

Культурный бренд «Россия»

Наталья Гарбер, 2014-2017,

из книги «Литературный бренд «Россия». Как вернуть былую славу русскому слову?»

Евгению Юрьевичу Сидорову, ведущему российскому литературному критику, первому секретарю союза писателей Москвы, министру культуры РФ (1992-1997), члену Комиссии Российской Федерации по делам ЮНЕСКО

Страны, которые смогли выстроить себе наилучшие репутации, занялись системным решением своих проблем и потому нашли себя на международном уровне... Россия воспринимается миром как коммунистическая обуза, место наибольших проблем с демократией, - значит, здесь должна возникнуть лаборатория новой, современной демократии всемирного значения...



Перед Россией стоят две

глобальные задачи: первая - структурная модернизация страны и особенно городов... А вторая задача — делать изумительные проекты, цель которых в том, чтобы компетентно решать ключевые проблемы. Это, в свою очередь, станет национальным конкурентным преимуществом и основой позитивного бренда страны. Причем это должны быть такие проекты и события, которые не требуют поддержки от PR-агентств, потому что интересны другим людям и странам сами по себе. Ведь PR-агентство нужно, если ваши истории скучны и их нужно проталкивать в СМИ. Если вы успешно решили общемировую проблему и готовы интересно об этом рассказать, все люди заинтересуются вами и так.

Помимо этой глобальной задачи, перед Россией также стоит вопрос культурной активности. Ведь это один из главных ключей к улучшению бренда страны... Культура очень важна в национальном бренде: люди уважают только те страны, которые уважают себя сами. И это самоуважение зиждется на национальной культуре... Несмотря на всю пропаганду времен холодной войны, я был воспитан с абсолютным почтением к Толстому, Достоевскому, Пушкину и Чехову. А первое упоминание Москвы в моей жизни — это возглас из «Трех сестер»: «В Москву, в Москву!» Благодаря Чехову этот город стал для меня прекрасным далеким местом мечты, куда стоит стремиться, несмотря на всю силу антисоветской пропаганды... Поэтому в России кто-то должен подхватить и поднять это упавшее знамя, разжечь этот огонь русской культуры, когда-то бывшей одной из сильнейших в мире...

Если вам удастся представить Россию как прекрасное далекое место мечты, куда стоит стремиться, то, возможно, первыми это захотят попробовать и поверить в это люди за рубежом. А затем новый образ жизни захватит и население страны...

... При этом основная часть работы по строительству национального бренда проводится внутри страны. Вы не можете никого заставить любить свою страну, вам надо сделать так, чтоб она вызывала любовь. И население является критической силой в этой работе. Никто не полюбит страну, которую не любит ее народ... Конечно, стране нужны миллионы неформальных дипломатов, и благодаря эмиграции у России они есть. Надо подумать, как сделать отношения с этими людьми наиболее эффективными. Ведь они любят Россию, хотя и покинули ее, потому что она их разочаровала. Это как любовь

к покинутой матери. Надо дать людям возможность выразить свою любовь к родине, не заставляя их вернуться и не давя на них, предоставляя возможность быть полезными. Саймон Анхольт, автор концепции и мирового рейтинга национальных брендов, основатель движения и мирового рейтинга «хороших стран» (Good Country), заботящихся об общем благе человечества, из интервью Наталье Гарбер для сайта Global Russians «Сноб», 2012

В начале было слово, поэтому культурный бренд страны, который строится на этом самом слове, базируется на литературном бренде страны, поэтому последний видится мне основой возрождения национального бренда «Россия». Ибо что бы ни рассказывал или продавал русский человек, - будь он писатель, политик или предприниматель, - мир покупает в первую очередь образ современной России, а потом уже чей-то личный сторителлинг. Поэтому бренды русских историй, продуктов, народа и страны должны прорасти из русской литературной традиции, говорящей о личном нравственном выборе человека и сострадательной к каждому. Ибо когда традиция сторителлинга цифрового XXI века продлится современными историями в этом духе, мы получим образ глубокой, истинной и созидательной жизни новой и прекрасной России на Земле.

