

Academia. Архитектура и строительство, № 2, стр. 131–141.

Academia. Architecture and Construction, no. 2, pp. 131–141.

Исследования и теория

Научная статья

УДК 711.1

DOI: 10.22337/2077-9038-2026-2-131-141

Въездные группы и въездные локации как фактор формирования архитектурно-пространственной идентичности территории

Кочнев Сергей Васильевич (Москва). Кандидат социологических наук. Институт развития местных сообществ; Государственный университет управления. Эл. почта: kochnevs@mail.ru

Гудкова Полина Дмитриевна (Москва). Институт развития местных сообществ. Эл. почта: polina.gud2002@mail.ru

Жбанов Павел Анатольевич (Москва). Кандидат военных наук, кандидат экономических наук, профессор. Московский архитектурный институт (государственная академия). Эл. почта: jbanovpa@marhi.ru

Петрова Ирина Вениаминовна (Москва) Кандидат экономических наук. Центр инициативного бюджетирования НИФИ Минфина России. Электронная почта: Petrova@nifi.ru

Кураколов Михаил Владимирович (Москва) Центр инициативного бюджетирования НИФИ Минфина России. Электронная почта: mkurakolov@nifi.ru

Аннотация. В статье рассматриваются въездные группы и прилегающие к ним территории (въездные локации) как значимые элементы архитектурно-градостроительной среды, участвующие в формировании территориальной идентичности. На основе комплексного исследования, включающего анкетный опрос населения (N=562), экспертные интервью с архитекторами, градостроителями и представителями органов местного самоуправления, а также натурные обследования въездных групп в 15-ти регионах Российской Федерации, выявлены ключевые архитектурно-планировочные характеристики, влияющие на визуальное восприятие и эмоциональную оценку данных объектов. Предложена типология въездных групп по композиционному решению, масштабу, материалам и способам подсветки. Сформулированы рекомендации по проектированию въездных локаций как целостных архитектурно-ландшафтных комплексов, учитывающие требования видимости, читаемости, эстетической выразительности и интеграции с окружающей средой.

Ключевые слова: въездная группа, въездная локация, территориальная идентичность, архитектурно-пространственная среда, градостроительный анализ, визуальное восприятие, ландшафтная архитектура, инициативное бюджетирование

Для цитирования. Кочнев С.В., Гудкова П.Д., Жбанов П.А., Петрова И.В., Кураколов М.В. Въездные группы и въездные локации как фактор формирования архитектурно-пространственной идентичности территории // Academia. Архитектура и строительство. 2026. № 2. С. 131–141. DOI: 10.22337/2077-9038-2026-2-131-141.

Entrance Groups and Entrance Locations as a Factor in the Formation of Architectural and Spatial Identity of a Territory

Kochnev Sergey V. (Moscow). Candidate of Sciences Sociology. Institute for the Development of Local Communities. State University of Management. E-mail: kochnevs@mail.ru

Gudkova Polina D. (Moscow). Institute for the Development of Local Communities. E-mail: polina.gud2002@mail.ru

© Кочнев С.В., Гудкова П.Д., Жбанов П.А., Петрова И.В., Кураколов М.В., 2026.

Zhbanov Pavel A. (Moscow). Candidate of Sciences in Military, Candidate of Sciences Economics, Professor. Moscow Architectural Institute (State Academy). E-mail: jbanovpa@marhi.ru

Petrova Irina V. (Moscow). Candidate of Sciences Economics. The Center for Participatory Budgeting of The Research Financial Institute of the Ministry of Finance of the Russian Federation. E-mail: Petrova@nifi.ru

Kurakolov Mikhail V. (Moscow). The Center for Participatory Budgeting of The Research Financial Institute of the Ministry of Finance of the Russian Federation. E-mail: Mkurakolov@nifi.ru

Abstract. The article examines entrance groups and adjacent territories (entrance locations) as significant elements of the architectural and urban environment that participate in the formation of territorial identity. Based on a comprehensive study, including a questionnaire survey of the population (N=562), expert interviews with architects, urban planners, and representatives of local governments, as well as field surveys of entrance groups in 15 regions of the Russian Federation, the key architectural and planning characteristics influencing the visual perception and emotional evaluation of these objects are identified. A typology of entrance groups is proposed based on compositional solution, scale, materials, and lighting methods. Recommendations are formulated for the design of entrance locations as integral architectural and landscape complexes, taking into account the requirements of visibility, legibility, aesthetic expressiveness, and integration with the surrounding environment.

Keywords: entrance group, entrance location, territorial identity, architectural and spatial environment, urban analysis, visual perception, landscape architecture, participatory budgeting

For citation. Kochnev S.V., Gudkova P.D., Zhbanov P.A., Petrova I.V., Kurakolov M. V. Entrance Groups and Entrance Locations as a Factor in the Formation of Architectural and Spatial Identity of a Territory. In: *Academia. Architecture and Construction*, 2026, no. 2, pp. 131–141, doi: 10.22337/2077-9038-2026-2-131-141.

Введение

В современной градостроительной практике въездные группы (стелы, арки, скульптурные композиции с названием населённого пункта) становятся не просто элементами дорожной инфраструктуры, но значимыми архитектурными объектами, формирующими первое впечатление о территории. Как отмечает Г.В. Есаулов, в условиях поиска архитектурной идентичности особое значение приобретает способность объектов городской среды транслировать уникальные характеристики места и времени [1]. Въездная группа в этом контексте выступает как «лицо города» – визуальный маркер, фиксирующий границу населённого пункта и одновременно задающий вектор его образной характеристики.

В отличие от узко понимаемого дорожного знака населённого пункта, который фиксируется нормативными документами как элемент дорожной инфраструктуры, «въездная группа» трактуется нами как архитектурно-пространственный комплекс, включающий собственно знак и прилегающую территорию. Прилегающая территория – «въездная локация» – включает подъездные пути, зоны обзора, элементы благоустройства, что необходимо для полноценного восприятия объекта. Данное разграничение обусловлено результатами натурных обследований, показавшими, что изолированная стела без благоустроенного окружения не формирует «эффекта въезда» и не влияет на территориальную идентичность.

