

□

Имидж любого государства формируется под воздействием разнообразных факторов. Их обширный перечень строгой градации не поддается. Но можно с уверенностью утверждать, что часть из них опосредована историческим прошлым, повлиявшим, а в некоторых своих проявлениях и продолжающим достаточно долговременно влиять на развитие государства и всей его социумной структуры.

Имидж любого государства формируется под воздействием разнообразных факторов. Их обширный перечень строгой градации не поддается. Но можно с уверенностью утверждать, что часть из них опосредована историческим прошлым, повлиявшим, а в некоторых своих проявлениях и продолжающим достаточно долговременно влиять на развитие государства и всей его социумной структуры.

В нынешней российской ситуации к числу таковых факторов относится, например, эгалитарный консьюмеризм советского типа, имевший довольно сложный генезис и в условиях новой демократической России вполне оправданно получивший весьма мощный импульс к своему развитию. Его имиджевый фронт зримо расширился за счёт ранее практически не проявлявших себя, однако подспудно аккумулировавшихся социумной средой контентов, рождённых ещё царской империей, большевистской властью надолго выведенных из общественного оборота и поддерживавшихся впоследствии исключительно в порядке имиджевой культурно-потребительской экспансии западноевропейского толка. С кардинальным изменением политической и социальной обстановки они, эти контенты, немедленно активизировались.

Такое сделалось возможным не только потому, что ментальные стереотипы прошлого никогда не уступают своих позиций без боя, но и во многом благодаря принятому сценарию преобразования страны, который в очень слабой степени учитывал существовавшие на момент стремительного распада СССР реалии. Его доминантный лозунг – капитализация любой ценой – определил интервенционистский, по существу, стиль реформирования, ориентацию на силовые и обманно-манипулятивные технологии, собственно, весьма и весьма традиционные для всей многовековой перспективы самостояния России.

Стратегический потенциал, арсенал оперативно-теоретических и практических методик, управленческий инструментарий и сам кадровый ресурс новой российской реформации очень быстро продемонстрировали свою абсолютную неготовность к более-менее бесконфликтному решению столь масштабной задачи. Механизм слома всех элементов грандиозной социалистической машины отличал казарменно-мобилизационный алармизм. Метод проб и ошибок на деле превратился просто в метод ошибок, логическим результатом чего стала реанимация эгалитарно-консьмерной ностальгии по временам застоя, чётко отслеживаемая, в частности, через данные многих опросов ВЦИОМ и иных исследовательских центров.

Впрочем, не только эгалитарность имиджирует себя в настоящее время. Появились и иные виды консьюмеризма, рассмотреть которые представляется весьма важным, имея в виду практику разрабатываемых ныне имидж-проектов, поскольку психологический контент российского социума должен непременно учитываться ими.

Начнём, пожалуй, с полной неразберихи, воцарившейся в умах россиян, относительно их самоидентификации в мире и предпочтений в области перспективы социумной и индивидуальной жизни. Так, на вопрос «Согласны ли Вы с тем, что за годы советской власти наши люди стали другими, чем в странах Запада, и этого уже не изменить?» ответы распределились следующим образом [1]:

☐	
☐	
	54
	68
☐	
	29
	21
☐	
	17
	11

Согласно таблице, мы видим стойкий рост иносознания россиян относительно западно-европейского контекста, опосредующий суверенитет чисто российской самоидентификационной базы, ориентиры которой никак, вроде бы, не связаны с консьюмерно-фаустовской ментальностью, более того, отрицают её. Интерпретация, очевидно, может быть только такой: у России свой цивилизационный путь, своя уникальная цивилизационная роль, собственное пространство и перспектива развития, закрепившиеся исторически и включающие в себя в том числе и некоторые параметры недавно разрушенной социалистической социумно-социальной модели. Таким образом, россияне вроде бы не собираются преодолевать разделившие их с западным миром психологические и иные барьеры.

