

18+

александр  
постанович

XXL



# Александр Постановович

## XXL

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=64203603](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=64203603)*

*ISBN 9785005337214*

### **Аннотация**

Как придумывать новое в мире, где все придумано? И как не потерять себя в мире, где всего так много? Будь ответы на эти вопросы рыбками, вероятно, они бы плавали где-нибудь в водах креативной индустрии. Туда мы и направимся: добро пожаловать на борт рекламного агентства XXL. Занимайте места поудобнее и не стесняйтесь хватать рыбок: они особенно хорошо ловятся, когда знают, что вы готовы их поймать.

# Содержание

Глава 1	15
Глава 2	31
Глава 3	37
Глава 4	55
Конец ознакомительного фрагмента.	83

# XXL

## Александр Постановович

Евгения Вараюнь *Иллюстратор*

Малика Колесова *Редактор*

Мария Яковлева *Корректор*

Анастасия Поликарпова *Корректор*

© Александр Постановович, 2025

© Евгения Вараюнь, иллюстрации, 2025

ISBN 978-5-0053-3721-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Родители хотели, чтобы я стал писателем. Как люди предприимчивые, свое необоснованное желание они тут же подкрепили действием: в средней школе мне в учителя наняли филологическую девушку. Девушка эта писала рассказы и даже выиграла какой-то конкурс. По задумке, она должна была помочь мне развить литературное мастерство.

Мы занимались год: читали короткую прозу, изучали художественные приемы и техники построения сюжета, тянули русский язык за хвост. В конце нашего импровизированного курса она дала мне задание – попросила написать рассказ

на одну из двух тем: о тортиках или об охотниках. Выбор, прямо скажем, сложный. Я не стал его делать и написал рассказ, в котором охотники после работы ели тортики. Прочитав это, девушка десять минут плакала, а потом сказала, что больше не может со мной заниматься, ей стыдно брать у моих родителей деньги – год занятий, а толка никакого.

С тех пор я точно знаю, что писать книги – мое призвание: не каждый может текстом довести человека до слез. У меня это получалось еще в детстве.

И все-таки написать первый роман – сложно. Как и в любом деле, тут пригодилась бы подготовка, наставники, а никаких знакомых из литературного мира у меня со времен сочинения про охотников и тортики нет. Пришлось выкручиваться: на роль наставников я выбрал три книги с гордым заявлением на обложке – «бестселлер». Это книги о том, как писать книги. Я попытался найти другие произведения их авторов, но не смог. Выглядит подозрительно – надо попробовать! В конце концов, если не получится, всегда можно написать книгу советов для начинающих авторов.

Мне нечего скрывать, поэтому я намерен показать не только свой роман, но и процесс его создания. Еще я буду приводить советы из книг о писательском мастерстве: по мнению их давателей, эти советы помогают улучшить текст.

Все три книги, выбранные мною на роли наставников, написаны разными авторами. Это значит, что мы можем легко

запутаться в именах и наверняка так и сделаем. Чтобы отрезать нам любой шанс на путаницу, предлагаю объединить этих трех авторов в одного мегаавтора. Назовем его Евангелиной Глорией.

Итак, мой помощник в создании этого романа – Евангелина Глория, известный литератор, публицист, автор трех бестселлеров о том, как писать книги, за свою карьеру написавшая три бестселлера о том, как писать книги.

Знания не открываются человеку сразу, настоящие знания нужно заслужить, выстрадать, к ним нужно пробиться. И Евангелина Глория отлично это понимает. Если вы думаете, что она с первой же страницы своих бестселлеров открыла мне путь к писательским инструментам, вы глубоко ошибаетесь. Прежде чем посвятить в свои секреты, она водила меня долгими извилистыми дорожками. Примерно треть каждой книги Евангелины посвящена этим дорожкам. Вот краткое содержание того, что мне пришлось преодолеть:

Евангелина Глория также перечислила восемнадцать вероятных страхов, которые могут помешать в написании книги. Я не испытывал никаких страхов до того, как прочитал о них, после – все восемнадцать. К счастью, в конце главы о страхах Евангелина добавила мотивирующее «вперед!». Наверное, это должно было возратить уверенность. Боже, благослови читателей Евангелины Глории.

Прежде чем приступить к роману – когда же наконец? – Евангелина Глория советует заранее прописать всю историю,

сюжетные повороты и финал. Забыть иллюзию о творчестве, которое рождается на ходу. Никакого «на ходу», творчество – это ремесло, а заранее подготовленный план упростит процесс. Кроме того, Евангелина советует составить досье героев, знать о них больше, чем рассказывается на страницах. Предлагаю не откладывать это упражнение и прямо сейчас составить досье на Евангелину, ведь она тот еще герой!

### **Досье Евангелины Глории**

*Имя, фамилия, прозвище*

Евангелина Глория (урожденная Ева Голованова)

*Почему так назвали, связана ли с именем какая-то история*

Потому что «проповедует (продает) величие»

*Возраст*

49 лет

*Комплекция*

В теле

*Место жительства*

США

*Место рождения*

Чехословацкая Социалистическая Республика

*Кем мечтала стать*

В раннем детстве хотела стать китом.

Потом снизила планку до телеведущей

*Кем стала*

Сертифицированным тренером писательского мастерства

*Как живет*

Верит, что много работает. Активно ведет блоги в соцсетях.

В свободное время перманентно пытается похудеть, в основном перманентно поправляется.

Интересуется социальными, политическими, культурными явлениями, психотерапией. Пытается объединить все в складную картину мира, мыслями делится с аудиторией

*Уровень счастья*

Субъективно низкий

*Уровень дохода*

Объективно высокий

*Семейное положение*

Второй раз замужем. Есть дочь-подросток и маленькая собачка Мандарин

*Как выглядит ее жилище*

Трехкомнатная квартира на втором этаже высотки в Лос-Анджелесе. Обычно Евангелина оставляет за собой беспорядок, два раза в неделю его устраняет уборщица.

В квартире есть рабочий кабинет. Недавно купила себе модный беговой рабочий стол, чтобы работать стоя и бегать. Работает лежа

*Вредные привычки*

Заедает стресс.

Ведет блоги в соцсетях

*На чем передвигается*

Ее возит помощник-фанат

*Интересы сейчас*

В свободное время вяжет, называет это занятие медитативным, говорит, что во время вязания приходят лучшие идеи.

Смотрит новые фильмы, чтобы поддерживать статус эксперта. Разбирает для аудитории, с помощью каких сценарных приемов они сделаны.

Любит зайти с утра в кафе, читает бумажную книжку, пока ей несут завтрак. Понимает, что это стереотипно, но делает осознанно: через стереотип чувствует себя богемно

*Есть ли друзья, сколько, кто лучший*

К людям не привязывается, так как боится потерять.

В общении ведет себя инфантильно, на встречи всегда опаздывает, о планах забывает (делает это неосознанно, ей нравится, чтобы с ней нянчились).

Друзья – это читатели ее блога, фанаты, готовые следовать за ней и обожать. Окружает себя только такими. Называет их своей стаей

*Как проводит время с друзьями*

Обсуждают фильмы, книги, сюжеты.

Они просят у нее советов по ведению собственных блогов.

Рассказывает им про индустрию Голливуда, жалуется на свою борьбу с весом

*Отношение к религии и политике*

Выгодное. Если отношение к религии и политике помогает продать курс, оно есть. Если не помогает, его нет.

Транслирует только «продающие» ценности

*Любовь для нее – это*

Уверенность, что ее не оставят

*Самое странное, что случилось с ней в жизни*

В семнадцать лет она сбежала из дома, кое-как доехала до хорватского побережья Югославии, оттуда на пароме переплыла в Италию, через два месяца добралась до Португалии, сговорила с капитаном круизного корабля и переплыла через Атлантику до Америки, там попросила политического убежища «из-за гонений за свои антикоммунистические взгляды», выдуманные в пути через океан.

Историю своего бегства она каждый раз рассказывает на тренингах писательского мастерства, когда кто-нибудь спрашивает, какие популярные книги она написала.

Звучит ее ответ примерно так: «Хороший вопрос! А вы хотя бы знаете, как сложно написать и издать книгу, если ты родился в стране, где все равны? Если в молодые годы тебя вынудили бежать от коммунистического режима?..» – дальше следует душераздирающий рассказ о тяжелой судьбе, после которого бесчеловечно ее в чем-либо упрекнуть

*О чем бы хотела забыть*

Отец-алкоголик, бедное детство и желание сбежать

*Ее страх*

Быть осмеянной

*Ради чего готова пойти на все, пожертвовать собой*

Говорит, что однажды уже пошла на все, чтобы вырваться из нищеты

*Чего никогда не простит*

Непризнание

Прочитал это и понял, как хорошо, что авторы не приводят в текстах досье героев! Кажется, теперь мы знаем о Евангелине Глории гораздо больше, чем хотелось бы. Обещаю, больше никаких досье в книге.

«Сложнее всего, – говорит Евангелина, – начать, написать первый абзац». К счастью, я прошел этот шаг до того, как Евангелина сообщила, что он самый сложный. А вот что действительно сложно – придумать героям имена. Хочу я, например, назвать героиню Ольгой, но не слишком ли это просто? С одной стороны, имя популярное, а значит, история вполне могла произойти где-нибудь рядом с каждым из нас. С другой – имя достаточно простое, чтобы кто-нибудь из читателей подумал: «Ну и имя: у писателя не хватило фантазии придумать что-нибудь более интересное? Можно же было оригинально, как все, сделать какую-нибудь аллюзию на мифологию или библейские сюжеты».

В ответ на упрек я мог бы назвать героиню Аделаидой. Кажется, если ты Аделаида, у тебя гораздо больше шансов попасть в интересную историю. Но нет, все-таки Аделаиде придется отказать: есть ощущение, что людям с именами Аделаида и Евангелина будет слишком тесно в одном произведе-

дении.

Я даже пробовал схитрить: начать с кодовыми именами X, Y, Z и уже как-нибудь по пути заменить их на человеческие. К сожалению, план быстро провалился: в какой-то момент героев становится слишком много, и ты уже не можешь вспомнить – U говорил вчера вечером с T или W? Знакома ли R с B, или они женаты семнадцать лет и уже, скорее всего, не знают друг друга? Как корабль назовешь, так он и поплывет: герои без имени в основном хорошо тонут.

Нужно принимать решение. Как сказали бы горе-родители, чей младенец на третий год все еще оставался безымянным: «Ладно, давайте остановимся на Кате. В конце концов, так звали бабушку». Выбрано – Катя!

На этом моменте начинается история: мы с Евангелиной ненадолго отступим за границы верстки, чтобы не мешать сюжету. В добрый путь, или, как сказала бы Евангелина, вперед!

Начало. Вступление от Евангелины Глории

О чем эта книга

В чем фишка этой книги

Как родилась идея этой книги

Как я писала эту книгу

Мысли об этой книге

Для кого эта книга

Кому и зачем нужна эта книга

Кому эта книга не подойдет

Что с этой книгой делать

Что, если я не хочу писать книги

Что, если я хочу писать книги

Число Данбара и эта книга

Обязательное условие работы с книгой

Как подготовиться к чтению этой книги

Ответы на популярные вопросы о книге



# Глава 1

## **в которой рекламное агентство XXL открывает перед нами свои двери, Катя получает задание, а Евангелина дает ценные советы**

Чтобы попасть в рекламное агентство XXL – а именно туда нам и надо, ведь в нем уже четвертый год работает Катя, – придется собраться с духом и отправиться на станцию метро «Шоссе Энтузиастов». В начале XX века здесь проходила дорога, по которой заключенных отправляли в ссылку. В середине XX века тут стояли заводы «Электродный», «Радиоприбор», «Москабель» и «Прожектор». В конце XX века участок этого шоссе называли «Долиной Смерти» из-за большого количества ДТП с тяжелыми последствиями. Наконец, в наши дни здесь расположилось креативное агентство XXL. Ура!

