

«Музыку раньше писали для людей, а теперь для шоу-бизнеса»

Популярная музыка в кризисе – легальные CD не продаются, шоу-бизнес приватизирован несколькими кланами, слушатели скачивают все из интернета бесплатно. О том, что это все не так страшно, «Газете.Ru» рассказал создатель и идеолог интернет-проекта Free!Music Валерий Мифодовский.

– Как вы пришли к пониманию необходимости создания проекта Free!Music? Что было его предысторией?

– Первым шагом к проекту Free!Music было создание собственной группы, концепцией которой являлась свобода творческой реализации без оглядки на форматы. Сначала я хотел приложить подобную концепцию свободного пользования музыкой только к собственной группе EXIT project. Я понимал, что продвигать инструментальную группу надо нестандартно. Очень быстро, несмотря на успехи проекта – группа, которой не исполнилось и года, получила контракт на издание альбома – стало понятно, что для реального продвижения это ничего не дает, кроме как факта в биографии. Традиционным образом мы не сможем пробиться к сколько-то заметному слушателю. Потом это привело к осознанию того, что проблема гораздо шире, чем деятельность отдельной группы. И мы стали искать единомышленников. Так и возник проект Free!Music.

Проект Free!Music запущен полгода назад. Официальная цель проекта – «популяризация и непосредственное воплощение идеи свободного распространения музыки в коммерческих и некоммерческих целях». На деле же все выглядит так: абсолютно любой представитель музыкальной индустрии, отказавшись от юридических ограничений на права собственных произведений, может отдать их под либеральной лицензией или декларацией в свободный доступ. Разместив собственную музыку на сайте Free!Music, автор позволяет кому угодно бесплатно копировать, распространять, использовать музыку в коммерческих проектах, но с одним условием – указывать информацию об авторах оригинала. В начале декабря 2005 года совместно с компаниями ALT Linux и 1С был выпущен первый сборник свободной музыки под декларацией Free!Music.

Мы ищем выход, не желая приспособливаться к реалиям с форматами, модой и прочей дребеденью, что вешают на уши публике.

В современном шоу-бизнесе одной музыки мало, нужно еще что-то: иметь жабры или бюджеты, модную легенду, три глаза или на худой конец нетрадиционную ориентацию музыкантов.

Все что угодно, лишь бы привлечь внимание СМИ и публики. Играть во все эти бредовые игры желания не было. И истерия с копирайтом и MP3 привела к пониманию того, что старые подходы устаревают и мир меняется.

Надо было стать не такими, как все: все защищают права, что, если разобраться, абсурд, потому что все равно ничего на правах заработать в России практически невозможно. Конечно, с появлением рынка контент-провайдеров, с продажей mp3, с рингтонами на правах стали что-то зарабатывать, но это 10 топовых исполнителей, остальные как не зарабатывали, так и не будут.

– Что вы предлагаете участникам музыкального рынка в рамках своего проекта?

– Мы предлагаем бесплатную музыку слушателям. Музыку, которая написана не на продажу, не для шоу-бизнеса, а для людей. Это новая реальность, где мы хотим создать место, в котором привычные законы копирайтного шоу-бизнеса недействительны. Место, где поощряется именно творчество, а не обладание правами. Многие музыканты уже забыли про творчество, у них на выходе получается продукт, который содержит компоненты рыночного успеха, пытается попасть в тренд и ничего больше. Музыкальный рынок – это действительно рынок со всеми рыночными правилами, к которому собственно музыка отношения никакого не имеет. На этом рынке царят стандарты, навязанные радиостанциями, продюсерскими центрами,

множество тенденций. Например, сейчас надо использовать электро и перепевать 60-е или 80-е, включать низкие басы, потому что Бенни Беннаси (Начинал как ди-джей, сейчас выступает и как музыкальный продюсер. – «Газета.Ru») доказал, что это продается. Нужно избегать длинных гитарных соло и тому подобное.

Сейчас настоящая музыка к популярности имеет очень мало отношения, популярность создается благодаря диктатуре СМИ.

В таких условиях шансов у музыки, которая сделана не по рыночным методам, быть услышанной практически нет.

– Может ли ваш проект занять достойное место в сложившемся шоу-бизнесе России?

– Наш шоу-бизнес вообще нельзя назвать таковым, он местечковый, просто местечко внушительное по своим размерам, где держится все не на таланте и не на музыкальном материале. У нас есть клан, приватизировавший тему: доступ к Первому каналу, доступ к радиостанциям, ко всем видам медиа – это кланы Матвиенко, клан Пугачевой, клан Кобзона. И эта клановость – это не шоу-бизнес, это кооперативы. Это связи, доступ к СМИ и ресурсам. Конечно, там есть достойные и профессиональные люди, но широкая публика, как правило, их не знает.

Пока это поколение не отойдет от управления, то никакого шоу-бизнеса западной модели в России не будет вовсе.

Я считаю, что Free!Music подходит для тех артистов, в ком не убили творчество. Для молодых в первую очередь. Также не исключаю, что и известные артисты имеют материал в столе, который лежит без дела, и они захотят подарить его обществу. Предполагаю, что в недалеком будущем известный артист может предлагать рынку отдельный «свободный» трек со своего нового альбома в качестве промо, тем самым раскручивая весь альбом.

– Расскажите про коммерческий интерес. Кому выгоден ваш проект?

