

19. Wehrli-Schindler B. Megatrends und Raumentwicklung Schweiz / B. Wehrli-Schindler, A.W. Pham // Bern, Rat für Raumordnung (ROR). – 2019. – 80 p.
20. Verkehr und Siedlung in Agglomerationen: mit Weitsicht Zukunft planen // Bern, Bundesamt für Raumentwicklung ARE. – 2018. – 24 p.

© Т. З. Зиятдинов

**Ссылка для цитирования:**

Зиятдинов Т. З. Развитие транспортных систем ядер крупных городских агломераций России в XXI веке // Инженерно-строительный вестник Прикаспия : научно-технический журнал / Астраханский государственный архитектурно-строительный университет. Астрахань : ГАОУ АО ВО «АГАСУ», 2021. № 3 (37). С. 25–30.

УДК 72.06

DOI 10.52684/2312-3702-2021-37-3-30-35

## НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА В ИСТОРИЧЕСКОМ ЦЕНТРЕ ГОРОДА АСТРАХАНИ

**Н. И. Ермолин, О. А. Ермолина, Н. А. Рактович**

*Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, г. Астрахань, Россия*

В статье рассмотрены проблемы современных городов, которые сталкиваются с обилием рекламных вывесок (визуальный мусор), портящих исторический облик города, а также пути их решения. В мире технологий, когда создавать рекламную конструкцию не представляет сложности, ее становится слишком много в жизни человека. Инновации, бизнес – неотъемлемая часть жизни человека, но при этом она отрицательно сказывается на архитектуре города, нарушая ее облик. Навязчивые рекламы угнетают психику и способность адекватно воспринимать городские виды. Перед архитекторами и дизайнерами стоит задача: сделать путь человека, его выбор легче и комфортней. Поэтому важно, чтобы вывески помогали ориентироваться в городе, не нарушая обзор и комфортное пребывание.

**Ключевые слова:** город, реклама, фасад, регламент.

## OUTDOOR ADVERTISING IN THE HISTORICAL CENTER OF ASTRAKHAN

**N. I. Ermolin, O. A. Ermolina, N. A. Raktovich**

*Astrakhan State University of Architecture and Civil Engineering, Astrakhan, Russia*

The article deals with the problems of modern cities that face an abundance of advertising signs that spoil the historical appearance of the city, as well as ways to solve them. The problem with signage is related to visual garbage. In the modern world of technology, when creating a sign and advertising structure is not a problem to create, it becomes too much in a person's life. The development of technology, business is an integral part of human life, but it should not spoil the impression and argue with the architecture of the city, violating its appearance. Spending time in the city, a person wants to decide where to go, what to buy, obsessive advertising, signs depress the psyche and the ability to adequately perceive urban views. Architects and designers are faced with the task of making the path of a person, his choice easier and more comfortable, so it is important that signs and advertising structures help to navigate the city without disturbing the overview and comfortable stay of a person in an urban environment.

**Keywords:** city, advertising, facade, regulations.

Исторический центр любого города – это особое место, которое имеет свою атмосферу. Наличие же наружной рекламы портит ее. Но, несмотря на это, сегодня в центре города находится много магазинов, ресторанов, кафе, клубов, а также фирм, оказывающих разнообразные услуги. Все они имеют свои вывески, которые никто снимать не планирует.

При этом реклама в историческом центре города должна соответствовать особым требованиям. И первое из них – максимальная гармония с обликом исторических зданий.

На нас лежит огромная ответственность за сохранение архитектурного ансамбля каспийской столицы, так как исторический город не может оставаться вне современности. Поэтому информационные и рекламные конструкции будут появляться на фасадах исторических зданий. Очень важно, чтобы, гуляя по улицам города, человек чувствовал себя в безопасности физически и морально.

Проблема современных городов с рекламными вывесками относится к визуальному мусору. Этого «мусора» становится слишком много в жизни человека, так как в мире технологий изготовить вывеску и рекламную конструкцию

стало достаточно просто. Инновации бизнес – неотъемлемая часть жизни человека, но при этом она отрицательно сказывается на архитектуре города, нарушая ее облик. Навязчивые рекламы угнетают психику и способность адекватно воспринимать городские виды. Перед архитекторами и дизайнерами стоит задача: помочь сделать путь человека, его выбор легче и комфортней. Поэтому важно, чтобы вывески и рекламные конструкции помогали ориентироваться в городе, не нарушая архитектурный облик города. Напротив, помогли создать комфортное пребывание [1, 2].

