

# 12 ФАКТОРОВ УСПЕХА

## (Бенчмаркинг 30 лет спустя)

Сергей ГЛУБОКИЙ

### ТРЕНИНГ 3. БЕНЧМАРКИНГ ФАКТОРА ПИАРА ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ НЕФОРМАТНЫХ ПРОЕКТОВ

*Сколько нас таких, как я, не нашедших своей тропы!  
Сколько нас таких, как я, одиноких среди толпы!  
Наум Олев. «Век № 20»*

**Т**яжелым 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 лонгплеи и даже... компакт-кассеты. Ну как тут не нахлынуть воспоминаниям тридцатилетней давности, посвященным продвижению на рынок «неформатных» прогрессивных продуктов, которые опережали свое время?

#### НЕУДАЧНЫЙ ПИАР

Начало и середина 80-х годов прошлого века оказались оригинальным периодом в истории отечественной (тогда еще советской) рок-музыки. В моде неожиданно оказался прогрессивный рок, интеллектуальный, 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», «Лунный Пьеро», «Москва», «Наутилус», «Нюанс», «Пикник». Даже созданные ра-

нее хард-роковые «Аракс» и «Земляне» начали записывать более замысловатые композиции.

В первой половине 1986 года фирмой «Мелодия» был выпущен очень странный диск группы «Автограф», который не имел названия и, вероятно, планировался как макси-сингл на 48 об/мин, но все-таки вышел на 33 об/мин с сохранением плановой и смешной для прог-рока продолжительности – менее 28 мин. Помимо отдельных вещей из двух предыдущих альбомов, которые вызвали у поклонников группы подозрение, что это – «сборник хитов», на диске присутствовала композиция «Нам нужен мир» из новой программы «Век № 20», что, скорее всего, все-таки следует рассматривать как инструмент ее рекламы и пиара. Однако указанная композиция проигрывала даже на фоне не самых сильных пьес «S.O.S.» и «Истина», не говоря уже о таких шедеврах, как «Реквием» («Посвящение Джону Леннону») и «Монолог». Так что данный инструмент промоции сработал если и не в «минус», то, по крайней мере, очень слабо.

Участие в благотворительной акции – телемарафоне «Счет № 904», посвященном ликвидации последствий аварии на Чернобыльской АЭС, с небольшим фрагментом программы, как инструмент

пиара сработало ненамного лучше. Фрагмент этот был чисто инструментальным и, хотя содержал гитарные соло Александра Ситковецкого, не таким ярким, как тоже чисто инструментальное выступление на том же концерте другого супергитариста «союзного масштаба» Валерия Гаины со своим «Крузом». Так что даже поклонники прог-рока были разочарованы, а про массового слушателя и говорить нечего – посвященная Высоцкому бардовская «Песня о друге» Александра Градского и мелодичная «Верю я» группы «Браво» с восходящей звездой Жанной Агузаровой были встречены с гораздо большим воодушевлением.

Диск «Век № 20» так и не был выпущен. Только спустя десятилетия приверженцы «Автографа» поняли, что потеряли. Судя по размещенным в интернете разрозненным частям программы, этот альбом мог стать одним из лучших не только в дискографии ансамбля, но и в истории отечественного прог-рока. Интересная концепция и проникновенные тексты от Наума Олева, серьезная и разноплановая музыка (чего стоят вступление

и финал, исполненные бас-гитаристом Леонидом Гуткиным на фаготе, саксофонные импровизации вокалиста Артура Беркута и фортепьянные соло Леонида Макаревича!) – все это впечатляет даже 30 лет спустя.

Но не сбылось... И если анализировать этот проект по форме 12П с расстановкой баллов и последующим усреднением их по формулам средней геометрической как корнем 12-й степени из произведения всех 12 оценок, то видно, что сумма баллов или их средняя арифметическая величина не могут быть использованы в бенчмаркинге, поскольку искажают оценку:

$$Ba_1 = 4,91;$$

$$Bg_1 = 0.$$

С другой стороны, если бы проект все-таки осуществился, 4,91 балла достаточно полно отражали бы его маркетинговую (не художественную!) силу. Но это – потенциал, который так и не был реализован, поэтому нулевая оценка более объективна.

