

Фредерик Бегбедер

99 Франков

Разумеется, новым тоталитарным режимам совершенно необязательно походить на старые. Управление государством с помощью репрессий и казней, специально организованного голода, арестов и ссылок не только антигуманно (в наши дни это мало кого волнует), но к тому же – и это можно доказать – неэффективно, а в эру передовых технологий неэффективность – страшный грех перед Господом. Тоталитарное государство, заслуживающее названия действительно «эффективного», – это такая система, где всемогущий исполнительный комитет политических руководителей, опираясь на целую армию администраторов, держит в руках порабощенное население, которое излишне даже принуждать к труду, ибо оно с радостью приемлет свое рабство. Заставить людей полюбить рабское положение – вот главная задача, возлагаемая в нынешних тоталитарных государствах на министерства культуры, главных редакторов газет и школьных учителей.

Олдос Хаксли. Новое предисловие к роману «Прекрасный новый мир», 1946

Нам всем внушают Желанья, которые нас удручают.

Ален Сушон. Сентиментальная толпа, 1993

Капитализм пережил коммунизм. Теперь ему осталось пожрать самого себя.

Чарльз Буковски.

Капитан ушел обедать, а матросы захватили корабль

THE NAMES HAVE BEEN CHANGED TO PROTECT THE GUILTY.

Все имена и названия изменены, чтобы укрыть виновных (англ.).

То, что невозможно изменить, нужно хотя бы описать.

Райнер Вернер Фасбиндер

1. Я

1

Все проходит: любовь, искусство, планета Земля, вы, я. Смерть настолько неизбежна, что всех застает врасплох. Как узнать про этот день – не последний ли он? Вы думаете, что у вас уйма времени впереди. А потом вдруг – здравствуйте пожалуйста! – вы тонете, вы утонули, ваше время истекло. Смерть – единственная встреча, не записанная в вашем органайзере.

Все продается: любовь, искусство, планета Земля, вы, я. Эту книгу я пишу, чтобы заставить моих шефов уволить меня. Если я уйду по собственному желанию, не видать мне никаких компенсаций как своих ушей. Так что я вынужден подпилить сук, на котором зиждется мое благополучие. Моя свобода называется пособием по безработице. Я предпочитаю быть вышвырнутым из фирмы, нежели из жизни, ИБО МНЕ СТРАШНО. Сослуживцы вокруг меня мрут как мухи: остановка сердца в бассейне от переохлаждения, передозировка кокаина под видом инфаркта миокарда, взрыв личного самолета, крутой автомобиль, не вписавшийся в крутой вираж. Вчера ночью, например, мне приснилось, будто я тону. Я видел, как опускаюсь на дно, глядя по пути крылья гигантских скатов и выпуская воду в легкие. Вдали, на пляже, меня звала какая-то красивая дама. Я не мог ей ответить, набравши в рот воды (соленой). Я тонул – но на помощь не звал. И все, кто находился в море, вели себя точно так же. Нырятьщики шли ко дну, не вызывая о помощи. Я думаю, мне давно пора все бросить, ибо я разучился держаться на плаву.

Все проходит и все продается. Человек – такой же товар, как и все остальное, и у каждого из нас свой срок годности. Вот почему я решил уйти на пенсию в тридцать три года. Похоже, это идеальный возраст для воскресения.

2

Именуясь я Октавом, одеваюсь в АРС. Я рекламист: да-да, это именно я загаживаю окружающую среду. Я – тот самый тип, что продает вам разное дерьмо. Тот, что заставляет вас мечтать о вещах, которых у вас никогда не будет. О вечно лазурных небесах, о неизменно соблазнительных красотках, об идеальном счастье, подкрашенном в PhotoShop'e. Зализанные картинки, модные мотивчики. Но когда вы, затянув пояса, соберете денежки и купите наконец машину – предел ваших мечтаний, она моими стараниями давным-давно выйдет из моды. Я ведь иду на три круга впереди вас и, уж будьте уверены, позабочусь о том, чтобы вы чувствовали себя облапошенными. Гламур – это праздник, который всегда с другими – не с тобой. Я приобщаю вас к наркотику под названием «новинка», а вся прелесть новинок состоит в том, что они очень недолго остаются таковыми. Ибо тут же возникает следующая новинка, которая обратит предыдущую в бросовое старье. Сделать так, чтобы у вас постоянно слюнки текли, – вот она, моя наивысшая цель. В моей профессии никто не желает вам счастья. Ведь счастливые люди – не потребляют.

Ваши страдания подстегивают сбыт. На жаргоне рекламщиков это называется «печаль пост-шоп». Вы нуждаетесь в некоем товаре, но стоит вам завладеть им, как вы уже хотите чего-то нового. Гедонизм – это не гуманизм, это cash-flow. Знаете, каков его девиз? «Я трачу, следовательно, я существую». Но для того, чтобы зародить в человеке жажду приобретательства, нужно возбудить в его душе зависть, горечь, алчность – таково мое оружие. А моя мишень – вы сами.

