

-i- ИНТЕРВЬЮ

«НАШ ЗАКАЗЧИК ЛЮБИТ, КОГДА БОГАТО, ЖИРНО И КРАСИВО»



РЕНАТ ГАЗИЗОВ ЗАКОНЧИЛ ВЫСШЕЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРОМЫШЛЕННОЕ УЧИЛИЩЕ ИМ. МУХИНОЙ. ЕЩЕ СТУДЕНТОМ СТАЛ РАБОТАТЬ МУЛЬТИПЛИКАТОРОМ НА «ЛЕННАУЧФИЛЬМЕ». ПОТОМ ЗАКОНЧИЛ РЕЖИССЕРСКИЕ КУРСЫ В МОСКВЕ. ИМЕЕТ РЯД АВТОРСКИХ РАБОТ В МУЛЬТИПЛИКАЦИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОТМЕЧЕННЫХ НАГРАДАМИ: В 1993 ГОДУ ПОЛУЧИЛ «НИКУ» ЗА СЕРИЮ ФИЛЬМОВ «ПРОИСХОЖДЕНИЕ ВИДОВ». СРЕДИ РАБОТ — СЕРИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ АНЕКДОТОВ: «ОЧЕНЬ МАЛЕНЬКИЕ ТРАГЕДИИ», «ПОЛНОЧНЫЕ ИГРЫ», «ШИЗ», «ИНТРОДУКЦИЯ».

❗ *Кем ты себя ощущаешь в большей степени — мультипликатором или рекламистом?*

❶ Скорее мультипликатором. Мы всегда делали короткие смешные фильмы. А реклама близка к этому жанру, к тому же это реальный способ заработать.

❗ *Твоя первая работа в рекламе?*

❶ В 1994 году деньги на кино закончились, и нашей творческой команде было нужно что-то делать. Я сделал несколько заставок для программы «Паровоз TV». Это была скрытая реклама продуктов: лимонада «Вера», резинки Sportlife и так далее.

❗ *Теперь этот вид рекламы считается передовым. Реклама лимонада Tizer в виде спонсорской заставки к развлекательной передаче английского телеканала получила приз на «Этике» в 1997 году.*

❶ Потом я рисовал рекламу «Супримекс-банка», конфет M&Ms — это были плоские рисованные ролики с трехмерными фонами. Сюжет ролика M&Ms был построен так, чтобы нагляд-

но показать, что у M&Ms внутри хрустящий орешек, а сверху молочный шоколад — конфеты проходят таможенно, у каждого буква «М» на груди, и, проходя, они объясняют таможеннику, кто что везет. Сюжет другого: конфетки переходят дорогу, и один другому объясняет — зачем ты рискуешь собой, ведь у тебя же внутри ценный орешек! Сценарии выдавались откуда-то сверху — в производстве видеорекламы для больших бюджетов существует множество посредников.

❗ *Ваша реклама сети магазинов «Техношок» была популярна в Петербурге, она помогла продвинуть марку, а слова из песенки «возьму большой мешок — отправлюсь в Техношок» стали поговоркой. Расскажи про эту работу.*

❶ Я тогда уже работал с режиссером Олегом Гусевым, мы с ним делали музыкальные клипы. Руководитель фирмы «Петросиб» приехал из Америки и начал открывать свои «Техношоки». Он хотел, чтобы в рекламе было что-то шокирующее, молодое, свежее, на-

пористое... Когда же над тобой довлечет что-то, обычно это бывает в работах для Москвы, — это катастрофа! Делали мы мультипликационную рекламу печенья Burtons — там посредник на посреднике, и каждый дрожит — как бы заказ не сорвался, и каждый «душит» тебя, что вот именно это должно быть отражено, потому что они вроде бы уловили, что заказчик этого хочет. Сделанные таким образом ролики получаются выхолощенные, дохлые. А в работе с «Техношоком» мы пошли «на отрыв» и сделали нахальный ролик. Фонограмму для ролика записал Алексей Лебединский, он озвучивает очень жирно, четко, при этом ясно понимает мультипликационный жанр. Текст написал Георгий Минаев.

