

Анна Шор-Чудновская

От «нового человека» к «роскошной жизни»:

манящие образы в постсоветской России и их политическое значение

Резюме Политическое самосознание постсоветского российского общества не предлагает практически никаких консолидирующих идей, убедительных политических целей, т.е. нового «политического проекта», которой смог бы стать ориентиром для общества в процессе постсоветской трансформации. Вместе с тем, некоторые новые нормативы распространены в российском обществе, правда, на первый взгляд, они никак не связаны с политическим самосознанием. В данной статье рассматривается один из таких образов, а именно индивидуальное обогащение и «роскошная жизнь», и отстаивается тезис, что этот новый «манящий образ» парадоксальным образом связан с советской идеологией и утопией строительства «нового общества». Кроме того, представляется очевидным, что образ роскоши и «гламура», принявший в сегодняшней России гротескные формы, имеет политическое значение.

Ключевые слова: общественное сознание, постсоветский человек, советская идеология, постсоветская трансформация, политическая культура, гражданское самосознание

*Когда в поисках национальной идеи
страна нашла деньги,
и тем увенчались поиски.
Илья Мильштейн (2008)*

С тех пор, как прекратил своё существование Советский Союз, прошло 20 лет. Но в

постсоветской России так и не появилось проекта нового политического устройства общества, к которому было бы готово стремиться большинство его граждан. Нет объединяющих идей, направляющих мышление и действие, напротив, по большинству ключевых для политического самосознания вопросов общество расколото и не старается выработать единое понимание, более-менее единую позицию. Это касается и оценки советского прошлого, и отношения к себе – не то как к прямому наследнику советского режима (или в чём-то даже его продолжателю), не то как к обществу, которое с советским стилем мышления и методами государственной политики ничего общего иметь не должно. Слабые попытки «сверху» создать единый политический образ себя – предложить обществу, например, идеологию «супердержавы» или «жертвы постоянной агрессии извне», или «суверенной демократии» – не имели должного успеха, эти идеи не укоренились в общественном сознании ни в качестве убедительных образов самоидентификации, ни в качестве нормативов, определяющих, чем следует руководствоваться в социальной и политической жизни и/или к чему следует стремиться. Поиски национальной идеи по заданию Кремля в 90-х вспоминаются как неловкий анекдот.

I.

Даже если, по общему мнению экспертов и самих граждан, открыто сформулированная идеология отсутствует, в российском общественном сознании, конечно же, есть некоторые доминирующие жизненные ориентиры и «манящие образы». Их характер, если принять во внимание идеологическое прошлое страны, представляется крайне примечательным. При этом есть основания полагать, что, даже если они, на первый взгляд, совершенно неполитичны, они всё же являются частью политической культуры. А как составляющие политической культуры они относятся к факторам, объясняющим неудачи постсоветской трансформации и позволяющим прогнозировать её дальнейшие возможности.

Одним из таких распространённых ценностных лейтмотивов сегодняшнего дня являются деньги – причём не деньги как таковые, а обязательно большие деньги, позволяющие жить без материальных забот, более того, – в роскоши. Можно сказать, что российское общество следует идеологии материального обогащения. Приобщиться к классу богато или даже шикарно живущих людей, к миру исполнения чуть ли не любых материальных желаний, к миру «класса люкс» – один из манящих образов, ставший своеобразным общественным нормативом, регулирующим значительное число социальных отношений. Журналист «Огонька» Дмитрий Губин иронически замечает в этой связи, что показное и безоглядное потребление делает нас сегодня единой нацией (Д. Губин, 2007).

По моим наблюдениям, одним из показательных примеров может служить реклама,

особенно городская: рекламные щиты и «растяжки», украшающие улицы, отдельные дома, остановки общественного транспорта или станции метро. Независимо от того, какой именно товар рекламируется, какое у него назначение, ведущим образом в рекламном пространстве является «роскошная жизнь». Даже самые обыденные предметы наделяются привлекательностью за счёт ассоциации с «богатым» или «роскошным» образом жизни, к самой «роскошной жизни», в привычном понимании этого образа, никакого отношения не имея.

С этим связано и незнакомое западному потребителю широкое использование в России прилагательного «элитный», употребляемого зачастую в самых неожиданных, порой смехотворных контекстах: одежда рекламируется обязательно как «элитная одежда», сантехника – как «элитная сантехника», путешествия – как «элитный отдых», и даже плитка или стройматериалы – «элитные». Пусть это всего лишь плитка для ванной комнаты, но и она оказывается пригодной для конструирования образа «роскошной жизни», – рекламный трюк, обещающий эффективный сбыт товара населению, находящемуся во власти манящего образа. При этом стоит оговорить, что потребление роскоши не соответствует ни настоящим, насущным проблемам и потребностям граждан (адресатов этой рекламы), ни их экономическим возможностям и общему экономическому уровню в стране.

С манящим образом роскоши связано и победное шествие гламура по России. Гламур – игра в роскошь, которая в этой игре трактуется как признак значимости, особого статуса, силы и является важной жизненной ценностью. На обывательском жаргоне «гламурно» – это «круто», т.е. за этим стоит сила или даже определённая власть. Но гламур – это имитация, подражание, привлекательное, прежде всего, для тех, кому материальное положение подлинную роскошь не позволяет. Если на Западе гламур означает «быть знаменитым», мелькать на экранах телевизоров и вызывать всеобщее восхищение (даже не имея особых талантов и заслуг), о чём мечтают лишь специфические слои населения, отмеченные инфантильностью (в первую очередь, подростки), то в России гламурный образ жизни ассоциируется с богатством и удовлетворением самых капризных материальных притязаний. Как и богатство, он – символ успеха, он – то, к чему следует стремиться, на что должны быть направлены усилия. Журналист и писатель Андрей Максимов (А. Максимов, 2011) считает даже, что «единственно внятная философия жизни, которая есть сегодня в нашей стране, – это гламур». Он же пишет в этой связи и о жизненном успехе: «Потому что гламур – это что такое? Это ведь не просто нечто блестящее и бессмысленное. Нет, это вполне себе философия, смысл которой в том, что для того, чтобы быть счастливым, надо стать знаменитым и богатым. Стал? Молодец! Удалась твоя жизнь» (А. Максимов, 2011).

С выводом, что в современной России личный материальный успех (причём обычно подразумевается достаток как минимум выше среднего) служит доминантным

общественным императивом, созвучны слова заместителя главного редактора известного журнала «Русский репортер» (выпуск от 10–17 ноября 2011 года) Михаила Рогожникова, высказанные им в колонке главного редактора: «... [В] своё время в СССР человека, который занимался бизнесом, по закону подвергали наказанию вплоть до расстрела. Так что нынешние условия куда благоприятнее. Хотя убить могут, в том числе и в тюрьме. Но на пути к миллионам всегда лежат те или иные препятствия. Их надо преодолевать. Хорошая жизнь не будет доступна легко». Колонка Рогожникова озаглавлена «Русские должны быть богатыми» и заканчивается следующими словами: «На этой неделе, когда коммунисты празднуют очередную годовщину российской большевистской революции 1917 года ноября, нужно вспомнить о том, что 20 лет назад произошла другая революция, буржуазно-демократическая. Теперь русские должны быть богатыми. Если хотите, теперь это – наша миссия» (М. Рогожников, 2011, с. 12).

Если оставить в стороне достаточно вольное обращение с понятием «буржуазно-демократический строй» (который сам по себе совсем не предполагает повсеместного богатства), обращает на себя внимание, с какой лёгкостью оговаривается вероятность, что на пути к богатству и сегодня «убить могут», после чего, тем не менее, следует призыв – нет, не изменить ситуацию в обществе и в тюрьмах, а рискнуть, найти способ разбогатеть и выполнить таким образом «миссию». Какой же силы должен быть норматив «стать богатым», если он оправдывает даже риск быть убитым! При этом образ «миссии» создаёт впечатление, что разбогатеть надо не для себя, а для какой-то более высокой цели. Автор, однако, не объясняет, в чём заключается эта миссия и по отношению к кому русские её должны выполнить. Можно предположить, что автором руководит определённая уязвлённость и желание продемонстрировать миру, в какой мере русские могут сами для себя добиться материального процветания. Упомянутая «миссия» в таком случае – это всего лишь демонстрация собственных возможностей и желание завоевать признание и уважение. Таким образом, и здесь, как и во многих других случаях, роскошь и обогащение являются самоцелью, смыслом жизни, чуть ли не единственным – окончательным – мерилom индивидуального жизненного успеха.

Рядом с колонкой Рогожникова расположена реклама оргтехники фирмы Panasonic. На письменном столе, выполненном в стиле современного (модного) дизайна, рядом с солнечным окном стоит последняя модель многофункционального прибора для бюро. Больше никаких предметов на столе нет, но над ним висит книжная полка, и видны корешки следующих книг: «Толковый словарь» Владимира Даля, англо-русский словарь, книга по цифровой технике, справочник по искусству каллиграфии, книга «Финансовое планирование», пособие по современному искусству и книга «Бухгалтерский учёт» – именно в этом порядке. Совершенно очевидно, что, как и всё в рекламе, набор книг не случаен. Он представляет собой минимальный набор информации, сопутствующий материальному

успеху (который обеспечит рекламируемая оргтехника). Эта книжная ~~полмась~~ необходимых предпринимателю профессиональных знаний по управлению финансовыми ресурсами и некоторых основных знаний по языку и искусству. Реклама символизирует должный культурный уровень предпринимателя: без пособия по современному искусству не будет и материального успеха, без словаря Даля – не будет и богатства. Но сам по себе материальный успех является единственной целью образа жизни, созданного в этой рекламе.

И даже на недавно появившемся сайте протестного движения против фальсификации на выборах в качестве девиза одним из участников было выбрано «Свободная и богатая страна для свободных и богатых граждан»¹. Почему же и здесь – обязательное богатство? Неужели одной свободы в борьбе за честные выборы недостаточно?

И массовое общество потребления, и увлечение гламуром, безусловно, не являются специфической характеристикой российского общества. Но именно в сравнении с обществами Западной Европы и США поражает, в какой мере завоевали нормативы денег, обогащения, роскоши и «гламурной жизни» постсоветское российское общество. Так, например, исследователь Лариса Рудова, сравнивающая российское общество с американским, отмечает, что гламур в России приобрёл совершенно гротескные формы: гламурные образы потребления и роскоши повсеместны (см.: L.Rudova, 2008). В этой связи важно обратить внимание на то, что и политики разных уровней, от Рамзана Кадырова до Владимира Путина, появляются на экранах телевизоров с вызывающе дорогими часами или в солнцезащитных очках, чем дают повод для дискуссий в многочисленных интернет-форумах, – явление для западного общества необычное.

Политическое – всегда символично. Поведение политических лидеров транслирует определенные нормативные образы, приветствуемые в обществе «правила игры». Наблюдение за поведением политической верхушки и высокопоставленных государственных чиновников позволяет сделать вывод, что они активно поддерживают нормативный образ богатства, «идеологию обогащения». Так, например, Губин отмечает, что, «что бы не писали партии в своих программах, как бы ни ругали их ехидники за отсутствие идей, – главной и тотальной идеологией современной России является торжествующий гламур» (Д. Губин, 2007). А по мнению культуролога Ольги Савельевой, в обществе царит «согласие элиты с тем, что демонстративное потребление и гедонизм заявлены как её системная идеология» (О. Савельева, 2010). При этом у большинства не происходит «интернирования соответствующей ценностно-нормативной системы», а «принятие и освоение западных потребительских и социокультурных практик носит

¹ Сайт «Белая лента», электронный документ [www.belayalenta.com] (просмотр сайта 13.12.2011).

характер имитации» (там же)².

Об идеологеме «больших денег» и «обогащения» в связи с российской властью пишет и петербургский социолог В. И. Ильин: «В стране сформировалась такая социальная система, в которой деньги и материальные ценности стали почти единственным мерилom жизненного успеха. Даже власть, почти везде и всегда обладающая свойствами самостоятельной ценности, в России превратилась в инструмент личного обогащения. Властвующая элита собственным примером демонстрировала модель российской либеральной культуры, опорными принципами которой стали ничем не ограничиваемый индивидуализм, личное обогащение как смысл индивидуальной жизни, моральное оправдание любого действия, ведущего к рыночному успеху (обогатившихся не судят). (...) Элита формировала мораль, суть которой можно сформулировать просто: личный материальный успех – всё, а разговоры о средствах – аморальное любопытство...» (В. Ильин, 2005, с. 29).

Почему же подобная «мораль», подобная идеология смогла так прочно и повсеместно укорениться в постсоветском российском сознании? Я хочу предложить два возможных объяснения этому явлению, одно из которых связано с политическим прошлым, другое – с политическим настоящим страны.

II.

Одной из наиболее интересных – и в то же время малоизученных – особенностей советской идеологии являлся её созидательный характер. Как мы помним, она призывала строить новое – лучшее – общества и создавать (воспитывать) нового – лучшего – человека. Она подробно, дотошно расписывала желаемый результат этого эпохального эксперимента. Советские идеологи победно рапортовали об уже достигнутых результатах, что должно было являться дополнительным стимулом к новым действиям.

Как в случае с любой идеологией, тяжело определить, в какой мере идеология советская проникала в сознание людей и переделывала их под свои требования. Но допустимо предположить, что «человек советский» (*homo soveticus*) был мистическим сочетанием придуманного и распропагандированного идеального образа и реального «особого социально-антропологического явления» (Ю. Левада, 1993, с. 10). Идеальный образ – «новый человек» – манил и кружил голову, так как призывал создать людей, способных совместными усилиями справиться с любыми трудностями, красивых, мужественных и справедливых, таких, каких никогда еще не существовало на свете. Как известно, огромное количество достойных и талантливых людей попали тогда под обаяние

² О распространении имитационных практик в постсоветском российском обществе см. также Schor-Tschudnowskaja, 2005; Шор-Чудновская, 2009 и Schor-Tschudnowskaja, 2011.

этого образа.

Вместе с тем, советская идеология была идеологией исключительно репрессивного политического режима. Сочетание постоянной пропаганды строительства и самосовершенствования с жёсткой репрессивной («людоедской») государственной политикой являлось, возможно, одним из самых трагических моментов в опыте советского существования: советские люди пережили трагическую профанацию созидательности. Творческому, созидательному порыву – строителя и субъекта «нового общества» – чуть ли не с самого начала противостоял жёсткий запрет на любое действие вне установленных рамок. Громкая идеология созидания, призывавшая всех на эпохальное строительство, требовавшая от каждого своего вклада, строго оговаривала при этом, на *что* именно может быть направлено созидательное усилие. Идеологема строительства шла рука об руку с диктатом, которому оказывалась подчинённой почти любая созидательная энергия человека. Настоящая творческая свобода жестко контролировалась и зачастую жестоко наказывалась. Искренний отклик на призыв к строительству нового (лучшего) общества мог стоить жизни (особенно в 20-е и 30-е гг.), многим ломал судьбы. Творческое строительство оборачивалось рабским трудом – многократно воплощенным на гулаговских стройках (А. Шор-Чудновская, 2009).

По мере того как манящие образы советской идеологии теряли убедительность и как в советских гражданах крепились приватные интересы и потребности, советский режим терял фундамент своего существования. Среди многочисленных предположений о причинах крушения Советского Союза существует мнение, что советская система пала под давлением роста потребительских потребностей советского человека, который всё менее был согласен на одну единственную доступную модель «просто холодильника» или «просто телевизора» и становился всё более притязательным потребителем, что вступило в (неразрешимое) противоречие с советской системой и её экономикой, построенными на совершенно других принципах³.

Но постсоветский человек был не просто начинающим потребителем, он нёс в себе опыт профанации общественной созидательной энергии, связанные с ней трагические заблуждения, переживание утопии как жизненной возможности – всё это стало (прежде всего, для российского общества) «настоящей национальной драмой» (Ю. Борев, 2008, с. 11). Эта драма переживается общественным сознанием России до сих пор. Разочарование в нормативном общественном (политическом) проекте и совместных общественных, – а,

³ Ср.: «Таким образом, в 1980-е годы резко обострилось противоречие между потребительством масс, в значительной мере стимулированным государством через рост заработной платы и постоянное сравнение с процветающей Америкой, и существенно снизившейся в силу многих причин способностью государства насыщать рынок потребительскими товарами. Естественным результатом обострения этого противоречия стало массовое падение веры в коммунистическую идеологию, отказ лидерам КПСС в доверии и рост настроений в пользу необходимости «жить, как в цивилизованных странах», т.е. как на Западе. К началу 1990-х годов коммунистическая система была обречена» (В. Ильин, 2005, с. 12-13).

значит, и *солидарных*, – созидательных усилиях, которые могли бы этот проект осуществить, является одним из ведущих качеств политической культуры в постсоветской России (А. Шор-Чудновская, 2009). Ведь постсоветское общество отличается от советского не только слегка изменённым политическим и – намного более изменённым – экономическим укладом, но и отсутствием созидательной мечты, принятого в обществе «постсоветского проекта», его направляющего воздействия. И тяжелое бремя наследства, доставшегося постсоветскому обществу, – это и необходимость осознать, чем обусловлена его неспособность к продуктивной политике и созидательным коллективным действиям.

Защититься от трагического противоречия советского строя советским людям, если вообще и было возможно, то только одним способом: не воспринимать всерьёз пропагандистский призыв к созиданию нового, пропитывавший атмосферу советской жизни до самого её конца. Так постепенно рождался «человек лукавый»⁴, теряющий веру в общественное творческое усилие как таковое и защищающийся от главного, трагического противоречия советского строя и связанных с ним экзистенциальных рисков и страхов полной внутренней непричастностью к общественным делам, к устройству социального и политического мира вокруг себя.

III.

Постсоветская «идеология обогащения» в России – это явление, прямо противоположное советской утопии. Стремление к роскоши, как и культура гламура – принципиально не-созидательны, они лишь имитируют смысл жизни и значимые достижения. Они представляют собой стремление к решению, к поступку или к *со-бытию*, которых на самом деле нет или которые имеют минимальное значение или не имеют никакого. Эта иллюзия жизненных достижений потакает и так повсеместно присутствующей в современной России склонности к имитации (см.: А. Шор-Чудновская, 2009; А. Шор-Чудновская, 2005).

Трагическая профанация «общественного строительства» в советское время, неудачи перестройки и демократов, гражданское вооружённое противостояние 1993 года и последующее постепенное возвращение к авторитарным и манипулятивным политическим методам всё больше заглушали гражданские чувства и попытки общественной самостоятельности, не говоря уже об общественном контроле над властью. Наконец, не предложив никакой внятной политической программы, путинский режим требует от своих граждан лишь слепой лояльности и строго следит за её исполнением.

Какую роль в этом режиме играет манящий образ обогащения, роскоши, который, как

⁴ Термин Ю. Левады.

было показано выше, активно поддерживается «первыми» и просто «важными лицами» в государстве?

Известная журналистка Евгения Альбац делает в этой связи следующее предположение: «...мне почему-то думается, что мир грез, культура гламура – как определил наше время замечательный культуролог Лев Рубинштейн – отражает (...) сущностную черту времени. Я говорю о страхе.

Страх, постоянный, неотступный, ставший определяющим мотивом поведения, прежде всего, успешных и богатых в России. Страх всеобъемлющий и, вместе с тем, как правило, не вызванный какими-то конкретными, сегодняшними угрозами. Это, скорее, страх ожидания, угроз пусть не завтрашних, но послезавтрашних, но угроз, которых практически нельзя, невозможно избежать, потому что неизвестно, откуда они придут. (...) Бизнес отберут, в тюрьму посадят, покровитель с места слетит, в Кремль другой полковник придет, законы поменяют, понятия порушат. Короче, ЧТО – неизвестно, но что-то будет, случится, и это что-то хорошего не обещает.

Вот тут-то и приходит, как временное спасение, как мир грез, как розовый туман, этот самый гламур: в журналах; в роскошных фитнес-центрах; в неоправданно дорогих ресторанах; в бесконечных Бентли и Майбахах; в VIP-презентациях Mercedes; в часах за десятки, если не за сотни тысяч долларов; в яхтах, стоящих в иноземных портах...» (Е. Альбац, 2006)

Евгения Альбац описывает общество, целиком и полностью зависящее от капризов и судеб власть имущих, не обладающее никакими ресурсами для самостоятельных, автономных от государства значимых действий. И в таких условиях увлечение роскошью, пусть и в самых ее дешёвых, имитационных исполнениях, приобретает истерические, гротескные черты, потому что выполняет функцию защиты от страха перед репрессивным государством.

Но неслучайно пустующую нишу, оставшуюся после ухода «мира грёз» коммунистической утопии, занял именно гламурный «мир грёз» и мечта об обогащении. В виду непредсказуемости, непланируемости будущего в условиях постсоветского манипулятивного режима и произвола не подконтрольного обществу государственного аппарата индивидуальная самореализация, свободное волеизъявление, в том числе гражданское, крайне затруднены. Пассивное, лишённое гражданской самостоятельности общество с жадностью пользуется чуть ли не единственной данной ему «свободой» – свободой стремиться к обогащению и миру роскоши, устраивать свою частную жизнь и находить в этом занятии возможности самореализации. В «мире грёз», связанным с богатством, можно приобрести опыт «поступка», собственной значимости, «успеха». Подобная «свобода» возможна, правда, лишь при условии, что не нарушается главное

правило: быть лояльным. Нарушить же его достаточно просто, потому что «правила игры» нигде не оговорены и в ситуации властного произвола постоянно меняются.

Российское общество, к тому же, – это общество, в котором не проработан и не преодолен репрессивный (советский) опыт, что только усиливает гражданскую парализованность. В этой связи вспоминаются слова известного литературного критика Сергея Чуприна, произнесённые им во время выступления в Венском университете в октябре 2011 года. Как видится С. Чуприну, российская интеллигенция пользуется сегодня своим правом на равнодушие и негражданственность, да и русская литература сегодня в большинстве своем равнодушна к злобе дня. «Мы держим тайм-аут и молчим по поводу того, что происходит», – сказал Чуприн. Созвучный этому молчанию гламур – это форма само-забвения, неразвитого само-сознания, имитации жизненных достижений.

Российская интеллигенция молчит сегодня и по поводу того, что происходило. Российское общество так и не разобралось со своим советским прошлым, не сочло нужным назвать вещи своими именами, знать их, ужаснуться им. «Для большинства россиян критика сталинизма утомительна и непонятна. (...) Самостоятельность – вот цена, которую приходится платить за этическую лень и роскошь жить как хочешь» (Н. Клименюк, 2011, стр. 101 и 169). В культуре гламура и идеологии обогащения, действительно, не присутствует никакой боли – ни за своё прошлое, ни за настоящее.

IV.

Таким образом, можно сделать вывод, что в случае с российским увлечением «идеологией обогащения» огромную роль играют присутствующие в общественном самосознании трагическое разочарование в солидарном созидательном действии, репрессивный опыт и мистический страх перед государством. Унаследованная постсоветским общественным сознанием профанация «идеологии строительства» и советского манящего образа «нового общества» способствовала укоренению имитационных идеологием («большие и быстрые деньги», «роскошь», «гламур» как достойные или даже единственные цели в жизни) и отторжению идеи коллективных – солидарных – созидательных усилий. Между общественной апатией, гражданской пассивностью и массовым стремлением приобрести в магазине обязательно «элитные обои» есть прямая связь: тяга к гламуру неизбежна при параличе созидательной воли общества.

Как это часто бывает в политической культуре, подобная ситуация представляет собой замкнутый круг: общество, сохраняющее подобную политическую культуру, не способно дать объективную политическую, юридическую и этическую оценку своему прошлому. А именно это необходимо для того, чтобы расстаться с ним, т.е. отказаться от его политических методов и политического мышления, принципиально сменить политический

стиль. Очевидно, что эта неспособность пагубно сказывается на развитии общества, которому необходимо выработать новый образ себя, выработать новое политическое самосознание и стать чем-то большим, чем всего лишь бывшее советское общество, общество с приставкой «пост». Реформировать такую политическую культуру может только принципиально новое творческое общественное усилие – нужны новые люди, новые поколения.

Настоящее развитие общества, его модернизация предполагает рационализацию общественного сознания, т.е., в первую очередь, контроль над властью и её полную прозрачность. Движима такая модернизация совсем другой идеологией – «идеологией самостоятельного решения насущных проблем», их рационального учёта и рационального преодоления – в общественном пространстве, в значительной степени независимом от государства и/или приватизировавших его «первых лиц».

Согласно некоторым прогнозам, к концу 2010-х годов «впервые в истории России средний класс превратится в наиболее многочисленную социальную группу и получит количественное электоральное превосходство над противоположным социальным полюсом. [...] Указанные изменения обозначат исторический рубеж, за которым неконкурентная политическая система окончательно уйдёт в прошлое» (С. Белановский и др., 2011, с. 69) И хотя этот оптимистичный прогноз ничего не говорит об идейной основе нового – более устойчивого и более демократичного – российского политического устройства, есть все основания предположить, что ему в большей степени, чем сегодня, будет близка неделимая ценность критики как политического инструмента, идея верховенства права и свободы – свободы, которой совсем не обязательно должны сопутствовать богатство и роскошь.

Список литературы

Альбац, Е. 2006 Гламур как символ страха элит, *Ежедневный журнал*, электронный документ [<http://www.lenizdat.ru/ao/ru/pm1/c-1039229-0.html>] (просмотр: 12.12.2011).

Белановский, С.И. и др. 2011 *Движущие силы и перспективы политической трансформации России*, Доклад Фонда «Центр стратегических разработок» в сотрудничестве с Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, электронный документ [http://csr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=344:2011-12-01-11-40-29&catid=52:2010-05-03-17-49-10&Itemid=219&lang=en] (просмотр: 11.12.2011).

Борев, Ю. 2008 *Социалистический реализм: взгляд современника и современный взгляд*, Москва, Олимп.

Губин, Д. 2007 Как мода стала идеологией, *Огонёк*, № 12, электронный документ [<http://ogoniok.dev.notamedia.ru/article/?id=24080>] (просмотр: 11.01.2012).

Ильин В. И. 2005 Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность, *Мир России*, Т. XIV, № 2, с. 3–40 (и электронный документ [http://www.hse.ru/data/2010/12/31/1208181138/2005_n2_p3-40.pdf] (просмотр: 12.12.2011)).

Клименюк, Н. 2011 Не кидать и не стучать, *Сноб*, № 10–11, с. 97–104, 169.

Левада, Ю. (в соавторстве) 1993 *Советский простой человек*, Москва.

Максимов, А. 2011 Гламур как судья в литературе, *Российская газета: Культура*, электронный документ [<http://www.rg.ru/2011/06/16/glamour.html>] (просмотр: 11.12.2011).

Мильштейн, И. 2008 Безутешный Абрамович, *Грани.ру*, электронный документ [<http://grani.ru/Politics/Russia/m.136987.html>] (просмотр: 11.12.2011).

Рогожников, М. 2011 Русские должны быть богатыми, *Русский репортёр*, № 44 (222), с. 12.

Савельева, О. О. 2010 Рекламные образы и конструирование памяти о прошлом, *Фундаментальные проблемы культурологии: Сб. ст. по материалам конгресса Культурное наследие: От прошлого – к будущему*, Москва, с. 105–118 (и электронный документ [<http://ec-dejavu.ru/g-2/glamour.html>] (просмотр: 12.12.2011)).

Шор-Чудновская, А. 2009 Понять постсоветского человека, *Неприкосновенный запас*, № 6 (68), с. 155–167.

Rudova, L. 2008 «Russland – in Glamour vereint», *Онлайн-журнал kultura*, № 6, с. 2–3.

Schor-Tschudnowskaja, Anna 2005 Das verhdnngnisvolle Ёbel der Imitation. Zur inneren Verfassung der russländischen Gesellschaft, *Neue Zürcher Zeitung*, 24–25.09.2005.

Schor-Tschudnowskaja, Anna 2011. *Gesellschaftliches Selbstbewusstsein und politische Kultur im postsowjetischen Russland*, Nomos.