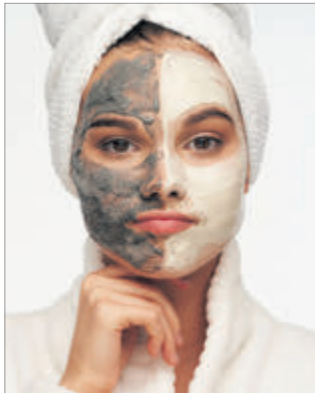


SEX=БАЛЯСЫ

РЭКЛАМА ЯК ЁСЦЬ

Як многа ў гэтым слове, пагадзіцеся... Навязлівая, інтрыгуючая, правакацыйная, фемінісцкая, сацыяльная... («Прачытала, што кампазіцыі Бетховена і Баха змяняюць раздражняльнасць. Паслухала. Па-ранейшаму хочацца камусьці ўрэзаць, але элегантна, вальсуючы») Так, мабыць, і трэба, бо рэклама па сваім прызначэнні павінна чапляць. («Яна так смачна піла партвейн з рыла, столькі курыла і так старанна мацюкалася, што адразу было бачна — дзяўчына з добрай сям'і...») Іншая справа, наколькі тактоўна яна зроблена і як яе ўспрымаюць спажываўцы, што чытаюць «паміж радкоў». («Прыняць жанчыну такой, якая яна ёсць, можа толькі зямля») А нагодай для гэтых нататак стала навіна пра тое, што брэнд адзення Voohoo паказаў, як выглядаюць іх мадэлі ў купальніках, калі адкінуць усе хітрыкі з ракурсамі. («Сэлфі ў стрынггах. Спакусліва адтапырыла дупу. Злёгку прыкрыла твар рукой. Не ад сораму, а таму што так зараз прынята») У той час як брэнд адзення па ўсім свеце працягваюць наймаць на здымкі дзяўчат з ідэальнай знешнасцю і бязлітасна рэтушуюць фота, не пакідаючы нават намёку на тое, што яны — рэальныя людзі, кампанія вырашыла пайсці па іншым шляху. («Не глядзі на фатаграфію, я там выродлівая. А ну, аддай! — Дзяўчына, супакойцеся! Страховачку і тэхпашпарт на машыну, калі ласка!») Замест гэтага ў сацыяльных сетках было паказана, што іх адзенне носяць цалкам звычайныя жанчыны. («Сёння перамерыла ўвесь стары гардэроб. Падышоў толькі шалік») З цэлюлітам, расцяжжамі, жыватам, які звісае.



На калажах, якія былі апублікаваны брэндам, мадэлі стаяць у іх купальніках, паміж фота ёсць невялікая, і ў той жа час велізарная розніца. («Здымак з пляжа. Трымаю над галавой парэа, што трапечацца на ветры. Адно ножку паставіла на носок. Гэта абавязкова. Асноўная задача — паказаць вязаны купальнік. Таму што вязаныя купальнікі — гэта трэнд. А я трэндсэтар. Трэба папрасіць бабулю звязаць яшчэ адзін. І заадно плаўкі для Валеры») На адным здымку дзяўчына стаіць у выйгрышной позе і яе фатаграфуюць з удалага ракурсу — выходзіць прыгажуня з вокладкі. («Відэа з фітнес-клуба. Іду па беговой дарожцы. Кажу пра тое, што пасля свят цяжка прыходзіць у форму, таму прабегла ўсяго дзевяць кіламетраў. Маўляў, для мяне гэта настолькі натуральна, як дыхаць. Прымушаю вас адчуць пачуццё віны і прыгадаць, калі апошні раз былі ў спартзале. Як бы выпадкова паказваю плоскі жывот») Другі ж здымак зроблены без асаблівых намаганняў і вынік там зусім іншы. («Чаму ты не ўсміхаешся на гэтых фатаграфіях? — Мне больш засмучае пытанне, што я ўвогуле на іх раблю») Серыя здымкаў знайшла вялізарны водгук у шматмільённай аўдыторыі брэнда. («Я доўга стаяла каля адкрытага халадзільніка і ўзмоцнена скідвала вагу слязьмі») Пад кожным пастом дзяўчаты пісалі, як такія, здавалася б, нязначныя публікацыі могуць падняць самаацэнку як дзяўчатам-падлеткам, залежным ад сацыяльных сетак, так і дарослым жанчынам. («Снедай, як каралева! Абедай, як каралева! Вячэрай, як каралева! І памятай, што ты не тлустая. Ты — каралева!»)

