

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М. В. ЛОМОНОСОВА**

---

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра новых медиа и теории коммуникации**

**Арт-терапия: социальное программирование языком плаката**

**Работа  
студентки V курса (гр. 502)  
САПОЖНИКОВОЙ Е. О.**

**ПРЕПОДАВАТЕЛЬ –  
доцент,  
кандидат филологических наук  
ЗАСУРСКИЙ И. И.**

**Москва – 2014**

## Содержание

Введение.....	3
История создания организации Loesje.....	4
Основной принцип работы Loesje как метод социального программирования.....	5
Заключение.....	10
Список используемых источников.....	11

## Введение

В основе моей работы лежит анализ деятельности международной организации Loesje, которая отстаивает свободу слова посредством создания плакатов с оригинальными слоганами. Однако по двум причинам особое внимание я хотела бы уделить конкретно польскому отделению этой организации. Во-первых, ее участники действуют куда более активно, нежели их иностранные коллеги; во-вторых, моим основным увлечением (как научным, так и чисто житейским) является польская культура, история, журналистика и, как следствие, социальные проблемы, встающие перед гражданами этой страны.

Может ли плакат стать методом социального программирования? Безусловно. Если говорить конкретно о плакатах Loesje, то основным их орудием является слово, а не образ - их стиль крайне минималистичен: на белом фоне черным шрифтом наносится слоган и логотип организации с контактными данными. На мой взгляд, само слово работает сильнее изображения – удачный слоган или игра слов оседает где-то в глубине сознания и начинает работать как установка. Мои догадки подтверждает Олег Матвейчев, автор книги «Уши машут ослом. Современное социальное программирование»: «Как и в программировании компьютерном, в социальном программировании есть язык и для составления программ. Только он гораздо сложнее компьютерного, и, пожалуй, *главный язык социального программирования — сам естественный язык*. Ведь именно слова языка вызывают в сознании те самые стереотипы»<sup>1</sup>.

В основном, такой тип программирования используется в рекламе, когда ты произносишь слово, а мозг следом воспроизводит слоган. Однако организация Loesje стремится не засорить человеческое сознание информационным мусором, а создать позитивные жизненные и социальные

---

<sup>1</sup> Матвейчев О. А. «Уши машут ослом. Современное социальное программирование»: <http://www.matveychev.ru/files/ushi2.pdf>, стр. 144

установки: быть добрее к людям вокруг тебя, чаще улыбаться, уважать права других и тому подобное. Такая «арт-терапия» кажется мне очень важной – особенно в нынешних условиях мультикультурализма.

### **История создания организации Loesje**

Loesje была создана группой голландских активистов в городе Арнем 24 ноября 1983 года. Идея заключалась (и заключается до сих пор) в том, чтобы нести в массы творчество, позитивную критику различных социальных явлений, философские мысли и размышления об актуальных событиях. Короткие слоганы помещаются на плакатах и подписываются условным голландским именем Loesje (произносится «Люше»).

На сегодняшний день активисты Loesje работают в 28<sup>2</sup> странах мира. В период с 2005 по 2013 год международная штаб-квартира Loesje располагалась в Берлине, но в этом году они переехали обратно в родной Арнем.

Поскольку я хотела бы конкретнее остановиться на деятельности польских активистов, нельзя не сказать пару слов о работе Loesje в Польше. На сайте<sup>3</sup> польского отделения организации написано, что информация о Loesje появилась в Польше в начале 90-х годов, а первая публикация на польском языке была выпущена в городе Кельце в 2006 году. Сейчас наиболее активно работает варшавская группа, однако ее члены также проводят семинары во Вроцлаве, Кракове, Быдгоще, Познани, Щецине и Гданьске.