Я расходую свою жизнь на то, чтобы лгать вам, и за это мне щедро платят. Я зарабатываю 13 тысяч евро плюс представительские, служебная тачка, биржевые акции и golden parachute. Евро был изобретен специально для того, чтобы непристойно высокие заработки богачей выглядели в шесть раз скромнее. Много ли вы знаете парней, которые загребают бы 13 тысяч евро – в мои-то годы? Я пудрю вам мозги, а мне выдают за это новенький «мерседес SLK» (с крышей, автоматически убирающейся в багажник), или «BMW 23», или «Porsche Boxter», или «Mazda MX5». (Лично я питаю

слабость к «BMW Z3»; в нем идеально сочетаются аэродинамическая эстетика кузова и мощь шестицилиндрового мотора в 321 л.с., что позволяет за 5,4 секунды развить скорость до 100 км в час. К тому же эта машина похожа на гигантский суппозиторий, что весьма практично, если хочешь воткнуть его Земле в зад).

Я прерываю ваши телефильмы, чтобы навязать свои логотипы, а мне за это оплачивают отпуск на Сен-Барте, или в Ламу, или на Пхукете, или в Лакабане. Я заполняю рекламными слоганами ваши излюбленные журналы и получаю в награду сельский дом в Провансе, или замок в Периге, или виллу на Корсике, или ферму в Ардеше, или дворец в Марокко, или катамаран на Карибах, или яхту в Сен-Тропе. Я везде. Вам от меня не скрыться. Куда ни плюнь, всюду царит моя реклама. Я запрещаю вам скучать. Я мешаю вам думать. Терроризм, именуемый «новинкой», помогает мне впаривать вам пустоту. Спросите у любого серфингиста, и он подтвердит: если хочешь удержаться на поверхности воды, необходимо, чтобы под ногами был провал. Серфинговать означает скользить по отвесной стенке гигантской пропасти (фанаты Интернета знают это так же хорошо, как чемпионы Лакано). Это я решаю, что есть Истина, что есть Красота, что есть Добро. Это я отбираю манекенщиц, на которых вы западете через полгода. Да-да, западете как миленькие и окрестите их топ-моделями; мои девки закомплексуют любую бабу старше четырнадцати. Вы боготворите моих избранниц. Этой зимой в моду войдут сиськи выше плеч и плоская задница. Чем смелей я играю с вашим подсознанием, тем безропотнее вы мне покоряетесь. Если я нахваливаю йогурт, залепив плакатами все стены вашего города, то, даю голову на отсечение, вы его купите. Вам-то кажется, будто вы свободны в своем выборе, но не тут-то было: в один прекрасный день вы углядите мой товар на полке супермаркета и возьмете его – просто так, попробовать; вы уж поверьте мне, я свое дело знаю туго.

М-м-м, до чего ж это приятно – влезать к вам в мозги! До чего сладко владеть вашим правым полушарием! Ваши желания больше вам не принадлежат – я навязываю вам свои собственные. Я запрещаю вам желать как бог на душу положит. Ваше желание должно быть результатом многомиллиардных инвестиций в евровалюте. Это я решаю сегодня, чего вы захотите завтра.

Все сказанное, вероятно, не пробуждает у вас симпатии ко мне. Вообще-то

любой автор, заводясь с новой книгой, должен прикинуться эдаким симпомпончиком, но я не желаю скрывать правду: я нелицеприятный рассказчик. Более того, я представляю собой вполне мерзопакостную сволочь, способную загадить все, до чего дотронусь. В идеале желательно, чтобы вы уже сейчас возненавидели меня – перед тем как возненавидеть эпоху, которая меня породила.

Но самое удивительное, что все вокруг считают такую ситуацию нормальной! Эй, вы, меня тошнит от вас, жалких рабов, покорно выполняющих любой мой каприз! Ну зачем вы сделали из меня Повелителя Мира? Мне давно хочется разгадать эту тайну: как, каким образом на гребне нашей циничной эпохи рекламу провозгласили верховной властительницей? Никогда еще за последние две тысячи лет слабоумные кретины вроде меня не обладали таким могуществом.

Я хотел бы все бросить к черту и удрать отсюда, прихватив с собой башли, наркоту и парочку шлюх, на какой-нибудь дурацкий необитаемый островишко. (И все дни напролет я бы лежал и любовался, как Сорейя с Тамарой полируют друг дружке клитор, а мне – фактор.) Но нет, у меня кишка тонка уволиться самому. Вот почему я и пишу эту книгу. Меня выставят и тем самым позволят сбежать из моей золотой клетки. Я же вредоносен, так остановите меня, хотя бы из жалости! Бросьте мне в морду сто штук отступного, и я смоюсь навсегда, зуб даю! Разве я виноват, что человечество решило заменить Господа Бога товарами широкого потребления?!

