

Как стать профессионалом?

Как стать профессионалом?

Размышления на тему

Не буду претендовать на исчерпывающее знание темы. Это всего лишь мысли автора на наболевший вопрос, а не рецепт успеха. С ними можно не только не согласиться, но и поспорить. Что же нам всем нужно, чтобы стать профессионалами?

Каждый, кто пишет музыку, так или иначе сам для себя отвечает на вопрос о роли музыки в его жизни. Можно не задавать его себе непосредственно, но своими действиями фактически давать на него ответ.

Что для Вас музыка? Просто хобби или что-то большее? Ответьте на этот вопрос, и Вы будете знать, стоит ли Вам дальше читать эту статью.

Будь Вы электронный музыкант, или целая группа, Вам так или иначе придется «продать» свою музыку. Слово «продать» я специально поставил в кавычки, так как под ним подразумеваю не буквально процедуру купли-продажи. Это может быть издание на сборнике, издание альбома, подписание контракта с лейблом и так далее. Все то, чего так жаждут неизвестные музыканты.

Именно на этом этапе возникает одна из сложнейших проблем непонимания. Музыкант, желающий «продать» свою музыку, кажется, забывает, что от него требуется. Ведь люди, подписывающие его трек на сборник, или предлагающие издать альбом, в первую очередь интересуются не альтруизмом и желанием помочь неизвестному музыканту, а банальным финансовым расчетом. Любая сделка будет заключена только в том случае, когда сторона, «покупающая» у музыканта музыку, будет уверена, что она сможет заработать.

Поэтому приходится сделать очевидный (для меня, но, почему-то, не для всех) вывод — от музыканта требуется коммерчески успешный продукт.

Я не случайно использую слово «продукт». Все музыканты, желающие сделать музыку своим профессиональным занятием, должны понимать, что они делают не абстрактное нечто, а «продукт», который им нужно «продать». Это подразумевает определенные требования к музыке, и в первую очередь к ее качеству.

Качество музыки можно определить двумя основными составляющими. Это качество самого музыкального наполнения и техническое качество его воплощения в физическую запись.

Позволю себе теперь процитировать статью Андрея Горохова о современном состоянии дел в музыкальной индустрии (полный вариант статьи вы можете прочитать по адресу: <http://www.muzprosvet.ru/krise.html>):

«В 90-х звукоиндустрия перешла на новую тактику быстрой раскрутки звёзд. Синглы и альбомы получали необычайно высокий бюджет для маркетинга, из никому не известных исполнителей делали звёзд, которые затем так же быстро исчезали.»

Как стать профессионалом?

Договор заключается на три альбома. В первый альбом вкладываются безумные деньги – от сотен тысяч до нескольких миллионов. Если первый альбом дохода не приносит, то музыканта, как говорят, «замораживают». Он остаётся вечным должником концерна.

Есть любопытнейшая цифра, которая говорит о политике концернов и об их способности к предпринимательству очень многое. В 2001 году в США из стартованных фирмам-мейджорами 6455 новых коллективов, то есть из 6 с половиной тысяч новых CD, лишь 112 смогли достичь планки Break-even, то есть хотя бы вернуть вложенные в них средства.»

В связи со всем выше сказанным хочется сказать о двух основных спорах, возникающих в связи с обсуждаемым вопросом.

Первый спор касается вопроса качества физической записи, то есть качества финального продукта. Существует мнение, что запись может быть «плохая», главное, чтобы было хорошее музыкальное наполнение.

Не хочу никого переубеждать, но мы все сами можем сделать очевидные выводы из прочитанного. А они следующие:

1. перезаписать Ваш материал может позволить себе только крупный лейбл с достаточными свободными денежными ресурсами;
2. рассчитывать на контракт с мейджором практически не приходится (подробнее ниже), значит остается инди-лейбл (небольшая звукозаписывающая компания);
3. инди-лейбл обычно не может позволить себе потратить деньги еще и на перезапись материала.

В любом случае музыкант с более качественной записью имеет преимущество. Представьте себе, что у лейбла есть выбор, подписать музыканта с уже готовыми для выпуска треками, или подписать того, кого придется перезаписывать. Выбор очевиден: в силу коммерческой стороны бизнеса никто не захочет тратить лишние деньги на запись, когда уже готовый материал можно просто издать.

Вообще ситуация с мейджорами настораживает. В настоящее время мейджоры так заняты своими собственными «детищами», что подписать контракт **сразу с мейджором** вряд ли удастся. Достаточно взглянуть на любого интересующего Вас артиста, имеющего контракт с мейджором, и почти наверняка окажется, что до подписания он уже выпустил не один альбом на инди-лейблах.

Поэтому, самое реальное в данном случае, — ориентироваться в первую очередь на инди-лейблы и готовить для них уже готовый для издания материал, который требует минимальных дополнительных денежных вложений для его издания.

Теперь о втором споре, который уже касается качества музыкальной стороны вашего материала. Речь идет о том, что называется «наступить на горло собственной песне».

Стараясь занять какое-то место в индустрии, Вы должны быть готовы в буквальном слове это сделать. Можно с пеной у рта кричать на каждом углу, что «никто не будет мне указывать, как

Как стать профессионалом?

и что писать». И продолжать писать «в стол». Если Вы начнете заниматься музыкой, то **Вам обязательно будут указывать**. И, так или иначе, Вам придется прислушиваться к указаниям извне, и не просто прислушиваться, а что-то менять в своей музыке. Позволить себе творить в свое удовольствие и издаваться могут только уже утвердившиеся гиганты вроде Мадонны или Майкла Джексона. Простой пример. Ни один неизвестный музыкант не может позволить себе, чтобы вступление к **радио-версии** трека было **больше 1 минуты**, а Майкл Джексон может, что подтвердил его недавно ротировавшийся по радио трек.

