

Fire Journal

№4

«ОГОШЕК»

DAS



You Got To Burn To Shine!



**Магазин для фаерщиков,
жонглеров и всех необычных людей**

**Огромный выбор огненного реквизита, в том
числе обручи, левистики, горящие мячики для
жонглирования, диаволо, мечи и драгон-стаффы**

**Световой реквизит - от бюджетного до
профессионального: мячи, пои, булавы,
стаффы, даблстаффы. Полная система Flow-
toys.**

**Реквизит для классического и контактного
жонглирования - акриловые шары, мячи, булавы,
кольца, кинжалы, девилстики, диаволо. А также
бугенги и левистики.**

**Одежда и обувь для тренировок и выступлений
(аладинки разных видов, ниндзя-шузы),
красивые и практичные чехлы для реквизита.**

**ДОСТАВКА ПО РОССИИ И ЗАРУБЕЖЬЮ!
Ищите адреса розничных магазинов на
сайтах:**

Россия - showshop.org

Украина - showshop.com.ua

От редакции

Привет ! Редакция снова приветствует тебя на страницах нового выпуска журнала Огонёк! Так получилось, что этот номер мы выпускали целых полгода ;) В связи с этим мы хотели бы извиниться перед авторами обзоров фестивалей, сегодня совершенно потерявшими свою актуальность, и поблагодарить наших читателей, которые постоянно напоминали нам о журнале эти несколько месяцев. Друзья, мы по прежнему приглашаем авторов и корреспондентов в нашу команду, а также рекламодателей, что бы эту команду поддерживать! В будущем мы постараемся выпускать журнал более регулярно, и расширять материалы сайта. Живи с огоньком)

в номере

Про позицию, кевлар и яблочные пироги.....	4-11
Г.А.О. по веерам.....	12-15
Интервью с DAS //.....	16-23
Зап - уличный перформанс	24-29
Обзор интернет магазинов	30-37
Vulcan. Oakland. CA	38-40
Очумелые ручки - Дабл стаф	41-45
Видео обзор	46-48
Мотиватор	49
Интервью с коллективом «Агниво»	50-57

Про позицию, кевлар и яблочные пироги

Ты говоришь, что я засранец, алкаш и бабник, и мудака, и негодяй, но я то знаю, что я холерик и сова.

Пирожки (об ошибках восприятия)

Снова здравствуйте!

Должен сказать, что первая публикация, несмотря на то, что была вводной, возымела определенный успех. Что не может не радовать, как мое самолюбие, так и, надеюсь, редакторский состав журнала. Как и обещал – будет продолжение. Для

затравки, вкратце расскажу, о чем я писал в предыдущем номере: большую часть материала занимают слова «Вышеописанное», «Выше-сказанное» и т.п. (кто посчитает первым точное количество таких слов в предыдущем материале, получит от меня приз=). Суть в чем: прочитайте еще раз предыдущий номер, если прочитали только один раз (и если не прочитали). Несколько за-редакторский состав журнала. Как и бегая вперед, скажу, что поделюсь одним своим секретным рецептом.



А теперь по порядку. Здесь и далее мы не будем обсуждать красоту ваших костюмов, сложность постановок, этические вопросы и прочие подобные (разве что вскользь).

Хозяйке на заметку - слово «вскользь» является самым длинным односложным словом в русском языке (8 букв)

Уверен, в работе полезны и интересны многие темы, связанные с продажами и рекламами, но мы будем идти по порядку, медленно и верно (пока не прив/б/ьем вам любовь и понимание дела, муа-ха-ха). Сегодня мы поговорим об ошибках номер «раз» и «полтора» (см. «Огонек» №3). На уровне (под-)сознания – это ошибки (само-)определения. После встречи с миром (hello world!) это все превращается в ошибки позиционирования. Так вот, о позиционировании мы и будем говорить.

Лучшие среди прочего?

Таким термином можно охарактеризовать 95% огненных (и около-огненных) коллективов нашей стра-

ны. И если вы считаете, что вы не входите в это число, то, скорее всего, это не так.=)

«Прочее» как среда обитания

Раз уж мы оговорили, что ваши конкуренты – это не только фаерщики, то «среди прочего» - это все артисты праздника. И, должен сказать, «прочее» в этом контексте выигрывает на данный момент по следующей причине: артисты прочих жанров, по большей части, отлично держатся на сцене, хорошо выглядят (оде-ты) и не пахнут. А все от чего? У них нет возможности спекуляции огнем. (Это не относится к жанру огненных девиаций, в которых артисты засовывают огонь в организм, либо горят полностью).

Самая идиотская мысль в фаере – это мысль о всевосхищении зрителя огнем. Прошло то время, когда хаотичные моталки чем-то условно-опасным вызывали у девочек (мальчиков и др) щенячий восторг. Поэтому проведите небольшой тест для себя: найдите человека, неискушенного или почти не искушенного всем этим, и покажите ему номер без огня и свечей, просто с носками например. Если он в ужасе не сбежит и досмотрит с интересом хотя бы половину номера, то вы не (совсем) безнадежны.

Вся эта критика жанра постепенно приводит нас к понятию «немарочное позиционирование».

Хозяйке на заметку - Позиция товара - место, занимаемое данным товаром или услугой в сознании потребителя по сравнению с аналогичными конкурирующими товарами.

В контексте вашего (нашего) жанра «немарочное позиционирование» – это формирование места на рынке и образа самого огненного шоу среди прочих праздничных услуг в вашем городе (регионе, стране). Должен отметить, что позиция эта во многих местах не радостная. Но, чтобы не повторяться, дам ссылку на материал Ивана Горбунова (ака Mel - <http://showshop.org/blog/pora-menyatsya/>). Вот он, образ фаерщика в России. Не только окружающим людям стыдно, но и самим «спинерам» =) Это не ваша проблема, и не вы ее создали (а может и вы, конечно), но, в любом случае, решать ее придется вам. И решать любыми способами: самое простое – начать мыться или возить с собой влажные салфетки, посложнее – приезжать на фаер на БМВ Х6 (абстрактный пример) =) Вся эта история – это рассказ о том, как влажные салфетки (18р/упаковка) могут увеличить количество ваших продаж по сравнению с други-

ми не-фаер-артистами. Со средой обитания мы разобрались. Теперь перейдем непосредственно к нашим баранам (то есть к фаерщикам).

«Прочее» как объект изучения

Рынки	Существующий товар на существующем рынке	Новый товар на существующем рынке
	Существующий товар на новом рынке	Новый товар на новом рынке
Товары		

Чтобы понимать, что вы есть и что есть другие фаерщики, необходимо четко определиться с вашей позицией на рынке фаер-услуг. Есть такой умный человек (ну или не умный, но в книжках про него пишут) Игорь Анософф (реально, такая фамилия) =). Так вот он придумал матрицу, предназначенную для определения стратегии позиционирования товара на рынке.

В зависимости от того, в каком сег-

Имеющиеся рынки	Выпускаемые продукты	Новые продукты
	СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА	СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТА
Новые рынки	СТРАТЕГИЯ ОСВОЕНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ	СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ

менте вы находитесь или пытаетесь находиться, вами может выбираться стратегия вашего позиционирования.

Для простоты понимания опишу все четыре сектора:

1. Существующий товар на существующем рынке – продажа огненного шоу агентствам праздников (при условии, что в городе есть коллективы огненного шоу).
 2. Существующий товар на новом рынке – продажа огненного шоу все-российскому обществу слепых.
 3. Новый товар на существующем рынке – продажа огненного шоу, где все без рук, агентствам праздников.
 4. Новый товар на новом рынке – ну, я думаю, вы сами составите =)
- Что со всем этим делать? Сначала нужно определить, какова ваша услуга (новая/неновая), потом – на каком рынке сбыта вы будете (или уже) ее продавать. После того, как вы сделали соответствующие умозаключения касательно собственного положения дел, можно приступать к выбору стратегии позиционирования.

Каждому из секторов матрицы соответствуют определенные стратегии. При этом, они не взаимоисключаемы и не категоричны, разумное балансирование стратегий (особенно при наличии нескольких услуг) приведет вас к успеху (далее, кстати, будет скучно, но полезно, как мне кажется).

Хозяйке на заметку - Соблюдай меру (начертано у входа в храм Аполлона в Дельфах)

Стратегия проникновения на рынок (существующий продукт - существующий рынок) - это простая и наиболее очевидная стратегия для большинства компаний. Они уже присутствуют на рынке, их главная цель - увеличить продажи. Основным инструментом здесь выступает повышение конкурентоспособности продуктов, поэтому главное внимание в этой стратегии должно быть направлено на повышение эффективности работы. Возможными источниками роста могут быть:

- увеличение доли рынка (за счет снижения цены благодаря сокращению издержек);
- увеличение частоты использования продукта (в т.ч. за счет программ лояльности) – скидки, акции;
- увеличение количества использования продукта (например, 2 шоу на одном вечере);
- открытие новых сфер применения продукта для существующих потребителей (например, продавать огненное шоу не только как подарок на свадьбу, но и для подсветки улиц в темное время суток).

Затраты – обычные, вероятность успеха – 50/50, эффективность в случае успеха – небольшая (поддерживающая).

Стратегия расширения рынка (существующий продукт - новый рынок)

Данная стратегия очень полезна в случае, если вам тесно, например, в продажах фаера агентствам (много конкурентов). Для этого необходимо определить новых потенциальных потребителей существующих продуктов. Расширяться можно **географически (1), выбирая новые каналы продаж (2)**, вас продают не только агентства, но и другие артисты, например), **выбирая новый покупательский сегмент (3)**, пример вначале про слепых). **Затраты – выше средних, вероятность успеха – процентов 25, эффективность в случае успеха – выше среднего.**

Стратегия развития продукта (новый продукт - существующий рынок)

Третьим возможным путем роста является предложение на существующем рынке продуктов, имеющих дополнительные свойства и характеристики. Например, если у вас в городе все занимаются огненным шоу, вы предлагаете «огненное шоу для помещений» - световое (это стало актуально после событий в сами-знаете-где). Как варианты:

- добавление новых свойств услуги или услуги с повышенным качеством;
- расширение продуктовой линейки - разработка нового поколения продуктов;

- разработка принципиально новых продуктов.

Затраты – высокие, вероятность успеха – процентов 10, эффективность в случае успеха – высокая.

Стратегия диверсификации (новый продукт - новый рынок)

Последняя из возможных стратегий является наиболее рискованной для компании, т.к. подразумевает выход на принципиально новую территорию для нее. Ее выбор оправдан в случаях, когда:

- ваших целей невозможно достичь средствами первых трех стратегий (мировое господство, например, или маленький свечной заводик);
 - новое направление деятельности обещает быть намного прибыльнее, чем развитие существующих;
 - у существующего бизнеса неясные перспективы (запрет на использование огня, например);
 - развитие нового направления не требует серьезных инвестиций.
- Диверсификация может иметь одну из следующих форм:
- горизонтальная** - фирма остается в рамках существующего внешнего окружения, ее новое направление деятельности дополняет существующие направления бизнеса, что позволяет использовать эффект синергии. К примеру, я фаерщик, и мне надо чего-то сделать с моим неясным будущим, и я открываю фотостудию;

вертикальная - деятельность компании выходит на предшествующую или следующую стадию производства или продажи существующих продуктов компании (продажа огненного шоу других коллективов, например);

концентрическая - развитие существующей продуктовой линейки за счет включения близких к ней продуктов, имеющих технологические или маркетинговые отличия от существующих, но ориентированные на новых клиентов. Ну, здесь я даже пояснять не буду. У всех есть световое шоу (или почти у всех);

конгломератная - новое направление деятельности компании никак не связано с существующими. Тут тоже, я думаю, все понятно – начали заниматься строительством телевышек.

