

УДК 659.1-026.912(575.2-25)
DOI: 10.36979/1694-500X-2024-24-10-212-217

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В ГОРОДЕ БИШКЕКЕ

Р.Ш. Зайнулин, А.А. Никушкина

Аннотация. Рассматривается роль наружной рекламы в формировании визуального облика города Бишкека. Исследование основано на мнениях экспертов и анализе общественного мнения, что помогло выявить положительные и отрицательные аспекты воздействия рекламных конструкций на восприятие населением городского пространства. Анализируются последние тенденции, касающиеся наружной рекламы в Бишкеке. Авторы приходят к выводу о необходимости поддержания баланса между коммерческими интересами и сохранением эстетики города, при этом придавая большое значение качеству наружной рекламы.

Ключевые слова: наружная реклама; городское пространство; визуальный облик; экспертное мнение; эстетика города.

БИШКЕК ШААРЫНДАГЫ ТЫШКЫ ЖАРНАКТЫН АЗЫРКЫ АБАЛЫ ЖАНА ӨНУГҮҮ КЕЛЕЧЕГИ

Р.Ш. Зайнулин, А.А. Никушкина

Аннотация. Макалада Бишкектин визуалдык көрүнүшүн калыптандырууда тышкы жарнаманын ролу жана анын жашоочулардын кабылдоосуна тийгизген таасири каралат. Изилдөө жарнак түзүмдөрүнүн шаар мейкиндигине тийгизген таасиринин оң жана терс жактарын баса белгилеген эксперттик пикирлерге жана коомдук пикирди талдоого негизделген. Макалада ошондой эле Бишкекте болуп жаткан тышкы жарнаманын акыркы тенденциялары талданат. Корутундуларда коммерциялык кызыкчылык менен шаардын эстетикасын сактоонун ортосундагы тең салмактуулуктун зарылдыгы баса белгиленет, тышкы жарнактарды жайгаштыруу жана сапатын жөнгө салуу жолу менен белгиленет.

Түйүндүү сөздөр: тышкы жарнак; шаардык мейкиндик; визуалдык көрүнүш; эксперттик корутунду; шаардын эстетикасы.

CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF OUTDOOR ADVERTISING IN THE CITY OF BISHKEK

R.Sh. Zainulin, A.A. Nikushkina

Abstract. This article explores the role of outdoor advertising in shaping the visual landscape of Bishkek. The research draws on expert opinions and public sentiment analysis to identify both the positive and negative impacts of advertising structures on urban spaces. The study also examines recent trends in outdoor advertising within Bishkek. The authors underscore the need for a balance between commercial interests and the preservation of urban aesthetics through the regulation of outdoor advertising placement and quality.

Keywords: outdoor advertising; urban space; visual landscape; expert opinion; urban aesthetics.

Тема, касающаяся наружной рекламы, уже долгое время находится в центре внимания исследователей и практиков в области маркетинга. На протяжении последних двух лет авторами данной статьи проводились различные исследо-

вания, посвящённые изучению эффективности наружной рекламы. В рамках данного исследования были проведены фокус-групповые исследования, анкетирование респондентов и интервью с экспертами. Всё это позволило собрать

обобщённые данные о восприятии людьми и влиянии наружной рекламы на потребителей.

Проведённые фокус-групповые исследования позволили глубже исследовать мнение респондентов и выявить эмоциональные реакции участников на различные виды наружной рекламы. Анкетирование дало возможность количественного анализа, кроме того, были выявлены распространённые тенденции и предпочтения среди широкой аудитории. Данные исследования дали ценные инсайты и стали основой для дальнейшего анализа [1].

Наружная реклама является неотъемлемым атрибутом современных городов, Бишкек, конечно, не исключение. По мнению С.В. Малых, “оценка восприятия рекламируемых объектов различна: одни рекламные коды и сообщения могут создавать позитивные, гармонизирующие городское пространство образы и символы, тем самым усиливая территориальную идентичность жителей, а другие, наоборот, подчёркивают социальную дезорганизацию и разобщённость” [2].

