

1995 © издание "Звуковой Дорожки"

З а довольно короткое время видеоклипы превратились из предмета особого престижа артиста в основной вид рекламы музыкальной продукции. "Записал песню — готовь картинку" — по этому строгому правилу, которое для западного шоу-бизнеса стало нормой жизни после начала MTV-бума, пытаются сейчас работать все мало-мальски засветившиеся исполнители независимо от музыкальной направленности и финансовых возможностей. Ну а спрос, как известно, диктует предложение, и поэтому география видеопроизводства расширяется не по дням, а по часам. Именно такое впечатление складывается после очередного **"Поколения-94"** — фестиваля, который уверенно превращается из локальной богемной тусовочки в общенациональную ярмарку видеоразработок. Именно на **"Поколении"** формируется то, что принято называть видеомодой, и уже поэтому важность этого мероприятия трудно переоценить.

Всю прошлую неделю фестиваль бурлил в стенах стильного **"Пилота"**, развлекая тусовку новостями и слухами как исключительно творческого, так и чисто светского порядка, и закончился насыщенным respectable действием в стенах добропорядочного ночного клуба **"Арлекино"**.

В этом году, судя по всему, особую популярность приобрели игры в андеграунд. Большая часть продукции, которую отметили жюри, представляет собой хорошо причесанный декаданс. В этих работах есть своя эстетика и даже определенный пафос, однако правильнее всего расценивать данные эксперименты из области некоммерческого кино исключительно через

призму данни мировой моде. Наши видеорежиссеры в отличие от музыкантов оказались народом более любопытным и восприимчивым ко всему новому. Кое-что у них получается совсем неплохо. По крайней мере технические параметры как лауреатов **"Поколения"**, так и многих клипов, не попавших в число призеров, вполне соответствуют среднемировому уровню. Наши клипмейкеры неплохо освоили набор операторских и монтажных штучек, что в сочетании с нереализованной страстью к большому кино дела-

тает их изделия вполне смотрибельными, а иногда даже забавными. Однако работ, впечатляющих собственно художественным замыслом или, скажем, необычной манерой исполнения, на этом фестивале, увы, не было (так же, впрочем, как и на всех предыдущих). Основная причина кроется, видимо, в музыкальной невыразительности материала, что стало родовым пятном нашего пребывающего на задворках мировой цивилизации провинциального шоу-бизнеса и поп-рок-искусства.

"ПОКОЛЕНИЕ" РВЕТСЯ В ЕВРОПУ

Моск. комсомолец. - 1995. - 21 янв. - с. 7.

«Клип — это сон, который снится видеорежиссеру на данную музыку», — так сказал в каком-то интервью один из фаворитов нашей видеоиндустрии. Нехитрый кабанский шансон, преобладающий на нашем музыкальном рынке, прямо скажем, далеко не та музыка, что настраивает на хорошие сны и вообще стимулирует творческую деятельность. Однако даже там, где музыка и располагает для создания чего-либо экстраординарного, наши клипмейкеры не все-

гда оказываются на высоте. Так что работ, которые можно было бы сравнить хотя бы с прошлогодними международными видеохитами вроде **"Human Behaviour"** Бьорк или **"Numb"** "U2", как можно догадаться, просто не было. Да и не могло быть (если кто наивно надеялся). Ну нет у нас своих спилбергов и стоунов. Умри, но нету. Пока все ограничивается уровнем Никиты Михалкова.

Что касается наград, то они были распределены следующим образом. В конкурсе MTV (оригинальном начинании нынешнего **"Поколения"**), сутью которого должно стать еще одно прорубленное

окно в Европу и участие победителей в общеевропейском смотре) первое "золотое яблоко" досталось группе **"Мегаполис"** за участие в клипе на песенку **"Karl Marx Stadt"**. Второе "яблоко" торжественно вручили **Валерии**, которая, по мнению жюри, была просто неотразима в ролике **"Таблетка"**. И, наконец, третьей премией довольствовались участники группы **"Ногу свело!"**. Их вдохновенное пение в мультипликационной версии суперхита **"Харумамбуру"**, видимо, произвело на всех сильное впечатление. Вышеозначенные произведения должны в недалеком будущем принять участие в конкурсе **"MTV Europe"**, с тем, видимо, чтобы попытаться взять реванш за прошлогодний провал России с клипом **Наталии Ветлицкой** **"Посмотри в глаза"**. Решение так называемого жюри MTV, в состав которого вошли **Константин Эрнст, Александр Файфман, Юрий Николаев, Валентин Юдашкин** и другие известные персоны, по всей видимости, стоит считать

в основном же конкурсе победителями стали: **Евгений Митрофанов** (первая режиссерская премия за клип **"Восточка"**



Певца Валерия, недавно вернувшаяся на большую сцену после продолжительного молчания, завоевала на фестивале **"Поколение-94"** "Золотое яблоко" с клипом **"Таблетка"**, который вместе с роликами групп **"Мегаполис"** и **"Ногу свело!"** будет представлять Россию на конкурсе **"MTV Europe"**.

группы **"Ногу свело!"**; **Владислав Опелянц** (премия за лучшую работу оператора в клипе **"Все, что им нужно"** с **Кристиной Орбакайте**); **Сергей Иванов** (за работу художника в клипе **"Розовый фламинго"** с **Аленой Свиридовой**). Можно сказать, что жюри, состоявшее из **Романа Балаяна** (председателя), **Людмилы Гурченко, Артемия Троицкого, Дмитрия Месхиева** и других киновидеоэкспертов, тоже сделало не самый худший выбор и наградило людей, вполне способных похвастаться реальными достижениями. Чтобы поощрить артистов, которые являются любимчиками тусовки, но серьезных наград волею судьбы на сей раз не получили, организаторы раздали несколько полушуточных наград, большую часть которых увезла чета **Пресняков-Орбакайте**. Крестине присудили титул **"Лучшей видеотанцорши"** и **"Самой сексуальной певицы"**. Супруг же победил в номинации **"Лучшая улыбка"** (таковая была обнаружена в клипе **"Маша"**) и соответственно стал **"Самым сексуальным певцом"**. Вполне справедливые награды, ибо, по большому счету, кроме танцев да улыбок знаменитая пара за прошедший год не показала ничего, что подтвердило бы репутацию всенародно любимых артистов.

Волнительный процесс выявления лучших из лучших был организован студией **"Art Pictures Group"** и фирмой **"Biz Enterprises"**. Щедрую морально-материальную поддержку молодым и не очень молодым талантам оказывали: генеральный спонсор фестиваля компания **"Кремлевская водка"**, главный спонсор **"Suprimex"**. Официальный приз представлял **"Olbi Card"**, а спонсорское участие дружную гурьбою разделили между собой: радио **"Максимум"**, а также клубы **"Арлекино"** и **"Сохо"**.