НЕВЕЖЕСТВО И МРАКОБЕСИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ

НЕВЕЖЕСТВО И МРАКОБЕСИЕ – МОТОР СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ....2
«ОСТАНОВИМ ЕЁ И РАССПРОСИМ: «КАК ДОШЛА ТЫ ДО ЖИЗНИ ТАКОЙ?»....2
«ЖИТЬ СТАЛО ЛУЧШЕ, ЖИТЬ СТАЛО ВЕСЕЛЕЙ»....3
СМИ – ВИРТУАЛЬНЫЙ «ОСТРОВ ДУРАКОВ»....5
ЧЕМУ УЧАТ В ШКОЛЕ? 7
ОТ ИДЕАЛЬНОГО ЗАКЛЮЧЁННОГО К ИДЕАЛЬНОМУ ПОТРЕБИТЕЛЮ 7
БРЕНД – СОВРЕМЕННОЕ СЧАСТЬЕ....8
ЗАЧЕМ ЗАЖИГАЮТ ЗВЁЗДЫ?....10
ЛУЗЕР – АНТИПОД ЗВЕЗДЫ....11
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ: СОБЛАЗНЕНИЕ МАЛЫХ СИХ 12
ГДЕ ДЕНЬГИ, ЗИН?....12
ЖИВИ СЕГОДНЯ: РАСПЛАТЫ НЕ БУДЕТ! 13
БОГАТЫЕ БЕДНЯКИ....13
МОТЫЛЁК ЛЕТИТ В СКАЗКУ....14
ЧТО ВВЕРХУ, ТО И ВНИЗУ....14
КОНЕЦ ВСЕХ ОГРАНИЧЕНИЙ....15
ЧЕЛОВЕК ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ 16
ПРОСТЫЕ И НЕПРОСТЫЕ....17
МЫСЛИТЕЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ....17
СЛОВО – МАТЕРИЯ МЫСЛИ....19
НЕТ ВРЕМЕНИ....20
«ОРГАНЧИК» ОЗВУЧИВАЕТ....20
«МЫ НЕ ФИЛОСОФЫ, У НАС ЗАРПЛАТА НЕ ТА», -....20
ДРЕБЕЗГИ МИРА....21
СКОРО СКАЗКА СКАЗЫВАЕТСЯ....23
«ЗА ДЕТСТВО СЧАСТЛИВОЕ НАШЕ СПАСИБО, РОДНАЯ СТРАНА!». 23
«НЕЛЬЗЯ ЗА ФЛАЖКИ!»....24

Автор: domestic_lynx,
18.11.2011, http://domestic-lynx.livejournal.com/50493.html
22.11.2011, http://domestic-lynx.livejournal.com/50877.html
24.11.2011, http://domestic-lynx.livejournal.com/51128.html
29.11.2011, http://domestic-lynx.livejournal.com/51302.html
01.12.2011, http://domestic-lynx.livejournal.com/51694.html

Меня пригласили на конференцию на экономическом факультете МГУ, в рамках ломоносовских торжеств. Разговор пойдёт об интеллекте – интеллектуальной экономике, интеллекте как факторе развития, экономике знаний и т.п. Эта тема мне очень близка. Вот о чём я скажу на этом чрезвычайно интеллектуальном собрании.

НЕВЕЖЕСТВО И МРАКОБЕСИЕ – МОТОР СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ

Профессор Катасонов рассказал в ЛГ. Он любит задавать студентам такой вопрос: «Что является главным ресурсом современной экономики?» Ответы разные: нефть, деньги, знания. И всё мимо. «Главный ресурс современной экономики, - торжественно возглашает профессор, - это дурак. Ему можно впарить всё». Смех в зале.

Забавно, правда? А на самом деле это не шутка, а, как говаривал Остап Бендер, «медицинский факт». Мотором современного развития являются невежество и мракобесие.

«ОСТАНОВИМ ЕЁ И РАССПРОСИМ: «КАК ДОШЛА ТЫ ДО ЖИЗНИ ТАКОЙ?»

Человечество достигло максимума своей научно-технической мощи в 60-е годы XX века. После этого ничего радикального в науке и технике не произошло. Движущей силой этого развития была ракетно-ядерная гонка. Символом и апофеозом научно-технической мощи был выход человека в Космос.

В это время научная профессия была самой модной и престижной, бородатые физики были героями книг и фильмов, их любили девушки, им подражали «юноши, обдумывающие житьё». Я помню, насколько был моден Космос в моё детство – в 60-е годы. Мы знали на память всех космонавтов, я, помнится, выпускала стенгазету с заголовком, которым очень гордилась: «Новая веха космической эры – радиограмма с далёкой Венеры».

Был огромный спрос на инженеров-физиков, математиков. Именно физик был в те времена современной версией «добро молодца». Каждая эпоха порождает свою версию героя нашего времени – так вот тогда это был учёный–физик. Лучшие, умнейшие поступали в матшколы, а потом в какой-нибудь МИФИ или МФТИ. Очевидно: чтобы один стал мировым чемпионом, тысячи должны начать играть в футбол в дворовой команде. Точно так и чтобы один совершил мировое открытие, мириады должны выйти на старт: прилично учить физику-математику, морщить лоб над задачкой из журнала «Квант», стремиться к победе в районной олимпиаде. И все эти занятия должны быть модными, уважаемыми, престижными. Так тогда и было. Быть умным считалось модно. В моё детство был альманах «Хочу всё знать!» - там писали по большей части о науке и технике. И дети в самом деле хотели это знать.

Уже в 70-е годы словно закончилось горючее в ракете и она вышла на баллистическую орбиту. Всё шло вроде по-прежнему, но шло по инерции, душа мира ушла из этой сферы жизни. Напряжение ракетно-ядерной гонки начало сходить на нет. Постепенно ядерные сверхдержавы перестали взаправду бояться друг друга и ожидать друг от друга ядерного удара. Страх стал скорее ритуальным: советской угрозой пугали избирателей и конгрессменов в Америке, а «происками империализма» - в СССР. То есть гонка вооружений продолжалась: большое дело вообще обладает колоссальной инерцией, просто так его не остановишь: вон у нас советская жизнь до сих пор не до конца развалилась. (Я имею в виду и техническую инфраструктуру, и броделевские «стркутуры повседневности»).

Гонка вооружений продолжалась, но такого, чтоб министр обороны США выбросился из окна с криком: «Русские идут!» - такого уже быть не могло. Гонка вооружений со временем утратила свою пассионарность, стала делом не боевым, а всё больше бюрократическим.

Научно-технические требования правительств к своим научным сообществам понижались. Политическое руководство уже не говорило учёным, как тов. Берия тов.Королёву, сидя в укрытии на атомном полигоне: «Если эта штука не взорвётся, я тебе голову оторву!».

Соответственно и научная профессия, оставаясь по-прежнему престижной, всё более и более становилась просто одной из профессий, не более того.

Из анналов истории нашей семьи. Отец и дядя моего мужа на рубеже в начале 50-х годов поступили в институты: мой свёкор в Бауманский, а его брат – в МГИМО. Так вот тот, кто поступил в Бауманский, считался в своём окружении более удачливым и, так сказать,

крутым, чем тот, кто поступил в МГИМО. Уже в моё время, в 70-х годах, шкала престижа изменилась на обратную.

Проявлением этого нового духа оказалась знаменитая Разрядка напряжённости, под знаком которой прошли 70-е годы. Всерьёз в военную угрозу никто не верил, не строил бункеры в огороде, не запасался противогазами. Тогда восторженные певцы Разрядки говорили, что это – истинное окончание Второй мировой войны, истинный переход к миру. Вполне возможно, в духовном, психологическом смысле именно так и было.

Соответственно и мода на науку, на естественно-техническое знание, на научный образ мышления – постепенно сходила на нет. Наука ведь не способна развиваться на собственной основе, из себя. Задачи ей всегда ставятся извне. В подавляющем большинстве случаев это задачи совершенствования военной техники. Из себя научное сообщество способно породить только то, что называется «удовлетворением собственного любопытства за казённый счёт».

В 60-70-е годы научный способ мышления (т.е. вера в познаваемость мира, в эксперимент и логическую его интерпретацию) всё больше уступала месту разного рода эзотерическим знаниям, мистике, восточным учениям. Рационализм и свойственный науке позитивизм стал активно расшатываться. В Советском Союзе это официально не дозволялось, что только подогревало интерес. Великий бытописатель советского общества Юрий Трифонов запечатлел этот переход в своих «городских» повестях. Инженеры, научные работники – герои его повестей - вдруг дружно впадают в мистику, эзотерику, организуют спиритические сеансы. На Западе в это же время распространилась мода на буддизм, йогу и т.п. учения, далёкие от рационализма и научного подхода к действительности.

Это было одной из предпосылок того, что произошло дальше. Были и другие мощные предпосылки.

«ЖИТЬ СТАЛО ЛУЧШЕ, ЖИТЬ СТАЛО ВЕСЕЛЕЙ»

Примерно в 60-е годы прогрессивное человечество настигла своеобразная напасть.

Примерно в 60-70-е годы в ведущих капиталистических странах случилось то, чего человечество не знало с момента изгнания из рая. То, что об этом никто не трубил и не трубит, лишний раз подтверждает неоспоримое: и в своей маленькой жизни, и в общей жизни человечества люди отцеживают пустяки, а большое и главное – даже не замечают. Так что же такое случилось?

Случилось страшное.

Базовые бытовые потребности подавляющего большинства обывателей оказались удовлетворенными.

Что значит: базовые? Это значит: естественные и разумные. Потребности в достаточной и здоровой пище, в нормальной и даже не лишённой определённой красоты одежде по сезону, в достаточно просторном и гигиеничном жилье. У семьи завелись автомобили, бытовая техника.

Ещё в 50-е и в 60-е годы это было американской мечтой – мечтой в смысле доступным далеко не всем. В Англии 50-х годов даже родилось такое слово subtopia – склеенное из двух слов «suburb» (пригород) и «utopia»: мечта о собственном домике в пригороде, оснащённым всеми современными удобствами.

Пару лет назад назад блогер Divov разместил в своём журнале интересный материал на эту тему. Это перевод фрагмента воспоминаний о жизни в Англии, в провинциальном шахтёрском городке рубежа 50-х и 60-х годов. Так вот там на весь городок была одна (!!!) ванная, «удобства» у всех жителей были на дворе, содержимое ночных горшков к утру покрывалось льдом, мама стирала в корыте, фрукты покупались только когда кто-то заболевал, а цветы – когда умирал.

Так вот достаточный житейский комфорт и обеспеченность стали доступны примерно двум третям населения в конце 60-х – начале 70-х годов. С напряжением, с изворотами, но – доступны. Речь, разумеется, идёт о «золотом миллиарде».

Прежде этого не было никогда в истории и нигде в мире! До этого нормой жизни простолюдинов была бедность. И повседневная напряжённая борьба за кусок хлеба. Так было во всех – подчёркиваю: всех! – странах мира. Перечитайте под этим углом зрения

реалистическую литературу от Гюго и Диккенса до Ремарка и Драйзера, почитайте «Римские рассказы» 50-х годов итальянского писателя Альберто Моравиа – и вам всё станет ясно.

И вот всё дивно изменилось. Нормальный, средний работающий обыватель получил сносное жильё, оснащённое современными удобствами и бытовой техникой, он стал прилично питаться, стал покупать новую одежду.

