

*Моей дорогой Шейне и нашим мальчикам Дэнни,  
Дэвиду, Джошу и Джордану*

# **Все о музыкальном бизнесе**

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Donald S. Passman

# **All you need to know about the music business**

**FREE PRESS**

*New York London Toronto Sydney*

Купить книгу на сайте [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>

Дональд Пассман

# **Все о музыкальном бизнесе**

Перевод с английского



Москва  
2009

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

УДК 658.5+347.78  
ББК 65.498.53+67.404.3  
П19

Переводчик А. Орлов  
Выпускающий редактор О. Нижельская  
Редактор В. Григорьева

**Пассман Д.**

П19 Все о музыкальном бизнесе / Дональд Пассман ; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. — 420 с.

ISBN 978-5-9614-0906-2

В книге «Все о музыкальном бизнесе» один из самых влиятельных в этой сфере экспертов рассказывает о способах выживания в условиях наиболее захватывающего бизнеса в мире. Автор рассматривает все возможные проблемы, связанные с организацией концертной деятельности и студийной звукозаписи, с трансляцией музыки в телепрограммах, на радио, через Интернет, с использованием мелодий в кино и мобильной связи. Даются исчерпывающие сведения о современных тенденциях в развитии авторского права в этой сфере, а также рассматриваются конкретные вопросы по ведению переговоров, составлению контрактов и расчетам гонораров.

Без этой книги, которую называют «библией музыкального дела», не смогут обойтись не только профессиональные музыканты, но и специализирующиеся на вопросах шоу-бизнеса юристы, продюсеры, агенты, промоутеры, издатели, менеджеры, администраторы звукозаписывающих компаний — все, кто начинает или давно работает в музыкальной индустрии.

УДК 658.5+347.78  
ББК 65.498.53+67.404.3

*Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельца авторских прав.*

ISBN 978-5-9614-0906-2 (рус.)  
ISBN-13 978-0-7432-9318-1 (англ.)  
ISBN-10 0-7432-9318-5 (англ.)

© Donald S. Passman, 1991, 1994, 1997, 2000, 2003, 2006  
Впервые опубликовано в США  
© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Бизнес Букс», 2009

**Купить книгу на сайте [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>**

# СОДЕРЖАНИЕ

<i>Предисловие к русскому изданию .....</i>	13
<i>Знаете ли вы, что.....</i>	15

## ЭТО ВАЖНО

<i>Благодарности .....</i>	17
<i>Предисловие к шестому изданию.....</i>	19

<b>1. Первые шаги .....</b>	21
Откройте рот и скажите «а-а-а» .....	21
Как я начинал .....	21
«Мозговая» хирургия.....	23
Карта джунглей .....	24
Детали .....	24
Первые результаты.....	25
С этой книгой можно обращаться как угодно.....	25
Твое приключение.....	25

## ЧАСТЬ I

### Ваша команда

<b>2. Собираем команду .....</b>	31
Философия бизнеса.....	31
Нанимаем команду.....	32
Замена члена команды .....	42
Разговор на вечеринке .....	44
<b>3. Личные менеджеры .....</b>	45
Роль.....	45
Коммиссионное вознаграждение.....	46
Ведем переговоры с менеджером.....	46
Выбрать правильного менеджера.....	55
<b>4. Коммерческие директора.....</b>	58
Роль.....	58
Как найти коммерческого директора.....	59
Контрольные вопросы для коммерческого директора.....	59

Гонорар .....	62
Ваша часть работы .....	63
5. <i>Юристы</i> .....	64
Поиск юриста .....	64
Гонорары .....	66
Конфликт интересов .....	66
Список вопросов для юриста .....	68
6. <i>Агенты</i> .....	70
Роль .....	70
Содержание контракта .....	71
Подбираем агента .....	74

## ЧАСТЬ II

### Контракты на звукозапись

7. <i>Бизнес звукозаписи</i> .....	77
Структура индустрии .....	77
Что такое запись .....	80
Образцы (мастер-записи) .....	81
Расчет гонорара .....	82
Старый метод расчета гонорара .....	86
8. <i>Авансы и возмещение</i> .....	91
Авансы: основное понятие .....	91
Взаимное обеспечение .....	93
9. <i>Реальные цифры</i> .....	96
Обзор .....	96
Гонорар .....	98
Авансы .....	101
Совместные предприятия для карьеры .....	104
Посмотрите, как много вы уже знаете .....	105
10. <i>Еще о сделках</i> .....	107
Количество продукта .....	107
Как долго? .....	111
Мегасделки .....	113
Требования к выпуску альбомов .....	115
Ограничение на композицию .....	117
Лучшие хиты .....	117
«Живые» альбомы .....	118
Гарантированный выпуск .....	119
«День независимости» .....	120

<b>11. Контракты с продюсерами и звукорежиссерами .....</b>	<b>124</b>
Кто такой продюсер? .....	124
Гонорар .....	125
Авансы .....	128
Кто нанимает продюсера? .....	129
Внимание: главный пункт .....	130
Звукорежиссер .....	134
<b>12. Современные контракты на звукозапись .....</b>	<b>135</b>
Условия контракта на демозапись .....	135
Исключительное право .....	139
Видео .....	144
Независимое продвижение .....	147
Права на сбыт .....	148
Поддержка туров .....	149
Территория .....	151
Расходы союза на одну запись .....	152
Работа по созданию обложки альбома .....	153
Творческий, маркетинговый и другие виды контроля .....	153
Ограничение резервов .....	154
Компания Soundscan .....	154
Расходы на упаковку .....	155
Отчеты .....	155
<b>13. Расчет гонорара в современных условиях .....</b>	<b>157</b>
Каналы дистрибьюции .....	157
Гонорар на продажи в США .....	159
Гонорар за рубежом .....	159
R.O.W. ....	160
Новые технологии, электронные передачи и другой ночной грохот .....	161
Лицензирование мастер-записей .....	165
Компиляции .....	166
Совместные записи .....	167
Альбомы лучших хитов .....	168
Нестандартные альбомы .....	170
Коробочные комплекты .....	171
Телевизионная реклама .....	171
DVD-диски и другие средства для просмотра домашнего видео .....	172
Записи по средней цене .....	174
Бюджетные записи .....	174
Начинающие и развивающиеся артисты .....	175
Клубы меломанов .....	176
Списания, возвраты, остатки и прочее .....	177
Видеоигры .....	178

