

КУЛЬТУРНЫЙ ПРОФИЛЬ РОССИЯН

ПУТЬ ОТ МИРА VUSA К МИРУ VANI

Мила Новиченкова

Директор по маркетингу и коммуникациям
Ipsos в России

VUCA-мир (изменчивый, неопределенный, неоднозначный и сложный), в котором мы жили последнее десятилетие, сегодня уже не актуален. На смену ему приходит мир BANI – хрупкий (Brittle), тревожный (Anxious), нелинейный (Nonlinear) и непостижимый (Incomprehensible). В очередной раз стоя на границе миров, мы получаем много вопросов о культурном профиле россиянина. Какой он, человек, живущий сегодня в России? Как может реагировать на внешние перемены: ценностные и технологические? Как на него повлиял VUCA-мир, и как он освоится в мире BANI? В этой статье мы рассмотрим результаты нашего исследования социокультурного профиля россиян сквозь призму смены моделей работы с неопределенным будущим.

Анализируя культурный профиль россиян, команда Ipsos выдела 12 базовых характеристик, которыми часто описывается собирательный образ «жителя России». Мы постарались учесть и такие типичные стереотипы, как «неулыбчивая нация», «инертные люди», «живут не по средствам», фаталисты и живут не по правилам. Мы включили в профиль нашу легендарную смекалку, оценили силу приверженности традициям, потребность в Великой идее, прямолинейность, готовность рисковать, коллективизм и неоднородность страны, раскинувшейся в 11 часовых поясах.

К каждой из двенадцати выделенных характеристик мы подобрали по три утверждения, которые их описывают, и провели количественное исследование среди городского населения России в возрасте 18 лет и более.¹ Мы задавали вопросы не только о том, с чем люди себя ассоциируют сейчас, но также и насколько их мироощущение изменилось за прошедшие пять лет.

¹ Опрос исследования Ipsos «Культурный профиль России» проводился 12–16 ноября 2021 года с помощью онлайн-панели Ipsos i-Say. Было опрошено 1987 взрослых 18–64 лет. Были заданы два вопроса:
Q1. Насколько вы согласны с каждым из утверждений? (шкала 1–7)
Q2. Насколько ваши взгляды изменились за последние 5 лет по каждому из высказываний? (шкала 1–7)

КТО МЫ, РОССИЯНЕ?

Согласно **диаграмме 1**, где показаны NET-индексы² текущего самовосприятия людей по всем характеристикам, обобщенный портрет жителя России выглядит так:

- Неоднородная нация прямолинейных людей, верных традициям. Не стремятся жить против правил, но не пассивны, отличаются смекалкой и верят, что из любой проблемной ситуации есть выход. Испытывают потребность видеть Великую Идею для страны.
- Опровергая миф о «безрадостной культуре», каждый второй считает себя позитивным человеком. Однако люди в России часто сталкиваются с осуждением.
- Миф о коллективизме нации не подтверждается. Желание поставить в приоритет общее благо над личным выражено слабо.
- Россияне предпочитают жить сегодняшним днем, но, вопреки еще одному стереотипу о фатализме, каждый второй уверен, что при желании может изменить свою жизнь.

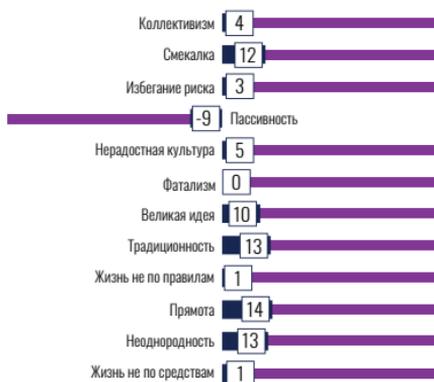
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПРОФИЛЬ РОССИИ.

