

# ИСКРА И ННОВАЦІЙ

15 АПРЕЛЯ  
2012  
№20

“Я не против ярких фраз.  
Вопрос состоит в том,  
что тогда к этим фразам  
должны применяться  
жесткие требования...” **2**

**НЕ**

**БОЛТАЙ!**

В России слова имеют какой-то волшебный, магический характер.

От любых слов ждут именно магических действий. Если населению плохо оказывают услуги – к любой концепции дописывают «единое окно». Чиновники плохо работают – это «коррупция». А мы до сих пор плохо живем, потому что «нам не рассказывают всей правды». У нас даже миллиардеры могут сказать, уезжая из страны – «там народу жить не дают». Причем дальше фраз дело не заходит. Все почему-то думают, что главное подобрать нужные слова и проблемы начнут решаться сами собой.

Но какое отношение имеет то, что мы ничего не делаем, например, к тому, что у нас нет всей правды? Подводная лодка – утонула. Останкинская башня – сгорела. Начальник Роскосмоса получил бутылкой по голове. Какая правда вам еще нужна?

Русских можно полностью сбить с толку, бросив им фразу.

Например, сегодня очень модно бороться с коррупцией.

Плохое образование? Это коррупция! Нет, образование плохое, потому что многие преподаватели не обладают соответствующим уровнем сложности, у них компетенций не хватает. Не делают новые самолеты? Это коррупция! Нет, просто нет инженеров, нет идей, нет энергетики человеческой...

Блоггеры видели реальным кандидатом в президенты Навального только потому, что он создал «Роспил» и сказал, что будет бороться с коррупцией. При этом никто не обратил внимания на то, что Навальный не предложил строить новых детских садов и школ, запускать ракеты в космос, строить новые предприятия...

Я не против ярких фраз. Судя по всему, это и есть квинтэссенция управления в России. Вопрос состоит в том, что тогда к этим фразам и их эмиссии должны применяться жесткие требования. Но у нас, к сожалению, элита от народа отличается только тем, что украдет намного больше. Элита первая путается в определениях.

Значит, нам нужны люди достаточно умные для того, чтобы создавать правильные фразы, достаточно талантливые для того, чтобы делать их яркими, достаточно харизматичные, чтобы их слушали, достаточно ответственные, чтобы отказываться от ярких, но вредных фраз...

В общем, нам нужны волшебники. Или семантики. Что в данной системе координат почти одно и то же.

А еще у нас есть задача – сократить доступ неволшебников (или несемантиков!) к массовому сознанию, потому что они забрасывают людей фальшивыми заклинаниями и засоряют им мозги.

В России две беды: дураки и дороги...

Учиться нужно ехать за границу!

Не забудем, не простим!

Россия нищая!

Россия вымирает!

Понаехали тут!..

Богатые богатеют, бедные беднеют!

А давайте построим скоростной трамвай!

Долги отдают только трусы!

Если бы директором (тренером, олигархом, президентом) был я ...

..Невидимая рука рынка...

Без диплома - никуда!

А у вас есть бизнес-план?

Заграница нам поможет!

Чем выше зарплата, тем лучше работаем!





## ЭЛЕКТРОННУЮ УНИФОРМУ



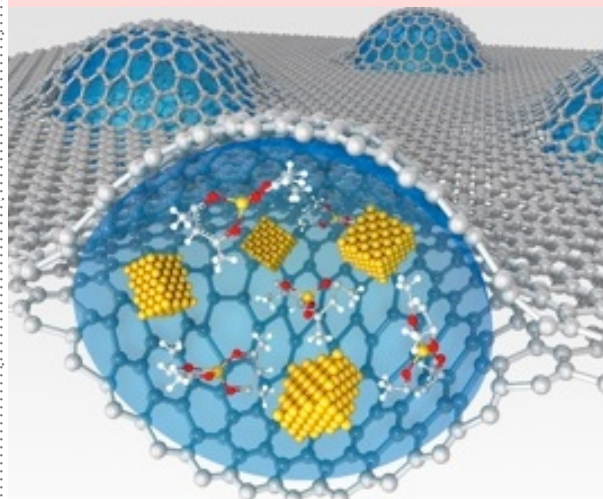
получат британские военные в обозримом будущем - из ткани с тонкими электропроводящими нитями и встроенными тонкими аккумуляторами. Таким образом, тяжелые аккумуляторы, питающие электрооборудование солдата, и внушительный комплект кабелей уже не надо будет носить с собой. К концу года ожидается первый "тяжелый" образец формы, а в 2014/15 году - усовершенствованный легкий. В проекте также разрабатывается текстильная клавиатура, интегрируемая в форму военного, для работы с портативным компьютером.

## САМАЯ ТОНКАЯ В МИРЕ



солнечная панель разработана совместно учеными из Европы и Японии. Фактически это не панель, а тончайшая фольга толщиной всего 1,9 микрометра, что сравнимо с толщиной листа сусального золота (а толщина волоса - 40 микрометров). Уникальным свойством этой солнечной панели является ее невероятная гибкость и ничтожный вес. Такие солнечные панели могут использоваться для генерации электричества в областях, где не требуется большое напряжение: в переносной электронике, электронном текстиле и т.д. Даже на коже человека - ведь присутствие такой панели будет практически неощутимо.

## МИКРОСКОПИЯ РАСТВОРОВ



- исследование материи, невозможное по самому принципу действия электронного микроскопа - становится возможным благодаря удивительным свойствам графена. С самого начала атомной микроскопии ученые были вынуждены отказаться от исследования жидкостей, которые просто испарялись в процессе опыта. Недавно ученым удалось инкапсулировать жидкость в графене (одноатомном слое карбона). Удерживая жидкость, графен одновременно оставляет структуру раствора доступной для "взора" микроскопа. Это открытие начинает совершенно новую страницу в исследованиях свойств растворов и жидкостей.

## ВОДА-ПЛАЗМА-ВОДА



Плазменное очищение воды делает чистую воду доступной самым бедным слоям населения Земли. Миллионы людей в Азии, Америке и Африке не имеют сегодня чистой питьевой воды, вследствие этого подвержены огромному количеству инфекционных заболеваний. Чилийскими учеными разработан недорогой способ очищения воды путем ее превращения в газ и обработку магнитным полем - то есть в плазму. В состоянии плазмы уничтожаются все бактерии и микроорганизмы, содержащиеся в некачественной воде. Установка способна обработать 35 литров воды за 5 минут и затрачивает на это столько же энергии, сколько электролампа.

НА СТАРТЕ!

**TexDrive!**

**TexDrive** – первый в России бизнес-акселератор для технологических компаний СНГ. Это опыт, связи и инвестиции в лучшие стартап-проекты. В январе программа отобрала 7 наиболее интересных инновационных идей из 500 присланных – для 12 недельного курса акселерации. Среди отобранных проектов – торговая платформа для уникальных товаров, новый сервис защиты персональных данных, агроробот, полимерный радиатор и др. Отобранные стартапы уже получили по \$25 000 и всестороннюю поддержку для развития бизнеса, а 6 апреля на Дне Инвестора – возможность презентовать свои проекты в технопарке «Строгино» перед бизнес-ангелами и получить от \$5 000 000.

Подробнее о работе TexDrive нашему корреспонденту рассказала руководитель пресс-центра проекта Анна КОВЫЛЯНСКАЯ:

**- Как начинался проект TexDrive? Кто стоял у его истоков?**

Основателями TexDrive выступили – Максим Шеховцов, – один из первых венчурных капиталистов в России (председатель Наблюдательного совета) и Александр Журба (генеральный директор). Для реализации проекта Максим пригласил Андрея Кесселя и Джона Брэдфорда, который уже несколько лет занимается акселерационными программами в Кембридже. Texdrive начал работу в конце октября 2011 года и это первая программа, итогом которой стал День Инвестора в технопарке «Строгино». В ходе отборочного конкурса из 500 бизнес-проектов были отобраны семь

наиболее перспективных, которые прошли программу бизнес-акселерации.

**- По какому принципу отбирались проекты?**

TexDrive отбирал проекты из самых разных областей (SaaS, альтернативная энергетика, медицина, теплоэнергетика, биотехнологии, интернет, робототехника и программное обеспечение) и руководствовался опытом и знаниями основателей. Эти проекты показались наиболее амбициозными, как с точки зрения самих идей, так и с точки зрения потенциала команд, которые их представляли. Тут главную роль сыграли большой профессиональный опыт в области венчурных инвестиций, знание различных индустрий и, конечно, интуиция команды TexDrive.

