



ГОРОДСКОЙ ПРОСПЕКТ

Рекламная пауза В... полтора часа

Наш зритель готов платить за просмотр рекламы

Впервые такое необычное желание у горожан появилось во время показа коллекции Жана Мари Бурсико «Ночь пожирателей рекламы». Тогда самые продвинутые и любопытные первыми оценили по достоинству новое шоу. Нынешняя демонстрация победителей международного фестиваля рекламы «Канские львы-2005» во Дворце культуры металлургов имени С. Орджоникидзе пришла на подготовленную аудиторию. На трансляцию роликов, сделанных в Америке и странах Запада, собралась творческая молодежь города, а также профессионально заинтересованные представители рекламных агентств и продакшн-студий.

Настоящий юмор взял реванш в народных сюжетах, понятных людям на всем земном шаре

Если первые рассчитывали просто насладиться зрелищем, отдохнуть и посмеяться от души, то вторые надеялись почерпнуть из коллекции мировых шедевров рекламного жанра новые идеи. Ожидания сии небезосновательны, поскольку сама идея Малых Кани, так очевидно переключаясь с главным кинобытием мира, подразумевает союз таланта и мастерства. Можно сказать, показ роликов на большом экране — это самостоятельный жанр «короткого кино», идущий в стиле «эппинг», процесса переключения телевизора с канала на канал.

Видеоролики канских призеров отличаются от того, что мы привыкли видеть дома по телевизору. Фестиваль отбирает шедевры, оценивая не коммерческую успешность ролика, а художественную составляющую. Российский же «продукт» отличается от иностранных собратьев предельной конкретностью в описании товаров. Нашей рекламе компотеров сложно обойтись без торжественной демонстрации мониторов, а презентация магазинов бытовой техники мало чем отличается от витрин тех

же магазинов. Наверное, поэтому среди победителей русских роликов не оказалось. Главная задача рекламного ролика — завоевать доверие зрителя за тридцать секунд экранного времени. Следовательно, нужно вызвать бурные эмоции — рассмешить, напугать или удивить. Достичь такого эффекта удалось опять-таки не всем коронованным «львам». И хотя Канский фестиваль продвигает идею интернационализма и рекламного «эсперанто», чувство юмора, видимо, остается делом национальным. Явно мимо зрителя «прошла» реклама карамелек, в основу которой легли приключения ученого, исследующего жизнь диких племен. Этого горбоносика режиссер так бесцеремонно «швыряет» по экрану, ударяя разными частями тела обо все престелости мира джунглей, что становится неудобно за полное неуважение к человеку.

Примеры черного юмора поразили своим обилием. Оказывается, для массовой культуры Европы и Америки образцом являются открытия типа «вы когда-нибудь думали о том, что придет на ваши похороны?» Неужели не думали? А вот каждый добродушный американец, пьющий Coca-Cola, только о том и мыслит. Или вот еще завязка для комедии: «После того, как я умер, жизнь стала интереснее». И далее разворачивается душещипательная история об останках веселого покойника, претерпевших «квартальную филарию» в мире, где отход не бывает. Покупатель при этом «впаривался» не услуги ритуального бюро, а всего лишь водка «Смирнов»... Впрочем, в том и состоит отличие имиджевой рекламы от «любовой», привычной для российского телевидения: порой до финального пикса невозможно догадаться, что за товар она продвигает.

Настоящий юмор взял реванш в народных сюжетах, понятных людям на всем земном шаре: вот



Фото автора

молодой любовник, обутый в сапоги-скороходы мирового бренда, уже на три круга опережает рогатого мужа, вот менты в стареньком авто отказываются преследовать новый «volkswagen». Очевидный реверанс в подборке роликов-призеров был сделан в сторону двух обувных гигантов Nike и Adidas. Слишком уж много клипов удословились почетного звания. Безусловно, роскошные, с шикарной графикой, но примитивные и прямолинейные в плане содержания, они смотрелись выходящими из первобытных эпох.