Деньги по законодательству, за электронные записи и использование в Интернете .....	178
Публичное исполнение мастер-записей за рубежом .....	179
<b>14. Заключение особых сделок .....</b>	<b>180</b>
Соглашения с независимыми производителями .....	182
Совместные предприятия .....	189
Контракты на производство и дистрибьюцию .....	193
Контракты перенаправления .....	194

### ЧАСТЬ III

#### Композиция и издание музыки

<b>15. Основы авторского права .....</b>	<b>199</b>
Основные понятия .....	199
Что это за права? .....	200
Исключения из монополии авторских прав .....	201
Обязательная механическая лицензия .....	202
<b>16. Издательские компании и основные источники дохода .....</b>	<b>207</b>
Издательское дело .....	207
Источники дохода .....	211
Механический гонорар .....	211
Положения о контролируемых композициях .....	214
Максимальная ставка за песню .....	215
Максимальная ставка за альбом .....	218
Гонорар за публичное исполнение .....	223
<b>17. Другие доходы от издательской деятельности .....</b>	<b>227</b>
Нотные издания .....	227
Лицензии на синхронизацию и транскрипцию .....	229
Электронная передача данных — цифровые скачивания, рингтоны, распространение в Интернете, подписка и подкастинг .....	232
Издательство за границей .....	235
Деньги по акту о звукозаписях .....	241
Несколько советов .....	243
Как создать издательскую компанию .....	243
<b>18. Контракты композиторов .....</b>	<b>246</b>
Гонорар композитора .....	246
Типовой контракт .....	246
Доходы от исполнения .....	248
Гонорар за нотные издания .....	248
Деньги по <i>dart</i> и за вещание в Интернете .....	250
Авансы .....	250



Долгосрочный контракт с композитором .....	251
Сотрудничество (двух или более авторов песен) .....	259
Творческий контроль .....	263
Возврат авторских прав .....	264
<b>19. Контракты на соиздательство и администрирование .....</b>	<b>267</b>
Контракты на соиздательство .....	268
Контракт на администрирование .....	273
Посмотрите, как много вы знаете .....	276
<b>20. Современные определения авторского права .....</b>	<b>278</b>
Кому принадлежит авторское право .....	278
Работа по найму .....	280
Срок действия авторского права .....	282
Право на восстановление .....	283
Цифровая передача и цифровая поставка мастер-записей, распространение в Интернете .....	284
Доктрина первой продажи .....	289
<b>21. Новое в авторском праве .....</b>	<b>291</b>
Я дал вам двадцать, детка .....	291
Восстановление права .....	293
Права на продление .....	294
Цифровые сэмплы .....	296
Авторские права на звукозапись .....	298
Уведомление об авторском праве .....	300
Регистрация и депозит .....	300
Что вы получаете, когда кто-то крадет ваши авторские права .....	302

#### ЧАСТЬ IV Работа в группе

<b>22. Группы .....</b>	<b>307</b>
Положения о группах в контрактах на запись песен .....	307
Вопрос на засыпку .....	309
Отношения между участниками .....	310
Что скрыто в названии? .....	317

#### ЧАСТЬ V Концертная деятельность

<b>23. Выступления и гастроли .....</b>	<b>327</b>
Роль членов команды .....	327

Маркетинг .....	331
Контракты на концерты.....	331
Начинающие артисты.....	332
Артисты среднего уровня .....	334
Туры суперзвезд.....	334
Гонорар площадки.....	338
Приложения к контракту.....	338
Я возьму все.....	340
Наполняем ваши карманы большим количеством золота .....	341

## ЧАСТЬ VI

### Мерчандайзинг

<b>24. Концертный мерчандайзинг .....</b>	<b>347</b>
Мерчандайзеры .....	347
Гонорар .....	348
Гонорар площадки.....	349
Авансы.....	350
Срок действия контракта .....	351
Возмещение аванса.....	351
Минимальная аудитория.....	352
Эксклюзивность.....	354
Творческий контроль .....	354
Реализация непроданных товаров .....	355
Незаконные производители.....	356
<b>25. Розничный мерчандайзинг .....</b>	<b>357</b>
Гонорар .....	357
Особые положения контракта.....	358
Предупреждение.....	359

## ЧАСТЬ VII

### Классическая музыка

<b>26. Классическая музыка .....</b>	<b>363</b>
Условия контракта и продукт .....	363
Гонорар .....	364
Авансы .....	364
Механический гонорар .....	365
Условия маркетинга .....	365