А иначе – what's for?

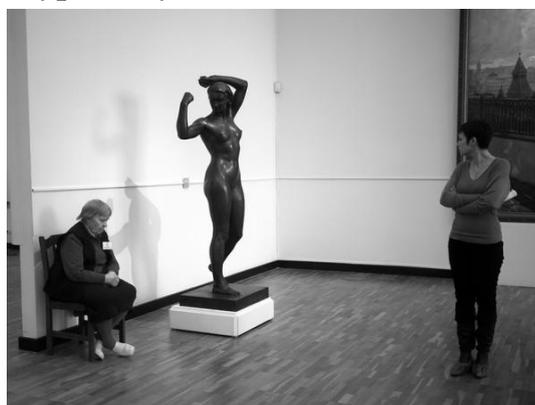
Любой бренд строится на хорошем продукте для современного потребителя. В XXI веке литературный бренд «Россия» следует формировать на основе великой русской культурной традиции – но в современном формате, с учетом технологий управления изменениями XXI столетия и реалий отраслевых особенностей современной книжной индустрии. Поэтому я строю литературный бренд России на базе модели ведущего специалиста по национальным брендам Саймона Анхольта с учетом русской культуры, современное развитие и глобализация которой могут вернуть былую славу русскому слову и вывести на новый виток национальный бренд России.

«Литературный» народ России: мировая культурная душа человечества?

Бренд – это цельный образ, настолько ценный для его потребителя, что тот предпочитает товары и услуги этого бренда другим, и платит за их приобретение более высокую цену, чем у конкурентов. Совокупный бренд отечественных литературных историй, бытующих во всех формах - от книги до междисциплинарного проекта – проявляет через текст душу России.

Стартуя возрождение национального бренда с литературы на том основании, что бренд – это в любом случае продажа историй, я опиралась на вдохновившее меня видение ведущего мирового эксперта в области национальных брендов Саймона Анхольта. Строя национальные бренды, Анхольт ищет ответ на вопрос: «Зачем существует страна N? What's for?» На примере России это звучит так: «Предположим, к утру Бог сотрет с лица земли Россию – что мир потеряет от этого?» Так вот, что бы ни писал русский писатель, что бы ни продвигало русское издательство или торговая сеть, покупают у нас в первую очередь образ современной России, а потом уже авторский литературный креатив. Поэтому личные бренды русских авторов должны расти из и сверх русской литературной традиции прошлых веков, а традиция XXI века должна прирастать их работами в контексте развития национального бренда – то есть истинной и глубокой истории о новой и, надеюсь, прекрасной, России. Иначе - зачем?

Мультидисциплинарные контакты и прорывы выводят нас с задач личного писательского продвижения на масштабный уровень брендов городов и стран.



Возрождения бренда России надо вести со стороны культуры, ибо именно она – основа национального самоуважения.

При этом, как говорит Саймон Анхольт, «важно, чтобы какой-то крупный город взял на себя задачу поддержания, ревизии и «пере-изобретения» культурного образа России для мира. Санкт-Петербург для этого лучшая кандидатура из всех. Это город позволяет представить Россию как часть мировой культурной души человечества».

Поэтому на Международном писательском форуме (СПб, апрель 2013) я провела мастер-класс построения литературного бренда Санкт-Петербурга. С его участниками мы воспарили над русскими литаниями и европейской демократией, выстроив образ культурной столицы от лейтмотива «жалко всю тварь сердцу, которое научилось любить». И тогда от мрачной безнадежности «русских ужасиков» нам с участниками Школы малой прозы и поэзии удалось возвыситься до оптимистических литаний о культурной столице возрождения бренда России - в виде краткого хокку:

Ангел над водой
В сопровождении львов.
Вдохновение.

С этой высоты Россия XXI века может плодотворно развивать образ своей литературной индустрии как основы национального бренда.

