

ПРАЗДНИК

12
лет
с вами!

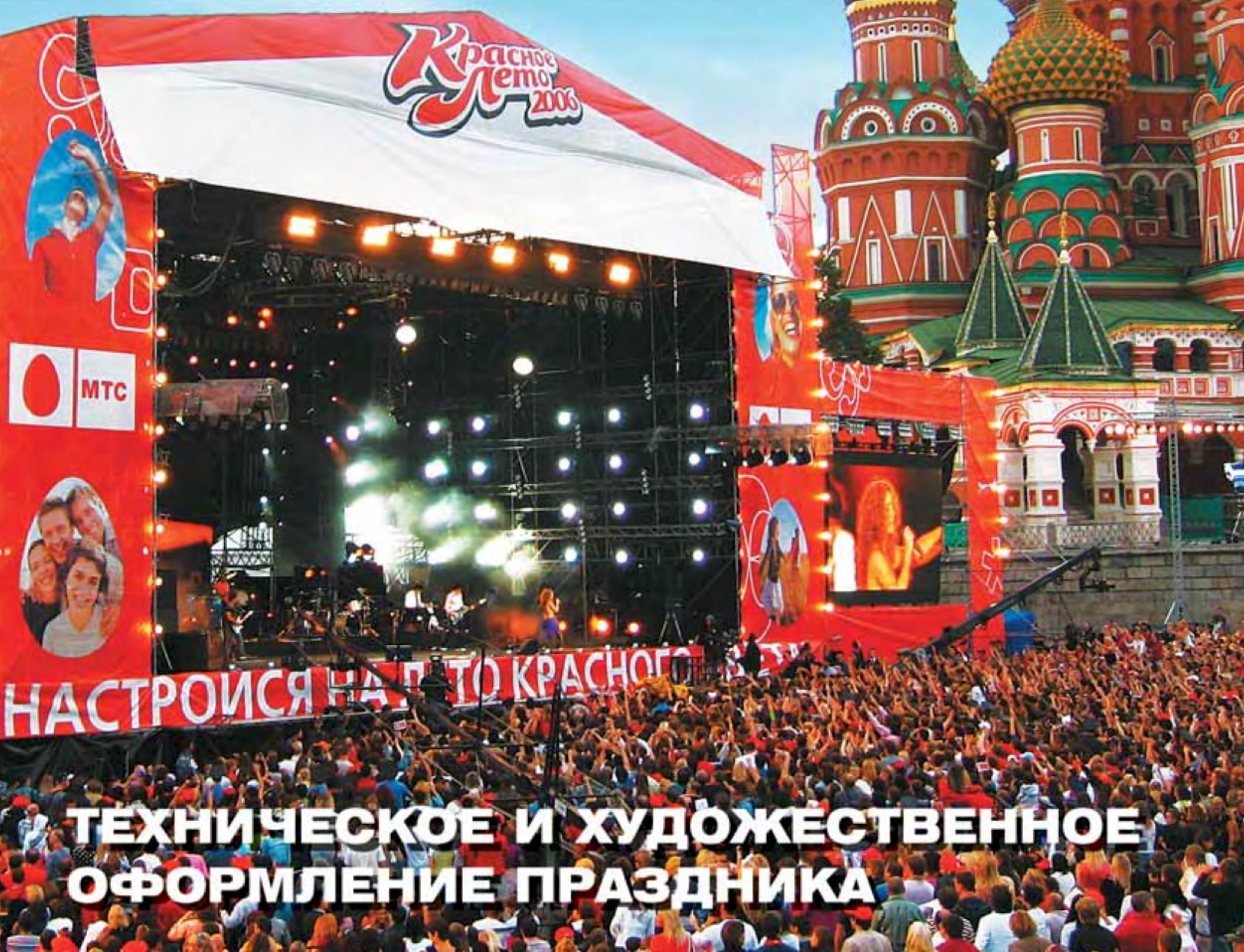
7/2009

Огонь, ветер и дым - в помощь инвентору!

Создание праздничного пространства: рисуем на ткани

Частные галереи: интерактивный взрыв?