---

<sup>2</sup> <http://www.loesje.org/groups>

<sup>3</sup> <http://www.loesje.pl/index.php/o-loesje>

## Основной принцип работы Loesje как метод социального программирования

В какой момент просто группа людей с добрыми намерениями становится организацией? На мой взгляд, тогда, когда они вырабатывают четкие правила и принципы своей деятельности. Казалось бы, какие могут быть правила при создании плаката: однако у Loesje они существуют и конкретно прописаны в инструкциях, рассылаемых главам представительств в разных странах. Loesje даже выпустили специальную брошюру<sup>4</sup> на нескольких языках для тех, кто хочет присоединиться к организации. В ней подробно описывается то, как должны выглядеть плакаты, какими должны быть слоганы, как расклеивать плакаты в городе и многое другое.

Плакаты Loesje должны отстаивать такие ценности, как свобода выражения мнения, свобода слова, толерантность, позитивная критика, стремление к миру и независимости. Ни в коем случае не должны создаваться слоганы, указывающие людям, как они должны думать или поступать.

Как пишут польские активисты Loesje на своем сайте, основной задачей каждого члена организации является «побуждение людей к рефлексии, к желанию мыслить креативно», а также «влияние на ближайшее окружение»<sup>5</sup>. Тексты для плакатов создаются и утверждаются на семинарах (самостоятельно выпускать плакаты, конечно же, не запрещено – это противоречило бы принципу свободы слова Loesje, однако самодеятельность не одобряется). В этом есть смысл, потому что коллективное сознание в данном случае работает лучше и эффективнее, чем индивидуальное. Зачастую только во время мозгового штурма можно создать по-настоящему мощный и броский слоган.

---

<sup>4</sup> <http://www.loesje.org/handbook>

<sup>5</sup> <http://www.loesje.pl/index.php/o-loesje>

Почти все вышеуказанные характеристики и требования, по сути, лежат в самом понятии плаката. Одним из определений по Большой Советской Энциклопедии является следующее: «Плакат (*нем. Plakat, от франц. placard — объявление, афиша, от plaquer — наклеить, приклеивать*) – единичное произведение искусства; лаконичное, броское (обычно цветное) изображение с кратким текстом (как правило, на большом листе бумаги), выполненное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях. <...> Плакат должен восприниматься на большом расстоянии, выделяясь среди других источников информации. Чтобы привлечь внимание и интерес зрителя, активизировать его восприятие, нацелить в нужном направлении сознание и волю к действию, плакат использует ряд специфических художественных средств. <...> Важную роль в плакате играет характер шрифта и расположение текста, яркое условное декоративное цветовое решение»<sup>6</sup>. То есть мы можем вычленить ряд «ключей» из этого определения, которые характеризовали бы плакаты Loesje: большой формат, лаконичность контента, наличие какой-либо цели, использование шрифта в качестве художественного средства. В наши дни в дизайне плакат воспринимается как «сведенное в четкую визуальную формулу сообщение, предназначенное современнику для выводов и конкретных действий»<sup>7</sup>. Думаю, что основной деталью плакатов Loesje является именно мысль, заряженная в лаконичный слоган. Как раз в этом случае отсутствие ярких изобразительных элементов играет на руку авторам: плакат будто «выстреливает» в зрителя ясной и очищенной от всяческой шелухи идеей, которая впоследствии остается в сознании, развивается и адаптируется.

Безусловно, при создании социального плаката неплохо бы опираться на какие-то данные и исследования. Профессор кафедры социологии культуры и коммуникации факультета социологии СПбГУ Минина Вера

---

<sup>6</sup> <http://slovari.yandex.ru/плакат/БСЭ/Плакат/>

<sup>7</sup> <http://kak.ru/magazine/16/a293/>

Николаевна в своей работе «Методы социального программирования» пишет: «Решение социальных проблем программным способом предполагает наличие развитой методологической и методической базы системного исследования общества и отдельных его структурных образований»<sup>8</sup>. В Loesje работают совершенно обычные люди без специализированных знаний, однако они ориентируются на актуальные проблемы. Польское отделение организации поддерживает правительство Варшавы, а значит, есть своего рода социальный заказ. К тому же, наверняка правительственные ведомства предоставляют Loesje результаты исследований польского населения. Например, в июле 2009 года было выпущено несколько плакатов, призывающих быть дружелюбными по отношению к вьетнамцам – в 2000-х годах эмигрантов этой страны стало в Польше особенно много. Слоганы на плакатах гласили: «Вьетнам лежит на правом берегу Вислы»<sup>9</sup>, «Люби вьетнамцев, как они тебя»<sup>10</sup> и т. п.

