

## Как представить Ваше демо в рекординговую компанию

Небольшое вступительное замечание от переводчика: статья бала написана в 1988 году, когда понятие CD-R и CD еще отсутствовали, как таковые, поэтому везде по тексту упоминается "лента" в понятии - "компакт-кассета". При нынешнем уровне развития технологии записи, демо принято представлять записанным на компакт-диске. Несмотря на существенный возраст статья имеет ряд не устаревших рекомендаций к которым стоит прислушаться.

Я думаю, что очень полезно представить себе, что происходит за кулисами в офисе рекординговой компании во время прослушивания демо, каким принципом отбора руководствуется специалист, который их прослушивает. Данная статья результат моего собственного опыта и такого же опыта некоторых моих друзей, кто издевается над своим интеллектом и уничтожает барабанные перепонки в очень часто "совершенно бесполезных" поисках "убойной" песни или мелодии.

Вы должны знать, что, если 5 % песен нас устраивает, то мы работаем очень хорошо. Мы участвуем в этом мазохизме, потому что знаем, когда мы находим ту заветную "одну из тысячи" песен, которая заставляет нас прослезиться и в конечном итоге заставит мурашкам пробежать по телу и волосы встать дыбом, мы забудем относительно всех плохих, которые мы до этого слушали. Но не все отвергнутые нами песни плохи. Некоторые имеют большое количество воображения и совершенно "никакое" исполнение, некоторые имеют прекрасное исполнение, но смысл абсолютно "никакой". Правильная комбинация компонентов песни чрезвычайно важна и мы знаем, что где-нибудь мы найдем то, что ищем. Мы стремимся находить такие шедевры как можно скорее. Некоторые предпочитают прослушивать демо в порядке их получения. Другие наоборот такого порядка не придерживаются. Все, чего они хотят - найти наиболее вероятных кандидатов.

Сначала, они ищут имена авторов записи, которых они уже знают как очень авторитетных. Это - то, что слушается в первую очередь. Затем, они слушают демо, упомянутый их партнерами по бизнесу, чей вкус (или авторитет) они уважают. Затем, когда они сталкиваются анонимным демо, они ищут демо-пакет, который является профессиональным, ясным и образным. Они надеются, что песни обладают теми же самыми качествами. Профессиональность оформления не играет существенного значения, но лучше оформленное демо получает несколько "баллов" в свой зачет. Наименее вероятные кандидаты - те, которые напоминают отправителя, который не заботится о конечном результате. Тексты песен, если таковые имеются, набросаны неразборчиво в конце меню и сопроводительное письмо без обратного адреса говорит: "Я пишал пешни спициально тля малинькаго Стиви Уандера. Пажалуста пиришлите их ему". Вы думаете, что найдете гениальную лирику в этом демо? Речь вовсе не о плохом правописании, а относительно нежелания найти того, кто может проверить Ваше правописание и отсутствию желания обратить внимание, что Стиви Уандер помнит каждого, кто писал для него хорошую песню за последние 10 лет. Очень легко составить представление об этом авторе, что он не достаточно заботится о том, чтобы выяснять, как записать хорошую песню.

Далее я кратко изложу технологию, которая увеличит Ваши шансы быть прослушанным и продемонстрирует заботу о времени человека, который будет слушать Ваше демо.

Никогда не посылайте более четырех песен, если условиями не оговорено иное. Те, кто прослушивает демо ("слушатель") работают настолько быстро, насколько это только возможно. Если слушатель имеет ограниченное время, чтобы слушать демо, что чаще всего случается, он склонен прослушивать ту ленту, которая по его мнению будет быстрее завершена. Если у слушателя есть выбор - слушать ленту с одним или десятью произведениями, можете держать пари - он выберет ленту с одним произведением. Есть отправители с психологией: "Я послал Вам песню, в которой Вы

нуждаются!" Это - особенно верно в отношении продюсеров специфических исполнителей. По тем же соображениям большинство людей повторно посылали свое демо с 20 песнями и письмом с такой фразой: "Я знаю, что Вам понравится как минимум одна из них, стоит только выбрать какую именно Вы хотите". Такие отправители хотят, чтобы Вы выбирали те четыре песни или меньше которые Вас полностью устраивают. Если Вы не достаточно далеки по своей квалификации, чтобы принять решение какие песни отсылать - Вы не готовы к работе.

Разместите Ваши лучшие и наиболее успешные в коммерческом отношении песни первыми на ленте. Если Вы имеете сильную ритмичную песню, это - хорошая ставка, чтобы начать с нее. Если им не понравится первая песня, то, возможно, дальше слушать уже не будут. Первая песня - шанс, который Вы получаете

Никогда не посылайте Ваш оригинальный аудиомастер. Вы можете больше никогда не увидеть свою ленту и в этом случае возложить ответственность за случившееся будет не на кого.

Всегда выставляйте Вашу ленту на начало первой песни. Вы ведь не хотите испортить настроение тому, кто будет слушать Ваше демо, только из-за того, что Вы поленились перемотать кассету в начало. Когда Вы делаете копии записи, оставляйте шесть секунд между песнями. Последние модели магнитофонов имеют функцию автоматического поиска, которая находит паузы между песнями, останавливает ускоренную перемотку вперед и автоматически начинает воспроизводить найденную песню (для компакт-дисков пауза между песнями должна составлять 1-1,5 секунды и иметь отступ от метки 0,3 сек.).

