

# ЧУЮ КУЧУМА!

Лучшие, самые добрые праздники года остались позади. Новый год, Рождество, Старый новый год. Последним аккордом веселья и радости будет масленица на второй неделе февраля. А дальше - весна. С её жёсткими, отмеченными печатью классовой ненависти и



насилия торжествами: День защитника Отечества, 8 Марта (поводом для которого послужила первая женская стачка). А там и ещё горше, майский дубль – сначала Первомай, учреждённый Интернационалом в память «о героической борьбе американского пролетариата в Чикаго», а сразу за ним День Победы. И хоть уже мало осталось тех, кто ещё в состоянии вспомнить (а тем более был свидетелем), кто кого и когда побеждал, но вновь по Москве поедут фанерные ракеты и картонные бронемашинки. Немогущие никого испугать, неспособные никого обмануть, но лишь годные для того, чтобы вывести из строя московские мостовые. И даже христианский календарь подкачал, оставив на весну самый печальный из своих праздников - Пасху. Последние земные дни Христа и его мучительный уход. И хоть есть жизнеутверждающее начало в пасхальной традиции, когда люди целуются, говорят друг другу: «Христос воскрес», всё же трудно забыть тот факт, что воскрес Христос по воле Отца своего, а вот распят был по желанию большинства. Того самого большинства, которое и отмечает свои «великие» кровавые свершения всю весну подряд. «Я думаю, право ли большинство? Право ли наводнение во Флоренции» – писал молодой Андрей Вознесенский, который, может быть, один задумывался над этим в 1967 году. А Библия, где этот вопрос решён уже две тысячи лет назад, пылится тем временем в дальнем углу какого-нибудь запасника российской библиотеки. Невостребованная, запрещённая, ненужная. Теперешние правители на Пасху идут в церковь, а 9-го мая вскарабкиваются на угол Мавзолея как пауки, пригретые первыми лучами весеннего солнца, выползающие расставлять свои сети в углах окошек деревенской избы. Оставим, однако, проблемы их личностной раздвоенности им самим и их медикам, а сами задумаемся над тем, что же должны делать весной мы, торгующие подарками и сувенирами?

Изображать из себя неких свободных коробейников, в духе Садко, которым и дела нет до того, что празднует народ, лишь бы товар раскупили? «Налетай, не скупись!» Вопрос, на самом деле, не праздный. Может ли представитель коммерческой структуры иметь моральные устои? Может ли

совершать поступки, явно противоречащие выгоде своего бизнеса по причинам идейного содержания? И если хоть на один из этих вопросов можно ответить утвердительно, то можно ли считать такого человека хорошим бизнесменом?

Американцы любят говорить: «*Nothing personal. Just business*».<sup>1</sup> Причём, выражение очень быстро перешло в употребление к мафии. Убивая друг друга, они утверждают, что это лишь бизнес, ничего личного. Годится ли нам, остальным предпринимателям, логика, которой легко может пользоваться наёмный убийца? Но разве не так же поступают с нами наши банки? Когда у нас возникают трудности с выплатами кредитов, банк готов снять с нас последние штаны. *Nothing personal!* Когда же трудности у банков, то их выручает государство, отдавая им в долг собранные с нас налоги! *Just business*.

А что скажешь о производителях вооружения, для которых войны и кризисы – лучшие времена? А наркобизнес, который начинается с обычного возделывания крестьянином своего земельного надела. Только выращивает он не картошку со свеклой, а опийный мак или коку. Но что поделать, что выросло, то выросло! Или производители табачных изделий, которые на абсолютно законных основаниях отравляют человечество никотиновыми смолами. При этом, в ЕС, например, ежегодно выделяется миллиард евро (задумайтесь над масштабами!) на дотации производителям табака, и ровно такая же сумма на пропаганду вреда курения! Европа захлёбывается от нехватки денег, а я вижу два миллиарда, которые могли бы найти лучшее применение.

Так что же получается? Рынок аморален? Современная экономическая модель несовместима с нравственными принципами? Не совсем так. На самом деле, любая экономика аморальна сама по себе. Именно поэтому, кроме экономиче-

ских, должны создаваться и законы идеологические, влияющие и утверждающие определённые нравственные ценности. А для этого необходимо разобраться в том, что такое «хорошо», и что такое «плохо». В современной России, к сожалению, чёткого понимания пока не найдено. Отсюда и праздники такие, что не только радоваться, но даже выпить в честь них не хочется.

А что же наш сувенирщик? Ему остаётся задача нелёгкая – отыскать в календаре такие даты, которые могли бы стать праздником для всего народа. И чтобы радостно было и весело их праздновать, и чтобы не только водкой их встречать, а похмельем провожать. Что ни говори, задача не из простых! Но разве бизнес боится сложностей?

**Президент МАПП  
Лео Костылев**



**ENG** The president of IAPP Leo Kostylev thinking about how to combine the modern economic model with moral principles and whether such combination is possible.