

В.П.МИРОНЕНКО, д-р архіт.

Харківський державний технічний університет будівництва та архітектури

О.І.СОШИНСЬКИЙ

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ДИЗАЙНЕРСЬКІ ЗАСОБИ ФОРМОУТВОРЕННЯ СУЧАСНИХ ТИПІВ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ У КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МЕГАПОЛІСІВ (на прикладі м.Харкова)

Аналізуються архітектурно-дизайнерські принципи формоутворення сучасних типів підприємств оптово-роздрібною торгівлі як одних з впливових факторів забезпечення оптимальних або дискомфортних умов міського середовища мегаполісу (на прикладі м.Харкова).

Економічні і соціальні зміни, що відбулися в Україні за 15 років незалежності держави, торкнулися всіх сфер життєдіяльності людини і суспільства, в тому числі галузі торгівлі. Інноваційні ринкові відношення призвели до необхідності створення нових (за архітектурною формою і дизайном) типів торговельних будинків.

Найбільш актуальною постає проблема якості і комфортності середовища, архітектурної організації цих підприємств оптово-роздрібною торгівлі, їх дизайнерського образу у контексті міської забудови.

Питаннями побудови мережі закладів торгівлі, архітектурно-планувальних та інженерно-технічних рішень окремих типів торговельних будівель присвячені роботи українських дослідників та вчених-архітекторів з держав СНД: В.А.Абизова, М.М.Акуленка, К.М.Амбарцумяна, І.П.Васильєвої, В.В.Вербицького, Н.С.Богданова, О.А.Гайдучені, Ю.І.Гарамова, Ю.П.Демчинського, В.І.Єжова, С.Б.Зиміної, В.Л.Калуги, Г.В.Кузьміної, В.В.Куцевича, І.Й.Лошакова, Г.Макаровича, Ю.М.Оніщенко, М.А.Орлова, В.І.Сихарулідзе, О.С.Слепцова, А.Г.Токмаджяна, В.П.Треньова, А.Й.Урбаха, І.Р.Федосєєва, К.Хеллікар, Г.І.Шемсадінова, Л.М.Шмельової. Окремі питання організації мережі, типології закладів торгівлі викладені в роботах іноземних спеціалістів (Н.Беддінгтон, Д.Гослінг, Б.Мейтленд, Х.С.Пік та Е.Ф.Пік) [1]. Праці перелічених вчених створили теоретичну базу для подальших наукових досліджень щодо формування об'єктів торгівлі, які у сьогоденні постійно змінюються, утворюючи великі інфраструктури у системі міст. Питання, пов'язані з дизайнерськими рішеннями, будівництвом і експлуатацією сучасних оптово-роздрібних ринків та супермаркетів, у науковій архітектурознавчій або мистецтвознавчій літературі несистематизовані, окремі публікації у періодичних журналах мають суто популістський характер.

Напрямок даного дослідження є частиною науково-дослідницької держбюджетної роботи кафедри дизайну архітектурного середовища ХДТУБА за темою «Сучасні проблеми розвитку міст регіону» (РК №0102U001073). Робота виконувалась в рамках загальної теми ХДАДМ «Дослідження інформаційних складових, обґрунтування і розробка інформаційного забезпечення навчального процесу за фахом «Дизайн» (0100V000341).

Мета нашого дослідження – розкриття принципів дизайнерського підходу до формоутворення архітектурного середовища підприємств оптово-роздрібною торгівлі у контексті проблеми сталого розвитку міст і створення оптимальних умов життєдіяльності.

У дослідницькій роботі використані наступні базові матеріали:

- концепція розвитку м.Харкова і його оточення, розроблена інститутом «Харківпроект» разом з міським Управлінням архітектури за завданням і замовленням Держкомітету України з містобудування і архітектури, 2000 р.;

- генеральний план м.Харкова, розроблений інститутом «Діпромісто» (м.Київ) і затверджений на 22-й сесії Міськради 4-го скликання 23 червня 2004 р., №89/04;

- проекти і реалізації оптово-роздрібних ринків та супермаркетів для міста Харкова, розроблені харківськими архітектурно-проектними інститутами і фірмами за період 2000-2005 рр.;

- низка зарубіжних аналогів – проектів і будов торговельних центрів.

