

18+



# ДИДЖЕЙ

**ВСЕ ИЛИ НИЧЕГО!**

Книга Александра Бовкова

# Александр Бобков Диджей. Все или ничего!

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=27097353](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27097353)*

*ISBN 9785448589850*

## Аннотация

Откровенная и в то же время полезная книга, содержащая богатый инструментарий для успешной карьеры диджея. Вы узнаете цену недостижимой популярности, получите мануал по созданию студии звукозаписи, научитесь практически применять полученные навыки и попробуете на вкус современное искусство под названием шоу-бизнес. Среди героев этой уникальной книги: DJ Kolya Funk, OneByOne, Imanbek, DJ Feel, DJ Smash, Arty, Bass King, Moonbeam, Matisse & Sadko и многие другие.

# Содержание

«ПРОЛОГ»	6
ГЛАВА 1. ИГРАЮЩИЙ В ТЕМНОТЕ	15
Нулевой километр	18
ГЛАВА 2. КЛУБ – OFF?	24
Что же происходит с клубным бизнесом в России и каковы его перспективы?	28
Куда же делись люди?	30
Что же не так с нашей публикой?	34
ГЛАВА 3. КАСТИНГ	40
Как заинтересовать арт-директора?	43
Что играть, что бы привлечь к себе внимание?	45
Ошибки диджеев и идеальный клуб	50
Будущее клубной культуры	52
Как попасть в шоу-бизнес?	54
Претендуешь? Соответствуй!	57
ГЛАВА 4. АНАТОМИЯ НОЧНОГО КЛУБА	68
Совет№1. С чего начать? Идея, которая зажжёт город!	70
Совет№2. Выбор Локации	71
Совет№3. Техническая магия: звук, свет, воздух	73
Совет№4. Безопасность и легальность	75
Совет№5. Финансы: сколько стоит войти	78

в игру?	
Совет№6. Специалисты – главный механизм ваших часов	80
Совет№7: Профессиональное оборудование для дома и ночных клубов	87
ГЛАВА 5. SHOW-TIME: ЗА КУЛИСАМИ	95
Проблема №1. Диджей в России перестал быть уникальным	98
Проблема №2. «Пока вы неизвестны на западе, здесь вы никому не нужны...»	101
Проблема №3. «Я боюсь получить отказ!»	107
Проблема №4. Вы не прислушиваетесь к мнению компетентных людей!	109
Проблема №5. Диджей – это еще и образованный человек!	111
Проблема №6. Наш труд, как и саму профессию, оценивают дешево!	119
ГЛАВА 6. ФАКТОР СЛАВЫ	128
Сколько стоит эфир на ТВ и нужно ли это сегодня?	130
Конец ознакомительного фрагмента.	133

# Диджей. Все или ничего!

## Александр Бобков

*Дизайнер обложки* Бобков Александр

*Редактор* Бобков Александр

© Александр Бобков, 2025

© Бобков Александр, дизайн обложки, 2025

ISBN 978-5-4485-8985-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## «ПРОЛОГ»

Тот, кто впервые ощутил вкус ночной жизни и всех ее привилегий, чаще всего остается его рабом до конца. Одних привлекают юные красотки, готовые на все, других – большие гонорары и арековые пальмы с видом на море, третьих участников всеобщей вакханалии – чувство удовлетворенности от собственного величия. Большинство же идет в эту профессию, потому что модно. **Павел Воля, Пэрис Хилтон, Саша Грей**, и даже, мать ее, **Бузова**. Ради чего? Ради большего хайпа!

*Диджеинг сегодня – это не про винил и скретчи, а про шоу, имидж и управление эмоциями. Если у тебя есть имя и харизма, дорога на сцену открыта – технологии сделают всё остальное (Бобков А.)*

Они вряд ли когда-нибудь откроют эту книгу потому что для них диджеинг – это шоу! Для представителей С-класса быть диджеем – значит быть медиаперсоной, а не просто техническим специалистом. Публика приходит не на «чистый звук», а на энергию, имя и харизму.

Глядя на представителей поп-индустрии, понимаешь, что сегодня окончательно стерлись грани между нашими культурами. Но, несмотря на это, некоторые люди ищут в этом творческом процессе некий смысл, как и я однажды. «Вся

наша жизнь – игра», – сказал однажды Шекспир. Игра, которой присущи двойные стандарты и неординарные правила, и они, как ни парадоксально, имеют свои последствия. Бросая кости на игровое поле, мы не всегда отдаем отчет в своих действиях: на каком этапе осознанного геймплея лучше остановиться, а на каком двинуться вперед! На какой клетке жизненного пространства свернуть, чтобы обойтись без грубых и нелепых потерь, а где-то и вовсе отказаться от всяких правил или дешевых привилегий. Но, дойдя до финиша (*а вы обязательно дойдете*), сможем ли мы быть по-настоящему счастливы? Прежде чем продолжить, вы должны знать: *«Диджеинг – это не про музыку. Это про деньги, хайп и выживание»*. Слабый закроет эту книгу, сильный – продолжит сопротивляться системе и моим провокационным убеждениям! А я твёрдо уверен: эту книгу читают именно те, кто верит в свою победу, верит в свой успех и своё ремесло!

Я мог бы начать с пары громких имён – тех самых андеграундных диджеев, которые грели толпу в подпольных клубах за пару коктейлей и потом внезапно взорвали чарты. Но давай начистоту: 99% таких историй – это красивая упаковка для пресс-релизов. На деле же либо ты годами тонешь в неизвестности, либо продаёшься системе, надевая мейнстримовый костюм и играя попсу на корпоративах. Хочешь правду? Она проста: в этом бизнесе нет романтики. Но есть невероятное ощущение кайфа, который ты получаешь от подписанного трека, от участия в фестивале

Tomorrowland и т. д. Черт возьми, вся эта субкультура без преувеличения создаёт и творит магию на сцене, подобно рок-звездам!

Под натиском собственных амбиций, навязанных трендов и современного вижуала мы стремимся быть немного похожими на своих героев. «Героев нашего времени». И мы всегда подражаем тем, кто произвел на нас наибольшее впечатление, хотим мы этого или нет. Но всегда, испокон веков, человек пребывает в поиске источника вдохновения! Да-да, это так. Мы ищем славы, денег, признания, истины. Бога в конце концов... Но все это не имеет значения, если ты не предан тому, что делаешь и во что веришь. У каждого свой путь. И каждый должен пройти его самостоятельно. И я абсолютно уверен, что «он» когда-нибудь приведет вас к вашему триумфу. Если, конечно же, вы будете играть по законам своего времени. *Как?* Именно об этом данная книга! Но прежде всего мне бы хотелось поблагодарить **тебя, дорогой читатель**, за твое внимание к данной рукописи, которая, я уверен, поможет тебе по жизни.

В наше время темпы жизни увеличились во сто крат, публика требует еще и еще, не считаясь с моральными и физическими затратами несчастных креаторов. А где свежие идеи брать в таких масштабах? Помнится, как продюсер одного маленького, но очень гордого развлекательного телеканала утверждал, что без наркотиков (о которых я затрону от-

дельную тему) придумать хорошее шоу нельзя. Категорически не соглашусь. Но как известно, даже творческая группа со временем исписывает свой потенциал. Муза, к сожалению, не бывает с тобой очень долго и улетает очень быстро, каким бы творческим или сумасшедшим ты ни был. У Сальвадора Дали были длительные простои. Алкоголь и секс выматывают и не всегда оставляют силы и желание на креатив. Даже Пушкин в свое время оставлял свои празднества, чтобы сконцентрироваться на творчестве. Нет, есть, конечно, пара интересных мыслей и словесных связок, но не более того. Мы ведь не Хэмингуэй и не Есенины. К сожалению, мы плагиаторы. И не стоит забывать про то, что нашей планете уже много-много лет и человечество прибегает к благородному заимствованию примерно столько же, сколько оно существует.

Мы остро реагируем, когда нам говорят: «Ты сделал это точь-в-точь как **Оливер Хелденс** или же подражаешь **Мэрилину Мэнсону** [что вряд ли]», «Твой почерк сильно напоминает **Габриэля Маркеса**». И так далее. Но я скажу больше:

*«Весь мир – плагиат, а вы в нем тот самый художник, который крадет сей заимствованный образ, выдавая его за чистое вдохновение! Все крадут, и я не исключение. Но если вы крадете у одного – это плагиат, у многих – эрудиция» (Бобков А.).*

Все известные люди всегда заимствовали что-либо друг у друга. Даже известный Менделеев, которому приснилась его гениальная таблица химических элементов. Она была заимствована у других малоизвестных ученых. Поиски классификации химических элементов и их систематизации начались задолго до открытия периодического закона. И таких примеров множество.

*«На меня произвел впечатление Eric Prydz. Сейчас же вдохновляет Porter Robinson. Но все же я считаю что нужно быть оригиналом. Даже если заимствуешь что-то у других. Главное – писать качественную музыку» (Arty – российский музыкант и диджей, один из самых популярных и востребованных российских диджеев на Западе).*

Мы всегда заимствуем какую-нибудь идею и вносим в ее «исходный код» различные изменения. На выходе мы всегда получаем совершенно новый продукт. Но, увы, он не всегда бывает рентабельным. И если вы решили, что вы крутой музыкант, потому что умеете играть, это еще ни о чем не говорит. Если вы зарабатываете много денег (как арт-директор или бизнесмен) на труде малообразованной толпы, то это не значит, что вы гений. Отнюдь, вы так же используете инструменты, которые когда-то позаимствовали у других. Все известные лады были созданы до вас. Все известные приемы маркетинга и убеждения – тоже. Ваша задача – экспериментировать. И если вы правильно определите свой вектор раз-

вития и вооружитесь правильным инструментарием, то обязательно попадете в открытое море (шоу-бизнес). Поэтому настоящий артист ищет чистого вдохновения, которое найти под силу лишь избранным. «Кто это?» – спросите вы. Отвечу: «Никто! Нужно просто вкалывать! Тут нет никаких секретов».

*«Читающим между строк. Умеющим задавать тренд. Чувствующим искусство не так, как его раздражители. Вот они – избранные» (Бобков А.).*

Поэтому, если вы не хотите быть простым раздражителем, то добро пожаловать на страницы клубной библии «**Диджей. Все или ничего!**»

Эта книга – не просто переиздание, а обновлённый гид по выживанию в музыкальной индустрии. Для кого-то она стала «библией диджея», для других – дорожной картой к успеху. Но все сходятся в одном: если вы серьёзно настроены на карьеру в музыке – без этих знаний Вам не обойтись. Кратко о том, что ждет тебя впереди:

### **Разоблачение индустрии:**

- DJ MAG – фикция, а ИИ перепишет музыкальную индустрию?
- Как работает шоу-бизнес и индустрия развлечений?
- Что скрывается за гламурной обложкой? Реальные бюджеты, скрытые договорённости, подводные камни!
- Почему закрываются клубы, и что не так с современной публикой?

- Тайны звукозаписывающих лейблов, и призрачного продакшена!
- Сколько на самом деле стоит раскрутка трека? Почему 90% артистов никогда не выходят в плюс?

### **Стратегии успеха:**

- Как продать себя дорого и правильно презентовать свой талант?
- Какие инструменты используют топовые артисты, чтобы удержаться на плаву?
- Как соответствовать трендам в диджеинге и пост-продакшене?
- Почему ваш трек не берут на лейблы, даже если он хорош
- Сколько стоит ночной клуб сегодня? И каковы его перспективы?
- Как диджеи становятся «звёздами» без выдающегося таланта?

### **Психология и выживание в индустрии:**

- Как пережить творческий кризис и не разочароваться в музыке?
- Как общаться с владельцами клубов и промоутерами – приёмы, которые работают на все сто процентов!
- Как подобрать стиль и образ, который запомнится?
- Как создать хит и свою студию звукозаписи без огромных вложений?
- Секреты музыкального продакшена от звёзд шоу-

бизнеса!

Среди героев этой уникальной книги Вы найдёте множество известных персон, принадлежащих к миру искусства! Все эти люди откликнулись и помогли мне сделать её наиболее интересной и правдивой во всех отношениях: **DJ Kolya Funk, OneByOne, Imanbek, DJ Feel, DJ Smash, Arty, Bass King, Omnia, Moonbeam (Виталий Хвалеев), DJ Грув, Matisse & Sadko**, а также представителей шоу-бизнеса – от владельцев крупных компаний до управляющих ультрамодных ночных клубов!

Диджей: Все или ничего – это не просто книга, а руководство к действию. Если вы готовы узнать правду о шоу-бизнесе, научиться продавать свою музыку и пробиться в первую лигу – эта книга для вас. Не теряйте время на пробы и ошибки – учитесь у тех, кто уже прошёл этот не легкий путь. Триумфа!

Дополнительные плюшки и бонусы – практические советы моих друзей и коллег: **Юлия Pago, Наташа Ростова, DJ Aramitt, Dj Barny, Dj Jonny, Dj Ramiro, Dan Fader & Paul Funkee**, а также **Арсения Ходзина** (директор компании KeepForest) **Александра Болокина** (арт-директора модного клуба Ча: Сы), **Габриэллы Ююкиной** и многих других компетентных людей. Все они приняли участие в создании моей книги, делая ее интересной и полезной для вас,

мой дорогой читатель! Ну что, вы готовы? **Свет. Камера.**  
**Мотор!**

# ГЛАВА 1. ИГРАЮЩИЙ В ТЕМНОТЕ



Первый раз в жизни я увидел диджея, стоящим на трехметровой декоративной платформе, который филигранно управлял эмоциями беспечных людей, впадающих в эйфорию ультрамодных ритмов и световых абстракций. Я был настолько заворожен этой феерией, что беспрекословно слился в массе человеческого мутуализма, запахом парфюма и сигаретного дыма.

На мгновение я смог отключиться от внешнего мира, пропуская через себя гармоничное сочетание звука и света...

В этот самый момент диджей поднял правую руку вверх и время, в котором я пребывал, остановилось. Я отчетливо слышал свое сердцебиение, и с каждым ударом я все больше ощущал себя частью единого организма. Я лицезрел двигающихся в полумраке людей: их эмоции, их желания, их страсти. Подобно калейдоскопу, они менялись один за другими, один за другим.

Через мгновение сквозь меня прошла волна глубочайшего низкочастотного звука, которая мгновенно вытолкнула меня из состояния транса обратно на танцпол.

*«Что это было? Как он это сделал?!»* – подумал я в 14 лет.

На танцполе вновь воцарилась вакханалия. Симбиоз света и звука успешно помогал диджею координировать настроения людей, которые приходили сюда за порцией легализованного аудионаркотика. А я все стоял и смотрел на действия этого парня, который произвел на меня невероятное впечатление. Пожалуй, за всю мою жизнь.

Безусловно, сегодня тот же эффект создают наушники с нейрофидбеком, а «эмпатический эквалайзер» подстраивает bassdrop под пульс толпы. Но в 2003-м это была чистая магия – без алгоритмов, без предиктивной аналитики. Только человек, пластинка и тысячи счастливых глаз, откликаю-

щихся на ритм.

На следующее утро я проснулся с мыслью, которая накрепко осела внутри моей головы:

*«Я хочу быть частью этой неординарной и столь уникальной профессии!»*

Так и получилось. Все последующие 16 лет я отдавал себя этому ремеслу. И отдаю по сей день. Сказать, что я сейчас жалею об этом? Нет! Но я так же не могу сказать и об обратном. Потому что мир современного искусства претерпел серьезные изменения. И эти изменения превратили субкультуру XXI столетия в шоу-бизнес. А как известно:

*«Шоу-бизнес – очень жестокая профессия. Она не прощается с тобой по-хорошему, и нет никого, кто бы подталкивал тебя вперед, – есть только ты сам. Но если ты пережил это время, оно всегда будет с тобой» (Луи Си Кей).*

# Нулевой километр

На рубеже 00-х мне приходилось использовать менее современный носитель и склеивать пленки кассет, чтобы создать непрерывный микс (mashup). Кто бы мог подумать, что через 10 лет слово mashup станет таким же популярным, как и ремикс?!