Проходите, вам на второй этаж ближайшего к метро торгового центра. На ресепшен вас встретит Юлия. То есть, скорее всего, выпучит глаза и нетерпеливо, с легким оттенком раздражения спросит: «Вам кого?!» Вы можете удивиться такому приему и будете правы. Обычно от человека у административной стойки ожидают вежливости, доброжелательно-

сти и опрятного вида. Юлю, очевидно, брали по другим критериям: чтобы понять их, придется немного углубиться в историю. XXL – очень старое агентство: в России старость наступает раньше и для юридических лиц. В свои двадцать лет XXL считается почти древним. Руководитель агентства Вася Михельштейн основал его в конце девяностых, когда главным качеством человека на входе было умение отбиваться. До рекламного агентства Юля работала секретарем в прокуратуре. Ее хорошо понимают наркоманы, громилы, грузчики, пьющие курьеры, правительственные чиновники и руководители торгового центра на шоссе Энтузиастов. Правила игры давно изменились, но Юля – самый бывалый работник агентства, ее принимают такой, какая есть, уважая жизненный опыт. Она – цербер на цепи Михельштейна.

Если вы не растерялись и справились с ответом на вопрос «вам кого?!» – добро пожаловать внутрь! Слева от вас трехметровая фотостена, на ней в мультяшной манере специально приглашенный дизайнер нарисовал всевозможных уродцев: чудовище Франкенштейна, зеленую голову свиньи, кислотное облако с торчащими из него костями, гигантскую синюю мышь с красными крестиками вместо глаз – зрелище достаточно странное, а значит, ему самое место в креативном агентстве. Что-то такое и ожидают увидеть клиенты, приезжая на переговоры. Никто не закажет у вас рекламу, если в вашем офисе нормальные стены.

Сразу за стеной с уродцами начинается идущая наис-

кость стеклянная стена, она отделяет команду Спецпроектов от остального опенспейса. Или, если посмотреть иначе, ограждает опенспейс от команды Спецпроектов, потому что ее участники – это отряд самоубийц, самая токсичная часть XXL. Если человек выжил в отделе спецпроектов, этот таракан выживет везде, ему не страшна ядерная зима. Руководитель отдела Лера Фадеева – человек настроения. Из этого следует, что ее реакция на вашу работу будет зависеть от погоды за окном, фазы Луны, никому не известного любого случайного фактора и в наименьшей степени от самой работы. Если вам повезло быть ее подчиненным, значит, в вашем случае недостаточно сделать работу хорошо в общечеловеческом смысле. Прежде чем приняться за задачу, вы должны понять, что такое хорошо в сегодняшнем понимании Леры – вот небольшой секрет выживания в отделе спецпроектов агентства XXL.

За стеклом в Спецпроектах также сидит продавница Настя, которую, по некоторым версиям, заточили туда в наказание. По другим – посадили закаляться: продажник – человек стойкий, он должен быть готов ко всему. Настю окружают люди, услуги которых она продает: трафик-менеджер, комьюнити-менеджер, email-маркетолог, SEO-специалист и прочие представители выдуманных специальностей, чей вклад в раздувание бюджета проекта трудно переоценить.

Кроме того, в отделе спецпроектов можно найти ответ-

ственного за видеопродакшн Стаса. Основную часть рабочего времени Стас саботирует переговоры, сопротивляется задачам, критикует идеи и губит брейнстормы. Что бы вы ни предложили – он будет против. Даже если вы предложите ему шоколад, скорее всего, в ответ вы услышите трехминутный бубнеж о том, почему очень глупо предлагать человеку посреди работы шоколад. Впрочем, когда шоколад окажется на столе, Стас подойдет и незаметно отломит себе кусок размером с половину плитки. Стас настолько неприятный персонаж, что больше он в книге не появится.

Если вы слышите из отдела спецпроектов крики – это нормально, просто не оборачивайтесь. Кроме уже знакомых вам героев, там сидят два стажера, чьи имена в XXL никто не запоминает: все равно эти люди скоро уволятся.

Прямо перед входом в стеклянный октагон Спецпроектов стоит надувная груша. Ее можно смело бить. Время от времени кто-нибудь из пиарщиков вешает на нее распечатанное лицо своего бренд-менеджера со стороны клиента, отчаянно мутузит, а потом пишет ему письмо: «Спасибо за сто тридцать первую итерацию правок, Петр Петрович, рады внести их в пресс-релиз».

На стене в метре от груши висит картина. Кусочек ватмана в рамке. На нем маркером написано: «Листая соцсети, не забывайте золотое правило современной нравственности: „Ставь лайки так, как ты хотел бы, чтобы лайкали тебя“». Видите ее? Тогда вас приветствует отдел SMM. В агентстве

его в шутку называют призрачным. Вместе с руководителем отдела Сашей в нем работают четыре человека: за все время существования отдела их ни разу не видели в офисе одновременно. Обычно такое не одобряется, но найти хороших эсэмэшников сложно, а душа эсэмэшника, как ничья другая, любит удаленную работу. За исключением того, что этот отдел почти никогда не появляется в офисе, иметь с ним дело приятно. Начальство с удовольствием продает SMM-услуги, игнорируя просьбы Саши расширить штат. В итоге четыре человека вынуждены вести двадцать проектов, а Саша – проявлять чудеса эквилибристики: он умело жонглирует переговорами с двадцатью клиентами, управлением подчиненными, подготовкой отчетов и тендерных презентаций. Время от времени Михельштейн просит его настроить рекламу для сторонних проектов или первый месяц для разгона лично вести контент у новых клиентов. Можно было написать, что «Саша вытирает слезы и приступает к работе», но это неправда – вытирать слезы ему некогда.

«Почему бы Саше не пожаловаться на отсутствие времени?» – спросите вы.

Он жалуется. В ответ Михельштейн говорит: «Вот видишь, у тебя же есть время жаловаться. А значит, оно в принципе есть. Ты, наверное, плохо им управляешь. Советую тебе пройти курсы тайм-менеджмента, книжку какую-нибудь полезную почитать. Помочь выбрать?» Что-то есть в его словах! Кажется, мудрость старого руководителя.

Напротив отдела SMM находится небольшая кухня: на первом этаже торгового центра есть столовая, но всегда приятно иметь собственный холодильник, чтобы заесть стресс, не отходя от производства. По лестнице из кухни вы можете попасть в административный корпус: он расположен на втором ярусе, поэтому начальство как бы «парит над всеми». В административном корпусе сидят уже знакомый вам Вася Михельштейн и бухгалтер агентства Алиса. Вы узнаете Михельштейна по высокому росту, лысине, рыжей бороде и сереге в левом ухе. Вася попал в рекламу из торговли: в девяностые он работал в крупной сети магазинов, собрал контакты брендов, прошелся по ним и так набрал первых клиентов для своего агентства XXL. Вы вряд ли когда-нибудь услышите, как Вася кричит. Он человек дружелюбный и делает больно по-другому. Его агрессия всегда мягкая, обволакивающая, как будто и не агрессия, а благожелательное объятие, но вам почему-то становится неприятно. Вася любит говорить, что он за все хорошее и против всего плохого. А еще про то, что в наше время PR должен иметь конкретные измеримые метрики: «наше время» длится уже десять лет – именно столько Михельштейн не вносил изменения в текст этой фразы. Произносится она всегда с немим укором в сторону других агентств, у которых PR как будто не имеет измеримых метрик. Неизвестно, так это или нет, но клиенты одобрительно кивают, и PR у Михельштейна продается хорошо.

«Слушь, ну пока не бери билеты, на меня Нина насела. Пока не дам добро, не бери». Если вы подслушали этот разговор, то вы подслушали Никиту, дизайнера XXL. Ему двадцать четыре, и у него ипотека. В агентстве на Никиту охота: всем нужен дизайн, на него всегда очередь. Никита работает быстро, но конюшню задач никак не разгрести. Платят ему не то чтобы много, но каждый месяц на планерках руководителей отделов Михельштейн просит посчитать, окупается ли штатный дизайнер: может, и не нужен он агентству? Никита работает в агентстве два года, и все два года, здороваясь с ним, Михельштейн про себя думает: «А что, если уволить его?»»

Справа от Никиты кричит Оля, руководитель отдела ивентов. В отделе ивентов работает одна Оля, так что руководит она сама собой, очень удобно. Кричать – ее основная обязанность, в ивентах по-другому нельзя. Когда организовываешь события, успех зависит от слаженных действий подрядчиков, а первый закон работы с подрядчиками гласит: подрядчики никогда не действуют слаженно по собственной воле – без криков не обойтись. Можно сказать, их работа строится на топливе агрессии: Оля заряжает главного подрядчика, он дальше передает по цепочке всем звеньям, пока отголоски первоначальной агрессии не достигают наконец тудягу, который и делает застройку для мероприятия. Человек Оля добрый и даже душевный, но профессия обязывает. На планерку руководителей отделов Олю не приглашают

ввиду исчезающе малого размера ее отдела. Оправдано присутствие Оли в агентстве или нет, Михельштейн тоже просит просчитать уже не первый год.

Дальше по опенспейсу начинается территория PR. Самый большой отдел агентства, на девяносто пять процентов состоящий из девушек, на пять – из пиарщика Влада. Оставим этот цветник и завернем сразу в уголок креатива – последний отдел агентства. Он располагается в дальнем конце и упирается в стену, поэтому его в шутку называют Креативным тупиком. В Креативном тупике работают, вернее даже сказать, соревнуются, две креативные пары: все еще не очень знакомая вам героиня романа Катя в паре с Андреем и Яна в паре с Милой.

Креативная пара – устойчивый формат работы над большими рекламными кампаниями. Придумывать способы увлекательно, с вау-эффектом продать подставку для чайника – дело сложное, в одну голову с этим справится не каждый. Лучше всего работают большие команды, на брейнстормах они генерируют множество идей. Но содержать большую команду креативщиков затратно, поэтому мир рекламы и создал формат креативной пары: с одной стороны, тебе есть с кем провести брейнсторм, все-таки говорить лучше с кем-то, чем самому с собой; с другой – кормить двух человек не так накладно, как целую команду, – таким образом с обеих сторон одна только выгода!

Креативные пары в XXL носят названия. Яна с Милой

по неизвестной причине назвались «Всемогучей кучкой», но в основном их называют просто «Кучкой». Катя с Андреем – «10:40». Имеются в виду ночные десять, замаскированные для приличия под утренние. Объясняют свое название они так: «10:40 – это время, когда еще не все потеряно, когда есть надежда и приходит озарение. 10:40 – это свет в конце креативного тоннеля», – на деле оно отражает склонность хороших идей появляться в последний момент (или склонность людей решать задачи в последний момент?).

«Миу-миу-миу!» Это продажница Настя зашла в Креативный тупик, чтобы собрать команды на брифинг. Брифинг креатива всегда объявлялся игрушкой: шарообразный резиновый котик при нажатии высовывает язык и произносит «миу». Выглядит он странно, а если где-то в мире есть странная вещь, рано или поздно она обязательно попадает в креативное агентство.

– У меня для вас интересный бриф.

– О нет!

– Даже два.

– Только не это, спасайся кто может! – Интересными Настя называла гиблые задачи, креативщики это знали.

– Ладно, интересный один, второй нормальный. С какого начать?

– Не щади, стреляй сразу смертельным.

– Тогда с интересного. Я сходила на встречу с клиентом, «Пепсико» выводит на рынок России свой новый сму-

зи Nude. Продукт популярен в США и Англии, в России он уже продается, но о нем мало кто знает, спонтанная узнаваемость даже среди целевой аудитории очень низкая. Наша задача – придумать яркую глобальную стратегию на несколько лет, в которую дальше будут вписываться все остальные акции.

– Как же я люблю бренды без стратегии! А какая у него стратегия на Западе? – Реплики Яны можно не подписывать, их всегда легко узнать по уровню скепсиса и некоторому оттенку заносчивости. Вообще же подобные обсуждения в агентстве проходят в такой атмосфере, когда невозможно потом вспомнить, кто именно и что говорил – это командная игра, в которой реплики принадлежат всем участникам одновременно.

– У них есть забавная история создания: по легенде, Nude придумал серфер. Лето было жарким, он делал напиток из фруктов, охлаждал, ходил по пляжу и угощал других серферов. Да, по пляжу он ходил голым, так появилось название. В общем, они сохраняют нацеленность на состоятельный класс выше среднего, транслируют расслабленную, беззаботную, посвященную себе жизнь. Поэтому первая целевая аудитория – что-то вроде хиппи, занимающихся спортом. Не отбитые качки, а те, кто в кайф занимаются: серфинг, скейт, йога и прочее. Вторая возможная целевая аудитория – бизнес-леди, занятые менеджеры среднего звена, которым между встречами часто некогда поесть. Nude предла-

гает им смузи.