В современном мире наружная реклама размещается на витринах, фасадах, стенах и крышах зданий, активно развивается и трансформируется [3]. Крупнейшим событием в рекламной отрасли можно считать Международную выставку наружной рекламы и светодиодного оборудования ISLE 2018, которая проходила зимой 2018 года в городе Гуанчжоу. Развитие технологий в сфере освещения играет немаловажную роль в размещении рекламы. Данные технологии позволяют изготавливать как плоские светящиеся вывески и постеры, так и подсвечивать изнутри различные объёмные элементы. Появление на рынке органических светодиодов позволяет внедрять их в элементы рекламных конструкций, которые принимают любую, даже гибкую, форму [4].

“Развитие цифровых медиа позволяет внедрять в различные рекламные конструкции экраны, передающие статичный видеоконтент посредством дистанционного управления. Технология светового проецирования, основанная на проецировании света на любую поверхность в виде цветowych лучей, может создавать изображение на площади более 150 кв. м, что представ-

ляет собой одно из перспективных направлений развития наружной городской рекламы” [5].

Несмотря на кажущийся спад количества наружной рекламы, данный сегмент остаётся одним из основных каналов распространения рекламной коммуникации, выстраивающим систему взаимодействия коммуникатор – реципиент и определяющим эмоциональное самочувствие горожан и общее впечатление гостей города. И хотя форму и количество рекламных обращений пытаются сбалансировать и вписать в городской ландшафт, модифицируя схему размещения объектов наружной рекламы, эмоциональное давление на горожан продолжает оказывать непосредственно рекламный текст, затрагивающий моральные и этические аспекты жизни современного общества [6].

В ходе представленного исследования также были опрошены 10 специалистов в области рекламы и связей с общественностью в период с 01.03.2024 г. – 01.05.2024 г. В качестве экспертов выступили как молодые практикующие специалисты по рекламе, так и теоретики в области рекламных коммуникаций. Экспертам были заданы следующие вопросы: насколько востребована сейчас наружная реклама с точки зрения маркетинга, каким образом наружная реклама влияет на визуальное восприятие города, что можно изменить для того, чтобы улучшить наружную рекламу в г. Бишкеке? Ниже мы представили краткую интерпретацию экспертного мнения.

Вопрос 1. Как бы вы оценили общее состояние наружной рекламы в г. Бишкеке?

Эксперты отмечали следующие факты: географическое разнообразие, видимость в течение длительного времени, конкуренция за места, воздействие на эстетику города. Кроме того, эксперты отмечали, что в центре города есть множество интересных, креативных, привлекающих внимание вывесок, баннеров и т. д. Появляется реклама, которая выглядит действительно интересно, например, яркие светящиеся вывески или лаконичные баннеры, реклама на стенах города в виде муралов очень привлекательна и современна.

Было также мнение о том, что рекламы в городе очень много, чаще всего встречаются

одни и те же бренды, что вызывает раздражение. Один из экспертов подчеркнул, что наружную рекламу можно сделать достоянием широкой аудитории, расположив яркие и креативные рекламные конструкции, привлекающие внимание прохожих, на оживлённых улицах и перекрёстках. Избыток рекламы приводит к перегруженности визуального пространства и негативному восприятию города.

Эксперты отметили, что в последнее время представители мэрии города стали более внимательно относиться к наружной рекламе: многие вывески сняли, стараются всё выдержать в едином стиле. Было отмечено, что в целом состояние наружной рекламы в г. Бишкеке производит смешанные впечатления. С одной стороны, информация, содержащаяся в наружной рекламе, может быть полезной и удобной для жителей и гостей столицы, с другой – огромное количество рекламных щитов создаёт хаос. Были отмечены следующие негативные моменты: неаккуратность некоторых рекламных щитов; иные баннеры могут занимать пространство долгое время, что портит впечатление и о товаре, и о городе.

