

Sex sells — Urbanculture

IRL Термины и определения



Сабж о сабже.

«**Sex sells**». Мем маркетологов, один из самых древних и распространенных приемов внедрения в память потребителя практически любого товара, основанный на не менее старом открытии дедушки Фрейда. Но обо все по порядку.

История



Впрочем, не в одной только рекламе...

Собственно, прямую зависимость между популярностью какого-либо товара и наличием в его рекламе в различной степени обнаженных особ заокеанские буржуи подметили еще [в начале прошлого столетия](#), когда Америка окончательно отошла от некогда строгих пуританских традиций. Однако в этот период основной целевой аудиторией подобной рекламы была относительно небольшая социальная группа молодых мужчин, в силу каких либо причин лишенных женского общества на долгий срок и [испытывавших понятные естественные потребности](#) (солдаты, моряки, заключенные и т. п.) По настоящему же тема секса захватила умы маркетологов с приходом сексуальной революции и распространения все большего публичного обнажения как вполне нормального социального явления.

Как оно работает



Суть одной картинкой.

Возможно, покойный Зигмунд «Наше Всё» Фрейд был не во всем прав, но факт остается фактом — стремление добиться как можно большего успеха у противоположного пола (сиречь — потрахаться) было, есть и будет центральным мотивом поведения 95% населения планеты. А соответственно, восприятие некоего товара или услуги как важного условия или атрибута секса или сексуальной привлекательности, резко повышает спрос на него.

Как рекламируют

Условно все формы эксплуатации темы секса в рекламе можно разделить на три типа:

- Изображаются голые жопа/сиськи/промежность. Самый примитивный тип, хотя, надо признать, в силу известной характеристики умственных способностей большинства населения, пожалуй, наиболее эффективный. Из интересных разновидностей, помимо вышеупомянутого пин-апа сюда можно отнести [бифкейк](#) как редкий пример использования изображений мужиков, а не баб.
- Изображается нечто похожее на голые жопу/сиськи/промежность, но таковым не являющееся. Если в предыдущем случае расчет делается на немедленное возникновение у ЦА при виде

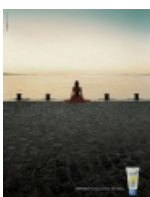
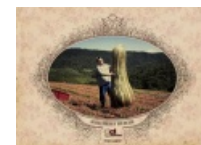
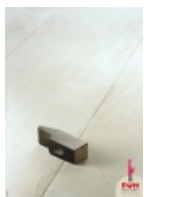
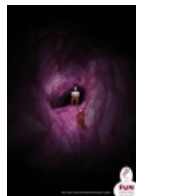
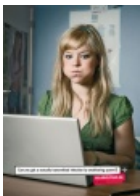
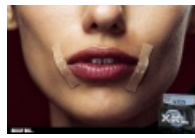
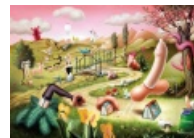
рекламы стояка/течки, то в данном случае больший упор идет на оригинальность идеи и вызываемое ей любопытство, то бишь, желание узнать о товаре побольше. Характерной чертой такой рекламы является её некоторая загадочность, и, как следствие, непонятность многим не особо далеким потребителям. Поэтому основной ЦА такой рекламы является не простой, а достаточно состоятельный и разборчивый потребитель.

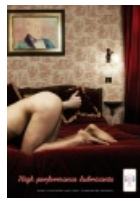
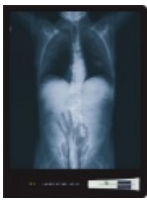
- Изображается нечто, указывающее на то, что секс имел место ранее — натертые коленки, порванные по углам губы, следы рук и ног явно от типичных секс-поз и т. п. По направленности, несмотря на отличие визуальной идеи, представляет собой аналог одного из двух вышеупомянутых типов, в зависимости от откровенности содержания.

Что рекламируют

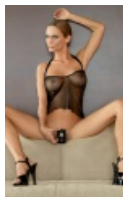
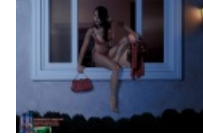
Все рекламируемые таким образом вещи в рамках сей статьи охватить невозможно, но опять же можно разделить их на некие условные категории:

- Товары, прямо предназначенные для секса. То бишь гондоны, интимные смазки, а также вибраторы-самотыки, другие секс-игрушки, услуги по увеличению члена и даже целые секс-шопы. Что интересно, обычно реклама данной категории отличается повышенным градусом невинности. Одним из самых распространенных ходов является метафорическое сравнение секса с каким-то другим нормальным или наоборот фантастическим для человека занятием — спортом, охотой, полетом и т. д.

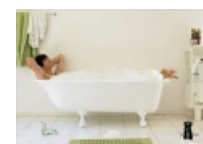
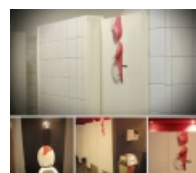
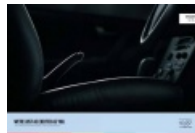
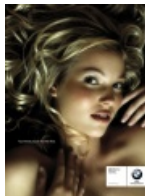




- Товары и услуги, призванные повысить сексуальность. Это различные духи, дезодоранты, белье, косметика, и еще куча всего, вплоть до интимных эпиляторов. В данном случае наоборот, обычно практикуется максимальная привязка к сексу, часто используются изображения уже неоднократно упоминавшихся голых жопы/сисек/промежностей.

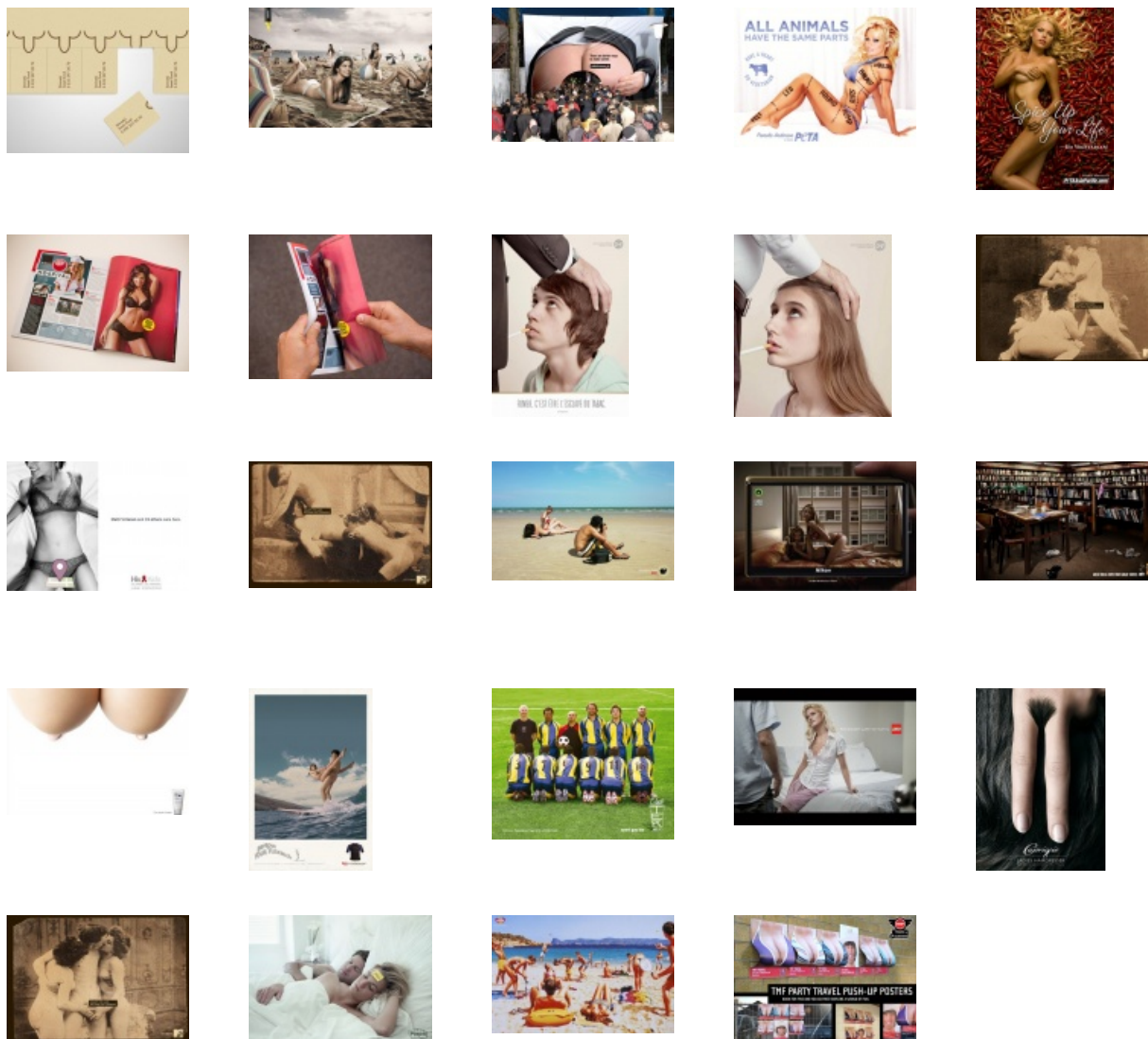


- Товары и услуги, которые сами по себе не повышают сексуальность, но сексуальность обладателя/потребителя которых якобы предполагается сама собой. Сюда относятся автомобили, брендовые шмотки, дорогое бухло и прочие предметы потребления состоятельной части населения.



- Всякая не имеющая отношения повышению сексуальности рекламная хуйня, авторы которой

решили примазаться к тренду. Одной из наиболее распространенных разновидностей является «сексуально-социальная» реклама — вегетарианство, проблемы окружающей среды, банки спермы, борьба с курением и СПИДом, и т. д. Впрочем, есть и вполне кошерные темы, типа фотоаппаратов, канцтоваров, детских конструкторов и даже услуг по обрезанию.



Срачи (а как же без них?)

Безусловно, в силу наличия такого загадочного явления, как «общественная мораль», любые предприниматели, рискнувшие связаться с данной методой, ходят по тонкой грани соответствия рекламному законодательству. Зачастую (причем нередко — [целенаправленно](#)) её переходя.