Мне доводилось беседовать с пожилыми европейцами, которые помнят этот тектонический сдвиг, этот эпохальный переход, этот … даже и не знаю, как его назвать, до того он эпохальный. Помню, один итальянец рассказывал, как после войны у него была мечта: съесть большую тарелку щедро сдобренных сливочным маслом макарон. А на излёте 60-х годов он вдруг обнаружил, что «non mi manca niente» - дословно «у меня ничего не отсутствует». А это ужасно! Что же получается? Человек отодвигает тарелку и говорит: «Спасибо, я сыт»? Что же дальше?

Иными словами, модель развития, основанная на удовлетворении нормальных потребностей на заработанные людьми деньги, исчерпала себя. У людей не было и не предвиделось ни роста наличных денег, ни роста потребностей. Бизнес мог расти только с ростом населения, которое тоже как назло прекратило рост в развитых странах.

Достоевский в «Подростке» пророчил. Наестся человек и спросит: а что же дальше? Смысл ему жизни подавай. Или иные какие цели.

Но в реальности спросил не человек. Его опередили. Опередил глобальный бизнес. Он первый спросил «Что дальше?» и первый нашёл ответ.

Капитализм не может существовать без экспансии. Глобальному бизнесу нужны новые и новые рынки сбыта. И эти рынки были найдены. Они были найдены не за морями (там уже было к тому времени нечего ловить), а В ДУШАХ ЛЮДЕЙ.

Капитализм начал уже не удовлетворять, а создавать всё новые, и новые потребности. И триумфально их удовлетворять. Так, операторами сотовой связи создана потребность непрерывно болтать по телефону, фармацевтическими корпорациями – потребность постоянно глотать таблетки, фабрикантами одежды – менять её чуть не каждый день и уж во всяком случае – каждый сезон.

Можно также создавать новые опасности – и защищать от них с помощью соответствующих товаров. Защищают от всего: от перхоти, от микробов в унитазе, от излучения сотового телефона. Как маркетолог могу сказать, что на российском рынке лучше всего идёт модель «бегство от опасности».

На первый план вышел маркетинг. Что такое маркетинг? В сущности, это учение о том, как впендюрить ненужное. То есть как сделать так, чтобы ненужное показалось нужным и его купили. Почему маркетинга не было раньше, в XIX, положим, веке? Да потому, что нужды в нём не было. Тогда производились нужные товары и удовлетворялись реальные потребности. А когда нужно стало выдумывать потребности ложные – вот тогда и понадобился маркетинг. Такова же роль тотальной рекламы.

Маркетологи испытывают профессиональную гордость: мы не удовлетворяем потребности – мы их создаём. Это в самом деле так.

Для того чтобы люди покупали что попало, разумные доводы отменили. Поскольку речь идёт о навязанных и ложных потребностях – рационально обсуждать их опасно. Очень легко может оказаться, что они – ложные, а то, о чём, говорят, не существует в природе и вообще не может существовать в силу законов приоды. Навязывание потребностей происходит строго на эмоциональном уровне. Реклама апеллирует к эмоциям – это более низкий пласт психики, чем разум. Ниже эмоций – только инстинкты. Сегодня реклама всё больше апеллирует прямо к ним.

Для того, чтобы процесс шёл бодрее, необходимо устранить препятствие в виде рационального сознания, привычек критического мышления и научных знаний, распространённых в массах. Очень хорошо, что эти привычки и знания стали расшатываться ещё на предыдущем этапе. Всё это мешает глобальной экспансии капитализма! Это мешает продавать горы ненужных и пустых вещей.

Вообще, включать критическое и рациональное мышление сегодня – не требуется. Это не модно, не современно, не trendy. С.Г. Кара-Мурза постоянно говорит о манипуляции

сознанием (собственно, одноимённая книжка и принесла ему известность). Это не совсем так. Глобальный капитализм замахивается на задачу более амбициозную, чем манипуляция сознанием. Манипуляция сознанием – это всё-таки точечное жульничество, разовая подтасовка. А сейчас речь идёт о глобальном формировании идеального потребителя, полностью лишённого рационального сознания и научных знаний о мире. Известный философ Александр Зиновьев верно сказал, что идеальный потребитель – это что-то вроде трубы, в которую с одного конца закачиваются товары, а из другого они со свистом вылетают на свалку.

Кто такой идеальный потребитель? Это абсолютно невежественный, жизнерадостный придурок, живущий элементарными эмоциями и жаждой новизны. Можно сказать, не придурок, а деликатнее – шестилетний ребёнок. Но если в тридцать лет у тебя психика шестилетнего – ты всё рано придурок, как ни деликатничай. У него гладкая, не обезображенная лишними мыслями физиономия, обритая бритвой «жилет», белозубая улыбка, обработанная соответствующей зубной пастой. Он бодр, позитивен, динамичен и всегда готов. Потреблять. Что именно? Что скажут – то и будет. На то он и идеальный потребитель. Он не будет ныть: «А на что мне новый айфон, когда я старый-то не освоил? И вообще мне это не надо». Ему должно быть надо – всё. Схватив новую игрушку, он должен немедленно бросать прежнюю.

Он должен постоянно перекусывать, испытывая «райское наслаждение» и при этом героически бороться с лишним весом. И при этом не замечать идиотизма своего поведения. Он должен постоянно болтать по телефону, и при этом исступлённо экономить на услугах сотовой связи. Он должен (это уже скорее – она) непрерывно защищать своих близких от микробов, что вообще-то совершенно не требуется и даже вредно. И главное, он должен верить – верить всему, что ему скажут, не требуя доказательств.

Вообще, самый феномен рационального доказательства, который когда-то был большим достижением античной цивилизации и с тех пор неразрывен с мыслящим человечеством, на глазах угасает и грозит исчезнуть. Люди уже не испытывают в нём потребности.

СМИ – ВИРТУАЛЬНЫЙ «ОСТРОВ ДУРАКОВ»

Для воспитания позитивного гедониста – идеального потребителя, который непрерывно радует себя покупками, обжирается и при этом активно худеет, не замечая нелепости своего поведения, необходима повседневная целенаправленная работа по оболваниванию масс.

Главнейшую роль в этом деле играет телевидение как наиболее потребляемое СМИ, но этим дело не ограничивается.

Потребление не сказать «духовного», но скажем: «виртуального» продукта должно тоже непрестанно радовать или, во всяком случае, не огорчать затруднительностью, непонятностью, сложностью. Всё должно быть радостно и позитивно. Любая информация о чём угодно должна низводить всё до уровня элементарной жвачки. Например, любые великие люди должны представать как объект кухонных пересудов, как такие же простые и глуповатые, как сами зрители, и даже не сами зрители, а как те идеальные потребители, которых из зрителей планируется вырастить.

Ни о чём потребитель не должен сказать: «Этого я не понимаю» или «В этом я не разбираюсь». Это было бы огорчительно и не позитивно.

Когда-то М.Горький писал, что есть два типа подхода к созданию литературы и прессы для народа. Буржуазный подход – это стараться опустить тексты до уровня читателя, а второй подход, советский, – поднять читателя до уровня литературы. Советские **писатели и журналисты, - считал Горький, - должны поднимать читателя до уровня понимания настоящей литературы и вообще серьёзных текстов**. Современные СМИ не опускаются до наличного уровня читателя – они активно тянут этого читателя вниз.

Всё шире распространяются книжки-картинки, но не для трёхлетних, как это было всегда, а для взрослых. Например, удачное издание этого типа – последний период новейшей истории СССР и России в картинках от телеведущего Парфенова.

В сущности, современные СМИ – это виртуальный Остров Дураков, блистательно описанный Н.Носовым в «Незнайке на Луне». Мне кажется, что в этой сатире автор поднимается до свифтовской высоты. Речь в этом замечательном тексте идёт, кто забыл, вот о чём. На некий остров свозят бездомных бродяг. Там их непрерывно развлекают, показывают детективы и мультики, катают на каруселях и др. аттракционах. После некоторого времени пребывания там, надышавшись отравленным воздухом этого острова, нормальные коротышки превращаются в баранов, которых стригут, получая доход от продажи шерсти.

Наши СМИ исправно поставляют заказчикам баранов для стрижки.

Заказчики в узком смысле – это рекламодатели, а заказчики в широком смысле – это глобальный бизнес, для которого необходимы достаточные контингенты потребителей. Как советская пресса имела целью коммунистическое воспитание трудящихся, точно так сегодняшние СМИ имеют целью воспитание идеальных потребителей. Только совершенно оболваненные граждане способны считать целью жизни непрерывную смену телефонов или непрерывную трату денег на радующие глаз пустяки. А раз это так – граждан нужно привести в надлежащий вид, т.е. оболванивать.

Оболванивание начинается со школы, с детских журналов с комиксами, которые купить можно везде, в то время как более разумные журналы распространяются только по подписке и нигде не рекламируются. Я сама с удивлением узнала, что издаются газеты и журналы нашего детства «Пионерская правда», «Пионер». Но они нигде не проявляют себя, школьники о них не знают, это что-то вроде подпольной газеты «Искра». Этих изданий (качество которых тоже не идеально, но вполне сносно) нет ни в школьных библиотеках, ни в киосках, их вообще нет в обиходе. В результате большинство детей читают только фэнтези, что готовит их к восприятию гламурной прессы, дамских и детективных романов и т.п.

Результатом такой целенаправленной политики является невозможность и немыслимость никакой серьёзной дискуссии в СМИ, вообще никакого серьёзного обсуждения чего бы то ни было. Даже если бы кто-то такое обсуждение и затеял, оно бы просто не было никем понято и поддержано. Американские специалисты установили, что нормальный взрослый американец-телезритель не способен воспринимать и отслеживать последовательное развёртывание какой-либо темы долее трёх минут; дальше он теряет нить разговора и отвлекается. Относительно нашей аудитории данных нет. Сделаем лестное для нашего патриотического чувства предположение, что наши в два раза умней. Тогда они могут слушать не три минуты, а, например, шесть. Ну и что? О каком серьёзном обсуждении может вообще идти речь?

Характерно, что даже люди с формально высоким уровнем образования (т.е. имеющие дипломы) не ощущают необходимости в рациональных доказательствах какого бы то ни было утверждения. Им не требуются ни факты, ни логика, достаточно шаманских выкриков, вроде получившего в последнее время широкое хождение универсального способа аргументации: «Это так!»

На своих занятиях с продавцами прямых продаж (практически все с высшим образованием, полученным ещё в советское время – учителя, инженеры, экономисты, врачи) я многократно убеждалась: людям не нужна аргументация. Она только занимает время и попусту утяжеляет выступление. Аргументированное выступление воспринимается как нудное. «Вы скажите, как оно есть, и дело с концом». Гораздо лучше всяких аргументов воспринимается то, что Руссо называл «эмоциональными выкриками» и приписывал доисторическим дикарям.

Привычка созерцать любимых телеведущих формирует представление (возможно, неосознанное): **главное не что говорится, а главное – кто говорит**. Если говорит человек уважаемый, любимый, симпатичный – всё принимается за истину, «пипл схавает». Люди испытывают потребность видеть «говорящую голову» на телеэкране, восприятие даже простого текста в печатном виде очень трудно. Недаром многие мои слушатели охотно приобретают видеозаписи моих выступлений, хотя гораздо проще (с точки зрения традиционной) их прочитать.

ЧЕМУ УЧАТ В ШКОЛЕ?

В простоте своей **министр Фурсенко проболтался: цель образование – воспитание культурного потребителя**. И современная школа – средняя и высшая – постепенно подтягивается к данной задаче. Не сразу, но подтягивается.

