**Как раскрутить артиста и какова роль продюсера**

В сети практически отсутствует правильная, открытая и справедливая информация о том как, и главное, сколько стоит раскрутить молодого артиста. В самом начале хотелось бы разделить понятие «молодой артист/группа».

В музыкальной индустрии существуют по - большому счету два типа артистов: профессиональные, для которых сцена является делом всей жизни, и участников «искусственных» проектов, созданных продюсерами, мягко говоря, на пустом месте.

Профессиональные артисты (и тому красочный пример — классические академические музыканты), начиная с самого юного возраста, много и тяжело занимаются, работают над повышением своего профессионального уровня, постоянно выступают — сначала перед своими педагогами и педагогами одноклассников, позже однокурсников, а уж затем и перед большой публикой. Все это готовит настоящих музыкантов к большой и тяжелой сценической жизни. И поверьте, — пройдут десятилетия, прежде чем музыканта, можно будет назвать артистом большой сцены. По-настоящему талантливые музыканты понимают и воспринимают как аксиому — то, что даровано свыше, требует постоянной огранки, работы над собой. Это и называется Искусством с большой буквы.

Что же касается второго направления, условно назовем это «шоу-бизнес», то здесь практически все очевидно: деньги + «артист» = деньги. Неприятно и нелепо то, что деньги на первом месте. То есть, большинство подобного рода артистов и их продюсеров думают, в первую очередь, о быстрых доходах и скорой узнаваемости, нежели об уровне профессионального мастерства. Причем, последовательность «деньги + артист» очень редко дает прибыль, чаще — только известность. Но, это ни в коем случае не говорит о том, что ОН звезда и настоящий артист в высоком смысле этих понятий.

Большая ложь самооценки

Подавляющее большинство начинающих артистов в «шоу-бизнесе» представления не имеют о том, что им нельзя заниматься музыкой, петь и тем - более выходить на сцену, демонстрировать себя. Однако, они упорно записывают песни — демо, тратят на это чаще всего свои последние деньги, теряют время на то, чтобы показать разным продюсерам свои записи. И ведут себя так, как будто их собственная оценка своего творчества, полученная не без поддержки родных и друзей, является истиной в последней инстанции. Совет таким «самородкам»: если вы не можете не петь и не создавать на «своем уровне» музыкальные произведения, то не делайте это приоритетом своей жизни! Вполне может оказаться так, что все ваши усилия было никчемным, бездарным, бесперспективным занятием. Занимайтесь параллельно чем-то еще, что поможет вам спокойно существовать. И тогда только время покажет — созданы вы для сцены или нет.

Мифы о продюсировании

Любой артист/музыкант это творческая единица. И ему необходимы единомышленники-администраторы. От четкости и грамотности действий артиста и его администратора зависит многое. Первый звонок продюсеру — это самый важный шаг, но и у него есть альтернатива. Альтернативным методом общения надо воспользоваться в первую очередь: на сайте компании или продюсера всегда есть e-mail, на который артист может выслать MP3, фотографию и биографию. Если есть собственная Интернет-страничка — то разумно направить краткую просьбу познакомиться с творчеством, сопроводив ее ссылкой на свой сайт. Если же Вы решили позвонить, то должны понимать, что продюсер это не секретарь компании и не горячая линия МЧС. В его обязанности не входит выслушивать в течение длительного времени рассказы о вашей гениальности и оригинальности. Хотя, признайтесь себе — ведь именно за такой оценкой вы и звоните продюсеру. Вы сразу же хотите услышать восторженные слова и приглашения к выгоднейшему сотрудничеству. Это ли не наивность?

Научитесь правильно вести беседу с продюсером. Узнайте максимум полезной информации о нем и сумейте лаконично заинтересовать его собой. Поставьте себе лимит в 15 секунд для выражения своих мыслей и научитесь правильно и уверенно их излагать. Первый вопрос, например, не может звучать так: Вы продюсер? Или — а что вы продюсируете? Или — вы продюсируете рок-музыку? Любой уважающий себя и работу артиста музыкальный продюсер может и хочет заниматься профессиональными артистами. Не бывает плохих жанров, бывают плохие музыканты. Вопрос-просьба «продиктуйте свой e-mail» звучит так же нелепо, как и незнание сайта и названия компании, в которую вы звоните.

Фабрика звезд, Новая Волна, Народный Артист

Подобные проекты это своего рода инструмент сообщества «семейных» продюсеров и владельцев телеканалов. Все это бизнес-проекты, которые являются частью большого телевизионно-концертного бизнеса. Крайне редко в таких проектах появляются (и это скорее случайность) действительно талантливые артисты. Эти артисты с первого эфира не принадлежат себе и очень долгое время отрабатывают амбиции тех, кто их выбрал. Причем, если б процент талантливых артистов на этих проектах был в четыре раза выше, то я был бы только рад. Но это подпадает в прямую зависимость от профессионализма и образования продюсеров, которые отбирают участников. Ведь ничто не мешает находить по той же схеме и с теми же контрактами участников с хорошими данными? Но увы. А все рассуждения о том, будто показывают только ТО, что интересно и дает рейтинг — так же пусты, как и разговоры о форматах телеканалов и радиостанций.

