

18+

Владимир Евгеньевич Глотов



КАК НЕ СТАТЬ ПОПУЛЯРНЫМ МУЗЫКАНТОМ

Что делать, чтобы им быть

Владимир ГЛотов

**Как не стать популярным
музыкантом. Что
делать, чтобы им быть**

«Издательские решения»

Готов В. Е.

Как не стать популярным музыкантом. Что делать, чтобы им быть /
В. Е. Готов — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-658210-1

С начала СВО, жизнь российских музыкантов изменилась. Музыкальный рынок изменился, отечественные артисты начали занимать нишу иностранных. В середине 2000-х годов я собрал музыкальный коллектив «Радикал», который исполнял тяжёлую музыку, но распался, не сумев записать альбом. В тоже самое время появилась на свет группа — Б.А.У., которая стала популярна в 2023 году, начала собирать большие площадки. Почему Б. А. У. стала звёздным коллективом, а мой коллектив нет, об этом повествует книга.

ISBN 978-5-00-658210-1

© Готов В. Е.
© Издательские решения

Содержание

Вступительное слово автора	6
Об авторе	7
Благодарность	8
Глава 1. Две ВАЖНЫХ мысли	9
Глава 2. Разница между российскими и иностранными группами	11
Глава 3. Ради карьеры придётся многим пожертвовать!	13
Глава 4. Как раскрутить группу и сколько это стоит?	15
Глава 5. Выступления на разогреве, оно вам надо?	17
Глава 6. Пять советов о занятиях музыкой	19
Глава 7. Заблуждения начинающих музыкантов	21
Конец ознакомительного фрагмента.	23

Как не стать популярным музыкантом Что делать, чтобы им быть

Владимир Евгеньевич Готов

© Владимир Евгеньевич Готов, 2025

ISBN 978-5-0065-8210-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вступительное слово автора

С творчеством группы «Б.А.У.» я познакомился благодаря социальной сети ВКонтакте, не помню, какой был год, но мелькнула реклама в подписках: «Самая тяжёлая группа в мире – Бездна Анального Угнетения», я нажал кнопку плей и погрузился в мир стёба и сарказма.

Я любитель тяжёлой музыки, была своя группа, но она не достигла успеха и распалась. Начали играть примерно в тоже самое время, что и «Б.А.У.», поэтому этот коллектив во многих отношениях мне симпатизирует и является примером, того как надо поступать и делать музыку.

Подчёркиваю, слово – **ДЕЛАТЬ**, именно потому, что для того, чтобы представить миру своё творчество, нужно много трудиться и создавать музыку. Это такой же производственный конвейер, как на заводе, с той разницей, что производит он: тексты, гитарные рифы, соло и аранжировки в большом количестве.

Только обилие сделанного материала может привести к росту качества вашего творчества, а без систематического производства, т. е. **ДЕЛАНИЯ** музыки этого добиться практически невозможно.

Достаточно длительный промежуток времени я ничего не слышал о группе, но в конце июня 2024 года в мой плейлист попала песня «Одноклассница Лена», которая доставила мне несколько минут удовольствия. Я в очередной раз заинтересовался творчеством группы.

Набрав в поиске имя исполнителя, я увидел, что мимо моего внимания прошло большое количество материала группы. В голове промелькнула мысль: «Ребята дают жару – молодцы!»

При прослушивании новых треков, в душу запала ещё одна песня под названием «Боевой робот». Мне стало интересно, как коллектив сейчас выступает и исполняет свою музыку в живую. Вбив название группы в поисковой строке Ютуба, мне в подборку попал ролик с названием – «Мой путь от 15 до 1500 человек на концерте. История группы Б.А.У.»

Этот ролик я посмотрел на одном дыхании. Он меня зацепил своей откровенностью, чётко сформулированными мыслями Алексея Романовского – лидера и автора почти всех песен коллектива. Вспомнил, как начинал я играть в своей группе «Радикал», и Алексей практически сразу в видео назвал все ошибки, которые были мною допущены, которые привели к распаду команды.

Я посчитал, что этот материал очень ценен, поможет молодым коллективам достигать творческих успехов не только в творчестве, но и в жизни. Мысли, которыми делиться Алексей в своих социальных сетях можно применить во всех сферах жизни.

Я написал ему в личку ВКонтакте и сказал, что хочу написать книгу на основе общедоступных материалов, которые есть в сети. Он пожелал мне удачи, подтолкнул меня к написанию материала и литературной обработке текста.

По содержанию, это книга, не очередная мотивационная пурга от инфоцыган и коучей, это реалии жизни, с которыми нам всем приходится каждодневно сталкиваться, преодолевать невзгоды и двигаться вперёд и только вперёд, к заветной цели!

Надеюсь, что её прочтут молодые люди и она станет их путеводителем во взрослую жизнь, жизнь, в которой ничего не достаётся даром, а успех достигается тяжёлым трудом.

Помните, что самое дорогое что у вас есть в жизни, это время. Его нельзя купить за деньги. Лучше потратить свою драгоценность на прочтение этой книги, избежать ошибок и потери золотых минут в дальнейшем, чем совершать все ошибки самому, тратить на них самое ценное, что у вас есть – время!

Об авторе

Готов Владимир – известный политик, круг его интересов достаточно широк. Являлся участником группы Magistrat, позднее собрал собственный коллектив под названием Радикал, выступал на фестивалях, делал собственные концерты.

Он не новичок на литературной арене. Более десяти лет, занимается публицистикой, издавал собственную газету.

Это вторая книга автора, в которой нет политики, есть мысли, которые помогут не допускать ошибок и быстрее добиться результата, не только занимаясь творческой работой, но и любой другой.

Благодарность

- Алексею Романовскому, за то, что он есть.
- Олегу Брагинскому, за корректуру и подготовку текста к печати.
- Своей супруге Алёне за понимание и отношение.
- Тебе, уважаемый читатель, за то, что купил эту книгу, надеюсь, она поможет тебе в жизни.

