



**Джон Фарндон**  
**Вопрос на засыпку.**  
**Как заставить мозги шевелиться**

*Текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=11954007](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=11954007)*

*Вопрос на засыпку. Как заставить мозги шевелиться / Джон Фарндон: Манн, Иванов и Фербер;*

*Москва, 2016*

*ISBN 978-5-00057-700-4*

**Аннотация**

В этой книге собраны самые известные вопросы, которые задают на интервью в Оксфорде и Кембридже. «Всегда ли прав Витгенштейн?», «Насколько маленьким может быть компьютер?», «Зачем людям два глаза?», «Может ли парусная яхта двигаться быстрее ветра?», «Что случится, если вы уроните муравья?» – эти и другие не менее удивительные загадки могут показаться вам вызывающими, но они непременно заставят ваши мозги шевелиться.

Это книга для всех, кто любит интеллектуальные загадки, игры и головоломки. И для тех, кто собирается проходить собеседование в одно из элитных учебных заведений.

*На русском языке публикуется впервые.*

## Содержание

Эту книгу хорошо дополняют:	5
Вступление	6
Как отравить кого-то, чтобы об этом не узнала полиция?	8
Эта сумка когда-нибудь опустеет?	11
Как раскрутить рок-группу?	14
Всегда ли прав Витгенштейн?	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

**Джон Фарндон**  
**Вопрос на засыпку.**  
**Как заставить мозги шевелиться**

JOHN FARNDON  
DO YOU STILL THINK YOU'RE CLEVER?

*Издано с разрешения Icon Books Ltd. и Marsh Agency Ltd.*

*Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс».*

© 2014 John Farndon

© Перевод, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер»,  
2016

\* \* \*

## **Эту книгу хорошо дополняют:**

[Удовольствие от X](#)

Увлекательная экскурсия в мир математики от одного из лучших преподавателей в мире

**Стивен Строгац**

[Теория игр](#)

Искусство стратегического мышления в бизнесе и жизни

**Авинаш Диксит и Барри Нэлбафф**

[Чем заняться вечером с семьей на даче без интернета](#)

**Дмитрий Чернышев**

## Вступление

Вопросы на засыпку – это каверзные вопросы «с подвохом», которые иногда задают будущим студентам Оксфорда и Кембриджа во время собеседования. Книга содержит подборку ответов на вопросы, действительно попадавшие абитуриентам, например: «Правда ли, что Луна сделана из сыра?», «Почему Шарлотта Бронте ненавидела Джейн Остин?» или «Как раскрутить рок-группу?»

Некоторым такие вопросы кажутся просто странными и претенциозными. Люди думают, что это просто ловушки, созданные специально, чтобы отпугнуть тех безрассудных смельчаков, что решатся покорить храмы знания. Конечно, существуют весьма недобросовестные преподаватели, которые для того и задают эти вопросы, – должен признать, я и сам поначалу представлял их функцию в таком свете. Но в действительности они прекрасны, потому что побуждают вас думать. Будучи неожиданными и вызывающими, они заставляют ваши мозги шевелиться. Вот почему, по-моему, они должны нравиться всем, а не только абитуриентам престижных университетов.

Дело в том, что большинство из нас любят думать. Нам нравится дразнить свое воображение, и элемент неожиданности в этих вопросах прекрасно справляется с такой задачей.

Я уверен, что многим людям не понравятся мои ответы в этой книге. Некоторым они могут показаться полной чепухой. Но давайте я проясню суть. Эта книга в общем-то не посвящена ответам; она о том, как задавать вопросы и заставлять людей думать – и не важно, сколько ошибок будет допущено.

Предложенные мной ответы ни в коей мере не являются эталоном или даже приближенной моделью «правильных». Вовсе нет. Уверен, что, услышав от меня такое, многие преподаватели бы разочарованно на меня взглянули и отправили восвояси. Я преследовал иную цель. Я пытался дойти до сути каждого вопроса – и дать своим читателям пищу для дальнейших размышлений. Нередко я не отвечал на сам вопрос, а лишь предоставлял необходимую информацию о том или ином предмете. Или просто давал волю фантазии. Но я старался избегать специальной терминологии и отсылок к академическим знаниям, которых может и не оказаться в багаже обычного начитанного и образованного человека. Мне показалось, что эти вопросы должны быть интересны не только узкому кругу специалистов. В конце концов, каждого из нас волнует, зачем существуют законы, как бороться со всемирной бедностью, что делает важной поэзию – и все остальное тоже.