Таблица 1

**Бенчмаркинг проекта № 1 по форме 12 П**

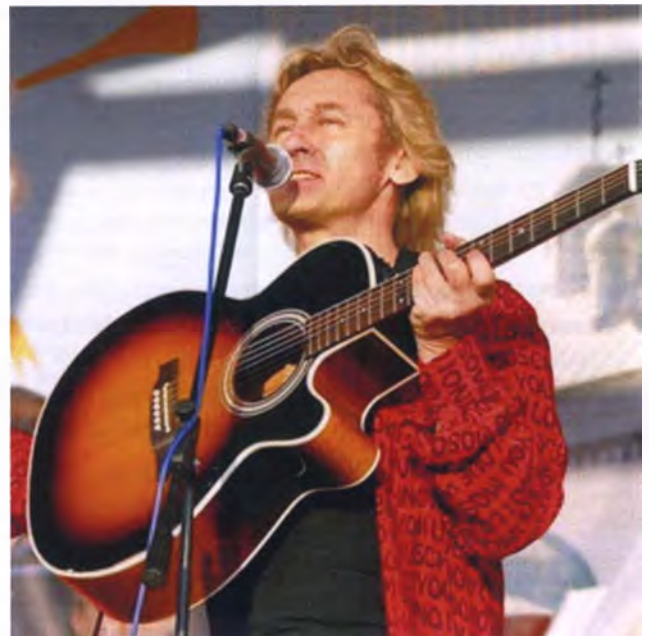
№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Альбом группы «Автограф» 1986 год: «Век № 20». Трек-лист: 1. Вступление. 2. Часть 1. Дитя. 3. Часть 2. Парус детства. 4. Часть 3. Акселерат. 5. Часть 4. Сон. 6. Речитатив. 7. Часть 5. Век № 20. 8. Финал	10
П2	Процесс	Стиль – прог-рок	10
П3	Персонал	Авторы музыки: А. Ситковецкий, Л. Гуткин, А. Михеев. Автор стихов: Н. Олев. Исполнители: А. Ситковецкий (гитары), А. Беркут (вокал, тенор-саксофон), Л. Гуткин (бас-гитара, фагот), Л. Макаревич (синтезаторы, рояль), В. Михалин (ударные)	10
П4	Промоция	Композиция «Нам нужен мир» из программы «Век № 20» была включена менеджерами фирмы «Мелодия» в пластинку группы «Автограф», которая не имела названия и, вероятно, планировалась как рекламный макси-сингл. Однако эта композиция была самой слабой из 5 представленных на диске вещей, что не способствовало раскрутке программы	2
П5	Пиар/Публисити	Участие (вместе с А. Градским, группами «Крузи» и «Браво») в благотворительной акции – телемарафоне «Счет № 904», посвященном ликвидации последствий аварии на Чернобыльской АЭС, с небольшим фрагментом программы (к разочарованию слушателей – чисто инструментальным)	5
П6	Пэкинг	Несмотря на то что альбом так и не был выпущен, на YouTube можно увидеть проект его ярко-красной упаковки, напоминающей обложки пластинок с выступлениями лидеров КПСС. Даже на дизайн «перестроечных» проектов середины 1980-х, к которому был кратковременный интерес на Западе, это не тянет	2
П7	Прогноз	Учитывая стабильный интерес к творчеству «Автографа», слабо удовлетворяемый фирмой «Мелодия», можно было ожидать продаж на уровне миллиона экземпляров	10
П8	Продажи	Выпуск альбома так и не состоялся. Продажи упоминавшегося в п. 4 диска составляли миллионы экземпляров, что подтверждает прогноз, сделанный в п. 7	0
П9	Платеж		0

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П10	Прибыль	Себестоимость единицы продукции с учетом расходов на штамповку винилового диска-гиганта, на конверт и авторских отчислений – 30 коп. При минимальной цене альбома с неламинированной обложкой в 2 руб. 50 коп. прибыль на единицу продукции составила бы 2 руб. 20 коп. Таким образом, прогноз прибыли даже при миллионном тираже – 2 200 000 руб.	0
П11	Психология	30 лет спустя альбом «Век № 20» воспринимается как безусловный шедевр, однако даже в интернете невозможно собрать его полную и качественную версию	10
П12	Политика	В 1986 году политический фактор вряд ли играл столь же существенную роль, как в 1-й половине 1980-х, но цензуру по-прежнему смущали и сложность музыки, и двусмысленность текстов	0
Сумма баллов Бс			59
Средний арифметический балл Ба			4,91
Средний геометрический балл Бг			0

## ПИАР ПОЛУЧШЕ

Яркий пример еще одного так и несостоявшегося неформатного проекта – первый соло-альбом известного вокалиста и мультиинструменталиста Сергея Беликова. Хотя считать его совершенно несостоявшимся нельзя. Композиции из альбома выходили на разных пластинках и носителях, был выпущен успешный промоминьон в поддержку диска-гиганта.