Поскольку вывески – эта сфера, которая затрагивает образ города, формирует его, то необходимо, чтобы они сочетались с обликом отдельных улиц и города в целом. Должна быть выдержана единая концепция и стиль во всем городе. Для этого необходимо разработать регламент. Стоит уделить особое внимание вывескам на памятниках архитектуры. Они не должны перекрывать детали фасадов, нарушать композицию и общую архитектурную задумку автора.

Визуальное загрязнение городской среды хорошо изучено. Уже во второй половине XX в. стали появляться научные работы, анализиру-

ющие причины и последствия загрязнения. Центральная причина всегда одна – отсутствие общих, понятных правил установки и согласования информационных конструкций (см. Nasar, J.L. The Evaluative Image of the City. Sage Publications, 1998 и Cullen. G. The Concise Townscape. Oxford Architectural Press, 1971).

Джон Ланг в книге «Создавая теорию архитектуры» так определяет неорганизованное городское пространство: «Неорганизованное пространство – это пространство, где взаимоотношения элементов случайны, сиюминутны и не определяются общими правилами и принципами» Исследования показывают, что введение таких правил помогает сохранить исторический облик городских центров (Pickard, R. Management of Historic Centres. London: Spon Press, 2001). Кроме того, регламентация городского пространства улучшает его восприятие жителями, а упорядоченность информационных конструкций делает улицу более привлекательной и стимулирует на активность. На улице, соответствующей основным эстетическим принципам, люди готовы проводить больше времени. Это положительно сказывается на доходах местного бизнеса (Scenic America. Scenic Beauty Benefits Business: Design

Guidelines for Business and Historic Districts. Facts for Action. Washington, DC: Scenic America, 2000).

В России подход к разработке регламента и дизайн-кода произведен в следующих городах: Воронеж, Белгород, Саратов, Москва, Санкт-Петербург, Самара. В них описываются подходы к одним и тем же проблемам, но они структурируются по-разному и применяются на различных территориях: от регламентов, описывающих правила установки в историческом районе до общегосударственных регламентов [3–5].

Каждый город уникален по-своему. В Астрахани много памятников архитектуры. Имея большой потенциал на туристическое развитие город должен подчеркивать свои уникальные, значимые места и события, при этом не нарушать уже сложившуюся архитектуру и ландшафт. Сейчас одной из главных ошибок города являются нерегламентированные вывески, которые портят впечатления от города и не дают рассмотреть, как отдельные фасады, так и перспективу улиц в целом.

Существует множество проблем, с которыми необходимо бороться, чтобы добиться единого современного облика города. Каждый фасад имеет особенности архитектуры, поэтому нельзя перекрывать детали фасадов (рис. 1).

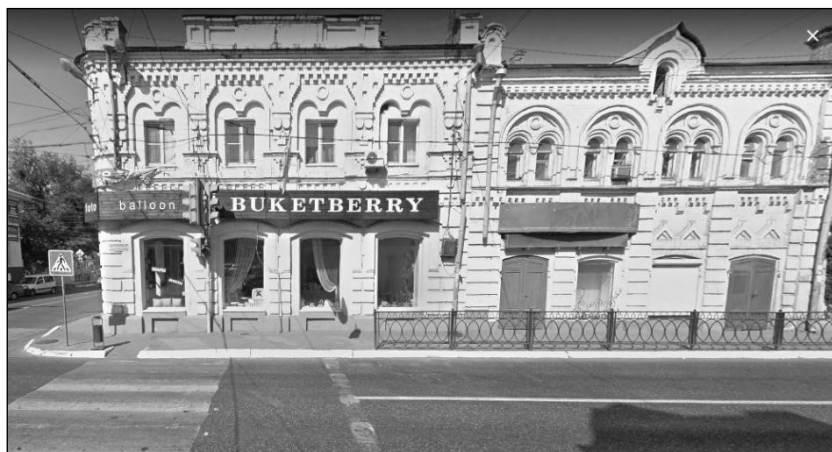


Рис. 1. Адмиралтейская, 43, г. Астрахань. Торговые корпуса Агарянского ряда. XIX в.

Вывески не должны быть большого масштаба и располагаться высоко. Огромное количество

вывесок и рекламы на фасадах портят облик и впечатление от здания и улиц (рис. 2).