## ЧАСТЬ VIII

### Музыка к кинофильмам

<b>27. Общий обзор .....</b>	<b>369</b>
Введение .....	369

Одна песня — восемь контрактов.....	369
Права.....	370
<b>28. Контракт с исполнителем .....</b>	<b>372</b>
Общий обзор.....	372
Исполнение музыки в фильме.....	372
Права на фонографическую запись.....	374
<b>29. Контракты с авторами песен .....</b>	<b>381</b>
Терминология.....	381
Положения контрактов .....	381
<b>30. Контракт с композитором .....</b>	<b>385</b>
Содержание контракта.....	385
Пакетные договоры.....	391
Креативное финансирование.....	394
Композиторы на телевидении.....	395
Музыка для видеоигр .....	397
<b>31. Лицензирование старых записей и песен к кинофильмам .....</b>	<b>399</b>
Лицензирование мастер-записи .....	399
Лицензирование старых музыкальных композиций для кинофильмов .....	402
Тест на знание темы «Музыка к фильмам» .....	402
<b>32. Музыкальные супервайзеры .....</b>	<b>404</b>
Роль.....	404
Оплата и гонорары .....	405
Музыкальные супервайзеры на телевидении .....	405
<b>33. Контракт на альбом саундтреков.....</b>	<b>407</b>
Альбомы с музыкальным сопровождением .....	407
Альбомы с песнями .....	408
Покрытие расходов.....	408
Нефинансовые вопросы.....	409
<b>Заключение .....</b>	<b>412</b>
<b>Предметный указатель .....</b>	<b>413</b>



## Предисловие к русскому изданию



Лучшим эпитафием к эпохальному труду Дональда Пассмана может стать вольное изложение одного из эпизодов книги (позволю взять на себя смелость): известный юрист был крайне разгневан тем, что консультации, за которые он брал тысячи долларов, перестали быть нужными — ведь теперь обо всём можно прочесть в одной книге, которая стоит совсем недорого. Однако не следует воспринимать мое утверждение как призыв немедленно купить книгу и отказаться от услуг юристов. Если дочитать ее хотя бы до середины, становится ясно: музыкальный бизнес слишком запутан и непросто, чтобы усложнять его еще больше. Самый главный

вывод, который заинтересованный читатель сможет сделать по прочтении книги г-на Пассмана, — это то, что видимые сложности в музыкальном бизнесе на самом деле максимально просты, а вот цель, кажущаяся простой и понятной, вполне может оказаться недостижимой, и никакие материальные средства, связи и влияние не помогут. Главное в этой ситуации — отличить одно от другого, и именно для этого я и рекомендую внимательно изучить эту книгу не только с точки зрения содержания, но и с точки зрения формы изложения.

Хитер мистер Пассман, ах, как хитер! Понимает, что для достижения успеха в шоу-бизнесе самое главное — точное знание потребностей и особенностей целевой аудитории. Скажите, положив руку на сердце, верите ли вы в то, что вице-президент, скажем, Warner Music станет детально вчитываться даже в самую интересную книгу (если только это не Библия, да и то...)? Так, пролистает быстренько, чтобы понять, в каком свете он и вверенная ему компания там представлены, и, если понравится, черкнет пару строк отзыва для *Billboard*. Все, что там написано, он знает, а если не знает — учиться поздно... Я уж не говорю о том, что вряд ли он ее купит. Не потому вовсе, что цифровая революция загнала его в долговую яму — до этого еще далеко, а потому что

если и получит ее в подарок, то все равно не откроет. И эта психология характерна не только для деятелей отечественного шоу-бизнеса...

А вот масса желающих влиться, лучше даже вгрызться, в мировой шоу-бизнес со всеми вытекающими последствиями (стотысячными стадионами, миллионными тиражами, лимузинами, виллами, судебными процессами, разводами, алкогольной зависимостью... впрочем, я забегаю вперед) — это огромное количество пусть и небогатых пока, но энергичных, бодрых, перспективных читателей на всех континентах. К ним и нужно «подобрать ключик». А какой в этом случае подход будет правильным? Только по законам того самого шоу-бизнеса, конечно. Ты открываешь толстую книгу с некоторым вполне объяснимым ужасом — а тут-то тебе и предлагается несколько вариантов ее чтения: один — простой и быстрый, а другой — сложный и долгий. Что же выберет большинство? Конечно, простой и быстрый! А сколько людей потратит время на сложный и долгий вариант? Ответ: практически все! Ну чем не шоу-бизнес?

Испытываешь искреннее сожаление от того, что эта книга не попала к нам в руки лет десять, двадцать, а кому и тридцать, назад. Читаешь ее, а счетчик так и щелкает: подсказал бы мне кто-нибудь идею этой главы — и пара тысяч долларов в кармане, а если бы вот эта фраза въелась в мозг пораньше — так и миллион не потерял... А еще эта дурацкая уверенность в том, что в нашем шоу-бизнесе «их» законы не действуют — мы во сто крат умнее янки... Эх... Остается одно: завидовать молодым. И не просто завидовать, а всячески рекомендовать отключить телефоны и ноутбуки, негромко включить какую-нибудь спокойную, располагающую к размышлениям музыку (например, хеви-метал), обязательно взять в руки маркер, — и учиться, как делать музыкальный бизнес.

*Евгений Сафронов,  
генеральный директор  
информационного агентства InterMedia*

## *Знаете ли вы, что...*

- В большинстве контрактов на запись музыки даже не предполагается, что звукозаписывающая компания должна записать диск, не говоря уже о его выпуске.
- Вы не обязаны регистрироваться в Вашингтоне, чтобы владеть авторскими правами.
- Если мы вместе пишем песню — вы пишете только слова, а я только музыку, — то каждый из нас владеет частью музыки и частью текста. И ни один из нас не может использовать только музыку или только слова, не заплатив при этом соавтору.
- До 1972 г. в США не было закона, запрещающего контрафактное копирование музыкальных записей.
- Некоторые композиторы, пишущие музыку для кино, не могут записать ее нотами, и тем более не могут сделать аранжировки или оркестровки.
- Видеоклипы MTV, ставшие популярными в США начиная с 1981 г., впервые появились в Европе в начале 1960-х.
- У нейрохирурга и рок-звезды есть что-то общее.

