

«ДВА ТОВАРИЩА» СПАСАЮТ СИТУАЦИЮ



Игорь Диденко и Глеб Тимошенко работают вместе уже 14 лет. За это время они приняли участие во множестве мероприятий разных масштабов и направлений. Не так давно они создали компанию «Два товарища», которая занимается организацией праздников, корпоративных мероприятий, event-менеджментом

Без ведущих Игоря Диденко и Глеба Тимошенко Киевский рекламный фестиваль так же немислим, как и без двух символических рыб в логотипе. Они не просто выходят на сцену в самых немислимых ролях и костюмчиках — они разрабатывают сценарии и воплощают их. Без заготовок и импровизаций двух товарищей любая процедура награждения показалась бы просто бесконечной.

На одной из церемоний ребята полтора часа вдвоем «держали зал» в условиях непрекращающихся технических несуразностей. Однако маленькая храбрая фирма «Два товарища» работает не только на КМФР, но и организует всевозможные маркетинговые акции, эффективность которых признают даже самые упрямые малороссы.

— Ребята, вы и актеры, и крейторы, и режиссеры... Кто же вы по образованию?

Игорь: Мы как собачки, только говорящие. Все время говорим о других, а когда речь заходит о себе, молчим. Оба из одного вуза, из Харьковского авиационного института (ныне — Харьковская национальная аэрокосмическая академия). И оба из одной команды КВН.

— Раз вы оба из КВН, получается, что от любителей плавно перешли к профи?

Игорь: В определённый момент возникает логичный вопрос: а что дальше? Получается, что на определенном кавээновском уровне ты либо отходишь на второй план, либо (если ты хороший автор) тебя забирают в какие-нибудь авторские гильдии. Там ты что-то для кого-то пишешь, но уже не своим ребятам. Или же можно оказаться в чужом проекте, где становишься главным актёром. Ни в одно из этих направлений мы не попали, поэтому нам нужно было выбрать свой путь. Мы с Глебом с 94-го года начали работать как ведущие различного рода мероприятий и шоу.

Глеб: Даже Масляков говорил, что КВН — это великая планета и игра в КВН — это игра, которой можно жить долго и ярко. Но никто здесь не остаётся форвардом навсегда...

— Откуда появились первые заказчики?

Глеб: Первыми заказчиками, конечно, были друзья. Всё это было очень весело. И бесплатно. Но, по сути, первыми клиентами, которые сказали: ребята, давайте вы будете ведущими, узнаваемыми лицами некоей тусовки, стали владельцы ночного клуба Сочинского фестиваля. Это было в 1994-м. Ночной клуб был кавээнновской тусовкой. Работать было приятно, но в то же время сложно и ответственно: вокруг же были сплошные гении, кавээнщики. Шутить в присутствии шутников очень непросто. Были среди зрителей и кумиры, которым мы в душе поклонялись. Именно тогда мы нашли свою манеру: не ведущие концерта, а модераторы обстановки.

МЫ НАШЛИ СВОЮ МАНЕРУ: НЕ ВЕДУЩИЕ КОНЦЕРТА, А МОДЕРАТОРЫ ОБСТАНОВКИ

— Вы работаете дуэтом, но обычно дуэты — это комическая пара, где всегда присутствует некая разность потенциалов, скрытый конфликт. А у вас его нет! Вы совершенно не похожи на комическую пару, потому что там всегда «хороший — плохой», «глупый — умный», «толстый — тонкий»... У вас же — паритетность. Редкий случай. И название вашей фирмы «Два товарища» чётко отражает то, что вы в равных весовых категориях.

Глеб: Ну, иногда мы позволяем себе какие-то роли. Игорь подтрунивает надо мной, а я скромно хихикаю... Или, наоборот, я над ним. Вот и возникает конфликт. Мы не определяем себя как комический дуэт и не говорим, что мы суперконферансье. Наша задача в том, чтобы мероприятие получилось хорошим, вне зависимости от того, как его задумали организаторы. Поэтому мы всегда готовы к импровизациям. Для себя мы определили, что являемся «спасателями праздника»: видим ситуацию и понимаем, что делать, когда она выходит из-под контроля.

— Вы очень быстро и осознанно меняете контекст и надеваете различные маски: только что вели себя как истинные мафиози, а через секунду уже начали вещать словно жрецы-друиды. Позволю себе цитату: «А теперь мы возвращаемся туда, откуда пришли все эти люди на четвереньках, в волшебную долину Бухачечную...»

