

# «Дисконт-дображелон», или 30 лет спустя

Сергей  
ГЛУБОКИЙ

## ТРЕНИНГ 1. УЧЕТ ПОЛИТИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ПРИ АНАЛИЗЕ КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТОВ

*Там, где политика,  
нет рок-н-ролла!*  
«Дядя Ваня». «Я слышу вой...»

Тяжелым и тревожным был год 2016-й от Рождества Христова. В 2017-м, как и три-четыре десятка лет назад, опять актуален лозунг «Миру – мир!», опять у нас в ходу копейки, опять не всякий товар легко купить (даже через интернет!), опять молодежь слушает интересную музыку, причем каким-то странным трендом вдруг вернулись на рынок аудионосителей виниловые лонг-плеи и даже... компакт-кассеты. Ну как тут не нахлынуть воспоминаниям тридцатилетней давности?

### ВЫБОР ФОРМЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ

Таких, как я, называют динозаврами белорусского маркетинга, потому что мы помним времена тотального дефицита, когда и маркетинг-то был не нужен, а, скажем, рок-музыка была под запретом и потребители были готовы сметать с прилавков любой продукт, выполненный в этом ключе и сумевший пробиться сквозь цензуру. Но экономика развивается по спирали, и история то и дело повторяется. Только на более высоком уровне.

Начало и середина 80-х годов прошлого века были интересным периодом в истории отечественной (тогда еще советской) рок-музыки. В моде неожиданно оказался прогрессивный рок, интел-

лектуальный, креативный и открытый для самых разных жанров и стилей. Он дистанцировался от заузного, помпезного и наскучившего арт-рока 1970-х. Появились группы, специализирующиеся на прог-роке разной степени сложности и позитива – «Автограф», «Бумеранг», «Лотос», «Москва», «Наутилус», «Нюанс», «Пикник».

Наши «Песняры» выдали неординарную программу в этом ключе – «Во весь голос» на стихи Владимира Маяковского, предшественниками которой был фолк-роковый «Курган» по Янке Купале, вошедший в 100 лучших арт-роковых альбомов всех времен и народов.

Даже в репертуаре рок-группы № 1 СССР «Машина времени», которая всегда играла довольно простой в музыкальном отношении бард-рок, появились сложные и длинные композиции в духе Pink Floyd, Yes и ранних Genesis. Даже такие ярые приверженцы поп-рока, как «Цветы» Стаса Намина, заявили о подготовке к выпуску в этом стиле двойного альбома «Венчальный час» на стихи известных советских поэтов (А. Вознесенского, Е. Евтушенко, А. Тарковского и др.). Даже хард-роковые «Земляне» записали 20-минутную проговую композицию «Океан» своего гитариста Игоря Романова.

Однако цензура, вместо того чтобы поддерживать интерес населения к умной музыке и настоящей поэзии, всячески препятствовала выпуску на рынок соответствующих альбомов и способст-

вовала потерям государственной фирмой «Мелодия» миллионов рублей прибыли. К чему это привело в конце 90-х, хорошо известно – распространению по всему Советскому Союзу низкопробной продукции исполнителей типа «Ласкового мая», «Миража» и «Фристайла». Интеллигентный прогноз сменился туповатым евро-диско, а прибыль пошла уже в частные руки...

Проговые проекты были разной степени успешности. Одни альбомы расходились миллионными тиражами по всему СССР (такие объемы большинству западных рок-групп и не снились), другие оставались только на компакт-кассетах и магнитных лентах у узкого круга почитателей. Интересно, почему? Ведь качество у всех работ было примерно одинаково высокое, средства рекламы и продаж – идентичные, цены – равные. Все дело в простой удаче? Но, как говорил популярный телеперсонаж тех лет: «Мы не будем полагаться на случай!» Проанализируем пару-тройку проектов по форме 12П с расстановкой баллов и последующим усреднением их по формулам средней геометрической как корнем 12-й степени из произведения всех 12 оценок. (Сумма баллов или их средняя арифметическая величина не могут быть использованы, поскольку искажают оценку, как это будет видно из дальнейшего.)

Для разных креативных проектов может быть выбран разный порядок П. Скажем, для продукции музыкального бизнеса он такой, каким представлен в таблицах 1-3.

Как видно из таблицы 1, если бы не последняя оценка, средний балл проекта по среднему геометрическому составил бы примерно  $B_{г1} = 7,7$  из 10 возможных. Однако последнее слагаемое делает среднегеометрический показатель равным нулю при среднем арифметическом, равном 7,83:

$$B_{г1} = 0;$$

$$B_{а1} = 7,83.$$

Это объясняет, почему следует использовать именно средние геометрические показатели для общей оценки маркетингового проекта, которая обнуляется при нулевом балле хотя бы по одному из направлений. Рассматриваемый в таблице 1 проект так и не был осуществлен легально в 80-е годы по чисто политическим причинам, несмотря на мощные решения по промоции, пиару и паблисити (вплоть до «продакт плейсмент» в кино). Дебютные работы рок-группы «Автограф» долгие годы существовали в виде нелегальных вариантов магнитоальбомов, были изданы в CD-формате только в XXI веке небольшим тиражом и сразу стали раритетами.

Таблица 1

### Оценка по форме 12П проекта № 1

№ п/п	Направления маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Альбомы группы «Автограф» 1980-1981 гг.: «Автограф-1», «Автограф-2». Чисто в маркетинговых целях было решено выпускать не сразу двойной альбом, а последовательно два диска	10
П2	Процесс	Трек-лист (диск № 1): 1. Пристегните ремни безопасности. 2. Ливень. 3. 2000 лет. 4. Цепочка дней. 5. Ирландия, Ольстер. 6. Вчерашний день. 7. Блюз-каприз. Трек-лист (диск № 2): 1. Марсианские хроники. Ч. I. Начало экспедиции. 2. Ч. II. Зной. 3. Ч. III. Возвращение. 4. Монолог. 5. День и ночь. 6. Старинная баллада. 7. Корабль. Стиль – арт-рок, прог-рок, софт-рок с виртуозными партиями всех инструментов, включая вокал	8
П3	Персонал	Авторы музыки: А. Ситковецкий, К. Кельми, Л. Гуткин, С. Брутян. Авторы текстов: Б. Баркас, М. Пушкина, Б. Станилов. Музыканты: А. Ситковецкий (гитары), С. Брутян (вокал), К. Кельми, Л. Макаревич (клавишные), Л. Гуткин (бас-гитара, фагот), В. Якушенко, В. Михалин (ударные). После выхода работы в виде магнитоальбомов Ситковецкий, Макаревич и Гуткин по итогам года были признаны музыкальными критиками лучшими инструменталистами в своих категориях	9

П4	Промоция	<p>В рекламно-информационных целях фирмой «Мелодия» был выпущен промоминьон с тремя композициями – «Ирландия, Ольстер», «Блюз-каприз» и «Пристегните ремни безопасности». Они же вышли на двойном альбоме, посвященном рок-фестивалю «Весенние ритмы. Тбилиси-80», где «Автограф» занял второе место.</p> <p>Группа снялась в музыкальном художественном фильме «Шляпа» с такими звездами советского кино, как Олег Янковский, Игорь Кваша, Семен Фарада, куда кроме трех выше-названных композиций вошел также «Монолог».</p> <p>Были осуществлены записи студийных выступлений на телевизионных каналах в столицах союзных республик, причем где-то ансамбль выступал как сикстет (с двумя клавишниками, как на фестивале в Тбилиси!), а, например, на Белорусском телевидении – как... трио Ситковецкий-Гуткин-Михалин, несколько напоминая британский симфо-рок-коллектив ELP.</p> <p>Фрагменты инструментальных соло использовались в качестве заставок к телепрограммам на центральных каналах, что позволило задействовать и «сарафанное радио». Меломаны передавали из уст в уста информацию о новой группе</p>	8
П5	Пэкинг	<p>Оформление конверта миньона – вид изнутри на синюю спираль со смещенным центром, в котором размещена синяя же надпись «Рок-группа «Автограф» – шло вразрез с общепринятыми традициями пафосного пэкинга альбомов прог- и арт-роковых групп. Это не привлекало внимания покупателей, которые приобретали пластинку на волне интереса к рок-музыке</p>	3
П6	Пиар/Паблицити	<p>Серии публикаций о группе и анонсов альбома в центральной прессе (в частности, в «Комсомольской правде») и местных (республиканских) газетах носили откровенно восторженный характер: мол, наконец-то появилась отечественная рок-группа с музыкантами-виртуозами, которую не стыдно выставить против западных проговых команд</p>	8
П7	Продажи	<p>Несмотря на аскетичное оформление конверта миньона, он был продан миллионным тиражом. На тот же успех мог рассчитывать и сам альбом</p>	10
П8	Платеж	<p>Цена миньона с длительностью фонограммы около 10 минут – 1 р. 20 коп. В сравнении с этим планируемая цена каждого из лонгплеев с длительностью фонограммы около 35 минут – 2 руб. 15 коп. в картонном конверте или 2 руб. 70 коп. в картонном ламинированном конверте – сильная мотивация к приобретению обоих дисков-гигантов</p>	10
П9	Прогноз	<p>Минимальный тираж мог составить 1 млн экз. Допечатки – от 100 тыс. до 2-3 млн экз.</p>	10
П10	Прибыль	<p>Себестоимость единицы продукции с учетом расходов на штамповку винилового диска-гиганта, на обложку и авторских отчислений – 30 коп. При минимальной цене альбома с неламинированной обложкой 2 руб. 15 коп. прибыль на единицу продукции – 1 руб. 75 коп. Таким образом, прогноз прибыли при миллионном тираже – 1 750 000 руб. от каждого из лонгплеев</p>	10
П11	Психология	<p>Психологически потребители были готовы к восприятию столь сложной музыки. Самая трудная для восприятия композиция «Ирландия, Ольстер» (режущий слух и не различимый по тексту вокал) была представлена на промоминьоне, так что все остальные номера принимались, как было принято тогда говорить, «с чувством глубокого удовлетворения»</p>	8
П12	Политика	<p>Несмотря на ярко выраженную прогрессивную тематику текстов (сохранение мира на планете, антиимпериализм, полеты в космос, защита окружающей среды, отказ от наркотиков и т.п.), ни один из дисков-гигантов так и не был выпущен. Рок-музыка в СССР была под неофициальным запретом, и за «Автограф» просто некому было вступиться. Хотя мэтр Давид Тухманов всячески хвалил группу в прессе, у него, вероятно, уже созрела идея собственного прог-коллектива</p>	0
Сумма баллов Бс			94
Средний арифметический балл Ба			7,83
Средний геометрический балл Бг			0

## ФАКТОР ВЛИЯНИЯ

Казалось бы, разве можно как-то повлиять на политический фактор, который действует неблагоприятно на маркетинговый проект? В рассмотренном выше примере его авторы пытались это сделать, но среди них не было достаточно, простите за каламбур, авторитетной фигуры.

Интересно, что в то же время готовился к выходу еще более сложный проект, который также был на грани срыва по чисто политическим причинам, но тем не менее увенчался успехом (табл. 2). Сложность его была и в форме, и в содержании, и в размерах. Последнее сказывалось на цене продукта, поскольку он сразу задумывался как альбом из двух пластинок, да еще фирма «Мелодия» неожиданно взвинтила цены на свою продукцию. Тем не менее это яркий пример того,

что цена (и фактор П8 – платеж) не всегда является определяющим при особой востребованности продукта.

Считается, что политический фактор не сработал негативно благодаря авторитету Андрея Вознесенского и предварительной публикации его поэмы «Авось», по мотивам которой была написана рок-опера. Однако есть легенда, что фонограмму произведения прослушали высокие чины из советского КГБ и она произвела на них хорошее впечатление.

Как видим из таблицы 2, разница между полностью не удавшимся в свое время проектом и суперуспешным по сумме баллов и среднему арифметическому показателю невелика, тогда как средние гармонические величины  $B_1$  и  $B_2$  довольно адекватно отражают ситуацию.