Управление литературной индустрией

На стыке шести направлений национального бренда возникает синергия, позволяющая позиционировать литературную индустрию как основу креативного кластера страны. Поднимая литературный бренд страны на новую высоту, пора встать двумя ногами на землю, чтобы обеспечить прорыв в самой индустрии отечественной литературы, замкнув круг писательства, книгоиздания и продажи книг. Управление изменениями в литературной отрасли, где бурлят и формируются истории национального бренда, и в смежных областях, где эти истории мультимедийно воплощаются, требует системности и точности, особенно в кризис. Кризис – это всегда сочетание угроз разрушения старых путей и возможностей новых дорог. Освоив фигуры высшего пилотажа в управлении изменениями, можно получать прибыль и удовольствие от возможностей там, где раньше Вы получали лишь стресс от опасностей.



Самое сложное в управлении переменами, – это вдохновение и подключение людей, особенно экспертов. В XXI веке твердыню опыта сменили волны постоянных перемен, а образ эксперта как камня, венчающего вершину горы своего опыта, сменился брендом умелого пловца, красиво маневрирующего в этих волнах. Так что экспертиза XXI века состоит в том, чтобы инновационно рулить в неизвестность, храбро рискуя репутацией эксперта в том, что только что было вершиной неизбежно опадающей волны. И пока большинство людей боится перемен и крепко держится за свои прежние успехи, знания, регалии и форматы работы, основной работой современных инноваторов является обучение этих «наемников» биосфероцентричной культуре плавания по жизни.

Добиться от них успехов в новом мире можно только с «не перестающей» любовью, ибо иначе их страх пересилит перспективы развития и восторг новых горизонтов. Стратегов, вязнущих при попытке деятельного участия в жизни, надо учить делать пилоты, инноваторов – выбирать жизнеспособное и тиражировать его. Кормящихся с бесконечного тиражирования стандарта прошлых успехов надо учить помогать другим, перерастая старый стандарт, а плетущихся за чужой славой – продумывать, наконец, нечто свое.

Люди, с которыми мы можем реально сотрудничать в литературной и смежных областях – это те, кто с охотой начинают двигаться по этому кругу перемен и обнаруживают восторг бесконечности жизни в непрестанности этих изменений. В процессе творческой работы можно найти таких людей. Это педагоги, журналисты и писатели, прислушивающиеся к ходу времени, осваивающие новые формы и стремящиеся выразить свежие образы. Это компании и специалисты литературного рынка и всех смежных индустрий, бесстрашно стремящиеся к развитию в кино и театре, мультимедиа и рекламе, туризме и психологии, в деловых, общественных и творческих инновационных проектах.

Культурные инвестиции и иммиграция в русский сторителлинг

Культура страны в модели брендов стран Саймона Анхольта – показатель глобального восприятия ее современности, всегда зяждущейся на исторической культурной традиции. При этом собственный народ страны – первый адресат и оценщик ее национального бренда, и лишь затем ею интересуются иностранцы.



Отличную формулу для российской культурной политики сформулировал в интервью 2013 года новый председатель Комитета по культуре Санкт-Петербурга Василий Панкратов, сказав: «Мне нравятся те эпохи, когда культура создается чутьем художника и гением народа». Художники кажутся как раз тем самым воплощением гения народа, а вот благосостояния в этой фразе не хватает. Поэтому предлагаю полюбить эпохи, когда культура создается чутьем инвестора и гением народа.

Культурная политика, которая создает такие эпохи, отличается стилем великого инвестора Уоррена Баффета. Это значит, что в культурный рост народа нашей страны надо инвестировать вдумчиво, с большим пониманием. Кризисы – чудесный период для инвестиций, однако в любые времена стоит опасаться расточительных проектов и экономно вкладывать в рисковые, причем только в те, что будут интересовать народ еще лет десять.

Гуру национальных брендов Саймон Анхольт говорит, что перемены в национальном бренде происходят после того, как страна лет пятьдесят ежемесячно делала потрясающие весь мир шаги к новому имиджу. Сейчас наш бренд – коммунистическая обуза мира. Но, как известно, дорогу осилит идущий. Репутация создается годами, а потерять ее можно в одно мгновение, так что, как писано в «Капитанской дочке», береги платье снову, а честь смолоду. Культурный бренд России XXI века надо созидать и блюсти как честь.

