

«Дисконт-дображелон», или 30 лет спустя

Сергей
ГЛУБОКИЙ

ТРЕНИНГ 2. УЧЕТ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ И ЭФФЕКТА «САРАФАННОГО РАДИО» ПРИ АНАЛИЗЕ КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТОВ

*А мы еще верим,
что мы не забыты, стучимся
мы в двери, а двери надежно закрыты.
И я не пойму, от кого их закрыли.
Нас, может быть, звали,
но просто забыли.
И, может, нам быть
понастойчивей стоит, тогда нас
услышат и двери, конечно, откроют.*
Андрей МАКАРЕВИЧ.
«Закрытые двери»

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 аудиосителителей виниловые лонгплеи и даже... компакт-кассеты. Ну как тут не нахлынуть воспоминаниям тридцатилетней давности?

СЛОВНО НА «МАШИНЕ ВРЕМЕНИ»...

На прошлом тренинге мы разбирали влияние политических факторов на креативные проекты, когда рок-музыка была под запретом и потребители были готовы сметать с прилавков любой продукт, выполненный в этом ключе и сумевший пробиться сквозь цензуру. Даже если это

были трудные для восприятия альбомы в стиле прогрессивного рока! Один из законодателей данного стиля, лидер британской группы Black Sabbath, Тони Айомми вспоминает: «Тогда все было намного сложнее. Дело было совсем не в популярности, не в радио или чем-то таком, ну, по крайней мере, у нас, в Англии. Все это было очень андерграундным, и слухи решали больше, чем все остальное. И работа проводилась именно со слухами, ведь не было тогда еще ни MTV, ни видеоклипов».

Что ж, давайте сравним воздействие эффекта «сарафанного радио» на успешность креативных проектов в разные времена с учетом психологического фактора как элемента маркетингового набора 12П. Сначала воспользуемся своеобразной «машиной времени», чтобы переместиться в самое начало 80-х годов прошлого века. Первое, что приходит в голову, это, конечно, рок-группа № 1 СССР с тем же названием. Ее стиль в общем и целом к прог-року не отнесешь, однако с приходом в коллектив серьезных музыкантов музыка стала усложняться и вполне мог быть выпущен целый альбом в этой стилистике. Проанализируем такой проект в таблице 1 по форме 12 П с расстановкой баллов и последующим усреднением их по формуле средней геометрической как корню 12-й степени из произведения всех 12 оценок. (Сумма баллов или их средняя арифметическая

величина не могут быть использованы, поскольку искажают общую оценку, как это будет видно из дальнейшего.)

Грандиозный успех «Машины времени» был обеспечен исключительно вербальной рекламой, поскольку ни до каких официальных СМИ ее не допускали. А в «самоиздатовском» рок-журнале была, например, такая рецензия на альбом «Охотники за удачей», выпущенный в США: «Ни один диск не сравнится с ним по количеству хитов, являющихся одновременно и символами поколения. Плюс ко всему пластинка представляет собой обширную энциклопедию музыкальных стилей – от тривиальных фокстротов и рок-н-роллов до хард-рока и прога. Вот скажите, много ли в истории рок-музыки дисков (даже пусть компиляций!), которые могли бы похвастаться обилием подобных достоинств? Битловские «сержанты» и «револьверы»? Флойдовские «стороны» и «стены»? Квиновские «ночи» и «дни»? Нет! Хитов меньше, а уж о символах поколения и говорить не приходится...»

Но вернемся от креатива к маркетинговой математике. Если бы не последняя оценка, средний балл проекта по среднему геометрическому набрал бы примерно от 6 до 7 баллов из 10 возможных. Однако последний сомножитель делает среднегеометрический показатель равным нулю при среднем арифметическом, равном 7,42:

$$B_{г1} = 0; B_{а1} = 7,42.$$

Это объясняет, почему следует использовать именно средние геометрические показатели для общей оценки креативного проекта, которая обнуляется при нулевом балле хотя бы по одному из направлений. Проект так и не был осуществлен. Как видим, из-за все того же политического фактора даже активно работающее «сарафанное радио» здесь не помогло. Дебютные работы группы «Машина времени» долгие годы существовали на территории СССР исключительно в виде магнитоальбомов и были изданы в CD-формате только в XXI веке.