❗ *Как строится работа над роликом?*

❶ Все производство делится на этапы, и каждый этап сдается заказчику отдельно. Обычно заказчик хочет, чтобы все было отражено: на первом месте обои, потом кафель, потом где-то спички... и чтобы был слоган и

логотип! Также надо учесть, для кого предназначен ролик, какие в нем должны быть товары — настоящие или рисованные. Потому что это влияет на подсознание. Все требования подробно обсуждаются и записываются. Потом по этой болванке пишутся варианты сценария, некоторые из них рисуются в раскадровках. После этого заказчик смотрит, как все интересно обернулось, и при этом вроде учтены все его пожелания. Как правило, такой сценарий принимается сразу. Потом рисуется ролик, монтируется и наступает еще один этап доработки. Я помню, когда мы для Москвы делали «Улицу Сезам» — пять человек сидели на телефонах, два — в Америке, в Москве — двое, в Петербурге — я. У каждого была VHS-копия ролика. Пять человек одновременно разговаривали по несколько часов: «А теперь дубль такой-то, тайм-код ноль-ноль такой-то... Там что у вас мальчик делает? Это он плохо жует морковку. Не можно ли морковку сделать чуть-чуть покрупней или порумяней?» И все записывали: «морковку порумянее»...

❓ Как ты сочиняешь?

❶ Есть определенные сценарные ходы, они имеют силу закона и познаются на практике. Я всегда отрисовываю ролик в виде комикса, показываю людям, спрашиваю — понятно или непонятно? Придумываю обязательно на бумаге. Литературный сценарий — это одно, а нарисованный комикс — совсем другое. Заказчик утверждает комикс, потом из него делается режиссерская раскадровка: крупные планы, монтажные планы, панорамы...

❓ Сколько всего ты сделал рекламных роликов?

❶ Не считал, от 50 до 100.

❓ Это большой опыт для того, чтобы понимать, что такое реклама...

❶ И, к сожалению, понимать, как мы далеки от других стран. Когда люди платят колоссальные деньги за рекламу, а ты берешь карандашик и рисуешь просто маленького человечка, который идет через кадр и что-то говорит, то заказчик спрашивает: «А где деньги-то наши? Мы их не видим!» Отсюда графический стиль нашей рекламы: все должно блестеть, обязательно с канашечками, с рефлексами, с тенями. Все должно быть богато, жирно, красиво! А хочется рисовать простых козлячков, чтобы все было понятно, чисто и доступно. За границей существует два типа рекламы. Либо уж совсем крутые ролики: «Найки», «Адидасы», «Коль». Либо та-



Этот панк на роликовой доске — персонаж из рекламной кампании сети магазинов бытовой техники «Техношок»



кие сюжеты: стоит стул, который трясется, при этом какой-то текст идет, и все. Пока что у нас невозможно производство таких роликов — заказчик их не примет. А зритель, я думаю, уже готов к этому, потому что пафос всем надоел. Есть и другая закономерность, с которой трудно спорить. Чтобы продать товар, его надо откусить, почмокать, показать, как это вкусно. Все должно быть функционально: вот пришла Марья Ивановна, вытерла — видите, как все чисто! Творческая реклама — рискованная, а заказчик не хочет рисковать.

❓ А какая реклама лично тебе нравится?

❶ Профессионально сделанная, такая, как ролик стиральных машин Ariston с сюжетом из «9,5 недель»: сидит девица, хлопает в ладоши под музыку Кокера, и чувак начинает раздевать-

ся и последние трусы кидает в стиральную машину.

❓ Вы рисовали клипы для Киркорова?

❶ Мы сделали для него три клипа. Продюсер и художественный руководитель Олег Гусев. Клип на песню «Зайка» в прошлом году взял премию «Овация». Задача клипа — это реклама группы или исполнителя. Перед турне, перед выходом пластинки делают клип на лучшую песню, ее активно показывают, точно так же платят деньги за размещение...

❓ Куда двинется реклама в России?

❶ Мы будем догонять буржуйский опыт, появятся крепкие рекламные кампании, рекламные агентства железобетонные. Будут на стенах графики висеть по развитию брэндов, все будет грамотные.



Рекламный ролик для клуба «Пирамида»