Пошлите аккуратно распечатанный список с текстом песен. Заголовок Вашего письма должен быть впечатляющим и должен свидетельствовать: "Это - мой бизнес, и я делаю это всерьез". Некоторые "слушатели" не любят смотреть на текст песни, в то время как они слушают, но большинство смотрит. Желательно размещать текст песни на одной странице без разрыва, это экономит время и дает возможность видеть структуру песни. Ноты обычно не посылают вместе с демо.

Ноты бывают уместны в том случае, когда продюсер говорит, что он хочет делать запись вашей песни и хочет убедиться, что мелодия правильно сыграна. Ноты достаточно громоздки для отправки их почтой и большинство "слушателей" профессионалов не читают ноты.

Когда Вы распечатываете тексты песен, разделяйте разделы песен пустым пространством и маркируете каждый раздел в верхней левой стороне. Не печатайте текст песен как прозу ( на всю строку листа). Расположите их с рифмами в конце строк.

Убедитесь, что имеется уведомление об авторском праве (1992 I.B. Cool. All Rights Reserved) на первой странице текста песен и на ленте.

Сопроводительные письма должны быть коротки и по сути. Музыка говорит сама за себя и не требует навязчивой рекламы. Профессиональная презентация будет производить больше впечатление чем фразы: "Я знаю, что эти песни - хиты, потому что они лучше чем что -нибудь, что я когда-либо слышал по радио", "Я точно знаю, что мы можем заработать много денег, если вы издадите эти песни".

Избегайте искушения излагать Ваши жизненные истории и объяснять, как Вы пережили эпидемию, что Вы - единственная поддержка для Ваших 10-ти детей и если эти песни не будут записаны, то дети станут бездомными или того хуже. Фактически, не превращайте письмо в выступление адвоката в суде, принесение извинений или демонстрацию своего отчаяния или разочарования. Это только дает повод усомниться в Вашей вере в способность песен произвести впечатление и Вы не рассчитываете на то, что они сами по себе произведут сильное впечатление.

Имеется то, что должно быть в вашем сопроводительном письме:

- a. Письмо должно быть адресовано определенному человеку в компании.
- b. Письмо должно описывать вашу цель, которую Вы преследуете посылая ленту. Вы ищете издателя, продюсера, договор с рекординговой компанией...? Вы хотите, чтобы "слушатель" обратил особое внимание на вашу продукцию, ваше пение, вашу группу или только песню? Предназначена ли Ваша демо лента для определенного

исполнителя?

- c. Перечислите любые существенные профессиональные достижения, которые имеют отношение к цели вашего обращения. Если Вы хотите, чтобы Вашу песню издали, перечислите другие изданные или записанные песни, выигранные конкурсы и т.д.
- d. Включить любые идеи относительно исполнителя Вашей песни, которых Вы имеете. Для каких исполнителей песни были бы подходящими?
- e. Попросите об обратной связи, если Вы хотите этого.
- f. Перечислите записанные песни и названия авторов в том порядке, как они записаны на ленте. (Список с текстами песен должен быть в том же порядке, как и на ленте.)
- g. Благодарность за внимание и время потраченное на Ваше демо .
- h. Включите Ваш адрес и номер телефона.

Пошлите компании пустой проштампованный конверт (с оплаченными почтовыми сборами) с Вашим обратным адресом, если Вы хотите получить Вашу ленту назад. Имеются два варианта подхода к этому вопросу. С профессиональной точки зрения, если Вы не хотите терять все ленты, Вы не можете ожидать вернуть их без каких-либо дополнительных финансовых затрат. Имеется другой подход. Если Вы говорите, что хотите получить свои ленты назад, то предполагаете, что компании это не понравится и Вы избегаете упоминать об этом. Также нет никакой гарантии, что Вы вернете ленты, даже если Вы посылаете пустой конверт с оплаченными почтовыми сборами, и тратите даже большее количество денег, чем в том случае когда Вашими лентами будет завален офис продюсера. Ваше решение зависит от того, сколько лент Вы можете позволить себе потерять.

Укажите Ваше имя, номер телефона, адрес на боксе кассеты, самой кассете и на каждом листе с текстом песен. Это продиктовано соображениями здравого смысла и понятно любому отправителю, но тем не менее многие отправители упорно забывают это делать. Проблема состоит в том, что во время сессий прослушивания в офисе, по пути домой и в автомобиле очень легко отделить бокс от кассеты и листа с текстом песни. А если Ваша песня окажется хитом, то невозможность разыскать Вас из-за отсутствия реквизитов для обратной связи - результат которого мы не заслуживаем.

Убедитесь, что Вы имеете адекватную стоимость пересылки по почте. Также, не посылайте Вашу ленту в обыкновенном конверте. Это опасно, потому что кассета может разорвать конверт острым углом или гранью и выпасть при транспортировке. Используйте специальный конверт с защитой. Некоторые люди предпочитают мягкий "пузырьковый" конверт.

Главное - помнить о том, что нужно сделать Вашу ленту наиболее простой для прослушивания.

Автор статьи: ©1988 John Braheny (Writer's Digest Books)