

# Savage: шедевр или ошибки роста?

Александр Шевелевич комментирует ролик Savage

При просмотре этого ролика невольно задаешь себе вопрос: «Что это? Пародия? Абсурд? Ошибка? Или все-таки шедевр? Любое из этих определений может подойти к данному ролику. Но ни одно из них не подходит на все сто процентов. Не дотянули? Скорее всего. Это наиболее точное определение увиденного. И тут же возникает вопрос: не дотянули до чего? До полного провала? Или абсолютного успеха? Мне кажется, что создатели ролика, сами того не подозревая, балансировали именно между этими полюсами.

Давайте вспомним ролик. В первых кадрах мы видим женский силуэт с развевающимся плащом над городом, затем в крупнении напряженные глаза. Кто это? Понтий Пилат в женском облике? Предводительница вампиров, которые пришли захватить город? Что нужно этой женщине? Мрачная музыка и черно-белые кадры заставляют смотреть дальше с особым вниманием...

Черно-серый город, грязь, огонь, ветер, мусор, страдания людей — внутренний негатив нарастает, возникает сильное ощущение социальной направленности ролика. Сейчас будут призывать к чистоте? Почему же так мрачно? Молодые, очень красивые девушки и парни отдают свои вещи, чтобы помочь нуждающимся, потушить огонь, либо просто так. Опять гадаем: что это — акция благотворительности от какого-то модельного агентства? При этом все смотрят куда-то вверх и даже в сторону от тех, кому помогают. Они смотрят на ту странную особу, которую мы видели в первых кадрах? Все-таки она их предводитель?

А дальше... «Отдай последнюю рубашку... — более чем однозначный призыв помочь кому-либо, — ...и купи новую в Savage»... О-па! Вот это развязка! Вот это не ждали! Мы уже приготовились принять социальное послание, мы уже стали почти гордиться за моделей, которые отдавали свои вещи, мы уже сами стали снимать с себя рубашки и юбки, чтобы помочь. Но не тут-то было! Нас провели! Причем на одной тональности — в конце даже не поменялась музыка, не дрогнул голос диктора... Хорошо это или плохо?

С точки зрения идеи и ее реализации — очень неожиданно. Нравится, что люди отдают хорошую одежду, значит, в Savage она должна быть еще лучше. Нравится кастинг, особенно когда девушка идет по городу в трусах. Нравится, как модели играют моделей. Но!

Не нравится, что все они куда-то смотрят. Да, в конце оказывается понятно, что глядят они на рекламную перетяжку, но сделано это не очень удачно, неестественно.

Сильно не нравятся первые планы — видимо, они сделаны для создания настроения, но это не получилось.

Не нравится работа режиссера. Есть ощущение, что и авторы, и съемочная группа стали заложниками идеи с той самой перетяжкой и для ее сохранения вынуждены были географически крутиться на небольшом пятячке. Из-за этого все истории старались увязать в пространстве между собой. Качественно это сделать не удалось, что обеднило ролик и привело к некоторым ошибкам монтажа, потере понимания происходящего. Все стало слишком сложно.

С точки зрения восприятия — ролик бесспорно запоминается. Причем, мне кажется, и сюжет, и бренд. Но вопрос в том, с какими эмоциями это застревает в памяти. Я провел небольшой тест в агентстве: практически все признали, что «послевкусие» от ролика негативное. Да, все понимают, что есть фишка и в чем идея. Но побороть в себе негатив невозможно. Отражается ли это на бренде? Наверно, да. Хотя все это очень субъективно...

Думаю, что в случае идеального воплощения данная работа могла бы претендовать на яркий пример шоковой рекламы. Достичь идеала не удалось, но за попытку — честное спасибо. Как агентству, так и клиенту. Слишком мало у нас таких примеров, поэтому к каждому из них я отношусь с трепетным уважением. А ошибки надо прощать. Это ошибки роста. ■

▶ Молодые, красивые девушки и парни раздают на улице свои последние рубашки нуждающимся и предлагают зрителям купить новые в Savage. Работа агентства Instinct (Москва)



**Александр ШЕВЕЛЕВИЧ**  
(Киев), креативный директор  
рекламного агентства D'Arsty