Таблица 2

### Оценка по форме 12П проекта № 2

№ п/п	Направления маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Двойной альбом рок-оперы 1980 г.: «Юнона и Авось»	10
П2	Процесс	Трек-лист: 1. Пролог. 2. Отпевание. 3. Я тебя никогда не забуду. . . 4. Душой я бешено устал. . . 5. Сцена в церкви, молитва. 6. Ария Пресвятой Девы. 7. Песня моряков. 8. Плавание. 9. Прибытие в Америку. 10. Сцена на балу. 11. Белый шиповник. 12. Ночь. 13. Ангел, стань человеком. . . 14. Дуэль. 15. Помолвка. 16. Принесите мне карты открытий. . . 17. Воздайте Господу. . . 18. Ожидание. 19. Финал. 20. Эпилог. Аллилуйя любви. Стиль – арт-рок, электронный прог, духовная музыка	10
П3	Персонал	Автор музыки: А. Рыбников. Автор текстов: А. Вознесенский. Звукорежиссеры: Ю. и С. Богдановы. Их следует указывать как соавторов произведения, поскольку работа завоевала 2-й приз на ежегодном фестивале грамзаписи МИДЕМ. Для «Мелодии» это был настоящий прорыв в звукорежиссуре. Музыканты: А. Рыбников (клавишные), К. Кужалиев (гитары, вокал), Г. Трофимов, А. Рыбникова, Ж. и О. Рождественские, Ф. Иванов, А. Садо и др. (вокал), группа ударных инструментов под рук. М. Пекарского	10
П4	Пэкинг	Оформление двойного конверта в примитивно-лубочном стиле шло вразрез с представлениями поклонников рок-музыки и не способствовало росту продаж	3
П5	Промоция	Интерес к альбому поддерживался благодаря постановке рок-оперы «Юнона и Авось» в театре «Ленком» Марка Захарова, на которую было очень сложно попасть, и успеху предыдущего двойного альбома с рок-оперой Алексея Рыбникова «Звезда и Смерть Хоакина Мурьеты»	9
П6	Пиар/Паблицити	В массовой и специальной (музыкальной и театральной) прессе рок-опера имела положительные рецензии	8
П7	Продажи	Альбом продавался многомиллионными тиражами, по разным оценкам было распространено от 6 до 10 млн шт.	10

П8	Платеж	На время ажиотажного спроса на альбом фирма «Мелодия» подняла цены на свою продукцию. Например, выпущенный по лицензии диск зарубежного исполнителя стоил 4,5 руб. вместо прежних 3,5 руб., а отечественного исполнителя – 3,5 руб. вместо прежних 2,15 руб. В результате на протяжении почти года «двойник» продавался по цене 7 руб., а затем, когда «Мелодия» была вынуждена вернуть прежние цены, – по 5 руб. (2,15 руб. округлили до 2,5 руб.). Это тоже было недешево для основной целевой аудитории – студенческой молодежи со стипендией 40 руб. в месяц	5
П9	Прогноз	Начальный тираж составил 1 млн экз. Допечатки на разных заводах фирмы – от 300 тыс. до 500 тыс. экз.	10
П10	Прибыль	Себестоимость продукции с учетом расходов на штамповку двух виниловых дисков-гигантов, на обложку и авторских отчислений – 60 коп. При минимальной цене комплекта 5 руб. прибыль на единицу продукции – 4 руб. 40 коп. Таким образом, прогноз прибыли при миллионном тираже – 4 400 000 руб.	10
П11	Психология	Психологически потребители давно ждали выхода альбома	10
П12	Политика	Самое удивительное то, что альбом все-таки вышел, несмотря на сочетание неординарной поэзии, церковных песнопений, роковых ритмов и электронной музыки. Возможно, сыграл свою роль авторитет Андрея Вознесенского, но выпуск «двойника» действительно был под угрозой срыва по чисто идеологическим причинам	2
Сумма баллов Б <sub>2</sub>			97
Средний арифметический балл Ба <sub>2</sub>			8,08
Средний геометрический балл Бг <sub>2</sub>			7,08

### ЕЩЕ БОЛЕЕ УСПЕШНЫЙ ПРОЕКТ?

Для сравнения возьмем еще одну прог-роковую работу чуть более позднего времени, представленную в таблице 3. Несмотря на выход в ноябре 1982-го, многими критиками пластинка была признана «Альбомом года». Во многих диск-парадах она опередила даже «двойник» непревзойденной звезды советской эстрады Аллы Пугачевой «Как тревожен этот путь!», продававшийся с сентября. (Тоже, кстати, одна из концептуальных работ Примадонны, правда, несколько уступающая двойному альбому «Зеркало души» 1978 года.) Группа «Москва» стала «Открытием года».