Глава 1. Две ВАЖНЫХ мысли

В шоу бизнесе, как и любом другом бизнесе, ты либо делаешь, либо идёшь на фиг. Эта простая на первый взгляд мысль не очевидна для большинства людей. Главное в любой сфере деятельности – делать, что-то создавать.

Когда знакомитесь с людьми, собираете музыкальный коллектив важно смотреть, что человек из себя представляет, что он делает. Если он обычный «фантазёр», говорит, но не прилагает никаких усилий к чему-либо, то вам с ним не по пути.

Важно понять простую мысль – можно и нужно слушать критику и советы, но не нужно её принимать, не зная кем является критикан с профессиональной точки зрения.

Если человек скажет, что пишет аранжировки и покажет свою работу, я ему скажу: «Спасибо тебе брат, что помог». Но когда критику пишет какой-то аноним, я не могу её принять. Это важно понять, потому что до большинства музыкантов не доходят простые вещи, это говорю с болью в душе, так как это прямо меня касалось.

Трепаться в интернете, читать статьи, спорить в комментариях, слушать музыку, смотреть концерты и брехать на гитаре 15 минут в день – это не относится к занятию музыкой. Занятие музыкой, это: брать инструмент, ставить себе конкретную задачу и трудиться над её исполнением.

Я потратил большое количество времени на разные музыкальные журналы и хождения на разные выставки оборудования и концерты, а также часами устраивал «священные войны» на разных интернет форумах.

Первое, что нужно сделать, это: Замерить количество времени, которое вы тратите на всю муть по просмотру концертов, споры в сети, а также на количество времени, которое вы тратите на занятие музыкой и сравнить. Вы увидите, что на занятие музыкой вы тратите мало времени, чем на её прослушивание.

Для меня игра в группе было просто хобби, а отличии от Алексея Романовского, который принял решение заниматься ей профессионально. Важно понимать, что для вас значит музыка. Хобби, или профессия? Если – хобби, тогда всё отлично, можно тратить время на споры в комментариях, сравнивать звучание оборудования и т. д. Если вы хотите связать свою жизнь с музыкой и этим зарабатывать себе на жизнь, вам нужно собраться и работать.

Я не стал в отличии от Алексея создавать портфолио, чтобы кому-то его показывать, ограничился выкладкой нескольких выступлений своего коллектива в сеть, где до сих пор на них можно посмотреть.

Я не стал учиться играть на гитаре и тем более, не занимался сведением своих песен. В своих интервью Алесей Романовский постоянно отмечает, что это нужно делать и делать нужно часами! Просто сидеть за компьютером и делать. Смотреть обучающие видео, записаться на курсы и ходить на них. Чтобы добиваться каких-то успехов, нужно работать и стараться. Нельзя сделать хорошую аранжировку за 5 или 10 часов, Алексей тратит на это 2 дня.

Алексей отмечает, что, хороший специалист выбирает себе заказчика, а не наоборот. К хорошему специалисту стоит очередь. Если вы придёте к топовому аранжировщику и дадите ему самопал низкого качества, он скажет: «Я вам дам телефон, у меня друг – хороший специалист, он с вами поработает, так как, это не мой профиль». Короче – мягко пошлёт вас на хрен. Если вы принесёте плохой исходник, вам скажут, что он плохой, не будут с ним работать: «Идите переделывайте». Так вам скажет любой хороший аранжировщик.

Действительно важно – чётко видеть цель и понимать смысл того, что и для чего вы делаете. Я, как и большинство людей, которые хотят стать музыкантами, или успешными артистами, не понимал, что делал и для чего.

Собрав свою группу, я делал музыку для себя, не для других, это ещё одно отличие моего коллектива, от Б. А. У., ведь Алексей говорит, что суть занятий музыкой, сделать так, чтобы то, что ты производишь, было востребовано, было сильнее востребовано, чем у других. Для этого нужно делать то, что нравится людям. Эта простая максима сразу даёт понять почему мой проект был обречён на неудачу.

Чтобы стать популярным артистом, есть три способа:

Способ №1 – быть конъюнктурщиком. В определённый период времени имеется музыкальный тренд. В России, сейчас тренд на поп-рэп новой волны. Если вы сделаете проект, который будет звучать в канве этого тренда, вы его нормально прорекламируете, то сможете отвоевать часть аудитории и стать относительно популярным артистом, а дальше всё решать будет то, насколько вы талантливы.

Нужно помнить о том, что, когда тренд угаснет, вы можете оказаться за бортом. Либо успеете заработать деньги и вложить их, например, в ресторан и т. д. Это называется быть конъюнктурщиком, быть в уже существующем тренде.

Способ №2 – задать тренд, это слишком амбициозно, один исполнитель не задаёт тренд, это всегда стечение обстоятельств. Этот способ – быть аутентичным артистом, иметь свой почерк и звучание, быть узнаваемым, ни на кого не похожим. Аутентичный артист, если классный, то может стать большой звездой, вокруг него объединится большое число слушателей.

Способ №3 – огромное количество бабок, но, если честно работает он так себе и скорее всего у вас нет огромного количества бабок. Других способов стать популярным артистом нет.

Не нужно заниматься копированием великих, нужно создавать свою музыку и звучание. Когда вы копируете Led Zeppelin нужно понимать, что это было сыграно в 70-х, сейчас это никому не интересно. Конечно их музыку будут слушать ещё лет 100, а вас никто не будет слушать, потому что Led Zeppelin это Led Zeppelin, а вы будете как пародия на него.

Невозможно стать популярным скопировав кого-то популярного, особенно, скопировав кого-то ставшим популярным давно. Конъюнктурщик, это чуть-чуть другое, это не скопировать, а сделать аналог для тех, кто победнее, это работает на коротких дистанциях.

