

Секция «Журналистика»

Стилизация наружной рекламы города Якутска
Новгородова Анастасия Аркадьевна

Студент

*Северо-восточный федеральный университет им М.К.Аммосова, Филологический факультет, Якутск, Россия
E-mail: ms.novgorodova@inbox.ru*

Наружная реклама в России постепенно становится не только средством распространения информации, побуждением к каким-либо действиям и показателем состояния внутренней экономики. Современная наружная реклама стала обладать еще одним свойством, таким как поддержание имиджа города: «современная городская среда находится в сильной зависимости от исторически сложившегося образа города, точнее, от образов, которые существовали в разное время» [2].

В конце 2013 года, в городе Москва стартовала пилотная программа правительства по улучшению образа города. Подверглись серьезным изменениям правила размещения вывесок и рекламы на фасадах зданий на отдельных улицах в центре Москвы. «Для эксперимента отобраны, в частности, Тверская, Воздвиженка и продолжающий ее Новый Арбат, который по замыслу московских властей когда-нибудь должен стать московским Таймс-сквером, а также часть Садового кольца». Основным решением этой проблемы мэрия нашла архитектурно-художественную концепцию оформления по примеру Европейских городов, такие как Париж, Зальцбург, Прага, которые славятся не только своей архитектурой, но и удачно вписывающейся в нее наружной рекламой.

В городе Якутске дела обстоят несколько по-иному: в столице Республики Саха (Якутия) полностью отсутствует единый архитектурный стиль города. Город Якутск основан в 1632 году и являлся северной провинцией. Сейчас город постоянно развивается, всюду ведутся стройки новых зданий по абсолютно другим стандартам дизайна (зеркальные стены, нестандартные формы окон, сторон), которые соседствуют со зданиями советской постройки. На этом фоне особенно выделяется разношерстная наружная реклама, местами дикая, с различными грамматическими ошибками, и даже неэтичная.

В связи с этим нами была поставлена следующая цель: на основе теоретических источников и анализа наружной рекламы г. Якутска разработать свой проект по стилизации городской рекламы.

В ходе работы нами были сформулированы и реализованы следующие задачи:

1. Изучение понятия «стилизованная наружная реклама»;
2. Изучение отношения жителей и гостей Республики Саха (Якутия) к наружной рекламе г. Якутска
3. Разработка проекта по стилизации наружной рекламы г. Якутска

Анализ литературы по данной теме позволил нам изучить понятие «стилизиция наружной рекламы»

«Наружная реклама – медиа, которое доносит рекламные обращения до получателей при помощи отпечатанных типографским способом плакатов, рисованных щитов или световых табло, устанавливаемых в местах наиболее оживленного уличного движения, а также вдоль шоссеиных и железных дорог. Рекламодатель платит арендную

плату за размещение в течении определенного времени своей рекламной продукции на носителях наружной рекламы» [3].

«Стилизация - это сознательное погружение особы, предмета или явления в некую роль, которая привлекает внимание социума. Иными словами, концентрация в особе, предмете или явлении черт, которые или отсутствуют или слабо выражены, с целью привлечения внимания социума» [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что стилизация наружной рекламы – это оформление наружной рекламы в каком-либо художественном стиле с целью привлечения целевой аудитории и соответствия самой рекламы с окружающей архитектурной средой.

На основании проведенного нами опроса в 2011 году выяснилось, что 62% из тридцати опрошенных нами горожан города Якутска считают основной проблемой местной наружной рекламы ее оформление и предлагают в качестве решения этого важного вопроса введение стилизации наружной рекламы [4].

По нашему мнению, стилизация наружной рекламы, в первую очередь, должна отражать богатые традиции и культуру жителей республики. Поэтому необходимо применять в наружной рекламе индивидуальную особенность - национальный колорит: в якутской культуре есть свои этно-узоры, применение которых в рекламе может стать, так сказать, лицом города, достойной заменой единого архитектурного ансамбля.

Как пример, предлагается оформить биллборды кованым якутским орнаментом (Приложение 1), сделать кованые вывески, указатели, поскольку, на наш взгляд, подобное оформление рекламных носителей способно прекрасно вписываться в любые архитектурные формы, гармонично смотрясь, как на современных постройках, так и на старинных зданиях. Кованые вывески, как и указатели, в зависимости от пожеланий могут содержать разнообразную информацию о компании и даже сохранять свой фирменный стиль (Приложение 2).

На первых порах предполагалось ввести стилизацию наружной рекламы в таких значимых частях города как «Старый город» (небольшой пяточек недавно возведенных зданий в стиле якутского деревянного зодчества) и вдоль дороги от аэропорта к городу.

Введение стилизации наружной рекламы в Якутске не подразумевает введение лишь национального якутского этно-стиля, который и сейчас можно уже ввести в некоторых наиболее популярных частях нашего города. Со временем, когда в городе Якутске появятся национальные деревни, можно будет ввести стилизацию и в их национальном стиле.

Однако существует важная проблема в реализации нашего проекта - без новых нормативных актов городской округ не может обязать распространителей рекламной продукции поддерживать стилизацию рекламы.

В заключении, отметим, что введение стилизации наружных рекламных носителей может стать новым брендом города Якутска, способным формировать положительное отношение к городу как и у жителей, так и у туристов.

Литература

1. Брокгауза Ф.А., Ефрона И.А. Энциклопедический Словарь [электронный ресурс]. - режим доступа www.vehi.net/brokgauz.

2. Кнорре К., Наружная реклама. - М.: Бератор-Пресс, 2002г. – С. 19.
3. Ромат Е.В. Реклама: Учебник для вузов. 7-е изд. - СПб.: Питер, 2008. - С. 373.: ил. - (Серия «Учебник для вузов»).
4. Новгородова А.А. Региональные особенности наружной рекламы /Филология и образование: от Ломоносова до наших дней: материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 300-летию М.В. Ломоносова (Якутск, 17-18 ноября 2011 г.) : доклады студентов и аспирантов /отв. ред. Л.Л. Габышева. – Якутск : Издательский дом СВФУ, 2012 г. – С. 194.

Слова благодарности

Выражаю слова благодарности своему научному руководителю Карнауховой А.А. и всему коллективу кафедры рекламы и связей с общественностью СВФУ за поддержку данного проекта.

Иллюстрации

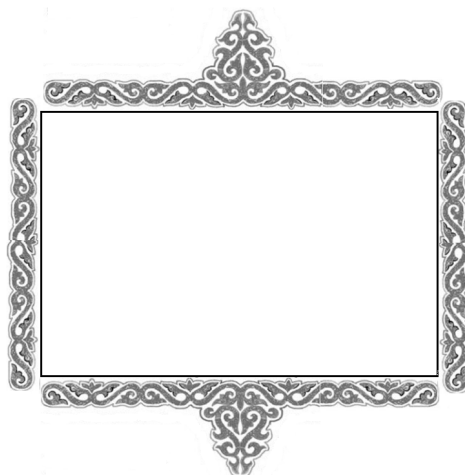


Рис. 1: Приложение 1



Рис. 2: Приложение 2