Дарэчы, гэтак жа годна летася наша славуца «Мілавіца» прэзентавала сваіх новых мадэляў і іх «гарачую» фотасесію. («Жыву, як паня! Сёння, напрыклад, пажадала клеіць шпалеры») Усе яны працуюць і вучацца ў Беларусі. Сярод пяці прадстаўніц кампаніі была першая цемнакурая дзяўчына, мулатка, сярод астатніх — мадэлі азіяцкай знешнасці, а таксама мадэль «сайз-плюс». Рэкламная акцыя прайшла пад дэвізам «Дзяўчаты ва ўсім свеце розныя, але кожная — асаблівая жамчужына». («Аб'ява: «Прадам шлюбную суценку. Шчасліваю! Пяць разоў выходзіла ў ёй замуж і заўсёды ўдала!»)

Дарэчы, калі працягнуць рэкламную тэму нашых рэалій, зноў жа летася было абвешчана аб адкрыцці ў Мінску па расійскай франшызе кальяаннай з дзёрзкай назвай Nuañile. («Як толькі ты знаходзіш сваю палавінку, побач пачынаюць кружыць іншыя палавінкі, якія прымушаюць цябе сумнявацца») А крэатыўны ход ААТ «Брэсцікі панчошны камбінат» да 1 красавіка ў мінулым годзе? Памятаеце, паведмлялася напярэдадні Дня дурня, што ён выпусціў серыю шкарпэтак, упакаваных, як прэзерватывы? («Прызнаюся вам шчыра: мне страшна мець дзяцей, таму што калі-небудзь ім абавязкова давядзецца дапамагаць з матэматыкай») Прадукту далі назву «кандашкарпэтка» (ад англійскага condom — прэзерватыў і sock — шкарпэтка). («Мне патрэбны моцныя эмоцыі. Пайдзі, правяду сваю рэшту па крэдыце») Кожная пара кандашкарпэтак была згорнута ў выглядзе абаранка ў пластыкавую ўпакоўку. («Найлепшы падарунак на дзень нараджэння мужа — гэта грошы... І падарунак зрабіла, і фінансы ў сям'і засталіся») На зыкетку быў нанесены QR-код, які выводзіў на відэаінструкцыю аб правільным (???) выкарыстанні кандашкарпэтак. («За кожным вялікім мужчынам стаіць жанчына, якая кажа: «Я ж прасіла купіць абястлушчанае малако. Сярожа, ты ж матэматыцы вучыўся, тут 2,5 працэнта. Ты сляпы, ці як?»)

Як да ўсяго гэтага ставіцца? Асабіста на мяне рэклама (даруіце, да тычыны да яе) не ўздзейнічае, я ўспрымаю яе выключна з гумарам, чаго і вам жадаю. («Ці згодны ты быць з ёю ў багаці і бядноце, у здароўі і хваробе, пакуль смерць не разлучыць вас? — Так, не, так, не, не») Кастусь ХАЦЕЛАЎ-ЗМАГЕЛАЎ.

«Маглі б іграць нават на Месяцы»

(Заканчэнне. Пачатак на 1-й стар. «ЧЗ».)

Марык: — Я прыйшоў у гурт праз дэпрэсію. Глыбокую. (Усе смяюцца.) А калі сур'ёзна, менавіта ў гэтым праекце для мяне ўсё супала.

Да гутаркі далучылася вакалістка Аксана, якая расказала, што сама калісьці знайшла хлопцаў па аб'яве на музычных форумах. Таму калі гурту быў патрэбны гітарыст, ведала, дзе яго шукаць. Так знайшоўся Марык.