Однако, как показал анализ существующей практики, значительная часть въездных групп не отвечает современным

требованиям ни с точки зрения архитектурно-художественного решения, ни с позиции функциональной эффективности (видимость, читаемость, долговечность). При этом прилегающие к стелам территории – въездные локации – зачастую остаются неблагоустроенными, не образуя целостного пространственного ансамбля. Следует подчеркнуть, что данное противоречие между высокой общественной значимостью этих объектов и низким качеством их исполнения не имеет на сегодняшний день достаточного научного осмысления, что и определяет актуальность настоящего исследования.

Проблематика въездных групп и въездных знаков становится предметом активного изучения в современной урбанистике. Так, в работах А.А. Лукаша рассматриваются стилистические концепции въездных знаков как элементов формирования туристического образа города [2], тогда как А.В. Шутка и Е.И. Гурьева предлагают градостроительную концепцию формирования архитектурно-пространственного решения въездного знака в малый город [3]. В свою очередь, М.М. Девятов и П.П. Олейников исследуют въездные группы как архитектурные доминантные акценты визуально-ориентирующего и патристического характера [4], а С.Б. Моисеева рассматривает вопросы сохранения и использования памятников культурно-исторического наследия в условиях села, что напрямую связано с подходами к проектированию въездных групп в исторических поселениях [5]. Вместе с тем комплексных исследований, рассматривающих въездную группу не изолированно, а в единстве с окружающей ее

территорией – въездной локацией, до сих пор не принималось.

В системе комплексного развития муниципальных образований формирование их позитивного имиджа приобретает особую значимость как для местного сообщества, так и для внешних наблюдателей. Развивая эту мысль, следует подчеркнуть, что въездная группа выполняет многофункциональную роль, выходящую далеко за рамки простого навигационного элемента. Она выступает важнейшим визуальным маркером, создающим мгновенную ассоциативную связь с конкретной территорией. Не случайно в качестве первого и последнего архитектурного объекта, который видят гости при въезде и выезде из населённого пункта, въездная группа формирует так называемый «эффект края» в психологии восприятия¹, когда именно начальные и конечные впечатления оказывают наибольшее влияние на общую оценку территории. В этой связи логично и правомерно говорить не только о въездной группе, но и о въездной локации (территории), на которой она расположена. Нормативная и терминологическая проработка понятия «въездная локация» требует отдельного рассмотрения, однако сама постановка этого вопроса, как будет показано ниже, вполне актуальна.

В более широком смысле въездные группы следует понимать не просто как элементы территориального брендинга или «точки геотегирования», а как архитектурные объекты, способные через формально-образные средства – композицию, масштаб, материал, цвет, пластику – транслировать уникальные характеристики места. Именно художественный образ, заложенный во въездной группе, обеспечивает её способность формировать территориальную идентичность. Исследование этого аспекта и составляет основную задачу настоящей работы.

В связи с этим авторами было проведено комплексное исследование, сочетающее количественные и качественные методы анализа, результаты которого представлены в данной статье. В ходе работы особое внимание уделялось не только выявлению количественных показателей восприятия въездных групп, но и качественному анализу их архитектурно-художественных достоинств, а также изучению того, как именно эти объекты участвуют в формировании «образа места».

Объектом исследования, описываемого в данной статье, выступают въездные группы и прилегающие к ним территории (въездные локации) в городах и поселениях Российской Федерации. Предметом исследования являются архитектурно-планировочные и композиционные особенности въездных групп, факторы их визуального восприятия, а также механизмы трансляции территориальной идентичности через формально-образные средства архитектуры. Цель исследования заключается в выявлении архитектурно-пространственных и градостроительных характеристик въездных групп, определяющих их эффективность как элементов фор-

мирования территориальной идентичности, и в разработке рекомендаций по проектированию въездных локаций. Для достижения поставленной цели был проведён анализ существующей практики размещения и архитектурного решения въездных групп в различных регионах Российской Федерации; выявлены критерии визуального восприятия въездных групп различными категориями пользователей (жители, туристы, транзитные посетители); разработана типология въездных групп по композиционному решению, масштабу, материалам и способам подсветки; проведён анализ художественного образа въездных групп в их связи с локальной идентичностью территорий; сформулированы рекомендации по архитектурно-планировочной организации въездных локаций.

В рамках данного исследования под въездной группой понимается архитектурно-пространственный элемент, фиксирующий границу населённого пункта, выполняющий навигационную (информирование о въезде), репрезентативную (формирование образа территории) и эстетическую (визуальное обогащение среды) функции. Въездная группа может быть выполнена в виде стелы, арки, скульптурной композиции, ландшафтной инсталляции или их комбинации.

Принципиальное отличие въездной группы от стандартного дорожного знака заключается в её архитектурной природе: если дорожный знак является тиражируемым элементом унификации дорожного движения, то въездная группа представляет собой уникальное (или тиражируемое ограниченно) произведение малой архитектурной формы, обладающее индивидуальным художественным образом, масштабом, пластикой и материалом, которые призваны отразить особенности конкретного места.

Под въездной локацией предлагается понимать прилегающую к въездной группе территорию, включающую подъездные пути, зоны обзора (места для остановки и фотографирования), элементы ландшафтного благоустройства (озеленение, малые архитектурные формы, освещение), образующие целостное пространственное образование, обеспечивающее полноценное восприятие въездной группы и формирующее «эффект въезда» как архитектурно-пространственный опыт.

