Автор: admin
14.04.2011 16:31 - Обновлено 29.10.2014 07:43

Дисконтные карты - признак элитарности?

Бытующее в провинции мнение, что о человеке судят по туфлям и часам, давно утратило свою актуальность. Приличные туфли может позволить себе любой начинающий менеджер, стремящийся стать генералом – и для этого ему уже не нужно полгода голодать и стрелять сигареты у сотрудников.

Что касается часов, то они тоже утратили свою статусность среди потребителей. К примеру, пресловутый Абрамович носит простые часы «Свотч» за двести долларов. Ибо для признания его высокого социального статуса вполне достаточно нескольких строчек в «Форбс», а тем, про кого там не пишут, никакие часы не помогут.

Одним словом, ничто так не красит человека, как нефтяные вышки. Но их за собой таскать не будешь и даже, знакомясь с дамами в баре, эффектно доставая из бумажника крупные купюры и расплачиваясь за сельдереевый фреш, не станешь при этом невзначай демонстрировать их (нефтевышек) фотографии.

Другое дело – различные пластиковые карты! Изобретательный человеческий ум ловко придумал эрзацы золотым цепям и прочим символам принадлежности к широкому кругу избранных. Куски пластика приобрели значение, которое раньше имели гербы на щитах рыцарей и монограммы на дорогих шелковых платках. То есть они стали являться символом того, что их счастливый обладатель резко отличается в лучшую сторону от всех прочих особей рода человеческого.

В моем портмоне часто не бывает места деньгам, потому что оно плотно забито различными картами и помещается не во все дамские сумочки. Я не буду сейчас упоминать о кредитных и платежных – они являются аналогом бумажных денежных средств и ничего не говорят обо мне как о личности, нивелируя меня среди прочих толп потребителей. Я не знаю, зачем мне карточка сети заправок British Petroleum, которых нет в Украине, или сети салонов мобильной связи Nokia – солить я их собираюсь, что ли, эти телефоны... Тем не менее, они создают солидный объем в моем бумажнике и повышают мою самооценку не хуже сумки из питона.

Почему-то сегодня каждое общественное коммерческое предприятие возомнило себя

чуть ли не масонской ложей – начиная от торговых палаток и супермаркетов и заканчивая спа-салонами и фитнес-центрами. Последние приобрели статус новых храмов – если учесть всеобщий культ молодости и красоты. Как сказала великая мадмуазель Коко, «нельзя быть слишком молодым, слишком худым и слишком богатым». Поэтому каждый стремится попасть в это ограниченное число юных, стройных и материально обеспеченных: в совокупности, символом всего этого может стать скидка в дорогой спа-салон.

Кстати, чаще всего она столь незначительна, что не стоит затраченных усилий и средств: но сам факт ее наличия приятно греет душу и опустошает кошелек. Часто у занятых или ленивых владельцев клубных карт в фитнесс-центры наличие этого куска пластика и является их единственной связью со спортом. Но именно ее наличие и вызывает завистливые или уважительные взгляды коллег или друзей и дает надежду, что «вот со следующей субботы я перестану страдать по утрам с похмелья, а сразу побегу тренировать гиперэкстензию!».

Но этим наполеоновским планам мешает дисконтная карта сети ресторанов и недавно полученная путем неимоверных усилий карта элитного ночного клуба. Поэтому, чтобы вылечиться от роковых последствий ночных возлияний, видимо, стоит воспользоваться карточкой «Минус ноль тридцать три процента» от клуба «Айболит».

Автор - Кристина Абрамовская
Источник