

© Д.А. Песков. Рец. на: *S. Bongiorno. A Year without "Made in China": One Family's True Life Adventure in the Global Economy*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2007. 256 p.; *K. Timmerman. Where am I Wearing: A Global Tour to the Countries, Factories, and People that Make Our Clothes*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2008. 272 p.

Я бы хотел провести обзор некоторых из изданных сравнительно недавно в США книг, которые представляют собой интересный взгляд на Америку изнутри, на не такую, какой она представляется миру по голливудским фильмам.

Как бы невероятно это ни звучало, но время от времени простые американцы начинают задаваться вопросами о природе окружающего их изобилия. Некоторые из них действительно приостанавливают свой бег за «Американской мечтой» общества потребления и с изумлением младенца оглядываются по сторонам. Реакции, следующие за этим, разнятся: кого-то накрывает депрессия, и он берется за оружие, кто-то бросает все и уходит в глушь жить жизнью пионеров освоения Дикого Запада, но большинство же, переведя дух и став вегетарианцами/веганами, вновь бросаются в погоню за манящими и исчезающими за горизонтом соблазнами телевизионного счастья. Некоторые из тех, кто пытается как-то переосмыслить происходящее, публикуют результаты своих способов жить в Америке «альтернативно» или просто попыток заглянуть за фасад рутинного существования. За последнее время в США вышло несколько интересных книг, выросших из подобного любопытства.

Я бы хотел остановиться на бестселлере, название которого можно перевести как «Год без "Сделано в Китае": подлинная история приключений одной семьи в глобальной экономике» (*A Year without "Made in China": One Family's True Life Adventure in the Global Economy*). Герои этой книги – интеллигентная американская семья, где муж – преподаватель университета, а жена – журналистка бизнес-изданий, которая, собственно, ее и написала. В ней также фигурируют дети автора, ее родственники, коллеги, знакомые и масса других жителей США. Идея данного подвига родилась после очередного праздника Рождества, когда автор Сара Бонджиорни и ее муж Кевин обнаружили, что их дом в основном заполнен товарами с маркой «Сделано в Китае».

Семья поставила себе задачей избегать товаров с этикеткой «Сделано в Китае», однако множество товаров и продуктов, поставляемых из КНР, не несут на себе опознавательных знаков. Речь идет о тех из них, что являются составными частями других. Китай – крупнейший в мире производитель витаминов и таких пищевых ингредиентов, как ароматизатор ванили, лимонная кислота и сушеные ягоды. Он также является крупным мировым экспортером лекарственных ингредиентов, но вы никогда не прочтете об этом на этикетках лекарств. Семья Бонджиорни осознавала это, понимая, что полностью избавиться от китайской продукции она не в состоянии. Семья решила оставить в употреблении все те китайские товары и устройства, которые были в ее распоряжении на момент начала бойкота, поэтому теоретически все было просто – не покупать ничего нового из Китая.

Инициатором выступила мать семейства – Сара Бонджиорни – журналистка деловых СМИ, которая, по роду деятельности, не могла не замечать тревожной статистики – торговый баланс между США и КНР в 2005 г. составил -201 млрд. долларов, а в 2007 г., несмотря на серию скандалов с ядовитыми игрушками, неисправными автомобильными покрышками и некачественной зубной пастой, вырос до -256 млрд. долларов. Потеря же Америкой рабочих мест из-за перевода производств в страны с более дешевой рабочей силой (например, в КНР) ощущалась обычными американцами уже давно и была повторяющимся мотивом «разговоров на кухне» и источником растущего напряжения.

Несмотря на актуальность этой проблемы, сделать шаг от абстрактного негодования по поводу печальной утраты США своей промышленности до осязаемого протеста оказалось непросто. Муж хозяйки, Кевин, был первым человеком, которого надо было обратиться в активные сторонники бойкота. Именно он не раз проклинал корпорации за то, что те в погоне за лучшими финансовыми показателями «продали» американский рабочий класс.

Предварительная инвентаризация дома показала, что восемь из десяти имеющихся товаров и изделий в семье были сделаны в Поднебесной. Этот впечатляющий факт серьезно поколебал уверенность университетского профессора в успехе всего предприятия. Тем не менее супруге удалось заручиться его поддержкой, которая, однако, не была безоговорочной и принципиальной: готовый терпеть личные неудобства наподобие ношения детских солнечных очков или разномастных сандалий из-за проблем с закупкой новых не китайских, он наотрез отказывался приносить в жертву интересы детей. Попытки Сары удержать его в альянсе и найти альтернативных поставщиков товаров, часто безуспешные, составляют основной объем описания этой годичной «Одиссеи».