Отвечать на эти сложные вопросы и значит быть умным. Но есть еще кое-что, доступное любому из нас. И я говорю не о знаниях. Даже не о процессе образования. А о том, как причудливо мы можем менять ход своих мыслей – в любую понравившуюся нам сторону. Каждый человек способен на такое, а не одни лишь счастливицы, поступившие в Оксфорд или Кембридж (или хотя бы попытавшиеся это сделать). Для действительно умных людей нет ничего хуже, чем самодовольство и самоуверенность.

Если вы не верите, что на это способен каждый, вот вам еще один пример – и на сей раз речь пойдет о птицах. Об умных птицах.

Несколько лет назад группа ученых из Кембриджа провела эксперимент с несколькими грачами. Исследователи хотели проверить, в какой мере правдива басня Эзопа о вороне и кувшине с водой. Они налили немного воды в высокую трубку и опустили в нее сочного, жирного червяка. Трубка была слишком узкой, чтобы грачи могли достать лакомство клювом или когтем. А что бы вы сделали на месте грача?

Птицы оказались чрезвычайно изобретательны. Они нашли камушки и стали кидать их в воду один за другим, отчего уровень ее начал повышаться. В конце концов червь всплыл, и грачи без труда вытащили его из трубки. Чертовски умно, да? Поразмыслите над этим.

Ведь им нужно было не просто подумать о том, что камни в трубке повысят уровень воды, но и претворить свою идею в жизнь. Аж мурашки по коже!

Если даже грачи способны продумывать такие операции, представьте, получится ли это у нас, чей мозг в пару сотен раз больше? Ясное дело, получится.

Конечно, эта книга способна помочь поступающим в Оксбридж<sup>1</sup>. Но она предназначена не только для абитуриентов. Она может оказаться полезной каждому, всем людям в мире – от Австралии до Анатолии. Ежедневно мы сталкиваемся со сложными вопросами – о том, куда мы движемся и что мы делаем, – и нам ужасно нужны новые ответы, новые способы мышления, возможность выходить за рамки. Я надеюсь, что эти вопросы хоть немного помогут людям начать мыслить по-другому и придумывать новые пути решения. Ведь нам совсем не обязательно постоянно совершать одни и те же ошибки.

---

<sup>1</sup> Обобщающее название Оксфорда и Кембриджа, двух старейших и наиболее престижных английских университетов.  
*Прим. ред.*

## **Как отравить кого-то, чтобы об этом не узнала полиция? (Медицина, Кембридж)**

Ответ на этот вопрос не будет лишним ни для одного старшекурсника Кембриджа. В конце концов, никто не даст вам гарантии, что ваш сосед по комнате не станет совершенно невыносимым или что куратор курса не отправит в мусорную корзину ваше эссе, достойное занять место в списке лучших работ года. Впрочем, к чему ограничиваться отравлением, если существует еще масса способов, при помощи которых вы можете избавиться от этих неприятных преподавателей? В реке немало омутов, и во время лодочной прогулки довольно легко выпасть в воду, свежевывмытые каменные ступени старинных лестниц чрезвычайно коварны, а в химической лаборатории хранятся разнообразные взрывоопасные вещества. Кроме того, только в нынешнем году на лекциях профессора Скулосводинга от скуки умерло не меньше сотни студентов, но это почему-то совершенно не заинтересовало полицию...

Возможно, я слишком быстро перешел к заключению. На самом деле поставленный вопрос не означает, что жертва отравления непременно должна умереть. Небольшое расстройство желудка вполне удовлетворяет условиям задачи, поскольку вряд ли привлечет внимание властей. Например, я могу припомнить парочку вечеринок, где меня совершенно точно отравили отвратительной едой и избыточными порциями алкоголя, но в полицейском участке меня подняли бы на смех, вздумай я жаловаться. Так что лучший способ отравить кого-то и ускользнуть от длинной руки закона – это внимание к уровню причиняемого вами вреда.

