

## Реклама в Новосибирске (дополнение)

Пересмотрела все сделанные по случаю фотографии и решила поделиться еще несколькими из них.



Этот огромный плакат фотографировать ездила специально. Проезжала мимо раза три. Всмотривалась и вчитывалась. Из автобуса картина виделась иной. Мило косящий взгляд девушки. В окна домов она подсматривает что ли? И пожар на заднем плане. Все это больше напоминало назидательные ролики от МЧС, которые крутят в Новосибирском метро.

И только, когда я на четвертый раз вышла на остановке “Улица Плановая”, подошла к дому, то разглядела КАМИН, в котором лежит бревно, охваченное пламенем. Видимо, этот камин и большая кружка в руках должны ассоциироваться с уютом в пятистах метрах от станции метро “Заельцовская”.

Кто же из создателей этой рекламы мог подумать, что в моей голове картина проявится совсем иная.

Как говорится, каждый судит в меру...

Подергала за ручку этого магазина с загадочным названием. Закрыто. Не переехал, нет. Просто рабочий день закончился. Так и ушла в озадаченная. Магазин назван в честь поедателя или в честь им поедаемого?

ЭлектроБАЙКИ как-то связаны с рассказами охотников и рыбаков об их рекордах? Может быть, байки продают одновременно с экипировкой рыбакам и охотникам, чтобы те выучивали их наизусть и рассказывали у костра и дома после возвращения с добычей.





Я понимаю, когда такой плакат украшает главное здание Управления РЖД ко Дню железнодорожника. Я согласна взглянуть на этот транспарант во время торжеств у главного Дворца культуры работников железных дорог. Однако это пафосное изображение двух человек в касках и с надписью, намекающей на их возрастающие возможности, мне даже “социальную рекламу” не напоминает. “Россия живет дорогами”, ОАО РЖД живет вместе с Россией. И для всего этого нужно

поднимать цены на билеты. Дело дошло до того, что стоимость проезда на фирменном “Сибиряке” из Новосибирска до Москвы сравнялась со стоимостью авиаперелета. Популярность скорого поезда иссякла. Ранее стартовавший ежедневно поезд сначала стал уезжать из Новосибирска через день, а теперь решено прицеплять 2-3 вагона с фирменной символикой к фирменному же “Енисею”, следующему по маршруту Красноярск-Москва. В чем проявляются **НОВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ**? Вагоны к проходящему поезду цепляли и раньше.



В Новосибирске можно встретить довольно много таких застекленных витрин. Стоят на тротуарах. Есть заполненный членораздельными надписями. Но есть и такие, как на картинках. Каждый раз, увидев подобный **ТЕКСТ** и подобную **КАРТИНКУ**, я сначала силюсь прочитать и распознать образ. Лучше бы какие-нибудь полезные документы печатали, типа постановления

департамента по ценам о новых тарифах на воду и свет. Или рисунки учащихся художественной школы рекламировали.

В этом смысле Новосибирский метрополитен “украшает” свои территории разнообразно. Помимо вульгарной (т.е. обычной) рекламы на стенах переходов и вестибюлей станций, на внешних “боках” и внутренних поверхностях вагонов можно увидеть то подборки с фотографиями из истории Новосибирска, развития авиации в городе, филармонии и Оперного театра. То появляются старые фотографии города, то современные виды старых домов, то списки слов с указанием правильных ударений в них, то просто стихи.

А недавно на, а точнее под пл. Ленина увидела двух женщин с девочкой, одна из женщин фотографировала рисунки, размещенные на стене. Детские! Я подошла ближе. Стала всматриваться. И в тот момент, когда зародилась мысль: “Дурят нашего брата”, услышала, что и те две зрительницы усомнились в подлинности того, что это работы детей. Посмотрите сами.



Даже если первую картину нарисовала 15-летняя Валентина, а вторую Максим, четырех лет, то руку четырехлетнего Артема явно корректировала чья-то взрослая рука. Я помню, как на выставке детского творчества в филиале взрослые толпились возле рисунков, выполненных сыном Владимира и Ольги Наконечных. Удивлялись. Рука автора была тверда. Но ведь и художник был постарше. Но, может быть, я заблуждаюсь. Есть же на свете вундеркинды.

Вспомнила еще историю. Позвонила моей подруге Марине ее родственница и сообщила, что портрет подруги выставлен в детском магазине “Орленок” (история эта 15-летней давности). Марина моя удивилась. Оказывается, руководство художественно школы, куда подруга водила малую дочь, решило рекламировать школу, разместив рисунки детей в магазине. Причем, они спрашивали разрешение самих авторов и их родителей на опубликование работ. Мои знакомые дамы разрешили, после чего подруга благополучно забыла об этом, а главное – она не знала, какую работу приготовила для экспозиции ее дочь. Портрет был достоверный. Я проверяла.



Глядя на эту картину в вестибюле метро, я начала гадать (и не понимаю до сих пор), реклама ли это дамской школы танцев или, реальное поздравление директору заведения от коллектива “учащихся”.

Новый проект, что тут скажешь!

***Реклама, как объект познания, неисчерпаема! Не так ли?***

Вера П.