

СКОЛЬКО «Ф» В СЛОВЕ «КРЕАТИВ»?

Вот и я о том же! Может, попробовать по-английски? Опять не получается! Как ни крути, а в слове глухих согласных не сыщешь. Как и в смысле этого слова не

случае её утери. И уж тем более нелепо разыскивать творчество в утилитарных изделиях, которые совсем не для этого производились и продаются. Поэтому, видимо, и прячется суть за красивые, иностранные, непонятные слова.

И если уж где и подходят совсем близко друг к другу изделия подарочно-сувенирные к творчеству, то это календарная продукция. И как же рад я был, что наконец-то, не со страниц своего журнала, прочитал здравые рассуждения в отношении календарей и ежедневников как новогодних бизнес-подарков. Не прошло и десяти лет, как в отрасли появилось хоть какое-то лобби на эту тему! Полиграфисты и сейчас ещё

заложено никакой коммерческой составляющей, как ни привязывай её туда. Всё-таки, коммерция это воспроизводство денег, и поэтому, ни из чего иного, кроме денег она рождаться не может, и также неотвратно, не может трансформироваться ни во что иное. А «креатив», он же – творчество по-русски (и зачем заменять уже имеющиеся в языке слова иными, иностранными!), это воспроизводство человеческого сознания в материале. И так же в коммерцию, сиречь деньги, не трансформируемое. Основной принцип творчества прямо противоположен коммерческому: в первом предложение рождает спрос, в последнем, наоборот, спрос рождает предложение. И не надо здесь загибать пальцы и тыкать в Леонардо да Винчи! Да, его картины стоят миллионы, но стоимости эти и называются страховыми, чтобы обозначить не ценность творческой работы, а лишь компенсацию в

видят мокрые сны на тему новогодних подарков, а РБК в октябре обещает опубликовать исследование на эту тему. Предлагалось и мне принять в нём участие, но не как специалисту, а как рекламодателю. Я же, прочитав анонс исследования, понял, что ничего путного у них не получится, готовят исследование совсем не те люди, которые хотя бы писали упомянутые мною выше статьи. Спонсировать же халтуру желания нет, хоть за ней и стоит такое громкое имя.

Наверное, в этом и заключается главная беда российской экономики – в дилетантизме. Отсутст-

вие качественного высшего образования, слабость и беспомощность школы и профессионального образования породили целые поколения людей, которые уже не понимают, что для того, чтобы успешно работать, необходимы специальные знания. Или хотя бы культурный уровень, если уж с образованием так тяжело. Без образования и культуры не только конкретные люди, а вся нация обречена. Какой уж тут креатив?!

Конечно, это не мешает делать «бабло», а может даже и помогает, уменьшая количество психологических задержек на пути к «чистой прибыли». Но ведь нельзя же вечно наслаждаться шутками «Comedy Club»! Когда-то должно наступить «несварение мозга». Одну из прочитанных мной недавно статей Новодворская строит на вопросе, кому сейчас нужен Толстой (и даёт, кстати, неверный ответ), с его князьями и неразделёнными любовями-морковьями. И вправду, если есть возможность заменить его на Петросяна, Толстой не нужен. Не нужно и многое другое: ну кто теперь ходит в оперу или в художественные галереи? Кто

может отличить дорические капители колонн от ионических? Кому нужны скульптура, архитектура, балет, книги? Нет, я не те книги, которые читают в метро, имею в виду, а настоящие, которые не помещаются в карман и весят слишком много, чтобы их на весу читать. Культуру можно черпать из Интернета по безлимитке. Кому гигабайт культуры? «YouTube» лучше, чем «U2», и поэтому какая-нибудь съедобная российская фирма должна его купить и переименовать в «ТыТуп»! Но это уже лучше, чем «ТыТруп» – спектакль, который мы наблюдали в 90-е.

Культура становится виртуальной, перемещаясь из пространства реального в вымышленное, созданное нулями и единицами. Время, когда герой американского блокбастера «Demolition Man» (прости, читатель, не знаю, как российские переводчики исковеркали это название на русском)* в исполнении Сталлоне с Сандрой Баллок занимались виртуальным сексом в шлемах, оказалось не так сильно удалённым в будущее, как представляли это авторы! Самоуправляемых автомобилей всё ещё нет, но дети в переходном возрасте влюбляются уже не в известных артистов и футболистов, а в нарисованных персонажей «манги»**. До секса с ними – рукой можно дотянуться:

- Ты уже кончил, дорогой?
- Ах, ах, красиво!

Нация, назвавшая телевизор «ящиком», упёрлась в него всем телом, залезла внутрь, как тот японский бомж в коробку из-под телевизора «Sony». И конечно, в этом потоке ржания вперемешку с реалити, когда каждый понимает, что героем любого шоу или программы может легко оказаться он сам, теряют значение трагедии Анны Карениной и Андрея Болконского, меркнут идеалы самосовершенствования Пьера Безухова и Константина Левина. Голова перестала быть основным органом человеческого тела, уступив свою позицию центру тяжести – животу. Жрём от пуза, хохочем, надрывая животы.

Напрягать голову строго противопоказано, ибо тогда на ней плохо будет сидеть каска. А место под неё, по-прежнему, забронировано для каждого россиянина, носящего яйца в штанах. Уже всему миру ясно, что армия, как любой другой бизнес, должна быть профессиональной, и лишь в России, обутые в портянки в двадцать первом веке мальчишки, обязаны отдавать долг Родине, у которой ничего не брали в кредит. Аморальная история! Они думают, что любят Родину безвозмездно, а она ведёт бухгалтерию, и выставляет время от времени счета.

И всё же, Интернет это хорошо! Он научил нас мыслить по-новому. Как в коммерции, так и в творчестве. Большие деньги можно зарабатывать мелкими сделками, если их будет много. Большие социальные проблемы можно решать простыми действиями «маленьких людей», если их соберётся достаточно много. Может быть, и в случае с армией, вместо того, чтобы «косить» от неё, всем питерским и московским мальчишкам собраться и дружно пойти в неё, в порядке эдакой Carrotmob-акции? По крайней мере, это было бы настоящее веселье, а не то, что впрыскивается в головы несчастных владельцев телевизоров с голубых экранов.

Лео Костылев
Президент МАПП



ENG Leo Kostylev is discussing urgent problems of the Russian economy and, in particular, souvenir market. According to him, dilettantism in those who claim to be professionals and experts is the major problem. The narrow-mindedness and stupidity of the people ingurgitated by the contemporary virtual culture is a serious problem as well. Tragedies of Tolstoy's characters are getting lost against the background of TV shows, and teenagers fall in love with manga characters instead of famous actors or football players. We must learn how to think in a new way both in business and creative art to be saved.

* Фильм «Demolition Man» в российском прокате выходил под названием «Разрушитель» (прим. ред.).

** Манга – японские комиксы, также иногда называемые «комиксу» (прим. ред.).