

# КАПИТАЛИЗАЦИЯ Я-БРЕНДА И МОТИВЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТАБАКА МОЛОДЫМИ ЖЕНЩИНАМИ



**Александр Максименко** (Кострома), управляющий партнер компании BrandCare, кандидат психологических наук. Контакт: am@brandcare.ru, brandcare.ru

Со времен американского психолога начала XX века Уильяма Джеймса личность понимается как сумма слагаемых: «Я» плюс капитал и наличность, вещи и недвижимость, автомобиль, библиотека, связи, семья...» Но к «Я» добавляются не только образы материальных ценностей, но и любые нематериальные смыслы.

Человек хочет чувствовать свою значительность, выделиться, быть «не хуже других». Он стремится к созданию собственного культа личности — культа «Я».

Увеличить капитализацию Я-бренда можно либо созданием и продвижением собственной уникальной легенды (что весьма затратно), либо путем присоединения к архетипам. Демонстративно потребляя табак, человек присоединяется к легендам, созданным табачными компаниями.

**Детям и подросткам легенды говорят, что курение — признак самостоятельности, ответственности, а значит, и взрослости.**

Эффективный канал продвижения этой идеи — антитабачные образовательные программы на средства табачных компаний.

**Женщины и девушки вовлекаются в курение, присоединяясь к миру гламурности и сексуальности курения.**

Это мир изящных тонких сигарет и стильных пачек. Образ соблазнительной жен-

щины с сигаретой создается с помощью product placement в кино.

**Молодежь ассоциирует курение с активным образом жизни.**

Веселая компания, отдых, интересные события — все это так позитивно!

**Мужчинам традиционно транслируются ценности мужественности, силы, свободы.**

Конечно же, связанные с табаком. Образ уверенного в себе мужчины поддерживается и премиальной ценой на сигареты.

**Один из мотивов потребления табака молодыми женщинами — эстетика отложенного суицида.**

По загадочности и ореолу романтизма теме суицида, которыми ее окутала мировая литература, нет равных. Альбер Камю относил суицид к самой важной философской проблеме: «Есть только одна действительно серьезная философская проблема — самоубийство». По меткому выражению Марины Цветаевой, совершить суицид — «заложить гранату» (из стихотворения, посвященного памяти Сергея Есенина и Владимира Маяковского).

Отложенный суицид, сознательная игра со смертью — свойство многих групп риска. В расширенный список вместе с наркозависимыми людьми попадут и любители высоких скоростей, и поклонники экстремальных видов спорта.

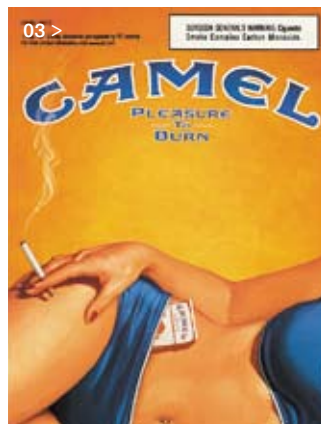
Более того, как показывают последние профессиографические исследования,



**Екатерина Пичугина** (Кострома), маркетолог компании BrandCare

**01–02 >** Для подростков курение — признак взрослости

**03–04 >** Развитию образа соблазнительной женщины с сигаретой способствует киноиндустрия



топ-менеджеры крупных компаний сознательно (или неосознанно) планируют свой режим труда так, что вынуждены испытывать громадные психоэмоциональные перегрузки. Они подвергают риску свое здоровье, находя оправдание во внешних обстоятельствах.

Доля россиян среди подобных любителей адреналина выше, чем, скажем, среди американцев, поскольку ценность здоровья в России не так популярна, как в США.

**БОГ ДЕЛАЕТ ЖЕНЩИНУ ПРЕКРАСНОЙ, ДЬЯВОЛ — ХОРОШЕНЬКОЙ.**

Причины тяги девушек к курению описывает Е. И. Руденко («Наследство Жана Нико. О вреде курения»): «Девушку интересует не столько сам акт курения, сколько вся процедура курения, приобретающая характер своеобразного ритуала — от неторопливого распечатывания сигаретной пачки до искусного пуска дымовых колечек». Вот арсенал средств моды, дающий право девушке, овладевшей им, считаться вполне «современной».

По материалам анкетного опроса девушек, проведенного «Комсомольской правдой» около 10 лет назад, на вопрос, почему они стали курить, 60% из них ответили, что «это красиво», «это модно», другие ответили, что «курят, потому что хотят нравиться», «хотят привлечь к себе внимание».

Может быть, сегодня что-то изменилось? Нами было проведено исследование мотивации курящих девушек. Исследование включало в себя качественный этап — серию глубинных интервью — и количе-

ственный — анкетирование с применением методики семантического дифференциала.

Интервью показали, что демонстративность — по-прежнему значимый мотив потребления сигарет. Сигарета является аксессуаром или деталью, которая помогает строить образ загадочной девушки. Сигарета становится сигналом для противоположного пола, что девушка уже выросла. Курящей девушке приписываются такие качества, как дерзость, безбашенность, распушенность, при этом она более общительная, компанейская, взрослая и современная, нежели некурящая.

Часть девушек основным мотивом курения назвали стремление снять нервное напряжение и расслабиться: «...с дымом улетают все проблемы». Курение в таких ситуациях опять же демонстративно: «Смотрите, мне плохо, обратите на меня внимание!»

Лишь небольшая доля девушек высказала такое мнение о своих курящих подругах: «Курение — это для девушек легкого поведения, но я не такая».

И отдельный шик — демонстрация свободы распоряжаться своим здоровьем. Сигарета — возможность проигнорировать «слишком правильное» отношение к жизни. Латентные, медленные самоубийцы с каждой сигаретой бросают еще один вызов смерти, пытаясь доказать себе и остальным, что они свободны. Образ соблазнительной и дерзкой курящей девушки в эстетике отложенного суицида — на наш взгляд, ведущий мотив потребления табака молодыми женщинами. ®

05—06 > Для молодежи курение — это отдых, веселье, активный образ жизни

07—08 > Свобода и мужественность — вот что ищет мужчина в сигаретах премиум-сегмента

09 > Сигарета является аксессуаром или деталью, которая помогает строить образ загадочной девушки

