

LIGHT.SOUND.NEWS.

С В Е Т · З В У К · Н О В О С Т И

новости индустрии профессионального света и звука

lightsoundnews.ru

март-апрель №2 2011 (13)



THE WALL

Технические аспекты мирового тура Роджера Уотерса

- Prolight + Sound 2011.
- Марк Бейли. Здоровый маркетинг едва ли повредит делу.
- Александр Стрижак. О российской туровой индустрии.
- GTO. Новый большой линейный массив известного итальянского производителя.
- Форма, цвет, технология. Gaudi Hall — новая клубная площадка в Кирове
- Размер не имеет значения. DiGiCo презентует суперкомпактную консоль.

content

содержание



14 Prolight + Sound 2011



18 The Wall.
Технические аспекты мирового тура Роджера Уотерса



40 Создание светового сценария. Часть 4.

Точка зрения

3

С блеском в глазах

бизнес

4

Александр Стрижак.
О российской туровой индустрии.

6

Марк Бейли. Здоровый маркетинг едва ли повредит делу.

8

«Азия Трейд Мьюзик»: 20 лет компании, 10 лет бренду

13

- «Света и Музыки» стало больше!
- Asia Music на форуме-выставке «Госзаказ 2011»
- LTM удостоена награды компании Robe за лучший проект 2010 года
- Noize MC — новый эндорсер бренда Eurosound

ВЫСТАВКИ

14

Prolight + Sound 2011

16

NAMM Musikmesse Russia and Prolight + Sound NAMM Russia

сцена

18

The Wall.
Технические аспекты мирового тура Роджера Уотерса

22

Christie ROADSTER в помощь НТС для продвижения нового смартфона

23

- Audio-Technica на церемониях Grammy и принятия в Зал славы рок-н-ролла

СТУДИЯ

24

QUAD-CAPTURE в деталях

26

Программа Logic Studio компании Apple для работы с аудио. Мнение специалиста.

CHAINMASTER

**BGV-D8
BGV-D8+
BGV-C1**

Грузоподъемность: 125 - 5000 кг
Стационарная / самоподъемная
Запатентованная фрикционная муфта для защиты от перегрузки
Один или два тормоза.
Прямое или контактное управление
Плавная пружинная цепь
Легкий и компактный корпус
Текстильная сумка для цепи
Корпус любого цвета под заказ

CHAINMASTER BÜHNENTECHNIK GMBH
Ulterstrasse 23, 04838 Eilenburg, Germany
Tel.: +49 (0) 3423-69 22 0 Fax: +49 (0) 3423-69 22 21
sales@chainmaster.de www.chainmaster.de
Консультационный отдел в России / СНГ
Tel.: +7 (495) 344-7488 E-mail: info@chainmaster.ru

реклама

content

содержание

ИНСТАЛЛЯЦИЯ

- 30 Обновленный Большой зал Центрального академического театра Российской армии
- 32 Форма, цвет, технология Gaudi Hall — новая клубная площадка в Кирове
- 35
- MAC 101 — гость европейской премьеры «Никогда не говори никогда»
- 36 Самое дорогое не всегда самое лучшее
- 38
- Community на гоночной трассе Talladega Superspeedway
- 39
- Инсталляция в Ледовом дворце «Кристалл» в Тобольске
 - Инсталляции светодиодных экранов Pro Line Screen

LIGHT.SOUND.NEWS

с в е т з в у к н о в о с т и
новости индустрии профессионального света и звука

Уредитель: Александр Петин

Издатель и редакция:

ООО «Модуль М»
Адрес: 115093, г. Москва,
ул. Б. Серпуховская, д.44, офис 19.
Почтовый адрес:
119017, г. Москва, а/я 116
www.lightsoundnews.ru,
info@lightsoundnews.ru

Главный редактор: Александр Петин

Дизайн и верстка: Сергей Привалов

Над номером работали:

Александр Хорев, Семен Кузнецов,
Виталий Романов, Елена Болотникова,
Дмитрий Кадученко

Журнал зарегистрирован в Федераль-
ной службе по надзору в сфере связи и
массовых коммуникаций.