Следующая таблица как будто полностью подтверждает полученную картину, тем более, с учётом категоричности формулировки заданного вопроса: «Согласны ли Вы с тем, что западная культура оказывает отрицательное влияние на положение дел в России?» [2]:

Таблица 2

☐	
	1996

		1997
		1998
		1999
		2002
☐		
	24	
	31	
	36	
	29	
	39	
☐		
	24	
	22	
	25	
	22	
	28	
☐		
	24	
	22	
	22	
	23	
	22	
☐		
	12	

	13	
	11	
	13	
	7	
☐		
	16	
	12	
	6	
	13	
	6	
☐		
	1700	
	1700	
	1600	
	1700	
	1600	

Негативный потенциал (первые две строки – и особенно самая первая) имеет стойкую тенденцию к росту, тогда как позитивная оценка (вторые две строки) после четырёхлетнего колебания довольно резко снижается (практически на 7%).

Кардинально уменьшается и число не определивших свою позицию (на 10%) – следовательно, во-первых, вопрос этот представляется достаточно актуальным для респондентов, требующим определённости и продуманности реакции, и, во-вторых, более отчётливо проявляется сама граница цивилизационно-социумной дифференциации.

Некоторое брожение начинает отмечаться, когда респондентам предлагают оценочно-факультативный вопрос, предполагающий сравнение и учёт целого ряда «внутренних» и «внешних» факторов как индивидуально-личностного, так и общесоциумного плана: «Насколько важно для России влиться в мировую культуру, воспринять образ жизни большинства развитых стран мира?» [3]:

Таблица 3

☐

	14
☐	
	24
☐	
	31
☐	
	20
☐	
	11
☐	
	1600

Итак, 51% наших сограждан не испытывает особого пиетета к мировым ценностям, а стиль существования развитых стран в той или иной степени отвергается ими. Довольно весом потенциал неопределившихся. В сумме 38% россиян так или иначе не против того, чтобы влиться в мировую культуру и воспринять образ жизни большинства успешных государств, доминирующих на мировой арене.

Обратим внимание на то обстоятельство, что сам вопрос сформулирован достаточно каверзно: «мировая культура» – термин весьма многозначный и многоуровневый, какая часть её имеется в виду – не слишком ясно; точно так же и «развитые страны» сегодня фиксируются не только на Западе, но и на Востоке. Иначе говоря, здесь вольно или невольно допущена некоторая терминологическая мистификация, которая для нас, впрочем, весьма существенна и симптоматична: ментальная «агрессия» граждан носит обобщённый характер, связанный, видимо, с неудовлетворённостью их стратегических в первую голову ожиданий.

Некоторая определённая, проясняющая отмеченную выше некорректность формулировки, наступает при обращении к таблице 4, фиксирующей по годам ответы на вопрос «Ощущаете ли Вы себя европейцем?» [4]:

Таблица 4

☐	

	1995
	1996
	1997
☐	
	Часто
	10
	9
	12
☐	
	Иногда
	13
	14
	16
☐	
	Редко
	18
	17
	18
☐	
	Никогда
	56
	57
	52
☐	
	Число опрош
	2000
	2400
	1600

Продолжение табл.4

☐		
	1998	
	1999	
	2000	
	2001	
☐		
	24	
	30	
	53	
	52	
☐		
	55	
	54	
	45	
	47	
☐		
	21	
	16	
	2	
	1	
☐		
	1500	
	1600	

