



**Александр САЛАНГИН**

(Москва), копирайтер  
рекламного агентства  
Leo Burnett

# Улица корчится бесчеловечная, или Монолог не разрешенного к показу

Александр Салангин комментирует ролик «Балтика №3»



Часы пробили десять. Телевизор включился сам собой. Без участия человека. На экране — реклама.

В первом кадре — фрагмент улицы, угол дома, куча деревьев, проезжая часть и светлая старинная двухэтажка. В кадр въезжает поливальная машина и щедрой постпродукционной струёй постпродукционной воды поливает описанную картину. Посмотрите, как удачно коричневатый гравий задаёт тон происходящему, товарищи. И ни одного человека! Пройдёмте в следующий кадр.



Мы в некоей картотеке. Один из ящиков интригующе выдвинут. Мы не успеваем увидеть, на какой букве или на каком нарицательном или собственном имени пытаются удержать наше внимание авторы ролика, потому что камера двигается — и нам в лицо бьёт ярчайший луч солнца. Он ослепляет наше зрение, и мы шумною бесчеловечною толпою переселяемся в следующий эпизод...

Давайте на время остановим действие и подведём предварительные итоги:

1. Вне всякого сомнения, перед нами реклама пива.

2. Мы опять находимся в антропофобной реальности, исполненной метафизических реалий — пустота, расщепленная слабыми попытками оживляжа.



Впрочем, продолжим. Русский пейзаж. Умеренное укрупнение на неровную местность с классическими постройками, спрятанными в лесу. Красиво. Скоро это мимолётное виденье трансформируется в крупный план дворницкой метлы, так что давайте задержим взгляд на этой прекрасной картине. Вообще, кажется, катарсис уже должен был наступить: улица, библиотека, родные просторы — уже пора включать пэкшот. Но это только кажется!

Идём дальше. Дворницкая метла метёт достаточно вяло, мало того — мы практически даже не видим этой метлы. Судя по всему, она не входила в список разрешённых к показу предметов. Ну и ладно. Мы всё равно поняли, что имеется в виду. Имеется в виду подметание.

Переведём дух. И наконец, включим звук и посмотрим ролик заново. Звук наверняка спасёт нас — тех, кого нельзя показывать!

*«Чтобы собрать всех горожан вместе, надо покопаться в архиве и выбрать День города. Обеспечить солнечную погоду. Привести в порядок сквер в центре...»*

Мы устали от безлюдного изображения. Давайте больше не будем следить за ним глазами — выключим картинку и только послушаем звук.

*«...Вновь открыть фонтан. Пригласить духовой оркестр. Организовать уютное уличное кафе. Включить иллюминацию и устроить фейерверк. А чтобы собраться вместе, надо «раз — два — три»: «Балтика № 3». Там, где Россия.»*

Триста лет спустя об этом рекламном ролике будут говорить высочайшим слогом: «В те благословенные времена искусство подчинялось строгим жанровым законам. Лекала классицистической трагедии не предполагали присутствия человеческих образов, но от этого артефакт не только не терял — он приобретал строгие черты законченного произведения, живущего в уникальном, отведённом ему культурном русле».

Пэкшот. Все не разрешённые к показу встают и уходят — точнее, переходят — на что-то уже совсем не разрешённое к показу.

Но будьте уверены: у этой истории не будет счастливого конца. Потому что счастливый конец не предполагает безлюдья.

P. S. Этот текст написан на автомате. Практически без участия человека. Потому что мы, люди, под строжайшим запретом. ■



▲ «Чтобы устроить праздник, нужно собрать всех горожан вместе. Организовать уютное уличное кафе. Включить иллюминацию и устроить фейерверк. А чтобы собраться вместе, надо «раз — два — три»: «Балтика № 3». Там, где Россия». Работа агентства Grey Worldwide (Москва)