



— ЛЕО КОСТЫЛЕВ, президент МАПП —

... И ЧЕЛОМ БЬЁТ

Анна Леопольдовна, мать наследника российской короны середины XVIII века, которая даже успела какое-то мгновение сама побыть императрицей, свои парадные наряды получила в наследство от предыдущих правительниц. Наряды были дорогими и шикарными, и хотя Анна Леопольдовна их не любила, однако, носила с гордостью. С тех прошло не так уж много времени, с исторической точки зрения, но как сильно изменился мир. Ну кто, скажите, сегодня решился бы выйти в бабушкином платье, каким бы шикарным и дорогим оно ни было? В «Войне и мире» один из героев появляется на официальном приёме во времена Александра I в екатерининском мундире. И пусть с момента её смерти прошло не так много лет, но разве возможно представить себе, чтобы в современной России кто-либо в подобной ситуации явился в форме советского офицера? Конечно, и у бедных крестьян того времени могли быть, например, одни валенки на всю семью, так что зимой на улице ходили по очереди, но то была нужда... А у императриц и аристократии явно была возможность шить и приобретать себе любые туалеты, однако, самыми ценными и любимыми отчего-то были те, которые достались в наследство и носились поколениями. Даже свадебные платья было принято завещать и наследовать. Если бы эта традиция осталась до наших дней, то целая огромная отрасль сегодня просто не существовала бы. Что же заставляет нас менять предметы пользования со всё возрастающей скоростью? Практической необходимости постоянно обновлять свой гардероб не существует, так как большинство вещей не успевают

Я перестал любить начало года потому, что офисный почтовый ящик в это время завален новыми каталогами поставщиков и производителей. Толстые тома, в основном, пластмассовых и, в основном же, произведённых в Юго-Восточной Азии изделий, поражают воображение лишь беспокойством о том, какое количество ресурсов тратится на производство и транспортировку всего это барахла, и какие в дальнейшем потребуются усилия для утилизации и уничтожения всего этого.

дожить не только до изношенного состояния, но многие из них вообще никогда не ощущали тепла нашего тела. Какой великой и благородной цели служит наполнение шкафов и гардеробных всё новыми и новыми приобретениями? Промышленность ли через маркетинг и рекламу диктуют нам стиль поведения, а когда мы плохо понимаем, нас наказывают снижением качества продукции под красивой вывеской снижения цен. Люди

постарше наверняка помнят, что раньше стиральные машины и холодильники, телевизоры и радиоприёмники работали по двадцать-тридцать лет. Сегодня срок использования подобного оборудования — не более пяти лет. Расчёт на то, что за это время они нам надоедят, и мы захотим чего-нибудь новенького, а дополнительная гарантия такого нашего поведения для производителя — качество изделий, которые через пять лет в любом случае станут непригодными к использованию.

То же повторяется и в нашей отрасли. Я перестал любить начало года потому, что офисный почтовый ящик в это время завален новыми каталогами поставщиков и производителей. Толстые тома, в основном, пластмассовых и, в основном же, произведённых в Юго-Восточной Азии изделий, поражают воображение лишь беспокойством о том, какое количество ресурсов тратится на производство и транспортировку всего это барахла, и какие в дальнейшем потребуются усилия для утилизации и уничтожения всего этого. Потому что сроки их полезного использования уже не измеряются не только поколениями или даже годами, но месяцами, неделями, а часто и днями! А процентов тридцать всего этого мусора так никогда и не найдут своего окончательного хозяина, и будут до конца своего потребительского цикла нагружать ресурсы различных посреднических коммерческих организаций.

Недавно сопровождая своих друзей, я зашёл в сувенирный магазин в Хельсинки. Ассортимент товара небольшой лавочки поразил меня своим разнообра-

зием. Чего там только не было! Однако, при более детальном осмотре, я обнаружил, что сувениров, изготовленных непосредственно в Финляндии, там оказалось совсем немного. Были какие-то свитера ручной вязки, финские ножи «Marttini» (не путать лопарскую фамилию с почти одноимённым итальянским вермутом — Martini!), стеклянные птички известного финского творца Ойвы Тойкка (Oiva Toikka) да в уголке пара деревянных кухонных изделий из карельской берёзы. В уголке потому, что без должного объяснения или личного опыта, например, лапландскую деревянную чашку для кофе с мощной ручкой на два толстых пальца, которая называется «кукса» (kuksa), за 50 евро туристу не продать. Вот и пылится там залежалый товар, не отнимая парадного места у более популярных сувениров. Они же, эти остальные, ничем не отличались от изделий сувенирных лавок любой другой страны света. И главным объединяющим фактором всех их была страна производства — Китай. Поверьте, я не противник китайских товаров, как это может показаться читателю, со мной мало знакомому, и даже напротив думаю, что без усердия китайских производителей современный мир не просуществовал бы и двух недель. Я также не отождествляю слова «китайский» с плохим качеством. Так думают лишь те, кто мало сталкивается с китайским производством. Однако, это совсем не значит, что китайские товары уместны в каждом месте. И сувенирная продукция, рассчитанная на внимание гостей страны, как раз входит в число этих неуместных сфер. Несчастный турист, желающий приобрести сувениры для своих близких, не виноват в том, что вынужден выбирать между китайскими изделиями и китайскими. И то, что на китайской кепке вышито слово: «Finland» не делает её более финской, тем более, что сами финны так свою страну не называют. Ну скажите, может ли турист из Китая, которых становится всё больше с каждым годом, привезти своему племяннику кепку, сшитую матерью этого мальчика на местном заводе? Есть ли в этом подарке смысл? Мы все заучили с детства, что в подарке «важна не цена, а знак внимания». Но описанный выше подарок является скорее знаком невнимания. Причём умышленного невнимания тех, кто продаёт подарки и своей ассортиментной политикой ставит туристов перед фактом.

Магнит, один из самых популярных сувениров, закупочная стоимость которого на китайском заводе не превышает половины доллара, продаётся по всей Европе



Поверьте, я не противник китайских товаров, как это может показаться читателю, со мной мало знакомому, и даже напротив думаю, что без усердия китайских производителей современный мир не просуществовал бы и двух недель. Я также не отождествляю слова «китайский» с плохим качеством. Так думают лишь те, кто мало сталкивается с китайским производством. Однако, это совсем не значит, что китайские товары уместны в каждом месте.



по цене не менее пяти евро! Неужели за эти деньги нельзя сделать оригинальные магниты внутри страны? Кстати, в этом вопросе Россия является приятным исключением: магниты из бересты делаются в России и, уверен, хорошо продаются. Почему в Финляндии, где берёза является таким же символическим деревом, как и в России, нет магнитов из бересты? Футболки, на которых по-английски написано: «Я люблю Финляндию» сделаны на том же африканском или азиатском заводе, как и те, на которых написано: «Я люблю Мексику?» Или Испанию, Италию, Гондурас или Филиппины. В чём смысл такого дарения, кроме обогащения длинной цепочки временных держателей этого товара, удовлетворения своего потребительского зуда и огромных экологических проблем, возникающих вследствие их производства и перевозки? Если только в этом, то мне жаль современного человека!

Подарок многие тысячи лет служил людям вещественным доказательством уважения и внимания. И то, и другое не может быть достигнуто, если оно не заложено в смысл подарка. И здесь, действительно, не так важна цена. Пусть само изделие будет копейным, но если в него вложена душа (а значит, и смысл), то оно сможет исполнить свою роль, а не станет ещё одним предметом проблемных отходов. Или пусть будет дорогим, но стоящим тех денег, которые за него просят, а не состоящим из прибыли полдюжины посредников, накрученной на стоимость межконтинентальных перевозок. И пусть ассортимент магазинов не поражает входящих таким невероятным разнообразием, зато там будут лишь те вещи, которые этого достойны. Задумайтесь над этим, и если не можете повлиять на то, что предлагается в виде сувениров, то, по крайней мере, не покупайте бездумно и бездушно произведённые, и лишь в расчёте на наживу продающиеся изделия. Уважайте себя.



...And He Bows To...

IAPP President Leo Kostylev reflects on what a real gift and a valuable souvenir are. They are products with a soul been put in them. Cheap or expensive, they should be worthy of the money they cost. And let shops range of goods will be less, but the things sold out there would really