Итак, невкусная еда и контрафактный алкоголь легко помогут вам замаскировать отраву так, что даже у вашей жертвы не возникнет никаких подозрений. Однако помните, что многие вещества могут стать чрезвычайно ядовитыми при неверной дозировке. Как говорил известный средневековый медик Парацельс, «все есть яд, и ничто не лишено ядовитости». Дело только в дозировке. В небольших количествах витамины А и D просто необходимы для нормальной работы нашего организма. Но слишком высокая их концентрация ведет к летальному исходу. Причинить вред способен даже кислород – газ, дающий нам жизнь. Разумеется, смертельными могут быть и употребленные в большом количестве обычные для нас лекарства – например, парацетамол, – не говоря уже об алкоголе. Вы оказываетесь отравителем, просто сев в автомобиль и заведя мотор: закись азота и твердые частицы в выхлопных газах часто становятся причиной легочных болезней. Виды ядов можно выбирать практически бесконечно.

Однако вопрос в том, полагаю, как осознанно отравить кого-то, чтобы он умер. Привлекательность яда как орудия убийства заключается в его незаметности, а также в том, что для его применения не требуется физическая сила или полный контроль над ситуацией. Убийце даже не нужно находиться на месте преступления в момент смерти жертвы, а потому избежать наказания становится проще. Вот почему во все времена отравители считались более подлыми и зловещими, чем честные убийцы, орудовавшие мечом, меткие стрелки и даже нелепые ассасины, пользовавшиеся топором. Впрочем, если ты мертв, тебе, честно говоря, все равно, как именно тебя лишили жизни.

История знает немало правителей и их соперников, которые попеременно травили друг друга. Считается, что Иван Грозный посредством ртути сжил со свету своих жену и мать, а в итоге сам пал жертвой коварного серебристого металла. Борджиа вообще сделали яды стилем жизни (точнее сказать, стилем смерти) и подсовывали друг другу мышьяк столь часто, что удивительно, как семья вообще продержалась так долго. Кстати, подмешивая

небольшое количество мышьяка в еду кормилицы, нередко избавлялись от нежеланного младенца, потому что он употреблял яд через грудное молоко. Кто в таком случае оказывался убийцей<sup>2</sup>?

В прошлом отравление имело куда более широкое распространение, чем сейчас, особенно в высшем свете. Отчасти, наверное, потому, что тогда можно было без труда отправить слугу в заштатную аптеку за пузырьком мышьяка, и никто бы не задал вопросов. Имелись сложности и с тем, чтобы определить, действительно ли жертва умерла от яда. К примеру, Гамлету пришлось встретиться с призраком, чтобы убедиться, что его отца отравили. Сейчас же по-настоящему ядовитых веществ в аптеках продается не так много, и для покупки большинства из них необходим рецепт – во многих странах существуют законы, контролирующие распространение таких лекарств. Если вы вобьете «купить смертельный яд» в поисковую систему, информация об этом останется в вашей истории поиска и выдаст вас.

Вскрытие также способно обнаружить большинство ядов в трупe. Поэтому сейчас намного, намного сложнее отравить кого-то и избежать наказания, и не стоит забывать, что полиция стала работать лучше. Судебная диагностика слишком эффективна, чтобы вам удалось незаметно кого-нибудь отравить, особенно если смерть окажется неожиданной и хоть немного подозрительной. Конечно, существуют яды, которые обнаружить практически невозможно, но и для их приобретения вам придется немало потрудиться<sup>3</sup>. Впрочем, думаю, что у меня были бы шансы кого-то отравить и остаться непойманным.

Во-первых, многое зависит от выбора жертвы. Чем ближе вы знакомы, тем сложнее будет исключить себя из круга подозреваемых. Принимая во внимание то, что вопрошающему все равно, кого я убью (как бессердечно!), я имею право назначить жертвой совершенно незнакомого мне человека, а не соседа или члена семьи. К примеру, я бы смог убить нескольких человек, добавив крупицу рицина<sup>4</sup> в сахарницу в кафе, находящемся в противоположной от моего дома части города. Вряд ли я попаду под подозрение, особенно если поеду туда на велосипеде и не оставлю следов своего посещения.

Очевидным решением может также стать добавление яда в систему водоснабжения<sup>5</sup>. Ртуть достать несложно, и я слышал, что Аль-Каида собиралась совершить ряд таких терактов в Ираке. Есть большое количество других веществ, которые, попав в питьевую воду, приведут к тому, что состояние здоровья у людей резко ухудшится, даже если непосредственно до смерти и не дойдет<sup>6</sup>. Немало народу пострадало и от просто загрязненной воды – не всегда отравление было умышленным.

