

Вера Петрашкова

Уходящая реклама. Новосибирск, апрель 2020 г.

*Зеленым горошком
На ситце воздушном
Набухшие почки
Апрельских берез.
А ветер сонеты
Играет радушно –
Уже нет в помине
Капельевых слез!*

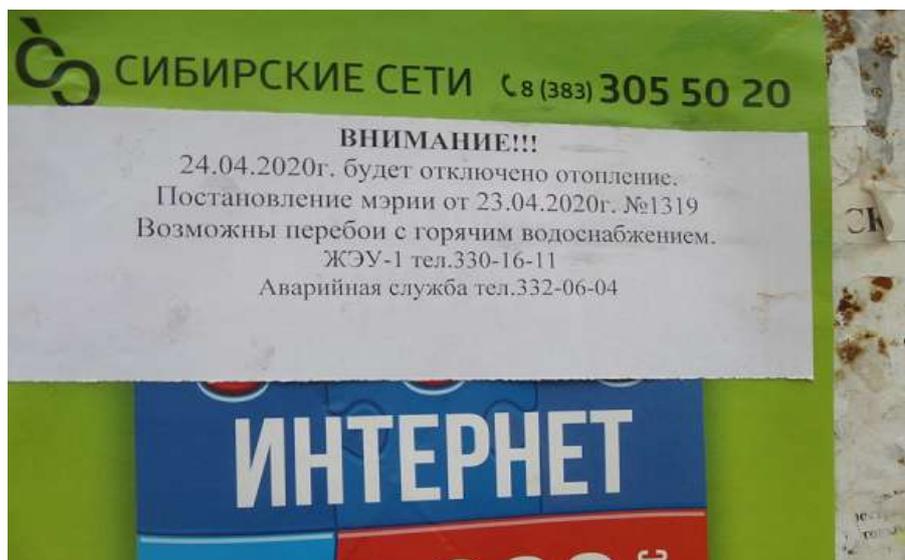
Натали Самоний
“Апрельский пейзаж”

Во многих стихотворениях апрель рифмуется с капелью, часто в поэтических произведениях про этот календарный месяц упоминаются ручьи, бурное таяние снега, возвращающиеся из теплых стран птички.

Стихотворение, которое я выбрала для эпиграфа, показалось мне наиболее точно отображающим апрельские реалии природы и погоды Новосибирска в 2020 году. Капель стучала, снег интенсивно таял в марте. Также быстро талая вода всосалась в сухую землю. Две левые картинки внизу я сделала 28 марта, когда вдруг неожиданно выпал снег, забелив черноту изрядно осевших сугробов. А две правые фотографии сделала 24 апреля. Так рано в нашем дворе деревья не начинали зеленеть давно. Не могу утверждать, что **НИКОГДА** – стала замечать, что путаю события разных лет и просто годы. Но точно помню, что в прошлом году мы убирали зимние заграждения с молодых деревьев во время апрельского субботника (в этом году мэр отменил субботник из-за коронавируса <https://tayga.info/153999>). А нынче на яблонях уже сформировались цветочные почки, а на кустах сирени появились крошечные кисточки. Весна ранняя. И сухая. За весь апрель случился только один дождь, который мало-мало смочил верхний слой почвы.

