



Реклама в виде бегущей строки недопустима.

Мэрия Ярославля проводит планомерную работу по очистке исторического центра города от всевозможных рекламных конструкций, вывесок, плакатов, объявлений. Городские власти предложили предпринимателям до 1 ноября убрать все рекламные и информационные конструкции, оставив лишь вывески с названием объектов и таблички с режимом работы. Те конструкции, которые их владельцы не уберут в оговоренный срок, будут демонтированы.

## Не прячьте за рекламой красоту



Такая реклама не портит фасадов.

### Кто во что горазд

Просматривая фотографии дореволюционного Ярославля, обращаешь внимание на улицы и здания и поневоле сравниваешь, как они выглядели тогда и что с ними стало сейчас. Фасады сохранившихся до наших дней зданий узнать сложно. Их первоначальный облик искажен различными облицовками, вывесками, плакатами, световыми и цветовыми табло, прочими элементами того, что сейчас красиво именуется «наружная реклама». Наверное, мы к этому привыкли. Как привыкли к тому, что через Ярославль протекает Волга, хотя гости города с восторгом взирают на великую русскую реку.

А еще ярославцы привыкли к тому, что живут среди памятников архитектуры. Это наше наследие. Но наследие сейчас замаскировано различными вывесками, плакатами и прочими конструкциями рекламного характера.

Конечно, старые фотографии свидетельствуют: рекламные вывески изобретены не сегодня. На снимках дореволюционной эпохи можно видеть знакомые очертания зданий, украшенных вывесками с ятями и твердыми знаками. Но тогда они смотрелись органично.

Сейчас наш город активно продвигает себя на туристическом рынке как столица Золотого кольца,

но при этом красоты старинных фасадов прячет за рекламой.

Председатель комитета по рекламе мэрии Ярославля Алексей Ковинский отметил, что до последнего времени предприниматели оформляли вывески и рекламные конструкции на своих магазинах, кафе, банках по принципу «как Бог на душу положит». В итоге мы имеем странное смещение из разных стилей, цветов, форм, размеров, материалов табличек, вывесок и аншлагов. Здесь и примитивные плакаты, и электронные табло с бегущей строкой, и огромные плакаты, обещающие скидки.

— Посмотрите на улицы Кирова, Депутатскую, они перегружены крупными вывесками. Бегущие строки и электронные табло раздражают. А все вместе искажает восприятие города, — замечает Алексей Ковинский.

С этой точкой зрения согласна и известная ярославская градозащитница Ольга Мазанова. Она сказала журналистам, что ситуация с наружной рекламой в Ярославле очень тяжелая: в центре города нет ни одного фасада без незаконной рекламы или вывески.

### Ограничения в зоне ЮНЕСКО

В следующем году нашему городу предстоит стать центром торжеств, посвященных 50-летию маршрута Золотое кольцо



Консоли не мешают восприятию.

по России. И чтобы Ярославль встретил гостей во всем своем историческом великолепии, уже сейчас началась работа по очистке улиц от лишней рекламы. Ежедневно демонтируются вывески, уродующие фасады домов. И это только первый шаг.

— Сейчас разрабатывается концепция размещения рекламы и информации в зоне ЮНЕСКО Ярославля, и мы ее представим бизнес-сообществу — сообщает Алексей Ковинский.

Но чтобы эту концепцию разработать и воплотить в жизнь, необходимы новые нормативно-правовые акты.

Сейчас в историческом центре города, включенном в зону ЮНЕСКО, действует утвержденный Министерством культуры приказ «Об утверждении характера использования, ограничений и требований к хозяйственной деятельности, проектированию и строительству на территории объекта культурного наследия феде-

рального значения — достопримечательное место «Исторический центр города Ярославля». Согласно этому документу на зданиях, расположенных в центре города, могут быть лишь небольшие вывески размером не более 0,6 x 1 метр, без подложек, и размещаться они должны не выше второго этажа.

На протяжении последнего месяца активизировалась борьба с рекламными конструкциями, не соответствующими требованиям Министерства культуры. Ежедневно демонтируется от 5 до 15 конструкций в зависимости от их сложности. И эта работа будет проводиться еще активнее в ноябре, когда истечет срок, обозначенный мэрией для приведения наружных вывесок в соответствие с требованиями.

По словам председателя комитета по рекламе мэрии Ярославля, некоторые бизнесмены идут на встречу мэрии и уже представили новые варианты рекламных вывесок.

Конечно, без вывесок и информационных табло тоже нельзя обойтись. Но к ним будут предъявляться строгие требования. Какие — еще предстоит решить. Скорее всего, названия заведений будут выполняться объемными буквами, без фона и подложек. А сетевые заведения, у которых вывески обычно выполняются в едином корпоративном стиле, смогут свои фирменные логотипы разместить внутри, а снаружи — только те, что будут соответствовать новым требованиям.

И, конечно, введут жесткие правила унификации. На одной улице все вывески должны будут выполняться в одном стиле, в одной цветовой гамме, размещаться на одной высоте. Все это необходимо для того, чтобы реклама как можно меньше отвлекала внимание от исторической составляющей городского центра.

### За пределами центра

Первым этапом предстоит навести порядок во внешнем оформлении фасадов исторического центра города, включенного в зону ЮНЕСКО. Вторым этапом станет наведение порядка в буферной зоне. Третьим — упорядочение наружной рекламы в остальных районах Ярославля.

Кстати, в тех районах, которые не считаются центральными, дела с наружной рекламой обстоят лучше: уже создана карта-схема, где обозначены места размещения рекламных щитов. Прежде всего они располагаются на муниципальной земле. Это позволяет городу контролировать наружную рекламу.

Но остро стоит проблема с афишными стендами. Сейчас объявления на них наклеивают, не соблюдая никаких правил.

Алексей Ковинский сообщил: пока понимания того, что афишные стенды тоже должны выглядеть презентабельно и не уродовать город, у их владельцев нет. Но он надеется, что и эту проблему удастся решить.

### Общественный контроль

И еще одно нововведение — оценивать концепцию размещения рекламы в целом и отдельные рекламные конструкции в частности будет специальный экспертный совет. Сейчас он находится в стадии формирования. Пока о его персональном составе говорить трудно, но уже известно, что в него войдут минимум семь человек — художники, архитекторы, дизайнеры, представители структурных подразделений мэрии, в чьих полномочиях контроль за наружным оформлением города, градозащитники, представители рекламного и бизнес-сообщества. Наличие в экспертном совете всех сторон позволит выработать общий для всех приемлемый подход к оформлению города, в том числе и рекламными конструкциями.

— Конечно, мы не собираемся полностью отказаться от рекламы. Да это и невозможно, — говорит Алексей Ковинский. — В конце концов это значимая составляющая доходов городской казны. Например, доход от нее в 2015 году составил порядка 90 миллионов рублей.

По объективным причинам доход от рекламы в 2016 году будет чуть меньше, зато в перспективе поступления должны возрасти, ведь те, кто захочет легально размещать рекламу в городе, будут платить госпошлину в местный бюджет.

Ольга СКРОБИНА

Фото Ирины ШТОЛЬБА



Разноцветные и разноформенные вывески уродуют фасады зданий.

