



Марк ГОРОБЕЦ
(Киев), управляющий директор рекламного агентства ava brand factory/a member of publicis groupe

MTV: как получают идеальные ролики?

Марк Горобец комментирует ролик MTV

Я прокомментирую работу, которую наверняка видело огромное количество моих коллег. Это ролик MTV «Свадьба» — его невозможно забыть или перепутать с каким-нибудь другим.

На экране мы видим типичную свадьбу в ресторане, женщину-тамаду, говорящую банальности, и вяло играющего на ионике музыканта. Все, как обычно. Играет музыка, гости веселятся, и жених, уже практически лежа лицом в салате, замечает свою суженую, которая лихо выплясывает с одним из гостей. Далее события развиваются мгновенно: мы видим, как молодой человек, ухватившись за бутылку, рванул к танцующей невесте. Наш музыкант тем временем стал быстро доставать откуда-то взятую складную рамку, изобразив из нее «телеэкран». И когда жених разбил бутылку о голову гостя, все происходящее далее мы видим словно сквозь телевизор. Дополнительно в уголок экрана рука музыканта подвесила значок MTV. Появился слоган «Сделано в Румынии».

Увидев эту работу, я понял, что MTV пошло по пути известных телекомпаний, которые любят региональные сюжеты. Но при этом эмтвишники сделали два шага вперед: этот рекламный продукт без изменения актеров и музыки можно, как минимум, показать на всем бывшем постсоветском пространстве — всего лишь изменив в слогане название страны. Посмотрите вокруг — ведь вчера или позавчера вы все это видели на свадьбах, днях рождения! Это полностью отражает позиционирование MTV, которое наблюдает за происходящим вокруг и умеет это вкусно преподнести.

Анализируя чужие работы, всегда хочется критиковать и искать ошибки. Такова уж людская сущность: критика других всегда поднимает собственную самооценку человека. Но в данной ситуации хочется сделать все наоборот: каждая деталь ролика, каждое движение, каждый взгляд не просто продуманы до мелочей, ролик снят так, как невозможно сыграть!

Конечно, следует признать, что для креатива MTV — гораздо более желанная тема, чем прокладки или же семья, радостно сидящая вокруг пакета с майонезом. Наверняка клиент не просто развешивает рекламистам руки, а еще и погоняет, стоя рядом с хлыстом в кожаных шортиках.

Подумайте, что в сюжете ролика уникального? По большому счету ничего — показана ситуация, которых по аналогии можно набрать сотни. Любая жизненная сцена, пропущенная сквозь рамку со значком MTV, становится частью концепции канала: мы — часть вашей жизни и вашего сознания. И в эту рамку можно засунуть любую ЦА!

Так что вся соль — в рамке. Эта рамка со значком MTV и стала тем интересным приемом, на котором строится вся кампания. Но справедливости ради надо сказать: именно первый ролик получился наиболее успешным, поскольку дальше зрителю уже известен творческий прием, а значит, развитие событий уже менее интересно и не столь неожиданно.

Я и мои коллеги нередко становимся участниками гигантских фокус-групп, которыми являются просмотры работ на фестивалях. И я отчетливо помню реакцию зала на эту работу: не было ни одного человека, у которого эта работа не вызвала бы положительных эмоций или восторга. Все прекрасно запомнили и продукт, и слоган, чего часто не происходит с любимыми нами фестивальными работами.

Из сильных сторон ролика хотелось бы еще отметить работу режиссера и монтаж, который вообще не замечаешь, а просто «плывешь» по нему. Конечно же, актеров, хотя мне кажется, что их там совсем немного.

Ну и, наконец, у ролика есть слабая сторона: работа очень короткая! Я хочу посмотреть, куда в самом конце жених потянул невесту, это же самое интересное!

Сейчас, насколько я знаю, MTV собирается выходить на украинский рынок. Думаю, что у них даже не должно быть вопросов о лончевом ролике: музыкант с ионикой и рамкой приезжает на украинскую свадьбу... А дальше вы уже знаете! ■

◀ Свадебное веселье в самом разгаре. Один из музыкантов быстро достал складную рамку, преобразив ее в «телеэкран». И когда жених разбил бутылку о голову гостя, все происходящее далее зритель видит словно сквозь телевизор. Работа McCann Erickson (Румыния)