Исследование опирается на концепцию территориальной идентичности, развиваемую в трудах Г.В. Есаулова, который определяет идентичность как единство «места» и «времени», раскрываемое через архитектурные формы, транслирующие традиции и одновременно отвечающие современным технологическим и эстетическим требованиям [1]. Въездная группа в этом контексте выступает как один из ключевых элементов, фиксирующих «вход» в пространство с определёнными культурными и историческими характеристиками. При этом идентичность трактуется не как внешний брендинг или маркетинговая стратегия, а как имманентное свойство архитектурного объекта, проявляющееся через его художественный образ, материал, масштаб и пластику.

Параллельно восприятие въездных групп анализируется с опорой на исследования К. Линча об «образе города», где

¹ Свойство человеческой психики, установленное впервые немецким психологом Г. Эббингаузом в конце XIX века.

подчёркивается роль визуальных ориентиров в формировании пространственного опыта [6]. Кроме того, «эффект края», описанный Г. Эббингаузом [7], позволяет объяснить повышенную значимость начальных и конечных впечатлений при восприятии территории – именно въездная группа создаёт первое и часто наиболее устойчивое визуальное впечатление о населённом пункте.

Методологическая основа исследования сочетает принципы, изложенные в работе С.Д. Митягина о синергии подходов в градостроительстве [8]. Как указывает автор, выделяются параметрический, цифровой, балансовый, экологический, компаративный, интегральный и синергетический подходы, которые могут быть адаптированы для анализа въездных локаций. В данном исследовании применены, в частности, компаративный подход для сравнения различных типов въездных групп и оценки их эффективности, экологический подход для анализа ландшафтной интеграции въездных локаций, а также интегральный подход для комплексного учета функциональных, эстетических и социальных факторов.

Исследование проводилось в 2024 году и включало три последовательных этапа.

Первый этап составили натурные обследования въездных групп в 15-ти субъектах Российской Федерации, включая Московскую, Тульскую, Самарскую области, Республику Татарстан, Республику Северная Осетия-Алания, Краснодарский край, Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа. Выбор регионов осуществлялся по принципу максимального разнообразия: в выборку вошли крупные города (Самара, Казань), средние (Тула, Новомосковск), малые города и сельские поселения (Иран, Аксарка), что позволило охватить весь спектр масштабов и типов въездных групп. Систематизация объектов проводилась на основе компаративного метода: для каждого из 54 обследованных объектов (по 3-4 в регионе) фиксировались композиционный тип, масштаб, материал, наличие подсветки, а также характеристики прилегающей территории. Обследования включали фотофиксацию, измерение параметров видимости (расстояние до трассы, углы обзора), оценку состояния конструкций и материалов, анализ ландшафтного контекста, а также искусствоведческий анализ композиции, пропорций, цветового решения и пластики объектов.

Второй этап представлял собой анкетный опрос населения (N=562). Выборка формировалась по квотному принципу с учётом пола, возраста и региона проживания. Для обеспечения репрезентативности квоты задавались пропорционально доле городского и сельского населения в каждом из 15-ти регионов (от 25% до 75%), а также пропорционально возрастным группам: 18–30 лет (20%), 31–45 лет (35%), 46–60 лет (30%), старше 60 лет (15%). Допустимая погрешность составила $\pm 4,1\%$ при доверительной вероятности 95% [рассчитана по формуле для квотных выборок с учётом вариации ответов на ключевые вопросы пилотного опроса (N=50)]. Анкета включала вопросы о визуальном восприятии

въездных групп, оценке их эстетических качеств, удовлетворённости внешним видом, а также вопросы, направленные на выявление ассоциативных связей между въездной группой и образом территории. Кроме того, в анкету были включены конкретные вопросы об архитектурно-планировочных параметрах: предпочтительная высота букв, тип подсветки (встроенная/внешняя), материал стелы, необходимость озеленения прилегающей территории. Опрос проводился в онлайн-формате в апреле–мае 2024 года.

Третий этап включил экспертные интервью с архитекторами, градостроителями, дизайнерами, представителями Минстроя России (всего в экспертном интервью приняли участие пять человек), а также главами муниципальных образований, имеющими опыт реализации проектов въездных групп. Отбор экспертов осуществлялся по критерию наличия реализованных проектов въездных групп или непосредственного участия в нормативно-правовом регулировании данного типа объектов. Интервью проводились в формате полуструктурированной беседы продолжительностью 10-15 минут каждое.

Результаты натурных обследований: типология въездных групп и анализ художественного образа

Натурные обследования позволили выявить многообразие архитектурных решений въездных групп, которые могут быть классифицированы по ряду признаков. Систематизация проведена по четырём классификационным признакам, что позволяет создать основу для выбора оптимальных проектных решений в зависимости от контекста.

По композиционному решению выделяются стелы – вертикальные объёмные конструкции, наиболее распространённый тип (с вариациями от прямоугольных стел в городе Новомосковске Тульской области до стел сложной геометрии в Казани и с элементами скульптурной пластики в селе Иране Республики Северная Осетия – Алания); арки, образующие проём над дорогой и требующие согласования с габаритами трассы (пример – въезд в Сочи со стороны Адлера); ландшафтные композиции, интегрированные в рельеф и озеленение и часто сочетающие стелу с элементами благоустройства (подпорные стены, цветники, малые формы), как въезд в Самару со стороны Южного шоссе; а также скульптурные формы, где доминирует художественный образ, а информационная функция реализована через дополнительный знак или размещение названия на скульптуре (пример – въезд в Тулу с образами пряника, самовара и оружия).

По масштабу различаются камерные (высота до 5 м) – для малых городов, посёлков и сельских поселений, соразмерные масштабу человека и окружающей застройке; средние (5-10 м) – для городов с населением до 100 тыс. чел.; и монументальные (более 10 м) для крупных городов, столиц регионов и объектов вдоль федеральных трасс. По материалам въездные группы могут быть каменными (гранит, мрамор, известняк), металлическими (нержавеющая сталь, алюминий, ковка),

бетонными или комбинированными. По наличию подсветки выделяются объекты со встроенной подсветкой (источники света интегрированы в конструкцию стелы или букв), с внешней подсветкой (прожекторы на отдельно стоящих опорах или на земле) и без подсветки, что существенно снижает их видимость в темное время суток.

