С о д е р ж а н и е

Введение 3

Глава 1. **Обзор формирования архитектуры   
городских пассажей** 12

1.1. Историко-экономические предпосылки и социальные   
и градообразующие факторы, влияющие на форми-  
рование и тенденций развития пассажей 13

1.2. Функциональные и пространственные   
характеристики внутренней среды 21

1.3. Основные концепции организации пространства   
пассажей, тенденции взаимосвязи внешних   
и внутренних пространств 29

Выводы по главе 1 33

Глава 2. **Анализ архитектурно-типологической   
организации городских пассажей** 35

2.1. Основные тенденции в организации внутренних   
пространств, связь с другими типами   
торговых зданий36

2.2. Архитектурная композиция и световая среда внут-  
ренних пространств, особенности восприятия43

2.3. Приемы и факторы функционально-планировочной   
организации пассажей и их связь с окружающей средой50

2.4. Технико-экономические аспекты формирования   
пассажей58

Выводы по главе 267

Глава 3. **Предложения по градостроительной,   
функционально-планировочной и архитектурно-композиционной организации городских пассажей** 71

3.1. Рекомендации по объемно-планировочной структуре71

3.2. Основные архитектурно-планировочные приемы77

3.3. Социально-экономическая эффективность   
предлагаемых решений79

Выводы по главе 384

Заключение86

Библиография94

**Введение**

Пассаж, как тип общественного комплекса, за свою более чем 200-летнюю историю развития нашел широкое распространение в мировой градостроительной практике. Развитие пассажей объясняется целым рядом их преимуществ перед другими формами торговли и прежде всего их особой привлекательностью для людей благодаря комфорту и комплексности обслуживания, сочетанию в себе различных функций, экономии времени на покупки и услуги, общей благоприятной среде для различных видов деятельности. Кроме того большое значение имеет высокая социально-экономическая эффективность пассажей, возможность использования универсальных решений и передовых технологий.

Пассажи можно рассматривать как прогрессивные самостоятельные типы торговых предприятий и как важные связующие элементы крупных торговых комплексов или сети торгово-бытового обслуживания населения городов. В настоящее время опыт проектирования и строительства пассажей в нашей стране крайне мал. Тем не менее некоторые из осуществленных проектов, таких как торговый центр в Омске, в бывшем Ленинграде, Вильнюсе и Лиепае, где пассаж является связующим звеном всего торгового центра, отличаются своеобразием и интересными решениями.

Следует отметить, что в первоначальный период развития архитектуры пассажей в России основное внимание уделялось развитию центров оптовой и розничной торговли в узловых городах. Трудности в разработке научно-обоснованных принципов формирования пассажей местного значения были связаны с однотипностью первоначального использования, социальной и градостроительной значимостью. Долгое время это не позволяло подойти к проблеме типового проектирования в комплексе с предприятиями торгово-бытового обслуживания других типов, хотя существуют примеры типового строительства пассажей в чистом виде или объединенные с торговыми рядами уже более 150-ти лет назад.

Изучение перспективных направлений развития пассажей в отечественной науке связано с задачами типологии конструктивных элементов, объемно-планировочной структуры, градостроительного решения участков, экономики и т.д. Вне этой сферы остались проблемы архитектуры, отражающие композиционно-художественные и функционально-пространственные требования, предъявляемые обществом к пассажам как средоточию городской активности. Отдельные аспекты этих проблем затрагивались в разработках ряда институтов, направленных на преодоление одностороннего понимания архитектуры пассажей, так как градостроительной и утилитарной функциями не исчерпываются сложность и разнообразие данных объектов как основы формирования общественных центров города. Это свидетельствует о становлении нового подхода к организации пассажей городского значения, который признает соцкультурную функцию наиболее важным структурообразующим фактором. Данный подход и принят за основу в настоящем исследовании.

С развитием строительной технологии, совершенствованием форм розничной и оптовой торговли, ростом населения крупных городов и целым рядом социальных и технических достижений, проектирование пассажей, особенно в составе крупных торговых центров, приобретает сложный специализированный характер. В то же время качественные характеристики пассажей, как типа, параметры и элементы пространственных зон, принципы организации и ситуации применения непрерывно совершенствуются. Не прекращается развитие системы композиционных принципов, которая связана с возникновением новых интегрированных типов зданий с включением пассажей как связующих элементов с центральной или коммуникативной нагрузкой, усложнением эмоциональных требований к внутренним пространствам, развитием градостроительства и научным исследованиям транспортных и грузовых потоков, изменением эстетических представлений и самих элементов архитектуры.

Огромное значение для расширения использования и развития пассажей в нашей стране имеет изучение зарубежной практики, накопившей огромный опыт в проектировании и строительстве пассажей. Использование и переосмысление наиболее интересных приемов и принципов этой практики составляет неотъемлемую часть развития отечественной типологии пассажей.

За последние 15–20 лет за рубежом появилось довольно много принципиально новых идей, которые существенно изменили прежние модели пассажей и подход к их организации. Постепенно возникло новое поколение пассажей, пришедших на смену традиционной, исключительно функциональной структуре с традиционным молом. Новаторство в проектировании стало средством утверждения уникальности и неповторимости, основанном на высокоразвитом рынке и постоянно обновляемой моде. Теперь огромное значение стало предаваться высокому качеству архитектуры, стилю, среде, которые рассматриваются теперь не как роскошь, а как непреложное требование современной торговли.

Новые тенденции чаще проявляются в творческом проектировании, на страницах журналов, чем на улицах городов, в реальном воплощении. Массовое же строительство опирается в основном на сложившиеся стереотипы и стандарты, в лучшем случае используя вариации на темы традиционных моделей. Поскольку в таких случаях композиционные возможности довольно ограничены, то поиск индивидуальности часто сводится к поиску эффектных комбинаций материалов и отделки. Однако следует отметить и некоторые моменты, которые во многих странах оказывают ощутимое влияние и на массовую практику.

С одной стороны, это, прежде всего, касается развития в пассажах неторговых функций. Объединение торговли с развлекательными центрами, питанием, игровыми элементами и т.п. повышает покупательскую активность за счет увеличения числа посетителей и отсутствия чисто прагматического интереса. Изменяется характер активности потребительского поведения по отношению к торговле, как к деятельности, связанной с отдыхом, познанием. Все это требует дополнительных пространств, демонстрирующих одновременно комфорт, стиль, а также незаурядный элемент фантазии. Такое направление связано с рядом проблем, которые в общем виде можно сформулировать так: отсутствие строго определенного мнения о путях развития пассажа ни как самостоятельного типа, ни как элемента в составе целого комплекса.

С другой стороны, немаловажным фактором развития пассажей стало установление стабильного соотношения открытых и крытых пространств в общественных и торговых зданиях в пользу последних. Этому не в последнюю очередь послужила практика реконструкции пешеходных торговых улиц в системы крытых торговых центров, связанных пешеходным и транспортным движением.

К тому же, в последнее время сильно повысились требования к эмоциональной насыщенности интерьеров. Таким образом появилась необходимость не только в целостной и согласованной внутренней среде, но и в потенциальной возможности для раскрытия индивидуальности и повышения ее творческой активности.

Основные предпосылки подхода к организации пассажей на современном этапе и обобщение новейшей архитектурной практики и теоретической архитектурной мысли позволяют выявить соответствующие принципы формирования архитектурной среды, понять направления в изменении и развитии отдельных элементов структуры, представить развитие пассажа как самостоятельного типа и, главное, как связующего элемента общественного или торгового комплекса.

Актуальность исследования. Пассаж городского значения является предметом индивидуального проектирования, и его композиция целиком определяется автором. Но в процессе творчества архитектор неизбежно руководствуется системой общих композиционных принципов, складывающихся на основе обобщения конкретных примеров сложившейся практики. Эти общие композиционные закономерности и есть стилевые признаки архитектуры современного поколения пассажей, и одновременно — руководство к действию архитектора наряду с другими факторами. Обобщений же по отдельным вопросам этой важной темы пока не достаточно. Но развиваясь и закрепляясь в лучших достижениях современности, композиционные закономерности и архитектурные приемы существуют, и должны быть изучены для совершенствования проектирования.

Цель исследования: выявить закономерности формирования внутренней среды пассажей и их роль и связи с другими формами общественных и торговых зданий, а также разработка предложений по совершенствованию их архитектурной и функциональной организации.

Задачи исследования.

Теоретические:

— анализ и обобщение опыта проектирования и строительства;

— классификация внутренней структуры, закономерности архитектурно-композиционной и — функционально-пространственной организации;

— предложения по перспективам развития.

Практические:

— разработка системы оценки пространственной структуры (ряд показателей качественного и типологического характера);

— предложения по новым приемам решения архитектурно-композиционных и функционально-пространственных проблем;

— обоснование социально-экономической эффективности новых типов решений.

Объект исследования: пассажи городского значения (отечественный и зарубежный опыт).

Предмет исследования: внутренняя среда пассажей, обусловленная взаимодействием составляющих и примыкающих к ней пространств различных объектов и предприятий и сложным комплексом современных требований, в том числе пешеходными, транспортными и грузовыми потоками, функциональным зонированием, уровнем развития современной технологии и социальными требованиями.

Границы исследования: функционально-пространственный и архитектурно-композиционные аспекты организации внутренней среды.

Предмет защиты:

Обоснование значимости композиционного совершенствования внутренней среды пассажей для развития системы обслуживания;

Принципы архитектурной организации внутренних пространств во взаимосвязи с городским окружением и другими типами общественных и торговых зданий;

Предложения по организации внутренних пространств пассажей как связующих элементов и обоснование их социально-экономической эффективности.

Исследовательская гипотеза. Композиционная задача проектирования внутреннего пространства пассажа — отражение единства и взаимосвязи различных торговых и обслуживающих предприятий и учреждений. Для реализации композиционных и функциональных преимуществ пассажа необходима, с одной стороны, пространственная коммуникативная целостность и, с другой стороны, вариантность пространственных структур, составляющих и примыкающих зон. Единство внутреннего и внешнего пространств осуществимо в виде непрерывного перехода от одного к другому, определяемое городским окружением и функциональными связями.

Методика исследования направлена на выработку количественных и качественных (типологических) характеристик архитектурно-композиционной среды пассажей.