Таблица 1

Оценка по форме 12 П проекта № 1

| № п/п | Направление маркетинга (12 П) | Реализация направления маркетинга | Балл реализации |
|-------|-------------------------------|---|-----------------|
| П1 | Продукт | Альбом группы «Машина времени» 1980 года: «Стук в двери». Трек-лист: 1. Моим друзьям. 2. Закрытые двери. 3. Три окна. 4. Снег. 5. Хрустальный город. 6. Кого ты хотел удивить? 7. Ты или я. 8. Пока горит свеча. ... | 10 |
| П2 | Процесс | Стиль – арт-рок, прог-рок, прог-блюз, хард-рок, баллада | 10 |
| П3 | Персонал | Авторы музыки: А. Макаревич, А. Кутиков, П. Подгородецкий. Автор текстов: А. Макаревич. Музыканты: А. Макаревич (вокал, гитары, рояль), А. Кутиков (бас-гитара, вокал), П. Подгородецкий (клавишные), В. Ефремов (ударные). Кутиков и Ефремов пришли в группу из арт-рокового «Високосного лета», где играли с самим Ситковецким – лучшим гитаристом отечественного прога. Подгородецкий с достойным музыкальным образованием мог исполнять музыку любой степени сложности | 9 |
| П4 | Промоция | В рекламно-информационных целях фирмой «Мелодия» был выпущен промоминьон с двумя композициями – «Хрустальный город» и «Снег». Они же вышли на двойном альбоме, посвященном рок-фестивалю «Весенние ритмы. Тбилиси-80», победителем которого стала «Машина времени» | 8 |
| П5 | Пэкинг | Оформление конверта миньона отсутствовало – это была простая бумажная обложка с двумя круглыми отверстиями под ярлыки пластинки. (Таким же в те годы мог быть и «пэкинг» диска-гиганта.) Однако, поскольку «сарафанное радио» уже работало, пластинку раскупили в одночасье | 1 |

| | | | |
|---|----------------|---|------|
| П6 | Пиар/Паблицити | Серии публикаций о группе, остро критических – в центральной прессе (в частности, в «Комсомольской правде») и вполне доброжелательных – в местных (республиканских) газетах. Состоялись записи студийных выступлений на телевизионных каналах в столицах союзных республик, где с огромным успехом гастролировала группа. На белорусском телевидении даже было сделано некоторое подобие клипа на длинную (более 6 мин!) проговую балладу «Три окна» с показом в суперпопулярной тогда программе «Теледискотека» | 5 |
| П7 | Продажи | Несмотря на отсутствие оформления конверта миньона, он был продан миллионным тиражом. Более того, учитывая бешеную популярность группы, фирма «Мелодия» вставляла сравнительно простые песни «Снег» и «Свеча» во всевозможные сборники к Новому году, 23 февраля и 8 Марта, которые благодаря этому так же хорошо раскупались. На тот же успех мог рассчитывать и сам альбом, даже выполненный в целом в более сложной стилистике | 10 |
| П8 | Платеж | Цена миньона с длительностью фонограммы 9:04 – 1 руб. 10 коп. Планируемая цена лонг-плея с длительностью фонограммы в 5 раз больше – 1 руб. 90 коп. в мягкой бумажной обложке, 2 руб. 15 коп. – в жестком конверте или 2 руб. 70 коп. – в жестком ламинированном конверте | 10 |
| П9 | Прогноз | Минимальный тираж мог составить 1 млн экз. Допечатки – от 100 тыс. до 2-3 млн экз. | 10 |
| П10 | Прибыль | Материальные затраты по виниловому диску-гиганту и обложке – 30 коп. При минимальной цене 1 руб. 90 коп. добавленная стоимость на единицу продукции – 1 руб. 60 коп. Таким образом, прогноз ДС при миллионном тираже – 1 600 000 руб. НДС тогда назывался налогом с оборота, который, кстати, по граммофонным пластинкам был одним из самых высоких. Но даже с его учетом, так же как и авторских отчислений, составлявших сущие копейки, прибыль имела бы миллионный порядок | 10 |
| П11 | Психология | Психологически потребители давно ждали выхода первого официального альбома группы. Возможно, трек-лист несколько разочаровал бы их, поскольку в него не входили такие простые (отнюдь не проговые!) хиты, как «Поворот», «Скачки», «Марионетки», «Птица-удача» или «Барьер», но, с другой стороны, имидж группы стал бы еще серьезнее и интеллектуальнее | 6 |
| П12 | Политика | Несмотря на работающее по всей стране на всю катушку «сарафанное радио», в начале десятилетия альбом так и не был выпущен. Сборники, включающие отдельные композиции, «В добрый час!» и «Десять лет спустя» вышли только во второй половине 1980-х после успешного product placement «Машины времени» в кинофильмах А. Стефановича «Душа» (1982 г.) и «Начни сначала» (1985 г.) | 0 |
| Сумма баллов Бс ₁ | | | 89 |
| Средний арифметический балл Ба ₁ | | | 7,42 |
| Средний геометрический балл Бг ₁ | | | 0 |

...И ДАЖЕ 40 ЛЕТ НАЗАД!

Может сложиться впечатление, что до 80-х годов прошлого века официальных арт-рок-альбомов в СССР не выходило. Однако это впечатление ошибочное.

На прошлом тренинге мы разбирали прог-роковый проект Давида Тухманова и группы «Москва» – довольно успешный альбом «Н.Л.О.». (Кстати сказать, для него «сарафанное радио» играло скорее отрицательную, чем положительную роль.

Любители «музыки попроще» были шокированы нетрадиционным звучанием и делали диску чаще всего «черный», а не «белый пиар».) Для сравнения возьмем предыдущую арт-роковую работу мэтра, выпущенную еще в 1970-х годах и представленную в таблице 2.

Вербальная реклама здесь сработала не ниже 8 баллов, что показывает также и небольшой разрыв между средней арифметической и средней геометрической оценками:

Ба₂ = 9,0 и Бг₂ = 8,85.

Интерес к альбому был подогрет двумя предыдущими очень успешными авторскими дисками Тухманова, так что не понадобилось ни синглов, ни миньонов. Только – эффект молвы, который еще больше усилился, когда меломаны стали передавать «из уст в уста» информацию об эмиграции отдельных исполнителей в США – особенно звезды московского рока – Александра Лермана.

После выхода диска многие слушатели отмечали, что одна из мелодий в композиции «Доброй ночи» совпадает с клавишным проигрышем в песне Элтона Джона Saturday Night's Alright for Fighting, выпущенной тремя годами ранее. Справедливости ради следует отметить, что на указанный проигрыш много чего похоже – и синтезаторные пассажи Александра Градского в «Полу-Мнемозине» из альбома «Ностальгия», и фортепьянное соло группы «Круг» в собственной версии слизуновского «Музыканта», поскольку это вообще достаточно типичная для лайт-прога последовательность аккордов. Возможно, что Тухманов даже пошел на такой квази-плагиат сознательно, чтобы подстегнуть «сарафанное радио». И таких нюансов на альбоме множество, помимо того что он сам

по себе – креативный проект самого высокого качества.

В 2005 году фирма «Мелодия» переиздала альбом уже на компакт-диске. Были использованы оригинальные записи 1975 года с цифровым ремастерингом. Пэкинг такой же, как и у оригинального винилового диска, только на обложке и диске добавлены слова «30 лет», поскольку полное название CD-версии – «По волне моей памяти 30 лет». (Телеканал «СТС» снял видеофильм, где песни из альбома исполняли звезды российского... шансона, но отнюдь не арт-рока, тем самым продемонстрировав, что при должном старании даже неординарный прог можно превратить в обыкновенную попсу. Фильм демонстрировался в новогоднюю ночь 2006 года, а впоследствии был выпущен на DVD.) Но и до этого уже были издания компаний MMS Records Ltd (1994 г., оформление совпадает с оригинальным), L-Junction (1997 г., графическое оформление И. Меглицкого пародирует оригинальное) и Roff-Audio (2000 г., в графическом оформлении использованы другие рисунки И. Меглицкого из той же серии), а также издание компании Melodiya Record Company Europe GmbH (2001 г.). И никаких «дисконтов-дображелов» не требовалось!

Успешный проект – высокие оценки! Что тут еще скажешь?

Таблица 2

Оценка по форме 12 П проекта № 2

| № п/п | Направление маркетинга (12 П) | Реализация направления маркетинга | Балл реализации |
|-------|-------------------------------|--|-----------------|
| П1 | Продукт | Авторский альбом-лонгплей Давида Тухманова 1975-76 годов: «По волне моей памяти». Трек-лист: 1. Я мысленно вхожу в ваш кабинет. 2. Из Сафо. 3. Из вагантов. 4. Приглашение к путешествию. 5. Доброй ночи. 6. По волне моей памяти. 7. Сентиментальная прогулка. 8. Сердце мое. 9. Смятение. 10. Посвящение в альбом | 10 |
| П2 | Процесс | Стиль – арт-рок, симфо-рок, лайт-прог | 10 |
| П3 | Персонал | Автор музыки: Д. Тухманов. Авторы стихов: А. Ахматова, Ш. Бодлер, П. Верлен, М. Волошин, И. Гете, А. Мицкевич, П. Шелли и др. Музыканты: Д. Тухманов (ф-но, орган, синтезатор, электропиано), Б. Пивоваров (гитара), А. Фельдбарг (бас-гитара, скрипка), В. Плоткин (ударные), В. Андрианов, М. Бади, А. Барыкин, С. Беликов, И. Иванов, Н. Капустина, А. Лерман и др. (вокал). Медная группа ансамбля «Мелодия» п/у Г. Гараняна. Струнная группа Большого симфонического оркестра Всесоюзного радио и телевидения | 10 |

| | | | |
|---|----------------|--|------|
| П4 | Пэкинг | В связи с эмиграцией в США Капустинной и Лермана их имена были убраны с обложки конверта, что вызвало дополнительную волну «сарафанного радио». Сама же обложка была оформлена художником А. Шварцем в лучших традициях пэкинга конвертов проговых альбомов, хотя таким был выпущен лишь первый миллионный тираж. Остальные тиражи выходили с оформлением попроще, продвигая больше бренд «Мелодии», чем имя Тухманова | 6 |
| П5 | Промоция | В рекламно-информационных целях фирма «Мелодия» включала самую хитовую песню «Из вагантов» во всевозможные сборники, вызывая интерес и ко всему альбому. Купившие диск с трудом, но все-таки осваивали и соседние композиции на пластинке, рекомендуя их своим друзьям и знакомым. «Сарафанное радио» начинало свою работу... | 6 |
| П6 | Пиар/Паблицити | Альбом анонсировался Тухмановым с 1974 года как единое концептуальное произведение, хотя позднее он вспоминал, что записывался альбом в секретности, у него в домашней студии, и никто не знал, что получится в итоге. На худсовете «Мелодии» музыка была представлена как «классика», а стихи – как совершенно безобидная «древняя поэзия». В прессе было размещено множество восторженных рецензий. Хвалили и саму идею проекта, и ее успешную реализацию. Особенно отмечался «воспитательный момент»: мол, если молодежь слушает песни на стихи Ахматовой, Мицкевича и Волошина, то она заинтересуется и другими образцами высокой поэзии | 8 |
| П7 | Продажи | Альбом был продан многомиллионным тиражом и до сих пор считается одним из самых успешных проектов фирмы «Мелодия» | 10 |
| П8 | Платеж | Диск-гигант стоил 2 руб. 15 коп., что было доступно для самых разных аудиторий и даже для такой «целевки», как студенчество со стипендией 40 руб. в месяц. Интересно, что основными покупателями все-таки стали люди постарше, имевшие привычку покупать пластинки с литературно-музыкальными композициями | 10 |
| П9 | Прогноз | Начальный тираж составил 1 млн экз. Допечатки на разных заводах фирмы – от 300 тыс. до 500 тыс. экз. | 10 |
| П10 | Прибыль | Матзатраты по единице продукции – 30 коп. При цене 2 руб. 15 коп. за альбом в картонном конверте добавленная стоимость на единицу продукции – 1 руб. 85 коп. и, таким образом, прогноз минимальной прибыли с учетом налога с оборота и авторских отчислений при миллионном тираже – более 1 000 000 руб. | 10 |
| П11 | Психология | Психологически потребители не были готовы к восприятию сложной музыки. Однако массовый слушатель приобретал пластинку прежде всего, возможно, на волне успеха предыдущих авторских дисков Давида Тухманова «Эта веселая планета» и «Как прекрасен этот мир», где многие композиции были выполнены в стиле поп-рока и стали хитами. Кто-то был разочарован, но большинство все-таки оценили альбом по достоинству и «сарафанное радио» продолжило свою работу... | 8 |
| П12 | Политика | Литературный материал к альбому подбирала тогдашняя жена Тухманова Татьяна Сашко (ее же называют и продюсером диска), отдавая предпочтение лирическим и политически нейтральным тематикам | 10 |
| Сумма баллов Бс ₂ | | | 108 |
| Средний арифметический балл Ба ₂ | | | 9,0 |
| Средний геометрический балл Бг ₂ | | | 8,85 |

