



— *Артемий, как Вам удалось не только создать бренд, о котором знают в России и далеко за ее пределами, но и запустить целую индустрию, кто Вам помог? И как там, на вершине успеха?*

— Спасибо за лестные отзывы. К успеху я отношусь немножко отстраненно. Говорить о собственной успешности практически невозможно, потому что непонятно, как это оценивать, почему это должно быть каким-то обсуждаемым достижением. Оно просто само случилось. То, что не сделано, гораздо интереснее. Я считаю, что похвала — это вещь бессмысленная, смысл имеет только критика. А ставить себе по дороге памятники или какие-то верстовые столбы, отмечающие важные достижения пройденной жизни — это никому не нужно. Есть люди, которым, безусловно, очень нравится самих себя хвалить или как-то преувеличивать свои собственные достоинства, я к ним не отношусь. Я равнодушен к любым достижениям, к призам, наградам, участию в ассоциациях, в каких-нибудь союзах. Потому что я знаю, что это стоит ровно ноль. Единственное, что имеет в жизни ценность, это люди с которыми в жизни удается поработать. Мне в этом смысле повезло. Я еще был студентом, но уже запредельно наглым и считал, что работать со мной должны те, кого я бы выбрал в качестве партнеров и коллег. Я к ним обращался, и они становились моими партнерами и коллегами, как я сегодня оглядываюсь назад, абсолютно по необъяснимым причинам. И вот оно росло, и в какой-то момент выяснилось, что наша компания — самая большая дизайнерская компания в этой стране.

Дизайнер — это не художник. Две разные профессии. Нельзя их путать. Очень часто к дизайнеру приходят как к некому тайному хранителю эталонов красоты или особенно высокого вкуса. А он в них не разбирается. Это одна из причин множества конфликтов между заказчиками и исполнителями. Вот почему среди дизайнеров распространено мнение, что заказчик — идиот, такое быдло, которое, хрюкая у корыта, будет просить что-нибудь этакое сделать. А дизайнер, такое возвышенное существо, не готов разговаривать с этой свиньей, хотя он из-за денег вынужден к ней возвращаться.

В мире нет ни одного известного веб-дизайнера вообще. Потому что это такая область, которая не считается хоть каким-то достижением вообще. У нас получилось сделать наоборот. Мы это начали, куча народа присоединилась. То, что мы стали сайты подписывать, этого тоже нет нигде в мире. Заказчик может сказать «Чего это? тут мой сайт, а тут твой логотип». Но ему можно объяснить, что на любом автомобиле логотипов шесть. И на колесах, и спереди — сзади. И еще один в салоне на руле. И что никто не рассуждает на эту тему. Молча берут машину. На ней ездят, и логотипы эти не отковыряют. И иногда даже просят, чтобы поярче было.

— *А если клиент говорит: «У нас крупная компания, и никакого логотипа Вашего нам не надо». Вы отказываетесь?*

— Да, я отказываюсь, без каких-либо условий. По крайней мере, если это сайт, чей дизайн мы сделали сами. Это не обсуждается. Например, всю жизнь мы делаем Яндекс, с первого дня. И решили как-то поработать с Рамблером. Все сделали, нарисовали, и вот день открытия. Смотрят, а там внизу наш логотип стоит. Говорят: «Это надо убрать». А у нас это обязательный пункт в договоре. И в результате ничего не случилось. У нас остались деньги. А сайт так никогда и не был открыт. На



АРТЕМИЙ ЛЕБЕДЕВ:

«ЦЕНЫ БЕРЕМ С ПОТОЛКА»

Рамблере тоже оказались принципиальные люди. Но они заплатили за свою принципиальность. А мы заработали на своей.

— *Как важно внимательно читать договор! Да?*

— Да, нужно правильно его составлять. Очень часто без подписанного договора отношения не складываются. Это правда жизни. Два или три раза нам остались должны деньги — это произошло в результате доверия. Поэтому доверие сегодня неважно. Всегда должна быть подписана бумага. И всегда надо быть готовым к тому, чтобы отстаивать свои права.

Так вот, почему я решил, что хочу быть дизайнером? Исключительно от безделья мне пришла мысль в голову, что особо чем-то таким я в жизни заниматься не хочу. А хочу тем, что меня не будет напрягать. И дизайн оказался вещью, которая меня совершенно не напрягала. Я сел и придумал себе мифическое портфолио. Придумал компании (МПО "Контакт", Ресторан "Два дельфина", логотипы, названия. Напечатал такую пачку большую, все это красиво оформил. Люди смотрели мое портфолио и думали, что разные организации доверили разработку своего стиля молодому дизайнеру. И мне давали следующий заказ, который я вставлял в папку, а какой-нибудь самый слабый из мифических выкидывал оттуда. И эта папка постепенно превратилась в самое большое портфолио в этой стране среди дизайн-компаний. Этот прием не то чтобы не легитимный, но он не является подлогом, потому что это и есть дизайн. Потому что если оно сработало, человеку все равно, существует какая-то компания или нет. Никто же не звонит по этим телефонам, не проверяет.

