



ДЕНИС ШАРКО

МУЗЫКА ЛЬНЫЕ РЕДАК ТОР

МАСТЕРСКАЯ
КИНО

КАК МУЗЫКА
ПОПАДАЕТ
В КИНО
И СЕРИАЛЫ?

**+10 СОВЕТОВ
МУЗЫКАНТАМ**

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО

УДК 791.63
ББК 85.37
Ш26

Шарко, Денис.

Ш26 Музыкальный редактор : как музыка попадает в кино и сериалы? / Денис Шарко. — Москва : Эксмо, 2025. — 400 с. — (Мастерская кино. Секреты киноиндустрии).

ISBN 978-5-04-199145-6

Эта книга раскрывает закулисы музыкального продакшна в кинематографе. Автор, Денис Шарко, генеральный директор SYNC LAB и опытный музыкальный продюсер, рассказывает о профессии музыкального редактора, процессах синхронизации и выбора музыки для кино и сериалов. Издание освещает вопросы авторского права, налогообложения и дает практические советы для музыкантов, стремящихся попасть в индустрию. В книге также представлен словарь актуальных терминов музыкального продакшна в России

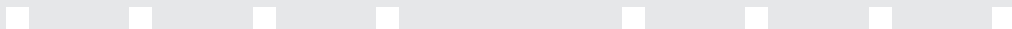
УДК 791.63
ББК 85.37

ISBN 978-5-04-199145-6

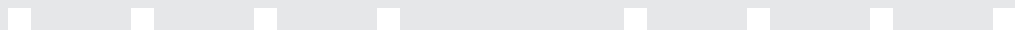
© Денис Шарко, текст, 2025
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ АВТОРА	5
Пролог	5
С чего все началось	7
Зачем я делюсь опытом?	18
Слова благодарности	20
ПЕРВАЯ ЧАСТЬ	22
Глава 1. Кто такой музыкальный продюсер.....	22
Глава 2. Обращение к музыканту	81
Глава 3. Правовые моменты.....	127
Глава 4. С чего начать?	182
ВТОРАЯ ЧАСТЬ	198
Глава 5. Синхронизируемся дальше	198
Глава 6. Практические подсказки на пути к успеху.....	253
ТРЕТЬЯ ЧАСТЬ	315
Глава 7. Деньги.....	315
Глава 8. Налоги.....	346



ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ	353
Глава 9. Некоторые тонкости профессии	353
Глава 10. Практические советы по юридическим вопросам	367
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	382
Отзывы от артистов	383



■ ОТ АВТОРА

ПРОЛОГ

«Как музыка попадает в телевизор?» — примерно с такого вопроса из зала начинается каждая моя лекция из тех, где я рассказываю о своей работе. Я начал проявлять интерес к этой теме в начале 2000-х годов, когда был диджеем и только начал погружение в эфирные дела на местной радиостанции в городе Екатеринбурге.

Спросить что-то о музыке было не у кого, разве что узнать о новом артисте и о том, где купить или скачать его альбом. В книжных магазинах консультанты в отделе «Музыка» после моих вопросов посылали меня в «Юридическую литературу», а там единственной книгой, подходящей для удовлетворения моего интереса, был Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 4. Как ты понимаешь, он меня совсем не спас, а только запутал. Поиски в интернете если что-то и могли выдать по моему запросу, то в основном это были ссылки на рекламу юридических фирм, которые оказывали услуги по «очистке прав» и составлению договора с правообладателем. Что из этого меня тогда интересовало, я толком и сам не мог сформулировать.

Любовь к музыке и сильное желание не расставаться с ней всегда мотивируют на поиски ответов. Путь изучения вопросов по теме занял около 20 лет, и на момент написания книги у меня за спиной более 40 сериалов, 400 рекламных проектов,



огромное число друзей и знакомых из мира музыки, и страшно представить, сколько часов и денег ушло на прослушивание и покупку музыки. И до сих пор музыка удивляет меня, вызывает эмоции и каждый день учит чему-то новому.

