

-i- ИНТЕРВЬЮ

«МНЕ ПОВЕЗЛО, ЧТО Я ПРИШЕЛ В РЕКЛАМУ»



“ПОЧЕМУ ЖЕ ВСЕ-ТАКИ “БЕГЕМОТ”?” — ДУМАЛА Я, РАЗГЛЯДЫВАЯ КРУПНОГО ПЛЮШЕВОГО БЕГЕМОТА В ЗЕЛЕНОМ ГАЛСТУКЕ, СИДЯЩЕГО У ВХОДА В ЗНАМЕНИТОЕ МОСКОВСКОЕ РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО. БЫТЬ МОЖЕТ, ТАКОЕ НАЗВАНИЕ СИМВОЛИЗИРУЕТ ТВОРЧЕСКУЮ МОЩЬ И НЕ НАСЫПНУЮ ЖАЖДУ УСПЕХА? ВЕДЬ АГЕНТСТВО, ВОСПЕВШЕЕ ОБРАЗ ПРОТИВОУГОННЫХ СИСТЕМ “КЛИФФОРД”, ВПРАВЕ ГОРДИТЬСЯ СВОИМ ВЕСОМЫМ АВТОРИТЕТОМ В РЕКЛАМНЫХ КРУГАХ!

“ПОЧЕМУ ЖЕ ВСЕ-ТАКИ “БЕГЕМОТ”?” — СПРОСИЛА Я У СТРОГОГО КРЕАТИВНОГО ДИРЕКТОРА АГЕНТСТВА ПАВЛА ПОЛЯНЦЕВА.

❶ На самом деле — это чистая случайность. В свое время собрались ребята, стали придумывать название. Люди были разные; возможно, даже не все из них до конца понимали, что же такое “рекламное агентство”. Кто-то предложил название “Бегемот”. Аргумент в защиту был такой: бывший президент Рейган имеет в Техасе собственную нефтяную компанию “Тушканчик”. Однако для того, чтобы раскручивать агентство “с нуля”, такое название оказалось очень даже подходящим. Нестандартность — великая вещь! По данным официальных исследований в 1993 году имя “Бегемот” среди рекламных агентств по известности было на втором месте; а на первом — “Премьер СВ”. И я надеюсь, что рек-

ламное понятие “Бегемот” станет именем нарицательным.

Необычное название сослужило нам еще одну важную службу: к нам стали приходить клиенты, которые мыслили свободно и нестандартно, “незашиоренные”, что ли. Они были готовы работать с агентством, выбравшим себе смелое имя.

❷ *У вас до сих пор такие же “незашиоренные клиенты”?*

❶ Я вообще считаю, что плохих заказчиков не бывает. У нас, например, клиенты достаточно крупные; эти люди сумели чего-то добиться в жизни — значит, они не дураки. Заказчик не настолько глуп, чтобы не оценить хорошую идею; просто нужно делать адекватную рекламу, и тогда не

будет проблем. Клиент всегда лучше всех чувствует свой товар, и к его словам следует прислушиваться. Надо понимать, что не всем нужен изысканный креатив, и при необходимости делать работу попроще. В трусливых заказчиков, которые бояться принять хороший вариант, я тоже не верю. Может быть, это не заказчик боится, а рекламист не может продать свой труд?

❷ *А вы умеете продавать рекламу?*

❶ О, это дело творческое; приемов существует множество, а вот готовых рецептов нет. Я всегда пытаюсь быть с заказчиком предельно откровенен — вот как сейчас с вами! И он это обязательно чувствует. А еще, перед тем как вынести работу на суд клиента, мы обязательно репетируем с колле-



Реклама охранного объединения "Баярд" проста и вместе с тем элегантна

Плакат в поддержку легального пользователя компьютерных программ. Short-list международного конкурса рекламы "ЭПИКА-96"

В рекламном ролике системы возврата Black Jack ракета возвращается на место старта

гами все коварные вопросы, которые он может задать. В этом случае роль дотошного заказчика приходится играть мне: ведь это — одна из функций креативного директора.

❓ *Трудно ли быть креативным директором?*

❶ Да. Трудно. Все люди у нас в агентстве талантливы, а мне приходится время от времени им объяснять, что они сделали не то, что нужно. Очень противное занятие. Тем более что осязаемых критериев оценки не существует, все больше интуиция. Кроме того, реклама — это прикладное искусство; писатель может творить "в стол"; художнику никто не запретит картины на чердак складывать, а рекламист должен решать конкретную задачу в конкретные сроки. Но мы все хорошо сработались и привыкли к мозговым штурмам; бывает, я всем сразу даю одно и то же задание, а затем по крупицам собираю ценные мысли, чтобы слепить из них окончательный вариант. Когда работает команда, быстрее удается достичь результата.

❓ *А как родился щит "Клиффорд" с дыркой?*

❶ Тоже совместно. Мой коллега предложил сорвать со щита изображение автомобиля, а я решил, что "дырка" в данном случае будет эффективнее. Если честно, то я избегаю называть какие-либо работы "своими" — вдруг забуду кого-нибудь из ребят, вместе с которыми это придумывалось! Но, конечно, я всегда принимаю участие в процессе создания рекламы: присутствую и на фотосъемке, и на съемочной площадке, и на монтажах... Иначе нельзя.

❓ *На одном из ваших лучших плакатов изображена рука в татуировках...*

❶ Там настоящая рука. И все татуировки настоящие. Этот человек работал в типографии — завязал, вероятно. Очень яркая личность: наколки у него были даже на веках. Идея заснять татуированную руку возникла у нас раньше, чем мы встретили нашего фотогероя; сперва мы пытались сделать все на компьютере, но вышло не то. Пропадал эффект достоверности! А тут все по правде, даже грязь под ногтями. Мы ему и гонорар за участие в съемках заплатили...

❓ *Была ли в вашей жизни какая-нибудь очень большая удача?*

❶ Да. Мне повезло, что я пришел в рекламу!

Беседовала МАРГАРИТА ВАСИЛЬЕВА