

# Не иметь, а уметь

**Я ХОТЕЛ БЫ НАЧАТЬ ЭТУ СТАТЬЮ** с приветствия: «Добро пожаловать на страницы нашего журнала, господин Дегтяренко». Последующий материал будет развёрнутым ответом на его статью «Каждый имеет то, что заслуживает», опубликованную в №47 нашего журнала, хотя я постараюсь коснуться и более важных для отрасли тем. Надеюсь, что именно эта причина даёт мне право снова «упоминать» о возглавляемой Андреем компании и о нём лично. Мне, безусловно, было приятно, что господин Дегтяренко, при всей занятости предпринимателя, не забывает проглядывать наш журнал и живо реагирует на упоминания, касающиеся его компании. Однако, справедливости ради, не могу не отметить, что Андрей сильно преувеличивает, считая, что мы пишем о нём «почти в каждом номере». Из почти 50 выпусков нашего журнала я вспомню от силы 4-5 прямых или косвенных упоминаний, не больше.

Мы, безусловно, примем к сведению и его, нет не совет, а «настоятельную» рекомендацию писать больше о других компаниях, но я обязан уведомить уважаемого предпринимателя о том, что совсем не «масштаб» компаний является тем мериллом, который влияет на появление тех или иных редакционных материалов, а исключительно подходящий для этого повод. Писали мы, я в том числе, и о других компаниях. Например, живо откликнулся на статью руководителя компании «Круг» В. Слущкого, которую тот опубликовал в «Рекламных технологиях» (дела давно минувших дней!) Статья его и вправду была, как бы это помягче сказать, слишком угловатой, и поняв это, он опубликовал в следующем номере «РТ» своё интервью с главным редактором издания, в котором прошёлся и по мне, отметив, что у меня «нет чувства юмора», раз я не понял его статьи. До моей статьи компания «Круг» являлась рекламодателем нашего журнала, а после неё таковым быть перестала. Так у кого из нас нет чувства юмора? Конечно, образование и жизненный опыт каждого из нас позволяют нам вполне логично аргументировать, почему реклама в

том или ином издании не является для нашей компании важной. Тем не менее, непреложным фактом остаётся то, что журнал «Профессионал» на сегодняшний день является единственным периодическим, общепрофессиональным, независимым (я настаиваю на этом), правильно позиционированным изданием о деловых сувенирах. Не желая обидеть коллег, должен признать, что о сувенирах пишут и «Сувенирка», и «Time to Present». Но, при всём уважении к главному редактору «Сувенирки», который, не жалея труда и таланта, в гордом одиночестве на деньги, практически, одного же рекламодателя старается поддерживать еле теплящуюся жизнь в журнале, журнал никак нельзя считать общепрофессиональным и периодическим. Если конечно не принимать слово «периодический» слишком буквально, как появляющийся весьма периодически. «Time to Present» красив и гладок, но выходит слишком редко для периодической прессы, да и рекламирует лишь компанию своего издателя. Поэтому, отказ от участия (рекламой или информацией) в таком издании как «Профессионал» для любой компании, претендующей на роль крупной на этом рынке, это, конечно же, признак коммерческой незрелости, нездоровых амбиций, а может быть и зависти.

Большинство российских сувенирных компаний, тем не менее, являются нашими рекламодателями, поэтому редакция весьма строго относится к материалам, которые я пишу о них, и чаще всего, «заворачивает» критические статьи. Вот от этого и кажется вам, Андрей, что именно к вашей компании у нас повышенный интерес.

Андрей Дегтяренко: «Довольно неожиданно журнал решил мне предоставить трибуну для ответного выступления». Кокетство вам не к лицу! Редактор нашего журнала посещала вас в дни выпуска первых номеров журнала, и после этого мы неоднократно пытались предоставить вам возможность принять участие в его работе. Речь никогда не шла о рекламе, нам просто интересно мнение профессионалов сувенирной отрасли, одним из которых вы, безусловно, являетесь.