Чему сейчас учат? Как себя вести в социуме, как вписаться в коллектив, как сделать видеопрезентацию или написать CV. А физика с химией – это нудьга, совок, прошлый век.

Не так давно на шоссе Энтузиастов висел билборд, изображающий симпатичную «молекулу серебра», содержащуюся уж не помню в чём – кажется, в –дезодоранте-антиперспиранте. Идиотизм этой рекламы среди трудящихся моей компании заметила только одна пожилая женщина – инженер-химик по дореволюционной профессии. Потом билборд сняли.

Знать, в смысле держать в голове, – учат нас – ничего не надо. Всё можно посмотреть в Яндексе. Это очень продуктивная точка зрения. Если человек ничего не знает, то ему можно впарить всё. А пустая голова очень хороша для закачивания в неё подробностей тарифных планов или свойств разных сортов туалетной бумаги.

В этом деле достигнуты огромные успехи. Мне иногда приходится беседовать с молодыми людьми, поступающими к нам на работу. Они прилично держатся, опрятно выглядят, имеют некоторые навыки селф-промоушена и при этом являются совершенными дикарями: не имеют представления ни об истории, ни о географии, ни о базовых законах природы. Так, у нас работала учительница истории по образованию, не знающая, кто такие большевики.

Чего голову-то забивать? Знать надо совершенно другое. Как-то раз я прошла в интернете тест на знание разных модных штучек, свойственных, по мнению устроителей, образу жизни среднего класса. Тест я позорно провалила, ответ пришёл такой: даже странно, что у вас есть компьютер и интернетом, чтобы пройти этот тест.

Вот именно на формирование такого рода знатоков и рассчитаны современные учебные заведения и современные образовательные технологии.

Мракобесие и невежество – это последнее прибежище современного капитализма. Это не просто некий дефект современного общества – это его важнейший компонент. Без этого современный рынок существовать не может.

Логичный вопрос: кто же в таком случае будет создавать новые товары для «впарки» идеальным потребителям? И кто будет вести человеческое стадо, кто будет пастухами? Очевидно – идеальные потребители для этой цели не годятся. В современных США сегодня эту роль играют выходцы из стран третьего мира, из бывшего СССР. Что будет дальше – трудно сказать. Современный капитализм, вообще современная западная цивилизация не смотрит вперёд, ей главное – сегодняшняя экспансия. И она достигается посредством тотальной дебилизации населения. Потому что это – сегодня главный ресурс.

ОТ ИДЕАЛЬНОГО ЗАКЛЮЧЁННОГО К ИДЕАЛЬНОМУ ПОТРЕБИТЕЛЮ

Когда-то немецкий психолог Франк, отсидев в нацистском концлагере, выжив и освободившись, написал книжку о психологии заключённых. Цель концлагерной обработки, считал учёный, - формирование типа «идеального заключённого» - человека, у которого любая команда без всякого осмысления проваливается в ноги-руки. У обычного человека между получением команды и выполнением есть хотя бы маленький зазор – на осмысление. Вот его-то быть и не должно.

Ровно такая же история – с идеальным потребителем. Команда «Покупай!» должна проваливаться в ноги и руки не-мед-лен-но. Услышал – подхватился – побежал - схватил. Любой новый товар, сколько бы мало он ни отличался от старого, должен вызывать у идеального потребителя острейшее желание его приобрести любой ценой.

Кто-то из читателей заметил мне: идеального потребителя не существует в природе как эмпирической реальности, это-де моя фантазия. Верно, не существует, но при этом он – не фантазия. Идеального газа тоже не существует, но эта абстракция воплощает в себе свойства

всех газов и помогает познать их, газов, поведение. Точно так и идеальный потребитель. Но это так, мимоходом.

Так вот вся символико-семантическая среда современного общества, весь этот любовно и старательно выстраиваемый виртуальный «Остров Дураков», состоящий из СМИ, масскульта и наробраза, на котором живёт современный человек – всё это направлено на производство идеального потребителя.

Интересный вопрос: сознательно это делает глобальный капитализм или неосознанно? Действительно ведь интересно: руководит этим процессом кто-то или так само получается – наподобие «спонтанных порядков» Хайка или «структур повседневности» Броделя.

Люди активные, склонные руководить жизненными процессами и держать всё под контролем, видят тут некий дьявольский план, разработанный в тайных канцеляриях и подземных лабораториях.

Я же, человек более созерцательного склада, склоняюсь вот к какой версии. Это приспособительная реакция. Болезненная, безусловно, но направленная на сохранение существующего миропорядка. Так, тело больного радикулитом инстинктивно ищет позу, при которой не так больно. Поза эта некрасива и с точки зрения здорового организма – нерациональна, но она есть приспособительная реакция к болезни. Оболванивание – это тоже приспособительная реакция капитализма к отсутствию нового пространства для экспансии.

Как работает «Остров Дураков»?

В этой огромной и многогранной деятельности главнейшую роль играют такие стратегически важные орудия как БРЕНДЫ И ЗВЁЗДЫ. Поговорим о них.

БРЕНД – СОВРЕМЕННОЕ СЧАСТЬЕ

Бренд – это относительно долго живущая и хорошо узнаваемая марка товара. Но не только. Бренд – это ключевое слово эпохи. Сейчас говорят о создании личного бренда, т.е. бренда из себя самого. Проводятся семинары «Формирование личного бренда» (я, правда, никогда не участвовала в таком семинаре). Логично: человек давно уже стал товаром, так почему ж ему не стать брендовым товаром? Ведь современный потребитель стремится покупать только брендовые товары.

Брендовый товар стоит в разЫ больше товара no name при ровно тех же потребительских (и всех прочих) свойствах. В большинстве случаев их и изготовляют-то на одной и той же китайской фабрике. А уж компоненты для всех них – вне сомнения, «из одной бочки наливают». Но тем не менее – брендовое стоит в разы дороже. Это уж поверьте работнику торговли со стажем.

Разумеется, сами торговцы оспаривают идентичность брендовых и небрендовых товаров, но делают это всё менее настойчиво, скорее ритуально, по привычке. Сейчас вообще всё меньше разговоров о реальных физических свойствах товаров. Какая, в самом деле, разница тепла ли куртка, если такую носит сам Дима Билан? О физических свойствах товаров пекутся только в самой низкой нише: об этом говорят разве что с бабульками на рынках да в подземных переходах. А пригламуренной публике подавай марку и престиж.

Сегодня всё меньше рекламы, упирающей на реальные свойства рекламируемых предметов (сладкий, вкусный, тёплый, быстрый) – это прошлый век. Сегодня говорят о «правильном пиве», о будущем, которое «зависит от тебя» - т.е. о предметах виртуально-престижных. Кому охота пить неправильное или не контролировать своё будущее? Вот именно! Значит, надо покупать.

Именно поэтому производители предпочитают вкладываться гораздо больше в бренд, чем в реальный товар. Ощущение такое, что товар – всё больше превращается в докучный придаток к бренду. Успешные предприниматели – это те, кому удалось реализовать такую схему: раскрутить бренд, а потом продать его. И отдыхать. И это логично. Раскрученный сильный бренд стоит в наши дни гораздо больше, чем фабрика, производящая соответствующие товары. Фабрика, производившая когда-то сковородки и пр. под маркой «Тефаль» давно закрылась, сама фирма, кажется, разорилась. А бренд – продан. И продолжает жить и зарабатывать деньги своим хозяевам.

То, что вкладывают больше в бренд, чем в физическую реальность, приводит к вполне прогнозируемому результату. Реклама становится всё более затейливой, а товары – всё хуже. Ну да Бог с ними, с товарами! Лишний повод купить что-нибудь новенькое.

Брендируется в наши дни буквально всё. Включая такие вещи, которые вроде бы представляют собой чистую функцию, вроде швабры, унитаза или кастрюли. Тем не менее, и в этой области есть свои фавориты и аутсайдеры престижа. Однажды я познакомилась с одной гламурной дамой и оказалась у неё дома. ВСЕ предметы в ванной и на кухне у неё были самых дорогих брендов. Заметив, что я задержала на чём-то взгляд, она прокомментировала: «Я стараюсь, чтобы всё, к чему прикасается моя рука, было самой хорошей марки».

А недавно на занятии в нашей компании опытная продавщица наставляла новичков, как работать с клиентами:

- Скажите: «Да, это дорого. Но если Вы уважаете себя, вы непременно должны это купить».

Новички записывали в тетрадки.

И это сущая истина! Современный человек, когда покупает, платит не за свойства товара, а за прирост самоуважения, самооценки. В какой-то мере так было и раньше, но сегодня это явление разрослось и стало ведущим и глобальным.

Один из моих читателей, русский, живущий в Америке, написал, что таким манером покупают малограмотные «нигеры», а культурные и просвещённые выбирают рационально или им вообще наплевать на бренды. Не подвергая сомнению просвещённость и рациональность моего заокеанского друга, замечу, что не будь эти условные «нигеры» (любого цвета кожи) в подавляющем большинстве среди любого народа – реклама бы не апеллировала к эмоциям и инстинктам. А она … м-да… апеллирует. А у неё чутьё – собачье. Или даже рысячье. (Говорят, что сибирские охотники иногда приручали рысь, и тогда она оказывалась гораздо лучшей помощницей на охоте, чем собака из-за своего выдающегося чутья; только вот приручить её трудно, но это так – к слову).

Почему именно сегодня людям так исступлённо нужен бренд?

Это суррогат уважения. А уважение человеку очень нужно, нужно ощущение какой-то своей значимости, ценности. Без этого невыносимо жить. Недаром выпивохи выясняют вечный вопрос: «Ты меня уважаешь?». Что у трезвого на уме, то у пьяного на языке: уважения хочется каждому, но на трезвяк об этом помалкивают.

А за что его уважать-то – безвестного офисного сидельца, песчинку гонимую ветром? Да и кто будет уважать? Его и знать-то никто не знает. Он живёт в маленькой клеточке блочной громады, не зная ни соседей, ни жителей своей улицы – никого. Он не принадлежит ни к какому сообществу по месту жительства – это факт известный-преизвестный. По месту жительства он просто ночует: недаром районы блочных громад прозваны спальными. Он мотается на работу, отдавая транспорту изрядную часть своих силёнок, но и работа редко даёт толику уважения. Прежде всего, для огромного большинства работа эта – нечто случайное и временное. У него чаще всего и профессии-то никакой нет, разве что диплом какого-нибудь «финансово-юридического». Посидел здесь – пошёл туда. Современная мудрость советует менять работу не реже раза в четыре года. Вот он и меняет. Или она его меняет – такое тоже бывает. В общем, как ни хорохорится современный горожанин, а самоощущение социальной пыли его преследует. А ведь хочется, чтоб уважали, чтоб ты принадлежал к какому-то кругу, сообществу, и не к абы какому, а к кругу ценных и значимых. Уважали чтоб…

И тут на помощь приходит бренд. Приходит на мягких лапах, под видом друга. Как алкоголь, как «прозак». «Купи Х, - шепчет бренд – и тебя будут уважать». И он покупает. В первую очередь, разумеется, наш герой сам себя начинает больше уважать, потому что другим-то на него наплевать. «Мало того, - шепчет бренд, - ты будешь принадлежать к кругу избранных, которые тоже покупают Х. Ну, пускай не избранных, но всё-таки и не завалящих. Не замухрышек-нищебродов-замкадышей. Ты уже не один – ты с нами. С этими, у которых Х.»