Не впадайте заблуждение касательного того, что музыка, как и мода циклична. Никогда один и тот же стиль не был популярен дважды. Музыка конечно развивается, стилистические колебания присутствуют, но в целом музыка развивается вверх и каждый следующий тренд не похож ни на какую музыку, которая была раньше.

Конечно ноты и размеры одни. Нельзя взять популярную в 2020 году запись и сказать, что она звучит точно так же, как песня из 1960 года, вы не найдёте таких совпадений. Даже если мотив будет похож, будет другой звук, другое исполнение.

Если ваше творчество на что-то похоже, что было известным очень давно, вы не станете популярным, особенно если вы умышленно делаете, как тот, кого вы любите.

Алексей в одном из своих высказываний высказал такую мысль: «Вы делаете, реально, что-то своё уникальное, хорошего качества, узнаваемое, либо вы умышленно делаете такой-то точно продукт, чтобы попасть в эту пачку, для того, чтобы на спотифай вас замиксовали с топовыми артистами и к вам пришли прослушивания. Вот над этим нужно работать, это должно быть вашей целью».

Я, как и большинство музыкантов, вообще, не имели цели, делали песни, похожие на Metallica или Slayer, но не нужно быть на них похожими! Нужно делать что-то уникальное.

Ещё одно различие в подходе моего коллектива Радикал и Б. А. У. – время. Мы делали всё долго! В то время, как Алексей текст сочиняет два часа, барабаны записывает за две недели, а за пару месяцев записывает целый альбом!

Чтобы найти свою фишку, нужно записать минимум два альбома, это будут альбомы на выброс. Но вы должны это сделать, чтобы научиться делать песни, научиться их заканчивать. Если по два года писать барабаны, как записать два альбома? Это не серьёзно, надо трудиться!

Глава 2. Разница между российскими и иностранными группами

Вы никогда не задумывались над тем, почему иностранные музыканты выдают более разнообразную и качественную музыку, чем отечественные музыканты? Дело не в количестве музыкальных коллективов, а в подходе этих коллективов к созданию музыки.

За образец можно взять любую популярную группу, начиная от Metallica и AC / DC, заканчивая не очень известными коллективами, например, Trivium, или Rave the requiem.

Давайте посмотрим на Trivium. Группа подписана на лейбл, гастролирует по миру, собирает большие залы, зарабатывает своим творчеством, продаёт альбомы, выступает на крупнейших фестивалях.

Обсуждать её успешность, или не успешность не имеет смысла, это успешная группа, но не топовая группа, как Iron Maiden. Давайте конкретных моментах рассмотрим путь группы Trivium.

Начался он примерно в 2000 году. В 2001 году, было записано первое демо. Это шлак, начинающий музыкант берёт впервые гитару в руки и что-то играет. Шлак, потому что это плохо, как у всех начинающих музыкантов. Хочу отметить тот момент, что Trivium, в отличии от моего коллектива Радикал, ходя бы дошла до записи демо.

Примерно через год, записывают второе демо, в нём уже 7 песен. Это тоже шлак. Но на каком-то лейбле берутся за то, чтобы его выпустить. Получается какая-то пионерская движуха, до которой мой коллектив даже не дорос.

Ещё через год, в 2003 году, выходит первый альбом группы Trivium который называется Ember To Inferno. Большой альбом, там много песен и это тоже тот же шлак.

Первый альбом группы Trivium звучит так же, как любой дебютный отечественного коллектива. Плохой звук, исполнение, тривиальные песни. Уху не за что зацепиться, есть пара запоминающихся песен, но в целом проходная история, как у наших отечественных коллективах: так себе песня, так себе сведено и сыграно.

На стартовом этапе разницы между отечественной и американской команды нет. Парни не сверх талантливые, у них нет упер звука или оборудования. Первые 4 года своего существования, группа выпускала шлак, как большинство русских коллективов. Разницы ни в чём нет. Ребята делают всё тоже самое, что и наши.

В 2005 году, группа отправляет своё новое демо, на RoadRunner, он подписывает с ними контракт на следующий альбом, который выходит в этом же году, называется Ascendancy. Это крутой альбом, до которого, 95% русских метал групп никогда не допрыгнут. Как такое случилось?

Можно сказать, что они попали на лейбл и им всё сделали. Может быть, но на демо, которые ребята отправляли на лейбл, уже были песни, которые в последствии стали хитами.

Это говорит о том, что 5 лет у ребят ушло на то, чтобы научиться писать хорошие песни и хорошо играть на гитарах. От записи к записи виден прогресс. Если вы не записываете своё творчество, пусть даже в плохом качестве, вы не сможете прийти до того, что с вами какой-то лейбл может заключить договор на выпуск вашего альбома. В моём случае, мы даже диктофон свои песни не пытались записать.

Trivium трезво оценивали невысокий уровень своего альбома, но продолжали работать над сочинением, исполнительским уровнем, мастерством и в итоге сочинили альбом Ascendancy, который им лейбл согласился помочь выпустить.

Далее у них был альбом The Crusade (2006), который на мой взгляд был неудачным, после чего у них вышел знаковый альбом Shogun (2008), который сделал имя группе однозначно.

Сравнивая между собой альбомы Shogun и Ascendancy, мы видим, что была проделана большая работа в плане творческого роста. Ребята продолжали 8 лет трудиться и работать!

К сожалению, у большинства отечественных групп мы этого не наблюдаем. Более того, начинающие музыканты даже не думают о том, что чтобы стать хоть чуточку известным, придётся трудиться и записывать музыку без коммерческого успеха 8 лет!

Но американская группа, выпустив свой первый альбом не успокоилась, продолжила трудиться, до тех пор, пока не произошёл успех, продолжила трудиться дальше и трудиться по сей день. К альбому What the Dead Men Say (2020) есть вопросы, но до альбома Shogun они работали изо всех сил.