**- Оказывалась ли какая-то менторская поддержка для проектов, которые не попали в число лучших?**

Нет, менторская программа была рассчитана лишь на семь лучших проектов. Только они получили такую поддержку от TexDrive.

**- Вложение средств в инновации в России всегда было делом очень рискованным и даже опасным. Как TexDrive удалось привлечь внимание такого большого количества предпринимателей к проектам?**

В первую очередь, нам очень помог большой опыт Максима Шеховцова, ведь он работает в сфере венчурного бизнеса более 12 лет. Он знает практически всех российских и многих зарубежных инвесторов, инвестирующих в high-tech компании.



Большую роль здесь сыграли личные связи и контакты Максима. За счёт того, что ему доверяют, и уверены в том, что он отобрал хорошие проекты, нам удалось заинтересовать предпринимателей. Именно благодаря ему TexDrive взял очень хороший старт.

**- Но всё же у многих российских предпринимателей нет желания вкладывать средства в развивающиеся проекты, где им предлагают что-то принципиально новое. Как участникам TexDrive и инвесторам удаётся достичь договорённости о финансировании?**

В этом-то и заключается смысл работы проекта акселерации. Основатели стартапов встречаются с менторами, обсуждают плюсы и минусы предложенных проектов. Опытные менторы, в свою очередь, дают им свои советы, высказывают пожелания... Происходит живое непосредственное общение потенциальных инвесторов и стартапов, в ходе которого выясняется, вложения в какой проект принесёт наибольшую прибыль, а какой проект не столь перспективен...

**- После Дня Инвестора были ли уже заключены какие-то официальные сделки?**

Каждый представленный на Дне Инвестора проект получил по три-четыре предложения от инвесторов. Компании обсуждают условия вхождения и дальнейшего сотрудничества. Это нормальный процесс, ведущий к сделке. Несмотря на большой интерес со стороны инвесторов, команда TexDrive не рекомендует компаниям спешить. Ведь скорость сделки – не показатель ее качества. Инвестор – это надолго, и профессиональный инвестор может еще много чего полезного привнести помимо денег. Именно этим, в первую очередь, и полезна та помощь, которую оказывают основатели TexDrive.

**- Получает ли TexDrive какие-то дивиденды от развивающихся стартапов? Как оговаривались условия сотрудничества бизнес – акселератора с участниками проекта?**

Все проекты, которые сотрудничают с TexDrive, ничего не платят, но после того, как проекты получают инвестиции, TexDrive будет владеть 10% акций этих компаний.

**- Расскажите подробнее о том, как была построена сама программа бизнес – акселерации, и что было сделано в течение 12 недель?**

В течение 12 недель, приглашённые на проект менторы, обучали начинающих предпринимателей, провели с ними более двадцати лекций, семинаров и тренингов... Но основную ставку TexDrive делал на знакомство с теми людьми, которые уже давно на рынке и имеют большой опыт в области развития бизнеса high-tech. Обучение проводилось в форме так называемых «менторских сессий». Это новинка для России, ничего подобного в нашей стране ещё не проводилось. Более 150 ведущих предпринимателей, инвесторов, руководителей крупных компаний, специалистов в области продаж и маркетинга работали со стартапами – участниками TexDrive. Во время менторских сессий компании-участники рассказывали о своих проектах, и о том, какие проблемы у них возникают с их продвижением, а менторы помогали им эти трудности преодолеть, советовали, как поступить в той или иной ситуации, делились связями и т.д...

**- Амбиции некоторых проектов уже вышли за рамки намеченных в начале целей и многим из них предстоит стать большой компанией и выйти на международный рынок. Какой тогда смысл в получении предложенного менторами TexDrive всего \$1 миллиона?**

Любая крупная компания когда-то была стартапом. TexDrive работает с компаниями как раз на стадии стартапа и первых продаж. То, что у ребят за такой срок расширилось понимание своего рынка и масштаба их бизнеса – как раз и являлось целью программы. На этой стадии важны не столько инвестиции, сколько экспертиза и поддержка профессионалов. Действительно, многие компании, представленные на Дне Инвестора, уже имеют хорошую финансовую базу для развития своего бизнеса, но они приняли участие в программе, потому что осознали, что для успешного развития их компании одних денег недостаточно. В процессе прохождения Программы они значительно расширили свое понимание того, как правильно и наиболее эффективно строить свои компании, получили ценных советников и партнеров. Ну и ещё важным пунктом программы стало то, что TexDrive предоставил участникам контакты с большим количеством реально действующих бизнес-ангелов из России и зарубежья. развивающиеся проекты, где им предлагают что-то принципиально новое. Как участникам TexDrive и инвесторам удаётся достичь договорённости о финансировании?

### ДЕНЬ ИНВЕСТОРА. ПРОЕКТЫ

На общей платформе «Martmania» у владельцев и производителей необычных товаров появляется возможность открыть собственный интернет-магазин, где они смогут создать собственный каталог товаров, а так же добавить их в общий прайс-лист.

Система защиты персональных данных Б-152.

Программа предназначена для малых и средних предприятий и, по словам её автора, позволяет провести аудит, подготовить документы и организовать техническую защиту персональных данных.

Высокоэффективный нагреватель воды «Кавитатор» снижает расходы на энергию до 10 раз и позволяет не беспокоиться своему владельцу о пожарной безопасности.

Электронная система расчётов за топливо для корпоративных клиентов.

Препарат от угревой сыпи «Акнол». Создатели «Акнола» в качестве действующего вещества изобрели новый элемент – Ализактинум, который действует гораздо эффективнее небезопасных антибиотиков, и тем более, перекиси водорода.

Полимерный отопительный радиатор. Возможно, это изобретение не понравится сотрудникам ЖКХ, ведь КПД полимерных радиаторов намного выше обычных, поэтому рядовым гражданам за тепло платить придётся меньше...

Агроробот. Эта электронная система представляет собой дополнительный блок, который устанавливается на стандартную сельхозтехнику. Автоматизированная программа обеспечивает рост урожайности и производительности техники, а так же исключает риск человеческого фактора в работе агробизнеса. Проект ориентирован на глобальный рынок и уже имеет ряд предложений от средних и крупных аграрных компаний.

НА СТАРТЕ!



**МАРТМАНИЯ**  
Необычные Вещи



**ЧТО ТАКОЕ ИНТЕРНЕТ?**

Этот разговор начался с одним моим другом, когда он попросил придумать для него социальную сеть. Я говорю:

- Хорошую концепцию могу сделать.
- Но у нас нет ни сайта, ни интернета, – говорит друг.
- А какое отношение это имеет к социальной сети?
- Ну как, социальные сети – это компьютеры, интернет...
- Нет! – отвечаю. – Социальная сеть – это социальная сеть, а компьютеры и интернет – это формы ее выражения, ее материализации.
- Ты не понимаешь!..

Мне потребовалось несколько месяцев, чтобы зародить хотя бы сомнения в этом человеке.

Мы должны понять, что современный интернет – очень интересная, смелая, но еще очень слабая попытка визуализации человеческого “интернета”, человеческих взаимоотношений. Люди создали этот “интернет” много сотен тысяч лет назад и благодаря ему оторвались от

животных. И только сейчас человеческая наука и технология достигли такого уровня, что впервые мы смогли вынести за пределы своего мозга, формализовать и визуализировать эти связи. Иными словами, интернет – это первая попытка формализации человеческих отношений. Ну, пока простенькая... Тем не менее, я, как семантик, утверждаю, что в интернете будут действовать все те же законы, которые действуют в человеческом обществе. То есть культура, доверие, верификация истинности, эффективность и т.д. И если эти вопросы в интернете не будут решены, как они были когда-то решены в человеческом обществе, то развитие интернет-технологий затормозится.