Это даёт надежду. На что надежду? Ну, что парень, имеющий ЭТО, не может затеряться в жизни. И в конечном итоге всё будет Кока-Кола. А надежда она, сами знаете, дорогого стоит.

Это тоже своего рода болезненная приспособительная реакция к ужасу пустопорожней жизни – без смысла, без цели, без осознания себя.

Вот зачем нужен человеку бренд.

А глобальному бизнесу он нужен, чтобы впаривать:

- ненужное;
- втридорога;
- старое под видом нового;
- заурядное под видом выдающегося.

ЗАЧЕМ ЗАЖИГАЮТ ЗВЁЗДЫ?

Брендированные люди – это так называемые звёзды, celebrities. Это тоже явление нашего времени. Прежде их не было.

Прежде были талантливые актёры, выдающиеся изобретатели, гениальные учёные, замечательные писатели.

А звёзд не было.

Да, были люди очень известные, знакомые, что называется, «каждому культурному человеку», но, тем не менее, они не были звёздами. Льва Толстого знала вся Россия, да и весь мир. Моя бабушка рассказывала, как она девочкой плакала, что «умер Лев Николаевич», и вся Тула плакала, но звездой в современном смысле он не был. Он был «всего-навсего» великим писателем. Точно так, как Эйнштейн был «всего-навсего» физиком, а не звездой.

Что такое современная звезда? Это концентрированное и персонализированное выражение современного образа жизни. Что-то вроде человека-бутерброда, носящего на себе рекламу. Только бутерброд снимает её по окончании рабочего дня, а звезда – она с этим живёт. Тяжёлый труд, ничего не скажешь, впрочем, и доход хороший.

Звезда – это человек, разыгрывающий в режиме нон-стоп современную комедию из своей жизни. Звезда живёт напоказ, она практикует интенсивную личную жизнь, женится, разводится, рожает, а потом делит с бывшим супругом детей, переезжает на новое место жительства. Всё это чрезвычайно занимательно для простых людей, звёзды для них – роднее всякой родни. Здесь реализуется потребность перемыть кости соседям, которая с трудом осуществляется у современного человека, утратившего деревенскую завалинку или городскую коммунальную кухню. Заодно народу внушается, к чему ему следует стремиться: непрерывно что-то покупать, ездить куда-то на шопинг, менять машины и любовников, обставлять свои новые апартаменты – ну, вы меня понимаете.

Иногда звёзды прямо привлекаются к рекламе чего-то, но это не обязательно. Они рекламируют сам гламурный образ жизни: непринуждённый, зажигательный, полный изысканных наслаждений. А он уже сам собой предполагает наращивание потребления всё новых и новых модных, престижных, современных вещей.

Как это действует? А просто.

Такая-то звезда выставила коллекцию из 800 пар ставшей ненужной обуви и 400 сумок устаревших моделей. А ты, дура, сомневаешься, стоит ли покупать новую сумку, когда старая ещё ничего себе. А ну вперёд, раскошеливайся, если хочешь не навсегда отстать от жизни!

Звезда может быть условной певицей или актрисой, но это совершенно не обязательно. Певице-звезде не обязательно уметь петь. Более того, чересчур хорошо петь ей даже вредно: это может породить у слушателей комплекс неполноценности (я так не умею и никогда не научусь), а это мешает душевному единению со звездой, слиянию, самоидентификации. Если она умеет что-то, чего я не могу в принципе, может закрасться такая еретическая мысль: «У неё своя жизнь, а у меня своя, и нечего ей подражать», а это неправильно. Звезда должна быть близкая, своя, такая же, скажем помягче, простая и незатейливая, как та публика, на которую она звездит.

Я редко смотрю телевизор, потому мои впечатления от увиденного часто бывают довольно остры. Так вот меня долгое время удивляло: почему во всех этих ток- и прочих шоу знаменитые и гламурные дамы все без исключения обладают манерами уборщиц: такие же крикастые, так же вульгарно жестикулируют, кривляются? «Научили бы их что ли…» - мимолётно думала я. А потом поняла: так надо. Веди они себя как леди – они перестанут быть свойскими, им не захочется подражать. А звёзды зажжены именно для этого.

А всё это сценическое кривляние любимых и родных людей, в котором и ты сможешь поучаствовать, если купишь билет: похлопать потопать, поорать - всё это важная часть программы «острова Дураков». С одной стороны, чтоб туда пойти, уже надо быть изрядно обработанных, а с другой стороны, это мощное средство единения потребительского сообщества. Когда-то люди ходили на митинги и слушали любимых ораторов, сегодня они в меру сил участвуют в обезьяньих плясках любимых звёзд под музыку, воздействующую строго ниже пояса.

Важно понять, что это не ошибка, не плохое качество чего-то (музыки, вокала, чего-то там ещё). Здесь всё правильно, и качество - хорошее. Для данной цели –хорошее. Так надо. В конце концов, людей, умеющих петь, сколько угодно, но в звёзды их не привлекают. У нас в компании несколько бывших преподавательниц музыки. На наших вечеринках они поют на запредельно прекрасном по сравнению с современными звёздами уровне. Но это совершенно другая профессия.

Впрочем, бывают звёзды, и их, на мой взгляд, становится больше, и безо всякой профессиональной привязки. Звёзды в чистом виде. Они не поют, не танцуют, но они тем не менее – звёзды. Они просто «зажигают», показывая пиплу, к чему следует стремиться. Это некий ходячий образец современного поведения. К нам пришло американское выражение «икона стиля» - вот это оно и есть. Они изрекают сентенции, они учат жизни и не просто учат, но в качестве образца публично проживают свою жизнь. Так надо!

Заодно они учат всему на свете. Если раньше хотели сделать, положим, передачу о воспитании детей – приглашали учителя, о причёсках - парикмахера, о кулинарии – повара. Теперь эта отрыжка старого режима счастливо преодолена. Для всех перечисленных потребностей – приглашают звезду. Потому что она – обобщённый образец современного человека. Она знает всё, а чего не знает – того и знать не надо. Главное, что она знает: живи сегодня! Веселись! Зажигай! Потребляй!

Одна из таких звёзд, Ксюша Собчак, однажды сказала гениальное: «Одни люди радуются жизни, а ОСТАЛЬНЫЕ им смертельно завидуют». Не другие, а именно – остальные. Иными словами, есть только два типа поведения – правильное: зажигать, веселиться, потреблять и презренное: смертельно завидовать удачникам. «Иного не дано», как назывался давний сборник перестроечной публицистики.

Кто не снами, тот наш враг, тот должен пасть. Кто не хочет звенеть, гудеть и потреблять – тот саботажник, вредитель, враг народа. Он и впрямь враг современного миропорядка.

Поговорим об этом враге. Что он собой представляет?

ЛУЗЕР – АНТИПОД ЗВЕЗДЫ

Я уже где-то писала, что скоро человек, не желающий сменить ай-фон на новый, потому что и старый-то толком не освоил, будет приравниваться к вредителю и саботажнику. Он, в самом деле, подрывает существующий если не общественный и государственный строй, то уж экономический порядок – точно.

Этого вредоносного субъекта, как говорил старик Мармеладов, «не просто выгоняют, а и поганой метлой выметают из компании человеческой». И поделом ему: не мешай глобальному бизнесу в его гешефтах, а то ишь наладился – не надо ему, видите ли…

Для активной борьбы с врагом его надо прежде скомпрометировать – это закон любой войны. Наши - всегда чудо-богатыри, а враги – всегда мерзкие уроды, вызывающие одну лишь брезгливость.

Соответственно и враг современного миропорядка отвратителен, смешон и убог. Он называется лох, лузер и совок. Он не сумел встроиться в современный сияющий мир по

причине своего недоумия, неспособности, непонимания. Ещё он болен завистью к УСПЕШНЫМ и мечтает об убогой совковой уравниловке. Поэтому жалеть его не стоит – его следует брезгливо презирать. Лучше держаться от него подальше, чтобы не заразиться духом лузерства, который от него исходит. Всё, что он вякает, не имеет никакого значения.

Зачем нужен этот образ?

Чтобы вовремя купировать любые сомнения. «Ты рассуждаешь, как лузер». А кому охота им быть? Вот именно. Значит, заткнись и тянись куда велят. Вот смысл этого персонажа.

На сегодня хватит.

В следующий раз я хочу поговорить о роли кредита в оболванивании населения.

И ещё осталась одна не освещенная тема: отличается ли мышление властей предержащих от мышления оболваненного потребителя?

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ: СОБЛАЗНЕНИЕ МАЛЫХ СИХ

Краткое содержание предыдущих серий.

Глобальный капитализм не может жить без экспансии (расширения). История Нового времени – это история борьбы за рынки. Однако со второй половины XX века новых рынков открыть уже невозможно.

При этом, начиная с 60-х годов в развитых странах все разумные потребности населения в жилье, одежде, бытовой технике в основном удовлетворены. Поэтому капитализм пошёл по пути формирования ложных и вымышленных потребностей, прибегнув к широкомасштабному воспитанию «нового человека» - идеального потребителя - посредством образовательной системы, СМИ, рекламы. Это жизнерадостный инфантильный невежда, одержимый жаждой всё новых и новых игрушек и прикольных впечатлений.

Формированию такого человека много способствовало падение популярности естественно-технического знания, что в свою очередь произошло ввиду ослабления гонки вооружений, которая была главной заказчицей этих знаний.

ГДЕ ДЕНЬГИ, ЗИН?

Однако как бы ни был идеален идеальный потребитель, как бы ни велика была его готовность купить всё, что глобальный капитализм пожелает ему «впарить», как бы свято он ни верил всем маркетинговым сказкам, которыми подчуют его СМИ, как бы ни были, стараниями прогрессивного наробраза, отрывочны и расплывчаты его представления о мире и его законах - всё равно он ничего не купит, если у него вульгарно нет денег.

Значит, нужно сделать так, чтобы деньги появились.

Иными словами, капитализм столкнулся с таким потребителем, у которого, с одной стороны, всё есть, а с другой – нет денег. Лишних, по крайней мере, чтобы наращивать потребление. А надо ведь именно наращивать.

Решение и этой задачки было найдено: кредит. Потребительский кредит.

Собственно, кредит существовал всегда, но главным заёмщиком в классической экономике является бизнес, а не домохозяйства. Обыватели деньги КОПЯТ и несут в банк, а банк даёт их взаймы бизнесу – на раскрутку новых проектов, на, по-советски выражаясь, капвложения. Советский призыв хранить деньги в сберегательной кассе - именно и выражал такой подход.

Написала и вспомнилось. Слякотный осенний день, мы идём с мамой по Егорьевску, я меряю сапогами лужи. Я что только научилась читать и читаю всё подряд. «Храните деньги в сберегательной кассе!» - призывает лозунг.

- А это зачем? – удивляюсь я. – Дома что ли нельзя?

Я знаю, что значит «копить деньги» и уже сама коплю на свои маленькие радости: складываю однокопеечные монеты (сегодня это, пожалуй, рубль с небольшим по паритету покупательной способности) в красивый резной деревянный бочонок, который стоит у бабушки на диванной полочке.

- На эти деньги, - объясняет мама, - государство построит дома, мосты, заводы. Мы даём нашему государству взаймы.

Ответ меня удовлетворил, я даже хотела поучаствовать своей копилкой в государственном деле, но вскоре открылась предновогодняя торговля, и я соблазнилась огромным серебряным ёлочным шаром с малиновым цветком на боку. Вообразите – он жив и поныне.

