

# С открытым забралом

Чего только не расскажут добροжелатели про отзывы о благих начинаниях... Ну, например, что не узнать меня на фотке 2007 года в этой колонке. Или что трудноугадываемый фон на этой же фотке – а именно панорама Ниагары, раздражает немерено туда еще недосхавших. А то еще, что глядя в глаза, я бы и половины не написала и не сказала. Называется перечисленное пожеланиями читателей, а заявки мы, как известно, выполняем всегда и с лихвой. Потому перезапуск личной колонки в не очень большом масштабе касается больше всего личной фотографии. Все остальное в 2008 году останется прежним: темы будут черпаться из окружающей среды, кейсы – из местного зоопарка и городских цирков, приколы – из показухи политиков, анализов и аналитики следует ожидать как компиляцию выше приведенного списка. Информационные поводы – из компетентных ресурсов продвинутого сайта [www.bi-tec.ua](http://www.bi-tec.ua) (для ленивых – [wvbt.ua](http://wvbt.ua)).

Год начался лениво в жизни страны и в нашей – в частности. Хотя и ознаменовался группкой чудаков, которые гоняли по пустым улицам Киева с одной встречи на другую и обсуждали дела с такими же чудаками. При этом встрече не координировались с расписанием самых известных пробок и назначались по критериям желания места, а не во избежание попадания на «стоящие» улицы. При этом все получали удовольствие старика-сластолюбца, у которого получилось в последний раз, гоня по пустым улицам Киева со скоростью максимально возможной. Ибо, во-первых, перенасыщенность автомобилей вполне может обеспечить пробки на выходные и праздники уже в этом году, а во-вторых, то ли уже подняли, то ли вот-вот поднимут размеры штрафов, что, конечно, не исключит возможность простого роста затрат на удовольствие не замечать окружающих, но, по идее, должно привести к разумному сочетанию экономии, правил езды и поведения в принципе.

Какое отношение правила езды и поведения имеют к темам СР? Самое прямое. Ибо правила поведения, езды и сумасшедшей гонки на рынке и в рыночных условиях должны быть выработаны, внедрены и соблюдены. Все, кто играет не по рыночным условиям, должны знать и понимать – с ними тоже могут сыграть по тем же, не рыночным, что не сказать – беспределным, понятиям. Понятия, кстати, тоже, говорят, необходимо соблюдать. Иначе – беспредел. И опять же, с одной стороны показывают и пишут, с другой –

рассказывают: когда беспредел наступает, уже все равно, кто начал первым и скольких прибили. В убытках оказываются все. Даже воры в законе, которые объявляют этот самый беспредел.

Вообще-то пугает совпадение уголовной лексики и терминов с бизнесовыми и политическими формулировками лидеров и рядовых солдат. Видно, построение социализма таки срастило уголовный элемент с обществом, успешно завершив дело большевиков, начатое еще при царе. А за пятнадцать лет разговорный язык не поменять. Даже если уже заметно, что наш русский и русский в России не совпадают, Украина не Россия (СР #7/2007, Инфокод 707059). Но прошлое роднит, и в бездарных российских сериалах самые успешные моменты получаются на уголовно-бандитских сценах – видать, менталитет, повадки и лексикон близки и понятны молодым актерам, что развлекают русскоязычное информационное пространство.

Чего не хотелось бы дожидаться – так это сериала «однажды в Украине на ИТ-рынке». Многие в курсе, что на самом деле дождались, но ни сериал – ни фактажа, ни денег (а что еще, как не сериал, продвинул бы нашу продукцию в массы?), ни канала, что его профинансирует. ПОКА. Деньги у каналов есть – вкладывать в кино только для украинского показа не

**Пугает совпадение уголовной лексики и терминов с бизнесовыми и политическими формулировками лидеров и рядовых солдат**

выгодно, а продукция с названием, где в корне «украин» – закупкам эсэнтговских дистров развлекательного фуфла не подлежит – внутрикорпоративное правило.

Вот так незаметно добрались и до СМИ. На самом деле тут уже давно беспредел, но тихий и какой-то девственный. Девственный, потому что в области знаний о взаимодействии со СМИ в частности и коммуникациях в целом царит девственная чистота, пустота и даже вакуум.

Как-то одно московское чудо, продвигающее новомодные заменители билбордов, начало предлагать мне сотрудничество с пространной лекцией о том, что вот наконец-то, с минуты на секунду буквально и уже не позже, чем через пару лет, крупнейшие европейские и американские маркетингово-коммуникативные институты предлагают на обсуждение медиарынку способ посчитать медиаконтакты для придорожной рекламы. То есть до тех пор пока не



**Эллина Шнурко-Табаква,**  
Издатель и Коммуникатор,  
[esht@cp-ua.com](mailto:esht@cp-ua.com)

предложат, все, кто тратит деньги на билборды, выбрасывают их на мусорку. Предлагаю складывать мешки на заранее оговоренное со мной место – буду очищать город. Не хотите мне – отдайте бомжам, может, кому-то не хватает самую малость, дабы вернуться в общество и пополнить ряды наших сотрудников. Мало ли кому и как везет в жизни.

Украинской прессе везет больше – не воняет, глянцева и красивая, но при распределении бюджетов – месте на пятом. Притом что медиаконтакты легко считаются, цена их тоже, неленивые могут даже прикинуть эффективность вло-

женного, которая, как ни странно, выше, чем на телевизоре. ВЫШЕ. Я не ошиблась. Потому что деньги нужно вкладывать туда, где максимальная концентрация целевой группы. И если мне кто-то докажет, что компьютер стол массовый продукт, что стиральный порошок с прокладками уступят лидерство в бюджетировании электронных СМИ не зубной пасте, а игровому тазу, то я согласна перекраситься практически в любой цвет.

Площадкой для доказательства может стать открытый тренинг 29–30 апреля сего года ([tot.com.ua](http://tot.com.ua)). Интригу дня ломать не будем – принимаются ставки от тех, кто уверен, что останусь в той же маске, что и была. Для смельчаков, которые под разные цвета соберутся принимать другие деньги, рекомендация: за 12 часов до начала лучше уезжайте из страны. В некоторых сериалах обычно очень доступно изображают, почему, с

помощью баллона искусственной крови под рубашкой.

Для более пассивной аудитории обязательно напишу отчет – с онлайн трансляцией неизменного цвета прически.

Для сомневающихся скажу сразу: чем дольше не пускаем знания и контроль на эффективность медиа-контактов, тем больше, агрессивнее и страшнее будет птица-бумеранг, которая всегда возвращается на нашу голову. Потому что рыночность отношений включает в себя не только неотмытые деньги на поднятие маржи, но и эффективное их вложение. А эффективность вложения – это предсказуемый рост количества и качества клиентов. А также возможность детального анализа падений и провалов.

Прессе вышесказанное характерно практически все, но список эффективных инструментов на этом не исчерпывается. Например, весь ИТ-рынок гордо носит попу грововщика: «Выставки вымирают – вы только посмотрите – как мы там не участвуем!». Вымирают АЙТИ (ИТ) ИТ-выставки! Все остальные – растут! И на них не хватает площадей! Потому что участвуют, посещают, работают – просто работают. Извините за ругательство – маркетингово коммуницируют. А у нас девственный вакуум уже привел по Фрейду к простому исходу – аборт. Коммуникации ушли в узкие терки-пьянки – бо у нас и так «все славенько», и в погоню за стиральным порошком. Хотя как не пачкайся – а компьютер только в очень зрудированной среде обзывается тазиком. Обыватели, ура на самом деле, его так не называют и порошком с водой не заправляют. И объем аудитории порошковой ждуть рановатенько.

Спасибо вендорам: тенденция в этом году наметилась – на повышение эффективности контактов, специальные программы и повышение роли прессы в процессе обслуживания клиента. Возможно, навеяло из-за границ – независимая экономически пресса – залог цивилизованности рынка. И все меньше желающих прикупить тест, текст или новостуху. Потому что читатели сразу чувствуют запах и автоматом пахнущему товару перестают доверять.

Так что рынок – это прежде всего отношения, построенные на доверии и уважении друг к другу. Инструментарий к этому – известен.

С открытым забралом не дадим птице-бумерангу повода для сценария жутких сериалов!

СР > Инфокод 801028