Рис. 2. Адмиралтейская 29, г. Астрахань  
Жилой дом с лавками Гранильщикова. Построен в XIX в.

Декоративные панели не вписываются в изначальную художественно-архитектурную за-

думку архитектора, а также перекрывают декоративные детали фасадов (рис. 3).



Рис. 3. Ул. Кирова, 28, г. Астрахань.  
Жилой дом с хозяйстройкой по периметру двора Казачкова, середина XIX в.

Нельзя полностью закрывать витрины, через них должны быть видны товары и услуги. Глу-

хие витрины выглядят неопрятно, и создается впечатление заброшенного здания (рис. 4).



Рис. 4. Ул. Адмиралтейская, г. Астрахань

Неаккуратно смотрятся вывески, размещенные не согласованные между собой по цветам и

размера, которые располагаются на фасад одной архитектурной композиции (рис. 5).



Рис. 5. Ул. Адмиралтейская 39, г. Астрахань.  
Доходные дома П. М. Догадина и его наследников. Построены в 1860 г.

Надстроенные козырьки выбиваются из общего вида фасада памятника-архитектуры (рис. 6).

Владельцам зданий необходимо следить за чистотой вывесок, чтобы не портить общий вид улицы и архитектурного ансамбля (рис. 7).

Для Астраханской области историческая территория города очень важна. При помощи градостроительных и архитектурных нюансов можно проследить за развитием нашего города, выявить его уникальность и подлинность. На территории исторического города должен быть

выдержан стиль вывесок, который не усугубит развитие бизнеса, но и не будет губительно влиять на облик фасадов и улиц. Улицы, на ко-

торых располагается самое большое количество визуального мусора – Свердловская, Кирова, Ахматовская [6–8].



Рис. 6. Ул. Адмиралтейская, 8, г. Астрахань.  
Жилой дом с магазинами «Бакалея» и «Гастрономия» для речников «Волготанкера» из ансамбля жилых и административных домов с Площадью им. Ленина. Построен в 1958 г.



Рис. 7. Ул. Адмиралтейская, 33, г. Астрахань.  
Жилой дом с флигелем Дронова. Построен в XIX в.

Причины возникновения неправильных вывесок и потеря облика города – это неуважение к архитектуре. Город Астрахань с его уникальным центром в архитектурном и градостроительном плане имеет перспективы развития для бизнеса, туризма, благоустройства территорий вокруг памятников.

В центре города располагается большое количество памятников архитектуры. Для поддержания их внешнего облика и общего вида территории, на которой они располагаются, необходимо помогать оставлять здания в такой задумке, которой его видел автор. Неуважение к деталям здания, загромождение их вывесками происходит из-за того, что нет четкого понимания облика улицы, памятника архитектуры. Нет строгих норм для города Астрахани, в которых были бы прописаны красные зоны для вывесок, правильные, благоприятные места для их размещения. Это приводит к тому, что памятники

теряют свою презентабельность, внимание граждан к архитектуре и истории [9–12].

Вывески больших размеров появляются вследствие того, что их дизайн и размеры не согласовывается друг с другом. Заданный дизайн-код не дает рекламодателям и дизайнерам точки, от которой можно оторваться и представить свой логотип, вывеску в общем окружении улицы, города.

Глухие витрины появляются вследствие несоблюдения нормативных правил оформления, в которых прописано предлагаемое размещение рекламы и процент, необходимый для получения информации о заведении. Закрытые мешают обзору людям снаружи.

Большое количество вывесок и рекламы на маленькой площади, образуют сложный для восприятия фасад, загроможденный вход в здание и улицу, на которой из-за давящей информации не хочется находиться долго. В

настоящее время к людям возвращается чувство прекрасного, стремление познакомиться с историей родного края; они хотят поделиться тем местом, где выросли, показать приезжим свой город и насладиться им самим. Поэтому сейчас не столь важна вывеска, как то, что скрывается за ней. В результате технического прогресса на данном этапе легко напечатать вывеску, которая образует собой большой баннер, и установить ее. Борьба же за размер не должна выходить на передний план [13].

Надстройки, как правило, портят общее впечатление от облика здания, так как не были задуманы архитектором изначально. Поскольку отсутствует регламент, в котором были бы прописаны правила размещения вывесок на фасаде и лаконичные материалы, из которых возможно возведение конструкций, наличие разной рекламы дисгармонирует друг с другом и с обликом улицы.

