

RORE

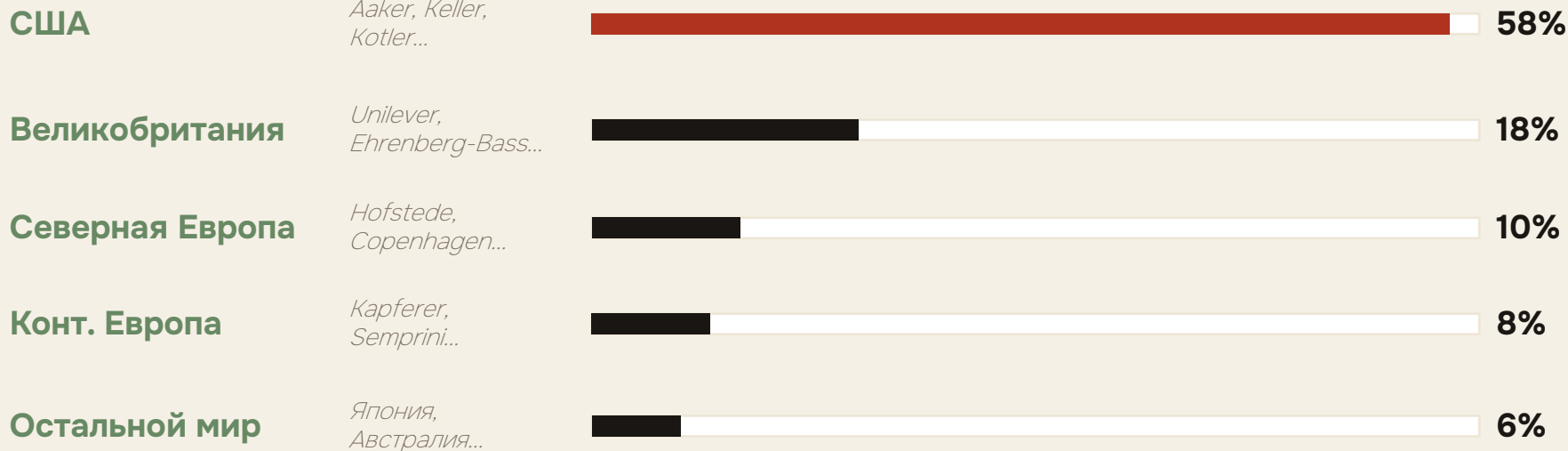
группа
компаний
родная
речь

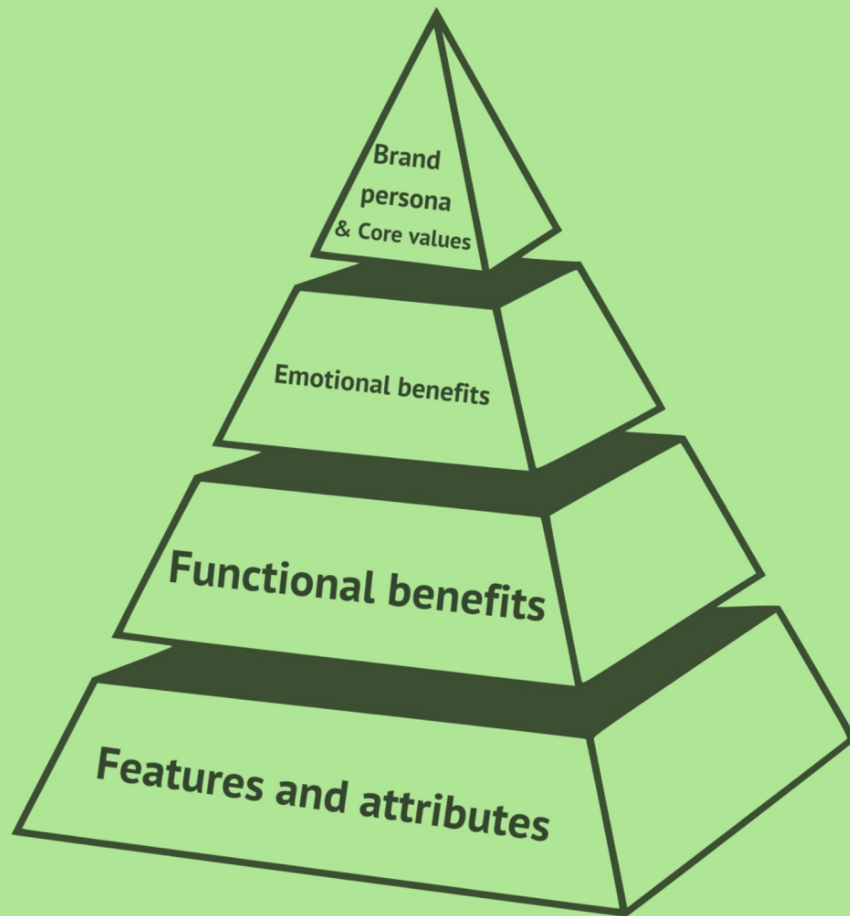
ИЗМЕНИ СОЗНАНИЕ 2026

Зачем российскому
маркетингу
свои фреймворки



~100 фреймворков, связанных с брендом и поведением потребителей





- С каким «я» человека разговаривает бренд?
- Что делает выбор человека оправданным?
- Что делает бренд правдивым?
- Как бренд доносит смысл?





