



Тенденции переосмыслиения рыночной площади в исторической структуре городов

М. В. Барабаш, А. Г. Адигеев

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

Аннотация: В статье рассматривается ретроспектива возникновения рынка как архаичного элемента, его расположение в городской среде и ценность в современных условиях. Отображено взаимодействие рыночной площади и церкви. Рассмотрены отличия между торгово-развлекательным центром и традиционным рынком, его преимущества и особенности. В центре внимания находятся рынки, как коммуникативные площадки со своим колоритом и самобытностью, их влияние на идентичность городской среды. Исследование акцентируется на архитектурно-пространственной среде рыночной площади в контексте градостроительного каркаса.

Ключевые слова: рынок, рыночная площадь, торговое пространство, торгово-развлекательный центр, современное торговое пространство, торговые ряды, торговая площадь, торговый центр, архитектурный ансамбль.

В возникновении и формировании городов традиционно рыночная площадь играла одну из главных градообразующих ролей. С местоположением рынка устойчиво ассоциировалось местоположение главной городской площади в историческом центре города. Сегодня в России прослеживается тенденция к сокращению количества рынков. Подобная закономерность – это следствие неопределенности и неустойчивости на всех уровнях, от локального до глобального. Повышение уровня обеспеченности и удовлетворенности своим социальным статусом, распространение транснациональных брендов, возникновение новых торговых форматов, также повлияло на развитие культуры потребления. Однако, влияние постиндустриального и информационного общества негативно отразилось на рынках, в их традиционном понимании, а именно: изменение потребительских предпочтений; конкуренция с моллами и торговыми центрами; влияние электронной коммерции; изменение образа жизни. При такой смене парадигм рынку необходимо адаптироваться к изменяющимся интересам и предпочтениям потребителей.



В прошлые века рыночные площади являлись экономическими центрами российских городов. Соборная и торговая площади располагались в непосредственной близости друг от друга и являлись исходной точкой формирования городской застройки. Среди планировочных особенностей таких городов, как Санкт-Петербург, Пермь, Выборг, Ростов-на-Дону, можно выявить, что функциональной доминантой на площади были торговые ряды, формирующие среду рыночной площади. Тесное соседство торговых рядов с городским храмом часто формировало композиционную основу ансамбля площадей, например, «Сенной рынок» в Санкт-Петербурге, «Нижний рынок» в Перми, «Центральный рынок» в Выборге, «Центральный рынок» в Ростове-на-Дону [1]. В XII и XIII вв. устанавливается тенденция располагать соборную и торговую площади в композиционном центре архитектурно-планировочной организации города. Эта необходимость была принята для удобного обслуживания горожан. И здесь можно выделить три различных взаимодействия рыночной площади и церкви: обособленное расположение торговой и соборной площадей, смежное расположение торговой и соборной площадей с небольшим пространственным барьером, и, в итоге, смыкание рыночной и соборной площадей в единый архитектурно-градостроительный комплекс [2, 3]. Таким образом, можно проследить, что традиционный городской рынок — это отдельная структура, встроенная в сложную систему разнообразных процессов города, таких как — пересечение важных транзитных узлов и расположение храмового ансамбля торговых площадей, оказывающих влияние на материальные, социальные и духовные потребности горожан.

Потенциальная привлекательность рыночных пространств в перспективе развития города вызывает сомнения и служит предметом профессиональных дискуссий, так как сегодня зачастую исторические рыночные объекты приходят в упадок, а территория дегуманизируется.



Многие социокультурные мероприятия в современном мире потребления изменились. Горожанин сегодня может обратиться к новым форматам торговых организаций, таких, как: «универсам», «маркет», «гипермаркет», «интернет-магазин», «торговля по телевидению», затрачивая наименьшее количество ресурсов. Эти виды торговли отодвинули на второй план значение «традиционной торговли». Развитие в постсоветской России рыночной экономики привело к увеличению потребительской активности в обществе, начался процесс «цивилизованной торговли», в пользу «современных форматов». В начале 2000-х на смену многообразия торговых форматов пришли первые торгово-развлекательные центры (ТРЦ). Рынки расценивались, как криминальные, киоски – как неухоженные и опасные, в то время как ТРЦ завлекали своим внешним видом, демонстрируя комфорт, безопасность, и отвечали потребностям [4, 5].