Понимаю, что я пока так и не предложил ни одного способа отравить кого-то знакомого, да и детали отравления незнакомцев не уточнил. Ну и ничего. Планировать убийство неприятно, даже если это всего лишь мысленный эксперимент. Доктор должен знать

---

<sup>2</sup> Одной из наиболее известных отравительниц была Джулия Тофана, жившая в XVII веке в Риме. Она смешивала яды для молодых женщин, которые не могли развестись с мужьями, однако тяготились браком. Клиентки считали ее настоящим героем, поэтому после поимки Тофаны властям пришлось некоторое время скрывать, где она находится, чтобы поклонницы не смогли ее спасти.

<sup>3</sup> Я совершенно точно знаю, что существует снотворное, которое в больших дозах способно привести к летальному исходу и которое буквально невозможно обнаружить на вскрытии. Но я бы все равно вам не сказал название этого препарата, даже если бы сам знал наверняка.

<sup>4</sup> Я назвал рицин, потому что он смертельно опасен даже в самых малых дозах, а еще его легко извлечь дома из касторового масла.

<sup>5</sup> Одно из наиболее ужасных преступлений такого рода произошло в 1904 году, что выяснилось 80 лет спустя благодаря расследованию ООН. Власти кайзеровской Германии отравили колодцы, из которых племена гереро и нама брали питьевую воду. Погибли тысячи людей.

<sup>6</sup> Крупнейшее массовое отравление в Великобритании случилось в 1988 году в городе Камельфорд, графство Корнуолл, когда тысячи людей пострадали от употребления воды, в которой концентрация сульфата алюминия была выше допустимого уровня в 3000 раз. У многих возникли проблемы со здоровьем, которые в итоге привели к смерти, пусть и по прошествии продолжительного времени.

об эффектах различных ядов и о том, как распознавать их действие, чтобы суметь помочь пациенту. Патологоанатому такие знания пригодятся, чтобы полиция смогла найти и наказать убийцу. Во всех остальных случаях, как мне кажется, мысль об «идеальном убийстве» должна посещать лишь авторов детективных романов.

Но, возможно, мне удалось бы заманить своих жертв в Японию и перед самым вылетом домой пригласить их на церемонию поедания местного деликатеса, рыбы фугу – в качестве прощального подарка за приятно проведенное время. Потом я бы постарался добавить в напиток шеф-повара алкоголь или другое вещество, замедляющее реакцию, прямо перед тем, как он начал бы готовить сашими. В печени фугу содержится смертельно опасный тетродотоксин, который вырабатывается морскими бактериями, и, если рыба разделана неправильно, этот яд может попасть в пищу. Жертвы умрут через восемь часов и в течение долгого времени будут испытывать лишь легкое покалывание в мышцах. К тому моменту, как полиция арестует повара за халатность или даже убийство, я давно буду в другом месте, вероятно, в другой стране. Если же яда в еде окажется недостаточно, я всегда смогу отправить праздничный пудинг в качестве подарка на день рождения от давнего знакомого.

## **Эта сумка когда-нибудь опустеет? (Естественные науки, Кембридж)**

Ни один другой вопрос не казался мне столь похожим на речь леди Макбет, которая после убийства Дункана вопрошала: «Да неужели эти руки никогда не станут чистыми?» Представьте: преподаватель в отчаянии вытряхивает сумку, в которой нес тело абитуриента, чьи ответы показались ему самую малость слишком умными...

Впрочем, давайте начнем с более прозаичного примера. Эта сумка будет пуста, когда я выну из нее все видимые предметы. Таково общеупотребительное определение слова «пустой». Все, что мне нужно сделать, – перевернуть сумку и вытряхнуть из нее мобильный телефон, ланчбокс, блокнот и ручку, футболку с надписью «Я люблю Джастина Бибера», книгу «50 лучших способов стать гением» и конверт с пятифунтовыми банкнотами – на случай, если интервью пойдет не слишком гладко...

