

# «Дисконт-дображелон», или 30 лет спустя

Продолжение. Начало в № 1, 2 за 2017 год

Сергей  
ГЛУБОКИЙ

## ТРЕНИНГ 3. УЧЕТ PR-ФАКТОРОВ И ЭФФЕКТА «СОБЫТИЙНОСТИ» ПРИ АНАЛИЗЕ КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТОВ

*И как доброго вестника,  
как праздника ждем тебя!  
К тебе стремится  
весь народ с улыбкой!  
Ты восхищение и радость  
нам несешь.  
Пьер де Кубертен  
«Ода доброму вестнику»*

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?

### ОТПУГИВАЮЩЕЕ ПАБЛИСИТИ

На прошлых тренингах мы разбирали влияние политических и психологических 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! Как мы видели, политический фактор в виде строгой

цензуры легко сводил к нулю все креативные усилия и «продакшна», и «промоушна». Спасением была только привязка выхода альбома к значимому официальному событию типа Олимпиады-80 или Международного фестиваля молодежи и студентов 1985 года в той же Москве.

Что ж, давайте сравним воздействие эффекта «событийности» на успешность креативных проектов в разные времена с учетом PR-фактора как элемента маркетингового набора 12П. Сначала переместимся в самое начало 80-х годов прошлого века. Конечно, речь пойдет о таком «ивенте» как Олимпийские игры, проходившие в столице СССР.

Проанализируем этот проект в таблице 1 по форме 12П 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.)

В специальной (да и массовой!) прессе рецензии были положительные, но носили, мягко говоря, специфический характер. Например, такой разбор произведения:

«Монументальность строения целого создается сопоставлением законченных, самостоятельных частей, контрастных

друг другу, внутри которых контраст отсутствует. Там внимание сосредоточено на одном целостном образе, состоянии. 1-я часть «Факел» несет в себе основные образные и тематические компоненты. Она воплощает образ движения – протяженные построения (в несколько тактов), повторяемые секвенсором необходимое число раз. Появляется и основной мелодический образ «Оды» – торжественные фанфары (лейттема «Оды» и интонационная основа для новых темообразований в других частях). Ярким эмоциональным комментарием выступает многооктавная импровизация электрогитары. Вслед за ней звучит 2-я часть «Добрый вестник» для вокалиста рок-группы с расширенной секцией электронных клавишных инструментов и фонограммы с конкретными шумами. В ней чувствуется более детальная проработка темы после обобщенного тезиса: более умеренный темп, развернутая композиция, в которой чередуются вокальные и инструментальные разделы. Медленная 3-я часть «Гармония мира» – лирическое отстранение, которое обогащает образно-смысловой ряд кантаты, включая в него обогащенную картину природы, решенную светлым и легким звучанием хора мальчиков (сопрано и альтов). Синтезатор Synthi-100 позволяет автору изыскать приемы электронно-сонорной живописи. «Вариация на один аккорд» – композиционный смысл «Гармонии мира»: показать природу в ее безмятежном покое и равновесии. 4-я часть – монументальное панно «Вечный прогресс» – динамичная кульминация кантаты. Акустическая мощь электроники, органа, ритм-секции и двойного хора на фоне стремительного вечного движения. Стилистически эта часть опирается на рок-эстетику, но вбирает в себя весьма ощутимые элементы музыки барокко. 5-я часть «Красота земли» – место возвышенного созерцания. Она развивает лирическую линию «Гармонии мира», где мир предстает в единстве и гармонии всего живого, как равновесие меняющегося и неизменного. На минималистичный пласт секвенсора наслаивается *andante espressivo ad libitum* электрогитары, за ней – «эхо синтезатора» и, наконец, голос тенора, олицетворяя собой движение, тогда как к надвременному пластику (это – вечное!) относится длящийся аккорд хора и струнной группы оркестра. Небольшая «Интерлюдия» – своеобразная реприза цикла. Она возвращает нас к кульминационной точке праздничного действия. Первоначальное ее название – «Подъем к олимпийской чаше». Музыка

этой части подчеркнута возвышенна: сдержанный тон, торжественная статика. Удачная композиционная находка – хоровая декламация на звончатом колокольном фоне. Финальная 7-я часть «Спорт, ты – мир» написана в традиционном жанре торжественных хоровых песнопений оды, которая интенсивно насыщается элементами рок-стиля. Сплав симфонического оркестра и рок-состава образует некий сверхинструмент широкого стиливого диапазона».

