

Раздел 2 ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО И ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ПЛАНИРОВКА

УДК 711.552

Голубева Я.А.

ЭВОЛЮЦИЯ ТОРГОВО-ОБСЛУЖИВАЮЩИХ КОМПЛЕКСОВ

Рассматривается процесс становления и развития современных торгово-обслуживающих комплексов, объединяющих предприятия торговли, общественного питания и обслуживания, включая досуговые, административные, другие объекты, связанные функционально и пространственно. Выделены основные этапы эволюции торгово-обслуживающих комплексов, дана их краткая характеристика. Выявлены характерные черты и особенности размещения, функционально-планировочной и пространственной организации торгово-обслуживающих комплексов, актуальные для практического использования в архитектурной и градостроительной деятельности.

Введение. Исследованию процессов развития объектов и комплексов торговли и общественного обслуживания посвящены работы ряда авторов [1-8 и др.]. В них приведены примеры исторических и современных типов торгово-обслуживающих комплексов, рассмотрены отдельные этапы их развития. В тоже время в специальной литературе нет комплексного анализа процессов эволюции торгово-обслуживающих комплексов. Публикации различаются в подходах к выделению этапов и причин данного процесса. Это объясняется тем, что эволюция торгово-обслуживающих комплексов представляет собой сложный многоветвевой, нелинейный процесс: новые идеи возникают в городах и странах не одновременно, получают различное распространение. В настоящей статье сделана попытка обобщения имеющейся информации с позиций практического использования накопленного опыта.

Основная часть. От торговых улиц и площадей к торговым пассажам и универсальным магазинам. Торговля всегда являлась одним из наиболее активных видов городской деятельности, для неё характерна концентрация в многолюдных местах, на путях движения людей. Исторически сложились два основных вида организации торговли: линейный (торговые улицы) и концентрированный (торговые площади, рынки и др.).

Прототипом современных торгово-обслуживающих комплексов являются торговые пассажи, впервые появившиеся в Па-

риже в начале XIX в. и имевшие широкое распространение в течение последующих 100 лет. Торговый пассаж сформировался как развитие идеи торговой улицы, перекрытой и упорядоченной. В условиях плотной городской застройки, когда узкие городские улицы без тротуаров затрудняли пешеходное движение, специально организованные пешеходные пассажи стали не только местом торговли, но и местом общения, встреч, гуляний. Стеклопанельное перекрытие пассажей защищало от дождя и холода, одновременно пропуская дневной свет.

Широкое распространение торговых пассажей обусловлено следующими факторами: в едином комплексе было обеспечено предоставление большого выбора товаров и услуг; торговые пассажи прорезали в плотной застройке городских кварталов, что создало новое качество пешеходного общественного пространства, защищенного от погодных условий.

К середине XIX в. градостроительная ситуация претерпевает изменения, крупные города подвергаются масштабной реконструкции: расширяются улицы, сносятся малоценная застройка, формируются аллеи и бульвары – освобождается пространство для крупных общественных зданий: создаются условия для размещения в центрах городов крупных универсальных магазинов (универмагов).

Универмаг представляет собой развитие идеи крытого рынка, где в едином объеме объединены разнообразные виды товаров. Первый универмаг был открыт в Париже в 1852 году, однако активное строительство таких объектов начинается в конце XIX века. В течение последующих 50 лет универмаг – самый популярный тип торгово-обслуживающего комплекса. Популярность универмагов связана также с появлением таких технических устройств как эскалаторы и кондиционирование воздуха – появилась возможность в крупном объеме создать комфортные микроклиматические условия, а также реализовать многоуровневые решения.