Но на самом деле эта пустая сумка вовсе не пуста. Помимо пыли, крошек, клочков бумаги и миллионов микроорганизмов, она полна воздухом, который занимает все свободное место. Как только я вытаскиваю что-то твердое, в пустоту устремляется поток воздуха. Движение молекул настолько стремительное, что заполнение происходит мгновенно. А что если бы мне удалось выкачать воздух? Будет ли сумка пустой в таком случае? Возможно, у меня бы получилось извлечь воздух при помощи пылесоса – как из вакуумных пакетов, которые используются для хранения объемной одежды и пуховых одеял. Это сделает сумку более пустой. Конечно, она должна быть достаточно прочной, чтобы не разрушиться под давлением воздуха снаружи, и герметичной – что крайне маловероятно. В любом случае самый мощный пылесос в мире способен обеспечить лишь частичный вакуум. Физики обычно оценивают уровень приближенности к «идеальному» вакууму при помощи давления воздуха. Чем ниже давление, тем совершеннее вакуум. Пылесосы способны снизить давление не больше, чем на одну пятую.

В научных лабораториях и исследовательских институтах есть вакуумные камеры, которые работают намного лучше пылесосов. Может, положить сумку в одну из них? Безусловно, она бы опустела еще больше. Но даже такие научные вакуумные камеры несовершенны. Они могут обеспечить давление в одну триллионную атмосферного, но этого по-прежнему недостаточно для создания идеального вакуума.

Ладно, я почти впал в отчаяние. Что если отправить сумку в ближайший полет на Марс и выбросить в открытый космос на достаточно долгое время, чтобы весь содержавшийся в ней газ вылетел в пустоту межзвездного пространства? Похоже, это то, что нужно. Но даже безвоздушное пространство на самом деле не является таковым, несмотря на название. В самом пустом из пустых мест космоса находятся несколько атомов водорода в каждом кубическом метре. Поэтому, скорее всего, в сумке все же обнаружится пара атомов. Кажется, теперь не осталось способов сделать ее физически более пустой. Я повержен.

На самом деле, даже если бы я вдруг придумал, как поймать и извлечь эти атомы, я бы неожиданно обнаружил тщетность своих усилий. Концепция пустоты занимала умы мыслителей с древнейших времен. Даже на самом простом уровне существует проблема с определением пустоты. Если между нами ничего нет, это значит, что между нами совсем ничего нет, и мы должны соединиться друг с другом. Но семантически невозможно, чтобы пустота занимала хоть какое-то место.

Античные философы, например Аристотель, полагали, что в природе не встречается вакуум, потому что плотные материи всегда будут стремиться заполнить любые пустоты. Аристотелю приписывают фразу: «Природа не терпит пустоты». Он пошел еще дальше

и сказал, что пустота невозможна в принципе, потому что не существует такого предмета, как «ничто». Однако он верил, что пустое пространство между материей заполнено невидимым посредником. С другой стороны, Демокрит настаивал на том, что мир – это всего лишь атомы в пустом пространстве, и писал в своей привычной саркастичной манере: «Нет ничего, кроме атомов и пустоты. Все остальное – лишь точка зрения».

Спор о том, что занимает пространство между материей, продолжался и 2000 лет спустя, когда Ньютон считал, что пространство между мирами заполнено невидимым промежуточным материалом, необходимым для нормального функционирования законов механики, а Лейбниц настаивал на том, что плотные тела во Вселенной сами по себе способны создать среду для работы законов, а все остальное – пустое пространство.

Кстати, Галилей и Торричелли экспериментально доказывали, что вакуум действительно существует. Они наполняли водой (позднее ртутью) запаянную с одного конца стеклянную трубку, переворачивали ее и наблюдали за тем, как при снижении уровня жидкости в верхней части трубки образовывалась пустота. Поскольку воздух не мог проникнуть внутрь трубки, эта пустота, вероятно, была вакуумом. Дальнейшие эксперименты показали, что объем пустоты увеличивался, если трубку поднимали на вершину горы, где атмосферное давление было ниже, чем на равнине. Если на вакуум можно повлиять физически, он существует в физической реальности.

В течение нескольких следующих веков исследователи провели множество экспериментов, добываясь все лучших и лучших физических показателей вакуума – однако ни один из ученых все еще понятия не имел, чем же вакуум является на самом деле. Идея невидимого посредника между атомами трансформировалась в концепцию «эфира» – таинственного материала, который, как полагали многие мыслители, требовался для передачи световых волн и электромагнитных полей. В 1887 году был проведен изменивший все ранее существовавшие представления эксперимент Майкельсона и Морли, который наглядно доказал, что никакого эфира не существует. В те годы можно было бы подумать, что моя сумка способна стать по-настоящему пустой.

