

Максим Бехар:

# „След „поколението F“ идва „поколението G“

**М**аксим Бехар е световно известен PR експерт, основател и изпълнителен директор на M3 Communications Group, председател на Борда на Световния комуникационен форум в Давос, Швейцария, член на управителните съвети на Българската асоциация на PR агентите и на Българския форум на бизнес лидерите, почетен консул на Република Сейшели в България.

Конкретният повод да се срещнем с него беше издаването на книгата му „Поколенията F“ и наскоро отминалият му 58-и рожден ден. Срещата ни с PR експерта бе в офиса на компанията му. Влизайки в стаята, той започна с разказ за последната му среща с в. „Анонс“: „Има моменти, когато човек съвсем човешки огладнява и му се иска да се върне към нещо от детството. Така на мен ми се прииска да изям една баничка със сирене. Влязох в столична баничарница и единственото нещо, което имаше там освен баничките, разбира се, беше вашият вестник. Прочетох го целия и останах приятно изненадан, защото в него видях журналистика. Обикновено такъв тип безплатни издания се пълнят с копирани от мрежата статии или с материали на рекламодатели, които отдалече миришат на евтини промоции. Поздравления!“

**Благодаря ви за хубавите думи, г-н Бехар. Казаното от вас обаче провокира следния въпрос: ще намалят ли някога рекламите на тези, както казвате, евтини промоции?**

Промоции има в цял свят. В чужбина консуматорското общество живее от промоция до промоция. Нормални са и за един не чак толкова развит пазар като българския, който има много нисък стандарт и потреблението спада. Малкият и средният бизнес са в сериозна криза, което означава, че основната маса от купувачи не разполага с чак толкова средства. Това съвсем естествено определя потребителите да разчитат на промоциите. Аз мисля, че те са доста позитивна външна проява на търговията в България, защото създават нова конкурентна среда. Ако един продава стоката си на възможно най-ниска цена, и други ще го последват. Това, естествено, свива печалбите на веригите, но пък увеличава оборотите.

**Какво според вас е бъдещето на рекламата?**

Днес рекламата е разделена между интернет, телевизия и печат. Много скоро обаче голяма част от печатната реклама ще се изтегли в мрежата. Всекидневниците скоро ще си отидат. Мисля, че през 2022 г. ще излезе последният ежедневник. Седмичниците все още не са толкова сериозно застрашени, защото за тях има пазар и те имат своите читатели. Телевизията има още своето значение и влияние, но в близките 10 години тя ще заприлича на нещо средно между телевизия и социална медия. И тогава едва ли ще има познатите ни телевизионни приемници. Те по-скоро ще заприличат на един голям компютър, в който потребителите ще могат сами да избират какво да гледат, а рекламодатели ще могат да таргетират своя продукт.

**Как избрахте хората, които да вземат участие в списването на книгата ви „Поколенията F“?**

Двама души отказаха. Единият беше много зает – Теди Москов, който правеше „Ричард III“ в Народния театър, а другият беше Иво Сироманов, който ми написа, че има двама сина – единият на 14, другият на 16, и според него двамата са от различни поколения: „Не мога да ги разбера тия, така че не ме карай да пиша за поколенията въобще“. А с останалите целях да постигна голямо разнообразие от различни гледни точки, да не е само моята, а и на хора, които по принцип не пишат.

**Какво ви провокира да създадете „Поколенията F“?**

F е от Фейсбук – платформата, чрез която общуваме. Страхувам се са нещо изключително важно в днешния свят, защото колкото е по-прозрачен един човек, толкова повече се притеснява, страхува се да взема бързи решения. И много млади хора казват fuck off (майната ти). Върху тези думи и Фейсбук е изградена книгата ми.

**В нея казвате, че преди сме имали ново поколение на 7 години, но скоро ще е ново всяка година. Сега е „поколенията F“, какво ще е следващото?**

Най-вероятно ще е G от glasses (очила – англ.ез.). В



■ Максим Бехар обича да опшорява със семейството си на море



■ Кадр от бизнес срещата в Абу Даби



■ Максим Бехар с принц Чарз

очилата си не след дълго ще имаме нашите монитори или дисплеите на телефоните ни. Когато някой ни търси, ще виждаме кой е, когато искаме да покажем къде сме, ще натискаме копче и посредством камера от отсрещната страна ще ни виждат. Бъдещето е на видео споделянето в реално време. И това няма да е толкова далеч, защото вече има социални медии, които споделят видео в реално време.

**Къде остава тогава личното?**

Ако искаме да знаем къде сме – ще знаем, ако не искаме – няма. Въпрос на личен избор е дали да си в онлайн обществото или извън него. Хуба-

во със социалните медии, е свикнало на прозрачен начин на живот. И когато политици и бизнесмени правят нещо под масата, това поколение не е съгласно. Сега имаме поколение F, което казва, че всичко непрозрачно е кофти. Възпитанието към прозрачност е най-важният елемент на модерните хора, които искат същото от бизнеса, политиците, банките.

**Вие за или против сте свикването на Велико народно събрание?**

Да се свиква специален орган, който да прави промени в Конституцията, ми се струва изключително архаичен модел за управление на държава. В интерес на истината всеки закон остарява, но смятам, че промените в Конституцията не трябва да стават по този начин. Трябва да се даде възможност депутатите да правят промени според нуждите на избирателите. Нужно е да се мисли модерно, бързо, прагматично. На нас не ни трябва ляво или дясно правителство, а smart правителство, което може да взема полезни решения. Политиците трябва да бъдат функция на това, което се случва в интернет и което искат хората.

**Това означава ли, че някой ден можем да преинем от парламентарна република към друг модел на управление?**

Да, има големи залитания към президентска република каквито са Франция, Америка. Аз смятам, че е много рисковано един човек да има твърде голяма власт и да е безконтролен. Защо някой ден парламентите да не бъдат съставени от хората в социалните медии, които са достатъчно интелигентни и отворени, за да бъдат измерител на обществените настроения? Защо след време да няма система от електронни медии или помагала, които да отчитат мненията и желанията на хората и така да се превръщат в машина за гласуване? Това е много по-логично, отколкото да станем президентска република, не дай боже. Освен това този вид управление ще се случва пред очите на всички и всеки не само ще може да гледа, а ще може и да взема участие. Сега решенията взимат 240 души. Но някой ден може да стане друго.

Владимир Христовски  
Сн.: Архив