УПУЩЕННЫЙ ЭФФЕКТ МОЛВЫ

Ну а теперь перепрыгнем сразу почти через 15 лет – из середины 70-х в конец 80-х годов прошлого века и посмотрим, как изменилась работа «сарафанного радио» на примере проекта № 3, представленного в таблице 3. Вербальная реклама могла здесь сработать на 10 баллов, но в реальности оказалась на порядок ниже. Хотя биография исполнителя, типичная для прогера, рожденного в СССР, располагала для максимального задействования эффекта народной молвы на территориях ведущих стран СНГ – Беларуси, Казахстана и России.

Андрей Мисин родился 3 марта 1954 г. в г. Лодейное Поле Ленинградской области. Пел в хоре мальчиков в Череповце. Закончил музыкальную школу по классу аккордеона в г. Рудный Казахской ССР. В старших классах школы играл на электрооргане в ансамбле на танцах.

Поступив в Челябинский медицинский институт, организовал там свой первый студенческий ВИА «Арника». Тогда же познакомился с музыкантами прог-фолк-группы «Ариэль», забросил учебу, был отчислен из института и призван в армию. Служил в западной Белоруссии, в отдельном Московско-Кёнигсбергском разведывательном авиационном полку, базировавшемся в г. Щучине, где также продолжал заниматься музыкальной самодеятельностью. Как первую свою песню он вспоминает сочинение полкового марша на стихи летчика-ветерана.

После службы в армии Мисин поступил в 1975 году в Алма-атинское музыкальное училище и окончил его с отличием в 1979-м. Здесь он играл в самодеятельной группе «R.N.N» («Русский, Хорваты и Немец»), в состав которой также входили Вилли Франк (ударные), братья Владимир (бас) и Николай Миклошич (гитара). Группа распалась в 1980 году, после переезда Мисина в Москву. Другие ее участники влились в республиканский молодежный ансамбль «Гульдер», солисткой которой была звезда советской эстрады Роза Рымбаева. Позднее Владимир Миклошич стал бессменным басистом алма-атинской группы «А-Студио», гордости Казахстана.

В 1979-84 годах Андрей Мисин обучается на отделении теории музыки в Московской государственной консерватории им. П.И. Чайковского. Он вспоминает, что серьезное влияние на него как музыканта оказали творчество композиторов

Мусоргского и Прокофьева, белорусская и русская народная музыка, а также английский арт- и симфо-рок в лице Pink Floyd, Yes, Genesis и ELP.

В середине 1980-х Андрей работает в Москонцерте во втором составе синтез-группы «Час пик». Тогда он знакомится с бывшим инженером Сергеем Патрушевым, который становится автором текстов большинства его песен. В 1987 году они записывают демо-альбом, известный под названием «Пятый угол». После распада группы «Час пик» Андрей начинает серьезную работу над своим сольным репертуаром и в 1988 году записывает на студии Московского Дворца молодежи альбом, который через год издает фирма «Мелодия».