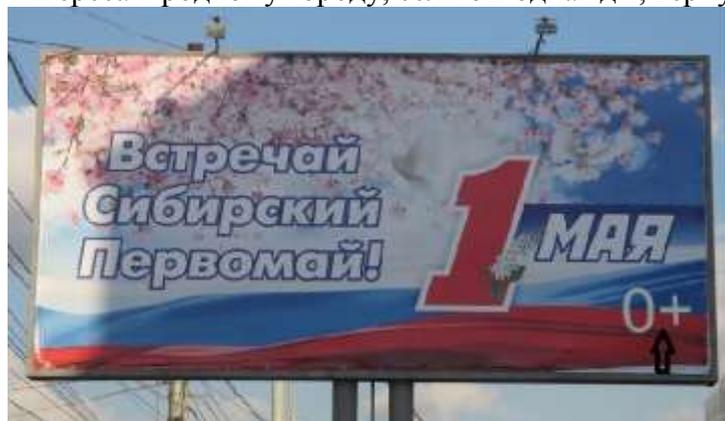


При этом с каждым днем повышалась температура на улице. Солнце жарило все сильнее. А уж как грелись батареи! Огонь! И тут появилось сообщение о том, что мэрия приняла решение завершить отопительный сезон в Новосибирске в **середине мая** (<https://news.ngs.ru/more/69102301/>), мол, синоптики прогнозировали похолодание на начало мая. Я впала в отчаяние. У меня в квартире два градусника. Один (почему-то он стоит в книжном шкафу) стабильно показывал +32°. В другой комнате градусник, встроенный в будильник, выбрал отметку +29°. При этом окна в квартире были распахнуты настежь, а днем я пыталась задергивать плотные шторы. Не помогало. Мы с соседями даже начали изучать законные способы, которые позволили бы уломать управляющую компанию отключить отопление конкретно в нашем доме. Способ есть только один – общее собрание собственников помещений. Но это очень затратно и долго, особенно в условиях самоизоляции: 10 дней на оповещение, потом еще сколько-то голосование. За это время гипертоники совсем сукуются. И тут случилось чудо!



Дальше события развивались так. Приезжаю 23 апреля с волонтерской миссией к сестре. И обнаруживаю на доске возле подъездной двери объявление (картинка сверху слева). Эх, думаю, какое людей благо ожидает. Пока была у Нины, поняла, что батареи в ее квартире уже становятся холоднее. Тут позвонила подруга сестры, которая живет в Октябрьском районе города. Она похвасталась, что у них отопление убывает. Домой я возвращалась с надеждой, что **Постановление мэрии №1319** распространится и на мой дом. Войдя в родной подъезд, прильнула к батарее. Остывает! Свершилось!!!!!!!!!!!!!! Ну а в новостях прочитала, что мэр надеется на **одобрение новосибирцами решения о досрочном отключении отопления в городе** (<https://news.ngs.ru/more/69108250/>). Я за! Но возмущенные тоже есть. И их много. Только почему-то эти люди, как правило, сначала возмущаются тем, что жарко, потом советуют всем ставить регулируемую аппаратуру в квартирах, далее возмущаются тем, что они, мол, перекрыли у себя батареи, но почему-то платят и платят. Как я понимаю, народ привык и зимой и летом ходить по квартирам в трусах и майках. Вытащить теплое одеяло, носки и джемперы на два-три дня межпогоды люди просто не пробуют. А того, что запоры на окнах можно отрегулировать, а на старых рамах щели нужно ликвидировать при помощи бумаги или замазки, нынешняя зависимость от интернета молодежь просто не знает. **Два дня живу без отопления**. Сегодня на улице немного похолодало. И... Один градусник сдобрился и показывает +30°, а другой милостиво констатирует, что температура в комнате опустилась до +27°. Ура!

Апрель между тем, хоть он был реально унылым и безусловно пропащим из-за объявленной самоизоляции уплывал. На правой картинке сверху страница календаря. Еще в марте я расписала все концерты и спектакли, которые я собиралась посетить в апреле. А потом постепенно замарывать надписи. В результате на апрельской странице календаря (картинка справа сверху) остались только "белые пятна". Так бы и закончился мой апрель 2020 года без всякого интереса к родному городу, если бы однажды, вернувшись от сестры (я все-таки два раза в неделю