Свидетельство ПИ №ФС 77-35596

распространяется бесплатно

Выпускается 6 раз в год

Тираж 5000 экз.

Печатается в г. Москва

Редакция не несет ответственности за содер-
жание рекламных материалов. Мнения авторов
могут не совпадать с точкой зрения редакции.

обучение

- 40 Создание светового сценария. Часть 4.
- 42 О звуке, его восприятии и филь-
трации при создании музыки
- 44 Театрально-концертное
постановочное освещение.
Часть 2. Краткая история
сценического освещения до XX в

профиль

- 50 Классический свет

ТЕХНОЛОГИИ

- 52 Системы освещения
компании LG Electronics:
решения, повышающие
эффективность вашего бизнеса
- 54 Размер не имеет значения.
DiGiCo презентует
суперкомпактную консоль
- 57
- Christie L2K1000 и Christie L2K1500 — вестники новой эры
- 58 Тот самый звук.
Новинка Hughes & Kettner
на Musikmesse 2011
- 60 Копланар, алюминий и амплитуд-
ное затемнение. Акустические
изыски компании SLS Audio
- 62 Объективные причины.
Громкоговорители Roxton
- 64 GTO. Новый большой линейный
массив известного итальянского
производителя
- 66
- Новая версия цифрового микшер-
ного пульта Phonic S-16
 - Хейзеры компании
MLB серии H (Oil Base)
 - Новый стереомикрофон
Audio-Technica AT2022
- 67 Новые приборы ROBE
на выставке Prolight + Sound 2011

- 68 Это так по-английски. Turbosound
на Prolight + Sound 2011
- 71
- К.М.Е. выпускает инсталляционную
акустическую систему VL 3 i
 - Новинки DAS Audio
- 72
- Компания KS-Audio представила
механизированную систему регу-
лировки углов наклона элементов
линейных массивов
 - Новый шаг в эволюции линейных
массивов серии DVA компании
dB Technologies
 - Новая серия микшерных
пультов Phonic
- 73
- Интерфейс DiGiCo Dante
и линейка цифровых решений
DiGiCo Solutions
 - Turbosound, Lab.gruppen,
Audinate — стратегический альянс
- 74
- Возвращение легендарной
серии TMS Turbosound
 - Новая серия акустических систем
D-LINE RCF
 - К.М.Е. представляет гибридную
акустическую систему
PANO QH 5045
- 75 Touring Gear
- 76
- Радиосистема Beyerdynamic Opus 910
 - Chain Master представил новинки
на Prolight+Sound 2011
- 77
- Audio-Technica
обновляет популярные модели
наушников для диджеев
 - Обновление модельных рядов
аудиооборудования торговой
марки VOLTA
 - Новые версии драйверов Phonic
для внешних звуковых плат
- 78
- Новинки обработки сигнала
компании Eurosound
 - Наушники Beyerdynamic DT 1350
и новая технология Tesla
- 79
- Новая серия
генераторов дыма G-Force
 - Новые генераторы тумана
компании MLB
- полезные адреса
- 80
- Полезные адреса

Александр Стрижак

о российской туровой индустрии

В последнее время отечественные промоутеры все чаще пытаются расширить гастрольное пространство России и отъехать немного дальше от традиционных площадок Москвы и Санкт-Петербурга. По идее, туры если не суперзвезд, то музыкантов первого эшелона могли бы принимать как минимум миллионные города страны. И попытки провести такие туры уже были, но каждый раз возникали весьма ощутимые сложности в организации технических вопросов. Давайте начистоту: продакшн концертов в нашей стране хромает, а продакшн туров практически отсутствует как класс. Туры западных звезд все время прокладываются словно по целине. Гигантские российские расстояния, очень слабая инфраструктура, плохие дороги, морально устаревшие площадки, отсутствие компетентного продакшна на местах — все это есть и вызывает извечные русские вопросы «Кто виноват?» и «Что делать?» С ними мы обратились к специалисту — руководителю компании JSA. Александр Стрижак охотно поделился своими соображениями.