Звукорежиссура в России и на Западе



**ТЕХНИЧЕСКОЕ И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ
ОФОРМЛЕНИЕ ПРАЗДНИКА**

**В обсуждении
приняли участие:**

Игорь Увенчиков –
главный редактор журнала
«Праздник»;

Светлана Таганова –
генеральный директор компании
STAGESERVICE (техническое
обеспечение шоу-программ);

Александр Маслаков –
директор компании «Аренда-
Прокат» (звук, свет, видео и сцена,
риггинг, гобо, снег и дым);

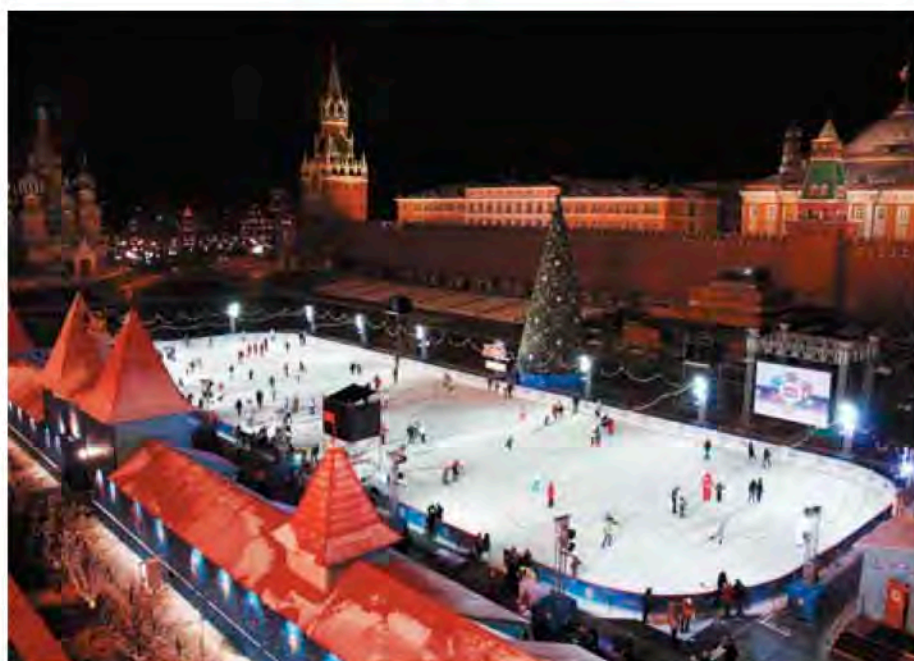
Артем Лазарев –
менеджер по работе с клиентами
компании EventStation (аренда
профессиональных радиостанций);

Александр Стрижак –
президент компании
ООО «Джей Эс Эй» (JSA) (сцены и
техническое обеспечение
зрелищных мероприятий);

Алексей Котельников –
пресс-атташе компании
ООО «Джей Эс Эй» (JSA).

Круглый стол:

«Техническое оформление праздника»



? Игорь Увенчиков: Какие изменения, на ваш взгляд, произошли за последнее время на рынке технического обеспечения event-мероприятий? Давайте постараемся не делать упор на кризис, а обсудим ситуацию в общем...

Александр Стрижак: В частности, для нашей компании практически ничего плохого не произошло. Мы как работали раньше, так и работаем сейчас.

? Игорь Увенчиков: А как вы оцениваете ситуацию, сложившуюся сейчас на рынке?

Александр Стрижак: Видимо, мы работаем в том сегменте, который смог выжить в нынешние времена. У нас глобальных изменений нет, но в целом по рынку, конечно, есть перемены: нет новых приходов, новых заказов. Если сравнивать с прошлогодней ситуацией, когда шел какой-то рост, сейчас все стало гораздо сложнее.

? Игорь Увенчиков: Какие заказы сейчас преобладают: федеральные или корпоративные? Если брать ситуацию с Москвой, то здесь,

мне кажется, праздники по-прежнему проводятся: и масленичные гуляния отметили широко, и парад на День Святого Патрика организовали, и День Победы отпраздновали как обычно, не в сокращенном варианте...

Александр Маслаков: Для празднований 9 Мая мы обычно на Пушкинской площади устанавливаем звук и свет. В прошлый раз поставили там порядка 50 «голов» – это серьезное оборудование. А в этом году на Пушкинской вообще не было сцены, только железные цифры «1945». Оставили также несколько площадок, и все.

Артем Лазарев: На мой взгляд, событийный рынок немного пострадал в связи с ситуацией в экономике но сейчас, я считаю, появилась тенденция к его оживлению. Если сравнивать нынешнюю ситуацию с 2007 годом и первой половиной 2008, то разница очевидна – работы меньше. Но по сравнению с декабрем прошлого года ситуация улучшилась – у нас появляются заказы, в том числе и от новых клиентов. Мы в основном

обслуживаем корпоративные мероприятия, и сейчас, на мой взгляд, этот рынок восстанавливается.

Светлана Таганова: Если компания Александра больше ориентирована на крупные федеральные заказы, то 90% нашей работы всегда составляли корпоративы и рекламные акции. И по нашему сегменту рынка кризис ударил наиболее болезненно – мы сполна ощутили это в декабре. Практически все новогодние корпоративные мероприятия отменили. Соответственно, с января по март этого года работы было минимум. Сейчас происходит некоторое оживление рынка, но заказы идут уже не на корпоративы, а на события другого рода.

