

## **ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ГОРОДА**

**Герасимов И.Д.**

**Научный руководитель – доцент Ковригина А.С.**

*Сибирский федеральный университет*

Темпы развития мировых рынков, увеличение объемов производства и международной торговли, появление новых торговых марок, все это характеризует наше сегодняшнее время.

Глобальная торговая машина нуждается во множестве компонентов для обслуживания самой себя, например транспортные услуги, банковское дело, связь и т.д. Одним из важнейших элементов в этой системе является рекламное наполнение. Реклама, как известно, двигатель торговли. Без нее невозможно нормальное функционирование рынка. Но ситуация которая складывается сегодня, очень необычная.

Ежедневно, каждый человек на земле оказывается атакованным тысячами рекламных сообщений. Неважно кто вы, и чем занимаетесь, выходя на улицу Вы неизбежно обратите свой взор на многочисленные вывески, баннеры, афиши и т.д. Порой попадаются абсолютно ужасные примеры. Сегодня эта ситуация скорее норма, чем что-то из ряда вон выходящее. Избыток насыщенной визуальной информации вызывает у человека, по самым скромным меркам, раздражение и быстрое утомление. Мое личное отношение к этой проблеме следующее:

Мне очень нравится красивые вывески или ,например, острые рекламные строки на баннерных носителях, но меня очень беспокоит отсутствие всякой логики в большинстве случаев, нет никакой системы, никакого контроля.

Реклама вообще, находится на грани бизнеса и искусства, наружная реклама, в частности, на стыке архитектуры и бизнеса. Существует огромное количество прекрасных примеров, произведений искусства, которые вызывают только приятные эмоции и положительно влияют на визуальный облик города. Итак, основная мысль моего выступления – это бесконтрольное размещение рекламы, отсутствие визуальной культуры в городе и что с этим можно сделать.

Для начала стоит показать несколько примеров, на мой взгляд, являющихся крайне отвратительными с комментариями. Также размещение на фонарных столбах, электропроводах, появление неожиданных конструкций. Обилие нелегальных росписей на фасадах создают весьма негативное ощущение от городской среды. Какой бы прекрасной ни была архитектура случайная реклама уродует ее.

Порой носители до такой степени загромождают строение что дом исчезает, остается лишь средоточие жалких цветных пятен и кучка текста. Это не так страшно, если учитывать локальность и временность этих конструкций. Однако случается и такое, что целая улица одевается в чешую из металла и пластика.. Это особенно недопустимо в центральной части города и исторических центрах. На деле все совсем по другому. В погоне за экономией, предприниматели используют самые дешевые решения, пренебрегая вообще всем, чем можно. Желание показать свой магазин как можно ярче возникает у многих, в результате получаем рекламу которая находится в противоречии с городом, и что самое интересное, в противоречии с самой собой.

Например, обилие разнородных входных групп, может просто поразить. Здесь творится настоящая архитектурная комбинаторика и появляется вся цветовая палитра сразу!

Ситуация действительно очень печальная. Но случаются и положительные моменты. Порой предприниматель просто не может позволить себе сделать плохо. Он просто вынужден обращаться в грамотную фирму и делать качественно и хорошо, как полагается.. Локальные примеры можно контролировать, а что же тогда с более широкими пространствами? Мировая практика показывает что даже на них можно найти управу. Например администрация Миланский пассаж с вывесками обязал известнейшие торговые марки пренебречь своими корпоративными стилями и обязал использовать одинаковую цветовую гамму и материалы для всех.

Итальянские власти, в определенной мере, решили проблему, а что же делать у нас, в Красноярске? На мой взгляд необходимо принять целую систему мер, которая могла бы существенно повлиять на сложившуюся ситуацию. Именно сложившуюся. Ее никто не контролирует. Именно с этого нужно. Я считаю необходимо создать отдельное ведомство и наделить его всеми полномочиями по демонтажу рекламных конструкций и снабдить всеми необходимыми административными и финансовыми ресурсами. Второе. Необходимо ввести жесткую регламентацию на размещение рекламы на фасадах домов и запретить размещение на объектах культурного наследия. Третье увеличение объема видеорекламы на экранах и других альтернатив. Четвертое, ну и самое банальное, увеличить штрафы и ввести дополнительную ответственность за незаконное размещение.