Как это сделать в эпоху глобализации и Интернета? Соединив силу любви к планете Земля и разделив силою демократии, дающей каждому комментатору равное с оратором право голоса. В Сети это реализуется, например, тем, что там где простой смертный может комментировать лидеров любого масштаба. И если лидер умен, то демократическим итогом такого общения является джем-сейшен публичной дипломатии.

И тогда оба собеседника становятся включенными наблюдателями мирового постмодернистского процесса. Высказывания обоих – временная и субъективная истина, которую мудрый человек развивает в соответствии с динамичным развитием своей внутренней логики и внешнего мира. Признавая недостижимость окончательной истины, мы при таком подходе становимся толерантными соратниками в поиске постоянно меняющегося и неизбежно многоликого образа мира, адекватного современности XXI века. И тогда место Творца этого мира остается за Богом, а писатели и читатели вместе исследуют и доносят друг до друга красоту Его творения.

Пушкин, говорят, хотел, чтоб на его могиле написали "Он очень старался". Будем стараться и мы.

Литературно-образовательный туризм

Что в рейтингах брендов стран, что в рейтингах «хороших стран» Россия стоит низко, что отражает отношение мира к нам, «коммунистической обузе» человечества. И теперь наша искренняя и доказательная вера в возможность возрождения русской литературы – важное оружие развития литературного бренда страны. Однако надо понимать, что сейчас Россия – своего рода «идентифицированный пациент» мировой «семейной системы». Это значит, что мир видит проблему недемократической обузы в нас лично, а на самом деле мы отражаем общемировой коллапс самоуничтожения вида Homo Sapiens путем эгоистического избыточного потребления.

Экспансия потребления хороша для вида, пока он не переходит границ конкуренции с другими видами, балансирующими его активность. Человечество же уже в середине прошлого века стало ключевой биосферообразующей силой. Поэтому либо пересчитаем свою видовую эгоистическую жадность и начнем управлять биосферой в ее интересах, либо погибнем от внутренних и внешних последствий безудержной односторонней эксплуатации Земных ресурсов.

Россия всего лишь демонстрирует миру системный тренд Homo Sapiens. Мир ужасается, глядя на нас, однако, судя по исследованиям Римского клуба и углубляющимся кризисам всех сортов, продолжает двигаться в сторону недемократического отношения к интересам планеты Земля. Общемировой эгоизм человечества пока сильнее очевидного прогноза, что если погубить Землю, то выживать будет негде – пока на Марсе сформируются подходящие условия, мы благополучно исчезнем здесь как вид.

А раз человеческий эгоизм пока сильнее понимания своего места и видовой ответственности, то идентифицированный пациент Россия – это всего лишь больной, выдающий общесистемные симптомы глобального вируса болезни всего вида Homo Sapiens. Известно, что если такого пациента лечить отдельно от семьи, то как только ему станет лучше, семья начнет загонять его обратно в коллапс, ибо никто не хочет быть козлом отпущения. Как дисфункции семьи лечат всю семью, так и от свойства быть «коммунистической обузой» надо лечить весь мир, начиная с России, однако не заканчивая ею. Иначе толку не будет. Литературные шедевры в русле русской классики и описанных выше ценностей для этой задачи – идеальное лекарство.

Как говорил старец Силуан Афонский, «не делайте вреда ни земле, ни морю, ни деревьям... ибо жалко всю тварь сердцу, которое научилось любить». Литературной отрасли России надо заново учиться любить сердцем, распространяя свое влияние на все поле мультимедиа и масс-медиа, включая Интернет и смежные индустрии – театр, кино, компьютерные игры, где воплощаются так или иначе «упакованные» литературные истории. Да и образование, которое давно уже стало edutainment'ом, то есть гибридом образования и развлечения, также наша забота.



Русский литературный экспорт

Я уважаю рейтинги, проведенные в социальных сетях или узким кругом знатоков, но верю в те из них, где живой читатель голосует рублем, а лучше – долларом. Поскольку мир сегодня стал мультимедийным и англоязычным, а книжный магазин - Amazon'ом, то идеальную книгу для мировой читательской аудитории я составила на базе списка бестселлеров этого мегамаркета.