– Ок. На что они делают акцент? Чем отличаются?

– Они говорят, что их смузи вкусные.

– Слышатся нотки сомнения в твоём «они говорят».

– Ну... я попробовала, мне не понравилось. В холодильнике стоят упаковки специально для вас, можете сделать выводы сами. В линейке четыре вкуса: «яблочная машина», «фруктовый ураган», «апельсиновый взрыв» и «ананасовое безумие» – «фруктовый ураган» и «яблочную машину» к нам везут из Польши, два остальных из Англии.

– Что еще?

– Они говорят, что их смузи не просто напиток, а почти полноценный обед, поэтому им можно заменить прием пищи.

– Они говорят?

– Через полчаса я уже захотела есть.

– Что еще?

– Говорят, что это здоровое питание.

– Говорят?

– Везут из-за границы: в составе есть консерванты, а сами смузи хранятся до трех месяцев.

– Так, а есть хоть какие-то преимущества?

– Они самые дорогие! Дороже ближайшего конкурента в категории на тридцать процентов!

– Seriously! То есть, правильно ли я понимаю, нам нужно придумать, как продать дорогие невкусные бесполезные смузи?

зи?

– Да! Крутая задача, правда?

– Очень.

– Ну вы ж креативщики, что-нибудь придумаете. Зато у вас много времени, следующая встреча с ними аж через месяц, но я должна принести им что-нибудь мощное, они в отчаянии. – Настя собралась уходить.

– Еще бы... А второй бриф?

– А, да. Тут все просто, это открытый бриф от Михельштейна: слышали про расставание Секстины Шейк и Брэда Друбера?

– Конечно.

– Я не слышала, – с гордостью заявила Мила, как будто незнание о чьем-то расставании выгодно отличает ее от всех остальных.

– Не читаешь новости?

– Новости убивают креативность. – Мила словно ждала этого вопроса и готовилась к нему с тех пор, как человечество изобрело формат новостей. – Хорошие идеи рождаются в режиме информационной тишины: в ванной, в автобусе или кровати. Скучающему мозгу от нечего делать приходится что-нибудь придумывать. Новости – это фастфуд, на них мозг лишь жиреет, у него отпадает всякая необходимость шевелиться. Я осознанно исключила новости из своей жизни и всем советую.

– Спасибо за интересное мнение, Мила, но вынуждена со-

общить: придется ненадолго нарушить режим информационной тишины твоего мозга и окунуться в мир информационного фастфуда. Все СМИ сейчас пишут об этом расставании. Куда ни зайдешь, Друбер бросил Шейк ради певички. Разъяренные поклонники Шейк уже оставили больше миллиона комментариев в инстаграме разлучницы. Это бомба, Михельштейн хочет продать кому-нибудь ситуативный креатив. Идеи жду сегодня вечером, максимум завтра утром.<sup>1</sup>

– Мы не можем, нам нужно к вечеру сдать раскадровку для «Нескафе». – Яна попыталась спасти право «Всемогучей кучки» на мир без новостей, но Настя – продажник, выживший в отделе спецпроектов. Чтобы отказать ей, нужно что-то более весомое, чем дедлайн по другому проекту.

– Значит, подумаете ночью. Как говорил мой научный руководитель, когда я жаловалась на слишком большое задание: «Ночь длинна!» – и он был прав, ночи всегда хватало. – Настя развернулась и пошла в сторону своего отдела, показывая, что разговор окончен.

Срочные задания, ради которых надо все отложить, в агентствах практика регулярная. «Все отложить» при этом выражение фигуральное: отложить, скорее всего, ничего и никуда нельзя. Правильнее было бы сказать «все спрессовать» – то есть вместо одной задачи за то же самое время сделать две. В идеальных случаях. В хороших – три. В обычных – как повезет. Для тех, кто остается на работе после

---

<sup>1</sup> запрещенная организация на территории РФ

полуночи, агентство оплачивает такси. Следует сказать, что такси по ночам к XXL приезжает с изрядным постоянством.

Ух, первая глава позади! Я рад, но Евангелина, кажется, не сильно довольна. Говорит, что глава слишком широкая, а битов истории в ней не хватает. Битами она называет насыщенность квадратного сантиметра текста событиями.

Раньше, век-два назад, авторы могли позволить себе писать широко и медленно, про рассвет там что-нибудь, про лучи солнца на золотистой пряди героини и листа на четыре описание входной двери. Сейчас, если автор решит рассказать что-нибудь про рассвет и лучи солнца, читатель захлопнет книгу на той же странице и отправит проводить вечность на полке с англо-немецким словарем, – убеждена Евангелина.

Телевидение, сериалы, соцсети, интернет сделали жизнь насыщенной, переполненной. Каждую секунду должно что-нибудь происходить, каждая сцена должна ударять эмоциональной дубиной по избалованному воображению зрителя. Бит – это какое-то событие. Евангелина говорит, что нынешний стандарт – два-три бита на сцену. Чем больше битов, тем увлекательнее произведение.

Для примера, один бит: «Мария и Степан едут в машине. Они ссорятся, Мария узнает, что Степан ей изменил» – скучно! Всего лишь измена, кого сейчас

удивишь. Сериал для бабушек от ста лет.

Два бита: «Все то же самое. Мария узнает, что Степан ей изменил. Они ругаются, из багажника раздается чих, там Светлана – любовница Степана» – немного интереснее завязка, в одной сцене два события.

Три бита: «Все то же самое. Светлана перебралась из багажника в салон, все ругаются, машина попадает в аварию, Мария теряет память и забывает об измене» – ситуация, как и машина, несколько раз перевернулась, зритель в восторге, Евангелина довольна. Перевернутая машина, любовница из багажника, амнезия – вот современный стандарт успеха, правильное количество событий на одну сцену. И главное – никаких рассветов.

Спасибо Евангелине, что вернула меня в наши дни, постараюсь исключить из книги любые намеки на рассвет!



## **Глава 2**

# **в которой автор пытается исправиться, но у него ничего не получается, зато Катя выполняет одно из заданий**

Катя и Максим живут вместе уже больше пяти лет.

Пять лет назад они умели вместе молчать. Могли пройти парк, просидеть весь вечер у реки, провести час в поездке, не обменявшись ни словом, и посмотреть друг на друга так, будто все это время непрерывно общались. Молчание было наполненным. Катя стала замечать, как трудно ей теперь с другими, как неловко, если вдруг разговор обрывается и хотя бы на минуту возникает пауза. С другими нельзя позволить пауз, они неуютны, нужно все заполнить болтовней. С Максимом она отдыхала.

Теперь они почти не разговаривают. Молчание стало холодным, пустым. Оно больше не похоже на общение. Так молчат рядом чужие. В очереди, в лифте, в соседних креслах кинотеатра. Чувствует ли Максим это же? Катя предполагала, что да, но предпочитала не знать наверняка, поэтому никогда эту тему не поднимала.

– Меня не будет на Новый год, – объявил Максим, –

командировка в Питер. Нужно закрыть филиал, перенести нельзя.

Еще год назад Катя предложила бы поехать вместе, но сейчас она даже не сильно расстроилась. Встретить Новый год в одиночестве с шампанским? Сцена как в кино! Заезженная, конечно, но зато легко воссоздается. Кате захотелось почувствовать свою жизнь частью фильма: проще справиться со сложными моментами, представляя, что ты – главная героиня. По закону кино, за поворотом обязательно ждет подъем.

– Не злись. Я взял на выходные нам билеты в цирк Никулина. Помню, ты рассказывала, что тебя водили туда в детстве. И как ты слезами выпросила у мамы светящийся меч на батарейках. Купим тебе современный, пора обновить оружие.

Максиму удалось развеселить Катю: она и забыла эту историю, и уж тем более не помнила, что посвятила в нее кого-то. Макс умел иногда точно запомнить что-то незначительное, мимолетное и превратить это в приятный подарок. Может быть, их отношения не так уж плохи? В конце концов, у всех случаются трудные времена, копится усталость, наступают кризисы. Надо просто перетерпеть?

Перед сном Катя прочитала все новости про Секстину Шейк и Брэда Друбера, их биографии, просмотрела их страницы в соцсетях. Есть разные техники придумывания идей: можно напряженно сидеть над задачей и пытаться выдать

из себя что-то оригинальное – так делают новички. Любой старожил индустрии знает, что так не работает. Напряжение – последний помощник в придумывании нового. Вместо этого лучше расслабиться, отключить логику, дать волю безумию и собрать гору «дурковатых» решений, из которых потом получится выцепить два-три интересных. Штурминг лучше делать в команде, но для Кати этот вариант часто недоступен, ее напарник Андрей вечно не находит времени:

– Созвонимся вечером по Шейк и Друбери?

– Слушай, Катюха, выручай! У меня свидание, придумаешь что-нибудь сама?

И Катя придумывает.

Профессионалы знают, что настоящий креатив подобен озарению, он рождается в момент расслабленности. Все, что нужно для этого – поставить себе задачу, загрузить в мозг как можно больше информации по ней, прочитать вспомогательные материалы, подумать о возможных инструментах, площадках, форматах и... лечь спать. Большую часть работы креативщика мозг делает без участия креативщика. Подсознание продолжает трудиться над задачей, даже когда сознание ничем не занято. Наконец наступает озарение – просто результат правильно поставленной подсознанию задачи.

Муза больше не чудо, не дар, современные работники рекламной индустрии обзавелись ее телефоном и умеют вызывать в нужный момент. Озарение превратилось в инструмент.

Катя перед сном занималась как раз этим: готовила предпосылки для озарения, ставила задачу и загружала нужную для ее решения информацию. Она собрала сведения, без которых идея просто не могла бы появиться. Ничего не придумав, с чистой совестью она легла спать, зная, что утром сможет выдать что-нибудь более-менее приличное. Хотя для больших проектов и больших идей, конечно, одной ночи мало, но мелкие ситуативные креативы никто никогда не рассматривал как что-то серьезное, в иерархии креатива они где-то у самого основания.

– Кофе или булочку? – спросил утром Максим.

Катя посмотрела на него с благодарностью и, ничего не ответив, счастливая убежала к ноутбуку. Максим не особо удивился, за годы жизни с креативщиком он привык в любой момент ожидать чего-то подобного. Это к Кате пришла идея. Задача решилась.

После того как мозг загружен правильной информацией, для озарения все подготовлено. Оно уже почти гарантировано. Правильная информация – это порох и фитиль. Чем больше и чище она, чем лучше креативщик все в ней понял, структурировал и для себя разложил – тем мощнее получится взрыв, ярче идея. Фитиль ждет, осталась последняя деталь – найти искру, чтобы зажечь его. Искрой может послужить что угодно, действительно что угодно: картинка в интернете, муравей на дороге, случайно услышанная фраза. Состояния «у меня нет никакой идеи» и «это гениаль-

но!» разделяет миллисекунда, но когда именно она случится – предсказать почти невозможно. И Катя только что нашла ту самую искру.

«Кофе или булочку?» – вопрос парадоксальный. Как будто бы он содержит выбор, который обычно не нужно делать. Кофе и булочка – продукты из разных категорий, зачем от чего-то из них отказываться, если можно взять и одно, и другое. Подсознание Кати, которое искало форму для идеи, нашло ее в этом вопросе. Кофе или булочка? Шейк или Друббер? Катя решила предложить ситуативную акцию кофейне: пока весь мир обсуждает расставание Секстины Шейк и Брэда Друбера, кофейня выпустит специальное меню: шейк «Секстина» и сладкую булочку «Друббер», которые хорошо сочетаются вместе, но которые нельзя купить парой – отсылка к расставанию.

– Нам нужен high-concept! – воскликнула Евангелина.<sup>2</sup>

Я вздрогнул: читала она вроде бы одна, а за собой я потребности в каком-то там хай-концепте не замечал. Мне больше пригодился бы хороший сон и денек спокойствия на свежем воздухе.

– Кому – нам? – пришлось уточнить.

– Читателям, людям, миру.

Большое счастье, что в мире есть те, кто знает, что миру нужно. Это успокаивает и одновременно

---

<sup>2</sup> High concept (англ.) – характеристика истории, означающая, что идею этой истории можно легко объяснить в одной строчке. (Здесь и далее прим. автора.)

обнадеживает: когда кажется, что все куда-то неконтролируемо катится, приятно, что оно туда катится под присмотром. Я порадовался, и на этом следовало бы закончить разговор, но природная склонность во все вникать не дала мне остановиться.

– Почему миру нужен хай-концепт? – продолжил я пытаться Евангелину.

– По той же причине, о которой я говорила раньше. Современный человек перегружен информацией и чудовищно избалован разнообразием форматов, жанров, смыслов. История должна мгновенно схлопываться в нарратив и разворачиваться в голове в четкий образ. Прочитал и сразу понял: это Золушка в офисной блузе или терминатор в детском саду – и приблизительно знаешь, что тебя ждет. Сразу можешь представить сиквелы, приквелы и спин-оффы.

– Хотелось бы без спин-оффов... – пробормотал я грустно и очень невнятно о чем-то своем.

– Что? – не расслышала Евангелина. И я произнес громче:

– Боюсь спорить с гуру, но, если современный человек перегружен и чудовищно избалован, может быть, нужно его недогрузить? Может быть, и хорошо, когда история не схлопывается в нарратив за секунду: приятно же самому чуть-чуть ее посхлопывать?

– Боишься – не спорь, – ответила Евангелина. Умеют же гуру подбирать аргументы!

# **Глава 3**

## **в которой пролетает декабрь.**

### **В его огне мелькают тайный Санта, судебный иск и бонусы за хорошую работу**

Этой ночью Вася Михельштейн спал беспокойно. Во сне он был собой – взрослым Васей Михельштейном, но почему-то карликового роста. Ему снилось, что он, крохотный, несет на спине мешок, пробираясь через длинный коридор торгового центра на шоссе Энтузиастов. Мешок закрыт, но Вася знает, что этот мешок наполнен деньгами. Купюрами крупными и небольшими, валютой русской и иностранной. Купюрами его клиентов. Он чувствует беспокойство, ускоряет шаг, со всех сторон раздается смех: густой, мутный, неприятный. Звуки доносятся из-за угла, из-за закрытых дверей, из шкафчиков у стены – отовсюду. Это не просто смех, это смех над ним. Вася оборачивается и видит коллег, своих подчиненных. Они стоят полукругом, держат в руках деньги из его мешка и улыбаются.

– За работу! – кричит Вася, но все только смеются. Он пытается отнять купюры, но Вася такой маленький, а работники такие большие. Они поднимают свои исполинские ру-

ки вверх, Вася не может дотянуться, даже подпрыгивая. Он бегаёт от одного к другому с криком «не допущу!», смех становится все увесистее, они издеваются. Кто-то бросает поверх Васи пачку купюр, она пролетает близко, но он не успевает схватить.

– Не допущу! – кричит Михельштейн, просыпаясь. Агентство ждёт новость.

Катя приехала в офис на МЦК. Этот путь занимал чуть больше времени, но она всегда выбирала его в хорошие дни. На МЦК видишь свет и город, чувствуешь себя человеком. Необходимость спускаться паод землю с самого утра окрашивает день каким-то нечеловеческим настроением.<sup>3</sup>

– Ну как? – У входа в торговый центр ее встретил Андрей.

– Без пробок.

– Что? Каких пробок? – не понял он. – Я про вчерашний бриф. Мы придумали ситуативку?

Катя рассказала об идее шейка и булочки, которые нельзя купить вместе.

– Гениально! – Андрей не жалел громких комплиментов для идей, придуманных без его участия: так он выражал благодарность и поддерживал в напарнике мысль, что тому и не требуется помощь, чтобы справиться с задачей. – Стой тут, я знаю, что нам нужно.

Через мгновение Андрей скрылся за углом магазина «Все

---

<sup>3</sup> МЦК – Московское центральное кольцо. Наземная линия метро. Элизиум транспортной системы.

для дома и ресторанов». Катю всегда забавляло это название: почему дом и рестораны в одном ряду? Почему дом в единственном числе, а рестораны во множественном? Кто целевая аудитория магазина с названием «Все для дома и ресторанов»? Эти вопросы Катя задавала себе уже год, но даже и не пыталась найти ответы. Есть загадки, которым лучше оставаться неразгаданными.

Андрей вернулся, с собой он принес манговый шейк и пирожное «картошку».

– Спасибо! Действительно то, что нужно! – Катя потянулась за угощениями, но Андрей шлепнул ее по руке.

– Это для презентации.

– Может быть, я просто расскажу идею?

– Доверься, сделаю в лучшем виде.

По пути к офису Катя интересовалась, на сколько процентов пострадает презентация, если она слегка надкусит пирожное и отопьет немного шейка.

– В двенадцать к Мордору, – поприветствовала их Юля. Мордором в агентстве называют переговорную.

– И тебе доброе утро!

– Папа всех собирает. – Кроме Юли, никто Михельштейна так не называл. Возможно, похожим образом к нему обращались его дети, но это наверняка неизвестно. Что касается Юли, видимо, так она проявляла теплое отношение.

– Кстати, а где он? – Андрей облокотился о стойку ресепшен, немного завалившись телом вперед, нависая над сидя-

щей за компьютером Юлей.

– Где-где, у себя в Сокровищнице. – Недовольный взгляд опытного администратора закатился вверх, указывая на уголок на втором этаже, где сидели бухгалтер и Михельштейн.

– Спасибо, дорогая. – Андрей протянул руку к Юле и дотронулся пальцем до кончика ее носа, быстро отвернулся и ушел. Подобный жест от любого другого человека вызвал бы в ней взрыв, мощности которого хватило бы для уничтожения двух небольших планет или одной виллы правительственного чиновника, но есть люди, которые могут даже незнакомца на улице так приобнять, что ему будет приятно. Андрей был таким человеком, поэтому Юля только улыбнулась и, сказать по секрету, осталась даже довольна.

Путь к Сокровищнице проходит через винтовую лестницу в центре агентского опенспейса. Это, во-первых, красиво: кто не мечтал иметь собственную лестницу посреди комнаты? Во-вторых, практично: люди – существа ленивые, а творческие люди – вершина этой пирамиды лени. Когда нужно подняться куда-то по лестнице, чтобы задать вопрос – они серьезно подумают о том, стоит ли вообще задавать вопрос. И с большой вероятностью найдут решение сами. Таким образом, расположение руководителя на другом ярусе – отличный тактический ход, заметно уменьшающий количество необязательных вопросов.

– Шейк или булочка? – Намерение Андрея было достаточно сильным, чтобы преодолеть лестницу. Он протянул Ми-

хельштейну поднос с напитком и пирожным.

– Неожиданный выбор, – Михельштейна заинтриговало происходящее: – И то и другое.

– Так нельзя, придется что-то решить. Но прежде, чем ты определишься, я скажу тебе кое-что: шейк называется «Секстина», а булочка – «Друбер», и вместе они не подаются, теперь решай. Что ты ответишь?

– Я отвечу, что, кажется, знаю, кому это продать. – Будь Михельштейн героем мультфильма, в этот момент в его глазах сверкали бы доллары. – Если те, о ком я подумал, купят идею, можете рассчитывать на бонусы.

Спускаясь, Андрей насвистывал и разве что не хлопал в ладоши. В карманах он ничего не держал, но почти уже чувствовал, как они наполняются бонусами с продажи идеи. Когда где-то маячит хотя бы тонкий намек на прибыль, Михельштейн своего не упустит. Значит, идею можно считать проданной, а бонусы – полученными. И, в общем, все почти так, с поправкой на объявление, которое агентству предстояло услышать у Мордора.

– Как говорил Бернард Шоу, – Михельштейн любил начинать речь пафосно, – «Самая большая проблема в общении – это иллюзия, что оно имело место». Из этого следует главный принцип и ценность нашей работы. Мы помогаем брендам коммуницировать с аудиторией, заменять иллюзию общения действительным общением. Мы – мост между брендом и его покупателями, мы – голос бренда в мире, где

каждый хочет что-то сказать. Чем яснее и четче наша речь, тем громче слышен бренд. Быть связующими – особенная миссия людей из рекламной индустрии, это призвание, почти служение. Бренд – это новая религия, а вы – ее апостолы. Именно вы создаете бренды и соединяете их с людьми. И судя по тому, как растут ваши бонусы – вы делаете это хорошо. Сейчас декабрь, время повышенной активности перед Новым годом. Время напрячь силы и сделать рывок. Ничто не должно отвлекать, даже наоборот, все должно помогать. Поэтому я принял решение приостановить выплату бонусов до января. Все бонусы на этот период замораживаются. В этом месяце особенно важно выполнить план, соединить наши бренды с каждым потенциальным клиентом. Пусть вас ничего не отвлекает. Бонусы в январе получают только те, кто не сорвет КРІ. Я хочу, чтобы это послужило главной вашей цели – возможности творить, создавать историю, быть на передовой! Я горжусь нашей командой и уверен, что ХХІ не подведет ни одного клиента. Уточняющие вопросы можете задать мне лично, а сейчас я передаю слово Оле. Она кое-что подготовила для того, чтобы декабрь не был скучным.<sup>4</sup>

– Я не совсем поняла, что это значит? – Катя шепнула Наташе.

– Что Михельштейн зажал бонусы. – Никто в этом мире

---

<sup>4</sup> Key Performance Indicator (англ.) – показатель достижения успеха в определенной деятельности, количественно измеримый индикатор результатов. Головная боль работников маркетинга.

не может так четко уловить суть речи, как пиарщики.

Ивентщица Оля рассказала про тайного Санту по-XXL-евски: до Нового года двадцать пять дней, каждый день будет посвящен двум-трем сотрудникам, и Оля уже построила график – «Календарь Санты». У каждого сотрудника несколько персональных Сант: в назначенный день они должны тайно делать ему небольшие подарочки, а все остальные коллеги должны весь день говорить ему комплименты.

Заглядывая вперед, скажем, что в свой тайносантовский день Катя услышала:

– Мне иногда нравятся твои идеи, – от Милы.

– Ты лучший креативный партнер, о котором только можно мечтать. Поштормишь сегодня сама? – от Андрея.

– Папа может тобой гордиться, – от Юли.

– Я тобой горжусь, – от Михельштейна.

Тайные Санты подарили Кате красивую морскую ракушку, блестящую игрушечную корону и большую белую капусту. Капусту Катя помыла, порезала и разложила на тарелках по офису: весь день в агентстве раздавался хруст. Случайно попавшего в офис человека хрустящие капустой эс-эмэмщики, пиарщики и креативщики наверняка бы удивили, но правда в том, что капуста здорово поднимает продуктивность: идеи лучше приходят в голову, если поддерживать в окружающей обстановке некоторый фон безумия.

Креатив с булочкой и шейком купил «Кофешоп». Уже через день – в ситуативном маркетинге действовать нужно

быстро, новости живут меньше, чем мошки, – в меню «Кофешопа» на Третьяковской появился флаер с акцией: «Попробуйте наши новые позиции: шейк „Секстина“ и сладкую булочку „Друбер“ – выберите одно из двух, их нельзя заказать вместе». Фотография тут же попала в твиттер и телеграм, быстрее всех реагирующие на нелепые акции, оттуда ее украли паблики моды, профессионально смакующие подробности разводов звездных пар. Вечером того же дня новость попала в СМИ – к самым неповоротливым в наше время участникам медиа-пространства. К утру по Москве новость подхватили западные издания – что может быть интереснее обсуждения звездных разводов? – и «Кофешоп» бесплатно получил миллионные охваты в СМИ и соцсетях по всему миру.

«Аоооааааааааа, держись крепче, крошка! У шейка с булочкой 85 лямов охвата и 160 публикаций в СМИ, в том числе эсквайер, джикю, ньюйоркер...» – первым, что сонная Катя прочитала утром, было сообщение от Насти. За секунду до этого Катя собиралась зевнуть. Пришлось остановиться на полпути: всякий намек на сон мгновенно пропал. Она еще несколько раз перечитала сообщение, закрыла и открыла мессенджер, но оно не исчезло даже после этого – что ж, похоже, действительно случилось!

