

GUITARS • DRUMS • KEYBOARDS • MICROPHONES • AMPLIFIERS • PRO AUDIO

WORKSHOP

ЖЕЛЕЗО ДОМАШНЕЙ
СТУДИИ III

PRO TOOLS LE

LANEY

ЭКРАНИРОВКА
ГИТАРЫ

ПОСТАНОВКА РУК
ПРИ ИГРЕ НА СТИКЕ

JEFF PORCARO

№ 3 (41) 2006

MUSIC BOX

www.musicbox.su

DOMINIC MILLER:
ГИТАРИСТ ДОЛЖЕН ВЫГЛЯДЕТЬ
ХУДЫМ И ИЗМУЧЕННЫМ

PAUL SIMON

ИСТОРИЯ ФОЛК-РОКА

SPOCK'S BEARD:
ДЛИННАЯ БОРОДА
КЛАССИЧЕСКОГО АРТ-РОКА

CHILDREN OF BODOM
ВСЁ О РЕАЛЬНОЙ ЖИЗНИ – ЭТО
И ЕСТЬ МОЁ ВДОХНОВЕНИЕ

CHICAGO vol.2

MARCUS MILLER
KENNY ARONOFF
LENNY WOLF

НЕО-ФОЛК, ИЛИ ГИТАРА ПО КРУГУ



Дорогие читатели!

Время пролетело незаметно и вот мы снова готовимся к новой встрече с вами – на самом большом и громком празднике года – XII Международной специализированной выставке «Музыка Москва 2006». Что же нового ждёт вас в «Сокольниках»?

В первую очередь, хочется обратить ваше внимание на открытие двух новых разделов «Музыка Москва»: «Оборудование. Технологии. Инсталляции.» и «Музыкальное образование», которые, как мы надеемся, вызовут живой интерес у посетителей выставки. Изменения коснулись и образовательно-развлекательной программы выставки. Возросший интерес к профессиональным шоу внёс свои коррективы, и в этом году традиционный фестиваль нашего журнала будет перенесен в стены концертной студии молодёжного телеканала O² TV. Зато на большой сцене концертного павильона выставки вас ждёт встреча со знаменитыми американскими музыкантами – барабанщиком Вальфредом Рейсом Младшим, уже выступавшим на «Музыка Москва» в прошлом году, и гитаристом Грэггом Кохом, представившим свой гитарный мастер-класс вместе с известным гитарным мастером Юрием Шишковым, а также грандиозная сватка компьютерных технологий и традиционных гитарных инструментов на шоу «Guitarists and Mac» и IV Международный конкурс барабанщиков. Одновременно с этим в двух конференц-залах пройдут технические семинары, презентации, лекции и мастер-классы по игре на гитаре, маримбе, духовых инструментах и синтезаторах, которые будут вести лучшие специалисты и педагоги страны.

Однако в выставочной суете наша редакция не забывает о главном – рассказывать вам о самых ярких моментах истории любимой вами музыки и открывать новые имена. В этом номере «Music Box» мы с удовольствием продолжаем эту традицию и представляем вашему вниманию проект EMIN. Стильная и качественная музыка, бархатный баритон и совершенный английский – творчество EMIN'a, созданное по высоким западным стандартам, безусловно, не сможет пройти незамеченным мимо настоящих ценителей современной музыки. Кажущаяся легкость и простота композиций – это всего лишь обманчивый эффект, за которым скрывается настоящий профессионализм, помноженный на талант и безупречный музыкальный вкус артиста. В этом номере каждый из вас имеет возможность лично познакомиться с проектом EMIN, прослушав приложенный к журналу сингл, а более подробную информацию о музыканте и эксклюзивное интервью с ним вы сможете прочитать в нашем издании «Территория Культуры».

Приятного прочтения и до встречи на выставке!