Более удачно рекламным сюжетам удалось выразить эстетику общества потребления. Если рассматривать фестиваль «Канские львы» как единое художественное полотно, получается правдивый и самороничный фильм. Его герой в пылу потребительских амбиций не замечает,

что живет в абсурдном мире искажений и подмен, для него абсолютно нормально отсутствие у соседа, скажем, какой-то части тела. Представьте: звонок в дверь, юноша смотрит в глазок и видит родителей с причудливо обрезанными головами — результатом некачественной фотосъемки. Домой он их, конечно, не пускает — сначала, мол, камеру полагается приобрести, а там поговорим. Или отец, пожалевший денег на Olympus, видит вместо дочери страшного красноплазодного ребенка. А за окном, на джуйке, мирно пасутся нелепые человекобараны, дожда карамельки ботаника из первой части. Не мир, а кунсткамера. В принципе, знаете, не так уж и страшно. Потому что привычно, да и жизнь прекрасна, пока прыгает пробка...

Очень по-доброму выглядел социальный ролик, направлен-

ный на борьбу с раком, в котором волшебник одаривает девочку кожной красивой волос. И страшно — комнаты, заполненные сигаретами, «выкуреными» семилетней Марией. «Когда курите вы, не курящие тоже курят», — напоминает слоган. А еще страшнее — девочка, неподвижно лежащая на обочине дороги рядом с ограничителем скорости. И все это в одном контексте с танцующими машинами и дурачками Кинг-Конгами. Пожалуй, ни один фильм, ни одно реалистическое шоу так точно нашу жизнь не сфотографирует.

При всех контрастах и нелепых мирах потребления должен быть дружелюбный и веселый — таковы законы жанра. А посему Гран-при фестиваля «Канские львы» достался беспечному клипу Gtt для Honda, который, по всей видимости, и нужно считать «самым креативным роликом

года». Звук недовольства «гтт», вроде нашего «тыфу», исходит от мотора. Не мудствуя над изобретением велосипеда, британское агентство сделало обычный «мультик». Под оптимистичную детскую песенку мультиканные герои в порыве негодования колотят, пытаясь вывести из строя, старенький летающий моторчик. И когда дело сделано, к нам на встречу веселой стайкой вылетают чистенькие, хромованные дизели нового поколения — пример удачного преобразования жизни с помощью автомобильного концерна. И наступают долгожданный happy-end!

Ну, а сможет ли реклама в будущем диктовать моду в мире визуальных шоу или же так и останется поводом переключить канал — зависит от вас, господа креаторы.

Юлия СЧАСТЛИВЦЕВА.

Юбилей легендарного директора

МУЗЕЙ

Первого декабря исполнится 100 лет со дня рождения Григория Носова.

Его имя тесно связано со страницами военной истории не только комбината, но и страны: слишком большую роль сыграла Магнитка в создании оборонноспособности государства и от нее во многом зависела победа.

В музее металлургического комбината к юбилею Носова подготовлена специальная передвижная выставка. Начинается она с фотографии дома в Катав-Ивановске, в котором родился и вырос Григорий Носов. Текстовые, фотографические, документальные материалы рассказывают о годах учебы Носова в Уфе на рабфаке, в Сибирском металлургическом институте, о работе в аспирантуре этого института. Текст лекций по физической химии, представленный в экспозиции, говорит о серьезной теоретической подготовке будущего директора Магнитки.

Передвижная выставка расположена в военном зале музея, где и без того все связано с именем Носова. «Передвижка» лишь дополняет экспозицию военного зала личными моментами, деталями, штрихами... Интересно посмотреть на записные блокноты директора, в которых он писал непременно карандашом, прочитав наброски его выступлений на различные темы.