## ЭТО ВАЖНО

Материал, представленный в этой книге, отражает мнение автора и вряд ли может быть применен в любых ситуациях. Многие ситуации имеют много общего, но различаются нюансами, которые могут иметь большое юридическое значение. Законы и обычаи со временем меняются, и с момента написания книги до ее издания некоторые рассмотренные аспекты могли устареть. Поэтому ни автор, ни издатель не несут ответственности за действия читателей, основанные на советах, приведенных в этой книге. Читатели должны осторожно применять приведенные в книге советы, в соответствии с особенностями ситуации, в которой они находятся. Всегда полезно получить совет профессионала в этой области. (Автор предупреждает: следуйте чувству разума и будьте осторожны!)



# Благодарности

ПРОШУ ВАС, ПРОЧИТАЙТЕ МОИ СЛОВА БЛАГОДАРНОСТИ. Я ЗНАЮ, ЧТО ЭТО ПРОСТО СПИСОК ИМЕН ЛЮДЕЙ, О КОТОРЫХ ВЫ, ВОЗМОЖНО, НИКОГДА НЕ СЛЫШАЛИ. НО ПРЕДСТАВЬТЕ, КАК БЫ ВАМ ХОТЕЛОСЬ, ЧТОБЫ ДРУГИЕ ЭТО ПРОЧИТАЛИ, ЕСЛИ БЫ В СПИСКЕ БЫЛО ВАШЕ ИМЯ.

Творческое произведение не бывает результатом труда одного человека (вне зависимости от того, насколько вам хочется верить в себя), и я хочу выразить благодарность всем перечисленным ниже людям за их помощь и одобрение.

Пэйсону Волффу и Брюсу Рэймеру, моим наставникам и братьям по духу.

Би Шоу, моей матери, которая помогала редактировать первое издание и оплатила мой первый бизнес-опыт.

Снаффу Гарретту за веру в меня с самого начала.

Майку Горфину и Р. Дайан Маккейн за их бесценные советы в области музыки для кино и телевидения.

Греггу Харрисону и Дени Саломону за их вклад и благожелательное отношение ко мне.

Робу Лайту за помощь при подготовке раздела о турне.

Эду Ритво за уверенную помощь во всем.

Стиву Биггеру и Ларри Аползону за помощь в области защиты прав на названия групп.

Крису Каслу за помощь в подготовке главы, посвященной классической музыке.

Дэйву Дантону, Доминику Анфьюзо и Вилли О'Салливану за издание этой книги.

Алану Гарнеру за выдающиеся навыки общения и советы по переговорам, книгам и продажам.

Киму Митчеллу, моему совершенно незаменимому ассистенту.

Джулзу Левайну и Корки за то, что у них живут бульдоги.

Многие люди (назову их в алфавитном порядке) щедро поделились своим опытом: Дэвид Альтшул, Джилл Берлинер, Джон Бидерман, Кевин Брин, Нэнси Чэпмен, Дэвид Коэн, Гари Коэн, Гленн Дельгано, Брюс Эйзенберг, Стивен Фабрицио, Гари Форд, Рассел Фрэкмен, Делл Фурано, Стив Гоули, Нил Гиллис, Марк Голдштейн, Лорен Гордон, Труды Грин, Джефф Хилл, Зак Хоровиц, Кэти Якобсон, Говард Кауфман, Ларри Кенсвил, Стив Лайон, Джей Моргенштерн, Джей Мюррэй, Майкл Острофф, Эд Пирсон, Питер Рэйхардт, Брюс Резников,

Джэк Рознер Том Росс, Джо Сальво, Роуз Шварц, Джоэл Стилл, Патрисия Смит, Лон Собел, Сэнди Танака, Ланц Тендлер, Рей Тисдейл, Трейси Верлинде, Вэйн Волат, Ленни Уэйронкер и Рон Уилкоккс.

Особая благодарность **всем, кто принимал участие в подготовке шестого издания** (в алфавитном порядке): Бёрт Берман, Тодд Брейбек, Роб Кавалло, Жаклин Чарлзуорс, Сьюзан Дженко Дэвид Голдберг, Рей Гонсалес, Гари Гринберг, Ланс Гроуд, Питер Гросслайт, Рэнд Хоффман, Дэвид Лессов, Питер Любин, Дин Ньютон, Эллиот Питерс, Боб Филпот, Джон Поттер, Джон Рей, Ирвин Робинсон, Стив Шнур, Мишель Саймон, Джон Симсон, Лайза Томас и Пэт Вудс.

И совершенно особая благодарность всем командам, исполняющим гаражную музыку: вы — живая сила нашего бизнеса.

## *Предисловие к шестому изданию*

Здравствуйте, здравствуйте.

Пиратство процветает, продажи компакт-дисков падают, звукозаписывающие компании в панике — все, что нужно для веселого пикника.

Но вдали просматриваются хорошие новости. Продажи цифровых записей на подъеме. Спрос на музыку небывалый (хотя пираты поставляют ее значительную часть). Появляются новые способы зарабатывания денег — потоковое видео в Интернете, рингтоны, цифровые товары, подкастинг и пр.

Огромные изменения произошли в способах расчета гонорара. Звукозаписывающие компании упростили расчеты. Я никогда не думал, что буду говорить о гонорарах (во множественном числе), однако — ура.

Шестое издание самое переработанное из всех, что я когда-либо делал, поскольку мы постоянно сталкиваемся с новыми технологиями и пытаемся понять, кто и как должен получать деньги. Так что вы получите обзор всевозможных новомодных штучек. И дополнительно, причем совершенно бесплатно (если вы ОТКЛИКНИТЕСЬ ПРЯМО СЕЙЧАС), переработаны разделы, касающиеся контрактов на запись, создания песен, закупочной деятельности, туров и т. д.

Поэтому подходите и интересуйтесь. Вода сначала немного холодная, но к ней быстро привыкаешь.

Р. С. Поздравляю, если вы дочитали до этой фразы. Это значит, что вы действительно решительно настроены, потому что большинство пропускают предисловия.



# 1

## *Первые шаги*

### **ОТКРОЙТЕ РОТ И СКАЖИТЕ «А-А-А»**

В течение многих лет я преподаю музыкальный бизнес по высшей профессиональной программе в юридической школе Университета Южной Калифорнии. Я читаю лекции для юристов, бухгалтеров, руководителей звукозаписывающих и кинокомпаний, менеджеров, агентов и барменов, которые хотят руководить группами. В начале одного из таких курсов ко мне подошла моя знакомая. Она была управляющей киностудии и решила послушать мои лекции, чтобы понять, как связаны музыкальная индустрия и кинопроизводство. Она сказала: «Я здесь для того, чтобы ты загрузил в мою голову информацию о музыкальном бизнесе». Мне понравилась эта картинка (потому что так я сам вникал во все), и это подтолкнуло меня к мысли написать книгу. Итак, садитесь, расслабьтесь и постарайтесь воспринять все, что я загружу в ваши мозги о музыкальном бизнесе (и даже более того).

### **КАК Я НАЧИНАЛ**

Я действительно люблю то, чем занимаюсь. Законодательством в области музыкального бизнеса я занимаюсь уже 25 лет, представляю музыкантов, звукозаписывающие компании, кинокомпании, авторов песен, продюсеров, музыкальных издателей, авторов музыки для фильмов, бизнесменов, агентов коммерческих директоров и всех, кто связан с шоу-бизнесом.

Я выбрал эту стезю осознанно, так как всегда любил творчество. Мой первый опыт участия в шоу-бизнесе состоялся в начальной школе, когда я показывал фокусы. В начальной школе я начал играть на аккордеоне, он был старый, но все аплодировали, когда я исполнял песню «Испанка». В средней школе я стал играть на гитаре, а в колледже при Техасском университете был ведущим гитаристом в группе «Эдип и Матери».

Пока я играл в «Эдипе», мы сделали демонстрационную запись, которую я попытался продать другу нашей семьи Снаффу Гарретту (подробнее о нем ниже). Снафф был влиятельным продюсером, он любезно согласился встретиться со мной и прослушал запись. Эта встреча стала поворотным пунктом в моей жизни. Снафф прослушал демо, улыбнулся и сказал: «Дон, поступай на юридический».

Итак, я воспользовался советом Снаффа и пошел в Гарвардскую школу права. Во время учебы я играл на соло-гитаре в группе Rhythm Method. Однако со временем я понял, что если я хочу быть в музыкальном бизнесе и безбедно жить, то должен отказаться от творчества. Итак, после окончания Школы права я занялся налоговым планированием для шоу-бизнеса. Налоговое право, как замысловатые головоломки, было увлекательным, но когда я обнаружил, что существует музыкальное право, я действительно увидел свет. Я прослушал курс в Университете Южной Калифорнии, который потом и преподавал, и это так меня увлекло, что я перестал работать консультантом по налоговым вопросам. Музыкальное законодательство было так интересно, что даже не было похоже на работу (я до сих пор не чувствую, что это работа), и мне так нравилось им заниматься, что было стыдно за это брать деньги (это чувство я преодолел).

Первый юридический опыт в сфере развлечений я получил, когда представлял интересы эффектной модели ростом за метр восемьдесят. (Ее мне посоветовал мой стоматолог. Я пообещал ему, что не останусь в долгу, так как у моих клиентов есть зубы.) Эту модель преследовал (я подозреваю, во всех смыслах) менеджер, который хотел заключить с ней контракт, чтобы получать 50% от ее общего заработка в течение десяти лет. (Вы увидите, насколько это абсурдно, когда прочтете главу 3.) Даже тогда я знал, что это неправильно, и, нервничая, позвонил парню с целью поговорить. До сих пор помню, как скрипел мой голос, когда я сказал, что его предложение не соответствовало стандартам индустрии, так как большинство менеджеров берут только 15% (и это было правдой). Он резко возразил: «О, да? Кто?» Я не нашелся, что ответить. Я не знал, чем именно занимаются менеджеры и еще меньше, кто они. Так я получил первый урок искусства покорности.

Когда я действительно начал понимать, как работает музыкальный бизнес, я пришел к выводу, что моя любовь к искусству и к бизнесу позволяет мне маневрировать между этими двумя мирами и находить взаимосвязь между ними. Союз искусства и коммерции меня завораживал — они не могут существовать друг без друга, хотя творческая свобода и потребность контролировать затраты находятся в вечном смертельном поединке. Это означает, что музыкальный бизнес всегда будет нуждаться в юристах.

В любом случае сейчас я направляю свою творческую энергию на смелые коммерческие сделки, а моя потребность выступать удовлетворяется преподаванием, чтением лекций и игрой на гитаре на пикниках с моими детьми. (Я делаю отличный «Кум-ба-я».) Чтобы убедиться, что я не становлюсь слишком консервативным, я сохранил весь свой причудливый набор хобби: магия, радиолюбительство, тяжелая атлетика, гитара, дрессировка собак, пятиструнный банджо, карате, шахматы, покер и инвестиции в недвижимость. Еще пишу романы, которые все вы должны покупать.