Я усмехаюсь – знаете почему? Если с книжкой дело выгорит, мне не только не дадут коленкой под зад, но, наоборот, еще и зарплату повысят. Потому что в мире, который я собираюсь вам описать, любую критику глотают не поперхнувшись, наглость всячески приветствуется, донос оплачивается, поношения заказываются теми, кого поносят. Скоро у нас учредят Нобеля за Лучшую в мире провокацию, и тогда я уж точно буду первым на очереди. Бунт входит в правила игры. Прежние диктатуры боялись свободы слова, искореняли инакомыслие, сажали писателей, сжигали вольнолюбивые книги. Достославные времена мерзких аутодафе позволяли отделить агнцев от козлищ, добрых от злых. Рекламный же тоталитаризм – вещь куда более тонкая, тут легко умыть руки. Эта разновидность фашизма хорошо усвоила уроки провалов предыдущих режимов – в Берлине 1945-го и в Берлине 1989-го (интересно, почему обе эти варварские диктатуры отдали концы в

одном и том же городе?).

Чтобы обратить человечество в рабство, реклама избрала путь въедливого, умелого внушения. Это первая в истории система господства человека над человеком, против которой бессильна даже свобода. Более того, она – эта система – сделала из свободы свое оружие, и это самая гениальная ее находка. Любая критика только льстит ей, любой памфлет только усиливает иллюзию ее слащавой терпимости. Она подчиняет вас в высшей степени элегантно. Все дозволено, никто тебя не тронет, пока ты миришься с этим бардаком. Система достигла своей цели: даже непослушание стало формой послушания.

Наши разбитые жизни оформлены красивой некуда. Вот вы сами, читатели этой книжонки, наверняка сейчас думаете: «Ну до чего же он мил, этот малыш-рекламщик, плюющий в колодец; ишь как развоевался, ну да ладно, никуда ты не денешься, ты ведь в тех же тисках, что и остальные, ты будешь исправно платить налоги, как все мы!» И верно, из этого заколдованного круга выхода нет. Все двери на замке, охрана ласково улыбается. Вас держат в неволе с помощью долгосрочных кредитов, ежемесячных взносов, квартплаты. Вы не в настроении? Гляньте в окно: там миллионы безработных ждут не дождутся, когда вы освободите теплое местечко. И можете дуться сколько угодно. Черчилль давно уже сформулировал ответ: «Это самая плохая система, не считая всех остальных». Заметьте, он не стал водить нас за нос, он не сказал «самая хорошая система»; он выразился именно так – самая плохая.

3.

Сегодня в 9 утра я отзавтракал с директором по маркетингу отдела молочной продукции «Манон» – одной из крупнейших агропромышленных корпораций в мире (торговый оборот в 1998 г. – 84,848 миллиардов франков или 12,395 миллиардов евро) – в бункере из стекла и стали с дизайном в духе Альберта Шпеера. Чтобы проникнуть внутрь, надо предъявить свой бэдж: империю йогурта охраняют строже, чем военный объект. Никогда еще молочные продукты не оберегались так ревностно, как теперь. Не хватает только табличек со сроком годности над автоматическими дверями. Мне выдали магнитную карточку для входа в лифт, но сперва я прошел через предбанник с железными турникетами, как в метро, и внезапно возомнил себя такой важной птицей, точно наносил визит самому президенту республики, а не какому-то старперу-вэкашнику в полосатой рубашке. Едучи в лифте, я продекламировал сам себе строфу Мишеля Уэльбека:

Сверкая никелем, набитые кабины

Возносят на Голгофу нас, к кресту.

Повсюду секретарши-магдалины

Наводят торопливо красоту.

Как-то странно и неуютно стало мне от этого холодного четверостишия.

По зрелом размышлении приходишь к выводу, что совещание в то утро и вправду было куда важнее встречи с президентом. Более того, оно оказалось самым важным в моей жизни, ибо предопределило все, что случилось дальше.