Сергей Беликов стал одной из первых советских рок-звезд конца 70-х – начала 80-х годов прошлого века благодаря серьезным работам в составе легендарной группы «Аракс», а также участием в записи исторического прогового альбома Давида Тухманова «По волне моей памяти» и первой отечественной рок-оперы «Звезда и смерть Хоакина Мурьеты» Алексея Рыбникова. В кругу поклонников арт-рока его называли «нашим» Джоном Уэттоном, известным британским мультиинструменталистом и вокалистом, участником таких проговых коллективов, как King Crimson, Roxу Music, Uriah Heep, и Asia. (Светлая ему память – ушел из жизни в январе 2017 г.) Такой же натуральный блондин, схожая манера пения, тот же основной инструмент – бас-гитара. В «Араксе» Беликов считался вторым вокалистом после Анатолия Алешина, так что напрашивались аналогии и с 3-м составом Deep Purple, включавшим вокалиста Дэвида Ковердейла и вокалиста-басиста Глена Хьюза. Аналогия эта полна еще и тем, что все закончилось схожим конфликтом. Беликов покинул «Аракс» незадолго до его запрещения и превратился к середине 1980-х годов из звезды прог-рока в... поп-звезду, а в 1990-е – даже



в звезду шансона. (Впрочем, такая же «участь» постигла и Анатолия Алешина.) Поэтому частично состоявшийся альбом начала 1980-х можно считать памятником тем прекрасным временам, когда рок-музыканты занимались в первую очередь высоким искусством, а шоу-бизнес считали делом десятым.

Понятно, что высокое искусство смущало цензуру. Это явилось основной причиной невыхода альбома в полноценном виде, хотя пиарился он очень даже неплохо, как видно из таблицы 2.

Интересно, что та же цензура в то же примерно время не пропустила альбом «Аракса» «Колокол

тревоги», где Беликов исполнял несколько вокальных и бэк-вокальных партий, а следующую работу в стиле прог-рок ансамблю пришлось выпускать под вывеской «литературно-музыкальной композиции на стихи Евгения Евтушенко». Кстати, диск «Исповедь», где Беликов еще успел сделать исключительно бэк-вокалы, попал под маркетинговый эксперимент фирмы «Мелодия» по существенному завышению цены пластинок-гигантов, продлившийся не больше года. Под него мог попасть и альбом Беликова, выйди он в 1983 году, что стало бы еще одним фактором рыночной неудачи.

Представленная в таблице 2 среднеарифметическая оценка этого проекта в рамках бенчмаркинга показывает невысокий маркетинговый потенциал проекта даже с учетом фактора пиара:

$$Ba_2 = 5,83.$$

Окончательная результативность по среднегеометрической оценке, учитывающей лишь частичную реализацию проекта, гораздо ниже:

$$Bg_2 = 4,74.$$

Это подтверждает, что средние геометрические показатели в бенчмаркинговом анализе предпочтительнее средних арифметических, к которым уже привыкли маркетологи. Следующий пример покажет нам еще один парадокс, связанный с использованием указанных средних величин.

### ПИАР ПО МИНИМУМУ

Прибалтийские республики в СССР всегда поставляли качественную рок-музыку. Особенно в этом преуспевали эстонцы. Гуннар Грапс и его «Магнетик-бенд» разделил первое место с «Машиной времени» на историческом фестивале «Весенние ритмы. Тбилиси-80». Дебютный диск-гигант ансамбля «Апельсин» можно считать одним из первых чистых рок-альбомов, выпущенных в Советском Союзе, а группы «Рок-отель» – первым лонгплеем, выдержанным целиком в стиле рок-н-ролл. Прог-рок тоже был представлен: группы «Руя», «Касеке», «Ин Спэ» – для небольшой республики сразу три известных коллектива, работающих в этом ключе. А сколько было еще малоизвестных!