Для первого этапа формирования торгово-обслуживающих комплексов можно выделить следующие характерные черты:

- *концентрация на небольшой площади большого количества торговых и обслуживающих объектов, предоставляющих широкий выбор товаров и услуг;*
- *формирование комплекса на основе защищенного пешеходного пространства (стеклянное перекрытие, кондиционирование воздуха);*
- *создание многоуровневого пространства с использованием эскалаторов.*

От универсальных магазинов к пригородным торговым центрам. В то время как в Европе основным типом торгово-обслуживающего комплекса остается универмаг, размещаемый в центральной части города, в США зарождается новая тенденция – формирование пригородных торговых центров.

В первой половине XX века отмечается активный рост пригородов американских городов, связанный с развитием транспортных систем, в частности с прокладкой трамвайных линий и повышением уровня автомобилизации населения. Для обслуживания жителей пригородов центральные универмаги размещают свои филиалы вдоль основных транспортных магистралей, одновременно привлекая дополнительные объекты обслуживания.

Впервые термин «торговый центр» был применен для описания комплекса Country Club Plaza, открытого в 1924 году в пригороде г. Канзас, США. Этот комплекс, как и другие пригородные торговые центры, представлял собой группу отдельных магазинов и сопутствующих объектов обслуживания, размещенных на общей площадке, примыкающей к транспортной магистрали. Комплекс Country Club Plaza рассчитан на покупателей, приезжающих на автомобиле: здесь впервые были выделены специальные площадки для парковки автотранспорта посетителей. В дальнейшем выделение площадей для автостоянок, разделение транспортных и пешеходных путей – характерная особенность проектирования всех торговых центров.

Отсчетной точкой развития торгово-обслуживающих комплексов в современном понимании являются 1950-е годы. В послевоенное время благосостояние американцев значительно возросло и началось активное жилищное строительство в новых пригородах. Параллель-

но благодаря налоговым льготам, принятым в 1954 г., развивается строительство крупных торгово-обслуживающих комплексов.

В 1950 году в пригороде г. Сиэтл был построен первый «интровертный» торговый центр Northgate, ориентированный не на транспортную магистраль, а на внутренний пешеходный проход. Впервые магазины, входящие в состав центра, были сгруппированы вдоль внутренней пешеходной улицы – молла.

Следующим значимым этапом в развитии пригородных торговых центров стало устройство крытого молла. Первый крытый торговый центр – Southdale был построен в 1956 году в пригороде г. Миннеаполис. Центр стал образцом дальнейшего развития торгово-обслуживающих комплексов. Следующие характерные особенности центра Southdale стали повсеместно использоваться в практике проектирования пригородных торговых центров: группировка объектов вокруг крытого общественного пространства; включение в планировку комплекса двух конкурирующих универмагов, так называемых якорей (до этого торговые центры строились на базе одного крупного универмага); двухэтажное решение.

Пригородные торговые центры получили широкое распространение. Вплоть до 1970-х годов, каждые 3-4 дня в США открывался новый такой центр. Время, затрачиваемое жителями пригородов на пребывание в них, уступало лишь количеству времени, проводимому на работе и дома. Пригородные торговые центры, распространившиеся по всей территории США, размещаясь в нескольких минутах езды от любого жилья, практически заменили собой общегородские центры.

Характерными чертами этого этапа развития торгово-обслуживающих комплексов (строительство пригородных торговых центров) являются:

- *формирование комплексов вне городского контекста на свободных территориях;*
- *ориентация на покупателей, приезжающих на автомобиле, введение в состав комплекса крупных автостоянок и подъездных путей;*
- *такие условия привели к развитию «интровертной» планировочной схемы – объекты торгового центра ориентированы на внутренний пешеходный проход – молл; комплекс изолирован, окружен полями открытых автостоянок.*

Развитие городских торговых центров.

Начиная с 1960-х годов торговые центры стали размещать не только в пригородах, но и все чаще в центральных частях города. В условиях сложившейся городской среды, устоявшаяся к тому времени планировочная схема пригородных торговых центров, претерпевает значительные изменения: новые комплексы необходимо вписать в сложившуюся градостроительную среду так, чтобы они стали ее органичной частью. Торгово-обслуживающие комплексы 1960-1980-х годов, размещаемые в центрах городов, получили общее название – интегрированные торговые центры. При всем многообразии решений можно выделить три наиболее типичных варианта их создания.

