

# ГЛАВА 1

## ИДЕОЛОГИЯ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Мало кто уже дерзает писать так, как писали прежде,  
писать **что-то**, писать **свое**...<sup>1</sup>.

*Н. Бердяев*

Великий русский философ Н. Бердяев писал: «Мы дерзаем обнаружить лишь своё **о чём-то** и не дерзаем быть **чем-то**»<sup>3</sup>. В этом (точнее, отсутствии этого), как мне кажется, сегодня заключаются многие проблемы России. Мы не предлагаем себе и миру **что-то качественно новое**, а значит мы **даже не претендуем на идеологическое лидерство**, без которого не может быть лидерства вообще. Ни в экономике, ни в технологиях, ни в инновациях.

Весь мировой опыт показывает, что лидерами в мире являются страны, которые опережают другие государства не только по темпам роста ВВП, но которые являются прежде всего **лидерами в идеологии**<sup>4</sup>, т. е. выдвигают наиболее привлекательные идеи, ценности и инновации. В этом смысле технологическое лидерство — лишь один из подвидов лидерства идеологического. Думать, что такое лидерство означает автоматическое лидерство в других областях — ошибка. Да и само по себе технологическое лидерство невозможно без лидерства в области культуры, науки, образования, а в целом — идеологии.

Для того, чтобы стать экономическим, технологическим, а тем более культурным и интеллектуальным лидером, российская творческая элита, ее креативный класс, наконец, власть должны предлагать миру что-то своё, качественно новое, а не повторять азы и аксиомы отжившего либерализма. С точки зрения экономики, это, как минимум, 3–4 принципиально, качественно новых товара или услуги в год. Подчеркну, — принципиально новых, не создаваемых нигде в мире, не имеющих близких аналогов, а, значит, и конкурентов. Это возможно только на самой передовой научно-технической и общекультурной базе, имеющей очевидные национальные особенности и специфику. Эти продукты должны открывать новые горизонты возможностей для потребителей во всем мире, т. е. компания, создающая такие товары, создает свой собственный рынок сбыта, при этом включая механизм самого выгодного продвижения продукции, где ты полностью господствуешь, а конкуренты слепо следуют за тобой.