Таким образом, наружная реклама в Бишкеке разнообразна и насыщена. В целом, для улучшения общего состояния наружной рекламы в Бишкеке требуется поработать над качеством дизайна, усилить контроль за размещением рекламных конструкций для соответствия их общему облику города.

Вопрос 2. Какие характерные черты имеются у наружной рекламы в г. Бишкеке?

Эксперты отмечали следующие факты: в Бишкеке можно встретить наружную рекламу различного формата, включая билборды, вывески, светодиодные экраны, а также информационные щиты на зданиях и дорожные знаки.

Наружная реклама в Бишкеке имеет несколько характерных черт. Во-первых, попадаются яркие и креативные рекламные щиты и билборды на центральных улицах города, привлекающие внимание прохожих. Во-вторых, тематика и изображения наружной рекламы часто отражают культуру и особенности города. Однако отсутствие строгих норм и стандартов в размещении и оформлении рекламных конструкций негативно сказывается на визуальном

восприятии. Это касается и наличия рекламы на фасадах зданий и транспорте, в том числе на автомобилях и автобусах.

Характерной особенностью наружной рекламы в Бишкеке является эффективность подачи: т. е. рекламные щиты и вывески, как правило, оформлены в ярких цветах. Следует также отметить, что часто в наружной рекламе нет чёткого предложения, главная задача – продвижение марки или компании.

Практически вся наружная реклама выполнена по однотипным стандартам, с одной стороны – фотография, с другой – текст (адрес, номер или просто название бренда). Таким образом, для наружной рекламы в Бишкеке характерны: яркие цвета, крупные изображения, лаконичные слоганы, расположение на видных и оживлённых местах. Используются различные размеры от крупных билбордов до небольших вывесок на зданиях или стендах.

Вопрос 3. Как вы считаете, насколько востребована сейчас наружная реклама с точки зрения маркетинга?

С точки зрения маркетинга наружная реклама всё ещё остаётся востребованным и эффективным способом продвижения товаров и услуг. Однако важно учитывать, что с развитием цифровых технологий и появлением новых онлайн-платформ маркетологи обращают всё больше внимания на цифровые формы рекламы. Наружная реклама по-прежнему привлекает внимание аудитории на улице, зданиях, в транспорте, других общественных местах и, безусловно, остаётся востребованной с точки зрения маркетинга, так как привлекает внимание потенциальных клиентов, содействует укреплению бренда и повышению узнаваемости компании или продукта. Однако, по мнению некоторых экспертов, с развитием интернет-рекламы наружная реклама может уступать по эффективности и точности таргетирования.

Но она пока остаётся востребованной и актуальной, поскольку является одним из инструментов коммуникации с потребителями и может оказывать значительное влияние на их восприятие и решения о покупке. Наружная реклама сейчас является важным инструментом маркетинга, особенно в контексте увеличения

конкуренции и на фоне информационного шума в онлайн-среде.

Вопрос 4. Что можно изменить, для того чтобы улучшить наружную рекламу в г. Бишкеке?

Ответы экспертов: нужно разработать стандарты и правила размещения наружной рекламы, что положительно скажется на улучшении её эстетического вида и предотвратит беспорядочное расположение в городе. Необходимо обновить старые билборды или создать специальные зоны для размещения рекламы; разнообразить дизайн и стили рекламных конструкций, для того чтобы привлечь внимание прохожих; оптимизировать расположение рекламных щитов, учитывая интересы горожан; проводить встречи с местными художниками и дизайнерами для создания уникальных рекламных решений; выработать общий стиль, использовать одинаковые шрифты, похожую цветовую гамму (для каждого района – своя гамма), использовать LED-экраны вместо обычных баннеров, сделать рекламу более интерактивной.