NET SCORES. РАЗНИЦА МЕЖДУ %TOP2 (6-7) И BOTTOM2 (1-2)

Диаграмма 1. В настоящее время



Диаграмма 2. Изменение за последние 5 лет



Источник: Социокультурный профиль России. Россияне 18-64. Онлайн-опрос, панель Ipsos i-Say. Сбор данных 12-16 ноября 2021. N=1987
Q1. Насколько вы согласны с каждым из следующих утверждений?

Q2. Оцените, насколько Ваши взгляды изменились за последние 5 лет по каждому из следующих высказываний?

² NET-индексы вычисляются вычитанием доли людей, выбравших две нижние оценки шкалы (1-2), из доли людей, выбравших верхние две оценки шкалы (6-7). Для каждой из 12 характеристик взяты TOP2 и BOTTOM2, усредненные по трем высказываниям в блоке.

ОСОБЕННОСТИ ПРОФИЛЯ ПО ВОЗРАСТАМ

По отдельным характеристикам возрастные особенности прослеживаются довольно ярко, особенно у самой молодой группы из вошедших в исследование (18–24 года), см. **диаграмму 3**. Здесь происходит формирование мировоззрения под влиянием первого для многих опыта самостоятельной экономически активной жизни. Молодые более склонны к риску, однако и уровень коллективизма у них чуть выше, чем у других возрастов – им в большей степени нужно чувствовать «плечо» рядом, будь то родители, коллеги или друзья. Уровень смекалистости, по собственной оценке, в начале самостоятельной жизни заметно снижен, но уже с 25 лет доля людей, которые считают, что наделены смекалкой, существенно возрастает и до конца жизни практически не меняется.

Приверженность традициям у самой молодой возрастной группы (18–24 года) почти вдвое ниже по сравнению со всеми опрошенными в целом. Они более открыты к изменениям в ценностях и культуре: только 26% считают себя сторонниками традиционных ценностей (среднее значение по всем возрастам – 53%); 37% поддерживают сохранение традиционных ролей мужчин и женщин (при общем результате в 59%).

Диаграмма 3

ПРОФИЛЬ РОССИИ. РАЗБИВКА ПО ВОЗРАСТАМ.

TOP2 (6-7), СРЕДНИЙ % ПО ТРЕМ ВЫСКАЗЫВАНИЯМ В КАТЕГОРИИ

	ВСЕ	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-54 года	55-64 года
Коллективизм	27	30	29	26	26	27
Смекалка	43	37	45	43	42	45
Избегание риска	30	30	29	28	29	34
Пассивность	9	10	11	8	7	7
Нерадостная культура	29	30	31	30	28	28
Фатализм	23	21	23	20	25	27
Великая идея	50	34	48	48	55	55
Традиционность	49	28	43	49	57	59
Жизнь не по правилам	26	24	27	25	26	25
Прямота	50	47	52	49	51	52
Неоднородность	52	46	53	51	54	54
Жизнь не по средствам	26	22	27	26	26	26
	N=1987	N=197	N=404	N=511	N=401	N=411

Источник: Социокультурный профиль России. Россияне 18-64. Онлайн-опрос, панель Ipsos i-Say. Сбор данных 12-16 ноября 2021. N=1987

Однако в группах старше 25 лет принятие традиционности существенно больше. Здесь уже 45–66% считают себя сторонниками традиционных ценностей, а 55–67% выступают за сохранение устоявшихся гендерных ролей.

Самая молодая возрастная группа также в меньшей степени нуждается в Великой Идее. Только для 38% необходимо видеть успехи и достижения страны, в то время как к 55 годам этот уровень поднимается до 62%.

Молодому поколению менее свойственны прямолинейность и желание открыто высказывать свою точку зрения, если она отличается от мнения большинства.