И тогда настало время квантовой науки. Квантовая механика перевернула понятие пустоты с ног на голову. Она показала, что частицы, подобные электронам, могут существовать только в одном месте. Более того, все частицы и поля являются просто колеблющимися вероятностями. Если бы моя сумка оказалась надежно закрыта от остальной Вселенной и не содержала бы ничего, кроме полного вакуума, в ней все равно было бы электрическое поле и снующие повсюду кварки. Общую электрическую энергию можно свести к нулю, но энергия вакуума по-прежнему измерима<sup>7</sup>.

Так что моя идеально пустая сумка в действительности переполнена бурлящей квантовой энергией, которую производят появляющиеся и исчезающие частицы и волны. Энергия постоянно колеблется, и, когда она находится на минимальном уровне, это называют состоянием вакуума, но даже в нем есть немного энергии. Более того, некоторые исследователи полагают, что наша Вселенная – всего лишь одна из флуктуаций вакуумной энергии. Как частицы в квантовом вакууме, наша Вселенная возникла из ниоткуда.

Шекспировский король Лир осознал, что был неправ, сказав своей дочери Корделии: «Из ничего не выйдет ничего». То же и со Вселенной. Что-то все же произошло из ничего. Проблема в том, что эта случайная флуктуация может снова исчезнуть в никуда, как лопнувший мыльный пузырь. Иногда моя сумка пуста, так же как и Вселенная – пока на свет

---

<sup>7</sup> На самом деле сейчас принято считать, что пустое пространство заполнено вакуумной энергией, которая создает давление, заставляющее Вселенную разбегаться в противодействие гравитации. Проводившееся в последние годы наблюдение за отдаленными сверхновыми звездами позволяет предположить, что расширение Вселенной не замедляется, а ускоряется, и ответственность за происходящее, вероятно, несет именно эта темная вакуумная энергия.

не появится другая. Кто знает, может, сумки пустели, а вселенные исчезали уже миллионы – или миллиарды – раз до нас.

## Как раскрутить рок-группу? (Экономика и менеджмент, Оксфорд)

Времена, когда музыкантам достаточно было сыграть, дать несколько концертов и немедленно ожидать славы, практически прошли. Сейчас, если группа не хочет оказаться просто забытой и выброшенной на задворки, ей необходимо задуматься о маркетинге. На самом деле для некоторых коллективов продвижение опережает музыку – даже буквально. Я знаю группу, которая запустила успешную рекламную кампанию и собрала достаточно денег путем краудфандинга, чтобы оплатить запись в студии, – и это до того, как они сыграли хотя бы ноту вместе!

Вне всякого сомнения, мы живем в мире, которым правит маркетинг. Когда два века назад человечество потрясла индустриальная революция, бизнес сосредоточился на производстве. «Постройте заводы, – советовали промышленники, – и добейтесь успеха». Но уже к 1930-м годам производство достигло таких объемов, что корпорации начали соревноваться в искусстве продавать. Сегодня же, когда огромный выбор и доступная информация делают покупателей все разборчивее, реклама товара приобретает большое значение.

В самом деле, управление компанией сегодня – не более чем задача из учебника по маркетингу, нацеленная на сбор информации о том, чего и когда хотят потребители. При этом этим занимается не только собственно отдел маркетинга, но и все сотрудники, от креативщиков до производства. Даже писатели вроде меня втянуты в это маркетинговое безумие. Большинству издателей не нужны великие книги, им нужно то, что «зацепит» читателей. То же самое касается и рок-групп.

Итак, самым первым шагом в раскрутке рок-группы будет определение ее «зацепки», ее уникального продажного преимущества – той характерной черты, которая скажет фанатам: «Вот те, кого вы хотите слушать, с кем вы хотите тусоваться и чью музыку вы хотите покупать». Пока не определена эта «зацепка», нормальной раскрутки группы не получится.

Итак, предположим, я раскручиваю новую, совершенно неизвестную группу, используя для рекламной кампании только наши (мои и моих коллег) скромные ресурсы, не привлекая гигантских бюджетов крупной звукозаписывающей студии.

