

МАРГАРИТА ВАСИЛЬЕВА

РЕКЛАМА ПО-ИСПАНСКИ

реклама по-испански

ЧТО ПОДЕЛАЕШЬ, КАЖДЫЙ ИЗ НАС периодически попадает под обаяние стереотипов. И тогда нам кажется, что все англичане — пунктуальны, все итальянцы — музыкальны, а вся испанская реклама представляет собою одну большую декорацию к опере “Кармен”.

На самом деле все намного прозаичнее. Англичане опаздывают на встречи, итальянцы даже двух нот связать не могут, а испанская реклама далека от пылких страстей и жгучей экзотики.

Но это не значит, что у испанской рекламы нет своего лица. Оно есть, причем довольно приятное. Прежде всего потому, что реклама в Испании

простая, понятная и добрая.

Ее сюжеты опираются на нехитрые человеческие радости, подобные тем, о которых пишет Сервантес: еда, отдых, веселая пирушка. В них много юмора, но он чуть-чуть простоват, ему недостает французского шарма или английской изысканности, зато смысл и атмосферу любой рекламы вы поймете при первом же контакте. Между прочим, эта “простоватость” нисколько не мешает испанским рекламистам получать призы в Канне, на “Эпике” и в Лондоне: и в самом деле, кому нужны заумные рекламные ребусы? Кстати, испанские метафоры — особая тема для обсужде-

ния, уж очень они непосредственны.

Классический пример — реклама ванн с гидромассажем. Поверх спокойной водной глади мы видим всякие плохие слова: “стресс”, “усталость”, “тревога”... Но вот забурлила вода — и все буквы весело смешались, ничего не осталось в мгновение ока! А вот девушка, которая едет на велосипеде по полевой дороге. Велосипед противно скрипит, и девушка останавливается и смазывает цепь питательным кремом. После чего садится на велосипед и отъезжает с прежним скрипом. Прекрасный крем, а главное — нежирный!

Еще бывает йогурт, который можно

| С такими покрышками вам не страшны никакие лужи, специальные шины против аквапланирования спасут вас на горных испанских дорогах



Hipotecas
CAJA MADRID

Quítese
un peso de encima.



Эта мадридская ипотека предлагает «сбросить ненужный груз». В роли ненужного груза — святой отец



И в каком случае мы получим более четкое изображение? Конечно, во втором. Вот что значит **SONY Super Trinitron!**



В левой ванне плавают «стресс», «нервное напряжение» и прочие гадости. Но стоит включить гидромассаж — и слов просто нет, одни буквы!



Нет ничего ужаснее, чем ощущение собственной ненужности... После того, как в продаже появились йогурты для питья, ложка повесилась с горя — кому она теперь нужна?..



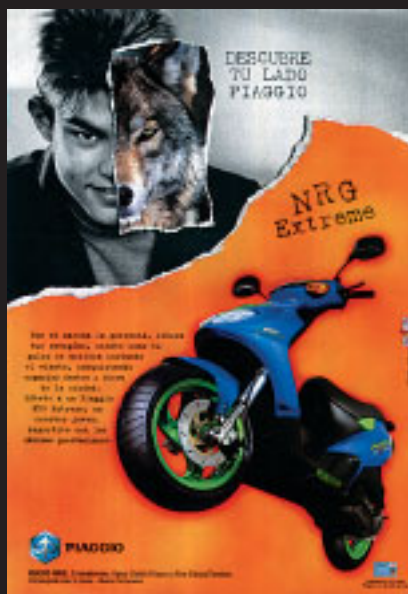
А что было бы с вами после безостановочного и беспримерного автопробега в 1400 км



Кофе: 10% бесплатно. Очень мило выглядит дополнительный объем продукта. Осталось только дожидаться аналогичного предложения от фарфорового завода!



Реклама крема для обуви: это сообщение на грязном ботинке исчезнет через три секунды.



“Открой в себе неведомое, освободи свою энергию” — призывает реклама мопеда.

Брендинг этого ликера из натуральных ягод построен на показе большой буквы Z и безыскусных радостей жизни: «Попробуй быть естественным».

«Только для великих подводников... исследователей... охотников» — даже портрет сильного мужчины можно нарисовать шутя!