Но все же члены Loesje в большинстве случаев сами выбирают актуальную проблему и разрабатывают плакаты со слоганами, которые могут помочь разрядить обстановку в обществе, вызвать улыбку у жителей мегаполиса. Ярким примером может послужить ряд плакатов, направленный на то, чтобы люди сфокусировались на своей реальной жизни и проводили меньше времени в Интернете. Среди них: «Смотри сквозь окна, а не windows'ы»<sup>11</sup>, «Интересно, что ты думаешь – у тебя есть для этого больше, чем 140 символов»<sup>12</sup>, «В реальности у меня есть всё лицо, а не только профиль»<sup>13</sup>. Или же довольно провокационный (особенно для католической Польши) плакат «Гомофобия / Стыдится ли Папа своей любви к Богу»<sup>14</sup>. Поляки очень гордятся тем, что у них есть свобода слова (в том объеме,

---

<sup>8</sup> <http://www.smolsoc.ru/index.php/home/2009-12-24-13-38-54/images/referat/a608.pdf>

<sup>9</sup> [http://www.loesje.org/files/posters/big-PLpl0907\\_5.jpg](http://www.loesje.org/files/posters/big-PLpl0907_5.jpg)

<sup>10</sup> <http://www.loesje.org/files/posters/big-PLpl0907.jpg>

<sup>11</sup> [http://www.loesje.pl/images/stories/plakaty/pdf/Miasto\\_mysli/Patrz\\_przez\\_okna.pdf](http://www.loesje.pl/images/stories/plakaty/pdf/Miasto_mysli/Patrz_przez_okna.pdf)

<sup>12</sup> [http://www.loesje.pl/images/stories/plakaty/2014/Ciekawi\\_mnie.pdf](http://www.loesje.pl/images/stories/plakaty/2014/Ciekawi_mnie.pdf)

<sup>13</sup> [http://www.loesje.org/files/posters/big-PLpl1006\\_1.jpg](http://www.loesje.org/files/posters/big-PLpl1006_1.jpg)

<sup>14</sup> <http://www.loesje.org/files/posters/big-PLpl0909.jpg>

который может позволить себе государство), но буквально еще десять лет назад такой плакат вызвал бы шквал критики. В последние годы тема гомосексуальности обсуждается почти свободно, молодые режиссеры снимают все больше фильмов о проблеме гомофобии в современном обществе (например, фильм Малгожаты Шумовской «Во имя» и картина «Плывущие небоскребы» Томаша Василевского). Думаю, что плакаты Loesje тоже являются частью этой новой социальной программы, направленной на борьбу с проявлениями агрессии по отношению к сексуальным меньшинствам.

Как видно по польскому сообществу, с каждым месяцем к Loesje присоединяется все больше и больше активистов. Работает простой механизм: лаконичный слоган, увиденный где-то на улице, западает в голову, а вместе с ним – логотип Loesje. Современный человек сразу же зауглит «кодовое слово» и узнает много интересного о самой организации. Все же положительный пример не менее заразителен, чем дурной. Так было и со мной: первый слоган Loesje «Сознание / открыто 24 часа» я увидела во время вечерней пробежки по тихому району Варшавы, сфотографировала надпись на телефон и дома стала искать информацию об авторе.

Польское представительство Loesje работает намного прогрессивнее своих иностранных коллег (и это я не беру в расчет Россию, где Loesje просуществовала сравнительно недолго и весьма вяло). Помимо разработки плакатов, активисты протолкнули идею простых и добрых слоганов в правительство, и варшавская администрация не только дала разрешение, но и профинансировала нанесение граффити с избранными плакатами на стены домов<sup>15</sup>. Всего было сделано четыре граффити в районе Прага Полудне: «Сознание / открыто 24 часа», «Сделай кому-нибудь хороший день», «С точки зрения Млечного пути / мы все из провинции» и «Первый шаг редко бывает назад».