Радоваться победам Катя решительно не умела. В детстве ее не хвалили ни за хорошие оценки, ни за какие другие достижения, поэтому любой успех она воспринимала с мыслью: «Ну, ладно, какая следующая задача?» В случае боль-

шого успеха – могла на секунду улыбнуться. Потом обязательно шла мысль: «Так какая следующая задача?»

Но восемьдесят пять миллионов бесплатного охвата удивили даже ее. Катя по-прежнему не знала, как радоваться, но, кажется, ее руки знали. Они вдруг сами по себе стали совершать движения, похожие на танец. Такое самовольство со стороны конечностей испугало хозяйку, она попыталась остановить их силой мысли, но мысли так скакали, что уже через секунду руки тоже снова начали скакать.

Рядом возмущенно засопел Максим и демонстративно перевернулся. В другой день это могло бы испортить Кате настроение, но сейчас для расстройства не хватало места – она вся была наполнена радостью. Катя решила умыться холодной водой, чтобы немного сбить градус неподконтрольного ей веселья. По пути к ванной пританцовывать начали еще и ноги. Холодная вода ничуть не помогла: Катя потеряла всякое управление над частями тела и, к собственному удивлению, стала еще и напевать.

«Неужели так себя чувствует человек, довольный собой?» – подумала она.

Максим хлопнул дверью спальни. Но Катя только хихикнула и полезла в телефон пересылать сообщение родным.

Конечно, она бы хотела провести утро немного иначе: разбудить Макса и поделиться с ним новостью, умножить радость, отметить победу вместе, но по опыту знала, что результат получится прямо противоположный. После таких

новостей Максим обычно говорит «хорошо», прекращает разговор, замыкается, погружается в себя и весь день проводит там же. На всякий случай Катя научилась беречь его от своих успехов.

– А ты че?

– Отказалась.

– А че ты?

– Не знаю.

– И че теперь?

– Посмотрим.

– Ладно, че. – Две девушки оживленно беседовали в метро. Напротив миловалась пара: она – сидела, он – стоял рядом. Она держала его за руку, иногда гладила по ноге. Он смотрел ей в глаза, она улыбалась и отводила взгляд.

Катя держалась за поручень в углу переполненного вагона и думала о том, что вчера ее идея попала в Times, собрала восемьдесят пять миллионов просмотров, но никому в целом поезде нет до нее дела – мир живет, словно ничего не произошло. От этой мысли хотелось одновременно кричать «Ау, вы что, слепые! Я тут!» и сжаться так сильно, чтобы совсем исчезнуть, ведь ее тут все равно ни для кого нет.

– Поздравляю. – На входе Катя встретила «Всемогучую кучку». Мила и Яна часто выходили покурить.

– Неплохо для такой задачки, – отметила Мила.

– Хотя это и ситуативка, никакой биг айдиа, результат достойный. – Если Катя не умела радоваться, то «Всемогучую

чая кучка», прямо скажем, испытывала некоторые сложности с умением поздравлять.

«Биг айдиа» в креативе считается самым сложным и важным – это некоторая общая концепция, большая идея, в рамках которой бренд дальше разворачивает все свои коммуникационные проявления. Например, большая идея бренда «Мерседес» отражена в их слогане – «Лучшее или ничего». Да, они просто объявили себя лучшими и продолжают делать это в каждом сообщении: у компании были некоторые основания на такую претензию, поэтому получилось. Для продукта уровня «Лада» такая «биг айдиа» категорически бы не подошла, вызывала бы только иронию и смех. Поэтому придумать подходящую для конкретного бренда большую идею действительно сложно, процесс может занимать месяцы работ и съесть горы бюджета.

В ситуативном маркетинге чаще всего действительно нет никакой «биг айдиа», он делается второпях с единственной целью – оседлать волну популярной темы, пока та не разбилась о скалы повседневности. Это не делает ситуативный маркетинг простым – хорошо работать с ним умеют единицы – но делает так, что в воображаемом, нигде не отраженном и не оговоренном рейтинге престижности креативов ситуативный маркетинг занимает последние строки.

К началу рабочего дня от радости у Кати уже почти ничего не осталось. Человек, придумавший идею, которая вчера бесплатно принесла бренду миллионы охвата, вернулся

к унылой мысли «ну ладно, какая следующая задача?».

Еще через день Секстина Шейк подала на «Кофешоп» в суд. Об этом Настя сообщила Кате за чаем.

– Черт, я не хотела! Я думала, что юристы перестрахуют и проверят безопасность идеи. – Катя начала извиняться, но Настя ее прервала.

– Ты щас серьезно?! «Кофешоп» в восторге!

– В восторге?

– Ну конечно! Теперь еще целый месяц СМИ будут с нами носиться. И это в самом дорогом месяце, декабре! Ну потратят они несколько миллионов на суд, так это все равно копейки за такое количество упоминаний. Они попросили наградить команду авторов.

– Ладно. – Катя недоверчиво сделала глоток. И для человека, который только что собирался просить прощения, удивительно твердо спросила: – Так и что, где моя награда?

– Иди обниму.

– А можно что-нибудь сладкое?

– Что может быть слаще моих объятий? – Настя обошла стол и начала душить Катю в объятиях.

– Ватрушка, – проговорила Катя ей в грудь.

– Я – твоя ватрушка, – пропела Настя, и Катя наигранно укусила ее.

На следующий день Настя принесла в офис целую корзину ватрушек, которых напекла ночью. Все желающие могли съесть их в честь «Великой креативной пары Кати и Ан-

дрея». Ватрушки исчезли так же быстро, как исчезает память о ситуативном маркетинге, – за минуту.

– Праздники почему-то всегда короче, чем им следовало бы. – Катя садилась за свое место в Креативном тупике.

– Ничего, у меня для вас есть еще один подарок. – Настя пришла в Тупик вместе с креативщиками.

– Что ж ты тянешь, жестокая!

– Он еще не пришел, но уже почти. Кстати, думали уже что-нибудь о Nude?

Катя сразу стала серьезной:

– У нас пока все идеи на стадии «голые фрукты». То есть вообще никакой концепции. Не представляю, с чего подступиться. В попытках что-нибудь придумать я уже прошла два самых страшных этапа творческого процесса: от стадии «ужас и бессилие» перешла к «тошноте и Сартру».

– У нас ситуация получше. – Яна не упускала возможностей использовать сравнительные степени. – Мы исследовали юзерэкспириенс, перепробовали все представленные на рынке смузи, пообщались с телочками, – так Яна называла инстаграмных девушек с фотками из спортзала, – зожниками и бизнесменками. Мила ресерчит рекламы смузи в разных странах и сопоставляет с графиками роста спроса. У нас есть несколько концепций в разработке, скоро покажем.<sup>5</sup>

– Я говорила по телефону с менеджеркой из Nude, она очень ждет драйва в духе их легенды о голом серфере. Нужно

---

<sup>5</sup> запрещенная организация на территории РФ

что-нибудь пыщ-пыщ. И без скучных фруктов, пожалуйста.

«Им нужно пыщ-пыщ» – емкая фраза, которой Настя иногда без потери смысла заменяла целый час рассуждений клиента о том, какую он хочет рекламу.

– Кстати, там занесли фрукты. – Кусая яблоко, в комнату вошла небольшого роста девушка. Она носила очки с круглой оправой и с виду выглядела как студентка первого-второго курса, но относилась к тому типу людей, возраст которых нельзя угадать. Если одеть ее в бабушкины вещи, она вполне могла бы сойти за хорошо сохранившуюся старушку.

– А вот и подарок. Знакомьтесь, это Агаша, наш новый аналитик. Можете ставить ей задачи по сбору информации, Михельштейн ее нанял помогать вам. Агаша только что вернулась из поездки по Японии.

– Орегано! – воскликнула Агаша и по-японски поклонилась.

– Вероятно, ты имела в виду «аригато»? – поправила Мила. – Орегано – это растение.

– Ха-ха, перепутала!

Кажется, что аналитик должен отличаться точностью в формулировках. С момента первого приветствия и до последнего рабочего дня в качестве аналитика Агаша отличалась тем, что все путала. Это была базовая особенность ее склада ума, неисправимая при всех стараниях. Вы можете справедливо подумать, что при таких предпосылках аналитика Агаше противопоказана и лучше бы выбрать какой-ни-

будь более подходящий труд: так и есть! Но кого это когда-нибудь останавливало? Как и многие другие, Агаша посвятила жизнь борьбе.

– Советую поспешить, – вмешался Андрей. – Фрукты действительно привезли, и пиарщики уже пустили сигнал в чате.

Раз в неделю в агентство завозили ящик фруктов: бананы, апельсины, киви, яблоки, виноград, манго и парочку ананасов. Это всегда поражало стажеров, об этом они вспоминали в конце испытательного срока в отзывах, это же раз в неделю стабильно вызывало ажиотаж в отделах. Кажется, бесплатные фрукты стали мощнейшим драйвером HR-бренда XXL. Чему способствовало два фактора:

1. Отсутствие бесплатных фруктов у большинства других работодателей.

2. Нескончаемый ажиотаж. Благодаря тому, что фрукты завозили только раз в неделю в ограниченном количестве, они всегда быстро кончались, а значит, всегда оставались дефицитом. То есть чем-то желаемым, подарком, а не нормой вроде печенек и кофе. Даже спустя год новость о завозе фруктов распространялась по рабочим чатам быстрее, чем новости о чьем-то увольнении. А вы знаете, нужно сильно постараться, чтобы по скорости опережать сплетни.

Таким образом, мощнейший драйвер HR-бренда XXL стоил Михельштейну не больше пятнадцати тысяч рублей в месяц, неизменно вызывал всплеск энтузиазма у всего коллектива и оставался еженедельным запланированным празд-

ником. Дешевые, но действенные инструменты: разве может работодатель мечтать о большем? Точно нет, если этот работодатель Вася Михельштейн.

Так начался декабрь, самый стремительный месяц рекламной индустрии. Последний месяц года – это время, когда часть бренд-менеджеров вспоминает, что у них остались нерастроченные запасы бюджета, и начинает жечь деньги. Другие бренд-менеджеры замечают, что они не выполнили годовые КРІ маркетинга, и тоже начинают жечь деньги. Третьи бренд-менеджеры изначально планируют сделать основные продажи в декабре, справедливо полагая, что товары именно их бренда (чем бы он ни был: от производства чугунных обогревателей до полуподпольной торговли пушистыми карликовыми чучелами перуанских лам) – лучший подарок близким на Новый год. Чтобы убедить всех в этой мысли, они тоже начинают жечь деньги. Таким образом, декабрь – это месяц, в который все жгут деньги. Каждый Михельштейн мечтает, чтобы хлынувшие отовсюду в рекламу деньги горели в костре его агентства. В этом же костре попутно горят и жизни работников рекламной индустрии: с начала декабря и до тридцатого числа дни просто мелькают.

– Ну, понеслась, – думает работник агентства с наступлением декабря. Следующая мысль, которую он помнит: «Ну, вот и все». Она приходит ему в голову за день до Нового года, когда офис закрывают и всех отпускают по домам.

Один из защитных способов психики пережить травми-

рующий опыт – просто стереть его. И раз уж психика рекламщиков решает перемотать декабрь, не будем ей перечить и поступим так же. Да никто все равно и не вспомнит, что было в декабре.

•••

•••

Мне вполне нравится эта глава, и я мог бы ею гордиться, что, безусловно, привело бы к тому, что книга никогда не была бы написана: я из тех людей, которые от гордости перестают работать, но, к счастью, мне помогает Евангелина, а она не из тех людей, с которыми загордишься:

– Было бы неплохо добавить глобальной интриги, – сухо прокомментировала она, дочитав главу.

– Глобальной интриги?

– Ведущая через всю книгу линия. Крючок, с которого невозможно сорваться: кто убийца? разумная эта планета или нет? удастся ли вылечить болезнь? – что-нибудь, из-за чего читатель не бросит читать.

– Я думал, читатель не бросит читать из-за того, что не читал такого раньше, что узнает

новое, что ценит эксперименты с формой, язык без книжных маркеров... – Я следил за реакциями Евангелины, пытаясь найти в них подтверждение своим словам, но нашел лишь холодное внимание застывших в неподвижности черт. – Хотя бы из-за того, что до сих пор ничего не написано про рассвет! – произнес я умоляюще.