Надо отметить, что у миссис Бонджиорни имелся опыт принятия активной гражданской позиции по вопросам потребления: в частности, она навечно вычеркнула гиганта мирового ритейла Walmart из списка магазинов, где она совершает покупки. Причины были чисто этическими – Walmart не допустил инспекторов по труду на свои зарубежные фабрики. Хотя принципиальности ей и не занимать, тем не менее Сара однозначно заявила, что их акция *не* являлась крестовым походом против нарушений прав рабочих в Китае, лишения американских рабочих их мест из-за Китая или поддержкой Тибета. Это был чистый эксперимент.

Многие из тех, кому семья рассказывала о своем проекте, были не в состоянии поверить в это. Вообще реакции американцев на этот бойкот представляют собой интересный срез общественного мнения на проблему «засилья» США китайским. Одни считали, что поразительная дешевизна китайских товаров подозрительна и в один прекрасный день КНР надоест продавать Америке все за копейки и тут-то США придется туго, потому что все производство уже давно и надежно перевезено в Поднебесную. Другие реакции включали в себя неприятие: «А как вы прикажете выживать всем тем малолетним детям, которые шьют нам на этих фабриках, если мы перестанем покупать плоды их труда»? Иногда участников бойкота считали в лучшем случае недалевидными и уверяли, что не пройдет и месяца, как они вернуться к прежнему образу жизни, а сопротивление «Китаю» бесполезно и глупо.

Описание неравной битвы, которую ее семья ведет с китайским ширпотребом, становится немедленным хитом на любой вечеринке, куда Сару и ее мужа приглашают друзья и знакомые. Как правило, хозяева мероприятия очень скоро устанавливают, что их жилище также практически целиком «Made in China». Это вызывает всеобщее одобрение ее начинания и высказывания в ключе, что «всем нам неплохо бы начать что-либо подобное», «обязательно расскажу своему мужу – эта ситуация его давно выводит из себя» и т.д.

Обращаясь к Интернету как источнику вдохновения и идей для своего нелегкого начинания, Сара использовала фразу «Wocot China» и наткнулась на целый слой американских китаененавистников. Формы этой ненависти приобретают самые различные очертания – от наклеек на бампер (излюбленная американская практика публичной декларации своего мнения по самому широкому кругу вопросов) до избирательного избегания американских корпораций, использующих китайский труд. Среди порожденных Китаем психозов лично мне показался интересным следующий: по словам одного из блоггеров, китайцы уже дали всем американским городам китайские названия. Судя по количеству обсуждений, вызванных этим заявлением, американцы всерьез обеспокоены, что следующий за этим логический шаг – это переезд ЦК Компартии КНР в Вашингтон.

Проблемы, связанные с бойкотом, начинаются быстро. Первой встала проблема обуви. Американские кроссовки, являющиеся наряду с джинсами символом этой страны (например, Nike), с 1990-х годов полностью выпускаются за границей. Некитайская

обувь стоимостью 70 долларов за пару детских ботинок для американцев, избалованных низкими ценами, кажется верхом расточительности. В частности, самыми ходовыми очками в Калифорнии считаются китайские по 5 долларов за штуку, а покупка итальянских, столь популярных в России, – удел бездетных молодых пар. Солнечные очки обнажили еще один парадокс современной Америки: в этом царстве консьюмеризма возможности выбора на самом деле весьма и весьма скромны.

Случай с поисками замены сломавшемуся пылесосу тут очень иллюстративен. Продавец весьма четко обрисовал сложившуюся картину. У вас есть выбор: китайская дешевка, которая сломается через два года, или навороченная немецкая модель с ценником от \$400 до \$1000. А это, по американским меркам, заоблачные цены. Посередине же ничего нет. Иногда дилемма становится более оригинальной: в доме описываемой семьи завелись мыши, и миссис Бонджиорни захотела избавиться от них с помощью гуманной ловушки, а не традиционной убивающей мышеловки. Как в плохой комедии, даже в такой ситуации предлагалось поступиться принципами: во всей стране (даже в Интернете) не было ни одной гуманной ловушки – все как одна были из КНР.

Вообще, обзвон представителей американских производителей Сарой Бонджиорни позволяет нарисовать картину, способную действительно испугать слабонервного. Помимо вышеупомянутых кроссовок, не менее критическая ситуация сложилась и с электроприборами, а именно лампами. Согласно одному производителю, за последнее десятилетие их производство почти полностью переместилось в Китай. Основная причина одна: «китайцы» очень дешевы. Американский производитель может конкурировать с ними, только если он выполняет какой-то неформатный заказ. Его собственная фирма, в частности, выжила лишь благодаря тому, что его семья – единственный ее акционер. В противном случае давление акционеров вынуждает искать дешевую рабочую силу и поставщиков. Все они – в КНР. Даже все до единого электровыключатели, продаваемые в США, тоже китайские.