реклама по-испански



пить из стаканчиков. Ложка, стало быть, уже не нужна. Совсем не нужна... И тогда одна ложка с горя повесилась. А другая — отравилась. Ужас, правда? Жаль их, конечно; но йогурт все равно будем пить прямо из стаканчиков! К тому же употреблять его можно смело, ведь к услугам самых больших любителей — солидный фитнес-центр, и вход в него явно шире, чем выход. Метафора? Конечно! Понятно? Еще бы! А как объяснить, что в каждой пачке кофе теперь прячется десять бесплатных процентов? Да очень просто, налейте все эти проценты в чашку! Запоминающийся натюрморт, не правда ли? В испанской рекламе вы не встретите того пафоса, которым зачастую увлекаются российские креаторы; а если уж без

пить мир, он приносит насилие в наше общество!" В этот момент фигура медленно поворачивается и лицо человека освещается. Это... Санта Клаус! Голос за кадром: "Пусть Рождество будет без военных игрушек!" И с рекламной эротикой в Испании все по-другому. Она присутствует, но сдержанно и неявно — как в хорошем фламенко, где страсти прячутся под недосказанностью. Пример тому — известный по "эпическим" фестивалям ролик про спичечный коробок с телефоном и инициалами P.L. Женщина, нашедшая его, грозно спрашивает у бредящего мужа: "С каких это пор ты стал курить?" А тот сбивчиво лепечет: "Нет... это я записал телефон... новой энциклопедии... они дадут нам 60 000



Реклама виски: "Мы на 70% состоим из воды. Достаточно, не правда ли?"



Очень актуальная реклама из серии «вход – бесплатно, выход – рубль!» Вход в фитнес-центр для упитанных новых испанцев явно шире, чем выход...



Вот посмотришь на такую рекламу и сразу становится ясно, что Испания — родина сюрреализма. «Когда вы последний раз чувствовали нечто подобное? Sony: эмоции без границ».

него никак не обойтись, то на помощь приходит ирония — и тогда самый торжественный слоган прозвучит смешно и мило. Даже если товар дорогой. И даже если мы обращаемся к людям таких мужественных профессий, как подводники, исследователи и моряки. Испанцы умеют воспринимать жизнь как игру; не случайно сама коррида для них — не столько героическое действие, сколько забава и фарс; а социальная реклама — не повод для ужасиков. Хотите знать, как выглядит борьба за мир по-испански? Черный силуэт в капюшоне со спины и голос за кадром: "Мы сделали этого человека одним из самых могущественных дилеров оружия на планете. И теперь, когда мы стараемся кре-

песет за нашу старую энциклопедию... если мы купим 30 томов новой..." "Вы ему верите?" — иронически спрашивают титры. "Позвоните по этому номеру и проверьте!" Быть может, подобная сдержанность сюжетов — тоже элемент национальной культуры. Как-никак — страна католическая, по воскресеньям в церквях аншлаги. Правда, на лицах прихожан особой набожности не просматривается, да и рекламисты не прочь подшутить над служителями культа: то посадят священника на спину теннисисту — дескать, "сбросьте ненужную тяжесть"; то изобразят шоколадку рядом с молитвенником — что вкуснее? После мессы публика шумно покидает храм и не менее шумно разъезжа-

ется на мотоциклах и мотороллерах. Особенно любят кататься на мотороллерах испанские старушки. В нарядных туфельках, в цветных платьях и с корзинками они носятся по улицам в клубах сизого дыма и тормозят в миллиметре от зазевавшегося пешехода. Откуда берутся такие старушки — трудно понять. Они насмотрелись рекламы, воспевающей этот вид транспорта! И, надо заметить, смотреть им было на что. "Открой в себе новые возможности!" — призывает полуношная — полуволк. Ну какая старушка устоит перед такими перспективами? Впрочем, перспективы и возможности есть не только у испанских старушек; испанские рекламисты тоже кое-что могут. Так что мотайте на ус!



Вверху — ранняя работа «Вдохновение», внизу — более поздние «Моменты вдохновения». Естественно, все началось со змеи. А закончилось искусством.

реклама по-испански