На девятом этаже «Манон» начальство щеголяет в полосатых рубашках и галстуках с узором в виде мелких зверюшек. Директор по маркетингу непрерывно терроризирует своих ассистенток, которые пухнут от невыплаканных слез. Его зовут Альфред Дюлер. Альфред Дюлер начинает

все свои совещания одной и той же фразой: «Мы собрались здесь не ради собственного удовольствия, а ради удовольствия потребителя». Как будто пресловутый потребитель существо иной породы, «Untermensch»! От этих слов меня каждый раз мутит и тянет «похвалиться харчами» – не правда ли, странная реакция для того, кто горбатится во славу этих самых харчей?! Представляю себе, как он по утрам отдается процедуре бритья, завязывает галстук, донимает деток вопросами о свежести своего дыхания, включает на полную катушку «Франс-Инфо», читает «Эко», стоя в кухне с чашкой кофе. Он не спит с женой аж с 1975 года, но и не изменяет ей (чего не скажешь о его половине!). Он читает ровно одну книгу в год, да и та написана Аленом Дюамелем. Он носит шикарные костюмы, свято верует в свою ключевую роль в холдинге, ездит на громоздком «мерседесе», который утробно рычит в уличных пробках, говорит по сотовой «Мотороле», звонко библикающей в кожаном футляре над автомагнитолой «», откуда несутся рекламные вопли: «CASTO-CASTO-CASTORA-МА!», «МАМОНТ» СОКРУШАЕТ ЦЕНЫ!», «ВЫБИРАЙТЕ УДАЧНО, ВЫБИРАЙТЕ С УМОМ!». Он глубоко убежден, что рост производства – величайшее благо, тогда как этот самый рост все чаще и чаще выливается в «перепроизводство» (Карл Маркс), в горы бесполезных, ненужных вещей, которые рано или поздно погребут нас под собой. Ибо у него есть ВЕРА. Он обрел ее на своих Высших курсах: «Да уверуешь в РОСТ ПРОИЗВОДСТВА!» Давайте выпускать миллионы тонн продуктов, и мы будем счастливы! Слава экспансии – двигателю заводов, которые двигают экспансией! Главное – не останавливаться и ничего не брать в голову!

Мы сидим в конференц-зале, абсолютно пустом, как и все офисы мира, вокруг большого овального стола с бокалами апельсинового сока и чашками кофе, который разносит в термосе, потупив взор, рабыня-секретарша; от подмышек собравшихся несет кислым потом вчерашних вечерних бдений.

Дюлер открывает совещание сакраментальными формулами: «Все, что здесь прозвучит, в высшей степени конфиденциально; протокол вести не будем; это собрание в условиях кризиса; придется изучить возможности новых закупок, но меня беспокоит ротация; конкуренты начали активно раскручивать товар-имитатор и, согласно данным из нескольких источников, намерены захватить часть наших рынков сбыта, так что мы стоим перед лицом реальной опасности». В тот же миг все сидящие за столом начинают дружно хмурить брови. Нам бы сюда еще каски, мундиры

цвета хаки да штабные карты, и был бы точь-в-точь «Самый длинный день»!

После традиционных метеорологических комментариев Жан-Франсуа, экаунт-менеджер нашего агентства, берет слово, дабы вкратце обрисовать исходное задание; одновременно он включает проектор и демонстрирует на стене слайды.

– Итак, сейчас мы вам покажем скрипт тридцатисекундного ролика, призванного защитить «Мегрелет» от атаки дистрибьюторов товара-имитатора. Напомню стратегическую цель, поставленную во время предыдущего заседания: «Мегрелет» выходит на разрушающийся рынок как инновационный продукт и предлагает новое видение товара, благодаря новой, эргономичной упаковке.

Оторвавшись от своих шпаргалок, он меняет слайд. Теперь на стене возникает текст, набранный жирным шрифтом:

**КЛЮЧЕВЫЕ ДОСТОИНСТВА БРЕНДА (ПРОДОЛЖЕНИЕ)
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

ДЛЯ ГУРМАНОВ/УСТОЯТЬ НЕВОЗМОЖНО

**УДОВОЛЬСТВИЕ/МОДА «МЕГРЕЛЕТ» СТРОЙНОСТЬ/КРАСОТА
ПОЛЕЗНЫЙ/ПИТАТЕЛЬНЫЙ РАЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Поскольку никто не реагирует, он продолжает долдонить то, что отпечатала в Word-б его ассистентка (у которой ребенок аккурат в тот день заболел отитом в яслях):

– Как было решено двадцать третьего числа, мы вместе с Люком и Альфредом основывались на мотиве потребительской выгоды: «С „Мегрелет“ я останусь стройной и, кроме того, буду питаться разумно благодаря повышенному содержанию витаминов и кальция!» И действительно, анализ конкурирующих брен-дов в этом перенасыщенном секторе показал, что нам нужно делать ставку на двойную формулу «красота + здоровье». «Мегрелет» полезен и моему телу, и моему духу. Так сказать, и волки сыты, и овцы целы, ха-ха... кхе-кхе-кхе!..

