

ТАМРАХ И СМЕНА ПОЛА



ЕЛЕНА ПЕТРОВА,
редактор по психоло-
гии журнала «Реклам-
ные Идеи»

Обычно обсуждая различия между мужчинами и женщинами, говорят о проблемах в отношениях, в семье, различиях в социальных (гендерных) ролях или просто о любви. В более продвинутых ситуациях обсуждается тема смены пола или социальные перспективы однополой любви. «Тампакс» ответил на вопрос о том, чем отличаются мужчины от женщин, просто и по-американски однозначно: женщины отличаются от мужчин только физически, и эти различия создают небольшие месячные проблемы, которые легко решаются с помощью тампонов.

Мальчик-девочка

Такой ответ восхищает своей простотой и вызывает сотни параллельных размышлений, являясь идеальным материалом для вирусного маркетинга. В ходе кампании был снят очень длинный ролик, почти мини-фильм, который идет 12 минут, а также запущен блог от лица главного героя. Благодаря этому аудитория получила развлечение: она смотрит кино, заходя по ссылке в Интернете, обсуждает сюжет, а заодно увеличивает свое позитивное отношение к марке, которая создала такой чудесный информационный повод. Что же такого смог рассказать Тамрах?

Сюжет ролика можно назвать скандальным: 16-летний юноша просыпается утром и обнаруживает, что его половые органы сменились неизвестно почему на женские. Как быть в этой ситуации и куда бежать? Он заводит виртуальный дневник и делится своими переживаниями со всеми, кто заходит на его страничку. Его жизнь однозначно изменилась, и по ходу повествования он начинает попадать в разные типичные для жизни школьника ситуации: дома (с сестрой), в школе (во время общения с приятелем, медсестрой, учительницей французского языка), на спортплощадке. При этом он скрывает свою тайну, остается наедине со своими телесными и психологическими переживаниями. Но достаточно быстро психологическая составляющая его трансформации уходит на второй план, главное — это физиологическая проблема. На девятый день Интернет подсказывает, что его симптомы напоминают ПМС (предменструальный синдром), и на следующий день в школе он понимает — начались месячные. И тут-то его спасает автомат с «Тампаксом» в женском

туалете. Проблема оказывается решенной, и в финале он свободен и почти счастлив.

В сюжете фильма есть интрига, он удерживает внимание зрителя, заставляет забыть о том, что перед нами реклама. Он развивается эпически, по нарастающей силе событий: все более сложные жизненные ситуации ждут юношу по мере течения времени. Богатое воображение и опыт телезрителя подсказывают, что в финале должна быть драматическая развязка. Но меньше всего он ожидает тех кульминации и развязки, которые происходят в финале. Авторы пошли по пути психологического эффекта «незавершенного действия», и мальчик не превратился обратно в себя и так и не избавился от «женских частей».

Культурные аналоги

Сюжеты, в которых есть смена пола или обмен телами, привычны для европейской литературы, театра и кино. Вспомним старомодные пьесы с переодеваниями или сюжет со сменой тела в пьесе Карло Гоцци «Король-олень» (в тело короля временно поселяется душа его противника, его противоположности. Интрига в том, кому поверит любящая женщина — внешности или сердцу?).

В Америке на эту тему в 70-х годах писал Роберт Ханлайн в романе «Не убоюсь я зла». Ханлайн известен как мастер сюжетов-утопий, и часто у него получалось предугадывать социальные актуальные темы. В романе мозг мужчины попадает в тело донора-женщины, он начинает знакомиться со своим новым телом: сначала сильно удивляется новизне ощущений, затем знакомится с миром секса в роли женщины, а в финале проживает беременность и рождает ребенка.

Кроме этого есть популярная американская книга «Мужчины с Марса, женщины с Венеры», где рассматриваются половые различия. К тому же именно в Америке феминизм и борьба женщин за свои права получили наибольшее развитие. В этой стране темы, поднятые в ролике для «Тампакса», не вызовут шок, наоборот, явно станут поводом для обсуждений. В России же с нашим менталитетом не удастся оценить всю азартность и провокационность посланий, которые несет в себе сюжет. Однако не так давно неожиданно популярной стала комедия «Любовь-морковь», а потом и ее продолжение, где

сначала папа с мамой меняются местами, а затем они же — со своими детьми.

Вообще отечественная культура, кажется, спокойнее относится к размышлениям о разнице между полами. Для иллюстрации напомним, как популярный автор Гришковец в одном из интервью сказал: «Я бы хотел побыть женщиной». В смысле пережить новый опыт.

Тема биологических особенностей организма, как мне кажется, неактуальна для русской аудитории. Мы скорее интересуемся психологической перспективой различия между полами и охотно принимаем сосуществование двух полов.

Что в ролике интересного для мальчиков?