? Игорь Увенчиков: Происходят ли в вашем сегменте деление компаний по «весовой категории»? Насколько жесткая конкуренция в вашей среде?

Александр Стрижак: Я сторонник здоровой конкуренции и прекрасно знаю, что в нашем бизнесе есть высокопрофессиональные специалисты. Их компании ведут четкую и грамот-

ную политику, поэтому о недобросовестной конкуренции речь не идет. Просто мы заняли определенную нишу и в ней работаем.

? **Игорь Увенчиков:** **Сегодня, когда заказов становится меньше, нет ли желания заняться мелкими проектами, чтобы и на этом заработать немного денег? Или вы остаетесь верны себе?**

Александр Стрижак: Нельзя сказать, что мы выполняем только крупные заказы. Если к нам придет заказчик и скажет, что нам ему надо поставить всего два подиума, – пожалуйста, мы приедем и сделаем.

? **Игорь Увенчиков:** **Что в данный момент происходит на рынке технического оборудования: он обновляется или работаете на старом? Интересно также, каким образом сейчас происходит обновление парка оборудования в ваших компаниях? Есть ли в отрасли какой-то «регламент» по смене оборудования, например, замена через год или пять лет? Или все происходит permanently?**

Александр Стрижак: Поскольку JSA является компанией, которая также продает и внедряет оборудование на рынок, могу сказать, что начиная с ноября прошлого года количество заказов снизилось. Однако уже сейчас появились заказчики, которые готовы купить что-то новое. Мы начали работать над этими заказами. Но в целом на сегодняшний день ситуация такова, что мало кто покупает новое оборудование. Конечно, желание приобрести новинки для сезона у заказчиков не пропало, но больший спрос идет на оборудование б/у. Все пытаются активно действовать на рынке, кто-то – пока только накапливает средства для приобретения новой техники...

Светлана Таганова: Конечно, сейчас происходит определенный спад. Я покупаю оборудование у JSA, и Александр знает, что каждый год я обязательно приобретаю у них что-то новое. Происходит естественный процесс развития бизнеса – ты реализуешь большее количество программ, наращиваешь парк. Другое дело – сейчас свои аппетиты приходится снижать.

? **Игорь Увенчиков:** **Если говорить о компании STAGESERVICE, на сегодняшний день ваш парк для успешного функционирования на рынке должен быть больше или**

имеющегося оборудования вполне хватает?

Светлана Таганова: Он может быть и больше, но дело в том, что увеличение парка далеко не всегда ведет к увеличению прибыли. Поэтому есть базовое оборудование, которое позволяет выполнять стандартный объем работы. Когда появляются более крупные



**Прокат сцен, подиумов, трибун, тентов.
Разработка дизайн-проектов,
изготовление декораций.**

Телефон: 8(495) 721 66 97

заказы, всегда есть возможность взять в аренду недостающее.

Александр Стрижак: Я недавно купил «крышу» – систему, которой нет ни у кого. И это является моим конкурентным преимуществом перед коллегами. Так поступают многие – покупают не большее количество базового оборудования, а берут именно «фишки».

? **Игорь Увенчиков:** **А сколько должно использоваться техническое оборудование? Ведь даже металл устает...**

Светлана Таганова: Например, у нас есть уникальный конструктор. Он производится в Германии, и его можно использовать десятилетиями, потому что это качественный продукт. Если с оборудованием обращаться аккуратно – оно будет служить долго.

Александр Маслаков: У нас много другое направление деятельности – мы занимаемся сразу всем и понемногу: и звуком, и светом, и спецэффектами, и видео. Наш сегмент – это корпоративы. Поэтому на Новый год, когда мы должны были выйти на сто «голов», корпоративы отмени-

лись, пришлось отказаться от своих планов и просто «забить» все «светодиодкой».

? **Игорь Увенчиков:** **Вопрос к вам, Александр. Стараетесь ли вы расширяться технически? Если да, то подразумевает ли это расширение бизнеса, увеличение штата?**

Александр Маслаков: В настоящее время это не нужно. Всем нам сейчас хотелось бы выезжать на максимальное количество корпоративов, но их нет. Поэтому пока нет смысла закупать большое количество оборудования. Другое дело, что сейчас действительно всех интересуют «фишки», поэтому мы решили ориентироваться на спецэффекты. В России есть крупная фирма, специализирующаяся на этом, но их оборудование стоит дорого. Поскольку мы не можем своим клиентам выставлять продукцию по цене этой компании, то должны иметь что-то из их ассортимента у себя в собственности и выставлять по более низкой стоимости. А иногда и бесплатно...