Па словах Ягора, не ўсе ў калектыве маюць музычную адукацыю. У яго, напрыклад, з «музыкалкай» у дзяцінстве не склалася, таму амаль усё спасцігаў сам, дапамагалі хлопцы, а на бас-гітары вучыў іграць лідар гурта «Куклы» Сяргей Дубовік. А Аксана закончыла музычную школу па класе фартэпіяна. Дзяўчыне заўсёды падабалася цяжкая музыка. У гурт яна прыйшла ў 2014-м і, як гаворыць, затрымалася. Акрамя музычнай дзейнасці, у маладых людзей ёсць работа, якая прыносіць пастаянны даход. Ягор выкладае гітару анлайн. Марык займаецца аранжыроўкамі і кампазітарствам. Па словах гітарыста, музыка на цяперашні момант — гэта тое адзінае, чым ён зарабляе, да таго ж гэты занятак прыносіць дывідэнды. Хлопец прымае ўдзел у здымках фільмакляпа вядомага беларускага рэжысёра Данііла Філіповіча. На маё пытанне пра акцёрскую адукацыю Марык жартуе, што замест гэтага ў яго ёсць адкрыты паток з космасам і харызма. Работа Аксаны далёкая ад музыкі, дзяўчына — спецыяліст па сертыфікацыі, таму музыка для яе — гэта спосаб выплюхнуць эмоцыі, разгрузіцца.

— **Атрымліваецца, што музыка ў вас як хобі?**

Ягор: — Для мяне гэта, хутчэй, стыль жыцця, хобі гэта складана назваць. Гэта тое, без чаго яно быццам губляе сэнс, колеры і ўсё астатняе. Атрымліваецца нейкая руціна.

Поўным складам музыканты рэпэціруюць раз на тыдзень, але дома самастойна займаюцца кожны дзень. Да напісання песень калектыву стараецца падыходзіць па-рознаму, галоўнае, каб у гэтым прымалі ўдзел усе. Нехта адзін прыдумляе тэкст, а вось музыку пішуць разам. Атрымліваецца калектывная творчасць. Асаблівага рытуалу, каб неяк настроіцца перад канцэртамі, у іх няма. Звычайна збіраюцца ў грымёрцы, тое-сёе абмяркоўваюць і, як гаворыць Ягор, «ідуць у бой».



— **Памятаеце сваё першае выступленне?**

Ягор: — Так, каленкі трэсліся. Гэта было яшчэ ў школе на нейкім мерапрыемстве. На самай справе цікава адчуваць кожны раз невялікае хваляванне. Калі ты перастаеш хвалявацца перад выхадам на сцэну, гэта дрэнны званочак.

Марык: — Хвалявацца абавязкова трэба.

Аксана: — Калі я толькі трапіла ў гурт, мне казалі, што надта доўга ўцягвацца не варта, і ў наступным месяцы мы «бахнулі» першы тады для мяне канцэрт. Было так хвалююча, баялася, што падвяду хлопцаў. І да гэтай пары хвалююся.

— **А бывае, што рэакцыя публікі здзіўляе? І хто ваша аўдыторыя?**

Марык: — Рэдка, але бывае. Заўсёды ёсць хоць адзін чалавек, які слухае цябе. І калі мы іграем толькі для яго, гэта ўжо дае шмат энергіі. Значыць, не ў пустэчу ўсё робім. Наша аўдыторыя — 22—35-гадовыя хлопцы і дзяўчаты, якім падабаюцца «Сплін», «Арыя», «Слот», «Неопатэ», карацей, рускамоўны альтэрнатыўны рух.

Мінулы год для гурта быў яркім на падзеі: яны ўвайшлі ў топ-10 сярод гуртоў краін СНД па галасаванні слухачоў першай прэміі незалежнай музыкі Jager Music Awards. Таксама «НІТН» спявалі на фестывалі II Еўрапейскіх гульні, сёлета ж у сувязі з эпідэміялагічнай сітуацыяй пра выступленні прыйшлося забыцца. Аднак, па словах удзельнікаў калектыву, усё пакрысе пачынае працягвацца, і нядаўна рокеры далі канцэрт у клубе «Бруге». А для ўсіх ахвотных пачуць іх песні — «Нет предела», «Мой мир», «Реквием», «Сожги», «Свеча», «Фобия» і іншыя — магчыма на мінскіх пляцоўках, а таксама ў сацсетках: «УКантакце», Instagram, праграме Spotify, Яндекс.Музыка, на канале калектыву ў YouTube.