В 1989-1991 годах Андрей принимает участие в ряде российских и международных музыкальных конкурсов, получив первую премию на международном телеконкурсе «Ступень к Парнасу» (вторая премия досталась Игорю Талькову) и всесоюзном конкурсе Гостелерадио «Магический кристалл» (за песню «Чужой»), на проходившем в Алма-Ате фестивале «Голос Азии» был отмечен призом как лучший композитор...

Однако почему-то один из интереснейших композиторов-музыкантов-певцов СНГ выпускает новые сольные работы только 1 раз в 5-10 лет.

Секрет прост – из-за плохо поставленной промоции, в т.ч. работы «сарафанного радио». Коммерческий успех альбома был, к сожалению, небольшим, и его даже продавали с «дисконтами-дображелонами», что показывает средняя геометрическая оценка:

$$B_3 = 5,85$$

при средней арифметической:

$$B_3 = 7,42,$$

равной соответствующему показателю рассмотренного выше проекта № 1:

$$B_1 = 7,42.$$

Однако, поскольку проект № 1 так и не был реализован, то средняя геометрическая по нему равна нулю:

$$B_1 = 0.$$

Это еще раз доказывает необходимость использования именно среднегеометрических (а не суммарных и не среднеарифметических!) баллов при оценке маркетинговых эффектов, в т.ч. и эффекта «сарафанного радио». И, конечно, необходимость применения инструментов вербальной рекламы!

Таблица 3

Оценка по форме 12 П проекта № 3

| № п/п | Направление маркетинга (12 П) | Реализация направления маркетинга | Балл реализации |
|---|-------------------------------|--|-----------------|
| П1 | Продукт | Альбом-лонгплей Андрея Мисина 1989 года: «Чужой». Трек-лист: 1. Новый Фауст. 2. Ангел сна. 3. Сельское кладбище. 4. Молитва. 5. Кому ты нужен? 6. Чужой. 7. Четыре тайны | 10 |
| П2 | Процесс | Стиль – арт-рок, прог-фолк-рок | 10 |
| П3 | Персонал | Автор музыки: А. Мисин. Авторы стихов: С. Патрушев, И. Зиедонис, Б. Слуцкий. Участники записи: А. Мисин (вокал, гитары, клавишные), В. Михалин (ударные), И. Евдокимов (программирование), И. Замараев (звукорежиссура) | 10 |
| П4 | Пэкинг | Оформление конверта – серьезное, как и подобает прог-роковым проектам. На лицевой стороне – фото Мисина с гитарой на фоне впечатляющей аппаратуры, на оборотной – групповое фото участников записи в студии. Указана длительность композиций, приведен трек-лист на английском, но больше всего впечатляет фраза: «При записи были использованы инструменты: Ensoniq ESQ-1, Korg DDD-1, Roland MKS-100, Emulator II». Это – один из первых случаев перекрестной промоции, который опередил свое время и потому не вызвал волны «сарафанного радио» | 10 |
| П5 | Промоция | По телевидению изредка показывали концертную версию композиции «Чужой», звучала она и на радио. Рекламы альбома не было. Ни синглы, ни миньоны не выпускались | 3 |
| П6 | Пиар/Паблицити | Ни публикаций в прессе, ни запусков «сарафанного радио» не было. «Из уст в уста» информация передавалась только в узком кругу поклонников прога. В групповом фото на оборотной стороне конверта альбома отсутствовал барабанщик В. Михалин, участвовавший в записи, что вызвало небольшую волну обсуждений среди меломанов – поклонников отечественного арт-рока: «Не тот ли это Михалин, который работал в «Автографе»?» | 1 |
| П7 | Продажи | Альбом приобретался только ярыми поклонниками арт-рока, знакомыми с композицией «Чужой» по теле- и радиотрансляциям | 3 |
| П8 | Платеж | Диск-гигант стоил 2 руб. 50 коп., что было доступно для самых разных аудиторий. Последующие продажи производились со скидками вплоть до... 40 коп. | 9 |
| П9 | Прогноз | Начальный тираж составил 300 000 экз. | 10 |
| П10 | Прибыль | Матзатраты по единице продукции – 30 коп. При цене 2 руб. 50 коп. за альбом в картонном конверте добавленная стоимость на единицу продукции – 2 руб. 20 коп. Таким образом, прогноз минимальной прибыли с учетом налога с оборота (до введения НДС уже оставалось совсем немного времени) и авторских отчислений при миллионном тираже – около 2 000 000 руб. | 10 |
| П11 | Психология | Несмотря на сложность музыки, а может быть, как раз благодаря ей, Мисин заслужил уважение у самых разных слушателей. Однако массовый слушатель пластинку покупать не спешил. «Сарафанное радио» ограничилось очень узким сегментом рынка | 3 |
| П12 | Политика | На волне перестройки и гласности политически острые тексты композиций уже никого не смущали | 10 |
| Сумма баллов Б ₃ | | | 89 |
| Средний арифметический балл Б _{а3} | | | 7,42 |
| Средний геометрический балл Б _{г3} | | | 5,85 |