Отсутствие ухода за фасадом происходит из-за того, что огромное количество рекламы закрывает его. Уход за ним – дорогостоящее мероприятие, которое занимает много времени, поэтому фасад загрязняется, к нему теряется интерес как для арендаторов и граждан.

Потеря облика города в историческом центре и на его периферии происходит из-за того,

что у вывесок нет единых габаритов, сомасштабности, логотип и надписи не согласовываются, помимо названия прямого назначения, имеют объемные рекламные тексты, что нельзя делать. В итоге фасады переполнены информацией, которая к тому же перекрывает декоративные детали [14].

Решением проблемы потери облика города Астрахани является возвращение внимания к архитектуре. Необходимо начать с деталей, а именно: с установки новых презентабельных и демонтажем старых вывесок, которые не вписываются в городскую среду и портят фасад. В регламенте говорится об альтернативных вариантах замены, приводятся примеры зеленых зон (рис. 8) для расположения рекламных конструкций, правильные размеры, сами шрифты, соотношение логотипа к названию, приводятся примеры того, что можно писать. Замена вывесок поможет показать скорые и первые результаты того, как может преобразиться здание, по-новому впишется логотип и надпись в облик здания и будут заметны результаты городского благоустройства. Внимание к архитектуре – важный шаг в формировании новых взглядов на жизнь людей. При этом начинают цениться не только материальные блага, но и культурные, развивается интерес к истории, архитектуре, искусству.

### Зеленые зоны

Для размещения вывесок из отдельных символов отведены специальные области на фасадах, которые называются «зелеными зонами». Буквы и знаки на вывесках можно размещать только в пределах зеленых зон.



Зеленые зоны могут быть различной формы.



Рис. 8. Зеленые зоны

Регламент поможет дизайнерам и рекламодателям не заострять внимание на размещении вывесок в выгодных местах, так как в регламенте будут указаны схемы, по которым лучше всего расположить вывеску, логотип, кронштейн. Эти схемы призваны подчеркнуть уникальный стиль заведения, не портя облик улицы и города, делая его аккуратней, дружелюбней и создавая правильное впечатление о заве-

дении, как о месте с хорошо развитым вкусом и правильным подходом к делу и деталям [15].

Ежегодно Астраханскую область посещают 1,6 млн туристов, которых привлекает культурно-историческое богатство нашего города. Поэтому так важно сохранить архитектурное наследие, формирующее неповторимый облик Астрахани. Борьба с крупными кричащими вывесками в историческом центре города становится как никогда актуальной.

#### Список литературы

1. Ян Гейл. Города для людей / Ян Гейл. – Москва : Крост, 2012. – 276 с.
2. Дизайн-регламент. Внешний вид фасадов зданий и сооружений в городском округе города Воронеж, утвержден постановлением администрации городского округа город Воронеж от 21.10.2015 г. № 806. – Режим доступа: <https://docplayer.ru/207621-Rukovodstvo-po-oformleniyu-vhodnyh-grupp-nezhilyh-pomeshcheniy-i-razmeshcheniyu-sredstv-naruzhnoy-reklamy-i-informatsii-na-fasade-zdaniya-g.-Belgoroda.-Rezhim-dostupa-https://ast.mk.ru/articles/2014/11/16/naruzhnaaya-reklama-zapolonila-astrakhan.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
3. Руководство по оформлению входных групп нежилых помещений и размещению средств наружной рекламы и информации на фасаде здания г. Белгорода. – Режим доступа: <https://ast.mk.ru/articles/2014/11/16/naruzhnaaya-reklama-zapolonila-astrakhan.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
4. Наружная реклама заполонила Астрахань, Астрахань. 2014 г. – Режим доступа: <https://strelka.com/ru/magazine/2017/06/07/design-code-saratov>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
5. Головкин К. Закодировать проспект: история Саратовского дизайн-кода / К. Головкин. – 2018.
6. Кожанов А. П. Граффити: Искусство или вандализм? / А. П. Кожанов, Н. П. Приказчикова // Инженерно-строительный вестник Прикаспия. – 2020. – № 3 (33). – С. 34–39.
7. Цитман Т. О. Концепция формирования модели архитектурно-экологического пространства / Т. О. Цитман, К. А. Прошурин // Инженерно-строительный вестник Прикаспия. – 2019. – № 4 (30). – С. 59–66.
8. Грашин А. А. Методология дизайн проектирования элементов предметной среды / А. А. Грашин. – Москва : Архитектура, 2004. – 229 с.
9. Овчинникова Н. Н. Рекламное дело : учебное пособие / Н. Н. Овчинникова. – Москва : Дашков и К, 2008. – 363 с.
10. Учёнова В. В. История рекламы / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. – СПб., 2002. – 304 с.
11. Росийская Федерация. О рекламе : федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (последняя редакция), 13 марта 2006 года N 38-ФЗ, Статья 19. Наружная реклама и установка рекламных конструкций.
12. 1С-Старт. Наружная реклама и вывеска: нюансы размещения и согласования. – 2021 г. – Режим доступа: <https://www.regberry.ru/malyu-biznes/naruzhnaaya-reklama-i-vyveska>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
13. Сапожникова Е. Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран / Е. Н. Сапожникова. – Москва : Академия, 2005. – 240 с.
14. Туристический путеводитель по Астрахани // Город Астрахань и Астраханская область. – Режим доступа: [online.ru/volga\\_guide\\_astrakhan.html](http://online.ru/volga_guide_astrakhan.html), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
15. Зеленков А. И. Философия / А. И., Зеленков, В. В. Анохина, А. П. Ждановский. – Минск : БГУ, 2003. – 334 с.