1. Методика анализа: сравнительный анализ по литературным источникам, натурным обследованиям, логическое моделирование (факторы влияния, закономерности, принципы); поисковое проектирование макетно-модельным способом.

2. Приемы анализа: дифференциация системы, выделение подсистем и элементов; формирование комплекса условий для характеристик системы; выявление закономерностей изменения системы в процессе развития.

3. Средства описания: графическая форма, словесная форма, системная модель.

Сложность и недостаточная изученность архитектурно-композиционного строения крупных пассажей обусловили необходимость рассмотрения в работе вопросов, касающихся современной методики проектирования, психологии поведения и восприятия, эстетики и теории архитектуры. Для иллюстрации отдельных положений предпочтение отдано наиболее характерным примерам, дающим конкретные практические рекомендации по проектированию.

В работе использованы материалы трех групп научно-исследовательских работ, затрагивающие те или иные аспекты данной проблемы:

— основополагающие труды по общим вопросам формирования общественно-торговых и деловых многофункциональных комплексов В.А. Абызова, И.П. Васильевой, А.А. Гаврилиной, А.И. Урбаха, а также Н. Беддингтон, Д. Гослинга, Б. Майтленда;

— проблемные публикации и исследования по вопросам истории развития и современной организации пассажей и торговых комплексов В.А.Лаврова, А.А. Максимова, С.М. Шумилкина, А.И. Урбаха, Н.П. Кириенко, Т.М. Розанова, И. Зайдлера, М. Колчак, И. Эпплтона и др.;

— исследования по архитектурно-композиционным проблемам современной практики А. Мирошина, Ю. Земцова, А.И. Урбаха, М. Лина, Д.К. Берштейна и др.

Диссертация состоит из трех глав посвященных соответственно обобщению опыта развития и формирования городских пассажей, анализу факторов, влияющих на композиционные решения, и раскрытию принципов архитектурной организации, и обоснованию предложений по совершенствованию.

**Глава 1.**

Обзор формирования архитектуры городских пассажей

Несколько десятилетий назад в подходе к проектированию пассажей произошел принципиальный перелом, который можно было бы охарактеризовать в первую очередь отходом от строгости исторически сложившихся моделей пассажей и пересмотром принципиальных установок. К настоящему моменту в современной архитектуре сложился еще один концептуальный подход – использование старых традиций на базе новых технологий, уже опробованных в предыдущий период развития пассажей. Проблема, поставленная изменением моделей торговой среды, привела к изменению пространственного поведения вообще, как основополагающего принципа всей городской традиции. Экстремальное изменение масштабов городов оказалось несовместимо с гораздо более медленно меняющейся психикой человека; стремительное индустриальное развитие, продиктовавшее в последнее время совершенно определенные тенденции развития в архитектуре, вошло в конфликт с человеческим аспектом. Для реализации своих намерений человек должен понять свои истоки и новые пространственные связи и объединить их в новую пространственную концепцию. При этом, если раньше основной задачей архитектора было помочь человеку найти необходимую точку опоры, конкретизировать его образы и желания, то теперь в центре внимания – обеспечение возможности вариантных решений внутреннего пространства, не утрачивая при этом его неповторимости и ни в коем случае не теряя его функциональности. В результате в свое время резко вырос интерес к эстетической стороне внутренней среды и ее связи с соц.основами проектирования при создании выразительных архитектурных образов.

Новая концепция торговли в целом теперь не только продать товар, как это было раньше, а создать определенную среду, атмосферу торговой деятельности и увеличить количество посетителей, привлекая их дополнительными функциями пассажа и его связью с городской средой и с другими элементами и формами торговых и обслуживающих зданий. Так повышается роль эстетики, социологической и функционально-технологической основы композиционного проектирования.

Концентрация и интеграции функций придают пассажам особые качества, отличающие его от других торговых зданий. Многофункциональность отражает тенденцию непрерывного обогащения функций и технологий, усложнение пространственных взаимодействий.

**1.1. Историко-экономические и градообразующие предпосылки и социальные факторы, влияющие на формирование и тенденции развития пассажей.**

Появлению во второй половине XVIII века пассажей как новой формы торговых зданий способствовало много факторов. Социально-экономические преобразования петровской эпохи и последующее бурное развитие торговли России обусловили активно развернувшееся в этот период строительство зданий торгового назначения. В русской архитектуре того времени получают широкое распространение несколько устойчивых типов торговых зданий, различных по своей планировочной и объемной структуре – «торговый двор», «торговый ряд», купеческий дом с лавками в первом этаже, товарные склады.

Проектирование торговых сооружений во второй половине XVIII века осуществлялось с учетом их активной роли в архитектурно-пространственной организации городского ансамбля. Проекты торговых центров в Петербурге, Твери, Ярославле, Нижнем Новгороде, Калуге, Костроме, Касимове, Солигаличе и проектные материалы регулярных планировок городов подтверждают это *(схема 2).* Концентрация городской торговли в одном определенном месте, на территории торга, и запрещение купцам торговать в других частях города было необходимо для осуществления таможенного контроля за ввозом и вывозом из города товаров и для сбора пошлин с купцов. Розничная торговля осуществлялась в лавках торговых рядов и являлась привилегией местных купцов и жителей слобод, а все приезжие иноземные и иногородние русские купцы имели право вести в городе только оптовую торговлю и только на территории специально отведенных для них торговых дворов. Такой порядок торговли сложился еще в XVI веке и был закреплен соборным уложением царя Алексея Михайловича в 1649 году. Жесткое разграничение городской торговли на розничную и оптовую сказалось на особенностях организации торга.

Распад феодальной системы и дальнейшее развитие общественного разделения труда обусловили в XVII веке значительный рост населения русских городов и, следовательно, более интенсивное по сравнению с предыдущим периодом развитие внутренней торговли. Происходит децентрализации торговли, появляются торговые места в других частях городов, в ряде случаев складывается несколько торговых зон. Параллельно формируются и самостоятельные оптовой торговли – комплексы товарных складов («магазейнов»), расположенных обычно вблизи транспортных путей.

Все это требует появления новых архитектурных и планировочных решений. Во второй половине XVIII – начале XIX века происходит грандиозная по своим масштабам градостроительная деятельность, направленная на переустройство старых и создание новых русских городов. Анализ регулярных планов городов этого периода показывает, что применялись различные схемы планировок торговой части. В одних городах торг проектируется в зоне административно-общественного центра, в других он составляет самостоятельный планировочный узел. При застройке могли использоваться здания различного типа. Можно выделить три основных типа торговых зданий (*схема 1*) по их функциональному назначению:

— здания для розничной торговли. Сюда относятся обывательские дома с лавками и торговые ряды;

— здания для розничной и оптовой торговли. К этому типу принадлежат торговые ряды и торговые дворы, а также склады с многочастной внутренней планировкой;

— здания для оптовой торговли. К ним, помимо торговых дворов, в основном относятся склады с различной внутренней планировкой (многочастной и зальной).

Наряду с широко распространенными торговыми рядами появляется новый специфический тип торговых зданий – пассажи, где торговые ряды образовывали внутреннею крытую галерею с верхним светом. Причем зачастую в Европе с наружной стороны пассажи обстраивали открытой галереей торговых рядов.

В Европе первые пассажи появились в Париже: галереи де Бос (1788), пассажи Фейдо (1791) и Каир (1799). Но особенное распространение в Европе рассматриваемый тип зданий получил в 20-30-е годы XIX века, когда пассажи были построены в городах Франции, Англии, Бельгии, Германии, Италии. В отличие от европейских, русские пассажи впервые появились не в городах и были вызваны не условиями городской жизни, а на ведущих ярмарках страны, в зоне наибольшего сосредоточения торговли, где ограничений в размерах торговых зданий не имелось, так как они размещались на больших открытых площадках, а требовалась необходимая защита от непогоды.

Впервые пассаж был применен на Коренной ярмарке под Курском *(рис. 1)*, у монастыря Коренная пустынь, второй по значению ярмарки России после Макарьевской. Проект был выполнен Дж. Кваренги в 1783 году, а строительство было закончено в 1812 году. Пассаж сохранял торговое значение до 1878 года, до перевода ярмарки в Курск. В основе планировки пассажа лежала структура традиционного гостиного двора – замкнутого прямоугольника, в котором три стороны составляли пассажные линии, а четвертая, выходившая на главную торговую площадь, представляла двухэтажные торговые ряды с открытыми галереями и зданием биржи посередине. Интерес представляет архитектурное построение самого пассажа. Вдоль центральной линии, имеющей одинаковые размеры по ширине и высоте (около 6,5 м), группировались два ряда небольших ячеек-лавок размером 3х6 метров. При этом во внешнее и внутреннее пространство ярмарки пассажи были обращены глухими фасадами и лишь в последствии к внешней стороне были пристроены ряды лавок. Освещение торговой линии, как и самих лавок, осуществлялось окнами, располагавшимися в боковых стенах повышенной центральной части. На Коренной ярмарке Кваренги впервые предпринял попытку ограниченного включения пассажа в архитектурно-планировочное построение гостиного двора, отведя ему дополнительную роль в общей композиции и не нарушая традиционных функциональных основ ярмарочной торговли.

Еще более грандиозный проект гостиного двора-пассажа был создан Дж. Кваренги для знаменитой Макарьевской ярмарки в 1799 году *(рис. 2)*. Пассажная линия протянулась вдоль главного корпуса более чем на 850 метров. В этом проекте Кваренги объединил приемы построения пассажа и торговых рядов, чем заложил принцип объединения пассажа с другими типами и элементами торговых зданий. Если в пассажах на Коренной ярмарке каменные фасады представляли глухие плоскости, то здесь пассаж был заключен со всех сторон рядами торговых лавок с открытыми галереями. Также был разработан прием более гибкого использования торгового пространства между пассажем и галереей: архитектор не делил большие изолированные лавки каменными стенами, а сохранил лишь основные внутренние опоры, что позволяло бы купцам иметь лавки различной площади, в зависимости от характера и количества товара. Важной особенностью проекта было наличие трех торговых этажей, что безусловно отражало значение здания, как главного архитектурного акцента в панораме низкого волжского левобережья и Макарьевского монастыря. Однако, в связи с изменением источника финансирования, проекту не дано было осуществиться. Проект же 1804 года вобрал в себя многое от своего несостоявшегося предшественника. Главное место в новом плане Макарьевской ярмарки также отводилось пассажу длинной 125 метров. Здесь уже были предусмотрены не только торговые, но и складские, жилые и конторские помещения.

Группа пассажей на Коренной и Макарьевской ярмарках показывает развитие нового типа здания по пути усложнения его пространственного построения за счет объединения с торговыми рядами. Русские пассажи не имели прямых аналогов с европейскими постройками: пассажи того времени в Париже были деревянными и представляли собой узкие крытые галереи.

В первой трети XIX века пассажи становятся очень популярными в Европе. Новинки моды нашли свое отражение в России в виде двух галерей в Москве и в Петербурге. Если в пассажах XVIII - начала XIX века доминировала торговая утилитарная функция и это отражало ярмарочный характер торговли, которая продолжалась 1-2 месяца, а в остальное время пассажи пустовали, то в городской среде важной чертой стало их объединение с различными общественными залами, кафе. Пассажи стали служить не только местом торговли, но и местом развлечений. Так стал формироваться принцип многофункциональности пассажей. К тому же появившееся в Париже торговые линии пассажей Панорамы (1824) и Жофрей и Вердо (1835), общая протяженность которых достигла 400 метров, дали новый пример организации не только внутриквартального пространства, но и объединения нескольких кварталов единой торговой галереей. Данные пассажи проходили через три квартала и даже пересекали широкий бульвар Монмартра, но это не являлось препятствием для их функционирования. Эти примеры сыграли роль образцов и предопределили появление новый русских пассажей.

Первым столичным торговым зданием возведенным по типу пассажа была Галицынская галерея по проекту архитектора М.Д. Быковкого в 1842 году. Она заняла место переулка, продолжавшего улицу Софийку и имела одну торговую линию и трехчастное построение: два объема, выходившие на улицу были трехэтажными, а основной пассаж – двухэтажным. Протяженное (75 метров) пространство пассажа служило не только местом торговли, но и для общения, встреч, гуляний. В 1848 году в Петербурге также появляется пассаж, возведенный графом Я.Э. Стенбок-Фермором между Невским проспектом и Михаловской площадью, напротив Гостиного двора. Для этого он купил два смежных участка, где собирался построить крытую проходную галерею наподобие Лондонских и Парижских пассажей. В новом пассаже длинной около 180 метров предполагалось разместить зимний сад и театральный зал, на первом этаже и в подвале должны были быть магазины, на втором этаже – служебные помещения, а на третьем – квартиры. В 1846 году проект был утвержден с некоторыми изменениями: были отменены зимний сад и подвальное расположение магазинов, а театральный зал был заменен на концертный. Петербургский пассаж показывает пример наиболее сложного для своего времени как по пространственному, прежде всего по высотному построению, так и в функциональном отношении торгового здания.

Таким образом, в период классицизма наряду со строительством традиционных торговых рядов начали возводиться специфические торговые сооружения – пассажи. В это же время выявилась и тенденция их развития, выраженная в двух направлениях: усложнения внутренней планировочной структуры, при этом особое внимание уделялось архитектурному оформлению интерьеров самих пассажей, и объединения торговых линий с помещениями культурно-развлекательного, административного и жилого назначения, что существенно повысило их общественную значимость в структуре города. Пассажи конца XVIII – средины XIX века – важный этап в становлении и развитии этого типа зданий, предшествующий их широкому строительству в капиталистический период.

Новый период в концепции развития пассажей пришел вместе с промышленной революцией, принесшей в строительство железо и стекло. Новаторски мыслившие архитекторы начали приспосабливать конструкции из стекла для создания больших, хорошо освещенных и в то же время вполне экономичных интерьеров. В 1828 году Уорен и Баклин спроектировали «Аркады», трехэтажные торговые галереи в городе Провиденсе, штат Род-Айленд. По мере того как в середине XIX века стеклянные пространства увеличивались в размерах, архитекторы все чаще обстраивали их обычными зданиями.

Развитие транспорта способствовало интеграции культур, Европа заново открывает для себя восток, что не могло не сказаться и в архитектуре. Идея восточного базара, фактически прародительница современного пассажа, подталкивает архитекторов к идеи крытых торговых улиц. Так в 1867 году Д. Менчони создает галереи Виктора Эммануила в Милане *(рис. 3)*, которые сочетают в себе и идею восточного крытого базара, и образ зданий всемирных выставок. Сооружение пассажей и променадов в торговых центрах достигло наивысшей точки в здании ГУМа, архитектор А.Н. Померанцев, в Москве в 1889-1893 годах.

Функциональные и пространственные характеристики внутренней среды

Функциональная организация пассажей достаточно подробно изучена в современной типологии, ее проблемам посвящено значительное количество работ. В большинстве из них подчеркивается, что важнейшим функциональным и композиционным элементом построения внутренней среды является общественное пространство. По степени связи с внешней средой оно интерпретируется как замкнутое или открытое, по форме — протяженное. Общественное пространство позволяет в той или иной мере создать специфическую эмоциональную среду, способствующую интенсификации общественно-торговой деятельности, возникновению контактов посетителей, обеспечению условий для отдыха и развлечений.

Приводится, например, следующие функции общественного пространства в построении целостного интерьера: объединение помещений, выделение зон, ориентация посетителей, обеспечения резерва развития. Один из вариантов общественного пространства — пассаж.

В ряде работ исследователи, отмечая идентичность характера основных процессов, протекающих в различных предприятиях пассажей, объединяют их в автономные системы — функциональные зоны. Так торгово-промышленная зона предназначена для обслуживания посетителей, организации досуга, информации и развлечений; хозяйственная — для производственных и вспомогательных процессов, связанных с торговлей и обслуживанием; транспортная — для доставки и разгрузки товаров, а так же подъезда посетителей. Причем зачастую подземные помещения используются под вспомогательные и транспортные функции, а надземные под обслуживающие, развлекательные и деловые, хотя такое деление отнюдь не обязательно, и современные проекты подтверждают это (торгово-развлекательный центр на Манежной площади).

В процессе развития моделей пассажей происходит постепенная дифференциация функциональных зон по уровням, что способствует превращению вертикальных коммуникаций в важнейший элемент взаимосвязи между зонами .

Однако, на современном этапе проектирования пассажей принцип функционального зонирования существенно изменяется, приобретая «пространственный» характер. Крупные структурные композиции часто включают в себя целые фрагменты городской среды, превращая их в один или несколько своих уровней. Благодаря совершенствованию технологий стало возможной организация на одном уровне и даже в одном и том же пространстве процессов, протекающих в различных функциональных зонах. Повышается интенсивность использования территории пассажей и прилегающих комплексов, увеличивается число предприятий, совершенствуется предметно-пространственная среда, развиваются формы попутного обслуживания и т.д. При этом наряду с ростом значимости коммуникационных систем непрерывно продолжается процесс сокращения вспомогательных и обслуживающих помещений.

Отмечается, в частности, что с укрупнением предприятий торговли, входящих в состав пассажей, наметилась тенденция к изменению пропорций между торговыми площадями и складскими помещениями в направлении увеличения первых и сокращения вторых (более подробно этот вопрос рассмотрен в главе по технико-экономическому обоснованию), что позволит значительно увеличить пропускную способность объектов. Необходимым условием перспективного планирования становится обеспечения возможности вариантности торговых площадей самого пассажа и увеличения торговых залов, примыкающих комплексов, без значительной реконструкции.

Необходимо отметить ряд аспектов, связанных с принципом гибкого планирования, цель которого универсальное использование помещений пассажей *(табл. 1)*.

Во-первых, изменение в технологии. Совершенствование технологического процесса, позволяющего использовать механизацию и повысить уровень комфорта обслуживания, требует новой функциональной организации сооружений, рабочих площадей и других помещений *(табл. 2)*. Исходя из этого, многие объекты пассажа целесообразно проектировать на основе универсальной конструктивной системы с укрепленной сеткой опор с целью создания пространств, меняющих во времени свои функции и параметры. Свободную планировку при укрупненной сетке колон широко применяют в отечественной практике строительства. Для расчленения внутренних пространств используют стационарные и раздвижные перегородки, ширмы-экраны, мебель и торговое оборудование.

Совершенствование конструктивной системы может идти по нескольким направлениям: введение укрупненной сетки колонн с равными габаритами (до 12х12 м); устройство трансформирующейся сетки колонн (сдвижка рядов колонн между собой); устройство конструкций, позволяющих устраивать различные по размерам участки перекрытий и отступы от наружного ограждения от линии колонн общественных пространств и коммуникационных узлов (ферм, стержневых систем, оболочек), внедрение более эффективных материалов. Надо заметить, что именно последнее предопределило развитие и популяризацию пассажей еще на рубеже веков. Попытки следования великолепию дворцов привели к использованию вновь появившихся тогда материалов: фантастические композиции из стекла и железа стали обрамляться внешней железной оболочкой.

Вторым важным аспектом в развитии гибкой планировки является моральный износ отдельных элементов конструктивно-планировочного решения. К ним относятся торговые залы, складские помещения, а также бытовые и административные, которые служат ограниченный срок и, следовательно, должны допускать быструю и экономически эффективную реконструкцию.

Одним из средств повышения универсальности торговых сооружений является объединение в блоки их наиболее долговременных элементов: конструкций каркаса, покрытий, инженерного оборудования, и размещения этих блоков в плане так, чтобы при возможных трансформациях не потребовалась их реконструкция.

Организация специализированных предприятий в структуре пассажа позволяет значительно расширить ассортимент товаров внутри определенной товарной группы, что ведет к увеличению товарооборота, повышению комфорта обслуживания, появлению специфической атмосферы в пассаже, существенно повышающей его привлекательность для посетителей.

Применение новых технологий ведет к переменам, касающимся основ организации каждой из функциональных зон. Необходим поиск такого пространственного решения, которое способствует уравновешиванию потоков посетителей на разных уровнях, усилению дефференциации между устройствами внутри пассажа, обслуживающими пассажирский и грузовой транспорт.