езжу ее проведывать, тем более что в категорию 65+ еще не попадаю), вперилась взглядом в огромный рекламный щит на Вокзальной магистрали (левая картинка на предыдущей странице). Во-первых, меня раньше никогда не призывали встречать **СИБИРСКИЙ** Первомай, во-вторых, просто Первомай мне уже давно никто не предлагает встречать, в-третьих, я удивилась указанному **возрастному цензу на рекламном щите**, и не просто цензу – 0+. Если бы это была афиша спектакля, кинофильма, концерта или какого-то иного культурного мероприятия, у меня не возникло бы никаких “противных” мыслей. А тут Сибирский Первомай! Более того, я осознала, что не помню, чтобы ранее видела возрастные ограничения в рекламе шиномонтажных работ, купальников, уникальных унитазов, детских игрушек, банковских кредитов и строящихся жилых комплексов. Потом еще порылась в своей голове и поняла, что, обратив внимание на назойливую и безобразную рекламу в Новосибирске в августе 2014 года, я, конечно, то и дело возмущалась, читая тексты и рассматривая картинки, но сильно на рекламе не сосредотачивалась. И вот остаток апреля я посвятила **РЕКЛАМЕ**. Не удаляясь далеко от дома, я в редкие выходы на улицу, как могла, вертела головой, изучая, сравнивая и ... удивляясь. Прежде всего, рядом с Первомайским призывом (однако в этом году яблони как раз расцветут к 1 Мая), я обнаружила еще один щит, книжная реклама на котором имеет ту же возрастную оценку – 0+. Интересно, если мне 0 лет, то как я узнаю, что мне читать и разглядывать того кита уже можно, как и **начинать читать уже “сейчас”**? А, если бы на щите было указано 4+, то как бы я узнала (если мне 0 или 2), что я еще не имею право это разглядывать?



Обуреваемая этими вопросами, я вскоре наткнулась на рекламу от магазина “Пятерочка” с пометкой 6+ (вверху слева). Этот чудный художественный шедевр тут же вызвал у меня вопросы, но уже иного плана. “Большие **Гастролли**” (стрелкой помечены), это что, кто и где? Это иностранное слово или русское? Все ли покупатели, которым 6+, способны в целях **получения “мифической карточки”** **купить чего-то очень нужного на 555 рублей**? Театральное действо на экране кинотеатра “Победа” (афиша вверху справа) так и не состоялось. Не потому “Сирано де Бержерак” не показался зрителям, что детям на него вход был запрещен (18+). Отменили по причине карантинных мер. Но афиша осталась висеть. А я в результате имею селфи.

Начав рассматривать рекламу пристальнее, я поняла, что ее **СТАЛО МЕНЬШЕ!** Когда подвели итоги 2012 года, оказалось, что от размещения наружной рекламы на территории Новосибирска в бюджет города поступило более 117 млн. рублей. Тогда был сделан вывод, что **наружная реклама украшает, информирует, приносит доход** (<https://novo-sibirsk.ru/dep/info/news/42932/>). Наверное, после такого резюме и началась рекламная вакханалия. Город заполнили стенды и стендищи, тумбы и тумбищи, плакаты и плакатищи, а также растяжки, баннеры, афишные доски и видеоэкраны. Честно говоря, я не никогда не могла оценить размеры щитов, которые простираются над моей головой где-то под облаками. Нашла в интернете

информацию о фирме-изготовителе самых устанавливаемых щитов, размеры которых 3 на 6 метров (<https://region-media.com/reklamnye-poverkhnosti/shhity-3x6-v-novosibirsk/>).

А еще я узнала (<https://рекламанаякранах.рф/novosibirskaya-oblast/novosibirsk>), что для увеличения процента продаж без больших финансовых затрат нужно использовать рекламу на экранах в Новосибирске. Это самый современный и действенный способ привлечь внимание клиентов. В этом случае о компании, товарах или услугах узнает огромное число людей. Яркий видеоролик в одночасье увидит практически весь город!

Через четыре года город заполнился рекламой так, что она не только стала мешать жителям (<https://vn.ru/news-reklama-portit-oblik-novosibirska/>), но даже городское руководство отметило, что яркие рекламные щиты, которые норовят установить все салоны красоты, супермаркеты и рестораны, мешают дорожному движению и даже становятся угрозой жизни и имуществу граждан (<https://rg.ru/2017/08/10/reg-sibfo/ulicy-novosibirska-ochistiat-ot-izbytka-naruzhnoj-reklamy.html>). К августу 2017 года **только отдельно стоящих рекламных конструкций в Новосибирске насчитывалось около трех тысяч.**

Было решено к концу 2017 года **сократить в Новосибирске на 10% число отдельно стоящих рекламных конструкций.** И должен был этим заняться возглавивший в мае комитет рекламы и информации мэрии Дмитрий Лобыня. Перед новым председателем комитета мэр Анатолий Локоть поставил задачу разработать план мероприятий по сокращению на улицах города количества рекламных конструкций (<https://novo-sibirsk.ru/deputy/political-deputy/news/211702/>).

Скорее всего, радикальные меры по сокращению рекламы должного эффекта не дали. Более того, возникла неразбериха в установке новых щитов и баннеров. Разыгрались судебные процессы. В результате 4 октября 2018 года **стали придумывать новые правила размещения рекламы в Новосибирске** (<https://ksonline.ru/329811/novye-pravila-v-naruzhnoj-reklame-novosibirska/>).

Прошел еще год. И с 1 ноября 2019 года стали действовать еще более новые правила (<https://nsknews.info/materials/vecherniy-razgovor-ne-budem-veshat-reklamu-na-korobkakh-iz-pod-televizora/>), которые в Новосибирске назвали **Архитектурно-художественным регламентом города Новосибирска по размещению рекламно-информационных конструкций.** Благой регламент должен позволить исправить внешний вид Новосибирска к 2023 году. Изменился подход и к размещению рекламы на фасадах зданий (<https://nsk.aif.ru/society/v-novosibirske-rasskazali-o-novyh-trebovaniyah-k-ulichnoy-reklame>).

Информационные и рекламные конструкции не должны перекрывать оконные проемы, витражи, витрины, дверные и арочные проемы, архитектурные детали фасадов объектов. Кроме того, рекламу теперь нельзя размещать на заборах, шлагбаумах, ограждениях, перилах, а также на расстоянии менее двух метров от мемориальных досок.

Мэрия также пообещала в 2020 году убрать с улиц Новосибирска более 300 рекламных конструкций, а расстояния между баннерами увеличить до 150 метров (<https://nsk.aif.ru/money/naruzhnyuyu-reklamu-demontiruyut-v-novosibirske>).



Если бросать взгляды на разные улицы, то количество щитов не покажется таким уж малым (слева – пл. Гарина-Михайловского, в центре – ул. Челюскинцев). А вот на ул. Нарымской

(справа на предыдущей странице) число рекламных щитов уменьшилось радикально.

При этом, надо заметить, сильно изменилось содержание рекламы. И довольно много встречается совсем пустых щитов (нижние картинки).



Часто там, где раньше красовались изображения товаров, продающихся в ТЦ и супермаркетах, закрывшихся в конце марта, теперь можно разглядывать только информацию о рекламных фирмах. В частности, на щите, что попал на левую нижнюю картинку, раньше был помещен призыв покупать пальто в ЦУМе. Но ЦУМ сейчас на замке. И пальто не продают.



В Новосибирске на тротуарах установлено довольно много рекламных стендов (или тумб). Их и раньше в моменты простоев закрывали абстрактными картинками. Сейчас почти все такие тумбы разрисованы неведь чем и снабжены обрывками слов (картинки внизу).



О чем же сейчас вещает в Новосибирске двигатель торговли и услуг?



В первую очередь появились напоминания о том, что конституционные поправки, хоть их и положили из-за пандемии в ящик, очень скоро населению страны принимать и все-таки на них сосредоточиваться (левая верхняя картинка). Если раньше по Новосибирску чаще всего висели щиты с буквами “ЛДПР”, то сейчас вдруг проявилась “Справедливая Россия” (правая верхняя картинка). Видимо, это просто напоминание о себе. Иного смысла я не ощущаю.



Конечно, больше всего сейчас картинок, советов, рекомендаций на самую злободневную вирусную тему разного формата (верхние фотографии). Но есть и не совсем прямолинейные руководства, как на нижних фотографиях. За масками нам предлагают спуститься в “подвальный



магазин" (по стрелке). А работники кинотеатра “Победа” советуют не поддаваться панике и не заниматься селекцией – не делать слонов из мух.



Года два или три Новосибирск украшают щиты с портретами юных спортсменов, их тренеров и родителей, приводящих детей к победам. Назвался этот социальный проект “Герои с нашего двора” (<https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=5A3414CB-3596-49C7-BEE7-AE940EFFEBAF>). И хоть меня уверяют, что употребимы оба предлога “с” и “из”, мне по слуху ближе “из двора”. В этом году наряду со спортивными персонажами стали появляться и портреты героев и участников Великой Отечественной войны. Довольно много также вариаций двух социальных программ – “Герои поколений” (верхние картинки). На нас смотрят ветераны и молодые люди одновременно.

Так как магазины, торгующие бытовой техникой, одеждой и обувью закрыты, то некоторые торговые организации переориентировались на удаленные заказы товара. Варианты доставки това-



ров они предлагают разные. Хочешь – сам забирай, а нет – за дополнительную плату привезут, куда скажешь. Но самую масштабную “домашнюю” рекламу развернул Жилфонд. На Вокзальной



магистрали я насчитала 6 тумб и малых стендов, расположенных через 5 метров (картинки на предыдущей странице). Какое давление на граждан! Правда, я не уверена, что население ринулось менять, покупать и продавать жилье, хотя бы и сидя на диване и, тем более, принимая ванну.

Надо сказать, что закрытость магазинов я ощутила на себе. У меня в первый же день объявленных Президентом каникул потек шланг, подающий воду в кухонный смеситель. Пришлось воду отключать (это в тот момент, когда все должны часто и очень тщательно мыть руки), сушить “промоклости” в шкафу. На следующий день приехал племянник Максим, диагностировал случившийся дефект, где-то добывал шланг и менял. Спасибо ему огромное. Выручил и спас, ибо коммунальные службы вместе со всей страной “каникулировали” по домам.



Считается, что люди, самоизолируясь дома, будут часто и долго смотреть телевизор. Потому каналы СТС и “Домашний” снабдили Новосибирск рекламой своих программ. О-о-о-о-о! То, что “домашние” киношные мелодрамы (левая картинка вверху) предназначены для людей старше 16 лет, я обнаружила только на фотографии. Надо же!

Еще в конце марта театры и филармония Новосибирска стали убирать афиши концертов и спектаклей, гастрольных туров разных “звезд”. В апреле опустели в городе все общедоступные афишные стенды и тумбы. Так неказисто, как на нижних картинках, они выглядят сейчас.



Рядом с Дворцом Железнодорожников уже стали появляться портреты артистов и музыкан-



тов, которые наметили посещение Новосибирска на осень и даже зиму (надеются, что вирус к тому моменту рассосется и успокоится). А вот оптимист **Дмитрий Билан надеется проникнуть в наш город уже 26 мая** (картинки на предыдущей странице и внизу).



Кафе, рестораны, закусочные и прочие заведения общественного питания **ЗАКРЫТЫ** для посетителей. Точнее, эти заведения работают, но только **на вынос (вывоз)**. Потому они стараются представить свои продукцию и услуги разнообразно и оригинально (как у кого получится).



Меня удивили круглосуточные завтраки (внизу слева). А вот групповые обеды в условиях самоизоляции вызывают вопросы (правая нижняя картинка). Стоит ли так кучковаться (по шесть человек) с целью экономии в период пандемии и разных карантинных мер?



На следующую страницу попала реклама кредитов и ипотеки. Наверное, займы под низкие проценты привлекательны в любые времена. Вот только кто же эту рекламу изучает, если ездить далеко нельзя, а из домашнего окна обычно рекламу мало кто разглядывает. Тем более что офисы



банков тоже закрыты. Только некоторые банки сейчас непосредственно работают с клиентами.



Многочисленные тумбы с рекламой разнообразных предложений о туристических путешествиях могут сейчас показаться идиотизмом. Но когда сопоставляешь сроки вылета в южные страны тех людей, которые планировали вернуться домой в начале апреля, однако застряли в Тайланде, Индии, Арабских Эмиратах, Вьетнаме и на Бали, то понимаешь, что **турфирмы работали “до последнего”**. А потом стремительно сворачивали свою деятельность, забыв убрать с улиц предложения “слетать, куда хочется” и сделать так, чтобы “путешествие сбылось”. И теперь эти фирмы несут убытки. Жалко их?.. Но у премьер-министра созрел план поддержки сибирских туроператоров (<https://news.ngs.ru/more/69114646/>).

Последняя новость по поводу рекламы в Новосибирске, которую я обнаружила в интернете, датирована январем 2020 года. Она была такого содержания:

*Теперь бизнес сможет размещать свою рекламу на **цифровых носителях** оператора наружной рекламы Gallery в Новосибирске через RTB-аукцион в Яндекс.Директе. Начать показы рекламы, управлять кампанией и оценивать эффективность в режиме реального времени можно прямо из интерфейса Директа, сообщили специалисты Яндекса (<https://nsk.dk.ru/news/upravlyat-sifrovoy-naruzhnoy-reklamoy-na-ulitsah-novosibirska-pomozhet-yandeks-direkt-237131289>).*

Как я понимаю, теперь реклама в нашем городе должна меняться и актуализироваться быстро, четко и практически автоматически.

Судя по тому, что я увидела на улицах города, содержание рекламы действительно **меняется в режиме реального времени**.

Изменилась и реклама на видеоэкранах, которые в большом количестве появились в окрестностях моего дома: на площади Гарина-Михайловского, рядом с ЦУМом, возле цирка. Размещением рекламы на этих экранах занимается фирма “Дизайн Мастер”.

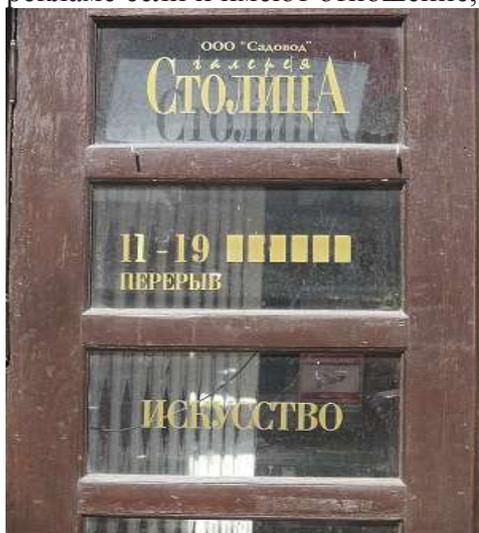
Раньше на экранах мелькали сообщения о товарах, услугах, кредитах, спектаклях, концертах, спортивных мероприятиях и городских праздниках. Теперь на экранах светятся рекомендации, как себя вести, чтобы не заразиться опасным вирусом. А то и вовсе продолжительное время сообщаются дата, текущее время и температура.



С целью просвещения людей видеоряд заполняется информацией об исторических событиях в конкретный день. А для поднятия настроения показывают портреты разных людей с уверениями, что "все будет хорошо" (картинки внизу).



Завершить свой рассказ о нынешней рекламе в Новосибирске хочу картинками, которые к рекламе если и имеют отношение, то косвенное. Художественно-антикварный салон "Столица"



должен быть закрыт. Но из режима работы на входной двери этого не понять (а другой информации нет). Похоже, что в салоне все разумное время сплошной **ПЕРЕРЫВ**.

Текст рекламы банного комплекса “Сандуны” я не поняла. **Кроме “Аааа...”**. Какие могут быть гости во время карантина? О каких “всех разрядах”, тем более, во время “общего пара”, идет речь? Люди, кто это сочинял? Как я должна воодушевиться, прочитав данное сообщение? Куда бежать?



ВОЛШЕБНЫЕ ВЕНИКИ я встретила на “Красноярском” базарчике (перекресток улиц Красноярской и Челюскинцев железнодорожного вокзала Новосибирск-Главный), который частично свернул свою работу, но не закрылся окончательно. Таких красивых, а главное, волшебных веников я раньше никогда не встречала даже на Центральном рынке Новосибирска. Наверное, это самый-самый полезный товар в условиях самоизоляции. Полезен для уборки квартиры, выполняя которую, можно активно двигаться по помещению. Ух!

Вот и вся реклама.

А новости? А новости в другой части.