Каждый раз, начиная лекцию с обсуждения главного вопроса «Как музыка попадает в сериалы?», я вижу аудиторию, полную музыкантов и будущих менеджеров, которая, как мне кажется, все и так давно знает: ну что тут сложного — попасть в сериал?.. Но в конце мероприятия слушатели задают вопросы, и, отвечая на них, я понимаю, что что-то упустил, на что-то не хватило времени, а что-то мне всегда казалось настолько банальным, что и объяснять не стоит, а интерес к теме присутствует, и совсем не маленький. В любой работе есть огромное количество нюансов, событий (приятных и не очень), примеров из практики, которые остались без внимания, и много всего, о чем можно было бы еще рассказывать и рассказывать.

На эту книгу возложена ответственная роль, и я бы сформулировал ее так: человек из будущего возвращается с книгой в прошлое и дает ее почитать самому себе, чтобы тот, молодой, в прошлом смог наконец разобраться с этой темой и не тратить 20 лет жизни на изучение вопросов синхронизации.

Я очень надеюсь, что она поможет музыкантам, правообладателям и всем остальным участникам музыкального бизнеса добавить ясности в понимание того, что такое синхронизация в целом, как с ней жить, дружить, получать приятные эмоции и дополнительный доход от музыкального творчества.

Дорогой читатель, прошу меня простить заранее, в этой книге я выбрал формат общения на «ты» намеренно, попробую объяснить почему. В музыкальном бизнесе общение на «ты» является распространенной практикой, и это происходит по ряду причин.

Во-первых, музыкальная индустрия известна своей неформальностью и свободой самовыражения. Артисты и профессионалы



в этой сфере стремятся создать открытую и дружественную атмосферу, где каждый может выразить свои идеи и мнения без страха быть осужденным или неправильно понятым. Общение на «ты» помогает свободному обмену идеями и позволяет каждому участнику высказывать свое мнение без страха быть отклоненным или проигнорированным, дает возможность установить прямую и непосредственную коммуникацию. Все это способствует творческому развитию и стимулирует инновационные решения.

Во-вторых, музыкальный бизнес часто основан на совместных усилиях и сотрудничестве. Музыканты, продюсеры, менеджеры и другие участники индустрии работают вместе над проектами, и в такой командной работе важно создать доверительные отношения и чувство единства.

В целом в музыкальном бизнесе проще общаться неформально на «ты», чем придерживаться правил вежливости, потому что это способствует открытости и непринужденности в отношениях, укрепляет их и стимулирует творческий процесс. В такой сфере, где индивидуальность и самовыражение играют важную роль, неформальное общение является ключевым фактором для эффективного и успешного сотрудничества и достижения общих целей.

Едем дальше.

С ЧЕГО ВСЕ НАЧАЛОСЬ

Дисклеймер: следующая глава будет посвящена моим воспоминаниям и поискам того дня в моей жизни, когда мне пришла в голову идея узнать, как музыка попадает в кино и рекламу. Это больше автобиография, если тебе не терпится начать поглощать информацию — смело перелистывай дальше, а как найдешь время или желание — прочитаешь мою историю потом.



Итак, с чего же все началось...

Никогда не мог сходу ответить, сколько мне было лет, когда я впервые увлекся музыкой, самое первое музыкальное открытие случилось во время семейного просмотра телевизора, шли соревнования по фигурному катанию. Что там звучало — не помню, но помню, что выступало много пар с разных концов планеты. Все, кто давал интервью, говорили на разных языках, но каждый раз, когда начиналось выступление, звучала музыка, и она была мне понятна. Мой детский мозг, видимо, думал, что чешскую музыку понимают только чехи, японскую — японцы, а русскую — только я и моя семья. То, что любой человек на земле может понимать музыку и чувствовать ее без перевода, меня сильно тогда поразило, особого значения факту я не придал, но событие в сознании отложилось.

Точно помню самого первого артиста и название его альбома, который и положил начало моей истории: Игорь Корнелюк, альбом «Билет на балет». Не спрашивайте, почему, видимо, эта пластинка лежала случайно сверху стопки батиной коллекции.

Зашел на www.discogs.com, чтобы проверить год выхода альбома и теперь уже точно запомнить: альбом вышел в 1989 году, значит, это мне примерно 9 лет. Ок. Округлим до 10 лет, чтобы было проще считать, получается, на момент издания книги моему увлечению музыкой уже 34 года. Сделаю паузу, надо переварить...