Негативное влияние политического фактора усугубилось тем, что в ноябре 1982 г. ушел из жизни Л.И. Брежнев, по стране был объявлен траур, в кинотеатрах отменяли демонстрацию комедийных и музыкальных фильмов, в школах – дискотеки, в магазинах грампластинок было запрещено включать веселую музыку и т.п. Вполне мог сорваться и выпуск в свет такой яркой работы. Но опять же авторитет одного из авторов (на этот раз не стихов, а музыки) сыграл определяющую роль.

Интересно, что по аналогии с так и не осуществленной идеей Джимми Пейджа, лидера Led

Zeppelin, для альбома Physical Graffiti 1975 года обсуждался вариант выхода «Н.Л.О.» не на одном диске-гиганте, а на 3 или 4 миньонах. Однако в связи с длительностью проговых композиций до 6 минут вместить даже 4 самые короткие из них на один миньон не представлялось возможным (если только с существенными сокращениями). А комплект из 4 миньонов стоил бы 4 руб. 80 коп., что было существенной суммой для целевой аудитории – студенческой молодежи. Пришлось отказаться от идеи, хотя продюсировавший проект Давид Тухманов все-таки осуществил ее. Но уже с другим исполнителем – Валерием Леонтьевым. Их совместный альбом «Там, в сентябре», кстати, тоже с элементами прог-рока, вышел на 3,5 миньонах. (Поскольку общее число композиций было 7, то на второй стороне 4-го миньона разместили лайт-проговую «Бессонницу» в исполнении... Софии Ротару. Партии гитары записал опять же Алексей Белов.)

Альбом «Н.Л.О.» неоднократно издавался пиратами на компакт-дисках. Первоначальный успех реинкарнации «Москвы» – группы «Парк Горького» и популярность Николая Носкова как сольного исполнителя повысили к нему интерес. В 2007 году компания «Бомба Мьюзик» переиздала его на CD

легально, производя ремастеринг (с повышением зачем-то громкости вокала) и добавив бонус-треки («XXIII век» и «Ночь»).

Если сопоставить оценки, то средние геометрические и здесь довольно точно отражают ситуацию успешности проектов № 2 и № 3 соответственно:

$$B_{г2} = 7,08 \text{ и } B_{г3} = 7,96.$$

Ни один из маркетинговых факторов (даже политический!) не обнуляет оценку этих креативных проектов. Суммы баллов и средние арифметические показатели также не вносят искажений. Бывает и такое, но это исключение из правила, которое лишний раз его подтверждает: для объективной оценки коммерческих проектов следует пользоваться средними геометрическими показателями.

Таблица 3

### Оценка по форме 12П проекта № 3

№ п/п	Направления маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Альбом-лонгплей группы «Москва» 1982 года: «Н.Л.О.»	10
П2	Процесс	Трек-лист: 1. Н.Л.О. 2. Игра в любовь. 3. Миллион лет до н.э. 4. Грибной дождь. 5. Ну и дела! 6. Волшебная комната. 7. Поединок. Стиль – прог-рок, прог-блюз, хард-энд-арт с отодвинутым на задний план вокалом (так и неизвестно, по ошибке или по «писку моды» тех лет)	9
П3	Персонал	Автор музыки: Д. Тухманов. Авторы текстов: Л. Дербенев, Д. Кедрин, С. Кирсанов, Р. Рождественский, В. Тушнова, В. Федоров. Музыканты группы «Москва»: А. Белов (гитары, клавишные, вокал), Н. Носков (вокал, гитара), Д. Серебряков (ударные). Другие музыканты: Д. Тухманов (рояль, синтезатор, бас-синти), О. Черкасов, Е. Солодухин (бас-гитары). После выхода альбома рок-гитаристы СССР тщетно пытались скопировать манеру игры на электрогитаре Белова, после чего он был признан «неснимаемым»	9
П4	Пэкинг	Двустороннее полноцветное оформление ламинированного конверта альбома – в лучших традициях пэкинга альбомов прог- и арт-роковых групп. В центре античный скульптурный сюжет «Эдип и Иокаста» вписан в силуэт неопознанного летающего объекта, ниже – бабочки на каком-то сложнотехническом устройстве. Такой переход с макро- на микроуровень и с объектов неживой природы на живую навеивает ассоциации с японскими хоку. Не хватает только фотографии группы на оборотной стороне. Тем не менее для фирмы «Мелодия» это был настоящий прорыв в пэкинге своей продукции	8
П5	Промоция	В рекламно-информационных целях фирмой «Мелодия» был выпущен промо-миньон с двумя композициями – «Игра в любовь» и «Миллион лет до н.э.» в двух вариантах – на гибкой пластинке (моновверсии) и на жестком виниле (стерео). Фотографии группы на конвертах были разными, причем для гибкой пластинки выбрали одноцветный светло-коричневый вариант, более соответствующий пэкингу прог-рока (чисто студийная тройка музыкантов в расслабленных позах, в майках и джинсах), а для жесткого винила – полноцветное изображение той же тройки, но уже в концертных костюмах и позах в стиле модного тогда британского трио The Police (кстати, тоже игравшего непростую музыку с элементом прога и породившего звезду Стинга)	9