Наиболее значительные перемены в функциональной организации крупных пассажей были вызваны качественным развитием центральных общественных пространств. Рост архитектурно-композиционного значения единого внутреннего пространства способствовал выделению торгово-пешеходной зоны как ядра всей структуры, вокруг которого формируются все остальные зоны. Поэтому можно говорить о всевозрастающей роли пассажа не как самостоятельного торгового объекта, а в связи с целыми торговыми и обслуживающими комплексами. Иными словами, возникла необходимость рассмотрения подобных комплексов как сложных целостных систем. Пассаж становится, с одной стороны, связующим остовом для многофункциональных деловых и общественно-торговых центров, с другой стороны, пассаж используют при проектировании пешеходных зон, с третьей стороны, именно в нашей стране, пассаж нашел свое применение в строительстве "малых пассажей", чему примером могут служить различные объекты, в т.ч. на территории бывшей ВДНХ.

Основными структурообразующими элементами современных крупных пассажей можно назвать три подсистемы:

— пространственно-коммуникационный остов (общая пешеходная зона);

— функциональная ткань (предприятия);

— система обеспечивающих коммуникаций, куда входят пешеходные пути, общественный надземный и подземный транспорт.

Это позволяет достаточно четко представить структуру пассажа как системы, не оставляя без внимания основные связи, организующие эту систему. Выделенные три элемента будут в дальнейшем приняты за основу для анализа архитектурно-композиционных вопросов.

Главной системообразующей связью крупного городского пассажа является функционально-пространственное единство связанных с ним объектов, которое в свою очередь обусловлено внутренними и внешними связями.

Внутренние факторы определяют целостность объекта, как организма, и гармонию этой целостности. Внешние же факторы выражают связи объекта с окружением и гармонизацию этих связей.

Методы системного подхода позволяют учесть взаимодействие этих факторов и представить пространственную структуру крупного городского пассажа как динамическое равновесие между внутренних факторами, определяющими связанность целого, и внешними факторами, ограничивающими его. Взаимодействие факторов осуществляется на основе вполне определенных качеств пространства: масштаба, величины, формы, членений, пластики, цвета, расположения элементов и т.д.

В результате можно предположить следующее. Определение зависимостей между функциональными требованиями и пространственными характеристиками внутренней среды, и затем анализ найденных связей в зависимости от градостроительной ситуации позволит выделить доминирующую систему формирования пространственной структуры пассажа в целом как единства пространственных зон.

Для применения изложенной методики в конкретных исследованиях и проектировании необходимо иметь ввиду два обстоятельства, существенных в формировании внутреннего пространства пассажа и связанных с ним комплексов.

Во-первых, традиционная индивидуальность внешних факторов. Требования, предъявляемые им к архитектурной среде объекта в целом, сугубо специфичны из-за большого разнообразия частных случаев (особенности города, характер участка, окружающая застройка, традиции региона и т.д.).

Во-вторых, стабильная универсальность внутренних факторов. Требования этой группы в основном могут быть описаны стереотипами (например, поведения людей в общественно-торговой среде, распределения потоков посетителей, технологии торгового обслуживания, объединения предприятий и т.д.).

Суммируя вышесказанное, отметим, что на современном этапе развития пассажа как типа, в связи с появлением крупных структурных композиций, на смену функциональному зонированию приходит принцип пространственного зонирования. Здесь можно говорить о ряде его основных положений, предусматривающих:

— пространственную интеграцию идентичных функционально-технологических процессов различных зон;

— пространственный характер организации каждой зоны и взаимосвязей между ними;

— выделение общественного пространства пассажа как функционального и композиционного ядра целого комплекса;

— повышение значимости коммуникационных систем как для посетителей, так и для товаров;

— усиление функциональных и пространственных связей внутренней среды пассажа и городского окружения.

Основные концепции организации пространства пассажей, тенденции взаимосвязей внешних и внутренних пространств.

Активность торговли, как одного из важнейших жизненных факторов, стимулируется различными средствами информации — телевидением, журналами, а также самой атмосферой торговой среды.

Торговая деятельность как городская традиция полна смысла только в том случае, когда она связана с определенным местом и окрашена характером этого места. Городской пассаж — это идея, принцип, но не всегда определенная форма, его внутреннее пространство, являясь частью городской среды, должно решаться по принципу многофункциональности самого городского пространства. Самой распространенной идеей является трактование пассажа как модели улицы, города. Внутреннему пространству и физически и метафорически придаются свойства двух основных качеств города: качество пути (торговая улица) и качество места (торговая ячейка, зал). Эта двойственность отражает природу пассажа, как всякого крупного общественного здания, — оно частично принадлежит городскому уровню, но в то же время и уровню дома, так как обеспечивает человеку определенный уют.

Современный крупный городской пассаж живет посредством своих путей — торговых моллов и атриумов. Происходит трактование пространства в нескольких смысловых измерениях *(рис. 3, 4)*. Таким образом модель города, воплощенная в нем, становится в известной степени полноценной и имеет право на существование *(рис. 5)*.

Современный этап развития торговли приводит к новым принципам проектирования торговых пространств, характеризуемым несравненно более высоким профессиональным и общекультурным уровнем. Первый из них связан с системой реальных пространственных размеров, которые постигает человек, попадая в центральное пространство — крытый пассаж. Второй — исторический: от культивированных исторических образов до современной индустриальной эстетики. Третий принцип основан на ряде элементов экстерьера в интерьере.

В настоящее время все большую актуальность приобретает подход к проектированию пассажей как объектов связанных не только с организацией потребления, но и выступающих в качестве носителей коммуникативной функции. Формирование таких пространств развивает архитектурные приемы прошлого, возвращая городу его традиционные элементы. При этом важно, что введение элементов окружающего городского пространства во внутреннюю среду пассажа может стать одним из основных факторов, помогающих сблизить качества реально существующего пространства и того пространственного образа, который складывается в сознании посетителя. Этой цели сейчас великолепно служат пешеходные зоны.

Для анализа взаимосвязи внешнее-внутреннее необходимо выделить конкретные общие критерии, на основании чего возможно сравнение этих двух типов среды. Основными характеристиками среды могут быть названы: наличие главного (общественного) и второстепенных пространств, их органичная взаимосвязь, информационная насыщенность всех зон, масштабная многоплановость и т.д. Основные характеристики внешней и внутренней среды пассажа качественно аналогичны в функциональном и пространственном отношениях, и по этим направлениям возможен анализ их взаимосвязи и взаимовлияния.

Факторы формообразования, определяющие свойства этих пространств, также принадлежат к единой системе, — они имеют одинаковую функциональную структуру и различаются только компонентами. Это подтверждается, в частности, и методикой применения одной формальной модели для различных архитектурных подсистем (например, внешнее-внутреннее, *рис. 6*).

Рассмотрим композиционные средства взаимодействия. Несомненно, одним из важнейших является система композиционных осей *(схема 4)*. Она отображает структуру пассажа и его объемную форму — это и зримое выражение системы внутренних пространств, и элемент композиции ансамбля, в ней проявляется опосредованное взаимодействие двух активных сред. Данный фактор имеет решающее значение, так как взаимосвязь и соподчинение композиционных осей отдельных фрагментов пассажа позволяет добиться целостности всего ансамбля. Выбор системы осей, как правило, определяется градостроительной ситуацией.

Вторым важным композиционным средством является система граничных пространств и элементов. Ими могут быть: входы и въезды в здание, пешеходные галереи, информационно-распределительные пространства, «зимние сады» и т.д.

Тенденция использования средств экстерьеризации интерьера особенно отчетливо проявляется в композициях, связанных со специфическими условиями проектирования становятся все более массовыми. Например, пассаж в ценной исторической среде, как это было сделано при проектировании многофункциональных пассажей на Невском проспекте в Питере. Подробнее этот пример будет рассмотрен ниже.

Специфика архитектурной композиции подобных сооружений заключается как раз в использовании широких возможностей решения экстерьера в интерьере. Световые дворики, декоративное озеленение, водные поверхности и фонтаны, части старинных сооружений — все это средства архитектурно-художественных решений, способных обеспечить приятную и привычную обстановку, легкость и равноценность пространственной ориентации, композиционное единство разных уровней, фрагментов нового и старого.

В условиях сложившегося исторического центра аналогичные приемы могут способствовать сохранению разнообразия объемно-пространственных соотношений существующей застройки, сложившихся типов городских пространств и традиционного масштаба.

Выводы по главе 1

Идея пассажей как центров общественной и торговой жизни, заложенная еще в конце XVIII века, в настоящее время получила новый импульс к развитию. В последние десятилетия в развитии архитектуры торговых центров во всем мире стало заметено возвращение к традиционным моделям пассажей, но с добавлением новых функций, продиктованных не только временем, но и принципиально новой системой организацией торговли и общественного отдыха, что породило изменение творческих установок с учетом психологических факторов восприятия внешней и внутренней среды, всего городского пространства, что стало закономерным результатом развития современной архитектуры.

Основными факторами выступающими за использование пассажа при решении торговых и общественных зон являются *(схема 3)*:

— традиции планировки и архитектуры (восточные базары, всемирные выставки, торговые ярмарки);

— принципы планировки города (от первых регулярных планов, где торговые центры проектировались (например, в административно-общественном центре), до современных планов, когда планировочные оси связывают с уже существующими важными градообразующими элементами);

— задачи сохранения и реставрации культурно-исторических и обитаемых частей города;

— экономическая выгода в организации пассажей по сравнению со строительством крупных торговых центров;

— решение коммуникационных функций.

Таковы основные исторические предпосылки и современные тенденции проектирования крупных городских пассажей, представляющих интерес для настоящего исследования.

Глава 2.

Анализ архитектурно-типологической организации городских пассажей.

Главной структурной связью пассажа как типа является функционально-пространственное единство составляющих его объектов, которое в свою очередь определяется рядом внешних и внутренних связей.

К внутренним структурным связям относятся связи между основными элементами самой структуры: пространственно-коммуникационным остовом, функциональной тканью и обеспечивающими коммуникациями.

К внешним структурным связям могут быть отнесены функционально-технологические и архитектурно-пространственные связи с окружающей средой.

Такое разделение связей дает возможность последовательно выявить механизм взаимодействия между элементами внутри структуры, и структуры в целом с окружающей средой, а следовательно, раскрыть закономерности, лежащие в основе ее архитектурно-композиционного формирования.