Эти перемены не проходят незамеченными и для журналистов. Миссис Бонджиорни цитирует одну статью, где указывается, что за последние четыре года в КНР было создано восемь миллионов рабочих мест. Подразумевается, что за счет производств, свернутых в США и Европе. Автор книги не удивляется этому. Более того, после визита в отдел игрушек местного супермаркета ее изумляет то, что эта цифра не на порядок больше.

Собственно, именно детские игрушки стали другим сложно преодолимым и постоянно возникающим на пути бойкота препятствием. По большому счету все, кроме детских книг, поставляется из Китая. Ситуация с ними решалась по-разному и иногда приводила к форменным конфузам, как в случае, когда кто-то из друзей привез целую машину старых игрушек и выгрузил все перед дверью их дома. Меньше всего Саре хотелось, чтобы ее детей стали считать подходящими адресатами для гуманитарной помощи.

Немногочисленные производители игрушек из Европы были предметом постоянной тревоги несчастных родителей, обеспокоенных тем, что и их производство в течение года будет переведено куда-нибудь под Шанхай. Беспокойство это было вовсе не беспочвенным – новости периодически возвещали о банкротстве очередного американского предприятия и потере очередных тысяч рабочих мест. А Китай тем временем отправлял в небо космонавтов...

Посещая в течение года и по мере необходимости все новые и новые секции магазинов, Сара не перестает удивляться масштабам произошедшего «товарного захвата» Китаем Америки. Что, однако, кажется ей знакомым и одновременно потенциально пугающим, так это то, что постепенно Китай оказывается в состоянии выпускать суперкачественную продукцию для дорогих брендов, вроде Chanel, чью одежду лишь в последнюю очередь заподозришь в столь «неблагородном» происхождении.

Подобные неприятные открытия питают сценарии «судного дня» в головах американцев, сталкивающихся с таким изобилием каждый день. Люди на Интернет-форумах и в барах вопрошают друг друга: «И куда это все ведет? Что дальше? Производство автомобилей? Реактивных самолетов?» По-видимому, в США еще не проникли уже ставшие

знакомыми россиянам поделки китайского автопрома. Иначе один из кошмаров среднего американца – шкаф, забитый дешевой дизайнерской одеждой и горой обуви при отсутствии работы и будущего – станет казаться еще более близкой реальностью.

Выясняется также, что не только отдельные отрасли производства принадлежат Китаю, но и целые времена года и праздники. Все, что может понадобиться вам для летнего отдыха, – от пластикового бассейна до набора для ныряния с трубкой и зонтика от солнца, – сделано в Китае. Из книги мы также можем узнать, что такие праздники, как Рождество и День Независимости (4 июля), полностью зависят от китайской продукции. Что примечательно, продажи рождественских товаров начинаются в июле, а товаров для Дня Независимости (в основном фейерверков) – в феврале-марте. Родители вынуждены были проявлять примеры недюжинной смекалки, самостоятельно изготавливая фейерверки и карнавальные костюмы для Хэллоуина в домашних условиях, постоянно благодаря богу, что дети у них еще не столь разбираются в изящности надеваемых на них вещей. В качестве подарков друг другу им также иногда приходилось находить нетривиальные решения вроде абонеента на обучение игре на фортепиано.

Такие проблемы вынуждают думать креативно. В итоге, ради избежания кризиса и припадков у ребенка, который не в состоянии вынести годичное эмбарго на все игрушки, кроме датского конструктора «LEGO», всем родственникам и знакомым было решено дарить семье Бонджиорни товары любой страны происхождения, что, естественно, означает «произведенные в Китае». Вообще помощь друзей и родственников сложно переоценить. Большинство из них превратились в добровольных помощников проекта, выискивая по возможности изделия без пресловутого ярлычка или наклейки «Made in China» и сообщая о редких находках осажденной семье. В книге, кстати, обнаруживаются ставшие анекдотичными пробелы американцев в географии: семье приходится сдать несколько купленных товаров, когда выясняется, что «Made in Hong Kong» тоже подпадает под объявленное КНР «эмбарго». С другой стороны, радостной новостью становится известие о том, что Тайвань – не часть Китая, а вполне законный объект поиска среди этикеток.