П6	Пиар/Паблсити	<p>Серии публикаций о группе и анонсов альбома в центральной прессе и местных (республиканских) газетах.</p> <p>В частности, в «Комсомольской правде» была размещена та самая фотография, что и на конверте гибкого миньона, а при анонсе самого «Миньона дерзаний» (как была названа пиар-статья) умышленно или случайно композиции именовались «Игра И любовь» и «1 000 000 лет до н.э.», что очень интриговало читателей.</p> <p>Анонсу альбома в той же «КП» сопутствовала еще более эффектная фотография – трио в полном составе да еще с приглашенными бас-гитаристами и самим маэстро Давидом Тухмановым (все разместились в студии, сидя прямо на внушительной аппаратуре группы).</p> <p>Питерский, но популярный во всей стране журнал «Смена» разместил интервью с Давидом Тухмановым по поводу работы с новой рок-группой, сопроводив его почти сюрреалистическим фото композитора и рекламой композиции «XXIII век», которая... в пластинку не вошла.</p> <p>По уже налаженной группой «Автограф» схеме также состоялись записи студийных выступлений на телевизионных каналах в столицах союзных республик</p>	9
П7	Продажи	<p>Несмотря на моновариант гибкого миньона, он был продан миллионным тиражом, чем стереовариант похвастаться не мог. Разница была в том, что жесткий винил продавался в специализированных отделах музыкальных магазинов, а стоившая вдвое дешевле гибкая пластинка – в киосках «Союзпечати», из которых расхватывалась подобно горячим пирожкам. К тому же на обороте конверта были размещены тексты песен – еще один прорыв «Мелодии».</p> <p>Первые выпуски альбома везде, кроме Москвы, стали дефицитом и перепродавались спекулянтами почти как пластинки западных групп. Кстати, претензии у критиков были насчет того, что следовало бы и на конверте альбома разместить тексты песен, поскольку это действительно образцы настоящей поэзии</p>	10
П8	Платеж	<p>Цена гибкой моно-пластинки в бумажном конверте – 60 коп., винилового стерео-миньона в картонном конверте – 1 руб. 20 коп. (при продолжительности фонограммы около 12 мин).</p> <p>Цена стерео-гиганта в ламинированном конверте – 2 руб. 70 коп. (при продолжительности фонограммы около 37,5 мин).</p> <p>При повышении цен «Мелодии» до 4 руб. соотношение продолжительности фонограмм миньона и гиганта в меньшей степени мотивировало покупателей к приобретению всего альбома. В таком случае их мог бы больше заинтересовать выход трех или четырех миньонов, тем более что тогда в комплект вошла бы исключенная из диска-гиганта композиция «XXIII век»</p>	6
П9	Прогноз	<p>Начальный тираж составил 1 млн экз. Допечатки на разных заводах фирмы – от 300 тыс. до 500 тыс. экз.</p>	10
П10	Прибыль	<p>Себестоимость единицы продукции с учетом расходов на штамповку винилового диска-гиганта, на обложку и авторских отчислений – 30 коп. При цене 2 руб. 70 коп. за альбом в ламинированном конверте прибыль на единицу продукции – 2 руб. 40 коп. и, таким образом, прогноз минимальной прибыли при миллионном тираже – 2 400 000 руб. При цене альбома в ламинированном конверте 4 руб. (когда поднялись цены «Мелодии») прибыль на единицу продукции – 3 руб. 70 коп. и, таким образом, прогноз максимальной прибыли при миллионном тираже – 3 700 000 руб.</p>	10
П11	Психология	<p>Психологически потребители не были готовы к восприятию столь сложной музыки. Самые трудные для восприятия композиции «Волшебная комната» и «Поединок» имели нехарактерные даже для прог-рока музыкальные размеры и звучание, интересные в то время больше профессиональным музыкантам, чем массовому слушателю. Однако последний приобретал пластинку, возможно, по инерции с предыдущим авторским диском Давида Тухманова «По волне моей памяти», где многие композиции были выполнены в стиле лайт-прога и стали хитами. Ни одна песня с «Н.Л.О.» не стала настоящим хитом, за исключением разве что «Грибного дождя». Так что многих слушателей ждало разочарование. Критик Ю. Филинов отнес диск «к разряду некоммерческих», а С. Челябин назвал «Н.Л.О.» недооцененным шедевром</p>	8