---

<sup>15</sup> <http://www.loesje.pl/index.php/dzialania/murale>



Еще одним показателем эффективности работы Loesje в Польше стал тот факт, что активисты стали выпускать и успешно продавать продукцию со своими слоганами: открытки, значки и футболки<sup>16</sup>. Стоит отметить, что польские активисты первыми продвинули идею с футболками – такого до сих пор нет в группах Loesje в других странах.

На мой взгляд, инициатива Loesje стала для поляков (особенно для жителей Варшавы) не только методом создания ряда положительных социальных установок, но и своего рода позитивным флешмобом. Многие после того, как увидели плакат со слоганом Loesje, начинают с азартом «коллекционировать» их; некоторые даже выкладывают фотографии плакатов в городской среде на свои странички в социальных сетях. Если приводить подобный пример в России, мне в голову сразу приходит история с акцией активиста Ивана Митина «Стих в кармане»<sup>17</sup>. Ребята выбирали стихи из русской классики, печатали на карточках небольшого формата (примерно размером с карман пиджака), ламинировали и оставляли их в общественных местах: на лавочках в парке, около памятников, на сиденьях в метро. Нашедший такой стих мог забрать его и положить в карман. По сути, та же арт-терапия, что и плакаты Loesje, только немного в другом направлении и с менее четким обозначением целей.

---

<sup>16</sup> <http://koszulkowo.com/produkcenci/loesje-polska>

<sup>17</sup> <http://stih-v-karmane.livejournal.com/>

## Заключение

Мое небольшое исследование показало, что социальным программированием могут заниматься не только государственные учреждения, но и свободные творческие организации. Плакаты Loesje – пример эффективной работы арт-группы над созданием положительных социальных установок. По моему мнению, Loesje убивает сразу двух зайцев: воздействует на основную массу людей и одновременно вовлекает их в творческий процесс. Такого рода «цепная реакция» снимает часть общественного напряжения и позволяет активным гражданам пускать свою энергию в полезное русло. Основное внимание я уделила анализу польского представительства организации Loesje – объем проделанной ими работы поражает и вызывает уважение. Надо отдать должное польскому правительству, которое поддерживает эту социальную инициативу: предоставляет пространство для творчества, финансовую поддержку и площадки для выставок с избранными плакатами.

Арт-терапия Loesje – это желание нести в мир «разумное, доброе, вечное», которое помогает обществу адаптироваться к встающим перед ним проблемам. Окунувшись в опыт польских активистов, я искренне сожалею, что в российских условиях подобная инициатива не жизнеспособна – по крайней мере, на данном этапе развития нашего гражданского общества.

## Список используемых источников

1. Матвейчев О. А. Уши машут ослом. Современное социальное программирование: <http://www.matveychev.ru/files/ushi2.pdf>
2. Большая Советская Энциклопедия 1969 – 1978:  
<http://slovari.yandex.ru/плакат/БСЭ/>
3. Журнал о мировом дизайне «КАК»: <http://kak.ru/magazine/16/a293/>
4. Минина В. Н. Методы социального программирования: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1999; цитирование по сайту: <http://www.smolsoc.ru/index.php/home/2009-12-24-13-38-54/images/referat/a608.pdf>
5. Сайт международной организации Loesje: <http://www.loesje.org/>
6. Сайт польского отделения Loesje: <http://www.loesje.pl/index.php>
7. Архив плакатов международной организации Loesje:  
<http://www.loesje.org/posterarchive/advanced>
8. Архив плакатов польского отделения Loesje:  
<http://www.loesje.pl/index.php/plakaty>
9. Избранные слоганы Loesje на английском языке:  
<http://en.wikiquote.org/wiki/Loesje#2013>
10. Живой Журнал группы «Стих в кармане»: <http://stih-v-karmane.livejournal.com/>