Интересно: этот эпизод я напрочь забыла, а стала писать про сберкассу – он и всплыл. Значит, ничего на свете не забывается, где-то всё лежит… Впрочем, вернёмся к кредиту.

Обывателю надо было во что бы то ни стало дать денег. И ему дали. Возник потребительский кредит. Бери – покупай – наслаждайся, потом отдашь.

ЖИВИ СЕГОДНЯ: РАСПЛАТЫ НЕ БУДЕТ!

Народ кредита, в общем-то, всегда боялся. Это заложено в генетической памяти: долг – это бремя, это зависимость, «берёшь чужое на время, а отдаёшь своё навсегда». В пьесе Островского «Свои люди – сочтёмся» несостоятельный должник попадает в долговую яму самым что ни наесть физическим образом. Народная мудрость учила сторониться кредита, рекомендовала жить по средствам: по одёжке протягивай ножки, не в свои сани не садись. На большие покупки деньги КОПИЛИ.

Подозрительное отношение к долгам и кредиту заложено в фундаменте сознания простого человека, в его религиозной подкладке. А религиозная подкладка жива и у тех, кто вроде бы ни во что не верит.

В Средние века католическая церковь запрещала христианам ростовщичество – это считалось богопротивным промыслом. Именно поэтому им занимались евреи: их религия этого не запрещала; из них же и сформировались впоследствии крупные банкиры. Позднее отцы церкви и средневековые моралисты стали терпимее к кредиту, поскольку он был нужен для хозяйственного развития, но, к примеру, Фома Аквинский рассуждал о справедливом ссудном проценте, который грешно превышать. Кредит был обставлен большими ограничениями. (Об этом рассказывает Винер Зомбарт в классической книге «Буржуа»).

И вот – всё перевернулось с ног на голову.

Жить в долг не только не стыдно, но даже почётно. Это огромный переворот в сознании, глубокая смена культурной парадигмы. Но она – произошла! Именно так живут современные и продвинутые, а копят – лохи. Именно в этот период, в начале 70-х, доллар был «отвязан» от золотого стандарта. Это не случайное временнОе совпадение – это вселенское жульничество. Которое никто как-то не заметил. Я уже не раз писала: главное не замечается, его словно бы и вовсе нет.

Люди сначала в Америке, а потом и в других странах стали учиться жить в долг. Ты берёшь кредит, потом новый кредит для покрытия предыдущего, потом третий для покрытия второго – и так до бесконечности.

Знаменитый предсказатель кризиса 8-го года Хазин пишет, что истинно новая эра началась тогда, когда банки стали раздавать кредиты не тем, кто, по мнению заимодавца, сможет этот кредит вернуть. Вовсе нет! Эта отрыжка старого режима была счастливо преодолена в ходе поступательного развития прогрессивного человечества. Кредиты стали раздавать тем, кто способен их ОБСЛУЖИВАТЬ, т.е. платить проценты. Тут дело пошло беспримерно бодрее: таких оказалось неизмеримо больше. Надо ли возвращать? Ну, в принципе, да. Но мало ли что в принципе надо, а на практике как-нибудь перекрутимся.

БОГАТЫЕ БЕДНЯКИ

Перед кризисом 8-го года я видела на Кипре такие впечатляющие картины. Приезжали целые автобусы англичан и покупали недвижимость на этапе подготовки стройплощадки. Говорят, из Англии их привозили специальными рейсами. Они толклись недалеко от нашего домика, и я иногда даже беседовала с ними. Это абсолютно простые и вовсе не богатые обыватели; в прошлых поколениях люди этого круга и мечтать не смели о заморской даче. Дача на тёплом море – это, как ни крути, буржуйское удовольствие. Но им дали – кредит. И

они вкладывали его в недвижимость. Тогда это был быстро растущий актив, к тому же грела мечта: уехать в старости на Кипр и наконец – пожить всласть. Кипр ведь бывшая английская колония, там понимают английский, там даже движение левостороннее. И они – эти простые тётки и дядьки – покупали то, что в прежнее время было доступно немногим избранным. Вот какое чудо сотворил кредит! Что будет потом? Ну, в случае чего перекредитуются. А потом! Потом – опять. А потом что-нибудь ещё придумают государственные и банковские мудрецы и вообще «Don't be negative! Мысли позитивно!»

На возврат кредита никто всерьёз не рассчитывал и не рассчитывает, зато колёса капитализма исправно крутятся, кредит не даёт остановиться этому круженью. Строятся дома, клепается техника, шьются шмотки. Такая же история была в Испании: там тоже покупали заморские дачки. Теперь, пишут, там безработица достигла 20% - когда дачки строить перестали.

Любой кредит, даже самый что ни наесть нормальный и честный, - это всегда заимствование у будущего. Ты получаешь что-то сейчас, а платишь потом. А теперь вообразите: массовым образом никто не рассчитывает на погашение кредита, т.е. даёт, рассчитывая лишь на то, что кредит будет погашен из следующего кредита, а тот из послеследующего. Расплата отодвигается и отдвигается в будущее ради того, чтобы кто-то купил новую тачку или третий телевизор в малогабаритку.

На что это разительно похоже? Ну, разумеется, на финансовую пирамиду. Финансовая пирамида – это когда выплаты предыдущим происходят из взносов последующих. Так и с кредитами: предыдущий отдаётся из последующего. Очень похоже на пирамиду. И не только похоже – это она и есть. И судьба её та же – рухнуть. Кредитная пирамида выстраивается ради сегодняшнего, сиюминутного кручения шестерёнок хозяйственного механизма. Расплата отодвигается на потом. Расплата в обоих смыслах: и возврат кредита, и расплата в жизненном и религиозном смысле.

А раз плохое будет потом, в будущем, надо жить так, словно его и нету вовсе. Отсюда настырные призывы жить «здесь и сейчас», «жить в отсеке сегодняшнего дня». Эта мотыльковая философия становится прямо-таки превалирующей и чуть не официальной.

МОТЫЛЁК ЛЕТИТ В СКАЗКУ

Кредит совершенно выбил почву из-под ног у всякой рациональности сознания. Мир предстал для современного человека словно отражённым в кривом зеркале: вроде то же самое, но пропорции смещены. Люди ни с того ни с сего стали КАК БЫ гораздо богаче, не предприняв к тому ни малейших усилий. Они не стали ни лучше, ни больше работать, они не изобрели новых источников богатства, но вдруг невозможное прежде стало возможным.

Единственное, что на сегодняшний день требуется от обывателя – это ХОТЕТЬ. Постоянно хотеть: новых вещей, поездок, развлечений, впечатлений. Это раньше учили: на каждое хотенье есть терпенье. Сегодня кто не хочет – завистливый лох, убогий лузер, ностальгирующий по совковой серости. А настоящий человек хочет всегда. И всего. Для того и существуют банки с его потребительским кредитом. Протяни руку и возьми – долдонит реклама. Нет никаких ограничений. Ты – главный, ты – лучший, ты – пуп земли, всё для тебя. Возьми же, возьми, купи, получи. Кредит за пять минут, за одно посещение, одним движением без поручителей, только зайди…

ЧТО ВВЕРХУ, ТО И ВНИЗУ…

Что сверху, то и снизу, что вверху – то и внизу, - говорит старинная восточная мудрость. Ровно то же самое происходит и на уровне стран и народов: народ ведь - коллективная личность, и тоже поддаётся охмурению. Сейчас в ЕС квохчут по поводу Греции, да и не только Греции: ах, долги, ах, надо сокращать государственные расходы! А кто этих бедных греков втянул в эту дурацкую историю? В ЕС кто их принял? Кредитов кто им надавал? Та же самая Германия и надавала, чтобы покупали её товары, потому что иначе не будет крутиться колесо капитализма. Неужто немцы не знали, что греки – не немцы и никогда ими не станут? И убиваться на работе они не будут, а будут вечно лениво болтаться

по кафе, как это у них заведено? Этого что ли не знали? Ну, съездили бы разок отдохнули в Греции, посмотрели бы своими глазами. Да знали, конечно… Но предпочитали – не знать. Эйфория сиюминутного решения проблемы перевешивает все доводы разума.

Когда каждый человек и каждый народ трудился и жил заработанным – мир подавал ему правильные сигналы. Сегодня, когда те и другие живут заимствованным у будущего, а там трава не расти – они не получают сигналов обратной связи или, что ничем не лучше, получают ложные сигналы. Они не понимают, что происходит, они продолжают танцевать на палубе, как им предписано массовиками-затейниками, а корабль-то тонет. Это что-то вроде того, как в шахтах отключали датчики метана.

КОНЕЦ ВСЕХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Постепенно люди начинают жить в волшебной сказке. Иногда она превращается в страшную сказку, но не перестаёт быть сказкой. Ну, не сказка ли, что кредиты на дома в Америке выдавали безработным неграм?

И без того не слишком твёрдое обывательское сознание окончательно расшатывается, теряя твёрдую опору.

Человек перестаёт понимать, богат он или беден, если богат – насколько. Понимать это необходимо для правильной оценки своего положения в мире – так вот эта оценка у современного человека совершенно смещена и подорвана.

Чтобы люди брали кредиты и покупали, покупали, покупали, а потом опять брали кредиты и вовсе ни о чём не задумывались, совершенно необходимо поселить их в сказочном мире, где всё возможно и нет ничего принципиально невозможного. В мире чуда. Где что-то получается из ничего. Ведь чудо – это и есть нарушение законов сохранениях – получение чего-то из ничего. В первую очередь, естественно, денег.

Прежние поколения жили в строгом, рациональном мире, где жить надлежало по средствам, деньги беречь и копить, где требовалось честно и трудно работать, чтобы получить заработанную награду в виде твёрдого достатка. Так было не только в скучном совке, но – в не меньшей мере – в капиталистической Америке, да и везде так было.

Сегодняшний мир – это все больше и больше мир сказки. На дороге истории выставлен знак «конец всех ограничений». Больше нет ни физических, ни экономических законов, даже арифметических-то почти что нет.

В старом нудно-сером мире требовалось планировать и думать о будущем. В новом, сияющем, нет ни прошлого, ни будущего. «Живи сегодня!» - внушает реклама. Учёные психологи на своих семинарах учат жить в отрезке сегодняшнего дня: не жалеет о прошлом и не беспокоиться о будущем. А в случае какого беспокойства – немедленно отправляться на шопинг. «Шопинг – лучший допинг!»

Нельзя ничего откладывать на потом – особенно наслаждение. Вообще обязанность современного человека – это непрерывно наслаждаться. Пожалуй, это единственный долг современного человека, не любящего и не понимающего никакого долга. Правильный критерий принятия любого решения: «Меня это радует?» Если не радует – значит, что-то не то, поищи другое. Вообще, надо постоянно веселиться, развлекаться, словом – зажигать. Для тех, кто не может сам – существует непрерывный юмор по телевизору; ну, это низшая ниша. А так – клубы, поездки, вечеринки. Таков современный тренд и идеал жизни. Не всем удаётся, но идеал – таков. Работе в этом сияющем мире всё стыдливее ютится в тёмном пыльном уголку.

И то сказать, это раньше деньги связывали с работой. Сегодня – эта связь всё больше размывается. Её уж и нет почти. Сегодня чтобы стать богатым, надо в первую очередь мыслить позитивно, а это уж позволит тебе оказаться в нужное время в нужном месте. И ты шагнёшь прямо в сказку. Ты и сейчас в сказке, но шагнёшь в ещё более счастливую сказку.