СОДЕРЖАНИЕ

ИНТЕРВЬЮ

Dominic Miller.....	(16)
Lenny Wolf.....	(32)
Marcus Miller.....	(50)
Steve Adelson.....	(58)
Александр Стринжан.....	(92)
Steve Smith.....	(108)
Henry Aronoff.....	(116)

СТАТЬИ

Paul Simon - история фолк-рока.....	(20)
Гитарные усилители Hoch.....	(30)
Комбо-усилители Invasion.....	(36)
SPOCK'S BEARD:	
Самая длинная борода классического арт-рока.....	(38)
Цифровое Электропиано CASIO PRIMA PX-410R.....	(44)
НЕО-ФОЛК, ИЛИ ГИТАРА ПО КРУГУ.....	(46)
Оборудование Roland в команде Мадонны.....	(90)
CHILDREN OF BODOM.....	(120)
Искусство тратить деньги.....	(126)
CHICAGO. История с продолжением (часть 2).....	(128)

WORKSHOP

Постановка рун при игре на стике.....	(57)
Базовая техника игры на бас-гитаре: (мажорные гаммы, продолжение).....	(62)
Классические соло хард-рока.....	(65)
О методике обучения игры на гитаре и технике TouchStyle.....	(68)
Гармонизация пьесы «Summertime».....	(70)
Школа игры на гитаре в стиле SHRED (часть 4).....	(72)
Энраирированна гитары.....	(74)
Одежда для гитары.....	(76)
Laney. Классическое британское усиление.....	(78)
ТОН-ЛАЙН – путь к успеху.....	(80)
Школа пения – школа дыхания (Часть 2).....	(82)
Трактор DJ Studio 3.....	(84)
Взгляд на Pro Tools LE.....	(86)
Новости от компании Мультимедиа Нлуб.....	(95)
ПН в студии & студия в ПН.....	(96)
Особенности проратного освещения в летний период.....	(106)
Партия Барабанов. Jeff Porcaro.....	(112)

ИНФОРМАЦИЮ ПРЕДОСТАВИЛИ

ASA LSE **134**
 A&T Trade **1, 6, 7, 23, 25, 41, 55, 115**
 Artefakt **129**
 Casio **43**
 Data Force **133**
 I.S.P.A. – Engineering **III, 19**
 Leonty drum sticks **111**
 Light Power Design II
 MixArt **17, 51**
 SAV Entertainment **35**
 T.C.I. **34**
 Wildsound **112**
 Stick Enterprises **57**
 Аваллон **27, 123**

Аннорд **132**
 Звуки RU **94**
 Инваск **37**
 Интермедиа **131**
 Музыкальный Арсенал **11, 49**
 Мультимедиа Нлуб **89**
 Проаудио и Световые Системы **29**
 Пурпурный Легион **132**
 Радио «Говорит Москва» **128**
 Радио «Рокс» **53**
 Рок Арсенал **135**
 Сент-Оноре **23**
 Союз **130**



№3 (41) 2006

Главный редактор
 Андрей БОЛЬШАКОВ
 (admt@musicbox.su)

Заместитель главного редактора
 Лада БОЛЬШАКОВА
 (redaktor@musicbox.su)

Литературный редактор
 Нина КОКОРЕВА
 (litred@musicbox.su)

Дизайн, вёрстка
 Александр ИСТОМИН
 (d_sign@musicbox.su)
 Георгий БАДАЕВ
 (d_sign2@musicbox.su)

Руководитель отдела распространения
 Владимир ЛАТЫШЕВ
 (dist@musicbox.su)

подписка на журнал «Music Box»
 на сайте
<http://www.musicbox.su>

ИЗДАТЕЛЬ ООО «МЬЮЗИК БОКС»

Генеральный директор
 Андрей БОЛЬШАКОВ
 (admt@musicbox.su)

Исполнительный директор
 Анастасия БАХМЕТЬЕВА
 (direct@musicbox.su)