Понятно, что такое паблисити могло привлечь только ярых приверженцев прога, а массовый рынок – наоборот, отпугнуть.

Эффект «событийности» не был задействован, поскольку релиз состоялся гораздо позже Олимпиады-80. В результате оценка проекта по среднему арифметическому баллу дает не слишком высокий показатель:

$$Ba_1 = 6,5,$$

а по среднему геометрическому и того меньше:

$$Bg_1 = 4,74,$$

что более точно отражает ситуацию. Поэтому для общей оценки креативного проекта следует использовать именно средние геометрические показатели. Как видим, из-за все того же политического фактора даже эффект «событийности» сработал, но с существенным опозданием.

### ДИСКОНТ-ДОБРАЖЕЛОН – 86%!

Суммарный балл  $Bc_1$  при оценке креативных проектов по форме 12П тоже достаточно обманчив. Для сравнения с проектом № 1 возьмем проект № 2, который также был ориентирован на «событие» (Международный фестиваль молодежи и студентов) и набрал в сумме столько же баллов, но имел совершенно другую судьбу.

На волне входящего в моду в начале 1980-х прога многие группы СССР, в принципе, далекие от этого стиля, анонсировали выпуск работ в данном ключе. «Цветы» Стаса Намина считались яркими проповедниками лирического поп-рока, хотя первая сторона их дебютного лонгплея «Гимн солнцу» была выдержана в эдаком позитивном арт-роке. Этот диск, кстати, аналогично может служить примером ивент-маркетинга по-советски: он тоже был выпу-



Таблица 1  
Оценка по форме 12П проекта № 1

№ п/п	Направления маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Авторский альбом Эдуарда Артемьева и группы «Бумеранг» 1980 г.: «Ода доброму вестнику». Трек-лист: 1. Факел 2. Добрый вестник 3. Гармония мира 4. Вечный прогресс 5. Красота земли 6. Интерлюдия 7. Спорт, ты – мир	10
П2	Процесс	Стиль – прог-рок с симфоническим оркестром, группой духовых инструментов, академическими хорами и детским хором	10
П3	Персонал	Автор музыки: Э. Артемьев. Автор текстов: Пьер де Кубертен в пер. Н. Кончаловской. Музыканты: Э. Артемьев (синтезатор, ф-но), Г. Трофимов (вокал), Ю. Богданов (синтезатор, гитары, звукорежиссура), С. Богданов (ударные), А. Закиров (бас-гитара). Ансамбль «Мелодия» п/у Г. Гараняна. Оркестр Госкино СССР п/у О. Димитриади. Государственный академический русский хор СССР п/у И. Агафонникова. Государственный Московский хор п/у В. Соколова. Детский хор Московского хорового училища п/у В. Попова	10
П4	Пэкинг	Оформление конверта альбома было минималистично-пафосным: на лицевой стороне пять олимпийских колец, на оборотной – аннотация самого Э. Артемьева. Тем не менее полностью белый цвет обеих сторон создавал впечатление продуманности дизайна и вызывал некоторые аналогии с битловским «белым» альбомом, тем самым ломая официоз данного релиза	6
П5	Промоция	Композиции из альбома звучали на телевидении и радио, причем и как самостоятельные произведения, и как заставки для спортивных (и не только!) программ. Интересно, что и 30 лет спустя они используются для этих же целей	9
П6	Пиар/Паблсити	Слишком специфический характер паблсити – в виде статей, понятных только профессионалам и ярим приверженцам прог-рока	6
П7	Политика	Самое смешное (а быть может, печальное), что к Олимпиаде-80 альбом так и не выпустили. Он вышел только 4 (четыре!) года спустя, приуроченный к другому «ивенту» – Играм доброй воли, которые проводились как альтернатива Олимпиаде-84 в отместку капиталистическому миру за бойкот Олимпиады-80 по причине войны в Афганистане. Интерес со стороны поклонников рок-музыки был уже не тот	4
П8	Продажи	В связи с запоздалым (на годы!) выходом диска продажи оказались на порядок ниже, чем были бы в 1980 году, – не миллионные, а стотысячные тиражи	1
П9	Платеж	Цена лонгплея в жестком конверте – 2 руб. 50 коп., в жестком ламинированном конверте – 3 руб., что было вполне доступно для целевой аудитории	10
П10	Прогноз	Минимальный тираж в 1980 году мог составить 1 млн экз. Допечатки – от 100 тыс. до 2-3 млн экз. Однако в 1984 году до миллионной отметки дотянуться не удалось	1
П11	Прибыль	Материальные затраты по виниловому диску-гиганту и обложке – 30 коп. При минимальной цене 2 руб. 50 коп. добавленная стоимость на единицу продукции – 2 руб. 20 коп. Таким образом, прогноз ДС при стотысячном тираже – 220 000 руб. НДС тогда назывался налогом с оборота, который, кстати, по грампластинкам был одним из самых высоких. Но даже с его учетом, так же как и авторских отчислений, составлявших сущие копейки, прибыль имела бы стотысячный порядок	1
П12	Психология	Альбом представлял и представляет особый интерес для поклонников прог-рока как демонстрация его безграничных возможностей и открытости любым формам, жанрам и изобразительным средствам. При этом, скажем, в массовой газете «Чырвоная змена» он был признан альбомом 1984 года, а в 1985 году уступил только... следующему альбому Эдуарда Артемьева и группы «Бумеранг» под названием «Тепло земли» (тоже, кстати, в стилистике прога, но уже без экспериментов с оркестрами, медными группами и хорами)	10
Сумма баллов Бс1			78
Средний арифметический балл Ба1			6,5
Средний геометрический балл Бг1			4,74

щен к Олимпиаде-80 и даже содержал ее неофициальный гимн «Богатырская сила». Так что кого-то очень удивила, а кого-то просто порадовала новость 1982 года о записи «Группой Стаса Намина» двойного альбома «Венчальный час» на стихи известных советских поэтов. Назывались впечатляющие имена Вознесенского, Евтушенко, Рождественского, Тарковского... Поклонники прога замерли в томительном ожидании. Знали бы они, что ждать им придется почти 5 лет, а ожидание закончится довольно серьезным разочарованием...

В пред- и постолимпийскую оттепель ансамбль смог сняться в кинофильме-мюзикле «Фантазия на тему любви» и несколько раз появиться на советском телевидении. «Летний вечер», «Звездочка», «Честно говоря» были (и остаются!) непревзойденными хитами. В 1981 году, сразу после выступления «Цветов» на фестивале в Ереване, вышел миньон с новым боевиком – «Юрмала». Кроме того, пользуясь некоторым ослаблением цензуры, группа записала на фирме «Мелодия» два экспериментальных диска, по стилю совершенно не похожих на ранние «Цветы», но и к прогу не имеющих отношения: чисто танцевальную пластинку «Регги-Диско-Рок» при участии приглашенных вокалисток Т. Анциферовой и Л. Долиной (с мощным хитом «Я найду») и альбом на французском языке «Сюрприз для месье Лейграна», который критики отнесли к симфоджазу (хотя под этот ярлык подпадает только финальное «Лето 42-го», а все остальное – модная в то время «новая волна»).

После восторженной статьи в журнале Time они опять попали в опалу, став мишенью непосредственно КГБ. Все написанные Наминым новые песни на «стихи серьезных поэтов» запрещаются не только в СМИ и на «Мелодии», но и даже для исполнения в концертных программах. Запрет группы распространился даже на позитивный хит Намина «Мы желаем счастья вам», написанный в начале 1982 года и сумевший пробиться на телевидение только в 1985 году.

В 1983 году Намин поступает на Высшие сценарные режиссерские курсы и снимает группе видеоклип на песню «Старый Новый год» (стихи А. Вознесенского). Клип даже не дошел до худсовета и впервые попал в эфир только в 1986 году... в США на MTV. Хороший пиар главному хиту альбома – симфо-роковой композиции «Ностальгия

по-настоящему» сделал популярный музыкальный телефильм 1985 года «Витражных дел мастер», посвященный А. Вознесенскому, где этот номер оказался одним из самых впечатляющих.

Понятно, почему тяжелая судьба ожидала альбом «Венчальный час» до «перестройки». Но дальше тоже происходили странные вещи (см. П4 в табл. 2). В 1986 году благодаря веяниям нового времени, связанным с приходом к власти Михаила Горбачева, удалось осуществить совместный проект Стаса Намина и Дэвида Вулкомба (США) – мюзикл «Дитя Мира» с участием группы, и, после продолжительных баталий с Министерством культуры, «Группа Стаса Намина» смогла вырваться из-за «железного занавеса» и выехать в 45-дневный тур по США и Канаде.

Реклама «Группы Стаса Намина» в США была организована на общенациональном уровне в крупнейших СМИ, и скандал из-за отмены тура мог бы плохо отразиться на имидже начинающейся «перестройки». Так что теперь эффект «событийности» сыграл на пользу проекту. В сентябре 1986 года группа осуществила гастроли по 14 городам Соединенных Штатов и Канады. Концерты проходили в крупнейших залах страны исключительно для американской аудитории.

Сразу после этого в декабре 1986 г. по приглашению известного прог-рокера Питера Гэбриеля группа смогла вылететь в Японию на рок-фестиваль «Japan Aid 1st». Затем в течение нескольких лет группа свободно гастролитировала по Европе, Африке, Австралии, Южной и Северной Америке, Японии и многим другим странам, за четыре года совершив мировое турне.

Несмотря на то что суммарные баллы по проектам № 1 и № 2 совпадают:

$$B_{c1} = B_{c2} = 78$$

и среднеарифметические баллы равны:

$$B_{a1} = B_{a2} = 6,5,$$

среднегеометрические существенно отличаются:

$$B_{г1} = 4,74 \text{ и } B_{г2} = 6,21.$$

Это как раз достаточно точно демонстрирует и известность, и коммерческую успешность проектов, и игру на эффекте «событийности».



Таблица 2  
Оценка по форме 12П проекта № 2

№ п/п	Направления маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Двойной альбом «Группы Стаса Намина» 1983-85 гг.: «Венчальный час» Трек-лист диска № 1: 1. Ностальгия по настоящему. 2. Пустой орех. 3. Дразнилка. 4. Зуммер. 5. Держись. 6. Древний сон. 7. Когда я не плачу... 8. Ноябрьский снег. 9. Однажды ночью. 10. Еще не все. Трек-лист диска №2 так и остался неизвестным в связи с запрещением работы	5
П2	Процесс	Стиль – арт-рок, симфо-рок, лайт-прог	8
П3	Персонал	Автор музыки: С. Намин. Авторы стихов: А. Битов, А. Вознесенский, Е. Евтушенко, Р. Рождественский, А. Тарковский, Д. Самойлов и др. Музыканты: С. Намин (электргитара), А. Лосев (вокал), А. Малинин (вокал, акустическая гитара), А. Солич (вокал, бас-гитара, клавишные), Я. Яненков (соло-гитара), Ю. Горьков (бас-гитара), В. Белоусов (клавишные), А. Крюков (ударные). Как видно, среди музыкантов – будущие звезды российского рока, которые обеспечат успех группам «Парк Горького» и «Моральный кодекс»	9
П4	Политика	В 1985 году группа выступила на прошедшем в Москве Молодежном фестивале молодежи и студентов. В дни фестиваля «Группе Стаса Намина» удалось также записать и свой новый двойной альбом с участием их друзей по фестивалю – зарубежных музыкантов. В него вошли 10 композиций из «Венчального часа». Но даже новое название альбома «Мы желаем счастья вам!» не смогло тогда преодолеть цензуру. Реакцией на успех группы на фестивале стало постановление коллегии Министерства культуры СССР, в котором «Цветы» были обвинены в «несанкционированных контактах с иностранцами» и... «пропаганде Пентагона» (!?)	5
П5	Продажи	Несмотря на то что даже в «причесанном» виде альбом был запрещен в СССР и только в 1986 году был эксклюзивно по заказу ООН издан ограниченным тиражом на экспорт, где-то с 1988 года его можно было свободно купить в магазинах «Мелодии»	6
П6	Психология	Альбом «Мы желаем счастья вам!» разочаровал и приверженцев прога, и поклонников более простой музыки. Как ни странно, самыми слабыми были номера с участием западных музыкантов, который придавали проекту слишком пафосный характер и «размывали» обций эффект	4
П7	Пэкинг	«Размытым» оказалось и оформление альбома в виде банальных коллажей из фотографий исполнителей. А ведь это двойник, формат которого всегда предоставлял художникам-дизайнерам существенно расширенное пространство для креатива!	4
П8	Промоция	Ни «Венчальный час», ни «Мы желаем счастья вам!» как альбомы не рекламировались, промильоны ни на одну песню не выпускались, если не считать гибкой пластинки-приложения к журналу «Кругозор», где вышли «Ностальгия по настоящему», «Ноябрьский снег» и «Еще не все». По телевидению упоминалось, что номер «Дразнилка» пробился в... голландский хит-парад	6
П9	Пиар/Паблицити	Двойной альбом «Венчальный час» активно анонсировался в прессе как серьезная работа, важная для «воспитания молодежи». Проводились аналогии с работой Д. Тухманова 10-летней давности «По волне моей памяти», выполненной в том же ключе, вспоминались имена поэтов-«шестидесятников». После запрещения песен проект даже не упоминался. Паблицити у его неудачного варианта – двойного альбома «Мы желаем счастья вам!» практически не было	5

П10	Платеж	Двойной альбом изначально стоил 5 руб. К 1989 году его уценили до 2 руб., а к 1990 году, поскольку особого спроса не было, – до 70 коп. Таким образом, дисконт составлял 4 руб. 30 коп., или 86% (!)	8
П11	Прогноз	Начальный тираж в 1983-85 гг. мог составить 1 млн экз. Допечатки на разных заводах фирмы – от 300 тыс. до 500 тыс. экз.	10
П12	Прибыль	Матзатраты по единице продукции – 60 коп. При цене 5 руб. за альбом в картонном конверте добавленная стоимость на единицу продукции – 4 руб. 40 коп., и, таким образом, прогноз минимальной прибыли с учетом налога с оборота и авторских отчислений при миллионном тираже – более 1 000 000 руб.	8
Сумма баллов Бс2			78
Средний арифметический балл Ба2			6,5
Средний геометрический балл Бг2			6,21

**«НЕВЫПУСКНЫЕ» ПРОЕКТЫ**

Для сравнения возьмем тоже не осуществленный по-настоящему проект двойного альбома, с близким суммарным баллом и, соответственно, почти равной среднеарифметической оценкой. Привязка к «событию» – того же времени, но не столь конкретное, как фестиваль. Начавшаяся в 1985 году «перестройка» и один из ее основных лозунгов – «Гласность!» – позволяли рок-музыкантам перейти от «эзопова языка», на котором приходилось общаться со слушателями в период застоя, к прямым заявлениям «во весь голос». Новая программа ансамбля «Песняры», представленная в таблице 3, именно так и называлась. Обращение к поэзии В. Маяковского в начале 1980-х казалось странным, и соответствующие проекты Давида Тухманова с группой «Москва» (композиция «Ночь») и Александра Градского (первая сторона лонгплея «Флейта и рояль») трудно назвать коммерчески успешными. (Шедеврами их признали только 25-30 лет спустя!) Однако во второй половине десятилетия обнаружилось, что стихи Маяковского необыкновенно актуальны для «перестроечного» периода.

