

Snickers: об управляемой агрессии и симпатичных героях уличных драк

Иван Квасов комментирует ролик Snickers

В самом начале расставляю все точки над еще не написанными «i». Видеоролик Snickers'a от BBDO из Объединенных Арабских Эмиратов мне очень нравится. Пожалуй, это лучший ролик Snickers'a из всех виденных мною. Вот его краткое содержание.

Спящий город. На пешеходном светофоре оживает красный человечек. И начинает всячески дразнить своего зеленого коллегу.

И вот уже по тротуарам бегут толпы красных, ловят зеленых и бьют их. Перед кучкой красных тормозит машина... Маленькую группу зеленых окружает красная толпа. Казалось бы, положение зеленых безнадежно, но тут к ним приходит подкрепление. И красные всюду биты. Финал — несколько зеленых бойцов расположились на табло светофора, появляется красный, но его сию секунду гасят. «Snickers don't stop», что в переводе на русский значит «Не тормози, сникерсни».

Попробую объяснить, почему битва зеленых и красных человечков так меня задела.

Snickers очень агрессивен. Оно и понятно — батончик продвигается, как сгусток энергии, эдакий пищевой Duracell, универсальный и быстрый голодоутолитель. А избыток энергии располагает к резким движениям. Проблема в том, чтобы направить этот поток в нужное русло, сделать агрессию управляемой, не распухать едоков.

И тут у Snickers'a есть проверенный рецепт — фантастика. Где больше, где меньше, но сюжеты большинства роликов знаменитого батончика явно проходят по этому ведомству. Фантастичность действия позволяет решить сразу две проблемы.

Во-первых, гиперболизировать невероятную энергию продукта, а во-вторых, снизить её ударную волну, то есть, показав агрессию, не направлять ее на зрителя.

Это легко пояснить на примере киношных драк. Единоборства в китайских псевдоисторических картинах столь прекрасны и нереальны, что мы не можем заподозрить за ними реальную боль, а стало быть, и досадной жалости не испытываем.

В еще большей степени это проявляется в анимационных фильмах. Мультяшные герои гнутся и растягиваются как хотят, нечеловеческая жестокость «Тома и Джерри» никем не воспринимается всерьез.

А кто из нас не засматривался флеш-мультиками с битвой пиктограммных человечков? Там достигается максимальная степень абстрагированности — вроде и человечек прыгает как настоящий, но мы не готовы воспринимать шарик как голову.

Именно эти человечки и стали главными героями арабской рекламы. Мы видим масштабную уличную драку между красными и зелеными светофорными пиктограммами. Но ведь дерутся не живые люди, и агрессия воспринимается легко. К тому же массовость битвы придает ей поистине эпический характер, а эпосу позволено многое.

И этого бы вполне хватило для прекрасного ролика. Но ведь слоган «Не тормози, сникерсни» пока никто не отменял. И победа зеленых открывает зеленую волну для всех. Слоган живет достаточно давно, к нему привыкли, он уже не воспринимается буквально. Ролик дает возможность почувствовать свежесть старого слогана — за одно это его следует признать шедевром.

В ролике много симпатичных деталей, оттеняющих основную идею. Очень изящно подана машина, затормозившая перед толпой красных человечков. С одной стороны, автомобиль просто боялся их сбить, но с другой — отреагировал на цвет — красный сигнал светофора.

Может быть, мусульманские зрители интерпретировали победу зеленого еще и как торжество ислама? Мне судить трудно. Но если это считается, поставим ролику еще один плюсики — дополнительная лояльность бренду никогда не повредит. ■



Иван КВАСОВ

(Санкт-Петербург), крейтор рекламного агентства Great



▲ Спящий город. И вот уже по тротуарам бегут толпы красных, ловят зеленых и бьют их. Казалось бы, положение зеленых безнадежно, но тут к ним приходит подкрепление Титры: «Snickers don't stop». Работа агентства Impact BBDO (ОАЭ)