Кстати, сразу оговорюсь, что я так и не смог погрузиться в создание собственной музыки, как ни пытался: у меня нет голоса, музыкального образования, я не умею играть на инструментах, хотя несколько раз пробовал, и к поэзии я не имею отношения. То есть я никоим образом не могу себя хоть как-то причислить к творческим людям, которые способны выплеснуть из себя свои эмоции, красочно зафиксировать их в звуке или строках. Моя «суперсила» не наследственная.



Немного мемуаров. В восьмом классе по стечению обстоятельств мне и моему напарнику стали доверять большую колонку и усилитель, музыкальный репертуар был на нашей совести. Мы стали часто проводить в школе дискотеки и прочие мероприятия. Чувство ритма, пожалуй, единственное приобретенное чувство, которое меня отдаленно может связывать с людьми творческих профессий.

Способность чувствовать музыку, ее настроение и атмосферу, как мне кажется, это выработанное качество, которое прокачивается прямо пропорционально объемам прослушивания музыки. А работа диджея это как раз подразумевала.

Как пример приведу свою работу диджеем в музыкальном пабе Rosy Jane в Екатеринбурге (он до сих пор существует). Два раза в неделю я стоял за пультом до полуночи, а иногда и от звонка до звонка. В таком графике работы крайне сложно каждый раз удивлять аудиторию новинками, и тут я не имею в виду свежие хиты. Аудитория в пабе в массе своей была взрослая, поэтому всем хотелось отдыхать и подпевать, а когда подпеваешь, то и выпиваешь — классическая схема монетизации бара. Но вернемся к теме... Практически на каждую новую вечеринку в пабе я собирал компиляцию треков и записывал себе в музыкальный архив плюс один новый CD-R с заезженными «новинками», которые, по моей логике, удачно размочат/освежат основной набор хитов заведения. Но непосредственно на вечеринке я часто забывал о подготовленном новом материале, обходясь только тем, что имеется в наработанной музыкальной базе, перемешивая каждый раз последовательность звучания треков, управляя эмоцией гостей «в прямом эфире», если так можно выразиться. Анализируя много раз свою работу в пабе, я понимал, что была важна не столько широта музыкального формата и мастерство сведения музыкальных треков, сколько правильная последовательность песен, которые вытаскивали из людей правильные эмоции...



Каждый раз наблюдая за людьми из-за стойки с аппаратурой, я старался улавливать их настроение. И это всегда было вызовом — поднять человека со стула. В начале вечеринки, когда никто не обращает внимания ни на тебя, ни на музыку и все общаются за столом, я открывал свое выступление легкими мелодичными ретрохитами шестидесятых, например *Fly me to the moon* (автор Bart Howard) от *July London*, и читал произвольные знаки от посетителей: кто-то притопывал ногой под столиком, кто-то отбивал пальцами ритм песни, кто-то начинал тихонько шевелить губами. Все это становилось поводом думать, что песня на данном этапе сделала свое дело и надо продолжать в том же духе.

Крайне важно было наблюдать за аудиторией, знать ее вкусы и адекватно реагировать на ее запросы. Из таких мелочей складывался успех вечера. Никогда не было цели научить аудиторию слушать то, что нравилось мне, каждый день работы в заведении была задача — угадать, чего они хотят, превратить настроение в приключение и удовольствие от вечера, продлить его до утра и завтра повторить, сделав лучше.

Вот так чувство музыки помогало мне и помогает по сей день. Все остальное, о чем я готовлюсь написать вам, — дело спортивного любопытства и большой практики в лейблах.

Родился я в столице Урала, городе Свердловске, сейчас это Екатеринбург (Екб, Екат, Ёбург и т. д.). Однажды, придя в гости к своему другу-соседу, обнаружил его сидящим на полу в развалах отцовских виниловых пластинок. Мы рассматривали обложки, обсуждали их, выбирали по картинке то, что хотелось бы нам сейчас послушать. Женька предложил поставить музыку кудрявого парня с обложки — в темных очках и кожаной куртке выглядел он очень круто.