Много писем-бесед, писем-просьб получал Носов. Например, И. Зальцман, директор Кировского танкового завода, просит Григория Ивановича произвести дополнительно «несколько сот тонн брони и отлить пару десятков башен» для создания нового типа танков. Тут же, на письме, подтверждение этой просьбы выразил первый секретарь обкома Патоличев. Конечно же, просьба, как и многие другие, была выполнена.

Неимоверное напряжение несли на себе металлурги комбината. Но кто измерит напряжение директора предприятия, от работы которого зависела судьба страны. До недавнего времени никто не знал, как оно отразилось на здоровье Носова. В юбилейной выставке мы впервые представили историю болезни Григория Ивановича, а также один очень показательный документ. Это копия телеграммы наркому Тевосяну, которую подписал начальник МСЧ ММК. Он просит наркома срочно дать распоряжение Носову, чтобы тот безоговорочно принял лечение в стационаре, поскольку настаивает на выходе на работу.

Наряду с другими историческими материалами музей в рамках передвижной выставки представил портретную галерею сыновей и внуков Носова. Все они связали свою жизнь с металлургией.

Татьяна ФАТИНА, сотрудник музея ОАО «ММК».

Программа для избранных

БЕЗ БУМАЖКИ...

Началось все с того, что мы узнали о программе поддержки молодых семей.

Муж сходил в Дом Советов, узнал условия, на которых выдается субсидия. Ему сказали, что наша семья может ее получить. Для этого необходимо собрать справки. Информация исходила от молодого человека, сидящего в 137 кабине — в жилотделе.

Мы начали собирать нужные бумаги. Заплатили триста рублей в регистрационную палату и двести восемьдесят — в ЦПН. Чтобы получить бумаги, пришлось отпрашиваться с работы. В семь утра пришли в жилищный отдел, заняли очередь, причем первые посетители явились в 6.00, а прием начинается в десять. Люди приходят загодя, потому что бояться не успеть: из пяти рабочих дней для приема отведено всего четыре часа в неделю. К началу приема народа собралось столько, что яблоку негде было упасть.

Люди идут в жилотдел с разными вопросами. Например, при нас один мужчина спросил, здесь ли занимается обменом ордеров. Женщина, которая вела прием, рыкнула на него так, что он аж побелел. Неужели нельзя ответить вежливо? В конце концов, она за это деньги получает.

В итоге мы попали в кабинет, где дама с забинтованной рукой, посмотрев на дату рождения мужа, швырнула документы, спросив при этом, зачем мы вообще сюда пришли. И больше разговаривать не стала. Оказывается, в программе участвуют только молодые люди до тридцати лет, а мужу 31 год, мне 29 лет, то есть мы уже стари для субсидий. Неужели трудно повесить на дверь кабинета условия получения субсидий, чтобы люди зря не приходили и не питали напрасных надежд? Интересно также было бы узнать, кто решил, что после тридцати ты перестаешь быть молодым? Почему зрелость наступает именно в тридцать, а не в двадцать пять или тридцать пять?

Что теперь вернет нам потраченное время, нервы, деньги за справки, которые из-за неверно полученной информации оказались никому не нужны? Кто ответит за оскорбление человеческого достоинства?

Очередные благие намерения наших руководителей вылились в программу для избранных, поскольку простым смертным недоступна даже информация о ней.

Елена КИРЕЕВА.

Не по совести поступок

КОПЕЙКИ?

«Пришел с почты и прямо лапашей от возмущения. Оказывается, за каждую приклеенную марку на почте берут 30 копеек. Я-то смотрел, как почтовая работница обклеивает мою бандероль марками по 10, 15 копеек, думал: как ей не лень с мелочью возиться, ведь можно одну марку за 1 рубль приклеить. Но, думаю, ладно, наверно те марки, что по рублю, кончились уже. А потом, когда стал смотреть, какие квитанции мне выдали, да еще эта почтовая работница объяснила, что так положено, — все понял. Что же это за обдираловка такая? Так можно до абсурда дойти. Можете, врачу платить за то, что он в карточке запись делает? И медсестре за то, что она рецепты выписывает? Тогда уже и кондуктору — за то, что он билеты отряпает, 6 рублей за билет и 30 копеек — за то, что оторвал кусок бумажки. Ну и продавцу, за то, взвесил кусок колбасы: за колбасу отдельно и еще за то, что отрезал, за то, что на весы положил, за то, что в мешочек упаковал... Жуть! Вокруг одно жутье! Неужели какой-то нормальный человек поверит, что есть такие правила?»