П12	Политика	Несмотря на рискованную тематику текстов (посещение планеты инопланетянами, брутальная любовная лирика, жизненная суета, рефлексия интеллигента и т.п.), альбом все-таки был выпущен. Цензуру смущала сложность музыки и неоднозначность текстов, но против авторитета Давида Тухманова никто не рискнул идти	3
Сумма баллов Бс <sub>3</sub>			101
Средний арифметический балл Ба <sub>3</sub>			8,41
Средний геометрический балл Бг <sub>3</sub>			7,96

### ПРОБУЖДЕНИЕ КОПИРАЙТИНГА

Первые критические заметки по поводу проговых альбомов я начал публиковать в газетах «Знамя юности», «Чырвоная змена» и журнале «Рабочая смена», который позднее переименовали в «Парус». Хотя это все были прокомсомольские издания (а может быть, именно поэтому), в них успешно функционировали рубрики, посвященные популярной молодежной музыке. По крайней мере, покупала их молодежь именно из-за этих рубрик.

Поскольку мои рецензии на пластинки носили чаще всего восторженный и доброжелательный характер, то печатали их под псевдонимом «В. Дображелон», заодно намекая на роман Дюма «Десять лет спустя, или Виконт де Бражелон». Псевдоним этот придумал мой старший товарищ Артос, работавший в то время художественным редактором «Рабочей смены», хотя другие два «товарища» из нашей компании – Абрамис и Портвос – называли меня Жартаньяном.

Артос же содействовал и моей первой публикации в журнале. Это была как раз рецензия на дебютный магнитоальбом «Автографа»:

«Начало – раскаты грома. И, как первых капель ночного ливня, ждешь первых звуков рояля. И вот он – «объемный» вокал, поддержанный перебором электрогитары и гудением синтезатора. Потом вступают ударные и клавишные, переключаясь в затмившей голос вокалиста пустоте. Резкое гитарное соло наслаивается на эту переключку,

превращая ее в атональный гул. И вдруг все внезапно смолкает. Остаются лишь неспешные, как капли ночного дождя, переливы рояля. Они необычайно чисты и зримы...

К этому шедевру подготавливает титульный инструментал «Пристегните ремни безопасности» – пьеса на темы наших стремительных и беспокойных будней. Именно пьеса с где-то трагическим, а где-то комическим звучанием. В ней столько неожиданных переходов, смен ритмических структур, что, слушая ее, каждый раз открываешь что-то новое. Здесь слышны тяжелые раскаты харда, нежные напевы барокко, ностальгические нотки классики, могучая спрессованность симфо-рока и клубистая ритмика «новой волны». Разрешите представить, это и есть прог!..»

Ну, и так далее. Такие вот жалкие попытки описать словами начало альбома и многочастную музыкальную композицию «Ливень» с нетривиальными гармониями и мелодиями. Тем не менее – хорошая школа написания рекламных текстов, поскольку продукт, предприятие или канал продаж описывать гораздо легче.

Позднее, став копирайтером, я превратился из «Виконта Дображелона» в «Дисконта-Дображелона», т.к. первые свои рекламные статьи писал для торговых организаций о дисконтных программах, системах скидок и распродажах. Но, как говорится, это уже совсем другая история...

*Продолжение следует*