Я постоянно провожу занятия с простыми людьми – моими продавцами (впрочем, все, за малым исключением, с высшим образованием). Они принадлежат к типу нормальных московских телезрителей. Люди они хорошие, добрые, славные, я испытываю к ним искреннюю симпатию. Но насколько же исчезающее мала рациональная составляющая их психики! Я постоянно делаю одну и ту же ошибку: пытаюсь что-то логически обосновывать

и разъяснять, словно это какая-нибудь нудная теорема, в то время как надо просто что-нибудь радостно выкрикнуть, да и дело с концом. Они мне не раз говорили: «К чему нам это всё? Мы Вам верим, скажите, как правильно, а мы запишем».

Время от времени многие из них влипают в какую-нибудь финансовую пирамиду, которая несмотря на многочисленные опыты, в очередной раз кажется им блестящим шансом быстрого обогащения. Неизменно теряют деньги и со слезами приходят обратно – восстанавливать потерянное. И так повторяется по многу раз. Никакого опыта эти взрослые дети не признают.

Многие не понимают порядок распределения прибыли от продаж, хотя у каждого есть книжица, в которой он досконально описан. Просто это – трудно, и они не читают, а на занятиях – отвлекаются. Есть и такие (я сама это недавно открыла), которые просто не понимают, откуда берутся деньги, которые они получают по прошествии месяца, помимо своих прямых продаж. Им это кажется каким-то чудом, но они не считают необходимым поинтересоваться – мало ли, в самом деле, чудес на свете?

Это – нормальный, средний горожанин среднего и старшего возраста. Такие не все, но – многие. Они любят сказки, живут сказками и в сказках.

Недаром «из всех искусств для нас важнейшее» производить сказку за сказкой. И не для детей – для вполне даже половозрелых особей. Совсем недавно властителем дум был Гари Потер, а теперь на волне – вампирские истории. Взрослые люди постепенно приучаются жить в столь же фантастическом мире, как люди древние, которые знали точно, что на Олимпе живут боги, в лесу – леший, в реке - русалка.

ЧЕЛОВЕК ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ

Люди всё больше и больше живут не разумом, а эмоциями. Женоненавистник Шопенгауэр приписывал такое мировосприятие женщинам и детям. Теперь так предписано мыслить всем, и многие, очень многие радостно исполняют это предписание. Возможно, мы присутствуем при выведении новой человеческой породы: взамен человека разумного – человека эмоционального. Не удивлюсь, что через некоторое время человек, привыкший думать и рассуждать, будет считаться «тормозом», едва не аутистом.

Собственно любое сообщение любого рода апеллирует уже сегодня только исключительно к эмоциям. Сейчас по ТВ крутят предвыборные ролики партий. Там нет ни одного рационального довода – только более или менее удачное нагнетание эмоций. Они и голосуют сердцем, а чем ещё-то?

Этим людям можно внушить всё, что угодно: ведь в их мире (правильнее сказать – в их картине мира) никаких объективных ограничений нет.

И потребительский кредит сыграл не последнюю роль в формировании этого мира. И это очень удобно хозяевам жизни. Тем самым, которые представляют интересы глобального капитализма.

«Если кто соблазнит одного из малых сих, верующих в Меня, тому лучше было бы, если повесили ему мельничный жернов на шею и потопили его в глубине морской» (Мтф.18:2.3.6), - говорил Спаситель. Сегодня малых сих соблазнили до полного лишения чувства реальности. Но жернов на шею, боюсь, надеть предстоит тоже им. То есть всем нам.

* * *

Последний вопрос, который мне хочется обсудить в рамках этой темы, вот какой.

Некоторые мои читатели (которым всем большое спасибо) пишут: во все времена простые люди были не бог весть, как разумны и рациональны, да и образованием не блистали. Главное – это вожаки человеческого стада. Важно, как мыслят они. Вот об этом я и хочу поговорить в следующий раз – об образе мышления властей предержащих. Не о содержании, а именно о типе мышления.

ПРОСТЫЕ И НЕПРОСТЫЕ

Последний вопрос, который мне хочется обсудить в рамках этой темы, вот какой.

Некоторые мои читатели (которым всем большое спасибо) пишут: во все времена простые люди были не бог весть, как разумны и рациональны, да и образованием не блистали. Главное – это вожаки человеческого стада. Важно, как мыслят они. Вот об этом я и хочу поговорить в следующий раз – об образе мышления властей предержащих. Не о содержании, а именно о типе мышления.

Про мышление простых людей исчерпывающе сказал боярин Шуйский в «Борисе Годунове» (сказал, разумеется, Пушкин):

Бессмысленная чернь,
Изменчива, мятежна, суеверна,
Всегда пустой надежде предана,
Мгновенному внушению послушна,
Для истины – глуха и равнодушна,
А баснями питается она.

При этом «бессмысленная чернь» – это не обязательно простолюдины, сюда могут быть по праву причислены и люди высокопоставленные, обладающие соответствующими качествами мышления и сознания. Это вообще характерная для Пушкина мысль – о черни как состоянии сознания, но нас сейчас интересует не Пушкин.

В приведённых строчках о массовом человеке, герое написанного через сто лет «Восстания масс», сказано всё. Ну или почти всё. Я никогда не читала о данном предмете ничего более лапидарного и точного.

Так вот вопрос: современные вожди, пастухи человеческого стада, - они – кто? По состоянию сознания и мышления?

Очевидно: те, кто ведёт, должны знать больше, глядеть дальше, мыслить чётче, чем ведомая масса. В предыдущих постах я в меру сил пыталась показать, что многомиллионная человеческая масса намеренно оболванивается, т.е. искусственно опускается ниже своего естественного умственного состояния. Ей намеренно внушается мифологически-инфантильный образ мышления и детсадовское состояние сознания. Такое сознание требуется, как открыл нам Николай Носов в «Незнайке на Луне», чтобы из нормальных коротышек изготовлять баранчиков для стрижки. Кому и зачем это нужно именно в наши дни и составляло содержание предыдущих постов.

МЫСЛИТЕЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Остаётся вопрос: а сами-то пастухи мыслят как подведомственные баранчики или иначе? Как именно они мыслят?

Ответ прост: а НИКАК.

То есть как – никак? Как государственные умы могут не мыслить? А так вот и могут. Им не до этого, они заняты. А мышление они перепоручают своей челяди. Ну как рулить на машине или там обед сготовить, в комнате прибраться. На это есть специальные люди. Откуда это мне известно? Что я – из кругов, близких к Кремлю? Избави, Боже: от Кремля я далека, как от луны, даже живу за МКАДом. А сведения мои – из самых общедоступных и открытых источников. Не зря говорят: даже шпионы большинство шпионских секретов черпают из открытых и общедоступных источников.

Вот, к примеру, благоволите прочесть нижеследующее.

19/11/2010

Дмитрий Медведев не успевает прочитать текст послания Федеральному собранию из-за плотного графика 20 ноября 2010

Никак не может быть назначена окончательная дата послания президента России Дмитрия Медведева Федеральному собранию.

Существуют рабочие даты, сказал Gazeta.ru источник в администрации президента. «Но, пока президент не посчитает, что послание готово, даты условны», - пояснил собеседник.

Исходя из графика президента, речь шла о 30 ноября, но это дата не окончательная, признаются в Госдуме. Во всяком случае, приглашения на чтение послания пока не получили ни парламентарии, ни губернаторы.

Главная причина — текст послания не готов. Президент уже возвращал на доработку один вариант, а свежую версию он не может прочитать из-за напряженного графика и постоянных командировок, говорят в Кремле. С этим же связана и неопределенность с датой.

Также газета отмечает, что впервые разработку послания курирует руководитель референтуры главы государства Ева Василевская, а не помощник президента Джахан Поллыева, которая занималась этим у Бориса Ельцина, Владимира Путина и самого Медведева.

30/09/2009

На посту спичрайтера Медведева поэтессу Поллыеву заменит Василевская

Президент России Дмитрий Медведев своим указом назначил Еву Василевскую начальником референтуры президента РФ, сообщила во вторник пресс-служба Кремля. Василевская писала для Медведева тексты еще в его бытность вице-премьером. При этом в сообщении отмечается: "Согласно распределению полномочий администрации президента Российской Федерации, работу референтуры президента Российской Федерации курирует Джахан Поллыева".

Как сообщалось, глава государства в последнее время отказывался зачитывать тексты, подготовленные Поллыевой, ветераном кремлевской службы и поэтессой. Поллыева досталась Медведеву в наследство от Владимира Путина и от Бориса Ельцина. Многие ждали, что новый глава государства сразу же сменит ее. Политологи тогда рассуждали, что Медведеву необходимо выработать собственный стиль, а для этого понадобится новый составитель текстов. Однако отставки не случилось.

После своего избрания Медведев почти не поменял состав референтуры. Это подразделение участвует в подготовке ежегодных Посланий Федеральному собранию и других программных выступлений главы государства, а также в издательских проектах, связанных с обеспечением деятельности президента по вопросам образования и науки.

Единственным новым лицом там стала 42-летняя Ева Василевская. До этого она занимала должность референта первого вице-премьера Медведева, а еще раньше работала в пиар-службе "Газпрома".

Проблемы у Поллыевой начались не так давно. В последнее время президент все меньше доверяет ее текстам. Так, на встрече со студентами Питтсбургского университета Медведев демонстративно отказался зачитывать текст выступления, подготовленный референтурой. В то же время к текстам, которые готовит Василевская, глава государства относится благосклонно.

Смена спичрайтера вовсе не значит, что президент намерен менять команду, считает замдиректора Института социальных систем Дмитрий Бадовский. Просто у Медведева сформировалось свое представление о президентской стилистике: "Логично, что теперь ему нужен новый человек".

Джахан Поллыева - советник президента и поэтесса

Джахан Реджеповна Поллыева - уроженка Туркмении, выпускница Юридического факультета МГУ. В Кремле Поллыева работает давно, она писала речи для Бориса Ельцина, для Владимира Путина, а теперь и для Дмитрия Медведева. Год назад эксперты прочили Поллыеву на пост руководителя Федерального агентства по делам СНГ, утверждая, что она станет идеальным кандидатом на эту должность.

Поллыева не лишена литературных амбиций: переводит стихи и песни, пишет и исполняет собственные романсы, а когда-нибудь мечтает написать книгу в духе "Гарри Поттера". Поллыева - автор песен для "Фабрики звезд" и для фильма "Ирония судьбы. Продолжение".

Текст из «Газеты.ру», прошлогодний, но меня интересует принципиальный подход, а не актуальные детали.

Для человека понимающего эта штука посильнее Фауста Гёте, пардон, - публичного свиста. Свист, ну что свист? Просто хамоватое выражение невнятного неодобрения. А тут – очень даже внятно. Тут деловитой скороговоркой сообщается, что важнейшие государственные тексты сочиняются какими-то безвестными и безымянными личностями, возглавляемыми дамами-сказочницами. И по-другому быть не может, не бывает по-другому. Чехов не зря говорил: наибольшее впечатление производит нечто, рассказанное просто, нейтрально и даже словно бы отстранённо. Это действует сильнее всякой патетики и «сильных» выражений. Вот и на меня этот текст производит гораздо сильнейшее впечатление, чем любые политические крики и вопли.

Что из него следует? А то, что государственная мысль в современном мире считается чем-то вроде коммунального обслуживания: нанял, ну тебе и написали. Да, именно так и есть. Есть же сейчас «образовательные услуги» - ну, значит, могут быть и услуги мыслительные. А почему нет?

Обычное возражение такое, вернее, их два. Первое: во всём мире так делают. И второе: они просто пишут, а мыслят сами начальники.