Что касается музыки, то руководитель «Песняров» В. Мулявин всегда тяготел к арт-року, но в 1970-е умело скрывал это за экспериментами с белорусским фольклором. Если в альбоме «Гусляр» по Янке Купале на стыке десятилетий эта «маскировка» еще присутствовала, то уже в программе 1983 года «Веселые нищие» по Роберту Бернсу можно было слышать чистый британско-ирландский (для избранной темы это было вполне органично) арт-рок с вылазками в набирающий силу «прогрессив». Работа со стихами Маяковского шла где-то с года 1981-го, так что к середине десятилетия накопился материал, достаточный даже для двойного

альбома в лучших традициях основоположников серьезного рока.

Однако поклонники не дождались выхода на фирме «Мелодия» ни «Нищих», ни «Голоса». Ее менеджеры прикрывались отговорками о падении популярности группы и чрезмерным усложнением ее музыки. Конечно, более 10 лет «Песняры» были № 1 во всех парадах ансамблей Советского Союза, а теперь уступали первые места «Машине времени», «Автографу», «Араксу» и «Группе Стаса Намина». Но в 1985 году к 40-летию Победы той же «Мелодией» был выпущен и распродан миллионными тиражами двойной альбом «Песняров» с широким использованием прог-рока «Через всю войну». Так что причина опять же – в цензуре, которая провела параллели «Беларусь – Ирландия» (применительно к Бернсу) и «н.э.п. – перестройка» (применительно к Маяковскому), после чего оба проекта оказались «невыпускными».

Поэтому при практическом равенстве средних арифметических показателей по рассмотренным проектам № 1-3 среднегеометрические баллы отличаются:

$$Бг_1 = 4,74, Бг_2 = 6,21 \text{ и } Бг_3 = 0.$$

Вопрос о духовной ценности и креативности работ здесь не обсуждается. (Можно отметить только, что по соответствующим позициям в наших формах (Продукт, Процесс, Персонал) – самые высокие оценки.) Однако при самом высоком качестве продукта другие факторы могут свести на нет все усилия по проекту. Впрочем, этого можно избежать, если контролировать планирование и реализацию проекта по предложенным формам 12П, проводя его оценку именно по среднегеометрическим (а не суммарным и не среднеарифметическим!) баллам.



Таблица 3  
Оценка по форме 12П проекта № 3

№ п/п	Направления маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Альбом ансамбля «Песняры» 1987 г.: «Во весь голос». Трек-лист: 1. Увертюра / А вы могли бы? 2. Появились (Ничего не понимают). 3. Разве это молодость? 4. Облако в штанах. 5. Я счастлив (Бросил курить). 6. Что такое хорошо. 7. Несколько слов о моей маме. 8. Лиличка! (Вместо письма). 9. Послушайте! 10. Во весь голос. 11. Ноктюрн (инструментал). 11. Подлиза. 12. Пример, не достойный подражания. 13. Служака. 14. Маруся отравилась. 15. Последний крик. 16. Прозаседавшиеся (акапелла). 17. Разговор с товарищем Лениным. 18. Финал	10
П2	Процесс	Стиль – арт-рок, лайт-прог. Массовый слушатель был удивлен и даже раздражен, особенно такой вещью как «Разговор с товарищем Лениным». Как это можно петь? Но в том-то и дело, что для прог-рока нет ничего невозможного!	10
П3	Персонал	Автор музыки: В. Мулявин. Автор стихов: В. Маяковский. Музыканты: В. Мулявин (вокал, гитары), В. Мисевич (саксофон, флейта, вокал), А. Демешко (ударные, вокал), А. Кашепаров (вокал), В. Дайнеко (вокал, скрипка), И. Пеня (вокал, синтезатор, аккордеон), В. Беляев (барабаны), А. Растопчин (гитары), Э. Тышко (бас-гитара, вокал), Д. Явтухович, А. Виславский (клавишные, вокал)	10
П4	Политика	На волне «перестройки» и гласности острые тексты В. Маяковского оказались... еще острее и вызвали негодование партийных органов, запретивших издание двойного альбома на фирме «Мелодия». Но даже и сокращенный вариант в виде одного лонгплея не был выпущен	0
П5	Пэкинг	В связи с отсутствием релиза пэкинг как таковой отсутствовал, если не считать самиздатских вкладышей для кассет	1
П6	Промоция	По центральному телевидению показали часовой музыкальный фильм, включавший 12 номеров-видеоклипов из 18. Рекламы самого альбома не было. Ни синглы, ни миньоны не выпускались	3
П7	Пиар/Паблिसити	В молодежном журнале «Смена» еще в 1981 году сообщалось о планах работы В. Мулявина со стихами В. Маяковского. Рецензии на видеофильм были разные – от восторженных до уничижительных. Часто высказывалось сожаление об утрате «Песнярами» связей с истоками своего творчества, хотя креативность подходов никто не оспаривал. Такое паблисити только подогревало интерес к работе со стороны приверженцев прог-рока	10
П8	Продажи	Альбом распространялся в виде магнитоальбома через «кооперативные» киоски звукозаписи, но особой популярностью не пользовался даже у поклонников ансамбля	3
П9	Платеж	Запись альбома на две стороны кассеты составляла 6 руб.	9
П10	Прогноз	Начальный тираж на волне хоть и ослабевающего, но существующего интереса к «Песнярам» мог составлять более 1 млн экз.	10
П11	Прибыль	Матзатраты по единице продукции у «пиратов-кооператоров» практически отсутствовали, поскольку запись велась на кассету клиента. При цене 6 руб. за магнитоальбом прогноз минимальной прибыли с учетом НДС и отсутствия авторских отчислений при сотысячном тираже – около 400 000 руб.	10
П12	Психология	Слушатели с трудом воспринимали нетривиальную музыку и авангардную поэзию, хотя В. Мулявин доказал, что стихи В. Маяковского органично сочетаются именно с прог-роком	3
Сумма баллов БсЗ			79
Средний арифметический балл БаЗ			6,58
Средний геометрический балл БгЗ			0