Для этой цели основные структурные связи будут рассмотрены по четырем группам факторов, выделенным в разделе о характеристиках внутреннего пространства предыдущей главы.

Обновление композиционных средств организаций внутренних пространств все активнее осваивается в теории практике архитектуры. На основе анализа современных тенденций можно выделить так же четыре аспекта процесса проектирования, в которых закономерности нового композиционного подхода наиболее очевидны, а именно:

— исходная концепция внутреннего пространства;

— композиция пространственных зон;

— формирование световой среды;

— взаимосвязь внутреннего и внешнего пространства.

2.1. Основные тенденции в организации внутренних пространств, связь с другими типами зданий

На протяжении десятилетий вплоть до настоящего времени архитектура торговых центров ассоциировалась в основном с фасадом, витриной магазина, даже если торговые витрины направлены не на оживленные улицы, концепция улицы сохраняется — те же витрины обращены к внутренней торговой улице, т.е. к пассажу. Это лишь фасадное решение, возможно, за исключением атриумов. Попытки же объединения в пассаже новейших материалов, конструкций и технологий со специфическим характером городской среды и сложившимся масштабом окружения средствами современного проектирования предпринимаются в основном лишь в крупных и сверхкрупных объектах.

Внимание проектировщиков неизменно обращается к пассажам или, как их еще называют, торговым моллам, которые по-прежнему составляют композиционную основу большинства современных торговых центров во многих странах.

Пассажи — это крытые пешеходные пути вдоль торговых зон, которые либо являются продолжением внутри центра прилегающих городских улиц, либо образуют самостоятельные системы внутренних коммуникаций, либо объединяют и то и другое. За более чем вековую историю развития пассажа как типа накоплено бесконечное число разнообразных объемно-пространственных решений и планировочных схем.

Попытка проанализировать взаимосвязь между городской формой и различными моделями внутренних пространств торговых сооружений наиболее полно была представлена в работах английского исследователя Б. Мейтленда.

Он начал развивать теорию молла с вопроса: чем определяется частота повтора и зависимость между собой таких элементов как улица, перекресток, площадь и т.д. Анализируя существующие проекты, становиться заметна достаточно жесткая ритмичность чередования различных пространств и функциональных зон. Затем он выделил планировочную сетку узлов с приблизительно 200-метровым интервалами — как наиболее характерную для городской структуры, и она оказалась одинаково пригодной и для небольшого городка пешеходного масштаба, например, средневекового города северной Италии, и для обычного современного торгового крытого центра, где максимальные пешеходные дистанции между «магнитами»-универмагами устанавливаются в 200 метров.

В другой своей книге, целиком посвященной проектированию торговых моллов (или пассажей) нового поколения, Мейтленд поднимает эту теорию на более высокий уровень обобщения, провозглашая в заключительной главе тот факт, что интегрированная городская структура может быть достигнута только системой моллов между узловыми точками — центрами оболочки городского архитектурного окружения. При этом будет обеспечена необходимая степень гибкости развития самих объектов, что не было достигнуто в более жестких архитектурно-пространственных решениях британских торговых центров: Камберноулда или Милтон-Кейса.

В качестве исходных фактов для построения модели взаимоотношений внутреннего пространства пассажа и городского окружения можно выделить следующие:

— основными направлениями пространственно-коммуникационного остова пассажа являются оси прилегающих городских улиц, тогда как дополнительные коммуникации относительно независимы от окружения;

— существует определенная ритмичность чередования различных функциональных зон и пространств, аналогичная другим пространственным структурам (корридор — комната, пассаж — атриум, улица — площадь, просека — поляна);

— пешеходные схемы пассажей строятся, как правило, на основе планировочной сетки узлов с максимальным модулем 200 метров;

— пространственные доминанты внутри пассажа, так называемые узловые точки, соответствуют особым чертам городского окружения *(схема 4).*

Несомненно, что одним из важнейших факторов, характеризующих влияния на городское окружения на формирование внутренней среды пассажа, является тип центрального коммуникационного пространства. Анализируя международный опыт, видно, что установилось весьма стабильное соотношение крытых и открытых форм. Подавляющее большинство композиций (около 80%) — крытые.

Крытым архитектурным формам отдано предпочтение и представителями торговли, привлеченными возможностями более строгого контроля среды и технологической дисциплины, стабильностью торговли, и посетителями, нашедшими в них более привлекательную атмосферу. К тому же довольно многочисленны примеры реконструкции пешеходных торговых улиц в крытые пассажи, связанные и пешеходным и транспортным движением, например, общественно-торговые центры Марцан в Берлине, Гранд Авенью в Милуоки.

Появляется необходимость в крупных подземных гаражах, которые можно рассматривать как специфически крытые.

Наряду с очевидными преимуществами крытые архитектурные формы отличаются и рядом недостатков. Самый серьезный из них связан с тем, что все более становится заметно пренебрежение внешним городским пространством, архитектурным и городским окружением. Тщательно разработанная архитектура торговых пассажей обращена внутрь сооружений, тогда как на городские площади и магистрали выходят в основном глухие стены, сплошные витражи, иногда оживленные рекламой, или разгрузочные платформы.

Контраст подходов «изнутри» и «снаружи» приводит к парадоксу: интересные интерьеры, разнообразие пространственных решений и зачастую глухие и довольно скучные экстерьеры. Результатом такого подхода неизбежно становится исчезновение оживленности участка городской среды вместе с посетителями пассажа, покидающими улицы.

Однако, в ряде проектов намечается преодоление такого отношения к городскому окружению. В них крытые торговые пассажа визуально и физически связывают внешние пространства, предоставляя пешеходам самостоятельный выбор — быть внутри или снаружи. Это взаимное усиление альтернативных сред не только укрепляет городскую активность, но и делает внутреннее общественно-торговое пространство более привлекательным. *(рис. 7)*

Идеальным примером такого подхода могла бы стать реализация проекта реконструкции Невского проспекта в Санкт-Петербурге в виде системы общественно-торговых пассажей (архитекторы Ю.Земцов, И.Кукуева и др.).

В отношении открытости коммуникаций эта система носит комбинированный характер. Каждый из пассажей представляет собой многофункциональный комплекс, объединяющий, в одном случае, универмаг, несколько кафе, выставочный зал, рекреации, а в другом случае, магазины, ресторан, столовые, дискотеку, гостиницу, жилые квартиры и т.д. Композиционную основу каждого комплекса составляет открытая сквозная пешеходная улица с несколькими мини-атриумами в местах жилых дворов. Для комфорта посетителей используются светопрозрачные своды и стеклянные арочные навесы.

Часть посещений расположена ниже основной пешеходной платформы и визуально связана с ней проемами в перекрытии. В результате, проект демонстрирует тактичное отношение к сложившемуся городскому окружению, умелое использование существующих пространств пассажей, функционирующих круглые сутки, способствует возникновению интегрированной внутренней среды центра и непрерывной целостности всей пешеходной зоны.

Анализ модели взаимодействия различных пространственных сред позволяет сформулировать следующие положения, касающиеся факторов влияния городского окружения:

— в каждом конкретном случае необходимо тщательное изучение сложившейся планировочной структуры участка для точного определения требуемой длины и конфигурации внутренних пешеходных коммуникаций;

— особое внимание должно быть уделено организации граничных пространственных элементов взаимодействия, например, как средству привлечения посетителей;

— при выборе моделей в аналогичных градостроительных условиях необходим тщательный учет различий в социальных и культурных традициях городов;

— современная техника благоустройства позволяет организовать обширное внутреннее озеленение. Превращение торговой улицы в парк усиливает в пассаж функцию места отдыха, заложенную, например, кафе, барами и т.д.;

— использование в основе проектирования пассажей структурной сетки с интервалом в 200 метров адекватно как для крупных городов, так и для малых;

— каждый пассаж должен иметь свой «магнит», являющийся одновременно важнейшим элементом градостроительной ситуации участка. Здесь наблюдается тенденция использования в этих целях наряду с магазинами так же ресторанов, клубов, других предприятий обслуживания.

Однако, учитывая тенденции развития пассажа не только как торгового комплекса, но как места отдыха, вполне логично использование в качестве «магнитов» предприятия культурного обслуживания населения. Например, это может быть картинная галерея или выставка. Это также может быть открытая сцена типа «зеленый театр», аналогично тем, которые были обустроены в парках культуры и отдыха в советский период.

Основная цель архитектурной организации внутреннего пространства пассажа состоит в создании условий для разнообразного и интенсивного осуществления всех сторон общественно-торговой деятельности. Основными социальными функциями внутренней среды пассажа являются: активизация общественно-торговой деятельности, повышение комфортности пребывания посетителей, экономия свободного времени, экономия территории и т.д. Для этой цели могут использоваться средства, влияющие на интенсивность освоения среды, а именно:

— распределение функций по пространственным зонам;

— соотношение пешеходной и общей площадей;

— распределение пешеходных маршрутов;

— количество микрозон в пространстве;

— разнообразие пространственной среды.

Основу решения составляет разработка технологической схемы пешеходно-транспортных коммуникаций. Она складывается из определения основных входов и выходов, путей подъезда, кратчайших транзитных проходов, расположения рекреационных зон, элементов многофункционального комплекса попутного обслуживания.

Параметры комфортности внутренних пространств выделяются по двум направлениям: выбор деятельности и зрительное восприятие.

При проектировании необходимо учитывать влияние различных факторов, которые, собственно, и диктуют характер архитектурно-композиционного решения внутреннего пространства пассажа как самостоятельного общественно-торгового предприятия, так и в составе многофункционального центра. К этим факторам в первую очередь необходимо отнести:

— транспортные устройства;

— технологические линии и установки;

— системы освещения;

— торгово-выставочное оборудование;

— графический дизайн;

— мебель;

— реклама.

2.2. Архитектурная композиция и световая среда внутренних пространств, особенности восприятия

Массовое внедрение неторговых функций в структуру пассажа существенно меняет традиционные модели поведения посетителей. Объединение торговли с развлекательными центрами, предприятиями нетрадиционного питания, игровыми элементами т.д. — все это придает покупательской активности характер, не ограниченный чисто прагматической целью купить товар.