Что везде так делают – верно, делают. С соответствующими результатами. Вообще – и об этом часто писал Лев Толстой – формулой «все так делают» оправдывается множество дрянных дел и даже прямых преступлений.

СЛОВО – МАТЕРИЯ МЫСЛИ

Теперь о том, что им ТОЛЬКО пишут. А мыслят они сами. Вот об этом надо сказать со всей определённостью.

Человеческое мышление – словесно. Мысль, не обличённая в слова, - это не мысль, а только некое смутное предчувствие мысли. Маркс говорил, что над мыслью тяготеет проклятие: быть облачённой в материальную оболочку – слово. Слово – это материя мысли. И иной нет. Из этого факта родились разные философски-лингвистические учения о том, что язык мыслителя определяет, задаёт его мысль. Не будем их касаться, это уведёт нас в сторону, хотя учения эти меня всегда привлекали, ну да Бог с ними.

Важно уяснить главное: если человек не может изложить свою мысль, значит, он её не имеет. «Понимает, но сказать не может» – это относится к нашим домашним любимцам, а не к нам. У людей всё просто: либо может сказать, либо не понимает. Третьего не дано.

Я лично всегда сама пишу главнейшие тексты, определяющие работу нашей компании. И не потому, что меня это сильно развлекает: просто это важнейшая работа, которую нельзя доверить никому. Это вопрос стратегии, вопрос создания смыслов.

Если кто-то поручает кому-то что-то за него написать, то получается текст этого кого-то. Выражающий умственный уровень и кругозор реального сочинителя текста. Что другой дал основные направления, так сказать, сюжет – ничего не значит. Пушкин дал Гоголю сюжет «Ревизора» - что ж теперь будем считать «Ревизора» сочинением Пушкина?

Всякого рода воспоминания простых людей, записанные литераторами, - в высочайшей степени сочинения этих литераторов. Да что там, даже интервью – в значительной степени – произведение интервьюера. Что-то выбросить, изменить порядок слов, интонацию – и вот всё то, да не то.

Отсюда совершенно понятно, почему виднейшие государственные деятели – писали. Сами. Ручкой (карандашом) по бумаге.

Потому что они – думали.

Нельзя вполне уяснить какой-то вопрос, не прибегая к письму: не получится. Мышление так устроено, что наш ленивый ум пробегает мимо не слишком продуманных или просто слабых мест твоего рассуждения и охотно сосредотачивается на местах сильных и продуманных. Таков уж «повадливый» (выражение Достоевского) человеческий ум. А начинаешь излагать на бумаге – и вся конструкция разваливается, если она слаба и плохо продумана.

Екатерина II, по сообщению какой-то детской книжки, кажется, знаменитой «Истории» Ишимовой, вставала в пять утра, сама затапливала камин, чтоб не беспокоить слуг, садилась

и писала. Правильно делала: утренние часы лучше всего отводить для умственной – самой главной – работы. Было ли так или немного иначе – сказать трудно, но тексты-то были.

Невозможно представить себе, чтобы Ленин поручил кому-нибудь писать за себя. Ну, там речугу какую-нибудь или планчик вооружённого восстания накатать... Неплохая идея – верно? Но этого – не было и не могло быть. Это было бы эквивалентно поручению за себя думать. Тогда универсальный прогресс ещё не зашёл так далеко.

Среди крупных государственных деятелей прошлого были такие, кто был прямо-таки писателем – Иван Грозный, Сталин или, положим, Черчилль. Но таких, чтобы нуждались в умственных костылях, - таких не было. Это порождение наших дней.

НЕТ ВРЕМЕНИ

Универсальное объяснение, почему никто не делает того, что должен делать, известно каждому: некогда, нет времени. Объяснение годится для всего: и почему Вася не вынес мусор, и почему президент поручает писать доклад спичрайтеру. При этом каждый в глубине души знает: для того, что человеку ИСТИННО ВАЖНО время всегда находится.

Трудно предположить, что у Ленина или Сталина было больше досуга, чем у современных начальников. А ведь ухитрялись писать – не статьи – книжки! При этом Сталин, говорят, сам написал знаменитый «Краткий курс истории ВКП(б)», который до самого конца советской власти определял костяк любого изложения советской истории. Если это так, значит, он делал обратное общепринятому сегодня: «дарил» свои тексты, а не присваивал чужие; но это так, к слову.

«ОРГАНЧИК» ОЗВУЧИВАЕТ

Сегодня безвестные и невнятные что-то там сочиняют, а начальники – ОЗВУЧИВАЮТ. Хорошее слово, верное. Язык вообще великий проявитель: именно – озвучивают. Распространившееся это словцо вызывает в памяти щедринский органчик, запрятанный внутрь глуповского градоначальника. Ещё есть прелестное слово - «артикулировать» - лингвистический термин, означающий производство звуков языка с помощью органов речи. Вот эту работу наши начальники оставили себе.

Выходит дело, сегодня, умственная работа у нас (и не только у нас) в государстве не считается важной и нужной. Это просто часть коммунально-бытового обслуживания власти, не более того. Ну а если нечто не считается важным – может оно находиться на приемлемом уровне? Разумеется, нет. Оно и не находится.

А находится оно ровно на уровне той самой «глобальной песочницы», как назвала одна участница семинара в МГУ образ мысли человека постмодерна.

«МЫ НЕ ФИЛОСОФЫ, У НАС ЗАРПЛАТА НЕ ТА», -

говорил колхозник Глеб Капустин из рассказа Шукшина «Срезал». Наши начальники тоже не философы.

По-настоящему государственной мысли никто ни на каких уровнях не придаёт никакого серьёзного значения. Государственным людям это кажется фитюлькой, пустой игрой ума. Началось такое отношение не вчера: последним руководителем, который придавал значение, притом важнейшее, государственной мысли, был тов. Сталин. Он, как передают, говорил: «***Без теории нам смерть!***». Как в воду глядел Генералиссимус. После него государственная мысль существовала в чисто ритуальной форме: ну, полагается при благоучреждённом правлении иметь всяких там философов-политологов – ну их и держат. Вроде как вазочка на буфете или картинка на стенке – положено так, а вообще-то можно и обойтись. Серьёзного значения плодам их умствований начальники не придают, а уж самим этим делом заниматься – упаси, Боже: есть дела и поважней. При советской власти это были пятилетки, посевы, обмолоты, выплавки и запуски, сегодня – разруливание финансовых потоков. И всё в режиме «здесь и сейчас». Это всякие там Каддафи сочиняли свои «зелёные книги» (на что обратил моё внимание один из читателей), а нашим - некогда.

Общее обезмысливание государственной жизни гармонирует с постмодернистской «глобальной песочницей». Свою роль тут играет и наша российская историческая традиция – нелюбовь к мысли и даже боязнь её. Недаром все наши социологические и политические учения – импортные, заёмные. Об этом век назад много писал Николай Бердяев.

Русские, в том числе и интеллигенты, любят и ценят только простые мысли, одноходовки. (Социализм хорош – капитализм плох. Капитализм – хорош, социализм плох. Всё зло в КПСС, долой шестую статью Конституции! Частная собственность – всегда прекрасна! Частная собственность оказалась ужасна!). То есть общая атмосфера государственного безмыслия, царящая в мире, усиливается нашей домашней традицией умственной лености. Я всегда говорила, что мы – страна мирового гротеска.

Малое значение, которое придаётся государственной мысли, проявляется ещё вот в чём. Спичрайтерши первых лиц – тётеньки. Мы, русские, ещё не так сильно заморочены политкорректностью, как западные люди: на ключевых (взаправду, ключевых) постах у нас всё-таки мужики. А тут всё дамочки. Значит, дело это – для блондинок. Так оно –возможно, неосознанно – ощущается. Всякие там сказительницы, пленённые Гари Потером, поэтессы – шут их разберёт.

Кстати, та разлитая в воздухе атмосфера всеобщего бабства нашей государственной жизни, вероятно, отсюда. Впрочем, это тоже гармонирует со стилем постмодерна.

ДРЕБЕЗГИ МИРА

Главнейшее отличие сознания бытового, не затронутого образованием (я говорю о фактическом образовании, а не о дипломах вузов любой степени престижности) от сознания этим самым образованием затронутого, состоит вот в чём. Сознание простого человека – НЕСИСТЕМНО. Это значит, что простой человек может включать в число своих идей, мнений, убеждений (которым он чаще всего горячо привержен; сомнение – не его конёк) одновременно некое утверждение и отрицание этого утверждения. И такое положение его совершенно не беспокоит, не тревожит и не создаёт ни малейшего умственного дискомфорта. Он просто этого разнотыка не замечает. Вроде как на рекламе сигарет: на одной картинке «Райское наслаждение» и «Куренье – смерть!».

Вообще, сознание простого человека не стремится к картине мира, в которой все её элементы связаны между собой и взаимно обусловлены, т.е. образуют систему. Такое сознание – это сознание научное и свойственно оно людям, затронутым образованием. Это некое искусственное создание: первородный дикарь, «естественный человек» (тот самый, которому Руссо приписывал все добродетели), так вот естественный человек таким сознанием не обладает. Это создание хрупкое: если его не поддерживать, не обучать новые поколения такому мышлению, немедленно начнёт торжествовать мышление простое, естественное. Вот его повседневный образчик: «Уберите мусор, но не сжигайте его: я не желаю дышать диоксином. Я вообще-то курю, но это к делу не относится, это моё неотъемлемое право человека».

Системное мышление – это большое культурное достижение человечества. Оно помогло человечеству совершить его впечатляющее восхождение. Да не просто помогло, а, возможно, оказало на это восхождение определяющее воздействие. Но как всякая культура – оно хрупко и легко забивается торжествующей «натурой». Что-то вроде породистых растений или животных. Которые требуют ухода, прополки, кормёжки, иначе они гибнут. Или превращаются в непородистых. Так и с культурными навыками.

Мир образованного человека – это система, где все элементы связаны и взаимообусловлены. Мир «естественного человека» - это россыпь цветных стёклышек, столь высоко когда-то ценимых дикарями. Поднял одно, повертел другое…

Современное образование сегодня дрейфует в сторону дикарской модели мышления. Называют эту модель по-разному: клиповое сознание, мозаичное мышление, а суть одна – цветные стёклышки. Её не надо насаждать, как не требуется насаждать лопух под забором: сам вырастет. Так и дикарское фрагментарное сознание. Если не насаждать иное – вырастет само. А в наши дни ему ещё и помогают: вместо нудной физики-химии всякие занятности, которые в прежнее время печатались в календарях под рубрикой «Знаете ли вы, что…»

Физика без формул, английский – без грамматики – вот идеал, к которому следует стремиться. И он уже во многом достигнут. Из Германии пишут: в некоторых школах в виде опыта детей не учат… писать. Сразу сажают за клавиатуру.

С.Г. Кара-Мурза считает, что мозаичное образование на Западе характерно для школ для народа, а школы для элиты воспитывают системное сознание. Не знаю. О западной школе знаю лишь из бесед с западными родителями.

Но что наша государственная мысль основана на навыках дикарского – клипового – сознания – это факт. Откуда я знаю? А всё оттуда же – из открытых источников. Из фактов повседневной жизни. По делам их легко узнаются люди мозаичного мышления.

Вся наша государственная мысль – сплошные цветные стёклышки: поднял, повертел, бросил, поднял следующее…

При клиповом мышлении нет единой картины мира. Только осколки. Дребезги. Хватаемся за то, за это; что главное, что второстепенное – непонятно. И то сказать, как осколок может быть главным?