Проектуванню і будівництву оптово-роздрібних ринків приділено належної уваги в генеральному плані розвитку Харкова і Харківської області в третьому тисячолітті. Основні напрямки розвитку архітектури і містобудівництва Харкова передбачають, у тому числі, розвиток оптових ринків, реконструкцію і перетворення ринків у торговельні комплекси.

Для з'ясування дизайнерських концепцій формоутворення архітектурного середовища підприємств оптово-роздрібною торгівлі (на прикладі м.Харкова) нами був проведений моніторинг цих об'єктів за такою методичною схемою:

- розташування великих за площею торговельних будівель у міському середовищі Харкова і їхні взаємозв'язки з оточуючою забудовою з точки зору масштабності і стильової цілісності містобудівельного ансамблю;

- морфологічні характеристики архітектурно-дизайнерської форми торговельних об'єктів;

- дизайн і колористика елементів зовнішньої реклами сучасних підприємств торгівлі.

Позитивною тенденцією у період 2000-2005 рр. є поява у центрі Харкова в старих будинках сучасних підприємств торгівлі. Таким чином відбувається регенерація старовинної «тканини» міста. На основі проведеного моніторингового обстеження середовища міста Харкова були виявлені і класифіковані наступні типи підприємств торгівлі: об'єкти дрібно-роздрібною торгівлі (кіоски, павільйони), ринки, торговельні центри і супермаркети в історичній забудові міста Харкова (знов побудовані та реконструйовані), супермаркети і гіпермаркети, які побудовані на нових територіях.

Проведений аналіз дизайну архітектурного середовища носить критичний характер. Наприклад, всі ринки Харкова (забезпеченість ринками на 1000 мешканців-харків'ян відносно нормативу складає 340%) відрізняються ускладненою організацією, різномасштабністю об'єктів, щільністю їх розміщення на одній території, відсутністю композиційної системності і цілісності об'ємно-конструктивних (дизайнерських) рішень. Неодноразове спостереження за архітектурним середовищем ринку біля стації метро «Академіка Барабашова» показало, що інфраструктура даного комплексу постійно розширяється за рахунок будівництва додаткових стаціонарних об'єктів торгівлі, поступово оптимізується його планувальна організація, транспортні і пішохідні шляхи, уточнюється і локалізується спеціалізація товарних зон ринку. Але про зручність користування цим ринковим простором великими потоками людей стверджувати поки що неможливо. На основі зробленого критичного аналізу та виявлення негативних параметрів архітектурного середовища цього торговельного комплексу була запропонована концепція дизайнерського формоутворення і реконструкції ринку в сучасний молл під назвою «Маркет-Сіті» [3].

Таким чином, для формування системи торгової мережі у нашій країні стає необхідною чітка і детальна розробка типології будинків оптово-роздрібних торгових підприємств. Будинки, що призначені для роздрібною торгівлі, не у всіх випадках відповідають сучасним вимогам оптової торгівлі.

Основні проблеми створення оптово-роздрібних ринків пов'язані з визначенням їх кількості, типу, місцезнаходження, а також з встановленням раціональних розмірів і спеціалізації.

Проведений моніторинг з фотофіксацією архітектурного середовища ринків та супермаркетів Харкова дозволив виявити принципи дизайнерського підходу до формування даних об'єктів [2].

Сучасні об'єкти торгівлі можна об'єднати в три групи:

- 1) супермаркети, розташовані у реконструйованих старих будинках;
- 2) нові супермаркети, вбудовані у стародавню або сучасну містобудівельну ситуацію;
- 3) супермаркети у складі великих оптово-роздрібних ринків.

Дослідження показало, що за основу формування концепції архітектурно-дизайнерського середовища супермаркетів Харкова був прийнятий американський прототип, який склався у США ще у першій третині ХХ ст. Розглянуті перші супермаркети та торговельні центри (на прикладі архітектури і дизайну США та країн Європи): суперстори, “зручні магазини”, надсупермаркети (гіпермаркети), “сімейні центри”, “дисконтні центри”.

Спеціалізація сучасних супермаркетів Харкова у порівнянні з прототипами минулого, які були переважно “продовольчого профілю”, змінилася на групи товарів промислового виробництва (електронних, будівельних, канцелярських і т.п.), що вплинуло на дизайнерські рішення фасадів та інтер’єрів даних об’єктів.

Морфологічні характеристики даних об’єктів: вид геометричної форми – паралелепіпед, велика торговельна площа при незначній висоті інтер’єрного простору. Метафоричний образ підприємств торгівлі - “коробка”, “євросарай”. Їх аскетичні і величезні розміри утворюють зовсім інший масштаб забудови. З одного боку, вони імпонують промислового характеру Харкова, з іншого – завдяки великій масштабності вони важко “вписуються” у існуючий контекст, що сформувався.