Пассивность, несмотря на то что она и так невысока у всего населения в целом, с возрастом не увеличивается, как можно было бы ожидать, а напротив, падает. Современное старшее поколение теряет признаки «советских бабушек», досиживающих свой век на лавочках у подъезда. Это уже не «дожитие», а активная жизнь, в которую возвращается личная свобода, так как дети уже выросли и стали самостоятельными. Однако у самой старшей возрастной группы более ярко выражен фатализм. Самый низкий уровень фатализма приходится на средний возраст, 35–44 года.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОФИЛЯ

Интересные особенности открывает анализ профилей регионов (*диаграмма 4*). Так, в Центральном округе люди больше готовы рисковать и меньше привержены традициям. Здесь высокий процент позитивных людей (55%). При этом Центральный округ, так же как и соседний Северо-Западный, может похвастаться самым низким уровнем осуждения, с которым сталкиваются люди – 44% по каждому из округов по сравнению с 48% по выборке в целом.

Северо-Западный округ заметно выделяется десятью сниженными параметрами из двенадцати, включенных в исследование. Здесь значимо меньше, чем в других регионах, выражены коллективизм, смекалка, фатализм, потребность в Великой идее и желание гордиться достижениями страны, а также слабее проявляется традиционность и желание жить не по правилам и не по средствам, люди более однородны и менее прямолинейны. Здесь недоверие к незнакомым людям проявляется в гораздо меньшей степени

(29%), чем в других регионах. Но позитивными людьми себя назвали только 41% опрошенных, и это самый низкий уровень по стране (53% среди всех).

Самая низкая доля позитивных людей – в Северо-Западном ФО. Самая высокая – в Южном и Северо-Кавказском федеральных округах.

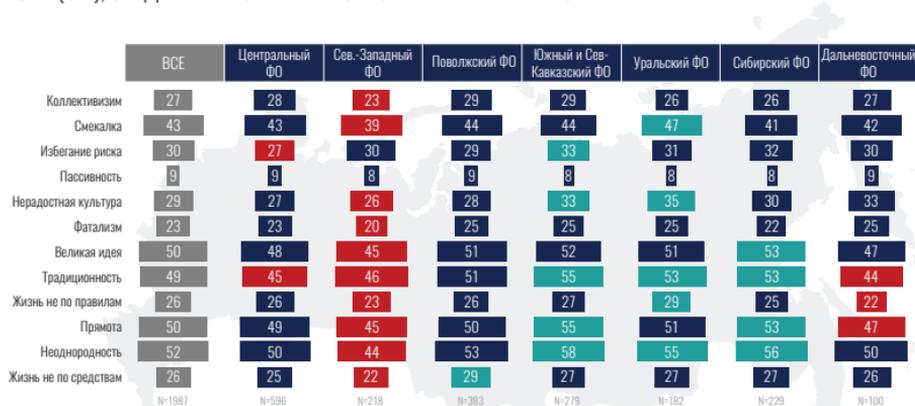
Напротив, самой высокой долей позитивных людей могут похвастаться **Южный и Северо-Кавказский округа** (58%). Люди этих регионов исключительно прямолинейны, особенно привержены традициям, меньше стремятся рисковать. Неоднородность общества выражена намного сильнее, чем в целом по стране. К сожалению, здесь зафиксирован и самый высокий уровень осуждения, с которым сталкиваются люди: 56% при общем уровне по стране в 48% – поэтому по характеристике «Нерадостная культура» индекс этих регионов значительно выше, чем в стране в целом.

Однако самый высокий результат по характеристике «Нерадостная культура» принадлежит **Уралу**. Несмотря на то что доля людей, считающих себя позитивными, здесь одна из самых больших (55%), опрос показал и исключительно высокий уровень недоверия малознакомым людям: 49% по сравнению с 35% в целом по стране. Уральский округ также второй после Южного и Северо-Кавказского по уровню осуждения, с которым сталкиваются

Диаграмма 4

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНОВ.

ТОР-2 (6-7), СРЕДНИЙ % ПО ТРЕМ ВЫСКАЗЫВАНИЯМ В КАТЕГОРИИ



Источник: Социокультурный профиль России. Россияне 18-64. Онлайн-опрос, панель Ipsos i-Say. Сбор данных 12-16 ноября 2021. N=1987

люди (54%). Сопутствующими особенностями Урала являются более выраженное стремление жить не по правилам и самый высокий уровень смекалки в стране.