Виктор ХАБИТОВ.

Мы решили начать с поиска ответа на вопрос о работе оператора почтовой связи. На городской Главпочте ответственные сотрудники сначала удивились реакции нашего читателя, потом сказали, что деньги за наклеивание марок берут очень давно, и рекомендовали получить ответ у пресс-секретаря управления федеральной почтовой связи Челябинской области — филиала Федерального унитарного предприятия «Почта России» Ольги Давиденко.

— Действия оператора соответствуют ст. 26 «Правил оказания услуг почтовой связи», — сказала она. — Эти правила утверждены постановлением Правительства Российской Федерации в апреле 2005 года. Согласно этому документу при отправке корреспонденции марки должны наклеивать отправитель. Если от этого не делает, то оператор оказывает ему такую услугу. За каждую наклеенную марку, независимо от ее стоимости, взимается плата в размере 30 копеек.

Такие вот правила. Но непонятно, почему, прежде, чем начать марочки клеить, оператор не предупреждает, что оказывает платную услугу. И почему клеит «мелочь», а не рублевые... Хотя, в общем-то понятно... Но, «не по совести поступок».

Елизавета СОКОЛ.

P.S. Сведениями о правилах взимания дополнительной платы за другие услуги, описанные В. Хабитовым, редакция не располагает. Но кто знает, какие проекты вынашивает Правительство Российской Федерации...

Половина денег, которые идут на рекламу, выбрасывается впустую; но как узнать, какая именно половина?

Уильям Гескет ЛЕВЕР

Началась «охота» на «ГАЗелей»

АКЦИЯ

Госавтоинспекция города объявила о начале специального мероприятия «ГАЗель».

Операция, нацеленная на выявление нарушений правил перевозки людей маршрутными такси, продлится до 24 ноября. Сотрудники ГИБДД ориентированы следить за выполнением условий лицензирования, прохождением водителями ежедневного обязательного предрейсового медосмотра, со-

блюдения режима труда и отдыха. Проверят и техническое состояние автомобилей, функциональность аварийных выходов, наличие аварийно-спасательного оборудования. На особом контроле — прохождение обязательного техосмотра.

Как отмечает инспектор по пропаганде ГИБДД Магнитогорска Жанна Денисова, поводом начала очередной акции послужила тревожная статистика: в Магнитогорске за 10 месяцев в ДТП по вине во-

дителей маршруток ранено пятнадцать человек. Основной причиной стали низкая водительская дисциплина, несоблюдение предприятиями-перевозчиками нормативных актов.

Горожане, заметившие недостатки или грубые нарушения в работе «маршруток», могут сообщить об этом по телефону доверия ГИБДД, обозначенному на борту такси: 24-02-82.

Михаил ПРЯЖЕННИКОВ.

Песенная визитка города

Две пятерки Магнитогорской филармонии

Магнитогорская городская филармония была создана в 1950 году как концертно-эстрадное бюро Челябинской филармонии. Первый директор — Георгий Абрамцев, который возглавлял работу на протяжении 32-х лет. Свою деятельность бюро осуществляло на базе левобережного Дворца культуры и техники ММК.