Игорь: Это школа, заточка КВН... Нужно чувствовать атмосферу. Находясь все время внутри, надо уметь мгновенно выходить из кадра, чтобы посмотреть на ситуацию

со стороны, оценить — и вернуться, чтобы озвучить увиденное. Скажем, на нынешнем фестивале во время вручения премии «След в рекламе» Глеб обнаружил, что забыл в гримерке сценарий награждения с биографиями лауреатов. Чтобы никто не заметил вынужденной паузы, мы выпустили в зал барышень с тарелками нарезанных апельсинов и предложили гостям угадать, что эти апельсины символизируют на языке мафии — вечер-то был выдержан в стиле Чикаго. Зрители начали предлагать свои версии. Тем временем Глеб рванул в гримерку и вернулся ни с чем, прошептав мне: «Игорь, я там был, но там закрыто... Ключи у тебя!» Что делать? В этот момент я мысленно смотрю на ситуацию со стороны и принимаю решение, что в зале есть знаковая личность, формирующая мнение. Значит, нужно идти к ней и устраивать интерактив по поводу внешнего раздражителя, который появился в зале, — апельсина. Процесс пришлось продолжать до тех пор, пока Глеб нашел ключ и сценарий. Кстати, именно в тот момент экспромтом родились шутки о том, что «Чикаго тридцатых — это Молдавия двухтысячных», а оранжевая рубашка Лазебника — на самом деле фиолетовая, но в соке апельсина... И все это решало одну задачу: Глебу надо сходиться в гримерку за сценарием!

— Насколько сценарий важен для вас?

Глеб: Мы любим, когда заказчики дают свой сценарий — плохой или хороший — неважно. Главное, мы начинаем понимать, что именно человек хочет сказать людям, которые придут на мероприятие. При этом мы не позволяем себе чётко следовать

«Вечер строительного гламура и почета» — так было названо 15-летие фирмы "ТММ". Гостей встречали позолоченные строители в касках со стразами Сваровски





Фото: Алексей Абрамов: www.abramov.com.ua

Игорь и Глеб в течение многих лет — бессменные ведущие творческого лагеря рекламистов ADDrive (addrive.com.ua)

сценарию, когда видим, что ситуация изменилась. Например, вдруг появился пьяный и начинает громко кричать. Не будешь ведь при этом говорить: «Несмотря на это, мы поздравляем Василия Ивановича...» Человек-то кричит! Ситуация изменилась: все на НЕГО смотрят, а не на нас. И мы начинаем с НИМ работать.

— *Есть у вас какие-то маски, любимые роли, в которые при необходимости вы можете легко войти и тем самым спасти ситуацию?*

Глеб: Определённая база, на которую мы опираемся, конечно, есть. Но шутки ведь тоже стареют, и мы обязаны обновлять

Игорь: Если уж всё совсем упирается «в пластилин», в смысле — нет никакой обратной отдачи от зрителей, у нас всегда есть возможность получить взаимотдачу друг от друга, поиграть в словесный пинг-понг. Самый первый ход, который мы когда-то поняли и применяем до сих пор, — это идти грудью на амбразуру. Если чувствуешь, что зал тебя не воспринимает, лучше не оставаться на сцене. Если нет никакой отдачи и полная тишина, надо брать микрофон и идти в зал.

Глеб: Хотя стра-а-ашно! Ведь идешь прямо в Мордор, как Фродо...

Игорь: Туда, откуда смотрит глаз! А туда нужно идти — иначе все, разворачивайся и уходи совсем.

Глеб: В каждом человеке есть внутренняя программа: он всегда хочет выглядеть хорошо. Любой человек! И вот тыходишь к зрителю. В этот момент ты же не говоришь ему: «Вот ты, чего ты здесь сидишь?!» Скорее так: «Вот вы прекрасный человек, красиво сегодня выглядите... Как ваше мнение?» Он сразу приободрится — его же похвалили — и отвечает: «Ну-у, как бы... ничего...» Готово! Он сказал! А значит — включился! И рядом с ним люди тоже включились, отреагировали. А его другу стало завидно, и он уже тянет руку: «Секунду! Я тоже хочу сказать!» И всё — мы их поймали!

ЕСЛИ НЕТ НИКАКОЙ ОТДАЧИ, НАДО БРАТЬ МИКРОФОН И ИДТИ В ЗАЛ

материал. Есть три-четыре стопудово проходящие вещи. Самые простые маски — когда мы переходим в режим работы друг с другом. Происходит переброс репликами. Мне известно, как отреагирует Игорь, а Игорь знает, как примерно поступлю я. Я что-то сказал, Игорь понял, что я имею в виду, и он специально выведет меня на то, чтобы я сказал шутку...