Латвия старалась не отставать, но рок-музыканты из Риги редко получали всесоюзную известность. Одним из таких стал Родриго Фоминс (сценический псевдоним – Иго), получивший Гран-при первого конкурса «Новая волна» в 1986 году. Альбом, записанный им с группой «Ремикс» на фирме «Мелодия», демонстрировал не только широкие возможности вокалиста, но и композиторский талант участников ансамбля. Помимо того что на пластинке были представлены по одной песне «классиков жанра» Р. Паулса и Д. Тухманова, музыку к остальным писали и сам Иго, и клавишник, и оба гитариста, и даже барабанщик. При этом альбом можно считать энциклопедией направлений прог-рока – от самых легких и мелодичных до самых атональных и трудных для восприятия.

Таблица 2

Бенчмаркинг проекта № 2 по форме 12 П

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Первый сольный альбом Сергея Беликова 1980-1983 годы: б/н. Трек-лист: 1. Сентиментальная прогулка. 2. Берегите поле. 3. Мне с детства снилась высота. 4. Молодость. 5. Здравствуй, день! 6. Зеркало и шут. 7. Цветы на асфальте. 8. Семь ступеней. 9. Лестница. 10. Ноктюрн	10
П2	Процесс	Стиль – арт-рок, лайт-прог, софт-рок	10
П3	Персонал	Музыка: С. Беликов, А. Зацепин, Ю. Маликов, А. Лерман, А. Пахмутова, В. Пресняков-старший, А. Рыбников, Д. Тухманов. Стихи: Б. Баркас, П. Верлен, П. Грушко, Н. Добронравов, В. Дюнин, В. Сауткин, Л. Фадеев, В. Фирсов. Музыканты: С. Беликов (вокал, бэк-вокал, гитара, бас, клавиесин, флейта), С. Рудницкий, Д. Тухманов (клавишные), Ю. Маликов (бас), А. Абрамов, В. Плоткин (ударные), В. Галутвин (акустические гитары), Т. Мардалейшвили, Б. Пивоваров (электргитары), В. Пресняков-старший (саксофоны), Е. Преснякова (бэк-вокал) и др.	10

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П4	Промоция	Несмотря на мощную промоцию в виде выпуска миньона и большие ожидания поклонников, сольный альбом Беликова вышел только в 1989 году под названием «Утренний свет», где в стиле прог-рока была представлена только одна (одноименная) композиция. Возможно, маркетологи фирмы «Мелодия» сообразили, что целый альбом в таком ключе не будет востребован основной целевой аудиторией – поклонницами белокурого певца. Не случайно на промоминьоне только вторая сторона была отведена под проговую композицию «Берегите поле», а первая включала такие, несомненно, форматные хиты, как «Сон-трава» и «Радуга», что (по выходу лонгплея) в наше время контрольные органы расценили бы как недостоверную рекламу	4
П5	Пиар/ Паблицити	Выход альбома анонсировали не только специализированные, но и массовые издания. Также была сделана ставка на местные телестанции. Например, на «Белорусском телевидении» пластинка пиарилась в популярной передаче «Теледискотека». А композиция «Берегите поле» даже попала на конкурс «Песня года» центрального телевидения (правда, без упоминания об альбоме). Это лишний раз доказывает: Сергей Беликов выходил на уровень рок- или поп-звезды «союзного значения». И объясняет, почему релиз не состоялся: выпуск альбома в чисто проговом стиле ему не простили бы ни многочисленные поклонницы, ни жесткая советская цензура	3
П6	Пэкинг	Поскольку на конвертах сольных работ фирмы «Мелодия» практиковались портреты исполнителей, ждать исключения даже для рок-музыканта не приходилось. Однако если исходить из решения по промоминьону, это могли быть не фотопортрет, а минималистичная графика в исполнении художника О. Кривцова. Правда, в журнале «Клуб и художественная самодеятельность» был размещен еще более интересный вариант пэкинга «белым по черному»	9
П7	Продажи	Миньон продавался миллионными тиражами, но подавляющее большинство покупало его ради поп-роковой, а не прог-роковой стороны. Учитывая неподготовленность основной массы слушательниц к восприятию столь сложной музыки, коммерческий успех лонгплея был бы на порядок меньше. Все-таки в этой целевой аудитории эффект «сарафанного радио» во все времена очень много значил	8
П8	Платеж	Цена миньона составляла 1 руб. 20 коп, что было довольно дорого, если учесть, что лонгплей с длительностью звучания в 5 раз больше стоил бы 2 руб 50 коп. (Правда, как раз в 1983 г. фирма «Мелодия» в порядке маркетингового эксперимента подняла цену нелегальных пластинок-гигантов до 3 руб 50 коп., а в ламинированной обложке – даже до 4 руб. Но все равно выбор в пользу «большого диска» – однозначный!)	3
П9	Психология	Если вспомнить большой массовый успех авторского альбома Давида Тухманова «По волне моей памяти» в аналогичных стилях арт-рок и лайт-прог (на котором, кстати, впервые прозвучала титульная вещь с предполагаемого солиста Беликова – «Сентиментальная прогулка»), то все-таки можно предположить даже миллионные цифры тиража. Ведь история шоу-бизнеса часто опровергала психологические прогнозы маркетологов. Взять, например, всемирный успех экспериментальных работ таких прог-рокеров, как Pink Floyd и Radiohead	5
П10	Прогноз		5
П11	Прибыль	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 в 1983 году 3 руб. 50 коп. прибыль на единицу продукции составила бы 3 руб. 20 коп. Таким образом, прогноз прибыли при миллионном тираже – 3 200 000 руб.	2
П12	Политика	Политический фактор также сыграл свою негативную роль. 1983 год – время андроповского «закручивания гаек» в отношении рок-музыки. Поэтому неудивительно, что к вопросу выпуска солиста Беликова менеджеры «Мелодии» смогли вернуться только в период горбачевской «перестройки» – полдесятилетия спустя	1
Сумма баллов $B_{\Sigma 2}$			70
Средний арифметический балл $B_{\text{ар}}$			5,83
Средний геометрический балл $B_{\text{г}}$			4,74

