

Вызовы для бренда России: затмить автомат Калашникова, атомную бомбу и полет Гагарина.

Допустим, Новый год – это бой курантов и оливье. Рождество – это всенощное бдение. 23 февраля и 8 марта – торжество гендерных различий: «мужской» и «женский» дни соответственно. Первомай более-менее удачно брендирует настоящую, а не календарную весну. 9 мая ассоциируется исключительно с Победой... Даже День народного единства – несмотря на наши весьма смутные представления о Смутном времени – понемногу приживается в сознании россиян, замещая там воспоминания об опальном празднике большевистской революции.

Пожалуй, лишь один из восьми праздников, официально отмечаемых в стране, не вызывает всеобщих и однозначно устойчивых ассоциаций. Это, как ни странно, приходящийся на 12 июня День России.

Впрочем, так ли уж странно? Широка страна родная, и очень уж растяжимо это понятие «Россия»: кому она – березка да рябина; кому – ОТРК «Искандер-М», замаскированный в лесополосе лиственных пород. Даже простой вопрос «Что отмечаем?» ставит в тупик. Главный итог майского опроса «Левада-центра»: лишь 49% россиян сумели вспомнить правильное название праздника.

12 июня 1990-го была принята Декларация о государственном суверенитете РСФСР, провозгласившая приоритет российских законов над советскими. Два года спустя этот день стал государственным праздником.

Респонденты «Левада-центра» вот уже 15 лет отвечают на вопрос, вполне крамольный с точки зрения российского патриота, но закономерный для постсоветского человека: «Как Вам кажется,

эта независимость пошла в целом во благо или во вред России?».

Удивительно, но лишь 16% опрошенных в 2017-м ответили «определенно во благо». Столько же респондентов в сумме назвали независимость страны «скорее» или «определенно» вредным фактором. Осторожный оптимизм излучают 44% граждан; наконец, каждый четвертый так и не нашел никакого ответа на этот довольно простой вопрос.

Происки колонны за номером 5? Скорее, закономерное следствие повсеместного «советского ренессанса». Сама идея суверенитета России от СССР многим гражданам кажется абсурдной, ибо как же голова может существовать независимо от тела.

«Многие даже считают, что будущее наше, как у раков, – позади». У Довлатова это не более чем ироничное замечание; в современной России – одна из ключевых версий национальной идеи. Когда поиски новой идентичности затягиваются, есть соблазн позаимствовать ее в недавнем, незабытом прошлом.

Бренд «Россия», за исключением локальных успехов в экспортном исполнении, на внутреннем рынке по-прежнему проигрывает в узнаваемости тому, винтажному – без двуглавого орла, но с серпом и молотом. Видимо, проблема не столько в бесталанных маркетологах наших дней. Чтобы переломить эту ситуацию, требуется новая продуктовая линейка: нечто способное затмить автомат Калашникова, атомную бомбу и полет Гагарина.

Впрочем, тост затянулся. С праздником.