

ЛОГО ДЛЯ ПРОТЕСТА

АНДРЕЙ ДЕГТЯРЕНКО,

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ КОМПАНИИ «ПРОЕКТ» 111»



ПОСЛЕ ДЕКАБРЬСКИХ воодушевляющих событий, мартовского разочарования и майского обострения стало понятно одно — у довольно большой части общества есть желание выразить свою позицию, нет единого тренда/лидера/понимания того, что дальше делать.

То лагерь, то сидячая забастовка, то все вместе, то без коммунистов и националистов.

В свое время, когда протестное движение насчитывало сотни активистов, малыми силами Лимонов и компания сделали из 31-й статьи болевую точку для власти. Почему? Защита статьи Конституции и право высказывать свое мнение ни у кого из здравомыслящих людей сомнения не вызывали, политических лозунгов и поддержки конкретных партий не провозглашалось, акция была (и остается, хотя многое поменялось) регулярной, через некоторое время все о ней узнали.

И, что важно — короткое, емкое название — Стратегия 31. И (возможно уже не столь узнаваемый) логотип.

На сегодня в ситуации неопределенности ряд людей побоится выйти под дубинки/штрафы/неизвестно, что еще, а очень большой процент граждан, разделяющих те же взгляды, по разным причинам никогда не будет участвовать в массовых акциях.

Оппозиции нужен объединяющий графический символ, знак, бренд. Белая ленточка возникла довольно спонтанно, автор ее неизвестен, авторы текстов на belayalenta.com — тоже. Она не имеет стандартного начертания и одинакового вида, начинаясь от пышного белого банта у Ильи Пономарева до разнообразных вариантов в твиттер-аватарах.

Ее просто сделать, но неудобно (как минимум для пассивно поддерживающих протест) носить каждый день, как обычный болельщик-«кузьмич» не носит «розу» в дни, когда нет матчей.

Белая лента не несет в себе конкретного message, кроме самого цвета — правды, чистоты и честности. Это, безусловно, здорово, но недостаточно.

И огромный недостаток — ее нельзя тиражировать на различных предметах и материалах. Можно сделать значок, но нельзя печатать на ручке, кружке, футболке, зонте и многих других носителях.

При всех своих недостатках белая ленточка сыграла большую роль — она была замечена, попала в кадры, эфиры и была перепутана сами-знаете-с-чем. Более того, для многих обывателей протест — это те, «кто с ленточками», но сформулировать позицию протестующих они вряд смогут.

Вряд ли смогут это сделать (во всяком случае, близкими терминами) и сами протестующие.

С моей точки зрения, протесту нужен однозначно узнаваемый графический символ (серп и молот, значок Facebook и так далее), связанный с ярким, сочным, вирусным слоганом (партия жуликов и воров, "Yes, we can", невозможное возможно).

ПЖиВ намертво прилипло к ЕР, и это без особой рекламной поддержки.

Слоган должен быть объединяющим самые широкие массы, не иметь прямой политической окраски, не вызывать отторжения, но в то же время быть весьма энергичным и созидательным (без «Долой», «В отставку!» «На йух» и т.д.)

Знак и слоган могут использоваться как вместе, так и отдельно. Но установленная в подсознании связь будет при виде графики вызывать слоган к внутреннему воспроизведению.

Графический знак нужно сделать весьма простым, для легкой интеграции в элементы одежды, аксессуаров, оформления витрин, публичных мест и так далее.

Наклейки на машину будут особенно популярны.

Таким образом, будет заполнена пропасть между огромной массой разделяющих идеи протеста (далеко не все из них проявляют активность даже в интернетях) и теми, кто готов выйти на уличные акции.

ИСПОЛЬЗУЯ СИМВОЛИКУ, МОЖНО ДАТЬ «КУЗЬМИЧАМ» ОТ ПОЛИТИКИ ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫРАЗИТЬ СВОЕ МНЕНИЕ — ВЫЙДЯ НА УЛИЦУ С СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ СУМКОЙ, ЗОНТИКОМ, ЗНАЧКОМ, В ФУТБОЛКЕ ИЛИ БЕЙСБОЛКЕ. РАДИКАЛЬНАЯ ЧАСТЬ, БЕЗУСЛОВНО, УКРАСИТ УЛИЦЫ ГОРОДОВ ГРАФФИТИ.



