

Концертное агентство Т.С.И.

Эдуард РАТНИКОВ

«Промоутер должен уважать мелочи»

Концертный бизнес – занятие неблагодарное и рискованное. Угадать, на кого из артистов с большей охотой придёт рядовой зритель, под силу не каждому. Компания Т.С.И., которая уже 10 лет задаёт тон в российском концертном бизнесе, сумела вывести свою формулу успешного концерта. Её глава Эдуард Ратников поделился с нами некоторыми секретами своей работы.



MUSIC BOX: Эдуард, Вы начали свой путь в шоу-бизнес ещё в советские времена. Насколько сложно было работать в концертном бизнесе тогда?

ЭДУАРД РАТНИКОВ: Должен сказать, это было уникальное время. После многих лет запретов, неожиданно стало можно практически всё. Начали проводить всевозможные концерты, где поначалу тон задавала Рок-лаборатория, потом появились независимые промоутеры, в основном выходцы из Рок-лаборатории. Я был не исключением. С 1986 по 1989 год я проработал в Рок-лаборатории у Ольги Опрятной на каких-то незаметных должностях, некоторое время помогал барабанщику Ан-

дрею Сазонову из группы ШАХ собирать и разбирать барабаны. А потом в 1987 Толя Крупнов пригласил меня работать в свою группу ЧЁРНЫЙ ОБЕЛИСК, где на мне лежал широкий спектр обязанностей: погрузить и разгрузить аппаратуру, подключить её, решать различные организационные вопросы. После известных событий с ЧЁРНЫМ ОБЕЛИСКОМ в 1988 году, команда распалась, и я стал вести дела группы Э.С.Т. Естественно, мы не знали, что надо делать, как надо делать. Во всём полагались на свою интуицию, внутреннее видение. Первые зарубежные гастроли по Западной Германии были успешными: мы проехали около 20 городов, разогревая американские группы, такие как MDS, RKL и BAD RELIGION. Но у нас не было опыта, идеи, которые приходили нам в голову, не всегда были правильными, и многие ошибки, непонимание и советский менталитет очень затрудняли наше продвижение вперёд. Затем меня пригласил заниматься зарубежными делами группы МАСТЕР Андрей Большаков. Для меня это было очень интересное предложение. Я считал их профессиональной группой, которая добилась у нас в стране безоговорочного успеха. Мне никогда не забыть их аншлаги по стране, например в 1987 году 18 аншлагов подряд (!) в свердловском Дворце Спорта «Автомобилист». Нам немало удалось сделать и в 1990–91 годы, когда мы очень много времени проводили в Бенелюксе в репетициях и с концертами. Но спасительная волна перестройки сходила на нет и находить интересные варианты было всё сложнее и сложнее...

МВ: Но через некоторое время Вы оказались в Америке и стали ассистентом тур-менеджера Стэнли Кларка (Stanley Clarke), у которого наверняка смогли научиться азам шоу-бизнеса. Какие главные уроки из этой работы были вынесены?

ЭР: Во-первых, спасибо Его Величеству Шансу, который свалился на мою голову. Но опять же это произошло не на ровном месте: в правильном месте и в правильное время нужно было правильно себя повести, чтобы на тебя обратили внимание

МВ: Как это случилось?

ЭР: Рассказывать все детали не буду. Просто я делал некую работу, не достаточно важную и не престижную, делал её с позитивным настроем, энергично, быстро, легко. Меня заметили и сделали предложение. Это чисто американский сюжет американской мечты. Естественно, я воспринял это предложение с воодушевлением, быстро настроился на работу и всему научился бук-



вально за две репетиции. В основном я работал у барабанщика Стэнли – Клэрэнса Пэна (Clarence Pan), и клавишника – Джона Джонсона (John Johnson), который переиграл со многими музыкантами от MILLI VANILLI до Майлса Дэвиса (Miles Davis). Это была обычная рутинная работа: помогать артисту подготовиться к репетиции или концерту. Но у меня сложились хорошие отношения со Стэнли, и работу с ним я вспоминаю как особое время, которое изменило моё отношение ко многим вещам, в том числе и к музыке. И ещё я понял, если ты хочешь, чтобы у тебя всё получилось, нужно заставить, убедить себя в том, что ты с этим справишься, включить все свои внутренние ресурсы и сделать на отлично то, что раньше никогда не умел делать.