— **Які жанр і стыль вашай музыкі?**

Ягор: — Гэта пытанне мяне заўсёды ставіць у тупік (задумваецца). Мінулым разам нас апісалі як экс-

перыментлор. А што датычыцца стылю, гэта філасофія асабістых перажыванняў разам з цяжкімі рыфамі, музыкай.

Марык: — А я дакладна разумею, што гэта альтэрнатыўны рок.

— **Вы самі прыдумляеце свае вобразы?**

Ягор: — Разам ствараем. Нядаўна прыйшлі да кігурумі. У кожнага была свая піжама — у кагосьці — Супермена, у кагосьці — Бэтмена.

Аксана: — На апошнім канцэрце я спявала ў гарсэце і ў ваўняных шкарпэтках! Выступаць нятульна, цяжка дыхаць. Мне Марык гаворыць, ты вельмі мала размаўляла паміж песнямі, а я адказала, што проста дыхала! У такім вобразе хоць і прыгожа, аднак не вельмі камфортна.

Марык: — Дзяўчынка павінна вылучацца, калі яна ёсць у калектыве — гэта заўсёды прыгажосць, гэта кветка. Мы Аксану літаральна носім на руках. (Смяюцца разам.)

— **Калі б у вас была магчымасць пажыць у іншай краіне, што гэта было б за месца?**

Ягор: — На Месяцы, каб іграць Сусвету і зоркам. Чаму вы вырашылі, што на Месяцы няма жыцця? Лунацікам гралі б там (смяюцца).

Па-за межамі музыкальнай сферы мае суразмоўнікі цудоўна сябруюць. Аднак адпачываць любяць па-рознаму. Як гаворыць гітарыст, цішыня для яго — найлепшы адпачынак, а яшчэ ён вельмі любіць танцы і не так даўно захапіўся MMA — змешанымі баявымі мастацтвамі. Па словах Аксаны, ёй даспадобы бавіць час як у гучных кампаніях, так і ў спакойнай атмасферы са сваім чатырохгадовым сыночкам, не супраць яна і паляжаць у ваннай з кніжкай. Ягору зусім цяжка вылучыць нешта адно. «Кніжкі люблю, анлайн-курсы, я зараз у іх. Праз вірус многія з апошніх сталі дасягальныя, праходжу іх на англійскай».

Каманда лічыць, што для таго, каб стаць вядомымі, неабходна перш за ўсё быць шчырымі і сумленнымі, быць сабой. Для стварэння планаў рокеры абіраюць начны час, самы прадукцыйны, на іх думку. Зараз у іх ёсць свой, як яны лічаць, паўканструктыўны план, па якім рухаецца калектыву.

Аксана: — Працяглы час мы знаходзіліся не ў поўным складзе і нават у нейкім зацішшы. Не выступалі, нас ніхто не бачыў і не чуў. Таму пакуль не хочам раскрываць усе свае планы.

Надзея ЗУЕВА.
Фота аўтара і з архіва музыкантаў.

ЧЫРВОНКА
ЧЫРВОНАЯ ЗМЕНА

РЭГІСТРАЦЫЙНАЕ ПАСВЕДЧАННЕ № 12
ад 19 лютага 2009 года выдана
Міністэрствам інфармацыі Рэспублікі Беларусь.
Заснавальнікі газеты —
рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова «Выдавецкі дом «Звязда»,
грамадскае аб'яднанне «Беларускі рэспубліканскі саюз моладзі».
Дырэктар — галоўны рэдактар
КАРЛЮКЕВІЧ Аляксандр Мікалаевіч.

Адказны за выпуск: рэдактар аддзела
Надзея НІКАЛАЕВА, рэдактар аддзела Сяргей РАСОЛЬКА.
Выдавец — редакцыйна-выдавецкая ўстанова «Выдавецкі дом «Звязда».
Адрас рэдакцыі: 220013, г. Мінск, вул. Б. Хмяльніцкага, 10А.

Кантактныя тэлефоны: 292 44 12, 311 17 41.
e-mail: info@vziazda.by

Газета адрукавана ў Рэспубліканскім унітарным прадпрыемстве
«Выдавецтва «Беларускі Дом друку».
ЛД №02330/0494179 ад 03.04.2009.
220013, г. Мінск, прасп. Незалежнасці, 79/1.
Тыраж 14.804.
Нумар падпісаны ў 19.30 02.09.2020 г.