Потом к нам начал попадать от друзей и знакомых зарубежный репертуар «золотых девяностых» на кассетах, которые мы переписывали себе и часами слушали музыку: учили английский



по песням Ice Mc с альбома Cinema [1990], пытались танцевать под MC Hammer, альбом Please hammer don't hurt 'em [1990], выпитывали экзотику Африки через альбом Hello Afrika The Album [1990] от Dr. Alban, учились «понтам» с Kriss Kross по песням с альбома Totally Krossed Out [1992]. Альбом KLF с синглами 3 A. M. Eternal и What Time Is Love просто «взрывал мозг» своей мощью и до сих пор присутствует в рейтинге личных фаворитов, занимая высшие строчки.

У каждого меломана свой путь, и про это можно написать отдельную книгу, но не в этот раз. Предлагаю перепрыгнуть через десять лет моих музыкальных историй, диджейских пристрастий и пройтись по основным, на мой взгляд, важным событиям в жизни, которые привели меня к тому, что юношеское любопытство выросло в успешную профессиональную деятельность.



Флаер вечеринки 20.02.2001
в клубе «ЛЮК»



Флаер вечеринки [2002]



Логотип команды
SMILE STYLE

Последние два года учебы [2001–2002] в УГТУ — УПИ (Уральский Государственный Технический Университет — УПИ) по специальности «Машины и аппараты химических производств и предприятий строительных материалов» я совмещал с работой на радиостанции «Хит FM». Местная волна «Радио Трек»



купила лицензию на вещание московского сигнала и на своей частоте транслировала их эфир. С той поры радиостанция стала называться «Радио Трек — Хит FM», а слоган «Меньше слов — больше хитов» стал в некотором роде моим девизом по жизни.

Попал я туда почти случайно. Мой давний друг, будучи знаком с девушкой из коммерческого отдела, предложил мне попробовать устроиться к ним работать, как раз открылась вакансия оператора прямого эфира. Опыта у меня, конечно же, не было, единственное, что сыграло в мою пользу, это то, что я разбирался в музыке и немного — в микшерских пультах (знал, что это такое в принципе). В мои задачи входила обязанность непосредственного контроля эфира, чтобы он не прерывался и шел без помех, а также нужно было выпускать два-три раза в час региональные информационно-рекламные блоки, «перекрывая» московскую рекламу, и затем незаметно для слушателя возвращать московское вещание до следующей рекламной паузы. Делается это по стандартной схеме, используемой до сих пор: если региональный рекламный блок длится дольше московского, то нужно ставить после рекламы песню (не любую, а ту, что идет по строгому плейлисту) и плавно, максимально незаметно сводить локальный эфир с московским. Возможно, замечали такое, слушая радио в регионе: песня после рекламы играет не до конца, а резко обрывается джинглом¹ или меняется на другую. Это характерно для всех региональных радиостанций, которые транслируют московский сигнал. Вся эта новая для меня кухня была очень увлекательна, и с приходом на радио я впервые погрузился в это и начал жить в музыке и рекламе, можно сказать, профессионально, это было большим удовольствием, которое добавляло приятные бонусы в виде небольшой надбавки к стипендии.

¹ Джингл (от англ. jingle) — музыкальный или вокальный продакшен-элемент оформления радио- или телеэфира. Джингл представляет собой короткую законченную музыкальную фразу с вокальной пропевкой. Часто его используют для идентификации слушателями радиостанции, звучащей в эфире.



Время на «Радио трек — Хит FM» даром не прошло. Окончив институт (в котором, кстати, мы с нашей танцевальной командой SMILE STYLE тоже проводили неплохие тусовки), я продолжил работать на радио — теперь это было «Радио Пилот» — в качестве музыкального редактора.



Музыкальный редактор «Радио Пилот» [2006]

Иногда меня приглашали и на выездные мероприятия в роли диджея. Под такие случаи у нас был сработанный танцевальный коллектив (5-6 человек), он состоял из ведущего, танцоров-аниматоров и диджея (меня). Как правило, нас приглашали на события городского масштаба, например Дни города, и мы были своеобразной «эмоциональной точкой праздника», когда приглашенная «звезда» уже закончила свое выступление, а публике еще не хотелось расходиться. Вот, условно, между «звездой» и салютом мы «добивали» зрителей дискотеккой — шли, так сказать, «по хитам». Программа выступления была идеально отработана на практике, мы ставили все песни из раза в раз в одинаковом порядке, и не было повода отходить от плана. Начинали программу с песни «Банда / Песня разбойников» группы «Дискотека Авария». Наши аниматоры выходили полным составом на сцену и, скажем так, держали настроение толпы.