Коллектив, который я продвигаю, – это женская метал-группа, которая называет себя «Уборщицы» (The Cleaners). Такое название группа получила из-за того, что басистка Су и вокалистка Имо встретились, когда вечером убрали офисы, чтобы заработать немного денег, – впрочем, они и сейчас этим занимаются. Их музыка весьма мрачная, но песни не лишены тонкого чувства юмора. Итак, предположив, что они согласятся, я собираюсь изменить название коллектива на «Зомби ночной смены» и позиционировать их как духов, которые появляются по ночам, чтобы вычистить весь мусор, оставленный людьми днем.

Я не собираюсь глубоко эксплуатировать зомби-тематику (во всяком случае, не в сторону мыслей о смерти), я хочу показать миру, что уборщицы, как и другие молодые низкооплачиваемые ночные работники (которых миллионы), все же могут быть привлекательными. Я хочу, чтобы группа притягивала тех, кто чувствует себя маргиналами, изгоями, лишенными будущего и загнанными в темные места, – ну и, конечно, работающих в ночные смены. Это всего лишь одна ниша на рынке, но весьма обширная и достаточно четко обрисованная. Музыка «Зомби ночной смены» пришла именно оттуда, поэтому я просто направляю их к слушателям, а не пытаюсь превратить во что-то, чем они не являются.

Ключевым моментом будет построение бренда (мы предполагаем, что музыка сама по себе хороша, хотя можно обойтись и без этого). Так что, прежде чем я займусь распространением информации о группе, мне надо «подготовить товар». К примеру, придется пересмотр-

реть имидж и внешний вид музыкантов – конечно, не слишком увлекаясь, ведь мы не хотим устраивать театральное представление, а только собираемся отдельными штрихами сделать девушек похожими на уборщиц-зомби. Пусть мой друг-стилист найдет в их гардеробе вещи, которые превратят их в стильных, но слегка пугающих существ, – и, конечно же, мне понадобятся несколько их атмосферных снимков, сделанных в офисе вечером, в окружении чистящих средств и груд мусора, оставленного офисными работниками за день. Эти фотографии понадобятся мне для презентаций и продвижения песен среди целевой аудитории. Рок-группы должны объединять вокруг себя людей, и я хочу, чтобы работники ночных смен ассоциировали себя с группой и вдохновлялись ею. Также важными будут юмор и иносказание. «Да, мы знаем, что уборка – это грязная работа, а не цель жизни, но мы ведь все здесь отличные люди...»

Надеюсь, у меня получилось сформулировать то, что некоторые теоретики маркетинга называют решением: я выявил, в чем нуждается аудитория, и предложил продукт, способный удовлетворить эту потребность. Далее, согласно той же теории, мне необходимо проработать еще три вещи: информацию (рассказать людям о своем продукте), ценность (для потребителей) и доступ (в любое удобное время и в любом удобном месте). Таким образом мы получаем аббревиатуру SIVA (solution, information, value, access)<sup>8</sup>.

В случае рок-группы получение прибыли – это долгосрочная цель, так что ценность будет наименее важным параметром. Наша задача – сначала привлечь к группе поклонников, а потом уже сделать на этом прибыль. Значит, главными параметрами, учитываемыми нами при принятии решений, станут информация и доступ. Конечно, основную роль в раскрутке сыграет интернет, и к нему я еще вернусь. Но не будем забывать и о традиционных способах передачи информации. Сувенирная продукция (футболки, значки, плакаты и т. п.) оказывает продолжительное воздействие, которого не добьешься прочитанным и тут же забытым сообщением в сети. Например, красивая девушка или парень в футболке с названием группы или ее логотипом может привлечь внимание достаточно большого количества людей.

Но, конечно, основные усилия я приложу к интернет-продвижению, потому что это воистину великий способ привлечь целевую аудиторию. Жизненно необходимо сразу же создать привлекательный сайт для группы, страницу в Facebook и аккаунт в Twitter. Затем нужно упростить доступ к музыке группы путем размещения нескольких удачных треков на сайтах вроде Bandcamp или Soundcloud. Чем больше людей прослушает эти песни, тем лучше. Очень хорошо могут сработать сайты вроде NoiseTrade. Вы предоставляете пользователям бесплатный доступ к песням, но взамен получаете их электронные адреса. А электронные адреса – это золотосный песок маркетинга, позволяющий устраивать даже более персонализированные рекламные кампании, чем с помощью социальных медиа. На раннем этапе развития группы электронные письма будут работать лучше, чем соцсети. Надо найти около дюжины ключевых фанатов, которые начнут постепенно генерировать интернет-трафик между своими друзьями и друзьями друзей, пока этот процесс не начнет расти лавинообразно. В любом случае и активность в социальных сетях, и электронные письма должны

---

<sup>8</sup> Теоретики маркетинга помешались на подобных аббревиатурах еще в начале 1960-х, когда Джером Маккарти предложил модель 4P: product, price, place and promotion (продукт, цена, место и продвижение). В 1990 году Роберт Лотерборн дополнил эту модель теорией 4C: consumer, cost, communication, convenience (потребности, затраты, информационный обмен, удобство). Лотерборн доказал, что потребители учитывают не только цену продукта, но и общие издержки на его приобретение, включая то, насколько легко купить товар, недовольство от обладания низкокачественным или немодным товаром и даже оценку вреда, наносимого этим продуктом окружающей среде. Также потребители сложно поддаются агрессивному маркетингу, предпочитая такой, который вовлекает их в диалог, создавая видимость взаимодействия. В условиях настоящего времени модель SIVA более привлекательна, так как описывает относительно ненавязчивый и интерактивный подход, не вызывающий раздражения у нынешнего пользователя, вооруженного интернетом и здоровым скептицизмом.

быть постоянными и охватывающими все большую аудиторию. Вот почему я стану требовать, чтобы члены группы активно писали посты в свои блоги или Twitter.

Еще важно определить те интернет-площадки, где заинтересованность в нашей музыке будет наибольшей, и активно сотрудничать с ними, не растрчивая силы на рекламу везде, куда только можно дотянуться. Я найду блогеров, тематические сайты и интернет-радиостанции, которые работают именно с этим жанром музыки, – и начну налаживать отношения с ними всеми, чтобы они слушали группу, ставили ее песни в эфире, следили за новостями из жизни музыкантов и т. д. Маркетинг сегодня – это в первую очередь личные отношения с потребителем или заинтересованными сторонами.

Живые выступления тоже очень важны – ведь именно они помогают найти самых преданных фанатов, на которых все будет держаться. Так что я постараюсь организовывать концерты как можно чаще.

Ну и, конечно, наиболее ценный инструмент продвижения – видео на YouTube. Мы не можем позволить себе дорогостоящие клипы, поэтому они должны быть абсолютно оригинальными и притягивающими внимание, чтобы выделяться из тысяч видеозаписей, появляющихся в сети каждый день. Я планирую записать видеособытие. Надо будет найти подходящий офис – вероятно, даже заброшенный, – и снять, как группа играет концерт перед максимально большой аудиторией, состоящей из работников ночной смены. Имеет смысл подобрать песню, содержащую достаточно юмора, и доработать ее так, чтобы она стала совсем смешной, потому что это, похоже, и есть ключ к успеху видео. Мы свяжемся со всеми клининговыми компаниями и фирмами из смежной ниши, а также разместим объявления вида «требуются уборщики» на площадках вроде Gumtree, пригласив всех откликнувшихся принять участие в записи видео. Еще мы разошлем пресс-релизы на различные медийные площадки, оповещая их о предстоящем событии.

После этого успех гарантирован. Арена O2, жди нас! Если повезет, лет через пятьдесят люди будут называть 2010-е эпохой «Зомби ночной смены», как сейчас они связывают 1960-е с Rolling Stones...

## **Всегда ли прав Витгенштейн? (Французский язык и философия, Оксфорд)**

Если вы говорите что-то и я говорю то же самое, то мы согласны друг с другом, и не нужно больше никаких споров. Витгенштейн утверждал, что не существует истины в точном смысле этого слова и что западные философы тщетно пытаются ее отыскать, подобно физикам ЦЕРНа<sup>9</sup>, охотящимся за «частицей бога», бозоном Хиггса, при помощи адронного коллайдера. Все дело в языковых играх и двойных значениях. Ну или не все, а только часть, как станет ясно далее.

---

<sup>9</sup> ЦЕРН (CERN – от фр. Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire) – Европейская организация по ядерным исследованиям. *Прим. ред.*

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.