Другая важная вещь, – технология тогда становится совершенной, когда вы ее перестаете замечать. Например, телефон сегодня – это уже вполне совершенная технология, потому что мы уже осознаем его не как сложную систему проводов, антенн, автоматических телефонных станций, а как возможность поговорить с подругой или другом. И интернет станет совершенной технологией, когда мы перестанем замечать, что web 2.0 – это среда, в которой можно быстро обмениваться файлами, и будем относиться к нему, как к месту, где можно просто поболтать (для многих это уже так и есть). Да и web 3.0 станет совершенной технологией, когда бизнесмены убедятся, что бизнес делать быстрее и выгоднее здесь, чем где бы то ни было еще. Так что интернет – это не игры специалистов, интернет – это жизнь. И чем быстрее мы это поймем, чем быстрее сделаем интернет своей жизнью, тем большее преимущество получим над старым миром.

**РУССКИЙ COMEBACK**

Опасно вкладываться в какую-то технологию, когда она еще не принята обществом, но не менее опасно сильно вкладываться в технологию, массово принятую обществом. Как говорил Ленин – вчера было еще рано, завтра будет уже поздно. Сегодня наступил тот момент, когда мы можем и обязаны серьезно вложиться в новые технологии.

Советский Союз был мировой державой в четвертом, индустриальном, техноукладе. Если мы говорили: Chrysler, General motors, то тут же вспоминали Ярославские и Рыбинские моторы. Boeing, Pratt & Whitney уравнивались Ильюшиным и Пермскими моторами. ThyssenKrupp (подводные лодки) – КБ Рубин... На каждый западный бренд у нас был свой, не менее знаменитый.

Теперь мы переходим в пятый техноуклад и что мы видим? Нас здесь нет!

Есть простые количественные показатели. Весь мир может быть не прав. И он действительно неправ, потому что скатывается в глубочайший системный кризис. Но у нас и в этой неправоте тоже должны быть “свои” 30 процентов. И тогда мы в этом мире существуем.

Конечно, за последние два года мы сильно подросли и выяснилось, что Касперский – эта одна из главных антивирусных лабораторий в мире, ее оборот составляет около \$100 миллионов. А капитализация Яндекса – \$12 миллиардов (больше, чем у Сухого и АвтоВАЗа) и это единственный национальный поисковик, которому Google проигрывает в России. А еще Яндекс самая дорогая интернет-компания в Европе. И у Mail.ru капитализация – \$8 миллиардов.



Однако, у Apple капитализация – \$560 миллиардов, то есть в пять раз больше, чем у Газпрома...

Тем не менее, когда мне говорят, что в России все пропало, я говорю – нет, не пропало.

Назовите мне крупного производителя планшетов в Германии? Она их не производит! А в Японии? Нет, и Sony, и Panasonic – отдыхают. Теперь назовите мне крупную немецкую софтовую компанию или японский поисковик? Их нет!

Несмотря на то, что у России проблемы, вторая и третья экономики мира ничего не смогли создать в пятом техноукладе. И это несмотря на неразвалившуюся экономику.

Наши компании начинают в Европе играть более серьезную роль, хотя ни мы сами об этом не знаем, ни Европа не признается. Это русский камбэк. А русский камбэк (или "обратка") страшен двумя вещами – он никем не прогнозируется и не запланирован даже русскими.

Я недавно узнал, что больше всего НАТО боялось такого русского проекта, который на языке НАТО назывался "мертвая рука". То есть в случае ядерного удара, если в течение получаса не приходит команда на отмену пуска, то предполагается, что команда погибла и ответный удар по Америке наносится автоматически. Вот у меня впечатление, что русская культура имеет такой код: если: русское правительство или русская элита через определенное количество времени после нанесения ей удара не включает целенаправленные действия, то русская культура автоматически наносит ответный удар – это наш культурный код.

### 1.0, 2.0, 3.0, 4.0...

**Web 1.0** – это интернет программистов – только узкие профессионалы могли им пользоваться.

**Web 2.0** совершил революцию – создал интернет для людей.

Я считаю, что в меня вселился интернет, когда увидел двух бабушек в компьютерном магазине, которые выбирали веб-камеру. Они хотели, чтоб не очень дорогая, но видно было хорошо. Чтобы с внуком разговаривать.

Интернет стал нужен, потому что теперь московским бабушкам можно видиться с внуком в Мурманске не выходя из дома. И я понял, что web 2.0, который связывает людей, точно уже нельзя отобрать. То есть правительство, которое попытается отобрать у нас web 2.0 – будет заменено. Потому что на социальных весах web 2.0 намного тяжелее правительства. Если такой аргумент все еще недостаточно понятен для бизнеса, особенно для русского, объясняю – тут настоящая жизнь, тут покупатели, тут они готовы тратить деньги.

**Web 3.0** – это перенос всей деловой активности в интернет ("интернет услуг"). Если сегодня web 2.0 используется бизнесменами как обратная связь, реклама и т.д., то все-таки сделки происходят еще в мире контрактов и подписей. Web 3.0 даст возможность и сами сделки перенести в интернет. И такие порталы уже есть! Например, Apple application store. Например, Google сделал такую же программу для Android. Предположим, я написал небольшую компьютерную программу. Она стоит \$5–10. Таких программ в мире огромное множество. У одного Microsoft 50 тысяч магазинов по продаже таких программ. Но бренд Microsoft защищен его магазинами. А мой крошечный бренд? Как мне получить свои \$5–10?

И тогда я вспоминаю – Apple application store!

И хотя я даже не знаю, где он находится географически, я захожу туда, выполняю три требования, которые предъявляются к моей программе, и размещаю ее в этом виртуальном магазине. Тут нужно понимать, что с этой минуты мне не нужно доказывать безвредность моей программы – ее доказал Apple и мне не нужно защищать свой бренд – его защитил Apple самим фактом своего присутствия. При этом я получаю 70% от продажи, а Apple всего 30. В Apple application store зарегистрировано 250 миллионов кредитных карт со всего света, а это значит – у меня хорошие шансы разбогатеть.

Итак, что же получается? Для того, чтобы продать свой товар, мне не нужно паспорта и сертификатов качества. Я могу не бояться, что мне не заплатят. Мне не нужно регистрироваться в налоговой инспекции или открывать магазины в Нью-Йорке, Париже и Токио. И тем не менее это реальная среда. Хотя в ней нет юристов и арбитражных судов – все сделки выполняются.

У web 3.0 есть и еще одна особенность – семантический поиск. Web 3.0, отслеживая ваши покупательские тренды – предполагая ваш возраст, даты, в которые вы покупаете, начинает вам предлагать вещи, которые вы еще не видели, но есть высокая вероятность, что ваш потребительский тип захотел бы ими воспользоваться. Если web 2.0 статистически сравнивает вас с другими и говорит – может вам это тоже посмотреть, то web 3.0 прогнозирует ваше поведение, зная, что для вас лучше. Во всяком случае так уже предлагают музыку на iTunes.

**Web 4.0.** Его практически не комментируют. Я называю его "интернет вещей", потому что услугами интернета в этом случае начинают пользоваться гаджеты. В вашем телефоне есть геоположение и в принципе оно отслеживает вас, где бы вы ни были. Вы проходите через металлодетектор, через аппарат, который ищет взрывчатку, через несколько десятков веб-камер. Этим гаджетам достаточно связать несколько параметров и сказать, где вы, кто вы, какая у вас температура тела, в порядке ли метаболизм...

Интернет вещей – это когда светофор «видит», что с одной стороны металлический объект весом 3 тонны со скоростью 100 км/час приближается к перекрестку, а с другой – биологический объект, весом 60 кг, судя по особенностям позвоночника в возрасте 70 лет, со скоростью 2 км/час – и переключает свет на красный. Или дистанционно останавливает двигатель металлического объекта, предполагая, что эта встреча может плохо закончиться для биологического объекта...

Вы скажете, что светофор не имеет датчика скорости, системы распознавания лиц и тому подобного, но ведь это вопрос времени..

Я сейчас работаю с человеком, который в Силиконовой долине хочет получить деньги на подобный проект – вы едете с работы мимо цветочного магазина, а ваш мобильный телефон напоминает вам, что вы уже две недели не привозили жене цветы – есть хороший способ исправить это прямо сейчас.

"Умные вещи" – это совсем другая культура. Сегодня к ней не готовится никто. Ни социологи, ни историки, ни писатели, ни экономисты. Они считают, что юристы будут всегда. Но зачем нам юристы, если проблемы будут решаться на уровне гаджетов.

**ИНТЕРНЕТ - НАШЕ "ВСЁ"!**

Почему для русских так важен интернет?





Это важно для всех, но для нас особенно. У нас много прекрасных мыслителей и отличных конструкторов. Но как донести их прекрасные мысли и отличные конструкторские идеи до населения?

Этим занимается целая армия чиновников и менеджеров среднего звена, которые в России находятся цивилизационно в ужасающем состоянии. У нас это среда, которая не улучшает сигналы, а ухудшает их до полной бессмыслицы.

Замысел конструктора должен быть строго донесен до каждого рабочего – в России этого удается добиться, только арестовав всех менеджеров среднего звена или поставив к ним человека со штыком. Европа постоянно выигрывает у нас за счет того, что у нее лучшая бюрократия, лучшие законы и инструкции.

Интернет позволяет мыслителям выходить на прямую связь с народом. Причем доведение идей до 142 миллионов человек сегодня проблемой не является. Facebook работает с 700 миллионами человек, Apple application store – с 250 миллионами. Для России – это возможность, после 300 лет мучений из-за отсутствия слоя хороших коммуникаторов, получить качественную коммуникативную связь. Напомню, что у нас один из самых высоких уровней проникновения в народные массы сотовой связи и планшетников. Один из самых приличных уровней интернета. И при этом – ни одного указа Президента РФ на эту тему. Есть указ по поддержке АвтоВАЗа. А указа по поддержке интернета или мобильной связи – нет. Просто русский человек чувствует недостаток в коммуникациях. Поэтому никогда не пропускает платежи за мобильник и за интернет.

Мы очень эмоциональная и эмпатическая нация – мы улавливаем эмоции и замысел даже там, где их нет. Электронные коммуникации, где я не вижу языка тела человека, где мне не кажется, что он специально что-то говорит, или издевается – переводят русских в ранг неэмоциональных европейцев.

Таким образом, переходя в интернет, мы получаем двойной выигрыш: отсутствие зависимости от middle-менеджмента и снижение напряжения в коммуникациях друг с другом.

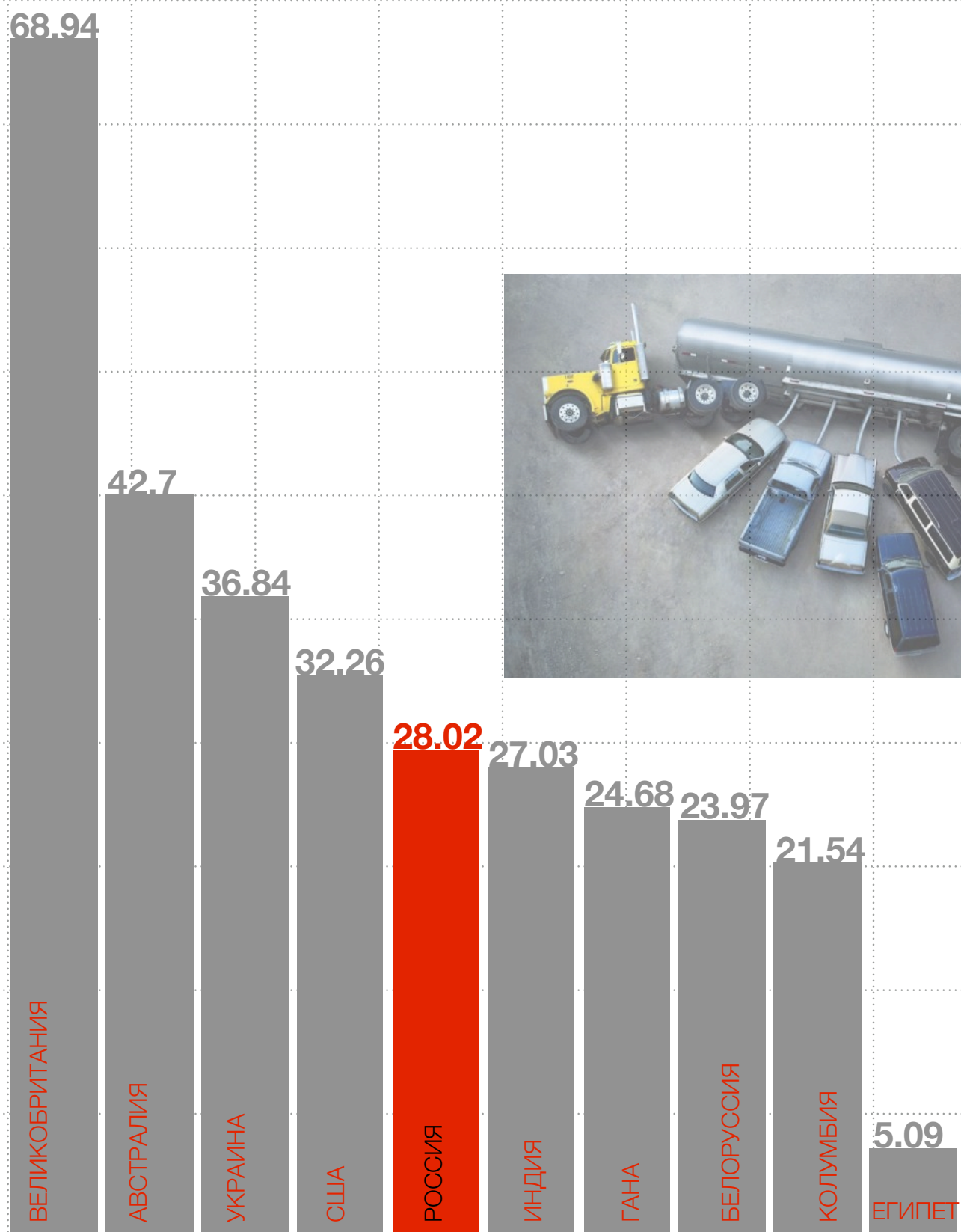
Кроме того, напомню, что на работу в интернет опоздать нельзя. В википедию опоздать нельзя. В гугл опоздать нельзя. Что, бесспорно, крайне устраивает русского человека. Если ты опоздал на работу в Москве, то пришел на час раньше на работу в Рио-де-Жанейро и получил там бонус. Потому что все там пришли в 10.00 на работу, а ты пришел в 9.00, несмотря на то, что Москве было 8 часов вечера. Это новая экономика. Это новое поведение – анекдоты о русских, которые были созданы в индустриальном мире, где требовалась жесткость и конвейерность, перестают иметь хоть какой-то смысл в новой экономике. Наше поведение в мире интернета – самое эффективное и продуктивное, какое вообще только может быть. Так вот, многим нациям еще предстоит перейти на этот тип поведения, а у нас уже есть 142 миллиона подготовленных людей. Это беспрецедентно.





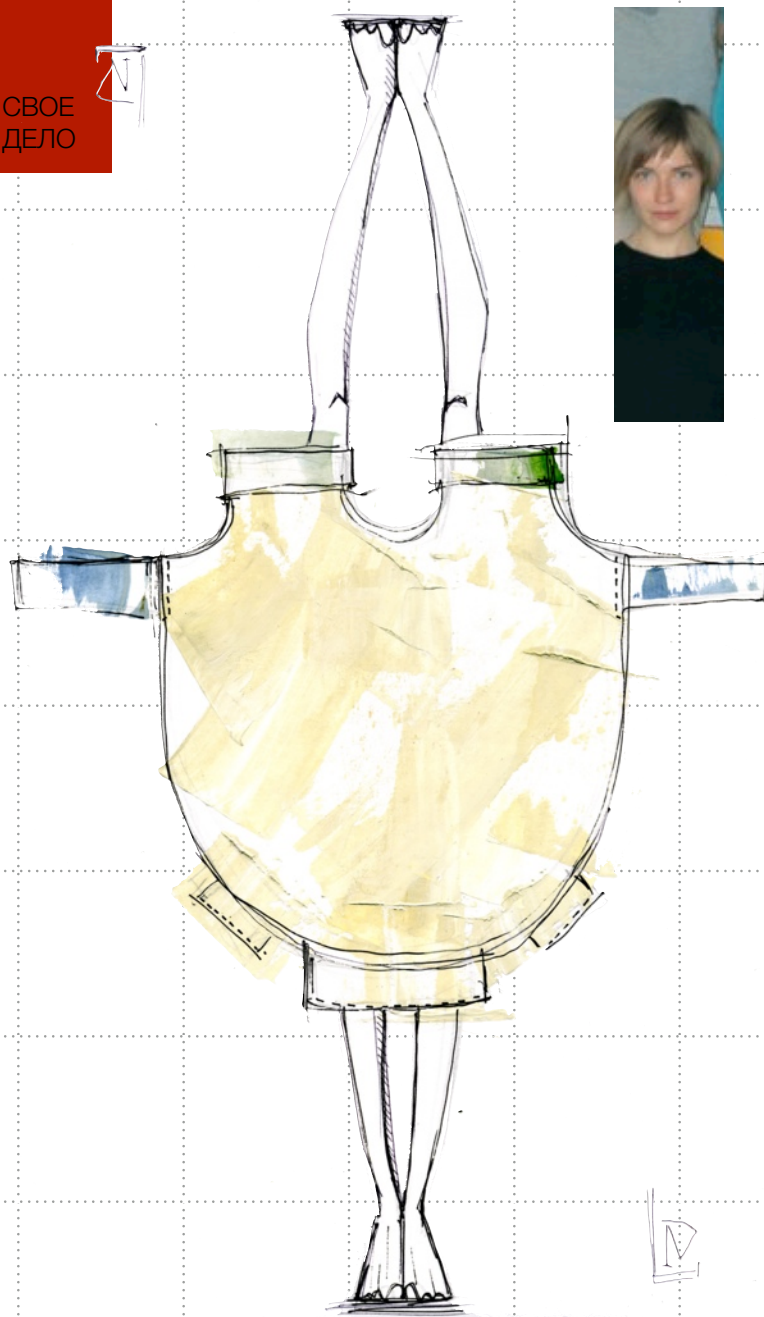
# СТОИМОСТЬ ДИЗЕЛЬНОГО ТОПЛИВА В АПРЕЛЕ 2012 ГОДА (В РУБЛЯХ)

КАРТИНА  
МАСЛОМ



# УМНАЯ ОДЕЖДА ОТ АНАСТАСИИ ПАНЧЕНКО

СВОЕ  
ДЕЛО



Начинающий модельер из Донецка Анастасия Панченко создала коллекцию развивающей одежды «Головоломки». Основная идея коллекции в том, что прежде, чем одеть ту или иную вещь, человек должен сначала подумать, как её надеть и что из этого сегодня получится: юбка или джемпер, водолазка или комбинезон? Таким образом, обладателю вещи даётся широкий простор для творчества, ведь он сам определяет, как носить тот или иной элемент одежды. Подробнее о своей коллекции нам рассказала сама Анастасия.

## - Как появилась идея создания такой коллекции?

Случился со мной творческий кризис. Я начала сомневаться в адекватности своей профессии. Шмоток в мире сейчас больше, чем людей. Производители, чтобы их продать, устраивают "модную гонку": "обязательно купите в этом сезоне митенки и леопардовые ботильоны". А через два месяца: "Как! Вы носите митенки и леопардовый принт! Снимите это немедленно! Это уже давно устарело!". Короче, меня стало от всего этого тошнить. Захотелось создать что-то не для улучшения экстерьера, а для развития мозгов. Захотелось привнести в этот мир чуточку осмысленности... И потом, рассматривая фото японских уличных модников, я подумала: "Вот они, люди, которые не идут на поводу у армии стилистов. Они сами решают, как они хотят выглядеть, и каждый из них – не вешалка для тряпок, а индивидуальность". И я решила сделать вещи, которые были бы интересны людям с творческим складом ума, которые помогли бы раскрывать СВОЁ представление об эстетике.

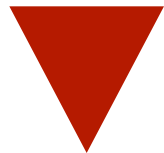


## - В чём принципиальное отличие коллекции "Головоломки" от простой трансформирующейся одежды?

Есть много способов сделать вещь трансформируемой: отстёгивающиеся детали, затягивающиеся кулиски, двусторонние вещи, наконец. Есть достаточно известные платья-трансформеры: Le Sac, Emami, Infinity, Piccaro Puck и другие. Но я же хотела сделать не просто одежду, а «тренажёр для мозгов». Создавая коллекцию, я отталкивалась не столько от человеческой анатомии, сколько от эстетики линий и пропорций. Короче, я сделала такие вещи с несколькими парами рукавов, и как именно нужно их надевать, я и сама не знала. Берёшь такую «мультивещь», в одни рукава засовываешь руки, а другие завязываешь как пояс. Смотришь в зеркало. Запоминаешь. Снимаешь, переворачиваешь вверх ногами, опять надеваешь. И так, пока не надоест...

## - В своих резюме об этой коллекции, ты ссылаешься на теории струн и физические законы. Как ты связываешь точные науки с творческим процессом создания одежды?

В начале пятого курса я в интернете стала читать статьи по математике, физике и топологии. Начиналось всё простенько – с фракталов. Потом пошли комплексные числа, невозможные фигуры, многомерные объекты. Так постепенно я и вышла на теорию струн. Примерный смысл теории такой: в современной теоретической физике есть два глобальных раздела: релятивистская физика и квантовая механика. По отдельности они хороши, но вместе не уживаются (например, для расчёта энергии чёрной дыры нужно использовать постулаты обоих разделов и результаты расчётов получаются неадекватные). Но если предположить, что элементарные частицы имеют не точечную природу, а представляют собой одномерные "струны", способные колебаться в 9 измерениях, то это многое объясняет. Собственно, влияние Теории струн на мою коллекцию таково; что, разбираясь в этой теории, я нашла мозги и развила нехилое пространственное мышление. И ещё прониклась эстетикой точных наук. А в дипломе я написала что-то вроде: "ТС стремится объединить два противоречащих друг другу раздела, используя дополнительные измерения; я же пытаюсь объединить массовое с уникальным, понизив размерность таким





образом, что объём становится дополнительным измерением и даёт возможность трансформаций". Ну, это довольно эффектно звучит...

**- В «Головоломках» отсутствуют яркие цвета, преобладают неброские спокойные тона. Такова художественная задумка?**

Смысл ведь в том, чтобы человек "вытаскивал" из этих вещей что-то своё. Цветовую гамму я подбирала так, чтобы она гарантированно НИКОГО НЕ ИЗУРОДОВАЛА. И чтобы её тоже можно было трактовать по-своему. Чтобы можно было сочетать эту одежду и с совершенно разными по цвету аксессуарами, и вводить яркие цвета. Все эти серые и бежевые оттенки классно смотрятся с простыми спектральными цветами – получается и ярко, и благородно. Без кича.

**- С какими трудностями ты столкнулась в процессе создания коллекции?**

В процессе создания я только удовольствие получала. С трудностями столкнулась потом, когда возник вопрос: ну и как это на подиуме показывать? Когда я повезла "Головоломки" в Киев, на предварительный отбор одного известного конкурса, на мои вещи посмотрели и сказали: "Ерунда!". Но меня ничуть это не расстроило... Мне даже лень стало объяснять, в чём вся соль, и зачем я всё это сюда привезла. Я же знала, что я хочу создать и у меня это получилось. И если не всем это идея нравится – пусть... Всем всё равно не угодишь...

**- Коллекцию «Головоломки» ты представляла на нескольких конкурсах, в разных странах. Какие показы тебе запомнились больше всего?**

Два запомнились. "Кубок Хумэнь" в Китае запомнился. Странно было бы, если бы не запомнился, ведь мне дали там первое место... И ещё 15 мая в Донецке был праздничный концерт, и я показывала свою коллекцию на балеринах. Получилось безумно красиво. И я поняла, что для моделей главное не рост и вес, а внутренняя наполненность. Как и для всех остальных, наверное...