Сибирь отличается неоднородностью, прямолинейностью, традиционностью и высокой потребностью в Великой идее. На **Дальнем Востоке**, напротив, уровень прямолинейности и традиционности снижен. При этом там слабее, чем в стране в целом, выражено желание жить не по правилам.

Поволжье выделяется на общем фоне всего одним параметром – склонностью жить не по средствам.

КАК ПОВЛИЯЛ НА НАС МИР VUCA?

Акроним VUCA³ был придуман еще в 1990-х годах и надолго прижился в бизнес-среде для обозначения фрагментарности, хаотичности и сумасшедшей скорости развития событий современного мира. В России его начали употреблять гораздо позднее, когда после 2000-х началось активное развитие бизнес-представительств международных компаний, принесших с собой много модной западной терминологии, в том числе и такие удобные сокращения для простого обозначения сложной внешней бизнес-среды. Миром VUCA в России скорее можно назвать период после 2010-х годов, особенно подогретый санкционным кризисом 2014 года.

Изменения в российском социокультурном профиле под влиянием мира VUCA можно оценить с помощью данных, полученных в ответ на вопрос нашего исследования об изменении взглядов опрошенных за последние пять лет (**диаграмма 2**). Пятерку усилившихся характеристик составляют прямота, неоднородность, традиционность, смекалка и потребность в Великой Идее.

Нестабильный переменчивый мир VUCA создал прекрасную питательную среду для дальнейшего усиления нашей национальной черты и предмета особой гордости – **смекалки**.

³ VUCA – акроним от английских слов Volatility (изменчивый), Uncertainty (неопределенный), Complexity (сложный) и Ambiguity (неоднозначный). Концепция, появившаяся в 1990-х для обозначения характера неопределенности будущего.

Каждый пятый стал больше ассоциировать себя с возможностью найти выход из сложной ситуации и чаще, чем раньше, ищет новые пути и способы решения проблем. В лучших традициях тезиса «в каждой шутке есть только доля шутки» по интернету гуляет мем «Если зомби-апокалипсис застал тебя в отпуске, держись ближе к русским туристам, это увеличит шансы на выживание».

Тренировка сложностью и переменчивостью среды еще больше снизила пассивность россиян. Вопреки расхожему образу русского Емели, лежащего на печи, россияне пассивными себя не считают. В среднем каждый второй не согласен жить по чужой указке и ждать, пока проблема решится сама собой.

Общее восприятие россиян как несклонных к «достигаторству» скорее говорит о том, что мы живем в режиме «энергосбережения» до тех пор, пока внешняя среда не приносит неудобств.

Мир VUCA, выдавливающий из зоны комфорта, послужил хорошим стимулом для снижения пассивности, что мы и видим на диаграмме изменений. При этом не возникает ощущение неизбежности судьбы. Напротив, только каждый десятый считает невозможным изменить судьбу и стал сильнее ощущать **давление фатума** за прошедшие пять лет. Мир VUCA добавил сложности, но не подавлял человека.

Интересно, что при общей умеренной **склонности к риску** (39% опрошенных стараются лишней раз не рисковать, а 27% чувствуют себя неуверенно при необходимости идти на риск), VUCA-давление не слишком сильно повлияло на желание избегать рисков.



За последние пять лет почти в равной степени вырос запрос на Великую Идею и на традиционность. Каждый второй хочет видеть успехи и достижения России, желает принести пользу своей стране и хотел бы, чтобы у страны была **Великая Идея**. Примерно каждый пятый отметил, что стал больше ощущать такие устремления за последние пять лет. Отчасти здесь играет роль усиление тенденций локализма, когда значимость местного в жизни индивида возрастает.

