

# ИДЕА: КАК НАДО ДЕЛАТЬ ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ РОЛИКИ



**Ксения Букша,**  
заместитель редактора  
журнала  
«Рекламные Идеи»

Мы не верим рекламе, из которой лезет неумело прикрытое рекламное послание. Но верим рекламе, которая демонстрирует подлинные, как будто подсмотренные моменты из нашей жизни. Ярким образцом подобной рекламы является ролик IKEA *Because it's my home* — «Потому что это мой дом».

Казалось бы, ничего особенного: серия картинок из повседневного быта и несколько банальных на первый взгляд фраз о том, что человек хотел бы устроить у себя дома.

Но взгляды подробнее в этот шестидесятисекундный ролик.

Звуковое оформление — лирическая музыка и слова, произносимые за кадром. Других звуков нет — только видеоряд.

*«Я люблю свою квартиру...»*

Женщина в разных туфлях на каблуках лежит под кроватью, мерно покачивая ногами, согнутыми в коленках.

Мужчина ездит на велосипеде по большой комнате вокруг ковра; в корзине спереди у него — багет и другие покупки.

В квартире ремонт — стоит стремянка, ещё не поклеены обои.

*«...даже если в ней пока пусто».*

Вместо письменного стола — его схематический рисунок на стене.

Нарисованный стол украшен тремя свечками. Обои ещё не поклеены. Горит торшер и лампочка, свисающая с потолка ...

Рядом стопка кафельной плитки, ведро краски... Среди картонных ящиков из-под бананов — растение с розовыми цветами. Неужели ремонт — это уютно?

Рыжеволосая девушка лежит на диване, тербит цепочку на шее.

Женщина с двумя гвоздями во рту прибавляет карниз — мы видим её лицо крупным планом.

*«У меня есть несколько идей о том, как она может выглядеть».*

Мужчина стоит на стуле в углу комнаты, заклеенной газетами; у стены целенаправленно взрывается ведро с синей краской, художественно обрызгивая одну из стен. Этот «сумасшедший» эпизод сам по себе,

вне контекста ролика, показался бы ничем иным креативом или банальной шуткой. А здесь он уместен!

Две ноги: одна, босая, стоит на полосатом бело-зелёном коврик; другая, в полосатом чёрно-синем носке, стоит на некрашеном дощатом полу. Такие забавные вещи часто бывают, но мы их не всегда замечаем.

Женщина мирно читает, сидя на белом диване в белой гостиной, надев маску для подводного плавания.

Чья-то рука просовывается сквозь подушки с обратной стороны дивана...

*«Моя гостиная могла бы стать райским уголком...»* — на диване прыгают дети, — *«...и детской площадкой».*

Ковёр завален игрушками, женщина качается на игрушечной лошадке.

Из сарая выбегает кошка.

Маленький мальчик сидит в большом чане среди мьгой морковки и грызёт край этого чана. Морковка раскидана по полу вокруг него.

*«Я не особенно люблю готовить...»*

Дети пытаются месить тесто, а папа в роликовых коньках дремлет рядом, притулившись на стуле. Мальчик бросается мукой и засыпает девочке глаза.

*«...но я могу научиться делать это с удовольствием, правда?»*

Пожилая пара хозяйничает на кухне — родители приехали помочь?

Мальчик лет шести пылесосит дощатый пол на веранде рядом с огромной цветочной клумбой. Девочка, стоя на пуфике, лезет на верхнюю кухонную полку за печеньем, а другая держит её сзади, чтобы та не упала.

*«Существует ли мебель, которая кажется дорогой на вид, а на самом деле — совсем наоборот?»*

Женщина водит пальцем по краю бокала.

Одна девочка крутит другую в зелёном икевском кресле. Мужчина развалился отдыхает на стуле, положив газету на колени.

*«Потому что так хорошо, когда в доме есть жизнь...»*

День рождения — торт с одной свечкой, родственники хлопают в ладоши.



Трогательные, забавные моменты из жизни составляют сюжет минутного ролика «IKEA. Потому что это мой дом». Работа агентства DDB (Берлин)

«...даже если она оставляет следы...»

Девочки с воздушными шарами, привязанными к волосам, бегают друг за другом вокруг дерева. Мужчина и женщина лежат на белом пушистом ковре и смеются.

«По воскресеньям я люблю весь день валяться на диване...»

Женщина и мужчина в постели валятся, она целует его босую ногу.

Мать и дочка лежат на диване, девочка поднимает босую пятку, пытаясь надеть на неё носочек. Две зубные щётки в стакане целуются щетинами. Девочка читает под одеялом с фонариком.

«Почему бы моей спальне не быть одновременно и гостиной?»

Чёрный пудель лежит на белом диване и смеётся. Мужчина в очках поглаживает светящийся шар лампы-ночника. Девочка развесила на дереве платья, внутри которых горят фонарики, и играет в ладушки со стволом дерева.

«Кто-нибудь думает обо всём этом?»

На экране появляется надпись: «IKEA. Потому что это мой дом».

Вот это и есть тот самый человеческий фактор. Вглядываясь в жизнь, режиссёр Николас Кайкойя (Nicolas Kalko) создаёт абсолютно узнаваемые картины, внутри которых мы чувствуем себя как дома. Как он это делает? Помимо наблюдательности ему не откажешь в умении выстроить драматургию. Сюжета в обычном понимании в ролике нет, но есть выверенная палитра сменяющих друг друга эмоций и героев. Тут и романтика, и шалости, и животные, и старики. «Энергичные» сцены (взрыв ведра с краской, день рождения, детская беготня) сменяются «задумчивыми». При этом музыка сглаживает, выравнивает тон повествования, а закадровый голос ведёт нас от одного эпизода к другому.

Ну и, конечно, мелочи. Если смотреть внимательно и неоднократно, то видишь множество штучек, вначале не бросающихся в глаза. Например, на кухонной мебели нарисованы детским фломастером машинка и домик. Или — у девочки воздушный шарик привязан к одному из локонов, который в результате поднимается вверх. Каждый эпизод поставлен с любовью к детали. При этом в ходе съёмок явно никого не просили специально улыбнуться или «повернуть голову на три четверти». Перед нами предстаёт мир не гламурный, не рекламный — а настоящий!

Кстати, быт в ролике не какой-то специфически национальный, а общечеловеческий; и потребности, и радости тоже всеобщие. Какие? Да очень простые. О них повествует закадровый текст, в то время как видеоряд говорит нам о чём-то большем, о том, что словами всё равно не выразишь.

Ещё один приём, который можно взять на вооружение: в ролике масса сенсорных привязок. Это и засыпанные мукой глаза, и перемазанные шоколадом пальцы, и ощущение тёплого, гладкого, твёрдого шара лампы-ночника под ладонью.

Одним словом, ролик прекрасен. Так полно и точно выразить философию бренда и при этом ни разу не сфальшивить — это дорогого стоит. Стоит взять на вооружение! ®