Затраты – ну просто пипец какие, вероятность успеха – процентов 5 и меньше, эффективность в случае успеха – высокая.

Нажми на кнопку – получишь результат

В придачу – несколько технологий, которые можно использовать при позиционировании себя как ~~личность~~ объект продаж.

1. Технология уникального торгового предложения (УТП) – unique selling proposition (USP)

Кстати, тоже большая и интересная тема. Суть этой технологии состоит в том, что ваше предложение имеет некое уникальное свойство, которое, очевидно, заинтересует потребителя. Позиционирование здесь простое на первый взгляд: «Или у нас или нигде». Но использование этой технологии сопряжено с двумя проблемами. Во-первых, это весьма затратно, потому что предполагает, по большей части, логическое объяснение. Во-вторых, чтобы использовать эту технологию необходимо иметь действительно уникальное предложение, а таких сейчас мало.

2. Технология «УТП, которого нет»

Более хитрый вариант развития первой технологии. Ее суть состоит в том, что предлагаемое свойство товара или услуги объявляется уникальным, так как об этом заявлено впервые.

Как уже говорилось, зачастую аргумент, который вы предъявляете потребителю, не предполагает изменение сущности товара, а предполагает, что сам процесс продажи будет происходить как-то иначе, и пока об этом

никто не объявил. Эта технология на массовом рынке является ведущей.

Эта технология всем хороша, кроме того, что она тоже затратна, потому что опирается на логическое объяснение.

3. Технология «Имидж».

Используя эту технологию, товар или услуга представляются частью идеального мира потребителя. Применяется достаточно редко, но иногда приходится, потому что она связана с определенной позицией в матрице Ансоффа. По сути, это способ продажи кевларовых поев фаерщикам. Процентом 90 покупателей (фаерщиков) не могут внятно объяснить, чем кевлар лучше. То есть, не нужны никакие логические объяснения, это просто круто! Если вы воспользуетесь этим предложением, вы приблизитесь к идеальному миру, в котором должны обитать.

Хозяйке на заметку: Крутить кевларом – круто, а асбестом – нет! (почувствуйте разницу со следующей технологией)

4. Технология «Бренд»

Вот, кстати, модная штука. Все говорят «бренд, брендинг, брендинг» и проч. Отстой это, ребята, полный. Не видел ни одного коллектива в масштабах России, который в масштабах же России был брендовым. Бренд в данном случае (не путать с торговой маркой) – это образ продукта или услуги, который нельзя ни присвоить, ни купить, а лишь соответствовать ему какое то время (или всю жизнь), или соответственно – нет. Я, кстати, отказываюсь от употребления слова бренд в дальнейшем, чтобы не вызвать непонятных ассоциаций, которые могут появиться от прочтения данного слова (бренд слова «бренд», так скажем).

Впрочем, это все лирика. Вернемся к технологии. Суть ее в том, что если товар произведен известной фирмой – это хороший товар.

Хозяйке на заметку: Нормальный кевлар можно купить только в Череповце, покупаем кевлар там.

Когда вы предлагаете **новое предложение на существующий**

рынок, сначала применяется технология «УТП» (или «УТП, которого нет»), потому что вам нужно объяснить рынку, который вас знает, суть нового предложения.

Когда всем все становится понятно, можно переходить на технологию «Брэнд», если вас знают уже достаточно хорошо.

Если вы предлагаете **существующее предложение новому для вас рынку**, где компания никому не известна, то придется достаточно долго применять технологию УТП, до тех пор, пока этот рынок перестанет быть для вас новым. После этого можно начинать пользоваться технологией «Брэнд» (или «Имидж»).

При ситуации «**новый товар на новом рынке**» применяется только технология УТП. Естественно, до тех пор, пока вы не окажетесь на другой клетке матрицы.

Таким образом, технология «УТП» (или «УТП, которого нет») является базовой при любом варианте, несмотря на ее затратность.

Кстати говоря, о секретном рецепте: яблочный пирог приобретет особенный вкус, если яблоки и изюм для начинки слегка потушить в белом вине.

На этом, пожалуй, все, что я хотел рассказать в этом материале.

Сегодня мы попытались для себя определить, какова наша позиция среди фаерщиков и других артистов (сделайте это для себя, если еще не сделали). Можно еще очень долго рассказывать про позиционирование, но это либо тема для отдельной публикации, либо – ваши вопросы. Задавайте их на всевозможных ветках обсуждений номера нашего журнала. Я с удовольствием на них отвечу. Сами понятия УТП, образа продукта и имиджевого потребления никак не раскрыты, т.к. мне места во всем журнале не хватит.

Я, кстати, в смятении при выборе темы для следующей публикации: либо я подробнее расскажу про фаер как услугу (что мы продаем – образ продукта, особенности продажи услуг, имиджевое потребление и всяческие жизненные циклы – в тему ошибки номер раз), либо перейду к следующим ошибкам (два и три) – конкуренты и покупатели. Спрашивайте номер «Огонька» в киосках Роспечати.

С уважением, Е.П.
Корректор: Arwen



FAQ. по веерам.

Друзья, я постоянно получаю тонны одинаковых вопросов про грабли, и не то что бы мне не нравится с вами общаться, но копипастить из одного сообщения в другое очередной ответ на «какого размера у меня...» утомляет) По этому, я надеюсь, этот список популярных вопросов будет интересен не только начинающим, но и мастерам, изготавливающим веера.

Rem

КОНСТРУКЦИЯ

Из какого металла должны быть сделаны веера?

Только из ТРУ металла!

(В крайнем случаи можно воспользоваться мифрилом, добытым в копях Мории)

Можно ли увидеть чертёж, фотку, узнать размеры твоих вееров? Какого размера лучше делать фитили?

(см фото на след. странице)

Какой толщины спицы?

Примерно 2-3 мм. Это зависит от того насколько металл ТРУ.

Как выбрать диаметр кольца?

Внутренний диаметр должен быть равен ширине ладони с запасом пол сантиметра.

Какой баланс должен быть у вееров?

Мои веера имеют примерно такой баланс: <http://homeoffans.com/node/581>. Вообще это не очень важно - главное, как вы знаете, внутренний баланс и «огонь в душе».

Какая ручка лучше всего для вееров?

Вы можете ознакомиться со следующей дискуссией:

<http://homeoffans.com/node/362>

Что делать, если сломались веера?

Если испортилась ручка:

<http://homeoffans.com/node/438>

Если сломалась спица:

<http://homeoffans.com/node/52>

Иных поломок у нормальных вееров быть не должно.

ПРИБРЕТЕНИЕ ВЕЕРОВ

Где купить веера с большой круглой ручкой?

Вы можете ознакомиться с предложениями FireMarket'a:

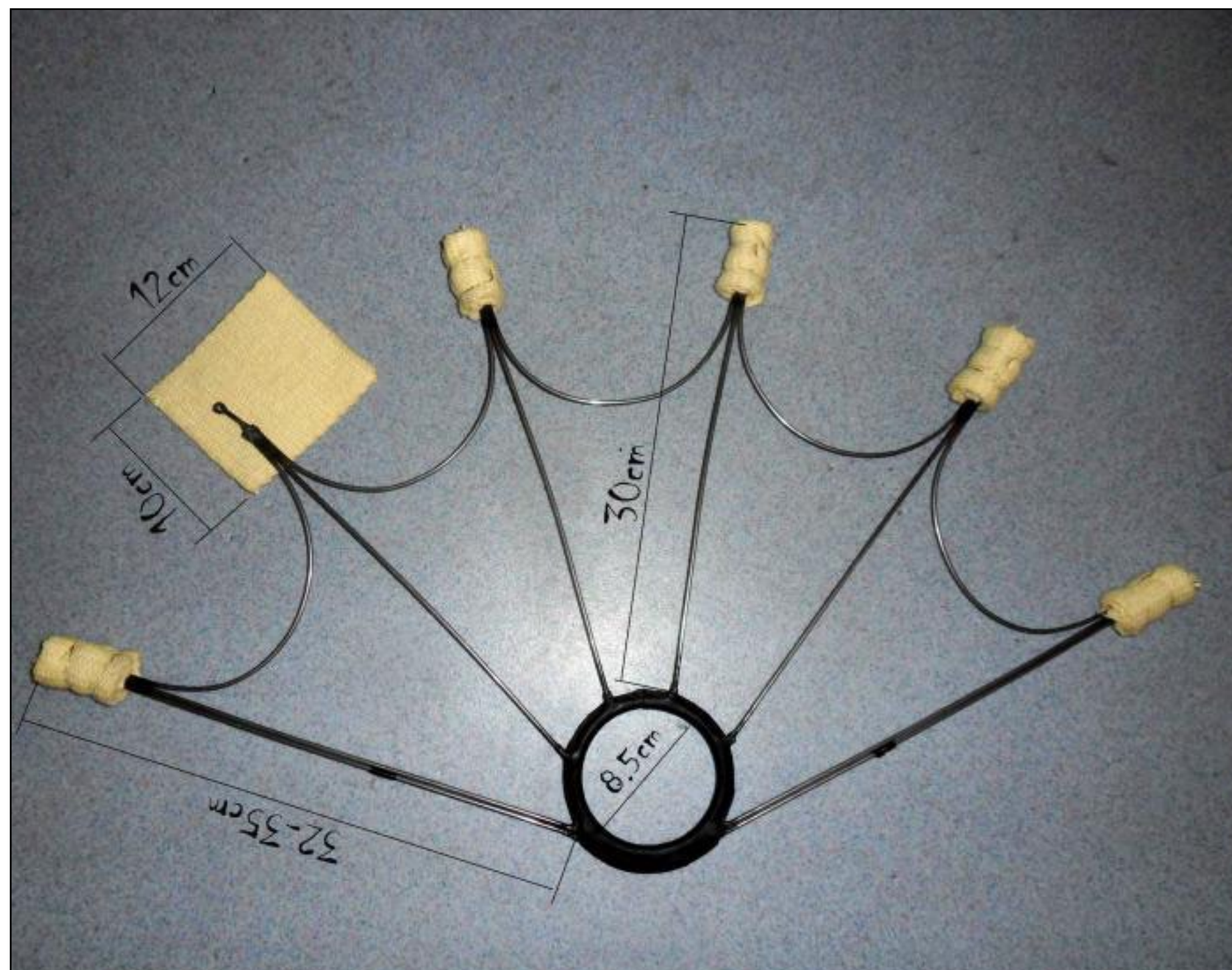
http://homeoffans.com/fire_market

Лично я рекомендую веера от дяди Миши или от Золтана.

Где купить веера «от Дяди Миши»?

У дяди Миши =)

<http://homeoffans.com/node/69>



ОБУЧЕНИЕ

Дядя Миша не отвечает на мои письма, выбрасывает мои цветы, закрывает окна, когда я пою под его балконом!

Миша часто путешествует, он не всегда занимается изготовлением вееров круглосуточно, он делает их только под заказ и т.п. Это мастер, а не магазин. Если хотите, без проблем можно купить те же веера в Showshop'е (в два раза дороже).

Даешь ли ты частные уроки?