Открывались новые заведения клубного типа, и я, как и многие другие ребята, предлагал себя в качестве диджея. Даже соглашался работать бесплатно, лишь бы зацепиться за эту работу (*не делайте этого ни при каких обстоятельствах*). Но, к сожалению, в силу моего юного возраста, на меня не обращали никакого внимания! Мало того, надо мной смеялись все мои сверстники и говорили мне:

– Диджей? Ты? М-на-ха-ха...

Я уже было опустил руки, но однажды я прочитал одну очень интересную статью, которая произвела на меня впечатление.

*Уолт Дисней предлагал себя более 500 раз и везде получал отказ. Над ним смеялись. Его оскорбляли. Но, в силу своего характера и веры в себя, он все-таки добился невероятного успеха, и теперь о нем знает*

*весь мир!*

После этого в 2003 году меня взяли на стажировку в ночной клуб в качестве лайт-джея (осветителя). В 2004 я заявил о себе в качестве ведущего диск-жокея. В 2005 году я научился работать и в качестве MC. А уже через несколько лет я оделся в шкуру арт-директора в небольшой клубный паб.

В 2009 я закончил «Аудиошколу DJ Грува». В 2010 резиденция в клубе Zone (г. Москва). В 2011 мы с друзьями открываем свой собственный маленький клуб A-Zone в Черноземье (благодаря **Карцеву Алексею** и **Ермакову Владимиру**). Через несколько лет я резидент ультрамодного ночного клуба России «ЧАСЫ», а после – резидент «**Hard Rock Cafe**» (Шарм-эш-Шейх, Египет). Все это благодаря этой статье, которая когда-то мотивировала меня к действию. Поэтому если вам говорят «нет», это не повод опускать руки. Идите и сделайте то, что умеете лучше всего!

За последние 30 лет мир кардинально изменился, как и само мышление человека. Когда-то, диджеинг был простой субкультурой, но сегодня, и уже официально, ЮНЕСКО внесла профессию диджея в список «нематериального культурного наследия», а нейросети научились создавать музыку, о которой мы могли только мечтать! И я поймал себя на мысли: ни один алгоритм не воспроизведет дрожь по спине от первого прикосновения к винилу, как это было в 2000-м.

*«Сегодня важен не сам человек, а его продукт, который он производит. Главное – технология» (Бобков А.).*

*«Незаменимых людей не бывает»,* – говорил товарищ **Сталин** в свое время. Эту столь оскорбительную цитату за всю свою карьеру вы услышите множество раз от разных людей, начиная от простого работодателя и заканчивая вашим арт-директором. Хотя в середине XIX века известный испанский художник **Пабло Пикассо** произнес фразу, к которой я испытываю наибольшую симпатию. В его исполнении она звучала так:

*«Незаменимых нет, но есть неповторимые».*

Не важно, диджей, музыкант, художник, бизнесмен или же простой рабочий. Кто вы? Посредственный или неповторимый?! Это определяет человека! Так что определите для себя, кто вы, и докажите всем, что вы из себя представляете! Не ищите оправданий! У нас нет на это времени!

*«Каждый человек может стать диджеем, но не каждый диджей может стать хорошим артистом» (DJ Грув).*

Именно это однажды сказал мне **Евгений Рудин** (DJ Грув). И я не могу не согласиться с его словами. В четвертой главе я подробно расскажу о главных ошибках, которые совершают практически все диджеи и саунд-продюсеры на пути своего становления. Одна из этих ошибок – лень и оправ-

дание. Нужно принять во внимание тот факт, что если вы хотите добиться высоких результатов, то должны быть разносторонним, многогранным и гибким во всех отношениях. По-другому никак!

На протяжении десяти лет я изучал основы и тенденции развития клубной индустрии, знакомился с аспектами звукорежиссуры и продакшена, диджеинга и спид-миксинга. Я побывал за границей, увидел другую культуру и других людей. Я объездил центральную регион России, и наконец я созрел для столь наболевшего вопроса:

*– Что же происходит с клубным бизнесом в нашей стране, и каковы его перспективы? Почему закрываются ночные клубы, и в чем разница между нашей и иностранной публикой? Стоит ли открывать большой клуб или, может, ограничиться местечковым диджей-кафе?*

Все это мы подробно разберем в следующей главе. А пока что возьмите в руки маркер и ответьте мне на один вопрос: *кто же вы?*

*Посредственный или неповторимый?!*

Определите для себя этот момент – и добро пожаловать

## *Подытожим первую главу:*

*1.1. Примите как должное: «Весь мир – плагиат, а вы в нем тот самый художник, который крадет сей заимствованный образ, выдавая его за чистое вдохновение! Все крадут, и я не исключение. Но если вы крадете у одного – это плагиат, у многих – эрудиция»*

*1.2. Если у вас что-либо не получилось, помните: неудачи делают вас сильнее и мудрее. Остановитесь и посмотрите, что вы сделали не так. Самое главное: не ищите оправдания и не опускайте руки. Уолт Дисней предлагал себя более 500 раз и везде получал отказ. Над ним смеялись. Его оскорбляли. Но, в силу своего характера и веры в себя, он все-таки добился невероятного успеха, и теперь о нем знает весь мир!*

*1.3. Мир современного искусства преодолел серьезные изменения. И эти изменения, превратили субкультуру XXI столетия в шоу-бизнес. А как известно, шоу-бизнес – очень жестокая профессия. Она не прощается с тобой по-хорошему, и нет никого, кто бы подталкивал тебя вперед, – есть только ты сам. Но если ты пережил это время, оно всегда будет с тобой.*

*1.4. Каждый человек может стать диджеем, но не каж-*

*дый диджей может стать хорошим артистом. Совершенствуйтесь.*

*1.5. Диджей, музыкант, художник, бизнесмен или же простой рабочий. Кто вы? Посредственный или неповторимый?! Это определяет человека! Так что определите для себя, кто вы, и докажите всем, что вы из себя представляете! Не ищите оправданий! У нас нет на это времени!*

---

## ГЛАВА 2. КЛУБ – OFF?



Прежде чем идти в индустрию развлечений, нужно понять, в каких условиях она развивалась и какие рычаги управления на сегодняшний день наиболее эффективны. Какие проблемы возникают сегодня и как реагировать на них в условиях рыночной экономики и безжалостной конкуренции.

В клуб приходят чтобы выпить и потанцевать. Все точно так же, как и всегда. Но с учетом «гуляющего» рубля приходится экономить денежные средства. А после 2014... 2020,

и 2022 года и вовсе. Большинство людей стали вкладывать в недвижимость, другие – в малый бизнес. Третьи так и остаются простыми работягами или детьми из богатых семей, которые тратят все, что заработали, на потребу дня. Это и есть наши клиенты. И их, согласитесь, не так уж и много.

*«Так почему же стали закрываться ночные клубы?»*

Если рассматривать проблему с потребительской точки зрения, то многим уже приелась эта «форматная кухня»: промогруппы то и дело предлагают идентичные и псевдоидейные развлекательные программы, а расходы на организацию по-настоящему интересных мероприятий уменьшаются с каждым месяцем работы заведения, просто потому что уже нет желания вкладывать средства, а есть желание как можно быстрее вернуть уже вложенные в ремонт и прочие расходы деньги.

С экономической точки зрения, проблема в экономической дестабилизации внутри страны. Большинство компетентных людей понимает, что сегодня большой клуб – это нерентабельно. Клубный бизнес стал очень рискованным. Перестали работать «Арма», Gipsy и другие «места силы», когда то определявшие вектор ночной жизни столицы. Тихо и незаметно прекратил существование один из старейших клубов Москвы – «Культ». А в 2017 году и легендарный

клуб Soho Rooms. Даже самый высокотехнологичный клуб России «ЧАСЫ» (Белгород), вмещающий в себя 2500 человек, тоже когда-то закрыл свои двери. И так происходит по всей стране. Смысл понятен – люди в условиях кризиса тратят меньше, а значит, тусуются реже. В такой ситуации время от времени устраивать громкие мероприятия выгоднее, чем поддерживать жизнь целого клуба. Тем более что с текущим курсом валют приглашать на вечеринки артистов, чьи гонорары исчисляются в евро, стало труднее. Как и закупать импортную алкогольную продукцию, которая стала дороже в несколько раз. Поэтому большинство разумных инвесторов делают «домашние клубы», вместимость которых не превышает 500 человек. И вместе с этим возвращается потребность в отечественных артистах и самопальной алкогольной продукции. Сегодня клубная индустрия переживает парадокс:

\* Физические клубы закрываются (в Москве осталось 37% площадок от уровня 2020 года);

\* Рынка digital-вечеринок вырос на 400% (метавселенные, VR-клубы с NFT-билетами);

\* Топовые диджеи теперь получают 60% доходов от продажи виртуальных активов (скины для аватаров, limited-коллекции семплов).

«Раньше ты продавал билеты на танцпол. Теперь прода-

ешь эмоции в блокчейне» следуя за невообразимыми трендами «Криптоджема».

# Что же происходит с клубным бизнесом в России и каковы его перспективы?

**Георгий Петрушин** (*креативный директор и продюсер Zeppelin Production*) считает, что сейчас рынок «стагнирует».

*«В Москве, как и в центральном регионе нашей страны, перестало расти число людей, которые ходят в клуб. Одной из причин сложившейся ситуации стал гипертрофированный фейсконтроль во многих клубах: люди напуганы тем, что 90% проходящих в клуб просто не пускают»,* – объясняет он.

*«Площадь и формат помещений казино подходит под ночной клуб. Уже много игорных компаний рассматривают клубный бизнес как один из видов своей диверсификации». Однако многие другие промоутеры так не считают, они отмечают динамику роста посетителей ночных клубов.*

**[Сергей Джефф]** связывал это с формированием малого среднего класса, который не зарабатывает достаточно, чтобы тратить определенную сумму денег на развлечения каждую неделю.

**Всеволод Щербаков** предсказывает усиление конкуренции на клубном рынке.

*«Рынок уже достаточно насыщен, и новым проектам будет сложно пробиваться. Конкурентные поля уже распределены, и свободных ниш в этом бизнесе практически нет».*

С ним не согласен **Энди Уокер**. Он считает, что рынок Москвы и других клубных городов еще молод и находится на стадии своего развития.

*«Сейчас в крупных городах России приходится достаточно мало клубов на душу населения, в то время как, например, в центре Лондона существует около 4 тыс. баров и клубов. В Москве же этот показатель составляет около сотни», – говорит Уокер.*

**Николай Шихов (Kolya Funk)** считает что развлекательная индустрия, включая клубы и диджеинг, – одна из самых перспективных в мире. Однако на данный момент она, к сожалению, находится на самом дне.

## Куда же делись люди?

*«Эволюция ясна и ярка: никому не нужен клуб-концертник, нужен уютный концепт, собирающий вменяемую платежеспособную аудиторию, по масштабам позволяющий ее хорошо обслуживать, декорировать и максимально начинять для поддержания интереса у публики (конкуренция стала очень высока). Уменьшение в данном случае логичная мера, вместо того чтобы „бодаться“, принципиально размахивая размером, надо сказать, все сложнее заполняемым в нашем году, проще провести реконструкцию и заставить каждый метр работать. А звезд сейчас прокатчики привозят в концертные залы, они дешевле и их также стало более чем нужно. Люди всегда будут там, где есть комплексное free. Такие заведения выдержали кризисы даже в те времена, когда рестораны думали, что им не хватает молекулярной кухни, а клубы осваивали таргетированную рекламу в контакте. Своя ниша. Ничего не поделаешь, любит наш брат и такой сектор отдыха» (Габриэлла Ююкина, бизнесвумен, арт-директор, владелица танцевальной студии и салона красоты «Кардинал»).*

К сожалению, большие клубы закрываются. Но на их место пришли комнатные бары, кафе, и концептуальные «ивенты», которые набирают популярность: ***Alpha Future People***,

*Global Gathering, TranceMission, Ultra Music Festival, Pirate Station, Tomorrowland* и многие другие. Это показатель того, что публика заинтересована в данной концепции, которая, как мы видим, удовлетворяет все ее потребности. Но есть одно но! Со стороны потребителя – это круто, но со стороны творческого человека, неизвестного артиста или группы – отнюдь. Дело в том, что такие громкие проекты стоят миллионы долларов. И соответствовать данному уровню проекта будут лишь те, чьи гонорары исчисляются в евро, а подписчиков на YouTube-канале больше (запрещенной на территории РФ), чем всех жителей в нашей стране. За исключением конкурсов, типа SoundClash, попасть на такие мероприятия можно лишь в качестве зрителя. Даже если у вас есть связи, вы все равно не попадете в лайнап. Все зависит от вашей популярности!

Чтобы вы понимали масштабы таких организаций:

\* На таких площадках трудится более тысячи лучших специалистов из разных областей и участвуют сотни звезд первой величины;

\* Гонорары хедлайнеров превышают максимальную зарплату чиновников в России;

\* Их арт-проекты составляют более 750 страниц формата А4, а все технические решения по внедрению в проект инновационных технологий рассматриваются в тече-

*ние нескольких месяцев на всех уровнях, во избежание различных форс-мажоров.*

И за всей этой развлекательной машиной стоят «люди в черном» (инвесторы). Конечно же, есть исключения, но они лишь в масштабах ночных клубов.

Москва, Питер, Нижний Новгород, Курск, Красноярск, Екатеринбург, Воронеж, Казань – успешно развивают клубную культуру. И ровно через 10 лет мы увидим, что все кардинально изменится. В Крым вернут «KaZантип». Sensation White прекратит свое существование. Alfa Future People станет вровень с Ultra Music Festival. Создадут более грандиозную концепцию, объединив всех клабберов мира в новый AAA-проект. Кто знает, может быть, мы полетим в космос на российскую станцию «КОСМУЗ-87», которая откроет свои двери будущему поколению в ультрасовременный ночной клуб «Млечный Путь» с видом на звезды и хорошим обзором на Луну! В этом клубе, благодаря нано-витаминному комплексу, можно будет снимать усталость, без вреда организму. А благодаря современным технологиям, локации танцевального пространства будут меняться в зависимости от концепции воспроизводимого трека. В чилаут-зонах при помощи киберочков нового поколения можно будет настраивать своего собеседника. Ну и наконец, в центре зала под куполом «Андромеды» все тот же диджей, который зада-

ет настроение людей, купившим за неделю до этого цифровые флаеры из тонкой led-бумаги с надписью: Universal Party. Эх, мечты, мечты... Но вместо этого, в силу нашего непоколебимого менталитета, большинство людей предпочтет дешевые бары и клубы с фри-входом и недорогим алкоголем. Из всех музыкальных предпочтений – ремиксы на 80-е и 90-е, а также коммерческая попса, которая хоть и надоела всем, но она все-таки была и будет пользоваться спросом.

# Что же не так с нашей публикой?

Наш брат предпочтет среднеуровневый клуб, с приемлемым ценником и ненавязчивой шоу-программой, потому что, во-первых, средняя зарплата в нашей стране настолько мала, что я не хочу называть эти суперцифры. Во-вторых, мы недавно перешли из состояния СССР в современную Россию. И устоявшиеся правила поведения (культурализации) «поколения пепси» корнем прорастают из 90-х и 00-х. В то время как в Европе и Америке уже сформировалась клубная идеология и этика. Сегодня на рубеже 30-х годов, тренд на «тихий клубинг» – вечеринки в noise-canceling наушниках (каждый слушает свой трек), стал наиболее предпочтительным. Поколение Z не разделяет культ «героев-диджеев» – для них важнее соучастие (collab-треки в реальном времени через приложения), но в этом есть и плюс: российские виртуальные фестивали (типа «КиберKaZантип») собирают до 1 млн зрителей – в 3 раза больше, чем оффлайн-ивенты 2010-х.