## «МОЗГОВАЯ» ХИРУРГИЯ

Говоря о союзе творчества и бизнеса, я обнаружил, что у рок-звезды и нейрохирурга много общего. Не в том смысле, что хирург может играть на гитаре или наоборот (не знаю, что более катастрофично), а в том смысле, что хирург и рок-звезда могут блестяще выполнять свою работу и получать огромные деньги, ничего не понимая в финансах. Практически в любом бизнесе, чтобы зарабатывать большие деньги, нужно хорошо изучить, как этот бизнес работает. Например, если вы решили открыть обувной магазин, вы должны составить бюджет, договориться об аренде, согласовать цену обуви и т.д., но первые результаты будут гораздо позже. А в сфере развлечений, как и в хирургии, можно оказаться на вершине, не зная принципов функционирования этого бизнеса.

Зарабатывать на жизнь бизнесом, который ты не совсем понимаешь, может быть рискованно. И тем не менее многие артисты, включая известнейших, никогда не изучали основы — расчет авторского гонорара, авторское право, издание музыкальных произведений, и тем более не изучали второстепенные вещи. Они не знают всего этого, потому что они больше занимаются музыкой; им это неинтересно; это слишком сложно; учиться им надоело. Но без понимания этих основ они не смогут понять хитросплетения профессиональной жизни. А по мере роста успеха жизнь усложняется, а они становятся растерянными.

Многие артисты отказываются даже слушать разговоры о бизнесе (я наблюдал, как они перестают что-либо воспринимать при одном упоминании бизнеса), другие проявляют интерес и вникают в суть дела. Подавляющее большинство, однако, находится где-то между этими двумя крайностями — они не получают удовольствия от бизнеса, но хотят осознанно принимать решения о своей карьере. Эти артисты достаточно умны, чтобы понимать, что никто не позаботится об их бизнесе лучше, чем они сами.

Основы бизнеса сначала я объяснял простым, доступным языком клиентам, которые проявляли средний или серьезный интерес к теме. Эти клиенты разобрались в важных понятиях, потратив на это немного времени, и все получали удовольствие от процесса (включая меня). Возросла уверенность артистов в своем бизнесе, и они начали вносить предложения.

Результаты этих уроков были положительными, и некоторые клиенты попросили объяснить детали. Так сложилась концепция этой книги. Книга должна дать вам общее представление о современной музыкальной индустрии. Вы можете читать ее внимательно или по диагонали, целиком или выборочно — зависит от вашего интереса и выносливости. Книга написана не для юристов или специалистов, поэтому в ней нет профессионального жаргона. Я постарался дать настолько подробный обзор каждого сегмента индустрии, чтобы были понятны главные аспекты, с которыми вам предстоит столкнуться.

## КАРТА ДЖУНГЛЕЙ

Когда я учился в старших классах, офицер полиции по имени Спаркс выступал на собрании. Мистер Спаркс превозносил перед нами образ борца с преступностью и верил, что все мы мечтали стать полицейскими. Хотя этому человеку и не удалось убедить меня ступить на этот путь, он показал мне то, что я никогда не забуду.

Офицер Спаркс показал нам фильм, черно-белый, плохого качества, продолжительностью полминуты, и снимался он камерой,двигающейся вдоль тротуара. Когда фильм закончился, он спросил, увидели ли мы что-нибудь необычное. Никто не увидел. За исключением нескольких людей, входивших и выходящих из дверей, это было очень похоже на фотографии, сделанные фотоаппаратом, двигавшимся вдоль ряда магазинов. После этого мистер Спаркс сказал, что «опытный наблюдатель» заметит шесть преступлений. Полицейский прокрутил нам фильм еще раз и показал каждый случай (это был обмен наркотиками, карманная кража и т. д.). На этот раз преступления были заметны. На меня это произвело сильное впечатление.

Каждый раз, когда мы учимся чему-то новому, мы проходим аналогичный процесс. Поначалу вещи кажутся либо обычными и обманчиво простыми, либо хаосом, приводящим нас в замешательство. Но когда вы понимаете, что именно нужно искать, вы видите мир, о существовании которого не подозревали.

Чтобы пройти через этот процесс открытий и стать «опытным наблюдателем», необходим путеводитель по основам, на этот каркас будут нанизываться детали. В этом цель моей книги: дать вам карту джунглей, чтобы с ее помощью вы научились замечать преступления.

## ДЕТАЛИ

Ни одна книга (даже состоящая из нескольких томов) не может исследовать все углы и закоулки такого сложного дела, как музыкальный бизнес.

Соответственно, цель в том, чтобы предоставить вам большую картину, а не отдельные детали. (Кроме того, за некоторые из этих деталей я беру серьезные деньги). Даже если бы я попытался рассказать о всех деталях, через несколько месяцев информация устарела бы, так как в этом бизнесе все развивается слишком быстро. Итак, эта книга даст вам общее представление (которое меняется не так быстро), у вас будет голое дерево, на которое вы будете вешать листья своего собственного опыта. Как это ни странно, легче собирать детали (из публикаций, сплетен, разговоров на вечеринках и т. д.), чем изучать общую структуру, потому что немногие люди имеют время и терпение рассказать вам о ней. В действительности дать вам общее пред-



ставление оказалось более трудной задачей, чем мне казалось в начале. Но вы этого достойны.

## **ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Поскольку это шестое издание книги, у меня есть информация об использовании этой книги конкретными людьми. Из всех полученных мною отзывов вам, я думаю, понравятся два. Первый — мне позвонил разгневанный юрист, который был расстроен из-за того, что брал с клиентов тысячи долларов за консультации, а я обо всем написал в книге. Второй — мне позвонил такой же разгневанный менеджер, который сказал, что большинство его клиентов тычут ему в нос моей книгой. Отлично! Продолжайте тыкать!

