

HUBSPEAKERS[®]

magazine



Евгений Бутман:

**«Люди, которые умеют
четко выразить свои
мысли, чаще становятся
бизнесменами
и руководителями»**

ТЕМА НОМЕРА:

**ПОЧЕМУ РОССИЙСКИЕ
СПИКЕРЫ НЕ ВОСТРЕБОВАНЫ
ЗА РУБЕЖОМ?**

EXCLUSIVE. ИЦХАК АДIZES:

**БУДУЩЕЕ В НЕЙРОПРОДУКТАХ,
ВО ВСЕМ, ЧТО СВЯЗАНО
С ИНТЕГРАЦИЕЙ
ТЕХНОЛОГИИ И МОЗГА**

.....
ТОП-9
САМЫХ СТИЛЬНЫХ
СПИКЕРОВ
.....

**КАРТАВЫЙ ЭКСПЕРТ.
А НУЖЕН ЛИ ТАКОЙ ОРАТОР?**

ЕЖЕГОДНЫЙ БИЗНЕС-ФОРУМ ПО МАРКЕТИНГУ

DIVE IN
MARKETING
2017

Москва+online

18-20 МАЯ

700
УЧАСТНИКОВ

35
СПИКЕРОВ

3
ДНЯ

НА ОДНОЙ СЦЕНЕ

- Крупнейшие маркетинговые / рекламные / digital агентства
- Бизнес-кейсы большого бизнеса: McDonald's, МТС, Мегафон и др.



Андрей Ушаков
Менеджер по Цифровому
Маркетингу McDonald's



Мария Яковлева
МТС, head of marketing
communications
department



Иван Петрушин
Старший специалист по
интернет-размещению
Маркетинг B2C «МегаФон»



Герман Гаврилов
Co Founder & CEO
в Roistat



Алексей Окара
Основатель PinALL-
сервиса выбора CRM



НОВЫЙ ПОДХОД К ФИЛОСОФИИ ОБУЧЕНИЯ, ЛОМАЮЩИЙ УСТОЯВШИЕСЯ СТЕРЕОТИПЫ

- Основной поток рассчитан на специалистов по маркетингу, pr, digital и рекламе
- Отраслевой поток рассчитан на ТОП-менеджеров, линейных руководителей, собственников бизнеса
- VIP-ДЕНЬ. Ужин, концертная программа, подарки от партнеров и спонсоров мероприятия, вечеринка со спикерами. Формат – кулуарное общение.

Еще больше активностей, только реальный нетворкинг!

ЕКАТЕРИНА СТАРОСТИНА
ДЕПАРТАМЕНТ ПРОДАЖ

По вопросам приобретения партнерских
пакетов и участия в мероприятии

+7 (925) 258-98-41
es@dnbd.su

ИЛОНА АВИЛОВА
BRAND-ДИРЕКТОР DNBD
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР

По вопросам выступления, информационному
сотрудничеству и аккредитации СМИ

+7 (903) 111-00-70
ia@dnbd.su



HUBSpeakers Magazine

16+

№ 1 (февраль, 2017)

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР	Елена Гришнева
ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР	Юлия Жидкова
ЛИТЕРАТУРНЫЙ РЕДАКТОР	Ольга Гаврилина
КОРРЕСПОНДЕНТЫ	Влада Смоленкая Наталия Краснова Дарья Варламова Татьяна Ефремова Денис Епифанцев Светлана Жучкина Маргарита Шило
КОЛУМНИСТЫ	Галина Кярияйнен <i>(Футурология и бизнес. Выбрать оптимальную стратегию и избежать катастрофы)</i> Михаил Дербасов <i>(Картавый эксперт — а нужен ли такой оратор?)</i>

Все вопросы, связанные с изданием журнала, можно задать по телефону +7 906 785 33 41 (WhatsApp 24/7).

Журнал HUBSpeakers Magazine основан компанией HUBSpeakers в 2017 году.

Адрес редакции, учредителя и издателя:

119180, г. Москва, ул. Большая Якиманка, 17/2, офис 115. Телефон: +7 (495) 369-19-41. E-mail: info@hubspeakers.ru

Подписаться на онлайн- или офлайн-версию журнала можно на сайте hubspeakers.ru

Тираж 999 экз.

Первый журнал о спикерах HUBSpeakers Magazine был запущен на краундфандинговой платформе Бумстартер!

Благодаря вашему активному участию проект получил более полумиллиона репостов, а благодаря поддержке партнеров суммарный охват по рассылкам и публикациям в социальных сетях превысил 50 тыс. человек. Хотим отдельно поблагодарить лидеров мнений **Максима Батырева, Александра Белоцерковского, Андрея Ващенко** за поддержку проекта!

Спасибо партнерам **Tutoronline, Trainings.ru, Event-Live, Sorazvitie.ru, EQtrainings** и, конечно, нашим спонсорам **Марии Балиоз, Василию Медведеву, Сергею Маршак, Ярославу Тихомирову, Алексу Стома, Максиму Щедрину, Наталии Ледневой, Алексею Переведенцеву, Наталии Красновой, Владимиру Гришневу, Михаилу Минину, Татьяне Цыган, Асе Арутюнян** и всем, кто пожелал остаться анонимными! Спасибо вам большое за веру и поддержку! Благодаря участию близких, друзей и всех неравнодушных — мы продолжаем заниматься развитием индустрии спикерства в России!

ОТ РЕДАКТОРА

8

ТЕНДЕНЦИИ

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
БАТТЛ ВМЕСТО
УЖИНА ALA CARTE

10

ИНТЕРВЬЮ

ИЦХАК АДIZES:

«Будущее в нейропродуктах, во всем, что связано с интеграцией технологии и мозга — искусственный интеллект, роботизация, коммуникация, интернет-технологии»



14

СЕО: ПУБЛИЧНОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЯ



ЕВГЕНИЙ БУТМАН:

«Культура слова, умение ясно и красочно выражать свои мысли — это черта образованных людей, которые хорошо чувствуют слово и язык»

20

НИКОЛАЙ
ПРЯНИШНИКОВ:

«Хороший английский, практика и активная позиция – вот то, что помогло бы российским спикерам выступить на зарубежных мероприятиях»



28

ПРОДУКТИВНОСТЬ



12 СПОСОБОВ СТАТЬ
МИРОВЫМ СПИКЕРОМ
ОТ БРЕНДЫ БЕНС

36



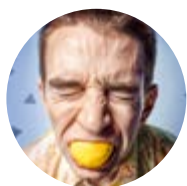
ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ:
5 ПРИЧИН НАУЧИТЬСЯ
КРАСИВО ГОВОРИТЬ

38



ТВОРИ, А НЕ КОПИРУЙ

40



КАРТАВЫЙ ЭКСПЕРТ —
А НУЖЕН ЛИ
ТАКОЙ ОРАТОР?

44



СИСТЕМАТИЗИРУЙ ЭТО
ИЗВЕСТНЫЕ МЕТОДИКИ
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ:

- Getting Things Done
- Метод СПИН
- Система DISC

48

ТЕМА НОМЕРА



52

НАШИ ЗА ГРАНИЦЕЙ,
ИЛИ КАК РУССКОМУ
СПИКЕРУ ПОКОРИТЬ
МЕЖДУНАРОДНЫЕ
ФОРУМЫ



56

РОССИЯ VS МИР:
ПОЧЕМУ РОССИЙСКИЕ
СПИКЕРЫ
НЕ ВОСТРЕБОВАНЫ
ЗА РУБЕЖОМ?

ИНДУСТРИЯ

60



АЛЕКСЕЙ БУДЮКОВ:

«Надо стать личностью, тогда вы будете интересны. Вы будете плохо говорить, но вас будут слушать»

64



ГРИГОРИЙ АВЕТОВ:

«Если бы не "Синергия", торговал бы оружием»

ТАБРИЗ ШАХИДИ:

«Успех — это натянутая тетива, тяжелейший марафон длиною в десятки лет, сумасшедшая ответственность за каждое слово, каждый шаг»

66



78



МАКСИМ ОВЧАРЕНКО:

«Я до сих пор сталкиваюсь с тем, что предприниматели, у которых возникают проблемы, идут не к консультантам, а в ФСБ»

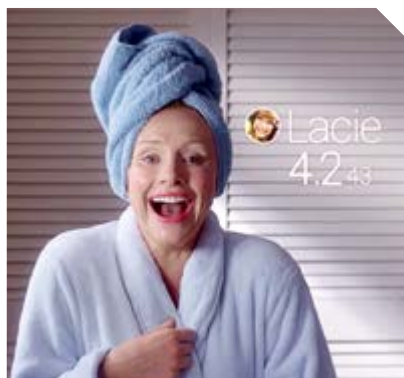
**СКОЛЬКО
ЗАРАБАТЫВАЮТ
продюсеры в России**

74

ТЕХНОЛОГИИ

ДИКТАТУРА
ЛАЙКОВ

84



СПИКЕРЫ: НАУКА

ФУТУРОЛОГИЯ
И БИЗНЕС

86

ВЫБРАТЬ ОПТИМАЛЬНУЮ
СТРАТЕГИЮ И ИЗБЕЖАТЬ
КАТАСТРОФЫ



LIFESTYLE

9 ИЗВЕСТНЫХ СПИКЕРОВ,
ДЛЯ КОТОРЫХ СТИЛЬ —
ЭТО ЧАСТЬ ЖИЗНИ

94



СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ

РАЗОБРАТЬ НА ЦИТАТЫ:
9 ВДОХНОВЛЯЮЩИХ
РЕЧЕЙ ИЗ КИНО

100



Организаторы событий находятся в постоянном поиске интересных спикеров



«Wow! Это было
потрясающе. 10 из 10.
Я хочу еще!»*

Именно такую оценку хочет получить каждый организатор после мероприятия в анкете обратной связи и поделиться приятной новостью со спикером, что тот сделал свой доклад, великолепно. В свою очередь, выступающий эксперт уже догадывался об этом — ведь его не отпускали 40 минут после того, как он закончил говорить. Люди возле сцены обступили его со всех сторон. Кто-то хотел сфотографироваться, кто-то получить автограф в его книге, а кто-то просто подольше постоять рядом со звездой. По пути домой спикер с улыбкой думал о том, что не зря потратил время на основательную подготовку к этой презентации — потребовалось показать много практических примеров из своей деятельности. Нет ничего благороднее и приятнее, чем передавать свои знания другим людям, делиться своим мнением и опытом. Тем более, что за выступление спикер помимо благодарных слушателей и читателей получает достойный гонорар. Приехав домой, он

первым делом написал письмо и поблагодарил продюсера события за великолепную организацию.

Не правда ли — идеальная ситуация? К сожалению, так бывает не всегда. В 2014–2017 годах возрос интерес общества к интеллектуальным и всесторонне развивающим личностям событиям. От публичных лекций людей с творческой профессией и бизнесменов до приглашения почетных и уважаемых гостей — космонавтов, спортсменов, футурологов, в конце концов заслуженных героев России. Однако вместе с тем растет информационный шум. Организаторы непрерывно находятся в поиске интересных спикеров. И, когда дело доходит до выбора персоны для выступления в рамках партнерской конференции или проведения вебинара для региональных подразделений, организаторы часто заходят в тупик — кого же пригласить? Как найти нужного спикера? Как с ним связаться? Возникает большое количество вопросов у организаторов.

В России нет ни одного официального рейтинга, где организаторы могли бы удостовериться, что на мероприятие приглашают достойного спикера. Сложно разобраться в этом потоке информации, кто действительно является экспертом и чей доклад будет интересен слушателям, а кто за

большим количеством упоминаний в Интернете скрывает псевдоэкспертность и может только пересказывать чужие мысли и книги.

Мы создали журнал **HUBSpeakers magazine** — первый журнал в России о спикерах. Он носит информационно-просветительский характер в области публичных выступлений и будет полезен **прогрессивным спикерам и организаторам мероприятий**, которые живо интересуются этим направлением и отслеживают мировые тенденции индустрии. Спикерство можно смело назвать новой отраслью в нашей стране. Она появилась на стыке сфер образования и шоу-бизнеса. Рейтинги, цифры и факты, любопытные истории героев и новые открытия ждут вас в нашем журнале.

Журнал HUBSpeakers magazine входит в группу компаний Hubspeakers. Глобальная цель проекта HUBSpeakers — создание сообщества профессиональных спикеров в России, так чтобы, российские спикеры стали более востребованными как в нашей стране, так и зарубежом. **А HUBSpeakers magazine служит первым манифестом для российской индустрии спикерства.**

Елена Гришневa, главный редактор
HUBSpeakers magazine
elena.grishneva@hubspeakers.ru

* Реальный отзыв после выступления одного известного спикера.

 **16-17 февраля**  **г. МОСКВА**

Мероприятие предназначено для:

- Директоров по связям с общественностью
- Руководителей пресс-служб
- Начальников PR-отделов
- Пресс-секретарей
- PR-менеджеров
- PR-специалистов
- SMM-специалистов
- специалистов по продвижению
- Получить мощный мотивационный и эмоциональный заряд

ПРЕСС-СЛУЖБА
ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

представляет:


общероссийская специализированная конференция
**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ – 2017**



 **20-21 апреля**  **г. МОСКВА**

Мероприятие предназначено для:

- Директоров по связям с общественностью
- Руководителей пресс-служб
- Начальников PR-отделов
- Пресс-секретарей
- PR-менеджеров
- PR-специалистов

ПРЕСС-СЛУЖБА
ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

представляет:



 **20 апреля**  **г. МОСКВА**

К участию в конкурсе приглашаются:

- Представители пресс-служб государственных органов, коммерческих и некоммерческих организаций;
- Пресс-секретари;
- PR-отделы компаний и предприятий;
- PR-агентства;
- Независимые PR-специалисты

ПРЕСС-СЛУЖБА
ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

представляет:

IX ЕЖЕГОДНЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС


**ПРЕСС-СЛУЖБА
ГОДА – 2016**



 **21-23 июня**  **г. МОСКВА**

Мероприятие предназначено для:

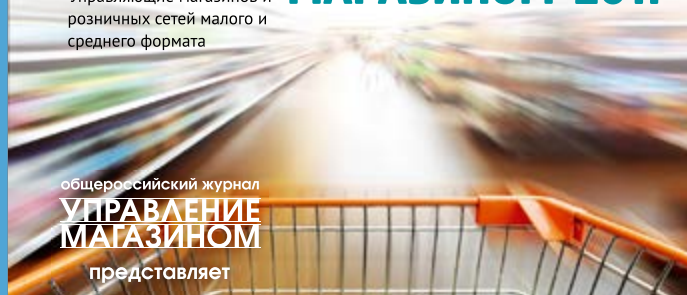
- Владельцы магазинов
- Директора
- Управляющие магазинов и розничных сетей малого и среднего формата

общероссийский журнал
**УПРАВЛЕНИЕ
МАГАЗИНОМ**

представляет

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

**УПРАВЛЕНИЕ
МАГАЗИНОМ-2017**



 **13-14 июля**  **г. МОСКВА**

Мероприятие предназначено для:

- Директоров по связям с общественностью
- Руководителей пресс-служб
- Начальников PR-отделов
- Пресс-секретарей
- PR-менеджеров
- PR-специалистов
- SMM-специалистов
- Специалистов по продвижению

ПРЕСС-СЛУЖБА
ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

представляет:

**SOCIAL
MEDIA
FEST** 2017

**PR И ПРОДВИЖЕНИЕ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

 **6-7 сентября**  **г. МОСКВА**

Мероприятие предназначено для:

- Владельцев бизнеса
- Генеральных директоров
- Коммерческих директоров
- Директоров по продажам
- Начальников отделов продаж

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ

— УПРАВЛЕНИЕ
СБЫТОМ
ЖУРНАЛ О ПРОДАЖАХ

представляет

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
ПРОДАЖИ
2017



**Image
media
events**

знания & опыт



(495) 540-52-76



conference@image-media.ru

www.conference.image-media.ru

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ БАТТЛ вместо ужина a la carte

КАК КОМПАНИИ ВНЕДРЯЮТ
ТЕХНОЛОГИИ EDUTAINMENT
В ПРОГРАММЫ КОРПОРАТИВОВ

Все чаще и чаще развлекательные корпоративные вечеринки заменяются различными интеллектуальными мероприятиями. Эксперты отмечают, что новым трендом в event-индустрии становится проведение корпоративов в формате лекций, творческих встреч с известными людьми, интеллектуальных шоу и состязаний.

Почему компании отказываются от вечеринок в пользу мероприятий с развивающей составляющей?

Обучение — новый двигатель

Личностный рост и интеллектуальное развитие стали синонимами успешности в последние годы. Интерес аудитории подтверждает на-

стоящий бум открытых деловых и развивающих мероприятий, случившийся в 2016 году. Люди ищут мотивацию в нематериальных ценностях и стараются черпать вдохновение в любви к своему делу. На наших глазах сложился новый образ успешного человека — интеллигентного, увлеченного своим делом, образованного и, самое главное, постоянно обучающегося.

«Запрос на интеллектуальный, образовательный досуг, — в первую очередь, общественный, а не узкокорпоративный», — отмечает Надежда Панченко, CEO Star Communications Group (SCG), член Совета РАМУ. Эксперт обращает внимание на невероятное количество edutainment-парков для детей, лекториев для взрослых на абсолютно разные темы, которые

были открыты за последние несколько лет. Среди жителей больших городов стало модно быть умным, проводить «интеллектуальный» досуг, речь идет о появлении нового феномена в сфере рекреации — edutainment. «Безусловно, этому тренду следует и внутрикорпоративная мода: крупные компании просят своих подрядчиков — агентства, которые занимаются организацией мероприятий — разрабатывать корпоративные события в формате TED-конференс и интеллектуальных квестов», — рассуждает Надежда Панченко.

Не менее актуальны и популярны направления, в которых интеллектуальные механики могут интегрироваться в самую развлекательную программу. «В рамках масштабного праздника «День семьи» на заводе Hyundai для



сотрудников и их семей мы организовали познавательный квест по производственным автостроительным цехам», — делится Наталья Жиронкина, генеральный директор рекламного агентства REMAR Group. При организации образовательных или бизнес-мероприятий для своих сотрудников компании стремятся разбавить программу интеллектуально-развлекательными активностями. Наталья рассказала про реализованный проект для компании «Ростелеком». Это была межрегиональная конференция «Питер срывает крышу!» для сотрудников из разных городов России. Концепция мероприятия была построена на том, что для быстрого и эффективного решения бизнес-задач достаточно взглянуть на проблему сверху (в данном случае с крыши

Питера), и тогда решение быстро найдется. Конференция проходила на протяжении трех дней в Санкт-Петербурге на четырех разных площадках города, преимущественно расположенных на крышах и мансардах зданий. Помимо основной деловой части сотрудники приняли участие в экскурсиях и игровых квестах по Санкт-Петербургу и командной игре «Что? Где? Когда?». Таким образом, участники конференции смогли не только решить поставленные бизнес-задачи, но и познакомиться с красотой города, узнать его историю и культуру.

Новые форматы

Для event-индустрии тренд обернулся запросом клиентов на новые форматы мероприятий.

Среди жителей больших городов стало модно быть умным, проводить «интеллектуальный» досуг, речь идет о появлении нового феномена в сфере рекреации — edutainment.



Самым продуктивным и увлекательным видом обучения остается знание, передаваемое от человека к человеку.

«Можно организовать закрытый театральный показ или оперную постановку, выкупить билеты на мюзикл или хороший концерт», — рассказывает Игорь Полонский, руководитель event-agency Director's Cut. Одним из способов организации культурного досуга для сотрудников может стать поддержка знаковых событий. «Вложившись в организацию закрытой зоны «для своих» в рамках музыкального фестиваля или спортивного турнира, компания позволяет своим сотрудникам почувствовать себя по-настоящему важными и значительными персонами», — считает он. Эксперт отмечает, что такие мероприятия несут в себе помимо развлекательной функции, другую, очень важную —

они повышают лояльность, формируют гордость за свою компанию, создают новое информационное поле для общения и обмена информацией. Банкет редко обсуждают после его окончания, а вот театральную постановку, премьеру кинофильма или музыкальный фестиваль обсуждать будут долго.

Самым продуктивным и увлекательным видом обучения остается знание, передаваемое от человека к человеку. На корпоративы все чаще приглашают известных людей, которые готовы рассказать о своем пути и своих достижениях. Компании ожидают, что общение с интересным спикером положительно повлияет на мотивацию сотрудников.

Важно приглашать не профильного эксперта, а человека из другой сферы, а еще лучше, чтобы этот спикер был кумиром для тех, кто его будет слушать. Известный спортсмен, космонавт, художник, писатель, режиссер, актер, бизнесмен (но из другой области), ученый или музыкант — тот, кто сможет открыть новые грани жизни, творчества и бизнеса, рассказать о своем пути, о проблемах, которые стояли перед ним. Практики event-индустрии столкнулись с тем, что работа со спикером и поиск новых форматов для корпоративов с участием новых звезд требует индивидуальной, сложной работы. Эксперты предостерегают от превращения мероприятия в классическую полуротачасовую лекцию, предлагая использовать

другие форматы: ток-шоу, интервью один на один, битву интеллектов. Хорошим промо-ходом будет использование тизерной кампании, розыгрыша эксклюзивного обеда или хотя бы автограф-сессии.

Очевидная проблема в продвижении новых форматов — большая ресурсоемкость разработки. Типовые сценарии, скорее всего, не удовлетворят компанию. Надежда Панченко считает, что использовать типовой контент для интеллектуальных мероприятий нельзя: «Настоящие “интеллектуальные” корпоративы, где участвует большое количество сотрудников, а контент мероприятия связан с профилем организации — дорогостоящий, штучный товар, как при разработке, так и в реализации».

Опыт компаний

Деловая игра — подходящее решение, когда требуется из официального повода сделать интерактивное мероприятие. Рассказывает Елена Пеннер, директор по развитию event-агентства C4Group: «Когда мы разрабатывали идею развлекательного мероприятия для компании Amway, которое должно было пройти в рамках ежегодного собрания,

Все чаще компании привлекают для участия в корпоративных мероприятиях целые семьи, разрабатывая дополнительные программы деловых развивающих игр для детей.

мы предложили концепцию в стиле популярной программы — «Что? Где? Когда? в городе Amway». Эксперт поясняет, что под формат игры была адаптирована деловая часть программы: команды садились за игровой стол по очереди, ведущий обращал внимание на каждого участника, вопросы были подготовлены на основе деятельности компании, ведущий обращался к руководителям за комментариями по поводу планов на следующий год. На заработанные баллы команды закупили реквизит для второй части мероприятия — «Города будущего Amway», где каждой команде было предложено представить свое видение будущего одного из направлений деятельности компании.

Надежда Панченко отмечает, что большинство российских компаний уже успели опробовать и полюбить новый формат корпоративных мероприятий: «Вымпелком (ТМ Билайн) любит квесты и мастер-классы как в качестве формата для отдельных небольших дивизионных ивентов, так и в качестве элемента ежегодного корпоратива. В прошлом году, например, на образовательную часть “большого” корпоратива пригласили Игоря Мана, представителей Google, Twitter и пр., которые выступали в формате TED-конференции перед сотрудниками компании с обзором последних трендов».

По словам Надежды, два года подряд интеллектуальный формат корпоративов использует российский филиал международной компании Align Technology. УК Альфа-капитал

создал корпоративный интеллектуальный «Дебат-клуб», отборочные состязания в рамках клуба проводятся в течение всего года, а финал проходит накануне новогодних праздников. Комус регулярно проводит внутрикорпоративные игры «Что? Где? Когда?».

Все чаще компании привлекают для участия в корпоративных мероприятиях целые семьи, разрабатывая дополнительные программы деловых развивающих игр для детей. Например, компания «Лаборатория Касперского» разработала деловую игру для взрослых и детей — KIPS, которая дает возможность примерить на себя новую роль специалиста команды кибербезопасности и спасти мир от хакеров. Игра стала очень востребованной и за пределами лаборатории. ■

Ицхак Адизес:

«Будущее в нейропродуктах,

*во всем, что связано с интеграцией
технологии и мозга — искусственный
интеллект, роботизация,
коммуникация, интернет-технологии»*

ФОТО ИЗ АРХИВА ИЦХАКА АДIZESА

Доктор Адизес, вы часто консультируете правительства. Какие рекомендации вы дали бы руководству России в сложившейся ситуации?

Россия — великая страна, Россия выжила в войне с Наполеоном, в войне с нацистской Германией, выжила в тяжелые сталинские времена. Ситуация в данный момент сложна тем, что Россия, к сожалению, развивается медленно. Но я верю, что правительство и люди найдут общий язык, а Россия найдет выход из этого кризиса, став благодаря ему сильнее.

Частично кризис обусловлен сильной зависимостью от нефти. Нужно диверсифицировать экономику. Я считаю, правительство крайне мало делает для развития бизнеса. Этого недостаточно — тренировать предпринимателей в бизнес-школах, нужно создать пространство для этого. Основная проблема — в коррупции. Цены на нефть снижаются, нужно полагаться на другой бизнес, но у вас нет другого бизнеса из-за коррупции. В этом суть вашего замкнутого круга.

Сейчас, должен сказать, сложно предсказывать что-либо ввиду динамично развивающихся технологий.

К примеру, сейчас в Турции операцию делает робот, управляемый из Лос-Анджелеса. Пациент в Турции. Хирург в Калифорнии. Как это возможно — делать операцию пациенту за 60 тысяч километров? Это возможно благодаря роботизации.

Вещи, которые происходят сегодня, невероятны. Я сидел за этим столом два дня назад, и мой друг сказал, что они инвестировали средства в стартап-компанию, которая делает очень недорогие спутники, размером с грейпфрут. И каждая компания сможет купить такой и запустить в небо. Вы представляете, к чему это



приведет? Во-первых, это сделает трафик в небе таким, как дорожное движение в Москве. Каждый сможет запустить спутник и отслеживать все что угодно.

Будущее в нейропродуктах, во всем, что связано с интеграцией технологии и мозга — искусственный интеллект, роботизация, коммуникация, интернет-технологии. Любая индустрия, которая основана на физической силе человека, природных ресурсах — будет в проблемной ситуации. В том числе и Россия. Вы зависите от нефти, от газа. Но у вас есть человеческий капитал, чтобы изменить эту ситуацию.

Вы говорите, что традиционные методы прогнозирования не работают. Что посоветуете менеджерам, которым все же нужны прогнозы, чтобы скорректировать направление своей деятельности?

Старайтесь исследовать себя. Я это говорю от всего сердца. Совет для менеджеров России — это методология Адизеса. С помощью этой методологии мы создаем пространство, в котором люди могут раскрывать свой потенциал и делать вклад в общее дело. В безопасном пространстве люди могут думать, объединять свои усилия. Будущее — в исполь-

Я верю, что правительство и люди найдут общий язык, а Россия найдет выход из этого кризиса, став благодаря ему сильнее.



Доктор Ицхак Калдерон Адизес

Один из самых известных бизнес-консультантов мира, блестящий специалист в области эффективного управления бизнес-процессами в компаниях и государственных структурах, эксклюзивно для HUBSpeakers Magazine поделился своей жизненной философией, мыслями о политике, личностном росте и России. Основанный им Институт Адизеса входит в ТОП-10 консалтинговых компаний мира и имеет представительства в 15 странах. Ицхак Адизес является автором 15 книг, переведенных на 24 языка мира. Его книга «Управление жизненным циклом корпорации» считается классическим пособием в теории управления, и была выбрана в качестве одной из 10 лучших бизнес-книг в Library Journal.

зовании человеческого разума и потенциала. И у нас есть методология, которая делает это возможным. Мы доказали в 52 странах, что компании, которые используют эту методологию, растут в стоимости. Все благодаря тому, что они создали пространство, где все люди думают и все люди вносят вклад в общее дело. Это противоположность ситуации, когда только один человек думает и принимает решения. У вас есть намного больше механизмов! Вот сколько механизмов в машине? Тысячи. Машина с одной тысячей механизмов гораздо мощнее, чем машина с одним механизмом.

Моя рекомендация генеральным директорам — использовать методологию Адизеса. Если же вы не хотите ее использовать, потому что это выглядит так, как будто я продаю продукт, то создавайте пространство, в котором люди не боятся говорить, в котором они не будут подвержены санкциям, если заговорят.

Вносили ли вы изменения в свою теорию с течением времени? И как именно? Или ваши идеи вне времени?

Конечно, да. Часто во время интервью, на радио, или вот как сейчас с вами, меня спрашивают: «Доктор Адизес, какие желания вы загадываете на следующий год?» И я отвечаю: «Я хочу в следующем году опровергнуть все свои сегодняшние утверждения!» Почему? Потому что я понял, что что-то новое — это как лекарство. Мы должны всегда двигаться вперед. Анализы вчерашнего дня уже неактуальны. Нам нужны новые лекарства сегодня. И мы работаем над новым лекарством, которое сделает наше нынешнее лекарство устаревшим. Я всегда работаю, меняю и улучшаю методологию, переписываю свои книги. То есть мой ответ: конечно, да, они абсолютно изменились. Лекция, которую я давал в прошлом году, — это совсем не та лекция, которую я даю в этом году. Иногда мне говорят: «О, я уже был на

вашей лекции в прошлом году. Зачем мне приходиться опять?», на что я отвечаю: «Вы не понимаете, целый год прошел, все устарело, это уже не будет та же самая лекция».

Какие решения в вашей жизни вы расцениваете как наиболее важные?

Если бы моя жена сидела рядом, я бы ответил, что женитьба на ней (смеется). Я думаю, я сделал их очень много. Важным решением было уйти из университета, когда я был там профессором, и основать Институт Адизеса. Это изменило мою жизнь. Я основал институт с намерением менять человеческие жизни. Наверное, это было наиболее важным решением.

