

Секция «The Humanet: проект гуманистического будущего Интернета»

The HUMANET: проект мобильной Интернет-платформы социального назначения

Научный руководитель – Дзикевич Сергей Анатольевич

Друзева Анна Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: druzeva.anna@gmail.com

Я представляю Вашему вниманию вариант рекламно-коммуникационного сопровождения стартапа новой компании мобильной связи, ориентированной преимущественно на опции и сервисы, предоставляемые сетью Интернет (при этом обычная телефонная связь рассматривается как побочная, сопутствующая функция). Сеть обеспечивает возможность пользователям выйти на новый уровень связи с социумом - через использование мобильного устройства - и рассматривает всех своих пользователей как новое виртуальное социальное сообщество людей креативного склада, предпочитающих минимизировать ненужную трату своего личного времени на несвязанные с личными интересами цели. Технические возможности и опции новой сети должны сгруппировать пользователей в новую виртуальную социальную ячейку, которая объединит в единую сеть людей, стремящихся к образу жизни с повышенным уровнем гуманистического (отсюда название - проект HUMANET). Технологической базой предложения является кардинальное удешевление Интернет-трафика за счет сокращения изживших себя опций телефонной связи (прежде всего, письменные сообщения по телефонным каналам) и создания новых форм возможностей доступа в Интернет в любых территориальных условиях (новые, настроенные только на Интернет сверхчувствительные девайсы под тем же названием, что и новая сеть).

Структура:

1. Рассмотрение идеологии и наброска товарного знака, единого для сети и девайса (два файла - текстовый и изобразительный).
2. Рассмотрения сценария видеоролика для кабельного телевидения и социальных сетей с активным видеоконтентом.
3. Рассмотрение сценария радиоролика.
4. Рассмотрение проекта уличного передвижного стенда на платформе электрокара для раннего периода продвижения, который сочетает в себе возможности наружной рекламы, транспортной рекламы и уличной рекламной акции (два файла - текстовый и изобразительный).

Итак, приступим к рассмотрению товарного знака нашей компании (см. Рис. 1).

Буква «Н» означает заглавную букву проекта (HUMANET). Выполнена шрифтом UD Digi Kyokasho N-B, который демонстрирует дружеский настрой, новизну. Неоновое свечение показывает приверженность новым технологиям и будущее.

Крылья олицетворяют два аспекта: 1) основные идеалы гуманизма (свобода, выбор, самоопределение); 2) скорость, стремительность распространения.

Эти два образа соединены символично: буква «Н» (Проект) на крыльях (Гуманизма) моментально перемещается в пространстве.

Товарный знак выполнен в синем и белых цветах. Белый цвет - символ свободы, радости, истины, аристократизма, совершенства. Синий - мир, бесконечность, гармония, авторитет.

Сценарий видеоролика:

«Город, шум, оживленная площадь. На ее середине стоит молодой парень, (студент) с цветами. Он постоянно оборачивается, нервно всматриваясь в мелькающие вокруг лица; люди часто задевают его, проходя мимо. Парень ощущает себя некомфортно, достает обычный телефон, начинает звонить. Вдруг слышит женский голос, выкрикивающий его имя; привстав на цыпочки, видит вдалеке девушку, которая мучительно пытается пройти к нему через толпу. Парень начинает пробираться в ее сторону, и тут же кто-то выбивает телефон у него из руки. Студент наклоняется за ним, но толпа сносит его в сторону, попутно задевая цветы. Он отчаянно борется, достает все-таки телефон. Его еще раз окрикает женский голос; он поднимает взгляд и видит рядом с ним ту самую девушку. Они молча рассматривают друг друга: у него в руках две (вместо пяти) потрепанных розы и поцарапанный и разбитый телефон; у нее - порванный пакет и растрепанные волосы вместо красивой укладки. Парочка мрачно переглядывается.

Кадр меняется: все тот же город, та же оживленная площадь, но теперь главные герои стоят на смотровой площадке, которая возвышается над площадью. Неподалеку гуляют, болтают, смеются счастливые люди (в руках видны телефоны с крыльями), которые тактично не мешают девушке и парню. Наша парочка смотрят на толпу внизу и радостно переглядываются. На девушке длинное бело-синее платье в пол и красивая прическа. Парень протягивает ей букет белых роз и, вставая на одно колено, - прямоугольную коробочку с бантом. Девушка удивленно-радостно охает, принимает коробочку, открывает ее и видит телефон HUMANET. Она восторженно обнимает парня. Камера отдалается, и на фоне неба в игре света мы на мгновение видим, что у парня за спиной и у остальных на площадке были крылья, а теперь они на секунду появились и у девушки. Видение исчезает, звучит голос: «Все встает на свои места вместе с HUMANET». Появляется логотип и слоган: «Freedom of action».

Сценарий радиоролика:

(1) [Блеяние овец]. Мужской голос:

-Алло! Алло! Слышишь меня?.. Здесь плохая связь! Я же говорю, я в командировке! Алло!.. [Помехи]

(2) [Шум метро]. Женский голос:

-Алло! Алло, дорогой! Я в метро! Позвони позже! Дорогой!.. [Помехи]

(3) [Шум ветра]. Мужской голос снова:

-Любимая! С годовщиной нас! Здесь начался ураган, так что связь может про... (связь обрывается). [Гудки]

Голос диктора: «В Вашу годовщину ни расстояние, ни труднодоступные места, ни телефонная связь не сможет вас разъединить! В инновационном пространстве HUMANET Вы будете вместе при любых условиях! Делай правильный выбор. «HUMANET - Free of action».

Проект уличного передвижного стенда на платформе электрокара (см. Рис. 2).

Для данной задачи идеально подойдет электрокар компании Smart - Smart Fortwo (forjeremy). Дизайн данной модели разрабатывался совместно с известным дизайнером одежды Джереми Скоттом. «Изюминкой» электрокара являются сделанные из стекловолокна крылья с прозрачными элементами в задней части кузова, в которые вмонтирована светотехника. Данный элемент вместе с расцветкой как у нашей компании (синий и белый цвет) дает ему очевидное преимущество среди остальных электрокаров, поэтому я и остановила на нем свой выбор. Без того заметный в городской среде, Smart Fortwo бу-

дет дополнительно украшен синими линиями по бокам и логотипом компании на капоте, чтобы олицетворять полное воплощение компании HUMANET.

Таким образом, реализация вышесказанного позволит не только добиться положительного восприятия у целевой аудитории, но и значительно продвинуть наш проект и компанию в целом.

Иллюстрации



Рис. 1. Торговый знак HUMANET

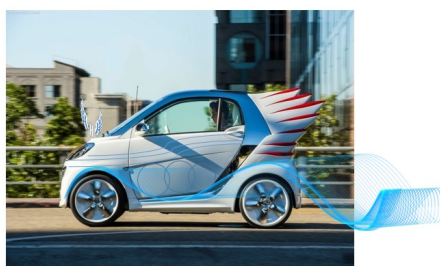


Рис. 2. Электрокар для рекламы