Интересно также, что почти все тексты песен (русскоязычные!) написал сам латыш Иго. Вот какая подготовка была в прибалтийских школах 30-40 лет назад!

Представленные в таблице 3 оценки показывают еще больший разрыв между маркетинговым потенциалом этого неформатного проекта и его реальной результативностью:

$$\begin{aligned} \text{Ба}_3 &= 6,25; \\ \text{Бг}_3 &= 4,42. \end{aligned}$$

И здесь мы сталкиваемся с парадоксом известного в маркетинговой статистике правила мажорантности средних величин:

$$\text{Бгарм} < \text{Бг} < \text{Ба} < \text{Бкв} < \text{Бкуб} < \text{Ббикв},$$

где Бгарм – среднее гармоническое;

Бг – среднее геометрическое;

Ба – среднее арифметическое;

Бкв – среднее квадратическое;

Бкуб – среднее кубическое;

Ббикв – среднее биквадратическое.

Как видим, в соответствии с правилом мажорантности все основные средние показатели

выстраиваются в ряд постепенного возрастания, что используется маркетологами для тех или иных целей. Скажем, в предыдущих примерах мы видели, как можно оценивать маркетинговый потенциал и результативность неформатного проекта с помощью Бг и Ба. Однако если сравнить 2 самые нижние строки в таблицах 2 и 3, то мы наблюдаем интересный парадокс. У проекта № 2 средний арифметический балл ниже, чем у проекта №3, а со средним геометрическим баллом все обстоит с точностью «до наоборот»:

$$\begin{aligned} \text{Ба}_2 &< \text{Ба}_3; \\ \text{Бг}_2 &> \text{Бг}_3. \end{aligned}$$

Если учесть, что по факторам «Промоция» и «Пиар/Паблицити» проект № 2 опережает проект № 3, можно сделать вывод, что и в данном случае использование средних геометрических величин оказывается предпочтительным.

И еще один важный вывод: парадоксом правила мажорантности средних величин не следует пренебрегать при бенчмаркинговом анализе причин успехов и неудач на рынке!