Эта речь – плод изысканий отдела стратегического планирования (две

сорокалетние депрессушницы) и парочки замов по рекламе (птенцов гнезда дижонского – ВКК). Она составлена с учетом в первую очередь желаний и вкусов клиентов и обосновывает а priori скрипт, коим я разродился вчера вечером. Но тут наш Жан-Франсуа (или попросту Джеф) перестает хихикать, осознав, что, кроме него самого, никто не веселится. И продолжает свой танец живота:

– Мы разработали единую концепцию, которая совпадает с идеями текстовиков и одновременно способна сделать максимально привлекательным обещание бренда, в частности на уровне визуального кода. Ну вот, а теперь передаю слово Октаву.

Поскольку Октав – это я, мне приходится встать и изложить проект ролика среди гробового молчания собравшихся, демонстрируя раскадровку из дюжины цветных картинок, нарисованных нашим художником (за бешеные бабки):

– Значит, так: мы находимся на пляже Малибу в Калифорнии. Погода шикарная. Две ослепительные блондинки в красных купальниках бегут по песку. Вдруг одна говорит другой: «Ономастическая экзегеза входит в противоречие с ложной герменевтикой». На что другая отвечает: «Осторожно! Главное, не впасть в онтологическую параномазию!» А в это же время двое загорелых серфингистов препираются прямо в море: «Тебе известно, что Ницше вознес плаванию поистине гедоническую хвалу в своей книге „Ессе homo“?» На что другой сердито возражает: «Ничего подобного, он всего лишь защищал концепцию Большого Здоровья посредством аллегорического солипсизма». Мы вновь возвращаемся на пляж, где две девушки теперь чертят на песке математические уравнения. Диалог: «Предположим, что корень кубический из X изменяется как функция на бесконечности...» – «Верно, – говорит другая, – но ты еще не отделила множество, которое стремится к асимптоте». Фильм завершается показом баночки «Мегрелет» С титром: «МЕГРЕЛЕТ»– ЧТОБ СТРОЙНЫМ СТАТЬ И ПРИТОМ СООБРАЖАТЬ!»

В зале по-прежнему царит гробовая тишина. Директор по маркетингу обращает взор на бренд-менеджеров, которые лихорадочно строчат в блокнотах, лишь бы их не заставили высказать свое мнение. Наконец Жан-Франсуа решается

– правда, без особого энтузиазма – исполнить свою партию:

– Ну и, конечно, в конце мы даем обычный джингл: «М-м-м, „Манон“!»... Гм... мы решили, что это интересный поворот: представить на экране олицетворения стройности, ведущие в высшей степени интеллектуальные беседы... Кроме того, не будем забывать, что спорт на свежем воздухе все больше входит в мейнстрим. Впрочем, здесь возможны варианты: например, парочка «мисс Франция» спорит о геополитике или о Брестском мире (1918 г.); двое голых чипендейлов трактуют наготу как телесную свободу и отрицание постмодернистского отчуждения и при этом демонстрируют накачанные мускулы и т. д. Разве не забавно?!

Тут наконец прорезаются Дюлеровы замы, которые комментируют услышанное в строгой иерархической очередности: «Мне импонирует такой подход», «Я скорее за», «Я не очень убежден, хотя сразу понял замысел», «Это путь, требующий тщательного изучения»... Причем заметьте: каждый, как попка, слово в слово повторяет сказанное его непосредственным подчиненным. Наконец очередь доходит до самого Дюлера. Главный с низшими не согласен:

– К чему нам тут юмор?

В общем-то Альфред Дюлер прав: мне на его месте тоже было бы не до смеха. Давясь подступающей блевотой, я пытаюсь аргументировать свое мнение:

– Это просто необходимо для вашей марки. Юмор сделает ее более привлекательной. Он великолепно способствует запоминанию. Потребитель никогда не забудет того, что вызвало у него смех: он сможет пересказывать эту хохму на званых обедах, на работе, на отдыхе. Возьмите, к примеру, комедии, которые сейчас идут на сцене. Люди ходят в театр или в кино, чтобы хоть немного развлечься...

В ответ Альфред Дюлер изрекает следующую бессмертную фразу:

– Да, но после этого они же не едят киноленту.

Я прошу извинить меня и удаляюсь в туалет, думая по пути: «Тебе, дерьмо собачье, уже готово место в моей книге. Ты у меня будешь наипервейшим героем. Начиная с третьей главы. Которую я так и назову – „АЛЬФРЕД

ДЮЛЕР – ДЕРЬМО СОБАЧЬЕ“.

Всякий писатель – доносчик. А всякая литература – донос. Какой интерес писать книги, если при этом не плюешь в лицо своим благодетелям?! Так уж получилось, что я стал свидетелем определенных событий нашей эпохи, а кроме того, вожу знакомство с одним издателем, достаточно безумным, чтобы позволить мне их обнародовать. В начале пути я никого ни о чем не просил. Я угодил в самое сердце страшного механизма, который все перемалывает на своем пути, и не надеялся выбраться из него целеньким. Я только хотел дознаться, кто же тут в силах изменить наш мир, пока не уразумел: возможно, это я сам и есть.