Light.Sound.News.: Александр, чего, на ваш взгляд, не хватает отечественной индустрии, чтобы включить в гастрольные туры мировых звезд хотя бы крупные города России? Что нужно для того, чтобы, например, в городах с миллионным населением культурная жизнь была такой же насыщенной, как и в двух столицах?

Александр Стрижак: Полагаю, этому мешает отсутствие индустрии как таковой. Но самая главная проблема — отсутствие профессиональных кадров.

L.S.N.: Что вы имеете в виду под отсутствием индустрии?

А.С.: Нет людей и компаний, способных организовать тур на мировом уровне. В первую очередь нужны профессиональные кадры. Страна сама по себе непростая, так еще и кадров нет. Если взять стандартный западный уровень тур-менеджера, у нас таких людей в принципе нет ни одного, не существует в природе. Не хочу никого обижать, есть люди, которые могли бы стать такими профессионалами, но у них нет объемов работы, на которых можно было бы набить руку. Если мы ориентируемся на Запад, так посмотрите на их туры, на уровень их организации, у них всем занимаются специализированные компании.



ли у вас stage plot?» — мне обычно отвечают вопросом: «А что это такое?»

L.S.N.: А что это такое?

A.C.: Подробный сценарий монтажа сцены, где слой за слоем разрисовано, как, в какой момент и в какое место на сцене ставится оборудование. Такая простая разработка позволяет экономить массу времени, но у нас этим почему-то никто никогда не занимается. Все вопросы решаются по мере их поступления. Решаются, конечно, но это далеко не фирменный подход. По такой огромной стране с таким подходом не поедешь.

L.S.N.: Что с этим можно сделать?

A.C.: Для начала должен появиться рынок. Рынка-то нет. Тут, конечно, вопрос похож на извечный «Что было раньше: яйцо или курица?». Если нет рынка, не могут появиться специалисты, нет специалистов — не может расти рынок. Скажем, ты — большой спец, а что делать, если нет работы? Приходится осваивать смежные профессии, но тогда ты не специалист, потому что у тебя нет постоянной практики. Соответственно, нет большой практики — нет специалистов. Появится больше туров, индустрия будет вынуждена оптимизировать свои

принципы, и достаточно быстро появятся нужные люди. К сожалению, сейчас даже в крупных проектах все это происходит вроде бы красиво, но если мы заглянем внутрь, то увидим, что все это далеко от современных западных канонов. На мой взгляд, наше среднестатистическое понимание процесса находится где-то на уровне шестидесяти-семидесяти процентов от западного. Уже неплохо, но в целом бизнес еще не развился до такого уровня, где люди понимают, что такое профессиональная ответственность, и четко распределяют ее между ответственными людьми и компаниями.

L.S.N.: Ответственность растет при конкуренции. Почему на западе конкуренция работает, а у нас нет?