Объектом проектирования в архитектуре всегда является пространственная форма. Множество функций проектируемого объекта подразумевает многообразие пространственных форм. Для того, чтобы все элементы сложного комплекса (от большой формы до малой детали) были органично связаны, необходимое четкое представление об иерархии композиционных средств и соответственное их использование в проектировании.

Предлагается следующая классификация уровней композиции:

— общая композиция внутренней среды пассажа;

— частная композиция функционально-пространственной зоны;

— элементарная композиция отдельного пространства или помещения;

— композиция архитектурной детали.

Специфическая особенность пассажа как многофункционально сооружения — совокупность общей и частной композиции пространства.

В последнее время однозначные метрические построения внутреннего пространства стали недостаточно эффективными, и поэтому практически не используются. Внедряются более сложные групповые ритмы, сбои групповых систем, острые противопоставления плотных и разреженных пространств, сложные отношения вертикальных доминант. Усложнению содержания общественно-торговой деятельности соответствуют более сложные, чем раньше, средства архитектурной выразительности.

В отличии от пассажей, построенных лет 15–20 назад, в современных торговых комплексах практически не используется симметрия пространственных решений. Ибо она вызывает неизбежные, неразрешимые противоречия — как относительно внешней среды городского окружения, так и применительно ко вновь создаваемой внутренней среде: симметрия ограничивает возможности последующего включения новых связей и новых пространств. Необходимость дополнительного роста в перспективе неизбежно столкнется с жесткостью системы и либо вызовет функциональные затруднения, либо разрушит саму симметрию пространства.

Таким образом, в неопределенном, сложном, но структурированном пространстве, видна альтернатива безграничной мобильности и разнообразия композиций.

В общем виде, внутреннее пространство пассажа — это одновременная целостность, где уровни, взаимодействуя, формируют сложное динамичное поле. Посредством визуального восприятия части этого поля осваиваются, но общий образ внутреннего пространства существует независимо от единичной ситуации.

Развитие общественно-торговой деятельности требует, чтобы необходимая часть ориентации во внутреннем пространстве осуществлялась индивидуально каждым посетители, а основная структура была общественной, обеспечивая атмосферу социальной интеграции. Для того, чтобы это условие выполнялось, при построении пространственной композиции должен учитываться механизм реакции посетителя, или обратная связь, которую можно характеризовать так:

— приведение структуры архитектурного пространства пассажа к индивидуальному пространственному поведению;

— перевод индивидуальной пространственной концепции в реальные архитектурные структуры.

Таким образом, композиция внутреннего пространства обязательно включает в себя компоненты не только объективные — геометрические параметры, функциональные свойства и т. д., нормирующие поведение посетителя однозначно, но и подвижные ситуативные значения и эмоциональные переживания, то есть широкий спектр духовных состояний человека. Именно этим факторам придается колоссальная значимость в иерархии профессиональных категорий современного проектирования торговых комплексов.

Внутренне пространство пассажа, как и всякое архитектурное пространство, состоит из различных «освоенных» человеком фрагментов, которые специфически воздействуют на него и друг на друга. Возникают специфические зоны различной насыщенности и значимости, например, атриумные помещения, большой зал и крохотные пространство любимого кафе, магазина. Отсюда проявляется вторичная структура того же внутреннего пространства как следствие его ситуативной неоднородности для воспринимающего. При этом необходимо учесть также многообразие моделей поведения и их развитие во времени. (рис. ?)

В результате выявляется довольно сложный и динамичный контекст для анализа композиции внутреннего пространства. Собственно анализ состоится по следующей схеме:

— выделение видов неоднородности пространственных зон;

— выделение содержательных признаков и правил соединения неоднородных частей;

— выявление своеобразия осмысления структуры внутреннего пространства в композиционной манере архитектора, направления, стиля;

— определение общих методов поиска и композиционной работы со структурой внутреннего пространства.

Анализ по приведенной схеме позволяет сделать следующие выводы.

В творческой практике ряда современных направлений проектирования пассажей существует устойчивая связь между качественными признаками разделения пространства на зоны, элементы, детали, и принципами их упорядочения в целостное произведение.

Гармоничное единство внутренней среды пассажа обеспечивается выполнением двух условий: пространственной целостности коммуникационного остова, то есть торгово-пешеходного молла, и вариабельности пространственных структур составляющих предприятий (на основе гибкой планировки и универсальности конструктивных решений).

Иерархия пространственных зон и фрагментов в композиционном отношении строится на основе главных направлений движения посетителей с учетом различных моделей их поведения. Система композиционных осей определяется осями и доминантами архитектурного окружения.

Композиционное взаимодействие пространственных зон пассажа осуществляется посредством граничных элементов — точек перехода из одной пространственной среды в другую: из интерьера во внешнее пространство, из замкнутого внутреннего двора или атриума в торговый пассаж, и т.д. Фиксация таких точек планировочными и объемными средствами способствует упорядочению зрительного восприятия, формированию у посетителя устойчивого образа или его фрагмента в виде запоминающихся, художественно полноценных композиций.

Важнейшее значение для композиции внутреннего пространства имеет система его освещения, выбираемая в каждом случае индивидуально в зависимости от характера сооружения, контингента посетителей, а также от целей освещения, методов экспозиции, предполагаемых затрат и пр.

Одним из главных принципов организации световой среды является гибкость системы освещения. Для выделения конкретных принципов организации световой среды рассмотрим ряд композиционных приемов, наиболее характерных для современной практики.

С композиционной точки зрения наибольший интерес представляют решения, в которых выражена попытка синтезировать систему освещения и архитектуру. Большинство таких композиций связано со специфическими решениями перекрытий. *(схема 5).*

В отличии от традиционного торгового пространства с плоским подвесным потолком и однородным искусственным освещением все чаще используются плавные линии сводов, оболочек, а также наклонные перекрытия. Благодаря этому облегчается устройство фонарей верхнего света, обеспечивается разнонапряженная световая среда, интерьеры преобретают своеобразие и неповторимость *(схема 6)*.

Так, еще в торговом центре в Кэидене (Великобритания), архитектор Н. Гримшоу, используется система ферм арочного типа, перекрывающая огромное нерасчлененное пространство торговых залов. Подвесной потолок, повторяющий форму арки, ограничивает высоту в пределах от 2,75 до 5,0 метров. Мягкость плавного очертания потолка создает в интерьере приятную световую среду благодаря равномерному изменению освещенности. Отдельные участки, например, зона расчетных стоек, фрагменты экспозиции и входы, дополнительно освещаются направленными источниками и боковым естественным светом через обширное остекление фасадов.

Пассаж, благодаря прозрачным перекрытиям, как и улица относятся к многосветному пространству с постоянно меняющимся освещением, что особенно оживляет среду, устанавливая дополнительные эмоциональные связи с посетителем и делая ее еще более привлекательной для человека *(рис. 8)*.

Привлекательность для посетителей естественного освещения очевидна. Как правило, оно широко используется на открытых участках торговых моллов и атриумов, и в виде фонарей — в торговых залах. Замечено, что высокий уровень естественного освещения притягивает людей больше, чем искусственно освещенные витрины, что еще раз подтверждает особую привлекательность пассажа по сравнению с другими формами торговых зданий.

Основные тенденции современной практики проектирования и реализации световой среды позволяют сформулировать следующие принципы проектирования гибких систем освещения.

1. Максимально возможное присутствие естественного света обеспечивает ориентацию человека в пространстве и времени, его связь с окружающей средой и психологическую потребность перемен;

2. Переходные зоны от естественного к искусственному и наоборот должны обеспечиваться транзитной системой освещения. С помощью датчиков она контролирует освещенность — для уменьшения бликов, и цветность — для психологической адаптации;

3. Общий уровень освещенности, соответствующий комфортным условиям, не должен быть равномерно высоким. Необходимы световые контрасты, в противном случае интерьер будет плоским, малоинтересным и малопривлекательным;

4. Визуальное поле характеризуется центром и фоном. В центре освещения должен быть товар — главный предмет освещения;

5. Нежелательные отражения от зеркальных стен или полированных поверхностей колонн и торговых витрин следует уменьшать рассеянным освещением, отражателями или временной заменой зеркального материала отделки.

2.3. Приемы и факторы функционально-планировочной организации пассажей и их связь с окружающей средой

Еще одним из основных элементов, в которых закономерности композиционного подхода к проектированию пассажей наиболее очевидны, является организация взаимосвязи внутреннего и внешнего пространств.

Современные интегрированные центры демонстрируют особое единство системы «интерьер — внешняя среда» *(рис. 10)*, характеризуемое активным взаимопрониканием, взаимовлиянием, непрерывностью перехода от одного к другому. Однако, эти характеристики не столь однозначны. Нарушение необходимого равновесия в системе, например, чрезмерное использование средств экстерьеризации интерьера, приводит к распылению целостности внутреннего пространства, его растворению в среде городского окружения, что отчетливо проявляется в негативной реакции потребителей.

Анализ различных форм взаимодействия внутренних и внешних пространств позволяет выявить закономерности и границы взаимовлияния, классифицировать его формы, конкретизировать систему композиционной оценки торгового пассажа в целом с точки зрения единства композиции интерьеров и внешней среды*.*

1. Внутреннее пространство пассажа — это сложная структура, которая не может рассматриваться как самостоятельный объект, а должна быть частью единой городской среды, представляющей собой ансамбль *(схема 6, рис. 9)*.

2. Развитие связей между внутренним и внешним пространствами пассажа не должно нарушать необходимой обособленности, определяемой в каждой пространственной зоне характером деятельности и условиями восприятия *(схема 5)*.

3. Идея внешнего пространства присутствует внутри пассажа благодаря чувству направленности движения. Направления складываются как продолжения осей городского окружения.

4. Основные композиционные средства взаимодействия двух сред:

— метрическая или ритмическая незавершенность структуры;

— непрерывность основных направлений движения;

— непрерывность единого основания;

— общий композиционный мотив;

— подобие соотношений передних и дальних планов и характера их раскрытия;

— подобие соотношений верхнего и нижнего яруса архитектурного пространства;

— подобие форм, деталей, материалов.

5. Параметры торгово-пешеходной зоны пассажа обусловлены выбором двух основных характеристик: масштаба и текстуры.