Когда-то Ленин учил: надо определить главное звено в цепи. Схватившись за него, можно вытянуть всю цепь. Эту мысль в старые времена так часто повторяли, что она стала казаться скучным трюизмом. А что, не так что ли? Большевики с малыми, почти что отсутствующими ресурсами достигали выдающихся результатов. Сегодняшние правители, купаясь в ресурсах, - не могут достичь ни-че-го. Потому что деятельностью всегда руководит мысль. Какая мысль – такие и результаты. Вот Ленин готовит вооружённое восстание. Где главное звено? Вокзалы, телефон, телеграф, мосты. Это главное звено цепи. Так победили. После победы революции что надо, чтоб закрепить победу? Где главные звенья? За что хвататься? И Ленин чётко их обозначил: государственная монополия внешней торговли и банковской деятельности. Это было важнее и неотложнее всего остального. Это несущая конструкция социалистической экономики. Мысль оказалась верная: отменив это во времена Горбачёва – социалистическую экономику немедленно развалили.

Системное мышление даёт возможность отличать важное от неважного, главное от второстепенного. Клиповое мышление - как детская или средневековая картинка, где отсутствует перспектива. Субординация ценностей отсутствует: каждый осколок равен любому другому. Все предметы одного роста. При таком подходе нельзя даже сказать, что мы-де жертвуем второстепенным в пользу главного и важного. Нет больше главного. Главное – всё. А значит – ничего.

Военные равны байкерам, спортивные игрища для инвалидов равны развитию тяжёлой промышленности – это осколки ничем не отличаются друг от друга.

Утверждение и отрицание мирно уживаются в голове простого человека.

И государственного тоже.

Не хватает денег на народное образование. Настолько не хватает, что всё время норовят выкрутить руки родителям и заставить платить. При этом ввели 11-й класс! Это сколько же человеко-часов? А если к прямым затратам присовокупить упущенную выгоду от неработы всех этих одиннадцатиклассников в течение года – жуткое дело получится! Так у нас не хватает денег или их избыток, девать некуда? Или это просто разные стекляшки? Разные дребезги мира…

У нас есть безработица, с которой надлежит бороться. Оно и понятно: раз есть безработица – значит должна быть и борьба с безработицей. Так полагается в благоустроенном государстве. Пособия платятся, центры занятости содержатся, то, сё. Но при этом надлежит считать непреложным фактом: мы не можем жить без гастарбайтеров. Не проще было бы привлечь к труду собственных бездельников и тунеядцев? Не-е-т, это никак не возможно: нельзя насильно привлекать к труду, это противоречит международной конвенции и демократическим принципам. Догматическая привязанность к каким-то слоганам – это тоже детское мышление, о чём чуть ниже.

Так у нас избыток или недостаток рабочей силы? Человек цивилизованной мысли непременно задал бы этот вопрос. И не просто бы задал, а доискался бы до ответа. Дикарь не испытывает интеллектуального дискомфорта от такой умственной раскоряки: это просто разные стёклышки – безработица и гастарбайтеры, Бог с ними.

Или ещё вот. Объявлено: **Великая Победа – наше всё!** Главное событие в нашей истории, да здравствуют ветераны, позор фальсификаторам, спасибо деду за Победу. **При этом тов. Сталин, который был Верховным Главнокомандующим в этой войне – плохой, бяка**. Настолько бяка, что даже поместить его портрет на бок троллейбуса на день Победы – очень спорная и подозрительная инициатива, непозволительное вольномыслие, граничащее с нелояльностью. Человек, обременённый логикой, рассудит так. Это простейший силлогизм, в учебниках логики обычно приводится такой: «Все люди смертны. Сократ – человек, значит, Сократ смертен». Так и тут: та война – наше всё. Сталин командовал той войной. Значит, и **Сталин – наше всё!** Но дикарскому сознанию – всё нипочём. Война войной, а Сталин – Сталиным. Это разные дребезги.

Примеры каждый может привести свои. Например, такой. Все согласны: у нас была замечательная советская наука и советская школа, которой мы по праву гордились. Это один осколок. А вот другой: её надо немедленно реформировать. Ну что тут скажешь?

СКОРО СКАЗКА СКАЗЫВАЕТСЯ…

Пели когда-то «Мы рождены, чтоб сказку сделать былью…» Вдоволь настебались над этими словами в Перестройку. И то сказать, с большевиками нам не по дороге: сегодня у нас наблюдается обратное движение - от были к сказке. Мы все во главе с мужьями разума и совета движемся к сказке, а иные уже там и живут. Приехали, в общем.

Даже больше, чем в сказке, живём мы, дорогие товарищи! В сказке надо поцеловать чудовище – и получится прекрасный принц. А в нашей сказке и этого труда не требуется – целовать там, наклоняться, радикулит ещё прострелит… У нас достаточно – переменить название. Назвать чудовище прекрасным принцем – и поверить, что оно от этого станет прекрасным принцем. Была ужасная милиция – стала прекрасная полиция. И целовать никого не надо, потому что, знаете, целоваться с ментами… м-да, охотников много не сыщешь. Главное – крепко верить и непременно «жить в отрезке сегодняшнего дня». Потому что в отрезке дня вчерашнего уже была такая конфузная оказия – переименование ГАИ и ГБДД. И прекрасного принца не получилось. Но об этом тс-с-с… - нам тут негатива не надо, мыслите позитивно.

Это ж настоящая сказка! Вернее – колдовство. «Пикапу-трикапу-скорики-морики – явитесь передо мной летучие обезьяны!» Бабушка пошептала – и всё прошло. Вот на какой версте исторической дороги находится наше – государственное! – мышление.

«ЗА ДЕТСТВО СЧАСТЛИВОЕ НАШЕ СПАСИБО, РОДНАЯ СТРАНА!»

Сказка идёт рука об руку с детством. С детством человечества или просто с детством. Глобальная песочница, в которой мы живём, - это детство. В которое мы впали вместе в нашими вождями. Господствующий образ мышления очень напоминает сознание шестилетнего ребёнка. Безусловно, дошкольника. Потому что школа с её нудными обязанностями и непреодолимыми ограничениями – разрушает эту светлую сказку. Недаром знакомые говорят родителям, которые рано отправляют ребёнка в школу: «Дай ты ему ещё годок пожить в детстве!» Сейчас о детстве можно не беспокоиться. Мы все в нём живём.

Шестилетка – он как? Схватил одну игрушку, потом другую, дольше десяти минут ни на чём не сосредотачивается. Чуть увидал что новенькое – подхватился и побежал. И неважно – лягушка это или электронная стрелялка, или книжка какая-нибудь. Вопрос «зачем?» - не его вопрос. Нету у него никаких зачемов – просто весело, прикольно, ноги сами несут от одного приключения к другому.

И в нашей песочнице такая же история.

Вдруг трах-бах! – расширение Москвы. Тут и колдовством попахивает: если назвать поля и перелески Москвой – они волшебным образом переменятся и СТАНУТ Москвой. Как это будет практически выглядеть? Да какая разница! Вы ещё по-старпёрски спросите, как будет решаться такая правовая коллизия: в Москве нет частной собственности на землю, а в Замкадье – есть. Так что же – у разных земель в Москве будет разный правовой режим? Или отменят частную собственность на присоединённых территориях? Но такие нудные вопросы

– не для сказки; как-нибудь обойдётся. Ну, постановленьице какое-нибудь примем, переименуем что-нибудь во что-нибудь, и дело в шляпе.

А может, вообще как-нибудь вся эта кутерьма рассосётся, как рассосалось уже множество разных суетливых начинаний. Вот с год назад балабонили, что-де из неперспективных городов будут свозить народишко в какие-то там «кластеры» по два, не то три миллиона душ. Что-то такое обосновывали, народу объясняли, что это-де мировой тренд – и что же? Отменили? Да нет, как-то позабыли в суете. Новая игрушка завелась, новое стёклышко мелькнуло. Краси-и-ивенькое…

Я уже писала, что в мышлении современного человека нет никаких ограничений: ни физических, ни химических, даже и арифметических-то уже почти нет. Чудо чудное, когда десятью хлебами сто тыщ человек – это нам раз плюнуть. Тут образ мышления народа и начальства трогательно едины: «Вышли мы все из народа, дети семьи трудовой».

Всем дадут денег: и военным, и штатским, и пенсионерам, и матерям, и чиновников не забудут, и учителям подкинут, и ведущим разных там драмкружков – вот как далеко зашла государственная забота. И всё это ни в коем случае не приведёт к инфляции. Ну ни за что! А почему? Потому что мы живём – в сказке! Это глупые коммуняки в прежнее время запрещали повышать зарплату больше, чем рост производительности труда – представляете, до какой нудьги люди способны докатиться в тоталитарном обществе? Нет, не зря их сковырнули, поделом. А сейчас – всё позитивно и беспрепятственно. Ну, разве что одного Кудрина убрали, который небось разводил своё бухгалтерское занудство про «нет денег». Вот теперь его самого нет. Впрочем, насчёт Кудрина – моё предположение, не более того.

Так и хочется сказать старым добрым лозунгом: «Народ и партия – едины!» Понятно, надеюсь, какая партия. **Народ и партия едины в своём детсадовском мышлении.** А мышление определяет действие. Или бездействие. Словом, то, что в уголовном праве объединено термином «деяние».

«НЕЛЬЗЯ ЗА ФЛАЖКИ!»

Беспрепятственность мысли распространяется на объективные законы мира. Они нам, действительно, не помеха. «Если только захочу – гору с места сворочу!»

Но у каждого ребёнка есть что-то такое, чего он боится – БУКА какая-нибудь, зяка-закоряка. Почему ЭТОГО надо бояться – неизвестно, но так положено. БУКА вовсе не коренится в объективном мире – она чистая придумка. У наших начальников это разного рода европейские каноны «вольности и прав», которые никак нельзя нарушить. Ну нельзя – и всё тут. Почему? Потому что бука. Нельзя насильно заставить трудиться тунеядцев, нельзя нарушить права наркоманов законно разрушать своё здоровье, даже сопливую школоту нельзя принудительно проверить на наркотики – это опять-таки нарушит какие-то там права.

Эти права человека – типичная бука детского сознания. Хитрые западные манипуляторы десятилетиями овиновачивали нас этими правами, пока наконец не достигли своего: мы овиноватились. Этот процесс шёл рука об руку с общим упадком духа и сознания. И теперь мы готовы соблюдать какие-то там права уродов хотя бы и ценой собственной гибели. Как же – вдруг нас куда-то не примут или откуда-то выгонят? Откуда выгонят? Наверное, из того «европейского дома», о котором грезил Горбачёв. Что мы там и не были сроду – ну, это пустяки. Всё равно Европа останется для России всеобщей «княгиней Марьей Алексеевной», как заметил больше ста лет назад Данилевский в широко популярной когда-то книге «Россия и Запад».

Долго ли может просуществовать наша песочница? Думаю, не слишком. И чем веселее праздник жизни, чем позитивнее мышление, чем ярче цветные стеклышки – тем дальше полетят дребезги. Не те, весёлые, о которых я писала. Другие – гораздо хуже.

И тогда нам поневоле придётся обрести прямой и суровый взгляд на вещи. Это очень трудно – прямой взгляд. Современный человек привык иметь взгляд кривой, уклончивый, вихляющийся. Ему хочется дёшево вывернуться. Но вряд ли это удастся. Всем, по крайней мере, точно не удастся.