Если для решения проблем россиянин готов искать новые пути, то применительно к ценностям 59% называют себя сторонниками **традиционных устоев**, 53% признают, что изменения в культуре и ценностях им не по душе, а 36% не хотели бы изменения гендерных ролей. Каждый пятый отметил усиление этих настроений в последние пять лет. Отчасти это объясняется усилением государственной пропаганды патриотизма и традиционных ценностей в этот период. Но возможна и другая причина: чем сильнее «ветер», тем сильнее должны быть «корни», чтобы чувствовать себя уверенно. В ситуации усложнившейся хаотичной среды человеку важно понимать, на что он может опереться. Ощущение сильной страны и неизменные традиции – это то, что может дать эту уверенность и опору. Поэтому, даже если такие послылы изначально являются пропагандой, они падают на благодатную почву, поскольку отвечают внутреннему запросу человека.

Интересным VUCA-проявлением является и усиление **прямолинейности в общении** за пять лет. Усложнение (и ускорение) среды, многозадачность, рост объема информации, увеличение количества задач, решаемых в единицу времени, приводят к тому, что люди начинают коммуницировать все более концентрированно. Из общения пропадают даже слова приветствия и прощания. Несмотря на повсеместные разговоры о важности «мягких навыков» общения, о введении таких предметов в школах и ВУЗах и появлении тренингов в корпоративной среде, данные пока не показывают, что мы уходим от прямых и оценочных коммуникаций к более эмпатичным, бережным и сопереживающим.

При этом каждый второй не только старается говорить то, что думает, и не боится высказывать мнение, отличное от позиции большинства, но и замечает, что ему нравится общаться с прямолинейными людьми. В динамике за пять лет каждый пятый ощущает усиление таких потребностей.

«Мне некогда думать, как мои слова повлияют на тебя, мне нужно получать и передавать информацию как можно быстрее» – вот девиз общения в VUCA-среде. Как это изменится в мире BANI?

О снижении бережности в общении в VUCA-мире говорит и то, что каждый второй **сталкивается с осуждением людей друг другом**. Каждый пятый стал чаще это замечать за последние пять лет. Среда для общения стала менее эмпатичной, а проблема – настолько заметной, что о ней сейчас говорится очень много. Это связано в том числе и с необходимостью ее решения для поддержания ментального здоровья.

ЧТО НАМ ПОМОЖЕТ В МИРЕ BANI

Акроним BANI⁴ был предложен футурологом Джамаисом Кашио в начале 2020 года⁵. В отличие от VUCA, который ознаменовал усложнение мира, BANI несет дезориентацию, непредсказуемость и хаос. Мы переходим от неопределенности VUCA к хрупкости, тревожности и непостижимости BANI. Какие свойства менталитета у нас уже развиты хорошо, чтобы чувствовать себя среди хаоса более комфортно?

- **Смекалка.** BANI – это про смекалку. Жизнь в фоновом режиме непрерывного поиска решения проблем очень хорошо коррелирует с непредсказуемостью последствий и реакций и не всегда логичными ответами в мире BANI. Здесь растет роль женщин: именно они более склонны находить выход из любых ситуаций (66%) и искать новые способы решения проблем (43%) – в сравнении с 60% и 39% у мужчин соответственно.
- **Избегание риска.** Сейчас у россиян это стремление находится на относительно умеренном уровне. Смекалистым людям, которые не боятся искать новые решения, должен быть свойственен умеренный риск. При этом женщины в большей степени стараются избегать ненужного риска (33%), мужчин, избегающих риска, чуть меньше – 25%. Избегание рисков – фактор, связанный с хрупкостью мира BANI.

⁴ BANI – акроним от английских слов Brittle (хрупкий), Anxious (тревожный), Nonlinear (нелинейный) и Incomprehensible (непостижимый).

⁵ Facing the Age of Chaos. Jamais Cascio. Medium.com. 29.04.2020.

Хрупкие системы нормально работают до тех пор, пока при попытке внесения изменений система не подвергается неожиданному критическому воздействию.

- **Позитивное мышление.** Позитивным людям будет легче переносить вызовы ВANI-мира. Женщины (55%) больше склонны считать себя позитивными, чем мужчины (50%). Позитивное мышление помогает и в сохранении ментального равновесия в мире ВANI. СобираТЕЛЬНЫЙ образ россиян – «мы мало улыбаемся». Но не улыбочивость, как мы видим, не есть отражение внутреннего негатива. Во время пандемии исследования показывали, что россиян Covid-19 тревожил меньше, чем жителей многих других стран. Кризисы у нас случаются слишком часто, и они проходят – люди уже натренированы не видеть мир в черном цвете на пороге новых катаклизмов.
- **Непассивность.** Не быть пассивным – важное свойство менталитета для жизни в мире ВANI. Женщины более деятельны, чем мужчины (54% против 46% соответственно⁶). Но поскольку новый мир предельно хрупок, важно, чтобы любые активности были продуманными и мягкими и не увеличивали риски коллапса систем.
- **Великая Идея и традиционность.** В хрупком хаотичном мире важно понимать, на что можно опереться. Сильная страна или надежный тыл в виде «малой родины», традиции в близком кругу и сообществе могут дать опору под ногами. «Россия спасет мир» – пророчество, о котором россияне часто вспоминают в пиковые моменты глобальных катаклизмов, оно вполне может обрести новую силу в мире ВANI. Что касается традиций, они совсем не обязательно должны быть исторически сложившимися. Например, гендерные роли сильно укоренены в сознании старшего поколения, но юные уже видят мир иначе. Речь может идти о создании новых традиций и ритуалов – например, внутри страны и семьи. Традиции несут постоянство и задают ритм в мире хаоса.
- **Неоднородность социальной среды.** Разнообразие среды общения человека питает гибкость и открытость мышления, помогает видеть нестандартные решения. 70% опрошенных сказали, что в их кругу

⁶ Усредненные значения Bottom2 по блоку высказываний «Пассивность» в разбивке по полу.

общения есть люди разных возрастов; 56% общаются с людьми разных национальностей; 32% имеют друзей с сильно отличающимися убеждениями и взглядами. Разнородность увеличилась за пять прошедших лет и, учитывая активизацию миграций, будет расти в мире VANI, подпитываемая трендами на одобрение социального разнообразия и инклюзивности.

ЧТО НАМ ЗАТРУДНИТ ЖИЗНЬ В МИРЕ VANI

Три характеристики, перечисленные ниже, заметно усложняют жизнь россиянина в мире VANI. Они тесно взаимосвязаны между собой: прямолинейность и склонность осуждать следуют из чрезмерно индивидуализированного общества (низкая коллективность).

- **Прямолинейность.** В хрупком VANI-мире прямолинейность будет усложнять жизнь. Ее во многом, особенно в России, можно рассматривать как синоним отсутствия эмпатии. Прямолинейность усиливает хрупкость и тревожность VANI-мира. Женщины более склонны напрямую говорить, что думают (54%), разрыв по этому пункту с мужчинами (46%) значителен – 8пп. Тренд на гендерное равенство будет и дальше подпитывать прямолинейность женщин, одновременно еще больше снижая его у мужчин, которые находятся в поиске «новых себя»⁷. Возможно, это будет сглаживаться трендом на эмпатичное общение и бережное отношение друг к другу, особенно если гендерное равноправие со временем перестанет быть болевой точкой: уже сейчас растет молодое поколение без ярко выраженных гендерных стереотипов.
- **Склонность осуждать.** Половина участников нашего исследования (48%) часто сталкивается с тем, что люди осуждают друг друга: женщины (52%) чаще, чем мужчины (43%). Несмотря на многочисленные разговоры про важность развития «мягких навыков» в России еще доминирует конкурентное общение. Мы только начинаем делать первые шаги в построении эмпатичного социума. Осуждение, часто возникающее как поспешная спонтанная реакция на что-либо, означает, что люди получают мало поддержки и опоры извне. Все это, а также

⁷ Мужчина XXI века в России. Как трансформируются традиционные маскулинные роли. Flair Russia 2022

повсеместно принятые в России оценочные суждения и обесценивание идей только усиливают хрупкость и тревожность VANI-мира.