Кто будет вашим преемником? Кто возглавит Институт Адизеса после вас?

Мы сейчас работаем с моим сыном, он будет следующим президентом Института Адизеса. Не потому что он

Я беру что-то из бизнес-моделей, что-то из артистического искусства, что-то из йоги, что-то из буддизма, медитации, что-то — наблюдая, как растет дерево

мой сын, а потому что его выбрали как нового президента. И после него есть 4-5 молодых людей, которые тоже готовы и хотят продолжить дело и занять эту позицию.

У вас есть планы перенять какой-то опыт из китайского или японского бизнеса? Какие сейчас области изучения интересны для вас?

Да, и не только. Я беру что-то из бизнес-моделей, что-то из артистического искусства, что-то из йоги, что-то из буддизма, медитации, что-то — наблюдая, как растет дерево. Вы можете учиться у кого-либо и чего-либо. Я просто обычный человек. Я могу учиться у водителя такси, он может многому научить меня. Я учусь у каждого. Это одно из моих базовых убеждений — держать свой ум открытым и учиться у каждого, кто встречается на моем пути. Мир бизнеса — это очень малая часть мира, где я черпаю знания.

Я только что закончил книгу по методологии Адизеса и обнаружил, что те же принципы, которые мы применяем для корпораций и правительств, можно применить к семьям и отношениям. Сейчас многие браки распадаются, многие отношения разрушаются и не приносят счастья. И я понял, что моя методология может

помочь им. Эта книга скоро будет опубликована и в России.

Также я пишу еще одну книгу о том, как применять методологию Адизеса к своей личной жизни. Личному развитию, как обходиться с негативными мыслями, как ощущать себя хорошо и быть более эффективным. Я вижу сейчас, как применять методологию Адизеса к разным уровням.

И затем следующий большой проект — как я вижу самые большие проблемы сейчас. Не только в России. По всему миру. Это про коррупцию, она есть везде. Возможно, ее нет только в Швейцарии — не знаю, так как не проверял. Но в любом месте, которое я посещаю, есть коррупция. И никто не знает, что с этим делать. Это как убивать комаров: ты не можешь словить всех, ты должен осушить болото, где они растут. И я сейчас разрабатываю методологию, как осушить болото коррупции по всему миру.

Есть ли какая-то польза от коррупции? Возможна ли ситуация, когда коррупция становится дополнительным стимулом для организаций? Или это всегда зло?

Если мы просто остановим коррупцию, вся экономика будет парализована. Коррупция осуществляет определенные операции на рынке,

но это не самый оптимальный путь. Представьте, в один день коррупция исчезнет. Если бюрократия не работает эффективно, без коррупции все будет парализовано. Потому что коррупция — это необходимое зло в данных обстоятельствах. И решение — в реорганизации всей ситуации, чтобы в коррупции не было необходимости. Но это большой вопрос — как реорганизовать правительство, чтобы не было необходимости в коррупции? Сейчас коррупция растет, потому что она необходима для роста системы.

Если в организованную структуру попадает лидер, который имеет власть, но личная культура которого противоречит культуре структуры, какими методами структура может «защитить» свою культуру и «адаптировать» лидера?

Нужно смотреть на личность человека. Чтобы изменить стиль личности, нужно родиться заново. Человек не может себя перекроить, он вырос именно таким.

Вы не можете изменить личность, вы можете делать лишь небольшие изменения — но это не изменения человека, его личности. Вся его личность, его темперамент, сформированы, в первую очередь, физиологией: феромоны, оптические

Это не нормальные проблемы, если многократные попытки решить их не приносят результата. Вы не видите всей картины, потому что вы внутри нее, то есть вам нужно посмотреть на ситуацию со стороны и совет стороннего специалиста в этом случае будет полезен.

реакции. Он вырос из ребенка именно таким. Поэтому, чтобы изменить стиль своей личности, придется родиться заново. И делать травму в этой личности, ломать ее — это не здоровый способ изменений. Потому я всегда рекомендую более здоровый путь — сменить президента.

Если он уже открыт и демократичен, вы можете подтолкнуть его к тому, чтобы быть еще более открытым. Но если он авторитетен, он боится всего, то попытка сделать его демократичным, гибким, поддерживающим обречена на неудачу. Этого не произойдет.

Какая стратегия более успешная: когда авторитетные лидеры создают изменения своими руками или когда приглашаются сторонние консультанты?

У меня есть книга про управление жизненными циклами корпораций. И на каждом цикле есть специфические вопросы, проблемы, которые стоят перед организацией. Это раз-

ные проблемы: когда организация новая, когда она старая, когда она бюрократизирована.

Некоторые из этих проблем нормальные. Если ребенок плачет, когда он хочет молока, это нормально. Но если он пьет много молока и все еще плачет всю ночь — это не нормально. Обычные, типичные проблемы могут быть решены руководством компании. Но это не нормальные проблемы, если многократные попытки решить их не приносят результата. Вы не видите всей картины, потому что вы внутри нее, то есть вам нужно посмотреть на ситуацию со стороны и совет стороннего специалиста в этом случае будет полезен. Выбор зависит от типа проблемы, с которой вы столкнулись.

Что вы скажете по поводу фрилансеров, тренда удаленной работы. Будет ли это развиваться или же ситуация кардинально не изменится?

С развитием технологий, виртуальной реальности в течение несколь-

ких лет не будет необходимости даже путешествовать: вы сможете побывать в любой точке мира без физического нахождения там. Поэтому, безусловно, ситуация изменится.

Нужны ли организациям до сих пор исследования рынка? Или их заменит более прогрессивный формат?

Погода меняется постоянно, и лучше иметь хороший прогноз. Если реальная ситуация будет немного отличаться — это не так важно. В Мельбурне, Австралия, к примеру, это как четыре сезона в одном дне — погода меняется постоянно, и вам нужно быть готовым к любой ситуации из возможных.

Кого из современных мыслителей или спикеров вы могли бы рекомендовать послушать нашим читателям?

Тони Роббинс, Брайан Трейси. Есть очень много хороших спикеров. ■

Вещи, которые происходят сегодня, невероятны. Я сидел за этим столом два дня назад, и мой друг сказал, что они инвестировали средства в стартап-компанию, которая делает очень недорогие спутники, размером с грейпфрут. И каждая компания сможет купить такой и запустить в небо. Вы представляете, к чему это приведет? Во-первых, это сделает траффик в небе, таким как дорожное движение в Москве. Каждый сможет запустить спутник и отслеживать все что угодно.



Евгений Бутман:

«Культура слова, умение ясно и красочно выразить свои мысли — это черта образованных людей, которые хорошо чувствуют слово и язык»

ФОТО ИЗ АРХИВА KEYС-КЛУБА ИННЫ МОЖАЙСКОЙ.
ФОТОГРАФ ДЕНИС ШАБАНОВ

Вы преподаете в Стартап Академии Сколково, и у вас там высокие индексы NPS (англ. Net Promoter Score — индекс определения приверженности потребителей, индекс готовности рекомендовать. — Прим. ред.). Вы сразу получили такие высокие оценки или какое-то время работали над этим?

Когда я начинал там выступать с лекциями, то даже не знал, что есть такой индекс NPS, и не стремился к

тому, чтобы он был высоким. Так получилось. Я вообще над формальной стороной вопроса не работал, только над содержательной.

То есть, получается, вы не обращались к специалистам по голосу, презентациям?

Нет. Я никогда ни к каким специалистам по поводу того, что я делаю, не обращался. Сам как-то всему научился.

Хорошо. Как вы выбираете деловые мероприятия, где вам выступать?

Я не очень много выступаю. Я стараюсь смотреть, интересна ли мне тема, интересна ли мне аудитория и, если это совместная панель, совместное выступление, интересны ли мне другие спикеры. Смотрю на уровень мероприятия. Обычно мне интересно, когда есть новые темы, которые совпадают с моими соб-

*Обычно
мне интересно,
когда есть новые
темы, которые
совпадают с моими
собственными
ощущениями,
идеями.*





Евгений Бутман

Основатель и председатель совета директоров группы компаний IDEAS4RETAIL, а также основатель ритейл-проекта re:Store — является не только лектором Стартап Академии Сколково, но и востребованным спикером на ключевых конференциях, посвященных ритейлу и маркетингу. В интервью HUBSpeakers Magazine Евгений рассказывает о своем опыте спикера и размышляет о проблемах сферы публичных выступлений в нашей стране.

ственными ощущениями, идеями. Тогда я с большим удовольствием выступаю.

Традиционно считается, что западные спикеры лучше отечественных, и, соответственно, их гонорар выше. На ваш взгляд, почему сложилось такое мнение?

Множество причин, наверно. У нас мало людей, которые, во-первых, могут интересно, содержательно рассказывать, а во-вторых, облекать это в форму, интересную для слушателя. Достаточно часто у нас и конференции, и лекции, и презентации превращаются в муку для слушателей — скучно, неинтересно, затянуто. Люди не умеют сами делать презентации, не умеют и не знают, как выступать, как готовиться.

В странах с развитым рынком существует множество возможностей повысить свою квалификацию в этом качестве, научиться этому. Там компаниям, имеющим развитый сбыт, нужны презентаторы, которые знакомят менеджмент, в том числе региональный менеджмент, с продуктом, тех-

нологиями, ценностями компании. В принципе эта система — объяснять словами, доносить до целевой аудитории, рассказывать — на Западе очень сильно развита, а у нас нет.

У нас в стране вообще, мне кажется, культура слова, умение ясно излагать свои мысли никогда не пользовалась почетом. И культура слова, умение ясно и красочно выражать свои мысли — это черта образованных людей, которые хорошо чувствуют слово и язык. Таких людей всегда немного. Например, люди, которые умеют четко и ярко выражать свои мысли, чаще становятся бизнесменами, руководителями. А на Западе люди, которые хорошо умеют говорить, могут зарабатывать этим своим качеством. У нас же это скорее атрибут людей неординарных.

А как вы думаете, у нас сейчас есть тренд на то, чтобы быть спикером, чаще выступать, выстраивать свой личный бренд, то есть придерживаться западной линии?

Мне кажется, это очень долгая дорога и сложный путь. За много лет я накопил большой опыт выступлений

на конференциях и могу сказать, что такое средний спикер. Например, в половине случаев это человек, который вообще не готовится к выступлениям. У нас не принято готовиться к выступлениям, что меня каждый раз удивляет. Все-таки это работа и определенная ответственность.

Во-вторых, у нас отсутствует культура презентации, этому нигде не учат, в то время как на Западе это общее место, каждый учащийся в школе, в институте делает огромное количество презентаций. У нас долгие годы было чудовищное засилье презентаций, где страница сверху донизу была заполнена бесконечными словами, написанными убогим шрифтом без картинок, без образов, без визуализации. Человек стоит около экрана и нудным голосом читает то, что написано на слайде — вот обычный, среднестатистический спикер.

В-третьих, у нас нет культуры речи, когда человек может, с одной стороны, говорить грамотно и четко, а с другой — коротко, понятно и по сути. Чаще у нас говорят длинно про одно и то же, много раз повторяясь, не умея

У нас отсутствует культура презентации, этому нигде не учат, в то время как на Западе это общее место, каждый учащийся в школе, в институте делает огромное количество презентаций...

подобрать нужные слова. Если вы берете шесть любых спикеров и говорите им, что у каждого есть ровно пять минут, то с вероятностью 100%, в любой комбинации, они не уложатся в отведенное время.

У людей нет чувства слова, нет чувства времени и понимания того, как коротко сформулировать мысль. Это можно научить, но никто не учит. В школах у нас нет диспутов, риторики. Опять же — презентаций вербальных и невербальных, самопрезентаций. Учатся говорить у нас обычно в общении со сверстниками, которые сами говорят плохо и косноязычно, и с родителями, которые говорят на бытовом языке — неточно, неясно, комкая, обрезая слова и фразы.

Мне сильно помогло то, в какой семье я вырос. Мама у меня — филолог, папа — очень хороший рассказчик и хорошо всегда говорил. Помимо прочего, я долгое время работал продавцом, ведя огромное количество коммерческих переговоров. То есть я говорил целыми днями. Ежедневно я разговаривал с заказчиками и очно, и по телефону, и у меня выра-

боталась четкая, лаконичная манера выражать свои мысли.

Мне повезло, я многие годы работал с Apple, они всегда используют образные презентации. Никакого файла, забитого словами. Идея была в том, что презентация должна выглядеть таким образом, чтобы ее безо всяких комментариев можно было просто послать по почте и тот, кто ее откроет, сразу понял бы, о чем она, о чем каждый слайд. Это я тоже умею делать, научился за много лет. Мне кажется, если человек содержательный, то его можно немножко скорректировать, научить лучше выражать свои мысли. Но если человек не в состоянии быть ярким, интересным и доходчивым, то этому, наверно, уже не научишь.

Есть ли у вас такие люди в компании, которые являются презентаторами-евангелистами, помимо вас?

У меня есть люди, которые умеют рассказывать. И в компаниях после моего ухода остались люди, которые умеют выступать публично, но, когда я рядом, им немного тяжело, потому что я сильный спикер, впол-

не уникальный. Не знаю, можно ли такое говорить в интервью, но, думаю, я вполне могу выступать наравне с ведущими спикерами, умею вытянуть любую панель, любую конференцию просто на умении это делать. Кроме того, у нас не требуется часто выступать, требуется нормальный язык для внутрикорпоративной коммуникации, чтобы люди могли нормально разговаривать, изъясняться и понимать друг друга без грубостей, косноязычия и матерщины. Культура речи довольно развита у нас в компании. Может быть, отчасти и потому, что я задаю определенную планку.

Сейчас модно нанимать амбассадоров бренда, например, так сделали S7, Аэрофлот. Они выбрали несколько медийных персон, а те рассказывают на разных конференциях, светских мероприятиях об этих компаниях. У вас есть что-то подобное?

Вы говорите про очень большие бренды, которые могут содержать гигантские маркетинговые подразделения и создавать внутри этих по-



*Если вы берете
шесть любых
спикеров
и говорите им,
что у каждого
есть ровно
пять минут, то
с вероятностью
100 %, в любой
комбинации, они
не уложатся
в отведенное
время*

дразделений разные экзотические должности. Например, как вы говорите, посол бренда. Мне кажется, это все старые маркетинговые лекала.

Например, в Microsoft 12 евангелистов, и один отвечает за блокчейн, второй — за определенный пакет продуктов. Они постоянно выступают на конференциях в России и за рубежом, для партнеров и на внутренних корпоративных мероприятиях.

Мне трудно об этом судить. Я выходец из Apple, где был обычно один евангелист. Я понимаю, зачем Microsoft 12 или 112 евангелистов. Я не хочу здесь бросать тень на уважаемых коллег, они наверняка замечательные спикеры и прекрасно рассказывают про продукт, но вы хотите, чтобы я комментировал глобальные корпорации с глобальными подходами, а я не готов. Я представляю относительно компактную, среднего размера российскую компанию. Зачем я буду комментировать Аэрофлот или тем более Microsoft? Давайте поговорим о том, что происходит в реальной жизни, а Аэрофлот или Microsoft — это не реальная жизнь, это большие компании с безумными бюджетами. Давайте говорить о том, что есть в жизни. В жизни есть небольшие, средние компании, которые не могут себе позволить ни 12 евангелистов, ни бренд-амбассадоров, а живут разумной стандартной жизнью, где по одежке протягивают ножки. Давайте поговорим про это.

Чьи выступления вы могли бы рекомендовать послушать? Сейчас такой рынок спикеров: и космонавты, и спортсмены, и скульпто-

ры даже есть. Может, вы кого-то, Веру Полозкову, например, порекомендуете? Не из вашей сферы.

Я не являюсь представителем профессии спикера. Да, у меня свой бизнес, я бизнесмен и, выступая на конференциях, являюсь спикером. Я не очень часто, скорее очень редко, слушаю других выступающих и никогда не даю оценок их работе, потому что в принципе я их не рассматриваю как спикеров. Я их рассматриваю как содержательных людей, которые рассказывают — лучше или хуже — о своей работе, жизни, деятельности. В этом смысле я никого порекомендовать не могу.

Я думаю, спикер — это скорее статус, нежели профессия. Потому что, как вы сказали, интересно послушать содержательного человека, который что-то сделал своими руками, а не просто передатчика. Хотя самые дорогие спикеры в России на сегодня — это журналисты.

Я тепло и с уважением отношусь к тем спикерам, которые являются моими коллегами, то есть предпринимателями или руководителями. Я плохо знаю мир спорта, спортсменов, поэтому, наверно, его недооцениваю. Например, я не считаю, что, в общем и целом, спортсмены могут быть хорошими спикерами. Если в предпринимательстве и управлении умение четко и ясно излагать свои мысли является частью работы, то в спорте к их работе вообще никакого отношения не имеет. То же самое относится к поэтам, актерам. Я считаю интересными людьми хороших писателей. Мне нравится слушать Улицкую, когда она выступает, — она глубокий человек. Что касается журналистов, то, положив руку на сердце, я считаю, что жур-



налисты плохо рассказывают, плохо говорят. Мне не нравится в их выступлениях излишний драматизм, театральность. Я считаю, это все портит и искажает выступление. Это примерно то же самое, как актеры выступают порой с прижатой к сердцу рукой, слезами на глазах и прочим. Но актерство есть актерство.

А если человек содержательный, то его всегда интересно слушать. Я считаю, что проблема больше в этом. Если у человека все в порядке в голове и есть внутренняя философия, убеждения, стержень, он в любом случае будет хорошо рассказывать.

Вы несколько лет назад открыли музей техники Apple в Москве,

книгу написали еще раньше, как вы стояли у истоков re:Store. А есть ли у вас еще какие-то проекты, о которых не знает общественность. Про музей мы буквально случайно выяснили.

Это хобби скорее. Я написал книгу не о том, как я стоял у истоков re:Store, а о том, как я в принципе построил бизнес Apple в России. Тот бизнес, который сейчас есть, стоит на плечах компании, которую я построил. С того момента, как мы подписали контракт в 1996 году, и до 2011, когда я ушел, мы 15 лет строили этот бизнес. Не только в России, но и в близлежащих странах. Мы сделали настолько замечательные и удивительные вещи, что мне захотелось этим поделиться, и я напи-

сал книгу. Это был такой интересный опыт, и я сейчас гораздо лучше понимаю, как писать книги. Если бы у меня была полноценная готовность, я мог бы гораздо проще, гораздо легче написать еще несколько книг о бизнесе.

Музей — это была давняя идея. Я поддержал владельца коллекции Андрея Антонова, который был душой этого проекта, и мы создали этот музей, начали довольно глубоко разбираться, что такое вообще музейное дело, как устроен технический музей, а не гуманитарный, можем ли мы расширяться на другие области и т.д. К сожалению, тут мы столкнулись с обычной темой нехватки средств, но как-то мы сумели до кризиса 2014 года практически вывести музей на

Если у человека все в порядке в голове и есть внутренняя философия, убеждения, стержень, он в любом случае будет хорошо рассказывать.

окупаемость за счет продажи билетов и сувениров, и это было практически самоподдерживающееся мероприятие. Сейчас я музеем не занимаюсь, потому что мне хватает своей работы, а Андрей Антонов в нем остался. Музей поддержала компания IBS, она заботится о нем, за что им большое спасибо. Какие еще могут выйти проекты из моих увлечений, не знаю, пока не о чем рассказать, но как появятся, расскажу. Время от времени я увлекаюсь разными вещами, не связанными непосредственно с работой.

У нас, например, один из спикеров в 47 лет решил получить права пилота, сейчас как раз заканчивает курсы и летает на кукурузнике сам.

Я знаю несколько человек, которые сделали это в таком же возрасте или более зрелом. Это сейчас менее распространено, а в нулевые годы такие вещи были очень популярны: прыжки с парашютом, экстремальные виды спорта, получение лицензий на управление самолетом. Сейчас, мне кажется, немножко другая история, потому что бизнес требует гораздо большего вовлечения первых лиц. Сейчас время настало время профессиона-

лов, а не любителей. А экстремальный спорт и лицензии на самолет — это все-таки про любителей.

То есть вы по большей части занимаетесь операционной деятельностью?

Операционной деятельностью все-таки занимается менеджмент, но я довольно активно участвую в жизни компании, это правда. Я, в общем, отвечаю на 100% за стратегию, разработку и реализацию стратегии. Знаете, меня удивляет в руководителях компаний то, что они, например, готовы учиться в порядке хобби и увлечения, но гораздо меньше готовы учиться непосредственно своей профессии, в которой они работают. Так сложилось, тем не менее, у нас все самоучки.

А вас не удивляет, что руководители компании часто учатся у тех, у кого нет такого опыта, как у них? Например, руководитель нанимает тренера, чтобы тот обучил продажам, хотя сам занимается этим всю жизнь.

Ни один руководитель не может уметь все. Нужна определенная специализация, и тренинги по продажам — это не самая плохая история.

Конечно, лучше, чтобы человек, обучая продажам, имел опыт продаж и точно понимал, где здесь узкие места. Это желательно. Но как раз в таком обучении или в том, что прибегают к помощи узких специалистов, ничего удивительно нет. Руководители, предприниматели должны уметь базовые или продвинутые знания в каждом сегменте управления: финансы, маркетинг, продажи, логистика, управление персоналом и так далее.

Как люди вообще узнают о ваших проектах? Допустим, вы открыли музей техники Apple. Вы где-то рассказываете об этом?

У меня есть Фейсбук, там у меня больше 3000 друзей и более 1000 подписчиков. В принципе, довольно большая аудитория.

То есть вы через Фейсбук взаимодействуете со своей аудиторией?

Да. Это такие вещи, которые не связаны с работой, поэтому и растет с заметной скоростью количество людей, которые хотят присоединиться к моему Фейсбуку, им интересно, что я делаю. Никакими другими сетями я не пользуюсь. Мне одной достаточно, потому что у меня и так времени мало! ■



ПАРТНЕР В РОССИИ

HUBSpeakers организует бизнес-тур с перелетом, проживанием, питанием и деловой программой в г. Хельсинки. Главной целью поездки станет посещение

Nordic Business Forum 2017, самого значительного и масштабного слета предпринимателей со всего мира.

В этом году на Форуме выступят выдающиеся личности:

сэр Ричард Брэнсон, Джордж Клуни, Адам Грант, Патрик Ленсиони.

Собирайтесь на Nordic Business Forum в компании единомышленников!

Контакты: info@hubspeakers.ru
+7 (495) 369-19-41 +7 906 785 33 41
моб.телефон и WhatsApp 24/7

Место: Хельсинки, Финляндия
Даты: 2-3 Октября, 2017



Николай Прянишников:

«Хороший английский, практика и активная позиция — вот то, что помогло бы российским спикерам выступить на зарубежных мероприятиях»

ФОТО ИЗ АРХИВА НИКОЛАЯ ПРЯНИШНИКОВА

Поскольку наше интервью преимущественно затронет тему публичных выступлений, сразу хотелось бы спросить, какими критериями должно обладать мероприятие, чтобы Николай Прянишников согласился выступить на нем, за гонорар или без гонорара?

Я выбираю мероприятия определенного уровня, которые приносят какую-то пользу, в том числе мне как спикеру. Например, корпоративные мероприятия с хорошим уровнем менеджмента. Я готов рассматривать

все, потому что для меня это обмен мнениями: я задаю вопросы, получаю информацию от коллег, понимаю, чем живут менеджеры. Для меня это интересно.

Развитие определенное.

Да. Уровень компании, уровень людей — для меня важно, когда есть релевантность с двух сторон. Темы выступления могут быть совершенно разными. У меня большой опыт и менеджмента, и лидерства, поэтому если речь идет об управлении командами, разработке стратегий, управлении

людьми, карьерном росте, раскрытии потенциала людей, то я могу быть спикером на таких событиях.

А есть темы, которые сейчас интересуют вас больше всего?

Меня очень интересует тема раскрытия потенциала человека, в том числе через карьерный рост. Я верю, что именно карьерный рост — одна из главных мотиваций, один из главных секретов компаний. Я сам прошел путь от торгового представителя до президента компании и уверен, что никакими сверхспособностями не обладаю,

*Меня очень
интересует
тема раскрытия
потенциала
человека*





Николай Прянишников

В прошлом — Генеральный директор «Вымпелкома» по России, Президент Microsoft Россия и Вице-президент по Центральной и Восточной Европе, ныне — гендиректор World Class, рассказывает о вызовах, которые встретились на его карьерном пути, делится своими планами, целями, а также принципами, которыми руководствуется в жизни и бизнесе.

за исключением, может быть, целеустремленности, желания и готовности двигаться вперед и некоторыми принципами, которые я сам для себя вывел и которыми готов делиться. Многие люди смогут сделать большой шаг вперед, усилив свою мотивацию, увеличив показатели для компании и облегчив тем самым работу HR-ов и генеральных менеджеров. Я сам через это проходил: много времени ты тратишь на то, чтобы найти людей, убедить, мотивировать. Часто, когда приходится выбирать лучшего менеджера, выбирать не из кого, ведь всегда не хватает кандидатов, готовых взять на себя риски и развиваться. И, мне кажется, мои принципы смогут мотивировать большое количество людей в любой компании к росту, а также смогут объяснить менеджерам, кого нужно выбирать в каких случаях. И я готов делиться своим опытом. Это очень актуально.

Я чуть больше года работал вице-президентом Microsoft по центрально-восточной Европе, штаб-квартира у нас была в Мюнхене. Думаю, это интересная тема — каковы перспективы наших руководителей за границей. Как добиться, чтобы наших было больше, чтобы они занимали больше мест? Потому что сейчас, к сожалению, рос-

сиян, стоящих на ключевых позициях в международных компаниях, мало.

В связи с этим, как вы думаете, почему русских спикеров мало приглашают на ключевые международные мероприятия, не СНГ, а западные, англоязычные? Наша страна еще недостаточно себя показала? Почему наш лидерский, спикерский потенциал пока еще не нашел отклика и большого спроса в мире?

Я думаю, это связано с тем, что русские спикеры плохо говорят по-английски. Я скажу откровенно, если сейчас я выступаю на английском почти на таком же уровне, как на русском, то много лет назад этого точно не было. Недавно меня впервые пригласили спикером на крупнейшую мировую фитнес-конференцию IHRSA. Она проходит ежегодно в Америке и в Европе. Думаю, мне предложили выступить там, потому что я сам к этому готов и занял активную позицию. А многие оказываются не готовы. Думаю, язык, практика и активная позиция — вот что помогло бы российским спикерам выступать на зарубежных мероприятиях. Я уверен, что надо это развивать. Если смотреть по

объему ВВП России, населению, уровню страны, очевидно, что должно быть больше русских спикеров.

А сколько времени у вас ушло, чтобы подтянуть свои англоязычные выступления до уровня русскоязычных?

Я начал замечать, что у меня хорошо получается выступать перед международной аудиторией уже после работы в Microsoft, потому что там была возможность не только постоянной работы на английском, но и постоянного общения с большим количеством коллег другого менталитета. Благодаря этому я теперь хорошо понимаю, как реагируют европейцы, как реагируют американцы.

Работая в Microsoft, вы все время выступали?

Да. Было много англоязычных выступлений внутри компании. Если выступаешь где-то раз в месяц, то нужно примерно три года, чтобы отточить свое мастерство. Первый год, первые 12 выступлений, ты учишься. Второй год, еще 12 выступлений, ты оттачиваешь свое мастерство, ну а к концу третьего года твой уровень существенно возрастает.

Если ты выступаешь где-то раз в месяц, то нужно примерно три года, чтобы отточить свое мастерство.

Звучит как рецепт, руководство к действию. Кстати, на заре вашей карьеры вам приходилось много работать, вы занимали две должности одновременно, руководили людьми. Понятно, что работа занимала львиную долю вашей жизни. Как вы считаете, какое оптимальное количество времени человек может жить в таком режиме? Когда стоит задуматься о балансе?

Очень хороший вопрос. Во-первых, я верю, что хороший менеджер может своим балансом управлять. Важно не то, сколько всего ты делаешь, а качество, приоритеты и то, что ты делаешь. В карьере могут быть пики активности, месяцы, когда ты работаешь особенно интенсивно, например, когда запускаешь новый проект или меняешь работу. Когда я перешел в Microsoft, это было совсем новой для меня индустрией, с новыми терминами, новыми понятиями, с новыми партнерами. Первые шесть месяцев я работал очень интенсивно, проводил в день по 10 встреч, а всего за эти полгода, я специально посчитал, провел больше тысячи встреч — и это не считая больших форумов, когда приходилось общаться с большим количе-

ством людей. Просто индивидуальных встреч с партнером, с клиентом, с сотрудниками — тысяча встреч. Желательно даже предупредить семью, чтобы все были готовы. Когда уже вступишь в бизнес, понимаешь терминологию, систему, ключевых людей — тебе становится легче. Тогда ты можешь вернуться к балансу, но вот этот переход нужно сделать, иначе можешь не добиться успеха. Я уверен, что, если бы я этого не сделал, я просто мог бы не справиться в Microsoft.

Вы как-то признавались, что очень хорошо учились в школе и однажды осознали, что этого мало, что нужно быть активным, харизматичным и пристраивать свою линию, иначе можно всю жизнь быть просто хорошим исполнителем. Можете подробнее рассказать, каким образом так получилось — сколько это заняло времени, сложно ли было, что помогало, что не получалось?