Бетономешалка с красной икрой на банкете в честь юбилея строительной компании



— Теперь, наверное, вы не боитесь?

Игорь: Да нет, каждый раз нам страшно! И каждый раз волнуемся, переживаем.

Глеб: Или ещё бывает, что перед началом вечеринки организаторы начинают напештывать о каких-нибудь супергостях: «У нас соберутся VIPы... Вы понимаете?» Лучше бы они нам ничего не говорили. И вот эти «неприкосновенные», о которых нам рассказывали, сидят «в образе», и надо как-то подобрать к ним ключ. Но ведь они все в туалет ходят, зубы чистят, моются в душе! Так какого хрена?! А они эдакие только

потому, что на них смотрят подчиненные, убежденные, что они именно эдакие...

Игорь: И так, сначала мы были «спасателями праздников». А когда создали свое агентство, то оно уже априори должно все делать правильно. И тут появилась другая фобия — мы начали волноваться в квадрате, ведя мероприятие, полностью организованное нашим агентством. Проект-то наш, поэтому мы отвечаем за его основную концепцию!

— Бывает такое, что вас душат какими-то маркетинговыми и техническими подробностями до начала мероприятия?

Лестница пентхауса, где прошла строительная вечеринка, была украшена позолоченными шпателями, мастерками и другими инструментами

Глеб: Да, конечно.

— *И что вы делаете?*

Глеб: Обрабатываем информацию, которую получаем. Начинаем над ней шутить и глумиться. Ведь эту информацию понимают люди, которые сидят в зале, — каждая цифра для них понятна! «Это у вас изделие 24 или 25?» — «Нет, 26!» — «Так 25 или 26?» — «Похоже, что 27...» И зрители: «Ха-ха-ха!»

— *Вот это чрезвычайно интересно! В России не бывает такого, чтобы исполнитель иронизировал над клиентом. Случается какая-то ирония по отношению к марке, но не по отношению к конкретным людям... Как же у вас это получается? Тем более что, как мы подозреваем, людям-VIPам тайне хочется этой иронии. Как вы решаете задачу?*

Глеб: Во-первых, нужно создать атмосферу, в которой это можно сделать. Во-вторых, должно быть определенное доверие к ве-

дущим. Например, когда Ургант приходит в некое общество, все понимают, что он, веселый парень, может великолепно издеваться над кем угодно. И ему это прощается. Ему — можно!

Игорь: То есть сначала необходимо уделить время становлению, чтобы стать тем, кого слушают, поддерживают и кому что-то позволяют. Но необходимо помнить и то, что в любом случае есть рамки дозволенного. Как и в дружбе — есть дверь, но в нее нельзя стучать ногами.

Глеб: Еще одна важная вещь: ирония должна быть позитивной, в результате которой человек возвышается. Человека нельзя обижать.

— *А как над человеком посмеяться по-доброму?*

Глеб: Например, можно сравнить его с собой. Например: «Ну да, я не могу ходить в такой красивой белой рубашке и таких кедах, как у вас. У меня просто денег таких нет!» Для этого нужен необходимый объем информации о людях. Надо про них знать конкретные вещи, ведь мы оперируем фактами... Намного проще, если, например, знаешь, кто с кем дружит. Кто там первый человек? Ага. Вот он ездит на лыжах. А друзья? А он там ногу ломал? Ломал. Так ты получаешь информацию, над которой можно шутить. Но над семьей и детьми мы никогда не шутим.

— *Неудачи-то были?*

Глеб: Неудачи? У нас были провалы, причем совершенно сумасшедшие! Был такой, после которого ни дни рождения, ни свадьбы лет пять не проводили. Рассказать? Пришли на юбилей. Все богато. Дом, двор с бассейном. С одной стороны бассейна — гости и юбиляр, с другой — мы. Начинаем говорить по сценарию — у гостей лица каменные. Переходим на словесный пинг-понг друг с другом — ноль эмоций. Чуть ли не на уши встаем — никакого эффекта. Тут юбиляр поднимается и говорит: «Чуваки, ну ладно, мы поняли. Вы пойдите отдохните, выпейте водки... Ну давай, Витя, трави анекдоты!» До сих пор как вспомним, так вздрогнем.

— *А какие самые странные роли вам приходилось играть?*

Игорь: Я, например, был белочкой.

Глеб: А я ленивцем из мультфильма «Ледниковый период». В тот раз все получилось как надо!

— *А себя-то вы продвигаете?*

— Вот сайт сделали — www.dvatorischa.com.ua. И автомобиль у меня с номером «Два товарища». У нас на Украине такое разрешается! ®

