

Музыкальная проекция

ФЕСТИВАЛЬ МУЗЫКАЛЬНОГО ВИДЕО MUSEEK

В КИНОЦЕНТРЕ «РОДИНА»

отсматривает МАРИЯ БЕЛОВА-СТОЛЕТОВА



Santigold, «L.E.S. Artistes»



Oi Va Voi, «Everytime»



Firekites, «Autumn Story»



Coldplay, «Strawberry Swing»



«Сплин», «Вниз головой»

Организаторы поступают единственно верным (способом: ВАЛЯТ ВСЕ) ВИДЕО В ОДНУ КУЧУ, СОСТАВЛЯЯ КАЛЕЙДОСКОП

СЕКЦИЯ music video прочно прописалась на многих уважаемых фестивалях короткого метра и экспериментального кино. Мероприятия, целиком посвященные музвидео, в большинстве своем — нишевые: для металлистов (CraveFest в Торонто), для инди-групп (канадский же Indie Music Video Fest) или вовсе для фанатско-студенческих первых опытов (фестиваль в финском городке Оулу). На этом фоне идея фестиваля Museek, год назад основанного в Петербурге, настолько же проста, насколько и уникальна: организаторы составляют программу, ориентируясь на свой вкус и на новейшие достижения, показывая стройные батальоны видеоклипов широким экраном.

В прошлом году на Museek делали ретроспективу Мишеля Гондри. Сейчас можно было ожидать полное собрание сочинений хоть автора параноидальных роликов Arhcx Twin Криса Каннингема, хоть Спайка Джонса (который, возможно, придет в следующем году), снимавшего ударные видео для Бьорк, Beastie Boys, Фэтбой Слима и Канье Уэста. Хедлайнера выдумывать не стали, зато составили замечательную подборку музыкального видео со всего мира — в основном работы 2009 года, но есть и постарше.

На нынешнем Museek две спецпрограммы — ретроспектива Tequilajazzz и отдел финского видео (самые занятные с

психофолкового лейбла Fonal). Впрочем, максимальное разнообразие и актуальность музыкального видео в географические рамки или рамки тенденций не вместишь, классификации клипы поддаются плохо. На Museek поступают единственно верным способом: валят все в одну кучу без оглядки на имя режиссера или популярность группы, составляя калейдоскоп.

Отечественный раздел Museek наполняют «Ляпис Трубецкой», работы Павла Егорова для Дельфина, новый флуоресцентный клип «Сплина» на песню «Вниз головой» и построкеры Everything is Made in China.

Из режиссеров прежде всего внимание следует обращать на американца Кита Шофилда, выдумщика вирусной рекламы Diesel. Он тяготеет к визуальным трюкам: оптическим иллюзиям, совмещению анимации и видео. В ролике для Diesel простецкие мультики заслоняют самое интересное в порнонарезке, а в видео для Ленни Кравитца (которое можно будет увидеть на фестивале) главную роль играют титры: бесконечные строчки задевают и опрокидывают предметы, ставят подножки, короче, всячески мешают жить главному герою. Шофилд как никто умеет работать с мусорными визуальными объектами вроде титров, полароидных снимков и рубленой графики видеоигр.

Вообще смешение анимации и живой съемки можно условно назвать тенденцией последнего времени. Компьютерные эффекты в клипе Лили Аллен «Fuck You» авторства коллектива AB/CD/CD превращают мир в айфон со сменяющимися заставками, масштабами и формами. А Нима Нуризаде наяву творит мультяшные зверства: только из вспоротых тел в клипе «L.E.S. Artistes» певицы Santigold сыпятся не кишки, а крупа, конфеты и ягоды.

Самый частый в этой технике прием — рисование мелом на учебных досках или прямо на полу. Так нарисована целая супергеройская сага для песни «Strawberry Swing» Coldplay; проще, но душевнее «Autumn Story» Люсинды Шрайбер, где кадры стираются не до конца, оставляя фантазмный меловой след на черной доске.

Бывает и так, что пиксельные монстрики из компьютерных стрелялок вырываются в реальность и устраивают шутер-вечеринки прямо над небоскребами — как в люминесцентном клипе Ройбена Сазерленда для Royksopp (Happy Up There). Особая притягательность этого видео в том, что режиссер точно попадает в ритм этой

поблескивающей синтезаторными частотами электроники. Куда более сложный аудио-визуальный контрапункт — в клипе на песню «Everytime» группы Oi Va Voi. В первую очередь за счет ритма: каждый кадр разбит на горизонтальные или вертикальные полосы. И движение изображений происходит по принципу не очень исправного жалюзи — по сути та же анимация, только с причудливо сменяющимися фрагментами фотографий.

Сам жанр музыкального видео — материя противоречивая вплоть до двуручничества: вроде и благородное занятие, работа с образами и смыслами, а вроде и бесстыдная игра на поле продвижения музыкального товара, о чем презрительно заявили в 1998 году Radiohead, выпустив сборник своих видео под названием «7 Television Commercials». Однако после сравнения одного с другим понятно, что лучшие видеопроизведения в неволе не размножаются и придумываются зачастую именно в мире music video, позже мигрируя в рекламу, а никак не наоборот.

Киноцентр «Родина», с 6 до 13 ноября, расписание на странице 33