Мне кажется, надо развивать в себе такие качества шаг за шагом. Например, ты был скромным, неактивным — и хочешь вдруг стать харизматичным лидером. Такого не произойдет. Но если ты шаг за шагом целенаправлен-

но идешь, то все обязательно получится. Что для этого нужно? Первый шаг — первое твоё выступление, когда страшно произнести речь. Я помню себя, надо было сказать какое-то поздравление, и никто не хотел, а я говорю — давайте я скажу. И я сказал ну очень плохо, все было как-то криво-косо, все ужасно. Потом второй раз надо выступить, и второй раз говорю — давайте я скажу. Уже чуть лучше, третий раз. И, понятно, что в пятнадцатый раз мое выступление было уже значительно лучше.

Точно так же я начал брать на себя ответственность, когда еще был студентом. А как еще ты можешь развить лидерские качества? Например, выбирают старосту, и, конечно, никто не хочет быть старостой, потому что это дополнительная головная боль — за всеми бегать что-то требовать. Никаких плюсов — ни денег, ничего. Давайте я стану, говорю. Стал старостой. Потом стал заявлять себя на первые менеджерские позиции — тогда была позиция руководителя сектора, и никто особо не хотел на нее идти, все спокойно работали, говорю — давайте я стану. Тогда я управлял людьми вдвое меня старше, было очень тяжело, и постепенно нарабатывал

себе авторитет. Я просто шел шаг за шагом, и со временем из скромного, застенчивого паренька, который просто хорошо учился, я превратился в проактивного и не стесняющегося. И если раньше подойти к кому-то и, допустим, представить свою компанию было для меня трудным, то сейчас это уже не доставляет мне никаких проблем, я подхожу, знакомлюсь. То есть, когда мне надо что-то сделать, я занимаю активную позицию.

Что вы считаете самым сложным, самым провальным в бизнесе и спикерстве?

В бизнесе неудачи, конечно, были. Надо понимать, что это продвижение вверх, на самом деле, не прямолинейно — два шага вверх, один шаг вниз, два шага вверх. Более того, надо адекватно оценивать, что корпоративная система, с ее показателями и целями, построена именно так. Она все время идет от достигнутого: чем большего уровня ты достиг, тем большую цель перед тобой поставили.

Это как-то мотивирует?

Это не мотивирует, просто менеджеры должны быть к этому готовы. Есть такая тенденция, ты будешь перевыполнять, потом немножко падать, потом снова перевыполнять — как только мы это понимаем, становится значительно спокойнее.

И как вам было? Что вы себе говорили?

У меня есть несколько выражений, которые я все время вспоминаю. Во-

первых, что это путь, что это не одна какая-то конкретная цель, которой я не достиг, это путь. Просто ты выбрал этот путь, и ты по нему идешь, как бы сложно ни было. Второе — я всегда помню, что в жизни есть баланс, и если сегодня ты достиг большого успеха, то завтра получишь поражение. Когда ты к этому готов, все становится проще. И завтра опять будет успех, если будешь делать все пра-

вильно. Если ты к этому готов, то дальше все воспринимается более радостно: ага, не уволили — уже хорошо, бонус маленький — прекрасно. Мир не такой, какой ты себе задумал в своей коробочке, он точно будет другой — и это, мне кажется, невероятно круто.

Помню одно из своих первых выступлений в World Class. Где-то третье выступление было презентацией

для фитнес-менеджеров по всей компании, для всех наших клубов. Было много человек, и во время включения из Петербурга они говорят: «А вот прекрасная Виктория Шубина, она у нас лидер по триатлону». Я, предполагая, что триатлон — это биатлон, отвечаю: «Да, она, наверное, стреляет хорошо». Все посмеялись, быстро меня поправили,

Помню, надо было сказать какое-то поздравление, и никто не хочет, а я говорю — давайте я скажу. И я сказал ну очень плохо, все было как-то криво-косо, все ужасно.

но было стыдно: пришел руководитель этой компании и не может отличить триатлон от биатлона. Но, честно говоря, мы перевели это в шутку, и я быстро выучил, что такое триатлон. Это оказалось не самым главным, но, в принципе, вот тебе типичный провал, и к этому надо быть готовым.

வில்но. И, наконец, третье, до этого я дошел достаточно недавно и похожую фразу слышал от Мордашова: «а кто вам обещал путь, усталый лепестками роз?» Мне очень нравится это выражение, я скажу даже так — «кто сказал, что будет легко?» Будет тяжело, будут сложности, будут проблемы, поражения, будут кризисы. Ведь вся проблема у нас в ожидании: о, завтра будет хорошая погода или успех в бизнесе, завтра ты перевыполнишь и получишь бонус! А дальше тебя начинают мучить разочарования. А если ты не заиклен на том, что завтра ты получишь бонус, надо уже думать о том, как прожить, если ничего не получишь. Может получиться так, что завтра бонуса не будет, а может так, что завтра будет кризис или

тебя уволят. Если ты к этому готов, то дальше все воспринимается более радостно: ага, не уволили — уже хорошо, бонус маленький — прекрасно. Мир не такой, какой ты себе задумал в своей коробочке, он точно будет другой — и это, мне кажется, невероятно круто.

Вы не переживали по этому поводу, перевели в шутку и как-то отметили для себя, что это нормально?

Это еще один мой рецепт, до которого я дошел и который в себе развиваю: спокойно относиться к маленьким вещам, которые важны только для твоего эго. Это о том, как мы выглядим в мелких деталях. Никто, кроме тебя самого, не уделяет вни-

мания деталям твоего туалета, внешнего вида, незначительным словам. Буквально недавно успокаивал коллегу, которая очень переживала по поводу какой-то фразы, сказанной на пресс-конференции. Ей казалось, что ее за это уволят и будет катастрофа. Я объяснил, что, во-первых, она сказала нормально, потому что контекст был правильным, ничего страшного. А во-вторых, никто этого не заметил, заметила только она одна. В-третьих, никакого кризиса не будет. От этого, мне кажется, надо избавляться. Да, допустил ошибку, сделал вывод и старайся в следующий раз такого не делать, но себя постоянно мучить, что сказал «биатлон» вместо «триатлона» и жизнь на этом закончилась, — это, мне кажется, тупик.

А на кого из спикеров вы ориентируетесь, кем вы восхищаетесь, кто вам больше всего нравится?

Мне очень понравился Джек Уэлч, потому что Джек Уэлч, на самом деле, очень харизматичный и конкретный. Я считаю, он гениальный человек в плане менеджмента и управления. Из российских я бы никого не выделял, но стараюсь слушать и отмечать для себя какие-то плюсы каждого выступления. К примеру, на последнем Санкт-Петербургском экономическом форуме, мне понравились многие спикеры. Итальянский премьер был очень харизматичным и выступал без бумажки — это было очень здорово. Мне очень понравилось, как Путин отвечал на вопросы — правильно, мудро, с юмором. Я считаю, что он в этом плане очень талантлив. Важно учиться чему-то у каждого спикера, а идеальных — ни спикеров, ни людей — не бывает.

Скажите, пожалуйста, какая у вас мечта?

Я думаю, что иметь мечты — это не очень правильно. Я ставлю определенные цели, я их достигаю, а вот мечтать мне не очень нравится. Я считаю, что надо наслаждаться той жизнью, которая есть, текущим моментом. Сейчас было прекрасное выступление — и я им наслаждаюсь. Сейчас я поеду домой — и буду наслаждаться этой поездкой. Иметь цели — нормально, мечтать — у меня сейчас нет никаких мечтаний. Мое, может быть, самое главное пожелание, чтобы это состояние счастья у меня в жизни и осталось, чтобы близкие были здоровы. Если это можно назвать мечтой, то пускай это будет мечта, а на какие-то заоблачные мечтания я время не трачу, считаю, что во много это может быть лишним.

Тогда, может быть, ваши планы или цели?

Я поставил цель увеличить бизнес, компанию World Class, в три раза, и я к ней двигаюсь. За пять лет мы должны вырасти в три раза. Тут, естественно, есть много показателей, но главный — это наша итоговая прибыльность, EBITDA, это наш главный показатель.

Вы открыли недавно клуб в Европе.

Да, World Class Монако, и рассматриваем дальнейшую международную экспансию.

А кто туда ходит? Российские граждане?

Большинство местных, французы, жители Монако. В целом, там интернациональная публика, есть и русские, и англичане, и американцы.



Мир не такой, какой ты себе задумал в своей коробочке, он точно будет другой — и это, мне кажется, невероятно круто...

Нет у меня таких амбиций, мне они кажутся вредными, потому что это как оттачивать свое эго — я крутой, меня пригласили. Это очень опасно. Делай свою работу — и тебя пригласят.

Вы бы хотели когда-нибудь стоять на международной сцене, выступать, как названные вами спикеры, как Джек Уэлч, чтобы вас Microsoft приглашал?

Начнем с того, что они и так меня приглашали выступить на их собраниях. Но ставлю ли я перед собой цель стать таким крутым, как Джек Уэлч? Нет, не ставлю. И, честно говоря, к этому не стремлюсь. Получится, пригласят — слава богу, нет — тоже слава богу. Нет у меня таких амбиций, мне они кажутся вредными, потому что это как оттачивать свое эго — я крутой, меня пригласили. Это очень опасно. Делай свою работу — и тебя пригласят.

Многие руководители компаний стесняются или боятся быть публичными людьми. Особенно в России, кстати. А вы заметили какой-то рост компании, какой-то отклик на ваши выступления?

Да. Я считаю, что топ-менеджеры или лидеры должны быть открытыми и должны выступать. Публичность — это действительно большой плюс и помогает росту компании, росту бизнеса. Но при этом они должны

быть и осторожными. Опасно делать какие-то лишние заявления и прогнозы, это запрещено правилами биржи, правилами компаний. После этих заявлений акции то вверх, то вниз скачут, и, по-хорошему, акционеры могут судиться за такие заявления, поскольку все они должны быть согласованы. Но, на мой взгляд, публичность является плюсом. Например, в том же World Class мне публичность помогает, моя страница в Фейсбуке популярна, мне пишут мои же клиенты, мне пишут партнеры, меня всегда легко найти, и для меня, честно говоря, это является показателем открытости компании. Потому что если клиенту клуба проще найти меня в Фейсбуке и написать мне, а не управляющему, то это моя проблема, потому что наш управляющий должен быть открыт для клиентов клуба.

А это можно как-то посчитать в цифрах?

У меня в Фейсбуке подписчиков и друзей где-то тысяч 9–10, и это, мне кажется, моя дополнительная клиентская база. Всего у World Class — 100 тысяч членов клубов, и если из моих 10 тысяч, допустим, половина

уже клиенты или потенциальные клиенты, а половина из разных регионов, где нет World Class, то эти 5 тысяч — это 5% потенциального влияния на продажу, на отношение к компании и так далее. У всех бизнес разный, мне кажется, что на 5% бизнеса или клиентской базы я могу влиять через свою открытость.

И последний вопрос. Как вы работаете над собой в плане выступления? Кто-то снимает себя на видео и смотрит, кто-то берет с собой двух человек, с чьим мнением он считается, а что у вас?

К своему выступлению я готовлюсь, продумываю и намечаю, о чем буду говорить, а после выступления делаю выводы. Это не какая-то детальная проработка, как с видео. Как правило, я уже по реакции аудитории понимаю, что сработало, а что нет. Какой пример, какая иллюстрация были взяты удачно и аудитория хорошо реагировала, а какая часть выступления была более скучной, менее эффективной для аудитории. Вот это я стараюсь понять по реакции аудитории, по ее глазам, по смеху, по вопросам. ■

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ
ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ

Event **LIVE**

ваш онлайн-источник идей, новостей,
аналитических обзоров
и экспертных оценок
по ивент-индустрии

www.event-live.ru 



проект Выставочного
научно-исследовательского
центра R&C

12+

РЕКЛАМА

12 СПОСОБОВ СТАТЬ МИРОВЫМ СПИКЕРОМ

ОТ БРЕНДЫ БЕНС

*Бренда Бенс,
магистр делового
администрирования,
сертифицированный
профессиональный
спикер, живет и
работает в Сингапуре
уже более 18 лет.
Занимает седьмое
место в рейтинге
лучших мировых
брендиг-гуру. Имеет
представительства
в США и Азии, работает
с клиентами более чем
из тридцати стран.*

Как спикера, успешного поработать на шести континентах, меня часто спрашивают: «**Как мне стать востребованным за пределами моей страны?**» Будьте готовы вложить время, деньги и усилия, а также последовать этим советам.

1 Нужно проработать тему выступления так, чтобы она вызвала интерес в конкретной стране. Затем убедитесь, что основная мысль вашего выступления будет понятна аудитории, перед которой предстоит выступить.

2 Подберите агента в интересующих вас странах. Агентам обычно приходится платить 25–30% вашего гонорара, однако они могут открыть перед вами многие двери. Спросите спикеров с опытом мировых выступлений, к кому они обращались. Если спикеры пользовались услугами переводчиков, то можно попросить их узнать у переводчиков контакты надежных агентов.

3 Обзвоните всех текущих и бывших международных корпоративных клиентов и попросите дать ваши контакты своим коллегам в других странах.

4 Свяжитесь с организациями, в которых вы уже состоите и которые имеют филиалы в интересующих вас странах. Попытайтесь организовать работу по повышению узнаваемости вашего имени в этих странах.

5 Будьте в курсе новостей в интересующих странах, регулярно просматривая первые полосы электронных версий газет. Установите приложение «Оповещения Google» для каждой важной для вас страны или ее столицы, чтобы не пропускать важные новости.

6 Планируйте дела на раннее утро и поздний вечер, если выбранные страны находятся на другом конце света. Для сокращения расходов на связь пользуйтесь про-

граммами Skype и Vonage. Поддерживайте постоянные деловые отношения посредством электронной почты, информационных рассылок, звонков и т.д.

7 Садитесь на самолет и летите к потенциальным клиентам, чтобы встретиться с ними лично, пожать руку и выстроить взаимоотношения. Во многих азиатских, ближневосточных и латиноамериканских странах хорошие личные отношения крайне важны для повышения успешности бизнеса, но их развитие может занять много времени.

8 Летайте бизнес-классом (не только из-за повышенной комфортности и льняных салфеток), ведь там можно встретить будущих международных клиентов. Общайтесь с соседом по креслу. Если возможно, заводите беседу на кухне или в очереди в уборную.

9 Не снижайте размер своего гонорара и не соглашайтесь выступить за меньшую цену, чтобы только с чего-нибудь начать. В дальнейшем, когда вы захотите повысить свои ставки, это может негативно сказаться на имидже. Напротив, старайтесь наработать достойный опыт выступлений в выбранных странах. Если вы уже где-то выступили успешно, то вас наверняка пригласят снова.

10 Если у вас запланировано выступление в той или иной стране, оповестите всех клиентов о времени вашего пребывания там. Убедитесь, что в электронной форме для подписки на вашу рассылку есть поле «стра-

на» или «город», чтобы проинформировать всех клиентов, живущих в других странах, о ваших будущих визитах. Размещайте график поездок в тексте информационных рассылок, подписи в электронных письмах и автоответчика электронной почты. Ведите такой график на сайте Triplt.com с дублированием на Facebook, Twitter и LinkedIn.

11 Если у вас намечается несколько выступлений в одной стране, предложите разделить Ваши транспортные расходы между клиентами. Обычно на это соглашаются даже крупные международные компании с солидным бюджетом, ведь они понимают, что так вы заботитесь и об их финансовых интересах.

12 Когда вы уже находитесь в какой-либо стране, увеличьте на несколько дней время своего пребывания там. Попросите своего клиента (или клиентов) представить вас пятерым людям, которым могли бы быть интересны ваши услуги. Используйте это время для планирования встреч и завязывания знакомств.

ИСТОЧНИК: журнал Speaker (Special Edition 2013), стр. 36.

АВТОР: Бренда Бенс
www.BrendaBence.com



На то, чтобы стать востребованным спикером вне родной страны, конечно, потребуется время, однако выгоды, которые вы от этого получите, с лихвой покроют затраченные усилия.

ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ:

5 ПРИЧИН НАУЧИТЬСЯ КРАСИВО ГОВОРИТЬ

Искусство красиво говорить и завораживать своей речью аудиторию не каждому дано с рождения. Чаще всего это результат долгих и упорных тренировок, работы над собой. Человека, который умеет красиво говорить, можно слушать часами — и это никогда не надоест. Специалисты многих профессий могут достичь небывалых высот в карьере только при одном условии — если они владеют ораторским мастерством. Это относится и к современным предпринимателям, поскольку от их умения расположить к себе людей зависит их финансовый успех. Речь является визитной карточкой любого человека. Для предпринимателя, который хочет достичь значительного успеха в бизнесе, хорошо поставленная, живая и качественная речь является необходимым инструментом. Итак, зачем же предпринимателю уметь красиво говорить?

1

Имидж

Красивая речь является главной составляющей имиджа любого бизнесмена. Уже давно позади те времена, когда жаргонные словечки в разговоре могли впечатлить партнеров. Сегодня высоко ценится интеллигентность, острый ум и образованность. Разговоры «по понятиям» остались в 90-х, и некоторые бизнесмены остро нуждаются в уроках ораторского мастерства, которые бы действительно помогли им налаживать контакты в современных условиях.



2

Репутация эксперта

Искусство излагать свои мысли четко и обоснованно воспринимается окружающими как показатель высокого уровня интеллекта. Наверное, у каждого студента в группе был такой оратор — он мог ничего не знать по предмету, но отвечал на вопрос по полчаса. При этом все, включая преподавателя, внимательно его слушали. Это и есть виртуозное ораторское искусство, обладать которым — высшее благо для бизнесмена. Если к ораторскому мастерству приложить знания и опыт, предприниматель станет желанным спикером на любой конференции.



3

Известность

Предприниматели, которые владеют ораторским мастерством в совершенстве, часто становятся участниками телепередач, ток-шоу, радио-интервью. Это помогает формировать хороший имидж бизнеса, привлекать новых клиентов без особых финансовых вложений. Ярким примером является американская телеведущая и деловая женщина Опра Уинфри. Благодаря своему искусству красиво говорить она добилась огромного успеха в карьере и бизнесе.



4

Влияние

Бизнесмены, умеющие располагать к себе простой беседой и владеющие ораторским искусством, не боятся выступлений перед огромной аудиторией в любых условиях. Это позволяет держать ситуацию под контролем во время важных собраний партнеров и акционеров или страйков недовольных сотрудников. Такие предприниматели умеют убеждать и с легкостью решают конфликтные ситуации обычными словами. Например, речь Владимира Путина отличается спокойствием, взвешенностью, рассудительностью. Ее приятно слушать, она оказывает успокаивающий эффект.



5

Лояльность сотрудников и партнеров

Предприниматели-ораторы пользуются большой популярностью среди сотрудников и партнеров. Их любят за то, что они умеют слушать. Самое главное для виртуозного оратора — это чувствовать аудиторию и откликаться на ее потребности. Например, великий оратор и успешный предприниматель Стив Джобс в своих выступлениях всегда вел себя непринужденно и всецело завоевывал внимание слушателей. Он задавал вопросы аудитории, пользовался реквизитом для наглядных демонстраций. Когда он представлял iPhone на Macworld 2007 года, в своей триумфальной речи он только три минуты уделил телефону — все остальное время он потратил на общение с аудиторией.



Для любого лидера отказ от публичных выступлений — существенная потеря не только в пиаре, но и в капитализации компании. Конечно, есть успешные бизнесмены, которые никогда и нигде не выступают. Например, Сергей Галицкий не любит выступать публично, но это не помешало ему занять 28-е место в списке Forbes. Это скорее счастливое исключение из правил.

Как известно, встречают по одежке, а провожают по уму. И именно в речи любой человек проявляет свой ум. Поэтому ораторское мастерство столь важно для профессионального развития и личного роста предпринимателей.

ТВОРИТЕ, а не копируйте!

Сэм Хорн, автор книги POP!, верит, что авторы и спикеры ответственны за создание оригинального материала. Посредством презентаций, консультаций и мастер-классов она помогла многим разработать уникальный материал для выступлений со сцены, статей в газетах и в Интернете.

Первым делом я спросила своего нового клиента: «С какими темами вы выступаете и как готовитесь к выступлениям?»

Он ответил: «Меня интересуют инновации. Я разработал собственную методику, читая тематические книги и собирая рекомендации. Затем я обобщил информацию в виде 10-шагового плана».

Я была удивлена, что он не понимает всей иронии этой ситуации и ответил: «Ну, раз вы просили меня быть откровенной, то вот мое профессиональное мнение — это не обобщение, а воровство».



Теперь настала его очередь удивляться: «Но это ведь исследование. Мне все советовали этим заняться».

Я возразила: «Чтение книг по схожей теме, написанных другими людьми, и использование материала оттуда в лучшем случае называется заимствованием, а в худшем — плагиатом. Если бы организаторы выступлений хотели знать мнение этих людей об инновациях, они бы их пригласили. Вам платят, чтобы услышать Ваши собственные интересные мысли, а не пересказ чужих книг».

«Но откуда же мне взять эти мысли?» — озадаченно спросил он.

«Создавайте их».

«Но как? Мне рассказали, как оттачивать навыки, строить прибыльный бизнес и продавать свои услуги. Однако никто не учил меня, как изобрести что-то свое».

Ниже описаны шесть способов, как создавать собственный материал для выступлений.

ДЕЙСТВУЙТЕ ВОПРОКИ

Спросите себя: «Люди соглашаются с тем, что я говорю?» Если да, то это скучно. Почему вы тратите их дра-

гоценное время, сообщая им то, что они и так уже знают? Лучше открывайте им глаза на очевидные вещи, оскорбляющие их убеждения. Спросите себя, что аудитория считает правдой в области тематики ваших выступлений и как доказать им, что эта информация ошибочная и устаревшая.

Я написала статью «Клиент НЕ всегда прав», где перечислила критерии, по которым можно определить проблемных клиентов, унижающих ваших наемных работников, и перестать с ними сотрудничать. Она стала одной из самых востребованных моих ста-

тей, так как шла вразрез с общепринятой нормой.

16 лет подряд на конференциях Джон Алстон выступает с докладами, оспаривающими тот факт, что хорошие качества являются результатом внутренней мотивации или подражания. Я помню, будто это было вчера (кстати, это верный признак запоминающегося материала), как Джон стоит с широко разведенными руками и грохочет: «Хорошему нужно учить!»

ЧИТАЙТЕ СВЕЖИЕ НОВОСТИ И ЖОНГЛИРУЙТЕ ИМИ

Пообещайте себе утром в день выступления читать прессу. Выбирайте новости, которые больше всего бросаются в глаза, а затем свяжите их с тем, что волнует аудиторию. Таким образом, вам придется быть оригинальным. Вы будете готовить актуальный тематический материал вместо заученных нудных речей, которые вы совершенствовали в течение многих лет.

Когда я поделилась этими соображениями со своим клиентом, он задал мне вопрос: «Разве упоминание историй чужого авторства из газет не противоречит тому, что вы говорили про заимствование?»

«Хороший вопрос, — согласилась я. — Мой отец часто говорил, что из тех, кто слепо следует правилам, выходят хорошие слуги, но не хозяева. Правила, о которых я говорю, всего лишь рекомендации, а не истина в последней инстанции. Их можно игнорировать, если чувствуете, что это не принесет пользу выступлению или проекту».

Клиент спросил: «А можете привести пример?»

«Недавно я видела Дэниэла Пинка, автора книги «Абсолютно новое мышление» (Whole New Mind) и Алана Уэббера (одного из основателей журнала Fast Company). Дэн брал у Алана интервью о его новой книге «Правила большого пальца: 52 прописные истины для тех, кто хочет преуспеть

Если вы просто рассказываете о том, что случилось с вами, это вызывает мало интереса у слушателей, потому что это история о вас.

в бизнесе и не потерять себя» (Rules of Thumb: 52 Truths for Winning at Business Without Losing Your Self). Я думаю, что нет ничего плохого в том, что вы ссылаетесь на откровения других авторов, если: 1) полностью указываете источник; 2) излагаете их драгоценные мысли, рассказав, как лично вы узнали об авторе; 3) практически заново проживаете момент, когда опыт автора повлиял на вас; 4) доносите идею автора до аудитории, чтобы слушатели смогли применить это для себя».

Клиент покачал головой и спросил: «Как же мне это сделать?»

«Вы как будто помещаете нас в комнату, и мы словно знакомимся с этим человеком и с его идеей методом вопросов и ответов, прямо как мы с вами. К примеру, в книге Алана названия глав лаконичны, но содержательны: «Научитесь воспринимать слово «нет» как вопрос» или «Относитесь к своей работе серьезно. Сами — только и всего».

Я польстила Алану: «Вы умеете, словно Сократ, выдавать эффектные фразы. У Вас есть какая-то система превращения идей в лаконичные убедительные остроты?»

Он ненадолго задумался и ответил: «Да, внимательно слушать и мыслить лозунгами».

Заинтересовать аудиторию и донести откровения автора можно путем «вы-вопросов»: «А вы хотели бы узнать, как мыслить лозунгами? Вы хотели бы научиться облекать свои мысли в «Твиттере» в форму убедительных эффектных фраз? Если да, то вы в нужном месте, потому что мы будем обсуждать три способа, как это сделать».

ПРИМЕРЫ С ДИАЛОГОМ И ВИЗУАЛЬНЫМИ ПОДРОБНОСТЯМИ

Никаких сомнительных историй! Вспомните свой собственный опыт и еще раз проживите реальные ситуации, иллюстрирующие ваше выступление, чтобы мы понимали, о чем вы говорите. Оживляйте каждую историю с помощью диалогов, чтобы мы чувствовали себя не просто молчаливыми наблюдателями. В результате вы действительно почувствуете себя

уникальным, потому что вашу жизнь никто не может повторить.

Клиент спросил: «Почему диалог так важен?»

Если вы просто рассказываете о том, что случилось с вами, это вызывает мало интереса у слушателей, потому что это история о вас. Как говорила героиня Бетт Мидлер в фильме «На пляже»: «Довольно обо мне. Что вы думаете обо мне?»

Как только вы реконструируете, что говорили люди в той или иной ситуации, она перестанет быть вашей личной историей из прошлого. Аудитория будет проживать ее вместе с вами, будет участвовать в разговоре.

ГОВОРИТЕ И ПОКАЗЫВАЙТЕ

Ниша Мани, врач из Индии, имеет право практиковать йогу и иглоукалывание. Она также является военнослужащей из Пентагона, докладывающей начальнику медицинской службы, так как она отвечает за пригодность служащих ВВС США.

Это само по себе интересно, однако речь сейчас не об этом. Дело все в том, что у Ниши и ее друга выдалась возможность посетить церемонию инаугурации Барака Обамы. Вместо того чтобы просто сказать нам, что это было нечто запоминающееся (зевок), Ниша будто перенесла нас на лужайку перед Капитолием, с памятником Вашингтону с одной стороны и Смитсоновским институтом с другой.

Ниша говорит: «Когда мы прибыли туда в шесть утра, там уже было столько народу, что негде даже было расстелить одеяло, которое мы взяли с собой в надежде устроить пикник в

ожидании церемонии. Мой друг посмотрел дерево в нескольких километрах отсюда и сказал: «Давай пойдем туда. Хоть будет, где прикорнуть в течение следующих семи часов».

«Так мы и сделали. Окруженные более чем миллионом человек, мы танцевали, общались с незнакомцами и наслаждались этим историческим днем. Мы были так далеко, что даже не видели ступенек Капитолия. Все, что было доступно, — огромный экран. Дело в том, что мы были за деревом и даже не видели экран целиком, поэтому всю церемонию от выступления Ареты Франклин до Обамы, произносящего слова присяги, наблюдали лишь на половине экрана».

Я сказала клиенту: «Видите, как она интересно рассказывает, используя диалоги и детали при описании этого дерева? Пример Ниши просто образцовый, потому что она говорит о личном опыте, но так, будто мы там тоже побывали».

КАЖДЫЙ ДЕНЬ ПРОВОДИТЕ ОПРОС ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Придумайте вопросы и используйте их для опроса каждого встречного. Вы получите совершенно неожиданные результаты и сможете использовать их для того, чтобы разнообразить свои выступления. Спрашивайте таксистов, как они общаются со сложными клиентами. Узнайте у тренеров Малой лиги, как они мотивируют своих подопечных. Поинтересуйтесь у официанток, как они сохраняют хладнокровие, работая с взыскательными

гостями. Это вдохнет жизнь в ваше выступление, ведь освещаться будет не только ваш опыт.

РЕЙТИНГИ ТОП-10

Вот совет от Дэвида Леттермана. Люди любят списки. Вы выступаете на тему лидерства? Создайте Зал славы лидеров с ежегодным награждением. Проведите соревнование и объявите номинации на своем сайте и страницах в социальных сетях. Попросите членов вашей аудитории дать рекомендации, как сделать выступление более интерактивным. Плюсом будет то, что рейтинги лучших привлекают внимание прессы, ведь журналисты всегда ищут что-то новенькое.