Хофстеде



Шварц



Лихачев



Холл



РОССИЯ

США

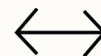
Социальный коллективизм



Индивидуализм

*«Я – ПОСЛЕДНЯЯ
БУКВА В АЛФАВИТЕ!»*

Человек
максимизирует
выгоду своего
индивидуального «Я»

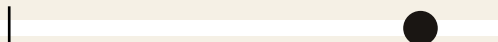
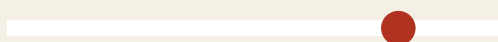


Человек
максимизирует свою
роль в кругу «своих» /
«чужих»

РОССИЯ

США

Социальный коллективизм



Индивидуализм

Сдержанность



Гедонизм

*«КОНЧИЛ ДЕЛО –
ГУЛЯЙ СМЕЛО!»*

Бренд меняет
жизнь человека
к лучшему



Бренд дает
моральное
оправдание
лучшей жизни

РОССИЯ

США

Социальный коллективизм



Индивидуализм

Сдержанность



Гедонизм

Справедливость*



Закон*

*«ПО ЗАКОНУ - ДА
НЕ ПО СОВЕСТИ!»*

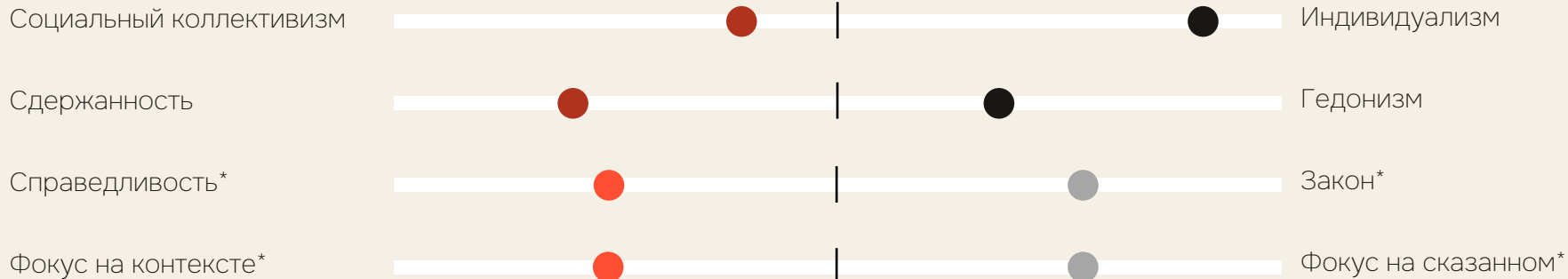
Бренд дает RTBs
и работает по SLAs



Бренд занимает
моральную позицию,
когда «по правилам»
не равно
«по-человечески»

РОССИЯ

США



*«СЛОВО – СЕРЕБРО,
МОЛЧАНИЕ –
ЗОЛОТО!»*

Бренд = «генератор»
сообщений
и деклараций



Бренд = «режиссер»
(не)вербального
контекста
и человеческого
опыта

* - экспертная оценка позиции на шкале

RULER

Правитель – западный премиум

Корень	Власть, иерархия, превосходство
Считывается	«Я выше – ты ниже»
Механика	Exclusivity, дистанция, порядок
Бренды	Bentley, Burberry, Rolex



Лихачёв, Бердяев:

Легитимная власть
в русской культуре –
та, что служит, а не та,
что правит.

RULER

Правитель – западный премиум

Корень	Власть, иерархия, превосходство
Считывается	«Я выше – ты ниже»
Механика	Exclusivity, дистанция, порядок
Бренды	Bentley, Burberry, Rolex



КУПЕЦ

Русский премиум

Корень	Широта, щедрость, гостеприимство
Считывается	«У меня всего много – заходи»
Механика	Открытый стол, размах, без позы сверху
Бренды	Абрау-Дюрсо, рестораны Новикова



Колесо российских архетипов MVP 1.0

www.rawh.studio

описание бренда в российской культурной традиции

АТМОСФЕРА · ЖИВАЯ, ДЫШИТ, МЕНЯЕТСЯ

Проявление

Речь

что бренд говорит

Поступки

что бренд делает, хотя не обязан

Контекст

опыт взаимодействия с брендом, который нельзя подделать

слой 01

Против какой несправедливости бренд готов нарушить правила?

слой 02

Какую моральную основу выбора бренд даёт человеку?

слой 03

Кто такие «свои» и «чужие» и как бренд помогает быть в кругу своих?

ЯДРО · ВЕЧНОЕ

Правда

ДЕРЖИТ, НЕ ДВИГАЕТСЯ