Неоднородность структуры торгово-пешеходной зоны пассажа проявляется и в изменении масштаба составляющих ее пространственных фрагментов, или микрозон. Своеобразие торгового здания как раз и состоится начале нескольких масштабных измерений, в которых постоянно перемещается человек. Общественное измерение, при движения в общем потоке мимо товаров различных секций или магазинных витрин, и другое, более мелкое и личное, при конкретном выборе товара.

При наблюдении молла-пассажа или атриумного зала с высоты, например, галереи, текстура диагональных линий исчезает, но проступает планировка основных структурных ячеек и таким образом возникает как бы новая «сверхструктура», придающая полноту наблюдаемому фрагменту.

Подобная иерархия главных и вторичных текстур достигается изменением поверхностей внутренних «экстерьеров», то есть внутренних фасадов моллов и атриумов, с изменением дистанции их наблюдения. Визуальная непрерывность, обеспечиваемая планировочными средствами, позволяет посетителю видеть одновременно только текстуру первого или второго порядка, но не обе вместе. Таковы принципы взаимосвязи внутренних и внешних пространств.

Однако, проводя аналогии между улицей и пассажем, площадью и атриумом, нельзя не сказать о разнице в восприятии пространств различного объема. Даже при постоянной скорости перемещения посетителя, скорость движения в увеличенном объеме воспринимается меньше реальной, что подсознательно подталкивает его на самом снизить скорость или остановиться. Такая рефлекторная реакция человека на размеры окружающего его пространства подталкивает к созданию дополнительных стимулов для остановки, например, на создание в подобном месте ресторана или небольшой сцены, возможно размещение рекламы или информационных щитов, так как в таком месте им будет уделено гораздо больше внимания. Даже входя с улицы в пассаж, центральный остов которого представляет единую с улицей ось, посетитель все равно непроизвольно начинает двигаться медленнее и обращать больше внимания на окружения (в т.ч. на витрины). Таким образом можно сказать, что идея торговой крытой улицы становиться гораздо привлекательней с точки зрения привлечения внимания потенциальных потребителей к товарам и услугам, предоставляемым на данной территории. (диаграмма восприятия)

Формирование городских пешеходных зон и улиц является важной составной частью проблемы создания комфортной и благоприятной для человека городской среды в существующей городской застройке и в новых городах и жилых образованиях. На данный момент накопился уже довольно большой опыт и разработано много различных приемов архитектурно-планировочных решений пешеходных торговых улиц и зон. Пешеходные пространства дифференцированы по следующим планировочным схемам:

— торговая зона;

— торговая улица;

— торговая площадь;

— крытый пассаж.

За последние годы использования пешеходных зон стало ясно, что пешеходные, торговые зоны следует размещать в городских центрах, в местах, требующих снижения уровня транспортного движения, не забывая при этом о необходимости жесткой связи с местами парки и остановками общественного транспорта.

Размеры пешеходной зоны определяют специфику ее функционального состава. В небольших пространствах и пассажах обычно размещают предприятия и учреждения с высокой степенью специализации. В больших, играющих роль общественных городских или торговых центров, — обязательно присутствие предприятий ежедневного обслуживания жителей центрального района. Проблема формирования пешеходных пространств в условиях сложившейся застройки особенно удачно может быть решена с помощью пассажей, наиболее подходящих для создания городской среды, удобной для человека.

Необходимо сказать о торговых объектах, получивших распространение в нашей стране за последние 10–12 лет. С началом перестройки получило развитие частное предпринимательство, и как наиболее мобильная его форма, розничная и мелкооптовая торговля. Соответственно стали появляться небольшие ларьки и мелкооптовые рынки.

Последующее увеличение объемов торговли и последующее увеличение количества ларьков привело к развитию мелкого строительства небольших магазинчиков и палаток в двух направлениях. Условно их можно обозначить как «надземное» и «подземное».

«Подземное» строительство можно разделить на «временное» и «постоянное» («долговременное»). Вопрос крупного подземного строительства можно не затрагивать глубоко, заметив только, что подобный опыт уже достаточно давно существует во многих европейских странах, где, естественно с развитием городских структур, особенно заметна нехватка земельных участков для строительства, и соответственно, используются подземные ресурсы города. В качестве примера можно привести один из очень крупных торговых центров во Франции или попытку создания аналогичного многофункционального торгово-развлекательного центра в Москве на Манежной площади.

К «временному» строительству можно отнести ряды ларьков в подземных переходах, которые возникли на месте торговавших «с лотка» одиночных «предпринимателей» *(рис. 11, 12)*. Причем, что интересно, в некоторых случая, на их месте вдоль стен подземного перехода были выстроены лишь витрины, а продавцы так и остались непосредственно в зоне движения потенциальных покупателей (подземный переход под Cадовым Кольцом от ул. Малая Бронная к ул. Красина); в других случаях, лоточников заменили палатки-ларьки (система подземных переходов по Лубянской площадью); в третьих, маленькие магазинчики, позволяющие покупателям зайти внутрь (ряд палаток в апендиксе подземного перехода из-под проспекта Мира в сторону Олимпийского спортивного комплекса).

К «надземному» строительству можно отнести строительство небольших маркетов по типу палаток из легких конструкций, возводимых прямо на заасфальтированных пространствах небольших площадей или пустырей, или прямо на улицах, где позволяет ширина. В качестве примера можно привести ряд магазинчиков на ул. Садовая Кудринская от пл. Восстания в сторону ул. Красина или минимаркет на углу бывшей ул. Им. Маркса и Садового Кольца напротив ул. Маросейка. В качестве фундамента используются либо небольшие железобетонные блоки, либо кирпичная кладка, уложенная прямо на асфальт.

Иногда ряды ларьков представляют собой небольшую пешеходную улицу, над которой появляется стеклянная крыша. Вместе они образуют открытое пространство торгово-пешеходной зоны. В качестве примера можно привести застройку площадки около станции метро «Третьяковская» на ул. Ордынка.

Аналогичную конструкцию можно наблюдать на некоторых рынках мелкооптовой и розничной торговли, где предлагаются как продовольственные продукты, так и непродовольственные. Однако здесь, под стационарной крышей далеко не всегда располагаются небольшие палатки-ларьки. Зачастую это либо переоборудованные в палатки контейнеры, либо непосредственно сами контейнеры как, например, на новой территории Черкизовского вещевого рынка на Щелковском шоссе. Здесь стационарна только крыша, а места торговли — нет, что позволяет более свободно распределять торговую площадь между претендующими на нее организациями. Вполне логично предположить, что в дальнейшем эти контейнеры будут заменены на более постоянные палатки-ларьки, или торговые ряды с системой лавок с гибкой планировкой. То есть можно сказать, что развитие пассажного строительства в нашей стране начало свое движение по новому витку спирали, повторяя уже пройденный, при строительстве Макарьевской и Коренной ярмарок, этап, но только с использованием новых технологий и материалов строительства. Причем, к сожалению необходимо отметить, зачастую выбор материалов продиктован не архитектурными художественными соображениями, а дешевизной и простотой их использования и скоростью возведения конструкций, что обусловлено нестабильностью нашей экономики и необходимостью максимально быстро вернуть вложенные в строительство средства.

2.4. Технико-экономические аспекты формирования пассажей

Современный этап развития градостроительства во многом определяется изменениями, происходящими в структуре торгово-бытового обслуживания, что, безусловно требует совершенствования существующих типов торговых зданий, их развития и, возможно, создание новых. Типы торговых зданий и комплексов формируются под воздействием следующих тенденций:

— непрерывное расширение производства товаров потребления;

— укрупнение торговых предприятий;

— развитие новых технических и организационных форм торгового обслуживания населения;

— сокращение издержек потребления;

— сокращение времени обслуживания.

Поэтому при проектировании пассажа должны быть учтены три основных требования, которые можно предъявить к любому торговому зданию:

— создание удобного обслуживания населения;

— влияние экономических факторов (повышение рентабельности, увеличение производительности труда в торговле и т.д.);

— влияние технологических факторов (способы перемещения и хранения товаров вне и внутри магазина, оптимизация товарных запасов и т.п.).

Одной из основных проблем проектирования пассажей является изучение системы товароснабжения, вне- и внутримагазинного товародвижения, определяющего не только чисто экономические вопросы, но и пути формирования их объемно-планировочной структуры.

С одной стороны, усиливается разделение функций отдельных звеньев системы торгового обслуживания. В торговом процессе можно выделить основной момент непосредственно продажи товаров и вспомогательные функции складирования, сортировки, упаковки и подготовки товара к продаже. Отсюда вполне логично напрашивается вывод о выделении помещений, предназначенных для вспомогательных процессов, в отдельную объемно-планировочную структуру, превращая пассаж в торгово-выставочный комплекс.

С другой стороны, само торговое обслуживание можно разделить по принципу функционального содержания:

— «стандартное» обслуживание, при котором основной является утилитарная функция, носящая массовый повторяющийся характер. Оно призвано сэкономить время и силы человека, затрачиваемые на получение соответствующих услуг (покупка продовольственных, хозяйственных товаров и т.д.);

— специальное «нестандартное» обслуживание, имеющее общественную, духовно-эстетическую значимость. Оно призвано полноценно и с комфортом удовлетворять самые разнообразные интересы и вкусы, не ставя целью сокращение времени обслуживания (покупка товаров длительного пользования, посещение ресторанов и др.);

— выставка товаров и достижений промышленности с системой заказов.

Таким образом становится вполне логичным появление в наше стране, особенно в последнее время пассажей, которые можно отнести либо к одной, либо к другой группе предприятий торговли в зависимости от их функционального содержания. К тому же, такой подход упрощающий ассортиментную типизацию, приводит к ликвидации многообразия типов магазинов и дает возможность организовать торговлю «под одной крышей» большим группам товаров. Крупные пассажи, состоящие из специализированных секций, имеют более низкий уровень издержек обращения, широкий ассортимент товаров, более высокую культуру обслуживания покупателей, обладают широкими возможностями применения прогрессивных методов продажи и внедрения механизации трудоемких внутримагазинных процессов.

