

Дэйв Барри

перевод Д. Бузаджи

Только лучшее

В восьмидесятых у всех на уме одно – стремление к совершенству. Зайдите в книжный отдел любого торгового центра, подойдите к полкам, где выставлены бестселлеры вроде «Гарфилд идет на кастрацию», и непременно увидите пять-шесть книг, рассказывающих о том, как достичь совершенства. Называются они примерно так: «В поисках совершенства», «Как достичь совершенства?», «Погоня за совершенством», «Куда спрятать свое совершенство на ночь, чтобы уборщица не стащила?» и т. д.

Основная мысль всех этих книг заключается в том, что в восьмидесятых просто «хорошего» уже не достаточно. В сегодняшней деловой среде словом «хороший» характеризуют сотрудника, которого собираются перевести на Алеутские острова присматривать за складом писсуаров. Нет уж, нам, бизнесменам восьмидесятых, подавай таких управленцев, которые во всем требуют только лучшего и никогда ничем не довольны. Нам нужен такой человек, который, возглавив он проект по росписи Сикстинской капеллы, сказал бы: «Ничего, Микеланджело, фреска хорошая. Но надо сделать лучше. Причем к завтрашнему утру».

Именно такие соображения сейчас руководят гигантскими корпорациями. Взять хотя бы ребят из «Кока-Колы». Долгие годы они делали себе старую добрую газировку и забот не знали. И газировка у них была хорошая, ничего не скажешь. На этой газировке выросли многие поколения людей, и каждое новое поколение, дорастя до шестого класса, проделывало эксперимент: в стакан «Кока-Колы» клали ноготь, через пару дней он растворялся, и учитель говорил: «А теперь представьте, что это был ваш зуб!» Одним словом, «Кока-Кола» имела на рынке прочное положение, и руководство не видело причин ничего улучшать.

Ну тут появилась «Пепси», которая решила на смелый рекламный ход и заявила, что ее газировка лучше. Чтобы заявление не показалось голословным, компания заплатила 19 триллионов долларов Майклу Джексону, самому гениальному музыканту всех времен, если верить передовице в «Ньюсуике». Тут ребята из «Кока-Колы» вышли из спячки и их вдруг осенило: да на дворе же восьмидесятые! Они оторвали задницы от кресел и, представьте себе, улучшили «Кока-Колу»: начали выставлять чаны с «Кока-Колой» на солнцепек и добавили в нее не то шесть, не то восемь тонн сахара (точное количество – коммерческая тайна).

К сожалению, обычные покупатели, которые не читают отраслевых отчетов, так и не узнали, что новая «Кока-Кола» на самом деле лучше, и пить ее отказываются, но не в этом суть. А суть в том, что руководство «Кока-Колы» решило «стремиться к совершенству», и в результате на благо американского потребителя развернулась самая ожесточенная газировочная война в истории человечества. Я не удивлюсь, если в самом ближайшем будущем одна из враждующих сторон предложит 29 триллионов долларов Брюсу Спрингстину, который, если верить передовице в «Ньюсуике», на сегодняшний день как раз является самым гениальным музыкантом всех времен (сменив недолго пробывшего на этом посту Принса).

Всеобщая тяга к совершенству отразилась и на повседневной жизни. Если человек восьмидесятых собирается что-нибудь купить, он выбирает лучшее, а лучшее определяется по двум критериям: 1) самой высокой цене и 2) дефицитности. Потребители восьмидесятых покупают импортные зубочистки и панировочные сухари от шеф-повара. Если типичная семейная пара восьмидесятых идет в ресторан, где у них за три недели был

заказан столик, и столик действительно оказывается свободным, то они с возмущением разворачиваются и уходят из такого ресторана, потому что он не самый отличный. В самом отличном ресторане на входе стояла бы огромная очередь из таких же искателей совершенства, замерших в ожидании и наполняющих вечерний воздух стрекотней неугомонных пейджеров. Уж в самом-то отличном ресторане просто так никому бы столик не дали, разве что Лайзе Минелли.

В эпоху восьмидесятых устремившийся к совершенству представитель мужского пола не носит обычных часов. Он носит «ролекс», потому что тот весит почти три килограмма и рекламируется только в изданиях, посвященных всему самому отличному, таких как «Форчун» или «Миллионер Протестант Гольфер». Реклама «ролексов» пишется рваными предложениями: так у рекламщиков принято выражать идею совершенства:

«“Ролекс Гиперион”. Новый эксклюзивный стандарт элегантности, высококачественного совершенства и ценной ручной работы. Для того, кто поистине способен оценить совершенство стандартов высокого качества применительно к изготовлению вещей вручную. Произведен целиком из 24-каратного золота. Никаких колесиков и винтиков. Просто огромный кусок золота, который можно носить на руке. Поистине непреходящий шедевр. Для мужчины уверенного в себе. Которому не надо каждую секунду напоминать себе, какой он успешный. Гораздо успешнее, чем те, которые смеялись над ним в школе. Из-за его прыщей. Те, которым до его успешности расти и расти. Может, он придет на двадцатую встречу выпускников, и тогда они увидят его «Ролекс Гиперион». Ха-ха-ха!»

Стремиться к совершенству обязаны все. Даже новорожденные младенцы. Как только современный младенец вылезает из материнской утробы, ему тут же начинают показывать обучающие карточки. А как иначе? Если современный младенец не выбьется в лучшие младенцы, он потом не пройдет по конкурсу в современную начальную школу. Перед носом у среднестатистического младенца восьмидесятых мелькает столько обучающих карточек, что даже родительские лица он толком разглядеть не успевает. Когда такой младенец вырастет, в бумажнике он будет носить маленькую карточку с надписью « $7 \times 9 = 63$ »: она ему будет напоминать о матери.

Недавно я видел видеокассету, на которой было записано, как люди обучают своих младенцев, пока они (младенцы) еще находятся в утробе матери. Клянусь, я не шучу. На записи несколько беременных мам с супругами сидели в кружочке и под руководством «Эксперта по такого рода вопросам» напевали образовательные песенки, стараясь, чтобы в животе их было хорошо слышно. Попомните мои слова: не за горами тот день, когда младенцы будут рождаться на свет уже готовыми руководителями низшего звена. И я уверен, что не один я замечал, бродя по залам торговых центров, что все больше и больше младенцев, таких современных, новеньких, чем-то напоминают Ли Якокку.