

Идеологическая борьба с Западом вернулась в нашу жизнь после не слишком долгого отсутствия. Кое в чем идеологические основания сместились: например, раньше мы боролись с Западом с атеистических позиций, а теперь — с христианских. А вот в сфере морали изменения почти незаметны: в позднесоветские десятилетия власти твердили гражданам о «моральном загни-



вании» и «бездуховности» Запада, а теперь — о том, что на Западе попорны традиционные ценности, добро уравнено со злом и торжествует «бесполоя и бесплодная» толерантность. В чем сегодняшняя государственная идеология

катастрофически проигрывает советской, так это в целостности и всеобщности. У сегодняшней нет единственно верного учения, из которого выводилась бы методология науки в целом (тогда была марксистско-ленинская, а теперь какая?) и истории в частности (тогда все определялось борьбой классов, а теперь чем?). Неизвестно откуда вырастает и сегодняшнее представление о законности (тогда власти учили, что у нас она социалистическая, а у них — «буржуазная»).

По части экономики, пожалуй, разногласий нет: советский командно-административный проект, который мыслился как альтернатива рыночному, полностью провалился. В экономической жизни Россия не предлагает собственные альтернативы, безропотно принимая западные образцы и западные ориентиры.

В последние десятилетия существования СССР советские люди относились к идеологическим установкам по-разному — кто-то как к злонамеренной и ненавистной лжи, но большинство, скорее, как к привычному фону, к которому вполне можно приспособиться. Но была, по крайней мере, одна сфера, где в официальный лозунг «советское значит отличное» не верил никто. Речь о сфере потребления. Советский человек тратил массу времени, энергии, предприимчивости и, конечно, денег на

приобретение дефицитного импорта. Современные исследователи периода 1960—1970-х годов — историки и социологи — уверенно говорят о том, что в позднем СССР сложилось общество потребления, хотя само это понятие ученые формулируют по-разному. Например, Наталья Чернышова, автор книги *Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era*, опубликованной в 2013 году, определяет «общество потребления» как «социальный порядок, в котором потребительские товары обладают множественными социальными смыслами, выходящими за рамки их экономической ценности, и где потребление, его среда, дискурсы, восприятие и практики являются важной частью социальной ткани».

В позднесоветском обществе, напоминает Чернышова, товарный дефицит уже не был тотальным. Человек послесталинского — и особенно брежневского — периода давился в очередях вовсе не обязательно за жизненно необходимым. Советский потребитель стремился создать для себя и своих близких более эстетичное и модное пространство — обставить квартиру красивой мебелью и экипировать бытовую технику, носить элегантную одежду, пользоваться качественной косметикой и французскими духами.

Советское государство постепенно оказалось в сложном положении: с одной стороны, коммунистическая власть поддерживала установку на потребление, постоянно заявляя, что неуклонное повышение благосостояния трудящихся является его главной задачей. С другой — самозабвенное потребление приходило в противоречие с идеологическими установками и с миссией Советского Союза, который провозглашал альтернативный, социалистический путь общественного развития. Но уже в брежневское время советский человек все чаще норовил свернуть с начертанного ему социалистического пути на западный. Потребитель в СССР занялся обустройством своего маленького личного пространства, и грандиозный коллективный проект, чьи цели расположены где-то за пределами нашей жизни, стал ему решительно неинтересен. В советском обществе полным ходом шел процесс индивидуализации.

По всей видимости, коммунистическое руководство СССР осознавало нарастающую двусмысленность, но было неспособно ее разрешить. Брежневский режим был озабочен поддержанием стабильности, в частности, и для того, чтобы подчеркнуть свое преимущество по сравнению с «волютаризмом» Хрущёва. Память о Новочеркасском расстреле была совсем свежей, и, чтобы подобное не повторилось, Брежнев должен был думать о материальных нуждах советских граждан и тратить драгоценные нефтедоллары (в 1970-е годы доходы СССР от нефти сильно возросли) на закупку импортных товаров. Но одновременно советская пресса, кино и литература настойчиво осуждали «вещизм» как чуждое и вредное явление, с которым необходимо бороться.

Немаловажно и то, что сам потребитель испытывал сомнения в собственной моральной правоте: использование блата и иных практик «второй экономики», необходимых для добывания желанных дефицитных товаров, в общественном сознании было не вполне легитимным.

К моменту окончательного краха советского коммунизма граждане СССР оказались неплохо подготовлены к потреблению в бездефицитной экономике, но не выработали ни идеологической, ни этической основы для легитимации общества потребления западного образца, предпринимательства как деятельности, заслуживающей уважения, и материального преуспевания как мерила успеха. Значительная часть российских граждан и сегодня склонна воспринимать Россию как страну служащих на государственном жаловании — в первую очередь, врачей-учителей (инженеры в этой системе восприятия отошли на задний план, как и рабочие с крестьянами). Частное предпринимательство, а также целый ряд новых профессий, отсутствовавших в командной экономике, в эту картину

мира не вписываются, а политика властей усугубляет подобную двусмысленность — подобно тому, как это происходило в советское время. (Не случайно и в новой концепции истории предприниматели не числятся среди важных исторических фигур — ни те, что внесли свой вклад в развитие России XIX века, ни уж тем более нынешние.)

Деньги и потребление заняли центральное место в постсоветском обществе — как среди начальства, так и среди рядовых граждан, но в обществе в целом живет ощущение, что подобная система ценностей неправильна и аморальна.

Нынешний номер *Pro et Contra* посвящен изменениям в структуре потребления и доходов в постсоветскую эпоху. Исследование, проведенное **Лилией Овчаровой** с соавторами, привело авторов к выводу, что в российском секторе домашних хозяйств сложились экономические предпосылки для развития по модели постиндустриального общества, однако на этом пути возникают серьезные институциональные препятствия. **Марина Красильникова** задается вопросом о том, как далеко российский потребитель ушел от советского образца и насколько сумел приблизиться к рыночным стандартам. **Наталья Зубаревич** пишет о неравенстве доходов россиян, проживающих в разных регионах страны. **Борис Грозовский** констатирует низкую готовность россиян к предпринимательству; по его мнению, причиной является как «советское наследие», так и политика государства. За пределами главной темы мы публикуем статьи о двух странах Южного Кавказа, где недавно прошли выборы лидера страны. О ситуации в Азербайджане пишет **Томас де Ваал**, о Грузии — **Джулия Джордж**. **Екатерина Степанова** анализирует российско-американские отношения в связи с проблемой наркотрафика из Афганистана.



Мария Липман, главный редактор