Иногда я даю случайные, бесплатные уроки на Болоте «за пиво», но регулярные платные уроки я не даю, т.к. не люблю учить с нуля. И вообще не люблю учить. Еще иногда я даю мастер-классы, на которые никто не приходит, и тогда я швыряю веера о стены, разрядившись как конченый [слово заменённое корректором на «гомосексуалист»] из Индии =)

Где найти обучалки?

Все вмняемые обучалки собраны здесь: <http://homeoffans.com/tutorials>

Также можно попробовать учиться по базе элементов:

<http://homeoffans.com/moves>

У меня не получается сделать такой-то элемент!

Научитесь делать этот элемент (*Have more practice*).

У меня появилось непреодолимое желание задать вопрос про веера!

Зарегистрируйтесь и задайте его здесь:

<http://homeoffans.com/Forum>

(нет, не то что бы меня ломало отвечать, просто так вы узнаете не только мое мнение, и ответы увидите не только вы)

ВОПРОСЫ МОРАЛИ

Веера - это реквизит для женщин, почему ты их крутишь?

Не только - еще и для [слово заменённое корректором на «гомосек-

суалистов»], так что никакого противоречия нет.

Ты, конечно, неплохо крутишь, но мне всё-таки намного ближе техника вееров Гримма (Филина, моей жены и т.п.)!

А мне ближе техника вееров китайской гейши.

Почему ты насмехаешься над веерами, продающимися в моей мастерской?

Потому что кто-то может купить такие веера, а затем прийти на мой мастер-класс и мне придется мучаться (что было не раз, и не два). Да и просто жалко людей, которые разбивают свой талант о несовершенство конструкции.

Что ни говори, а мои веера неубиваемые, я их сколько ни ронял - даже не погнулись!

Неубиваемых вееров нет. Один сильный удар или день кручения - это не тест. Если вы уверены, что ваши веера неубиваемы, то вы можете прислать их нам для теста. Мы опубликуем результаты в очередном выпуске журнала.

;))

Корректор: Arwen

Andrey Das Reiyye



You Got To Burn To Shine!

- Почему бризинг? Почему не пои, стафф или другой реквизит?

На самом деле так просто сложилось, я особо не выбирал... Однажды я встретил парня, ставшего впоследствии моим другом, который начал учить меня крутить пои, стафф и т.д. За спиной у меня имелись годы практики боевых искусств, и поэтому я учился быстро и легко. Но бризинга я побаивался, и тогда он показал мне свою технику. Я внезапно почувствовал, как будто во мне проснулся зверь, меня привлекал этот могущественный свет... Это было почти 8 лет назад, и с тех пор я больше не занимался с реквизитом.

- У тебя много учеников?

Трудно сказать. Я начинал на площади Токио (известное место для покрутонов в Париже – прим. ред.) 8 лет назад, и с тех пор я повстречал множество людей, практикующих бризинг, каждый раз мы «работали» вместе.

- Эти люди приносят что-то свежее в бризинг, или все «фишки» придумываешь только ты?

Все мои «ученики» поначалу приходили, чтобы познакомиться и померяться со мной. После, когда их уро-

вень уже был достаточно высоким, мы вместе создавали нечто новое, новую технику. Несмотря на то, что я придумал уже множество трюков, я продолжаю их придумывать, потому что огонь - это неисчерпаемый источник вдохновения.

- Как ты разрабатываешь новые техники?

В основном я представляю перед собой зрителей. Я начинаю с конца: сначала представляю себе место выступления и толпу. Потом я задумываюсь над тем, что бы им понравилось. Бризинг для меня ассоциируется с живописью, а зрители представляются как большая стена, на которой вы рисуете ваши эмоции и чувства. Поэтому для меня бризинг более динамичен, и я постоянно ищу небольшие акробатические или танцевальные движения, чтобы использовать их с огнём.

- Как тебя воспринимают во Франции? Как героя или как пожароопасное существо?

История огненных искусств во Франции настолько стара, что сегодня бризинг здесь - это что-то вроде средневекового выступления. И я надеюсь, что люди вокруг меня по-

нимают, что я вовсе не опасен.

- Что для тебя адреналин на выступлениях?

Возгласы зрителей - это чистый адреналин; батл с хорошим технарём, с несколькими друзьями - вот лучший способ взлететь в небеса!

- Я обратил внимание на то, что ты перед выступлением трясешь факелом и рычишь, улыбаясь во все 32 зуба. ЗАЧЕМ?

Я издаю звуки перед началом выступления, чтобы разогреть себя. Я люблю динамику в выступлениях с огнём, поэтому мне нужно чувствовать, как мой факел двигается, и что огонь горит ярко.

- Ты увлекающийся человек?

Когда я делаю что-то, я люблю доводить это до конца. «Делай или нет, никаких попыток» - обычно говорил Брюс.

- Ты женат? Дети есть? А какие девушки нравятся? (это для женской части читателей «Огонька»)

Я не женат, и детей пока нет. Моя девушка - потрясающая темноволосая художница.

- Твои фотки топлесс? (Шутка. Хотя женская часть читательниц будет рада =))

У меня нет таких фоток, но кто знает...

- Чем ты занимаешься по-жизни, кроме бразинга?

Я уделяю много времени Wing Tsung Kung Fu. Также я чайный мастер, мне нравится готовить, и если вы хотите узнать больше, то вам нужно приехать в Париж.

- Если ты перестанешь заниматься бразингом, чем ты увлечешься? Есть ли у тебя ещё какие-то хобби, кроме бразинга?

Пиротехника, бои на огненных мечах, световое шоу.

- Ты выступаешь в командных огненных шоу? Или стараешься быть соло-перфомансером? Почему такой выбор?

Я люблю выступать один, т.к. бразинг тяжело сочетать с другими инструментами и достичь при этом идеального результата. А еще тяжело найти хотя бы ещё 2-х человек, ставящих серьёзные выступления с бразингом.

- Ты бы хотел выступить в Цирке Дю Солей?

О, да.

- С кем бы ты хотел встретиться на одной сцене? (из всего мира)

С битбоксерами, классическими певцами, карликами, деятелями современного искусства.

- Что запомнилось с Киевского



фестиваля на Украине? Помимо, конечно, холодного душа и темного украинского пива.

Для меня каждый КФФ - это мечта, ставшая реальностью. Я люблю Киев, люблю украинскую еду, и это так потрясающе жечь со столь щедрыми людьми. У меня так много хороших воспоминаний об этом событии, что я мог бы написать книгу. Мне нравятся все моменты перед фестивалем, проведённые с Нюшкой и Купавой, вся суматоха приготовления, и для меня КФФ нечто большее, чем просто фестиваль – для меня это приключение в кругу друзей. В этом году я познакомился

с множеством новых людей и увидел множество знакомых, которых я встретил 2 года назад на КФФ'09. Этот фестиваль - это событие года в Европе. Мне посчастливилось побывать на нем дважды, и думаю это и есть лучший сувенир.

- Как ты начал заниматься огнем?

Я не начинал с ним заниматься - это была моя судьба.

- Можешь вспомнить свои первые эмоции, когда первый раз попробовал бризинг?

Мой первый опыт был ужасен: я набрал топливо и не знал, как выдо-

хнуть и что очень важно вытирать топливо с кожи.

попросили меня быть осторожным и не вредить себе самому и другим.

- Где было твое первое выступление перед большим количеством людей? Какие воспоминания?

Мое первое выступление произошло 16 декабря 2004 года на парижской улице. В этот день я встречался с министром культуры Франции, чтобы поговорить с ним об огненных постановках, и в эту же ночь я расстался со своей бывшей девушкой.

- Какие забавные ситуации в твоей жизни, которые больше всего запомнились, связаны с бризом и выступлениями?

Однажды ночью к нам на покрутон приехали полицейские с машинами и прожекторами. Мы подумали, что они хотят кого-то арестовать или что-то в этом роде, но один из них снял свой пиджак и попросил бризить с нами. Мы, конечно же, согласились.

- Как семья отнеслась к твоему хобби?

Моя семья знает, что я люблю экстремальные занятия, и они только

Andrey DAS

Интервьюер: Андрей Дронский

Перевод: Rem, Arwen, Omni.





Я бы хотел сказать всем, кто будет читать это интервью, что огонь — это стихия! Это не игрушка или предмет, и даже не средство или инструмент. Пожалуйста, всегда помните, что огненное искусство — наверное, один из самых старых ритуалов. Я не «играю» с огнем, я «выступаю» с ним.

You Got To Burn To Shine!

Всем привет!

Меня зовут Зап, и я написала эту статью, посвящённую уличному перформансу, чтобы вовлечь вас в дискуссию о нём.

Знаю, что те, кто взялся её читать, ждут конкретных практических советов. Вот самые главные из них:

1. Говорите с людьми, смотрите им в глаза, будьте открытыми. Если вы хотите, чтобы они остановились, остались смотреть на вас - вы должны им понравиться. можете выстроить их полукругом или квадратом, вы можете работать на 180 градусов или на 360 - всё зависит от обстоятельств.

2. Хороший звук, эффектный костюм, законченный образ — 90% успеха.

3. Продумайте ваше выступление от начала до конца. Представление себя публике, последовательность номеров, финальный акт (аккорд), сбор денег в шляпу — вы должны хорошо себе представлять, как всё произойдёт, проиграть это в голове много раз и проиграть это на улице ещё больше.

4. Перед началом выступления сформируйте первую линию зрителей: это должна быть четкая цепочка людей, без разрывов. Вы

5. Не начинайте выступление, пока нет этой линии! Заготовьте несколько трюков, продумайте, что вы будете говорить, чтобы построить людей в линию, и потренируйтесь на своих друзьях или сразу на улице.

6. Подготовьтесь к разным вариантам развития событий и к любым неожиданностям: например, вы выступаете в сложном месте с большой текучкой. Или пошёл дождь. Или умер звук. Или к вам пришла полиция. Или вы попали горящим поем в голову ребёнку. Продумайте, что вы будете делать в этих ситуациях и постарайтесь найти весёлый выход. Реагируйте на всё, что происходит.



7. Ритм вашего выступления — постарайтесь понять, какой он. В сложном месте он должен быть быстрее и динамичнее; на фестивале, в лёгком месте вы можете сделать всё не торопясь, потянуть время, пошутить и расслабиться. Каждый 30 секунд должно что-то происходить — реакция зрителей, смена музыки, смена костюма, смена ритма.

8. Люди уходят? Подумайте, почему это происходит. Слишком медленный ритм? Мало шуток? Ничего не происходит? Ваше выступление — унылое говно? Найдите причину и исправьте положение.

9. Работайте с волонтером. Самая успешная вещь на свете — это взять человека из толпы и сделать с ним что-нибудь. Риск, секс и идеальная техника — это то, что заста-



вит людей смотреть на ваше шоу не отрываясь ни на секунду. Если вы проделаете какую-то часть номера с ничего не подозревающим зрителем, вы соберёте огромную толпу.

10 Сбор денег в шляпу: будьте честными перед собой и перед зрителями, собирайте деньги в конце выступления. Расскажите людям о том, кто вы такой и что вы здесь делаете, предложите им оста-

вить в шляпе материальный отзыв о вашем шоу или просто сказать вам пару слов.

11. После того, как вы закончили выступать... сделайте это ещё раз. Ещё раз, потом ещё раз. Вот самое главное в этой статье: ваш учитель — это улица. Никакие слова и советы не помогут вам, пока вы не попробуете их на практике много раз, пока они не сработают на вашем личном опыте.