Просто взяла первую двадцатку и поглядела, какое выходит там ирландское рагу. Вот Вам итог, если оставить детали в стороне. Совокупный сюжет первой десятки Амазона: булимические пары аутистов и онкобольных бегут от прошлых грехов за фетишами гениев и личным обогащением. Вторая десятка Амазона строится так: борьба мнимых царств и пандемия воображаемых зомби затмеваются реальными историями любви, сострадания и улыбок жизни.

В этом контексте западный рынок воспринимает Россию как страшное, холодное и мучительное место духовных исканий и поражений. Литагенты и издательства интересуются «русскими ужастиками» от документальных до фантастических. Идеальный для международной аудитории русский роман - «Доктор Живаго», только на современном материале. Безнадёжная литания, в которой небо в алмазах можно увидеть только после смерти. А мне кажется, пора нам уже наконец предьявить оптимистическую российскую литанию XXI века. С выходом к свету в этом мире. С учетом экологических, экономических и духовных кризисов, переживаемых всем глобальным сообществом, такой роман был бы спасителем для жителей всей Земли. И тогда его охотно переведут на все языки мира, а Россия вернет себе литературную репутацию, наследуемую от Пушкина и Толстого – и утраченную в смутные советские и мутные пост-советские времена.

В 2010 году на XIII Фулбрайтской гуманитарной летней школе «История чтения и будущее читателей» выступал профессор университета Джонса Хопкинза (США) Джеффри Брукс, специалист по русской культуре и истории. Он тогда сказал, что до 1917 года в России печаталась литература о личном нравственном выборе человека, а после - о сценариях подчинения тоталитарной системе. Добавлю, что по пирамиде мотивации Маслоу это значит: до революции наши писатели исследовали цель пятого и высшего уровня (смысл жизни), а после 1917 – второго и третьего, «жить как все» и «стать лучше всех в социальной иерархии». Запрещенная литература советских времен писала о творческом сопротивлении порабощению духа (уровень 4, но драматический) и о крестном пути эпохи репрессий и застоя (уровень 5, но уже просто трагический). В Серебряный век и советское время смысл нашей жизни выражался безнадежным стоном литании, а в Перестройку и позже – «чернухой» (уровень 1, выживание).

Русские классики XIX века были сильны тем, что писали о «свободе для» высших смыслов, а не «свободе от» низшего в человеке. И тем более не о падении его, приведшем современных российских авторов на полки «русских ужастиков» в мировой библиотеке. Чтобы вернуть свое место в глобальной литературе, нам придется вернуться к пути личной аскезы и духовного подвига в жизни и к теме личного нравственного выбора в литературе.



Российская культурная традиция в XXI веке

Любой бренд строится на хорошем продукте, поэтому в XXI веке культурный бренд «Россия» должен вернуться на путь великой русской классики. Опора на глубокий психологизм и нравственное чувство русской литературы должна помочь нам породить истории, превышающие «Ледниковый период» по силе художественного воздействия и всемирной популярности.

Это означает, что ядро культурного бренда России XXI века следует строить на идее культурного биосфероцентризма, который так гармонично произрастает из великой русской литературы «маленького человека». Литературный экспорт шедевров на базе этой идеи пойдет сегодня на ура. Ибо с этой вершины мы можем интегрировать все уровни и темы историй: трагедии кризисного выживания, легенды обретения общности, героические саги с целью «стать лучше всех», эксперименты творческого духа и истории трансперсонального, высшего смысла жизни, приводящего к той любви, которая, по апостолу Павлу «никогда не перестает, хотя и пророчества прекратятся, и языки умолкнут, и знание упразднится».

Такие истории, безусловно, требуют возвышенной риторики, а именно - «оптимистических литаний», ставших жанром сборника малой прозы и поэзии «Россия глазами поэтов. В преддверии рая. What's for?», включившего работы победителей одноименного конкурса Школы малой прозы и поэзии, которую я провела при поддержке Международного писательского форума в 2012\2013 академическом году.

