

МАРТ

№3 / 2003 / ВЕСНА

# ТРАЗГНЕК

ПОДАРИМ ДРУГ ДРУГУ ПРАЗНИК

ТРАЗГНЕК

ФЛЮРО-МАФИЯ • ПОДАРИ МНЕ ШОКОЛАД

У САМОГО СИНЕГО МОРИ



Unfortunately,  
the original cover  
of this issue  
has not been  
preserved.

МОЕ НАУЛИО - В НАРОДНОМ ПЕЧЕ • ТИТЕ-САПТСКАЯ ИСТОРИЈА ИЛИ РОМЕО И ДЖУЛИЈА ONLINE

ЗАПРАСКОЈАНИЕ ПОСЛАНИЕ • КОСМИЧЕСКАЈ ИМПОРТЕК ОД СЕРБИЈЕ • ПСЕЛ И ТИПОГРАФИЈА

ГДЕ ВСЕ СБЫВАЕТСЯ • ЗОЛОТОМ БАНАН - ПОБЕДИТЕЛЮ • ОЧЕРЕДЬ К ЭМИО ГОРЬИЧУ



# ТРАЖЕК

ПОДРОБНО О ДРУГЕ ПРАЗДНИК



Александр  
СТРИЖАК,  
президент  
компании «JSA»

Индустрия шоу-бизнеса в Америке занимает второе место по доходности. У нас в

стране она пока находится в зачаточном состоянии. Но, судя по тенденции, она будет развиваться. Сейчас компании вышли на докризисный уровень, причем с новым качеством. Это не просто объем финансов, это другой подход, другие мозги, другие правила. Повысилось качество, за которое люди готовы платить. Возросла культура проведения презентаций, корпоративных вечеринок. Появляются новые компании, которые предлагают свои услуги именно в организации

корпоративных вечеринок. Рынок развивается, и в любом случае скоро праздничная индустрия здесь будет. Продолжится экономический рост, возникнет спрос и сразу появится предложение. Сейчас по предложению и мы, и другие крупные компании в шоу-бизнесе уже опережают этот спрос.

Мы находимся в пятерке тех компаний, которые стараются активно развиваться. Занимаемся несколькими направлениями – это техническое оснащение мероприятий и организация концертов «под ключ», в основном, западных исполнителей. Договариваемся с артистом, арендуем площадку, проводим рекламную кампанию. Обслуживаем артиста, когда он приезжает, продаем билеты. Второе наше направление – техническое оснащение, включающее в себя установку различных сценических конструкций, а также свет, звук, генераторы – все вплоть до биотуалета, барьеров безопасности и охраны мероприятия. Проекты самые разные: и маленькие, муниципального уровня – проведение детского праздника, – и большие, например, шоу Жан-Мишель Жара, на которое пришло три с половиной миллиона людей. Сейчас практически все крупные мероприятия, которые проходят в Москве, – День города, Фестиваль пива, встреча Нового года, Масленица – проходят при нашем участии.

На нашем рынке есть целый ряд компаний, которые вкладываются в новые технологии, следят за происходящим на Западе и хотят дотянуться до их уровня, который очень высок. Я поразился тому, как на концерте Майкла Джексона в Москве, когда не оторвалась штора, 20 или 30 человек моментально вылетели на эту сцену и, не мешая зрителю, быстро все сделали. Другой пример – шоу Жан-Мишель Жара. Люди приехали всего два раза, замерили рулеточкой какие-то ступени, посмотрели, сфотографировали, и, когда они привезли оборудование, все совпало. Это профессионализм самого высокого уровня.

Те, кто выжил после кризиса в нашем деле, следят за новейшими технологиями. Другое дело, что у нас нет серьезного потока, чтобы вливать туда большие средства. Потратив на хороший видеоскрин порядка миллиона долларов, его не окупить, потому что нет серьезного проката.

Моя позиция по отношению к любой конкуренции – спокойная. Считаю, что, чем больше ее, тем выше качество, тем лучше все развивается, на чем и построен западный мир. Сейчас мы подобрали небольшой коллектив из десяти молодых ребят и начинаем их обучать админист-

ративной работе. Хотим, чтобы они знали риторику, психологию, понимали экономику, разбирались в техническом оснащении, рекламе. Это целый комплекс. На будущее, возможно, надо сделать какую-то программу, и, вероятно, мы поможем открыть в каком-нибудь учебном заведении такую школу. Надо растить менеджеров, с которыми мы будем разговаривать на одном языке.