Я придумал для начала стиральную машину. У нее был необычный дизайн: стекло уезжало, как у автомобиля, вовнутрь, а не открывалось, как двери, наружу. Машина была страшная, как смерть. И я ничего не понимал в этой области, но очень хотел ввязаться в драку и посмотреть, что будет. Так как я не производитель стиральных машин, то концепт этот повесил, а для того чтобы он привлек интерес, написал, что он стоит \$3 тыс. А было это в 2002 году. У людей возник интерес. Они стали думать: обнаглел я или нет? Что делать с этой машиной? Т.е. есть какой-то повод поговорить. Один магазин взял и выставил эту машину на продажу, проверить, как люди будут к этому относиться. Тем, кто ее заказывал, звонили и говорили, что пока ее нет, можно выбрать что-нибудь другое. И через полгода мы уже получили настоящий заказ. Это был заказ от компании "Самсунг" на дизайн микроволновой печи, который мы успешно сделали, и у нас уже через год в портфолио была настоящая работа для настоящего международного производителя, с реальным результатом. Она сейчас продается в любом магазине (модель с сердечком на панели).

На сегодняшний день Артемий Лебедев — один из процветающих бизнесменов русской Сети, общепризнанный основоположник веб-дизайна, имеющий одинаково много поклонников и недоброжелателей и одинаково ровно относящийся к тем и другим, поскольку от собственного успеха у этого человека крыша не едет, что бы там ни говорили. Его отношение к успеху, карьере, деньгам, рекламе и маркетингу весьма неоднозначное и даже шокирующее. Лебедев не стесняется в выражениях, чем приводит в восторг любителей острого словца и ценителей независимых суждений. Так или иначе интерес к этой персоне очевиден. И мы предлагаем вам в этом убедиться.

Ну, а дальше пошло-поехало. «Самсунг» пришел, тот пришел, другой пришел. Мы больше рассчитывали на заказчиков из России, но там оказался полный тупняк. Там сидят такие люди, которые пять лет проживут и все, уйдут в могилу, и полный анабиоз уже при жизни наступил, им ничего не нужно.

В какой-то момент я решил, что в этой стране тяжело людям доказывать, что если вы какой-то вещи внешний вид придали, то она всем сразу начинает нравиться, улучшаются продажи. Потому что люди реально не готовы ничем новым заниматься. Вот посмотрите, все телепередачи, которые придуманы у нас — это «Что, где, когда?» и КВН. Все остальные форматы куплены. И это абсолютно позор. Полная несамостоятельность. Абсолютная вторичность. Во всем. Импотенция такая.

А у нас ровно наоборот. Все наши идеи, все форматы не имеют аналогов в мире. Например, у нас есть такой формат, который называется бизнес-линч. Дизайнеры присылают свою картинку, а наш дизайнер ее рецензирует, и это все публикуется, с подписями. Такого нет на Западе вообще, и это на Западе вызывает повышенный интерес. Мы единственные русские дизайнеры, которых знают. Потому что все остальные дизайнеры перерабатывают вторсырье. Считают, что вот там где-то кто-то огрызок успеха оставил. И случайно попадет этот объедок. А он не попадает, потому что он давно истлел, если даже его случайно и выкинули. Поэтому нужно делать всегда все свое.

Вот я решил опубликовать идею, которую я придумал давно, еще в школе. Это клавиатура, в которой маленькие экранчики показывают, что будет происходить. И дальше произошло то, чего я не ожидал. Приходили тысячи писем в день. И люди говорили: «Хотим вот прямо сейчас. Это мечта всей нашей жизни. Это гениально». Естественно, все эти люди были не из России. Потому что в России, если на Западе нет аналога, то этот человек закрывается. Просто ты предан анафеме.

Когда я вешал эту картинку, она была красивая, как настоящая, у меня не было мысли заниматься производством клавиатур, тем более такого сложного устройства. Но количество писем... Вот почему я абсолютно не верю в маркетинг, вообще во все бизнес-процессы и во всю корпоративную хрень, потому что я знаю, как это на самом деле работает. Если кому-то что-то интересно, он тебя сам найдет, душу из тебя вытрясет, чтобы ты ему это сделал. Поэтому когда я получил пятисотое письмо от мегадистрибьютора в своей стране, который сказал, что готов это покупать за любые деньги, только продайте ему эту клавиатуру, я решил это сделать.

Естественно, в этой стране ничего нельзя производить вообще. Это может показаться смешным, но растаможенные и привезенные из Китая матрешки в Москве уже дешевле стоят, чем матрешки, заказанные во Владимире. С бумагой тоже самое: