

“НИКАКИХ РЕЦЕПТОВ НЕТ — нужно научиться отличать хорошее от плохого”.



КОНСТАНТИН БРОНЗИТ,
режиссер

Средняя художественная школа им. Йогансона на Васильевском острове, потом отделение дизайна в высшем художественном училище им. Мухомовой, потом еще специальное образование в области кино — Высшие режиссерские курсы в Москве.

Работал после школы на киностудии “Леннаучфильм”, в цехе мультипликации и спецвидов съемок. Там делалась вся мультипликация для научно-популярного кино. Потом работал на московскую киностудию Александра Татарского “Пилот”. Сейчас работает в петербургской студии “Позитив” как художник-аниматор и режиссер.

— **Чем вы занимаетесь?**

— Я делаю практически все. Рисую кальки — саму мультипликацию, то, что шевелится и загоняется потом в компьютер. Там они либо раскрашиваются, либо делается какой-то очередной спецэффект.

— **Как вы начинаете на уровне идеи?**

— Часто заказчики придумывают такой сценарий, который даже не соответствует их продукции. Но с этим приходится мириться... Сначала я делаю раскадровку, утверждаю ее у заказчика, а потом начинаю ее воплощать. Для меня важно импрэши — впечатление. Если есть упаковка, я смотрю на упаковку и думаю о том, что должно быть в идеале.

— **Ваша любимая реклама?**

— В частности, “Найк” — она часто цитируется, в Каннах получила приз журналистов. Там, где мужчина в библиотеке читает газету, перелистывает, и начинают листаться журналы — оживают сами по себе, мячик прыгает, теннисные ракетки отбивают... Шедевральная вещь! Хорошей рекламы много, всю не перечислишь.

— **Что отличает хорошую рекламу?**

— Прежде всего, ритм потрясающий. Темп. Придумка сама. Стильность. Работа на тему. Всегда сценарий железно связан с темой — ничего случайного. Еще меня удивляет в таких рекламах — потому что это как раз проблема, которая меня мучает, — как же у них прошел такой сценарий? И вообще — что они представляли на этапе сценария?

Многим должна нравиться реклама “Сони” с медузой. Представьте, пришел ко мне заказчик, а я такое придумал: “Вот медуза, вот она поплыла...” Меня послушают и ничего на поймут: “Ну, и что? А где здесь реклама?” Я думаю, что на Западе режиссеру дается карт-бланш на рекламу — делай, что хочешь. У нас такого не происходит. Заказчику нравятся твои предыдущие работы, но при этом — постоянный контроль.

— **Какая реклама вам не нравится?**

— Это сложный вопрос. Неприятная реклама — это Леня Голубков. Но ведь она эффективна! Эффективней, чем всякая другая. На Западе реклама — это маленькое произведение искусства. А у нас... Эмма Петровна, “Тайд”... Мне это не нравится, но она наверняка работает на подсознание домохозяек.

— **Наиболее удачная ваша собственная работа?**

— Мне все мои работы нравятся. Одна из последних — GSM в виде комикса. Чай “Милфорд” — светлый натюрморт на столе с самоварчиком, живой пакетик выскакивает из коробочки, идет по столу, к чашечке подходит, чашечка оживает... Удачная работа. Снимали реальный натюрморт, потом на компьютере все это “шевелили”.

А GSM — все сценарии были мои. Заказчик дал техническое задание, в котором указал, что должно быть отражено в рекламе: GSM без помех, далеко слышно и т.д. А я все это придумал, сделал раскадровку, помня о том, что это должен быть комикс, все упрощенно, ритмично, красиво.

— **Поделитесь своими приемами.**

— Никаких рецептов или ноу-хау я не знаю. Есть чутье. Нужно много смотреть, ездить по фестивалям, быть в курсе того, что делается в мире. Научиться отличать хорошее от плохого. Как ребенок — начинаешь идти просто методом подражания. Невозможно “от балды” придумать велосипед, тем более, что он уже изобретен.

Типичная ошибка в рекламе — отсутствие ритма. Это первый показатель непрофессионализма. В ролике с Эммой Петровной плохо то, что там все — в лоб, как будто колотушкой забивают. Это

уровень Лени Голубкова.

Нужно очень хорошо озвучивать ваше кино: звук — это вообще 50% фильма.

— **Рекламой чего вы бы никогда не занялись?**

— Я занялся бы рекламой любого предмета, ограничений нет. Если это будет сделано вкусно, красиво, эффектно — пройдет все. Абсолютно.

— **Есть ли у вас секреты повышения творческой активности?**

— К сожалению, нет. Если происходит спад, то мучаешься, ждешь. Хотя откладывать, как правило, нельзя — в конце работы над роликом приходится сидеть ночами. А работа ручная, лабораторная, каждую калечку рукой надо нарисовать... Уже не обращаешь внимания, преодолеваешь себя. Голова болит, это отвлекает, съел таблетку и — вперед.