	2000	
--	------	--

	2000	
--	------	--

Здесь понятия «мировая культура» и «образ жизни» уже идентифицируются достаточно чётко: разграничительная линия проходит по линии «Европа – не-Европа». Как видим, численность «европейски-ориентированного» населения за шесть лет выросла в пять раз, тогда как доля тех, кто себя с Европой никак не соотносит, снизилась на 10% (в пределе). Резкий рывок в изменении индивидуально-личностной самоидентификации россиян в мире наблюдается как раз «на переломе президентских эпох» – в 2000 году (рост «европейцев» сразу на 23%!) Вне всякого сомнения, это связано с приходом к власти «питерской команды», исторически ориентирующейся на Запад, которая сразу же с появлением В.В.Путина на политическом Олимпе продемонстрировала стремление к кардинальному переосмыслению и преобразованию «правил игры» по всему спектру проблем, волнующих российский социум. В принципе, штаб Ельцина тоже чрезвычайно активно «дружил» с разного рода представителями западного истеблишмента и интеллектуальной элиты. Однако приведенная статистика неопровержимо свидетельствует о негативном имидже этих контактов в восприятии россиян: за три года второго президентского срока Бориса Николаевича (1995, 1996, 1997 гг.) число соотечественников европейского склада не поднялось выше двенадцатипроцентной отметки. Относительная стабилизация экономической ситуации в 1997 и 1998 (до дефолта) гг. сразу увеличила этот показатель в два раза. Видимо, в общественном сознании произошёл-таки определённый качественный сдвиг, связанный с психологическим преодолением последствий «шоковой терапии», которая не без оснований воспринималась как чисто западный вариант разрушения России. Поэтому даже дефолт не смог нейтрализовать наметившуюся тенденцию, хотя и существенно затормозил её: в 1999 г. численность идентифицировавших себя с европейцами выросла на 6% – таким образом, почти треть населения России ощутила свою принадлежность к Европе. Интересная картина вырисовывается и при ином полюсном преломлении: ещё в 1998 г. пятая часть россиян (21%) затруднялась с самоидентификацией; в 2000 г. их доля сократилась на порядок, а в 2001 г. уже только 1% не знал, к какому берегу прибиться. Иначе говоря, и индивидуальное, и общественное сознание в массе своей окончательно сформировалось с наступлением нового тысячелетия, демонстрируя пусть и небольшой пока перевес в сторону именно европоцентричности. Тем самым данные первых трёх таблиц как бы дезавуируются: большинство населения вполне комфортно ощущает себя в рамках европейской парадигмы и ей отдаёт предпочтение, собственноручно разрушая предыдущую пессимистическую панораму.

С другой стороны, этот результат, конечно, не следует преувеличивать и строить на его основе сколько-нибудь радужные прогнозы относительно утверждения в массе наших сограждан западных приоритетов жизни. Наметившееся движение в любой момент может изменить свою направленность под воздействием разного рода неблагоприятных факторов, среди которых главными следует считать нестабильность общегосударственного курса развития, проявляющуюся, в частности, в нечёткости основополагающих стратегических формулировок и чрезмерной бюрократизации отстраиваемой государственно-социумной структуры, а также крайнюю аморальность деятельности сформировавшейся рыночно-олигархической стихии. Профессор П. Симуш в этой связи отмечает: «Россию, видимо, не случайно называют "страной парадоксов". Две силы, которые выступают двигателями свободы, являются одновременно и её ограничителями. Что это за силы? Первая – администрация, бюрократия, вторая – рыночники, бизнесмены. От первой исходит тормозящая роль бюрократизации, вторая способна превращать индивидуальную и групповую свободу в узкоэгоистическое своеволие» [5].

Указанные опасности воспринимаются общественным сознанием как органически присущие западноевропейской парадигме развития. Наверное, именно поэтому масса наших сограждан продолжает довольно критично относиться к идее сугубо западной модернизации российского

социума, не взирая на весьма приличный «европейский идентификационный потенциал». Это, например, наглядно демонстрирует следующая таблица результатов опроса населения на предмет выяснения, в какой мере для России подходит западный вариант общественного устройства [6]:

Таблица 5

☐	
	4
☐	
	15
☐	
	30
☐	
	37
☐	
	13

То есть только 19% россиян полагают возможной в той или иной степени адаптацию западно-фаустовско-консюмерного опыта к условиям демократической России, тогда как 67 % оценивают такую перспективу с различной степенью пессимизма – что как будто коррелирует с генеральной установкой первых трёх таблиц. Однако с учётом данных таблицы 4 можно говорить о нарастании парадоксальности мировосприятия и самосознания в общесоциумном континууме, которая свидетельствует о том, что интегральная социумная ментальность продолжает пребывать в состоянии глубокой расколотости. Иначе говоря, россияне лишены ментально-философской, социально-политической и экономической основы для конфигурирования в целостных цивилизационных контурах. И такая модальность индивидуально-личностных и общественных реакций абсолютно превалирует над всем остальным, поскольку имеет место идеологическая и психологическая дезорганизация российского населения деструктивно-категоричными реформационными импульсами, столь же деструктивно-категоричными контрреформационными усилиями определённой части активизировавшейся протестной массы и чётко ощущаемым аморфным состоянием и разрегулированностью не только политической, экономической и социальной социумных сфер, но также федеральной и провинциальной систем управления, которые никак не обретут качества стабильности. В результате амплитуда социально-социумных метаний имеет

хаотический характер, не попадая в резонанс с довольно беспорядочно генерируемыми властью импульсами стабилизации. И это очень тревожный фактор, поскольку, следовательно, имиджирование властных стабилизационных инициатив не находит понимания в массе, либо воспринимается с большой степенью недоверия.