Вести контроль за дизайном и сократить количество рекламы, стимулировать креативность, проводить конкурсы или оказывать поддержку инициатив дизайнеров и рекламных агентств. Разработать программу городского оформления, которая бы учитывала художественные, эстетические и культурологические аспекты размещения наружной рекламы. Структурировать цвета самих вывесок.

Эксперты подчеркнули, что реклама должна быть не только актуальной, информативной, интересной и полезной для целевой аудитории, развёрнутой, но при этом лаконичной, чтобы передать ключевое сообщение без излишней перегруженности информацией. Можно придумывать более креативные и необычные идеи, использовать в рекламе трендовые методы съёмки, шрифты и т. д.

Было также интересное предложение создать рекламные конструкции, которые бы гармонично вписывались в окружающий ландшафт Бишкека, например, использовать растительные элементы или естественные материалы.

Вопрос 5. Как вы считаете, каким образом наружная реклама влияет на визуальное восприятие города?

Эксперты высказали мнение о том, что наружная реклама имеет значительное влияние на визуальное восприятие города по нескольким причинам: рекламные конструкции могут добавлять разнообразие и яркость в городской ландшафт, делая его более живописным и интересным для жителей и гостей столицы и обновляя облик города. Удачно размещённая и заметная наружная реклама может помочь в идентификации мест и районов в городе, что полезно для навигации и создания уникальной атмосферы. Каждый район Бишкека имеет отличительные особенности, которые можно выделить.

С помощью наружной рекламы можно подчеркнуть уникальный облик и атмосферу города, что улучшит восприятие его жителями и гостями. Рекламные щиты, вывески и баннеры, размещённые в различных частях города, формируют его ландшафтный облик, уникальную городскую силуэтную линию и особую архитектуру, являясь одним из ключевых элементов городской среды, создают некий характер места. Хорошо разработанный, качественный рекламный дизайн может украсить город и придать ему уникальный облик, в то время как неуместная или избыточная реклама может создать впечатление беспорядка и непривлекательности. Наружная реклама должна вписываться в контекст, образ и стиль города, влиять на настроение.

Один из экспертов подчеркнул, что, когда в одном месте наблюдается большое скопление старых вывесок и пёстрых баннеров с непродуманным дизайном, становится психологически неуютно. В то время как грамотно оформленная реклама позитивно влияет на визуальное и психологическое восприятие города. Когда город чистый и не имеет визуального шума, можно знакомиться с достопримечательностями и архитектурой города, не отвлекаясь на “визуальные рекламные шумы”.

Таким образом, исходя из проведённого исследования, мы выявили, что отличительными чертами наружной рекламы в Бишкеке являются значительное географическое разнообразие и визуальная яркость, однако требуются улучшения в плане качества дизайна и контроля за размещением. Реклама многоязычна, отражает культурные особенности города, однако

зачастую не имеет единого стиля. Несмотря на развитие цифровых технологий, наружная реклама остаётся востребованной, особенно для представителей крупных брендов и среднего бизнеса. Для улучшения ситуации предлагаются введение стандартов оформления и правил размещения, обновление рекламных конструкций, учитывая их эстетическую ценность.

Президент Кыргызской Республики Садыр Жапаров 18 июня 2024 г. на своей странице в социальной сети Facebook написал: “Задание для мэрии города Бишкека: до 31 августа полностью убрать старые рекламные щиты в городе и заменить их на Led-экраны, расположенные в удобных и соответствующих облику города местах. Приведите город в порядок! Выйдите из прошлого! На дворе XXI век” [7].