Литания — это молитва, состоящая из повторяющихся коротких молебных воззваний. Оптимистическая литания – молитва с верой в возможности счастливого исхода. С момента своего возникновения литании стали одной из сильнейших форм вдохновенного проживания неизбежных и зачастую болезненных перемен жизни. Они – животрепещущая стенография социальных и духовных процессов общества.

Работы победителей конкурса «Россия глазами поэтов» отбирались по мере их глубины и силы, вне зависимости от избранных авторами малых жанров. Итоговые тексты выстроены в соответствии с внутренней логикой общей литании авторского « хора » и представлены в сборнике последовательностью оптимистических шедевров - в диапазоне от документальной прозы до высокой поэзии.

Такие пилотные опыты современной работы авторов малых форм по созиданию светлого образа отечества я предлагаю развивать сегодня как брендовый тренд современной русской культуры. Эти поэтические сборники, авторские или коллективные, – необходимый вклад авторов малых форм в работу по созиданию светлого образа новой России XXI века.



Камо грядеши, Россия, в год культуры?

Вы не можете никого заставить любить свою страну, вам надо сделать так, чтоб она вызывала любовь. И население является критической силой в этой работе. Никто не полюбит страну, которую не любит ее народ...

Изменения в национальном бренде произойдут, только когда по-новому заработает вся система: общество, бизнес и правительство страны... Во многих странах, с которыми я работал, люди не верили, что когда-нибудь они будут гордиться своей страной или городом, но когда происходит консолидация сил, перемены становятся реальностью.

Саймон Анхольт, из интервью Наталье Гарбер для сайта Global Russians «Сноб», 2012

"Две вещи на свете наполняют мою душу священным трепетом - звездное небо над головой и нравственный закон внутри нас", - говорил Иммануил Кант, и я его позицию полностью разделяю.

Между тем давайте вспомним историю: в 1913 году в российском религиозном мировоззрении возник раскол, вошедший в историю как спор об имяславии. В числе прочих в спорах на стороне имяславцев активно принимал участие известный философ Павел Флоренский, из чьих сочинений мы и знаем сегодня о тонкостях этой общественной дискуссии. А предводителем русских имяславцев в начале XX века был иеросхимонах Антоний, в миру - священник Александр Булатович. В 1913 году учение имяславцев было осуждено как еретическое Святейшим Правительствующим Синодом Русской Церкви, а смута, возникшая в русских монастырях на Афоне из-за споров вокруг этого учения, была подавлена с использованием вооружённой силы.

Спор шел о том, содержит ли слово, произносимое человеком, божественную сущность. Решение русской православной церкви состояло в том, что не содержит. То есть публичные дискуссии, поэтические вирши и любовные обещания являются личным делом каждого человека и ответственности перед Богом он за это не несет.

Понятно, что такой уровень социальной ответственности на личном и государственном уровне ведет к словоблудию, то есть пропаганде, рекламе и псевдо публичной дипломатии, делая реальных публичных дипломатов маргиналами и аутсайдерами, которым остальные велят «политику не портить». Что мы и имеем: в России сегодня за свои слова человек, как правило, не отвечает. Существовавшая когда-то вплоть до уровня коммерческих сделок традиция «честного купеческого» («не давши слова – крепись, а давши - держись»), сегодня в большинстве случаев утрачена. Однако развитие деловой и политической элиты последних десятилетий возвращает нас к вопросу социальной ответственности на личном и организационном уровне от человека до правителя. И снова делает актуальным вопрос о том, содержит ли слово Бога, то есть является ли словесное заявление тем, на что можно полагаться, ибо сказавший отвечает за эти слова перед Богом и обязуется их на этом уровне ответственности соблюсти.

В Год 2014 в России был счастливо объявлен годом культуры с фокусом на подъеме регионов, то есть всей страны. Президент Путин соответствующий указ символично подписал 22 апреля - в день рождения Ленина, организовавшего в России революцию, приведшую к теперешним проблемам с русским национальным брендом. Что ж, самое

Наталья Гарбер
Тайные истории
Пушкинских гор



время с этого момента вместо надоевших всем «русских ужастиков» заняться обновлением литературного бренда России, продвигая брендовую историю личного нравственного выбора и правдивого природосообразного созидания, которой сильны всемирно известные русские писатели.