Противоречивость и парадоксальность ситуации подтверждают и данные таблицы 6, фиксирующие ответы на вопрос «Хотели бы Вы жить так, как живут люди на Западе?» [7]:

Таблица 6

☐	
	48
☐	
	34
☐	
	18

Почти половина россиян предпочитает европейский образ жизни, хотя 67%, согласно таблице 5, не считают его оптимальным и возможным в условиях России – не правда ли, несколько загадочная нестыковка? Причём около одной пятой наших сограждан свою позицию по этому поводу пока не сформулировали, то есть способны кардинально изменить зарегистрированную картину в сторону именно западных предпочтений, так как любой отрицательный прирост только подравнивает исходную ситуацию.

Внимательно проанализировав вышеприведенные таблицы, легко установить, что результаты опросов, мягко говоря, весьма и весьма оппонируют друг другу в содержательно-смысловом погружении. Результируем ещё раз: в массе своей россияне полагают, что советский геном напрочь отсёк их от остального мира, что западная культура противопоставлена российской действительности, соответственно, нет смысла в адаптационно-реформаторских программах фаустовского толка, поскольку логика развития и жизненный тонус европейских интенций в условиях демократической России обречены...

В то же самое время большинство российских граждан ощущают себя... европейцами и высказывают недвусмысленное желание приобщиться к европейскому образу жизни!

Что значит ощущать себя европейцем? Очевидно, имеется в виду, как минимум, приверженность европейским ценностям, европейской парадигме развития, которая ныне прописана в координатах консьюмеризма и декларирует именно консьюмерный образ жизни. Думается, именно это и привлекает, в первую очередь, массу наших сограждан. Только вот одним вспоминается и, соответственно, считается наиболее справедливым (приемлемым) его эгалитарная ипостась, советским временем апробированная и утверждённая, а другим важна прелесть иного целеполагания обладания. Какого? – Вопрос уже не актуальный, ибо это целеполагание вовсю раскручивается нашей обалдевшей от вседозволенности рекламой. Молодёжь с рюкзаками на спинах, не расстающаяся с пивом и коктейлями сомнительного качества, поменявшая книги на ролики и скэйтборды, – наглядный образец этой новой для России потребительской ментальности, которую по многим признакам можно

охарактеризовать как бездеятельно-паразитарную или «потреблятскую».

Многие российские СМИ приложили руку к развитию именно «потреблятского» самосознания населения – особенно его наиболее уязвимой молодёжной части. По материалам наших информационных источников – от газет до русского Интернета – вырисовывается и более-менее отчётливо обосновывается существование трёх ликов современного отечественного консьюмеризма.

Первый – традиционно-эгалитарный – массово присущ, естественно, старшему и среднему поколениям, воспитанным, образно выражаясь, «на советской мякине». Важно всесторонне изучить этот специфический феномен, поскольку им поражена та часть российского социума, из которой, по идее, должен родиться наш «средний класс» – основа основ гражданского общества. Полезно, по крайней мере, понять, во что он способен эволюционировать, дабы продуманно осуществить соответствующую корректировку развиваемых под патронажем государства социально-социумных и имиджевых программ.

