

Не самые заметные, но тем не менее важные для жителей Петербурга события, явления и тенденции — в еженедельном обзоре и авторских комментариях наблюдателя «ВП» Петра СЕМЁНОВА

ЗАМЕТКИ НА ПОЛЯХ

Про «отдых» на асфальте

То, что творится у нас под ногами, — это, конечно, тихий ужас. И ладно, если бы подножная реклама давала полезную информацию. Но почему-то на асфальте рекламируют в основном услуги проститутки. И это по всему городу. Стыдно, честное слово... Вопрос: как с этим бороться?

ПЕРВОЕ, что приходит на ум: ловить и наказывать. Но кого? Рекламодателей — не получится. Обратится полицейский по указанному телефону, а ему просто ответят: мы тут не при делах, это нас кто-то так подставил. И ничего не докажешь.

А вот тех, кто размещает эту рекламу, изболтать, казалось бы, проще простого. Они ведь и не скрываются. (Посмотрите под ноги: «Реклама на асфальте». И тут же — телефон фирмы.) Однако в полиции говорят, мол, мороки много, а привлечь... Разве что за мелкое хулиганство.

Ну да ладно — будем считать, что у полиции есть более важные дела. Тогда какие еще можно рассмотреть методы?

Волонтеры из некоторых общественных организаций считают, что всю рекламу надо упорно и добросовестно стирать, до асфальта. Ребята даже акции показательные проводят. Но то-то и оно, что показательные. Ясно, что начисто протереть едва ли не весь городской асфальт — нереально.

Тогда в Московском районе придумали: не стирать, а закрашивать. Люди вышли на улицы — и давай черные, аккуратные такие заплатки на тротуары лепить. И? Рекламщики только рады! Уже через пару дней на всех заплатках появились новые объявления. Причем на черном фоне они еще убедительнее стали смотреться. Получилось, борцы с рекламой грунтовочку им нанесли.

В Невском же районе между тем решили применить автодозвон — доставать рекламодателей бесконечными телефонными звонками. Что ж — в общем-то, вариант. Посмотрим, как сработает. Ведь в принципе направление мысли — верное: надо сделать так, чтобы никто не хотел размещать рекламу на асфальте. И вот что тут можно предложить...

Представьте. Каждый день на борьбу с «девочками» и «отдыхом» выходят специально обученные люди. У метро это могут быть работники Метрополитена, где-то — дворники. У каждого — кисточка и краска. Только закрашивать им надо не всю рекламу (см. историю про грунтовку), а две последние цифры. Дело это — секундное. А реклама — испорчена, не работает. Стоит только несколько раз так пройти — и этот рекламный горе-бизнес рухнет: никто не будет платить за рекламу, которая не работает.

Кстати, этот метод подсказали сами рекламодатели. Они ходят по городу и закрашивают последние цифры телефонов... конкурентов.



Фото Натальи ЧАЙКИ

ЧЕЛОВЕК НЕДЕЛИ

СТИВ КАДДИНС / КРАСИМИР ВРАНСКИ

ДО СИХ ПОР лишь один персонаж становился дважды «человеком недели» по версии рубрики «Неделя. Постфактум». Это Владимир Гарюгин. Первый раз — когда в Петербурге в очередной раз подорожало метро, во второй — когда Метрополитен объявил, что не собирается отказываться от мутной жетонной системы. То есть поводы для своего выдвижения в герои недели глава городской подземки выдавал, как видим, безрадостные.

А вот сегодняшнего нашего героя (любого из лидеров общественного движения «Красивый Петербург» — на выбор) со званием «дважды человек» можно чествовать без малейшей иронии. В феврале мы поздравляли «Красивый Петербург» с тем, что городские власти отrekliлись от надземных переходов, против строительства которых всегда выступали общественники. А на прошлой неделе пришло следующее сообщение: «Участок Большой Морской улицы от Невского проспекта до арки Главного штаба будет пешеходным. Решение окончательное». За это решение активисты бились более двух лет.

Я сначала обрадовался. Потом — засомневался. Ведь наши читатели знают, как все это время чиновники раз за разом обещали освободить парадный вход на Дворцовую площадь от припаркованных машин. Обещали, но ничего не делали. И все-таки на сей раз надежда, похоже, всерьез обещает обрести реальность — уже 1 августа.