Большой литературе свойственно пророчествовать и вести народы за собой. Наш национальный бренд должен стать литературной «лестницей к Богу» в самом высоком смысле: нас должны вывести к свету высокие смыслы и силы русской литературы.

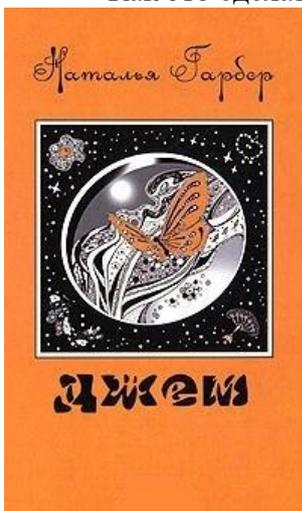
Поэтому я предлагаю как нашей культурной столице – городу Санкт-Петербургу, так и всей культурной индустрии страны сделать в наступающем году решительные шаги по правдивому развитию нашего культурного бренда, который, будучи «продуктом с историей», начинается с бренда литературного. В XXI веке всю сказочную мощь национальной культуры я предлагаю путем эффективного и «ласкового» государственного управления поставить на службу русскому народу - «инвестору Емеле с инноватором Левшой внутри», из числа «искусных людей, на которых почивает надежда нации». И будем ждать от них креативных чудес и инновационных прорывов.

«What's for?», - спросите Вы. Чтобы научиться быть хозяевами своей земли, своей жизни, как предложил нам всем русский гений Владимир Вернадский почти век тому назад. Россия - наша страна, и строить ее бренд следует нам – в сотрудничестве со всем миром, в котором этому бренду и предстоит обрестись.

Пора вылезти из обочины «русских ужастиков» на прямой, чистый и бесстрашный путь русской классики, - чтобы рассказать миру современные истории про великие глобальные потрясения, порожденные ими скитания по странам и континентам, глубокая преданность своей стране и роду, большая любовь к ближним и дальним, веселое бесстрашие в освоении реального мира и много трепетной нежности в отношении его красоты. Кому как не нам рассказать погибающему в кризисах миру, как «жалеть всю тварь сердцу, которое научилось любить».

Давайте же сделаем это наконец правдиво, убрав конфликт между брендом и брендингом. Давайте донесем истинный образ культурного бренда России до ее народа и всех людей мира. И тогда станем мы все - по нашему национальному хотению и щучьему велению биосферы Земли, - такие молодцы, что не будет нам подобных во всем мире!

Как это сделать? Можно так, как написала я в 2010 году в своем романе-



калейдоскопе «Джем», аннотацией которого я смело могу резюмировать свои предложения по развитию культурного бренда России: «Жизнь – это, говорят, дорога. А неприятности в пути на то и существуют, чтобы сильнее хотелось воспарить. И там, в вышине, свободно и радостно лететь к выбранным вершинам. В ритме собственного сердца. Как? Так же как джазмены, садясь играть джем-сейшен, выбирают общую тональность и темп. И все остальное случается созвучием по дороге... В итоге выходит путешествие к свободе внутреннего мира, освобождающее от вериг вчерашнего опыта и ведущее сквозь тяготы сегодняшнего дня. Тот самый взлет, оставляющий след на небосклоне души, как самолет в небе. В ритме собственного сердца, по собственному пути. Вслед за внутренней музыкой, данной каждому от Бога».

Но кто-то не верит в Бога. Что же тогда делать?

Все равно звучать, подумала я в 2013 году и поехала в Пушкинские горы - почистить себя под солнцем нашей поэзии - Александром Сергеевичем, чтобы написать книгу про наш национальный бренд, как я его там услышу, увижу и почувствую.