Артем Лазарев: Я соглашусь с Александром. У нас, конечно, совершенно разные бюджеты и оборудование. Мы тоже планировали закупать новые модели – в данный момент у нас в прокате имеется шестьдесят раций, не говоря уже о дополнительных гарнитурах, аккумуляторах. Хотели довести их количество до ста еще к декабрю 2008 года. Но с учетом того, что корпоративов стало меньше, целесообразность покупки вызывает сомнения – нам сейчас вполне хватает имеющегося оборудования.

? **Игорь Увенчиков:** **За последнее время были такие крупные мероприятия, чтобы весь технический парк был полностью задействован?**

Артем Лазарев: У нас прошло подобное мероприятие месяц назад – его заказывало рекламное агентство. Продолжалось событие три дня, и на нем работали все наши шестьдесят раций, весь парк полностью. Но это единичный случай, поэтому закупать еще оборудование пока смысла не видим.

? **Игорь Увенчиков:** **Как вы оцениваете профессиональный уровень event-компаний и подрядчиков, с которыми работаете?**

Все: Он пока оставляет желать лучшего...

? **Игорь Увенчиков:** **Почему это происходит уже на протяжении**



ряда лет? Понятно, когда компания только выходит на рынок, неопытность простить можно, но если она позиционирует себя как высокопрофессиональная – это уже к чему то обязывает...

Александр Стрижак: Можно говорить о профессиональных вещах, но не надо забывать о финансовой стороне вопроса. Есть основное лицо – заказчик, который выбирает себе агентство и иногда нанимает людей, которые мало понимают в своем деле. Им не нужны профессионалы, зачастую для них важно только одно – снизить цену на услуги подрядчиков. А подрядчики за прошедшие годы уже научились грамотно работать, непрофессионалов на этом рынке осталось мало. В основной массе технических компаний (по крайней мере, в крупных городах) работают серьезные люди, которые прекрасно знают свою работу.

Светлана Таганова: На мой взгляд, наш рынок сейчас более сформирован.

Александр Стрижак: Дело в том, что заказчики зачастую у нас не постоянные: кто-то заказывает свадьбу, другой клиент – юбилей. И четко

выстроенной системы не существует, потому что рынок еще не очень развитый. Event-рынок, наверное, у нас остался на уровне середины 90-х годов, когда технический бизнес еще только зарождался.

? Игорь Увенчиков: А сколько, на ваш взгляд, должно пройти времени для его «взросления»? Если только за последние полтора-два года количество агентств существенно увеличилось – более того, некоторые event-компании уже начинают справлять юбилей...

Александр Стрижак: Что мы зачастую понимаем под рекламными event-агентствами? Иногда это совсем молодые люди, которые набрали немного контактов и тут же открывают свою фирму. Такие фирмы сложно объединить в систему...

Светлана Таганова: Но есть агентства, которые уже много лет работают на рынке. Там трудятся профессионалы, эти компании имеют большие объемы работ. Но мы их знаем все наперечет. А дальше уже плодятся агентства-одноразовки, которые могут обеспечивать лишь низкий уровень подготовки события.

Александр Стрижак: Иногда складывается впечатление, что в нашем обществе вообще отсутствует потребность в профессионалах.

Артем Лазарев: Мы только что говорили про крупные агентства. Не так давно у нас был случай, когда одно агентство по организации мероприятий заказало у нас рации, и оплата не поступила до сих пор. Поэтому даже крупные агентства не всегда выполняют свои обязательства перед подрядчиком. На мой взгляд, представители небольших агентств, существующих не так давно, зачастую ведут себя намного культурней и цивилизованней, нежели агентства с многолетним стажем работы. Многое также зависит от менеджеров компании...

? Игорь Увенчиков: Мы сейчас говорим не об этике, а о профессионализме. Потому что проблемы с финансами могут быть у любого агентства, отсюда и задержки по оплате подрядчикам. Речь идет о том, насколько сейчас ивенторы компетентны в своей работе...

Светлана Таганова: Для многих в работе важен один момент – зарабатывание денег.

Александр Маслаков: Нам звонят и говорят: у нас такой-то бюджет, и нам нужно сделать то-то. В основном это девушки, зачастую очень красивые – и для некоторых агентств это и есть критерий отбора персонала. Допустим, агентство вывезло сотрудников фирмы заказчика на природу для проведения тимбилдинга – они должны производить фурор, а все остальное делаем мы. С одной стороны, мы подрядчики, а с другой – дешифраторы идей агентства и заказчика. Мы получаем от клиентов электронное письмо по почте, в котором прописаны дата и форма проведения мероприятия, а также бюджет. Если форма проведения – концерт, я уже понимаю, что потребуются не только флеш-панели, но и другое оборудование. Если планируется дискотека, то нужны какие-то «вертушечки» – все зависит от цены. Если бюджет очень маленький, то бывает полный минимализм – на мероприятие отправляется диджей на «четверке» с двумя колонками.