ПРОДОЛЖЕНИЕ КОПИРАЙТИНГА, или «ДА ПРИДЕТ МЕССИЯ!»

Первые критические заметки по поводу проговых альбомов я начал публиковать в газете «Чырвоная змена» и журнале «Рабочая смена», который позднее переименовали в «Парус». Хотя это были прокомсомольские издания (а может быть, именно поэтому), в них успешно функционировали рубрики, посвященные популярной молодежной музыке. По крайней мере, покупала их белорусская молодежь именно из-за этих рубрик и считала довольно прогрессивными. Скажем, в середине 1980-х в ежегодных парадах альбомов «Чырвонай змены» на первых местах фигурировали, как правило, альбомы арт- и прог-рока.

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.

Кстати, Абрамис считал Мисина основоположником христианско-славянского рока. В его рецензиях того времени можно встретить, например, такой пассаж: «Все-таки отечественные почитатели рока по своим вкусам более близки своим коллегам из Объединенного Королевства, чем из Соединенных Штатов. У первых всегда в почете была прогрессивная музыка Yes, Genesis и King Crimson, у последних даже Pink Floyd, Roxу Music и Queen по-настоящему не признаны, а настоящим роком считаются «творения» ребят попроче – начиная с Creedence и заканчивая Sex Pistols.

Все-таки в нашем народе с незапамятных времен живет потребность в чудесном возникновении мудрой, светлой и доброй личности, своеобразного Мессии или Гуру, который рассудит, наставит на путь истинный, спасет. Если вспомнить историю белорусско-русской культуры, то со времен Достоевского и Толстого, Янки Купалы и Якуба Коласа такого Учителя-Спасителя принято искать в литературе, среди художников слова. Отсюда и поклонение молодежи очередным кумирам, аналогичное тому, какое жило в народе раньше в отношении писателей и поэтов, что как-то не принято на Западе и может быть сравнимо, наверное, с поклонением Джону Леннону. Этим я и объясняю феномен успеха Андрея Мисина, хотя в полной мере отвечает эта творческая личность имиджу (хотя бы!) Наставника – покажет время. Но шанс к культурному возрождению, о необходимости которого так долго говорят демократы, его первая официально изданная работа действительно дает...»

Спустя 30 лет можно констатировать, что Абрамис угадал направление развития музыканта. (Взять хотя бы одну из последних работ Мисина – музыкальное видео под названием «Истина»!) Однако высказанные им идеи оказались слишком серьезны для запуска эффекта народной молвы. Портвос советовал для «работы со слухами» использовать что-нибудь попроче и повеселее – байку, анекдот, пародию или хотя бы какой-нибудь каламбур. Но арт-рок – слишком интеллигентный стиль, чтобы снизойти до таких «низких» жанров. Хотя и считается, что для прога нет ничего невозможного и неподходящего, не всякий проект может и должен сопровождаться «сарфанным радио». «Шутки юмора» отнюдь не всегда уместны.

Продолжение следует