Таблица 3

Бенчмаркинг проекта № 3 по форме 12 П

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П1	Продукт	Альбом Иго и группы «Ремикс» 1986-1987 годы: «Письма ветра». Трек-лист: 1. Крылья. 2. Грибной дождь. 3. Intermezzo. 4. Странный век, странный дом. 5. Письма ветра. 6. Мгновения. 7. Вместе с грустью приходишь ты. 8. Пенится кровь	10
П2	Процесс	Стиль – прог-рок, фанк-рок, лайт-прог, джаз-рок, софт-рок	10
П3	Персонал	Музыка: Р. Паулс, Д. Тухманов, Р. Фоминс, группа «Ремикс». Стихи: Э. Варламова, С. Кирсанов, Р. Фоминс. Музыканты: Иго – Р. Фоминс (вокал), А. Херманис (гитары), У. Мархилнвич (клавишные, бэк-вокал), Е. Щапов (бас), В. Криевиньш (ударные)	10
П4	Пэкинг	Дизайн конверта трудно назвать выдающимся, хотя для фирмы «Мелодия» это было довольно неплохо: фото музыкантов не только на лицевой стороне, но и на обороте (причем фотографии – с концертов!)	10
П5	Промоция	Рекламно-информационная поддержка диска строилась исключительно на предыдущих достижениях Иго – особенно Гран-при «Юрмалы-86». В новогоднем «Голубом огоньке» 1988 года на центральном телевидении состоялось выступление группы с довольно сложной композицией «Письма ветра». Однако альбом вышел в том же 1988 году не под этим броским названием, а под заголовком в духе корявого нейминга пластинок советских времен: «Группа «Ремикс». Поет Иго (Родриго Фоминс)»	2

№ п/п	Направление маркетинга (12П)	Реализация направления маркетинга	Балл реализации
П6	Пиар/ Паблсити	Эффект «сарафанного радио» был задействован только для узкой целевой аудитории – поклонников прог-рока, которые передавали «из уст в уста» информацию о том, что на пластинке записана новая версия одной из лучших проговых композиций «всех времен и народов» – тухмановского «Грибного дождя» на гениальные кирсановские стихи. (Непревзойденному альбому «Н. Л. О.» группы «Москва» на тот момент исполнялось 5 лет – и это было очень элегантно посвящение.)	2
П7	Психология	Альбом оценили не только поклонники арт- и прог-рока, но и женская часть целевой аудитории – поклонницы Родриго Фоминса. Несмотря на сложность стиля, музыка была очень мелодичной, а 2 следующие друг за другом в единой «сцепке» медленные композиции на 2-й стороне пластинки считаются шедеврами софт-рока. Короче, умные девушки дарили этот альбом своим интеллектуальным бой-френдам на протяжении 1988-1990 годов по различным поводам, но с целью вместе прослушать эту лирическую «сцепку»	10
П8	Прогноз	Маркетологи фирмы «Мелодия» рассчитывали на интерес к диску со стороны самых разных аудиторий, но ошиблись почти на порядок	2
П9	Продажи	Показатели продаж не дотянулись до миллионных цифр	1
П10	Платеж	Цена диска в неламинированной обложке составляла 2 руб. 50 коп., в ламинированной – 3 руб., что было недешево для студенческой молодежи как основной целевой аудитории, но зато снимало для девушек проблему подарка любимому молодому человеку на Новый год или 23 февраля. (День св. Валентина в те времена еще не отмечался в нашей стране столь широко.)	7
П11	Прибыль	Себестоимость единицы продукции с учетом расходов на штамповку винилового диска-гиганта, на конверт и авторских отчислений – 30 коп. При минимальной цене альбома с неламинированной обложкой в 2 руб. 50 коп. прибыль на единицу продукции составила 2 руб. 20 коп. Таким образом, прибыль при стотысячном тираже – 220 000 руб.	1
П12	Политика	Победа Иго на «Юрмале-86» обеспечивала ему защиту от нападков цензуры не только в Латвии, но и по всему Советскому Союзу	10
Сумма баллов Б <sub>3</sub>			75
Средний арифметический балл Ба <sub>3</sub>			6,25
Средний геометрический балл Бг <sub>3</sub>			4,42

## ОРИГИНАЛЬНОЕ СРЕДСТВО ПИАРА

Кодой первого сольного альбома Сергея Беликова должна была стать композиция «Ноктюрн» со стихами Павла Грушко. Аранжировку и общую стилизацию в манере британской группы Queen искусно сделал сам автор музыки. Эта восхитительная композиция проявила его особую требовательность к аранжировке, а индивидуальный тембр голоса и мастерское владение им, безусловно, сделали Беликова одним из лучших рок-певцов в СССР.