В 1982–1984 годах директором работал Константин Марков. Самым ярким филармоническим событием этого периода стало празднование 50-летия Магнитогорского металлургического комбината. Благодаря усилиям концертно-эстрадного бюро, в нем приняли участие такие прославленные коллективы, как эстрадно-симфонический оркестр Центрального телевидения и Всесоюзного радио под управлением Ю. Силантьева, Государственный академический русский народный хор имени

Пятницкого, Государственный академический оркестр русских народных инструментов имени Ойстрапа и многие другие известные коллективы. Именно на этом юбилее народный артист России Лев Лещенко впервые исполнил песню А. Пахмутовой и Н. Добронравова «Магнитка», ставшую визитной карточкой нашего города. Совместно с МГМИ на базе бюро впервые в Советском Союзе был организован проект «Университет эстетического воспитания», получивший высокую оценку со стороны столичной общественности. В те годы концертно-эстрадное бюро размещалось на Индустриальной улице, 24.

В 1984–1991 годах коллектив продолжал развивать традиции под началом Владимира Дасаева. На долю коллектива выпала честь принимать участие в проведении 60-летия Магнитогорска. Горожане увидели своих лю-

бимых артистов: Вячеслава Добрынина, Сергея Минаева, Алису Арн, популярные группы «Ариэль», «Ласковый май», «Мираж» и другие.

Периенте перестройки лет не обошли стороной и коллектив концертно-эстрадного бюро: в 1992 году оно было преобразовано в Магнитогорскую муниципальную филармонию, которую возглавил Сергей Сечакев. Появились свои творческие коллективы и солисты. Среди них — Наталья Заварзина, ныне солистка Челябинского академического театра оперы и балета, Ольга Сергеева, долгое время работавшая солисткой московской Новой оперы, ансамбль «Родные напевы», рок-группа «Странники»...

В 1999 году филармония возглавил Анатолий Беззубкин, бывший до этого ее художественным руководителем. Получив статус муниципального учреждения,

Магнитогорская городская филармония в 2000 году переехала в просторное здание по проспекту К. Маркса, 126, ранее принадлежавшее театру кукол и актера «Буратино». Благодаря сотрудничеству с Магнитогорским домом кино, здесь создан великолепный концертный зал, оснащенный по последнему слову техники, появилась звукозаписывающая студия. Большое внимание было уделено техническому перевооружению коллективов, а само их количество заметно увеличилось. Сегодня в филармонии работают лауреат Всероссийского конкурса оркестров русских народных инструментов «Калинушка» под управлением заслуженного артиста России Петра Цокола, лауреат Всероссийского конкурса вокалистов дуэт «Порелая», солисты филармонии Сергей Деулин, Ирина Лукашенко. С большим успехом прошли

выступления Оренбургского государственного русского народного хора, ансамбля танца «Урал», ансамбля старинной музыки «Инула Магика». Уральское диспенда под управлением заслуженного артиста России Игоря Бурко, кипрского гитариста-виртуоза Димитриса Региноса, заслуженного артиста России Валерия Юрушина и группы «Новый Ариэль».

С приходом в коллектив художественного руководителя заслуженного работника культуры России Евгения Маркова создана уникальная режиссерско-постановочная группа, которая по праву стала главным автором и постановщиком всех значимых городских праздников последних лет. За эти годы филармония приняла участие в проведении Всероссийского телевизионного фестиваля «Играй, гармонь!», Всероссийского рок-фестиваля «Арт-Плат-

форма». Ежегодно проводятся концертные программы, посвященные открытию и завершению сезона, возобновлена работа по проведению новгородских праздников, продолжает развиваться гастрольная деятельность. Творческие коллективы филармонии стали частыми гостями на производственных площадках комбината и других предприятий Магнитки. За плечами филармонии успешное проведение юбилейных программ, посвященных 75-летию Магнитогорска, 60-летию Победы, 270-летию старейшего южноуральского города Верхнеуральска. В день 76-летия Магнитки возрождена традиция городского карнавала, в котором приняли участие более трех тысяч горожан. Сегодня коллективы Магнитогорской городской филармонии в творческом порыве готовы встретить свое 55-летие.

Александр БОРИСОВ.