И увидела я его так: «Я люблю Пушкинские горы. Я здесь не пишу, а записываю, принимая и передавая традицию сердечного электричества этих мест. Пушкин – «наше все», поэтому в Пушкиногорье можно открыться таланту гения и силе мест, обрести себя и передать дальше творческую эстафету созидания души отечества. Душа эта невидима,

поэтому напоминаю: все события и герои этой книги - вымышлены, и любые совпадения - случайны. А между тем, проживая вместе со мной эти истории, вы станете частью вселенских сил пушкинской поэзии и деревенского *comme il faut*, сердечности медсестры Арины Родионовны и жизнелюбия торговца Коли Хлебного, волшебства народных преданий и очарования сегодняшней человечности. Вы почувствуете дыхание пушкиногорских лесов, увидите красоту полевого разнотравья и попробуете живую воду из озера Кучане. Услышите музыку ветра над прудом у мельницы в Бугрово и стук яблок в ночном саду Тригорского, и причаститесь чистому духу этих мест. И когда откликнется пушкиногорью ваше сердце, то языком никогда не перестающей любви откроются вам главные тайны жизни на Земле. И тогда вы присоединитесь к героям этой книги, чтобы свободно, радостно и легко почувствовать – мы и есть эта страна».

Хорошо бы так жить, да? Только с того момента, как я сформировала бренд России, никто не хочет им заниматься. Все, от политиков до домохозяек, от бизнесменов до культурологов, хотят тихо жить в своем углу и процветать сами по себе. Страной не интересуется почти никто. Почти – потому что ею интересуются националисты.

Тогда давайте оттолкнемся от противного. Бывший министра культуры РФ (Ельцинского правительства) и представитель России в ЮНЕСКО в Париже, выдающийся знаток культуры и глубоко мыслящий дипломат Евгений Юрьевич Сидоров на заседании в ноябре 2016 года, посвященном 25-летию Первого российского правительства, сказал: «Позвольте закончить почти провидческим рассуждением Федора Ивановича Тютчева: «В истории человеческих обществ существует роковой закон, который никогда не изменял себе. Великие кризисы, великие кары наступают обычно не тогда, когда беззаконие доведено до предела, когда оно царствует и управляет во всеоружии силы и бесстыдства, нет, взрыв разражается по большей части при первой робкой попытке возврата к добру, при первом искреннем, быть может, но неуверенном поползновении к необходимому исправлению». Стоит задуматься над этими словами и осмотреться вокруг. Необходимое демократическое постимперское исправление жизни нашего отечества не удалось довести до желаемого результата - налицо реакция (хорошо, что покамест не взрыв - по Тютчеву), сползание в авторитарную стагнацию и изоляцию от европейского мира. Но верные, очень важные шаги были сделаны в девяностые, и они не погибнут втуне. Их можно замолчать, извратить, но вычеркнуть из истории никому не под силу. И Россия уже никогда не вернется в прошлое».

Можно придерживаться разных взглядов на правление разных Президентов и Правительств России, но одно в выступлении Евгения Юрьевича, думаю, будет близко и его сторонникам, и его противникам: другой истории у нас нет, другого народа у нас нет, других правителей, чем те, что есть, мы пока себе не заслужили. При этом в нашем движении вперед действительно нарастают признаки коллапсического равновесия по Нэшу, и это никому не нужно. Ибо все силы России хотят жить лучше, а не хуже, чем жили. Поэтому давайте сделаем не робкое поползновение к общему развитию, а решительный и стратегический шаг к нему.

Давайте объединим наши силы по простому принципу: договоримся о том устойчивом, креативном и глобально консервативном развитии, которое для нас всех (!) возможно, и будем сострадательны друг к другу в том, о чем пока договориться не можем. В XXI веке это единственный путь. Ни националистическая и социальная вражда, ни нарастающая ненависть и противостояние внутри страны, ни тем более Третья мировая война никому не нужны. Это тупик.

Поэтому давайте сообщаем, сохраняя каждому достойное место в общей системе, мирно двигаться от истребителей к навигаторам, как уже давно предложил нам гениальный поэт Борис Гребенщиков. Технологию для этого я и предлагаю в своем проекте www.goodplanetpoem.org.