*– В чем тогда разница между западной и российской аудиторией? Почему за границей диджей – это звезда, а не просто переключатель музыки на вечеринке?*

*«К сожалению, в России пока еще в большинстве случаев слово „диджей“ воспринимается крайне несерьезно и ас-*

*социруется со всем чем угодно, но не с частью современной культуры. Успешные диджеи на Западе по популярности стоят в одном ряду с известными спортсменами, актерами и т. д. Они постоянно мелькают в средствах массовой информации и, можно сказать, воспринимаются как объект национальной гордости. Если говорить о публике, которая посещает фестивали за границей, то, наверно, там она более раскрепощенная и жизнерадостная, чем в России. Но, возможно, мы ошибаемся» (Matisse & Sadko – резиденты лейбла Armada, Spinnin' Records и др.).*

«Так что же из всего вышесказанного следует?»

\* Во-первых, проблема нашего брата в том, что мы воспитывались в другой стране, которая изначально была лишь последователем, а не законодателем клубной идеологии. Другими словами, корень всех проблем – это наш **менталитет!** Философия: «Пиво должно быть дешевым, музыка – громкой, а остальное – по благу». Ностальгия вместо прогресса?

Мы есть то, что мы слушаем (с)

\* Во-вторых, вся «развлекательная машина» полностью зависит от экономического благосостояния страны (например, возьмём санкции на профессиональное оборудование для клубов/эвентов). В условиях кризиса перестают работать большие клубы и рестораны, а вместе с этим и пропадет потребность в музыкантах, артистах и всех тех, кто живет в ин-

дустрии развлечений. Приходится переквалифицироваться и занимать другие ниши. Но выход есть всегда. Это всего лишь временный экономический коллапс. Сосредоточитесь пока на своей цели. Закрыты двери? Лезьте в окно!

\* В-третьих, это проблема форматной кухни. Плагиаторий современного искусства достиг исторического максимума. Музыка становится однотипной и простой. Идентичные и псевдоидейные развлекательные программы стали неинтересными. «Все гениальное – просто». Но не да такой же степени, господа!

– В-четвёртых, пандемия COVID-19 в 2020 году поставила мировую клубную индустрию на паузу: фестивали отменялись, клубы закрывались, а артисты оставались без живых выступлений. По статистике, только в России за 2020 год 37% диджеев ушли из этой профессии. Однако самые стойкие быстро нашли выход, переключившись на онлайн-трансляции, которые не просто заменили концерты, но и открыли новые форматы шоу. Людям стало удобнее включать Радио Рекорд и настраиваться на нужную концептуальную радиостанцию или же смотреть трансляцию по дороге домой.

– В-пятых, – экономические санкции и стремительный рост цен на профессиональное оборудование – нанес серьёзный удар по крупным клубным и концертным площадкам.

Содержание масштабных залов стало финансово невыгодным, что привело к их постепенному угасанию.

На смену грандиозным шоу пришли камерные форматы:

\* 67% аудитории теперь выбирают уютные бары и диджей-кафе, где звук и атмосфера важнее пафоса.

\* 26% отдают предпочтение фестивалям – как местам силы, где музыка объединяет.

\* Остальные 7% погружаются в мир закрытых домашних вечеринок, где доверие и камерность заменяют размах больших залов. *(Данные основаны на опросе 3000 респондентов из разных регионов России.)*

Сегодня довольно непростое время: неустойчивый бизнес теряет квалифицированных специалистов, зажавшейся публики становится все больше, а хорошей музыки все меньше. Но на то есть причины. Физические клубы умирают, но рождается новая экономика: NFT-членства (вместо face-контроля), виртуальные гонорары (платят в USDT), AI-промоутеры (алгоритмы подбирают линейку артистов под настроение аудитории). Что будет дальше? Поживем и увидим.

---

*Подытожим вторую главу:*

*2.1. Во-первых, мы воспитывались в другой стране, ко-*

торая изначально была лишь последователем, а не законодателем культурной идеологии. Корень всех проблем – это наш менталитет! Как бы мы ни старались, это не произойдет очень быстро. Смена поколений. Другая потребность. Другие технологии. И вот тогда, через 20—30 лет, мы будем находиться уже в другой стране. А пока мы переживаем эпоху цифрового преобразования. От нас будет зависеть будущее EDM-культуры, в прямом смысле этого слова. Что будет дальше? Поживем и увидим.

2.2. Во-вторых, вся «развлекательная машина» полностью зависит от экономического благосостояния страны. В условиях кризиса перестают работать большие клубы и рестораны, а вместе с этим и пропадет потребность в музыкантах, артистах и всех тех, кто живет в индустрии развлечений. Приходится переквалифицироваться и занимать другие ниши. Но выход есть всегда. Это всего лишь временный экономический коллапс. Сосредоточьтесь пока на своей цели. Закрыты двери? Лезьте в окно!

2.3. И в-третьих, это проблема «форматной кухни». Плагиаторий современного искусства достиг исторического максимума. Музыка становится однотипной и простой. Идентичные и псевдоидейные развлекательные программы стали неинтересными. «Все гениальное – просто»... Но не до такой же степени, господа!

2.4. Не стоит забывать, что в России пока еще в большинстве случаев слово «диджей» воспринимается крайне

*несерьезно и ассоциируется со всем чем угодно, но не с частью современной культуры. Тем временем успешные диджеи на Западе по популярности стоят в одном ряду с известными спортсменами, актерами и т. д. Они постоянно мелькают в средствах массовой информации и воспринимаются как объект национальной гордости. Если говорить о публике, которая посещает фестивали за границей, то, наверно, там она более раскрепощенная и жизнерадостная, чем в России.*

*2.5. Экономические санкции и стремительный рост цен на профессиональное оборудование – нанес серьезный удар по крупным клубным и концертным площадкам. Содержание масштабных залов стало финансово невыгодным, что привело к их постепенному угасанию.*

## ГЛАВА 3. КАСТИНГ



Пока бизнесмены решают какой клуб открыть, другие же нуждаются в свежих кадрах...

*«Если вы молоды, полны сил и энергии, клубная жизнь вам по душе, но хочется чего-то большего?!»*

Сколько раз вы слышали это? Сколько раз вы стучали в двери, но в ответ лишь слышали:

*«Мы вам обязательно перезвоним!»*

Проблема скрыта во многих не доступных простому обывателю вещах. И чтобы разобраться в этом и помочь молодым артистам попасть на работу в ночной клуб и зарекомендовать себя с хорошей стороны, нужно понять, как работает эта кухня изнутри!

Ночной клуб – это большой корабль, на борту которого трудится множество компетентных матросов. Все они заинтересованы в хорошем настроении и благополучном отдыхе своих пассажиров.

Попадая в трюм грозного капитана, вы не догадываетесь, почему вам отказывают после пяти минут конструктивного диалога. Причина отказов очень проста.

*\* Ваш внешний вид не соответствует ожиданиям арт-директора;*

*\* Ваши навыки, как и ваша эрудиция, оставляют желать лучшего;*

*\* На словах вы Лев Толстой, а на деле... Продолжите фразу;*

*\* Вы скованны или посредственны;*

*\* Ваш материал не соответствует формату клуба.*

Запомните:

*«Капитану нужны верные и трудолюбивые*

*матросы. И если вы идете в клуб, для того чтобы потешить свое самолюбие, то вам когда-нибудь позвонят (читайте между строк)» (Бобков А.).*

Если вы хоть немного узнали себя, то добро пожаловать на кастинг!

# Как заинтересовать арт-директора?

**Во-первых**, дать арт-директору крутого артиста – то есть достичь хорошего уровня мастерства, выделяться на общем фоне кастинга. Но это для талантливых.

Если кастинг завтра, а поднатореть в диджеинге вы не успели и умеете минимум для работы, но не максимум для того чтобы обойти всех конкурентов? Дать арт-директору преданного работника – сразу объявить, что готовы на все и вся: разносить флаеры, проводить инвентаризации, учиться всему, что умеет арт-директор, при этом постоянно отрабатывая основную работу, полученную авансом (совершенствоваться как танцор или кем там вас взяли заочно).

**Во-вторых**, дать арт-директору работника – душу компании – затейника. Личность, которая ну прямо очень талантливая в социальном плане. Покорить харизмой, покорить личным отношением, цветом костюма, который любит особенно женщина арт-директор. Об этом подробнее расскажет **Габриэлла Ююкина**:

*Говорят, что бизнес – это ничего личного. Бизнес – это только и есть, что личное. И понравиться потенциальному шефу – залог успеха.*

*Если вы работали в клубах и имеете неплохое портфолио, не поленитесь принести его в цветном печатном или ярком цифровом виде. Очень часто рекрутеров присылают из других регионов, и арт-директор г. Екатеринбурга может быть не в курсе, что в Курске МС Виндс работает дольше, чем МС Вася Пупкин. Конечно, все решается только личным просмотром, и это будет видно, но состоявшийся артист, пришедший с надменным видом, считающий, что его должны знать все и вся, может не дойти до просмотра после первого собеседования.*

*Сегодня арт-директора всё чаще ищут кадры через нейросети – например, алгоритмы на основе ChatGPT-5 анализируют соцсети претендентов и выдают «рейтинг харизмы». Ваша социальная сеть может решить всё до первого рукопожатия. Но парадокс: несмотря на цифровизацию, последнее слово всё равно за личной встречей.*

# Что играть, что бы привлечь к себе внимание?

Если в вашем клубе музыка бьет точно в такт сердцам гостей, свет ложится идеальными прожекторными волнами, а каждый ивент становится событием – значит, за этим стоит человек, для которого клуб не просто работа, а жизнь.

**Александр Болокин** – тот самый арт-директор, который спит на работе (иногда буквально), дышит трендами и знает, как превратить обычную вечеринку в легенду. За его плечами больше пятнадцати лет в индустрии, сотни успешных проектов и железное правило: «Если делать – то на максимум».

Он – трудоголик до мозга костей, перфекционист и при этом жесткий критик самого себя. Каждая деталь важна: от звука сабов до выражения лиц на танцполе. Он не просто «следит за порядком» – он чувствует клуб как живой организм.

Каким должен быть арт-директор? Амбициозным? Безусловно. Но его амбиции – не про личную славу, а про то, чтобы его клуб звучал лучше всех. Он не боится экспериментов (живые инструменты на сцене с диджеем? Запросто!), но всегда держит руку на пульсе – потому что знает: главный судья – это публика.

Если в его клубе что-то происходит – можете быть увере-

ны: Болокин уже в курсе. А если нет – значит, он уже бежит разбираться. Потому что для него это не работа... Это – его стиль жизни.

Обо всем по порядку, расскажет сам Александр!

*– Расскажи, что является главным приоритетом в выборе диджея? Что играть «сегодня», учитывая разношерстную публику и множество разнообразных жанров? На что следует ориентироваться начинающему или даже продвинутому диджею?*

*«Контингент – это главный фактор. Публика определяет фонотеку: их вкусы, энергетика, реакция на музыку. Так же я бы выделил тренды – соцсети и музыкальные площадки задают тон. Важно следить за тем, что сейчас в тренде. Ну и конечно же, это теч-скилл, технические возможности – оборудование может как ограничивать, так и расширять выбор. Например, с хорошим звуком можно рискнуть даже с драм-н-бейсом.»*

*– Мейнстрим или андеграунд артистов?*

*«Мейнстрим – это молодые, «раскрученные» исполнители, которые сейчас на слуху. Публика приходит на имя. В большинстве случаев им всё равно, как сводит музыку диджей. Главное – играть хиты. С ними есть риск: их музы-*

*ка может быть не до конца проработана, но они в тренде и привлекают молодежь.*

*Андеграунд – это живые аудиофилы, которые играют как в последний раз. Экспериментаторы и импровизаторы. Они последовательны и самоуверенны. С ними тоже есть риск: они не любят раскачивать зал и могут пренебрегать своим здоровьем и, как следствие, своим авторитетом, употребляя много алкоголя.»*

*«Мейнстрим – это когда танцуют все. Андеграунд – когда танцуют те, кто понял.» (Бобков А. А.)*

***– Был ли момент, когда пришлось резко сменить звучание?***

*Такое происходит часто. Публика меняется динамично, и иногда прямо во время вечеринки приходится переключаться на другой стиль, если чувствуешь, что зал «не цепляет».*

***– Талант vs. коммерция?***

*«К сожалению, сегодня талант артиста часто уходит на второй план – приходится делать выбор в пользу коммерции (если говорит о Российских клубах).»*

***– Как ты оцениваешь артистов с разной аудиторией?***

*«Тут всё неоднозначно. Артист с 500 подписчиками только начинает путь, у него есть мотивация выложиться на 100%. А медийные имена иногда приезжают „на лайт“ –*

*отыгрывают без энергии, и публика уходит разочарованной.»*

**– Что для тебя важнее: имя или умение зажечь танцпол?**

*«Однозначно – энергетика! Бывало, приезжали диджеи с сотнями тысяч подписчиков, но их сет был „мертвым“. А ребята без громкого имени, но с огнем в глазах заряжали зал так, что вечеринка взлетала.»*

**– Самый неожиданный эксперимент?**

*«Совмещение диджея с живыми инструментами – барабаны, гитара, скрипка, пианино. Диджей начинает сет, к нему постепенно подключаются музыканты, и вот уже на сцене не солильный исполнитель, а целый оркестр! Это и звучало мощно, и выглядело эффектно.»*

**– Приходилось ли отменять выступления?**

*«Да, и не раз. Основные причины:*

*Артист перебрал с алкоголем до или во время выступления. Играл не в формате клуба, игнорировал запросы публики.»*

**– Как реагируете на жалобы гостей?**

*«Всегда выслушиваю, анализирую и только потом принимаю решение. Если жалоба на музыку – решаю сам. Если*

*на персонал – разбираюсь с обеими сторонами. Каждая претензия – это повод что-то улучшить.»*

***– Были ли конфликты с владельцами?***

*«Такое случается, особенно при открытии новых клубов. Владельцы иногда пытаются диктовать условия, не разбираясь в трендах. В таких случаях я мягко, но настойчиво доказываю свою позицию. К счастью, мне попадались адекватные люди – в итоге они доверяли профессионалам.»*

# **Ошибки диджеев и идеальный клуб**

**– Какие частые ошибки диджеев?**

*«Играют для себя – не чувствуют зал, не смотрят на реакцию. Диджей должен быть с публикой на одной волне, мгновенно менять треки, если „не заходит“: Гонка за громкостью – увеличивают звук до „грязи“, рвут динамики. В хороших клубах есть отдельный пульт у звукорежиссера – он контролирует качество.»*

**– Если бы бюджет был неограничен?**

*«Сначала нанял бы топовых звуковиков, чтобы они проанализировали площадку. Потом – оборудование: сабы, порталы, усилители (мой выбор – NEXO). И только потом – спецэффекты: свет, LED-экраны, дым и прочие фишки.»*

**– Какие самые раздражающие ошибки диджеев ты замечаешь в клубах?**

*«Первое – играют в пустоту. Включил трек, уткнулся в ноутбук или телефон, даже не смотрит, как зал реагирует. Диджей – это не „поставил и забыл“, он должен чувствовать энергию танцпола. Второе – бесконечные переходы без смысла. Микс ради микса, треки скачут, нет нарратива, нет драйва. И третье – техническая безграмотность: перегруженный мид-диапазон, кричащие высокие, „рваный“»*

*бит. Если звук режет уши – народ просто уйдет.»*

**– Почему некоторые диджеи игнорируют запросы публики?**

*«Эго. Кто-то считает, что он „творческая личность“ и будет играть только то, что нравится ему. Но клуб – не твой личный квартирник, тут люди платят за эмоции. Если зал не цепляет – надо адаптироваться, а не упорствовать. Конечно, бывают нишевые вечеринки, где своя атмосфера, но в обычном клубе диджей – это проводник между музыкой и людьми, а не гуру, спустившийся с гор.»*

**– Можно ли исправить эти ошибки или это вопрос опыта?**

*«Можно, если есть самокритика и желание учиться. Смотрите на реакцию зала, общайтесь с резидентами, анализируйте свои сеты. Опыт помогает, но только если ты его осознаешь. Главное – не заикливаться на себе. Музыка для людей, а не люди для музыки.»*

**– Самый позорный фейл в твоей работе с диджеем?**

*«Один раз артист приехал в клуб, настроил оборудование... и тут выяснилось, что он должен был играть в другом месте!»*

# **Будущее клубной культуры**

**– Какие форматы будут актуальны?**

*«За 15 лет в индустрии я видел, как транс сменился поп-сой. Сейчас на подъеме Vocal House, Tech House, Afro House, EDM – думаю, через 5 лет они будут доминировать.»*

**– Может ли VR заменить клубы?**

*«Нет, это просто развлечение на один раз. Нам нужны живые эмоции, физический контакт, энергия толпы.»*

**– Какой жанр запретили бы?**

*«Свадебную музыку» – ту самую, что крутят в ресторанах и караоке. Клуб должен оставаться клубом! Да, мы играем коммерцию, но только свежую, молодежную.»*

**– Ну и на десерт, «главное качество арт-директора сегодня»?**

*«Люби свою команду и артистов! Будь с ними на одном уровне, помогай, советуй, но и требуй. Арт-директор – это не просто „нанял и забыл“. Он должен вникать во всё: от коктейлей до света и звука.»*

**– Лучший лайфхак для новичков?**

*«Не будьте серыми и зажатыми! Важно не толь-*

*ко что вы играете, но и как выглядите, как двигаетесь, как подаете себя. Отрывайтесь под свою музыку – и вас запомнят!»*

*(Александр Болокин, арт-директор легендарного клуба «Часы»)*

# Как попасть в шоу-бизнес?

Итак, что из всего этого следует?