? **Игорь Увенчиков:** Вы уже не первый год на рынке и наверняка наработали опыт не только с профессиональной точки зрения, но и в

JSA
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
СЦЕНИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ
С 1994 ГОДА

WWW.JSA.RU
**15 лет
на рынке**

Сцены и техническое
обеспечение
массовых городских
концертных,
спортивных и иных
зрелищных
мероприятий
по всей стране

Тел.: (495) 748-48-48

вопросах управления персоналом. Как вы обучаете своих работников, откуда берете информацию?

Один из участников: Проблема в том, что я затрачиваю время на обучение своего сотрудника, а он потом уходит в другую компанию.

? **Игорь Увенчиков:** По какой причине?

Александр Стрижак: Здесь он монтажник, а в другой компании может быть бригадиром и т.д.

Александр Маслаков: Например, мой ди-джей четыре года назад ушел в агентство «Праздник»...

? **Игорь Увенчиков:** Это значит, что обучать сотрудников смысла нет?

Александр Маслаков: Конечно, мы будем обучать персонал в любом случае.

Александр Стрижак: Во-первых, начинающие специалисты учатся у мастеров. Во-вторых, мы проводим профессиональное обучение, устраиваем тренинги. Второй или третий год проводим семинары для технических компаний.

? **Игорь Увенчиков:** Вы приглашаете специалистов из-за рубежа?

Александр Стрижак: Да. Например, к нам приезжает специалист, который работал с известными артистами, во многих театрах и т.д. Он проводит семинар по теме, касающейся не только сценического бизнеса, но также света и звука. Приходят все желающие.

Светлана Таганова: Я часто отправляю своих сотрудников на повыше-





ние квалификации на курсы, организованные Александром.

Александр Стрижак: Кроме того, когда проводится специализированная выставка, приезжают специалисты заводов – производителей оборудования. И в рамках выставочного проекта, который продолжается четыре дня, идет живое общение между людьми. Таким образом, каждый из нас может получить необходимую информацию.

? **Игорь Увенчиков:** То есть подобные мероприятия – это не просто междусобойчики профессионалов, где нужно напомнить о себе? Вы действительно получаете там знания?

Александр Стрижак: Конечно. Даже просто общаясь с коллегами на этом проекте, мы делимся опытом.

? **Игорь Увенчиков:** А сама выставка, оборудование, выставленное на ней, действительно постоянно обновляется?

Александр Маслаков: Мы, естественно, ходим не только на одну определенную выставку, а посещаем разные выставочные проекты – один из них даже должны были открывать. Возвращаясь к непрофессионализму

менеджеров и администраторов... Два года назад мы должны были привезти на открытие выставки порядка двадцати «голов», и вдруг про нас забыли... Звонят в день открытия и говорят, что нужно срочно приехать. Мне сообщают, что вместо нас позвали ребят из Казани (у них же дешевле!), а на мероприятии выясняется, что их оборудование вообще не работает. В итоге в 2006 году на открытии выставки видекамерами зажигали лампочки и светили, чтобы были видны лица...

? **Игорь Увенчиков:** Это говорит о том, что в числе организаторов выставки не оказалось профессиональных людей.

Все: Это говорит о жадности...

? **Игорь Увенчиков:** На ваш взгляд, что поменялось за эти годы в отношении качества и сервиса организации мероприятий как в крупных городах, так и в небольших? Кстати, разница в подходах и бюджетах по-прежнему существенна?

Александр Стрижак: Мы тесно сотрудничаем с нижегородской компанией, помогаем устраивать события в Хабаровске, Владивостоке, Ростове-на-Дону.

? **Игорь Увенчиков:** У вас есть постпродажное обслуживание?

Александр Стрижак: Конечно, есть консультанты – это уже стало правилом торговли, но есть и просто партнерские, дружеские отношения с клиентами. Мы делаем им скидки, консультируем по многим вопросам – и не просто потому, что они купили нашу продукцию.

? **Игорь Увенчиков:** Часто вас приглашают поработать в регионы?

Светлана Таганова: С регионами мы работаем постоянно, заявки поступают, другое дело, что все мы прекрасно понимаем, что для многих московские расценки на прокат не вписываются в бюджет. Во-вторых, в этом случае затраты резко возрастают: транспорт, гостиницы, билеты. Поэтому чаще всего возникает следующая ситуация: в регионы мы едем, как правило, к нашим московским заказчикам, когда они там проводят мероприятия – рекламные туры, выставки и т.д. Сами регионы, конечно, хотят чего-то нового, интересного, качественного, но, к сожалению, реализовать свои планы получается только у обеспе-

ченных областей и городов, например в Ханты-Мансийске.