НАПУСКАЙТЕ ТАИНСТВЕННОСТИ

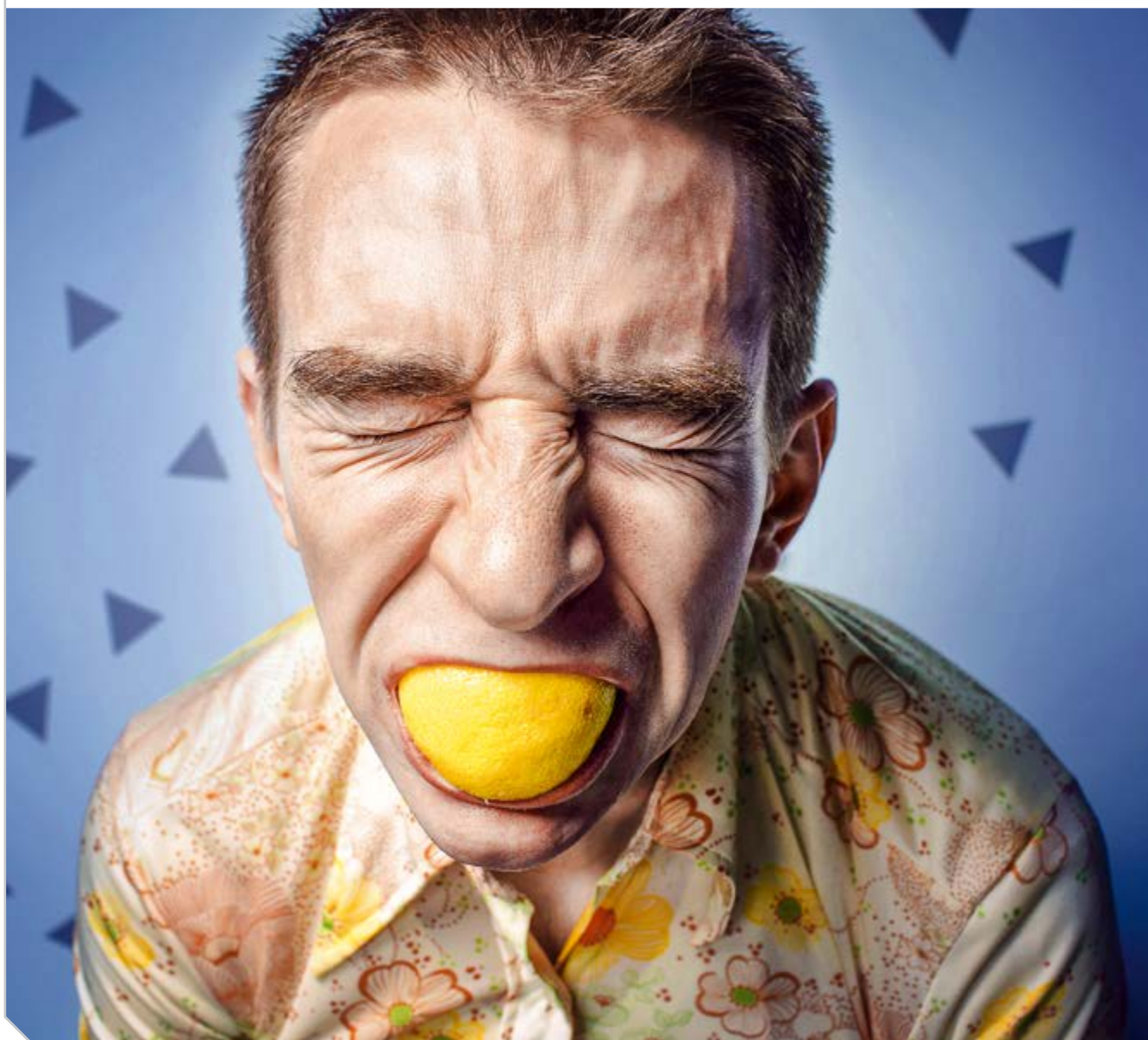
Я навсегда запомнила, как Элмор Леонард сказал на конференции писателей острова Мауи: «Захватывающая книга — всегда результат усилий, а не случайность». Целое искусство использовать интригу сюжета так, чтобы читатели не могли оторваться». Дилан Томас говорил: «Хочешь прослыть скучным — рассказывай обо всем».

Спрос на выступления моих клиентов на тему инноваций постоянно растет, потому что слушатели, СМИ и организаторы всегда могут рассчитывать на их оригинальные мысли. Вы тоже можете стать успешным, просто придерживайтесь этих шести правил.

ИСТОЧНИК: журнал *Speaker* (Special Edition 2013), стр. 21.

АВТОР: Сэм Хорн, SamHorn.com.

КАРТАВЫЙ ЭКСПЕРТ — а нужен ли такой оратор?



95% *людей испытывают страх перед сценой и публичными выступлениями*

Проблема речевых дефектов стоит в России весьма остро в связи с сокращением должности логопедов в школах и садах, что произошло после введения последней редакции № 273 к ФЗ «Об образовании» от 29.12.2012 г. Вполне возможно, в недалеком будущем людей с дефектами речи, картавых и заикающихся от рождения, станет больше. Заикание и картавость могут появляться не только при рождении, но и в стрессовой ситуации, например, во время публичного выступления, так как, по оценке психиатров, по данным сайта fobia.info, около 95% людей испытывают страх перед сценой и публичными выступлениями, он же называется глоссофобия.

Существует целый спектр показателей, по которым определяют кандидата на роль спикера. Самым важным остается уровень экспертности. Многие ивент- или HR-менеджеры считают, что оратор по определению должен обладать красивым и поставленным голосом, а также идеальной речью. Получается, что люди, которые картавят, заикаются с рождения или от стресса, неинтересны для аудитории и их дефект речи может стать настоящей проблемой для слушателей?

Отнюдь! И примеров людей, ставших известными ораторами, невзирая на дефекты речи, в истории достаточно.

Политики и ораторы: от Демосфена до Черчилля

В Древних Афинах выступать с трибуны перед толпой горожан было весьма почетно. При этом афиняне были очень требовательны по отношению к ораторам: от выступающего требовались не только превосходное знание темы, но и мимика, артистичность, превосходная артикуляция. Демосфен, один из самых знаменитых ораторов Древнего мира, был косноязычен, имел слабый голос, короткое дыхание, привычку подергивать плечом и другие физические ограничения. Что же ему позволило стать знаменитым и остаться в памяти потомков? Все просто! Он хотел выступать и прикладывал к подготовке максимум усилий, он постоянно практиковался. Практика позволила ему избавиться от дефектов речи. Публика его признала.

Надо сказать, что многие исторические факты, связанные со знаменитыми «картавыми» ораторами и

публичными людьми, ложатся в основу сюжетов произведений массовой культуры.

Подобным примером стал фильм «Король говорит», вышедший на экраны в 2010 году, с Колином Ферттом в главной роли короля Георга VI.

Характерные черты главного героя: заика, скромный человек, король, на долю которого выпало объявление войны Германии в 1939 году. Заиканием Георг VI страдал с рождения и очень стеснялся этого. Чтобы бороться свой дефект, он обращался к различным врачам и практикам. За годы упорных тренировок и гимнастик ему удалось минимизировать свое заикание.

3 сентября 1939 года Англия объявила войну фашистской Германии, а король выступил с речью по радио. На тот момент Георг еще заикался, но уже к 1944, когда он объявлял о роспуске ополчения, монарх лишь единоразово запнулся на слове weapons. Логопед спросил короля, как это произошло, и Георг ответил, что сделал это намеренно. «Если бы я не ошибся, то люди не поняли бы, что это действительно я», — подчеркнул монарх.

И вот еще один поворот реальности. Одновременно с правлением короля Георга VI на политической арене



Дефекты речи присутствуют и у многих отечественных знаменитостей, актеров, политиков, спикеров, тренеров и многих других. Другой вопрос — а почему мы их не замечаем? Возможно, их дефект превратился в уникальную черту?

мира появляется еще одна знаменитость, которая отличается тем же дефектом речи. Английский парламент избирает нового премьер-министра, которым становится Уинстон Черчилль — известный мировому сообществу консерватор и политик, оказавший огромное влияние на течение Второй мировой войны. Однако мало кто знает, что он всю жизнь боролся с заиканием. Каждый раз Уинстон Черчилль готовился к выступлениям заблаговременно. Иногда, написав текст речи, он еще несколько недель репетировал, менял места фразы, заучивал наизусть. Перед самими выступлениями премьер-министр негромко напевал, разминая голосовые связки.

Делая первые шаги в политической карьере, Черчилль переживал из-за того, что дефект речи может помешать реализации его амбициозных планов. На прогулках политик твердил скороговорки, которые должны были помочь ему справиться с заиканием. Например, *The Spanish ships I cannot see since they are not in sight*

(«Я не вижу испанских кораблей, потому что их не видно»).

23-летний Черчилль отмечал: «Иногда незначительное заикание или затруднение в речи может оказать помощь в привлечении внимания аудитории».

Картавые звезды кино и шоу-бизнеса на Западе и в России

В современном мире достаточно примеров, когда картавость или заикание не являются преградой для достижения признания публики.

Так, например, известный английский актер, комик, Роуэн Аткинсон, известный во всем мире как Мистер Бин, страдал заиканием с детства, однако сумел представить свой дефект речи в виде уникального творческого стиля. В интервью журналу *Time* в 2007 году актер признался, что, когда он играет роль, заикание исчезает.

Дефекты речи присутствуют и у многих отечественных знаменитостей, актеров, политиков, спикеров,

тренеров и многих других. Другой вопрос — а почему мы их не замечаем? Возможно, их дефект превратился в уникальную черту?

Одним из самых известных примеров российского шоу-бизнеса является 47-летний актер Иван Охлобыстин, который так и не научился выговаривать звук «р». Бывшему священнику дислалия не стала преградой ни в его духовно-наставнической деятельности, ни в карьере актера и журналиста. В 2012 году Иван даже планировал стать первым лицом государства, но позже отказался выдвигать свою кандидатуру на выборах. Кроме карьерного успеха, картавость актера ласкает слух множеству российских женщин, которые без ума от сексуального, по их мнению, произношения артиста. Народная любовь к доктору Быкову, в исполнении Ивана Охлобыстина, приняла его произношение как имиджевую особенность.

Другой известный шоумен и бывший солист группы «Секрет» Николай Фоменко также страдал картавостью и крайне стеснялся сво-

его дефекта речи. Друзья певца вспоминают: чтобы избавиться от этой напасти, Фома — так звали Николая приятели — прочитал кучу учебников, пытался делать различные дыхательные упражнения, но ничего не помогало. Из-за проблем с речью Николай даже боялся поступать в театральный институт. Члены приемной комиссии заметили недостаток абитуриента Фоменко и спросили, почему он не выговаривает букву «р». Николай нашелся: «Готовлюсь к роли вождя мирового пролетариата». Отсмеявшись, комиссия единогласно зачислила находчивого паренька в студенты.

В российской реальности есть множество людей, которые стали знамениты благодаря «особенностям» своего произношения. Так, например, известный актер Гоша Куценко — вовсе не Гоша. Родное имя 46-летний артист сменил, потому что не мог его произнести. Имя Юрий из его уст звучало крайне нелепо, потому как звук «р» артисту не давался. Тогда он и придумал себе псевдоним — Гоша. Кстати, и весьма эпатажный лидер группы «Ленинград» Сергей Шнуров всегда немного шепелявил. Звук «с» артист произносит с характерным отгласом. Заметить небольшой дефект речи во время исполнения практически невозможно. За ореолом харизмы и энергичности певца шепелявые звуки из его уст незаметны зрителям.

Среди российских бизнесменов и спикеров также есть ряд примеров, заслуживающих внимания.

Одним из них является Марк Завадский, единственный представитель китайского гиганта в России. Марк — это живой пример человека-достигателя, который идет достаточно

уверенно к своим целям, и его речевая особенность не помешала ему получить работу в Alibaba, а также стать успешным и популярным спикером.

Другой российский предприниматель и спикер Василий Ледебев, экс-креативный директор Reds Keds, «digital-самурай», как он сам себя называет, основатель и генеральный директор ИКРА, наикрутейший спикер, да и просто талантливый человек, с детства заикается. Однако, в Интернете существует огромное количество статей, лекций и выступлений Василия, и речевой дефект отнюдь не мешает ему каждый раз выходить перед публикой и выступать так, чтобы каждое его выступление было успешным.

Как справиться со страхом, если вы страдаете от дефекта речи?

Если вы сталкиваетесь с подобными трудностями и чувствуете, что вам недостаточно энергии и харизмы, чтобы справиться с волнением перед выступлением, советую воспользоваться рядом простых упражнений, которые помогут вам преодолеть стресс или минимизировать его до и во время выступления:

1 «Кулак в ботинке» — самое простое упражнение для начинающих. Когда вы волнуетесь перед выступлением или встречей, вам следует как можно сильнее сжать пальцы ноги в ботинке — физический дискомфорт позволит перевести внимание со стресса на неудобство в ботинке.

2 Если аудитория вам абсолютно незнакома, а так может быть в большинстве случаев, то представьте, что в зале на разных рядах сидят ваши друзья и вы рассказываете им, переводя взгляд с одного на другого, таким образом, у аудитории создается впечатление, что вы общаетесь с ними взглядом, а вам будет более комфортно видеть людей, которые вас поддерживают в жизни.

3 Самый сложный из всех приемов — смотреть в глаза зрителям. Это страшное испытание, но есть простое средство — если вам страшно смотреть в глаза своей аудитории, то смотрите им чуть выше переносицы, в районе линии бровей и, переводя взгляд, останавливайте его именно в этом месте. Этот простейший оптический обман позволит вам не смотреть в глаза, снизить волнение и общаться с аудиторией легко и непринужденно. ■



АВТОР: Михаил Дербасов,
бизнес-тренер, коуч, интернет-блогер

СИСТЕМАТИЗИРУЙ ЭТО:

известные методики повышения эффективности

Часто при решении сложных задач главная загвоздка заключается не в личных способностях человека, а в выборе инструмента. Алгоритмы, разработанные специалистами, действительно помогают прокрастинаторам разгрести завалы дел, неопытным в коммуникации людям стать неплохими переговорщиками, а начинающим менеджерам — найти оптимальную стратегию управления командой. Но, естественно, все это работает, только если упорно и, главное, последовательно делать на практике все необходимые шаги. На этом спотыкается большинство людей, жаждущих добиться заметного прогресса одним махом. HUBSpeakers

Magazine рассказывает о плюсах и минусах популярных методик.

Getting Things Done

Книгу консультанта по личной продуктивности Дэвида Аллена, вышедшую в 2001 году, перевели уже на 30 языков, а журнал TIME назвал ее «определяющим самоучителем для бизнесменов своего времени». Действительно, Аллен предлагает стройную систему, помогающую не только разобраться с тайм-менеджментом, но и регулярно удерживать под контролем разноплановые дела. Для этого стоит соблюдать несколько основных принципов:

> Освободить разум от запоминания текущих задач и разработать систему удобных «корзин» для разных дел. «Корзины» можно создавать на любом внешнем носителе: для кого-то это будет старый добрый блокнот, а для кого-то — папки в Google Docs или органайзеры типа Basecamp (на системе Аллена основано множество мобильных приложений, например, Todoist, Things, Remember The Milk и т.д.). Каждую корзину нужно проверять раз в неделю и сортировать дела по приоритетности и трудоемкости, принимая решения максимально быстро, чтобы не впасть в прокрастинацию. Все, что можно сделать



прямо сейчас или делегировать, не стоит откладывать в долгий ящик, а то, что, наоборот, сейчас нереализуемо, не должно висеть над вами дамокловым мечом. Для самых расплывчатых планов можно завести список «когда-нибудь может быть».

- > Не стоит бояться обилия корзин и списков — для разного типа задач понадобятся разные инструменты. Например, календарь хорош для встреч и дел с определенным дедлайном, а пошаговые мануалы лучше писать в другом месте.
- > Для лучшего понимания перспектив Аллен предлагает периодически

проводить обзор задач на разных уровнях — от текущих небольших дел и более сложных проектов до планов на ближайшие несколько лет и жизнь в целом. На всех этапах важно четко понимать цель и критерии ее достижения, а с помощью брейн-сторминга определить конкретные шаги, которые приблизят к победе.

- > На этапе мозгового штурма важно отключить «внутреннего критика»: если до и после Аллен призывает к дотошности, то на этапе генерации идей важно дать себе полную свободу и записывать все, что приходит в голову. Только так можно придумать наилучший вариант.

*Освободить разум
от запоминания
текущих задач
и разработать
систему удобных
«корзин» для
разных дел.*

*Метод СПИН
основан на так
называемой
«воронке вопросов»,
позволяющей
лучше понять
потребности
клиента
и убедить его
в том, что именно
вы можете их
удовлетворить.*

Метод СПИН

Это гораздо более специализированный инструмент — в основном он рассчитан на специалистов по крупным продажам, но общее понимание концепции может пригодиться и при ведении переговоров разного уровня. Метод основан на так называемой «воронке вопросов», позволяющей лучше понять потребности клиента и убедить его в том, что именно вы можете их удовлетворить. Вопросы делятся на четыре типа и задаются в определенной последовательности.

1 СИТУАЦИОННЫЕ — нацелены на получение максимума информации о клиенте. Пример: «На какой срок вы планируете арендовать помещение и почему вы хотите снять офис на время, а не приобрести его?» Они должны быть емкими и немногословными, чтобы не утомить потенциального покупателя.

2 ПРОБЛЕМНЫЕ — позволяют узнать, что не так в жизни клиента и почему его не устраивают выбранные ранее продукты. Пример: «Каких функций вам не хватает в вашем телефоне?»

3 ИЗВЛЕКАЮЩИЕ — косвенно оказывают влияние на клиента и подводят его к решению о покупке. Они ненавязчиво убеждают человека, что ключевое преимущество предложенного товара сильно изменит его жизнь к лучшему и воспользоваться этой возможностью стоит как можно быстрее. Пример: «Если сайты конкурирующих интернет-магазинов начнут привлекать большую аудиторию,

чем вы, как это скажется на ваших продажах?» Такие вопросы готовятся заранее — «продажник» должен примерно представлять свою аудиторию и ее возможные проблемы и понимать преимущества своего продукта.

4 НАПРАВЛЯЮЩИЕ — это уже скорее соблазнительные предложения, замаскированные под вопросы. Они еще сильнее подталкивают клиента к покупке и работают лучше, чем прямые утверждения — у человека остается иллюзия, что он сам оценил все варианты и принял решение. Пример: «Автомобиль с кондиционером помог бы вам легче переносить жаркую погоду?»

Более сложная и продуманная вариация этого метода — **«Код конверсии»**, разработанный коучем по продажам Крисом Смитом. Смит предлагает детальный алгоритм ведения переговоров, где каждая деталь рассчитана на то, чтобы удержать потенциального покупателя на крючке.

Система DISC

Эта система пригодится в первую очередь управленцам и специалистам по HR, хотя, как и многие другие классификации типов психики, она способствует улучшению навыков общения в целом. Эта методика основана на идеях гарвардского профессора Уильяма Марстона, применяется с 1930-х годов и до сих пор считается вполне актуальной. Ее суть в том, чтобы выяснить, какую модель поведения предпочитают ваши сотрудники и находить к ним правильный подход, руководствуясь этими знаниями.

Марстон считал, что поведение любого человека можно описать с помощью двух базовых критериев: насколько благоприятной он считает внешнюю среду и насколько активно он готов с ней взаимодействовать. Разные варианты дают четыре основных стиля поведения:

АКТИВНОСТЬ +
 НАСТОРОЖЕННОСТЬ =
ДОМИНИРОВАНИЕ (DOMINANCE — D),
 АКТИВНОСТЬ +
 РАССЛАБЛЕННОСТЬ =
ВЛИЯНИЕ (INDUCEMENT — I),
 ПАССИВНОСТЬ +
 РАССЛАБЛЕННОСТЬ =
СТАБИЛЬНОСТЬ (STEADINESS — S),
 ПАССИВНОСТЬ +
 НАСТОРОЖЕННОСТЬ =
ПОСЛУШАНИЕ (COMPLIANCE — C).

Обычно у каждого человека есть приоритетный стиль, хотя некоторые сочетают сразу несколько стратегий поведения.

ПРИОРИТЕТНЫЙ СТИЛЬ «ДОМИНИРОВАНИЕ» делает человека напористым, волевым, самоуверенным и вспыльчивым — соответственно, сотрудник со слабой D будет миролюбивым, осторожным и пассивным.

ПРИОРИТЕТНЫЙ СТИЛЬ «ВЛИЯНИЕ» свойственен оптимистичным людям с высоким уровнем эмоционального интеллекта. Они открыты, дружелюбны, способны привлекать внимание, завоевывать симпатии и убеждать, а их слабые места — тщеславие и переоценка собственных возможностей. Слабая I показывает сдержанность, критичность и интровертность.

«СТАБИЛЬНЫЕ» РАБОТНИКИ надежны, предсказуемы, спокойны и хорошо работают в команде, но не отличаются большой гибкостью и плохо адаптируются к переменам. Люди с низким фактором S — бодрые непоседы, которые хорошо справляются с многозадачностью, но быстро устают от рутины.

И, НАКОНЕЦ, «ПОСЛУШНЫЕ» — аккуратисты и дипломаты, стремящиеся соответствовать правилам и ожиданиям начальства. Они системно и логично мыслят и хорошо анализируют информацию, но не стоит ждать от них дерзких творческих решений. Слабая C дает неконформизм — такие люди бесстрашны и креативны, но скептически относятся к любым правилам и авторитетам.

Важно понимать, что в этой системе нет плохих стратегий — просто в любой команде людей стоит «использовать по назначению», в соответствии с их естественной природой. Оценив сотрудников по этой методике, руководство компании не выдвинет «Послушного» в лидеры и не усадит «Нестабильного» заниматься монотонной работой. Выяснить приоритетные буквы можно разными способами — кто-то просто наблюдает за подчиненными и пытается сделать выводы, а кто-то раздает опросники при приеме на работу (для этого есть даже специальное программное обеспечение). В последнем случае профили реальных кандидатов сравниваются с профилем гипотетического эталонного сотрудника для каждой должности. ■

*Система DISC
 пригодится в
 первую очередь
 управленцам и
 специалистам
 по HR, хотя, как
 и многие другие
 классификации
 типов психики,
 она способствует
 улучшению навыков
 общения в целом.*

НАШИ ЗА ГРАНИЦЕЙ



как русскому спикеру
покорить международные
форумы

*Отечественные спикеры пока получают на порядок меньше
и американцев, и европейцев... Мы постарались разобраться,
как можно повлиять на ситуацию, и обратились
к тем российским экспертам, у которых есть
опыт выступлений за границей.*

Топовые гонорары за выступления традиционно получают американские знаменитости из области политики, экономики, бизнеса. Нуриэль Рубини, один из самых авторитетных экспертов в мире по вопросам глобальных финансов, просит за свое выступление гонорар в \$200 000. Вести переговоры с основателем корпорации Virgin Group Ричардом Брэнсоном стоит, располагая бюджетом от \$250 000. Американский политолог Збигнев Бжезинский, «один из самых известных и влиятельных ветеранов внешней политики Вашингтона», озвучит гонорар порядка \$100 000 за выступление.

Помимо политики и экономики, американцы держат пальму первенства и во многих других темах. Например, за день выступления гуру маркетинга Филиппа Котлера нужно заплатить \$150 000. А автор маркетинговых концепций «Позиционирование» и «Маркетинговая война» Джек Траут оценивает свое выступление в \$70 000.

Ответ на вопрос «Почему так происходит?» очевиден: это прежде всего ведущая роль США в мировой экономике и тот факт, что междуна-

родным языком общения является английский.

Отечественные спикеры пока получают на порядок меньше и американцев, и европейцев.

Безусловно, есть исключения из правил. Такие фигуры, как Михаил Горбачев (по данным одного из европейских спикер-бюро, его гонорар — \$125 000) или Гарри Каспаров (All American Speakers, от \$50 000), заслужив определенную международную репутацию, могут рассчитывать на высокие гонорары. Так же в международных конференциях принимают участие Алексей Кудрин, Сергей Гуриев и Анатолий Чубайс.

Мы постарались разобраться, как можно повлиять на ситуацию, и обратились к тем российским экспертам, у которых есть опыт выступлений за границей.

**ПРАВИЛО № 1:
знай язык и разбирайся
в культуре**

Можно бесконечно говорить о том, что нужно совершенствовать и повышать уровень международного биз-

нес-языка — английского. Но даже хороший уровень разговорного языка не гарантирует, что выступление для иностранной аудитории пройдет на том же искрометном уровне, как на родине. Нужно не только знать язык, но чувствовать менталитет аудитории, уметь презентовать, потому что игра и яркость в сухом переводе теряются.

«Говорить на английском и хорошо себя презентовать — это все-таки разные вещи», — убежден генеральный директор клубов World Class Николай Прянишников. Он уверен, что русским людям в целом свойственна скромность и застенчивость, в отличие от экстравертных и активных американцев. Кроме того, называется разница менталитетов, и особенно это заметно, когда спикер использует юмор, шутит: «Когда ты шутишь для своей родной аудитории, тебя понимают и народ смеется, улыбается. А когда ты выступаешь перед иностранцами, их менталитет немного другой, поэтому шутки должны быть другими, все воспринимается совсем иначе».

В таких традиционно международных отраслях, как IT, где вопрос

Востребованы специалисты, которые в своих выступлениях затрагивают особенности ведения бизнеса с Россией или в России. Им, понятно, доверяют больше, чем тем, кто не является частью нашей культуры.

о языке является входным билетом, ситуация у российских спикеров одна из самых оптимистичных. Наши соотечественники, основавшие IT-компании или разработавшие инновационные технологические решения, уже давно стали гостями международных конференций и страниц ведущих международных бизнес-журналов — это отличное начало для создания международной спикерской карьеры.

**ПРАВИЛО № 2:
говори о России,
где это уместно**

Игорь Манн выступал за рубежом дважды. Он отмечает, что в позиционировании отечественных экспертов на международном уровне непременно должна присутствовать привязка к России: если для аудитории это почему-то актуально, вас могут пригласить. Главное — понять, кому и зачем, а потом можно уже искать возможности для выступления: «Востребованы специалисты, кото- рые в своих выступлениях затраги-

вают особенности ведения бизнеса с Россией или в России. Им, понятно, доверяют больше, чем тем, кто не является частью нашей культуры. В остальных сферах мы вступаем в конкуренцию со специалистами из других стран на равных. К счастью, в западном мире мне не приходилось встречать предвзятого отношения ко мне как к русскому или россиянину. Мои издатели в рекламе моих книг не только не скрывают моего происхождения, но и постоянно используют слово «Russian». Это уже неплохо. Остальное — дело нашего профессионализма и настойчивости». Эксперт отмечает, что, к сожалению, интерес к российским экспертам за рубежом остается невысоким: «У нашей страны еще нет credentials, репутации, экономики, в рамках которой ты мог бы что-то доказать. Если вы посмотрите на список самых крупных компаний — наших компаний там нет. Олег Тиньков, который у нас герой-предприниматель, сильно уступает тому же герою-предпринимателю Ричарду Бренсону. Нет у нас таких ярких спикеров. А если у них есть возможность, они деньги зарабатывают, а не выступают», — добавляет Игорь Манн.

**ПРАВИЛО № 3:
найди свою уникальную
историю и способ
о ней заявить**

Алексей Каптерев, презентационный тренер и консультант, стал известен благодаря своей англоязычной книге по искусству презентаций. Он выступает на профессиональных конференциях европейских спичрайтеров на английском языке. Однажды, после прочтения написанной им книги, организаторы конференций предложили ему выступить — и продолжают приглашать до сих пор.

«Нужно иметь какие-то оригинальные идеи, которые достойны того, чтобы рассказывать их международной аудитории. Это первый входной фильтр. Мало кого интересуют пере- сказки чужих идей, чем у нас в основном все промышляют. Совет номер два: иметь желание свои идеи объяснять понятным языком. У нас в России среди думающих людей, к сожалению, распространена позиция «кому надо, тот поймет». В Европе, а уж тем более в Америке, это недопустимо», — считает Алексей.

Один из самых востребованных спикеров России, Радислав Гандас, за рубежом выступает только для аудиторий из СНГ, которые в том числе проводят выездные мероприятия. Он отмечает, что в этом году вышли две его книги на английском языке и при их популярности можно ожидать приглашений на выступления зарубеж.

ПРАВИЛО №4:

нетворкинг, нетворкинг и еще раз нетворкинг

Игорь Манн рекомендует три пути, как можно стать международным спикером, и советует занимать активную позицию: «Вопервых, нужно общаться, знакомиться и демонстрировать свой уровень международным экспертам и организаторам интересующих вас мероприятий. Я познакомился с Филлипсом Котлером, когда он приезжал в Москву, и мы друг другу понравились с точки зрения общих интересов и подходов. Он меня пригласил на свой первый международный маркетинговый саммит. Это хороший способ — познакомиться с тем, кто тебе интересен. При условии, что ты сам тоже что-то из себя представляешь», — рассказывает эксперт.

Татьяна Индина, представитель Silicon Valley Innovation Center в России, также советует устанавливать международные контакты: «Мне часто приходилось ездить на международные научные конференции, выступать там с докладами. Потом об-

заводишься связями в международной профессиональной среде, люди начинают тебя узнавать, приглашать участвовать в проектах».

Эксперт отмечает, что даже если у вас не возникает трудностей с тем, чтобы заводить деловые знакомства на Родине, в международной среде придется многие вещи узнавать заново: «Самыми важными навыками, помимо высокого профессионализма и хорошего знания языка, будут навыки отличной самопрезентации, нетворкинга и международного этикета, навыки кросс-культурных коммуникаций — лично и в переписке. А следующим важным навыком является уверенность и активная позиция, инициативность. Наши люди зачастую намного скромнее и самокритичнее, чем европейцы и американцы. Нужно проявлять достоинство и уверенность в себе, проецировать позитивный образ своей страны, которая богата талантами. Но разумеется, для высокой уверенности в себе должен быть объективный повод».