В любом случае такое «управление» извне несет определенную пользу. Вы получаете знание того, как должен быть построен коммерческий музыкальный продукт. И всегда можете оставить «оригинальную версию» трека для более позднего издания, когда Вы станете знамениты и сможете себе это позволить.

Итак, мы можем уже подвести некоторые мини-итоги:

- 1) необходимо производить «продукт»;
- 2) продукт должен быть качественный как с технической точки зрения, так и с точки зрения музыкального наполнения;
- 3) продукт должен быть готов к моментальному изданию при минимальных дополнительных вложениях денег;
- 4) Вы должны быть готовы произвести необходимые изменения в «продукте» по требованию «покупателя».

Эти четыре пункта — предпосылки к тому, чтобы быть готовым работать в музыкальной индустрии. Ведь музыкальный бизнес не просто так называется, потому что это красиво. Это действительно **бизнес**, а не сборище талантливых хиппи, ловящих кайф от факта творения музыки. И Вы должны быть **постоянно готовы** к тому, чтобы влиться в эту структуру. А чтобы влиться, Вы должны «соответствовать».

Не буду останавливаться долго еще на одном споре. Этот спор возникает из-за слова «соответствовать». Могу лишь сказать, что это в определенной степени сродни готовности изменять свой «продукт» по требованию «покупателя». Не хочешь «соответствовать» — не обижайся, что ты неизвестен.

Мы же пойдем дальше. И попытаемся понять, что еще может потребоваться от нас. И что может потребовать от нас в свою очередь индустрия.

Сперва о том, что мы сами можем и должны требовать от себя.

Первое, и самое главное, что нужно — это **желание**. Наше собственное желание превратить музыку в дело всей своей жизни. Это должно быть не сиюминутное желание, а цель вашей жизни. Только тогда у вас будет достаточно терпения, чтобы пройти этот путь. Терпения, чтобы год за годом писать, посылать, получать отказы и снова писать и посылать. Терпения, чтобы после работы выкраивать себе минутки и снова писать музыку. Чтобы успевать учиться, работать, содержать семью, помогать родственникам, и снова выкраивать минутки и писать музыку. Большинству из начинающих музыкантов сейчас сложно себе представить это, ведь

Как стать профессионалом?

зачастую это школьники или студенты, и ничего кроме учебы и музыки у них фактически нет. Но взрослые и женатые знают и понимают, что это такое.

Второе. Вы должны постоянно **расти**. Растить профессионально. В обоих направлениях: технического качества и качества музыкального наполнения. Само по себе качество к вам вряд ли придет, значит нужно **учиться**.

Трудно дать рецепт того, как научиться писать хорошую музыку. Можно лишь подсказать какие-то идеи.

- 1) Самое главное, пожалуй, это слушать как можно больше **разной** музыки. По моему личному мнению, заблуждение, что для написания хорошей композиции достаточно слушать лишь музыку выбранного стиля. Чем больше разной музыки Вы слушаете, тем богаче Ваше музыкальное воображение, богаче тот набор ходов и мыслей, которые Вы можете вложить в свое собственное произведение.
- 2) Постараться **получить музыкальное образование**. Если не в музыкальной школе, так просто купить учебник сольфеджио и освоить хотя бы основы. Это качественно изменит вашу музыку в лучшую сторону. По крайней мере, Вы сможете заново переоценить свое творчество.
- 3) **Читать статьи**. Начиная от физики звука, и заканчивая секретами аранжировки, сведения, мастеринга и звукозаписи.

И, пожалуй, **самое главное**, о чем многие забывают. Только в сказках успех сваливается на голову героя прямо с неба. Надо помнить, что Вас никто и никогда не заметит, если Вы сами хотя бы не пошлете демо-материалы. А что это значит? Это значит, что надо самому постоянно вести активную промо-политику.

Опять же оговорюсь, сложно дать рецепт того, как пробиться на тот или иной лейбл, и как сделать так, чтобы Вас заметили. Это тема для отдельного разговора. Могу лишь привести несколько собственных идей:

- 1) необходимо обязательно **иметь в интернете свою музыку** с небольшим числом лучших работ, чтобы их можно было показать в случае необходимости;
- 2) **нужно** рассылать демо-материалы на носителях, но при этом необходимо помнить, что рассылка должна быть максимально «целевой», то есть не слать на техно-лейбл чиллаут треки и наоборот, в любом случае отдача будет крайне низкая, в лучшем случае отвечают ~1 из 20;
- 3) **нужно** быть в курсе происходящих событий, кто и где что требует, для этого можно подписаться на информационные рассылки, например на рассылку www.specialradio.ru
- 4) не отчаивайтесь, если лейбл не принимает **mp3 или ссылки**, ничто и никто не запретит вам обратиться с электронным письмом лично к представителю лейбла, компании или A&R отдела (отдела артистов и репертуара) и спросить, можно ли им послать ссылки: редко, но **иногда ссылки послать можно**;

Как стать профессионалом?

- 5) **ищите** любые возможности для того, чтобы «засветить» свою музыку, наиболее ярким примером может служить английская компания Raw42 (www.raw42.com), лицензирующая музыку для использования в рекламе и кино, она же может выступать и как некий «критерий качества» вашей музыки.

В целом все это можно подытожить несколькими простыми словами. **Работайте не переставая и не сидите на месте в ожидании чуда.**

© Приходько Максим (spex) *15 апреля 2004 года*

Комментарии к данной статье Вы можете написать по адресу:

http://www.elenoize.com/comments.php?id=P59_0_1_0_C