МВ: Не было желания остаться в Америке?

ЭР: Я помню до сих пор эти мучительные моменты, когда думал, что мне делать: с одной стороны, хотелось вернуться домой, в привычную атмосферу, к друзьям, но в то же время было понятно, что сейчас в России делать нечего, там глубокий кризис, полный развал. И надо пробовать свои силы там, в Америке, – что я и делал. Но в один прекрасный момент я почувствовал, что надо окончательно решить для себя этот вопрос. Я выбрал Россию. Большую роль в этом сыграла встреча с Лёшей Беловым из ПАРК ГОРЬКОГО. Он рассказал мне, какой замечательный тур прошёл у них по бывшему Союзу. И я понял, настоящая «неперепаянная» Америка – там!

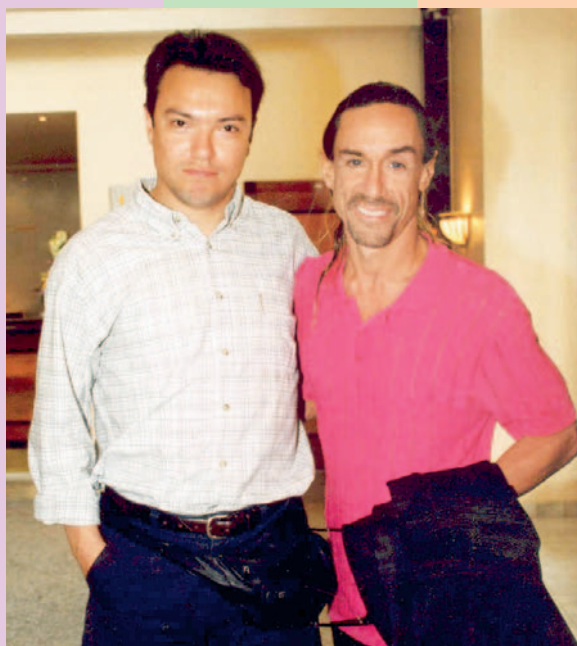
МВ: Сложно ли было реализовать опыт, накопленный за годы работы в Америке, в нашей стране, где ещё не было намёка на цивилизованный бизнес?

ЭР: Концертным бизнесом всерьёз я занялся не сразу. Сначала я вместе со своим старым другом Сергеем Чистопрудовым, с которым мы вместе работали у Бориса Зосимова, занялся телевизионным бизнесом, но эта затея, к сожалению, была обречена на неудачу. И я решил переключиться на то, что умею делать лучше всего – организацию концертов. И вот в середине 1995 года Юра Соколов – владелец молодой, тогда ещё никому не известной фирмы Live Sound Service, Николай Коновалов – владелец уже достаточно известной фирмы Rock Stage, и я решили объединиться и попробовать работать вместе. Концертов тогда было крайне мало, выступлений западных команд не было вообще, поэтому всё было в новинку. Первая идея, которую мы пробовали воплотить, – это организовать концерт группы SCORPIONS на Красной площади. За два-три года до этого они встречались с Горбачёвым в Кремле, так что всё было вполне актуально. Но этой идее не суждено было реализоваться. Красная площадь на тот момент не была готова к концерту зарубежного артиста. Коля Коновалов после ситуации со SCORPIONS отделился от нас. Мы остались вдвоём с Юрой и интенсивно занялись разработкой гастролей NAZARETH. Юра тогда сильно помог нашему делу. Он заложил часть своего оборудования и сказал: «Туру быть!». Турне по-

лучилось шикарным, практически везде были супераншлаги. Мы отбили все затраченные средства, люди довольные возвращались с концертов, до конца не верившие в произошедшее.