? **Игорь Увенчиков:** **А если брать крупные проекты, например, Дни городов?**

Светлана Таганова: Сколачивают сцену из брусочков, вешают фонарики...

Артем Лазарев: Я заметил, что мероприятия, которые у нас проходят в других городах, подготовлены непосредственно московскими исполнителями. То есть заказчик приглашает московское event-агентство в свой город, а те уже приглашают нас.

? **Игорь Увенчиков:** **Есть какая-то особая прокатная специфика в работе с отдаленным заказчиком?**

Александр Маслаков: Могу рассказать об изменениях, которые произошли в последнее время. Сейчас все хотят сэкономить. То есть заказчики говорят, что у них есть своя машина и они сами все привезут. Клиенты пытаются сэкономить на транспорте, на людях, на установке – абсолютно на всем. Когда потом мы видим конструкцию, которую они самостоятельно собрали, мы их предупреждаем, что она, скорее всего, не будет работать, потому что не хватает части оборудования. А нам говорят: «Ничего страшного – у заказчика дома есть "тюльпан" от караоке, его воткнул куда надо, и все будет работать!». При этом зачастую не понимают, что устанавливать оборудование нужно на определенном расстоянии, что существует система поддержки сигналов...

? **Игорь Увенчиков:** **Но вы же рискуете своей репутацией, когда даете в прокат оборудование на таких условиях!**

Александр Маслаков: Мы стараемся в таких случаях давать кейс, на котором не написано «Аренда-Прокат».

? **Игорь Увенчиков:** **Вам интересно так работать?**

Александр Стрижак: В январе-феврале этого года работы практически не было, мы обслуживали лишь небольшое количество частных праздников. И на такие мероприятия наших специалистов иногда не приглашают, говорят – сами все подключим и вернем в целости и сохранности.

Светлана Таганова: Это что касается заказчиков. А в нашей среде принято при необходимости «доарендовать» друг у друга оборудование. Я

прекрасно знаю, если Александр попросит у меня оборудование в аренду или я попрошу у них, то мы будем уверены, что с нашей техникой работают специалисты и с ней ничего не случится. Мы знаем, как все собирать, как монтировать.

Александр Стрижак: Нельзя доверить собирать крышу непрофессионалу – это просто опасно! В нашей отрасли сложился свой микромир, мы все здесь друг друга знаем и доверяем.



? **Игорь Увенчиков:** **А вы знаете, кто из российских компаний работал на российском «Евровидении»?**

Александр Стрижак: Мы и еще несколько компаний.

? **Игорь Увенчиков:** **В Интернете видел, что вы выступали как эксперт проекта?**

Александр Стрижак: Да.

? **Игорь Увенчиков:** **Что было не так и почему пригласили именно вас?**

Александр Стрижак: Случилось так, что к проекту вначале отнеслись немного халатно.

Светлана Таганова: Может быть, люди просто не были готовы к столь масштабной работе?

Александр Стрижак: Недоценили уровень мероприятия и, возможно, действовали «по накатанной». Никого не хочу обижать – это корпоративное мышление. Иностранцы специалисты увидели, что все идет не совсем так, как

планировалось, и мне пришлось давать оценку с целью, в общем-то, самоисправления, потому что была задержка на десять дней по монтажу.

? **Игорь Увенчиков:** **А если сравнивать это мероприятие и те, которые вы проводили раньше, есть существенная разница в уровне?**

Александр Стрижак: Нет. Это хорошее мероприятие класса «А». Здесь было много представителей Запада, например, свет на «Евровидении» делала немецкая компания – наш партнер.

? **Игорь Увенчиков:** **Но «железом» занимались непосредственно российские компании, так?**

Александр Стрижак: Да. Декорации производились в России, но под присмотром западных специалистов: дизайнеров, режиссеров и т.д.

? **Игорь Увенчиков:** **Обращаясь ко всем. Как вы считаете, смогли бы российские специалисты осуществить подобный проект без помощи профессионалов с Запада?**

Александр Стрижак: У нас нет большого опыта подготовки глобальных проектов и строгой дисциплины, необходимой для их производства.

? **Игорь Увенчиков:** **А проектное мышление у наших есть?**

Александр Стрижак: Есть. Но здесь многое зависит от двух факторов. Если бюджет хороший, можно привлечь лучших специалистов. Кроме того, необходимо время. На подготовку «Евровидения» в Олимпийском давался месяц. А сколько обычно времени у нас есть, чтобы сделать даже очень крупные проекты? Пять дней от силы...

? **Игорь Увенчиков:** **То есть вы можете сделать проект и за меньший срок, но столь же высокого качества?**

Александр Стрижак: Да, конечно.