4.

В общих чертах их замысел сводился к тому, чтобы уничтожить леса и заменить их автомобилями. Это даже не был осознанный, продуманный план – все обстояло гораздо хуже. Они сами не знали, куда идут, но шли и шли, беспечно посвистывая, – после них хоть потоп (притом кислотный потоп!). Впервые в истории планеты Земля все люди во всех странах задались единой целью: заработать столько денег, чтобы уподобиться героям рекламы. На остальное они плевать хотели, последствия расхлебывать уже не им.

Маленькое уточнение. Я вовсе не предаюсь здесь самобичеванию или публичному психоанализу. Я просто пишу исповедь сына тысячелетия. Слову «исповедь» я придаю в данном случае чисто религиозный смысл. Желая спасти свою душу перед тем, как свалить из этого мира. Ибо «на небесах более радости будет об одном грешнике кающемся, нежели о девятистах девяти праведниках, не имеющих нужды в покаянии» (Евангелие от Луки). Отныне единственное начальство, с коим я готов заключить бессрочный контракт, это Господь Бог. Хочу напомнить, что я пытался сопротивляться, даже сознавая, что одно лишь участие в таких сборищах, как это, уже есть коллаборационизм. Стоит сесть вместе с ними за стол в их унылых мраморных кондиционированных залах, и ты начинаешь содействовать всеобщему оболваниванию. Их выдает воинственный лексикон: слова кампания, цель, стратегия, удар не сходят у них с языка. Они планируют тактические задачи, первую атаку, вторую атаку. Они опасаются каннибализации, отказываются иметь дело с вампирами. Я слышал, что у Марса (фабриканта шоколадных батончиков, носящего имя бога войны!) делят год на 12 периодов по 4 недели каждый: там не говорят «1-е апреля», там говорят «M4H1D1»! Одним словом, генералы, затеявшие Третью мировую войну. Реклама – это техника запудривания мозгов, изобретенная в 1899 г. американцем Албертом Дэвисом Ласкером, а в тридцатые годы нашего века ее блестяще усовершенствовал некий Йозеф Геббельс – с целью убедить немецкий народ посжигать всех евреев. Геббельс был гениальным концептуалистом, асом пропаганды: «DEUTSCHLAND UBER ALLES», «EIN VOLK, EIN REICH, EIN

FUHRER», «ARBEIT MACHT FREI»... Старайтесь не забывать об этом: с рекламой шутки плохи.

Ибо разница между словами «потреблять» и «истреблять» не так уж велика.

В какой-то момент я решил, что могу стать той самой песчинкой, которая остановит этот убийственный механизм. Эдакий бунтовщик в еще плодоносящем чреве гадины, солдат-новобранец в пехоте глобального рынка. Я говорил себе:

<Невозможно захватить самолет, не войдя в него; мир нужно менять изнутри,

как считал Грамши> (Грамши, хоть он и не такой крутой, как Троцкий, проповедовал все тот же принцип «внедрения». Я мог бы процитировать здесь в том же смысле Тони Блэра или Даниеля Кон-Бендита). Эта мысль помогала мне выполнять свою грязную работенку. В общем-то парни 68-го начали с революции, а кончили рекламой; я же хотел действовать в обратном порядке.

Я воображал себя кем-то вроде либерального Че Гевары, мятежником в пиджаке от Гуччи. Вот именно: я был адъютантом командующего Гуччи! Viva Гуччи! Какой шикарный слоган! И прекрасно запоминается. Жаль только, что есть парочка проблем на уровне восприятия:

- 1) «Гуччи» звучит почти так же, как «Дуче»;
- 2) величайший революционер XX века – не Че Гевара, а Михаил Горбачев.

Иногда, вернувшись с работы в свою необъятную квартиру, я маялся бессонницей, сострадавая бездомным. На самом-то деле мне мешал уснуть кокс – от его металлического привкуса постоянно першило в горле. Я мастурбировал в ванной, куда шел за таблеткой стилнокса. Просыпался я лишь к полудню. У меня больше не было женщины.