## **С ЭТОЙ КНИГОЙ МОЖНО ОБРАЩАТЬСЯ КАК УГОДНО**

Читая эту книгу, забудьте, что в детстве вас учили заботиться о книгах, относиться к ним как к священным реликвиям и т.д. Читайте эту книгу с карандашом или маркером в руке. Обводите или отмечайте абзацы, которые, как вы думаете, могут вам понадобиться, загибайте страницы, скрепляйте их скрепками — делайте что угодно. Это книга действия — сборник советов, как выжить в музыкальном бизнесе и не дать обвести себя вокруг пальца. Относитесь к этой книге, как к паре старых удобных туфель, которые вам не жалко испачкать. Не важно, как они выглядят, если в них вы доберетесь туда, куда собираетесь.

## **ТВОЕ ПРИКЛЮЧЕНИЕ**

Когда мои сыновья Дэвид, Джош и Джордан были маленькими, они любили книги из серии «Твое приключение». Эти книги организованы так: вы начинаете читать книгу со страницы 1 и через несколько страниц автор предлагает вам выбор. Например, если вы хотите, чтобы Пиноккио пошел по аллее, перейдите на страницу 14, а если хотите, чтобы он пошел в школу, перейдите на страницу 19 (мои мальчики никогда не выбирали школу). Через несколько страниц предлагается новый выбор, а потом можно было выбрать финал. (Мальчикам нравилось, когда в конце всех убивали, но это уже другая история.) Такие книги не нужно было читать страницу за страницей; при желании вы могли попасть в разные ситуации и сюжеты. Предполагалось, что вы пролистываете страницы, каждый раз выбирая новый путь.

Эта концепция навела меня на мысль, как организовать эту книгу. Как показано ниже, вы можете либо прочесть книгу для общего ознакомления,

либо углубиться в детали. Книга указывает, куда вам следует перейти, если вы хотите это сделать. Однако в отличие от книг из серии «Твое приключение» вы можете читать все подряд без вреда для центральной нервной системы.

Вот как организована книга:

**Глава 1** повествует о том, как собрать команду, которая поможет вам сделать карьеру, — в нее войдут личный менеджер, коммерческий директор, агент и адвокат.

**Глава 2** посвящена контрактам на звукозапись, понятиям «гонорар», «авансированные суммы» и т. д.

**Глава 3** посвящена композиции и изданиям, включая авторские права и структуру издательского дела.

**Глава 4** исследует специальные вопросы, которые вам необходимо знать, если вы группа.

**Глава 5** посвящена концертам и турам, включая соглашения с участниками шоу, роли разных членов вашей команды в процессе.

**Глава 6** касается мерчандайзинга и рассказывает, как извлечь выгоду из появления вашего лица на плакатах, футболках и других предметах.

**Главы 7 и 8** посвящены классической музыке и художественным фильмам. Это последние разделы книги, поскольку, прежде чем рассматривать исполнение классической музыки и музыки к кино, необходимо уяснить другие понятия.

А сейчас выбираем свое собственное приключение. У вас есть четыре пути прочесть эту книгу.

## 1. ОЧЕНЬ БЫСТРЫЙ ПУТЬ

Если вы *действительно* хотите очень быстрое путешествие, то:

- прочтите главу 1 о том, как собрать команду консультантов;
- найдите людей, которые хорошо знают свое дело;
- позвольте им заниматься этим делом;
- поставьте эту книгу на полку, чтобы произвести впечатление на друзей;
- здоровайтесь со мной на своих концертах.

## 2. БЫСТРЫЙ ПУТЬ

Не выбирайте этот радикальный путь, если хотите получить обзор бизнеса, не углубляясь в детали, а продвигайтесь дальше всякий раз, когда увидите указание **БЫСТРЫЙ ПУТЬ**.

### 3. РАСШИРЕННЫЙ ОБЗОР

Если вам нужен более глубокий взгляд, но не детальный, выбирайте направление **РАСШИРЕННЫЙ ОБЗОР**. Он даст вам основательный обзор плюс некоторые детали по каждой теме.

### 4. ЭКСПЕРТНЫЙ ПУТЬ

Если вы отличник, который хочет глубоко разбираться в вопросе, читайте все подряд.

Конечно, вы свободны в своем выборе и можете сочетать эти пути. Если какая-то тема увлекла вас, продолжайте читать подробно. (Обычно внимание уделяется тому, что актуально в данный момент.) Если тема скучная, идите по Быстрому пути.

Итак, в путь!



## ЧАСТЬ I

---

# Ваша команда



# 2

## *Собираем команду*

Давайте поговорим о профессионалах, членах вашей команды. Для развития карьеры и приумножения средств вам потребуются:

1. личный менеджер;
2. юрист;
3. коммерческий директор;
4. агент (агентство);
5. поклонники.

Что касается последнего, то это ваше личное дело. А об остальных поговорим подробно.

### **ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА**

Прежде чем рассматривать конкретных членов команды, необходимо сформулировать основные принципы.

#### **1. Вы занимаетесь бизнесом.**

Даже если вы умеете только творить, вы можете зарабатывать много миллионов долларов в год, следовательно, вы должны считать себя бизнесменом.

#### **2. Большинство творческих людей не любит бизнес.**

Это не значит, что вы плохо разбираетесь в бизнесе. Некоторые артисты невероятно искушены и ловки в бизнесе. Однако таких лис меньшинство, и как бы ни была велика их любовь к бизнесу и хороши умения в нем, любовь и способность к творчеству и выступлениям намного сильнее. Итак, даже если у вас есть способность управляться со своим бизнесом, это не лучшее времяпрепровождение для вас.