**- Стала ли сюрпризом твоя победа в Хумэне? Ведь в Китае, традиционно побеждали местные модельеры...**

Да, я абсолютно не ожидала... Я, если честно, вообще не думала, дадут мне призовое место или не дадут. Я даже не знала, что там за призы! Вообще, не до этого было. Я когда узнала, что меня взяли в финал, прыгала от счастья – не потому, что попаду на элитный конкурс, а потому, что наконец-то слетаю в Китай! Я же на восточной культуре повёрнута! Ну, а с другой стороны, повторяюсь, коллекцию я делала для людей, а не для побед на конкурсах. Когда ко мне на репетиции подошла филиппинка и сказала, что ей очень нравится и она бы с удовольствием это всё носила – вот это было очень приятно. Для меня пределом желаний было не приз получить, а найти единомышленников. А когда оказалось, что мне дали гран-при, я была немного в ступоре. Стою на подиуме, мне статуэтку вручают, речь говорят, а я делаю "улыбаемся и машем". Соображаю, что вот справа фотографии и слева фотографии; и нужно им всем улыбаться. Делаю всё это, а эмоций никаких... А ещё, мне очень понравилась организация конкурса. Было много таких моментов, которые кажутся очевидными, но отсутствуют на наших конкурсах. Например, то, что коллекции на бэкстейдже (за

кулисами подиума) были развешаны не в порядке выходов, а в "порядке переодевания". На конкурсах обычно работает пять-шесть групп моделей, и каждая группа показывает по несколько коллекций, например, вторую, седьмую, двенадцатую... Так вот, на конкурсе "Кубок Хумэнь" вторая, седьмая и двенадцатая коллекции висят рядом, чтобы моделям не нужно было нестись в одних трусах в другой конец закулисья. Ещё, например, в качестве ассистентов-волонтёров были приглашены старшеклассники языковой школы. Каждому дизайнеру выдали по школьнику, который мог помочь переодеть моделей, сходить в магазин за водичкой и т.д. И дизайнеру хорошо, и школьнику языковая практика. Почему, почему у нас такого не бывает? Ну, и сам Китай, конечно, впечатлил. Там очень красивые люди. И очень хорошо выглядят пожилые мужчины и женщины...

**- Планируешь ли ты внедрять свою одежду в массовое производство?**

Ещё как! Кстати, уже и занимаюсь этим. Я же её для этого и делала. Это не арт-коллекция, это изначально коллекция для производства. Для людей. Вещи высокого качества и весьма низкой себестоимости.

Станислав  
ТАБУНОВ



Компания Groupon Russia (русский филиал американской компании «Groupon») – предоставляет покупателям в сети большие скидки, при условии, что акцией заинтересуются определенное количество участников.

О том, что купоны – это больше чем скидки и чем они интересны бизнес-компаниям, рассказал Иван ВЛАДИМИРОВ, коммерческий директор Groupon.

**- Вы пришли на российский рынок в 2010 году с новой бизнес-моделью, которой до этого здесь не существовало. По сути, вы создали этот рынок в России. Как вы объясняли компаниям-партнерам, что ваша система реально работает?**

Мы до сих пор объясняем. Приходится многим партнерам доказывать, что мы действительно можем быть им полезными и можем привести большие аудитории. Положение усложняется тем, что если кто-то из наших клонов (аналогичных компаний) некачественно проводит свои акции, или выбирает не ту аудиторию, то это транслируется на весь рынок. И на нас в том числе.

**- Например?**

Например, есть покупатели купонов, которые покупают товар только во время акций. Такие покупатели нам не интересны. Мы стараемся быть полезными для компаний-партнеров и стараемся привлекать для них постоянных клиентов, которые будут пользоваться услугами и после акции. Скидки – это не главное. Главное – новые впечатления и возможности. Мы можем вывести на рынок какое-то интересное предложение или раскрутить непопулярную услугу. Я, например, считаю, что мы раскачали сегмент подмосковного отдыха. Это такие отели, которые привыкли работать только с корпоративными клиентами. За 9–12 тысяч можно спокойно в Турцию или Египет слетать – и это цены подмосковного отдыха без скидок. Бывало так, что ты приезжаешь, а отель вообще пустой. Спрашиваешь «Как дела у вас?» – «Нормально». «Как нормально? У вас же пусто!» – «Да, у всех пусто». И они действительно считали, что это нормально. Но мы привели к ним людей, выстроив программу лояльности.

**- Вы бы посоветовали стартапам через вас выходить на рынок?**

Стартапу или совсем новому продукту сложнее попасть в акцию. Но успешные примеры есть. Например, LinguaLeo (интернет-сервис для изучения английского языка) – через нас и другие сайты накапливает себе базу. Но если у вас есть, как вам кажется, суперклассный продукт, который вы хотите протестировать, или бизнес, который вы хотите прокачать, то приходите на любой купонный сайт. Если ваше предложение не купят даже с 50-ти процентной скидкой, то у вас его вообще вряд ли купят. Это эффективное маркетинговое исследование. Если ваш продукт никому не нужен, значит вам нужно либо его доработать, либо ваше время еще не пришло.

**- Какие вообще особенности продаж внутри страны?**

Санкт-Петербург очень долго наблюдал за нашей деятельностью, но ничего не покупал, а потом был какой-то адский взрыв покупок. Видимо, самая привередливая аудитория оказывается в итоге самой преданной. Нужно только ее покорить.

В Омске продаются суши примерно в таких же объемах, как в Москве, хотя город намного меньше.

А в Челябинске почему-то совсем не продается боулинг. Он у них и так дешевый, без акций. Я не знаю, как это объяснить, но есть такая специфика.

## НАУЧИТЬСЯ ПРОДАВАТЬ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



**- Вы работаете в 70 городах, где самая лучшая покупательская способность?**

По объемам продаж понятно, что Москва, Питер, затем идет Киев, Екатеринбург, Новосибирск, Нижний Новгород и другие областные центры. Но если говорим о покупательской способности, не связанной с количеством проживающих, региональные подписчики достаточно активны. Истории о том, что там нет интернета и люди не умеют им пользоваться в прошлом.

**- Есть что-то, что однозначно не продается?**

Рынок компьютерных услуг не очень активно идет. Но было так, что мы что-то запускали – не продавалось, а через год неожиданно стало отлично идти. Видимо, аудитории нужно время приглядеться, пощупать, созреть ... но все-таки лучше идут товары, ориентированные на широкую аудиторию – все девушки делают маникюр и прически, все хотят кушать и ходят в рестораны.

**- А может быть ваши акции успешны потому, что первоначальные цены на услуги завышены, а со скидкой – разумные?**

Прежде, чем поставить акцию на сайт, отдел качества повторно проверяет информацию о партнере, и ценообразование. Акции с раздутыми ценами и мнимыми скидками мы не ставим. Мы надолго на рынке, и в отличие от клонов, придерживаемся принципа честности предложения.

**- Для многих компаний единственный способ продаж – это купоны?**

Для того, чтобы люди приходили и оставались, надо делать очень качественные услуги и сервис. Выстраивать программу лояльности. Выбирать правильного партнера. Есть купонные сайты, аудитория которых покупает много и дешево – это, в основном, молодежь, они хотят сэкономить. А мы выбираем аудиторию максимально платежеспособную, чтобы они могли приобретать много.

**- И кто ваша аудитория?**

В основном это люди старше 20. Порядка 70% покупателей – женщины. Женщина – королева покупок. Она что-то приобретает и делится находкой с подружками – акции быстро распространяются. Мужчины реже покупают, но зато у них дороже покупки.

**- Сами пользуетесь услугами Groupon?**

Да, и без каких-либо привилегий. Как обычный покупатель. Заодно тестирую, как клиенты работают. Женился вот в ноябре, а уже в декабре мы с женой ездили в Чехию по акции... Женился, кстати, не по акции...

Скидки – это не главное. Главное – новые впечатления и возможности.

**GROUPON**  
Collective Buying Power



# НЕПОТОПЛЯЕМЫЙ!

13

ИСТОРИЯ



**100 лет назад, в ночь с 14 на 15 апреля 1912 года, огромный лайнер, который олицетворял всю мощь и роскошь начала XX века, затонул в водах Атлантического океана...**

**Впрочем, перед тем, как отправить "Титаник" в последний рейс, его владельцы в один голос заявляли: "Сам Господь Бог не сможет потопить этот корабль!".**

Но Господь смог... Ему даже не пришлось ради этого сильно потрудиться. Безлунная ночь, невнимательность матросов, слишком высокая скорость парохода, удар «черного айсберга» – вот, собственно, и все, что понадобилось. За 10 секунд айсберг протаранил 100 метров лайнера. Не помогла и лучшая сталь того времени, из которой был сделан корпус парохода (кстати, она содержала высокий процент серы и не выдерживала низких температур). Вместе с Титаником погибли не только 1504 человека... Лайнер, высотой с одиннадцатизэтажный дом, и длиной 270 метров, – был самым большим судном начала XX века. На его борту было 28 апартаментов первого класса, в которых разместились сказочно богатые люди. В некоторых из этих комнат имелись камины, отопливаемые углем. Присутствовал театр, парикмахерские, плавательный бассейн. Также на борту был отличный зал для занятия гимнастикой, несколько турецких бань, зал для игры в сквош, фортепьяно в общей комнате (авангардное решение по тем временам), также имелся шикарный обеденный зал на 500 мест, 4 электрических лифта с лифтерами, а музыкальный ансамбль на «Титанике» считался лучшим коллективом

среди оркестров, работавших на крупных пассажирских судах в Северной Атлантике.

На Титанике было 8 стальных палуб, расположенных друг над другом на расстоянии 2,5–3,2 метра, которые освещались 10 000 тысячами лампочек. Существовала и, новая для того времени, противопожарная система – пожар обнаруживался на главном посту, затем посредством телефонного звонка информация направлялась дежурному пожарному по палубе или этажу, который устранял причину задымления или возгорания. Корпус «Титаника» имел двойное дно, которое было разделено на 16 водонепроницаемых отсеков пятнадцатью водонепроницаемыми переборками – расчет проектировщиков был сделан на то, чтобы выдержать затопление двух переборок, но никак не больше...

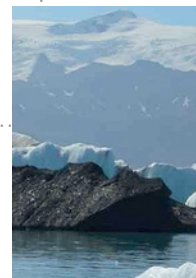
И вот теперь великолепный корабль находится на глубине 3750 метров, весь покрытый илом и ржавчиной. Эта катастрофа резко изменила сознание людей. С того самого момента, как лайнер ушел под воду, никто и никогда уже не говорил об абсолютной безопасности, и люди в одночасье поняли – нет ничего совершенного и «непотопляемого».

Именно так распахнул свои двери XX век, который показал человечеству, что все, кажущееся могущественным и роскошным, может за десять секунд оказаться ничтожным и жалким...

«Пароходы теперь могут делать более крупными и быстроходными, – сказал Чарльз Бэрджесс, пекарь на «Титанике» – но уже не будет той любви и того старания, которые были вложены в постройку "Титаника". Это был красивый, удивительный корабль...»

**“черный айсберг”**

айсберг, перевернувшийся в воде и показавший свою подводную, испачканную грунтом и вулканической пылью, часть

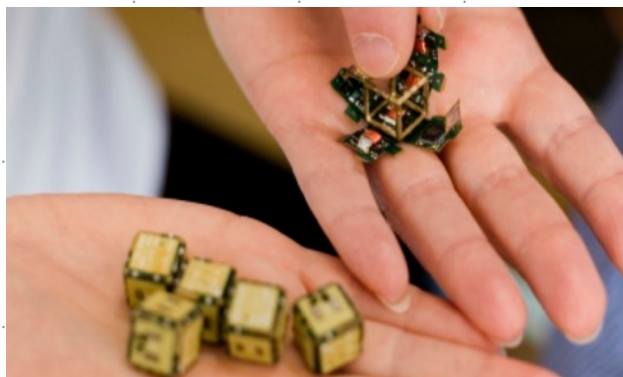


Дарья  
АНПИЛОВА



# ПРИЗРАК БРОДИТ ПО ПЛАНЕТЕ. ПРИЗРАК ИСКУССТВЕННОГО РАЗУМА

## САМОСОБИРАЮЩИЙСЯ РОБОТ



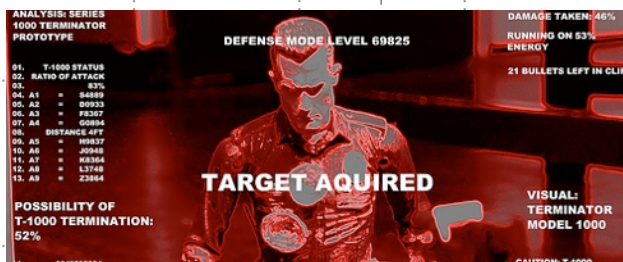
В Массачусетском Технологическом Университете (MIT) разработан прототип самособирающегося робота – метаморфа, способного имитировать заданную форму и функцию. Единицей формообразования выступают роботы-кубики (сторона = 1 см), содержащие микропроцессор (32 килобайта программы и 2 килобайта оперативной памяти).

В процессе воссоздания заданной формы боты анализируют форму, устанавливают и разрывают между собой связи, пока не соберутся в необходимую конфигурацию. Связи между ботами создают электропостоянные магниты, где «магнитность» возникает не от течения электрического тока, а включается/выключается просто от электросигнала.

Таким образом, чтобы создать нужный объект, достаточно будет иметь коробку с «куботами», готовыми сложиться во что угодно, а потом снова рассыпаться в исходное состояние.

Ученые стремятся уменьшить размер «куботов» до 1 мм – тогда объекты будут более детальными и реалистичными. Самое интересное, что ученых вдохновил на это исследование сам Микеланджело, который, как известно, «брал кусок мрамора и отсекал все лишнее». В данном случае речь идет скорее о песке...

## САМООРИЕНТИРУЮЩИЙ РОБОТ



Новая система ориентирования в пространстве разработана в США для разных видов робототехники. Принципиально отличие от старых систем – система лазерной трехмерной радиолокации (LIDAR), которая позволяет распознавать объекты и определять расстояния до них в реальном времени. LIDAR обновляет данные каждые 0,2 секунды, что делает эту систему ориентирования сопоставимой с человеческой. Таким образом, машине больше не понадобятся заранее загруженные карты местности, GPS-привязка и оператор. Столь высокий уровень самостоятельности будет

реализован в США в военной воздушной и наземной беспилотной технике в 2013 год.

## ЦЕЛЕПОЛАГАЮЩИЙ РОБОТ



Испанские ученые сообщают об успехах в области разработки алгоритмов принятия решений для искусственного интеллекта. Сегодня при невозможности выполнить программу робот должен быть перепрограммирован. Так, подводные роботы, которые мониторят утечки глубоководных нефтяных скважин, должны быть возвращены на сушу, а марсоходы Spirit и Opportunity получают пакеты обновлений из НАСА по радио. Такие операции требуют много времени и средств. Алгоритмы испанских ученых позволят оптимизировать выполнение роботами задач, научат их выставлять приоритеты, выбирать цель и учитывать время и ресурсы, необходимые для их достижения. Новые алгоритмы найдут применение в оптимизации логистики, в разработке индивидуальных туристических программ, и в военно-космической сфере.

## 15 АПРЕЛЯ. СИНГУЛЯРНОСТЬ...

«...я давно слежу за роботами – не то чтобы очень пристально, но они меня как-то волнуют. Тревожит возможность того будущего, которое описано гениальными прогнозистами Бредбери, Азимовым, Стругацкими, Лемом, Курцвайлем, Винджем... Гнетет меня предчувствие сингулярности – того скачка в развитии искусственного интеллекта, когда машины начнут осознавать себя и совершенствоваться независимо от человека. И тут – такое вот созвездие новостей. Потихоньку, в разных местах и без всякого общего плана ученые находят, придумывают и открывают. И каждый день кропотливым трудом приближают сингулярность. Читала «Непобедимого» и «Фиаско» Станислава Лема: мне было ясно, что распределенное самособирающееся оружие и всякие механизмы – это будущее...»

«...связывала это с нанотехнологиями – но успехи их скромны, поэтому все это мне представлялось делом далеким. Но недавно я читала об антенне в виде аэрозоли: распыляешь на крышу дома – вот тебе и отличный прием. Теперь вот куботы. Да еще и с системой принятия решения и независимой ориентацией...»

«...только кажется, что все это происходит без общего плана? Может быть это и есть план, и однажды все эти отдельные и независимые друг от друга технологии соберутся в технопакет и объяснят нам на доступном уровне, что все так и было задумано...»



## КАК ЗЕРКАЛО РУССКОЙ ДЕМОКРАТИИ

Если русский человек случайно обнаружит, что он не так изящен, как француз, не настолько привержен порядку, как немец, менее аккуратен и щателен, чем японец, не чтит традиции так же ревностно, как англичанин, не так красив и эмоционален, как итальянец, то обязательно впадет в тоску и самобичевание. Но вот вам мнение известного британского телеведущего Джереми КЛАРКСОНА ("Top Gear"), который недавно побывал в России. Мне кажется, он старался быть объективным и во многом у него это получилось. (Статья публикуется с небольшими сокращениями).

"В наше время на белом свете можно повстречать немало русских, причем дела у них идут крайне хорошо. У них всегда огромные часы, большие машины и джинсы с вышивкой. У многих есть еще и футбольные клубы.

Поэтому логично было бы — будь у вас авиакомпания — попытаться впечатлить этих новоиспеченных богачей, выделив под московский рейс самый расползливый, новехонький и сверкающий лайнер. Как ни странно, Британские Авиалинии решили пойти от обратного. По собственному опыту могу судить, что БА выводят свои лучшие самолеты на трансатлантические маршруты, а потом — когда болты и гайки начинают поскрипывать — судно увольняют со службы в аэропорту JFK и используют для доставки туристов на Карибские острова. Когда они становятся слишком дряхлыми даже для этого, то начинают летать в Уганду, после чего — так я думал — их пускают на металлолом или продают в Анголу. Но нет.

Похоже, их отдают пожарным, которые проводят на них тренировки по эвакуации пассажиров. И лишь после этого воздушные суда отправляются на московский рейс.

Недавно я летел Британскими Авиалиниями в Россию, и чтобы вы представили, насколько старым был самолет, скажу лишь, что бортовая видеосистема проигрывала VHS-кассеты. Не улучшало качество и то, что экран был меньше 2 дюймов по диагонали. А висел он на перегородке в нескольких метрах от меня. К тому же, он был сломан. Как и сиденье в туалете.

Я собирался написать письмо президенту БА и объяснить ему, что он все на свете перепутал. Использовать лучшие судна для конкуренции с американскими авиалиниями — на которых нет ничего, кроме жирных хамоватых дамочек и дерьмовой кормежки — это как выводить первый состав Челси на игру против Донкастер Роверс.

Я собирался обратить его внимание — ведь понятно, что он этого просто не знает — на то, что Берлинской Стены уже нет, и что русские больше не выставляют по шесть лет в очереди за свеклой, и что их не

расстреливают, если они скажут после этого, что она слегка шероховата.

Я также собирался пригласить его взглянуть на ГУМ — универсам на Красной площади. Были времена, когда люди ехали сюда за тысячами километров лишь потому, что пришел завоз карандашей. Теперь же на его фоне торговые центры Westfield в Лондоне смахивают на эфиопские лавчонки. Самые маленькие наручные часы здесь больше телевизора, который мне так и не удалось посмотреть во время полета, а нижнее белье стоит дороже билета на рейс.

И дело не только в материальных ценностях. В России люди вольны говорить совершенно обо всем, что приходит им на ум. Попробуй рассуждать как русский в Британии — и тебя закидают камнями за расизм и оклеимат изувером. Хотите предложить, чтобы совершеннолетие наступало в 12? Да ради бога. Тебя не назовут педофилом — а с интересом выслушают, почему ты так считаешь. Они 70 лет не могли ничего обсуждать. Теперь они хотят обсуждать все. Мне это показалось чрезвычайно свободонравным.

И еще кое-что: В Британии, если Сэр Филипп Грин и Лорд Сэр Шугар проведут вечер в ресторане Wolseley в центре Лондона, обжимаясь с дюжиной длинноногих проституток, все закончится скандалом. В России же подобное считается в порядке вещей.

Один друг прислал сообщение, когда я был там: «Будь начеку. Москва вредна для души». Он ошибается. Душе она не навредит, чего не скажешь о браке, банковском счете и мужском хозяйстве.

В Москве кипит жизнь. Обязательно стоит отведать костный мозг в «Кафе Пушкин» и провести пару минут на обочине дороги, пытаясь разглядеть хоть одну машину дешевле €50,000 в пересчете на британскую валюту. Затем обратить внимание на тротуар и попытаться отыскать хоть одну девушку, которая была бы толстой или ниже 1,80 м ростом, или не носила бы прекрасного фасона джинсы. Понятия не имею, о чем грезит Хью Хэфнер в своих мокрых снах. Но готов поспорить, что ему снится нечто подобное. Я побывал в Кремле и обнаружил, что его полностью отреставрировали и восстановили. Но не так, чтобы он напоминал о том, как мог выглядеть в прошлом, — а так, чтобы у иностранных дипломатов подкашивались ноги от его величия. Каждая комната — словно фантазия помешанной на золоте четырехлетней принцессы.

А затем — когда я только было решил, что Россия похожа на плод любви Монте Карло и Кувейта — кто-то наклонился ко мне и шепнул, что "Лада" до сих пор не снята с производства. И вы уж простите, но это все равно как услышать, что король Саудовской Аравии сам занимается стиркой, используя тазик и стиральную доску.

Так почему же "Лада" до сих пор не снята с производства? Почему люди в России до сих пор ее покупают? Может, причина в том, что за пределами отбеленной и позолоченной московской улыбки остальная страна — мягко говоря — слегка бедновата? Другими словами, возможно президент БА знает то, чего я не понимал: у тех россиян, которые могут себе позволить летать, есть личные самолеты.

А те, которые не могут, — сидят в глуши, варят брюкву и не теряют надежды, что в один прекрасный день смогут позволить себе купить машину, которая устарела на 45 лет, даже не успев покинуть стены чертового автосалона..."



На фото:  
Джереми  
Кларксон

# ВАШ СВЕРХПРОВОДНИК В МИРЕ ИННОВАЦИЙ



■ КОНСУЛЬТАЦИИ, ЛЕКЦИИ И  
СЕМИНАРЫ ПО  
ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ  
И СТРАТЕГИИ

■ РАСЧЕТ И ПЛАНИРОВАНИЕ  
ИННОВАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ  
“ПОД КЛЮЧ”

■ ПОСТАНОВКА РАБОТЫ И  
ОТЧЕТНОСТЬ ПО  
ИННОВАЦИОННОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

■ АУДИТ И КАРТОГРАФИРОВАНИЕ  
ИННОВАЦИОННОЙ И НАУЧНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И РЕСУРСОВ

■ ПОПУЛЯРНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ  
НАУЧНЫХ И ИННОВАЦИОННЫХ  
РАЗРАБОТОК ДЛЯ ИНВЕСТИТОРОВ

■ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ  
АПГРЕЙД ПЕРСОНАЛА

■ БОЛЬШОЙ ОПЫТ РЕШЕНИЯ  
ЗАДАЧ В РАЗНЫХ РЕГИОНАХ  
РОССИИ

■ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ  
ПОДХОД

■ СЛАЖЕННЫЙ  
КОЛЛЕКТИВ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ

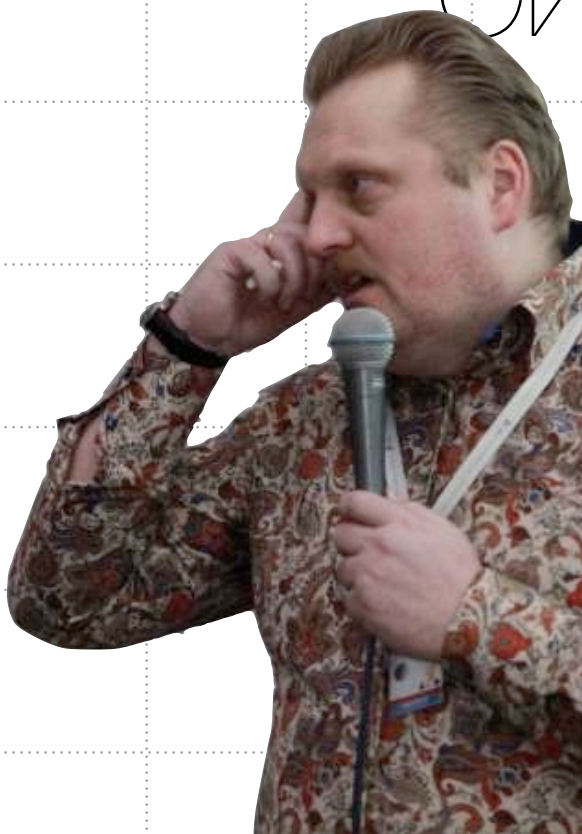
С НАМИ

**ВСЕ И ВСЕГДА**  
ПОЛУЧАЕТСЯ!

info@semansys.ru

+7 (903) 611 70 80

ИНСТИТУТ  
**СЕМАНТИКИ**  
СИСТЕМ



**РЕКЛАМА**



8000

5000

ВНЕШНЯЯ ПОЛОСА

x2

3000

1000

# Инновации - это “пойди туда не знаю куда, принеси то, не знаю что”

Сергей ХАПРОВ