*Вот основные моменты, касающиеся
успешного, динамичного уличного
выступления, такого, которое при
гладком исполнении позволит вам
получить много любви и много денег.*

*Эти моменты изложены тезисно,
подробнее я рассказываю об этом на
своих мастер-классах, посвящённых
уличному перформансу: об
энергетике, подготовке, ощущениях
на сцене, работе с волонтером,
технике наполнения шляпы до краёв,
продаже готового шоу, о мастерах
уличного перформанса.*

*Если вам что-то не понятно
в этой статье, значит, вы
возможно не готовы воспринять
эту информацию. Отложите её
и перечитайте спустя месяц.
Возможно вы вообще не уличный
артист, тогда выбросьте
это из головы.*

*Если вам понятно не всё,
и интересно узнать больше -
думайте. Ищите видеозаписи
уличных артистов, напишите мне,
приходите на мастер-классы. Стать
хорошим уличным артистом — это
гигантский труд, но для того, кто
чувствует в этом свой путь — это
самое приятное дело на свете.*

Удачи вам и всего хорошего! =)



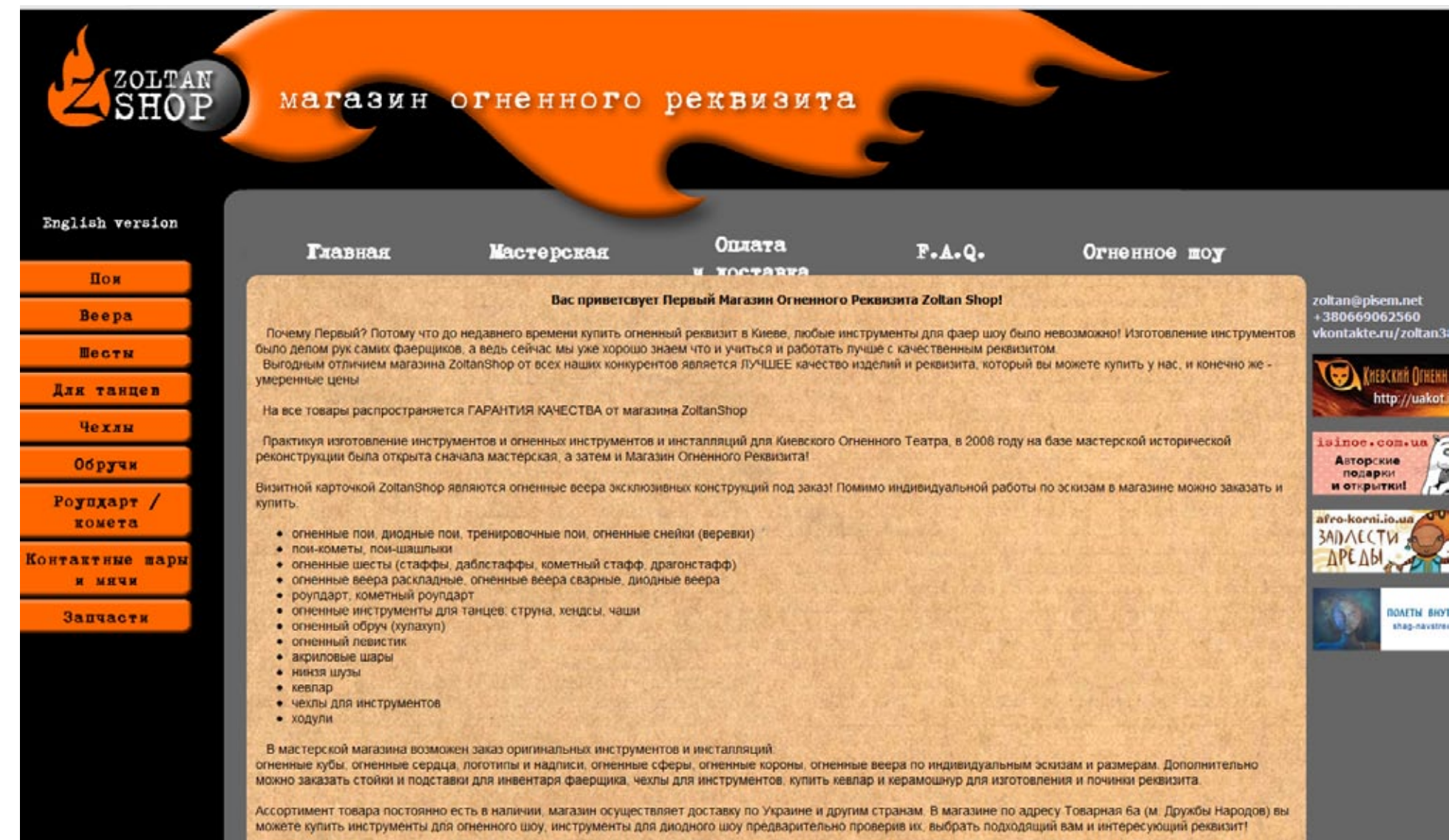
Обзор интернет-магазинов.

Всё что написано в в следующей статье — только ИМХО. Автор надеется на адекватное принятие критики владельцами магазинов =)

Делать было нечего,
делать было некогда,
да и руки кривые...

*Итак, дело пойдёт
о реквизите, светодиодном
и огненном, эксклюзиве и
собранном чуть ли не на
коленках из подножных
материалов. Какой реквизит
лучше, а так же что, когда и
где можно купить расскажу
вам я, Иван Рау.*

Магазин огненного реквизита "Zoltan Shop"



(<http://zoltanshop.com>)

Этот магазин предлагает ещё и совместить такую обувь с большинством огненного подходящим костюмом, то можно реквизита как например стаффы, получить вполне законченный пои, веера, кометы и прочее. образ ниндзюки, борющегося со злом путём выжигания скверны. Однако, я вижу плюс в том, что =) Ах да, совсем забыл, Zoltan помимо стандартного набора Shop предлагает ещё и разборный снаряги в прайс-листе присутствуют кометный стафф. Удобный, прочный ещё и ходули, струны, палм-тачи и весьма подходящий для показухи, (palm-touches), чаши, левистики, иначе говоря для перфоманса. светодиодный реквизит, чехлы для Кстати, по мнению доверенных лиц, оборудования и ниндзя-шузы. Да-а, магазин Золтан славится своими ниндзя-шузы прочно завоёвывают веерами. Автору понравились сердца и ноги фаерщиков. Вот если бы их ещё лёгкости и удобства такая обувь световые веера. Вот если бы их ещё играет ещё и роль антуража. А если сделать многоцветными....

Магазин циркового реквизита и необычных игрушек «Show Shop»



(<http://showshop.org>)

Один из лучших интернет-магазинов в России. Во-первых, цены очень и очень приемлимые. Во-вторых, администраторы магазина реагируют быстро, обеспечивают покупателя всей необходимой информацией. Зачастую не приходится долго ждать обновления склада чтобы купить интересующий товар, а если поступления на склад нужного реквизита не предвидится — всегда есть возможность выбрать что-то ещё. К тому же «Show Shop» — один из организаторов/спонсоров/инициаторов (нужное подчеркнуть) фестиваля «Живые огни», а также большого количества других фестивалей, таких как Сибирский Фестиваль Огня, Спин Пати и др. (у автора мечтательная улыбка). Имя Show Shop более или менее светится на всех площадках фаерщиков нашей страны. Всё что крутится, контак-

тится, светится, вращается, кидается, почти не ломается и горит — можно купить в этом магазине. Цены очень и очень приемлимые, реквизит в большинстве своём заводской, яркое оформление магазина радует глаз. К тому же наличие постоянного офиса — верный признак стабильности. А за прилавком стоит не кто иной как Мэл, который сможет проконсультировать покупателя о наилучшем выборе. На МК прямо в магазине вы его вряд ли уговорить сможете, но если попробуете применить дар убеждения, то он с вами сфотографируется. Наверное. За отдельную плату. (автору слышатся крики фанатов под окнами «Как ты посмел посягнуть на святое!»)

А теперь можно поговорить о минусах. Нет эксклюзива — а хотелось бы. Один из лучших магазинов не может сделать ничего своего, что сразу оценилось бы крутящими? У Арканума есть огнемёт, так народ за такой девайс чуть не драться готов! Ребят, вы ж креативные люди, придумайте что-нибудь! Кстати, заводской реквизит это конечно круто, но и стоимость у него иногда заоблачная. Проще иногда обращаться к самоделкин.

Магазин-мастерская огненного реквизита «IGNIS»



(<http://www.ignis-shop.ru>)

Почти на той же основе эта мастерская изготавливает и светодиодный реквизит. Минус у них один — цена немного кусается. Но, как я уже говорил — право выбора за покупателем. Было бы круто если бы ребята сделали ещё и разборный контактный стафф, но это опять же им решать. Так же в каталоге указан эксклюзив, заслуживающий особого внимания — это пульт для пиротехники. Ведь пока ты его по другим магазинам выберешь — много времени пройдёт, да и вряд ли возьмёшь именно то что нужно. А так зашёл, выбрал, заказал — и ходи довольный, жди посылку.

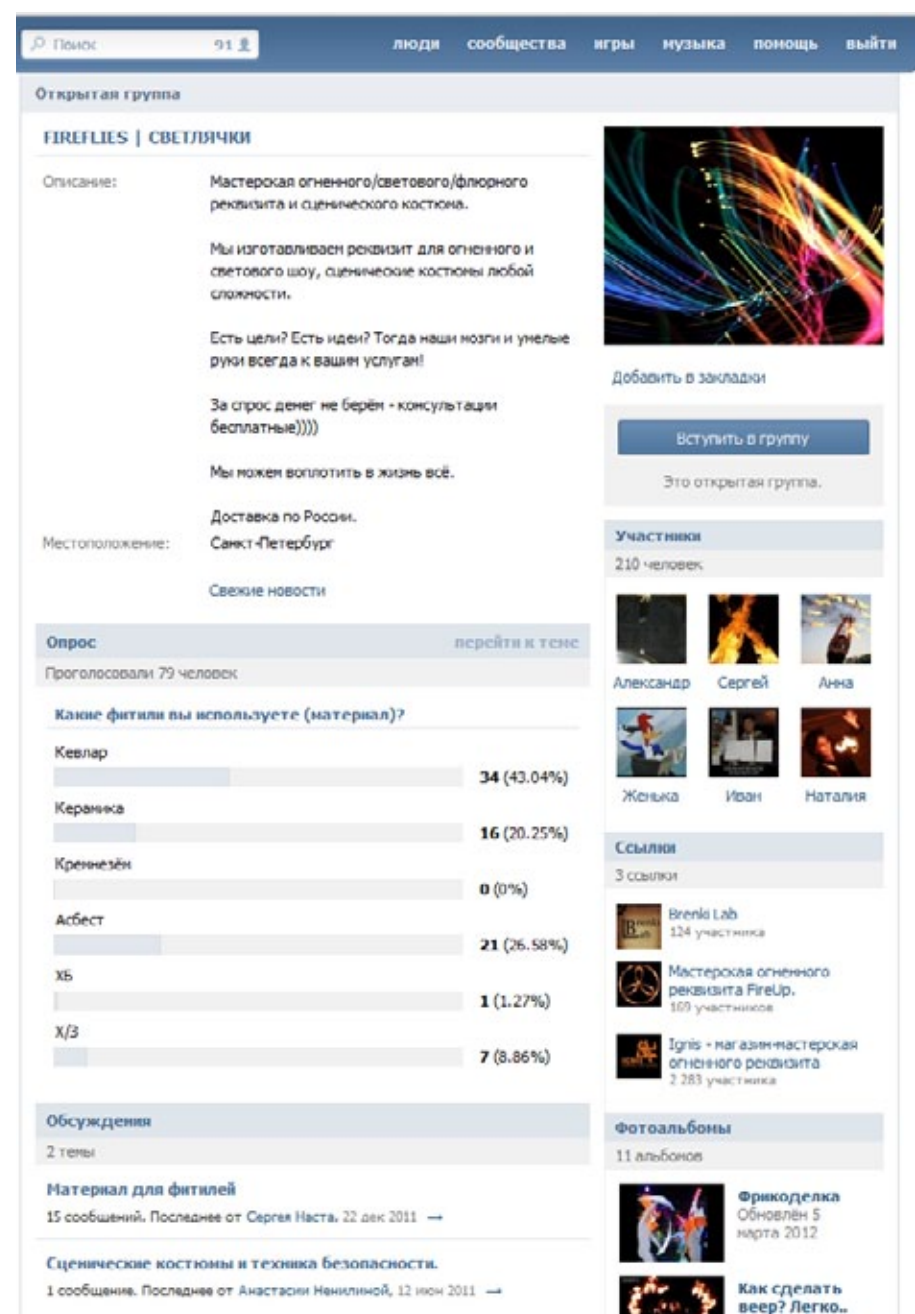
Чем мне хочется отметить этот магазин — так это их светодиодным реквизитом. Пои на диодных лентах оправдывают свою цену. Прочные, ударостойкие, приятные на ощупь (спасибо отделке «Ёжик-стайл» и думалке мастера), оставляют прикосновенные следы. По яркости с ними могут спорить, на мой взгляд пои «Мебиус», ну и самопальные на тех же диодных лентах. Опять же стоит сказать спасибо мастерам, расположивших диоды не вокруг трубчатой основы, а по-диагонали, из-за чего как раз и получаются глючные следы =)

Мастерская огненного/светового/флюорного реквизита и сценического костюма. «FIREFLIES»

(http://vkontakte.ru/fireflies_spb)

Просматривая интернет-магазины реквизита, на «Светлячков» я наткнулся случайно. И чем-то они меня зацепили. Наверное, световыми верами. И фрик-костюмами. Вот уж что точно хотел бы я иметь у себя в шкафу со снарягой – так это их веера. Круто, ярко, интересно, необычно – это именно про них. Хотя есть минус – не указаны ценники. В общем, если тебе нечего одеть, а местные портные бьются головой, но не понимают чего ты от них хочешь – тебе прямая дорога в этот магазин. С другой стороны, в названии магазина указано что там есть огненный реквизит. Где? Я раза три посмотрел все альбомы, кроме вееров ничего не нашёл. В описании к магазину сказано, что сделаете любой реквизит на заказ? А если заказчик сам не знает чего хочет, и планирует вынести вам мозг, но добиться своего? Что вы можете ему предложить? Потратьте сутки на мозговой штурм, но нарисуйте несколько чертежей эксклюзива. Дерзай

те, в конце концов на десятке наименований особо не развернёшься.

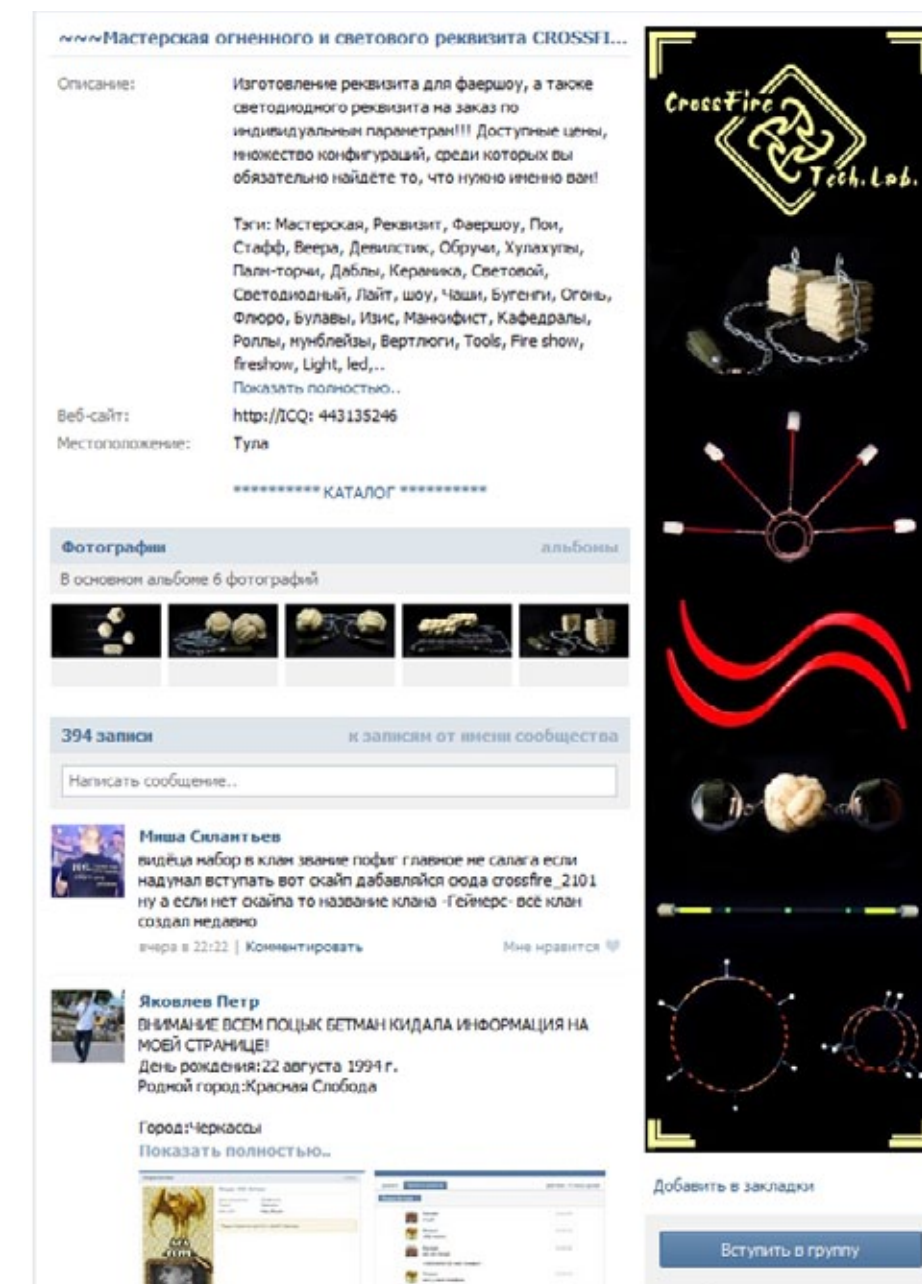


Мастерская огненного и светового реквизита «CROSSFIRE»

(http://vkontakte.ru/crossfire_tech_lab)

Вот кто додумался до модульной системы кроме Flowtoys. Сборные веера, из которых можно сделать световые, тренировочные или огненные – отличная идея! А разборные даблы – это вообще беспроектный ход для фанатов LED'а. Хотя что-то само собой напоминает о конструкторе «Собери сам»... Главный минус такой модульной системы, на мой взгляд – это обилие запчастей которые могут в любой момент потеряться. Однако, не только модульной системой виден этот магазин. Диодные пой и разнообразие огненного реквизита – это запросто прибавляет им симпатии со стороны автора. В большей части именно разнообразие огненного реквизита.

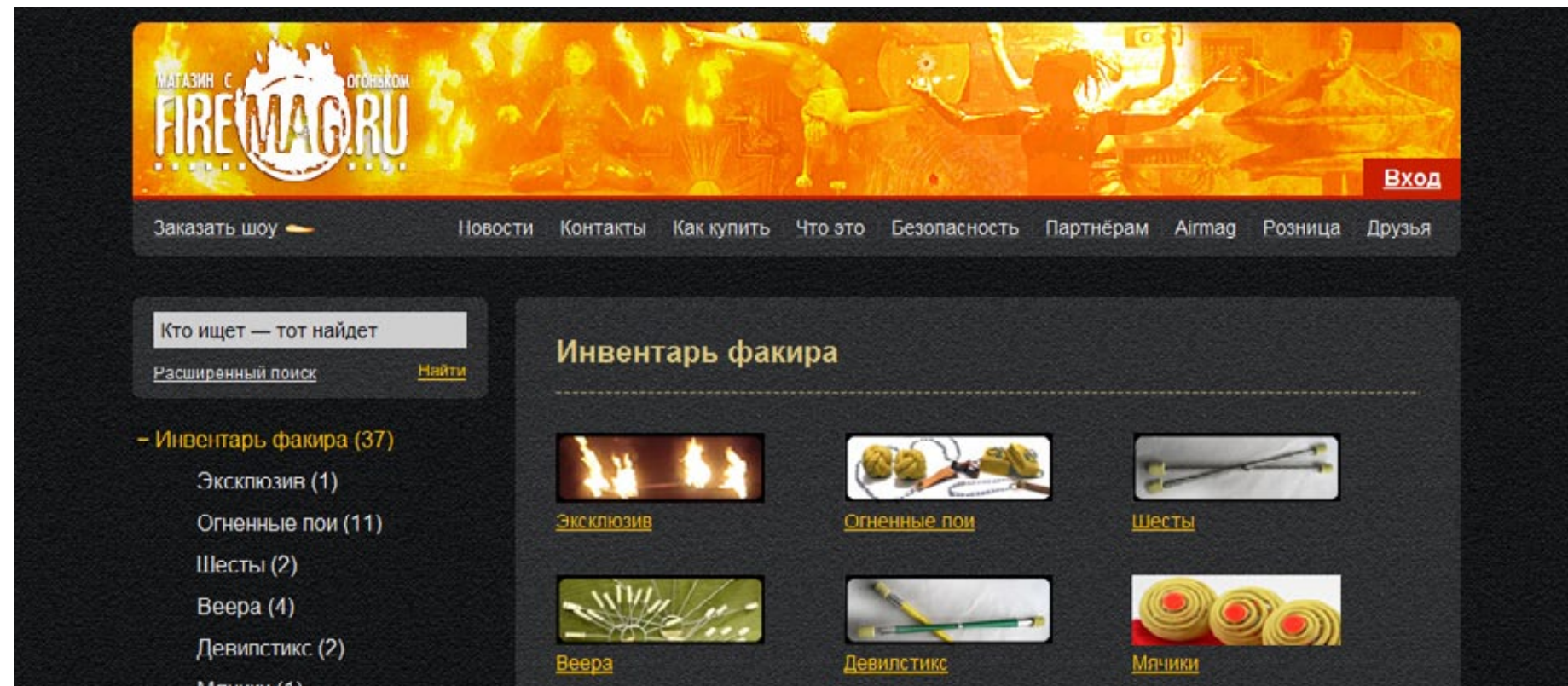
А где же минусы продукции? А вот они: товарищи мастера, 2 светодиода на пой это... кхм... тускловато, если честно. Световой реквизит должен делать что? Правильно, светить. А не тускло поблёскивать. На фотографиях всё выглядит красиво и празд-



нично, но и покупатель нынче пошёл разворчивый. Или низкая

цена должна подразумевать низкое качество? В общем, выбор линии дальнейшего поведения за вами, товарищи!

FIREMAG



(<http://firemag.ru>)

В представлении не нуждается. Единственные с кем напрямую сотрудничают Pixelpro, фаермаговцы продают вагон и маленькую тележку приятных мелочей для спиннеров, жонглёров, флюрщиков. Светится, горит, на этом можно прыгать или ездить — всё можно купить в Фаермаге. Готовность работать с тупым клиентом (это я о себе), который не понимает что от него требуют. Я считаю, что Фаермаг.ру - это безусловные лидеры заводского реквизита в РФ.

Хотя цены кусаются, иногда даже сильно кусаются, и это маленькая полярная лиса. Фаемаг — это тот магазин, куда заглядывает начинающий и очень одинокий пойстер,

захотевший себе классную светящуюся девайсину. А ваши цены ему по голове рраз — и крутящий сразу в обморок падает. Да так, что потом не откачаешь. Проснётся он, снова заглянет в каталог, и снова сляжет. На этот раз уже с инфактом. Вас тоже понять можно, вы работаете напрямую с производителями, и делаете небольшую накрутку на цены, но ведь иногда можно попробовать и с самоделкиными по-работать. Объедините мастеров, закупайте у них снарягу выше чем по себестоимости — и проблема с заоблачными ценами будет решена. Кстати, если закупать по себестоимости — это не значит продавать с накруткой 200%. Ну это так, к слову... А то иногда совсем как-то неудобно бывает..

Заключение:

Не все магазины реквизита попали в эту статью. Кто-то заметит, что я не увидел очевидных плюсов продукции. Кто-то скажет что я отдал предпочтение кому-то одному. В своё оправдание могу сказать следующее: если магазин выделили из десятка других — значит его заметил не только я.

С уважением,
Иван Рау

Vulcan. Oakland. CA



..если и есть рай на земле, то его отделение для спиннеров находится именно здесь



Прошедшим летом мне посчастливилось посетить Соединённые Штаты Америки и принять участие в фестивалях восточного и западного побережья. Города и лица, знакомые и не очень, проносились передо мной день за днём, но ничто не оставило во мне такого неизгладимого впечатления, как Вулкан и его жители. В сущности, Вулкан, и особенно его «команда», далеко небезызвестны, но мало кто знает, что же на самом деле представляет собой это явление.

В промышленном районе города Окланд, среди бесчисленных заводов и гаражей, в одной неприметной подворотне скрывается вход на давно не функционирующую фабрику, украшенный рядом старых фортепиано - вход в совершенно другой мир, мир художников и музыкантов, мир жонглеров, танцоров и спиннеров. Некогда заброшенные цеха превратились здесь

в огромные лофты, с бесчисленными комнатками и залами для тренировок, а заводские коридоры, проходы и крыши стали настоящими галереями и цветниками. Удивительно бродить среди этих стен, расписанных причудливой вязью граффити, и то тут, то там узнавать места, которые ты уже видел на ютубе в одном из роликов. Но еще более удивительно заглянув в дверь, порой встретить самих героев тех роликов! Здесь тебе улыбнется с балкона Эйлин (Aileen Lowlor), помашет из окна Ноэль (Noel Yee) и мимо пробежит заспанная Кори (Corey White). Десятки известных на весь мир жонглёров и спиннеров живут и тренируются здесь под одной крышей. Множество DVD и тек-блогов было снято именно в этих стенах, ведь Вулкан стал настоящей Меккой для фаерщиков со всего света, и его залы ежегодно принимают десятки гостей, съезжающихся на многочисленные фестивали. Но независимо от именитости, все гости Вулкана обяза-



ны привезти рулон туалетной бумаги в качестве платы за проживание. И проведя всего несколько дней в волшебной комнате номер 48, невольно задумываешься, что если и есть рай на земле, то его отделение для спиннеров точно находится именно здесь =)

К сожалению, в наших краях пока что ничего подобного Вулкану найти практически невозможно, за исключением московской «Дикой планеты», нередко собирающей фа-

ерщиков из России и Украины на мастер-классы от именитых иностранных гостей. Поэтому именно там, даже не смотря на наличие более выгодных вариантов, часто проводят свои семинары и мастер-классы фаерщики из Москвы и Петербурга, стараясь поддержать «Планету», постоянно балансирующую на грани закрытия.

Автор: Rem

Корректор: Arwen и Эжэвичка



Очумелые ручки

$\vartheta * 2Z + X = \gamma$



Дабл-стафф. Изготовление

Мало кто не знает шутку о том, что обезьяна стала человеком, когда взяла в руки палку. Кое-кто, правда, пожадничал, и взял сразу две - так появился дабл-стаффер. О них сегодня и будет идти речь. Вернее, об их инструментах.

Дабл-стафф представляет из себя 2 коротких посоха или жезла, с обмоткой по центру и нагрузкой по краям (для огненного варианта нагрузкой являются фитили). По длине даблы делятся на 3 группы:

$\vartheta * 2Z + X = \gamma$

- Короткие дабл-стаффы, они же огненные ножи. Размер 50-60 см, может немного длиннее. Подходят для агрессивного фаст-спина, быстрых смен плоскости, бросков. Мало подходят для геометрии, и совсем никак — для контактных элементов.

- Классические средние дабл-стаффы, наиболее любимые фаерщиками. Длина 70-100 см, как правило, подбирается под длину руки так, чтобы конец жезла, находящегося в вытянутой вперёд руке, был на расстоянии 15-20 сантиметров от вашей груди. Наиболее функциональный подвид: с ними возможно исполнение практически любых трюков, однако для контактного вращения они всё же слегка неудобны.

- Длинные даблы. От 100 до 120 см. Данная категория сливается с обычными короткими стаффами как по длине, так и по технике вращения, и вполне может заменить одиночный посох. Чем длиннее даблы, тем они более удобны для контактного вращения, и тем сложнее делать геометрические трюки.

Для изготовления огненного дабл-стаффа средних размеров нам понадобятся:

- 2 отрезка алюминиевой/дюралевой трубки диаметром 14-16 мм;
- 4 отрезка керамоленты шириной 5 см и длиной 60-70 см. Можно использовать и сложенную вдвое 10-сантиметровую ленту, однако это не очень удобно;
- 4 отрезка металлической шпильки диаметром 10-12 мм и длиной 30 мм (для дополнительного утяжеления);
- 4 самореза по металлу 4.2x34 мм;
- термостойкий герметик;
- тканевая и обычная изоленты;
- резиновый утеплитель D-профиля 9 мм шириной или овергрип — на выбор. Утеплителя уходит около 1 м на 25-30 см обмотки, овергрипа - в зависимости от марки, 1 м на 30-45 см обмотки. Точнее не замерял.

Размечаем отверстия под крепления для фитилей на расстоянии 9 и 41 мм от края трубки, и рассверливаем их сверлом по металлу диаметром 3 мм или чуть больше. Почему именно так: чтобы между саморезами, которые будут вкручиваться в эти отверстия, поместился наш утяжелитель. Далее, нам понадобятся 2 прямых отрезка проволоки - как временные крепления для фитиля. Один из них просовываем в дальнейшее отверстие насквозь, после чего с торца «загружаем» в трубу кусок металлической шпильки и

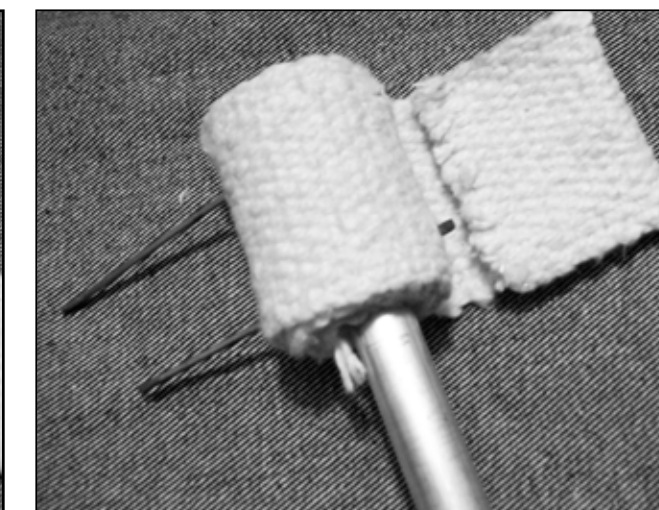
замуровываем его вторым куском проволоки.

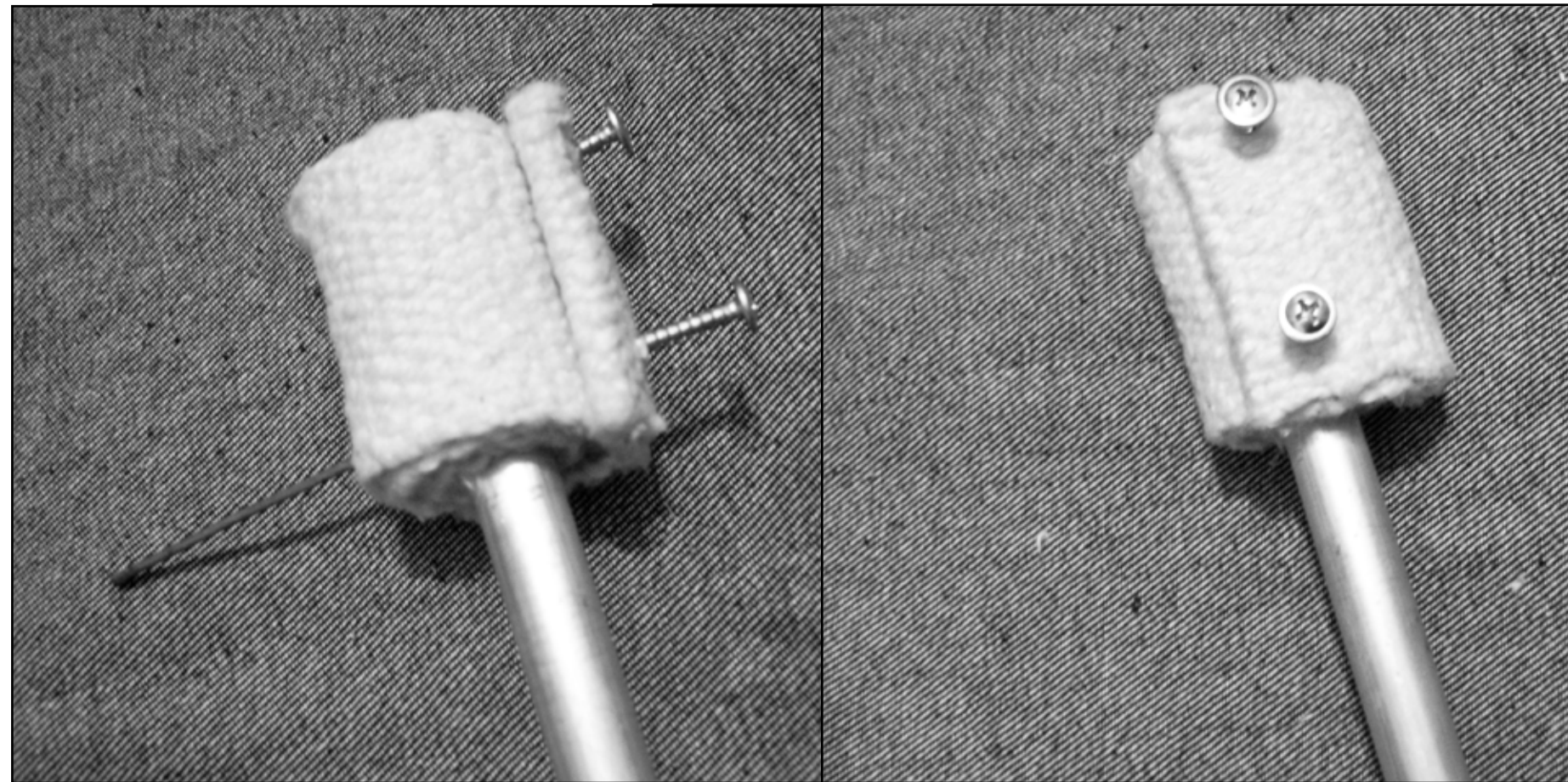
Лирическое отступление: я использую металлическую шпильку для того, чтобы утяжелить концы дабл-стаффа, так как вес фитилей всё же маловат для этого. Утяжелённые жезлы крутятся легче и приятнее. Можно, конечно, забить внутрь дерево, но с его обработкой под трубу слишком много мороки. Кроме того, понадобятся более длинные отрезки, ведь железо как минимум в 7 раз плотнее любого дерева.