Русская группа, как это обычно бывает, репетирует 10 лет, потом 2—3 года записывает альбом. Альбом не выстреливает, потому что шлак и группа, вместо того, чтобы осознать ошибки, собраться, позаниматься, устранить недочёты, сделать более крутой материал и записать ещё альбом, впадает в депрессию. Затем начинаются изменения в составе, группа распадается, или ещё 10 лет готовит новый альбом.

Мне кажется, что есть два основных отличия от наших и западных групп:

1. Завышенные ожидания у отечественных музыкантов и реалистичных ожиданиях у западных.

2. Трудлюбие. Я не знаю почему, но наши музыканты очень нетрудлюбивые. У нас не принято стараться, чтобы сделать хорошую музыку. Нужно развивать мозги, это главный ресурс в 21 веке.

Глава 3. Ради карьеры придётся многим пожертвовать!

Мне в какой-то мере повезло, я родился и вырос в Подмосковном городе Видное с населением в то время около 50 тыс. человек, главное достоинство в том, что он расположен в трёх километрах от Москвы и это давало большое преимущество, так как столица со всеми своими ресурсами находилась совсем рядом.

Преимущество творить в большом городе или рядом с ним заключается в том, что у вас есть шанс найти необходимое вам оборудование, концертные площадки, музыкантов, аудиторию и так далее.

Если ты хочешь стать музыкантом, тебе не нужно жить в деревне. В деревне им нельзя стать, нужно паковать вещи и отправляться в Москву. Там учиться, заниматься, находить какие-то связи, когда появятся успехи, переезжать в Европу. Когда в Европе достиг своего потолка, переезжать в Америку и т. д.

На селе не занимаются музыкой, музыкой занимаются в крупных мегаполисах, где есть студии звукозаписи, продюсерские центры, репетиционные базы, концертные площадки и слушатели.

Вы сидите в своих деревнях, чего вы ждёте? Вы ожидаете, что приедут продюсеры в вашу деревню? Скажут: «Ты роскошно играешь на гитаре, поехали в Москву, одену в шелка». Такого не случится, ни в США, ни в России, ни в любой другой стране мира.

У вас даже в социальных сетях нет приличного канала, как о вас должны узнать? Получается, что у вас ничего нет, кроме того, что вы играете на гитаре, вы сидите, и ждёте, что произойдёт чудо. Чуда не происходит, и вы говорите: «Ну всё понятно, это индустрия у нас такая херовая, музыка никому не нужна, платёжеспособного спроса нет» и т. д.

Если вы хотите заниматься музыкой, быть творцом, автором контента и материала. Вам придётся прожить жизнь музыканта, жизнь творца, жизнь автора контента. Вы думаете, что вас будут любить за то, что вы две песни сочинили с двумя аккордами?

Посмотрите интервью с Ренди из Lamb of good, он рассказывает, что жил в деревне, где свет был только в телефонной будке. Вы думаете, туда кто-то приехал и дал миллион долларов? Сказал: – Давай, выступай в группе?

Iron Maiden, – ребята десяток лет жили в автобусе, ездили со своим аппаратом, выступали. Они, вообще превозмогали и терпели по полной.

Ван Гог был в жизни нищим, что-то продал, но по итогу был нищим. Всю жизнь занимался творчеством, создавал свой материал, надеялся, что когда-то его поймут. К сожалению, поняли после его смерти.

Вот это жизнь артиста, и исполнителя. Адский труд! Когда вы смотрите, какие-то фильмы, пусть даже документальные, понятно, что там этап страданий и мучений опущен, а дальше сделан акцент на том, как всё закрутилось, завертелось и пошло.

Не забывайте, что этап страданий и мучений у всех артистов занимает около 10 лет. Пример был приведён выше с группой Trivium, ребята тяжело работали, кто-то вообще живёт как нищий и занимается по 12 часов в день на инструменте. Это только так работает.

Нельзя сидеть в деревне и стать известным, высоко оплаченным и популярным музыкантом. Надо взять свой чемодан, сложить свой скарб, гитару на плечо повесить, купить билет на поезд, сесть на него и поехать в крупный город.

Не получается сразу в Москву, езжайте в областной центр. Под лежащий камень вода не потечёт. В музыкальной индустрии, это особенно так. Без адского неоплаченного труда ничего не произойдёт.

Можно долго сравнивать Америку и Россию, что в Америке есть индустрия, деньги. Но в Москве тоже есть индустрия и деньги. Дело в том, что мы часто ленимся, сидим дома, или в интернете комментарии пишем. Вот и всё в чём дело.

Слова эти подтверждаются реальными делами, ведь есть же русские музыканты, которые научились играть, уехали на Запад и там работают. Возьмите, например, сейчас популярную русскую группу Slaughter to prevail. Коллектив подписан на независимый американский лейбл Sumerian Records и катается в туры по Европе, США и странам Азии.

Надеюсь, что после этого не останется вопросов, по поводу денег, индустрии, платёжеспособного спроса и т. д. Ребята, всё можно! Сегодня вам не нужны: лейбл, букинг-агентство, студия звукозаписи. Вам нужно сочинить ваши хиты и выложить их в интернет. Это всё, что нужно сделать. Но мой коллектив даже этого не смог сделать, в отличии от Александра Шиколая из Slaughter to prevail, который выкладывал свои видео с вокалом в социальные сети, или того же Александра Романовского из Б. А. У.

Если вы хотите быть музыкантом, придётся чем-то пожертвовать. Поймите одну простую истину – вам никто ничего не должен! Вам никто ничего не даст. Если вы хотите стать артистом, нужно землю жрать, грызть камни. Придётся пожертвовать комфортной высокооплачиваемой работой, как это сделал Александр Романовский, он рассказывал об этом в своих социальных сетях, тем что не сможете купить машину, сделать ремонт. Придётся жертвовать, если вы хотите этим заниматься, а не поиграть в музыканта.

