



**Елена ПЕТРОВА**  
(Санкт-Петербург) —  
бизнес-консультант,  
редактор по психологии  
журнала «Рекламные Идеи».  
Контакт: lpetrova@pisem.net,  
тел. (921) 908-69-44

# Snickers: О мужских идеях с переодеваниями, «невинных» играх и маскулинных символах

Елена Петрова комментирует рекламную кампанию Snickers

## Психопатология или новый свежий привкус гламура?

Трансвестизм — это болезненная страсть к ношению одежды лиц противоположного пола, вызывающая сексуальное возбуждение. С точки зрения специалистов по патологии поведения, это перверсия, то есть одна из форм болезненного нарушения сексуального влечения. К ним относятся садизм, зоофилия и др. По законодательству многих стран некоторые виды перверсий караются законом; субъекты признаются вменяемыми. Очевидно, что такое «непривычное» поведение, как показано в новозеландском рекламном ролике Snickers, не только наносит вред партнеру, но и вызывает испуг или раздражение массовой аудитории. Поэтому оно может быть рассмотрено не просто как частное дело, но как нарушение общественного порядка. Именно на этом эффекте — «нарушение общественного порядка» и основаны эффекты шокового привлечения внимания, которые использованы в проекте.

В то же время в последние годы во многих странах наметились положительные изменения в общественном мнении к некоторым видам перверсий, относящихся к группе транссексуальных тенденций. К ним относятся с большим пониманием и более терпимо, а вот ненависть к транссексуалам уголовно наказуема.

## Шоу трансвеститов — граница публичного и интимного миров

Эпизоды позирования мужчины перед зеркалом в гламурном женском белье, представленные в публичном пространстве города, отсылают нас к единственной узаконенной культурой норме существования трансвестизма, а именно к трансвестит-шоу, которое вполне уместно в популярном, не без претензий ночном клубе. Без пошлости, но «для своих». На такое шоу можно даже прийти семьями, но вход только для понимающих взрослых. Не стоит путать его с покрытыми атмосферой порока альтернативными гей-клубами, которые могут ассоциироваться у части граждан с притонами.

Этот аромат игры и переадресовка к атмосфере закрытого клуба «для взрослых» создают тему, которая поддерживает архетип «чего-то своего, тайны, возбуждающей интерес интимности».

## Шок и облегчение

Применить эффект «разрыва шаблона» — удачная идея. Демонстрация трансвестита в публичном пространстве коммерческой рекламы — это почти нарушение незаявленного, но реально существующего табу. Зритель возбужден, но потом испытывает сразу два небольших разочарования, которые, однако, сопровождаются вздохом облегчения.

Первый из них предопределен выбором модели. Позитивность, отсутствие «развращенно-соблазняющего» контекста слегка разочаровывают, но заставляют улыбнуться: «Да, об этом можно сказать подруге или другу».

Второе «разочарование-облегчение» состоит в том, что меньше всего можно ожидать связь невинного (правда, подросткового по целевой аудитории) продукта, хорошо знакомого «Сникерса» и такой серьезной и намекающей (конечно, мы все об этом подумали, хотя постеснялись сказать) подготовки, сделанной гламурной моделью — трансвести.

## Семантика образа модели

Однако при ближайшем рассмотрении герой ролика Марк привлекателен и однозначно маскулинен. Ожидаемый склонной к скандалам публикой призыв к пороку

«Непривычное» поведение

Два разочарования



и соблазну не оправдывается. Марк в этом отношении безопасный. В нем нет ни того, ни другого. Он остается мужчиной в верхней части корпуса, какие бы позы ни принимал.

Этот выбор стиля, модели и мизансцены сохраняет позитивную и по-юношески завораживающую тему карнавала. Что-то из несуществующих воспоминаний о том, как на даче наши кузены одолжили у сестер лифчики и с азартом позировали перед зеркалом, подражая фотомоделям из гламурных журналов. А сестрицы прикалывались, хихикали и помогали делать макияж. Мальчишеская кутерьма в женском царстве. Свежо, невинно, но шокирует публику.

### Намеки и «вторые смыслы»

На фоне завораживающих гламурных эпизодов прячется несколько «вторых смыслов», которые тем не менее успешно передаются зрителю. Тот текст, который зритель не осмелится бы произнести вслух, но он получит удовольствие от его внутреннего произнесения и похвалит себя за собственную смелость.

Именно дублирование сообщения в нескольких контекстах создает ту эффектность и глубину, которую мы ценим в хороших стихах или удачной новелле. Лобовое решение многократно проигрывает перед такими комплексными многоконтекстуальными текстами. В сюжете использована однозначно принятая в уличной культуре метафора — орехи в оболочке — мужские половые органы — маскулинный символ. Он напрямую усиливается и дублируется «наклейкой» на постере, в которой надкусанный батончик «Сникерса» соседствует с изображением грецкого ореха. Чем не повод для прогуливающейся компании молодых мужчин в провинциальном городке поговорить «о высоком». Умный, мол, поймет... На этом делается акцент и в ролике, где Марк предстает перед публикой в самом эффектном виде: сквозь гламур женских панталон ясно намечены определенные формы того, что на том самом уличном жаргоне зовут «крепкими орешками».

Известно, что прямое обращение в рамках рекламы к тому, что «ниже пояса», всегда было эффектным приемом. А в рамках культуры англоязычных стран бывших английских колоний — почти хороший тон. Вспомним знаменитый двусмысленный абрис плана Музея цивилизации в Оттаве, буквально повторяющий контур мужских половых органов. Современная массовая культура позитивно реагирует на буквальное использование маскулинной символики как фона для создания привлекательности массовых продуктов, почти сравнимое по объему с эксплуатацией в гламурном поле женского тела или женской сексуальной привлекательности.

### Snickers — это «развлекательное» питание

Карнавальная культура, которая была вежливо представлена широкой публике Михаилом Бахтиным, однозначно предполагает как идею переодевания, так и идею выдвижения на первый план «того, что ниже пояса». Оба этих шага успешно использованы для создания возбуждающего внимания к образу, который в то же время остается в пределах приличия. Переход к «Сникерсу», как ни странно, оправдан даже в пределах этого контекста. Так как пища, публичная трапеза является третьей важной составляющей карнавального дискурса. И выбор батончика успешно кооперируется именно с карнавальным аспектом видеоклипа, усиливая атмосферу гламурности и уменьшая возможный сдвиг впечатления в сторону соблазна или «порно». Итак, мы получаем сообщение по типу «невинные игры и невинные соблазны».

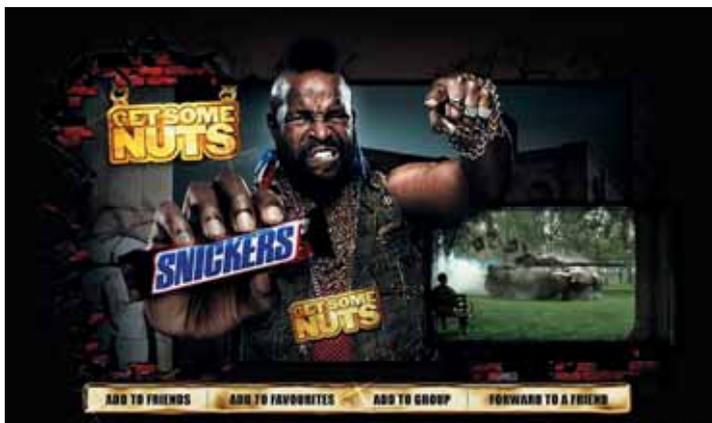
▲ «Привет! Меня зовут Марк. Я не какая-то там звезда, а такой же обычный парень, как вы. Я люблю регби и девушек. Но, кроме всего прочего, я, как и многие мои знакомые, люблю носить женское белье. Этого не надо смущаться, из-за этого никто над вами не должен потешаться. Сегодня я вам расскажу о компании, которая изменила всю мою жизнь, — [www.lingerie4men.com](http://www.lingerie4men.com). Когда я был маленьким мальчиком, я любил спать в маминем нижнем белье. Но надеть его я не мог, поскольку для меня это было не совсем подходяще. Lingerie — это белье, созданное для меня. Скажите «до свидания» вашим грубым мужланским трусам и приветствуйте шелковые трусики с кружевами. Смените ваше нижнее белье, и ваша жизнь изменится». Заставка: «У Марка Хэтуэя есть орешки сделать это»



▲ Билборды повторяли финальный кадр ролика: «У Марка Хэтуэя есть орешки сделать это»



▲ Адрес из телеролика ведет на промо-сайт [www.lingerie4men.co.nz](http://www.lingerie4men.co.nz), где есть немало забавного. Например, гламурный фотоальбом женского белья для мужчин, который вам демонстрируют под слашавую салонную музыку (все модели только «ожидаются к поступлению»). Кроме того, на сайте можно увидеть, как проходил кастинг выбора актера, который должен был сыграть трансвестита Марка, и это уже смешно



▲ Ссылка с [www.lingerie4men.co.nz](http://www.lingerie4men.co.nz) ведет еще на один сайт — [myspace.com/mrtgetsomenuts](http://myspace.com/mrtgetsomenuts), где развивается тема связки между трусливого футболиста — ему на помощь приезжает танк (давая автомобилю и проламывая ограду стадиона), из танка вылезает разъяренный негр и швыряет в труса батончиком Snickers: «Добудь себе орехи — или повстречаешься с моим другом, которого зовут Мистер Боль!»

Сохраняем стиль,  
сублимируем энергию

### Связь голой задницы с продуктом

Конечно, в рекламе используется эффект скандала. Появление послания на уровне запрещенных публичных норм, конечно же, привлечет внимание. Прием не новый, но всегда гарантирующий внимание публики. Секрет в том, как при этом сохранить стиль и сублимировать энергию.

Для сравнения вспомним знаменитый отечественный образец — незабываемый проект для бренда «Дарья» «Твои любимые пельмешки» (фото женской попы, испачканной в муке). Этот пример напоминает нам правило: привлечение внимания к темам «ниже пояса» требует обязательного сопровождения корректными (для детей от 5 лет и старше) информационными материалами по поводу продвигаемой марки. Если данная информация отсутствует, то скандал создаст неблагоприятную атмосферу, так как возбужденная энергия быстро отрываяется от бренда.

Как и в случае с «пельмешками», в проекте «Сникерса» связанность бренда и интригующего послания «прошита» на нескольких контекстах: тематика сюжета и образ модели в клипе надежно переплетены с продуктом.

### Политкорректность на Западе и у нас

Конечно, отечественные зрители подобный проект восприняли бы с трудом. А что в Новой Зеландии?

Там нет уголовной ответственности за «мужскую любовь». Однако публичная демонстрация принадлежности к секс-меньшинствам остается делом маргинальным. Отношение к трансвеститам и эпизодам трансвеститизма (девочки переодеваются мальчиками, мужчины надевают женское белье), которые не предполагают изменения половой ориентации, несколько особое. Подобное поведение мужчин достаточно распространено, и хотя относится к области психопатологии, но не является предметом публичного преследования. Скорее рассматривается как постыдное частное дело. Вспомним эпизод из фильма «Кокаин» с Джонни Дешпом, в котором герой, чтобы скрыть от таможенников наркотики, прячет их под скомканным женским бельем и смущенно говорит таможеннику: «Это мои вещи». Таможенник с брезгливо-любопытствующим отношением стесняется осмотреть более детально этот странный багаж.

В комедийных фильмах американского производства в качестве одного из мотивов мелькают второстепенные персонажи, у которых под деловым мужским костюмом оказывается женское нижнее белье.

В отечественную массовую культуру эта тема еще не интегрирована, хотя количество трансвеститов у нас, возможно, такое же, как на Западе. Однако же в массовой культуре к этой теме отнесутся с настороженностью, поэтому такого рода публичная реклама маловероятна на просторах российской глубинки. ■

Отношение  
к трансвеститам