© Н. И. Ермолин, О. А. Ермолина, Н. А. Рактович

#### Ссылка для цитирования:

Ермолин Н. И., Ермолина О. А., Рактович Н. А. Наружная реклама в историческом центре города Астрахани // Инженерно-строительный вестник Прикаспия : научно-технический журнал / Астраханский государственный архитектурно-строительный университет. Астрахань : ГАОУ АО ВО «АГАСУ», 2021. № 3 (37). С. 30–35.

УДК 72.01.

DOI 10.52684/2312-3702-2021-37-3-35-40

## ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ ФРАКТАЛЫ В АРХИТЕКТУРЕ Г. АСТРАХАНИ

*С. А. Раздрогоина*

*Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, г. Астрахань, Россия*

Фрактальные алгоритмы в природе и творчестве человека открыл Бенуа Мандельброт. Использование фрактальных образов в архитектуре началось лишь в конце XX века, с появлением книг Мандельброта. В статье рассмотрены некоторые здания города Астрахани в сопоставлении с фрактальными моделями. В качестве прототипов, использованы такие графические фракталы как: 1 - элементы самоподобия выявлены на фасадах жилых домов астраханских купцов; 2 - алгоритм Серпинского или «салфетка» Серпинского - является прообразом культовых сооружений, вытянутых по вертикали; 3 - спиральный алгоритм - широко используется в неживой и живой природе, декор в виде раскручивающихся спиралей воплощен в главах храма Федоровской иконы Божьей матери; 4 - «губка» Менгера - прототипом являются прямоугольные панельные здания и параллелепипеды внутренних помещений. Архитектурные формы более регулярны, чем природные, и сочетают малое количество повторов.

**Ключевые слова:** фрактальность; формообразование; «салфетка» Серпинского; самоподобие; архитектурные формы; спиральный алгоритм; протофракталы; фрактальная модель; повторы; «губка» Менгера.

## ABOUT FRACTAL MODELS IN ARCHITECTURE OF ASTRAKHAN

*S. A. Razdrogina*

*Astrakhan State University of Architecture and Construction, Astrakhan, Russia*

Fractal algorithms in nature and human creativity was opened by Benoit Mandelbrot. The Use of fractal images in architecture began only in the late XX century, with the advent of Mandelbrot's books. The article considers some of the buildings of the city of Astrakhan in comparison with fractal models. As prototypes, used such graphic fractals as: 1 - the elements of self-similarity identified on the facades of residential buildings in Astrakhan merchants; 2 - algorithm for the Sierpinski or "napkin" Sierpinski - is a type of cult constructions, elongated vertically; 3 - spiral algorithm - widely used in non-living and living nature, the decor in the form of unwinding spirals embodied in the heads of the Church of the Fedorov mother of God icon; 4 - "sponge" Menger - prototype are rectangular prefabricated buildings and parallelepipeds of the interior. Architectural forms are more regular than natural and combine a small number of iterations.

**Keywords:** fractality; shaping; "napkin" Sierpinski; self-similarity; architectural forms; algorithm; protractile; fractal model; repeat; "sponge" of Menger.