A.C.: У нас много чего пока не работает. Машины, джинсы, электроника — сами мы пока еще мало чего умеем делать, хотя и нельзя не признать тот факт, что развиваемся очень быстро. Но мы все равно не такая уж и продвинутая страна с точки зрения большого бизнеса и бизнес-культуры. Сам бизнес еще очень молодой. Санкт-Петербург «стартовал» только в 2003 году, когда прошло празднование 300-летия города. То есть нужно понять, что по-хорошему продакшн в Питере появился всего семь лет назад. До этого там были концерты, но уровень их проведения сложно назвать высоким. В Москве продакшн развивается чуть дольше, но не намного. А в целом в стране первый заказ на серьезный тур был отработан только в 1996 году. Все туровые технологии по большому счету впервые поехали по стране в рамках политического тура «Голосуй или проиграешь». Вот оттуда и нужно считать историю нашей туровой индустрии. Оттуда и нужно начинать отсчет нашего бизнеса. Я сам впервые услышал слово продакшн, работая на концерте Майкла Джексона. После этого основал свою компанию. И когда меня спрашивали, чем будет заниматься моя компания, я гордо отвечал — продакшном. А потом долго объяснял, что это такое. У нас не было ни железа, ни оборудования, я занимался именно администрированием технических вопросов. И это было впервые в нашей стране. Я не говорю, что этим никто не занимался раньше, но как выделенный бизнес, целенаправленный, именно компания, которая специализируется на данном виде деятельности, это было впервые. И я прекрасно помню, как долго мне пришлось пробивать стену непонимания, доказывать делом, что администрирование — это серьезная и ответственная работа, которая должна хорошо оплачиваться. Некоторые люди сейчас это уже очень хорошо понимают,

некоторые нет, думают: «За что платить деньги? Сами как-нибудь управимся». И управляются, у кого насколько хватит ума. Вот вам и конкуренция.

L.S.N.: С 1996 года прошло пятнадцать лет. Не так уж и мало...

A.C.: Не мало, если бы это были годы активной работы. В таком случае да, у нас сейчас туры ездили бы по стране, как по рельсам. Так, как это происходит на западе. Там люди работают вместе десятилетиями. У нас такого нет, потому что возить некого. Воспитать индустрию на западных артистах невозможно, потому что это дорого (не артист стоит дорого, а дорого для проката в регионах). А наших музыкантов нет. Кого из наших музыкантов сегодня можно отправить в тур по стране? Кто может проехать хотя бы по дворцам спорта? Можете назвать таких? Их нет. А индустрию двигает рок-н-ролл. Тот самый, с которым приезжают к нам западные артисты. Индустрия не может вырасти на поп-музыке, ей не нужен мощный продакшн, а на рок-н-ролле могла бы, но его у нас в стране нет. Кого вы могли бы назвать? Разве что Юрий Шевчук с группой ДДТ. При правильной постановке ДДТ запросто могла бы стать нашим отечественным U2. Я сейчас говорю об отношении к делу. Я видел, как Шевчук готовится к концерту, видел, как настраивается звук, — с этой точки зрения ДДТ высочайшие профессионалы. Но на этом и все. Может быть, еще пара групп. Дальше дело не идет.

L.S.N.: Достаточно пессимистичная картина.

A.C.: Ничего страшного. На все нужно время. Я думаю, в нашей стране еще нет как таковой туровой индустрии, с прокатом, продакшном, грамотным администрированием, потому что люди до нее еще не доросли. Индустрия — это не только бизнес. Это еще и профессиональные отношения внутри цеха. Это немного другой уровень мышления. Если ты работаешь в индустрии, ты должен и мыслить соответствующими категориями. А не так: я поставил вам колонку, где мои сто рублей? На таком отношении далеко не уедешь. Надо взрослеть. Уважать себя и дело, которым ты занимаешься. Тогда это и будет индустрия. Выращивать артистов. Поднимать уровень концертов. Соединять страну проработанными гастрольными маршрутами. Не сразу, но мы придем к этому. Я убежден. Как бы ни обстояли дела сейчас, мы все равно потихонечку вливаемся в мировое пространство.

Беседовал Александр Хорев

XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

 МУЗЫКА
2011 МОСКВА

15–18 сентября 2011
КВЦ «Сокольники»

Организатор выставки:



Оператор выставки:



Генеральный медиа-партнер:



Технические партнеры:



Интернет партнер:

MUSICFORUMS.RU

ЗВУК
СВЕТ
СЦЕНА
СТУДИЯ
ТЕХНОЛОГИИ
ИНСТРУМЕНТЫ
АКСЕССУАРЫ

www.musicmoscow.ru

Генеральный информационный партнер:



Информационная поддержка:

