

# SDIA — песенка про СПИД

КАТЕГОРИЯ: MEDIA.

АГЕНТСТВО: SHALMOR AVNON AMICHAY / Y&R INTERACTIVE TEL AVIV.

НАГРАДА: «ЗОЛОТО».

01 > Хит под названием Going all the way был исполнен новой группой SDIA



Веселый невинный музыкальный клип стал серьезным социальным посланием. В Международный день СПИДа населению Израиля рассказали, что за песенку они вознесли в свои музыкальные чарты.

## Ситуация

Подростки уже наслушались множества всяческих историй и ужасов про СПИД. Эти истории достигли своей критической массы, и больше такие сообщения они не воспринимают. Нужно было придумать нечто нестандартное, чтобы серьезно привлечь их внимание к проблеме.

## Решение

Вместо того чтобы использовать рекламные блоки на радио, была поставлена задача — влезть в самую суть радиостанций, — в их

музыкальное содержание. Никому не объяснив происхождение группы, создали хит под названием Going all the way, который исполнила новая группа SDIA. Песенка бодрая, с модным заводным клипом и рассказом о бурной сексуальной жизни героини. Она понравилась слушателям, они за нее стали голосовать, в итоге песня даже начала занимать места в чартах. В телешоу «Большой брат» мелодию использовали в одной из сцен — утренней зарядке героев, так что она практически полностью вошла в жизнь современной молодежи.

И только в Международный день СПИДа в прессе было раскрыто название группы: если прочитать его справа налево, то как раз и получается название болезни! Вот как легко заразиться — показывал эксперимент. Такое сообщение подняло вторую волну интереса к музыкальному произведению. Люди были реально поражены новым фак-





02 > За невинным содержанием песни скрывалась социальная подоплека: если написать название группы справа налево, то получается AIDS (СПИД)

том, всем хотелось понять, почему же изначально песня вызывала у них приятные ассоциации, а после обнаружения ее смысла стала реально раздражать.

### Результаты

Около 8 часов бесплатного эфира на нескольких радиостанциях. Песню повторили 87 500 раз! А затем, после открытия интриги и значения клипа, — большая волна обсуждений. СПИД стал одной из основных тем на радио, ТВ, в прессе. Читатели и журналисты обсуждали поворот событий: вроде бы на первый взгляд невинный контент, а за ним скрывается страшная болезнь и огромная проблема.

### Ключ к идее



**Суть идеи:** подмена рекламируемого продукта: вместо социальной проблемы продвигается новомодная молодежная группа. Такое решение позволяет создать две волны активности: основное продвижение созданного контента, а затем раскрытие того, что за ним стоит.

#### Источники идеи:

Тизерная реклама: мы видим нечто, что нас заинтересовывает, а затем нам раскрывается интрига. Здесь же сильна даже не интрига, а то реальное содержание, которое стоит за песней.

Другой источник: прием «эффект обманутого ожидания». Очень часто его используют в кинематографе: зрители думают, что герой «белый и пушистый», а именно он оказывается убийцей, и все его действия, совершенные до этого, приобретают новые смыслы.

#### Тренировочные вопросы:

1. Подумайте, какое произведение может обрести наибольший успех среди вашей аудитории: песня, комикс, мультфильм, городская скульптура, роман, кино? Не пугайтесь масштаба, вопрос физической реализации можно отложить на второй этап размышлений.
2. Придумайте произведение, имеющее несколько смыслов. Можно использовать игру слов, изображений или сюжетных линий. Спрячьте послание — но не глубоко, чтобы после раскрытия интриги второй смысл был очевиден всем.
3. Составьте план. На первом этапе нужно дать возможность аудитории сжиться с произведением, полюбить его, начать с ним играть. На втором этапе раскройте главный смысл, подоплеку, интригу. Воспользуйтесь действенностью эффекта обманутого ожидания: чем сильнее вы поразите людей, тем большее публичности вы сможете получить.
4. Теперь о физической реализации. Если вы решили создать кино, можно ограничиться только трейлером. Роман можно заменить рекламным фрагментом — это привычный для публики формат. Усилить интригу может мистификация о потерянном и наконец-то найденном произведении известного автора прошлого (или об артефакте инопланетян). Расшевелить массы может голосование за лучший вариант городской скульптуры — в этом случае достаточно 3D-модели. В общем, выдумка поможет.

YouTube: Sdia Going All The Way. ®