Как признался сам исполнитель в одном из интервью: «Фредди Меркьюри – это одна из самых больших икон в моей юности. Группа Queen с их многоголосой эстетикой была для меня той планкой, до которой я хотел дотянуться. В своих работах я все время ощущал возможности, чтобы расправить эти «многоголосые» крылья. Желание воплотить вот это звучание в собственном творчестве и стало

источником создания таких произведений. И работа «Ноктюрн», сделанная в составе «Аракса», черпала вдохновение из Queen».

Именно на этом произведении делалась ставка в большинстве паблисити альбома:

«Сергей Беликов пишет интересную вокально-инструментальную пастораль «Ноктюрн» (слова П. Грушко). Видно, что голос для артиста – это дополнительный инструмент, краска, часть общей инструментальности, причем часть важная, ведущая. Сольные эпизоды чередуются в «Ноктюрне» с ансамблевыми хоровыми сценами; все голоса в этих кусках записаны на многоканальном магнитофоне. В этих вокальных фрагментах все тщательно продумано, отшлифовано до последней мелочи, «случайности» здесь исключены. Игра красок, звуковой светотени, тончайшие эмоциональные нюансы... Когда-то Беликов получил урок «студийной ра-

боты» у Тухманова, теперь он освоил его вполне» (А. Петров. «Цветы на асфальте (певец Сергей Беликов)» / журнал «Клуб и художественная самодеятельность», 1982 г., № 19, стр. 30-31).

«Почему Сергей пришел к композиции? Он объясняет так: «В сущности, любую песню можно «сфантазировать» для себя, но гораздо эффективнее, когда в изначальных глубинах вызывает не только исполнительский, но и композиторский замысел». Писать для «Ноктурна» текст было задачей нелегкой: цепкая требовательность, почти упрямство. Теперь-то я понимаю, куда все это вело. (Почему мы, поэты, пишущие тексты песен, забываем подчас, что музыка – последняя инстанция, верхний купол произведения?) Сергей считает «Ноктурн» точным по звучанию, при этом оговаривается: «На сегодняшний день»...

Песня записывается методом наложения. Сначала Сергей записывает нижний голос (это не принципиально, но он пишет так), затем накладывает остальные... Способ не очень экономный – он требует большого времени на запись и на сведение голосов. Выдумано это не Сергеем, но способен на это не каждый: необходим диапазон голоса и ровность его звучания во всех регистрах» (П. Грушко. «В поиске» / журнал «Кругозор», 1981 г., № 6, стр. 14).

Естественно, что после таких публикаций всей целевой аудитории проекта хотелось услышать эти записи. Жаль, что знакомство с ними затянулось на десятилетия.

Кстати, журнал «Кругозор» был довольно оригинальным изданием для Советского Союза. Необычная квадратная форма, пластмассовый переплет и вкладыши в виде гибких пластинок с моноверсиями звуковых произведений, которые можно было прослушать, предварительно вырезав из журнала. В нашем досье бенчмаркинга трудно найти что-либо похожее. Если только придумать с «нуля»...

### ЗАДАНИЕ ПО ТРЕНИНГУ

1. Проанализируйте факторы успехов и неудач форматных и неформатных проектов в истории своей компании.

2. Оцените с помощью средних арифметических и геометрических баллов, как влияли факторы пиара, паблисити, промоции на маркетинговый потенциал и результативность проектов (учитывайте при этом риск «попадания» в парадокс правила мажорантности средних величин).

3. Попробуйте применить их для своих креативных проектов с привязкой к тому или иному элитному, интеллектуальному или эксклюзивному продукту, который вы предлагаете на рынке, и понять, какие из них являются факторами успеха, а какие – факторами неудачи проекта.

4. Попробуйте «скреативить» для своего проекта бенчмаркинг-аналог журнала «Кругозор» в целях проведения его оригинального паблисити с пробниками, демоверсиями и т.п.

Бенчмаркинг-формы 12П помогут в решении этих задач. При таком системном подходе к бенчмаркингу, хорошей интегрированности маркетинговых направлений и превращении факторов неудачи в факторы успеха даже неформатный проект будет успешно реализован на рынке.

*Продолжение следует*