Используя символику, можно дать «Кузьмичам» от политики возможность выразить свое мнение — выйдя на улицу с соответствующей сумкой, зонтиком, значком, в футболке или бейсболке. Радикальная часть, безусловно, украсит улицы городов граффити.

Члены Единой России, вынужденные там состоять вопреки своим благородным помыслам, смогут носить значок на отвороте лацкана или заказать себе постельное белье.

Регионы, где крайне сложно организовать массовые мероприятия, получают инструмент «на каждый день».

В целом можно реализовать выработанную годами привычку к фиге в кармане.

На улице легко узнавать своих, а полиция вряд ли будет хватать людей с определенным рисунком на зонтике (хотя гарантировать сложно). Ношение символики (если это не массовый выход) не требует разрешений, согласований и схемы расстановки ОМОНа.

А колеблющиеся и неопределившиеся будут поражены тем, как много окружающих их людей носят соответствующую символику.

Из самого процесса выбора графики и слогана можно сделать отличный экшн: группа не-политиков (Парфенов-Акунин-Шевчук и т.д.) с высоким авторитетом инициирует процесс, всем хорошо известные СМИ и многочисленные фейсбук и твиттер-аккаунты освещают ход событий, креативный класс присылает тысячи вариантов.

Результаты в два этапа: первоначальный отсев интернет-голосованием, затем профессиональное жюри.

Думаю, что независимо от политической позиции ряд компаний из промоиндустрии го-

тов предоставить свои ресурсы для производства необходимой продукции и для ее реализации через интернет-магазины. Nothing personal, just business. Футболки «31» продавались много где. Конечно, монополии здесь быть не должно, но было бы неплохо, если бы продающие организации отчисляли процент, который шел бы

ПРОТЕСТУ НУЖЕН ОДНОЗНАЧНО УЗНАВАЕМЫЙ ГРАФИЧЕСКИЙ СИМВОЛ (СЕРП И МОЛОТ, ЗНАЧОК FACEBOOK И ТАК ДАЛЕЕ), СВЯЗАННЫЙ С ЯРКИМ, СОЧНЫМ, ВИРУСНЫМ СЛОГАНОМ (ПАРТИЯ ЖУЛИКОВ И ВОРОВ, “YES, WE CAN”, НЕВОЗМОЖНОЕ ВОЗМОЖНО).

на организацию митингов, фестивалей, оплату юристов и так далее. С учетом повышения штрафов допфинансы весьма актуальны. Запрещать продавать и пугать нелегальным использованием знака никого не нужно — чем больше будет, тем лучше. Но потребитель сам сделает выбор — заплатить больше и финансово поучаствовать в поддержке протеста, либо заплатить по нижней планке и стать просто одним из миллионов, носящих символику.

Честно говоря, идея лежит на поверхности и довольно странно, что ее никто до сих пор не озвучил. Особенно при наличии в рядах оппозиции таких мастеров слова, как Быков и Акунин, и большого количества художников, дизайнеров и рекламистов.

Есть одна опасность — что пока пройдет конкурс, режим падет по другим причинам. Но расстраиваться по этому поводу смысла не вижу.

P.S. Во время акции против расизма «Встань и скажи», инициированной Тьерри Анри и Nike, было продано 9 миллионов браслетов по 2 евро.

С уважением, Андрей Дегтяренко



LOGO TO PROTEST

December inspiring events and March frustrations and May aggravation made it clear: a large part of our society desires to express its position, but has no understanding what to do next. And, among other things, opposition forces need a unifying graphic symbol, a sign, a brand. Spontaneously white ribbon has no specific message, and it's hard to replicate it — on pens, mugs, t-shirt, etc.

A recognizable graphic symbol with juicy slogan uniting the broad masses is needed. It will bridge the gap between huge group of people sharing protest ideas and people ready to start outdoor action. Police would have no right to arrest people for prints on their t-shirts or umbrellas. And uncertain and undecided groups would be amazed by many people wearing are appropriate symbols.