МВ: Как вам в то время удавалось находить достойную площадку для западных артистов в других городах?

ЭР: Конечно, надо отдать должное артистам, старым солдатам с большим стажем, которые обогнули нашу планету раз 15–20, их ничем не удивишь. Они прекрасно понимают, когда промоутер жульничает, пытается сэкономить и когда он делает все, что в его силах. Я до сих пор вспоминаю, как расстроженный Дэн Маккафферти (Dan McCafferty) выходил из гостиничного номера, в котором жил Юрий Гагарин. Конечно, гостиница была с пыльными ЦКовскими ковриками, с персоналом из бабушек, но одна мысль, что он жил в таком номере, скрашивал всё.



МВ: Сейчас в нашей стране ситуация сильно изменилась. Появилось много промоутерских компаний. Какие аргументы Вы приводите, чтобы артист согласился работать именно с Вашей компанией?

ЭР: Мы, промоутеры, должны либо угадать, либо сделать хорошее предложение, а артист, в свою очередь, решает, с кем ему работать. Конечно, какие-то выскочки на сегодняшний день могут встать в один ряд с профессионалами, но это возможно только один раз. Непрофессионализм виден сразу и больше с ними никто работать не будет.

МВ: Как Вы просчитываете, сколько зрителей могут прийти на концерт конкретного артиста?

ЭР: Во многом здесь играет роль интуиция промоутера. Если это не топ-артист, как Рикки Мартин (Ricky Martin) или Робби Уильямс (Robbie Williams), то все риски по проведению концерта берёт на себя промоутер. Я, кстати, абсолютно убежден, что даже индивидуальность промоутера может сыграть существенную роль в успехе концерта. Если промоутер креативен, аккуратен, точен, то у него всё получается. Если промоутер занимается этим обыденно, левой ногой, то зачастую концерт получается провальным, даже при наличии хорошего артиста. Последний пример тому концерты Шер (Cher). Просто обидно, что выступления такой певицы оказались неудачными. Ну и, конечно, в концертном бизнесе необходима хорошая подготовительная работа. Я считаю, что «выпученные глаза и сморщенный лоб» во время реализации проекта – это плохо сделанная работа в офисе. Нужно учитывать и уважать все мелочи.

МВ: Были ли конфликты с артистами?

ЭР: Я помню первые концерты с группой MOTORHEAD в 1997 году. Мы наняли военный турбовинтовой самолёт Ан-26, для перевозки 3-х тонн бэклайна MOTORHEAD и перелёта в другие города. После двух часов езды по московским пробкам и двухчасового ожидания в аэро-

порту Чкаловский, пока разрешат подход к самолету из-за присутствия на поле главкома, Лемми (Lemmy), у которого к тому времени для успокоения души в одной руке была бутылка «Jack Daniels», в другой – банка 12-процентного пива «Amsterdam», зашёл в салон самолёта, обошёл его и просто зарычал: «Нье-е-е-ет, Эдуард, нье-е-е-ет!». Потом он примерно так же заходил в номер гостиницы «Ленинград», ногой открывая дверь и рыча: «Нье-е-е-ет!». Забавная была ситуация. Но в целом конфликтов с артистам не было, всегда есть только обоюдное стремление хорошо провести концерт.

МВ: Вы также работали с русскими группами. Есть ли какая-то разница между нашими и западными командами?

ЭР: С русскими музыкантами работать сложнее. У них нет ясного понимания, как надо работать. Все они хотят мгновенного уважения, восхищения, всей этой звёздной пыли. Это проблемы национального менталитета и пока ничего с этим не поделаешь. Исключение здесь составляет лишь АРИЯ, которая при хорошей финансовой поддержке друга-спонсора и стремлении их продакшн-менеджера все того же Юрия Соколова создать что-то новое и интересное смогла превратить концерт банальной скучной металл-группы в грандиозное действо.

МВ: Вы, пожалуй, единственное агентство, у которого складываются непростые отношения с прессой...