### МЕНЬШЕ ДЕНЕГ – БОЛЬШЕ КРЕАТИВА!

Итак, мы рассмотрели «ивенты» 30-летней давности разной степени глобальности. Как видно, формы 12П достаточно просты для оценки маркетинговых эффектов, в т.ч. и эффекта «событийности». Попробуйте применить их для своих креативных проектов с привязкой к тому или иному событию. Поводы для ивент-маркетинга могут быть самыми разнообразными.

Интересно, что об этих инструментах маркетинга в Беларуси узнали даже раньше, чем у нас начали переводить и массово издавать Котлера. Речь идет о популярном романе Олдингтона Ричарда «Все люди – враги», где многие приемы бизнеса почти столетней давности уже подвергались критике за излишнюю пафосность и дороговизну. Помните? «После обеда Тони вышел в общую комнату и сел перелистывать журналы, лежавшие на большом пыльном столе. Ему попался рекламный журнал с Ривьеры – один из тех подлинно дяляческих листков, поддерживаемых содержателями отелей, которые раздувают ложную романтику туризма, чтобы сбывать скромное число скверных удобств за колоссальное количество денег. Его внимание

привлек столбец на английском языке под заголовком «Торжественный обед в годовщину перемирия». Он быстро пробежал его: «...и я возьму на себя смелость сказать – чертовски хорошо организован... Веселая компания, действительно прекрасный обед, шикарный оркестр... Это был, как я уже сказал, действительно веселый вечер». И затем: «Атмосфера, казалось, была пронизана духом товарищества, а несколько прочувствованных слов, произнесенных как нельзя более кстати генералом сэром Вуффли Уимом, взявшим себе в начальники штаба полковника Уиффля, попали в самую точку и оказали на нас то же действие, как знаменитые слова, ставшие лозунгом империи, – «Держитесь!» Мы и держались и должны сказать, что делали это с превеликим удовольствием, а посему перечислим...»

Не стоит уподобляться помпезным «ивентам» западных акул шоу-бизнеса. (В кризисной ситуации на это и денег не хватит!) Креативный подход и энтузиазм персонала позволят успешно сыграть даже на малозначительном событии с минимальным бюджетом расходов на рекламу и маркетинг.

*Продолжение следует*