Отдельно через все повествование проходит постоянная борьба родителей с эффектом бойкота на формирующуюся психику и мировоззрение их трехлетнего сына. Им пришлось идти на самые неожиданные ухищрения и объяснения, чтобы у малыша не сложилось превратного мнения о Китае и его жителях. «Они, должно быть, плохие, раз мы решили у них ничего не покупать» – это, согласитесь, весьма логичное, с точки зрения дошкольника, мнение.

Временами отчаяние вынуждало их идти наперекор другим своим принципам, в частности, отказу от сети Walmart. Визит в самый популярный торговый центр Америки и подсчет пропорции китайских товаров среди выборки из 106 предметов подтвердил догадки об их преобладании над товарами других стран: 52 (или 49%). США оказались на втором месте с 23 предметами (22%); на третьем, далеко позади – Гондурас с 4 предметами. Самым экзотическим торговым партнером компании оказалось крошечное Лесото.

Время от времени в течение года Саре удавалось чудесным образом отыскивать товары не китайского происхождения. Текстиль из Мексики, Турции и Кореи, надувной бассейн из Таиланда, некоторые другие товары из Израиля, Пакистана. Открытием стал тот факт, что такой простой и, казалось бы, дешевый товар, как пуговицы из Китая, однако, не ввозится. Американцы также пока не доверяют китайцам своего здоровья – китайские лекарства в аптеках редкость. Они плюс косметика с едой для домашних животных пока остаются вотчиной американских производителей. Жалко, что автор не упомянула об индийских фармацевтах – если судить по России, то они весьма и весьма активны.

Подводя итоги года, автор признается, что своим успехом они во многом обязаны удаче. Они не представляют, что бы делали, если бы у них, например, сломался телевизор, что для семьи с одним небольшим, но очень активным поглотителем мультфильмов было бы равно коллапсу. Показателем успешности бойкота стал очередной подсчет подарков, полученных семьей Сары на Рождество от родных и близких и подаренных ими

самими своим детям и друг другу: 11 из Китая, 42 – из остального мира. В предыдущем, доброй частью, году баланс выглядел иначе: Китай – 25, остальной мир – 14. Прогресс был очевиден.

История семьи Бонджиорни имела определенный резонанс в Америке, они стали героями телепередач и газетных интервью. Китайское телевидение не замедлило нагрянуть к ним домой, задавая провокационные вопросы и пытаясь определить точную меру несчастий, обрушившихся на семью из-за отказа от благ Поднебесной. Несмотря на то, что чета и их дети с честью и без потерь преодолели все препятствия, в КНР материал вышел тщательно отредактированным и содержал заголовки наподобие этого: «У детей нет игрушек. В прошлом остались их улыбки и радостный смех».

Заканчивает книгу автор на примирительной ноте: «Отринуть китайские товары не представляется практичным, так как это будет означать отказ от сотовых телефонов, водных пистолетов и телевизоров. Нам не хотелось бы навсегда расставаться с этими вещами. На будущее мы решили по возможности искать альтернативы китайским товарам и покупать их, когда это единственно реальный вариант, как чаще всего и случается». Вместе с окончанием эксперимента к автору пришло и осознание сложившейся ситуации. «Я начала видеть, что моя семья связана с Китаем бесчисленным количеством способов и что идея самодостаточности, как на уровне семьи, так и на уровне страны, является пережитком прошлого. Мы слишком прочно привязаны к Китаю и остальному миру, чтобы разорвать эти связи именно сейчас, как бы заманчиво это иногда и ни выглядело. Меня заботит ситуация с правами человека и условиями труда на китайских фабриках, но уже поздно думать, что мы можем решить эти проблемы, просто игнорируя Китай».

\* \* \*

Вторая книга, написанная Келси Тиммерманом, называется «Откуда я одет?: Мировой тур по странам, фабрикам и людям, которые делают нашу одежду» (*Where am I Wearing?: A Global Tour to the Countries, Factories, and People That Make Our Clothes*). Эта работа также посвящена внезапному осознанию бытовой глобализации. Прозрение наступило в момент, когда взгляд автора остановился на ярлыке с информацией о стране-изготовителе. На этот раз – его собственной одежды. Названия стран звучали экзотично: футболка из Гондураса, джинсы из Камбоджи, шлепанцы из Китая. Не мудрствуя лукаво, автор решил посетить эти страны, найти фабрики и рабочих, которые делали эти вещи. Узнавая по пути много нового об их быте и условиях труда, он также знакомит читателей (американских, в первую очередь) с взглядами этих рабочих на глобализацию.

