

Деловые овощи, или Выбор партнера

ПЕРЕКЛЮЧАЕМ КАНАЛЫ

Повезло дальневосточным подводникам, которых в порядке обкатки сетевой программы партнерства спасли в начале прошедшей недели (о спасении было немало материалов, а вот об эксперименте по взаимодействию – мимоходом). Не повезло с партнерами в политике актеру, который имел любящих и понимающих партнеров на сцене, – это стало видно в момент гибели на Алтае М. Евдокимова. Скажи мне, кто твой партнер, и я скажу, как идут твои дела. Или еще вариант: не имей сто друзей, а имей сто партнеров.

Партнерами-соперниками оказались в эфире по-прежнему роскошный Аль Пачино – старый детектив в боевике «Бессонница», он же молодой мафиози в великом и до ужаса актуальном «Крестном отце» – и в принципе очень неплохой, но уж больно ненастоящий советский подполковник – Сидихин (сериал «МУР есть МУР-2»). Даже лихо бросающийся столами в сельской чайной, он не вписался в скучную стилизацию вампильской пьесы «Прошлым летом в Чулимске», да еще с детективной коллизией. Ненастоящие – а разве в «Первоисточнике» они были настоящими? – партнеры-соперники не одну неделю мелькали и как раз завершили свое путешествие на тропический остров в девном сериале «Герой нашего времени» с мягким и обаятельным Шифриным, который выдал, между прочим, ничуть не хуже, чем те, кто на самом деле дел «Последнего героя»: Бодрова, Домогарова, Меньшова.

Но, пожалуй, одним из наиболее занятных эфирных опытов оказалось новое реалити-шоу, где тоже останется один, последний, если не герой, то по крайней мере приличный профессионал. Деловой человек.

«Деловым» в современном лексиконе может быть что угодно. Деловой стиль в одежде. «Деловая колбаса» – подростковый сленг, совмещающий восхищение и иронию в характеристике ровесников. Прилагательное «деловой» становится свидетельством полезности, востребованности, а подчас и успешности деятельности. Поэтому не стоит удивляться, что у нас появляются «деловые» продукты питания – пригодные или необходимые для употребления в случае «бизнес-трапезы» или просто поедания их «деловыми людьми». Подождите немного, так же, как шел из нашего сознания иронический смысл словосочетания «деловые люди», рожденного Генри в применении к ворам и мошенникам, уйдет ирония и из восприятия слов «деловые овощи». Если угодно, дарю бренд какой-нибудь фирме...

Деловые люди – это не только «мельцы», оккупировавшие когда-то Америку в своем ярком, итальянском духе и превратившие понятие «крестный отец» в нарицательное. Все те Марлоны Брандо и Аль Пачино в их медлительном трагизме и определенности иерархии лишь в глубокой тишине могут впечатлять на российском телеэкране. В прайм-тайм идут другие деловые люди – наши, российские, уже не периода ма-

линовых пиджаков, а периода эlegantного «ретро» (опять же на ТНТ, к сожалению, вновь со ссылкой на идею американского «креатора»). Стол переговоров – как в «импортных» фильмах; корректность поведения работодателя; светливая, петушащаяся независимость соискателя рабочего места; прямое и противное доказательство того, что женщина в деловой сфере еще хуже, чем женщина на корабле. В рекламе передачи – Новиков на фоне Кремля; так подается новое реалити-шоу «Кандидат», где по крайней мере выбор партнеров идет не для постели, а его «съедание» происходит не на уровне пищи материальной.

Господин Новиков – владелец... нет, не заводов и пароходов, но, что тоже неплохо, то ли 70, как упоминается в рекламе, то ли 80, как говорится во вводимом тексте к самой программе, предприятий, где, по всей видимости, производится экологически чистая пища. На экране появились чисто вымытые уже по праву рождения помидоры и баклажаны (начинающие менеджеры придумали им кличку «VIP-овощи»), которые потом, вероятно, готовятся в столь же чистых и сверкающих кастрюлях и сковородках. То есть на экране присутствуют не только деловые люди, но и достойные их своими высокими качествами деловые овощи. Не те, которые мы с вами покупаем на лотках поближе к дому, а те, которые отобраны и допущены на стол к деловому человеку.

Каждому овощу – свой ранг и свой желудок, считают молодые претенденты на хлебную должность. Невысокий, полный самоуважения и уверенный в значимости собственного вклада как в пищевую промышленность, так и в телеиндустрию, предприниматель Новиков, между прочим, подает весьма неплохой пример нашим бизнесменам. Не только проводит кастинг без участия банального кадрового агентства, но и делает рекламу себе. Нет, он не спонсор, и это очень интересно и показательно. Он – партнер. И он с помощью публично предьявляемых достоинств своей продукции, своих менеджеров, собственных, вполне «раскрученных» партнеров вроде пивного изготовителя, интерьеров своей «конторы», манеры своего поведения, своей речи человека, знающего, что от него зависят люди, и умеющего показать меру своего влияния на жизнь конкретных нефитов (которые представлены как «директора», «менеджеры»,

особенно мило звучало название должности «арт-директор бара»), демонстрирует облик достойного российского делового человека.

Вот он, образ друга нашей молодежи: он не rastлаевает куравом и пивом, не предлагает в драке или в постели доказывать свои преимущества перед соперниками; он ставит профессиональные задачи (хотя далеко не всегда делает это профессионально), дает профессиональные оценки действиям возможных будущих сотрудников его фирмы (хотя мера его субъективности равна, очевидно, только мере его затрат на этот телепроект). Он, этот партнер, пока только для телезрителей, а потом, возможно, и для поставщиков, для покупателей, для работников, которые валом повалят в его фирму, – весьма интересен самим способом общения с соискателями тех годовых полутора миллионов (рублей, разумеется), ради которых и идет пятнадцатинедельное ристалище.

Мы так привыкли к «начальникам», которые посредством бумажек общаются с подчиненными и другими людьми – вот уж точно не партнерами, а надоедливыми «посетителями» либо, что еще страшнее, «просителями». Многие из таких, мнящих себя «шефами», не умеют смотреть людям в глаза, не умеют разговаривать, прикрываясь сознанием своего должностного или финансового величия, не понимая, что личного авторитета у них нет, а личного уважения и интереса к ним ни один из возможных партнеров не испытывает.

Телевизионный Новиков любопытен уже тем, что сам, после того, как выслушивает соискателей и своих «помощников», принимает решение (между прочим, одно из важнейших качеств лидера!) и, что особенно интересно, сам его сообщает. Это вам не истерический всплеск голоса знаменитой спортсменки: «Вы – самое слабое звено!» И не папирусное игрушечное голосование племени; когда ведущий только объявлял, имя не имеющего права на дальнейшее соревнование за звание «последнего героя». Это под прицелом камеры, пусть и после работы имиджмейкера и режиссеров, прямая речь и прямой взгляд, причем на словах, которые у нас в стране издавна привыкли не слышать, а читать на доске приказов: «Вы уволены». Наши начальники ужасно любят, чтобы их подчас «неудобные» подчиненные писали заявления «по собственному желанию», а вот по решению самого начальника...

И это уже заслуживает если не одобрения, то по крайней мере внимания, выделяя реалити-шоу из массы крикливо-беспозальных и неоправданно агрессивных собратьев. Скандальный ТНТ обогнал своих уважаемых коллег, предложив себя в качестве неглупого и небесполезного партнера – для телезрителей, для жизни, для следования предложенному им образцу жизнедеятельности.

Татьяна ЗЛОТНИКОВА,
доктор искусствоведения.