#### **3. Успех скрывает множество грехов.**

Это истина для любого бизнеса — от производства вещей до производства записей. Если вы успешны, вы можете повернуть нечистые операции, которые в противном случае обанкротят вас. Например, занести всех друзей в платежную ведомость, купить имущество, которое не приносит дохода (дома, самолеты и другие вещи, содержание которых требует затрат). Чрезмерное потакание разным законным

и незаконным прихотям может привести к краху, если ваш доход хоть немного снизится. Вы можете получить больше денег, снижая расходы, а не увеличивая доходы (в доказательство см. раздел 23), поэтому действовать разумно нужно сейчас, а не в будущем.

#### **4. Ваша карьера ограничена во времени.**

Не обижайтесь, ограничена может означать от 12 месяцев до 30 лет, но она закончится. В большинстве других видов деятельности профессиональная жизнь может длиться более 45 лет, но в музыкальном бизнесе так бывает крайне редко. Дорога усыпана «скелетами» престарелых рок-звезд, которые работают на арендованные деньги в турах ностальгии. Поэтому соберите все ваши заработанные в течение нескольких лет деньги и распределите их на 45 лет. Вы поймете, что заработки не такие уж большие и на эти деньги вам придется существовать до конца жизни.

Конечно, карьера может быть долгой и плодотворной, без перерывов, тогда необходимость в осмотрительности и сохранении средств резко снижается. Тем не менее даже у лучших артистов бывают сбои, и очень немногие имеют продолжительную карьеру. Поэтому лучше исходить из того, что ваша карьера не будет долгой, и приятно удивиться, если она все-таки окажется долгой. Установка на то, что вам больше не придется работать, не мешает вам продолжать работать всю жизнь — это становится выбором, а не обязанностью.

## **НАНИМАЕМ КОМАНДУ**

То, как вы собираете свою профессиональную команду, либо сделает вашу карьеру успешной и будет приносить деньги всю жизнь, либо обеспечит вам место лишь в удачном турне. Итак, будьте очень внимательны и лично участвуйте в процессе подбора команды. Я знаю, вам не нравится заниматься всем этим, но это ваша карьера и ваши деньги, и вы должны делать это периодически. Если вы найдете правильных людей, то сможете поставить свою жизнь на автопилот и просто время от времени проверять его. Если вы соберете неправильных людей и включите автопилот, то врежетесь в гору раньше, чем поймете, что произошло.

### **Что нужно сделать до формирования команды**

Вы открыли бы магазин, не имея товаров? Нет. Поэтому, прежде чем собирать команду, убедитесь, что ваша музыка готова к звездному часу. А как узнать, что она готова? Спросите свою интуицию. Вы верите, что ваша музыка позволит вам построить профессиональную карьеру? Если ответ утвердительный, то вы готовы. (Интуиция — надежный индикатор, и когда вы научитесь



прислушиваться к ней, то избавитесь от гоблинов, говорящих: «Ты никому не нужен». Даже у мегазвезд есть такие гоблины, просто они научились их игнорировать.)

Сначала нужно записать свою музыку на CD. Люди в звукозаписывающих компаниях слишком заняты, чтобы приходить на «живые» выступления, если только они не были заинтригованы вашей музыкой (или у вас есть фотографии, компрометирующие директора такой компании). CD не должен быть дорогим или замысловатым, но чем лучше он будет звучать, тем у вас больше шансов пробиться. Большинство директоров звукозаписывающих компаний говорят, что могут расслышать «необработанные алмазы», но мой опыт показывает, что чем больше ваша запись «задевает», тем больше вероятность, что вам окажут хороший прием. Это не означает, что вам придется понести большие затраты: при помощи относительно недорогих мультитрековых записывающих устройств, синтезаторов и компьютерных звукозаписывающих программ можно добиться профессионального звучания даже в своей спальне. Одного моего клиента преследовали шесть звукозаписывающих компаний, у которых была его четырехтрековая демонстрационная запись, сделанная в домашних условиях. Самое главное — вложить в музыку свою энергию, энтузиазм и драйв. Вы понимаете, что я имею в виду.

Несколько слов о том, какую музыку создавать. Это просто — вы делаете музыку, которая трогает вашу душу. Еще никто не сделал успешной карьеры на подражании другим или стараясь угадать, чего хочет компания звукозаписи. Раскрою вам секрет: компании хотят исполнителей, чья музыка идет от сердца. Не имеет значения, будет это современная молодежная песня или непонятная смесь регги и буддистских напевов. Все суперзвезды, которых я знаю, имеют ясное представление о том, кто они и какова их музыка.

Ваш CD может содержать три-четыре песни. Но это должны быть лучшие три-четыре песни, которые вы способны написать, а самая лучшая должна быть первой на диске. Люди, слушающие диски, заняты, и если не «зацепить» их первой песней, они не станут слушать следующую. А если они заинтересовались, то попросят еще. Но заставьте их хотеть продолжения.

Итак, у вас есть сражающий наповал диск и вы готовы работать. Что дальше? Если у вас есть фотографии, возьмите их с собой, так как в сегодняшнем мультимедийном мире звукозаписывающие компании интересуют не только ваше звучание — вы должны суметь выступить вживую, хорошо смотреться на видео и т.д. Кстати, смотреться хорошо не значит иметь симпатичное лицо — все знают успешных артистов, которых можно назвать как угодно, но не смазливými. Скорее вы должны выглядеть интересно (или по крайней мере презентабельно).

Еще вам пригодится «легенда» (шоу-бизнес их любит). Легенда — это разговоры типа «вы не поверите, но с этим артистом такое». Если у вас есть какие-либо материалы из прессы или Интернета, возьмите их (не надо брать