? **Игорь Увенчиков:** **В чем же тогда проблема? Олимпийские игры 1980 года российские специалисты смогли же сделать без помощи Запада...**

Александр Стрижак: Во-первых, страна у нас тогда была другая. Мастера своего дела, конечно, тогда были. Но это был государственный проект, который жестко контролировался.

? **Игорь Увенчиков:** **Когда беседуешь с представителями наших технических компаний, складывается впечатление, что все у них есть: и световые установки самые современные, и плазмы, и лазеры, и**



высококачественные звуковые устройства. А как дела доходит, начинаются проблемы – всегда чего-то не хватает для нормальной работы, что-то мешает...

Александр Стрижак: Например, такого количества экранов, какое было необходимо на проекте, не было ни у кого. Мне известно, что их искали по всему миру, потому что на тот момент все уже было забронировано. Чтобы их найти, была подключена целая система. Другой вопрос, что есть ведь и другие экраны, можно было и их поставить, но это уже решение сценографа, режиссер-постановщика...

? **Игорь Увенчиков:** А если говорить о перспективе, есть ли надежда, что российские компании будут заниматься проектом Олимпиады в Сочи? Или по накатанному пойдет: приедут «легионеры» и будут осваивать бюджет...

Александр Стрижак: Это политический вопрос.

Светлана Таганова: Никто из нас не исключает своего участия в сочинском проекте. Потому что мероприятие будет действительно гигантским. Есть и локальные площадки, и проек-

ты в рамках Олимпиады, на которые будут привлекаться технические компании.

Александр Стрижак: Кто-то будет работать от открытия до закрытия, а кто-то – обслуживать банкеты и мероприятия. Каждому может найтись работа. При стечении определенных обстоятельств, наличии финансирования, здравого смысла и грамотного подхода российские специалисты сами смогут сделать это масштабное мероприятие. Но, возможно, будет поставлена цель – обязательно пригласить «звездного» режиссера. Все зависит от того, как будет выстроена система подготовки. Если надо будет без помощи западных коллег делать проект – значит, будем делать. В России есть талантливые люди, есть навыки, определенный опыт и современное оборудование.

? **Игорь Увенчиков:** Как вы считаете, чего сейчас в целом не хватает работникам праздничного сектора? Чему нужно еще научиться? Что хорошо и что плохо в современной российской event-индустрии?

Александр Маслаков: Нам всем – работникам событийного рынка –

важно не чувствовать себя в каком-то смысле униженными и оскорбленными. Я много езжу по миру и вижу, что зачастую лучшие артисты и лучшие аниматоры именно россияне. В прошлом я работал диджеем, и когда мы, например, приезжали в Болгарию в начале 90-х годов, то на нашей дискотеке был полный аншлаг – отовсюду сбежался народ! Я считаю, что у нас очень талантливые люди.

Светлана Таганова: Помимо денег, нам надо научиться уважать самих себя. Потому что у многих появляется комплекс неполноценности – считается, что за рубежом и жизнь лучше, и возможностей больше, и специалисты профессиональнее... Но в России у народа есть и мозги, и талант, и знания, и опыт, и профессионализм. Мы ничего не утрачиваем, а только приобретаем. Просто остается некоторое недоверие к самим себе.

Артем Лазарев: Важно, чтобы на мероприятиях, особенно крупных и серьезных, не играла ключевой роли жадность заказчика. Я не раз сталкивался с ситуацией, когда заказчик просил, чтобы в расписках или документах проставляли сумму, в два раза большую реальной. Если такого обра-

на будет в нашей профессии меньше – это пойдет только в плюс всем нам.

? **Игорь Увенчиков:** Как вы думаете, не настало ли время создать какое-то сообщество технических компаний или ассоциацию? Может, в будущем это помогло бы российским специалистам самостоятельно реализовывать крупные проекты...

Александр Стрижак: Во-первых, у нас нет правовой базы. В Санкт-Петербурге есть одна организация, которая пыталась делать какие-то объединяющие шаги, но все свелось к банальному: «от меня ушел монтажник – вы его к себе не берите, он плохой» или «этот заказчик нам не платит, вы с ним не работайте». Больше объединяющих идей мы не услышали...

? **Игорь Увенчиков:** Например, существуют ассоциации индустрии развлечений и успешно работает, есть результаты...

Все: Нам не с кем объединяться.

? **Игорь Увенчиков:** То есть время еще не пришло?

Светлана Таганова: Конечно, от такого объединения могла бы быть реальная польза. Например, если бы существовала определенная договоренность компаний поддерживать единую ценовую политику. Но насколько это возможно, если наши коллеги во многих регионах покупают бывшее в употреблении оборудование, зачастую низкого качества, и сбивают цены, работая за три копейки?