Первый вариант – формирование торгового центра в условиях комплексной реконструкции городской территории при сохранении планировочной структуры с частичным использованием существующих зданий. Такие торговые центры создавались в ходе послевоенной реконструкции европейских городов: восстанавливались разрушенные городские центры, их планировочная структура формировалась на основе пешеходных улиц, связывающих основные объекты торговли и обслуживания. Одним из первых примеров такого подхода стала реконструкция центра г. Ковентри, Великобритания (1955-60-е годы).

Второй вариант – размещение комплекса на свободном, специально выделенном участке. Новые крупные центры городской активности формировались на участках, ранее занятых ветхой, малоценной застройкой. Примером такого решения является торговый центр Bull Ring, построенный в центре г. Бирмингема, Великобритания в 1964 году Bull Ring размещен на месте старого городского рынка, одновременно с его строительством была проложена автострада вокруг центрального ядра города, а также построен новый автобусный вокзал.

Третий вариант – приспособление под торговый центр старой промышленной или общественной застройки. Торговый центр такого типа Ghirardelli Square был открыт в 1964 году в Сан-Франциско на площадке бывшей шоколадной фабрики. Основные здания фабрики были сохранены и перепрофилированы. На месте центрального двора устроена подземная многоярусная автостоянка, а над ней возведены торговые павильоны, навесы и открытые террасы, связывающие между собой окружающие их ста-

рые здания. Общий образ комплекса навеивает исторические ассоциации.

Характерные черты этого периода развития торгово-обслуживающих комплексов:

- *разнообразие планировочных и образных решений, зависящих от конкретных условий размещения, отсутствие унифицированных решений;*

- *в условиях плотной городской застройки комплексы получают многоуровневые решения, активно используется подземное пространство;*

- *формирование торгово-обслуживающих комплексов стимулирует реконструкцию соседних зданий, их включение в состав комплекса, развитие транспортной инфраструктуры, повышение качества городской среды.*

Современный этап: укрупнение и многофункциональность. С середины 1980-х годов центры, преимущественно ориентированные на торговую функцию, теряют свою популярность. Им на смену приходят торгово-развлекательные комплексы, которые дополнительно включают в себя такие объекты, как: многозальные кинотеатры, детские аттракционы, спортивные залы, а в последнее время и рекреационные объекты: парки, искусственные озера и др. Такие комплексы ориентированы на посещение всей семьей – здесь размещаются объекты, притягательные для всех возрастных групп, различных слоев населения.

Увеличиваются размеры комплексов, большую популярность завоевывают мегамоллы – крупные комплексы, состоящие из системы нескольких пешеходных проходов (моллов). Одним из первых объектов такого рода, ставший туристической достопримечательностью США является Mall of America, открывшийся в 1992 году в пригороде г. Миннеаполис. Общая площадь комплекса 390 тыс. м². На трех этажах размещено более 520 магазинов, четвертый этаж – развлекательная зона, включающая рестораны, кинотеатры и ночные клубы. Во внутреннем дворе расположен парк развлечений, включающий более 20 аттракционов.

В настоящее время из США и Западной Европы активность в развитии торгово-обслуживающих комплексов переносится в страны Восточной Европы и Азии. Так, например, самый крупный торгово-обслуживающий комплекс в мире Dubai Mall открыт в г. Дубай, Арабские Эмираты, в конце 2006 года.