Следующий этап — намотка фитиля. Накалываем край керамоленты на проволоку, после чего вытягиваем проволоку так, чтобы с другой стороны остались совсем небольшие «торчки».

При намотке лента сама наколется на них; тянем проволоку аналогичным образом обратно, и снова накалываем ленту. И так до тех пор, пока у нас не останется отрезок, который не достаёт до очередного шага. Снимаем ленту с последнего накола, складываем остаток вдвое и прокалываем. Фитиль намотан.

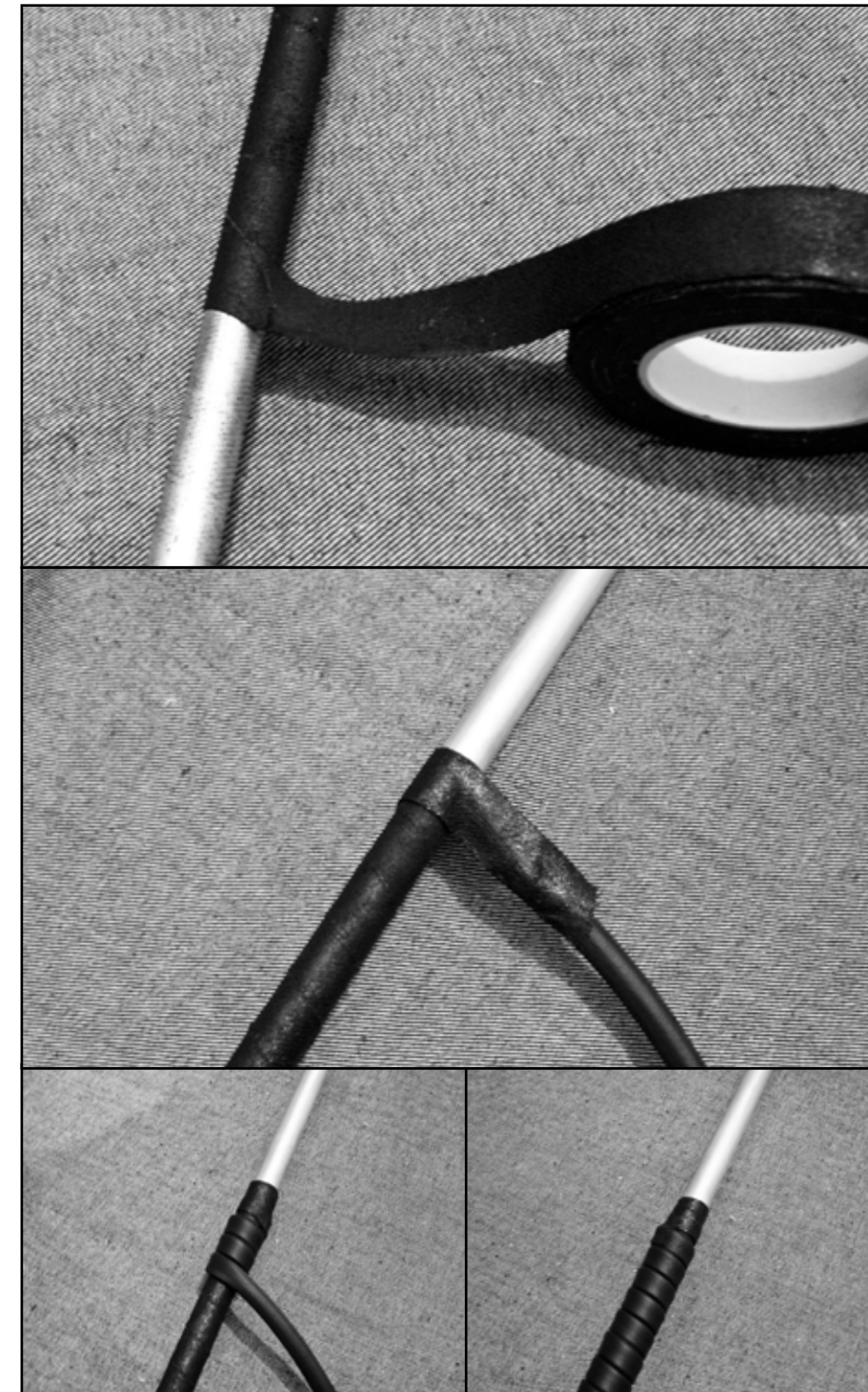




Итак, мы вставили саморезы. трубу насквозь, обеспечив весьма надёжное крепление, но, конечно, не крепко прижали наш фитиль к вылезти при этом с противоположной трубе. Саморезы должны пройти стороны фитиля.



Теперь пришёл черёд герметика. Он нужен нам для того, чтобы закрыть торцы. С помощью специального пистолета заливаем герметик в торцы, что называется, по самые гланды и разравниваем. Я использую для этого указательный палец, так же можете поступить и вы. Края получаются гладкие и красивые, а с руки герметик, даже засохший, легко отмывается обычной водой, причем даже без мыла.



Завершающая стадия — изготовление обмотки дабл-стаффа. Отмеряем по 15 сантиметров от фитилей, и берём в руки тканевую изоляцию. Да, она липкая и неприятная на ощупь, однако для нижнего слоя обмотки подходит просто идеально. Лишняя теплоизоляция не мешает, а если вы используете для верхнего слоя резиновый утеплитель, знайте: изнашивается он быстро, и отодрать его от металла довольно сложно. А в этом случае, её можно будет снять вместе с нижней обмоткой без особого труда. Для овергрипа

же тканевая изоляция послужит дополнительной фиксацией.

Если вы выбрали резиновую обмотку, приготовьте по 2 небольших отрезка изоляции заранее - ими вы зафиксируете края утеплителя, иначе они будут отклеиваться.

Для овергрипа достаточно 1 кусочка, которым фиксируется тот конец, на котором нет липкого крепления. D-уплотнитель наматывается встык, овергрип лучше мотать с нахлёстом.

После завершения обмотку можно украсить по краям ПФХ изоляцией или чем-нибудь ещё. Лично я использую изоляцию Ostendorf и Aviora, они довольно красивые и высокого качества.

Наши даблы готовы. Остаётся дождаться, пока высохнет термогерметик (примерно сутки), и можно поджигаться!





Video

ОБЗОР



October fire recreation -
аа! горящая задница!!



Rastaxel - Poi & Staff on ice
- всегда найдется чувак, который крутит на коньках
лучше, чем я пешком



Spin Party 8. Батл Феди и Мела -
Майкл Джексон давится поями в сторонке)



Linda Farkas: Contact and Dragon Staff
- Линда - ноу комментс..



Cyrille - Brainstorming -
разучился КРУТИТЬ пои



Allstaffs at EJC fire Gala show - крутость
перфоманса просто зашкаливает



NO SWEAT - Contact Staff - (Kev-Mic-Jon-Oli)

- человек крутит стафф, или стафф крутит человека?

Double Staff fun & a wee bit of poi!

- даблы после 10 чашек кофе



Levi Wand/Flow Wand: Scratching the Surface - у меня есть магическая палка!

Leotech #TBD: Isolate ALL THE POI

просто физически не может стоять на месте)



One Day With POI - один день из жизни задрота

ЕСЛИ В ЖИЗНИ ТВОЕЙ
ЖОПА



**ДЕЛАЙ ОПА,
ДЕЛАЙ ОПА!**



Интервью с коллективом «Агниво»

На современном рынке фаершоу существует негласное деление на театры огня и так называемые творческие коллективы. И тех, и других видимо-невидимо, и разница между ними порой огромна, причем далеко не всегда в пользу театров. Однако, есть коллективы, которые вне всяких сомнений стоят особняком. Именно о таком коллективе сегодня пойдет речь. Думаю, всем знакомы устрашающие ребята из «Агнива». Быть может только понаслышке, а может кому-то и довелось испытать их чары на себе, однако можно поручиться, что их выступление воистину производит неизгладимое впечатление на зрителя. Их главное оружие — зрелище, которое они умело воплощают посредством своих уникальных и ярких образов, тонны пиротехники и тысячи ослепительных огоньков. История «Агнива» насчитывает уже 6 лет, и к этому моменту ребята могут похвастаться многочисленными широкими масштабными выступлениями, например, на концертах групп Мумий Троль, Биопсихоз, Скази, ГоаГил, Чикаго,

Раджа Рам (Шпонгл), не говоря уже о закрытых вечеринках у высокопоставленных чиновников. Что же делает «Агниво» столь привлекательным, нам поведал руководитель коллектива Бекхан Халухаев.

Натт: Для начала расскажите, как собственно появилось «Агниво»?

Бек: Концепция проекта первоначально возникла из желания использовать уже имеющийся опыт работы в других коллективах и создать в этом жанре некий качественно иной продукт. Стилистически это значило реализовать эпический, воинственный и неоднозначный для восприятия взгляд на мир, присущий, пожалуй, одному из моих любимых героев древности - Александру Македонскому. Это значило бы пленять сознание людей одним своим появлением и захватывать его при помощи воздействия стихий - огненной и пиротехнической в том числе. Первый состав не в полной мере соответствовал поставленной цели, поэтому мы пошли дальше и вместе с этим на смену костюмов со светоотражающим эффектом пришли электрические.

Натт: Давайте углубимся в историю вашего коллектива. Как родилось название? Первые ассоциации при упоминании





«Агнива» - это, конечно, индийский бог огня Агни, ну и, собственно, огниво. Какой смысл Вы сами вкладываете в название?

Бек: Как-то семь лет назад я ехал в метро и увидел в вагоне рекламу спектакля под названием «Огниво», а как раз в этот момент я размышлял над названием для своего проекта. Была идея назваться «Темная луна», но группа, которая собиралась уже к этому моменту, была слишком белой и пушистой для такого названия, за исключением Юли, конечно. =) Вот тут мне на глаза и попадается

это огниво... В такие моменты, когда я вижу, что это мое, у меня не возникает вопроса о выборе, я просто это беру. Это касается всего, что влияет на мою жизнь. Через полгода название изменилось всего на одну букву. «Огниво» обратилось в «Агниво». Инициировали меня на это изменение три мудрых брахмана, с которыми я беседовал пару часов, возвращаясь поездом с ведического фестиваля из Анапы. Сам я особо не заморачиваюсь над названием. Если честно, мне все еще нравится то первое, что пришло мне в голову

- «Темная луна», однако почему я так хотел назвать свой коллектив пусть останется тайной - для вас мы «Агниво».

