



Александр САЛАНГИН
(Москва), копирайтер
рекламного агентства
«Родная речь»

Отдушина остроумия в режиме «Петросян- нон-стоп»

Александр Салангин комментирует ролик «Скелетоны»

Рекламе полезна поэзия. И в широком смысле, и в буквальном. Хорошая реклама — это не просто динамичный клип. Это — микропоэма. Со всеми вытекающими последствиями для её автора. Плохо, когда копирайтер не знает, что такое аллитерация, анафора и амфибрахий. В том сакральном словесном пространстве, каковым является стандартное рекламное сообщение, рифма «модненько — в Сокольниках» изначально принадлежит к разряду тяжких надругательств над языком, и организм потребителя борется с такими рифмами, как с инфекционным заболеванием.

Красивая картинка, разумеется, важна. Но без красного словца даже самый раскреативный адвертисмент, как ни крути, полумёртв. Если покопаться в русской рекламе, много ли выудится из неё действительно умных и изящных вербальных формул? Что мы имеем альтернативой песням про «Микоян», сюрреалистическим слоганам «Сметает жир, как ураган» и «Творожная загадка природы»?

Вершиной современной рекламной поэзии — и в широком смысле слова, и в буквальном — по праву может считаться слоган «Позаботьтесь, дети, о своём скелете».

Многие отметили, что кампания нового продукта Danon оставляет желать лучшего. И никто не сказал о том, что ролики про скелетонов построены на безупречно прописанном либретто. Много-много лет назад великий русский формалист Виктор Шкловский ввёл в культурный обиход полезное для всякого сочинителя понятие — тесноты стихового ряда. Думается, каждый копирайтер обязан выложить это золотое словосочетание к себе на desktop. Чтобы смотреть на него как можно чаще. В «Скелетонах» слова подогнаны друг к другу плотно — лезвия не просунешь. Для меня, писателя слоганов, правильно связанные, грамотно сказанные слова ролика Danon суть действительные именины сердца, так что на картинку закрываю глаза. Убей меня за это арт-дирекция. Хотя буду честен перед самим собой: визуальное исполнение «Скелетонов» — это, конечно, трагедия в стиле трэш. Стоило прорисовать лучше.

Теперь о том, что многие считают главным в рекламе, — продаёт ли реклама продукт. Что ж, извольте: ролик Danon работает по назначению, а не только будоражит слабую копирайтерскую психику. Дети не замечают грубо сколоченных декораций и самодельных костюмов. Дети смыслят в настоящей поэзии. Слыша фразу: «Позаботьтесь, дети, о своём скелете», они не ахают в ужасе — они хохочут от души. Не из головы беру эпизод — из жизни. Моему сыну девять лет. После рекламы «Скелетонов» на первом месте — реклама «Скелетонов». На втором — сами «Скелетоны». На третьем — за досадным неимением компьютерной игры про скелетонов — игра «Суперсемейка».

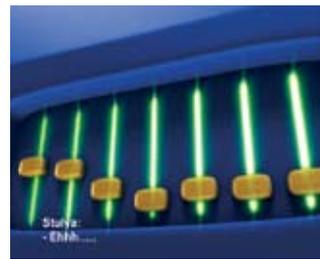
Есть такой контраргумент у защитников детской психики: «Да это же чёрный юмор!» Я бы его переформулировал: отдушина остроумия в режиме «Петросян-нон-стоп». Еще один контраргумент — мол, «детям страшно». Отвечаю: страшно тем детям, которые боятся Деда Мороза и ходят на горшок. Но этой нежной аудитории вообще не стоит смотреть современный телевизор: увидят ненароком кадр из сериала про ментов или крупный план Михаила Саакашвили, говорящего пламенную речь, — и опять штанишки придётся менять. Тогда лучше выключите ящик, товарищи взрослые, и почитайте малым ребятишкам книги. Лучше всего — хорошие детские стихи. И чтоб с красивыми картинками.

Так что голосую обеими руками за поэму «Скелетоны». Экранизация, соглашусь, не самая удачная. Но сама поэма прекрасна.

P.S. Напоследок — притча. Простецкая кампания йогуртов Ehmpp трёхтонной кувалдой пробивает рекламный блок. Почему? Потому что счастливая коровья семья поёт песню про радости жизни/радости лета в мрачных тонах группы «Гражданская оборона». И данный сверхнеуместный минор, похоже, работает на все сто. Думается, это происходит потому, что в рекламе нет ничего важнее, чем отсутствие однообразной мины на лицах. ■



▲ Продуктовая линейка
включает в себя творожки,
сырки и питьевой йогурт



◀ Вечеринка на квартирке: в комнате вовсе зажимают скелетоны — эдакие маленькие человечки-скелетики, чем-то напоминающие детей: «Танцуем!» Бабуля этажом выше в шоке от маленьких тусовщиков: «Как мне надоела эта музыка! — кричит она и выключает рубильник. — Доплясались?» «Что это?» — спрашивают в темноте друг друга огорченные скелетончики. «Бабулька сверху свет вырубил». — «Ну вот...» — «А давайте поедим!» — предлагает самый озорной скелетон по имени Жорик и открывает холодильник. «Прикольные молочные продукты «скелетоны!» — восклицает голос за кадром. — Дринк, йогурт, глазированные сырки для не по-детски крепких скелетов». «Идея!» — кричит один из скелетонов и начинает барабанить руками по батарее. «Чем это вы там гремитесь?» — кричит сверху бабулька. «Костями», — отвечают ей танцующие скелетоны. «Крепкие они у вас, — сетует бабушка. — Ладно, включи свет, только давай вчерашнюю...» — «Нет проблем», — отвечает скелетик DJ, и танцы вновь продолжаются. «Позаботьтесь, дети, о своем скелете», — вползая в кадр, говорит черепашка-скелетон. Работа агентства Young & Rubicam (Москва)