? **Игорь Увенчиков:** Кроме содружеств, сейчас во многих областях существуют профессиональные премии. Ведь каждому из нас хочется, чтобы его труд был оценен в среде коллег...

Александр Стрижак: Все будет хорошо тогда, когда в нашем бизнесе появится правовая основа, тогда можно будет говорить о серьезном экономическом развитии отрасли. Даже в 2008 году, когда все вокруг, казалось, процветало, отрасль развивалась мало. А по поводу премии... Кто же будет осуществлять раздачу слонов?

? **Игорь Увенчиков:** Может быть, вы?

Александр Стрижак: Мы не будем. Награждаются обычно event-проекты, а не технические компании.

? **Игорь Увенчиков:** На той же церемонии вручения премии Оскар, художник по свету также получает свою статуэтку.

Техническое оснащение шоу



помощь в решении всех технических вопросов, возникающих в процессе организации различных торжеств и мероприятий (постановка сцены или подиума, аренда звукового и светового оборудования, работа спецэффектов и видеоборудования, электрогенераторы и мн. др.).

(495) 745-15-18

Светлана Таганова: Я много лет проработала в театре, выпустила более сотни спектаклей как художник-конструктор. Конечно, эти спектакли получали «маски», но моя работа была все же прикладной. Александр правильно сказал, что наша деятельность является лишь одной из составляющих, а премию обычно получает конечный проект.

? **Игорь Увенчиков:** В прошлом году Gallup Media проводила исследования в сфере event-бизнеса – цифры получились довольно внушительные, выяснилось, что у праздничного бизнеса серьезные обороты. Но многие заказчики ивенторов даже не считают специалистами... Почему?

Светлана Таганова: Потому что не было раньше такого понятия. Праздничный бизнес появился лишь 10–12 лет назад. Конечно, десятилетия существовали институты культуры, у нас были и есть режиссеры культмассовых мероприятий, но это немного другое направление, другая специфика...

Александр Стрижак: Студенты в институте культуры получали дипломы и должны были заниматься проведением культурно-массовых мероприятий и пропагандой всего хорошего и светлого среди населения. Так обычно и происходило... Были режиссеры, которые занимались массовыми мероприятиями, но это не стало индустрией. И сейчас у нас праздничной индустрии как таковой нет. Банальный пример: когда на Западе появляется молодой

талантливый артист, на него сразу начинает работать целая система. Ему дают лучшие инструменты, предоставляют лучшие студии, сценаристов и постановщиков. Машина работает четко: PR-служба, визажисты, стилисты... Затем артист едет в гастрольный тур. Соответственно, под этот тур закупается свет и современное оборудование, делаются сцены. Артисты ездят по городам и собирают стадионы. У нас сейчас этого нет. Покажите мне артиста, способного собрать у нас стадион? Нет ни одного...

? **Игорь Увенчиков:** А Алла Борисовна?

Александр Стрижак: Она собирала стадионы еще в советские времена. Когда в перестроечное время начал развиваться шоу-бизнес, был всплеск – «Ласковые май», «Кино» и т.д. собирали огромные площадки. Но в 1991 году все и закончилось...

Светлана Таганова: Однако есть и позитив. Сейчас, во-первых, возрождается утраченная культура проведения событий, люди заинтересованы в том, чтобы делать свою работу профессионально. А раньше такой подход к делу даже удивлял... Я помню, в середине 90-х годов прошлого века в Малом театре на День города ставилась сцена. Мы тогда впервые увидели, что можно поставить разборную сцену, – для нас это было потрясением. Сейчас у нас постепенно внедряются все новинки мирового рынка, накапливаются и опыт, и знания. И заказчики, которым несколько лет назад все было в новинку и которые брали все подряд, сейчас уже очень придирчиво выбирают. Клиент стал разборчивый и зачастую неплохо разбирается в технике...

Александр Стрижак: Россия – богатая страна. У нас есть, что развивать. Это главное.

? **Игорь Увенчиков:** На этой позитивной ноте предлагаю завершить наш разговор. Уважаемые коллеги, всем вам большое спасибо за участие! Удачи вам и новых интересных проектов! ■

Редакция выражает благодарность компании ООО «Джей Эс Эй» (JSA) за фотографии, предоставленные для оформления данного материала и обложки номера.

МУЗЫКА
МОСКВА
2009

МУЗЫКА
МОСКВА

2009

www.musicmoscow.ru

24-27

сентября

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

Организатор выставки:

АДМ III



ЗВУК
СВЕТ
СЦЕНА
СТУДИЯ
ТЕХНОЛОГИИ
ИНСТРУМЕНТЫ

XV МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

Оператор выставки:



Технический партнер:



ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
СЦЕННАЯ КОМПАНИЯ

Информационная поддержка:

