

ГАЗЕТА
РЕКЛАМНЫХ КРУГОВ

РИЗМА

'93
АВГУСТ-
СЕНТЯБРЬ

R I Z M A

Джоана Стингрей: "Не надо мусорить!"



Джоана Стингрей: "Не надо мусорить!"

ЗВЕЗДЫ

Впервые в СССР (тогда еще СССР) она попала в 1983 году. И так получилось, что ее судьба стала тесно связана с российской рок-музыкой. Бориса Гребенщикова она называет своим наставником и учителем, а Виктора Цоя хорошим другом.

Удивительной способности советских людей мусорить на улице она поразила еще в первые годы своего пребывания в Союзе. Тогда-то и зародилась идея создать рекламный ролик, призванный не мусорить. И такой ролик появился, но позже, уже во времена перестройки. Те, кто регулярно смотрел "Музобоз", видел Джоану и наших отечественных рокеров, аккуратно складывающих бутылки, окурки и плевки только в урны. Вообще певица верит в силу социальной рекламы и уверена, что если бы Арнольд Шварценеггер сказал на всю Россию, что мусорить нехорошо, то количество бумажек, бычков и оберток на улицах заметно сократилось.

Певица обеспокоена не только мусором на улицах, но и экологическими проблемами вообще. Поэтому она принимает активное участие в работе "Гринписа" и в июне этого года в ДК им. Горбунова организовала акцию-концерт "Гринпис-рок" в котором опять

также приняли участие российские рок-музыканты. Самое главное это обратить внимание на проблему и стараться найти выходы из нее - это и делает Стингрей.

И то, что она не мусорит, не курит не пьет алкоголь, различных газированных напитков, не ест мяса, рыбу и птицу - все это правда, и является неотъемлемой частью ее имиджа, который, как она сама говорит никто не создавал. "Мне уютно быть одетой в черную одежду, я сама для себя решила не курить это все идет изнутри, и это больше я сама, чем мой имидж" заверила Джоана.

"Но не курить в вашей стране очень трудно, сетует американская рокерша. -Реклама табака, которой закрыт доступ на американский телеэкран, обрушилась на российского телезрителя. Причем "табачные" бизнесмены не жалеют денег на эфирное время. Прежде всего им нужно завоевать рынок, заставить молодежь начать курить, ну и потом они прекрасно понимают что в конце концов

российские телеэкраны закроются для роликов подобного рода. Хотя Джоана хорошо понимает, что сейчас на телевидении без спонсоров (читай без рекламы) не прожить, но в свою будущую телевизионную передачу "Red Wall" которая начнет выходить осенью этого года, она не будет вставлять табачно-водочную рекламу. Поживем-увидим. А пока певица, сидя у телевизора, все больше скучает а порой и ужасается: например, на фоне какого-то музыкального клипа известного западного исполнителя можно наблюдать бегущую строку, рекламирующую какие-то газированные напитки со склада в Москве. Джоана думает что западные музыканты, узнав об этом особенно рады не будут. Она и сама не была особенно довольна, когда такой вот случай произошел с ее роликом. Ну и, конечно, совершеннейший беспредел, по мнению Стингрей, это наложение на видеоряд рекламного ролика музыки известных групп.

В заключение я поинтересовался, в чем Стингрей видит основное различие между россий-

ской и американской телерекламой. "На основных каналах в Америке реклама очень дорогая, красивая, качественная. Но существует масса кабельных каналов и размещаемая там реклама оставляет желать лучшего. У нас в стране тоже очень много, мягко говоря, плохой рекламы, посмотрев которую не понимаешь, что, собственно, рекламируют а если и поймешь, то не запомнишь, что рекламировали, из-за серости и банальности ролика. Есть правда и по-настоящему хорошие по качеству ролики. Но, в некоторых из них, видно, что режиссер больше сосредоточился не на товаре, а на своем искусстве и занимается самолюбованием". Сама певица в рекламе сниматься не рвется, но и не осуждает тех, кто занимается этим делом. Совершенно нормально, считает она, что Гарик Сукачев рекламирует косые кожаные куртки, которые имеют прямое отношение к року, вот если бы он призвал покупать авиационные моторы или вкладывать деньги в банк, но американка надеется, что не увидит такое на своем веку.

Иван РАСПОПОВ