Первый повод задуматься о том, что такое музыкальные права, появился сам собой. Как-то летом 2004 года мы приехали в Нижний Тагил на День города. Типичный городской праздник в своей организации, ничего нового. До выхода на сцену мы не обсуждали наше выступление с командой, всем свои роли на ближайшие полтора часа были и так понятны. После официальных мероприятий на сцену поднялась группа «Диско-тека Авария» со своим выступлением. Не помню, что они тогда исполняли, но, когда мы уже были за кулисами и планировали перенять эстафету у артистов, я внезапно понял, что наше выступление начинается с песни именно той группы, что вот-вот спустится со сцены, уступив ее нам!

Спели ли они «Банду» или не спели, я не знал, не слушал концерт группы, да это было и не важно. Мы быстро обсудили своей командой эту ситуацию и решили песню на нашем выходе заменить на что-то другое. Особой трагедии из-за этого, конечно, не случилось, и никто, кроме нас, ничего и не знал, но это событие надолго посеяло во мне желание разобраться в правовых вопросах. Можно ли ставить трек группы вслед за ее же выступлением и повторять ту же самую песню? Могут ли участники звездной группы выставить нам претензию за что-то? Как это регулируется? Какие могут быть проблемы? Мне было важно понять, как такие ситуации регламентируются, и я решил попытаться хоть что-то узнать.

Вернувшись в Екатеринбург, я пошел в книжный магазин (интернет был тогда еще редкостью) за ответами, в поисках какой-нибудь литературы, но, увы, кроме части четвертой Гражданского кодекса, найти ничего не удалось. Книг, которые дали бы возможность хоть немного разобраться в теме, к сожалению, не продавалось, и, как я выяснил позже, их вообще не было на нашем рынке. Все, о чем я мог прочитать в ГК РФ, ч. 4, никак не прояснило ситуацию. Складывалось впечатление, что мое знание русского языка позволяет мне читать написанный текст, но понять его, при всем желании, было невозможно.



Позже, когда я смог задать свои вопросы интернету, он тоже не дал ответов. По запросам «как почистить права», «легальное использование» и тому подобным мне выдавались лишь ссылки на сайты юридических бюро и контор, которые оказывали услуги по регистрации товарного знака или юридической поддержке в сфере шоу-бизнеса.

Со временем количество вопросов только росло. Как музыка попадает в рекламу? Зачем пишут тексты мелким шрифтом на кассетах, компакт-дисках и виниловых пластинках? Как сделать официальный ремикс на песню? Что такое РАО и почему его все боятся? Сколько стоит музыка? Что значит «почистить песню»? Можно ли делать свои танцевальные «диджей-сет» треков и продавать их? И так далее...

В какой-то момент пришло осознание того, что, как бы ни нравилось быть диджеем и тусоваться все выходные кряду, в районе сорока лет я бы не хотел стоять за пультом и ставить для публики те же самые песни, а может, и другие, в других местах. Очень хотелось оставаться в музыке, но что именно делать — большой вопрос, и совета спросить было не у кого.

Личные обстоятельства складывались так, что осенью 2006 года я принял решение переехать в Москву и 28 октября, прямо из любимого паба Rosy Jane, где я «отыграл» около трех лет, улетел без обратного билета.

В Москве все было совсем не просто, большинство собеседований проходили под девизом «Вы нам не подходите». Но были и такие: «Вы нам не подходите, но давайте попробуем». После первого такого «давайте попробуем» я прошел на пробный день работы в студии московской радиостанции, где меня рассматривали на позицию музыкального продюсера радиостанции «Серебряный дождь»² [2006–2007]. На радио такая должность подразумевает осуществление производства аудиороликов

² «Серебряный дождь» — российская радиостанция FM-диапазона, начавшая вещание 4 июля 1995 года в Москве.