Прежде всего он попытался найти ответы на вопросы этического плана. Так, он выяснил, что рабочие в Бангладеш рады работе, даже если за нее платят лишь 50 долларов в месяц. Девочки с ткацкой фабрики в Камбодже не хотели бы, чтобы люди «первого мира» бойкотировали продукты их труда, ведь, например, к производству одной пары джинсов Levi's причастно, оказывается, целых 85 человек. И, конечно, они хотели бы работать меньше и зарабатывать больше.

Интересна также реакция сотрудника китайского Walmart на провокационный вопрос покупателя-китайца:

– Почему вы работаете на американцев, это же не патриотично?

– Я работаю на них за деньги. Мне кажется более уместным вопрос, зачем вы приходите сюда и отдаете им свои?

В книге постоянно перекликаются ситуации рабочих в странах Третьего мира с реакцией на подобную эксплуатацию в США. Автор рассказывает о современном движении против чрезмерной эксплуатации рабочих на производствах и особенно о возмущении по поводу использования детского труда. Кампании, развернутые журналистами и омбудсменами привели к серьезным имиджевым и финансовым проблемам для многих американских производителей. А политика, направленная против производителей униформы, произведенной с нарушениями трудового законодательства, уже взята на воору-

жение шестью штатами, которые не покупают у таких компаний. Компании вводят контроль и проверки на фабриках, шьющих для них. Учреждаются организации, которые проводят инструктаж новичков, распространяют DVD и комиксы, в которых объясняются и описываются права рабочих, нормы гигиены. На заводах делают перерывы на гимнастику.

Так, в Камбодже используется кодекс Международной организации труда, состоящий из 500 пунктов, положениям которых фабрики должны соответствовать. 80% фабрик отвечают этим требованиям. Всего 300 фабрик находятся под мониторингом и обеспечивают работой более 350 тыс. рабочих. 75% экспорта Камбоджи – одежда, поэтому здесь фабрики наиболее отзывчивы ко всем гуманитарным начинаниям корпораций. Не в последнюю очередь потому, что новые торговые соглашения КНР с США делают позиции других стран более уязвимыми, а перевод заказов в менее щепетильный Китай – более выгодным для Nike и иже с ними. Поэтому, как сообщают Тиммерману, за полгода выявлен только один случай детского труда (моложе 15 лет). В подавляющем большинстве случаев дети сами проникают на фабрики по поддельным документам.

Тем не менее бесспорно, что часто условия труда тяжелы, сам он монотонен и сложен. В качестве примера Тиммерман вновь приводит джинсы, которые хрупкие камбоджийские девушки мнут вручную, делая их мягкими для носки. Затем рабочие-мужчины «старят» ткань пескоструйкой, придавая им вид модной поношенности.

Автор также свидетельствует, что массовый переезд производств пришелся на 1990-е годы. Из компаний-производителей джинсов дольше всех сопротивлялась Levi's. На момент закрытия последнего завода в Сан-Антонио, штат Техас, она платила своим рабочим 10–12 долларов в час. Теперь она платит фабрикам, таким как в Камбодже, которые в свою очередь платят своим рабочим по 12 долларов в неделю.

Мимоходом автору удастся показать некоторые интересные аспекты глобализации с обратной стороны. Так, в частности, работницы-камбоджийки заявляют ему, что хотят иметь белую кожу, как у насаждаемых рекламой стереотипных красавиц. Рассказы о студиях загара на Западе вызывают у них неподдельное изумление. В свою очередь, автор изумляется агрессивности навязывания этих стандартов восточным странам. Так, Walmart в Китае не имеет кукол Барби с азиатскими лицами, хотя в США они существуют во всех разновидностях, и отсутствие раскосых кукол вызвало бы немалый переполох, протесты и иски.

В заключение необходимо сказать, что автор проникается симпатией к своим производникам в мир трущоб и грошевого труда. Ему начинает казаться, что жизнь в бедности по-своему красива, и смех или улыбка ребенка в Бангладеш выглядят куда радостнее, чем у его ровесника в Америке. В эпилоге автор рассказывает о вновь открывшемся текстильном производстве недалеко от своего городка. Несмотря на высокие по азиатским меркам расходы на персонал, фабрике спортаммуниции удалось сыграть на патриотизме американцев и восстановить производство.

Как я уже упоминал в начале, подобные «расследования» и эксперименты довольно популярны сейчас в Америке. Некоторые из них откровенно популистские и написаны только благодаря моде, другие же являются отражением глубоких исканий, полных неожиданных открытий и тонких наблюдений. Их изучение представляется мне весьма полезным.