Второй – элитарный консьюмеризм – поколенческой градации не подчиняется, но объединяет топ-представителей политики, экономики, управленческой и медийно-коммуникационной квазиэлит, конкретно «разрегулировавших» национальное достояние страны специфически-российским образом. Этот тип консьюмеризма вполне можно обозначить и как компрадорский, и как селективно-спекулятивный – ввиду искусственного и умышленного отторжения различными способами населения от общенародных источников благосостояния и эксплуатации ресурсно-человеческой базы страны с помощью и к выгоде транснационального капитала. Потому-то здесь и применён термин «квазиэлиты», который в нашем контексте синонимичен словосочетанию «компрадорская номенклатура». Тут мы совершенно солидарны с доктором Р. Симоняном, справедливо поясняющим: «Элита представляет собой совокупность людей – носителей наиболее важных для сохранения и развития общества человеческих качеств. Эти качества или даны от Бога, или приобретены в процессе воспитания, но либо они есть, либо их нет. Приказом о назначении или снятии с поста формируется номенклатура, но не элита...» [8].

Третий лик – именно потреблятский консьюмеризм, присущий идейно- и идеологически атрофированной тусовке, тоже поколенчески не определяем (то есть он не обязательно сугубо молодёжный, хотя, безусловно, ориентирован в первую голову как раз на юных россиян); важно то, что здесь ценность человека, жизни вообще выражается не знаниями, умениями и индивидуально-личностными параметрами, не достижением неких общезначимых и общепризнанных целей и уровней, но исключительно владением вещно-денежной массой.

Совсем не случайно он носит «тусовочный» характер. Вкушать, носить, читать, смотреть лишь то, что считается в данной локальной группировке престижным, подчиняться ненавязчиво установленным кем-то правилам, исполнять утверждённые ритуалы, не имеющие никакого смысла, кроме своеобразного систематического зомбирования на предмет создания интегральной морально-интеллектуальной зависимости от своего окружения и его лидеров, – такова, в общих чертах, схема тусовочно-социумного взаимодействия. Здесь в максимальной степени проявляется корпоративно-стадный эффект, когда личная точка зрения и независимость суждений становятся излишними, то бишь добровольно приносятся в жертву «высшей тусовочной истине» и вознесённым на недоступную никакой логике (тем более – критике!) высоту «тусовочным ценностям».

При таких «исходниках», разумеется, ни о каких «высоких материях» в контексте «генеральных тусовочных установок» говорить не приходится – какое они имеют отношение к «жизненным реалиям»? Реально только то, что можно потребить в каком-либо виде, и абсолютно реально то, что обеспечивает растущие аппетиты широкомасштабного потребления, незаметно перерастающего в бессмысленное утробное потреблятство – без тормозов, без размышлений о столь «низменных» вещах, как, предположим, работа, без воспоминаний о «зауми» предков, когда-то говоривших: «По одежке – протягивай ножки...»

Конечно же, эта ситуация возникла не сама по себе. Она суть одно из следствий той самой «шоковой терапии», когда одни стремились запредельно «хапнуть», а другие «шиковали» (или шоковали?) на обломках своих замшелых представлений о справедливости и честности

мужей государственных, призванных печься о благе народном... Освобождённым из идеологических тисков социализма некогда было думать о создании идеологии новой эпохи.

Впрочем, нет, думали: «Но мы-то, мы? Как лепетали о «необходимости русского викторианства» аналитики лет десять назад! И как были правы! И кто их слышал?! – пишет обозреватель «Новой» Е. Дьякова. – Мы должны были б, – по-хорошему, то бишь по-умному! – бросить все креативные силы на этот национальный миф. О тяжёлых временах. Об умеренности и аккуратности. О русских Дэвидах Копперфилдах. О честных и скромных деньгах, положенных в основу семейного состояния...

И этот миф должен (был) пропитать собой Россию на два поколения вперёд. Лезть из каждой щели – нагло и победительно...» [9]

К сожалению, другие мифы хлынули тогда из всех щелей – типа коховско-гайдаровских... Егора Гайдара, скажем, с самого начала капиталистической демократизации России, а потом уже в бытность его премьером и на других ответственных постах сильно беспокоили проблемы интеграции русских земель, возрождения «государственничества» и возвращения России статуса великой военно-морской державы – в этом он видел страшную угрозу всему человечеству. «Зачем нам ″империя″? – возмущался на страницах своей книги этот государственный муж. – Разве мы страдаем от отсутствия территории?» [10]

Его превзошёл разве что Альфред Кох с нетленной фразой образца 1997 г.: «русский – явление временное».

Территорий у России много – вот главная проблема, которую «открыли» для себя, для сограждан и для всего мира российские «реформаторы». И вторая – не менее важная – население избыточное!

«Для бюрократии народ может быть и электоратом, и источником прибыли, и пушечным мясом, и объектом манипулирования, и наконец социальным балластом, от которого необходимо как можно скорее избавиться, – препарирует логику отечественных топ-перестройщиков Р. Симонян. – Действительно, если в Арабских Эмиратах на каждого жителя приходится по 18 т. добытой нефти, а в России всего по 2,5 т., то зачем столько лишних ртов? С точки зрения номенклатуры это нерационально: чиновники исходят из того, что существует народ-субъект, то есть они сами, и народ-объект, то есть остальные...

То, что нынешнюю бюрократию национальные интересы России не интересуют, подтверждает наша повседневность» [11].

А «повседневность» у нас в общих чертах такая. Среднемесячная официальная зарплата – 6 тысяч рублей. Прожиточный минимум – 2143 руб. Час работы россиянина оценивается в 25 раз дешевле, чем в Дании, и в 20 раз дешевле, чем в США... В то же самое время Россия может гордиться двадцатью пятью долларовыми миллиардерами (в несчастной Японии таких супербогачей всего 17, а во Франции и Англии ещё меньше), которым официально принадлежит в сумме 79, 8 миллиарда долларов, – это пятая часть ВВП Российской Федерации, или, если кому удобнее другой расчёт, 30% всех доходов остального населения... В стране имеется также 10% богатых людей (примерно 14, 4 миллиона человек), контролирующих ещё около 35% доходов «немиллиардщиков», тогда как на долю 10% беднейших россиян приходится 2,5% доходной части. Разрыв, как легко подсчитать, четырнадцатикратный, что в два раза выше, чем в Западной Европе [12].

Чтобы реализовать свои стратегические цели (сокращение территорий и населения – желательно, без социальных эксцессов, хотя...), нашей топ-номенклатуре требуется всемерно «гасить» эгалитарно-консюмерные потенции в обществе, развивая потреблятскую составляющую. Собственно, эту генеральную линию мы сейчас и наблюдаем. Потому-то Копперфилды у нас и не в моде, а мифу о бережливости предпочтён миф о доступности всего и сразу, одномоментно, что называется, трах-бах – и в дамки! Правда, получается обычно, как у бравого Яшки-артиллериста в исполнении М. Пуговкина из советского кинодевиля «Свадьба в Малиновке»: «Бац, бац – и... мимо!» По-другому, к сожалению, и быть не может – ни у «эгалитарщиков», ни у «потреблянтов». С первыми – понятно почему, а относительно последних Е. Дьякова весьма точно подмечает: «Вот ведь ещё что: «западный человек» – генетическим опытом, всем прожитым путём социального восхождения всегда примерно

чувствует, что именно положено взять от жизни человеку его круга.

А мы все – пришли на новенького. Из такого зияющего, пустого и замкнутого в себе мира, что теперь радостно готовы поверить всему...

И легче всего – общедоступности, почти обязательности и Мальдивов, и брелоков. Маникюрным расценкам, перехлестнувшим и Канны, и Париж.

Мы не знаем, что нам положено. Хотим всего и сразу. По тройной цене» [13].

Незнание такого рода и такого рода хотения как раз и порождает маргинально-компрадорский стиль и логику социумных взаимодействий. Жить сегодняшним днём, не мучась наступающим завтра, каждое усилие конвертировать в удовольствие, и через призму удовлетворения «удовольственных надобностей» воспринимать людей, малую и большую родины, личное и общественное прошлое, настоящее и будущее – такую психологию пытаются привить сегодня массовому сознанию российского социума, такую оценочную шкалу стараются сделать «наднациональной», заместив ею «эгалитарный синдром». Россияне – это всё временно, убеждают нас, будущее – за космополитами, для которых Россия – терминологическое недоразумение, историческая, географическая, геополитическая и социумно-ментальная мифологема-страшилка. «На протяжении последних без малого пятнадцати лет мы являемся свидетелями открытого глумления, просто издевательства над русским характером и русским человеком, – с понятными эмоциональностью и категоричностью пишет Александр Ципко. – Практически во всех своих передачах Владимир Познер приравнивает русский патриотизм к фашизму, пытается доказать, что все разговоры о достоинстве русского человека ведут на практике к зверствам скинхедов. В одной из передач Владимира Соловьёва на НТВ Александр Осмолов прямо говорил о «дебилизации русского населения». Практически все политологи, называющие себя либералами, утверждают, что русские являются противниками частной собственности потому, что много пьют и не умеют работать» [14].