Особого внимания заслуживает архитектурно-художественный анализ въездных групп, поскольку именно художественный образ определяет их способность транслировать территориальную идентичность.

Въездная группа Тулы представляет собой пример многофигурной композиции, где название города дополнено объёмными изображениями пряника, самовара и оружия. Эти элементы не являются декоративным дополнением, а выступают в роли иконических знаков, мгновенно ассоциирующихся с историческими промыслами этого города. Стилистическое решение – обобщённая, лаконичная пластика, близкая к геральдической стилизации – обеспечивает высокую читаемость образов с дальних дистанций. Материал (металл и камень) подчёркивает монументальность и долговечность. Такой подход позволяет въездной группе не просто информировать о названии города, но и формировать устойчивый художественный образ, связывающий территорию с её культурным наследием.

Въездная группа города Казани, напротив, решена в минималистичной геометрической стилистике. Стела имеет сложную пространственную форму, отсылающую к силуэтам казанских башен и одновременно – к современной архитектуре. Подсветка выполняет не только утилитарную функцию, но и является полноценным композиционным элементом, подчёркивающим ритм и пластику объёма. В отличие от тульского варианта, здесь идентичность передаётся не через прямые изобразительные цитаты, а через абстрактную геометрию, цвет (белый и синий – цвета городской символики) и свет.

Въездная группа села Ирана (Северная Осетия) демонстрирует совершенно иной подход: здесь доминирует национальный орнамент и скульптурная пластика, отсылающая к традиционной культуре осетин. Информационная функция (название поселения) решена вторым планом – буквы органично вписаны в орнаментальную композицию. Этот пример показывает, что въездная группа может быть не просто знаком, а настоящим произведением монументально-декоративного искусства, отражающим этнокультурную идентичность.

Таким образом, анализ художественного образа показывает, что эффективность въездной группы как носителя территориальной идентичности зависит не от количества размещённых на ней символов, а от глубины и адекватности художественного обобщения. Прямое цитирование исторических образов (как в Туле), абстрактная геометрия (как в

Казани) и орнаментальная стилизация (как в Иране) – все это различные, но равноправные стратегии, выбор которых определяется конкретным культурным контекстом.

Градостроительный анализ въездных локаций

С градостроительной точки зрения въездная группа выполняет несколько функций: маркирование административной границы населённого пункта, организация первого визуального впечатления о застройке, сопряжение скоростной трассы с местными дорогами. В этом смысле она является не только знаком, но и градостроительным узлом. Переходя от отдельно взятой въездной группы к более широкому контексту, следует отметить, что въездная локация как пространственное образование включает три функциональные зоны.

Зона видимости – это участок трассы, с которого въездная группа становится различима. На основе натурных замеров и в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52766-2007 «Дороги автомобильные общего пользования. Элементы обустройства»² к видимости дорожных знаков, установлено, что оптимальная дистанция видимости составляет не менее 200 м для скорости движения 60 км/ч и не менее 400 м – для 90 км/ч. Для большинства обследованных объектов фактическая дистанция видимости не превышала 150 м, что создаёт эффект внезапного появления знака и не позволяет водителю плавно подготовиться к восприятию информации.

Зона подъезда – участок, обеспечивающий безопасную остановку транспортного средства для ознакомления с объектом и фотографирования. Она требует наличия кармана (площадки) шириной не менее 3,5 м и длиной не менее 15 м. При проектировании такой площадки необходимо руководствоваться требованиями Федерального закона от 08.11.2007 № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации»³ и приказа Минтранса России от 18.08.2020 № 313 «Об утверждении Порядка установления и использования полос отвода автомобильных дорог федерального значения»⁴, определяющими порядок использования полос отвода и придорожных полос. Площадка для остановки должна располагаться за пределами полосы отвода, на специально выделенном земельном участке, с обеспечением безопасного въезда и выезда, без пересечения с основным потоком транспорта. Наличие таких площадок зафиксировано лишь у 35% обследованных объектов.

Зона благоустройства – пространство непосредственно вокруг въездной группы, включающее озеленение, мощение, малые архитектурные формы. Предлагаемая зона благоустройства не является зоной дорожного сервиса (кафе, АЗС и т.п.). Она предназначена исключительно для кратковременного ознакомления с въездной группой и фотографирования (не более 10–15 минут) и не предполагает размещения объектов торговли или питания. Анализ показал, что благоустройство въездных локаций часто ограничивается газоном вокруг стелы; элементы, обеспечивающие комфортное пребывание

² <https://docs.cntd.ru/document/1200057674>

³ <http://www.kremlin.ru/acts/bank/26452>

⁴ <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202010090008?index=2>

(скамьи, урны, информационные стенды), встречаются редко. В итоге, такое положение дел не позволяет реализовать рекреационный потенциал въездных зон.

Восприятие въездных групп: результаты анкетного опроса

Анкетный опрос позволил выявить ключевые факторы, влияющие на визуальное восприятие въездных групп различными категориями пользователей. Полученные данные не только подтвердили высокую значимость данных объектов для населения, но и выявили существующий разрыв между ожиданиями жителей и реальным состоянием въездных групп.

Согласно результатам опроса, 97,3% респондентов обращают внимание на въездную группу при въезде в населённый пункт (рис. 1). При этом 42,7% опрошенных отмечают, что многие стелы «незаметны со стороны дороги». Важно, что этот показатель коррелирует с данными натурных обследований о недостаточной дистанции видимости, о чём говорилось выше.

Важно, что при ответе на открытый вопрос «Что вы вспоминаете, когда видите въездную группу своего города?», большинство респондентов называли не функциональные характеристики (читаемость, подсветку), а именно образные – «красиво», «современно», «родное», «горжусь». Это подтверждает тезис, что ключевая роль въездной группы – не информационная, а эмоционально-образная.