Напомнить ваш ответ образца 2001 года? «Я никогда не буду принимать участия в проектах Лео Костылева». Я откровенно рад тому, что ваше «никогда» так похоже на американское «пожизненное заключение», которое также может длиться всего 10 лет. Поэтому, дело не в «долгожданной оттепели», которая наступила у нас, а в том, чего российские люди никак не могут для себя уяснить – свободный человек не боится критики. Ибо свобода – это, прежде всего, ответственность. А ответственность – это груз, который необходимо нести. Груз способен нести имеющий силу, поэтому свободный человек всегда силен. А сильный человек уверен в себе, и способен принимать жизнь такой, как она есть. С победами и поражениями, удачами и неприятностями.

Кстати, это одна из причин, по которой Россия всё никак не может построить демократического общества с соответствующим же правлением. В демократическом обществе конструктивная критика является естественным и действенным инструментом, и её не боятся, и на неё не обижаются, но извлекают из неё полезные для себя уроки. При демократии власть также нуждается в оппозиции, как и оппозиция во власти. Поскольку все осознают, что никто не является носителем истины в последней инстанции, именно наличие различных мнений может быть хоть какой-то гарантией, по крайней мере, приближения к ней. В России же никто не хочет брать на себя груз ответственности, поэтому и государство авторитарное, и люди, живущие в нём, невольно мыслят соответствующими категориями. Как и положено в авторитарном государстве, к критике отношение резко отрицательное и злобное. За критику не благодарят, а мстят. Почитайте хотя бы отчёты о выставках и конференциях. Таких приторно елейных текстов не говорят друг другу даже только что влюбившиеся подростки! Взять в пример хотя бы весеннее мероприятие, в котором мы с вами, Андрей, принимали участие вместе – Круглый стол «Вместе навеки» в рамках вы-

ставки «Дизайн и Реклама». Организаторы и сами себя «нализывают» на собственном сайте, но для пушей важности, предоставили слово некоторым участникам мероприятия, которые стараются ещё пуше. Читая, прямо сама лезет в голову фраза из Крылова: «Кукушка хвалит Петуха за то, что хвалит он Кукушку». Слов нет, «Сегмент» действительно хорошо подготовил мероприятие. Тому доказательством и тот факт, что народу собралось больше, чем даже можно было ожидать. Но я-то шёл (вернее, сначала ехал в поезде) на «Круглый стол». А эта форма проведения мероприятия предполагает вполне определённый набор соответствующих названию инструментов. Я, конечно, не столь буквален, чтобы ожидать наличия круглого стола, но и расстановки по типу сельского партсобрания – президиум напротив послушно внимающей толпы, – я тоже не ожидал. Круглый стол предполагает возможность дискуссии, а для этого, по крайней мере, в зале должны быть установлены микрофоны, чтобы дискутирующие стороны чувствовали себя на равных. По-видимому, я был единственным, который пришёл не только внимать речам «мудрых», но и с желанием высказаться сам. Судя по выступлениям оратором этого мероприятия, они-то уж точно не ждали дискуссий, да и о проблеме, заявленной в названии конференции, мало кто говорил. Перед тем, как уйти, мне пришло в голову, что, скорее всего, мероприятие было названо «круглым столом» потому, что основное микрофонное время на ней было отдано компании «Круг».

Андрей Дегтяренко: «Читать, очевидно, нужно так». Нет, Андрей, читать нужно именно так, как написано, а не придумывать собственные версии. Я не обладаю знанием Эзопова языка, да мне этого и не нужно. Поэтому пишу всегда ровно то, что думаю. Вы отметили, что у меня это неплохо получается, так зачем же интерпретировать то, что в этом абсолютно не нуждается? Не зная меня лично, вы делаете неправильные выводы, что вполне объяснимо, ибо каждый из нас может оценивать любую ситуацию лишь с позиции



«... скорее всего, мероприятие было названо «круглым столом» потому, что основное микрофонное время на ней было отдано компании «Круг».