Натт: От других команд вас, в первую очередь, отличает ваш творческий подход к визуализации шоу. Ваши костюмы, несомненно, заслуживают особого внимания. Что олицетворяют эти образы?

Бек: Герои, ставшие прототипами электрических костюмов, являются персонажами игры «Принц Персии» - собственно, это представители языческого пантеона древних ассирийцев, за исключением главного героя - человека, так же как и в игре. Все они были модифицированы из анимационных, и, разумеется, претерпели некоторые изменения согласно нашему видению и для удобства артистов. В случае с одним из них, например, произошла метаморфоза уже после изготовления - будучи изначально предназначенным для крупного и рослого артиста (его игровым прототипом был великан), впоследствии он преобразовался в ростовую куклу с искусственными объемами для артиста, выступающего на прыгающих ходулях (джолли-джамперах).

Натт: Расскажите о создании костюмов. Даже невооруженным

взглядом видно, что они без преувеличения уникальны.

Кто воплотил их в жизнь?

Бек: Моя напарница Юлия Белая, она тоже выступает в составе проекта. До образования коллектива она работала в мастерской театра, где разрабатывала ростовые куклы и шила костюмы на заказ.

Натт: Я слышала некоторые из костюмов весят около 40 кг. Как справляетесь с такой нагрузкой, да еще и на ходулях?

Бек: Да, действительно, есть два костюма, вес которых составляет около 30 кг. В первом случае это костюм главного героя, созданный первым и сделанный из толстой кожи. Второй - костюм великана, он для артиста на прыгающих ходулях. В обоих случаях вес максимально равномерно распределен по телу (к слову, ходули весят 8 кг). Безусловно, эффективность работы в таких костюмах напрямую зависит от тренированности и физической формы артиста, а также от личных качеств: выносливости, выдержки и самоотдачи, кое-где граничащей с героизмом.

Натт: На вашем сайте меня крайне удивил раздел под названием «Агнитуризм».

Поясним для наших читателей, что это перечень особых услуг,

которые предоставляет «Агниво», например, розыгрыш, и, как это ни удивительно, участие в детских праздниках. (Особенно заинтересованные могут заглянуть на официальный сайт команды за подробностями: <http://www.agnivo.ru/#/turism.html>) Часто ли вам доводится участвовать в таких мероприятиях? Расскажите о «дороге на турбазу», «розыгрыше», и, конечно, о вашем участии на детских праздниках.

Бек: Идея эта возникла во времена сезонных перебоев с заказами. Она направлена, в общем, на то, чтобы стимулировать воображение посетителя сайта на формирование своих идей на эту тему и вовсе не является руководством к действию. Несколько раз в нашем выступлении участвовали непосредственные руководители коллектива, которому посвящено мероприятие, с последующим их разоблачением. Например - новогодняя вечеринка корпорации X5 («Перекрёсток», «Пятёрочка», «Карусель»), где Агнитуристами были топ-менеджеры. Выступление было стилизовано под исполнение песни «Hard rock hallelujah» победителями Евровидения 2006 группой Lordi и называлось «X5vision». Стоит также упомянуть розыгрыш на День Святого Валентина, когда заказчик решил удивить свою



девушку и после ресторана завез ее в чистое поле, занесенное снегом, где остановился, поднял с земли предмет, оказавшийся трехстволкой, и стал палить в небо. Из кустов ему отвечали такими же залпами. После непродолжительной переклички, из-за деревьев невдалеке начался высотный салют. По косвенным данным, изумленная девушка всю дорогу домой спрашивала своего друга «Милый, как это?», он же был горд собой, но секрета не открывал. На детском празднике неплохо вовлечь в действие самого именинника: если это мальчик, он

может продемонстрировать перед сверстниками свою смелость и решительность - например, облаченный в плащ и светящуюся маску, выстрелить из лука так, что в этот момент вдалеке загорится пиротехническая надпись, например «10лет». Если именины у девочки, светящийся монстр может посадить ее себе на плечи во время выступления, если она не возражает.

Натт: Вот интересно как же дети реагируют на огромных светодиодных монстров?

Бек: Никто не плачет! Как правило,

хотят потрогать и искренне верят, что мы прилетели с другой планеты и спрашивают, где звездолет и можно ли его посмотреть =)

Натт: Видимо времена клоунов канули в Лету))

Расскажите, как занятие фаершоу изменило вашу жизнь.

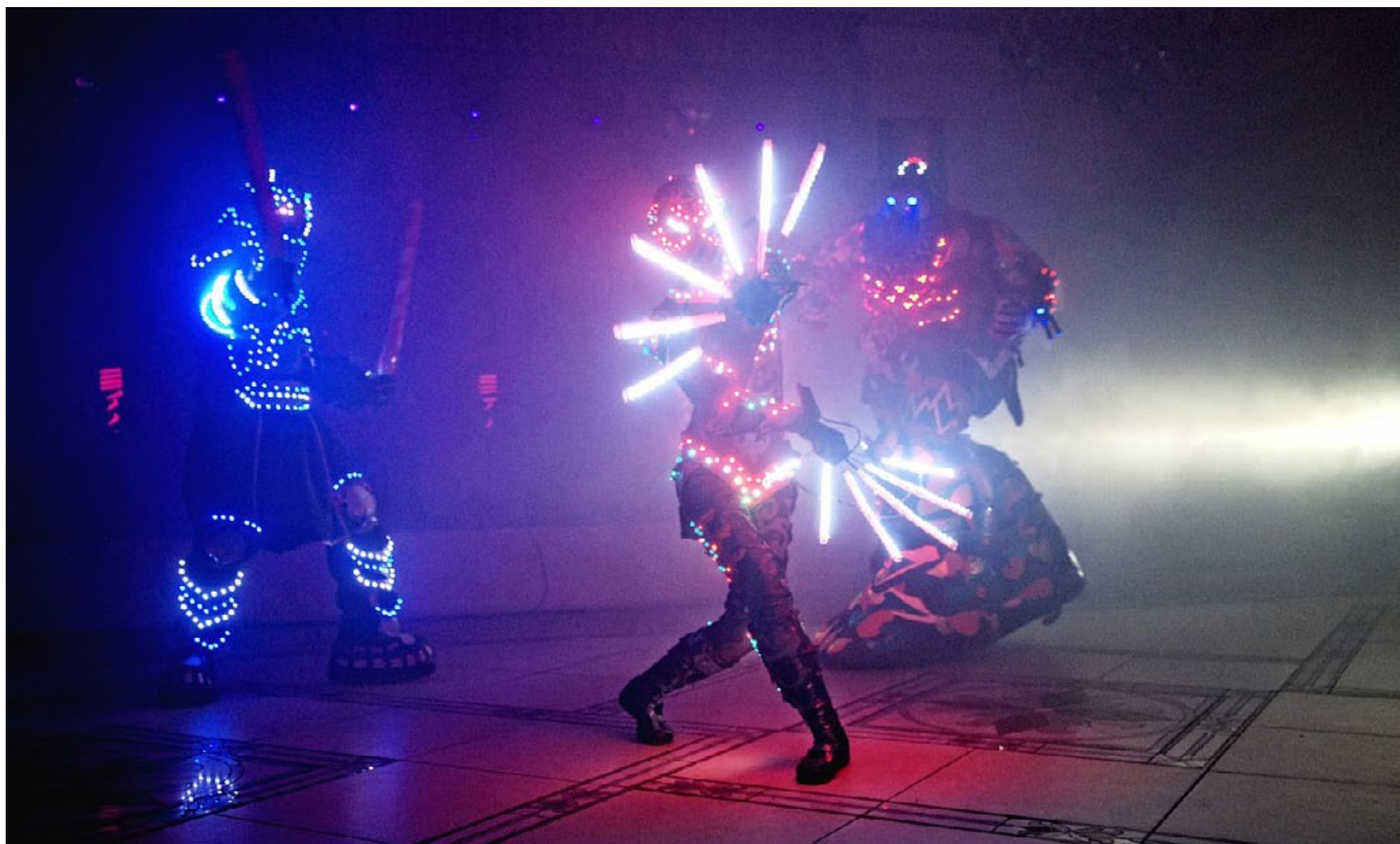
Бек: Поначалу как у всех - это было увлекательно, потом это дело стало формировать особый стиль жизни, присущий артисту. Со временем выступления стали неотъемлемой частью действительности, а организация своего дела позволила реализовать творческие планы и амбиции, занять свое место в обществе и жить так, как нравится.

Натт: Ну и в заключение поведайте нам какой-нибудь забавный случай, произошедший с вами на выступлении, дабы развлечь читателей.

Бек: Забавный случай хотите? Пожалуйста! Однажды мы с Юлей, Нектором и задницей организатора сыграли в одно касание фейерверочным шаром калибра 76 мм. Нектор был бомбардиром, яотбил головой, Юля - бедром, ну а задница организатора - сами понимаете =) После чего шарик пролетел в узкий проход между сигарными шатрами и рванул где-то в поле...

Нас определенно охраняют очень сильные духи, ведь это просто чудо, что шарик так удачно срикошетил и вовремя улетел прочь. А тот заказчик так вообще родился в рубашке. К слову, некоторые гости, которые стали свидетелями этого забавного эпизода, занимают достойное место в списке Форбс. Более того, все это происходило под аккомпанемент Левона Оганезова, который с середины нашего выступления стал подыгрывать нам на фортепьяно. На следующий день представители Уралмаша с гордостью показали нам свой металлургический комбинат - 27 квадратных километров конвейеров раскаленной лавы и карьер, где они прячут «концы в воду», и где, по их словам, мы могли сложить головы, случись что-то с заказчиком.

Или вот еще случай. Как-то раз возвращаемся мы (я, Юля, Нектор и Сергей Михайлович) из Сочи, и по дороге вздумалось нам остановиться на последнем морском пляже, за Джугбой. Мы заехали на скалистый пляж и остановились у самой кромки воды, где уже пьянствовала какая-то шумная компания. Мы их толком не разглядели, так как они расположились за своим микроавтобусом. Однако слышно их было прекрасно, и до нас то и дело доносилась их пьяная ругань. Я понимал, что рано или поздно они создадут нам проблемы и чтобы



несколько охладить их пыл достал из багажника третий (мортирный) ствол, зарядил его фейерверочным шариком, подпалил фитиль и, крикнув “Юля, смотри!”, выстрелил в сторону моря. Я надеялся, что они присмирят, однако стоило им услышать женское имя, как они дружно завопили: “ЭээЮююллия иди к намм!”. И тогда я, недолго думая, достал четвертый ствол из багажника, и со словами “отсос..те друг у друга пид..расы..” выстрелил в их сторону. Целился я разумеется не в них, а над ними, чтобы эффект их накрыл. И тут тишина...абсолютная, будто бы время прекратило свой бег. Однако очень скоро они опомнились, и оперативно собрали все свои пожитки. Спустя каких-то несколько минут, они уже сидели в своем микроавтобусе и отчаянно пытались его завести, но как назло аккумулятор сел. Они так и не дерзнули оттуда вылезти, пока мы находились по соседству.

Статью подготовила Натт

Корректор: Arwen

Фото: Николай Угольников
Степан Юринов)

journalogonek.ru

:)