Отвечая на вопрос о том, как в большинстве случаев выглядит въездная группа, половина респондентов (50,7%) воспринимают её как объект, имеющий художественное или смысловое значение (рис. 2). Однако 42,7% описывают их как стандартные дорожные знаки, соответствующие ПДД, что указывает на недостаточную выразительность многих существующих решений.

В ходе опроса также выявлены предпочтения по конкретным параметрам: 68% респондентов считают оптимальной высотой букв не менее 1,5 м, 74% отдают предпочтение встроенной подсветке, 63% – комбинированным материалам (камень/металл), 81% считают обязательным озеленение прилегающей территории.

Анализ данных, представленных на рисунке 3, раскрывает важные аспекты общественной оценки необходимости въездных групп в городской среде. Результаты исследования демонстрируют практически единодушное мнение респондентов по данному вопросу: 93,3% опрошенных убеждены в обязательности наличия въездных знаков во всех муниципальных образованиях. Этот показатель свидетельствует о глубоком укоренении представления о въездных группах как неотъемлемом элементе территориальной идентификации в массовом сознании.

Стоит обратить внимание, что 14,7% респондентов не считают въездную группу в своем городе или поселении «лицом

города», тогда как большинство (81,3%) опрошенных соотносят въездной знак с «визитной карточкой» муниципального образования (рис. 4).

Особого внимания заслуживает вопрос о желании изменить существующие въездные группы: 65,3% хотели бы изменить внешний вид въездной группы в своём городе или

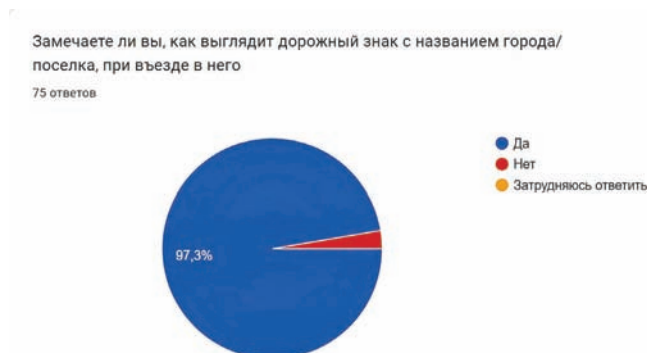


Рис. 1⁵. Восприятие внешнего вида въездной группы

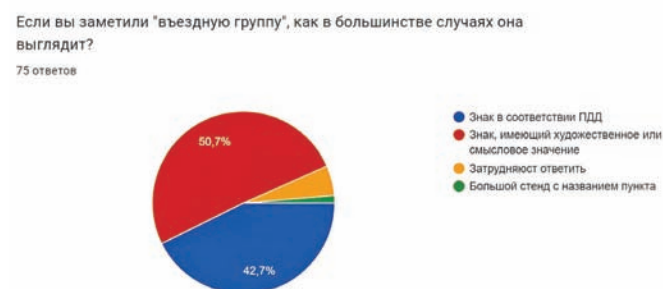


Рис. 2. Образ въездного знака

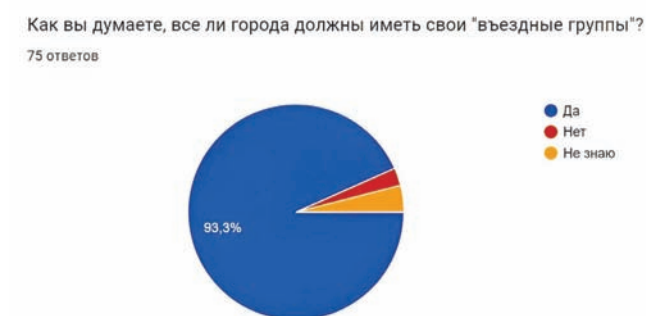


Рис. 3. Отношение к необходимости наличия въездных групп

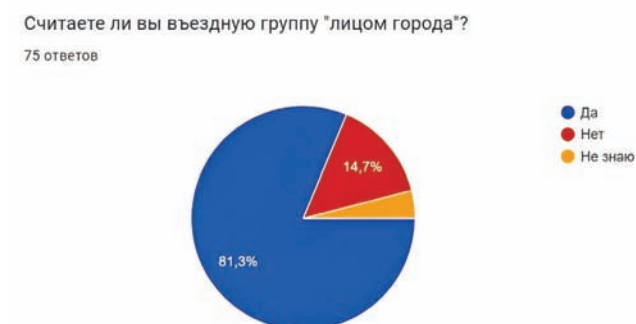


Рис. 4. Отождествление с «лицом города»

⁵ Все схемы, диаграммы и фотографии, кроме особо оговорённых, выполнены авторами статьи.

Хотели бы Вы изменить внешний вид въездной группы в своем городе/поселке?

75 ответов

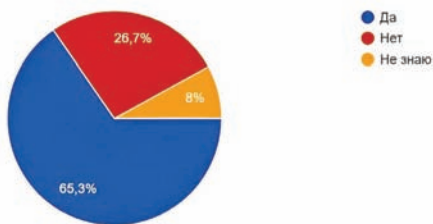


Рис. 5. Желание изменить внешний вид въездной группы



Рис. 6. Въездная группа Иранского сельского поселения Республики Северная Осетия – Алания



Рис. 7. Въездная стела при въезде в город Самару, оснащённая подсветкой (источник: <https://gorodnsk63.ru/5131>)



Рис. 8. Въездная группа в город Тула Тульской области (источник: <https://clck.ru/3TshLi>)

посёлке, тогда как 26,7% респондентов удовлетворены состоянием имеющегося въездного знака, а 8% затруднились ответить (рис. 5). Таким образом, столь высокий процент неудовлетворённости указывает на наличие устойчивого общественного запроса на модернизацию въездных групп.

Экспертная оценка архитектурно-градостроительных требований

Экспертные интервью позволили сформулировать профессиональные требования к проектированию въездных групп и локаций, а также выявить лучшие решения, заслуживающие распространения.

О функциях въездной группы. Все эксперты единодушно отметили, что въездная группа должна выполнять не только информационную, но и репрезентативную функцию. Как отметил глава Администрации Иранского сельского поселения В. Плиев: «Въездная группа – это символ поселения... От того, насколько правильно и красиво оформлена группа, создаётся первое впечатление о территории» (рис. 6).

О требованиях к видимости. Эксперт из Минстроя России подчеркнул важность подсветки: «Большинство профессиональных водителей или туристов могут ехать в тёмное время суток. Все въездные группы должны иметь подсветку». Это требование подтверждается анализом успешных примеров – въездная стела в Самаре, оснащенная 70-ью прожекторами, обеспечивает высокую видимость в любое время суток (рис. 7).

Об отражении локальной идентичности. Председатель комиссии Московской городской Думы по государственному строительству и местному самоуправлению А.М. Козлов отметил: «Въездная группа должна давать чёткое понимание, как называется населённый пункт... И должна быть какая-то местная эмблема или герб, или символ, который даёт понимание, почему так назван город или село». Примером реализации этого принципа служит въездная группа города Тулы, отражающая ключевые элементы региональной идентичности (рис. 8).

О ландшафтной интеграции. Эксперты подчеркнули, что въездная группа не может существовать изолированно – необходимо благоустройство прилегающей территории. Примером служит въездная группа города Казани, где стела интегрирована в ландшафтную композицию с озеленением и подсветкой, а прилегающая территория благоустроена с учётом возможности остановки (рис. 9).

О содержании объектов. Эксперт из Минстроя России акцентировал внимание на информационной составляющей: въездная группа должна отражать особенности и характеристику территории. Примером служит въездная группа города Новомосковска, где на стеле размещены герб города, дата основания, а также информация о статусе города – «город у истока реки Дон», «город Трудовой славы и Воинской доблести», «город химиков» (рис. 10).

Архитектурные критерии эффективности въездных групп и механизмы трансляции идентичности

Сопоставление всех полученных данных – натурных обследований, анкетного опроса и экспертных интервью – позволяет сформулировать архитектурные критерии эффективности въездных групп и локаций. При этом эти критерии носят комплексный характер и охватывают как чисто утилитарные параметры, так и эстетико-символические измерения.

В отношении видимости и читаемости критически важными параметрами являются расстояние видимости (не менее 200–400 м в зависимости от скоростного режима), контрастность букв и фона (рекомендуемый коэффициент контраста не менее 70%), а также высота букв, рассчитываемая по формуле: $высота = (расстояние \times \text{угол зрения}) / 1000$ (при угле зрения 1° высота букв на расстоянии 100 м должна составлять не менее 1,7 м).

Что касается архитектурной выразительности, то успешные объекты отличаются индивидуальным композиционным решением, отражающим локальную идентичность, использованием качественных материалов, сочетающих эстетику и долговечность, а также продуманным масштабом, соразмерным окружающей застройке и ландшафту. Понятие «архитектурная выразительность» раскрывается через следующие композиционные приёмы: создание вертикальной доминанты, контраст с окружающей застройкой, силуэтность, узнаваемость, цветоцветовое решение, масштабную соразмерность человеку и автомобилю. При этом, как показал анализ художественного образа, эффективность трансляции идентичности зависит не от количества использованных символов, а от адекватности и глубины художественного обобщения. Наиболее успешные образцы (Тула, Казань, Иран) демонстрируют три различные, но равноценные стратегии: иконическое цитирование, абстрактно-геометрическое переосмысление и орнаментальную стилизацию.

Для оценки роли въездных групп в формировании территориальной идентичности выделены следующие критерии:

- символическая функция (наличие герба, исторических отсылок, эмблематики);
- художественная выразительность (оригинальность композиции, качество материала, масштаб);
- читаемость с трассы (контрастность, высота букв, подсветка);
- ассоциативность (связь с местными достопримечательностями, промыслами, природными особенностями).

Указанные критерии вытекают из экспертных интервью и анализа ответов респондентов, что подтверждает их практическую значимость.

В области ландшафтной интеграции эффективная въездная локация предполагает благоустройство прилегающей территории (озеленение, мощение), наличие площадки для остановки с безопасным заездом и выездом, зоны для кратковременного отдыха (скамьи, информационные стенды), а также продуманную подсветку, обеспечивающую видимость

в тёмное время суток и акцентирующую архитектурные достоинства объекта.

Наконец, в части долговечности и эксплуатационной надёжности материалы должны быть устойчивы к климатическим воздействиям, конструкция – ремонтпригодна, элементы подсветки – доступны для замены.

Таким образом, въездная группа становится фактором формирования территориальной идентичности не через внешние атрибуты брендинга, а через свою архитектурную природу – композицию, масштаб, материал, пластику, цвет и свет, которые в совокупности создают запоминающийся



Рис. 9. Въездная группа города Казани. Коллаж авторов с использованием материалов сайта «Неон-Арт» (источник: <https://clck.ru/3TshTJ>)



Рис. 10. Въездная стена в город Новомосковск Тульской области (источник: https://vk.com/wall250238601_4542)

художественный образ, ассоциирующийся с конкретным местом.

Рекомендации по проектированию въездных групп и въездных локаций

На основе проведенного исследования сформулированы следующие рекомендации, адресованные органам местного самоуправления, архитекторам и проектировщикам.

В части архитектурно-композиционных решений при проектировании въездной группы следует исходить из индивидуальных характеристик территории: историко-культурного контекста, природно-ландшафтных особенностей, масштаба застройки. Композиционное решение должно обеспечивать высокую узнаваемость объекта, при этом избегать излишней декоративности, снижающей читаемость названия. При разработке художественного образа необходимо выбрать адекватную стратегию обобщения: от прямого иконического цитирования (для территорий с богатым историко-культурным наследием) до абстрактной геометрии (для современных городских пространств). Рекомендуется использовать комбинацию материалов: долговечный камень или бетон для основания, металл для букв и декоративных элементов.

Что касается параметров видимости и читаемости, дистанция видимости въездной группы с трассы должна составлять не менее 200 м при скорости движения 60 км/ч и не менее 400 м при скорости 90 км/ч. Высота букв названия должна быть пропорциональна расстоянию видимости: для трасс с интенсивным движением минимальная высота – 1,5 м, оптимальная – 2-3 м. Также необходимо обеспечение контрастности (светлые буквы на темном фоне или темные на светлом) с использованием материалов с матовой поверхностью, исключающих блики.

При организации въездной локации следует предусматривать площадку для остановки (карман) размером не менее 3,5×15 м с удобным заездом и выездом без пересечения с потоком транзитного транспорта. Благоустройство прилегающей территории необходимо включать в проект: озеленение (газоны, цветники, древесно-кустарниковые группы), мощёные зоны для кратковременного пребывания, скамьи, урны, информационный стенд. При наличии историко-культурного контекста стоит предусматривать элементы, раскрывающие информацию о населённом пункте (историческая справка, схема местности, QR-код с цифровым гидом).

В области освещения все въездные группы вдоль трасс с регулярным движением в тёмное время суток должны иметь подсветку. Тип подсветки (встроенная или внешняя) выбирается исходя из архитектурного решения: встроенная подсветка предпочтительна для букв и контурных элементов, внешняя – для стел со сложной пластикой. Мощность и направление света должны обеспечивать равномерную освещённость объекта без ослепления водителей.

Инициативное бюджетирование как инструмент софинансирования

В контексте устойчивого развития муниципальных образований определённый интерес представляет механизм инициативного бюджетирования, позволяющий вовлекать

Таблица 1. Социально-экономические показатели проектов установки въездных стел, представленных на Всероссийский конкурс проектов инициативного бюджетирования⁶

№ пп	Адрес	Количество участников инициативной группы, чел.	Количество участников со-брания, чел.	Количество благополучателей, чел.	Стоимость проекта, руб.	Средства граждан и юр. лиц, %
1	Алтайский край, Краснощёковский р-н, село Акимовка	17	134	28168	2490147	8,63
2	Республика Саха (Якутия), Намский улус, село Крест-Кытыл	8	805	1 896	2499584	4,98
3	Пермский край, Октябрьский р-н, деревня Большой Сарс	10	34	24740	1098341	6,00
4	Республика Саха (Якутия), Сунтарский улус, село Куокуну	10	83	725	1770000	15,25
5	Ямало-Ненецкий автономный ок-руг, Приураль-ский рай-он, пос. Аксарка	5	135	5024	4700000	0,73
6	Республика Саха (Якутия), муниципальный район Верхневилюйский улус, село Верхневилюйск	8	83	800	1820000	5,22
7	Республика Саха (Якутия), муниципальный район Горный улус, село Орто-Сурт, улица Илин-Толоон, 13/2	5	61	589	1700000	11,76
8	Ханты-Мансийский автономный округ, Нижневар-товский район, село Ларьяк	350	26	600	838780	0,00
9	Ханты-Мансийский автономный округ, Советский район, поселок Алябьевский, улица Ленина	5	7	2189	455280	10,00
	В СРЕДНЕМ	46	152	7192	1930236,89	6,95

⁶ Таблица составлена по данным Центра инициативного бюджетирования НИФИ Минфина России.

жителей в обсуждение проектов благоустройства и в софинансирование, включая создание въездных групп. В рамках настоящего исследования данный аспект рассматривается как дополнительный, не претендующий на исчерпывающий анализ, но демонстрирующий один из возможных каналов реализации общественного запроса на модернизацию въездных групп.

Как показал опрос, 65,3% респондентов хотели бы изменить внешний вид въездных групп, что формирует запрос на конкретные механизмы реализации таких изменений. Инициативное бюджетирование может стать одним из таких механизмов [9].

Отдельные примеры успешной реализации въездных групп в рамках инициативного бюджетирования (например, в посёлке Аксарке Ямало-Ненецкого автономного округа или в селе Иране Республики Северная Осетия – Алания) показывают, что вовлечение жителей в процесс выбора дизайна и софинансирования способствует повышению узнаваемости объекта и ответственности за его сохранность. Однако детальный анализ эффективности инициативного бюджетирования применительно к въездным группам требует отдельного исследования и выходит за рамки настоящей статьи. Соответствующие социально-экономические показатели проектов, реализованных в рамках Всероссийского конкурса инициативного бюджетирования, приведены в таблице 1.

Заключение

Проведённое исследование позволило всесторонне изучить влияние въездных групп на восприятие территорий гражданами, выявить их роль в формировании территориальной идентичности и определить ключевые аспекты, влияющие на удовлетворённость населения данными архитектурными элементами. Результаты работы подтвердили, что въездные группы являются не просто функциональными объектами дорожной инфраструктуры, но и значимыми социальными конструктами, участвующими в создании «чувства места» и визуального образа муниципальных образований.

Ключевым результатом исследования стало выявление механизмов трансляции территориальной идентичности через въездную группу. Как показал анализ художественного образа, этот механизм связан не с прямым информированием или маркетинговыми стратегиями, а с архитектурно-художественными средствами – композицией, масштабом, материалом, пластикой, цветом и светом. Наиболее успешные объекты (Тула, Казань, Иран) демонстрируют три различные стратегии обобщения: иконическое цитирование, абстрактную геометрию и орнаментальную стилизацию.

Среди ключевых проблем, отмеченных участниками исследования, выделяются неинтересный дизайн, безликая надпись и плохая видимость со стороны дороги; в значительной части муниципальных образований респонденты отмечают также ландшафтную необустроенность въездных зон. Эти недостатки подчёркивают необходимость пересмотра подходов к проектированию и размещению въездных групп,

формированию требований к ландшафтной ревитализации территорий въездных локаций.

Исследование также показало, что инициативное бюджетирование может рассматриваться как один из инструментов реализации общественного запроса на модернизацию въездных групп.

Проведённое исследование вносит значительный вклад в понимание роли въездных групп в современной урбанистике и архитектуре. Его результаты могут быть использованы органами местного самоуправления, архитекторами и дизайнерами для создания объектов, отвечающих как утилитарным, так и эмоциональным запросам населения.

В итоге проведённой работы разработана типология въездных групп по композиционному решению, масштабу, материалам и способам подсветки, позволяющая систематизировать существующее многообразие объектов и обосновывать выбор проектных решений. Выявлены и проанализированы три стратегии формирования художественного образа въездной группы: иконическое цитирование (Тула), абстрактно-геометрическое переосмысление (Казань) и орнаментальная стилизация (Иранское с. п.), что позволяет рассматривать въездную группу как полноценное произведение архитектуры малых форм, а не только как знак. На основе натурных обследований установлены параметры видимости и читаемости въездных групп, которые должны учитываться при проектировании: дистанция видимости (200–400 м), высота букв (1,5–3 м), контрастность (не менее 70%). Выявлено, что въездная локация должна проектироваться как целостное архитектурно-ландшафтное образование, включающее зону видимости, зону подъезда и зону благоустройства. Экспертная оценка и данные анкетного опроса подтвердили, что въездная группа воспринимается населением не как утилитарный объект, а как «лицо города» и носитель территориальной идентичности.

Список источников

1. *Есаулов, Г.В.* От экологии культуры к идентичности месту и времени / Г.В. Есаулов // *Academia. Архитектура и строительство*. 2025. № 4. С. 15–23.

Esaulov G.V. From the Ecology of Culture to the Identity of Place and Time. In: *Academia. Architecture and Construction*, 2025, no. 4, pp. 15–23. (In Russ., abstr. in Engl.)

2. *Лукаш, А.А.* Стилистические концепции въездных знаков как первых элементов формирования туристического образа города / А.А. Лукаш // *Город, пригодный для жизни: материалы V Международной научно-практической конференции*. Красноярск, 10–11 ноября 2022 г. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2023. 668 с. С. 634–639. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=53753934&pff=1> (дата обращения 18.03.2026).

Lukash A.A Stylistic Concepts of Entrance Signs as the First Elements Creating the Tourist Imagery of the city. In: *City Suitable for Life, Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference*, Krasnoyarsk, November 10–11.

Krasnoyarsk, Siberian Federal University Publ., 2023, 668 p., pp. 634–639. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=53753934&pff=1> (Accessed 03/18/2026). (In Russ., abstr. in Engl.)

3. Шутка, А.В. Градостроительная концепция формирования архитектурно-пространственного решения въездного знака в малый город / А.В. Шутка, Е.И. Гурьева // Строительство и реконструкция. 2021. № 6 (98). С. 73–81.

Shutka A.V., An Urban Planning Concept for the Formation of an Architectural and Spatial Solution for an Entrance Sign in a Small Town. In: *Construction and Reconstruction*, 2021, no. 6 (98), pp. 73–81. (In Russ., abstr. in Engl.)

4. Девятов, М.М. Формирование архитектурных доминантных акцентов визуально-ориентирующего и патриотического характера в обустройстве автомобильных дорог / М.М. Девятов, П.П. Олейников // Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Строительство и архитектура. 2020. № 2 (79). С. 32–46.

Devyatov M.M., Oleynikov P.P. Formation of Architectural Dominant Accents of Visual Orientation and Patriotic Nature in the Arrangement of Highways. In: *Bulletin of Volgograd State University of Architecture and Civil Engineering. Series: Construction and Architecture*, 2020, no. 2 (79), pp. 32–46. (In Russ., abstr. in Engl.)

5. Моисеева, С.Б. Сохранение и перспективы использования памятников культурно-исторического наследия в условиях села / С.Б. Моисеева // Academia. Архитектура и строительство. 2016. № 3. С. 46–52.

Moiseeva S.B. Preservation and Prospects for the Use of Cultural and Historical Heritage Sites in Rural Conditions. In: *Academia. Architecture and Construction*, 2016, no. 3, pp. 46–52. (In Russ., abstr. in Engl.)

6. Линч, К. Образ города / К. Линч ; пер. с англ. В.Л. Глазычева; ред. А.В. Иконников. М. : Стройиздат, 1982. 328 с.

Lynch K. *The Image of the City*. Moscow, Stroizdat Publ., 1982, 328 p. (In Russ.)

7. Эббингауз, Г. Основы психологии / Г. Эббингауз, проф. Берл. ун-та; Пер. с 2 нем. изд. Г.А. Котляра, Под ред. проф. В.С. Серебrenикова и Э.Л. Радлова. – Санкт-Петербург : тип. т-ва «Обществ. Польза», 1912. – [6], 392, 268 с. ил.; 25.

8. Митягин, С.Д. Синергия методических подходов в градостроительстве / Митягин С.Д. // Academia. Архитектура и строительство. 2025. № 4. С. 76–80.

Mityagin S.D. Synergy of Methodological Approaches in Urban Planning. In: *Academia. Architecture and Construction*, 2025, no. 4, pp. 76–80. (In Russ., abstr. in Engl.)

9. Вагин, В.В. Влияние гражданской партисипации на эффективность бюджетных расходов / В.В. Вагин, И.В. Петрова. DOI: 10.31107/2075-1990-2020-6-26-38// Финансовый журнал. 2020. № 6. С. 26–38.

Vagin V.V., Petrova I.V. The Influence of Citizen Participation on the Efficiency of Budget Expenditures. In: *Financial Journal*, 2020, no. 6, pp. 26–38. DOI: 10.31107/2075-1990-2020-6-26-38. (In Russ., abstr. in Engl.)