Нужно вкалывать и от много отказаться. Заниматься по 10 часов в день музыкой, только тогда что-то будет. Я же со своей группой просто хорошо проводил время, пару раз в неделю все приходили на репетицию, играли одни и те же вещи и расходились. Причём играли криво, не улучая исполнительского мастерства. Мы хотели, как-то проскочить без особого труда.

Мы не думали о том, что от много придётся отказаться. Но, только так можно куда-то продвинуться. Но я не хотел бросать свою работу и общественную деятельность, у барабанщика была семья и так же хорошая работа и так далее.

Если ты хочешь заниматься музыкой, не нужно ждать, когда в твою деревню приедет продюсер и сделает тебя звездой. Надо собирать собираться с силами и ехать в то место, где продюсеры водятся, искать их и продавать им своё творчество, а творчество у вас уже должно быть и хоть как-то записано.

Глава 4. Как раскрутить группу и сколько это стоит?

На этот вопрос я могу ответить лишь опосредованно, как политтехнолог, который занимался продвижением своей политической партии в интернете и самого себя в качестве общественного деятеля.

Можно мне верить или нет, ваше дело. Скажу только, что я получил второе высшее образование по специальности Государственное и муниципальное управление в Государственном институте управления (ГУУ). Защищал я свой диплом по теме – Современные избирательные технологии.

Так же я дважды на сегодняшний день избирался депутатом в разных муниципалитетах. Поэтому кое-что о раскрутке в общем и целом могу вам рассказать. Оговорюсь только, что я занимался раскруткой своего личного бренда, но не своей группы.

Сегодня любое продвижение, причём не важно чего, делается исключительно инструментами цифрового маркетинга, эти инструменты доступны каждому.

Для того, чтобы продвинуть какой-либо продукт, в нашем случае музыкальный коллектив, нужно следующее: альбом в хорошем качестве, пару клипов, несколько фотосессий. Качество материала влияет на то, сколько это будет стоить. Если ваш материал хороший и актуальный, у вас всё будет идти дешевле и лучше, чем если ваш материал шлак.

Раскрутка, продвижение, популяризация, какой угодно группы заключается в максимально большом подборе подписчиков на социальные сети музыкального коллектива.

Самое важное – набрать максимальное число подписчиков. Почему так просто? Потому что, начинающая группа, не станет на столько популярной, что нужно будет клеить афиши выступлением в городе и люди будут приходить на концерты.

В свою бытность, чтобы собрать людей на концерт и отбить аренду клуба «Plan-B», я собрал небольшое количество малоизвестных на тот момент коллективов и договорился чтобы они распространили билеты среди своих слушателей.

Группы также дали объявления с информацией о концерте в своих социальных сетях. Кроме того, договорился с продавцами металлической атрибутики и компакт дисков о том, что у них в павильонах и магазинах будут висеть афиши с предстоящим концертом. Отдал им пару десятков билетов на реализацию. Таким образом я использовал чужие ресурсы для продвижения своей группы, так как своих не имел.

Нужно создавать свои аккаунты в социальных сетях, они будут известны на начальном этапе в определённой прослойке слушателей, с ними нужно установить контакт, чтобы после того, как они стали вашими фанатами, вы могли доносить до них свои новые сообщения, а конкретнее – продавать. Продавать: билеты на концерты, мерч, аудиозаписи и т. д. Когда вы набрали подписчиков, дальше с ними взаимодействуете условно бесплатно.

Представим, что вы заказали за 15 тыс. руб. публикацию в каком-то журнале. Вышла публикация, пять тыс. человек её прочитало, что дальше? Где вы их будете искать? Как вы им сообщите о том, что у вас какая-то активность?

Итак, продвижение – это набор подписчиков. Как их набрать? Во всех социальных сетях есть реклама, таргетинг и т.д., Любая большая площадка подключена к той, или иной рекламной сети. Эта реклама позволяет найти вашего целевого слушателя и до него донести сообщение что вы существуете. Предложите ему ознакомиться с вашим творчеством, а если ему понравится, то подписаться на вас. Именно так я познакомился с творчеством Александра Романовского и группы Б. А. У., об этом я писал во вступлении к книге.

Нужно понимать метрики, сколько стоит подписчик, сколько денег тратиться в день, в неделю и месяц и т. д. Метрики сильно будут зависеть от стиля вашей музыки и её качества, на сколько людям она понравится.

Примерные цифры. Если мы говорим про подписчиков в любой социальной сети, то сегодня это от 10 до 100 руб. за одного человека, соответственно вы можете подсчитать, что тысяча подписчиков вам будет стоить от 10 000 до 100 000 рублей. Это примерные рамки. Когда новые группы запускаются с плохим материалом у них часто бывает по сто рублей за подписчика, это говорит о том, что-либо катастрофически неправильно настроена реклама, либо что материал – шлак.

Тут сошлюсь на мнение Алексея Романовского, который в 2020 году на публичной странице «Звук в руках» говорил о том, что, например, в ВК нужно примерно 30 тыс. подписчиков. Если у вас есть 30 тыс. подписчиков, не боты, а живые люди, то о вас уже кто-то знает. Вы сможете собрать не плохой концерт в Москве, от 500 человек.

Чтобы обрести небольшую известность, говорит Алексей, при условии того, что музыка у вас хорошая, это где-то в районе от 300 до 500 тыс. рублей. Этой суммы при грамотном управлении будет достаточно для того, чтобы получить хоть какую-то узнаваемость, соответственно, чем хуже материал, тем выше эта сумма будет. Сумма была озвучена в ценах 2020 года.

Если ваш материал говно, то для того, чтобы о вас хоть кто-то узнал, придётся потратить 2 – 3 мил. руб.

Это расходы на рекламу, без записи, без клипа. Это деньги, которые вы заплатите рекламным площадкам, без учёта работы менеджера. Менеджера вам придётся нанять, даже если вы сами знаете, как делать, потому что потратить эффективно за несколько месяцев 500 тыс. руб. на рекламу музыкальной группы, сложная задача. Это, при условии того, что у вас готов альбом, клипы и хороший материал.