Творчество Гвен Стефани невозможно определить под формат, однако ее песни крутят радиостанции. А если б в прайм-тайм показывали пианистов или скрипачей, и ежедневно кормили нас дневниками с фабрики пианистов, а в конце недели транслировали большой отчетный концерт, то эти люди также становились бы известными. И уровень культуры вырос бы.

Сколько нужно денег, чтобы заработать деньги?

Ни для кого не секрет — чтобы донести до аудитории свое искусство, артисту необходимо много работать, а продюсеру грамотно вкладывать деньги, чаще всего, не свои. Продюсер НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ИНВЕСТОРОМ. Продюсер в понимании российской действительности это человек, который руководит процессом продвижения продукта на рынок музыкальной индустрии. И чем правильнее он развивает и позиционирует продукт, тем выше вероятность того, что артист найдет своего слушателя.

Артист обязан четко следовать рекомендациям продюсера. Артист занимается только музыкой и сам может определять только творческо-музыкальную часть своего развития. Что же касается цифр, то все достаточно банально и очевидно: расходы на первый хит - сингл, состоящие из стоимости сайта, стоимости съемок клипа, его ротации на ТВ, минимальной рекламы в прессе и сети интернет — минимум 200.000 евро. Для того, чтобы занять первую из 5 ступеней в шоу-бизнесе, придется донести до аудитории 4-5 хит - синглов. Но, после пятого хит - сингла начнутся платные концерты, доходы от которых теоретически могут покрывать расходы по дальнейшему развитию. То есть, с момента окончания ротации, в лучшем случае, 5-го хит - сингла сторонние инвестиции можно прекращать.

Ваши инвесторы — вокруг вас

Инвесторами и спонсорами в проект чаще всего становятся родители, мужья или, как ни странно, близкие друзья. Не удивляйтесь! Бывало и такое: в нашу компанию обращались банкиры и просили помочь с консультациями. И первой, в телефонном общении, была фраза: «Я бизнесмен, банкир, хочу помочь своему другу детства, который уже готов к большой сцене. Не могли бы вы посодействовать?». Продюсер сам может найти инвестора, но в этом случае контракт будет тяжелым. И только потому, что инвестор не заинтересован в проекте. Правда, мало кто из продюсеров, рискующих пойти на такой шаг, признается инвестору, что вернуть вложенные средства практически нереально и, уж точно, прибыль проект начнет приносить не раньше, чем через 5-7 лет. И это в лучшем случае, при правильной честной работе. Часто сами артисты вкладывают в себя, если параллельно много работали в бизнесе и заработали на то, чтобы стать артистом сцены.

Не бывает великих продюсеров без великих артистов

Итак, продюсер — не спонсор. Продюсер — это помощник артиста в организации музыкально-коммерческой деятельности. Даже мировая практика доказывает, что не продюсер делает артиста. Великими продюсеров делают великие артисты. Роль авторов песен также не последняя. Кристина Агилера упорством, усидчивостью и большой работой доказала, что если ты родился артистом, то ты им станешь — конечно, не без помощи продюсера, педагогов по вокалу и сценическому мастерству, авторов.

Земфира появилась и продолжает существовать только за счет своего таланта, неординарности и философии. Многочисленные продюсеры, появлявшиеся на ее пути в начале карьеры — это люди, которые ПОМОГЛИ донести ее творчество до масс. За это им огромное спасибо. Но не они наградили ее таким талантом. Продюсер может заниматься и тем, что находить инвестиции в артиста, но это не прямая обязанность.

По желанию, продюсер может вкладывать и свои средства, но это в том случае, если он, по своему субъективному усмотрению, видит в артисте 100-процентный потенциал и желание артиста в первую очередь стать профессионалом, а не быстро ворваться в гламурную «тусовку». Нельзя не брать во внимание и не надо забывать, что умения, знания, опыт и время продюсера это тоже капитал и инвестиции, которые он вкладывает в артиста.

Делайте выводы, а не глупости

Резюмируя, хотелось бы сказать следующее: инвестиции в артиста, конечно, необходимы, но не в талант и работоспособность, а для того, чтобы донести до как можно большей аудитории Творчество, которым живет артист. И еще одна закономерность: чем меньше об артисте пишет «желтая пресса» и проплаченные журналисты, тем выше его профессиональный уровень. Если артист живет именно Искусством и показывает только высокий уровень мастерства, то его персона все меньше интересует журналистов, потому как уровень подготовки последних критично низок. Поверьте, звезд в журналистике еще меньше, чем в музыке.