Мне кажется, изначально я хотел сеять вокруг себя одно добро. Но это оказалось невозможно по двум причинам: во-первых, мне мешали, во-вторых я сам отрекся от своего намерения. Люди, питающие благие намерения, как раз и становятся чудовищами. Сегодня я уже знаю, что

ничего не изменю, не смогу изменить, слишком поздно. Нельзя одолеть противника, который вездесущ, виртуален и нечувствителен к ударам. Возражая Пьеру де Кубертену, я бы сказал, что ныне главное – НЕ участвовать. Нужно просто свалить подальше – как Гоген, Рембо или Кастанеда, вот и все. Удрать на необитаемый остров с Анжеликой, которая будет умащать кремом грудки Джулианы, которая будет умащать (но не кремом) мое жало. Возделывать свой сад (марихуаны), тешась надеждой, что сдохнешь раньше, чем наступит конец света. Торговая марка выиграла у людей битву в World War III. Особенность Третьей мировой войны состоит в том, что ее продули все страны одновременно. Заявляю вам с полной ответственностью: Давид никогда не победит Голиафа. Я был наивным дурачком. А наивность – не то качество, которое пользуется спросом в нашей гильдии. Вот меня и поймали. Как, впрочем, и вас – и это единственное, в чем мы с вами схожи.

5.

Я выблевал все двенадцать чашек кофе в туалете «Манон интернэшнл» и зарядил себя приличным дозняком, чтобы встряхнуться. Перед тем как идти назад, я ополоснул лицо холодной водой. Ничего удивительного, что на «Манон» не хочет горбатиться ни один креатор, – дураков нет! Но у меня в загашнике имелись и другие сценарии; я предложил проект под названием «Крутые телки»: три красотки скачут на экране под музыку соул семидесятых, целясь из пистолетов в камеру; они арестуют бандитов, декламируя стихи Бодлера и чередуя их с приемами дзюдо, ударами ногой в стиле кун-фу, прыжками, пируэтами и прочей акробатикой; одна из девиц смотрит в объектив, выкручивая руку бедняге гангстеру, вопящему от боли, и провозглашает:

– Мы не смогли бы осуществить это задержание без фруктового обезжиренного йогурта «Мегрелет». Он держит нас в прекрасной физической и интеллектуальной форме!

Это предложение было отвергнуто так же, как и все последующие:

- 1) а la «индийский структуралистский фильм»;
- 2) девица-агент 007 на приеме у психоаналитика;
- 3) римейк «Чудо-женщины» в духе Жан-Люка Годара;
- 4) лекция Юлии Кристевой, снятая Дэвидом Хэмилтоном.

Наш деревенский дурачок мирового масштаба продолжает ныть по поводу юмора:

– Вы, креаторы, воображаете себя великими творцами, только и мечтаете, что о премии в Канне, а мне нужно принимать решение go/no go по поводу этой штуки, я должен наладить сбыт продукции, перед нами стоит важнейшая задача. Поймите, Октав, вы мне очень симпатичны, и ваши хохмы меня смешат, но ведь я не среднестатистическая «домохозяйка

моложе пятидесяти», мы работаем на рынке рекламы, наш долг – абстрагироваться от собственных мнений и прислушаться к мнению потребителей, которые увидят в супермаркетах наши «гондолы».

– Не наши, а венецианские, – поправил я. – Оставьте уж гондолы Венеции.

Но Альфред-проктерианец не оценил по достоинству мое остроумие. Теперь он перешел к апологии тестов. Его «шестерки» продолжали строчить в своих блокнотах, от усердия едва не выпрыгивая из галстуков.

– Мы собрали фокус-группу из двух десятков покупательниц, и они ровно ничего не поняли в ваших бредовых сюжетах – не поняли и не смогли объяснить. Все, что им нужно, это конкретная информация: показ товара, цена товара – и точка! А потом, где она – Моя визуальная идея, где, я вас спрашиваю? Ваши творческие замыслы, конечно, превосходны, но я простой торговец, мне нужно сбывать товар, и его реклама должна запасть в душу клиента на всю жизнь. Как я буду, например, делать ее в Интернете? Американцы уже разработали «spam» – рассылку рекламы по электронной почте, а вы застряли в двадцатом веке! Нет, так дело не пойдет! Я уже избавился от иллюзий, да-да! Твердая почва под ногами – вот главное! И тогда я готов купить нечто действительно удивительное – разумеется, в границах наших требований. Я изо всех сил старался держать себя в руках.

– Разрешите задать вам один вопрос, месье: каким образом вы собираетесь удивлять своих потребительниц, если заранее спрашиваете их мнение? Разве вы предлагаете своей супруге выбрать подарок, который хотите ей же преподнести сюрпризом ко дню рождения?

– Моя жена терпеть не может сюрпризы.

– Именно поэтому она и вышла за вас?

Жан-Франсуа захлебнулся кашлем.

Я продолжал мило улыбаться Дюлеру, невольно вспоминая при этом фразу Адольфа Гитлера: «Если вы хотите завоевать любовь народных масс, говорите им самые нелепые и грубые вещи». О это презрение, эта ненависть к народу, который считают покорным быд-лом!.. Иногда мне кажется, что промышленники, так страстно желающие впарить людям свой товар, не постеснялись бы загнать их в вагоны для скота. Вы мне

разрешите еще три цитатки? «Мы добиваемся не правды, а эффекта». «Пропаганда утрачивает силу, как только становится явной». «Чем ложь грубее, тем легче ей верят». Все эти максимы принадлежат опять-таки Йозефу Геббельсу.

