

Вступ. Будь-яка країна світу активно розвиває інфраструктуру, інформаційну базу, транспортну систему своїх міст, що викликано збільшенням міжнародних туристичних потоків. Найбільше уваги приділяється столицям, адже саме за їх виглядом судять про вигляд усієї країни. Ця тенденція широко курсує по всьому світу.

Матеріали і методи. Київ не стає винятком й також приймає естафету у активному розвитку. Так, ми бачимо як швидко будуються готелі, приймаються реформи в туристичній сфері, тобто створюються сприятливі умови для міжнародного туризму. Проте, в нашій країні, на відмінну від країн Європи, зовсім забули про таку маленьку, але дуже суттєву деталь – зовнішня реклама.

Результати. Живучи в місті, де кожної хвилини ми не можемо не прочитати якусь вивіску, зовсім не від нудного життя й надмірної зацікавленості, а через надмірну їх кількість, ми перестаємо звертати увагу на цю проблему, ставимося до цього ніби так й треба. Проте, це не повинно спиняти нас на шляху до її вирішення.

Хіба не було б гарніше й правильніше, коли наша увага буде прикута не до тексту типу: «У нас дешевше», «З GreenDay ранок буде добрий», а до архітектурної й культурної спадщини нашого чарівного міста? Хіба гарно коли чергова вивіска якогось банку висить на половину будинку, що несе історичну цінність? Я вважаю, що ця проблема має бути вирішена, й результат не змусить себе чекати.

У європейських містах вже давно заборонено вивішувати плакати на будинках, розміщувати будь-яку рекламу на центральних вулицях, обмежується реклама й в спальних районах. Всі вивіски магазинів знаходяться лише в межах самого магазину. А що ми бачимо у нас? Є магазин, й є його окремі вивіски які знаходяться будь-де окрім самого магазину.

Київський фотограф Дмитро Фоменко наглядно висвітлив цю проблему у своїй роботі «Київ без реклами». Автор показав, якими стають вулиці міста без рекламних щитів. Ці рекламні щити не тільки псують красу міста, не даючи змоги роздивитися усю велич архітектури для місцевих жителів так і для туристів, а й створюють небезпечні ситуації на дорожніх шляхах, так як дорожні знаки стають непомітними на фоні яскравих вивісок.

Висновки. Як підсумок я хотів додати, що не личить європейській столиці мати на свої вулицях стільки «бруду». Що ми маємо з реклами? Нічого! А що матимемо без неї: гарний вигляд будівель, збереження природної краси, поліпшення безпеки на дорогах та найголовніше – чарівний та прекрасний Київ!

Література:

1. Київ як екологічна сисмема: природа – людина – виробництво – екологія. – К.: Центр екологічної освіти та інформації, 2001. – 259 с.
- 2..http://kiev.vgorode.ua/news/transport_y_ynfrastruktura/187349-smotrym-y-sravnyvaem-kak-moh-by-vyhliadet-kyev-bez-reklamy

Науковий керівник канд. геогр. наук, доцент кафедри готельного та туристичного бізнесу Верес К.О.