Евангелина выслушала все и твердо повторила:

– Интрига.

Железная женщина, конечно.

## Глава 4

# в которой Катя встречает Новый год в компании Киры Найтли, а потом знакомится с Эдом

– Как проведешь Новый год?

– Тихо, в семейном кругу.

– Как пенсионеры опять.

– Да, есть такое, – отвечая на вопрос, Катя уже знала, что проведет завтрашний вечер одна.

– Мы собираемся в клуб. Если что, подваливайте.

– Это вряд ли, но спасибо за приглашение!

Утро тридцать первого декабря Катя начала с того, что обзвонила родственников, поздравляя всех с наступающим, написала в соцсетях знакомым – с этим делом она хотела расправиться в первую очередь. Днем закупились в гипермаркете продуктами: она планировала запечь индейку с тыквой и томатами под острым грузинским соусом. На десерт Катя взяла ананас и помело: ничем примечательным поход в гипермаркет не запомнился, кроме короткого диалога с маленькой юркой женщиной, которая стремительно подбежала к Кате и громко спросила: «А где здесь помело?» – делая звонкий акцент на второе О. Катя на секунду задумалась,

а потом ответила: «Помело я взяла там!» – делая такой же звонкий акцент на второе О. Женщина юрко и стремительно убежала в указанном направлении. Это крошечное событие почему-то весь день веселило Катю. Вот только помело оказалось чуть горьким.

Никакого настроения украшать дом для одной лишь себя у Кати не было, но что-то внутри говорило ей делать все по правилам. Катя достала праздничную скатерть и самую красивую посуду. Вытащила из шкафа гирлянды и мишуру, ими она украсила окна на кухне и в спальне: создавать атмосферу Нового года за несколько часов до Нового года казалось решением немного запоздалым, но любое действие в ее настроении воспринималось лучше бездействия. Катя боялась добраться до момента, когда все будет сделано, и все-таки каждым шагом его приближала. Елки у нее не было, но она купила веточки сосны и разложила их на полках и подоконниках, а самую крупную положила на стол. Этой веточке на столе как будто чего-то не хватало: Катя попробовала украсить ее мишурой, но быстро отказалась от этой идеи – мишура на столе смотрелась слишком вульгарно, она сразу распласталась и начала чего-то вызывающе ждть. Нет, мишуру нельзя так распускать, лежачее положение – не ее. Тогда Катя приподняла веточку и подложила под нее несколько мандаринов, они выглядывали из-под краешков, будто плоды.

Пока индейка запекалась, Катя подмела кухню и комнату,

убрала с глаз все лишнее: будничные стаканы и тарелки, упаковки от чая и кофе; поменяла постельное белье в спальне.

В десять вечера прозвенел таймер, сообщая о готовности индейки принять судьбу. Катя вынула ее из плиты и переложила на большое блюдо: «Таким можно накормить семью!» – отметила она, стараясь пока не представлять, как ей с этим разбираться одной.

Она включила гирлянды: комната засияла огоньками. Синий, зеленый, красный, желтый отражались в предметах, переливаясь и окрашивая все своим настроением. Цвет гирлянд всегда такой яркий, будто он и есть праздник, ему об этом известно и сейчас он убедит в этом всех остальных.

«Красота», – произнесла Катя вслух, подводя итог дню.

Она открыла шампанское, налила себе бокал и села за стол. Что бы еще успеть сделать? Минут пять Катя спокойно сидела, стараясь придумать себе какое-нибудь приятное небольшое занятие, но, казалось, все сделано. Тогда она, следуя какому-то неопределенному позыву, взяла в руки основную веточку, медленно покрутила перед глазами, внимательно разглядывая устройство хвоинок. Затем она поднесла веточку к носу, провела иголками по щеке. Ей захотелось уколоть себя. Она слегка надавила веткой на щеку, подержала так несколько секунд, потом отпустила и начала рыдать.

Слезы лились долго, но Катя не пыталась их остановить. Ей нравился этот момент: несмотря на заключенную в нем печаль, он был красив, и Катя не могла разобрать, плачет ли

она из жалости к себе или от восторга. Скорее всего, разделить эти чувства было нельзя: восторг перед моментом усиливал ощущение жалости к себе, и в слезах отразились оба переживания. Вот только жалость к себе выплакать можно, а восторг – нет, он остается – залечивать и очищать. Когда слезы наконец закончились, Катя отчетливо ощутила желания: желание есть, желание взять телефон и позвонить друзьям, сказать им что-нибудь приятное.

Умывшись, Катя вернулась на кухню и с большим удовольствием еще раз отметила, как красиво она все устроила. С еще большим удовольствием съела кусочек индейки: сладость тыквы здорово сочеталась с остротой и соленостью томатов грузинского соуса. Была ли еда такой всегда или Кате повезло приготовить свою лучшую индейку?

После ужина она решила все-таки не включать телефон, чтобы не растратить зародившееся состояние, а вместо этого провести время в компании интересного фильма. Жалости к себе она больше не чувствовала, ее всю заполнил восторг.

– Что бы сегодня посмотреть? – Она лежала на кровати, выбирая фильм и ожидая, как это было в детстве, от новогодней ночи чуда. Казалось, впереди у нее все будет хорошо. Онлайн-кинотеатр рекомендовал «Прошлой ночью в Нью-Йорке». Из аннотации следовало, что это фильм о семейной паре, которой приходится расстаться на один день: «Молодожены Майкл и Джоанна красивы, успешны, живут в огромной квартире в центре Манхэттена, но всего одна ночь заста-

вит их усомниться друг в друге. Майкл уезжает в командировку с привлекательной коллегой, Джоанна случайно встречает влюбленного в нее знакомого. Так начинается долгая ночь, которая станет для Джоанны и Майкла настоящим испытанием супружеской верности...»

«Фабула что надо». Катя решила попробовать и с первых же минут поняла, что очарована. Еще не картиной, но уже Кирой Найтли. Катя любовалась ее игрой, движениями, мимикой: бывают картины, созданные одним человеком, и это была картина Найтли, все вокруг служило ее игре.

«Какая же у нее шея!» – думала Катя, чуть не плача от счастья потому, что где-то в мире есть Кира Найтли с такой красивой шеей.

Затем уже увлек сюжет. Замужняя женщина встречает бывшего возлюбленного. Из интереса к тому, что будет, она идет на свидание, проводит с ним вечер и ночь. Она еще не знает, как поведет себя, переступит грань или нет, но именно это интереснее всего. Она идет на свидание не из-за мужа, не с целью отомстить, она идет на эту встречу, потому что хочет узнать себя. В конце Найтли с влюбленным ухажером просто засыпают рядом, всю ночь они так близко, на расстоянии мгновения от соблазна, но напряжение так и не находит выхода. Это впечатляет, почти физически чувствуется. Иногда незавершенность сильнее и полнее действия. Катя закрыла глаза с мыслью: «Хочу такую же историю».

– С Новым годом, дорогие мои, кому фриланс? – Как видно из этого сообщения, Настя умела переходить от сантиментов к делу.

– Прямо сейчас? – Вероятно, под «прямо сейчас» спрашивающий имел в виду девять утра первого января. Не в каждой компании новый год начинается с предложения поработать в общем чате.

– А что такого? Может быть, кто-то уже наотдыхался. Есть задача немного покреативить для Спецпроектов. – Кажется, продажники не останавливают поиск клиентов даже в новогоднюю ночь. Никто не спросил, где Настя взяла клиента в промежутке с тридцать первого декабря на первое января, но вряд ли стоит удивляться, если она продала что-нибудь прямо во время поздравления.

– Я не против поработать, что нужно сделать? – Через час обсуждение в чате увидела Катя.

– Во-о-от! Я знала, что на каждую наживку есть своя рыбка. В личку!

Настя рассказала подробности: к ней обратился сервис – «убер для худеющих», в нем работают диетологи. Человек за небольшую сумму покупает подписку на месяц и на весь этот месяц получает внимание специалиста.

– Каждый день нужно отправлять отчет о своем питании. Лучше всего скидывать фото, чтобы диетолог видел еще и объем блюда.

– Наконец-то в интернете появится человек, которому ин-

интересны фото твоей еды.

– Именно! Я говорю «убер для худеющих», но вообще-то он не только для худеющих. Там в целом про сбалансированное питание, учат есть правильно. Кому-то это, наверное, поможет поправиться, но, я думаю, таких меньше. Кстати, они своих специалистов называют нутрициологами, если что. Чем им диетологи не угодили? – риторически спросила Настя, но Катя ответила.

– Приелась, наверное. Шутка. Думаю, людей пугает слово «диета» в диетологе.

– А в нутрициологе ничего не пугает?

– «Внутрициолог» меня бы испугал, а так – не знаю. Что нужно делать-то?

– Им нужна сувенирка. Какие-нибудь небольшие подарочки и что-нибудь прикольное. Хотят поздравить постоянных подписчиков сервиса с Новым годом.

– Не поздно с Новым годом? Он ведь уже.

– Ну да, замешкались. Они как раз по этому поводу сомневались...

– Чувствуется, что будет «но».

– Но я их убедила, что так даже лучше. Все поздравляют клиентов до Нового года, поэтому никакого смысла делать так же нет: смешаешься с потоком остальных поздравлений, никто и не запомнит. Другое дело – подарок, когда на него не рассчитываешь. Он превосходит ожидания, выделяется и попадает в самое сердце.

– Занимательная мысль. Ты правда в это веришь? – Верит ли продажник в то, что говорит, – вопрос почти философского характера. С одной стороны, не верить – значит идти на сделку с совестью и продавать что-то ненужное. Кроме того, сложно продать то, во что не веришь. С другой – всего месяц назад Настя верила в обратное: активно убеждала всех клиентов в необходимости заранее подготовить необычный новогодний подарок и точно так же продавала услуги агентства.

– Сложно сказать! До того как сформулировать мысль, я не думала об этом. Скажу так: я не верю в нее. Врать бы я не стала, что-то в ней есть! – И правда, что-то в ней действительно есть: совершенно точно в ней есть процент за продажу услуг, который получит Настя, бонус Кати за работу на праздниках и наверняка что-то еще! Продажники – люди с психикой уникального свойства: они умеют искренне верить в два противоположных утверждения.

– Когда нужны идеи?

– Как всегда: чем раньше, тем лучше. До 5 января вряд ли кто-то возьмется делать сувенирку, так что около недели у тебя есть, но постарайся не тянуть. Поздравить с Новым годом сразу после праздников – нормально, а ближе к февралю – уже странновато.

– Принято! Хотя уверена, если потребуется, ты их убедишь, что ближе к февралю – лучшее время для поздравления с Новым годом, как раз захватывает еще и соседние

праздники.

– Если бы за это светили хорошие бонусы, я бы и поздравление в июле продала.

Катя решила не тянуть до июля и расправиться с задачей сегодня же.

Не все задачи на креатив требуют месяцев работы и глубокого погружения в тему. Если у клиента нет цели выиграть приз на фестивале, ему достаточно просто чего-то веселого и нестандартного. Впрочем, это не значит, что готовиться не нужно совсем. Даже легкое погружение в тему делает креатив гораздо более осознанным, сближает его с аудиторией. Иначе креативщик рискует сделать работу не для аудитории, а для своего представления о ней. Иногда у этих множеств не больше общего, чем у Рахманинова с корейской поп-музыкой.

Лучше всего понять аудиторию помогают форумы и тематические блоги. На форумах можно посмотреть, о чем люди чаще всего спрашивают – у маркетологов это называется «болями» аудитории, какой-то нерешенной проблемой. А где боль, там и местечко для рекламы. В тематических блогах можно поискать самые популярные посты, узнать, что вызывает самый большой отклик, все это и будет «болью» аудитории, или, если смотреть со стороны креатива, пространством для идей.

Катя изучила десяток блогов о похудении. Нашла частые, популярные запросы. Из них она набрала идеи для смешных

стикеров с концентратом «боли» худеющих. Стикеры – стандартный беспроигрышный вариант для сувенирки при условии, что сделаны забавно, – разминочная задача для креативщика уровня Кати. В дополнение к стикерам она придумала ловца ночного жора и несколько вариантов трагикомичных картинок для открыток. Довольная результатом, она сделала перерыв на чай. Не то чтобы ей сильно хотелось чай, но хотелось подчеркнуть момент, отметить победу над задачей.

