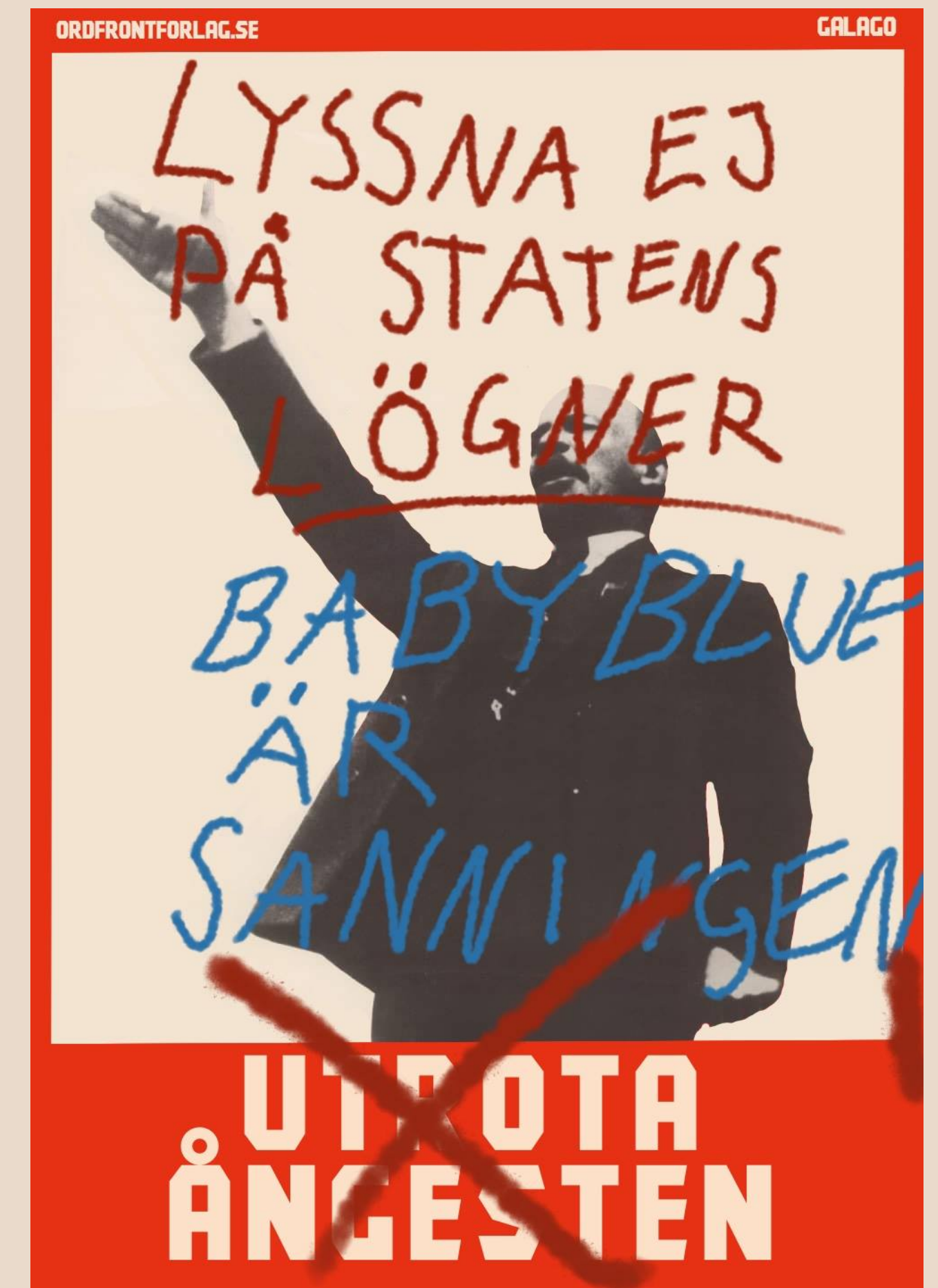
Posters

Media: Affischering på stan, ev. tunnelbana



Posters

Media: Affischering på stan, ev. tunnelbana



- Köpta Google-reslutat

Googlar man "Baby Blue" får man otroligt många resultat. För att inte drunkna i mängden tänker vi att man köper en hög placering under den tid som kampanjen pågår, så att den potentiella publiken hamnar rätt direkt.

- Social Media

Samma annonser som i traditionella medier, fast animerade. Det första man ser är statens propaganda, sedan sprayas de över "i realtid" med rebellernas slagord. Passar perfekt för exempelvis Instagram-stories – tanken är att propagandan är iögonfallande nog för att mottagaren ska bli nyfiken och dröja sig kvar, varpå "anti-propagandan" bildar ännu ett lager som spär på nyfikenheten

- Alternativa medier/Gerilla-kampanj

Även här är temat att Baby Blues verklighet blöder in i vår egen. Gerilla-kampanjen består av två enheter:

1. En docka (mannekäng eller dylikt) som sitter i en rullstol på offentlig plats, med dropp inkopplat i armen. (Detta representerar alltså en av personerna som blir tvångsvaccinerade i boken.) På dockans kläder har rebellerna klottrat sina budskap, i stil med "Stoppa tvångsvaccineringen! Baby Blue är sanningen". Precis som alla enheter i hela kampanjen är syftet att bygga upp mystik, och i detta fall även skapa buzz på sociala medier: Vem har arrangerat denna märkliga lilla scen? Vad är Baby Blue?
2. Ett "vaccineringstält", också på offentlig plats, som även det klottrats ner av rebellerna.

Pressmeddelanden

Ett meddelande från "Nya Folkhälsomyndigheten", som varnar för den farliga skriften Baby Blue. Skickas ut till medier som riktar sig till unga vuxna, exempelvis Veckorevyn och serietidningar i stil med Marvel.

Från "Nya Folkhälsomyndigheten":

“Varning! Rapportera inte om den förbjudna skriften Baby Blue!

Vi har fått uppgifter om att en uppviglande skrift med titeln Baby Blue börjat cirkulera. Denna skrift har ej sanktionerats av Nya Folkhälsomyndigheten, och den som bidrar till att sprida dess lögner utgör en fara för samhällsordningen.

Nya Folkhälsomyndigheten arbetar ständigt för ett lyckligare, friskare och mer produktivt Sverige. Mycket arbete återstår innan hela befolkningen kan klassas som normal, varför vi ser mycket allvarligt på att osunda grupperingar sprider bisarra lögner och konspirationsteorier i syfte att svartmåla myndigheten.”

För mer information om dina skyldigheter som journalist i detta läge, kontakta NN på 070 XXX XX XX. (Obs: denna telefon bemannas av en skådespelare, som låtsas jobba på den fiktiva myndigheten, samma dag som pressmeddelandet skickas ut.)

Reklamfilm

Media: SoMe (FB, IG, TikTok)



Reklamfilm

Media: SoMe (FB, IG, TikTok)





BABY BLUE

EN BOK AV BIM ERIKSSON
OM ETT FASCISTISKT,
LYCKOFIXERAT
FRAMTIDSSAMHÄLLE

GALAGO

VAR INTE EN BORGARE!
PRENUMERERA!

I DETTA NUMMER:
LÅNGLÄSNING TILL JUL •
MALLORCA • BARNFÖRBUD-
NA VAKENDRÖMMAR • SI-
MON HANSELMANN • FLUM •
TRÅKIGT KNARK • EDDIE
KARLSSON •