ЭР: Я понял вопрос. Вообще мы ничего особого не придумали. А просто взяли существующую систему работы с прессой во всём мире, которую кто-то на одном форуме назвал «гестаповским» методом. Все, кто может быть нам полезен, – добро пожаловать! Но как правило, нас достают не журналисты, а околожурналистская vip-тусовка, поэтому было придумано правило: «Мы не диктуем вам, о чём надо писать, вы не диктуете нам, кого надо аккредитовать». Значимость журналиста определяет не сам журналист, а мы. Стремитесь быть лучшими – и ваш труд будет нужен всегда и всем и нам в том числе...

МВ: Часто ли бывает, что правительственные структуры мешают проведению концертов. Можно ли предвидеть такую ситуацию, которая произошла некоторое время назад с RAMMSTEIN, на других концертах?

ЭР: Страшная, по сути дела, фраза, но в нашей стране никто ни от чего не застрахован. Что касается RAMMSTEIN, то это очень сложная история и никто конкретно объяснить вам ничего не сможет. Здесь явно чувствовался запах конкурентной борьбы. Но в то же время всё исходило от московского правительства: милиция заявила, что не в состоянии обеспечить безопасность на концерте, потому что все силы были брошены на проходившую в то время Детскую Олимпиаду. А потом ещё случился погром на Манежной площади, и якобы молодчики, которые участвовали в нём, были в майках RAMMSTEIN. Естественно, мне настойчиво рекомендовали не проводить этот концерт.

МВ: Возможна ли такая ситуация в ноябре, во время очередных концертов немцев?

ЭР: Мы уже провели переговоры и с городскими властями, и с милицией, и с руководством «Олимпийского», заручились всевозможной поддержкой. Концерт будет проходить в закрытом помещении при достаточном количестве милиции.

МВ: Ни для кого не секрет, что службы, отвечающие за безопасность на концертах, не всегда ведут себя корректно в отношении тех, кого охраняют. Могут ли

организаторы концертов как-то повлиять на поведение не в меру агрессивных охранников?

ЭР: По российским законам общественную безопасность гарантирует и обеспечивает только милиция. Не организаторы отвечают за полученное увечье, а милиция. Все наши рекомендации для них не имеют значения, наоборот – они нам выставляют свои требования. Что касается методов работы милиции, это тема отдельная. Работать на таких зарплатах высокосознательным, умным и профессиональным людям невозможно, поэтому и качество персонала, работающего на таких условиях, оставляет желать лучшего. Тяжело видеть, как ОМОН самозабвенно выполняет свои «боевые задачи» по избиению на концертах мальчиков и девочек вместо того, чтобы заняться выполнением своих прямых обязанностей, но мы в этой ситуации практически бессильны.

МВ: Не это ли стало причиной того, что на билетах теперь появилась надпись, предупреждающая, что его владелец принимает на себя все риски при посещении концерта?

ЭР: Да, конечно, бывали случаи, когда недовольные посетители начинали качать права, и мы, промоутеры, в итоге решили эту проблему таким образом. На самом деле, рок-концерт – это не детский утренник. Здесь может случиться всё что угодно. Могут отдавить ногу, случайно ударить, и в этом случае претензии к промоутерам несправедливы.

МВ: У каждого промоутера есть своя мечта – привезти ту или иную команду. О чём мечтаете Вы?

ЭР: Очень хочется сделать концерт Питера Гэбриэла (Peter Gabriel), RADIOHEAD, Тома Уэйтса (Tom Waits). Думаю, что постепенно что-то из этого списка получится. Но слишком часто делать концерты тоже не стоит. Ведь из 20 миллионов человек, которые постоянно находятся в нашем городе, большинство всё ещё предпочитает сидеть дома на диване и попивать дешёвое пиво перед телевизором. И только 200–300 тысяч горожан покупают диски, музыкальные журналы и билеты на концерты. Но будем надеяться, что культурный уровень в стране и общая ситуация постепенно будут улучшаться и люди научатся хорошо и с пользой проводить время. Наверное, это и есть главная мечта любого промоутера.