Альфред Дюлер меж тем продолжает свою диатрибу:

– Перед нами стоит конкретная цель – сбыть в этом году двенадцать тысяч тонн продукции. Ваши девицы, бегающие по пляжу с заумными рассуждениями, чересчур интеллектуальны; это годится для кафе «Флора», а рядовая потребительница ни шиша не поймет! Что же до упоминания книги «Ессе homo», то мне, например, ясно, о чем речь, но, боюсь, широкая публика учует тут педерастический душок! Нет, прямо скажу, вы должны все переделать с начала до конца, как это ни печально. Вам, конечно, известен принцип Проктера: «Не считайте людей дураками, но никогда не забывайте, что они и есть дураки».

– Но ведь это ужасно! Это означает, что демократия идет к саморазрушению. С такими изречениями немудрено вернуться к фашизму: сначала людей объявляют дураками, потом их под этим же предлогом уничтожают.

– О, только не вздумайте изображать здесь креатора-мятежника! Мы всего лишь продаем йогурты, а не устраиваем революции. Что это с тобой сегодня? Ты почему такой злой? Не пустили вчера вечером в «Бэн»?

Атмосфера накалялась. Жан-Франсуа попытался ее разрядить:

– Честно говоря, мне кажется, что контраст между сексуальной внешностью девушек и их беседой о герменевтике выражает как раз то, к чему вы стремитесь – красоту и интеллект... так сказать, в одном флаконе... разве нет?

– Их фразы слишком длинны для басорамы, – отрезал один из замов-очкариков.

– Позвольте напомнить вам один из наших принципов: мы добиваемся некоего юмористического сдвига (на нашем жаргоне он называется «креативным скачком»), способного вызвать улыбку зрителя и создать у него ощущение причастности, которое помогает продавать марку. Впрочем,

для так называемых проктеррианцев ваша стратегия, вы уж простите, скорее уязвима: формула «стройность и интеллект» как уникальное торговое предложение здесь прямо-таки напрашивается!!!

Жан-Франсуа знаком попросил меня не упорствовать. Мне жутко хотелось предложить им другой слоган: «Манон» uber alles», но я смалодушничал. Вам, наверное, кажется, что я делаю из мухи слона, что все это не так уж и серьезно. Но вы только вдумайтесь, какая игра велась на этой гнусной утренней сходке! Вовсе не обсуждение очередной рекламной кампании, нет, куда там! Это совещание было поважнее Мюнхенского сговора (в Мюнхене в 1938 г. руководители Франции и Англии, Даладьё и Чемберлен, сдали Чехословакию нацистам просто так, за здорово живешь, подмахнув договор на краешке стола). Сотни оперативок, подобных той, что шла сейчас в «Манон», ежедневно сдают целый мир. Тысячи Мюнхенов каждый день! То, что здесь творится, поистине страшно: это убийство идей, это запрет на перемены. Вы сидите лицом к лицу с типами, которые презирают народные массы, стремятся загнать их в рамки акта приобретения – бессмысленного, но заранее жестко обусловленного. Они заиклены на мысли, что имеют дело с умственно отсталой «домохозяйкой моложе пятидесяти». Вы пытаетесь предложить им нечто забавное, говорящее хоть о каком-то уважении к людям и способное чуточку поднять их над самими собой, потому что надо же проявить хоть минимальную вежливость, когда врезаешься со своей рекламой в их телесериал. Надо – но это запрещено. И вечно одна и та же история, каждый день, каждый час... И вечно тысячи моих братьев в своих тергалевых костюмчиках капитулируют, трусливо поджав хвост. И малодушно утешаются кто чем может. Шаг за шагом эти сотни тысяч дебильных совещаний подготавливают триумф хладнокровно рассчитанной, циничной глупости над простодушным и наивным стремлением человечества к прогрессу. В идеале, при демократии следовало бы использовать потрясающую власть массмедиа для того, чтобы будить умственные способности, вместо того, чтобы давить их. Но такого никогда не будет, ибо люди, обладающие этой властью, предпочитают не рисковать. Рекламодатели хотят, чтобы все было заранее разжевано и протестировано, чтобы вы, боже упаси, не вздумали сами ворочать мозгами; им нужно превратить вас в баранов; я не шучу, вот увидите, в один прекрасный день они отштампуют у вас на руке магнитный код. Уж им-то известно, что ваша единственная сила – в кредитной карточке. Они не хотят давать вам свободу выбора. Они хотят свести все ваши немотивированные действия к одному в высшей степени

мотивированному – к акту покупки.

Конец ознакомительного фрагмента. Читать дальше:

[Перейти](#)