- **Низкая коллективность.** Коллективизм в России приобрел негативный оттенок как наследие эпохи СССР, когда было не принято выделяться. Как следствие, в постперестроечный период возник компенсаторный гипериндивидуализм. На первый план вышло «я» или «мое». Городские жители постперестроечной эпохи редко могли назвать имена своих соседей, настолько неважным стало окружение. Объединение людей в России происходит чаще для реализации защитной функции, например, ради борьбы с общими врагами. Русский человек обращается к идеям коллективизма, когда ищет помощи и поддержки. В некризисные времена люди предпочитают сохранять свою индивидуальность. Данные показывают, что только каждый четвертый готов чем-то пожертвовать ради общего блага. Однако в VANI-мире индивидуалисты чувствуют себя менее защищенными, поэтому потребность в коллективной защите от недружелюбной среды возрастает.

Концепция VANI-мира была создана не для того, чтобы еще больше посеять панику. Ее функция – осмыслить, подготовиться, увидеть возможности для человека и бизнеса в этом хаотическом мире. Хрупкость предполагает подготовку «подушки безопасности», работу над защитой автономности отдельных элементов. Тревогу можно уменьшить эмпатией и сопереживанием; нелинейность нивелируется адаптивностью и гибкостью; непостижимость – прозрачностью и развитием интуиции. Ответом чаще могут быть как решения, так и реакции, однако осмысление изменений в формате VANI предполагает возможность того, что ответы могут быть найдены⁸.

В рамках растущей важности работы со смыслами и социальными миссиями, брендам будет полезно помогать своим клиентам и сотрудникам обустроить жизнь в мире VANI – прокачивать те стороны менталитета российского потребителя, которые затрудняют жизнь в новой реальности, и поддерживать/усиливать те характеристики социального профиля, которые уже присутствуют и помогают сделать жизнь в VANI более комфортной.

⁸ Facing the Age of Chaos. Jamais Cascio. Medium.com. 29.04.2020

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

КУЛЬТУРНЫЙ ПРОФИЛЬ РОССИЯН.

ПУТЬ ОТ МИРА VUCA К МИРУ BANI

- Россиян можно охарактеризовать как неоднородную нацию прямолинейных людей, верных традициям. Людям присущи непассивность, смекалка и потребность в Великой Идее. Каждый второй считает себя позитивным человеком, но люди часто сталкиваются с осуждением. Миф о коллективизме нации не подтверждается.
- VUCA-мир усилил такие характеристики, как прямота, неоднородность, традиционность, смекалка и потребность в Великой Идее. Еще больше снизилась пассивность.
- Более комфортной жизнь в BANI-мире сделают смекалка, непассивность, избегание рисков, позитивное мышление, Великая Идея и традиционность, общение в неоднородной среде. Менее комфортной жизнь в BANI делают прямолинейность, склонность осуждать, индивидуализм.
- В BANI-мире будет комфортнее женщинам, как более гибким в поиске нестандартных решений и более склонным к снижению рисков, а также позитивному мышлению. Усиление тренда на гендерное равенство, в том числе и в России, будет подпитывать эту идею.
- BANI-мир предполагает поиск реакций и решений, как жить в мире тревожного хаоса. Для работы над своими социальными миссиями компаниям будет полезно подумать, как помочь своим клиентам и сотрудникам усилить пока слабые с точки зрения жизни в BANI-мире характеристики, и как поддержать потребителя в том, что уже сейчас дает ему суперсилы для жизни в очередной новой реальности.