Многие ТРЦ стали выражением попытки создать общественное пространство, которое бы служило площадкой для социальных отношений [6]. Однако это повлияло на возникновение контролируемой среды с чувством предсказуемости и установленными правилами поведения. В информационную эпоху общество все меньше взаимодействует друг с другом и все больше «наблюдает» [7, 8]. В результате глобализации и изменений в социальном укладе, происходят трансформация личностных ориентиров, компьютеризация, медиатизация – все это ведёт к обновлению социального пространства. Исследователь в области психологии и философии Евгения Рогова в своей статье поднимает вопрос духовных потребностей, которые уходят на второй план [7].

В контексте изложенного можно рассмотреть рыночную площадь еще и как уникальную коммуникативную площадку со своей самобытностью и колоритом, присущими каждому региону, в отличие от ТРЦ, которые по своему образу зачастую идентичны от региона к региону. Безликость и



стандартизированность современных торговых центров лишает человека ощущения причастности к определенной культуре. Однако, задача любой культуры - сохранять свою неповторимость и уникальность. Рынки создают определенную вербальную среду, делая пространство более доступным на уровне визуальной организации [9, 10].

Сегодня посещение ТРЦ воспринимается обществом, как новый вид досуга и несет в себе гедоническую функцию. ТРЦ, моллы, торговые комплексы теперь являются местом социализации [11, 12]. В их составе, помимо торговых - культурно-образовательные, медицинские, оздоровительные и социальные функции. С увеличением количества этажей в зданиях с торговой функцией, посетителей на верхних этажах становится все меньше, как показывает опыт эксплуатации. Скопление людских потоков на первых уровнях зданий, улицах и городских площадях – это большое преимущество для рынков, интегрированных в виде комплекса рыночной площади в структуру исторического каркаса большинства городов.

Комбинация закрытых и открытых пространств, присущая архитектурной среде рыночных площадей, обладает большим социально-культурным потенциалом для включения в состав рынка различных новых функциональных зон, развивающих торгово-развлекательную инфраструктуру города. Размывание границ между торговой и городской средой вместе с неограниченной многофункциональностью рыночных площадей позволяет посетителям рынка легко переключаться с одной сферы на другую, в отличие от ТРЦ, который жестко ограничен участком и имеет заданное местоположение.

Необходимость переосмысления роли рыночной площади в исторической структуре города является одним из важных направлений в развитии экономического и туристического потенциалов городов России. Этому способствуют методы объёмно-планировочной и функциональной



адаптации под современный формат с более развитой функциональной наполненностью в существующих границах рыночной площади и с сохранением идентичности места. Идентичность городской среды – это важная составляющая современного общества. Рыночная площадь обладает потенциальными возможностями, включающими в себя не только ценные пространственные ресурсы, но и культурно-исторические, социальные аспекты, комплексный подход к которым будет способствовать развитию города и региона, а также станет важным элементом визуального и культурного пейзажа, отражением его индивидуальности и особенностей.

Литература

1. Мжельский В. М. Торговая площадь - градообразующий элемент русского провинциального города // Культурное наследие Сибири. 2020. Т. 6, № 24. С. 113-114.
2. Бунин А.В., Саваренская Т.Ф. История градостроительного искусства. Градостроительство рабовладельческого строя и феодализма. 2-е изд. М: Стройиздат, 1979. 496 с.
3. Кубецкая Л.И.. Кудрявцева Н.О. Особенности расположения храмовых ансамблей в формировании градостроительной структуры малого русского города // Наука, образование и экспериментальное проектирование. М: Труды МАРХИ, 2021. С. 304.
4. Бреусова Е.А. Современные задачи государственного регулирования рынка услуг // Инженерный вестник Дона. 2011. №3. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n3y2011/491
5. Как постсоветскую Россию накрыло уличной торговлей // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» URL: hist.hse.ru/news/343944222.html (дата обращения: 25.09.2025).



-
6. Alireza Rahimi, Farhad Khazaei. Design of shopping centers: the position of social interactions // Journal of History Culture and Art Research. 2018. №7(2). pp. 245-247.
7. Рогова Е.Е. Нарастание одиночества в результате разрушения традиционных социальных форматов в условиях глобализации // Историческая и социально-образовательная мысль. 2010. №4. С. 8-10.
8. Желнина Анна «Здесь как музей»: торговый центр как общественное пространство // Laboratorium: Журнал социальных исследований. 2011. № 2: 48–69. С. 61.
9. Новиков А.М. Постиндустриальное общество // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2009. №3. С. 16-18.
10. Yantsen I.D. The concept of “one-dimensional man” by Herbert Marcuse // International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2010. No. 4-1 (43). pp. 119-120.
11. Фуникова С.В. Языковая игра как актуальная тенденция в городской коммуникации (на материалах г. Белгорода) // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2016. №3. С. 35, 37-38.
12. Елисеева Т.П. Сущенко Д.И. Формирование и развитие инфраструктуры системы поддержки развития малого и среднего бизнеса в сфере услуг // Инженерный вестник Дона. 2012. №4(1). URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n4p1y2012/1142.

References

1. Mzhel'skij V. M. torgovaya ploshchad' - gradoobrazuyushchij element russkogo provincial'nogo goroda Kul'turnoe nasledie Sibiri. 2020. Т. 6, № 24. pp. 113-114.
 2. Bunin A.V., Savarenskaya T.F. History of Urban art. Urban planning of the slave-owning system and feudalism. [History of urban planning art. Urban
-



planning of the slave system and feudalism.] 2nd ed. Moskva: Stroyizdat, 1979. 496 p.

3. Kubeckaya L.I. Kudryavceva N.O. Osobennosti raspolozheniya hramovyh ansamblej v formirovaniii gradostroitel'noj struktury malogo russkogo goroda [Features of the location of temple ensembles in the formation of the urban planning structure of a small Russian city]. Nauka obrazovanie i eksperimental'noe proektirovanie. M: Trudy MARHI, 2021. p. 304.

4. Breusova E.A. Inzhenernyj vestnik Dona. 2011. №3. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n3y2011/491

5. Kak postsovetskuyu Rossiyu nakrylo ulichnoj torgovlej [How post-Soviet Russia was covered by street trade]. Nacional'nyj issledovatel'skij universitet «Vysshaya shkola ekonomiki». URL: hist.hse.ru/news/343944222.html (data obrashcheniya: 25.09.2025).

6. Alireza Rahimi, Farhad Khazai. Journal of History Culture and Art Research. 2018. No. 7(2). pp. 245-247.

7. Rogova E.E. Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl'. 2010. №4. pp. 8-10.

8. ZHelnina Anna. Laboratorium: ZHurnal social'nyh issledovanij. 2011. №2: 48–69. p. 61.

9. Novikov A.M. Municipal'noe obrazovanie: innovacii i eksperiment. 2009. №3. pp. 16-18.

10. Yantsen I.D. International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2010. No. 4-1 (43). pp. 119-120.

11. Funikova S.V. Nauchnyj rezul'tat. Voprosy teoreticheskoy i prikladnoj lingvistiki. 2016. №3. pp. 35, 37-38

12. Eliseeva T.P. Sushchenko D.I. Inzhenernyj vestnik Dona. 2012. №4 (1). URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n4p1y2012/1142.

Дата поступления: 15.12.2025

Дата публикации: 24.01.2026