ЦИФРЫ НЕДЕЛИ

90 РУБЛЕЙ ЗА 0,5 ЛИТРА

ЧТО ПО СРАВНЕНИЮ с советскими временами подорожало больше всего? А что, наоборот, стало намного доступнее? Ну, доступнее — это понятно: водка. Раньше на среднюю зарплату можно было купить хорошо если бутылку пятьдесят, а теперь — дюжину ящиков. Подорожал же сильнее всего, наверное, транспорт: раньше поездка на метро стоила пятак, а теперь — 31 рубль. Это более чем в 600 раз получается (тогда как водка подорожала всего раз в пятьдесят).

Но на прошлой неделе я понял, что лидер в этой номинации вовсе не транспорт. А самый обычный бочковой квас, вернувшийся на городские улицы. В Союзе пол-литровая кружка стоила 6 копеек, если помните, сейчас — 90 рублей. То есть квас подорожал в 1,5 тысячи раз! Или в два с половиной раза больше, чем метро. А с водкой и сравнивать нечего... Сейчас бутылка дешевой водки стоит как 1 литр кваса, а 30 лет назад — как 30 литров! И после этого кто-то будет говорить, что у нас всерьез борются с пьянством?..

P. S. Через неделю расскажу, как в домашних условиях делать квас по цене 5 рублей за пол-литра.

ЦИТАТА НЕДЕЛИ

«КАЗАЛОСЬ, ЖИТЕЛИ ГОРОДА РОЖДАЮТСЯ ЛИШЬ ЗАТЕМ, ЧТОБЫ...»

«В УЕЗДНОМ ГОРОДЕ N было так много парикмахерских заведений и бюро похоронных процессов, что казалось, жители города рождаются лишь затем, чтобы побриться, остричься, освежить голову вежеталем и сразу же умереть».

Ильф и Петров, писатели (источник: «Двенадцать стульев»)

ЗА УЕЗДНЫЙ ГОРОД N ничего не скажу — не бывал. А вот в столичном городе P жители, похоже, рождаются лишь затем, чтобы снять деньги в банке, купить на эти деньги барышни цветы, пригласить ее в ресторан восточной кухни, а после свидания лечиться от какого-нибудь нехорошего заболевания.

Прогуляйтесь по любому городскому району. И посчитайте, сколько вы встретите на вашем пути банков, цветочных лавок, восточных ресторанов и аптек. И сколько, например, хозяйственных магазинов или ресторанов с европейской кухней.

КАРТИНКА НЕДЕЛИ

БАССЕЙН У СТЕН ПЕТРОПАВЛОВКИ

ВОТ ТАКИМ видят пляж у Петропавловской крепости авторы идеи оборудовать здесь полноценную зону отдыха — с бассейнами! Технически, уверяют проектировщики, в этом нет ничего сложного. Эстетически? Лично я — всеми руками «за». А какие, действительно, могут быть возражения?

Бассейны испортят исторический вид? Так ведь это не какая-то капитальная постройка, а обычное благоустройство. Людям в купальниках не место в центре Петербурга? Так ведь на этом пляже и без бассейна загорают все лето. Бассейн (не пляж!) будет платным? Разумеется. Иначе в нем будет не протолкнуться.

Словом, если городские власти идею поддержат, а инвесторы возьмутся за ее реализацию, то наш город получит еще одну маленькую достопримечательность.



Изображение предоставлено архитектурным бюро «Rhizome» (Петербург)

ОЖИДАНИЕ НЕДЕЛИ

ПРОГУЛКА ПО ПЕТЕРБУРГУ

ЕСТЬ У НАС С ЖЕНОЙ семейная традиция — каждый год 21 июля вот уже много лет мы встречаемся на канале Грибоедова и гуляем до поздней ночи по центру города. Мочим ноги в Фонтанке, обязательно — по Моховой, ужинаем в районе Александровского парка, возвращаемся через Неву, через дворы Капеллы, восхищаемся Малой Конюшенной... Маршрут всегда примерно один и тот же. На Невский только ни ногой — больно уж тошно от рева машин. Раньше еще всегда в Летний сад заходили, но теперь... Впрочем, не будем о грустном.

К чему я все это? К тому, что если бы не эта случайно зародившаяся традиция, то мы едва ли бы выбирались в центр так осознанно и надолго — в повседневной суете всегда не хватает времени на главное. В общем, советую обзавестись такой же железной традицией — не пожалеете: очень нелишне иногда вспоминать, что наш город — лучший на земле.