Провідну роль у формуванні художнього образу аскетичних за формою супермаркетів відіграють принципи дизайнерського підходу, які містяться у наступних прийомах формоутворення: інженерний підхід, пріоритетність техніко-функціональних цінностей при формуванні споруди, утилітарність, застосування сучасних конструкційно-оздоблювальних матеріалів (скло, металево-пластикові панелі та віконні системи), створення акценту на графічних елементах реклами, яскравих і контрастних колірних сполученнях. Супермаркет – це своєрідна, велика за розмірами і проста за формою “річ”, яка знаходиться в системі предметно-просторового середовища міста.

Зв’язок з оточенням, виходячи з принципів контекстуалізму, збереження “чуття місця”, практично не існує. Розповсюдження такої концепції і методів формоутворення в архітектурі і дизайні веде до техніцизму і знеособлення середовища.

Проте, дизайнерське рішення кожного з супермаркетів Харкова має свої особливості. Ці особливості досягаються саме завдяки дизайнерським прийомам формоутворення. Дані об’єкти оптимально

сприймаються на великих відстанях від автомагістралі, на відкритому просторі.

Проведене дослідження свідчить, що система роботи великих ринків Харкова, яка склалася на сьогодні, віддзеркалює загальний організаційний процес, що відбувається у торгівлі, і знаходиться у руслі сучасних тенденцій перетворення архітектури торгових будинків. Зарубіжний досвід – оптово-роздрібні ринки у Великобританії, Франції, Германії, Італії, Іспанії, США, Японії – показує цю тенденцію у розвитку, тому що проектування і будівництво оптово-роздрібних ринків за рубежем започатковано у ХХ ст. У мегаполісах, таких як Харків, на зріла необхідність утворення системи оптових ринків.

Аналіз підприємств оптово-роздрібної торгівлі Харкова з урахуванням урбоекотичного, контекстуального і дизайнерського підходів до формування їх архітектурного середовища дозволив виділити негативні сторони їх дизайну та створити передумови для подальшого наукового дослідження цього напрямку.

В нашому дослідженні запропонована віртуальна дизайн-концепція архітектурного середовища ринку біля станції метро «Академіка Барабашова», яка дозволить покращити оптимальні умови функціонування даного комплексу. Концепція нашого імовірного дизайнерського рішення має три складові, що логічно відповідають тлумаченням поняття «дизайн»: по-перше, це повинна бути наукова концепція; по-друге, творча (авторська) концепція; по-третє – дизайнерська концепція.

Розширення функцій торговельного центру біля станції метро «Академіка Барабашова» завдяки насиченню його простору такими об'єктами, як готель, розважальний центр, боулінг, ресторани, дискотеки та ін. буде сприяти роботі даного комплексу у цілодобовому режимі. Дані об'єкти повинні стати акцентами у цій агломерації. Вони являють собою великі за розмірами об'єкти, що розташовані у головних точках даного простору, або ширяють у повітрі. Така об'ємно-просторова структура сприяє цілісності в організації середовища, узагальнює дрібні за масштабом будівлі. Автотранспортні комунікації пропонується увести під землю разом з автостоянками, а існуюча дорога, таким чином, стане суто пішохідною.

Основою для даної дизайн-концепції були обрані провідні архітектурні і дизайнерські ідеї ХХ ст.:

- концепції конструктивізму 20-30-х років ХХ ст. у формі графічних архітектурних фантазій Я.Черніхова;
- концепція японських архітекторів-метаболістів 60-х років ХХ ст.;

- концептуальне проектування і постмодерністські прогностичні фантазії 70-80 років ХХ ст.;
- версії міст майбутнього 70-х років ХХ ст.;
- концепція архітектурної біоніки 80-90-х років ХХ ст.

Запропонована науково обгрунтована дизайн-концепція віртуальної реконструкції даного торговельного комплексу може стати базою в ході подальшої детальної розробки вузлів проекту, а також використана професійними архітекторами і дизайнерами у своїй діяльності.

Для розробки дизайн-концепції формування об'ємно-просторової структури підприємств оптово-роздрібною торгівлі необхідно провести більш ретельний аналіз вже побудованих споруд з метою виявлення позитивних сторін проектування і втілення в натурі аналогічних об'єктів.