того, как поступил бы сам в схожем положении. То, что из отказавшихся вступать в МАПП в 1999-м крупных питерских сувенирных компаний, осталась в отрасли и продолжает успешно работать как раз только одна единственная — компания «Амбер» - это печальный факт. Жизнь не дала мне (да и вам тоже) возможности проверить, насколько помогла бы в этой ситуации ассоциация. Но если думать как вы, что членство в ассоциации «не имеет равным счетом никакого отношения к коммерческим результатам тех или иных компаний, удачам или неудачам», то тогда зачем их вообще открывать и в них вступать? Год назад на собрании РАППС вы не говорили собравшимся из президиума подобных вещей! Мало того, совсем наоборот, пытались их убеждать в полезности и нужности ассоциации именно для них. Или польза от ассоциации может иметь место единственно, если название у неё РАППС? То, что вам «неизвестно ни об одном примере консолидированных коммерческих действий на рынке» совсем не означает, что такие действия невозможны или не нужны. Их нет, в этом вы правы, но лишь в силу неразвитости сообщества. А она может быть преодолена только через систему определённых действий и поступков, определённого влияния. Для того, что влиять и совершать другие подобные действия, необходима аудитория, которая если и не желает этого сознательно, то, по крайней мере, не препятствует этому влиянию. Вот таким местом и может быть ассоциация. И вовсе не в том состоит моя мысль, чтобы «членство МАПП в нагрузку», а в попытке создания аудитории из таких компаний, которым нравится покупать мой товар. Я питал надежду, что им могут понравиться и другие мои проекты и мысли. Ну не получилось... Но не оттого, что мысли плохи, а потому, что сообщество не было готово. Подозреваю, что не готово оно и теперь. И я действительно не разделяю себя, свою коммерческую деятельность и ассоциацию, ибо я психически нормальный (надеюсь) человек, и не страдаю раздвоением личности. Мои проекты — это мои детища, которые являются продолжением меня, так же как и я являюсь лишь их частью. У вас иначе?

Цели у некоммерческих ассоциаций всегда одинаковые — делать вместе то, чего



в одиночку достичь либо сложно, либо невозможно совсем. И здесь нет разницы между МАПП (РАППС, IPSA) и «Amnesty International, Greenpeace или «Общества защитников Химкинского леса». И если цель — больше зарабатывать, и этого возможно достичь при помощи обмена информацией и опытом, то почему бы и нет? Другой вопрос, что в России благосостояние компании может напрямую зависеть именно от обладания какой-либо информацией или опытом, которых нет у других. И делиться ими для этих компаний, наверное, самая худшая из идей, которые только могут появиться в голове. И это одна из главных причин, по которой РАППС, например, не работает. Там слишком много амбиций, слишком много соперничества, слишком большие эго, и совсем нет свободной мысли.

Мне кажется, Андрей, что вы путаете демократию с общинностью первобытных людей. Вам кажется, что МАПП (про IPSA судить не берусь, мне не всё там понятно) — авторитарная организация потому, что решения в этой структуре принимаются одним человеком, а коллективное принятие решений вы ошибочно считаете демократией. «Подлинная демократия» - это сообщество свободных людей, которые большинством голосов избирают того, кто будет принимать решения, и, соответственно, нести за них от-

ветственность. Контроль над тем, какие решения принимаются, возлагается на оппозицию (в политике, а в подобных структурах на ревизионную комиссию), критика которой учитывается при анализе деятельности избранного. Если, с точки зрения большинства, выбранный не справляется с возложенной задачей, его заменяют на другого, избранного таким же порядком. Принятие решений «всем миром» — это не демократия, а практика наших далёких предков, которые о демократии даже и не подозревали. Даже в индейских племенах, которых европейцы называли дикими, уже существовала более прогрессивная форма принятия решений — совет старейшин, а не совет племени, прообраз которого вы всё время пытались построить в РАППСе. В современном обществе (даже таком отсталом, как российское) такую систему можно считать утопией. Поэтому решения и «застревают» в РАППСе. Преимущество МАПП и IPSA (во времена Таранова) над РАППС действительно есть, здесь я соглашусь, но состоит оно в том, что в наших ассоциациях правильно понимаются демократические принципы, в отличие от РАППСовской «лебедь-рак-да-щучьей» демократии. То, что вы, Андрей, считаете демократией, на самом деле является способом избежать личной ответственности за принятые решения.

Цели у некоммерческих ассоциаций всегда одинаковые — делать вместе то, чего в одиночку достичь либо сложно, либо невозможно совсем. И здесь нет разницы между МАПП (РАППС, IPSA) и «Amnesty International, Greenpeace или «Общества защитников Химкинского леса».

