В Ростове-на-Дону предложили стилизовать наружную рекламу на исторических зданиях под то время, когда они были построены. С такой идеей выступил Союз архитекторов Ростовской области. К качеству реконструкции старого фонда Ростова и хаотичному размещению рекламы на домах-памятниках накопилось много претензий. Власти вынуждены признать, что фасады, несмотря на серьезное финансирование в преддверии ЧМ-2018, не приобрели того вида, который хотелось бы.

Реклама часто очень портит городской вид, выглядит визуальным шумом и мешает воспринимать содержание. Если она будет стилизована, продумана и вписана по стилистике, времени, цвету и ритму в архитектурное окружение, то будет гораздо органичнее.

Но единого мнения у специалистов по этому вопросу, пока нет.

Председатель ростовского отделения Всероссийского общества по охране памятников Александр Кожин привел такой пример.

— На Большой Садовой, 144, в здании, являющемся объектом культурного наследия (бывший торговый дом Дронова) уже много лет находится оптика. Вот к ее рекламе придраться было нельзя. Стильная, минималистичная, отлично вписывалась в архитектуру здания. Однако как раз по новым правилам рекламная вывеска должна представлять собой конструкцию из отдельных букв, каждая из которых имеет индивидуальное крепление к стене здания. Когда директор оптики пытался сохранить прежнюю вывеску, его действия признали административным нарушением. Пришлось демонтировать.

А член Союза архитекторов России Владимир Кирьязиев считат, что *«с*тилизовать рекламные вывески — это все равно что заставить заходить в историческое здание в том платье, которое соответствует эпохе его постройки. А если реклама магазина или фирмы является зарегистрированным лейблом или элементом разработанного фирменного стиля? Современный дизайн рекламы, на мой взгляд, наоборот, делает архитектуру здания выигрышнее, поскольку работает на контрасте, тем самым усиливая как семантику здания, так и его художественное восприятие».

Апекс

TERRANOVA
ООО Альфа-Дон