Галина Панина, директор PR&GR Леруа Мерлен, является послом World Communication Forum в Давосе, на Арабском PR Саммите в Вене и PR Week Global Awards в Лондоне. Тем, кто ставит перед собой цели выступать на событиях международного масштаба, Галина рекомендует вначале съездить на интересные зарубежные события в качестве участника: «Наши русские делегации очень часто как вместе приехали, так вместе, как японские туристы, и общаются. Забудьте о привычном окружении. Движение вперед — это всегда неуютно, но весело». ■

*Наши люди
зачастую
намного скромнее
и самокритичнее,
чем европейцы
и американцы.
Нужно проявлять
достоинство
и уверенность
в себе, проецировать
позитивный образ
своей страны,
которая богата
талантами.*

РОССИЯ vs МИР:

ПОЧЕМУ РОССИЙСКИЕ СПИКЕРЫ
НЕ ВОСТРЕБОВАНЫ ЗА РУБЕЖОМ?



Мы собрали ключевые аспекты, которые важно учесть при подготовке выступления на Западе, и постарались разобраться, какие особенности необходимо иметь в виду, чтобы достигаться до требовательной заграничной публики.

Как выглядеть?

Российские спикеры чаще всего для своих выступлений выбирают строгий деловой дресс-код. Тогда как их европейские и американские коллеги выбирают стиль casual. Даже для больших мероприятий с участием первых лиц есть возможность избежать официоза: пиджак спортивного кроя, неофициальная рубашка или отсутствие галстука.

Выбор строгого дресс-кода налагает на говорящего определенные ограничения. В таком виде достаточно трудно непосредственно взаимодействовать с аудиторией — двигаться по сцене и жестикулировать. Трудно не потому, что костюм сковывает движения, а потому, что человек, в пиджаке и галстуке бегающий по сцене и размахивающий руками, выглядит немного нелепо.

Как взаимодействовать со слушателями?

Большинство российских спикеров предпочитают стоять и читать подготовленный текст. Зарубежные спикеры понимают, что они говорят с живыми людьми в зале, обращаются к ним, общаются с ними. Их цель не проговорить текст, а донести мысль. Помните: мысль важнее формулировки.

Что представить на слайдах?

В России подготовкой презентации для выступления пока редко занимаются всерьез. Обычно презентация — это копирование текста выступления в Power Point с небольшими картинками, найденными в Интернете. Ее готовит сам спикер, и чаще всего она не иллюстрирует, а дублирует речь.

При этом спикер забывает о простой вещи: то, что хорошо выглядит на экране компьютера, может выглядеть совершенно иначе на экране проектора. Экран компьютера яркий и контрастный. Экран проектора, скорее всего, находится за спиной спикера, которого специально подсвечивают софитами, то есть вся яркость и контрастность этими софитами будет нивелирована. А значит и тот важный текст, который размещен в таблице, никто, возможно, не увидит.

Западные спикеры, когда готовят презентацию, не дублируют текст, а иллюстрируют его. Причем довольно часто сама иллюстрация может быть сделана так, что не просто дополняет речь, а добавляет смысла. Спикер как бы предлагает несколько уровней речи: то, что он говорит, то, как он говорит, и то, что он показывает в презентации.

О чем шутить?

Важно учитывать разницу менталитетов: нельзя просто перевести шутку с одного языка на другой, нужно переводить, в чем соль, но даже это не гарантирует, что ваш юмор поймут в силу культурных особенностей.

Что и как говорить?

Умение рассказать историю интересно — целое искусство. Наверно, поэтому сегодня так востребованы курсы story-telling. Один из главных упреков, которые часто звучат в адрес российских спикеров, — неумение превратить свое выступление в детектив.

Конечно, не все конференции и темы требуют наличия у говорящего таланта Агаты Кристи. Но даже в рамках жанра сухого делового сообщения нужно, чтобы у этого сообщения было начало, аргументация и вывод.

Как назвать выступление?

Последний в списке, но, возможно, первый по значению пункт. Название темы — это даже важнее, чем внешний вид или умение шутить на английском. Оно должно быть ярким, коротким и интригующим с одной стороны, а с другой — давать представление о теме.

Комментарий эксперта

Константин Шамбер —

директор Центра стратегических межкультурных коммуникаций StrategicInterCom, президент Европейской Ассоциации Коучинга (ECA) в Китае.

Проблема некоторых российских спикеров заключается не в строгости их костюмов, а в их старомодности, в скованном поведении на сцене и в незнании иностранного языка. Именно эти три фактора могут быть причинами непопулярности российских спикеров за рубежом.

Внешний вид спикера на сцене имеет большое значение и должен быть согласован с организатором, который лучше знает своих посетителей. В каждой культуре: национальной, отраслевой, корпоративной и т.п. — есть свой дресс-код, смысл которого заключается в стандартизации внешнего вида. Выходя на сцену, спикер должен понимать, кто именно перед ним сидит и насколько его стиль одежды соответствует ожиданиям публики, какие стандарты мышления ей свойственны. Выступая, например, перед юристами на крупном собрании, вы поступите опрометчиво, если не будете придерживаться стиля, признанного стандартным в этой профессии. Во время выступления перед солидными китайскими или европейскими директорами и собст-



*Я не считаю,
что большинство
российских спикеров
интроверты*

венниками отсутствие строгого галстука также будет не в вашу пользу. Если же вы проводите презентацию

среди молодых специалистов из отдела IT, закупок, маркетинга или доставки, то, соответственно, и ваш внешний облик должен совпадать с интересами и ожиданиями публики. Ведь основная цель — не только донести до слушателей точку зрения, но и оставить приятное впечатление о себе и своем выступлении.

Я не считаю, что большинство российских спикеров интроверты. Среди российских выступающих достаточно много открытых и подготовленных, прошедших курсы ораторства и публичных выступлений.

Другой вопрос — насколько российские выступающие привыкли самостоятельно выражать свои мысли и идеи публично. Дело в том, что во многих российских компаниях до сих пор наблюдается тенденция, когда открытое выражение собственных мыслей и идей не только не приветствуется руководством, но даже и наказывается нелестными замечаниями или хмурым взглядом. Более того, презентации в таких компаниях нередко носят характер доклада-репорта, напоминающего полувойсковую реальность, а не частный, социально

ответственный бизнес. Проработавшие в подобной среде люди испытывают психологические трудности, когда им нужно выйти на публику и в свободной форме, да еще и с юмором и самоуверенностью провести презентацию.

Социальное поведение человека коррелирует не только с его характером, но и со свойственной ему общепринятой национальной чертой, то есть менталитетом. Так, например, испанец или итальянец выступают в среднем активнее китайца или корейца и дается им это легче в силу уже существующей национальной привычки поведения во время разговора. Ведь эти люди с самого раннего детства наблюдали определенные манеры поведения со стороны взрослых, потом начинали их имитировать и в конечном итоге полностью переняли их. Таким образом, с годами у них сложилось четкое понимание того, как нужно себя вести на людях и что именно считается залогом успеха и уважения. Вы редко встретите японца, кричащего в прямом эфире на своего соседа, в то время как в Италии или России такое поведение чуть ли не неотъемлемая часть хорошего диалога.

Что касается самих презентаций, то среди российских выступающих действительно часто встречаются непрофессионально подготовленные презентации, отличительная черта которых — отсутствие хорошо выбранной цветовой гаммы, перегруженность текстом и немыслимое количество слайдов для пятнадцатиминутного выступления. Хорошее выступление может обойтись без какой-либо презентации, как, напри-

мер, нам продемонстрировал в свое время Стив Джобс. Школа презентаций Apple считается одной из лучших. Она предполагает не только увидеть и услышать что-то о новом продукте, она в первую очередь дарит яркие эмоции и позитивные чувства. То есть, эмоции принадлежности к происходящему, радость за возможность быть не только свидетелем, но и частью той избранной группы людей, которые одни из самых первых узнают о новшестве компании и воспримут все это как часть своей заслуги.

*Сложные
заголовки
презентаций
редко производят
впечатление
на иностранных
коллег*

Во время выступления перед иностранной аудиторией нужно отдавать себе отчет в том, что отсутствие шуток иногда значительно лучше, чем наличие плохой или неуместной. Есть как минимум два вида шуток: первый привязан к определенному менталитету, второй универсален по своему значению, потому что знаком и понятен всем культурам. Например, шулки на тему поведенческих проявлений человека, таких как хитрость, смывшенность, глупость или влюбленность, практически всегда вызывают

улыбку на лице собеседника. Если же вы затрагиваете темы, особенности которых известны только небольшому кругу лиц, будь то группа одной компании, одного региона или одного государства, то вы рискуете быть непонятым, так как вашим участникам данная тема незнакома. Особенно опасны шулки на национальные темы, например, столь популярные в России шулки про еврейских сограждан вызовут у китайцев полное непонимание, а у немцев смущение или даже отторжение.

Что же касается названий выступлений и презентаций, то здесь стоит отметить еще одну отличительную черту российских спикеров. В академических кругах СССР было принято называть любые научные работы таким образом, что не посвященный в тему человек не всегда сразу понимал, о чем именно идет речь. Иногда создается впечатление, что это наследие перешло и на современных российских выступающих. Сложные заголовки презентаций редко производят впечатление на иностранных коллег. В этом плане преимущество американской научной литературы заключается в простоте излагаемого материала, который может читать и понимать даже человек, не владеющий в совершенстве английским языком и не очень хорошо разбирающийся в данной теме. Но, прочитав легко и доступно написанный текст, он способен пересказать его основные мысли и идеи. Поэтому и название презентации должно быть коротким, четким и понятным, но при этом оставлять место для фантазии и множества вопросов. ■

Алексей Будюков:

*«Надо стать личностью,
тогда вы будете интересны,
тогда вы будете плохо говорить,
но вас будут слушать»*

Программный директор «Территории смыслов» Алексей Будюков рассказал HUBSpeakers Magazine о том, как формируется программа выступлений и поделился своими инсайтами.

«Территория смыслов» — форум для молодых и стремящихся к успеху. Тут все бурлит и зарождается. Организаторами выступают Федеральное агентство по делам молодежи, Общественная палата РФ, «Роспатриотцентр» Росмолодежи.

Алексей, на основании чего вы составляли программу Форума?
Вам по-честному сказать?

Конечно!
Рассказываю по-честному. Форум «Территория смыслов» существует всего лишь второй год. Первый год мы занимались инфраструктурой,

чтобы были туалеты, души, обогревы и так далее. Только с этого года мы начали разрабатывать подходы к образовательной части. В феврале была создана дирекция, и мы провели первое исследование целевой аудитории, точнее участников, в разном профиле. Мы сделали количество по Шварцу, исследовали матрицу цен-



ностей. Мы понимаем, какие ценности у каждого поколения и у каждой смены. На базе матрицы ценностей мы с помощью глубинных интервью искали инсайт. Все это легло в основу образовательной программы, прежде всего в ту ее часть, которую мы называем «практикум», или «решение кейса». Кейсы были не на всех сменах, а только там, где они очевидны. Мы строили наши кейсы по Гарвардской системе кейсирования. Но на каждый кейс организаторами было отведено всего пять-шесть часов, а это чрезвычайно мало. В последней смене [журналистики. — Прим. ред.] — это практическое задание, в котором слово «ум» усилено. Это практическое решение, которое позволяет прокачать софтскилл и хардскилл в игровой манере.

Готовите ли вы спикеров к выступлению?

Форум — это федеральная площадка, и спикеры выбираются сверху. Их выбирает Росмолодежь, внутренние управления и партнеры смены. Если у меня появляется спикер, то моя задача как руководителя — «забрифовать» его на тему выступления, то есть определить, какая будет цель и тематика смены, в которой он будет участвовать, каковы внутренние цели и задачи партнеров и участников, каковы потребности самих спикеров. Так выстраивается сложная паутина тем. То есть, если у нас есть возможность влиять хотя бы в небольшой части — мы влияем. Даем, когда это позволяет, спикеру несколько вопросов, которые он должен раскрыть.

Это федеральная площадка, здесь определены спикеры, партнеры, участники и так далее.

И никакая харизма или еще что-то от меня не зависит.

Вот какой он есть спикер, такой и есть

Спикер сам выбирает тему, приезжает со своей презентацией.

А что первично? Харизма, известность, способность держать зал, контент или исключительно то, что вам сверху их дают?

Это федеральная площадка, здесь определены спикеры, партнеры, участники и так далее. И никакая харизма или еще что-то от меня не зависит. Вот какой он есть спикер, такой и есть. Априори предполагаю, что человек, добившийся успеха, достигший какого-то положения, — лидер и у него есть харизма, что он, в общем-то, спикер. Моя задача в том, чтобы сделать ему брифинг и пояснить: тема у тебя такая, постарайся раскрыть ее в нашу сторону, в том числе сюда.

Алексей, получается, что спикеры назначаются Администрацией Президента и Росмолодежью?

Нет, это по-разному происходит, потому что у нас есть партнеры смены. Например, на эту смену у нас есть партнеры — Рамблер, ТАСС, ВГТРК, и они предлагают своих спикеров. А дальше, поскольку желающих очень много, происходит договоренность в рабочей команде — кто будет

выступать. То есть, это не в приказном порядке происходит, это скорее симбиоз.

Есть ли какие-то запретные темы на форуме?

Я думаю, что да, но я их не знаю. Про экстремизм, наверное, вряд ли мы стали бы говорить... Вообще произошло удивительное: последние годы государство стремится быть честным. С этого года заметна попытка понять, что происходит. Таких тем, чтобы нам сказали «это не трогать вообще», нет. В программе мы в достаточной степени исходили от участников. Видите, даже презервативы, которые раздает программа «Антиспид», все обсуждают на площадках, и никаких ограничений здесь нет. [Презервативы бесплатно предоставлялись участникам Форума в дежурной машине Скорой помощи. — Прим. ред.].

Как на ваш взгляд: сильно ли отличаются ожидания участников от фактического выступления спикеров?

Я думаю сильно, очень сильно. Люди приезжают сюда с разными мотивами и под разными предлогами. Были случаи, когда участник приехал на одну смену, а потом пытается попасть на следующую. Зачем? Тусить. Три-четыре процента это те, которые находятся здесь ради фана, им нужно постоянно где-то участвовать, им не важно, какая смена. Есть другая категория, когда люди приезжают только за грантом для проекта. Им неважно, какая смена, им главное, чтобы был проект. А если проект отобрали, а там у нас ТОП-100 проектов, и человек туда не попадает, ему абсолютно все не нравится после этого. У каждого свой мотив, и мы не стре-

мимся, чтобы тысяча человек подошла и получила то, что хотела. Это возможно, но это слишком затратная история, и это нужно делать на маленьких форумах. У нас очень хорошо отработал форум «Арктика-2016» в Твери, просто блестяще, потому что там маленький форум — всего 170 человек.

Если бы вы могли пригласить кого-то из мировых персон, кого бы вы пригласили в качестве спикера?

Я приглашал Цукерберга на смену IT и Дональда Трампа на смену предпринимателей.

А пришли официальные ответы?

Это целая процедура, все нужно делать намного заранее. Конечно, там были отказы. Я хотел, чтобы они не по скайпу выступили, а реально приехали сюда.

Вы планируете кого-то еще приглашать?

Я подрядчик, который организует и оказывает услуги. От меня мало что зависит. Я предложение сделал, его отработали, отказали: не получается, надо заранее, за полгода. Таких лиц, на самом деле, вытаскивать тяжело, потому что у них нет мотива. Зачем они поедут сюда, на маленькую площадку, по большому счету, только тратить на это время. Здесь никаких гонораров спикерам не платится. И даже если бы был гонорар, я думаю, вряд ли им был бы интересен гонорар в 30 или 50 тысяч.

У господина Трампа, по последним данным, гонорар составляет 1 миллион долларов [до президентских выборов. — Прим. ред.].

Ну нет, никто никаких денег платить не будет. Здесь надо искать ка-

Вообще произошло удивительное: последние годы государство стремится быть честным.

кие-то интересы. Я предполагал, что, если у него есть интерес в сторону российской экономики, он мог бы приехать сюда на какую-нибудь встречу, например, с Дмитрием Анатольевичем. Мы сделали предложение Грефу, Греф тоже собирался приехать, но не получилось.

А на какую смену Германа Оскаровича приглашали?

На «экономистов» и на «IT». Там есть тема «Цифровая грамотность». Она интересна и Сбербанку, и другим банкам.

Выступление Министра спорта вызвало общее недовольство среди участников последней смены — журналистов, как Вы это прокомментируете?

Да никак не прокомментирую, ну, недовольны...

Получает ли спикер какую-нибудь обратную связь от участников и в каком виде — анкеты, голосование?

У нас было несколько встреч организовано: были встречи с Ливановым, встреча со Скворцовой. Обычно мы готовим их следующим образом: когда VIP-спикер приезжает, ребята сами готовят вопросы, и то, какие вопросы там будут, — это и есть, на самом деле, обратная связь. Народ сам выбирает.

Вот спикер плохо выступил, и вы ему передаете: «Уважаемый, вы не раскрыли свою тему. Вы выступили со своей презентацией...»

Мы обсуждаем, да. Мы это делаем с рядом спикеров.

А как вы посоветуете действовать молодым журналистам, которые собрались писать петицию, что доклад был нерелевантный и они потратили три часа жизни, слушая саморекламу. Как донести эту мысль до спикера, действительно ли петиция поможет это сделать?

Если человек хочет написать петицию, он должен это сделать, я не вижу здесь криминала. С другой стороны, можно потратить свое время на то, чтобы поспать, можно потратить на составление петиции, а можно заняться чем-нибудь разумным. Даже если выступал кто-то непрофильный — человек он все равно интересный. Я общаюсь с этими спикерами, там по-настоящему интересные люди, они много чему могут научить. Но когда участники задают вопрос Алексею Константиновичу Волину на уровне «расскажите о себе» — мне неинтересны такие участники. Вот смотрите, почему популярен Познер или Парфенов? Они состоялись как личности, вот и все. Я не думаю, что Познер стал Познером только из-за того, что он ходил на мастер-классы «Как выступать правильно». Я уверен, что этого не было. Надо стать личностью, тогда вы будете интересны. Вы будете плохо говорить, но вас будут слушать. А дальше мастерство, но это с помощью оттачиваний.

Какое ключевое событие произошло за все восемь смен на форуме?

Форум сложился, и мы будем подводить итоги. То, что было запланировано, выполнено на 120 % и даже более того. Мы планировали значительно меньше того, что сделали. Мы уже знаем, что будем делать на сле-

Никто никаких денег платить не будет. Здесь надо искать какие-то интересы.

дующий год, какую образовательную программу предложим. Это первая образовательная программа, в прошлом году ее не было. Был просто ряд выступлений, но они не были связаны общей идеей. Сейчас мы понимаем, как это работает, и понимаем, где прикладывать усилия, а где нужно будет отступить.

И последний вопрос: поделитесь, пожалуйста, своими инсайтами, которые появились у вас во время создания образовательной программы и ее реализации.

Вообще никаких. Я занимаюсь этим уже 30 лет, какие я могу сделать открытия? Я эту работу делаю 30 лет, изо дня в день. Я рассказывал про себя, что 36% продуктов питания, брендов, создано и выпущено вот этими руками, этой головой. Инсайты мы искали у участников. Вот это самый важный инсайт. Чтобы найти его, надо проделать сложнейшую работу. Сейчас понятно, какой он, как он звучит, что там мотивирует, как строить программу, поэтому я не знаю, у меня нет инсайтов. Форум прошел, это замечательно для меня — инсайт. ■

Григорий Аветов:

«Если бы не "Синергия", торговал бы оружием»

Григорий, расскажите, пожалуйста, с чего началась ваша карьера?

Заниматься образованием мне нравилось с детства. С 17 лет я в «Синергии» — сначала преподавал, потом занимался продажами, позднее стал коммерческим директором. Коммерческий департамент в «Синергии» был самый большой в России, там было порядка трехсот продавцов.

А вы где-нибудь еще работали или еще чем-то занимались, кроме «Синергии»?

Мы много чем занимались по ходу. Мы делали концерт группы ДДТ в Англии, Израиле. Это хобби и любимое дело, в которое мы вкладывали деньги. Сейчас делаем вещь, которая очень косвенно относится к на-

шему рынку — проводим бои между бизнес-спикерами.

Участвовали ли вы сами в боях? И с кем?

Да. С неизвестными людьми.

В каком виде спорта?

Тайский бокс. Я занимаюсь им давно, но скорее любительски. Меня тренирует тренер сборной Москвы по тайскому боксу — Шамиль Амиров.

Есть ли у вас наставник?

У меня много наставников. Они все работают в бизнесе.

Если бы не было «Синергии», что бы вы делали?

Я бы скорее всего торговал оружием (Смеется).

Какие у вас недостатки?

Мне всегда не хватает регулярно, практически во всем. Не хватает шведского менталитета, не хватает способности и компетенций создавать устойчивые, работающие много лет подряд бизнес-процессы.

Как вы думаете, чего не хватает российским спикерам?

Компетенции и глубины рынка.

Кто, на ваш взгляд, самый дорогой спикер в мире?

Тони Роббинс, но он мне не очень импонирует.

Вы всегда говорите про себя в совокупности с бизнесом, есть ли какие-то личные достижения?

Есть вещи, которыми я не стремлюсь гордиться. Например, кому интересно, что я недавно пробежал 10 км или что я являюсь чемпионом Москвы по шахматам.

Чем вы гордитесь в жизни?

«Синергией», школой бизнеса «Синергия». Мы за 2 года выросли в несколько раз. Для меня важно, чтобы продукт был классным. Плохой спикер в «Синергии» бьет и по репута-

Плохой спикер в «Синергии» бьет и по репутации бренда, и по моей репутации. Моя задача заключалась в том, чтобы вывести на рынок лучший продукт — и, на мой взгляд, я смог его сформировать.



*Григорий Аветов,
организатор
масштабного
бизнес-события
SYNERGY GLOBAL
FORUM и директор
Школы Бизнеса
«Синергия» —
о карьере, спорте
и собственных
недостатках.*

ции бренда, и по моей репутации. Моя задача заключалась в том, чтобы вывести на рынок лучший продукт — и, на мой взгляд, я смог его сформировать.

Получается, что вы очень разносторонний человек. В какой-то степени вы являетесь и продюсером, поэтому не могу не спросить, какое, на ваш взгляд, качество является самым главным в работе продюсера?

Самое ключевое — понимание каналов и рынка сбыта.

А как вы анализируете рынок, прежде чем что-то делать?

Это субъективная оценка.

Над чем вы сейчас работаете?

Над глобальным форумом в Москве, в Тегеране, над скоротечением.

Чем вы гордитесь в скоротечении?

Я осиливаю 8 тысяч знаков в минуту.

Григорий, вы когда-нибудь сталкивались с рынком промоутеров? Как они выбирают спикера?

Ну, во-первых, они смотрят на меня и того спикера, которого я вывожу на рынок. Они его у меня, как правило, забирают. Например, пришли они ко мне на Synergy Global Forum, который был в апреле, увидели Андрея Коптелова, руководителя процесса, и сразу взяли его к себе в регион. Андрей после моего форума сразу получил восемь заказов. И таких кейсов много.

Как вы работаете со спикерами?

Во-первых, секрет. А во-вторых, с каждым спикером мы работаем по-разному. Поэтому я знаю, как провайдеры выбирают, на что ориентируются. Мы же самый большой провайдер в Рос-

сии. У нас девять тренингов в месяц проходит, и форумы у нас тоже самые большие в России. Я провожу вебинар, и из 10 тысяч человек в онлайн-приблизительно 20-30 являются провайдерами, которые используют мои вебинары, чтобы продавать свои программы. У меня самый большой вебинар в России по теме бизнеса.

Сколько сейчас у вас «подопечных»?

Порядка 30.

30 спикеров, с которыми у вас эксклюзивный контракт?

Ну где-то так.

И в заключение, вы столько продвигаете спикеров, не планируете сами стать спикером?

Боюсь, ничего не получится (Смеется). ■



Табриз Шахиди — человек-корпорация, гуру и наставник более 20 российских артистов, занимающих лидирующие позиции на рынке

Табриз Шахиди:

«Успех — это натянутая тетива, тяжелейший марафон длиной в десятки лет, сумасшедшая ответственность за каждое слово, каждый шаг»

ФОТО ИЗ АРХИВА ТАБРИЗА ШАХИДИ

Кто из нас не помнит харизматичного Джерри Магуайера? История предприимчивого спортивного агента, решившего создать собственную фирму, из голливудской фантазии давно превратилась в реальность. Согласно рейтингу журнала Forbes, в 2016 году десять наиболее успешных спортивных агентов за свои услуги заработали свыше 550 миллионов долларов.

Наш герой тоже успешен, уверен в себе и твердо знает, чего хочет. Табриз Шахиди — человек-корпорация, гуру и наставник более 20 российских артистов, занимающих лидирующие позиции на рынке. Об особенностях работы концертного директора, вку-

сах публики и конкуренции в шоу-бизнесе Табриз рассказал в интервью HUBSpeakers Magazine.

Вы родились в семье музыкантов, закончили музыкальную школу, училище при консерватории и Высшую Академию Музыки в Вене. Кажется, что с такой биографией у вас просто не было шанса не состояться как пианист, концертмейстер или педагог, но вы ушли в журналистику и продюсирование. Почему?

Чтобы посвятить себя служению высокому искусству, надо быть пианистом номер один и играть по 5–6 часов в день. В противном слу-

чае зачем садиться за инструмент? Да, вспоминая рецензии педагогов и людей, которые меня слушали, понимаю: данных у меня было предостаточно. Но мне в определенный период жизни надо было зарабатывать на кусок хлеба, работать днем и ночью, а это означало, что я не смог бы отдавать музыке всего себя. Однако это здорово помогает мне в моей профессии сейчас. Классическое образование дает много преимуществ. Я общался и продолжаю дружить с большими композиторами, настоящими артистами, делал радиопрограммы с их участием, а главное, диалог у нас выстраивался на равных — и я тут же завоевывал их расположение.



Табриз Шахиди

Президент ЗАО «Империя Музыки», член Союза Журналистов России, концертный директор актеров Игоря Верника, Леонида Ярмольника, Геннадия Хазанова, телеведущих Владимира Соловьева, Леонида Якубовича, Дмитрия Диброва, Оскара Кучеры, Авроры, Ксении Собчак, Татьяны Арно, Анастасии Трегубовой, Марианны Минскер; руководитель стартап Академии «Сколково» Михаила Хомича, певиц Этери Бериашвили, Теоны Дольниковой, Дениса Мажукова, группы «Маримба Плюс» и других артистов и конференсье.

«Империя Музыки» была создана в 2003 году. Почему, на ваш взгляд, вообще возникла необходимость появления профессионального посредника между артистом и заказчиком выступлений?

Мировой опыт это показывает, и я тут не был первооткрывателем. Агентства были всегда и всегда будут существовать как неотъемлемая составляющая индустрии развлечений. Посредник нужен для того, чтобы клиент (или его персональный ассистент, как это часто бывает) не занимались не своей работой. Директор артиста никогда не будет заниматься подготовкой гримерки, обеспечением звукового оборудования, кейтерингом, декорациями, организацией парковки и т. д. Очевидно другое: желание клиента сэкономить. Но, как показывает многолетняя практика, когда мы начинаем задавать разные вопросы от сценария до бытовых, заказчик начинает думать: стоит ли ему ставить на чашу весов тридцать три копейки (от 5 до 10% агентских), которые он экономит, но получает

проблемы с выступлением артиста вплоть до отмены из-за того, что не предусмотрел то, что профессионалы сделали бы на высшем уровне не сильно напрягаясь.

Насколько за 14 лет, что существует ваша компания, изменилась индустрия и сама «Империя Музыки»?

Мы несомненно растем. Объемы продаж, несмотря на колебания рынка, фантастические. Если в первый год мы работали около 10 мероприятий за сезон, то сейчас у нас минимум 20 мероприятий и/или продаж в месяц. Такими показателями могут похвастаться только ТОП-5 лидеров рынка. Индустрия в целом развивается как и положено: режиссура мероприятий, декор, техническое обеспечение шагнули к пьедесталу очень уверенно, кейтеринг — более или менее стабильно, букинг артистов — самый сложный и ответственный сегмент. Здесь ошибаться нельзя — за любой обман или нечистоплотность затопнут

в мгновение. В нашем бизнесе самое важное — это доверие клиента. Без многолетней безупречной работы не построить идеальный механизм, который будет приносить стабильные дивиденды.

Если ты из года в год делаешь свою работу на высоком уровне и даешь самые низкие цены, то и клиент не задумывается над тем, чтобы поменять подрядчика и всем друзьям своим советует тебя — ведь клиент отдает тебе не услуги, не товар, а собственные деньги. И чем сильнее это доверие, тем быстрее мы бронируем артиста. А в отношениях с артистом твоё доброе имя и красивая работа создает атмосферу финансовых привилегий и приоритет.

Одно из мероприятий, которые вы планируете провести, — творческий вечер поэта Евгения Евтушенко, а среди архивных событий — например, участие в одной из конференций общественного деятеля Ирины Хакамады. Выходит, что вы империя не толь-

*В нашем бизнесе самое важное — это доверие клиента.
Без многолетней безупречной работы не построить
идеальный механизм, который будет
приносить стабильные дивиденды.*

ко музыки, но гораздо шире? Кто самый «неформатный» спикер из тех, кого вы продюсировали?

Я неоднократно говорил, что не могу считать себя продюсером в западном понимании этого слова. Я являюсь (могу быть) менеджером, помощником, концертным директором, «правой рукой», верным другом, консультантом с огромным опытом — кем угодно, но не продюсером. Я могу администрировать дела, ходить на переговоры, готовить и подписывать контракты, проверять бытовые и технические спецификации, составлять графики, советовать что-то в творческом плане (право совещательного голоса), заниматься организацией концертов — заниматься тем, что приносит реальный доход артисту. Но я уверен, что не имею никаких прав указывать Владимиру Соловьеву как, где и что говорить, писать, на какие темы выступать, или, не дай Бог, указывать пианисту высочайшего класса Вазгену Вартаняну, как интерпретировать, например, побочную партию

ре-минорного фортепианного концерта Рахманинова. Это творческие единицы (читай «единственные», лучшие в своем роде), мастерство которых в профессии не подлежит сомнению. Что касается Вашего вопроса, то «Империя Музыки» — это концертно-гастрольная компания, которая занимается организацией ЛЮБЫХ мероприятий и приглашением любых спикеров и артистов самых разных жанров, а творческий вечер Евтушенко — это проявление уважения к большому поэту и возможность прикоснуться к творчеству великого человека. Понятия «неформатный» для нас не существует. Мы не ограничиваем себя в работе.

Вы являетесь агентом уже состоявшихся и известных персон. Задумывались ли вы когда-нибудь о продюсировании молодых, еще малоизвестных талантов?

Я давно не занимаюсь продвижением и раскруткой артистов. Мне хочется больше времени уделять творчеству отца Толибхона

Шахиди. Записывать и выпускать альбомы, обеспечивать участие в больших концертах. Мой отец закончил Московскую государственную консерваторию им. Чайковского — класс композиции Арама Хачатуряна. Он учился в лучшей консерватории мира и сейчас является мастером своего дела, продолжая лучшие традиции русской советской композиторской школы. Каждые пять лет мы делаем юбилейные концерты папе.

Что вы посоветуете начинающим поп-артистам для того, чтобы приобрести известность, стать востребованными?

Как и в любой профессии: много работать, всего себя отдавать творческим поискам и искусству. Постепенно искать свой репертуар, свое место на сцене и своего слушателя. Не надо сразу стремиться к созданию чего-то оригинального, своего, неповторимого — ничего не получится. Вы можете вообразить себе, каков процент артистов, претендующих на «демоническую одаренность», со-



здающих, по их мнению, интересный оригинальный музыкальный продукт? Их подавляющее большинство, процентов 90! И пусть десятая их часть представляют из себя на самом деле профессионалов высокого класса с неповторимыми творческими находками. В итоге остается в лучшем случае всего 10 процентов артистов-звезд, из которых добрая половина стала всемирно известной благодаря тому, что в самом начале своего пути к звездному небосклону спели на свою песню.

Есть масса примеров, когда звездами становились за счет того, что перепевали старые хиты. Из недавнего — группа Madcon стала всемирно известной, очень грамотно перепев хит 1967 года от Frankie Valli и The Four Seasons. Песня Alabama Song, прославившая The Doors, на-

писана в 1928 году Куртом Вайлем и Бертольдом Брехтом. Pet Shop Boys сделали резкий «скачок в известность» благодаря песне Willie Nelson «Always In My Mind». Animals, прогремевшие с песней Don't Let Me Be Missunderstood, которая на самом деле была написана для Нины Симон, также прославились с народной песней House Of Rising. Guns'N'Roses выстрелили с песней Боба Дилана Knocking Of Heaven's Door. Аналогичные истории — с Уитни Хьюстон, Бритни Спирс, Eruption. Продолжать можно бесконечно.

А спикерам и тренерам? С чего начать?

Со спикерами сложнее. Их как диджеев — тысячи, а научить они могут мало чему. Беда в том, что каждый, кто научился связно гово-

рить, пытается читать мастер-классы. Но проблема в том, что они сами в своей жизни пока ничего не добились. К примеру, мне как пианисту интересно было бы послушать (или прочесть мысли, воспоминания) Святослава Рихтера или послушать лекцию Дениса Мацуева. Но я точно не пойду на лекцию теоретика сельскохозяйственных наук, который не вырастил сад. Я с удовольствием слушаю и продаю мастер-классы Владимира Соловьева, который в ораторском искусстве или искусстве переговоров номер один, но слушать лекцию по лидерству человека, об успехах которого я ничего не слышал — увы. А начать надо с того, чтобы в своем главном деле стать профессионалом высочайшего класса и чтобы о твоих делах знали и о них говорили.



Сколько на сегодняшний день артистов, букингом которых занимается ваша компания?

«Империя Музыки», как агентство полного цикла, работает с любыми артистами и ведущими. Если Вы имели в виду концертный менеджмент, то есть артистов, концертным директором которых я являюсь, то их 24.

Кого из иностранных артистов хотят чаще всего видеть на отечественных мероприятиях? И приглашают ли зарубежные заказчики российских артистов?

У нас хотят видеть бесконечный «состав» из групп 80-х годов, таких как Boney M или Ottawan, от оригинального состава которых почти ничего не осталось, да и качество их выступлений оставляет желать лучшего. Но имя вроде громкое, да и стоят

они в два раза дешевле большинства топовых отечественных артистов. Хотя лично для меня это загадка. Я понимаю, почему их приглашали в первые годы после развала СССР, но звать эти группы через 25 лет, когда на Западе работает несколько поколений блестящих музыкантов — это уму непостижимо. Мне, как профессиональному в прошлом музыканту, хочется качества. Но все зависит от бюджетов. У нашей компании есть много клиентов, которые заказывают нам и Stinga, и SEAL, и Pet Shop Boys, Maroon 5, Рамзотти. Знаю, что на мероприятиях коллег бывали Кристина Агилера, Шакира, Дженифер Лопес, Элтон Джон и многие другие.

С какими бюджетами вы работаете? Понятно, что все очень индивидуально, но если говорить

в целом, по вашему опыту, какие деньги готовы тратить заказчики, чтобы забукировать того или иного артиста?

Например, традиционно в канун Нового года порядка 300 крупных и средних компаний устраивают корпоративы с привлечением артистов. Половина из них могут потратить от 40 до 80 тысяч евро только на артистов. Затраты другой половины на музыкантов и ведущих не превышают 25–30 тысяч евро. Огромное количество компаний празднуют еще «скромнее» — всего один артист до 10 тысяч евро. У некоторых артистов бывает по пять выступлений в предновогодний период. Самые дорогие артисты — Лепс, Киркоров, Сукачев, Михайлов, Антонов, Басков — могут себе позволить не выступать чаще, чем два-три раза за вечер, но и их мо-



гут к себе пригласить не более 5–7% от общего числа компаний. Думаю, если скажу, что за декабрь примерная сумма общих затрат на корпоративы в Москве достигает порядка 100 миллионов евро, это будет очень близкая к реалиям цифра. Стоимость выступления самых востребованных артистов под Новый год может колебаться от 20 до 60 тысяч евро. Мы работаем с любыми клиентами. Ведь и самые скромные из них становятся на ноги. А значит через несколько лет мы им будем делать большие праздники.

Отражается ли экономическая ситуация в стране на вашей работе? Корректируются ли каким-то образом тренды?

После кризиса 2008 года широкое распространение получили капустники и наполнение программ силами сотрудников компаний. Они сами готовят номера, конкурсы, раскрывают свои таланты, при этом на самый конец мероприятия хедлайнером приглашают только одного звездного артиста и/или одного звездного ведущего на весь вечер. Но существует масса клиентов (и мы с ними работаем много лет), которые заказывают нам по 3–10 топовых артистов в рамках одного мероприятия. Если говорить о трендах, то показатель «крутости» мероприятия — это количество топовых артистов в нем.

Какие социальные сети вы используете для получения заказов на артистов? Как в целом современные технологии меняют индустрию?

До 40% запросов на мероприятия я получаю из социальных сетей — на

первом месте Инстаграм, на втором и последнем — Фейсбук. А происходит это, потому что клиенты видят твою активность, твою работу, а коллеги видят твоих артистов.

Вы создали приложение, скачав которое, можно узнать цены на выступления артистов. Насколько оно помогает вам в работе? И не бывает ли случаев, когда пользователи используют данную информацию в корыстных целях?

Скачать приложение может любой, но получить доступ к размерам гонораров смогут не все. Полноценная база доступна только зарегистрированным пользователям, чьи данные я или мои менеджеры лично проверим. Нам нужно будет убедить, что пользователь не собирается «сливать» конфиденциальную бизнес-информацию в сеть. На самом деле это классическое B2B-предложение: пользователи являются либо прямыми частными заказчиками, либо event-агентствами. Им просто нет смысла сливать эту информацию по многим причинам. Для праздного интереса получить доступ нельзя. Во всяком случае, мы стараемся пресекать такие попытки. Большинство журналистов тоже прекрасно понимают, что есть информация, о которой не стоит писать. Просто по этическим соображениям: никому не хочется видеть напротив своей фамилии цену. При этом никто из представленных в приложении артистов не только не возражал против этого прорыва в event-индустрии, но многие, напротив, звонили и просили разместить в нем, если не находили себя в списках. Ар-

тисты часто выходят на нас, чтобы скорректировать устаревшую информацию.

Как обстоят дела с конкуренцией в индустрии? Насколько заполнена ниша, какие тренды приходят в отрасль и как она будет развиваться дальше? Может есть задумка что-то предпринять в вашем бизнесе или, может быть, идея, которая может изменить всю индустрию — поднять ее на новый уровень?

Придумывать ничего не надо. Нужно искренне любить свое дело, честно выполнять свои обязанности и стремиться быть лидером. А вот конкурентное преимущество — это наши артисты и звезды. Любые наши конкуренты на рынке — это наши партнеры, потому что они часто приглашают моих артистов работать на свои мероприятия.

«Звоните прямо сейчас — я на связи 24 часа, за исключением самолетов. Но и тогда пришлите SMS-запрос. Как только я коснусь земли, я тут же отвечу Вам! Табриз Шахиди», — так сказано на вашем сайте. Что мотивирует вас работать 24 часа в сутки?

Я не отдыхаю вообще. Отдых — это отключение от повседневности. Что такое повседневность? Это когда ты идешь на работу и занимаешься одними и теми же делами, которые тебе неинтересны. У меня нет этой рутины. Все всегда ново. Нет и усталости от работы. Я могу уехать на два-три дня. Но не могу я две недели лежать на пляже! Сразу бегу искать Интернет и Wi-Fi. Компьютер всегда со мной.

Мне все время хочется что-то делать. Все время быть в движении, в действии. С другой стороны, я являюсь директором топовых звезд и обязан быть всегда в зоне доступности. Молниеносное получение информации о стоимости и доступности артиста — важная составляющая успешности бизнеса.

Что такое успех?

Успех — это натянутая тетива, это тяжелейший марафон длиною в десятки лет, это сумасшедшая ответственность за каждое слово, каждый шаг; успех — это умение собрать вселенную вокруг себя и себя размножить во вселенной; успех — это тяжелая работа без единой возможности расслабиться, уехать отдохнуть, забыть обещания, выключить телефон; успех — это выглядеть безупречно всегда, несмотря на возраст, уровень благосостояния, 4 часа сна последние много лет; успех — это смелость, такт, решительность, вкус, обаяние; успех — это доброжелательность, но не мягкотелость, филигранное умение оградить себя от людей и дел ненужных, других людей так, чтобы одна мысль о Вас каждый день заставляла их чувствовать себя счастливыми; ненавидеть так, чтобы хватало сил и смелости «послать» некоторых открыто, прекратить всяческое общение; успех — это когда ты ходишь и за рулем едешь медленно, а дела делаешь быстро, четко, полностью отдав себя профессии и своим проектам. Успех означает, что ты на правильном пути. Успешных людей много. Их становится все больше. Я несказанно рад, что многие из них окружают меня. ■

СКОЛЬКО ЗАРАБАТЫВАЮТ продюсеры в России

Профессия продюсера является востребованной, поскольку позволяет любому человеку не только реализовать творческие таланты и способности, но и зарабатывать хорошие деньги. Продюсер обеспечивает эффективную реализацию любой идеи, регулирует финансовые, административные и юридические вопросы, занимается рекламой и раскруткой каких-либо проектов. Люди этой

профессии должны быть коммуникабельны, ведь от их умения общаться зависит успешность финансирования проекта.

Продюсер в России — это не столько творческая, сколько экономическая профессия, поскольку без коммерческой жилки и управленческих навыков в этом деле не обойтись. Существует несколько вариантов, отличающихся по сфере деятельности.

ГЛАВНОЙ ЦЕЛЬЮ ПРОДЮСЕРА ЯВЛЯЕТСЯ ПОИСК

СТАБИЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРОЕКТА В ОБЛАСТИ КУЛЬТУРЫ, ТЕЛЕВИДЕНИЯ, ПОЛИТИКИ И ДРУГИХ СФЕР ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ. ПРОДЮСЕРА ПОМОГАЮТ СОЗДАТЬ ИМИДЖ И ВЫПОЛНЯЮТ ФУНКЦИИ КРЕАТИВНОГО ДИРЕКТОРА, ЗАНИМАЮТСЯ АНАЛИЗОМ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРОЕКТА И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕМ С ЦЕЛЬЮ ПОЛУЧЕНИЯ МАКСИМАЛЬНОЙ ПРИБЫЛИ И ОТДАЧИ.



ЗА ЧТО
ОТВЕЧАЕТ



СКОЛЬКО
ЗАРАБАТЫВАЕТ

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА УКАЗАНА
В СРЕДНЕМ ПО МОСКВЕ

HUBSPEAKERS[®]
magazine

ТЕАТРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР



- Организует театральные постановки.
- Разрабатывает новые сюжеты и находит готовые сценарии спектаклей, нанимает актеров и других сотрудников.
- Ищет деньги, контролирует бюджет проекта.



Зависит от его коммерческой жилки.

Самым успешным театральным продюсером России является **Дмитрий Богачев**, который стал известен после первой своей постановки, обернувшейся масштабной трагедией — «Норд-Ост». Многие думали, что на этом его карьера продюсера закончится, однако Богачев не сломался: он отправился в Лондон для обогащения своего опыта в продюсерском деле и поставил мюзиклы «Русалочка», «Звуки музыки», «Призрак Оперы», которые принесли ему мировую известность.

ИСТОЧНИК: CAREERJET.RU

МУЗЫКАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР



Занимается раскруткой звезды, создает сценический образ, стиль музыки исполнителя, контролирует процесс звукозаписи.

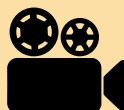


Обычно продюсер выплачивает звезде ежемесячную зарплату, все остальные средства инвестирует в раскрутку артиста.

Одним из самых успешных продюсеров России был **Юрий Айзеншпис**, который сотрудничал с группой «Кино», с Катей Лель, Никитой. Его самым звездным подопечным был Дима Билан. Начиная с доходов в 1500 руб. еще при «Советах» (зарплата министра была 1000 рублей, кстати), он достиг многомиллионного состояния, занимаясь раскруткой именитых исполнителей. На смену господина Айзеншписа пришла Яна Рудковская, которая открыла свое продюсерское агентство.

ИСТОЧНИК: MEDIAJOBS.RU

КИНОПРОДЮСЕР



- Руководит всем процессом создания фильма — от идеи до аплодисментов в кинотеатрах.
- Контролирует бюджет.
- Следит за творческим процессом.
- Договаривается с прокатчиками фильмов.



Несколько миллионов долларов.

Среди российских продюсеров можно выделить такого титана киноиндустрии, как **Тимур Бекмамбетов**, чей центр заработал на прокате картин за 2007–2014 гг. **\$39,4 млн** (Источник: РБК). Также стоит отметить **Сергея Сельянова**, основателя компании СТВ, который получил прибыль **\$16,7 млн** за период с 2007 по 2014 (Источник: inform.kz). Не стоит забывать и **Александра Роднянского**, который стал сопродюсером нашумевшего «Облачного атласа» и автором книги на русском языке под названием «Выходит продюсер».

ИСТОЧНИК: TVKINORADIO.RU

ПРОДЮСЕР КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР



- Продвигает компьютерные игры на рынке.
- Общается с партнерами-разработчиками.
- Анализирует и улучшает финансовые показатели в игре.
- Разрабатывает и внедряет обновления и ивенты.
- Составляет отчеты, собирает и анализирует статистику.
- Готовит материалы для локализации.
- Руководит проектными командами.



от 100 тысяч рублей в месяц

ИСТОЧНИК: GAMEDEV.RU

ПРОДЮСЕР КОНФЕРЕНЦИЙ



- Предлагает актуальные темы для конференций на основе аналитики рынка.
- Создает конкурентоспособную программу, наполняет ее интересным материалом, находит ярких спикеров.
- Определяет целевую аудиторию и разрабатывает маркетинговую стратегию.



от 60-120 тысяч рублей в месяц

ИСТОЧНИК: HH.RU

ПРОДЮСЕР РАДИОЭФИРА



- Отвечает за разработку концепции программ.
- Ориентируется в информационном пространстве и находит самые интересные темы для обсуждения в эфире.
- Приглашает лучших экспертов и самых именитых гостей.
- Активно участвует во внеэфирной жизни станции.



от 70 тысяч рублей в месяц

ИСТОЧНИК: AIRPERSONALITIES.RU

ПРОДЮСЕР СПИКЕРОВ



- Создает образ и разрабатывает стратегию позиционирования эксперта, его продвижения и организацию его выступлений.
- Создает команду под конкретного эксперта, которая работает над совершенствованием его образа, выработки его собственной специфики и стиля.
- Помогает сформулировать основные темы выступлений и понять, в каких кругах они будут востребованы.
- Проводит ряд мероприятий, направленных на монетизацию способностей спикера: публичные выступления, консультации, тренинги, написание книги.
- Находит спонсоров и рекламодателей, чтобы спикер стал лицом известного бренда.
- Определяет целевую аудиторию и разрабатывает маркетинговую стратегию при проведении открытых мероприятий спикера.



от 100 до 500 тысяч рублей в месяц

ИСТОЧНИК: HUBSPEAKERS.RU

ПРОДЮСЕР НОВОСТЕЙ



- Подбирает и разрабатывает темы сюжетов.
- Находит интересных героев.
- Подбирает видеоматериалы для новостей.



от 50 тысяч рублей в месяц

ИСТОЧНИК: HH.RU



**В БОЛЬШИНСТВЕ СЛУЧАЕВ
ДОХОДЫ ПРОДЮСЕРА
НАПРЯМУЮ СВЯЗАНЫ
С УСПЕШНОСТЬЮ ПРОДВИГАЕМОГО
ПРОЕКТА ИЛИ ЛИЧНОСТИ:
ЧЕМ БОЛЬШЕ УДАЛОСЬ ЗАРАБОТАТЬ,
ТЕМ ВЫШЕ ЕГО ДИВИДЕНДЫ.**

pressfeed

сервис подписки на запросы журналистов

РЕКЛАМА

16+

Самый простой и быстрый способ попасть в СМИ

Как это работает?



1. Журналист
оставляет
запрос



2. Вы отвечаете



3. Публикация!

2500
СМИ

1500
медиазапросов
в месяц

4000
журналистов



Позвоните и получите скидку
по промокоду: **PRESSFEED**
8 495 120-80-19
info@pressfeed.ru
www.pressfeed.ru

С нами работают СМИ:

ФедералПресс
Российское информационное агентство

 **Российская Газета**
RGRU

 **РБК**

 **RUSBASE**

КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА
1917

metro 

LIFE NEWS

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Москва 24



**СЕКРЕТ
ФИРМЫ**

ИЗВЕСТИЯ

Коммерсантъ

Каждый эксперт в чем-то!

Максим Овчаренко:

«Я до сих пор сталкиваюсь с тем, что предприниматели, у которых возникают проблемы, идут не к консультантам, а в ФСБ»

ФОТО ИЗ АРХИВА МАКСИМА ОВЧАРЕНКО

Дайте определение, кто такой бизнес-тренер?

Люди считают, что тренер может что-то изменить, чему-то научить и т.д. Под изменениями я подразумеваю развитие. Когда у человека возникает вопрос, как перейти на новый уровень, открыть второе дыхание или взять новую высоту, я понимаю, в каком направлении человеку или компании нужно двигаться и какие стратегические действия нужно совершить для этого.

С 16 лет я так или иначе занимаюсь вопросами собственного развития и развития других людей или компаний. Тогда я жил в Крылатском, где появился центр развития, в котором только только начинали свою деятельность такие люди, как Алан Чумак. Даже в юридической компании я проработал юристом от силы до кризиса 98 года, тогда фактически остался только учредитель и я. Я взял на себя функции развития этой компании и больше не работал как юрист, а нанимал юри-

стов, искал клиентов, развивал те или иные направления.

Тренер — это одна из компетенций мастера по развитию, но есть и другие способы доставки знаний: тренинг, коучинг, менторство, спикерство, написание книг и публикаций и т.д. Когда ко мне приходит компания или человек, я понимаю, в чем их главная проблема, что мешает им развиваться и как им выйти на этот новый уровень, предлагаю им что-то вроде стратегического направления. Где-то в этом

A portrait of a middle-aged man with short dark hair and a slight smile, looking upwards and to the left. He is wearing a dark pinstriped suit jacket over a white dress shirt. His hands are raised to his chest, adjusting his tie. A wristwatch with a blue dial and black strap is visible on his left wrist. The background is a blurred outdoor setting with light-colored stone or concrete pillars.

*Наверное, я идеалист,
но я верю, что каждый
человек имеет
право на счастье*



Максим Овчаренко

Тренер-консультант в Wilson Learning Russia, автор методологии организационного и личного развития «Внутреннее лидерство в действии», решил однажды кардинально изменить свою собственную жизнь и теперь помогает вывести бизнес и жизнь других на новую высоту. Герой с увлечением рассказывает о поддержке, которую получал от окружающих, когда принимал решение двигаться к истинным целям.

направлении может быть и тренинг для руководителя, но я не верю в тренинг как в единственный инструмент, с помощью которого можно получить какие-то реальные изменения, потому что для изменений недостаточно одного-двух дней, это минимум два-три месяца работы. Я знаком с очень многими подходами и в терапии, и в психотерапии, и в организационном развитии, по большей части, это клоунада. Сейчас тренинги — как раньше были корпоративы: все пошли, потусовались, пообнимались, пришли в офис, а там старый контекст.

Что побудило вас оставить престижную работу юриста?

Та компания была наполовину моя, поэтому я не просто с чужого ушел, я ушел из своего же бизнеса, в новое направление. Наверное, я идеалист, но я верю, что каждый человек имеет право на счастье. Более того, главная задача человека — сделать себя самым счастливым. И счастье заключается в том, чтобы найти свой баланс в жизни: в самореализации, в отношениях и здоровье. В какой-то момент я понял, что то, чем я занима-

юсь, приносит достаточно денег, это престижно, статусно — генеральный директор, костюм... Но это не приносит удовлетворения. И это случилось, когда мне было около 33 лет.

Вы связали это с кризисом?

Я не просто связал это с кризисом, я почувствовал, что он пришел в мою жизнь, и решил, что мне не стоит идти ни на какие компромиссы, в первую очередь, с собственной жизнью. И если я понимаю, что хочу быть счастливым, то не стоит хвататься за сиюминутные выгоды и гробить свою жизнь на то, чтобы работать ради денег, не получая при этом удовлетворения.

По прошествии всех этих лет можете сказать, что стали счастливее?

Моя цель и мечта были в том, чтобы заниматься таким делом, которое будет приносить мне удовольствие и приличные деньги, а также будет полезно другим. Я попробовал себя в разных направлениях, которые были связаны с интеллектуальным трудом, и остановился на том, чем начал заниматься последние два года. Если раньше это были юридические кон-

сультации, то сейчас это консультирование, связанное именно с обучением и с развитием.

Есть ли другие составляющие вашего счастья?

Я пять раз в неделю занимаюсь фитнесом, боевыми искусствами. Чувствую себя великолепно. А отношения еще на пути. Существует стереотип, что счастье в отношениях — это жена, дети и т.д. У меня сейчас нет семьи, но я не чувствую какой-то неудовлетворенности в текущем положении дел, я вполне счастлив в том, что я имею сейчас.

А что касается ментального и психического?

До 27 лет я не подозревал в принципе о наличии каких-либо психологических вопросов, с которыми я могу столкнуться в жизни. Когда человек полностью в комфорте, у него ничего не болит, он вряд ли пойдет искать. В 27 я прошел первый жизненный кризис — развод. Я начал искать ответы на вопросы, почему все это происходит, зачем. В 27 лет я представлял собой человека, который абсолютно не выражает эмоции. У меня было непро-

Да, ты можешь перестать вкладывать в себя и начать отдавать, транслировать. Многие люди живут в контексте нехватки, им постоянно чего-то не хватает и из этого дефицита они начинают делать.

стое детство, и самый сложный период был в 18 лет, тогда у меня умер отец. Это сильно повлияло на то, чтобы закрылись эмоции. К 28–29 годам я курил три пачки сигарет в день, работал в офисе по 13–14 часов, весил на 10 кг больше, чем сейчас, и чувствовал себя ужасно. Однажды я ехал в офис и задумался, что произойдет, если я пробуду здесь еще лет пять. И мне просто стало жутко. Я понял, что через пять лет мне будет уже 33–35 и, скорее всего, все будет только ухудшаться, поэтому нужно что-то делать, принимать решение. Я верил, что человек может быть счастливым — и это не самоцель, это путь развития, приближающий к ощущению наполненности, полноценности, что есть достаточно того, что ты хочешь в жизни. И это достаточно идет прежде всего изнутри. С этого момента начался серьезный, глубокий путь развития.

А каков для вас смысл слова *достаточно* — это когда у тебя уже все есть, и тебе больше не надо ни развиваться, ни двигаться дальше?

Да, ты можешь перестать вкладывать в себя и начать отдавать, транслировать. Многие люди живут в

контексте нехватки, им постоянно чего-то не хватает и из этого дефицита они начинают делать. Не хватает любви — начинает искать отношения, не хватает денег — начинает искать работу. Приходит человек на работу, потому что у него не хватает денег. Он пришел, получил, компенсировал эту недостаточность, а потом через полгода ему снова чего-то не хватает. За знаниями тоже люди часто бегают, потому что им кажется, что им не хватает знаний. В книге Чогьяма Трунгпа «Преодоление духовного материализма» примерно об этом написано: люди занимаются духовными практиками, а их эго начинает вешать себе погony: я закончил MBA, второе высшее, я сходил к такому-то учителю, съездил на Тибет, и вместо того чтобы человеку становиться действительно духовным, он становится интеллектуально возвышенным. Так же происходит в мире бизнеса. Люди бегают по тренингам, обучающим семинарам — а что в их жизни меняется? Очень многие люди занимаются обучением ради самого процесса, потому что это дает им ощущение компенсации той недостаточности.

Давайте перейдем на практику.

Например, нас приглашают в IT-компанию, где директор говорит: «Я хочу повысить продажи, сделайте мне тренинг по продажам». Но мы не делаем тренинги по продажам, потому что это бесполезно. Давайте будем исходить из того, какова цель. Ты хочешь тренинг по продажам — это самоцель или чтобы повысились продажи? Или повысить прибыль? Между повышением продаж и повышением прибыли огромная разница. Если ты начинаешь заниматься развитием, то компанию надо выводить на принципиально другой уровень, т.е. речь идет о повышении той же прибыльности не на 5–10 %, что дают обычные тренинги по продажам, а минимум на 30, а то и вообще на 100 % и больше.

Вы приходите и выясняете, что у человека есть свое видение, но оно не работает. Плавный переход, объяснение — технически, что вы делаете?

Мне кажется, это происходит из-за того, что у людей нет культуры организационного развития. У нас бизнес-культура вообще еще достаточно



молодая, если сравнивать, к примеру, с Америкой. У нас бизнесу около 20 лет. Поначалу многие в бизнесе были связаны с мафиозными элементами, и я до сих пор сталкиваюсь с тем, что предприниматели, у которых возникают проблемы, идут не к консультантам, а в ФСБ, чтобы те их проконсультировали — это все равно что у тебя что-то болит, а ты пошел к гадалке. Я заметил, что все больше коммерсантов ценят другой подход, когда ты не соглашаешься сразу, а объясняешь, тогда люди видят, что ты заинтересован в их результате.

Кого вы считаете конкурентом, на кого хотите быть похожим?

Есть люди, которых я уважаю, типа Робина Шармы, Тони Роббинса, Ради-слава Гандапаса. Как бы я ни относился к ним, я их уважаю, потому что они реализовали себя. И если я скажу, что кто-то из них мой конкурент, значит, я пытаюсь его копировать. Конкурен-

ция — это состязание. Оно возможно там, где у вас одинаковые продукты. Я считаю, что каждый человек уникален, и если ты умеешь проявить себя, показать свою индивидуальность, то не с чем сравнить.

Насколько вы готовы и хотите выступать за границей?

У меня был опыт. Я проходил месячное обучение за границей, как раз по вопросу публичных выступлений, и был там единственным русским. У меня есть знакомая австралийка Иветта Роуз, она автор книги по метафизической анатомии, в которой объясняет взаимосвязь абсолютно любых заболеваний с психологическими аспектами. Однажды она мне звонит: «Максим, я познакомилась с человеком, хочу чтобы ты с ним поговорил». Берет трубку мужчина, представляется Кристофером Ховардом, рассказывает про себя и говорит, что хотел бы проводить что-то в России.

А я занимался организацией мероприятий — своих и чужих. Договорились, что я привожу его в Москву, собираю зал, мы проводим тренинг. Уже после первого дня я понимаю, насколько его состояние отличается от моего, насколько оно является заряжающим, сильным. На следующий день прихожу на тренинг Кристофера, и он предлагает поехать с ним на месяц на Бали, чтобы обучить меня всему, что знает. Через 7 дней я приезжаю на Бали. Там группа из 40 человек со всего мира, и он проводит полный курс обучения: трансформационное НЛП, гипноз, коучинг, менторство, публичные выступления, продажи. Это был месяц активного обучения на английском языке: говорили, слушали, вся терминология, публичные выступления, сессии терапевтические. Прошло три года, а до сих пор, когда готовлюсь к какому-то семинару, у меня паттерны сначала на английском языке рождаются.

А есть какие-то вещи, которые чему-то научили, но вы понимаете, что такого никогда больше не сделаете.

Приняв решение об уходе из юридической компании, я в течение 12 лет фактически шел по пути серьезной трансформации — глубоко окупаясь в мир личностного роста, прожил много серьезных кризисов. Если бы я этого не сделал, то, может быть, меня уже и в живых-то не было, потому что, во-первых, здоровье бы себе попортил, а во-вторых — настолько резкий был раньше в плане суждений, принятия решений, разрыва отношений, что неизвестно, куда меня это привело бы. Силы много внутренней, и велика вероятность, что вылезли я куда-то повыше, то с теми чертами характера мне бы уже надавали по голове очень сильно.

Расскажите, о чем вы мечтаете, что-то глобальное, грандиозное, не планы текущего месяца.

В плане внутренних ощущений я хочу реально замечать свое влияние на процессы, происходящие в людях и в мире вообще. Мне хочется видеть, насколько мое воздействие оказывает влияние на массы людей. Мне доставляет большое удовольствие наблюдать, как в результате нашего взаимодействия у человека происходят какие-то изменения, улучшения, трансформация в жизни, я чувствую себя частью этого проекта.

Что касается вопроса самореализации. Не для себя, а для общественного мнения. Может ли семейный психолог быть одиноким, может ли бизнес-тренер быть плохим бизнесменом, может ли человек, который зани-

мается лидерством и мотивацией, сам быть не лидером и не мотивированным?

Этот же вопрос я задавал когда-то своему учителю. Как я могу учить других людей, если сам не достиг какого-то пика. Он мне привел в пример Пеле. Он же не стал тренером. А знаешь ли ты тренеров, которые были великолепными футболистами?

Как-то не проводится такая параллель. Считается, что Уоррен Баффет может меня чему-то научить.

Это просто стереотип. Уоррен Баффет не может научить, потому что у него есть определенная, скажем так, энергетика миллиардера. Невозможно стать Уорреном Баффетом, просто захотев этого. Это то, за что нас цепляет тот же Гандапас, просто чтобы зацепить. Люди дорастают. Тот же самый Чичваркин, он дорос до определенного уровня, а потому ему дали по шапке и дальше он не вырос. Это красивые слова, вера в мечты, сказки, но в реальности это не работает.

Хорошо, а вы в этой метафоре кто?

Я правдоруб. Я показываю другие точки зрения. Есть убеждение, что Уоррен Баффет придет, научит всех быть счастливыми, и все сразу ими станут. Нет, это не работает. У каждого свой путь. И, кстати, необязательно всем становиться Уорреном Баффетом, чтобы стать счастливым. Сколько случаев, когда человек выигрывает в лотерее, а потом спивается, стреляется.

А есть какие-то еще увлечения, помимо русских боевых искусств, от чего вы получаете удовольствие?

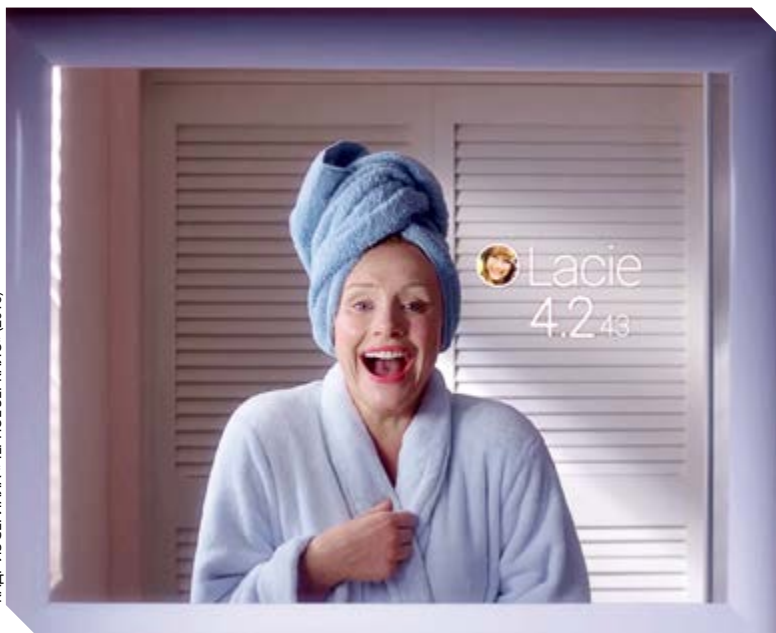
Я просто от жизни кайфую, от ее процесса. ■



Есть убеждение, что Уоррен Баффет придет, научит всех быть счастливыми, и все сразу ими станут. Нет, это не работает. У каждого свой путь.

Диктатура лайков

КАДР ИЗ СЕРИАЛА «ЧЕРНОЕ ЗЕРКАЛО» (2016)



В цифровом мире популярность исчисляется конкретными цифрами, и публичным людям не остается иного выбора, кроме как использовать социальные сети для увеличения узнаваемости. В погоне за признанием аудитории приходится делиться персональными данными с пользователями Интернета. Как меняет человека популярность в Интернете? И какие меры предосторожности стоит предпринять лидерам мнений?

Сценаристы британского сериала «Черное зеркало», посвященного побочным эффектам цифровых технологий, умеют задавать неудобные вопросы. После каждой серии испытываешь восхищение, смешанное с чувством неловкости — очень неуютно представлять себя на месте героя, попавшего в ситуацию, где хороших решений, кажется, просто нет. Антиутопия из первой серии нового сезона (NoseDive), пугающе близка к реальности современных соцсетей, где люди из всех сил стараются изображать идеальную версию самих себя.

Героиня Лейси (социальный капитал 4,2 — твердый середнячок) тренирует перед зеркалом залихватский смех — чтобы естественнее изображать радость при встрече со знакомыми. Мило улыбается баристе, давась черствым печеньем и глотая невкусный кофе. В мире недалекого будущего нравиться всем — не роскошь, а способ выживания: приятный имидж конвертируется в разные блага (например, серьезные скидки при съеме квартиры), а люди с низким рейтингом подвергаются остракизму, не могут получить престижную работу и живут на отшибе общества. Все постоянно оценивают друг друга с помощью мобильного приложения, так что свое поведение нужно тщательно контролировать. А тут еще у Лейси появляется шанс пробиться в высшее общество, получив приглашение на свадьбу идеальной блондинки Наоми, своей школьной подруги. Это шанс века, но, разумеется, в процессе все начинает идти не так.

Кажется, до таких крайностей мы точно не докатимся — но в Китае уже сейчас внедряют пилотную систему «социального кредита», где при оценке,

в числе прочего, собираются учитывать такие параметры, как «сыновняя почтительность» и «взаимодействие с другими пользователями в Интернете». Неблагонадежное досье может серьезно затруднить получение кредита, поиск работы и выезд за рубеж. Так что самое время задуматься о том, где все-таки должна проходить граница между личной свободой и комфортным сосуществованием в обществе. С одной стороны, если с помощью BigData можно отслеживать и позитивно подкреплять добропорядочное поведение (что бы это ни значило), велико искушение этим воспользоваться. С другой — это сильно смахивает на дрессировку, и очевидно, что такая система начнет подавлять естественные человеческие порывы и плодить огромное количество лицемеров.

Впрочем, пользователи Фейсбука и Инстаграма и сами готовы на большие жертвы, чтобы привлечь к себе как можно больше «лайков» — история соцсетей знает и самоубийственные селфи, и изнурительные многочасовые поиски особенно удачных ракурсов. За ослепительными улыбками кроется глубокая неудовлетворенность собой — и не случайно в сериале мы видим Лейси счастливой, лишь когда она разрешает себе наконец поматериться всласть. Можно спорить о том, что позиция «принимайте меня таким, какой я есть» — это оправдание для неудачников, неспособных работать над собой, но невозможно строить представление о себе лишь на внешнем одобрении. «NoseDive» — это болезненная пародия на наше нарциссическое общество, где ситуация выкручена до абсурда, но сама проблема вполне узнаваема. И заставляет задуматься о том, какую оценку ты сам хочешь получить. ■

МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ:

Анна Журба, руководитель

центра психологического консультирования



«Быть крайне осторожными с особыми темами, которые считаются в обществе табуированными: вредные привычки, пороки, страсти, измены и беспорядочные связи. Какими бы широкими ни были ваши взгляды, не стоит провоцировать общественности о тех моментах, в которых вы можете быть особенно уязвимы: адрес вашего дома или квартиры, периоды вашего отсутствия, наличие у вас больших материальных ценностей и мест их потенциального хранения, информация о ваших близких и так далее. Перед тем, как совершить в соцсетях очередной comingout, подумайте, как это может быть использовано против вас».

Дмитрий Шандра, совладелец Seo-Reputacia



«Публичные люди сегодня нанимают пиарщиков или тех, кто занимается управлением репутацией в Интернете. Эти специалисты формируют информационное поле бренда, персоны, услуги или товара.

Астротурфинг — манипуляция общественным мнением: вырванные из контекста фото, видео, текстовый контент. Одним словом материал, который могут использовать для начала информационной войны против вас. С помощью этого метода можно создать армию ботов и скомпрометировать любого человека, существенно навредив его репутации. Или наоборот, показать всеобщее признание, любовь поклонников, уважение избирателей, полчища фанатов с десятками, а то и сотнями тысяч лайков, репостов, комментариев.

В наше время очень важно не затрагивать темы, реакция на которые непредсказуема — это политика и скандалы. И никогда не связывайтесь в перепалку с интернетными «троллями» (троллинг — это форма социальной провокации или издевательства в сетевом общении)».

Андрей Ващенко, начальник управления

перспективного планирования и развития в дочерней компании ПАО «Газпром»



«К счастью, в реальной жизни публичные люди не так зависят от общественного мнения в соцсетях: лайки приятны, но пользы от них очень мало. Например, у одного известного спикера — 13 тыс. просмотров в час, и сотни лайков в LinkedIn. Но число клиентов не возрастает. Я же стараюсь не реагировать на колебания настроений в сети. Веду себя по возможности открыто. Стараюсь сразу признавать ошибки или глупости. Иногда приходится даже удалять публикации».

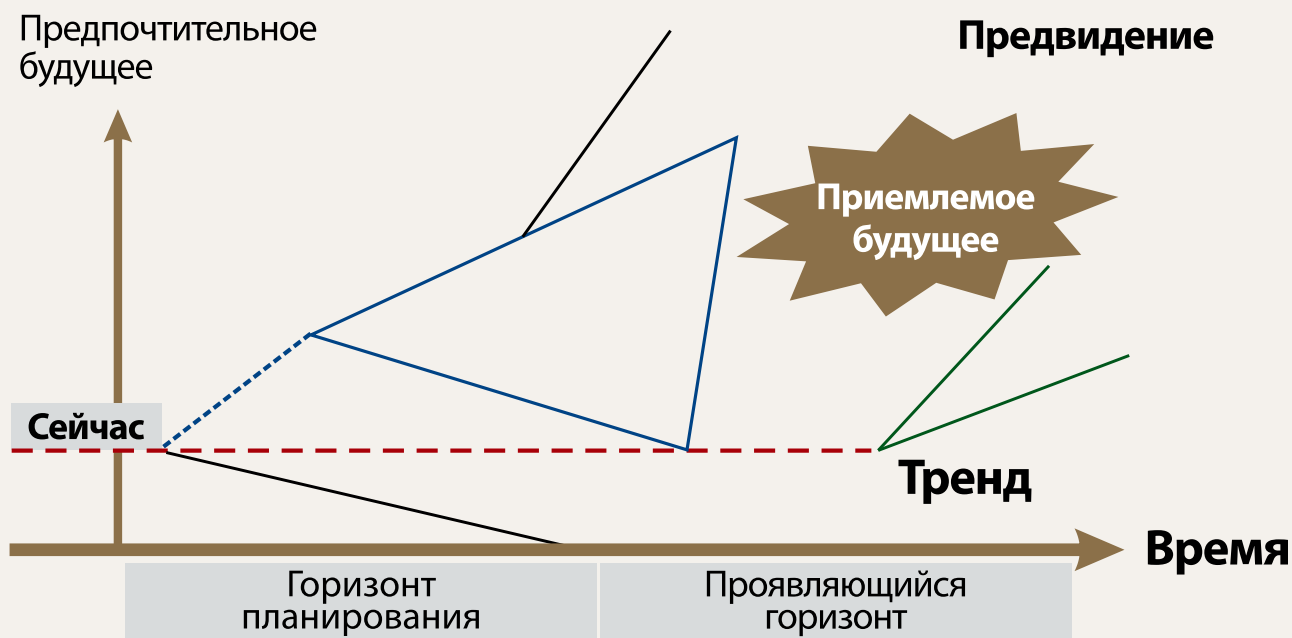
ФУТУРОЛОГИЯ И БИЗНЕС

ВЫБРАТЬ ОПТИМАЛЬНУЮ СТРАТЕГИЮ И ИЗБЕЖАТЬ КАТАСТРОФЫ

*А вы хотели бы заглянуть в свое будущее, в будущее своих детей
и детей своих детей и узнать, как они будут жить?*

*Вы бы хотели заглянуть в будущее и узнать, как люди
будут жить через тысячу лет, десять тысяч лет?*

*Будет ли тогда даже человечество существовать на планете
Земля и будет ли сама планета Земля существовать в то время?*



Карта будущего. Источник: Кууси, Кулс и Штайнмюллер, 2015

Периодически задумываться над подобными вопросами — задача далеко не праздная и не бессмысленная. На самом деле, в размышлении о таких вопросах есть определенный смысл. И ответы не будут окрашены исключительно в яркие и позитивные краски. Точнее, они не станут такими никогда, если человечество продолжит нещадно эксплуатировать природные ресурсы, которые сейчас нам кажутся нескончаемыми.

Футурология — это не о том, как предсказать будущие события со сто-процентной точностью, как многие могли бы подумать. И это не научная фантастика. Футурология — это о том, как, проанализировав факты о про-

блеме, выбрать оптимальную стратегию и благодаря этому избежать катастрофы. Футуролог изучает проблему всесторонне и на основании этого составляет рекомендации о том, какие тактические решения и действия необходимы для достижения желаемого в будущем.

Карта будущего и экономические циклы Кондратьева

Предполагается, что карта будущего — это сумма всех возможных альтернатив будущего. Какие-то альтернативы будущего будут для нас

более предпочтительными, а какие-то — менее предпочтительными. Но надо понимать, что все альтернативы одинаково возможны. То, как что-то будет развиваться в будущем, зависит от комплекса самых разных факторов. К примеру, от распоряжений властей, от состояния экологии и использования природных ресурсов, от курса рубля и от цены на нефть, от инвестиционного климата и наложения санкций, от последствий стихийных бедствий и глобального потепления, от открытий в науке и множества других совершенно неподвластных нам событий, которые обязательно произойдут в будущем и повлияют на все, в том числе и на нашу жизнь.

Футурология — наука социальная, поскольку изучает, прежде всего, изменения в обществе.



*Николай Кондратьев
(1892–1938)*



*Йозеф Шумпетер
(1883–1950)*

При изучении различных явлений футурологи часто прибегают к экономическим циклам Кондратьева. Теория эта впервые была разработана в 1920-х годах в СССР советским теоретиком новой экономической политики Николаем Кондратьевым, работавшим в то время в сельскохозяйственной секции Госплана СССР. Этот термин введен не самим Кондратьевым, а австро-американским социологом Йозефом Шумпетером, сторонником Кондратьева в его взглядах, в 1930-е годы. Теория состоит в том, что государства проходят определенные циклы в своем развитии. Каждая стадия цикла (процветание, рецессия, депрессия и исправление) длится примерно 10–15 лет. В период ускорения темпов экономического развития чаще всего происходят разного рода социальные потрясения, и общество изменяется особенно интенсивно. Но даже этих темпов недостаточно, чтоб поспеть за темпами развития экономики. Поэтому социальные и другие отношения в своем развитии догоняют экономику позже. Период 2010–2050 годов характеризуют старение населения, проблемы с экологией, биотехнологии, глобализация, новая геополитическая расстановка сил в мире, цифровые технологии, нанотехнологии, биоэкономика, а также эффективное использование ресурсов, укрепление гражданского общества, Интернет вещей.

Футурология — наука социальная, поскольку изучает, прежде всего, изменения в обществе. Фокус изучения футуролога нацелен на человека. В

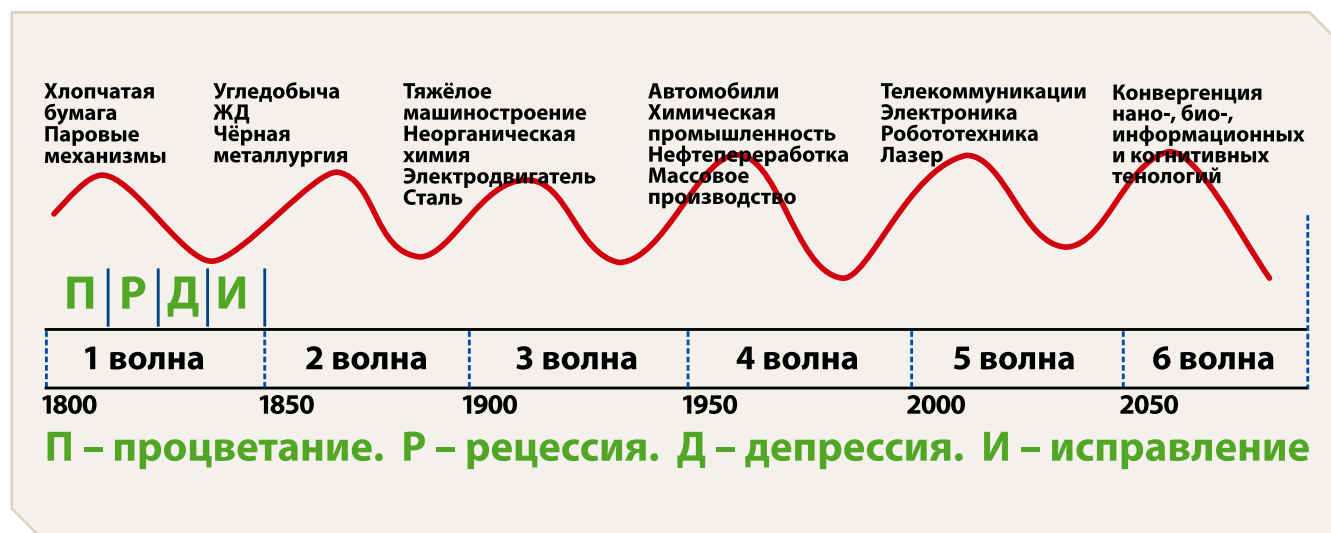
футурологии используют качественные и количественные методы для получения наиболее достоверных результатов. Задача футуролога — обнаружить как можно больше определенных и теоретически возможных в будущем элементов в рамках заданной проблематики. Как правило, исследователи проводят опросы и интервью и изучают различные публикации. Результатом в футурологии является конструирование возможных, наиболее вероятных и наиболее предпочтительных сценариев развития будущего. А уже с учетом этого осуществляется стратегическое планирование.

Футурологические сообщества

В мире существует множество объединений футурологов. Их цели — это популяризация футурологии и развитие ее как научной дисциплины. Если говорить о самых крупных, то это **МФИБ — Мировая федерация исследования будущего** (*World Futures Studies Federation, www.wfsf.org, партнер ЮНЕСКО и ООН*), **АПФ — Ассоциация профессиональных футурологов** (*Association of Professional Futurists, www.apf.org*) и **МФО — Мировое футурологическое общество** (*World Future Society, www.wfs.org*).



МФИБ основана в Париже в мае 1973 года по решению группы футурологов: поляка Анд-



жея Сичински, итальянки Элеоноры Мазини, румына Павла Апостола, бельгийца Паула Хэннэйпа, немца Пэтэра Мэнкэ-Глюкэрта и французов Сержа Аантуана, Андрэ-Клемана Дэкуфлэ и Пьера Пиганиёля. С 2010 года Президентом МФИБ является австралийка Дженнифер Гидли, а первым был француз Бэртран дэ Жувэнэл.



АПФ основана в 2002 году по инициативе участников прошедшего в апреле 2001 года в американском Сиэтле Саммита по вопросам приложения футурологии. Членами первого состава правления АПФ были в числе прочих Мишель Буман и Кристиан Круз. Сейчас в состав правления входят в том числе Маркус Барбэр, Джим Брокс, Кэтэрин Косгров и Вэрнэ Вилврейт.



МФО основано в 1966 году Эдвардом Корнишем со штаб-квартирой в Чикаго, США. В 2016 году Председателем правления МФО стала Жули Фридман Стил. Кстати, МФО издает наиболее популярный в мире журнал о футурологии «Футурист» (*The Futurist*, изд. с 1967 года). В 2007 году этот журнал даже номинировали в категории «Лучшее Освещение Науки и Технологий» в рамках публицистической премии, которую организует независимое американское издание *Utne Reader*.

Профессиональное сообщество футурологов многолико и разнообразно. Прошедшие обучение по специальности, они работают и исследователями будущего, и социологами, и бизнес-консультантами, и всевозможными

Задача футуролога — обнаружить как можно больше предопределенных и теоретически возможных элементов в рамках заданной проблематики.



*Игорь Бестужев-Лада
(1927–2015)*



*Джим Дэйтор
(род. 1933)*



*Пэнтти Маласка
(1934–2012)*

экспертами по вопросам стратегического планирования, прогнозирования, стабильного развития и инноваций. Если говорить о футурологии как академической дисциплине, то можно с уверенностью сказать, что десятки исследователей будущего по всему миру дружно трудятся над развитием футурологии как науки. Выделять кого-то одного, конечно, было бы несправедливостью. К наиболее популярным можно отнести Элеонору Мазини, Йохана Галтунга, Джима Дэйтора, Пэнтти Маласку и Игоря Бестужева-Ладу.

Российский историк и социолог Игорь Бестужев-Лада входил в число ярчайших пионеров футурологии. Он выступал неоднократно по самым разным вопросам и являлся Почетным членом МФИБ. Бестужев-Лада при жизни работал в Институте социологии РАН МГУ им. Ломоносова. Он получил в 2001 году золотую медаль Н.Д. Кондратьева «за выдающийся вклад в развитие общественных наук».

Джим Дэйтор был Президентом МФИС в 1990–1993 годах. Он возглавляет научно-исследовательский центр при факультете политологии в Университете Гавайи Маноеа (*Hawaii Research Center for Futures Studies, основан в 1971 году*). Он специализируется на изучении будущего политических аспектов самых разных явлений (к примеру, политэкономика, будущее освоения космоса, будущее демократии, будущее гражданского общества и форм госуправления, будущее закона и политических институтов).

Джим Дэйтор также очень активен как футуролог: много публикуется на тему исследования будущего, координирует научные проекты своих студентов и много ездит по конференциям с докладами.

Пэнтти Маласка — финский футуролог, который был Президентом МФИБ в 1993–1997 годах. В Финляндии его называют отцом финской футурологии. Он работал в Центре Исследования Будущего Финляндии (*Finland Futures Research Centre, Турку*). Имел множество знаков отличий при жизни и был очень активным футурологом.

Профессор футурологии Маркку Вилениус родился в Хельсинки в 1961 году в семье видного академика Рэ-ийо Вилениуса. Маркку руководил Центром Исследования Будущего Финляндии, являющимся частью Университета Турку, в 1999–2001 году и в 2003–2005 году. После выпуска из Университета Ювяскюля он выбрал для получения ученой степени проект, который был посвящен изменению климата и реализовывался под патронатом Академии Финляндии (*The Academy of Finland*). С 1996 Маркку стал работать и в Центре Исследования Будущего Финляндии, где координировал несколько проектов на тему экономики, культуры, образования, медиа и влияния изменения климата на самые разные сферы жизни. В 2007–2010 годах Маркку работал в немецкой страховой компании Аллианц (*Allianz*), головной офис которой находится в Мюнхене. Маркку входил в число высшего руководства

«Книга будущего», вышедшая в 2015 году (фин. *Tulevaisuuskirja*), написана о футурологии и периоде до 2050 года в Финляндии для самых рядовых читателей, которых это интересует.



компании и руководил отделом стратегического планирования.

Помимо этого, он является членом различных экспертных комиссий и профессиональных объединений разного уровня. В частности, он является членом аналитического международного центра Римский клуб (*The Club of Rome*) основан в апреле 1968 года Аурелио Печчеи и генеральным директором по вопросам науки ОЭСР Александром Кингом). Целью этой организации является привлечение внимания общества к глобальным проблемам и гармонизация эксплуатации биосферы человеком. Маркку является автором двух книг. Первая, опубликованная в 2004 году, посвящена важности креативного подхода даже при решении экономических проблем. Вторая, «Книга будущего», вышедшая в 2015 году (фин. *Tulevaisuuskirja*), написана о футурологии и периоде до 2050 года в

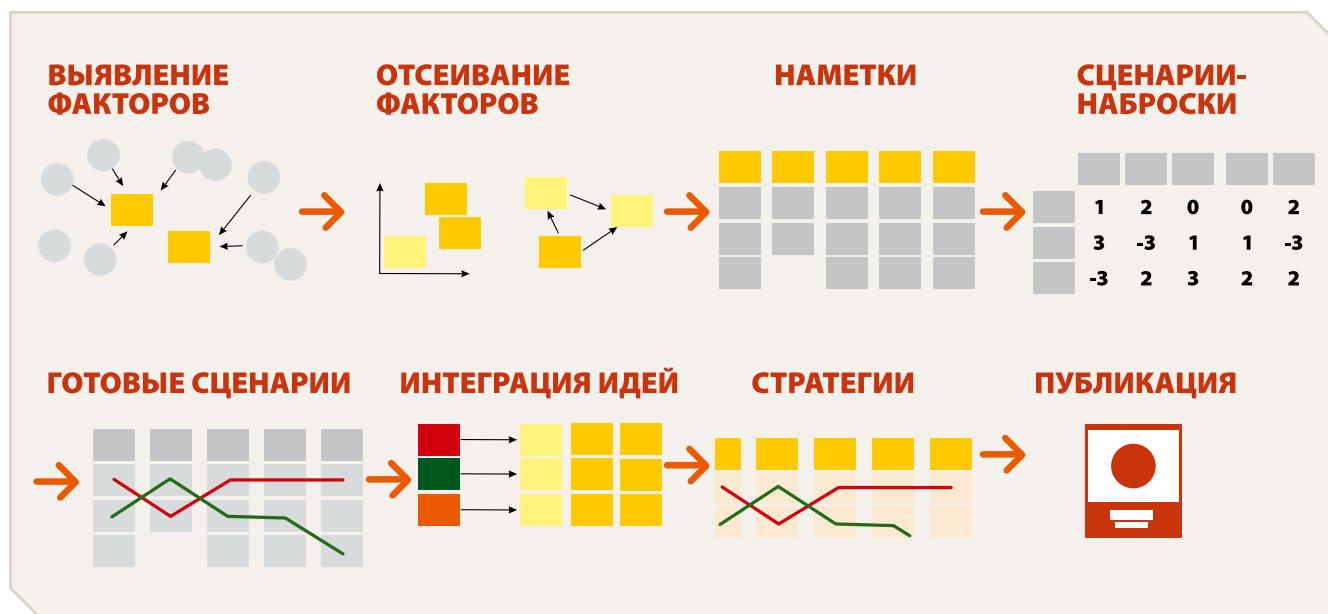
Финляндии для самых рядовых читателей, которых это интересует. «Книга будущего» была принята финской общественностью положительно и быстро стала популярной, она даже была отмечена литературной премией, выданной Фондом Лаури Янти (фин. *Lauri Jäntin säätiö*).

Футурология в мире бизнеса

Большинство исследовательских проектов в сфере бизнеса осуществляется группами ученых. Это связано с тем, что объем работ очень масштабный. Вот разберем, к примеру, проект немецкой логистической компании Deutsche Post DHL «Доставка Завтра 2050» (*Delivering Tomorrow 2050; отчет опубликован в 2012 году*). Целью проекта было не только сконструировать альтернативы будущего

логистической отрасли, но и выявить, как реагировать на различные события и как извлечь пользу при самых разных тенденциях и факторах.

Deutsche Post DHL — это международный концерн, который оперирует на глобальном уровне. На него будут влиять как факторы глобального характера (например, изменение климата), так и факторы национального характера (например, протекционизм) и локального характера (например, неразвитость инфраструктуры). Только представьте, как много таких факторов появится до 2050 года! В каждой стране, где присутствует DHL, есть какие-то свои особенности. Они по сути своей и макроэкономические, и политические, и технологические, и социальные, и даже культурные. Деятельность Deutsche Post DHL осуществляется в каждой стране по-разному уже сейчас. А сколько разных факторов и из-



менений возникнет в каждой из этих стран в следующие 35 лет! И все это Deutsche Post DHL нужно учитывать, если есть цель сохранить лидерство в сфере логистики и в будущем.

Проект DHL «Доставка Завтра 2050» по масштабу стал одним из самых крупных за всю историю футурологии! Сам проект был осуществлен в 9 шагов, в рамках которых были опрошены 24 эксперта и выявлены более 60 факторов, влияющих на отрасль логистики и непосредственно на деятельность Deutsche Post DHL. В итоге было создано пять сценариев. Проект был осуществлен по инициативе исполнительного директора концерна Deutsche Post DHL Франка Аппеля (*Frank Appel*) под руководством популярного немецкого писате-

ля-фантаста Франка Шэтцинга (*Frank Schätzing*).