Глава 5. Выступления на разогреве, оно вам надо?

Когда я начинал играть в группе интернет только начал развиваться и для многих музыкантов единственной возможностью показать своё творчество людям, было выступление на концерте, чем мы активно занимались, написав пять песен. На концерт неизвестной группы никто не ходил, а моя группа была как раз такая. Мы объединялись с более популярными командами, выступали на разогреве, делали совместные концерты. Таким образом публика могла узнать о новом исполнителе.

Сегодня дела изменились, сейчас закрываются газеты, потому что имеется возможность получать информацию из интернета.

Что такое разогрев в России? – организатор концерта, или приближенное к нему лицо понимает, что выступление хедлайнера полтора часа, соответственно, люди, которые придут на эти полтора часа не успеют опустошить спиртные напитки в баре, поэтому концерт должен длиться дольше. Какой есть вариант? Поставить группу на разогрев. По их мнению, в России живут одни дурачки, и за то, чтобы потусоваться красиво, группе предлагается заплатить за то, чтобы выступить перед хедлайнером. Это схема рассчитана на молодые коллективы, которые хотят заявить о себе.

Выгода организатора от разогрева заключается в том, что он заработает больше денег, так как в клубе дольше будут находиться люди, будут тратить свои деньги в баре. Стоимость выступления группы на разогреве организатору ничего не стоит. Для группы, которая будет выступать на разогреве ничего специально не будет привезено по райдеру, она будет выступать на том аппарате, что есть в клубе, Он всегда входит в стоимость аренды клуба, как и звукорежиссёр, для организатора бесплатно.

В итоге, организатор получает больше прибыли, не платит группе и не несёт никаких расходов. Он ещё предлагает заплатить разогревающей группе за выступление. Мотивирует тем, что вы станете известными. Я объясню вам, почему эта схема для начинающего коллектива не рабочая.

В Москве выступить перед приличным исполнителем на разогреве начинается от 1 000 долларов. Концерт будет на 2 тыс. человек. Это уровень среднего западного коллектива.

Если вы хотите выступить на разогреве в клубе на 5 – 7 тыс. человек, вам придётся заплатить за концерт от 2 до 3 тыс. долларов. Не маленькие деньги, за которые вы можете сделать запись, снять клип, купить инструмент, выпустить мерч, порекламить своё творчество.

Всегда находятся странные люди, которые верят, что станут знаменитыми, если разогреют какую-либо группу. Отдают организатору деньги и выступают. Деньги идут в карман организатору. Можно сказать, что деньги пойдут на рекламу мероприятия, а кого это должно волновать? Особенно это не должно трогать группу разогрева.

Хедлайнеры обычно даже не знают кто перед ними выступает и по какой причине. Им могут сказать, что это у нас очень популярная группа, или они выиграли в конкурсе, понятно, что им наплевать кто перед ними будет выступать и почему.

Польза от такого платного разогрева конечно есть, но на мой взгляд не большая. Можно снять классное видео, где присутствует большое количество народа в большом зале и всё.

Видео и фотки в большом зале. Кого вы собираетесь этим удивлять? На видео ваше выступление будет выглядеть плохо, зал будет пассивно относиться к выступлению. Будет видно, что люди просто стоят и тухнут от скуки, красивого видео не получится.

Станните ли вы популярны после того, как вы выступите на разогреве? Точно нет. В России люди плохо относятся к разогревам, стараются приходить попозже, а если попали на разогрев, то стоят с кислыми рожами, отпускают едкие комментарии из зала.

После выступления группы на разогреве ничего не происходит. Не становится больше скачиваний музыки, больше подписчиков в социальных сетях не станет. Вы отдаёте 150 тыс. рублей, выступаете на большой сцене, возможно вам в гримёрке удастся взять автограф у ваших кумиров, на разогреве которых вы выступаете, сфоткаться с ними и потом написать, что выступали на разогреве у какой-то группы. Да всем на это пофиг. Если вы деньги, отданные за разогрев, заплатите за интернет рекламу, получите большие пользы, привлечёте новых слушателей и их внимание к вашему творчеству.

В Европе и США, разогревы работает по-другому, это не такой топорный разогрев как у нас. Обычно это артисты одного лейбла. Лейбл договаривается с организатором тура. Суть в том, что это не случайные люди, они находятся под руководством одного директора. Есть более сильный артист и более слабый, там происходит междусобойчик, кто-то даёт деньги на организацию тура. Деньги нужно выделить сначала, потому что нужно арендовать автобус, отели, заказать питание и т. д. Потом эти деньги отбиваются, и что-то зарабатывается сверху.

Если начинающая группа перспективная, с точки зрения руководства, она цепляется к популярной, таким образом эти группы вместе едут в тур, в котором все зарабатывают, окучивают свою аудиторию, на транспортных расходах и аренде деньги экономятся. В данном случае все выигрывают.

Начинающая группа едет по низкой цене, тот, кто бронирует всё, экономит на площадках и транспорте и т. д. Группа менее опытная не даёт один разогревочный концерт, она проезжает большой тур 20 – 40 концертов. Это имеет смысл с точки продвижения, 40 концертов, это не один концерт в Москве. Тур даёт рекламный эффект и позиционируется иначе, не то, что выступает крутая группа и на разогреве кто-то, а едет артист и с ним новый артист, приходите послушайте. Культура иная и люди обращают внимание на группу, которая выступает на разогреве, покупают их мерч, если им это понравилось. Это имеет смысл в таком формате, когда ты едешь в полноценный тур, сэкономишь бабки своего агентства, лейбла и т. д.

Бывают ситуации, когда группы под разным руководством и разными лейблами. В таком случае они просто платят организаторам за участие в туре, от 200 до 700 евро за концерт. Это расходы, на то, что они участвуют во всей этой затее, у них есть транспорт, клуб, гримёрка, им дают время, выделяют место для продажи мерча и т. д.

Имеет смысл поехать совместно в тур с какой-то именитой группой в Европу, дать 20 – 30 концертов, при условии, что у вас хотя бы имеется один альбом, клип, мерч и вы делаете хороший продукт. Но надо понимать сколько это стоит. Допустим, если вы впишетесь по 300 евро за концерт, за 10 концертов, это уже 3 000 евро. Это большие деньги, отобьёте их вы продажей мерча? Не факт. Поэтому тут уже надо думать, считать, если хочется поехать в тур в Европу, а это многим хочется, значит нужно съездить и понять, это сработало или не сработало. Надо быть готовым к тому, что вы не вернёте ни копейки из этих денег.

Подводя итог. В России, купив разогрев, это подарить деньги организатору мероприятия, бессмысленно и бесперспективно в плане продвижения, раскрутки.

Если вам нужна галочка, что вы выступали с именитым коллективом – то пожалуйста, участвуйте, в остальном смысла в этом нет.

Если у вас есть какие-то деньги, вкладывайте их в себя, в запись, покупку оборудования, рекламу, съёмку клипов. Это даст вам больше, чем 40 минут позора на сцене перед двумя тысячами человек, которые хотят, чтобы вы поскорее ушли.

Глава 6. Пять советов о занятиях музыкой

Как я писал ранее, как музыкант и артист я не состоялся. Если вы не хотите повторить мой путь, то следует прислушаться к советам и не совершать ошибок, которые делал я.

1. Относитесь к занятию музыкой серьёзно.

На протяжении становления вас как музыканта у вас постоянно будут возникать моменты, когда будете думать о том, что занятие музыкой не серьёзно, и будете рассуждать на тему того, что лучше стоит заняться чем-то другим.

Я вместо музыки занялся другим делом, поэтому результат у меня ноль.

Если у вас есть сомнение по поводу того, стоит-ли вложиться по максимуму в свою группу и добиваться результата? Гоните это сомнение от себя прочь.

Если вы решили стать профессиональным музыкантом – сделайте это! Не сомневайтесь, много работайте и чётко ставьте себе задачи. Задачи ставить сложно, пока ты не поймёте, что нужно сделать. Помните, что в России можно исполнять авторский материал и зарабатывать. Если у вас есть такая цель, не сомневайтесь ни в ней, ни в себе. Идите вперёд без сомнений.

2. Не слушайте интернет гуру.

Когда я играл в группе, интернет был в стадии становления и были популярны интернет форумы, где незнакомые люди общались друг с другом. В большинстве своём ты не знаешь кто эти люди, что они из себя представляют, умеют они что-то или нет, но они тебя засыпают советами.

Сегодня много каких-то людей, которые снимают ролики про то, как надо делать что-то, при этом они из себя ничего не представляют. Что-то по звукорежиссуре советуют, слушаешь их работы – это шлак. Если по поводу занятия музыкой или продвижению, смотришь, человек никто, у него нет слушателей, концертов, как он может на эту тему что-то советовать?

Я был заложником не авторитетных мнений и высказываний, со временем я осознал, что они мне мешали жить.

Поэтому мой совет: – Прислушивайтесь только к советам авторитетных людей, у которых есть доказанный успешный опыт. Если это советы по тому как сочинять песни, то это должны быть советы только от музыкантов, которые сочиняют песни, или от сочинителей песен, композиторов, чьи песни покупают, и они нравятся людям. Если это какой-то нонейм, ну что он может вам посоветовать?

3. Всё придётся делать самому.

Не надо верить в голливудскую картинку о том, как вам в фильмах показывают – ребята собрались и вот такой гениальный барабанщик писал гениальные партии, а гитарист сочинял супер соло и всё это вместе собралось... Так не бывает в жизни практически никогда.

В жизни работает либо один человек и делает всё, либо творческий дуэт. Как правило этот человек, который сочиняет песни, пишет музыку и вокалист. Других сочетаний нет. Придётся всё сделать самому.

Я играл в группе в демократию, приносил материал и просил каждого из музыкантов что-то додумать. В итоге тратилось большое количество времени на предложения, которые были мягко говоря не очень хорошие.

Только тогда, когда я полностью начал готовить материал и давать всем готовые партии, которые они должны были играть, пусть и плохие, музыканты в коллективе играя их немного пытались их изменить, для того, чтобы играть было проще и тогда появлялись интересные идеи.

Я очень много времени буксовал и думал, ну зачем мне придумывать барабаны, ведь в группе есть барабанщик. Зачем мне придумывать басовые партии? Есть же басист, может он что-то хорошее придумает? Так надо делать!

Алексей Романовский из Б. А. У. поступает в точности так, он делает всё сам: сочиняет музыку, текст, записывает всё, сводит и выпускает песню. В крайнем случае, если что-то очень нужно, и он этого не может сделать, например, нужно классное соло на электрогитаре или нужны живые барабаны в треке, идёт к профессиональному сессионному музыканту, который за деньги и в оговорённый срок сделает то, что ты хочешь. Это сильно ускоряет процесс.

4. Перестаньте сочинять музыку, так, как будто её будут слушать музыканты.

Когда я начинал играть в группе, общался с начинающими музыкантами и всё время при сочинении материала, обращал внимание на то что выбирал обычный аккорд и думал о том, что так все умеют, это простая мелодия. Хотел всё время сделать, что-то чтобы всех удивить. Из-за этого отказывался от работающих вещей, которые прекрасно работают на простого слушателя, он на слух не отличает простая гармония у тебя или сложная. Это простому человеку не понятно, ему просто нравится песня или не нравится. Очень часто, песня которая становится хитом, очень проста. Для этого достаточно послушать пару хитов Б. А. У.: Одноклассница Лена и Венский конвертик.