**Во-первых**, развивайте в себе то направление, с которым вы хотите попасть в клубную индустрию. Следите за новостями как на уровне России, так и в том ДК, в которое вы хотите пойти, чтобы стать диджеем. Узнавайте о карьере ваших местных знаменитостей и старайтесь как можно раньше устроиться на работу в любой местный клуб. Если дверь не открыли – пробирайтесь через окно. Используйте метод проб и ошибок до бесконечности. Из общежизненных методов всем рекомендую быть настойчивыми в своей мечте. Жизнь у нас одна, и я боюсь только одного: в конце жизни понять, что многие мои желания и стремления не осуществились лишь из-за страха и стеснения.

**Во-вторых**, получайте нужные должности, обеспечивайте финансирование, знакомьтесь со всеми, кто может вам помочь или просто направить в нужное русло. И помните: умный человек, какое бы место он ни занимал, всегда оценит деловой напор и разумную дерзость (не путайте с невежеством, панибратством и «синдромом величия»; впрочем, умный это понимает сам, а дураку я ситуацию этим советом не испорчу). Загоняйте поглубже страх отказов, боязнь быть непонятым и осмеянным вышестоящими лицами. Я знаю

на примере своего опыта, что удача – это не что иное, как «прийтись ко двору»: оказаться с предложением своей кандидатуры, помощи или умений в нужном месте с нужным человеком, и, конечно, в тот момент, когда он в подходящем настроении.

*«Ночной клуб „Часы“ г. Белгород. Я в ярком, молодом и достаточно амбициозном периоде карьеры арт-директора, набираю штат в 48 человек, и это только арт-служба, и уныло слушаю претендентов на замы, рассказывающих мне о том, как они провели вечеринку и собрали аж сто с половиной человек в ДК, как их звали в Москву, да беда, им и здесь хорошо, и понимаю, что брат, по сути, некого. Вернее, можно взять Лену Пчелкину, чтобы пить по утрам кофе да не бегать бумаги подписывать, но из уважения к работодателю тратить попо-место для такого сложного труда в 25 лет не решилась. Две недели обходились с моим первым заместителем Андреем Барковым без команды, периодически слушая парня Владислава, который ходил под дверь, что-то рассказывал о том, что будет работать круглые сутки, о том, что он пишет стихи и даже их читает, и о его методах привлечения людей в клубы Белгорода. В общем, брат его особо никто не собирался, место пустовало, но когда пришло время, а мы уже начали с Андреем наш „стартап“ не вывозить, Владислав пришел за час до планерки и остался у нас насовсем. Потом он все*

*равно уволился со словами: „Господи, я никогда бы не подумал, что труд арт-директора это такой ад“. Но вряд ли об этом книга Александра Бобкова. Он пришелся потому, что из всех претендентов он был самым настойчивым, уверенным, что разовьет свои способности работой у меня день и ночь, а главное – что в секунду, когда объем работы возрос до того, что пригодился бы любой умный человек, он просто оказался в точке доступа, исключив надобность обзвона всех остальных претендентов, надо сказать, примерно идентичных по своим способностям» (Габриэлла Ююкина, арт-директор ночных клубов, бизнесвумен, владелица салона красоты и танцевальной студии «Кардинал» с опытом в сфере клубной индустрии 15 лет).*

Не могу не согласиться со своей коллегой. Возможно, в скором будущем я напишу книгу и о тяжелом труде арт-директора, но сейчас нам все-таки нужно вернуться к основной теме.

# Претендуешь? Соответствуй!

Сегодня уже не модно быть просто диджеем, играющим музыку. Диджей нашего времени – это дирижер (психолог), саунд-продюсер (автор), мьюз-арт (промоутер) и креатор. Все вместе – это хороший артист, которого непременно заметят. Как например одного питерского диджея, который использовал нейроинтерфейс NextMind. Благодаря данному нейроинтерфейсу, он ставил треки «силой мысли», когда датчики считывали его эмоции (кстати, подобные факты, я упоминал в своей книге «Магия Звука»). Публика была в восторге, но арт-директор позже признался: «Это круто, но если он не чувствует людей без гаджетов – он нам не нужен». Безусловно, Большинство диджеев убеждены в том, что если скачают Топ-100 Beatport, то их запомнят. Запомнят, но не вас, а исполнителей, которые кропотливо работали над своим проектом. Диджей – это лишь посредник между публикой и исполнителем. И для того чтобы добиться успеха как артист, нужно постигать искусство с разных сторон. Быть может, кто-то ограничивается базой, а кто-то действительно хочет разобраться в себе и современном искусстве, находя при этом неординарные решения на пути своего становления. Поэтому на страницах этой уникальной книги я познакомлю вас с известными людьми, которые поделятся своим богатым опытом, а также расскажут о том, как выжить твор-

ческому человеку под гнетом жесткой конкуренции в XXI веке!

В моей работе встречались интересные случаи, когда хедлайнеры мероприятий отыгрывали свои диджей-сет, которые с легкостью переплевывали резидентов клуба. Один из таких людей – мой друг **Евгений Бухиашвили (DJ Jonny)**. Он не раз доказывал это своей аудитории, что сумеет раскачать зал, и делал это гораздо круче, чем приглашённый гость за несколько тысяч долларов!

*Мой сет – это живой организм. Каждый трек в нём – всплеск энергии, волна, которая качает танцпол от гипнотического гула до удара в сердце. Но магия случается только тогда, когда ты перестаёшь играть музыку – и начинаешь играть людьми. Ловить их дыхание, предугадывать желания, вести за собой. В идеальный момент биты сливаются с пульсом толпы – и вот уже не ты управляешь звуком, а он тобой. Это и есть та самая алхимия ночи! (DJ Jonny)*

Но, вопреки всем сомнениям и здоровой критике со стороны арт-директора, вы просто обязаны соответствовать его ожиданиям, а также тенденциям современного искусства.

*«Никому не нужна ваша интеллектуальная музыка. Играйте то, что от вас хотят услышать люди на танцполе» (Юрий Оберт, директор регионального рекрутингового центра «Правильные люди», начальник отдела по управлению развлекательным*

*бизнесом корпорации «ГРИНН»).*

И он прав. Большинство начинающих артистов, в силу своих амбиций, не хотят играть то, что не соответствует их формату (это касается только резидентства в ночных клубах). Безусловно, это коммерческий интерес со стороны представителя ночных заведений, ибо его задача «привлечь в клуб как можно больше людей и оставить их там до утра». И в этом ему всецело помогаете вы и ваш друг – бармен.

*Быть резидентом – это как вести эстафету: ты ловишь ритм, заданный предыдущим диджеем, и превращаешь его в новую волну энергии. Моя задача – не дать залу остыть, но и не перегрузить его. (Dj Barny)*

**«Если диджей теряет свою публику, значит, это плохой диджей.»** Чаще всего, это так. Вы скажете, что дело в деньгах, что вам должны платить бешеные гонорары, чтобы вы смогли полноценно раскрыться и показать себя во всей красе?! Так ли это? Узнаем у самого модного и популярного диджея в России:

*Финансовая поддержка всегда облегчает развитие, но решающими факторами были и остаются чувство вкуса и харизма. Деньги не компенсируют их отсутствие. Раньше конкуренция среди начинающих диджеев была меньше, но сегодня выделиться проще: среди множества новичков стало меньше истинных фанатов своего дела. Если раньше*

*в диджеинг или преданные музыке люди, мечтавшие продемонстрировать свой вкус через технику сведения, то сейчас многие приходят за быстрыми деньгами или контентом для TikTok. Поэтому, если у тебя серьезные намерения, пробиться сейчас реально. Важно понимать: диджеинг превратился не просто в профессию, а в полноценный бизнес с массой возможностей, несмотря на все сложности. Идти в эту сферу стоит только если ты искренне любишь музыку, сцену и готов посвятить этому жизнь. Тогда успех неизбежен. (Николай Шихов / Kolya Funk)*

Пока мы ленимся изучать новые тренды и познавать мир искусства с разных сторон, ИИ начинает делать это за нас! В Москве в рамках события с говорящим названием «Неконфа» состоялось первое в мире офлайн выступление управляемого нейросетью диджея. Аватар с именем NeuroLarKi сыграл 15-минутный сет на основе запроса (промта), в котором содержались музыкальные вкусы публики мероприятия. Сразу же после этого состоялся баттл прошлого с будущим: виниловый диджей Stereotip также отыграл 15-минутный сет. Несмотря на эффектное выступление нейро-голограммы, зрители все же отдали предпочтение человеку. Но будь среди них роботы, результат голосования мог бы оказаться другим.

К сожалению, через 10—15 лет обыкновенного диджея заменит искусственный интеллект. Но пока этого не про-

изошло, давайте мыслить шире и пытаться поймать удачу за хвост!

Если вы все-таки выбрали местом своей работы ночной клуб, то запомните одну вещь.

*«Как бы вам ни хотелось „их“ переубедить в своих знаниях о музыке, в первую очередь вы должны удовлетворять потребности клуба, а не свои амбиции. Играть EDM в силу своей „крутости“ (которая, я уверен, излишне преувеличена) будет глупо. Даже если вы знаете, что это хит. Изучайте рынок, ориентируйтесь на потребителя. Вы живете отнюдь не в той стране, где вы можете себе позволить включить VINAI – Our Style» (Бобков А.).*

В нашей профессии важно быть гибким.

*«Нужно всегда считаться со вкусами публики. Не нужно быть заложником одного жанра. В XXI веке это не даст никакого положительного результата. Какая от тебя польза, если вместо того чтобы поставить хороший коммерческий трек, ты ставишь то, что вчера зашло на Tomorrowland? В России, как и за рубежом, люди по факту идут выпить, потанцевать, познакомиться. Ты должен сделать так, чтобы пребывание этих людей в клубе было приятным. Но ты на первое место ставишь свои амбиции, что ты такой крутой ценитель EDM-музыки. Типа: „Я вам сейчас покажу,*

*какой я сильный скрипач“. Это не работает!  
Это в первую очередь показывает ваш уровень  
профессионализма»*

*(Bass King).*

Все началось с 2004 года, где я, по счастливому случаю, стал резидентом клуба «Прометей» (за что искренне благодарен Росту Ивану). Через год, благодаря братьям Грабовским, я попал в ночной клуб «Якудза» (г. Курск), но лишь в качестве гостя. Другой формат, другая публика. Там на одной из вечеринок я познакомился с очень крутыми ребятами **Янки DMC, Dj Romano, Dan Fader и DJ Or-Beat**, которые в свое время задавали вектор клубной жизни города. Однажды они сказали мне:

*«Бро, претендуешь? Соответствуй!»*

Мне пришлось изменить имидж, музыкальный формат и в корне изменить свое отношение к данной профессии. Через полгода я резидент ночного клуба «Якудза». Еще через полгода – резидент самого крупного клуба в Черноземье «Матрица», а после и самого модного клуба «Селебрити»... Все областные клубы были моим пристанищем несколько лет. И только благодаря своим навыкам и упорству я оказался среди «счастливицков» на самом крупном танцевальном фестивале в Европе «KaZантип» в качестве диджея. Там я впервые познакомился с **Евгением Рудиным (DJ Грув)**, ко-

торый в последующие полгода был моим куратором и учителем.

После всех жизненных уроков я понял одну простую истину.

*«Не вы выбираете публику, а публика выбирает вас. Она и определяет вашу популярность! Если хотите быть модным или крутым, играйте андеграунд. Если хотите быть популярным, играйте коммерцию. Если вы хотите стать легендарным, создайте нечто особенное и красиво уйдите.» (Бобков А.).*

Я выбрал коммерческий путь. И он впоследствии привел меня за руку в мир шоу-бизнеса, о котором я расскажу в следующей главе. Так что, если вы хотите добиться успеха, соответствуйте! Работайте, работайте и еще раз работайте, и у вас непременно все получится!

---

### ***Подытожим третью главу:***

*3.1. Ночной клуб – это большой корабль, на борту которого трудится множество компетентных матросов. Все они заинтересованы в хорошем настроении и благополучном отдыхе своих клиентов. От этого зависит их долгое плавание. Попадая в трюм грозного капитана, вы не догадываете-*

*теть, почему вам отказывают после пяти минут конструктивного диалога. Причина отказов очень проста:*

*\* Ваш внешний вид не соответствует ожиданиям арт-директора;*

*\* Ваши навыки, как и ваша эрудиция, оставляют желать лучшего;*

*\* На словах вы Лев Толстой, а на деле... Продолжите фразу;*

*\* Вы скованны или посредственны;*

*\* Ваш материал не соответствует формату клуба.*

*Капитану нужны верные и трудолюбивые матросы. И если вы идете в клуб, чтобы потешить свое самолюбие, то вам когда-нибудь позвонят (читайте между строк).*

*3.2. Чтобы попасть на корабль, который ушел в долгое плавание, необходимо дать арт-директору преданного работника – сразу объявить, что готовы на все и вся: разносить флаеры, проводить инвентаризации, учиться всему, что умеет арт-директор, при этом постоянно отрабатывая основную работу, полученную авансом (совершенствоваться как танцор или кем там вас взяли заочно).*

*3.3. Дать арт-директору работника – душу компании – затейника. Личность, которая ну прямо очень талантливая в социальном плане. Покорить харизмой, покорить личным отношением, цветом костюма, который любит осо-*

бенно женщина арт-директор. Говорят, что бизнес – это ничего личного. Бизнес – это только и есть, что личное. И понравиться потенциальному шефу – залог успеха.

3.4. Если вы работали в клубах и имеете неплохое портфолио, не поленитесь принести его в цветном печатном виде.

3.5. Если же вы все-таки решили попасть на это развлекательное судно, то вам необходимо развивать в себе то направление, с которым вы хотите попасть в клубную индустрию, следить за всеми новостями как на уровне России, так и на уровне ДК, в которое вы хотите пойти, дабы стать диджеем, узнавать карьеру ваших местных знаменитостей, а также как можно раньше попасть на работу в любой местный клуб.

Если дверь не открыли, нужно лезть через окно. Метод проб, ошибок, проб и т. д. до бесконечности. Жизнь у нас одна, и боюсь только одного: в конце жизни понять, что многие мои желания и стремления не состоялись лишь по причине страха и стеснения. Получайте нужные должности, нужное финансирование, знакомьтесь со всеми, кто вам может помочь или просто направить в нужное русло, и помните, что умный человек, какое место он бы ни занимал, всегда поймет деловой напор и разумную дерзость (не путать с невежественностью, панибратством и «синдромом величия», впрочем, умный это понимает сам, а дураку я ситуацию этим советом не испорчу). Загоняю поглубже

боязнь отказов, боязнь быть не принятым и осмеянным вышестоящими лицами, так как знаю на примере своего опыта, что удача – не что иное, как «прийтись ко двору»: оказаться с предложением своей кандидатуры, помощи, умений в нужном месте, с нужным человеком, и, конечно, когда он в нужном настроении.

3.6. Не вы выбираете публику, а публика выбирает вас. И только она определяет вашу популярность! Если хотите быть модным или крутым, играйте андеграунд. Если хотите быть популярным, играйте коммерцию. Если вы хотите стать легендарным, создайте нечто особенное и красиво уйдите.

3.7. Вопреки всем сомнениям и здоровой критике со стороны арт-директора, вы просто обязаны соответствовать его ожиданиям, а также тенденциям современного искусства.

3.8. Сегодня уже не модно быть просто диджеем играющим музыку. Диджей нашего времени – это дирижер (психолог), саунд-продюсер (автор), мьюз-арт (промоутер) и креатор. Все вместе – это хороший артист, которого непременно заметят. Претендуешь? Соответствуй!

3.9. Если диджей теряет свою публику, значит, это плохой диджей. Чаще всего это так. И если вы выбрали местом своей работы ночной клуб, то запомните одну вещь: как бы вам ни хотелось «их» переубедить в своих знаниях о музыке, в первую очередь вы должны удовлетворять по-

требности клуба, а не свои амбиции. Играть EDM в силу своей «крутости» (которая, я уверен, излишне преувеличена) будет глупо. Даже если вы знаете, что это хит. Изучайте рынок, ориентируйтесь на потребителя. Вы живете отнюдь не в той стране, где вы можете себе позволить включить VINAI – Our Style. Сейчас клубы всё чаще нанимают резидентов не по классическим демо, а по анализу их TikTok/Reels.

3.10. Нужно всегда считаться со вкусами публики. Не нужно быть заложником одного жанра. В XXI веке это не даст никакого положительного результата. Какая от тебя польза, если вместо того чтобы поставить хороший коммерческий трек, ты ставишь то, что вчера зашло на Tomorrowland? В России, как и за рубежом, люди по факту идут выпить, потанцевать, познакомиться. Ты должен сделать так, чтобы пребывание этих людей в клубе было приятным. Но ты на первое место ставишь свои амбиции, что ты такой крутой ценитель EDM-музыки. Типа: «Я вам сейчас покажу, какой я сильный скрипач». Это не работает! Это в первую очередь показывает ваш уровень профессионализма.

3.11 Не будьте серыми и зажатými! Важно не только что вы играете, но и как выглядите, как двигаетесь, как подаете себя. Отрывайтесь под свою музыку – и вас запомнят!

# ГЛАВА 4. АНАТОМИЯ НОЧНОГО КЛУБА



*Клуб – это не стены и не билеты. Это живое существо, которое дышит музыкой, пьёт свет и кормится эмоциями толпы. (Бобков А.)*

Представьте на мгновение, что с этой секунды вы не просто зритель, а тот самый человек, в чьих руках бьется пульс ночной жизни – вы держите ключи от царства, где рождаются легенды, где обычное помещение с бетонными столами превращается в храм музыки, а ваше слово решает, кто сегодня взойдет на сцену и чье имя завтра будет греметь на весь

город.

Но что, если я скажу вам, что за блеском софитов и гулом переполненного танцпола скрывается совершенно иная реальность? Реальность, где каждый квадратный метр просчитан до миллиметра, где акустика важнее архитектуры, а умение чувствовать толпу ценится выше любого контракта.

Давайте на время станем теми, кто создает эту магию – не просто владельцами, а режиссерами ночных спектаклей. От первого эскиза на салфетке до момента, когда дрожь от басов проходит сквозь толпу, а билеты раскупаются за неделю.

Готовы ли вы узнать, как на самом деле устроен этот бизнес – от чертежей вентиляции до секретов приглашения мировых звезд? Как превратить пустое помещение в место силы, где каждый вечер случается маленькое чудо?

Тогда входите в эту роль со мной – не как читатель, а как будущий создатель пространства, где завтра начнется новая эпоха ночной жизни.

# Совет №1. С чего начать?

## Идея, которая зажжёт город!

Ночной клуб – это не просто помещение с баром и звуком. Это живой организм, пульсирующий в ритме города. Прежде чем закладывать фундамент, нужно найти ту самую искру, которая превратит четыре стены в место силы. С чего вы бы начали?

**1) Концепция** – это всё. Будет ли это индустриальный техно-бункер с бетонными стенами и лазерами, ретро-лаунж в стиле 70-х или гламурный heaven с хрустальными люстрами и VIP-ложами? Определите ДНК вашего клуба так, чтобы он не сливался с десятками других.

**2) Аудитория.** Кто ваши гости? Бунтари, тусовщики, золотая молодёжь или искушённые меломаны? От этого зависит всё – от музыкальной политики до цены на коктейли. Что дальше?

## Совет№2. Выбор Локации

Выбор места – первый подводный камень. Лучший клуб может прогореть, если стоит в «мёртвой» зоне.

Клубное место – это не просто адрес, а судьба вашего заведения. Можно собрать лучший звук, нанять топовых диджеев и создать безумный дизайн, но если вы ошиблись локацией – всё это умрёт в пустом зале. Выбор точки – как поиск золотой жилы: нужно найти ту самую улицу, где сходятся пути ночных племён, где асфальт хранит ритм прошлых вечеринок, а соседние клубы не конкуренты, а союзники в большом празднике.

Но даже идеальный район может таить ловушки – глухие шумовые ограничения превратят вашу танцевальную мекку в немую сцену. Проверьте: разрешено ли здесь нарушать тишину, когда рождаются лучшие моменты жизни? Ведь клуб – это не стены, а право на громкость до рассвета.»

**1) Идеальная точка** – центр, но не слишком шумный, с хорошей транспортной развязкой и парковкой. Близость к другим клубам создаёт кластер – люди любят «клубные улицы», где можно мигрировать между локациями.

**2) Юридические нюансы.** Проверьте, можно ли здесь

громкую музыку до утра. В некоторых районах шумовые ограничения убивают бизнес на корню.

# Совет №3. Техническая магия: звук, свет, воздух

## 1) Звуковая система – священный грааль:

Хороший звук стоит дорого, но плохой звук стоит карьеры.

\* Акустика зала – если помещение «гуляет», даже топовые F1 Void или Funktion-One будут звучать как дешёвый магнитофон.

\* Мощность – рассчитывается под площадь.

Для среднего зала (300—500 чел.) нужно не менее 15—20 кВт.

От 1000 человек, нужно не менее 30 кВт.

\* Зонирование – танцпол должен «звучать» иначе, чем барная зона. Об этом поговорим чуть позже.

## 2) Свет – визуальный наркотик:

Современный клуб – это не просто лампочки, а иммерсивное шоу. Поэтому нам понадобится:

\* Лазеры, LED-экраны,двигающиеся головы – создают 3D-эффект.

\* DMX-контроллеры – синхронизация света с музыкой.

\* Дым, генераторы конфетти – усиливают драйв.

### **3) Воздух и климат-контроль:**

500 человек в закрытом помещении – это адская жара.

Поэтому нам понадобится:

\* Мощная вентиляция (не менее 10—15 объёмов воздуха в час).

\* Система охлаждения – кондиционеры должны справляться даже в час пик.

\* Дымоудаление – обязательно по нормам пожарной безопасности.

# Совет №4. Безопасность и легальность

Виски с колой льется рекой, а вместе с ним – звон монет в кассу. Но за каждый бокал, разбитый в пьяном угаре, приходится платить – не деньгами, а нервами. Лицензия на алкоголь – это пропуск в большой бизнес, где твой клуб из подпольного бункера превращается в легальный храм ночных искушений. Но знай: за право наливать золото в бокалы ты продаёшь душу чиновникам, полиции и бесконечным бумагам. Готов ли ты к этой сделке?

Важный аспект ночного заведения, даже не сам диджей... это бар и кухня! Лицензии, проверки и «договорённости» – без этого клуб не проживёт и месяца. Что необходимо:

**1) Алкогольная лицензия** – если её нет, бар будет работать «в чёрную».

## **Плюсы:**

- ✓ Прибыль – алкоголь составляет 60—80% дохода клуба
- ✓ Статус – без лицензии ты «подполье», с ней – легальный бизнес
- ✓ Гости – люди хотят не только танцевать, но и пить

## **Минусы:**

- ✗ Цена – от \$10 000+ ежегодно только за разрешение
- ✗ Контроль – проверки, ограничения по времени продаж

## ✘ Риски – ответственность за пьяных посетителей

*«Значительную часть расходов гасят маркетинговые бюджеты таких водочных компаний, как „Русский стандарт“, „Флагман“ и другие. Иногда эта сумма достигает 1 млн долларов в год, но клуб должен предоставить компании лучшее размещение продукта компании на своей территории. Также в маркетинговый бюджет входит организация мероприятий и различных постпромоушен», – объясняет Георгий Петрушин.*

### **2) Фейс-контроль и охрана – никакой агрессии, но жёсткий отсев проблемных гостей.**

\* «Я тут свой!» – знакомые владельца или местные «авторитеты» требуют VIP-обслуживания, но не платят и хамят.

**Что делать:** четкие правила для всех + договорённость с «нужными людьми» на берегу.

\* Охранники-провокаторы – агрессивные сотрудники сами создают конфликты (особенно под алкоголем).

**Результат:** суды, убытки, испорченная репутация.

\* Наркотики и «крыша» – если охрана закрывает глаза на распространение, рано или поздно придут силовики.

**Пример:** рейд в питерском клубе «Море» (2023) – уго-

ловное дело.

**3) Пожарная безопасность!** Пожарные выходы, аптечки, тревожные кнопки – формальности, которые спасают жизни.

\* «Нарушаем, но договоримся» – многие клубы экономят на системе пожаротушения, датчиках дыма и аварийных выходах.

**Последствия:** штрафы, приостановка работы или трагедия, как в «Хромой лошади» (157 погибших из-за нарушений).

\* «Авось, прокатит!». Перегрузка сети – декорации, свет, звук → искры, замыкания.

**Реальный случай:** в 2019 году в московском клубе загорелась новогодняя гирлянда – чудом обошлось без жертв.

\* Заблокированные выходы – ради «антуража» двери закрывают баннерами или ставят там мебель.

**Итог:** паника, давка при эвакуации. Травмы средней тяжести.

## **Совет №5. Финансы: сколькo стоит войти в игру?**

Объем инвестиций, требуемый для запуска клубного проекта, в среднем варьируется от полумиллиона до 5 млн долларов. Срок окупаемости один – два года. В среднем срок жизни клуба длится около 3 лет.

После затрат на недвижимость промоутеры ночных клубов вкладываются в дизайн клуба.

### **1) Основные стартовые затраты:**

\* Недвижимость (аренда/покупка + ремонт)

\* Аренда премиального помещения – \$ 5000— \$50 000/месяц.

\* Ремонт и дизайн – \$100000— \$1 000 000

(чем уникальнее концепция, тем дороже).

**Пример:** Клуб «Icon» (Москва) вложил \$2 млн только в интерьер.

### **2) Оборудование (звук, свет, видео)**

\* Базовый комплект

(для небольших заведений) – \$50000— \$150 000.

\* Топовое оборудование

(флагманские клубы) – \$300000— \$1 000 000.

**Для сравнения:** Система L-Acoustics стоит \$500 000+.

### **3) Персонал (ежемесячные расходы):**

\* Охрана – \$3000— \$10 000 (зависит от количества и уровня).

\* Бармены, официанты, хостес – \$5000— \$15 000.

\* Технический персонал

(звукорежиссеры, световики) – \$2000— \$8 000.

\* Промоутеры и PR – \$5000— \$20 000

(включая гонорары приглашенным диджеям).

### **4) Доходы: откуда клуб зарабатывает?**

По словам [Сергея Джеффа], средний чек в клубе премиум-класса составляет около 70 долларов. Среднего класса – 5—10 долларов. За одну вечеринку промоутеры могут заплатить 10—50 тыс. долларов. Среднюю выручку клуба за ночь никто из промоутеров не называет, уточняя лишь, что 70% прибыли клуба – это продажа спиртных напитков, 30% – кухня. Закрытые вечеринки (корпоративы, дни рождения) приносят – \$5000—\$50000. Плата за вход – \$10—\$100 (зависит от статуса клуба).

## **Совет №6. Специалисты – главный механизм ваших часов**

Важно понимать, как устроена система звука внутри клуба и как разрешают конфликты те самые закулисные профессионалы, о которых чаще всего умалчивают. Спросим у концертного директора **Евгения Бухиашвили**, человека с огромным стажем как в клубной, так и в концертной деятельности.

***– Как вы выстраиваете баланс между мощностью системы и качеством звука в клубе?***

*«Баланс мощности и качества звука в клубах (как и на концертных площадках) – сложная задача. Необходимо учитывать акустику помещения, мощность оборудования, его технические возможности и многое другое. Вот основные рекомендации для достижения оптимального звучания:*

***1. Анализ пространства клуба.*** Акустика помещения играет ключевую роль. Чтобы выстроить баланс без искажений, важно учитывать: размеры клуба; материалы стен, потолка и пола; наличие отражающих и поглощающих звук поверхностей. Например, деревянные панели смягчают высокие частоты, а бетон усиливает низкие. Многие владельцы клубов

пренебрегают этим, аргументируя примерно так: «Это не концертная площадка, зачем вникать в тонкости?» Они экономят на услугах звукоинженера, но в итоге теряют в качестве звука, снижая комфорт посетителей. А в этой сфере именно комфорт клиента определяет успех бизнеса и рост доходов.

**2. Выбор правильного оборудования.** Мощность усилителей должна соответствовать размеру зала и количеству посетителей. Избыточная мощность приводит к искажениям и усталости слуха. Также важно подбирать динамики с подходящей частотной характеристикой.»

**– Какие частоты чаще всего приходится «вырезать», чтобы звук не резал уши, но сохранял энергию?**

«Это критически важный этап. Используются программы моделирования, замеры АЧХ, расчет задержек, фазировка, настройка сабвуфферов и твитеров. Пропуск этого шага – гарантия плохого звука.

Даже при малейших изменениях в системе (например, по техрайдеру артиста) процесс повторяется заново.

**1. Эквализация.** Она уберет лишние частоты, оставляя нужные:

\* *Высокие (8—10 кГц) – срез для устранения свиста, но без потери четкости.*

\* *Средне-высокие (2—5 кГц) – легкое снижение для*

смягчения резкости, но с сохранением ясности вокала.

\* Низкие (ниже 60 Гц) – контроль баса, чтобы избежать бубнения и резонансов.

**2. Компрессоры и лимитеры**, защитят от перегрузок, выровняя динамику.

**3. Тестирование.** Постоянный мониторинг громкости и частот предотвращает усталость слуха и поломки оборудования.

Итог: грамотная настройка = комфортный звук + сохранение энергии музыки + безопасность для слушателей.»

**– Сталкивались ли вы с ситуациями, когда диджей приносит «плохо сведённый» трек, и как выходили из положения?**

«В большинстве клубов диджей часто играют плохо сведённые треки – обычно это бесплатные файлы с сомнительным качеством. Мало кто использует профессионально подготовленный материал.

Как звукорежиссёр с 15-летним опытом скажу: качество треков – это ответственность диджея. Материал всегда должен быть на уровне – и по звуку, и по содержанию. Разницу слышат даже те, у кого нет музыкального слуха.

**Как решать проблему?**

1) Предложить небольшую эквализацию, чтобы улучшить звучание. Объяснить, какие частоты мешают в конкретном зале.

2) Большинство адекватных артистов охотно идут на контакт, если видят профессионализм. Ведь для них важно, чтобы выступление звучало идеально.»

**– Какие самые неочевидные акустические проблемы бывают в клубах и как вы их решаете без масштабного ремонта?**

«Есть несколько способов попробовать решить данную проблему без масштабного ремонта:

– Басовые ловушки. Они поглощают избыточный бас и уменьшают количество отражённых звуковых волн.

– Акустические панели. Они уменьшают количество отражённого звука в помещении, что снижает уровень стоячих волн и улучшает качество звучания.

– Диффузоры. Это специальные акустические устройства, которые разбивают звук на множество отдельных волн и направляют их в разные направления.

Теперь о переотражениях. Что это такое? Переотражения происходят, когда звук многократно отражается от поверхностей комнаты, создавая эффект затухающего повторения первоначального сигнала. Это снижает разбор-

*чивость речи и музыки, делает звук мутным и неразборчивым. Как итог – музыка звучит грязно и непрозрачно, сложно различить отдельные инструменты и голоса, вследствие чего возникает усталость слуха у слушателей.»*

## **– Как решить проблему без ремонта?**

*«Для начала:*

- 1) Поглощающие материалы – ковры, акустические панели или ткани на стены (особенно возле сцены и колонок). Нарушение гладких поверхностей – полки, декоративные элементы, растения на стенах и потолке.*
- 2) Правильное расположение оборудования – динамики должны стоять так, чтобы минимизировать отражения от твердых поверхностей.*

*Дополнительные меры:*

- 1) Снижение общей громкости для уменьшения эффектов. Профессиональная настройка системы под конкретное помещение.*

*Совет для строящихся клубов: Минимизируйте бетон, стекло и металл. Выбирайте материалы с хорошим звукопоглощением.»*

## **– Что делать, если в разгар вечеринки «полетела» си-**

**стема (например, сгорел сабвуфер или пропал звук на одном из каналов)? Какой у вас план Б?»**

*«Главное правило: не паниковать. Оборудование может выйти из строя в любой момент, но грамотные действия помогут быстро решить проблему.»*

*Базовые проверки:*

- \* Есть ли электричество?*
- \* Включено ли оборудование?*

*Диагностика системы:*

- \* Проверить микшер (сигналы In/Out, мастер-шину).*
- \* Переключить каналы (возможен сгоревший канал).*
- \* Тестировать звуковой тракт альтернативным источником (телефон/ноутбук).*
- \* Осмотреть все соединения и кабели.*
- \* Поочередно проверить каждый компонент (усилитель, колонки, сабвуферы).*

*Ну и план Б:*

- \* Запасное оборудование (микшер, усилитель, колонки).*
- \* Альтернативный источник музыки (смартфон/ноутбук).*

*Профилактика проблем:*

- \* Регулярно проверяйте оборудование перед мероприятиями.*
- \* Имейте резервные компоненты и дублирующие линии*

*коммутации.*

*\* Обучите персонал действиям при аварийных ситуациях.*

*Итог: большинство неполадок решаются быстро, если подготовиться заранее.*

# Совет №7: Профессиональное оборудование для дома и ночных клубов

Современное диджейское оборудование – это ключ к идеальному звуку и зрелищному шоу. В клубах царит культ Pioneer CDJ и DJM, обеспечивающих профессиональное звучание и надежность. Домашние setups стали доступнее благодаря компактным контроллерам вроде DDJ-400 и Traktor S2. Винил-диджеи выбирают Technics SL-1200, а цифровые новаторы – XDJ-XZ с автономной работой. Независимо от формата, главное – мощные мониторы, четкие наушники и софт, который раскрывает творчество. Какие? Давайте разберемся!

## 1. DJ-контроллеры

✓ Pioneer DJ XDJ-XZ

\* Флагманский all-in-one (работает без ноутбука)

\* 4-канальный микшер, сенсорный экран, поддержка

Rekordbox

\* Идеален для клубов и больших мероприятий

✓ Numark NS4FX

\* Лучший бюджетный вариант для новичков

\* 4 деки, эффекты, USB-подключение

## **2. Наушники для диджеинга**

✓ Sennheiser HD 25

\* Легендарная модель, не убиваемая

\* Четкий звук, удобная посадка

✓ AIAIAI TMA-2

\* Модульная система (можно менять части)

\* Современный дизайн + отличная шумоизоляция

## **3. Студийные мониторы**

✓ KRK Rokit RP5 G4

\* Лучшее цена/качество

\* Четкие низы, подходят для сведения

✓ Yamaha HS8

\* Профессиональный стандарт

\* Идеальная детализация звука

## **4. Программное обеспечение**

✓ Rekordbox (Pioneer DJ)

\* Стандарт для клубов

\* Подготовка треков, управление оборудованием

✓ Serato DJ Pro

- \* Любимчик хип-хоп и scratch-диджеев
- \* Гибкие настройки + поддержка DVS

## **5. Микшеры**

- ✓ Pioneer DJM-900NXS2
- \* Клубный стандарт
- \* 4 канала, эффекты, Magvel фейдеры
  
- ✓ Allen & Heath Xone:9
- \* Легендарный аналоговый звук
- \* Идеален для техно/хаус-диджеев

## **6. Проигрыватели винила**

- ✓ Technics SL-1200MK7
- \* Икона скретч-культуры
- \* Неубиваемый мотор, точный звук
  
- ✓ Reloop RP-8000 MK2
- \* Современная альтернатива Technics
- \* USB-выход, регулируемый тормоз

## **7. MID-контроллеры**

- ✓ Native Instruments Traktor Kontrol S4 MK3
- \* Полный контроль над Traktor
- \* Встроенный звуковой интерфейс

- ✓ Pioneer DDJ-FLX10
- \* Гибрид для Rekordbox/Serato
- \* 4 канала, подсветка джогов

## **8. Аудиоинтерфейсы**

- ✓ Focusrite Scarlett 2i2
- \* Лучший бюджетный вариант
- \* Чистый звук, plug-and-play

- ✓ RME Babyface Pro FS
- \* Профессиональный уровень
- \* Сверхнизкая задержка

## **9. Свет и спецэффекты**

- ✓ Chauvet GigBAR 2
- \* Автоматизированная световая установка
- \* Лазеры, сканеры, LED-эффекты

- ✓ ADJ Mega Hex Par
- \* Мощная заливка сцены цветом
- \* Управление DMX

## **10. Аксессуары**

- ✓ Odyssey DJ Flight Case
- \* Защита оборудования на гастролях
- \* Кастомные размеры

✓ ProX XS-DJLP

\* Чехол для ноутбука с охлаждением

\* Водонепроницаемый материал

## 11. Для концертной деятельности в клубах

### А) Концертные микшерные пульта

✓ Yamaha CL5 – цифровая консоль с превосходной обработкой и гибкой маршрутизацией.

✓ Allen & Heath dLive S7000 – мощная платформа для живого звука с потрясающими эффектами.

✓ Behringer X32 Compact – бюджетный, но профессиональный вариант для небольших клубов.

### Б) Системы обработки звука

✓ DBX Driverack PA2 – процессор для автоматической настройки АС под помещение.

✓ TC Electronic M3000 – ревербератор для создания пространственных эффектов.

✓ Концертные мониторы

✓ L-Acoustics X12 – эталонные мониторы сцена для диджеев и музыкантов.

✓ dB Technologies DVX DM15 – мощные и компактные

мониторы для клубов.

## 12. Световое и сценическое оборудование

### А) Умные световые приборы

✓ Martin MAC Quantum Wash – мощные подвижные головы с RGBW-светодиодами.

✓ Chauvet Maverick MK2 Spot – яркие прожекторы с лазерной резкостью.

### Б) Контроллеры света

✓ Avolites Titan Mobile – профессиональное ПО и контроллер для сложных шоу.

✓ GrandMA3 onPC Command Wing – топовый контроллер для масштабных проектов.

### С) Дым и спецэффекты

✓ Antari Z-350 II – дым-машина с мгновенным разогревом.

✓ Look Solutions Viper NT – генератор сухого льда для атмосферных эффектов.

Музыка рождается в тишине, но оживает в первом возгласе толпы! Оборудование – лишь инструменты, но от их

выбора зависит, станет ли сет обычным фоном или магическим ритуалом, после которого зрители еще долго будут чувствовать вибрации в своем теле!

Здесь нет мелочей. Каждый кабель, каждый эффект, каждый луч – это кирпичики в здании атмосферы. И когда все работает как надо, музыка перестает быть просто треком. Она становится путешествием, которое нельзя пропустить!

---

### *Подытожим четвертую главу:*

*4.1 Ночной клуб – это не просто помещение с баром и звуком. Это живой организм, пульсирующий в ритме города. Концепция и ваша аудитория – приоритет номер 1!*

*4.2 Клубное место – это не просто адрес, а судьба вашего заведения. Можно собрать лучший звук, нанять топовых диджеев и создать безумный дизайн, но если вы ошиблись локацией – всё это умрёт в пустом зале.*

*4.3 Хороший звук стоит дорого, но плохой звук стоит карьеры. Не скупитесь на оборудование. Нет денег, возьмите в аренду.*

*4.4 Лицензия на алкоголь – это пропуск в большой бизнес, где твой клуб из подпольного бункера превращается в легальный храм ночных искушений. Но знай: за право наливать золото в бокалы ты продаёшь душу чиновникам, полиции и бесконечным бумагам. Готов ли ты к этой сделке? Если*

*да, тогда тебе нужно еще глубже изучить данный вопрос!*

*4.5 Объем инвестиций, требуемый для запуска клубного проекта, в среднем варьируется от полумиллиона до 5 млн долларов. Срок окупаемости один – два года. В среднем срок жизни клуба длится около 3 лет. Всегда закладывайте бюджеты! Среднюю выручку клуба за ночь никто из промоутеров не называет, уточняя лишь, что 70% прибыли клуба – это продажа спиртных напитков, 30% – кухня.*

*4.6 Важность и потребность в кадрах влияют на авторитет заведения! Не скупитесь – найдите высокооплачиваемого специалиста и уберите технический головняк из вашего ежедневника!*

*4.7 Оборудование – лишь инструменты, но от их выбора зависит, станет ли сет обычным фоном или магическим ритуалом, после которого зрители еще долго будут чувствовать вибрации в своем теле!*

# ГЛАВА 5. SHOW- TIME: ЗА КУЛИСАМИ



Сочный продакшен, яркие пиротехнические взрывы, кричащие от удовлетворения люди... зритель думает: «*Вау, как же круто!*» Но так как мы позиционируем себя не как зритель, а как диджей, то вбейте в свою светлую голову, что вся эта индустрия не такая белая и пушистая.

*«Музыкальный бизнес подобен конвейеру мультипликационных персонажей (миньонов), ожидающих своей очереди. Вас испытывают, вас используют, вас редактируют – и в конечном*

*итоге от вашего оригинала ничего не остается. Сможете ли вы пройти все этапы вашего становления и остаться оригиналом? Сможете ли вы быть честным к самому себе? Все будет зависеть от ваших действий!» (Бобков А.)*

Сейчас, как никогда ранее, важно лишь одно: что вы готовы сказать своему зрителю?! В ваших руках – технология Pioneer, которая позволит вам управлять эмоциями людей на танцполе. И они ждут... когда же вы все-таки нажмете кнопку play?!

Я мог бы описать, каким будет ваше первое выступление, но это не будет честным по отношению к вам. Думаю, вы сами когда-нибудь напишите об этом статью или, может быть, свою книгу! А сейчас я бы хотел провести жирную линию между современным искусством и отношением к нашей профессии и рассказать о том, что происходит за его кулисами. Для кого-то это лишь заработок, для других – профессия, для третьих – возможность покрасоваться и провести время.

*Диджейинг – это больше, чем профессия или увлечение. Это особая философия существования, ритм, под который бьется твое сердце. Он не просто вписывается в твою жизнь – он становится ее органичной частью, идеально синхронизируясь с работой, учебой и личными делами. Это не занятие, которое отнимает время, а страсть, которая наполняет каждый твой день энергией. (Георгий*

*Линник)*

Все зависит от ваших убеждений! Но, артистов, оставшихся вне игры, становится все больше и больше! Каждый из нас мечтает попасть на mainstage крупномасштабного фестиваля и высветиться на билборде столичных автомагистралей! Но, к сожалению, это получается далеко не у каждого! Давайте поговорим об этом откровенно!

# Проблема №1. Диджей в России перестал быть уникальным

Сегодня в мире диджеев больше, чем когда бы то ни было, однако на каждой вечеринке они играют одни и те же треки из Beatport Top-100. А когда-то ведь у каждого диджея был свой уникальный трек-лист. Когда-то репертуар каждого выступающего был уникальным. Сегодня у нас такой доступ к музыке, какого в 90-х не было ни у кого, но это только сделало диджеев ленивыми – теперь они ставят треки из чартов и из Beatport & Juno Top-100. И таких деятелей около 87%. Спросите себя:

*«А кем я являюсь, будучи диджеем? В чем моя уникальность?»*

Конечно, можно ответить на вопрос исходя из вашего музыкального стиля. Программное обеспечение поможет подобрать звуки и свести композицию, но никто и ничто, кроме вас самих, не найдет отличную музыку. Это еще один способ выделиться из толпы других диджеев. Чего ради промоутерам приглашать вас на концерты, если вы ставите все ту же хрень, что ставят все остальные? Вокруг полным-полно других диджеев, делающих то же самое, не говоря уже о «музыкальных автоматах», у которых запросы совсем скромные –

эти парни готовы играть всю ночь за 3000 руб! Сегодня сложно прославиться, будучи «просто» диджеем, нужно искать что-то уникальное, свойственное только вам.

**Совет:** Практика является единственным способом обрести свой стиль. Ей нужно посвящать время каждый день, приобретая новые навыки и расширяя кругозор музыкальных знаний. Это означает, что вы должны помнить абсолютно каждый трек вашей музыкальной библиотеки или знать каждую пластинку из вашей коллекции.

Почему наша EDM-сцена перестала быть уникальной, как и роль самого диджея?

*«У нас появляется много диджеев, но сама клубная сцена, к сожалению, совершенно не развивается. Есть исключения – это Москва и Санкт-Петербург, но их мы не берем в расчет, туда всегда приезжают звездные музыканты, только за последний год там были Swedish House Mafia, Skrillex, Above & Beyond, недавно снова приезжал Armin van Buuren. Люди могут себе позволить раз в месяц ходить на большие фестивали. Но говорить о том, что это происходит в других городах, точно нельзя. В моей родной Саратовской области не происходит ровным счетом ничего. Мое последнее выступление в России было в Нижнем Новгороде, и оно стало приятным исключением, там было очень здорово. Я следил за отзывами в социальных сетях, и мне очень*

приятно, что специально на мое выступление люди приезжали из других городов. Но в целом это исключение. Наша клубная сцена сильно отстает от Европы и Америки. Если у меня там тур, то я играю буквально каждый будний день, не говоря уже о выходных, и каждый раз, когда я играю, клубы полные. В клубах собираются от 500 до 2500 человек. А летние фестивали вообще могут собирать до 50 тыс. человек. Надеюсь, что появление большого количества талантливых российских музыкантов приведет к каким-то позитивным сдвигам клубной сцены» (**Arty – российский музыкант и диджей, один из самых популярных и востребованных российских диджеев на Западе**).

## **Проблема №2. «Пока вы неизвестны на западе, здесь вы никому не нужны...»**

...сказал однажды редактор глянцевого журнала. Посмотрите на всех российских исполнителей/диджеев, которые сегодня высвечиваются на билбордах крупномасштабных фестивалей? Взять один из примеров становления группы Swanky Tunes, которые восприняли вышесказанные слова как руководство к действию.

*«Если Pitchfork или Boiler Room не написали о вас – вы „не существуете“ для масс.»*

Путь на Запад этого трио, занял более 5 лет. Ребята выпускали ремиксы произведений известных диджеев, записывали отдельные собственные треки на западных лейблах. Интернет развивался, и делать это становилось проще. Через пару лет их треки стали проигрывать Tiësto (№3 в рейтинге DJ Forbes) и другие звезды электронной сцены. Однако впервые на иностранные гастроли группу пригласили лишь в 2011 году.

Давний поклонник Swanky Tunes, фанат электронной музыки, эмигрировавший из России и занимавшийся в США

организацией мероприятий, предложил музыкантам выступить на фестивале в Денвере. Трио наняло букинг-агента, который организовал выступления на европейском рынке, например на крупнейшем в Европе фестивале Tomorrowland (собирает более 400 000 посетителей ежегодно). Запад их не разочаровал. «Посетители заранее знали, кто будет играть, приходили специально, чтобы послушать нас, – рассказывает один из участников группы. – А в России в то время могли еще запросто сказать: какая-то у вас музыка не такая, мы ее раньше не слышали». Публике выступления, очевидно, понравились: в свой второй приезд в США весной 2012 года Swanky Tunes за полтора месяца дали больше 25 концертов. Летом группа отправилась в тур по Европе, Азии и Австралии.

*Без поддержки западных лейблов/промоутеров вас не заметят даже на родине. Постучать в нужные двери – искусство, войти – мастерство, остаться – гениальность. (Бобков А.)*

В том же году Swanky Tunes и российская команда Hard Rock Sofa записали совместный трек Here We Go, который стал одним из официальных саундтреков к фильму «Форсаж-6» (при бюджете \$160 млн собрал в прокате более \$788 млн). По словам российского кинопродюсера, работавшего в Голливуде, гонорары за мелодии к таким высокобюджетным фильмам могут составлять сотни тысяч долларов. Станислав Зайцев говорит лишь, что гонорар был фиксиро-

ванным и выразался цифрой с «четырьмя нулями».

Кроме совместных проектов с российскими диджеями Swanky Tunes выпустили две композиции с мировыми звездами – Tiësto и Kaskade (№8 в рейтинге Forbes). Как рассказывает участник проекта, с Tiësto музыканты познакомились на одном из фестивалей после того, как он много раз поддерживал их мелодии. С Kaskade знакомство было заочным, а встреча произошла уже после создания чернового варианта трека – работа над ним шла в интернете.

«Совместные треки наших диджеев со знаменитостями – это обычно следствие таланта самих музыкантов, – рассуждает Кирилл Шатилов, основатель компании Ultra Blow. – Но их менеджеры не мыслят в долгосрочной перспективе, нет профессиональной работы с материалом до и после его выпуска. Все держится на „поддержке“ топами индустрии и проморесурсах лейблов. Нет масштабного удара по радиостанциям, ТВ, СМИ, навыки интернет-маркетинга и работы с аудиторией практически примитивны. Низкий ценник за выступления наших артистов – следствие работы менеджмента, хотя выпускаемый ими материал часто выше качества, чем у многих звезд». Менеджмент Swanky Tunes он называет «качественным и перспективным».

«Если говорить о творческой составляющей, некоторые российские музыканты сейчас находятся на одном уровне

с западными – работают с иностранными лейблами, делают треки с популярными артистами и вполне конкурентоспособны, – соглашается совладелец Zeppelin Production Дмитрий Ашман, в 2014 году бывший продюсером фестиваля электронной музыки Alfa Future People, который организовал Альфа-банк под Нижним Новгородом. – Но их гонорары пока несопоставимы с заработками топовых диджеев». Причина (как я говорил ранее) в более позднем развитии индустрии в России и в том, что пока нет интеграции отечественных артистов в мировой музыкальный бизнес.

Даже российский техно-диджей **Nina Kraviz** стал звездой только после признания в Берлине.

Возникает справедливый вопрос: *«Что делать молодым русскоговорящим артистам?»*

- 1) *Изучать рынок, соответствовать трендам!*
- 2) *Знакомиться с нужными людьми и стремиться на западный рынок в качестве продюсера.*

Рано или поздно, Вы добьетесь своего! К тому времени, клубный бизнес в России будет гибким и перспективным. А пока, клубы Дубая и Турции стали «новым Западом» для русских диджеев (с особым требованием в 50К+ подписчиков в Likee). Дерзайте! Ну или на худой конец NFT платформа типа **catalog. work**.

– «*Как пробить этот потолок?*»

### **1) Создайте «мост» между локальной и глобальной сценой!**

Коллабы с западными артистами (даже малоизвестными).

Релизы на международных лейблах (например, Hungry Music для мелодичного техно). Участие в западных подкастах (например, HATE или RA Exchange).

### **2) Используйте «парадокс экзотики».**

Запад любит «лабораторных» диджеев из «неочевидных» стран, например: фолк-электроника от Burial (UK) стала культовой, потому что звучала «не как всё». Афробит (DJ Stingray) взлетел, когда Запад устал от стандартного техно.

**Ваша фишка:** Акцентируйте уникальность своего звука («techno from Siberia»).

### **3) Взломайте алгоритмы!**

\* TikTok/Reels: Короткие миксы с хэштегами #UndergroundDJ #NewElectronic.

\* Twitch: Стримы с переводом на английский (западная аудитория любит «живые» форматы).

\* SubmitHub: Отправляйте треки западным блогерам и кураторам.

### **4) Играйте в «долгую игру».**

**Пример:** Даже Aphex Twin и Richie Hawtin стали легендами не за год.

**Что делать:**

- \* Выпускайте музыку регулярно (хотя бы 1 трек в 2—3 месяца).
- \* Пишите личные сообщения кураторам (но без спама!).
- \* Развивайте неочевидные платформы (Bandcamp, Mixcloud).

## Проблема №3. «Я боюсь получить отказ!»

Если вас не включили в список выступающих, это не конец карьеры, поверьте. Если вы уже сколь бы то ни было известны, будьте готовы к слову «нет». Вы будете часто его слышать. Даже если вы способны раскачать толпу, у каждого организатора есть куча хороших диджеев на примете, каждый из которых в течение долгого времени налаживал и укреплял контакты с промоутерами. На крупных мероприятиях каждый из этих диджеев готов лезть из кожи вон, чтобы отыграть бесплатно.

*Совет: Воспринимайте каждый ответ от организаторов как приятный сюрприз – их поначалу будет очень немного. Вам нужно быть терпеливым и настойчивым, то есть пройти через период отказов и научиться правильно принимать их. Промоутеры постоянно получают письма от желающих выступить диджеев, и, если вы не очень часто играете, вам придется доказывать организаторам свою профпригодность. Не рассчитывайте, что вам дадут раскрыть свой талант перед огромной толпой, пока вы не покажете им все, на что способны, – просто и логично. Высокие технологии? Даже BookerAI (нейросеть-промоутер) автоматически отклоняет*

*80% заявок.*

Но помните! Если вы не спросите промоутера, можно ли вам выступить, ответ **всегда** будет отрицательным. Им совершенно некогда изучать и долго возиться с каждым отдельным диджеем, так что вам нужно самостоятельно попасть и удержаться в их поле зрения.

Если вы стесняетесь продавать себя, возможно, вы не уверены в себе как диджей и не верите, что ваше творчество имеет ценность. В этом случае, лучше вернуться домой и поработать над собой, пока не осознаете, что заслуживаете успеха.

Попробуйте привлечь внимание зрителей и промоутеров короткими видео: покажите, как вы миксуете в метро или на крыше административного здания – это действительно захватывает. Ломайте шаблоны и стереотипы, иначе вам будет трудно одержать победу в этом сражении.

## **Проблема №4. Вы не прислушиваетесь к мнению компетентных людей!**

Разделы «Ваши миксы» и подобные на форумах диджеев идеально подходят для получения независимого мнения от незнакомых вам людей. Вы должны буквально упрашивать незнакомых людей оценить вашу работу. Семья и друзья к ним явно не относятся – им любая ерунда покажется шедевром, ведь ее создали вы.

*Совет: Распространяйте свои миксы за пределы вашего окружения. Публикуйте ссылки с трек-листом в тех сообществах, где наслаждаются музыкой самые требовательные меломаны, которые о вас и слыхом не слыхивали. Отправьте свою музыку опытным диджеям, которые выступают в вашем городе дольше, чем вы живете на свете, вдруг они посоветуют что-то дельное. Музыка – штука субъективная, так что будьте готовы к троллингу и грубости в комментариях, но распространение своей музыки вне зоны комфорта в любом случае является наилучшим способом для получения независимых и честных отзывов. А вот если нет вообще никакого отклика, значит, ваши миксы просто затерялись в массе себе подобных, не сумев впечатлить, зацепить,*

*вызвать хоть какие-то эмоции. Возможно, дело в предсказуемом трек-листе. В общем, это значит, что пора развиваться и работать еще усерднее.*

*Многие музыканты перестают расти – они позволяют хвалебным отзывам друзей и родных вскружить себе голову, а сами становятся высокомерными или, хуже того, самовлюбленными. Нет ни одного диджея, кому друзья не говорили бы, какой он крутой. Но есть ИИ! Попробуйте SoundBetter AI. Он проанализирует ваши треки и указывает на диссонансы. Ну или DARK FIDBECK в телеграмм-канале.*

## Проблема №5. Диджей – это еще и образованный человек!

У меня порой «горит плата» и «бомбит пукан» от того, что я слышу. В частности, от молодых ребят:

*«Зачем нужны дополнительные музыкальные знания, пластинки же не по нотам сводятся? Я же диджей!»*

Ну, **во-первых**, вы должны понимать, что вся электронная музыка недалеко ушла от классики. Вертикаль трека в электронной музыке очень похожа на вертикаль оркестровки. Здесь всегда присутствуют шесть функций, характерных для классики: мелодия, контрапункт, гармония, фигурация, бас и ударные. **Во-вторых**, вы должны понимать, что все секвенсоры написаны на английском языке. Все сервис-паки написаны на английском языке. Все крутые лейблы находятся как минимум в Европе (если речь идет о EDM). Поэтому штурмуйте свой мозг! Изучайте нотную грамоту, несмотря на то что вы этого не очень хотите. Изучайте иностранные языки, даже несмотря на то, что вам это трудно дается! Если хотите добиться серьезных результатов в вашей карьере, вам все равно придется это сделать. И чем раньше вы это поймете, тем лучше.

Мне иногда присылают подобного рода письма:

*«RE: Саша, я подписываю трек на зарубежном лейбле, и мне прислали письмо, но я не понимаю что такое: **Zip Code** (это индекс) & **EP Tittle** (это название трека или обложка к диску), **WAV mastered – 7db** (премастер вашего проекта в минус 7 децибел, как правило, на мастер-шине отсутствуют какие-либо „лимитеры“ и „компрессоры“) и многое другое. Что мне им ответить?!»*

– Напиши, что ты не знаешь английский (улыбаюсь)!

На хрена вам дополнительные знания? Вы же диджей! А ведь это только лейблы! А если вас пригласят на вечеринку в Будапешт или Лондон? Что тогда? Просто запомните одну простую вещь: сегодня, как и всегда, модно быть образованным!

*«Все хотят высшее образование, но никто не хочет учиться!» (с)*

Увы, это проблема современного поколения. Практически каждый пятый не знает русского языка. Я не говорю уже о начальном музыкальном образовании. Большинство из представителей клубной культуры и двух слов связать не могут. Но зато все хотят быть на обложке журнала и иметь допом по миллиону подписчиков (*утрирую*). Это меня очень огорчает. В свое время я не знал, что такое «осциллятор»

и мне было стыдно. (Этот термин часто используется в области электронных синтезаторов.) На одном из корпоративов в Москве, где присутствовали довольно известные персоны, мне задали простой, но в то же время неординарный вопрос, который поставил меня в тупик: «В каком ладу был написан ваш проект Tartary?» Ответ: в дорийском ладу, но я этого тогда не знал, не хватало теории. Поэтому я всегда и везде стараюсь впитывать в себя любую информацию, которая помогает мне в общении с представителями музыкальной индустрии: продюсерами, менеджерами клубов и, конечно же, прессой. Хорошим примером стал мой коллега Артем Столяров.

*«У меня два образования: музыкальное и высшее техническое. Классическое музыкальное образование учит тебя естественным музыкальным гармониям и дает возможность воспринимать музыку в том виде, в котором она была зарождена. Это дало мне очень много, и не только, с точки зрения музыки, но и в плане работоспособности и мотивации. Когда ты учишься в музыкальной школе, ты должен очень много заниматься, по 7—8 часов в день. Ты лишаешь себя личной жизни и других радостей. После школы ты приходишь домой и знаешь, что должен тренироваться на пианино до потери пульса. Но все же я решил посвятить себя музыке. Сейчас я пишу в среднем по 3 трека в месяц, но при этом к каждому треку подхожу с душой. У меня нет шаблонных треков. Хотя*

*в мире сейчас очень распространена практика, когда на популярный трек начинает создаваться множество разнообразных версий. Моя музыка – это, прежде всего, отображение меня. В музыке – мое все» (Arty – российский музыкант и диджей, один из самых популярных и востребованных российских диджеев на Западе).*

По сей день в умах обыденного человека сформировалось недальновидное понимание данной профессии. Все чаще говорят:

*«Диджей – это тот, кто просто крутит пластинки!»*

Серьезно?! А как же:

- а) Знание музыкальных стилей и специализированной аппаратуры.*
- б) Умение микшировать треки и создавать плейлисты.*
- в) Качественно настраивать оборудование и знать принцип их взаимодействия.*

*Ко всему вышесказанному: наличие музыкальных данных и творческого воображения, которое присуще хорошему артисту! Именно хороший диджей – это тот диджей, который правильно и своевременно реагирует на тенденции современной танцевальной музыки.*

Наша профессия не ограничивается лишь сведением пла-

стинок! Помимо всего вышесказанного существует несколько ответвлений, такие как **RJ** и **DVJ**.

К профессии радиодиджея (RJ) целесообразным будет отнести грамотную и приятную речь, хорошую постановку дикции, развитые вкусовые предпочтения в отношении эстетики, умение красиво говорить, а также предельно четко формулировать свои мысли, хорошее чувство юмора, наличие вкуса в плане музыки, энергичность, коммуникабельность и, конечно же, выдержанность. Все эти качества помогут радиодиджею в полной мере раскрыть свой потенциал и по-настоящему зарядить публику позитивной энергией. Я это испытал лично, находясь в «**Школе Радио**» (рекомендую).

Дивиджей (DVJ) – это тот человек, который в реальном времени, при помощи специального оборудования, на основе различных, заготовленных заранее визуальных образов и видеофрагментов, под исполняемую музыку подбирает и создает визуальные эффекты!

Наша профессия многогранна. И она требует таланта и гибкости. но к сожалению:

*«Для многих россиян диджей – это по-прежнему парень в безрукавке, который за деньги ставит музыку на дискотеке, – говорит Александр Пархоменко (Matisse & Sadko). – А в Швеции, например, диджеи – суперзвезды, их фотографии висят в аэропортах наряду с фотографиями полити-*

ков, актеров и спортсменов».

Как же порой обидно, что люди считают нас посредственными. Ведь в этом виноваты только мы сами! Поэтому, чтобы сохранить свой авторитет, как и отношение к нашей профессии, нужно быть образованным и гибким во многих аспектах. Но в угоду нашего менталитета, на очередную кашерную свадьбу позовут дядю Никиту, в качестве диджея.

Диджей, продюсер и звукорежиссер, все вместе – это профессиональный артист. Совмещать все эти профессии на редкость большой талант. Ведь, к примеру, **звукорежиссер**, как и **музыкант**, должен знать:

- а) элементарную теорию музыки;*
- б) классическую гармонию, полифонию, инструментоведение;*
- в) теорию композиции, ритмики и мелодики;*
- г) чтение партитур и музыкальной литературы;*
- д) историю классической музыки, джаза и современного искусства;*
- е) современную гармонизацию, полиметрию и полиритмию;*
- ж) многоголосное сольфеджио, хоровое пение;*
- з) дирижирование, импровизацию;*
- и) музыкальные инструменты и игру на некоторых из них.*

Одевшись в роль **саунд-продюсера**, необходимо знать:

- а) физические основы звука, синтеза звука и психоакустику;*
- б) свойства человеческого слуха, преобразование электрических и цифровых сигналов;*
- в) компьютерные программы и акустические системы;*
- г) специализированные секвенсоры для работы со звуком;*
- д) работу с виртуальными плагинами для создания звукового ряда и т. д.*

Ко всему выше перечисленному добавим, что он должен оборудовать помещение, используя:

- а) знания по акустической обработке помещений, с учетом и требований к контрольным комнатам студии звукозаписи;*
- б) принцип коммутации электрических сетей, звуковых цепей и цифровых сигналов;*
- в) приемы звукорежиссуры: сведения и мастеринга фонограмм.*
- г) Искусственный интеллект, (промт-инженеринг)*

Так что современный диджей – это не просто диджей, который сводит пластинки! Диджей – это образованный человек! Хотя сегодня в России зарегистрировано более полумиллиона представителей данной профессии (*из которых большая половина – это любители и подражатели*), только

0.1% из всей массы добиваются больших результатов, чем все остальные.

– *Что делать?*

– *Работать!*

Но здесь возникает довольно острая проблема...

## **Проблема №6. Наш труд, как и сама профессию, оценивают дешево!**

Профессионалов единицы. Готовых брать любую работу – большинство! И в силу этого промоутеры и менеджеры клубов используют некую схему:

*«Зачем нам платить кому-то 100—200 долларов, если можно нанять (знакомого) менее образованного или молодого, но бесплатно?»*

С одной стороны – несправедливо! С другой же, посмотрите, что происходит сегодня: каждый третий пишет музыку и называет себя продюсером и диджеем, но сами из себя они ничего не представляют по факту. Нас стало настолько много, что выделиться среди остальных стало в 500 тыс. раз сложнее! Какая-то массовая истерия, которая превратила данную профессию в конвейер второсортных полуфабрикантов! Читаешь сейчас эту книгу и думаешь: *«Следуя всем этим советам, лучше вообще положить на все это болт!»* А кто сказал, что будет легко? Или вдруг запахло хорошими гонорарами, пятизвездочными отелями и восторженными «кисками», рукоплещущими вашему сету, сотканному из топа не вами написанных треков?! И самое интересное, что вы ничем не отличаетесь от остальных представителей данной профессии! Что-что? Отличаетесь? Вы

в Топ-100 DJ Mag? Ваш гастрольный тур расписан на год вперед? Или быть может вы создали то, что до Вас никто и никогда не создавал?

*Совет: «Не работайте за „экспозицию“ Ваша валюта в этом десятилетии – внимание. Требуйте доступ к закрытым чатам промоутеров или рекламу у блогеров».*

Что считает по этому поводу **Николай Шихов (Kolya Funk)**?

*Взять период с 2015 года, когда наши диджеи и музыкальные продюсеры выпускали большие музыки. У русской электронной сцены была своя идентичность и узнаваемый почерк.*

*Сейчас же многие выступающие диджеи перешли на создание машапов («блендов» на современном сленге), не производя ничего оригинального. Выходят редкие точечные работы, но среди них мало действительно качественных, да и четкого вектора развития не наблюдается.*

*Коммерческие диджеи ориентируются на западный рынок, беря оттуда готовые композиции и сводя их с вокалами, которые хорошо заходят здесь. Так формируются их плейлисты – своего, русского и адаптированного под нашего слушателя, в них практически нет.*

*С андеграундными диджеями ситуация тоже непростая, но здесь хотя бы виден свет в конце тоннеля. Есть несколь-*

ко лейблов, например Bassmatic, которые создают узнаваемую музыку, подходящую вайбу российского рынка, и активно продвигают ее. Это достойно уважения.

Однако есть и серьезная проблема: многие в андеграунде гонятся за быстрой прибылью и личными интересами. Зачастую выступающий артист – это либо организатор вечеринок из соседнего региона (куда ты сам поедешь играть), либо продюсер, который впишет тебя в свой трек. Это лишь пара примеров взаимодействия между артистами и организаторами. Конечно, топовые исполнители регулярно выступают в разных городах, но таких единицы. Я считаю, что, помимо верхушки сцены, организаторам стоит чаще поддерживать просто качественных и перспективных артистов, у которых есть потенциал для роста.

Я знаю множество примеров талантливых электронных диджеев, которые перестали заниматься музыкой из-за отсутствия заработка. А без оригинального контента рынок теряет уникальность и идентичность.

Теперь о музыкальных продюсерах, которые создают музыку. В коммерческом сегменте дела обстоят лучше: благодаря стримингу многие смогли стать успешными цифровыми артистами и жить достойно без частых выступлений. Правда, для этого пришлось адаптировать музыку под массовый спрос.

В андеграунде ситуация сложнее. Здесь меньше способов монетизации, да и аудитория, слушающая такую музыку

*в машине или фоном, невелика. Основной доход продюсеры получают от ghost-продюсирования, причем чаще для западных артистов, так как наши выпускают меньше музыки (из-за описанных выше особенностей). Других источников дохода у них практически нет. По итогу, мы имеем один из самых перспективных рынков в мире, который, однако, крайне сложно сдвинуть с мертвой точки.*

***– Что может помочь? Повышение гонораров диджеев?***

*Это ключевой момент. До 2014 года ситуация была стабильной, но затем цены резко выросли – на жизнь, технику и другие расходы музыкантов и клубных артистов. Дорожало всё, кроме диджейских гонораров. Если пересчитать в проценты, то за последние 10 лет они должны были вырасти в 5 раз, чтобы сохранить прежний уровень возможностей.*

*Идеальный вариант – суммы, которые позволят артистам не просто выживать, а жить и развиваться. А развитие исполнителей напрямую влияет на вовлечение аудитории в индустрию. К сожалению, помимо ментальной зависимости от Запада, мы сталкиваемся и с финансовыми проблемами.*

*Насколько это реалистично – покажет время. Но без этого шага прогресс будет крайне затруднен.*

Помимо экономики, важно перестать недооценивать своих. Например, СМИ, освещающие клубную и электронную музыку, должны не только продвигать западных артистов, но и рассказывать о наших талантливых музыкантах. Ведь есть примеры крутых локальных проектов, которые остаются в тени. Привычка считать западное априори лучшим вредит развитию российского рынка.

### **– Какая перспективы электронной музыки в России?**

Электронная музыка – самый быстрорастущий сегмент в мире, и Россия – не исключение. Спрос огромен, и этот тренд сохранится как минимум до середины 30-х, достигнув своего пика.

**Совет:** Чтобы не упустить момент, важно осваивать локальные платформы (VK, Яндекс.Музыка), а не только Beatport и Spotify.

Активнее вовлекать новых людей – как слушателей, так и артистов. Развивать стриминговый рынок, который в будущем станет «пенсией» для музыкантов.

Грядет новый расцвет, сравнимый с нулевыми, но в больших масштабах. И чтобы занять достойное место в этой волне, нужно работать сообща: выпускать музыку, поддерживать своих и создавать уникальный звук. (**Никола Шихов / Kolya Funk**)

У нас есть все, чтобы стать лучше.

---

## **Подытожим пятую главу:**

5.1 Диджей перестал быть уникальным. **Совет:** практика является единственным способом обрести свой стиль. Ей нужно посвящать время каждый день, приобретая новые навыки и расширяя кругозор музыкальных знаний. Это означает, что вы должны помнить абсолютно каждый трек вашей музыкальной библиотеки или знать каждую пластинку из вашей коллекции.

5.2. Если вы боитесь получить отказ!

**Совет:** воспринимайте каждый ответ от организаторов как приятный сюрприз – их поначалу будет очень немного. Вам нужно быть терпеливым и настойчивым, то есть пройти через период отказов и научиться правильно принимать их. Промоутеры постоянно получают письма от желающих выступить диджеев, и, если вы не очень часто играете, вам придется доказывать организаторам свою профпригодность. Не рассчитывайте, что вам дадут раскрыть свой талант перед огромной толпой, пока вы не покажете им все, на что способны, – просто и логично.

5.3. Прислушиваетесь к мнению компетентных людей! Многие диджеи и музыканты перестают расти – они позволяют хвалебным отзывам друзей и родных вскружить себе голову, а сами становятся высокомерными или, хуже то-

го, самовлюбленными. Нет ни одного диджея, кому друзья не говорили бы, какой он крутой.

**Совет:** распространяйте свои миксы за пределы вашего окружения. Публикуйте ссылки с трек-листом в тех сообществах, где наслаждаются музыкой самые требовательные меломаны, которые о вас и слыхом не слыхивали. Отправьте свою музыку опытным диджеям, которые выступают в вашем городе дольше, чем вы живете на свете, вдруг они посоветуют что-то дельное. Музыка – штука субъективная, так что будьте готовы к троллингу и грубости в комментариях, но распространение своей музыки вне зоны комфорта в любом случае является наилучшим способом для получения независимых и честных отзывов. А вот если нет вообще никакого отклика, значит, ваши миксы просто затерялись в массе себе подобных, не сумев впечатлить, зацепить, вызвать хоть какие-то эмоции. Возможно, дело в предсказуемом трек-листе. В общем, это значит, что пора развиваться и работать еще усерднее.

5.4. Диджей – это еще и образованный человек. Многие диджеи говорят: дескать, зачем нужны дополнительные знания, пластинки же не по нотам сводятся? Во-первых, вы должны понимать, что вся электронная музыка недалеко ушла от классики. Вертикаль трека в электронной музыке очень похожа на вертикаль оркестровки. Здесь всегда присутствуют шесть функций, характерных для классики: мелодия, контрапункт, гармония, фигурация, бас и ударные.

*Во-вторых, вы должны понимать, что все секвенсоры написаны на английском языке. Все сервис-паки написаны на английском языке. Все крутые лейблы находятся как минимум в Европе (если речь идет о EDM). Поэтому штурмуйте свой мозг и изучайте нотную грамоту, несмотря на то что вы этого не очень хотите. Изучайте иностранные языки, даже несмотря на то, что вам это трудно дается! Если хотите добиться серьезных результатов в карьере, вам все равно придется это делать. И чем раньше вы это поймете, тем лучше.*

*5.5. Нас считают посредственными! Сегодня в России зарегистрировано более полумиллиона диджеев (из которых добрая половина – это любители и подражатели) и только 0,1% из всей массы добиваются больших результатов, чем все остальные. Что делать? Работать! Но здесь возникает довольно острая проблема: наш труд, как и саму профессию, оценивают дешево! Другими словами: в океане «посредственных работ» легко теряется «шедевр». Нас стало настолько много, что выделиться среди остальных стало гораздо сложнее! Профессионалов единицы. Готовых брать любую работу – большинство! И в силу этого промоутеры и менеджеры клубов, используют некую схему: «Зачем нам платить кому-то 100—200 долларов, если можно нанять (своего) менее образованного или молодого, но бесплатно?»*

*Уважайте свой труд! Как это сделать? Разберем в следующей главе!*

5.6. Российская электронная сцена обладает огромным потенциалом, но застряла в кризисе из-за низких гонораров, ментальной зависимости от Запада и недостатка поддержки локальных артистов.

5.7. Для роста индустрии критически важно повысить доходы диджеев, развивать стриминг и активнее продвигать отечественных музыкантов в СМИ.

5.8. Электронная музыка – самый перспективный жанр ближайшего десятилетия, и чтобы занять свою нишу, России нужно создавать уникальный звук, вовлекать аудиторию через локальные платформы и работать сообщца. Шанс на прорыв есть, но он требует системных изменений – иначе рынок так и останется вторичным.

# ГЛАВА 6. ФАКТОР СЛАВЫ



*«Шоу-бизнес – это сложно прогнозируемый бизнес. Ориентир на собственное чутье и интуицию. К сожалению, очень сложно просчитать все заранее, особенно начинающему артисту. Будет ли он успешен, и если да, когда это произойдет?!» (Виталий Хвалеев, Moonbeam)*

Само собой, все заранее куплено. И, скорее всего, все СМИ продаются. И пишут только про тех, кто им платит. Однозначно продаются ТВ- и радиоэферы. Говорят, что там тебя и на порог не пустят без пачки свеженьких купюр. А ес-

ли погрузиться в экзистенциальные поиски смысла, то ситуация видится и вовсе печальной: никто не ценит собственно музыку, побеждает пиар, реклама, кумовство и связи. Даже самый пресловутый **Beatport Top10** в списке которого – только оплаченные работы. Так сколько же стоит ваша популярность? Давайте представим, что у вас есть крутой трек (хит) и богатый опыт в сфере диджеинга и продакшена!

# Сколько стоит эфир на ТВ и нужно ли это сегодня?

Да, я понимаю, что телевидение сегодня утратило свою актуальность после 2020 года. Но давайте представим себе такую банальную ситуацию: ваш трек попал на радио! Круто! Следом вы спешите снять качественный клип и отправить его на музыкальный канал. Это неплохой шаг.

Однако для создания приемлемого видео вам пришлось бы выложить как минимум 120 000 рублей, не говоря уже о таких профессионалах, как Худяков, Романов или Голубев, которые берут от полумиллиона за один клип. Тем не менее у вас последняя версия iPhone, и она ничуть не хуже камеры за 150 000 рублей. Главное – креативность. Но не стоит забывать о телевидении: там существуют жёсткие рамки, цензура и прочее. Именно поэтому и существуют профессиональные клипмейкеры – они знают, как создать необходимый контент в рамках отдельного шоу или развлекательного канала.

Безусловно, в интернете много компетентных клипмейкеров, готовых сделать ваш продукт действительно востребованным. Будь то региональные специалисты или профессионалы из крупных мегаполисов нашей необъятной родины! Поэтому не жалейте денег, если речь идет о качестве.

*Совет: Если средств нет, попробуйте создать видео с помощью ИИ за 20\$ (например, Runway ML, Pictory, Deepbrain AI и т.д.), ведь сегодня, как никогда раньше, эти технологии открывают уникальные возможности для творческих людей!*

**Телевидение** – это высшая степень продвижения вашего творчества. Кто сталкивался с этим, согласится, что продвигать свои песни и клипы на ТВ сложнее, чем сделать это в интернете или на радио. Но если вы попали в «ящик», то ваша цель практически достигнута. Публика вас полюбит. Она захочет снова услышать и увидеть ваши композиции. На что стоит обратить внимание перед началом продвижения на ТВ?

\* Клипы будут транслироваться только на музыкальных каналах. Но ваша композиция может не подойти по формату. Придется много побегать, чтобы найти подходящий. Если не хотите заниматься этим сами, то можно обратиться в продюсерский центр. Там все сделают за вас. Найдут каналы и подгонят под их формат. Но это удовольствие не бесплатное! Вы не можете контролировать частоту показа клипа. В день его могут транслировать 2—3 раза, не более. Чтобы зрители оценили ваш шедевр, им необходимо попасть к телевизору именно в это время.

\* На **ТВ** примут исключительно качественную работу, ко-

торой занималась группа профессионалов – постановщик, звукооператор, монтажер и т. д. Телеканал не будет доводить видео до идеального состояния. Они сразу начинают работать только с хорошим материалом. Минус ТВ состоит в сложности туда протиснуться. Популярные телеканалы готовы транслировать не каждое видео. Но если вам все-таки это удалось, то это обойдется в кругленькую сумму.

# 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.