PR-менеджер
 Гуля ЗАРИПОВА
 (pr@musicbox.su)

Пресс-атташе
 Соня БОЛЬШАКОВА
 (press@musicbox.su)

Редактор интернет-ресурса
 Олег СИТНИКОВ
 (it@musicbox.su)

Менеджер по работе
 с корпоративными клиентами
 Татьяна КУЗИНА
 (reklama@musicbox.su)

Контакты

Тел./Факс:
 +7 (495) 621-35-89;
 621-17-38;
 621-49-13
 (info@musicbox.su)
 (www.musicbox.su)

Корреспонденцию
 направлять
 по адресу:

107078, Россия, Москва,
 а/я-224 ООО «МЬЮЗИК БОКС»

Журнал зарегистрирован
 в Комитете РФ по печати.

Свидетельство
 о регистрации №014059

Цена договорная

При перепечатке ссылка на журнал
 «MUSIC BOX» обязательна

© 2006 MUSIC BOX

КОМПАНИЯ JSA УНИВЕРСАЛЬНЫЕ СОЛДАТЫ ШОУ-БИЗНЕСА

Время разбрасывать камни и время их собирать. Эта прописная истина как нельзя лучше характеризует деятельность компании JSA, которая за 10 лет проделала огромный путь в своём развитии: от маленькой начинающей компании до безусловного лидера сценического бизнеса в нашей стране. Успех вполне закономерен. Тогда, в беспокойные 90-е, JSA во главе с молодым и амбициозным основателем и президентом компании Александром Стрижаком не боялась рисковать и бралась за самые сложные и новые для себя проекты. Взять высокую планку оказалось под силу, и теперь аббревиатура JSA стала синонимом знака качества, профессионализма и надёжности не только в российском шоу-бизнесе, но и на международном рынке. Редкий пример того, что и в нашей зарождающейся шоу-индустрии есть компании, способные стать на голову выше многих западных коллег по бизнесу. О компании, её достижениях и секретах успеха рассказывает Александр Стрижак.



MUSIC BOX: В этом году компании исполнилось 10 лет. Какими моментами биографии вы больше всего гордитесь?

АЛЕКСАНДР СТРИЖАК: На этот вопрос нельзя ответить однозначно. С одной стороны, можно говорить об отдельных проектах, с другой – в общих чертах рассказать о нашей деятельности. Спектр услуг JSA достаточно широк. Понятно, можно гордиться тем, что за 10 лет компания смогла занять достойное место в российском шоу-бизнесе, добилась выхода и признания на международном рынке. За это время в стране удалось создать – не без участия нашей компании – целое направление сценического бизнеса, технического производства проекта. И на сегодняшний день компания JSA, без ложной скромности, является лидером в этой отрасли. Если же говорить о каких-то отдельных проектах, то здесь есть два главных и, на наш взгляд, символических этапа нашей деятельности: это концерт Майкла Джексона (Michael Jackson, HIStory World Tour 1996) на стадионе «Динамо» (на котором я был техническим директором и после этого принял решение о создании компании) и последний проект на сегодняшний день – концерт Мадонны (Madonna). Мы получили заказ на продакшн её шоу. Между этими двумя проектами проделано много работы, накоплен колоссальный опыт, реализованы тысячи проектов, которыми мы по праву гордимся. Это практически все крупные концертные проекты, проходившие по настоящее время в столице – Jean Michel Jarre, Paul McCartney, RED HOT CHILI PEPPERS, THE ROLLING STONES, RAMMSTEIN, DEEP PURPLE, Alice Cooper, BLACKMORE'S NIGHT, GUANO APES, MUSE, SCORPIONS, Roger Waters, Joe Cocker, Montserrat Caballe, Plácido Domingo. Кроме этого, мы постоянно участвуем в техническом обеспечении фестивалей и туров «Крылья», «Нашествие», «Этнаус», ММКФ, а также являемся партнёрами выставки «Музыка Москва». JSA доверяют реализацию проектов городские и федеральные структуры: 9 мая 2005 года наша компания осуществила масштабную постановку уникальной конструкции для главной церемонии праздни-

вания 60-летия Великой Победы на Красной площади. В общем, наш послужной список достаточно велик и говорит сам за себя.

МВ: Что значит «выйти на международный рынок»?

АС: Как я уже говорил, на сегодняшний день компания JSA признана фаворитом в области сценического бизнеса и продакшна. Мы напрямую контактируем с продакшн-структурами западных артистов, которые сами договариваются с нами об участии в проекте. Конечно, тут играет свою роль и тот факт, что мы ко всему прочему являемся дистрибьюторами двух крупных европейских компаний Layher и Prolyte Products, производителей сценических конструкций и технологий. Кроме этого, JSA получила международное признание, после того как с 2000 по 2003 годы в компании работал промоутерский отдел, который самостоятельно организовывал и проводил различные концерты молодых и известных западных артистов и коллективов. Благодаря этому нас узнали на западном рынке и стали приглашать принять участие в западных проектах.

МВ: Что это за проекты?

АС: Например, постановка большой сцены на финском фестивале Ruisrock, где хэдлайнерами выступали RAMMSTEIN и HIM. Собственно, благодаря им это и произошло, потому как никто в этом Балтийском регионе не смог поставить большую сцену прочной конструкции, которая им требовалась. А у нас таких сцен было пять. Также в этом году мы получили прямой заказ на постановку фестивальной сцены в Таллинне на единственном в Восточной Европе концерте METALLICA.

МВ: Почему именно вас пригласили на концерт METALLICA?

АС: METALLICA – группа высшего класса. Музыканты, их менеджмент – профессионалы высокого уровня... Проводя где-либо концерт, они должны быть уверены, что продакшн будет сделан на должном уровне. Приглашая нас, люди понимали, что российская компания будет работать так, как это принято в остальном мире.

Тем более что наш подход к работе существенно отличается от того, как привыкли работать на Западе. Мы используем своё сценическое оборудование так, как не использует ни одна другая компания. Это признают даже сами компании-производители. Мы слышнее, быстрее; мы готовы охватить гораздо больший объём работы и не ограничиваем свою деятельность только одной узкой специализацией. Так, например, на концерт METALLICA не приехал по какой-то причине продакшн-менеджер. И сотрудникам JSA пришлось вместе с менеджментом группы решать задачи, связанные не только с постановкой сценического шоу, но и заниматься продакшном концерта. Мы это делали в чужой стране. Но так как у нашей компании во многих странах, в том числе – в Эстонии, есть свои партнёры, мы могли решать многие проблемы одним звонком. Не каждая западная компания на такое способна. И наши заказчики это видели. Ведь для западного менталитета важно не то, как точно по чертежам ты построишь сцену, важно то, как быстро ты реагируешь на

непредвиденные обстоятельства. Вот ещё один пример. На концерт Роджера Уотерса (Roger Waters), которой проходил на Васильевском спуске, не приехал видеоинженер, и тогда за пульт сел наш сотрудник, который с блеском справился с поставленной задачей. Наши сотрудники обладают не только знанием, как построить сцену, они знают, как работать со световым, звуковым и видеооборудованием, что позволяет нам решать разные задачи. Поэтому мы не являемся просто прокатной сценической компанией, а занимаемся производством шоу. Ведь сценическая площадка приезжает первой, уезжает последней, и поэтому есть смысл взять на себя гораздо больше функций, чем просто сдавать оборудование в аренду.



МВ: Как удалось накопить такой богатый

опыт работы в стране, где шоу-индустрия развита ещё достаточно слабо?

АС: Каждый концерт – это общение с продакшн-структурой и менеджментом артиста. А так как проектов с каждым годом становится всё больше, то, соответственно, и больше людей знают о нашей компании. К примеру, когда мы выехали на переговоры в Финляндию по поводу рок-фестиваля Ruisrock, организаторы уже получили рекомендации от агентов западных артистов, которые работали с нами в России, и чётко понимали, с кем они будут работать.

МВ: Сейчас вообще наблюдается любопытная тенденция: многие компании, которые раньше специализировались на одном направлении, например звуке, теперь предоставляют весь комплекс услуг. На ваш взгляд, почему так происходит?

АС: Для того чтобы успешно развиваться, невозможно только сдавать оборудование в аренду. По крайней мере, сейчас. Это происходит отчасти потому, что на фоне развития индустрии корпоративных вечеринок, каких-то локальных праздников, компания, которая, к примеру, в основном занимается светом, понимает: чтобы установить некий подиум, с которым просит помочь клиент, выгоднее иметь его в собственном парке, нежели нанимать дополнительную компанию. Хотя возможно лет через пять, когда весь бизнес будет структурирован, появится смысл заниматься каким-либо одним направлением.

МВ: Я хочу вернуться к вашей промоутерской деятельности. Почему вы всё-таки решили больше не заниматься привозом артистов?

АС: Созданный промоутерский отдел выполнял несколько функций. Впервые, это промоушн компании на внутреннем рынке. Благодаря этому все – потенциальные заказчики и СМИ – узнали, что есть такая компания, которая может прийти и сделать любое шоу. Это был мощный пиар. Во-вторых, мы заявили о себе на международном рынке. Третья функция заключалась в том, чтобы полностью изучить и пройти весь цикл производства проекта, быть грамотным, опытным и разговаривать с организаторами концертов на одном языке. Несмотря на то что сейчас промоутерской деятельностью мы не занимаемся, нам есть чем гордиться. Мы



сделали один из лучших концертов DEEP PURPLE в «Лужниках», впервые привезли в страну Элиса Купера (Alice Cooper) и Ричи Блэкмора (Ritchie Blackmore) с проектом BLACKMORE'S NIGHT. Причём мы не только привезли Блэкмора в Россию, но и убедили его выступать не на три тысячи человек, как он планировал, а в 8-тысячном зале в «Лужниках», где был полный аншлаг. Хотя, конечно, некоторые

несколько разочаровались. Ведь все пришли в надежде послушать старые хиты, а Ричи исполнил только программу BLACKMORE'S NIGHT. Но во время своего второго приезда в Москву в МДМ он всё-таки сыграл «Smoke On The Water». И как мне потом сказали, это было шестой раз в истории. Обычно он никогда не играет на концертах репертуар DEEP PURPLE. Это был определённый знак со стороны артиста к публике и к нам как к организаторам.

МВ: Работа с каким артистом больше всего запомнилась?

АС: Каждый артист по-своему интересен. Из легенд Элис Купер произвёл на меня впечатление. Хотя я его музыку толком не слушал, но как человек он мне очень симпатичен. Большим уважением проникся к Ричи Блэкмору; среди молодых – ребята из MUSE и солистка GUANO APES Сандра Насич (Sandra Nasic).

МВ: Насколько отличаются требования зарубежных и российских артистов?

АС: У западного артиста вменяемые, рассчитанные и продуманные требования. В случае с нашими артистами многое решается в процессе. Культура производства не так велика, у нас всё только развивается, и профессионализма, конечно, не хватает. Но это вопрос времени, и я не вижу особой проблемы. Ведь на Западе эта индустрия складывалась десятилетиями, там работают люди, которые делали шоу Фрэнка Синатры (Frank Sinatra). Понимаете, какой у них опыт!

МВ: Вся ваша работа так или иначе связана с музыкой. Зачастую люди, которые работают в шоу-бизнесе, как ни парадоксально, с течением времени перестают слушать музыку. Лично для вас музыка так и осталась хобби, или стала бизнесом?