Протянув руку к полке, Катя мгновение помедлила. Там стояли две кружки: оранжевая – Макса, зеленая – ее. Кроме цвета, они ничем не отличались, но в отсутствие Макса Катя часто брала именно его кружку. Она взяла оранжевую, насыпала в нее чай с бергамотом, залила кипятком и подошла к окну.

Окно выходило на МЦК, и это нравилось Максиму. Он часто смотрел на переход, сидя на подоконнике. «Столько жизней, судеб, энергии. Мы живем рядом с артерией», – Макс мечтательно наблюдал за неясными силуэтами в переходе и совсем крошечными людьми на платформе. Ему нравилось по движениям, скорости и взаимоположению тел угадывать настроение людей, характер их отношений друг с другом.

Катя вглядывалась в платформу, людей почти не было: первого января все сидят по домам. Она посмотрела на небо, такое чистое и светлое, такое доброе. Если задуматься, в настоящем всегда хорошо. Катя улыбнулась. Она не успела осознать эту мысль, ее взгляд привлекло движение: в окне дома

напротив танцевал мужчина. Разглядеть лицо с такого расстояния трудно, но густую бороду на этом лице подметить было можно.

Есть танцы красивые не техникой, но душой, внутренней свободой танцующего. Если танец профессионала вызывает мысль: «Так, мне тут лучше даже не показываться, куда бы спрятаться?», то человек, танцующий от избытка внутренней свободы, наоборот заражает своим состоянием всех вокруг. Катя забыла про чай и откровенно любовалась. Мужчина явно чувствовал ритм и откликался ему сердцем. Он переносил вес в такт музыке, которую не было слышно, но настроение которой можно было считать. Катя смотрела это внезапное развлекательное шоу до тех пор, пока мужчина не скрылся в темноте квартиры.

«Ладно, пора и мне возвращаться в работу». К вечеру она придумала оберег от лишних калорий на холодильник, десяток виртуальных значков для самого приложения и прочую мелочь. В принципе, всего этого уже хватало, чтобы отправить заказчику на проверку, но Катя не решалась: ей хотелось сделать еще что-нибудь особенное. Читая о правильном питании, она обнаружила, что в нем нет строгих запретов: быстрые углеводы – муку высшего сорта, сахар – рекомендуют исключить из рациона, при этом, если очень сильно хочется, что поделать. Диета не должна ассоциироваться с мучением, можно себе осознанно разрешить немного. Другими словами, раз в неделю счастливеец может съесть несколько

кусочков пиццы, просто это будет уже праздничным исключением, а не основой рациона.

Катя видела в этом интересное противоречие, когда, с одной стороны, ты отказываешься от быстрых углеводов, а с другой – у тебя все-таки остается право изредка переступить черту. Ей хотелось как-то выразить это противоречие в сувенирке, в каком-то предмете или картинке, сделать что-то с внутренним кодом, понятным всем людям, для которых такое противоречие существует.

Идея не рождалась наскоком. Что это должен быть за предмет? Каким образом он совместит в себе одновременно и запрет, и разрешение? Как сделать так, чтобы это легко считывалось?

Есть особенного рода усталость на границе между удовольствием и опустошенностью, ее ощущаешь после плодотворной творческой работы, и сейчас Катя ее чувствовала: она придумывала идеи весь день почти без перерывов, поймала поток и продуктивно его использовала. Такая длительная работа в потоке обычно кончается резким отрезвлением, в голову приходит мысль «на сегодня все» и больше ничего не приходит. Будто на тебя действовал энергетик, но его действие прекратилось в одну секунду, все мысли превратились в тыкву, перед каретой твоего творчества вырос знак «Стоп». Продолжать что-то выдумывать в такой момент – плохой вариант. Все самое важное уже сделано: мозг получил задачу, данные для ее решения, много разрозненных ку-

сочков картинки, а искреннее желание запустило процесс. Дальше все произойдет само, осталось только расслабиться.

В награду за выполненный долг Катя решила «позволить себе немного быстрых углеводов». Некоторые люди формулируют эту мысль как «хочу конфет». В квартире быстрых углеводов не оказалось, что, в общем, скорее радовало: еще больше, чем конфет, Катя хотела прогуляться. Необходимость что-то купить служила хорошим поводом выбраться на улицу. К вечеру во дворе уже появились люди: наверняка тоже за конфетами вышли!

Первого января работают не все магазины и даже не все торговые центры, но магазинчик в подвале дома Кати работал. Сложно вообще вспомнить, чтобы он когда-нибудь не работал. Впрочем, Катя туда заходила редко: в магазине не было ни одного окна и красивые, свеженькие, спелые продавщицы на глазах увядали без солнечного света. Больше всего Катя боялась увидеть Айгюль.

Айгюль попала в подвал полгода назад. На вид ей лет двадцать пять, и, кажется, это ее первая работа: так улыбаться может только тот, кто раньше с людьми не работал.

Сначала Айгюль была сущий додо: открытая, доверчивая, глупенькая. Задавала необязательные вопросы: «Пакет большой или маленький?» – когда очевидно, что набор из хлеба и молока отлично помещается в маленький; могла продать алкоголь без паспорта, если человек явно уже лет на сорок старше восемнадцати, хотя другие кассирши все равно тре-

бовали документы. Она так искренне, заразительно улыбалась, с наивной радостью приветствовала и румянцем реагировала на дежурное «добрый день», что ей хотелось простить все. Ее реакция на ничего не значащее рефлекторное «спасибо» на секунду зажигала что-то светлое в покупателе, который, хотя и не сделал ничего особенного, вдруг чувствовал себя почти благодетелем. С непривычки это чувство даже пугало.

Другие кассирши на нее шипели. Может быть, потому что глупила, а может быть, из-за того, что, хотя и глупила, люди в очередь все равно собирались именно к ней.

– Где положила, там и лежит, – часто вместо ответа на вопрос кассирши говорили ей что-то вроде этого. А девочка все равно улыбалась покупателям: такая наивная открытость притягивает, невольно ей улыбались в ответ, и вот уже настроение лучше, а ты просто воду купил.

Так не могло продолжаться долго. Нельзя в таком режиме каждый день по двенадцать часов работать, не видя света, с фыркающими коллегами. Через пару месяцев девочка уже не так сияла. Спустия полгода и вовсе поникла, ничем почти не выделялась.

Глупых вопросов она больше не задавала, но приходиться в этот магазин Катя не могла. Если раньше один взгляд на Айгюль поднимал настроение, сейчас Катя боялась попасть на ее смену: трудно быть свидетелем того, как жизнь переводит человека в энергосберегающий режим.

«Только бы не Айгюль, только бы не Айгюль». Спускаясь в подвал, Катя надеялась не встретить там увядающий цветок. Айгюль в магазине не было. Катя взяла любимые конфеты и вышла. Возвращаться в квартиру ей не хотелось, и без какой-нибудь цели или маршрута она пошла просто прямо по тропинке. Недалеко от пустой в этот момент детской площадки в соседнем дворе она увидела парня, увлеченно занятого лепкой снежков. Катя остановилась и даже перестала жевать конфету: «Кажется, это танцор из дома напротив». Похоже на ту самую бороду. Вблизи ее можно было рассмотреть лучше: такая густая и вольная, что ее владелец скорее напоминал Робинзона после нескольких месяцев пребывания на острове, чем завсегдатая барбершопов.

– Хотите покидаться? – Парень заметил взгляд Кати.

– Нет, – автоматически ответила она и тут же подумала «да».

– Зря, снег хорошо лепится.

Катя сделала понимающее лицо, собралась развернуться и в панике убежать – она всегда так реагировала на незнакомцев. Но желание заговорить с ним все же пересилило.

– Я вас сегодня видела.

– Меня вряд ли, я только что вышел.

– А я вас видела... – Тут Катя смутилась. – ... в окне.

– Что я делал?

– Танцевали.

– Было такое. Как вы увидели?

– Я живу в здании напротив, смотрела на вас из своего окна.

– Не знал, что есть свидетели.

– Простите, пожалуйста! Но мне очень понравилось.

– Уверен, вы любите танцевать тоже.

– Я люблю смотреть, как танцуют другие.

– Я танцую почти каждый день.

– Если не занавесите окно, буду вашим зрителем! Вы давно тут живете? Я вас раньше не замечала, а такое я бы заметила. – «Такое» Катя выделила специальным, заговорщицким акцентом.

– А я тут не живу. Редко где-нибудь долго задерживаюсь. Сюда приехал к другу за своими котами. Меня три месяца не было в Москве.

– Работа?

– Можно так сказать. Я работаю на один катарский фонд: они собирают уникальных людей. Моя задача ездить по пустыням и находить этих людей.

– Фантастически. – Кате всегда хотелось встретить человека с какой-нибудь такой странной работой, и вот, когда она его встретила, все, что пришло на ум – «фантастически». В голове сразу же образовалась пустота, которая в таких случаях у Кати тут же заполнялась волнениями на тему, достаточно ли она интересный собеседник и не кажутся ли глупыми ее попытки поддержать разговор.

– А где вы живете? – спросила Катя, заранее ругая себя

за вопрос из анкеты, от которого она все-таки не смогла удержаться.

– Я живу на крыше. На шестнадцатом этаже. Рядом с Коломенским.

– Люблю этот парк.

– Приезжай в гости! – Незнакомец перешел на ты, но это звучало естественно и было приятно. – Думаю на днях перекрасить коридор в темную лазурь, хочешь помочь?

– Ааааааээээээмм... Хочу, да. – За это полусекундное протяжное «аааа» ум Кати провернул миллион операций: он успел создать воображаемую чашу весов и положить на нее с одной стороны детский запрет ходить в гости к незнакомцам, моральные нормы, пребывание в отношениях, вопрос этичности посещения молодой девушкой молодого парня и длительное время наедине, гипотетическое «что подумают люди?» и еще одно гипотетическое «что подумает Макс?» при гипотетическом «если узнает». За отрезок «эээ-ээээ» Катя заполнила вторую чашу только что созданных весов. На нее легли: «а как Макс может узнать?», «вообще-то он сам уехал и оставил меня одну», а также мысль о том, что она никогда не красила стены («почему до сих пор, к двадцати шести годам, ни разу в жизни?»), еще куча других не до конца осознанных мыслей, которые в итоге привели ее к финальному «мм, хочу, да». Все это заняло мгновение: удивительно, какие расчеты способен проводить мозг человека в стрессовой ситуации! В математике есть шесть нере-

шенных задач тысячелетия: если бы математиков чаще приглашали в гости симпатичные парни или девушки, нерешенных задач не осталось бы.

– Тогда договорились, приезжай в среду. – До среды было два дня.

– Хорошо! Как тебя зовут?

– Эд.

– Эдик или Эдвард?

– Эдгар.

– Я Катя. – Она продиктовала ему номер и в полном удивлении от самой себя, разговора и соглашения красить стены в квартире случайного встречного наконец отдалась желанию в панике унести. – Ладно, Эд! Рада знакомству, мне пора бежать.

Через секунду она уже бежала, и так бы она и скрылась, если бы на углу не почувствовала, как в ногу попал снежок. Катя развернулась и бросила в нового знакомого конфету.

– Это война!

– Будь осторожен, я стреляю углеводами!

Они еще немного покидались, и Катя убежала домой. Дома она впервые за несколько часов взяла в руки телефон. Там висело сообщение от Макса. Он говорил, что закрытие филиала растянулось, поэтому он задержится на неделю. Катя ответила: «Хорошо!» – и, говоря честно, она действительно так подумала. Ею слишком завладело удивление от произошедшего. Нужно было время разобраться во всем этом –

и оно появилось.

Два следующих дня Катя провела в непонятной для себя взволнованности. Иногда ей хотелось танцевать, в другие же моменты она предавалась панике с мыслями «что я творю?» и желанием раскаяться в чем-то непонятном, позвонить Максу и попросить скорее приехать.

«Мне не в чем винить себя, я не делаю ничего плохого, – успокаивала себя Катя и снова начинала ждать среды. – Во-первых, я еду просто красить квартиру». Она почти убедила себя, что с таким интересом ждет возможности прикоснуться к профессии маляра. Это новый опыт, а Катя любила все новое: красить стены – весело! «Я согласилась только потому, что не имела перед собой права не согласиться!»

В ожидании среды она пыталась придумать недостающую идею для сервиса худеющих, но работа отчаянно не клеилась. Катя даже зачем-то попробовала заранее обреченный на провал шаг – предложила вместе поштормить своему партнеру по креативной паре Андрею, ответ получила предсказуемый: «Спасибо, Катюх, но ты уж как-нибудь сама. Я человек простой: сказано праздники – я отдыхаю. Мне проблемы с выгоранием не нужны». Впрочем, если выгорание действительно связано с количеством работы, за Андрея можно не переживать и в обычные дни.

Читать тоже не выходило. Чтение словно растягивало и без того удлинившееся время, было слишком медленным. Не помогало и кино: Кате не хотелось вникать, как будто два-

дцать минут завязки сюжета – слишком много для нее сейчас. В итоге большую часть времени она провела в соцсетях: никаких завязок, долгого погружения, вникания в сюжет, создания атмосферы – контент в максимально доступной, ментально усваиваемой форме.

«Вообще-то соцсети похожи на быстрые углеводы», – Катя порадовалась аналогии с правильным питанием. Как сахар сразу же усваивается и не дает насытиться, вызывает зависимость, так и легкий контент соцсетей, не требуя усилий для переваривания, сразу же проглатывается, и мозг просит продолжать прием новых порций.

Катя подумала, что раз уж есть диетологи, составляющие план правильного питания, то миру нужны еще и контентологи, отвечающие за питание мозга. Эти специалисты должны разрабатывать контент-диету: что и в каких количествах поглощать, чтобы чувствовать тонус мыслей.

И Катя сразу представила себе консультанта, который составляет ей личный план контента на неделю, учитывает вкусы, интересы, карьерные и жизненные цели. Есть тарифы с базовым меню – кино, музыка, литература – и разнообразным питанием: в него, помимо базы, входят советы подкастов, театральных постановок, интервью, выставок, концертов, конференций и любых других возможных форматов контента – даже людей, рекомендованных к знакомству. Мечта! Впрочем, иногда у организма действительно нет никаких сил на переваривание, тогда сойдет и сахар. Катя раз-

решила себе соцсети.

Наконец наступила среда. Катя надела домашнюю белую майку с Микки Маусом, примерила к ней короткие салаточные шорты и повертелась в этом наряде у зеркала. Вид ей понравился, но показался неприлично игривым для первой встречи, поэтому Микки Мауса было решено отправить обратно в шкаф. Его сменила старая светло-серая футболка с надписью «The Beatniks» и черно-серым принтом четырех мужчин, переходящих дорогу по зебре. Когда-то Катя на бегу купила ее в магазине, полагая, что берет футболку с битлами. Целый месяц она носила ее в полной уверенности, что на ней знаменитая картинка легендарного квартета, пока кто-то из коллег после пятисекундного пристального всматривания не сказал:

– А, это у тебя битники.

– Не поняла, что ты имеешь в виду?

– У тебя на футболке написано «Зэ битникс», я сначала думал, что битлы.

– Да? – Катя на мгновение растерялась, посмотрела внимательно на надпись, потом ответила: – Ну, да, битники, – будто так и планировалось. После диалога она закрылась в туалете, сняла майку и впервые внимательно ее рассмотрела. Действительно «The Beatniks», действительно не тот снимок, хотя и очень похожий – неудивительно перепутать. Кажется, автор все-таки хотел сделать что-то с битлами, но не хотел платить за использование символики. Хитрый

ход, Катя даже начала ценить эту футболку сильнее: теперь она была как бракованная марка, редкая монета ограниченного тиража, памятник человеческой хитрости.

Катя подумала, что возможные пятна краски на ткани делают эту вещь только более битниковской, а шорты она решила оставить короткие: ненужной пары штанов у нее не было, лучше уж запачкать ноги. Складывая вещи в рюкзак, Катя поймала себя на мысли, что быстро дышит.

«Чего я волнуюсь? Мы просто собираемся красить стены! Ладно, вызываю такси».

Эд встретил ее у входа.

– Высоченный дом!

– Да, я как увидел, сразу понял, что хочу жить тут наверху.

– Эдгар, не забудьте забрать свою посылку, – к ним обратилась консьержка.

– Спасибо, что посторожили. Как ваша внучка?

– Уже лучше, ваша индийская таблетка помогла.

– Я рад. – Лифт открылся. – Это она нашла мне квартиру, – шепотом сказал Эд, – я зашел и спросил, сдает ли кто-нибудь в этом доме. Она сказала «нет». Я оставил ей десять тысяч, свой номер и попросил позвонить, если кто-нибудь будет сдавать. Она позвонила в тот же вечер. Сказала, что есть квартира на крыше. Вообще-то она не сдается, так как в ней нет ремонта, но если я готов, то хозяин может мне сдать. Я сказал, это как раз то, что нужно.

Катя подумала, что логичнее было бы построить все в об-

ратном порядке: замотивировать человека деньгами, получить от него сведения, потом уже платить. Зачем что-то делать, когда деньги уже твои? Но, видимо, иногда работают не самые логичные подходы.

Эдгар повернул ключ, послышалось цоканье коготков по полу. В коридоре их встретил крупный серый кот с возмущенным выражением на мордочке.

– Похоже, он злится?

– Думаю, что нет, у него просто лицо такое. Это Шива.

– Шива?

– Этот кот любит разрушать. Иногда он ведет себя необъяснимым образом и не со всеми ладит. Некоторые друзья уже отказались брать его себе, когда я уезжаю. На руки он почти никому не дается.

Пока Эдгар вешал в чулан куртки, Катя смотрела на Шиву, а тот настороженно обнюхивал гостью и, кажется, что-то решал.

Из комнаты показалась черная головка. Эта кошка явно не собиралась встречать гостей, но звуки привлекли ее достаточно, чтобы посмотреть издали.

– Ой, а это что за черная киса?

– Это Love. Она очень пугливая. И еще маленькая. Я взял ее полгода назад со двора, она была таким черненьким комочком и ото всех убегала. Целый день ловил.

– Можно ее погладить?

– Можно, но вряд ли получится: она все еще убегает. Пы-

таюсь ее согреть, удастся с трудом. Однажды она сбежала из ветеринарки. Я как раз в тот день сдавал экзамены на права, оставалось вождение. Мне позвонили и сказали: «Ваша Лаф убежала через окно, мы не смогли ее поймать». Пришлось бросить права и ехать ее искать. Через несколько часов нашел ее под машиной в одном из дворов. Уже думал, что пропала. Прав у меня в итоге так и нет.

Катя осторожно вошла в зал, присела и попыталась протянуть к кошке руку. Love убежала под диван.

– Как они ладят с Шивой?

– Он ее защищает! Я тогда поругался с ветеринаркой и сказал, что сам буду делать уколы. Укол немножко болючий, она замяукала, Шива прибежал, отогнал меня от нее, встал между нами и начал шипеть. Целый час шипел, если я приближался.

– Так мило. Может быть, он решил, что это его котенок?

– Может. Он старый кот, ему уже девять лет, котят у него не было. Я не ожидал, что он так будет реагировать. Теперь он заботится о Love.

Катя осмотрела квартиру. В ней не было ничего ярко-роскошного, броского, но вместе с тем каждый предмет как будто что-то значил, скрывал историю и этим притягивал. Катя ожидала увидеть стену, требующую срочного ремонта, но вся квартира была свежеекрашена, краска нигде не трескалась и не требовала замены. Кое-где мазки нанесли небрежно, переходы не были четкими, линии слегка пля-

сали, но вся эта легкая небрежность удивительным образом играла, даже в стенах чувствовалась история, характер того, кто их красил.

– Мне кажется, с твоими стенами все хорошо.

– Да, но они мне надоели. Я иногда все меняю, когда меняюсь сам. Это как с одеждой, знаешь? Наденешь кеды – и как будто надел лето, идешь широким шагом, можешь переступить через дома, дни и плохое настроение. Поменяешь на ботинки – и вот уже лужи не хочется перелетать, наоборот – хочется вляпаться в них с силой. Я люблю кеды. И перемены. С квартирой то же самое, только циклы более медленные: каждый день ее не поменяешь. Хотя один раз на меня нашло, через неделю все перекрасил.

Идея менять что-то в квартире под настроение Кате приглянулась. Она подумала о том, что давно хотела что-нибудь изменить в своем жилье, но ее всегда останавливала мысль «зачем что-то менять в чужой квартире? Я же просто арендую, это все в итоге достанется кому-то другому». Теперь она подумала: «Я могу что-то менять не для того, чтобы навсегда зафиксировать за собой, а просто потому, что могу; потому, что это соответствует мне сегодня». Озвучивать свои мысли Катя не стала, она почувствовала в них ограничения и боялась разочаровать Эда. Ей нравились его рассуждения, и она хотела показать, что понимает его и думает точно так же.

Катя немного побродила глазами по предметам на полках и вдруг замерла. Ее внимание привлек неожиданный экспо-

нат на стеллаже справа от кровати. Там на специальной подставке во всей своей пробирающей красе расположилась мумифицированная рука: кисть с запястьем и частью предплечья.

– Что это за кусочек мумии у тебя на полке?

– Это рука Нефертити. Подарок моей индийской подруги. То есть она француженка, но уже долго живет в Индии.

Кисть стояла, раскрытая пальцами вверх. Что-то в ней притягивало и в тот же момент отпугивало. Кате хотелось прикоснуться, но казалось, если поднести руку, тронуть, кисть сожметя и схватит тебя. Она будто только и ждала возможности схватить что-нибудь.

«Вот оно!» – подумала Катя. Она нашла решение: ей нужна такая рука! Она сделает из нее вазу для конфет. Ваза, в которой лежит запрещенка. С одной стороны, хочется взять, с другой – страшно.

– Мне нравится эта рука. Расскажи про свою подругу? Откуда ты знаешь ее?

– Мариин, ее зовут Мариин. – Эдгар улыбнулся. – Мы познакомились десять лет назад, мне тогда было двадцать два. Я приехал в Индию, потому что не знал, что делать, – он начал говорить тише, без улыбки, – я жил там уже три месяца, но ничего не решил. Мне было плохо, я не видел никакой цели, своего места, никого рядом и никакого смысла продолжать. Если бы я умер, никто бы не заметил. В общем, я так и хотел сделать. В свой день рождения, красиво. Я вы-

брал мост, пришел, свесил ноги и последний раз сидел перед солнцем. Мысленно я прощался с жизнью, вот тут появилась Мариин, – Эд снова улыбнулся. – Она пришла на тот же мост, оставила вещи, сняла туфли и начала перелезать через ограду. «Что вы делаете?» – крикнул я. «Собираюсь спрыгнуть, не видишь?!» – она крикнула в ответ, продолжая перелезать. «Вы не могли бы завтра это сделать? – со всей возможной жалобностью попросил я. – У меня сегодня день рождения, и я не хотел бы, чтобы вы занимали место. Я выбрал эту дату для себя». Она вытаращила глаза и мгновенно остановилась. В следующую секунду она уже кричала на меня: «Ты нормальный вообще?!»

Катя, до этого напряженно слушавшая, громко засмеялась.

– Прости, пожалуйста! Это очень трагическая история, но, когда одна сумасшедшая спрашивает другого сумасшедшего, нормальный ли он, – трудно удержаться. Я вижу, что в итоге вы остались живы, надеюсь, это немного отпускает мне грех. Хочу экранизацию этой сцены.

– Да, мы потом целый год путешествовали, каждый вечер танцевали и сделали много глупостей. Сейчас Мариин известная hand-made artist.<sup>6</sup>

– И она делает такие руки?

– Вообще-то руки она делает редко. Обычно она делает из глины члены и вагины.

---

<sup>6</sup> Hand-made artist (англ.) – художник, занимающийся ручной работой.

– Эм!

– Она очень востребованная! Ее работы покупают по всему миру, у нее клиенты из США, Израиля и Европы. Однажды она прислала мне открытку со словами: «Эдгар, я продала член за четырнадцать тысяч долларов!»

– Классно, я бы тоже хотела заниматься этим, – произнесла мечтательно Катя. Подумав, что ситуация требует уточнения, она добавила: – Современным искусством, я имею в виду.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.