Как я отмечал выше, демократия — это, как раз, прежде всего ответственность. Коллективные решения уничтожают саму возможность таковой. В России в целом это привело к тому, что люди не только не желают нести какую-либо ответственность за решения, но они уже не хотят даже избирать тех, кто эту ответственность готов нести, ибо выбор — тоже ответственность. Вы правильно отмечаете, что спрос на ассоциацию имеется лишь в «пассивном» виде. В авторитарных государствах общество всегда пассивно. Люди свыкаются, а затем, сродни стокгольмскому синдрому, даже находят удовольствие в своей несвободе. В обмен на это они получают возможность брюзжать и не любить власть. В общем, «мужик на барина сердился-сердился, а барин и не знал ни \*уя». Именно поэтому, исходя из материалистического понимания процессов социального развития (бытие превалирует над сознанием), ждать, что кто-то «осознает» — бесполезно. Научиться водить машину можно только за рулём, так и ответственности свободного человека можно обучаться только в условиях демократического окружения.

Конечно, наверное, не совсем правильно, что я являюсь бессменным президентом МАПП уже двенадцать лет, но в существующей организации нет личности, которая могла бы

меня заменить. Появится — уступлю место без борьбы! Может вы, Андрей, согласились бы?

Вряд ли кого-либо, кроме моих сотрудников может заинтересовать, насколько я хороший предприниматель, однако, ваше, Андрей, суждение на этот счёт не выглядит убедительным. В самом начале своей статьи вы утверждаете, что мы «лично практически не пересекались», поэтому получилось как в том стихике: «Я Ленина не видела, но я его люблю». Про «тексты» судить не берусь (я их только пишу, читают другие), но причинами «возникновения и сохранения ассоциации и журналов» никак не могут быть журналистские таланты, если таковые вообще имеются. Ассоциация и журналы — предприятия, и требуют таких же усилий и управления, как и любые другие фирмы.

Ну, да Бог с ними, гораздо интереснее в данной связи мне кажется сам вопрос, который невольно затронул господин Дегтяренко: кого можно считать в России хорошим предпринимателем, и в каких единицах

успешность должна измеряться. Сразу же скажу, что для себя не желал бы мерки журнала «Forbes» — в денежных единицах. Считаю, что этот эквивалент больше подходит для товаров и услуг, чем для оценки людей. Как-то сразу невольно вспоминается сцена из бессмертного творения А. Островского «Бесприданница»: «Вещь... да, вещь! Они правы, я вещь, а не человек». Тем сложнее может получиться определение успешности предпринимателя, но и тем интереснее могла бы получиться дискуссия. Уважаемый читатель! Если тема заинтересовала тебя, пиши в редакцию, интересные материалы мы обязательно опубликуем.

Во всём остальном я согласен с Андреем Дегтяренко и считаю, что если бы подобных дискуссий было больше, то это, несомненно, принесло бы пользу как отрасли в целом, так, возможно, и отдельным её предприятиям. Надеюсь, что Андрей выплеснул на страницы нашего предыдущего номера журнала все негативные эмоции, которые он накапливал долгими годами, в отношении меня лично, и теперь мы сможем продолжить беседы на более профессиональном и менее персональном уровне. Делиться есть чем, было бы желание...

**P.S.** Скромность украшает Андрея Дегтяренко лишь в тщательно отобранных им для этого местах, как листик — Аполлона, поэтому он скромно приуменьшил количество прочитавших его стародавнюю статью о МАПП на ресурсе «Сегмента». На момент выхода журнала к статье обратилось 667 человека, а на конец мая их количество выросло до 823, а это уже больше ста пятидесяти, а не «сотня», что составляет почти четвертую часть от всех просмотров! Совсем неплохо для статьи, опубликованной в ноябре 2009 года. Мне же это ещё раз доказывает, что журнал работает, и тексты в нём публикуемые имеют непосредственный отклик у читателей.

**Лео Костылев Президент МАПП**



## Not to possess, but to access

Leo Kostylev, the president of IAPP, provides a detailed response on the article by Andrei Degtyarenko "Everyone gets according to his deserts" published in issue #47 and touches even more important for the industry problems.