Такая последовательность действий была выбрана руководителями того проекта. Футурологи, как правило, выстраивают свои процессы исследования в зависимости от темы исследования и ее масштаба. Все больше компаний стали осознавать важность проведения подобных футурологических проектов. Традиционная структура бизнес-процессов перестала быть эффективной в условиях глобализации. К необходимости выдерживать конкуренцию в начале XXI века прибавились также прозрачность бизнес-процессов и социальная ответственность. Мы все можем назвать случаи, когда руководители компаний шли на поводу у

собственной алчности и принимали тактические решения, приносящие выгоду в краткосрочной перспективе, но проигрывали в долгосрочной перспективе. Но, даже если руководство компании из раза в раз принимает стратегически правильные решения, все равно нет никаких гарантий, что бизнес в полной безопасности. Международные компании зависят от распоряжений властей, стандартов деятельности и от решений профессиональных организаций и прочих НКО.

Упомянем международную энергетическую компанию Royal Dutch Shell, которая является пионером в систематическом применении методов футурологии в стратегическом планировании (еще с начала 1970-х).

Проект DHL «Доставка Завтра 2050» по масштабу стал одним из самых крупных за всю историю футурологии! Сам проект был осуществлен в 9 шагов, в рамках которых были опрошены 24 эксперта и выявлены более 60 факторов, влияющих на отрасль логистики и непосредственно на деятельность Deutsche Post DHL.

В 1973 году в мире начался кризис в сфере энергетики, вызванный потерями в инвестициях, распространением экологических движений и, самое главное, последствиями договоренностей Организации стран-экспортеров нефти ОПЕК (*The Organization of the Petroleum Exporting Countries*; сокр. *OPEC*). В октябре 1973 года ОПЕК объявила о введении эмбарго в отношении Великобритании, США, Японии, Канады, Нидерландов, которое длилось до марта 1974 года.

Суть эмбарго была в том, что картель прекращал поставки своей нефти в США и несколько других стран, в результате чего цена за баррель нефти увеличилась в 4 раза — до 12 долларов. Поводом для эмбарго послужила Четвертая арабо-израильская война

(«война Судного дня»; 6–24 октября 1973 года). В ней Египет, Ирак, Иордания, Сирия и СССР воевали против Израиля и США. Союзники напали на Израиль с целью вернуть области, которые отошли от Сирии и Египта к Израилю в 1967 году. В итоге Израиль в этой войне победил и сохранил за собой те территории. Однако фактически конфликт между группой арабских стран и Израилем продолжился и перешел из категории политического и вооруженного в категорию экономического. Эмбарго, введенное в 1973 году ОПЕК, Египтом и Сирией против Израиля, США и других противников арабских стран во время войны Судного дня, было контрмерой. Это эмбарго имело настолько масштабные и серьезные последствия, что эконо-

мическое развитие западноевропейских стран, Канады и США до сих пор не оправилось. Особенно это касается сферы энергетики.

Энергетической компании Royal Dutch Shell удалось укрепить свои позиции в сфере нефтедобычи даже в условиях мирового экономического кризиса и эмбарго именно благодаря тому, что они прибегли к помощи футурологов в свое время. Руководство компании постоянно привлекает самых уважаемых футурологов с целью конструирования сценариев развития будущего. Среди работавших в разное время на компанию Royal Dutch Shell футурологов были Президент МФИС в 1990–1993 годов Джим Дэйтор, Питер Шварц, Пьер Вак, Ари дэ Гиёса и Кээс вон дэр Хайдэ. ■

9

ИЗВЕСТНЫХ СПИКЕРОВ, ДЛЯ КОТОРЫХ СТИЛЬ — ЭТО ЧАСТЬ ЖИЗНИ



Встречают по одежке, а провожают по уму — и персоны, о которых пойдет речь ниже, знают об этом не понаслышке. Представляем девять экспертов в своей области, для кого стиль одежды — часть профессиональной жизни и визитная карточка. Они выработали свой собственный стиль, который соответствует их сфере деятельности и отражает индивидуальность.

Наш список состоит из спикеров — публичных людей, которые часто выступают в разных обстоятельствах: как на деловых конференциях, так и на светских раутах. Для многих публичные выступления — непосредственная работа. Их стиль не оставит вас равнодушными.





Николай Усков,

главный редактор журнала Forbes

Не лишенный лоска стиль Николая Ускова выдает в нем тонкое чувство вкуса и аристократизм. Несмотря на то что сам Усков отрицает свою привязанность к дорогим и известным маркам одежды, на мероприятиях он чаще всего отдает предпочтение именно брендовой классике, к которой любит добавлять «изюминку». К тому же главный редактор журнала Forbes не скрывает своего негативного отношения к фирмам одежды из сегмента масс-маркета, которые продают аналоги известных марок.

О моде как навязывании определенных тенденций, исключающих индивидуальный подход к образу, Николай Усков отзывается категорично: «Я никогда не любил моду. Никогда не понимал, почему, если один идиот заявляет, что брюки должны быть на пять сантиметров короче, я тоже должен быть идиотом и носить укороченные брюки, которые мне не идут» (Юлия Гусарова, *Snob.ru*).

Яркие голубые глаза с прищуром, легкая небрежность и густая челка, небрежно расстегнутая верхняя пуговица рубашки в сочетании с идеально сидящим костюмом... Сфера деятельности Ускова обязывает его быть стильным денди — иначе как оставаться главным редактором GQ на протяжении 9 лет.



Валентина Матвиенко,

Председатель Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации

Колоссальный профессиональный опыт работы в политической сфере позволил выработать абсолютно индивидуальный стиль одежды, к которому можно относиться по-разному, но не заметить Валентину Ивановну Матвиенко невозможно.

Валентина Ивановна одевается с шиком, ее образ отражает властность и изобилие. Она любит пестрые цвета и фактуры, крупные украшения, разноцветные шелковые шарфы и объемные жабо. Если костюм — то обязательно с блеском, переливами, расшитый бисером и камнями. Неизменная объемная укладка и безупречный маникюр — также неотъемлемые атрибуты ее внешнего вида.

Некоторые критикуют наряды Валентины Матвиенко за вычурность и так называемый «total look» (образ, в котором все составляющие одного бренда, принадлежат одной коллекции. — **Прим. ред.**). Другие же отмечают, что эффектный стиль одежды и пристрастие к ярким цветам и крупным аксессуарам обыгрываются Валентиной Ивановной в рамках делового стиля, и наряды Главы Совета Федерации всегда выглядят уместно. Очевидно одно — сама Валентина Матвиенко чувствует себя в этих нарядах более чем уверенно, что, по сути, и должно быть целью любого преуспевающего человека при выборе гардероба.



Михаил Друян,

продюсер, организатор мероприятий

Главный продюсер светских мероприятий Москвы Михаил Друян считает, что свобода и самоирония — важные элементы стиля любого образованного человека. Михаил известен своей внушительной коллекцией шарфов, которые придают его образу непринужденность и шик. «Надеюсь, что эти качества характеризуют меня как интересного парня», — с юмором комментирует Михаил.

Поклонник бельгийских дизайнеров умело и легко сочетает в образе элементы классического костюма и неординарные рубашки, дополняя их стильной обувью. В его списке любимых брендов — экспериментаторы Dries van Noten, Walter van Beirendonck, Raf Simons, а также вечная классика — итальянский модный дом Valentino.

«Благодаря развитию социальных сетей мода стала быстрой. Это не всегда хорошо, но для "сложных" художников порой плюс, поскольку об их творчестве теперь узнают больше людей», — рассуждает продюсер. Говоря о роли моды в российском обществе, Михаил с сожалением отмечает, что люди не уделяют вопросу стиля достаточно внимания: «Я не уверен, что большое количество людей в нашей стране интересуются модой. Увы, это не так».



Кирилл Серебренников,

режиссер

Кирилл Серебренников сочетает несколько профессий: кинорежиссер, театральный постановщик, художник... Его стиль всецело отражает род его деятельности, к выбору одежды режиссер подходит творчески и выглядит, как принято говорить, «богемно». Разные цвета, фактуры, даже стили, проще говоря, его манеру одеваться можно охарактеризовать как свободный стиль — что захотел, то и надел.

Чаще всего деятель искусства отдает предпочтение футболкам в сочетании с толстовками с капюшоном, клетчатым рубашкам, объемным шарфам... Отдельная слабость — очки в толстой оправе и головные уборы: всевозможные кепки, вязанные шапки и т.д.



Александр Васильев,

историк моды

Известный историк моды, декоратор интерьеров, сценограф, автор популярных книг и статей, лектор и коллекционер родился в театральной семье и с детства привык быть трудоголиком — работает с 16 лет.

Посвятивший себя красоте и искусству Александр Васильев обладает богатым собранием костюмов, читает лекции не только о моде, но и об интерьере, декоре и других сферах материальной культуры.

Александр Васильев считает, что вкус — это врожденное качество, с чувством стиля надо родиться. А помочь развить вкус может природа, в силу своей гармонии и совершенства, а также искусство.

Узнаваемый образ Васильева — это пиджак, брюки и рубашка различных узоров и стилей. Несмотря на то что он выступает противником излишеств в одежде, сам он не гнушается обилием аксессуаров — брошей, колец, кулонов. Шарфы в его образах так вообще необходимость. Помимо шарфов Александр Васильев часто носит элегантные бабочки.

Считает, что «бренд — это ширма для безвкусных людей», для тех, у кого не хватает вкуса, чтобы найти собственный стиль, ведь именно индивидуальный подход должен оставаться неизменным, вне зависимости от моды (МК-Германия).



Александр Добровинский,

адвокат

Для своего рода деятельности Александр Добровинский одевается, безусловно, не без налета эпатажности. Это не обычный юрист в строгом деловом костюме при галстук и с портфелем в руках. Это, пожалуй, самый известный защитник интересов медийных лиц с озорной улыбкой и франтовским стилем одежды.

Костюмы, а нередко и костюмы-тройки, очки в круглой оправе и обязательно бабочка, причем чаще всего именно этот элемент служит акцентом в образе. Добровинский признается, что никогда не носит бабочки на резинке и знает около десяти способов их завязывания. Так же, как яркий коллекционер, может похвастаться большим количеством оправ для очков.

Как и другие персонажи из нашего списка, Александр Добровинский не придает слишком большого значения марке одежды, однако любит «аристократичные» мелочи, которые никто не видит, но они доставляют эстетическое удовольствие ему самому. Например, он регулярно заказывает у ювелира вставки с гравировкой для воротника рубашки.

«Я раз и навсегда решил для себя, что делаю, ношу и одеваюсь, покупаю, ем и люблю только то, что мне нравится и доставляет удовольствие. Если то, что модно, мне не идет, то я это не выбираю», — такое отношение к моде выработал известный адвокат.



Елена Летучая,

телеведущая

Имидж Елены Летучей сформировался в массовом восприятии на основе «Ревизорро», где ведущая выступает в роли строгого критика и проверяющего-перфекциониста. Платиновая блондинка заставляет трепетать владельцев и управляющих ресторанов по всей стране.

До карьеры на телевидении долгое время работала экономистом, что оказало влияние на ее стиль одежды. Елена одевается просто и строго, вместе с тем элегантно, в ее гардеробе нет избыточных деталей: модели сложного кроя. Предпочитает гладко зачесанные волосы или легкие локоны, красную помаду или естественный макияж. Утверждает, что в большом магазине за 10 минут может собрать идеальный комплект. Как настоящий аккуратист, всегда стремится выглядеть безупречно и рассказывает, что даже дома не позволяет себе расслабиться и ходить непричесанной или в мятном халате.



Павел Дуров,

основатель социальной сети «ВКонтакте»

Есть такая точка зрения, что чем больше зарабатывает человек, тем проще он одевается, так как просто не придает этому значения, занимаясь делами поважнее, чем подбор гардероба. Марк Цукерберг, например, носит футболки за 10 долларов и, кажется, пришел на прием к Дмитрию Медведеву и на собственную свадьбу в одном и том же костюме.

Так и российский создатель одной из самых популярных социальных сетей «ВКонтакте» — Павел Дуров — не изменяет черному цвету и лаконичному стилю. Человек, который призвал нас открывать информацию о себе, сам предпочитает оставаться закрытым, и его стиль одежды призван это подтвердить: черные пиджаки, черные футболки, черные толстовки с капюшоном (причем нередко все три элемента одежды сочетаются в одном многослойном образе). Таков образ типичного работника IT-сферы, вне зависимости от его уровня дохода.

Диана Вишнева,

балерина

Полная грации, женственности и изящества, признанная одной из лучших балерин современности, учредитель «Фонда содействия развитию балетного искусства», идейный вдохновитель и арт-директор Международного фестиваля Context (креативная образовательная платформа для молодых талантливых хореографов и танцоров) Диана Вишнева одевается с упором на изысканную «русскость».

Внешность и пластика позволяют ей участвовать в многочисленных модных фэшн-съемках для гляцевых журналов, она муза многих выставок. На мероприятиях и в жизни балерина не отходит от сценического балетного стиля. Стоит взглянуть хотя бы на свадебное платье Дианы — воздушное, усыпанное цветами, в сочетании с необыкновенно красивым головным убором и летящей фатой. Или на расшитое узорами нежное платье с объемными рукавами на закрытом ужине в «Метрополе».

Речь идет, скорее, не о конкретных атрибутах ее внешнего вида, а о целом впечатлении — ощущении



хрупкости и силы, эмоциональности и спокойствия, мягкости и выдержки одновременно. В образе Дианы Вишневой произошло полное слияние ее имиджа, стиля и профессии. «Сейчас меня интересует не столько конкретный стиль, сколько образ, возникающий в голове при встрече с той или иной вещью. Мне не нужны многочасовые примерки: достаточно нескольких минут, чтобы

понять, что это платье или этот костюм — мои. Бывает, надеваешь что-то — и как будто становишься другим человеком, да и сами вещи меняются вместе с тобой. Вот эту удивительную алхимию я и имею в виду, когда говорю о том, что мне важен образ, а не стиль», — рассказывает прима-балерина в интервью Harper's Bazaar.

ОТДЕЛЬНО ОТМЕТИМ ДВУХ СПИКЕРОВ, ПУСТЬ НЕ ТАКИХ МЕДИЙНЫХ, КАК ВЫШЕУПОМЯНУТЫЕ, НО НАСТОЯЩИХ ПРОФЕССИОНАЛОВ СВОЕГО ДЕЛА, ЧЕЙ СТИЛЬ ОДЕЖДЫ НЕЛЬЗЯ ОСТАВИТЬ БЕЗ ВНИМАНИЯ.



Майк Гибсон, креативный директор, эксперт в области рекламы и дизайна. Он свободно владеет русским языком и работает в России уже более 15 лет. Майк, как выпускник факультета искусств Оксфордского университета и востребованный креативщик, одевается творчески и особенную слабость питает к цветастым, ярким рубашкам, а фирменная

деталь имиджа Майка — многоцветный полосатый шарф. Интересный факт — Майк Гибсон нередко участвует в качестве модели на показах мод российских дизайнеров. Кроме того, Майку принадлежит ироничная «теория непарных носков», с помощью которой он объясняет, почему так сложно после стирки найти одинаковые носки, и призывает носить разные: «... все, что происходит во время цикла стирки, есть просто свидетельство того, что носки сами по себе являются личностями, трудно поддающимися контролю. Очевидно, что объединение их в пары — загадочная человеческая идея, под которой ни один из носков не подписывался».



Бизнес-тренер по продажам Дмитрий Ткаченко также придает своему стилю большое значение. Более того, некоторые элементы его внешнего вида умышленно или ненамеренно, но призваны убедить нас в том, что этот человек знает, как заработать деньги. Так, его фотография с книгой собственного авторства обращает на себя внимание, скорее, из-за куртки известного дизайнера стоимостью около

полумиллиона рублей. К слову, именно Philipp Plein — любимая марка одежды Дмитрия, но для повседневной жизни. Для выступлений бизнес-тренер выбирает классический стиль одежды: в основном это костюмы итальянского пошива, зауженный галстук и запонки, которые, как признается сам Дмитрий, особая его слабость. «Один из гуру тренингового рынка сказал, что красный галстук повышает продажи со сцены, с тех пор многих спикеров стало сложно отличить от шоферов лимузинов или депутатов — черный костюм, красный галстук. В нашей профессии выглядеть нужно стильно и актуально. Спикер, не уделяющий внимания своему гардеробу, сам себе усложняет путь к сердцам слушателей», — говорит Дмитрий Ткаченко.

РАЗОБРАТЬ на цитаты:

9 ВДОХНОВЛЯЮЩИХ речей из кино

ГЕРОИ ЗНАМЕНИТЫХ ФИЛЬМОВ — О СИЛЕ ДУХА,
НЕСТАНДАРТНОМ МЫШЛЕНИИ И ЛЕГКОСТИ БЫТИЯ

Вымышленные истории порой служат не менее мощным источником мотивации, чем реальные кейсы, а персонажи из культовых фильмов могут посоревноваться в красноречии с самыми известными ораторами современности. HUBSpeakers Magazine вспоминает, чему можно поучиться у героев Аль Пачино, Владимира Высоцкого и Чарли Чаплина.

«Запах женщины» (1992),

режиссер — Мартин Брест

1



КАДР ИЗ ФИЛЬМА «ЗАПАХ ЖЕНЩИНЫ» (1992)

“Нет более жалкого зрелища,
чем отсеченный дух”

Отставной подполковник Фрэнк Слэйд, страдающий от слепоты и депрессии, решает с шиком провести последний уикенд перед самоубийством, а в компанию ему достается наивный и неопытный старшеклассник Чарльз Симмс. Чарли помогает Фрэнку вернуть вкус к жизни, но сам попадает в серьезный переплет, отказавшись выдать школьной администрации набедокуривших приятелей. Фрэнк приходит на заседание дисциплинарного комитета школы и защищает молодого друга грубоватой, но очень проникновенной речью о сложности морального выбора, честности и мужестве.

ЦИТАТА: «Что это за чушь? Что за принципы вы пропагандируете? “Мальчики, стучите на своих друзей и спасайте свои шкуры, а если нет, мы поджарим вас на медленном костре”? Вы строите корабль для крыс, и если вы думаете, что готовите этих недо-теп к взрослой жизни, то вы крупно ошибаетесь, потому что вы убиваете дух, который ваша школа пытается привить... Я, знаете ли, не с Луны упал. Было время, когда я был зрячим. Я видел таких же юнцов — с оторванными конечностями. Но все же нет более жалкого зрелища... чем отсеченный дух. Его не заменишь протезом».

«Общество мертвых поэтов» (1989),

режиссер — Питер Уир

2

КАДР ИЗ ФИЛЬМА «ОБЩЕСТВО МЕРТВЫХ ПОЭТОВ» (1989)



**Смотреть на вещи
с разных точек зрения**

Речь с парты сделала пылкого преподавателя словесности Джона Киттинга (Робин Уильямс) учителем мечты для независимых подростков во всем мире. Ставя искусство и внутреннюю свободу выше всех правил чопорного американского колледжа, он раскрывает перед своими подопечными новый мир, где не запрещено рвать учебники и вставать ногами на стол, если ты при этом стараешься думать самостоятельно, развивать восприимчивость к прекрасному и искать свой собственный голос. Общение с Киттингом сильно меняет каждого ученика — не случайно в конце фильма класс прощается со своим наставником цитатой из стихотворения Уолта Уитмена «О, Капитан мой, Капитан!», посвященного самому Аврааму Линкольна.

ЦИТАТА: «Почему я здесь стою? Есть идеи? Я встал на стол, чтобы напомнить себе о том, что надо смотреть на вещи с разных точек зрения. Видите ли, отсюда мир выглядит иначе. Если не верите, попробуйте сами. В тот момент, когда вы посчитаете, что что-то знаете, необходимо взглянуть на это по-другому, даже если это покажется вам глупым или нелепым. А когда вы читаете, не думайте о том, что хотел сказать автор. Думайте о том, что хотели бы сказать вы».

«Тот самый Мюнхгаузен» (1979),

режиссер — Марк Захаров

3

КАДР ИЗ ФИЛЬМА «ТОТ САМЫЙ МЮНХГАУЗЕН» (1979)



Улыбайтесь, господа!

Один из самых обаятельных трикстеров советского кинематографа, барон Мюнхгаузен в исполнении Олега Янковского, постоянно выдает афоризмы: «Мыслящий человек просто обязан время от времени поднимать себя за волосы», «Правдой нельзя оскорбить», «В свое время Сократ мне сказал: “Женись непременно. Попадется хорошая жена — станешь счастливым. Плохая — станешь философом”. Не знаю, что лучше». Но лучше всего финальный монолог героя, обреченного на гибель из-за своего острого языка и несогласия быть похожим на окружающих — о том, что только чувство юмора может по-настоящему победить глупость и злобу.

ЦИТАТА: «Я понял, в чем ваша беда. Вы слишком серьезны. Умное лицо — это еще не признак ума, господа. Все глупости на земле делаются именно с этим выражением лица. Улыбайтесь, господа, улыбайтесь!».

«Мне бы в небо» (2009),

режиссер — Джейсон Рейтман

4

КАДР ИЗ ФИЛЬМА «МНЕ БЫ В НЕБО» (2009)



Сколько весит ваша жизнь?

Райан Бингэм — специалист по терминации кадров. Его приглашают руководители компаний, чтобы он сообщал сокращенным сотрудникам неприятные новости и старался отговорить их от судебных исков. Не самая вдохновляющая профессия, но Бингэм — хороший оратор и знаток человеческой психологии. Он показывает расстроенным людям ситуацию с неожиданной стороны — с потерями жизнь не заканчивается, а большой багаж порой лишь мешает двигаться дальше.

ЦИТАТА: «Сколько весит ваша жизнь? Представьте на секунду, что у вас за плечами рюкзак. Я хочу, чтобы вы почувствовали, как ляжки давят вам на плечи. Чувствуете? Теперь я хочу, чтобы вы наполнили его всем, что у вас есть в жизни. Начните с мелочей, с того, что лежит у вас на полках и в ящиках — безделушек, сувениров. Теперь положите вещи покрупнее. Ваше кресло, кровать, кухонный стол — все кладите туда. Ваше жилище, что бы это ни было — однокомнатная квартира или дом с двумя спальнями. Я хочу, чтобы вы засунули все это в ваш рюкзак. Теперь сделайте шаг. Тяжело, правда?

Вот что мы делаем сами с собой, день за днем — изводим себя так, что в конце концов не остается сил на то, чтобы сделать хоть шаг. А ведь нельзя забывать — движение — это жизнь. А теперь я подожду ваш рюкзак. Что вы захотите вытащить из него? Фотографии? Они нужны только тем, у кого плохая память. Выпейте травяного чая, и пусть ваши фото горят. Да чего там — пусть горит все. Представьте, как проснетесь завтра — а на вас ничего не давит. Это даже бодрит, верно?».

«Рокки Бальбоа» (2006),

режиссер — Сильвестр Сталлоне

5

КАДР ИЗ ФИЛЬМА «РОККИ БАЛЬБОА» (2006)



Никто на свете не бьет так сильно, как жизнь

В фильме о легендарном боксере уже ушедший из спорта Рокки сильно тоскует по умершей жене и выясняет отношения с повзрослевшим сыном Робертом, который не хочет жить «в тени отца» и обвиняет его в собственных неудачах. Немолодой, погрустневший, но не потерявший внутренней силы герой призывает юношу самому нести ответственность за собственную судьбу и «держаться» удар, несмотря ни на что.

ЦИТАТА: «Я скажу то, что для тебя не новость. Мир не такой уж солнечный и приветливый, это очень опасное, жесткое место, и как только ты дашь слабину, он опрокинет тебя с такой силой, что больше уже не встанешь. Никто на свете не бьет так сильно, как жизнь. Совсем неважно, как ты ударишь, важно — какой держишь удар, как двигаешься вперед».

«Место встречи изменить нельзя» (1979),

режиссер — Станислав Говорухин

6

КАДР ИЗ «МЕСТА ВСТРЕЧИ ИЗМЕНИТЬ НЕЛЬЗЯ» (1979)



Вникни в человека

Советский следователь Глеб Жеглов разбирается в людях не хуже Дейла Карнеги — он умудряется выуживать информацию у самых несговорчивых свидетелей. По просьбе молодого подопечного, Володи Шарапова, Глеб делится своими правилами успешной коммуникации — они остаются актуальными даже тридцать с лишним лет спустя.

ЦИТАТА: «Так, правило первое — запоминай, повторять не стану. Затверди как строевой устав. Разговаривая с людьми, всегда улыбайся. Понял? Люди это любят. А теперь правило второе — будь к человеку внимательным и старайся подвинуть к разговору о нем самом. А как это сделать? А вот для этого существует третье правило: найди тему, которая ему интересна. Правило четвертое — проявляй к человеку искренний интерес. Вникни в него, разузнай, чем он живет. Это, конечно, трудно. В общем, попотеть придется. Но зато, если ты это сможешь, он тебе все расскажет».

«Великий диктатор» (1940),

режиссер — Чарли Чаплин

7

КАДР ИЗ ФИЛЬМА «ВЕЛИКИЙ ДИКТАТОР» (1940)



“Свобода никогда не погибнет”

Сатирическая комедия Чарли Чаплина, в которой простой еврей-цирюльник оказывается двойником диктатора Хинкеля (политический намек вполне прозрачен), полна уморительных шуток и невероятных совпадений, но заканчивается она одним из самых трогательных и серьезных гуманистических посланий в истории кино. Подменивший диктатора цирюльник пламенной речью призывает всех солдат сложить оружие и перестать быть рабами жестокой системы.

ЦИТАТА: «Мы слишком много думаем и слишком мало чувствуем. Больше, чем в механизмах, мы нуждаемся в гуманности. Больше, чем ум, нам нужна доброта и деликатность. Без этих качеств жизнь будет жестокой и все будет потеряно. Самолеты и радио сделали нас ближе друг к другу. Сама природа этих изобретений взывает к добру в человеке, взывает к вселенскому братству, к единству всех нас. Даже сейчас мой голос достигает миллионов во всем мире, миллионов отчаявшихся мужчин, женщин и маленьких детей — жертв системы, которая заставляет людей пытаться и сажать в тюрьму невинных людей. Тем, кто слышит меня, я говорю: "Не отчаивайтесь!" Страдания, которые теперь захлестнули нас, происходят от жадности. Ненависть народа пройдет, и диктаторы умрут, но власть, которую отняли у людей, вернется к людям. И пока люди умирают, свобода никогда не погибнет».

«Легенда № 17» (2013),

режиссер — Николай Лебедев

8

КАДР ИЗ ФИЛЬМА «ЛЕГЕНДА № 7» (2013)



**Сможешь или не сможешь,
только тебе решать**

Фильм рассказывает о судьбе великого хоккеиста Валерия Харламова и о том, как ему повезло обрести гениального наставника — Анатолия Тарасова. Способы, которыми Тарасов готовит и мотивирует свою команду, часто кажутся бесчеловечными — но результат говорит сам за себя. Один из самых проникновенных эпизодов в фильме — когда тренер приводит получившего серьезную травму и упавшего духом спортсмена в морг, чтобы напомнить ему о ценности жизни и борьбы. После этого Харламов начинает разрабатывать травмированную ногу и с триумфом возвращается на лед.

ЦИТАТА: «Так ты только ради Канады играешь? (Харламов переживает, что из-за травмы не попадет на матч с Канадой. — Прим. ред.) Ради славы и наград? Да ты жить должен. Понял? Жить и играть. И делать выбор каждый день. Твой номер — семнадцатый, его весь мир знает. Ты, короче, стой и подумай. Посоветуйся вон с ребятами (кивает на мертвецов и уходит)».

«Покровские ворота» (1982),

режиссер — Михаил Козаков

9

КАДР ИЗ ФИЛЬМА «ПОКРОВСКИЕ ВОРОТА» (1982)



**Осчастливить
против желания нельзя**

В коммунальной квартире 1950-х трогательный и беспомощный в быту литератор Лев Хоботов пытается выйти из-под влияния своей властной бывшей жены, перестать бояться жизни и отстаивать право на новую любовь. В этом ему помогает дерзкий аспирант-историк Костик, который, несмотря на молодость, понимает жизнь намного лучше большинства своих почтенных соседей. Частная семейная мелодрама вырастает в историю о важности внутренней свободы и том, что обычно ей препятствует.

ЦИТАТА: «Спокойствие. Молодость — это мгновение. Вы не успеете оглянуться, как я изменюсь. И не в лучшую сторону. Каким рассудительным я буду, каким умеренным стану я... Молод, каюсь. И все-таки, поверьте историку: осчастливить против желания нельзя».

Когда перед Вами стоит задача
быстро подготовиться
к переговорам или выступлению
на иностранном языке



Native Speakers Club & Cafe к вашим услугам!



20 языковых
направлений



350 преподавателей -
носителей языка



10 лет
на рынке



50 специализаций
(от маркетинга
до медицины)

Забронируйте пробную встречу
с носителем по телефону

+7 (499) 350-37-85

Назовите промокод "HUBSpeakers"
и получите 2 билета на закрытые мероприятия
с носителями языка в Native Speakers Cafe

РЕКЛАМА

16+

ИДЕАЛЬНОЕ МЕСТО
ДЛЯ ВСТРЕЧИ РАБОТАЮЩИХ УДАЛЕННО КОМАНД
И ПРОВЕДЕНИЯ ТИМБИЛДИНГА



Вольфхаус — коливинг с офисным пространством на острове вечной весны. Здесь компании и стартапы работают во вдохновляющей обстановке и объединяются путем активного отдыха.

WORK AND PLAY!

УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ НА WWW.THEWOLF.HOUSE