

УДК 711.45

Е.Л.ДАНИЛЕНКО

Проектное бюро "Полигон", г.Харьков

М.В.ГУБИНА, канд. архит.

Харьковская государственная академия городского хозяйства

ОБЩЕСТВЕННО-ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ В ЖИЛОЙ СРЕДЕ

Раскрывается роль общественно-торговых центров в процессе создания полноценной среды обитания в жилых районах с массовой многоэтажной застройкой.

Общественно-торговые центры (ОТЦ) как тип сооружений заняли прочное место в современной городской структуре стран Запада. Эти центры характеризует прежде всего многофункциональность: компактное размещение многочисленных объектов торгового, культурного, развлекательного, делового назначения, объединенных в рамках единого комплексного решения, максимально удобного для потребителя.

Объемно-пространственное решение центров определяет градостроительная ситуация: они могут представлять собой сложные многоуровневые сооружения (с внутренними связями, атриумами, пассажами и т.д.), находясь в городском центре, или уплощенные, значительные по территории комплексы, расположенные на огромных пространствах малоэтажной субурбии.

Образы зданий ОТЦ – это и стилизации под времена Дикого Запада, и игра в красочные кубики постмодернизма, и респектабельная дорогостоящая архаика, и нарочито современные полукосмические формы хай-тека. Часто встречаются внешне нейтральные сооружения, у которых все внимание обращено вовнутрь. Созданию индивидуального, запоминающегося интерьера уделяется особое внимание.

Изучение опыта формирования центров [1,2,3,4] позволяет выявить эволюционный характер их развития под влиянием совершенствования торговых процессов, массового производства товаров, коммуникативных связей жителей городов (обусловленных мобильностью населения и экспансией транспортных средств), изменения структуры массового потребления. Появление в городах мира первых центров – следствие интеграционных процессов предоставления услуг для крупных жилых образований: микрорайонов и жилых районов, которые существенно отличались от старых и уютных магазинов "там на углу", торговавших "бакалеей" и "гастрономией" в старых городах. И если, говоря о торговых центрах, мы вспоминаем геометрически построенные кубики на фоне уходящих до горизонта многоэтажек "спальных" районов с их гигантским масштабом, то образ места, улицы закрепляется в ассоциациях и метафорах, присущих органике камерного про-

странства. Тем не менее, наличие альтернативы в виде технологичности и четкости процесса торговли в супермаркетах, более напоминающих выставку-склад широчайшего ассортимента товаров или торговой улицы, решается в пользу красочной мистерии улиц центра лишь в тех случаях, когда покупатели располагают свободным временем.

Города Украины на 30-40% застроены массовыми многоэтажными жилыми зданиями, являющимися продуктом градостроительной политики тотальной индустриализации. Из-за отставания строительства так называемых объектов "культбыта", к которым относились и торговельные и общественные функции, в новых жилых массивах появились редкие отдельно стоящие "универсамы", олицетворявшие собой весь "универсам обслуживания". Однако в силу территориальной оторванности от насыщенной городской среды с ее эмоциональностью и гуманностью, узкой типологии архитектурного облика такие здания больше напоминали крупные предприятия, а значительная плотность населения окружающей застройки приводила к угнетающим очередям в часы "пик" и, тем самым, не отвечала тезису "центральности".

На сегодняшнем этапе развития социально-экономических отношений происходит строительство большого количества монофункциональных разбросанных объектов торговли, кафе, закусочных, которые не всегда отвечают архитектурно-эстетическим требованиям. Их функциональное и планировочное решение не соответствует новым условиям, эти объекты вступают в диссонанс с соседними зданиями и часто являются градостроительным "мусором". Кроме того, они никак не удовлетворяют потребности населения крупных жилых районов периферии не только в центрах обслуживания, но и в полноценной интегрированной городской среде, где комфортность пребывания дополняется возможностями посещения выставки, кинотеатра или дискотеки, занятий спортом, приобретения покупок и отдыха в кафе.

Очевидно, что сублимация жизненных процессов населения произошла и идея общения жителей на основе "соседства" в микрорайоне не реализовалась, однако это может быть достигнуто в локальных, упорядоченных, концентрированных пространствах центров на новом качественном и эстетическом уровне.

1. Д. Гостлинг, Б. Мэйтленд. Проектирование торговых комплексов. – М.: Стройиздат, 1979.

2. Губина М.В. Формирование общественно-торговых центров в зонах влияния станций метрополитена. – Автореф. дисс. канд. архит. – Л.: ЛИСИ, 1991.

3. Р. Саксон. Атриумные здания. – М.: Стройиздат, 1987.

4. Э. Цайдлер. Многофункциональная архитектура. – М.: Стройиздат, 1988.

Получено 21.08.2000