Мужчины не являются потребителями Тапрах, но мир мужчин является средой, фоном, который оказывает влияние на отношение к бренду. И поэтому позитивное упоминание мужчинами бренда увеличивает его весомость. Например, мужчина может обсудить ролик со своей подругой.

К тому же этот нестандартный спот и блог могут показаться интересными интернет-аудитории подростков того возраста, в котором только начинают знакомиться с миром противоположного пола. И мальчики-подростки могут посоветовать его своим друзьям, сказав фразу типа «посмотри, в Интернете есть кое-что прикольное», и потом упомянуть его при девочках как что-то «особенное». Это хороший и правильный путь для завоевания брендом лояльности будущей аудитории.

Что в ролике интересного для девочек?

Для девочек же здесь много нового и интересного. Во-первых, посмотреть на мир мальчи-

ков глазами мальчика интересно для каждой девочки. А этот ролик дает такую возможность. И поозорничать, поболтать на тему, что «вот теперь-то они нас лучше поймут!».

Во-вторых, с точки зрения идей феминизма сюжет крайне политкорректен. Юноша не озабочен темой межличностных отношений или гендерной идентичности, которая столь сильно акцентируется и обсуждается. Он даже не подумал о смене пола или чего-то в этом роде. Он признал, что с такими телесными проблемами можно жить. Оказалось, назло всем феминисткам, пол — это не проблема идентичности и социальной роли, а просто небольшое физическое неудобство.

Этот финал настолько неожиданный и открытый, что побуждает фантазию зрителя активно работать. А что еще нужно рекламодателю?

Love story

И в заключение немного о любви. Заметит ли русский зритель тонкость сюжета? Англоговорящий юноша на уроке французского языка говорит о своем «сексе» (ведь в английском слово sex означает как половой акт, так и гендерную принадлежность). Тут присутствует тонкость параллелей, в которых фигурирует тема смены пола и тема французского языка. Франция до сих пор остается страной, которая все знает о любви. На мой взгляд, здесь очень явственно виден контраст науки и социума англоязычного мира и тема любви и телесности «на иностранном языке». А вы как думаете?

Прочитать дневник Зака полностью можно по ссылке www.zack16.com. Кроме этого в Интернете раскрывается интрига вирусной кампании: автором кампании стало агентство Leo Burnett, Chicago, создавшее видео для своего клиента Procter & Gamble. Но даже зная, что Zack — персонаж вымышленный, его мысли и приключения не могут оставить читателей равнодушными.

Блог Зака: здесь можно посмотреть ролик по дням и прочитать его мысли и переживания. Кроме этого — познакомиться с ним поближе: на сайте есть ссылки на странички в Twitter и Facebook



День первый: V-день

Всем привет, меня зовут Зак. Мне 16 лет. И я живу... нет, я не скажу вам, где я живу, по причине, которая скоро всем покажется очевидной. Со мной произошло что-то очень странное. Я не знаю, как это произошло и зачем. Вчера я лег спать как обычный парень,

а сегодня я проснулся с девчачьими половыми органами. Когда я пришел к медсестре, я заговорил ей зубы всякой ерундой, и она решила, что я говорю про половое созревание. Вечером я попытался найти информацию о таких случаях в Интернете, но оказалось, что такого никогда ни с кем не случалось.

**День третий: Мужчины — свиньи**

Наутро мои женские части были на месте. И со мной начало происходить что-то необычное. Сначала я пропустил свою сестру в ванную первой, такого раньше не случилось. Затем на уроке французского я подумал, как рассказать про случившееся на

французском языке. Хотя мне вообще не нравится этот язык. А потом я пошел в кабинки в туалете: боже, мужчины — настоящие свиньи. Они пачкают все вокруг и не убирают за собой. В конце дня я смотрел с сестрой кино про любовь, и это было очень мило.



День седьмой: Ох, ах

В эту ночь у меня был странный сон, я показал сестре свой секрет, а она рассмеялась. Утром я чувствовал себя поганно, я даже накричал на лучшего друга по дороге в школу. После уроков у меня была футбольная секция, в принципе все было

нормально, но люди меня раздражали. А вечером у меня вдруг разболелась спина и живот, может, не надо было есть мексиканские лепешки. Я ввел в поисковике: «Раздражительность, опухлость, спазмы». Компьютер мне выдал, что это синдромы ПМС. О-о.

**День девятый: почти багровые реки**

И вот случилось — я сидел на уроке французского и как-то сразу понял, что это произошло. Это ужасно. Это самые ужасные пять минут в моей жизни. Но Зак нашел в себе мужество зайти в женский туалет, где висит автомат по выдаче Татрах. После этого он понял, что жизнь

продолжается. Я, конечно, не рад, что мои мальчиковые части исчезли, но я научился бороться с моими женскими органами. Хотя очень странно поверить, что через это проходит каждая женщина, а... теперь и я — каждый месяц! Месячные — это противно, но все же не конец света. Работа агентства Leo Burnett Chicago. ®