Во исполнение приказа президента были начаты активные действия по улучшению визуального облика города и качества наружной рекламы. Управление по контролю за землепользованием города продолжает демонтаж рекламных щитов на улицах, о чём сообщает пресс-служба мэрии Бишкека. Согласно её данным, сейчас демонтируются рекламные щиты на пересечении улиц Жукеева-Пудовкина и Исы Ахунбаева. На сегодняшний день демонтированы 100 рекламных конструкций. “Уважаемые предприниматели! Убедительная просьба – добровольно демонтировать рекламные конструкции. Замена устаревших металлических конструкций на современные светодиодные экраны позволит придать городу Бишкеку более эстетичный вид”, – призывают чиновники представителей малого и среднего бизнеса [8].

Необходимо подчеркнуть, что наблюдаются интересные тенденции, способствующие изменению визуального облика города, в частности, набирает популярность направление граффити-рекламы, отражающее различные социальные проблемы и вопросы гендерного равенства. С 30 мая по 2 июня в Бишкеке проходил международный стрит-арт-фестиваль “Kuz Power 2024”, в котором участвовали 40 международных художников из разных стран мира и по окончании которого был создан крупнейший международный стрит-арт в Центральной Азии. В рамках фестиваля была создана

открытая арт-галерея с муралом размером более 700 кв. м [9].

Подводя итоги исследования, которое проводилось на протяжении двух лет, можно с уверенностью сказать, что в столице Кыргызстана происходят значительные изменения, многие современные идеи находят своё реальное воплощение. Для достижения оптимального баланса между коммерческими интересами и улучшением визуального облика города важно учитывать мнение общественности, планомерно регулировать размещение и проводить аудит качества наружной рекламы, а также продолжать диалог с горожанами и экспертами для эффективного управления важным визуально-эстетическим аспектом городского планирования.

Наружная реклама в Бишкеке разнообразна и многоязычна, но требует улучшений в дизайне и контроля размещения. Президентский указ инициировал масштабную реконструкцию рекламных щитов для улучшения их качества и эстетики городской среды. Важно учитывать мнение общественности, регулировать размещение и проводить аудит качества рекламы. Эффективное управление наружной рекламой поможет создать более гармоничную и привлекательную городскую среду в городе Бишкеке.

Поступила: 10.07.24; рецензирована: 24.07.24; принята: 26.07.24.

Литература

1. *Зайнулин Р.Ш.* Влияние наружной рекламы на визуальное восприятие города (на примере г. Бишкека) / Р.Ш. Зайнулин, А.А. Никушкина // Вестник КPCУ. 2024. Т. 24. № 2. С. 173–179.
2. *Малых С.В.* Роль наружной рекламы в формировании образа города / С.В. Малых // Урбанистика. 2017. № 4. С. 40–47.
3. *Тимохина Д.В.* Актуальность наружной рекламы в современном мире / Д.В. Тимохина // Студенческий: электрон. научн. журн. 2019. № 35. С. 34–37.
4. *Лекторова Ю.Ю.* Наружная реклама – этические аспекты контента в городской среде / Ю.Ю. Лекторова // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2019. № 1. С. 126–134.

5. *Шляхова С.С.* Наружная реклама крупного промышленного города: тенденции, содержание, городская среда / С.С. Шляхова // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2021. № 3. С. 128–130.
6. *Рагбекова Ж.Д.* Влияние наружной рекламы на облик города (на примере Кыргызстана) / Ж.Д. Рагбекова // Вестник науки. 2024. № 2 (71). Т. 2. С. 661–665.
7. Официальная страница Facebook Президента КР Садыра Жапарова. URL: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1007718214692237&id=100063622034634&mibextid=oFDknk&rid=14yIWyswgkKonzeR (дата обращения: 16.07.2024).
8. Новостной портал 24.kg. URL: https://24.kg/obschestvo/298494_estetiki_nehvataet_vbishkeke_prodoljaetsya_demontaj_reklamnyih_schitov/ (дата обращения: 16.07.2024).
9. Вечерний Бишкек. URL: https://www.vb.kg/doc/437503_festival_kyz_rower_2024:_bishkek_sobral_masterov_strit_arta_so_vsego_mira.html (дата обращения: 16.07.2024).