Это простые песни с какой-то одной классной фишкой. В песне всё должно быть стандартно и просто, кроме одной фишки, которая скорее всего является подводящим хуком, или самим хуком. Какая-то перчёная нотка, или изменение ритма, что угодно. Вот что-то одно интересное, а всё остальное максимально простое. Потому что простому слушателю сложная музыка не понятна, тогда это работает.

Песня не должна быть вычурной и крутой для того, чтобы её заценили другие музыканты, нет. Она должна быть такой, чтобы её заценили простые слушатели.

5. Заводите знакомства.

У меня с этим были большие проблемы. Я почти никого не знаю из музыкальной индустрии лично и ни с кем не поддерживаю дружеских отношений, близкого общения. Это плохо. Потому что в шоу бизнесе есть только два способа продвижения, это знакомства и деньги. Двигаться можно по серьёзному только так.

Если про деньги всё понятно, это клипы, записи, продвижение, покупка рекламы и т. д. Деньги нужны, без них продвинуться практически невозможно на сегодняшний день, каким бы талантливым вы не были.

Что касается знакомств, это, хорошие условия: в клубах на концертах, попадание на стриминговые площадки, возможность попасть в авторские плейлисты, что бы известные люди порекомендовали вас своей аудитории. Это достигается за счёт знакомств.

Заводите знакомства, потому что 90% людей, с кем я начинал играть, в музыке их нет, это люди, которые либо всё бросили или просто играют по приколу по выходным, как я сам.

Глава 7. Заблуждения начинающих музыкантов

1. Успешность музыканта.

Среди начинающих музыкантов много споров о том, кто из артистов лучше, у кого более талантливее музыка. Здесь всё просто. Музыканты сочиняют музыку для людей, слушатель голосует за того музыканта, чьё творчество ему нравится, голосует: прослушиванием, посещением концертов, покупки мерча и аудио записей. Эта метрика позволяет оценить успешность музыканта. Нужно понимать, что мы не можем сравнивать артистов разных жанров, потому что разные жанры слушает разное количество людей.

Нельзя сказать, что Мадонна более талантливая и успешная, чем группа Metallica, потому что это артисты разных жанров. Но точно можно сказать, что группа Metallica, успешнее и популярнее группы Ария.

Здесь всё очевидно. Успешность и популярность артиста оценивается количеством его слушателей, которому нравится его творчество. Артиста оценивают по «качеству» его музыки.

2. Не звук делает легендарной песню, а песня делает легендарным звук.

Слушатели, на которых вы и должны ориентироваться в своём творчестве, слушая песню, хотят услышать: красивый вокал, мелодию, эмоциональный текст и достаточно качественную аранжировку. Большое количество исполнителей, добившихся очень выдающихся результатов, у которых посредственная музыка и звучание. В этом нет ничего удивительного, хороший текст, хороший вокал, это самое важное в песне, и конечно мелодия.

Ошибочно думать, что, пытаясь повторить, какой-то звук, вы сможете повторить успех этой записи! Если мы возьмём, чёрный альбом Metallica, который, в своё время совершил революцию в звуке металлических альбомов, проанализировав его успех – поймём, что дело в песнях, которые находятся на альбоме.

Такой же пример можно привести с отечественным коллективом под названием Мастер и его альбомом С петлёй на шее, который был выпущен в 1989 году. Альбом стал легендарным и культовым, не смотря на плохое качество записи материала и отсутствия живых барабанов. Песни с этого альбома исполняются на концертах до сих пор!

Альбом нам нравится не потому что там так здорово по тем временам звучит бочка. Повторив этот звук на своей записи, вы не повторите успех чёрного альбома. Гнаться надо не за звуком, а за материалом!

3. Брендофилия.

Выгодна производителям музыкального оборудования, музыкальным магазинам, торгующим этим оборудованием. Так работает маркетинг. Производителям, закрепившимся на музыкальном рынке выгодно создать вокруг своей продукции ареол успешности, уникальности и максимальной ценности.

Когда вы читаете в описании, что у этой электрогитары, особая атака и вкусно хрустящая середина, а усилитель спроектирован по невероятным разработкам, повторяет звук какого-то альбома, это просто слова никак не доказуемые и не проверяемые.

Часто бывают ситуации, что дорогая электрогитара за 1 000 или 2 000 долларов, может звучать так же, как простая электрогитара за 500 долларов. Тоже самое касается и усилителей, которые сейчас продаются по 2 – 3 тысячи долларов. Как правило, это копии усилителей, которые продаются на вторичном рынке за 1 тыс. долларов, только эти копии выполнены в Китае из более дешёвых комплектующих и имеют меньшую надёжность и худший звук.

У меня собралась коллекция электрогитар в количестве пяти штук. Гитары разных производителей: Washburn, Ibanez, BC Rich. Гитары эти разной ценовой категории, но звучат

они все достаточно хорошо. Просто найдите себе инструмент, на котором вам будет приятно и удобно играть, не гонитесь за мифическим звучанием.

Запомните! Более дорогое оборудование не помогает вам писать более хорошие песни. Вам нужно писать и записывать песни! Если у вас есть оборудование, которого достаточно для этого, пользуйтесь им, не тратьте своё время и деньги на то, чтобы покупать что-то более дорогое. Это всё маркетинг, по поводу того, что чем дороже оборудование, тем оно лучше звучит, эти приборы сильно переоценены.

4. Нужно стать виртуозным исполнителем.

Для того, чтобы записывать и сочинять хорошие и успешные песни, стать успешным артистом, не обязательно быть виртуозным исполнителем.

Мысль о том, что вам нужно поучиться получше петь или играть вам прививают: блогеры, преподаватели, школы, с помощью рекламы. Они пытаются сделать вас своим клиентом, продать свои услуги, убеждая в том, что для того, чтобы стать успешным, вам не хватает исполнительских навыков.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.