– Коммерческий интерес есть у каждой конкретной группы, входящей в проект, которой хочется заниматься музыкой и существовать за счет этого. Участие во Free!Music повышает шансы группы быть услышанными, соответственно, известными и узнаваемыми, что приводит к увеличению посещаемости их концертов. Повторюсь, ведь никто из групп, кто играет по клубам, никаких серьезных денег на авторских правах не зарабатывает. Поэтому цепляться за них и бороться – это значит лить воду на мельницу того самого «шоу-бизнеса».

– Какой реакции музыкальной общественности вы ожидаете, ведь большинство все же считает, что нужно защищать авторские права?

– Реакция у людей старой закалки из шоу-бизнеса будет, скорее всего, негативной. Ведь они долго строили свою систему, налаживали связи, и сейчас эксплуатируют созданную инфраструктуру, продавая музыкантам мечту об успехе, по ходу забирая себе все права, а публике продают все, что из этих прав можно выжать. Free!Music предполагает создавать музыкантам собственную аудиторию и работать с ней напрямую, в обход сложившейся системы. Напечатать самостоятельно диск много ума не надо.

И отдавать кучу прав лейблу за сомнительное счастье быть изданным вовсе не нужно.

Лейбл, конечно, продаст больше, чем сама группа, но никакого серьезного дохода на фоне стагнации продаж носителей все равно не будет.

Те, что помоложе и прогрессивнее, надеюсь, поймут и поддержат. И потом, мы не единственные: например, группа «Мумий Тролль» уже давно выкладывает в свободный доступ релизы своих песен и альбомы на сайт, не боясь «пиратства» и уменьшения продаж дисков. Проект Лебедев ТВ с лейбла Uplifto так вообще дает официальное разрешение не только на свободное использование своего трека, но и на ремиксы. Достаточно таких примеров и на Западе.

Если же говорить про рядовых слушателей, то они просто поддержат все, что бесплатно, – при условии, что музыка понравится.

И чем больше будут закручивать гайки по охране прав, чем больше будет судов вокруг скачивания музыки из сети, тем больше места будет для идей Free!Music.

– Как вам видится будущее недавно анонсированного проекта Universal, который собирается предоставлять интернет-пользователям бесплатный музыкальный контент и существовать на деньги от рекламы?

– Шансов на успешное развитие у проекта много, особенно, если учесть ресурсы Universal. Какая-то мелкая компания так поступить вряд ли сможет, потому что у нее не получится договориться с правообладателями, тут нужен альянс. Однако, в проекте SpiralFrog реализована другая бизнес-модель, бесплатное скачивание возможно только с этого ресурса с обязательным просмотром рекламы, копирование скаченных треков будет защищено. Таким образом, на Западе передача прав в свободное пользование – до сих пор тоже, скорее, исключение.

– Как, по вашему мнению, ситуация с авторским правом на музыкальный контент будет развиваться в будущем?

– Есть две тенденции: защита контента и освобождение его – это две противоположные позиции. Пока перевешивает защита, но в силу того, что уже есть огромная аудитория и средства доставки к ней, контент в исторической перспективе, скорее всего, станет бесплатным. Потому что в современном бизнесе борьба идет за аудиторию, за то, чтобы завладеть аудиторией, удержать ее внимание, а потом уже на ней зарабатывать.

К вопросу владения аудиторией добавлю: капитализация таких компаний, как Mail.ru и Rambler, представляет собой серьезные суммы, хоть они не владеют ничем, кроме как серверами и людьми, и чье имущество стоит копейки с точки зрения реальной экономики. Тем не менее, подобные компании оцениваются в такие же суммы, как, например, заводы и производственные фабрики, где стоят станки? есть склады, технологии, поставщики, логистика и тому подобное. Здесь как раз и оценивается доступ к аудитории, который стоит очень дорого, и в будущем будет цениться все дороже. Уверен, что размер виртуальной экономики рано или поздно превысит размер реальной.

– Что нового привнесет ваш подход в российскую музыкальную действительность?

– Нужно вернуть слушателям музыку, а музыкантам смысл. Для музыканта, из которого творчество буквально рвется наружу, музыка есть скорее мистический опыт, а не предмет торговли. И такая музыка для него окупается прямо в момент создания самим фактом своего появления и реализации в звуке.

Также я надеюсь на то, что музыканты могут увидеть в проекте возможность собственной действительно творческой реализации.

Музыку раньше писали для людей, а теперь пишут для шоу-бизнеса.

Это путь к вырождению. Я не против, если музыкант, став известным, станет писать и на заказ; это его хлеб. Но пусть он разделяет свое творчество на то, что может быть продано, и то, что не продается. Люди нуждаются не в очередном «качественном продукте», а в человеческих чувствах, в душе, в радости от созвучия с миром. Если какая-либо группа из пула Free!Music станет известной, и если при этом она не изменит своим принципам, то это будет доказательством того, что теория верна. Предпосылки для этого все есть: есть аудитория, есть проблемы с копирайтом, есть системный, глобальный кризис шоу-бизнеса – все вместе рано или поздно приведет к появлению новых форм пользования авторскими правами.

Автор: Анна Дорофеева © Газета.Ru КУЛЬТУРА, МИР 👁 3394 17.09.2006, 11:25 📌 197

URL: <https://babr24.com/?ADE=32689> Bytes: 10616 / 10553 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)