Таким образом, мы видим, что потребительство в современной российской упаковке в ещё большей степени, чем на Западе, пронизало ментально-идеологическую сферу и уже оттуда инфильтрируется посредством манипулятивно-казуистических технологий в российский геном метастазами исторического беспамятства, упадничества, пораженчества. На самом деле идёт широкомасштабная дебилизация народа, поскольку выхолащивание национально-духовного содержания личности, социума в целом закрепляется переориентированием их на борьбу с перхотью и потом, кариесом и дурным запахом изо рта, на чёткое знание сигаретно-пивных и прокладочно-памперсовых различий-достоинств, на всяческое кураживание потребительских инстинктов, на растрату социальной энергии в психозе вещиизма и удовольствия. Только на таком фоне численность наших миллиардеров будет возрастать, а «поголовье» россиян и территориальный домен Федерации благополучно сокращаться – под далеко не кокакольный звон бокалов постсоветских либералов.

«Что же из этого следует? – поёт в одной из своих замечательных песен Ю. Никитин. – Следует жить...»

Другой рецепт придумать просто невозможно. Правда, жизнь – она ведь разная бывает... Как минимум, видимо, каждому необходимо разбираться, в каком обществе мы сегодня обретаемся и куда оно идёт, к чему призывают нас те или иные вожди. Потому что государство российское – это общая наша ценность. И потеря её любым буквально индивидуальным сознанием – невосполнима для общества в целом. У нас же, как показывает вышеприведенный анализ, опасность такого рода уже имеет место быть. Потому-то и столь актуальна работа современных российских имиджмейкеров, которым, разумеется, следует профессионально знать и учитывать нюансы социумной структуры и психологии всех группировок населения.

Исходя из этих соображений, «три лика российского консьюмеризма» – не литературно-публицистический образ: они относятся к числу важных социальных характеристик существующего социумного модуса России и весьма отчётливо заявляют о себе в общей государственно-социумной диспозиции. Декодировать эту диспозицию и приступить к планомерному исправлению обнаруженных деструкций – главная, на наш взгляд, задача

нынешних имидж-профессионалов, точно так же как первостепенная цель научно-теоретических исследований – всемерно способствовать такого рода деятельности. Только тогда реальный и идеальный имиджи страны получают решающий импульс к сближению и постепенному слиянию в сознании и россиян, и мировой общественности.

[1] По материалам сайта <http://levada-center.ru/interrelations.html>

[2] Там же.

[3] Там же.

[4] Там же.

[5] Симуш П. Потребность свободы: какими путями пролагается?/ Власть. №8, 2004. С. 74.

[6] По материалам сайта <http://levada-center.ru/interrelations.html>

[7] Там же.

[8] Симонян Р. Об опасности ложных стереотипов в общественном сознании. / Власть. №10, 2004. С. 27 – 28.

[9] Дьякова Е. Кокакольный звон. // Новая. №25 (955), 12.04 – 14.04.2004.

[10] См., например: Гайдар Е. Государство и эволюция. М.: Евразия, 1995.

[11] Симонян Р. Об опасности ложных стереотипов в общественном сознании. / Власть. №10, 2004. С. 28.

[12] Такая статистика приводится в интервью с академиком А. Аганбегяном: Почему мы не любим этих богатых? // Аргументы и факты. №18, 2004.

[13] Дьякова Е. Кокакольный звон. // Новая. №25 (955), 12.04 – 14.04.2004.

[14] Ципко А. Размышление о природе и причинах краха постсоветского либерализма. / Вестник аналитики. №3, 2004. С. 17.