Заключение. На основе проведенного анализа

процесса эволюции и развития торгово-обслуживающих комплексов можно сделать следующие выводы:

1) в ходе эволюции сохранилась принципиальная планировочная схема торгово-обслуживающего комплекса – основные функциональные объемы группируются вдоль протяженных крытых общественных пространств с искусственным микроклиматом. Такие пространства (пассажи или моллы) имитируют среду традиционной городской улицы, одновременно, благодаря контролируемому микроклимату, создают комфортную среду для посетителей (здесь прохладно в жаркую погоду и тепло в холодную, воздух очищается от загрязнений);

2) растет разнообразие пространственных решений торгово-обслуживающих комплексов, что обусловлено необходимостью интеграции комплекса в окружающую городскую среду. Планировочные и образные решения комплексов зависят от условий размещения;

3) повышается интенсивность освоения участка торгово-обслуживающего комплекса, применяются многоуровневые решения, используется подземное пространство;

4) наращивается многофункциональность комплекса, в состав которого входят все новые и новые объекты;

5) растет социальная значимость торгово-обслуживающих комплексов. Сегодня это уже не просто утилитарные коммерческие объекты – это центры общественной активности, социальных коммуникаций, здесь люди могут встре-

чаться, общаться, проводить время, ощущать себя частью общества, частью городской жизни.

Литература

1. Гайкова Л.В. *Архитектурное проектирование крупных торгово-общественных центров.* - Красноярск: КрасГАСА, 1997.
2. Емец В.В., *Архитектура общественно-торговых центров в историческом ядре крупнейшего города.* Дис. канд. архитектуры: 18.00.02. - М., 2003.
3. Мейтленд Б., *Пешие торговые общественные пространства / пер. с англ. А.Р. Анисимова; под ред. И.Р. Федосеевой.* - М.: Стройиздат, 1989.
4. Порхачева Т.В., *Торговые пассажи.* Обзорная информация. ЦНИИЭП, 1989, вып. 14.
5. Федосеева И.Р. и др., *Торговые центры.* М., Стройиздат, 1988.
6. Cohen, Nancy E., *America's Marketplace: The History of Shopping Centers.* New York: Greenwich Publishing Group, 2003.
7. Schoenherr S.E., *Evolution of the Shopping Center.* <http://history.sandiego.edu/gen/soc/shoppingcenter.html> [29 октября, 2005].
8. *The Harvard Design School Guide to Shopping,* edited by C.J. Chung, J. Inaba, R. Koolhaas, S.T. Leong, Taschen, 2002.

Golubeva Y.A.

EVOLUTION OF THE SHOPPING & SERVICE COMPLEXES

The article examines the process of formation and evolution of the modern shopping and service complexes. Such complexes integrate retail units, restaurants and cafes, service facilities, as well as recreational, sport, office units, which are united by the common public space. The evolution process is split into several distinctive phases. The main features, principles of functional and spatial organization for each phase are given.

УДК 711

Лапниьска Г.

АКТИВИЗАЦИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ГМИН ТРАНСГРАНИЧНОГО РЕГИОНА СЕВЕРО-ВОСТОЧНОЙ ЧАСТИ ПОЛЬШИ

В последнее время в Польше появилось много работ, посвященных проблеме экоразвития территории. Одна из них – это идея «Зеленые легкие Польши», получившая воплощения в развитии в концепции «Зеленые легкие Европы». Главной целью этих разработок является защита ценных природных комплексов и поиск ресурсных основ социально-экономического развития этих территорий. В имеющихся разработках при определении главных направлений региональной политики в области экоразвития выделена в качестве специфической территории приграничная зона, подлежащая первоочередной активизации развития. В эту зону входят 32 гмины (нижние административно-территориальные единицы), расположенные вдоль восточной границы страны.

В настоящей статье приводятся результаты анализа и оценки существующего состояния природных и историко-культурных составляющих среды приграничных территорий, а также поиска возможных путей активизации социально-экономического развития и повышения уровня архитектурно-пространственной упорядоченности этих территорий. В результате выявлен ряд характерных типов территориальных единиц, для которых следует установить соответствующую систему мероприятий, способствующих повышению активизации развития территорий при условии сохранения и реабилитации природных комплексов.