АС: Конечно, я меломан; воспитывался по большей части на рок-н-рольной музыке. Хотя слушаю и классику, и джаз, люблю хорошую попсовую музыку. Например, MODERN TALKING или U2 в машине я могу слушать всегда. Хотя должен признаться, что на сегодняшний день слушаю меньше. Может потому, что когда мы занимались концертной деятельностью, я слушал много радио, чтобы понять, какие артисты на данный момент актуальны. Сейчас я больше интересуюсь видеоконцертами. Вот недавно купил «Pulse» PINK FLOYD, и то по большей части чтобы посмотреть, как делается шоу; чтобы подготовиться к московскому концерту Уотерса.



МВ: Вы говорите, что находите новые способы и варианты, как использовать то или иное сценическое оборудование, у вас есть свои наработки, новации. Производители как-то учитывают ваши «ноу-хау» при разработке своих будущих моделей? Или, может, вам пора сами наладить производство сценических технологий?

АС: Отличный вопрос! Я горжусь, что моя компания вносит вклад в развитие сценического бизнеса. Но каждый должен заниматься своим делом, поэтому о производстве пока речи быть не может. Но могу сказать, что когда мы были приглашены нашими немецкими партнёрами на съезд продавцов их продукции и выступали с докладом о том, как применять конструкции Layher на практике, то продемонстрировали нестандартный подход к работе, который никто не использовал именно так в области шоу-бизнеса. Например, я придумал сцену под названием Camel, которая лет пять в нашей стране была самой популярной, а за границей не понимали, как это можно сделать. Тогда это было «ноу-хау». И после нашей презентации на съезде, финны, выступившие перед нами, подошли и сказали: «Александр, мы поняли, что занимаемся не тем бизнесом». Никто и никогда не применял оборудование так, как это делаем мы. По-моему, это наилучшая похвала нашей работе. 



www.musicmoscow.ru

МУЗЫКА МОСКВА

XII

международная
специализированная
ВЫСТАВКА

12-15 ОКТАБРЯ

семинары • конкурсы • мастер-классы • концерты

Культурно-выставочный центр

СОКОЛЬНИКИ



**КРУПНЕЙШЕЕ
СОБЫТИЕ
В СФЕРЕ
МУЗЫКАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

Организатор:



Партнер выставки:



Оператор выставки:



Технический партнер:



Медиапартнеры:

территория
КУЛЬТУРЫ

metal1st.su

MUSIC BAZAR
www.musicbazar.ru



Информационные спонсоры:

mondo

totalproduction

hi-fi.ru

Lighting&Sound



►Play

Информационная поддержка:

МУЗЫКАНТ

ROCK

SHOW ROOM



Империя
света

DVD

PROXAT

ГРЕДНИК

УКТ

Музыкальное оборудование

Музыка

Музыка и электроника

dmag

клубное пространство

Звуковое оборудование
Светотехническое оборудование
Электромузыкальные инструменты
Акустические музыкальные инструменты
Звукозапись, воспроизведение
Студийные технологии
Музыкальный hard&soft
Оборудование для дискотек
Механика сцены
Оборудование для аудио- и видеопроизводства
Оборудование для оформления сцены
и театрально-концертный реквизит
Экраны, видеостены и светодиодные панели
Прокатное оборудование
Системы звукового оповещения
Оборудование для кинотеатров
Презентационное оборудование
Конференц-залы
Специализированная литература и ноты
Специализированные издания

Специализированные павильоны:

«Оборудование. Технологии. Инсталляция»

«Музыкальное образование»

Специальные гости: Greg Koch (USA)

Walfredo Reyes Jr. (USA)

Генеральные информационные спонсоры:



горбушкин
двор

MUSIC BOX
Смотрю, что хочу

Тел/факс:
+7 (495)
621-17-38
621-35-89
621-49-13

info@musicmoscow.ru
www.musicmoscow.ru