Застосування методів моделювання і візуалізації даних об'єктів засобами комп'ютерної графіки дозволить наочно відтворити конкретну архітектурну ситуацію в місті і «вписати» у архітектурний контекст споруду, що пропонується.

Теоретичне і практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що виявлені і критично оцінені дизайн-концепції формування середовища підприємств оптово-роздрібною торгівлі можуть бути використані архітекторами і дизайнерами в процесі проектування аналогічних об'єктів. Впровадження основних результатів дослідження буде сприяти підвищенню комфортності міського середовища і створенню виразних архітектурно-дизайнерських рішень підприємств оптово-роздрібною торгівлі.

Запропонований комплексний метод проектування підприємств оптово-роздрібною торгівлі, заснований на симбіозі композиційних принципів промислового, графічного, ландшафтного дизайну і архітектури, а також на концепціях просторового саморозвитку дизайн-форми по аналогії з біологічними системами, екологічного дизайну, руралізації (збереження землі як цінності), високих технологій.

Перспективним напрямком дослідження є проблема формування архітектурно-дизайнерського середовища підприємств оптово-роздрібною торгівлі в рамках урбоекологічного підходу.

1.Мироненко В.П., Сошинский А.И. К постановке проблемы формирования архитектурной среды оптово-розничных рынков в крупнейших городах (на примере г.Харькова) // Традиції та новаті у вищій архітектурно-художній освіті: Зб. наук. праць вузів художньо-будівельного профілю України і Росії / За заг. ред. Н.С.Трегуб. – Харків: ХДАДМ. – 2003, № 5-6; – 2004, № 3-4. – С.168-171.

2.Сошинский А.И. Дизайн супермаркетов Харькова // Актуальні проблеми дизайну в сучасному художньому просторі / Всеукраїнська студентська наукова конференція, м. Харків, 21 - 22 квітня 2005 року. – Харків: ХДАДМ, 2005. – С.156-158.

3. Мироненко В.П., Сошинский О.И., Трегуб Н.С. Принципы концепції редизайну середовища ринків оптово-роздрібної торгівлі (на прикладі ринку біля станції метро ім. «Академіка Барабашова» у місті Харкові) // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті: Зб. наук. праць вищих навч. закладів України і Росії / За заг. ред. Н.С.Трегуб. – Харків: ХДАДМ. – Вип. № 5-6 / 2004 - № 1,2,3 / 2005. – С.214-223.

Отримано 28.02.2006

УДК 711.424

Е.В.КОНОПЛЕВА, канд. архит.

Харьковская национальная академия городского хозяйства

ПРОБЛЕМЫ РЕКОНСТРУКЦИИ ИСТОРИЧЕСКИ СЛОЖИВШЕЙСЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Рассматривается проблема включения новой застройки в сложившуюся систему исторического центра и существующие подходы к ее решению, даются рекомендации по их использованию на современном этапе.

Особое место в ряду проблем градостроительной реконструкции занимают вопросы сохранения и обновления исторически сложившейся среды. В последние годы они приобретают всё более значительную роль в комплексе задач развития городов и их центров. Это происходит не только потому, что в пределах исторически сложившихся районов по традиции сосредотачиваются главные функции городских центров, а модернизация старого фонда становится заметным по своим масштабам явлением городского строительства. Главная причина заключается в том, что проблема реконструкции сложившейся среды тесно связана с решением вопроса о соотношении „старого” и „нового” в городе.

Этот вопрос, который всегда был актуален для градостроительной практики, сегодня стал особенно злободневным. И решается он не только на уровне общих вопросов преемственного развития планировочной структуры в целом, но в наиболее осязаемой форме – на уровне реконструкции отдельных фрагментов и узлов этой структуры, т.е. улиц, площадей, кварталов.

Опыт последних десятилетий свидетельствует, что вторжение новой архитектуры в сложившуюся среду городских центров часто кажется неубедительным, порождает конфликтные ситуации. Наиболее распространенные из них стали предметом изучения архитектурной теории. Вопросы семантики городской среды рассмотрены в работах С.Э.Габидулиной, Е.И.Россинской, О.В.Араловой; проблема изменения размерности и масштабности городских пространств изучена в работах М.Р.Савченко, С.Н.Арапова; О.Е.Железняк и Я.Н.Виноградов исследуют цветовые характеристики среды; социально-психологиче-