Существенным недостатком в организации товарного обращения является недостаточное строительство торговых складов, что обусловливает резкое расхождение между все возрастающими товарными запасами и наличием складской площади. Разбросанность и измельченность большинства складов в ряде случаев не позволяют обеспечить надлежащие условия хранения и снабжения товарами магазинов. Таким образом одним из решений является прием организации товароснабжения по методу контейнеризации *(схема 7).* Излишние же товарные запасы в магазинах означают омертвление капитала и изъятие его из оборота (причем не только в форме избыточной товарной массы, но и в виде завышенных складских площадей, на которых хранятся практически ненужные запасы); повышение численности обслуживающего персонала и фонда зарплаты; рост затрат на отопление, освещение, кондиционирование воздуха; неизбежные уценки устаревших товаров и т. п.

Подсчеты показывают, что для размещения в подсобных помещениях пассажей товаров в объеме одного условного вагона требуется в пять раз больше капитальных вложений, чем для размещения того же объема товаров на современном оптовом складе.

В большинстве торговых секций пассажей должны находиться только образцы товаров, площадь складских помещений должна быль минимальной. В первую очередь это относится к таким товарам, как мебель, холодильники, телевизоры, пылесосы, швейные машинки и т. д.

Происходит укрупнение торговых предприятий, пассажи в некоторых случаях могут превратиться в торгово-выставочные здания, входящие в состав многофункциональных комплексов *(рис. 13)*. Пассаж при этом превращается в выставку товаров, на которой покупатели знакомятся с их техническими данными, выбирают с помощью консультантов необходимую вещь и оплачивают ее стоимость. Покупку доставляют непосредственно с предприятия-постовщика или со специализированного склада.

Основная задача всей деятельности торговых предприятий — продажа товаров. Процессы хранения, подготовки товаров к продаже и другие вспомогательные операции в значительной мере выделяются и централизуются на базах и вспомогательных производственных предприятиях *(схема 8)*. Все процессы по подготовке товаров к продаже (складирование, сортировка, упаковка), включая работу по комплектованию заказов магазинов, принимает на себя централизованная распределительная база. Это создает предпосылки для механизации и автоматизации процессов товароснабжения. Целесообразность создания единой комбинированной сети торговых секций и вспомогательных производственных предприятий, расположенных на определенной территории особенно хорошо решается при архитектурно-планировочном решении торгового предприятия как пассажа.

Создание единой системы товароснабжения и реализации со специальной диспетчерской службой, четкой оперативной связью и контролем за частотой завоза и выполнением заказа поставщиками товаров позволит значительно снизить общие затраты по предприятиям торговли.

Общий процесс продажи товара в магазине состоит из отдельных элементов: загрузка, приемка, складирование, подготовка к продаже и собственно продажа. Рациональное решение товаропотока в магазине зависит от внешних факторов (частота и регулярность завоза, количество поставщиков) и от внутренних (архитектурно-планировочные приемы и средства малой механизации).

Важно учитывать расстояния, на которые перемещается каждый товар от разгрузочной эстакады до склада пассажа и от склада до соответствующей товарной секции в пассаже. Площадь разгрузочной площадки должна быть распределена так, чтобы каждая товарная группа имела свою зону. Маршруты внутримагазинного перемещения товаров должны быть максимально сокращены и упрощены. Сокращение путей перемещения товаров должно осуществляться за счет более рациональной планировки складских помещений, а не торговых площадей, поскольку планировка пассажа должна в первую очередь обеспечить оптимальную, с точки зрения удобств покупателей и повышения товарооборота, выкладку товаров.

Одной из важнейших предпосылок наилучшей организации перемещения товаров внутри пассажа является планомерная поставка товаров. Она позволяет уменьшить число перевалок товаров из одного помещения в другое, поскольку ряд товаров доставляется непосредственно в торговую секцию.

Таким образом, из общего процесса внутреннего товародвижения можно исключить частичное складирование. С уменьшением функций подготовки и складирования происходит изменение соотношения площадей для вспомогательных и главных функций в пользу последних.

Тенденция сокращения площадей подсобных помещений магазинов непосредственно связана с важным архитектурно-планировочным принципом рационального использования торговой площади пассажа путем максимального насыщения ее товарами. В связи с этим существенное значение приобретает планировочное решение пассажа, разделение его площади на составные элементы, параметры которого обусловлены методом обслуживания.

Возможны четыре основные схемы объемно-планировочных решений:

I — неторговые помещения расположены над торговыми; в некоторых случаях — в подвальном этаже;

II — неторговые и торговые помещения располагаются поэтажно, каждая группа в своем отсеке;

III —неторговые помещения располагаются, чередуясь, одни над другими;

IV — неторговые помещения располагаются в центральной части по вертикали.

Последняя, четвертая схема используется при проектировании крупных высокомеханизированных универмагов, и практически не используется при проектировании пассажей. Наибольшее распространение в практике проектирования пассажей получили первая и вторая схемы. По третьей схеме получается завышение неторговых площадей, увеличение количества грузовых лифтов, поэтому она так же не получила распространения ни в нашей стране, ни за рубежом.

Отечественный и зарубежный опыт проектирования и строительства торговых зданий показывает, что в последние годы наблюдается тенденция к сокращению количества этажей. Опыт эксплуатации практически любых торговых зданий показывает, что с увеличением числа этажей количество покупателей в верхних этажах уменьшается. При этом, как правило, торговая рентабельность обеспечивается не выше второго этажа. Третий этаж может быть использован главным образом под кафе-закусочные, административно-бытовые, технические и другие вспомогательные помещения. Повышение этажности нецелесообразно во всех случаях, когда удлиняются вертикальные коммуникации покупателей в данном случае выше соображений экономии при строительстве. По подсчетам американских специалистов, эксплуатационные расходы на 1 м2 одноэтажного торгового здания значительно ниже, чем многоэтажного. Это объясняется прежде всего затратами на вертикальное перемещение грузов и покупателей. К недостаткам решений с заниженной этажностью все же следует отнести некоторое увеличение площади застройки, что создает определенные трудности при размещении их в районах со сложившейся плотной застройкой. Поэтому, естественно напрашивается такое решение, которое позволит использовать площадь отведенную под застройку или реконструируемые здания с максимальной выгодой. То есть появляется необходимость создания многофункциональных пассажей, где верхние этажи могут быть использованы под выставочные залы, гостиничные номера, офисы или жилые квартиры, а нижние — как стоянки или предприятия бытового обслуживания.

Подобное предложение было сделано при реконструкции торгового центра у Финского вокзала в Санкт-Петербурге еще в середине 80-х годов. Квартал Невского между улицей Марата и Владимирским проспектом, где было устроено два пассажа. Здесь в относительно небольшом объеме зданий было размещено множество разнообразных предприятий и учреждений; помимо большого количества магазинов, — гостиница, обширный ресторанный комплекс, бары, кафетерии, сауна и даже филиал театрального музея со зрительным залом, а так же было предусмотрено создание комфортабельных квартир общей площадью 2 000 м2. При этом высота атриумных перекрытий была поднята на высоту пятого этажа. Таким образом было предложено наиболее логичное архитектурно-планировочное решение, позволившее, не повышая этажности торговых объемов, создать довольно высокий (в пределах существовавшей застройки) многофункциональный комплекс состоящий из 2-х пассажей, атриумов и других архитектурных форм.

Когда же позволяют грунтовые условия, то в практике проектировании и строительства все больше утверждается тенденция предусматривать один-два или более подземных этажей. В этих этажах размещаются несколько уровней складов, автостоянки, гаражи, подсобные и технические помещения.

Однако, пассаж, изначально является не только торговым предприятием, а как это видно на примерах самых первых ярмарок, еще и местом времяпрепровождения и отдыха населения. То есть существует определенный контингент только потенциальных покупателей, пришедших в пассаж не для покупки какого бы то ни было товара. Увеличение числа потенциальных покупателей способствует увеличению числа фактических покупателей, за счет плавного перетекания из одной потребительской группы в другую. Таким образом, развитие дополнительных функций пассажа в качестве культурно-развлекательного и обслуживающего центра способствует, в конечном итоге, росту объемов продаж за счет увеличения количества посетителей. Однако в нашей стране в последние несколько лет также стали появляться малые пассажи с исключительно торговой функцией. Выше о них было сказано несколько подробнее.

Выводы по главе 2

Обобщая современное состояние теории и практики формирования архитектурной среды пассажа, можно сказать, что для интенсификации общественно-торговой деятельности необходимо создание специфической эмоциональной среды, отражающие растущие потребности в комфорте и повышение эстетических требований. Важнейшая роль в этом принадлежит торгово-пешеходным коммуникациям. Тенденция формирования таких пространств развивает архитектурные приемы прошлого, возвращая городу его традиционные компоненты — улицы и площади, утраченные как места активной общественной деятельности с развитием транспорта.

К тому же необходимо усиление эмоциональной насыщенности интерьеров сегодня является непреложным требованием к проектированию. Необходима целостная внутренняя среда; особенности воздействия на эмоциональную природу воспринимающего человека могут быть учтены в проектной практике с помощью моделей поведения (движение–восприятие), основанных на использовании таких факторов как внимание, потребность, установка, отношение к фактору времени, образное представление.

Важнейшее различие между архитектурной организацией внутреннего пространства и его предметным наполнением заключено в несравнимо большей изменяемости последней.

Текущий этап развития теории и практики проектирования пассажей характерен следующими основными моментами:

1. Принципы организации внутренней среды пассажа стали следствием тенденции развития пассажа как типа, а именно:

— усиление рекреационного подхода к пассажу и увеличение неторговых функций;

— стремление к эмоциональной насыщенности внутренней среды;

— доминирование центрального крытого общественного пространства;

— усиление роста внимания к внешним городским пространствам и архитектурному окружению.

2. Усложнение содержания средств выразительности: противопоставление плотных и разреженных пространств, сложные групповые ритмы, ритмичность скорости движения посетителей и т.д.

3. Гармоничное единство внутренней среды пассажа достигается обеспечением двух условий: пространственной целостности торгово-пешеходной зоны (коммуникационного остова) и вариабельности пространственных структур составляющих и примыкающих предприятий.

4. Пространственное разнообразие внутренней среды пассажа, иерархия пространственных зон и фрагментов.

5. Необходимость гибкой системы освещения:

— яркие световые контрасты;

— главный объект освещения — товар;

— максимально возможное использование естественного освещения.

6. Внутреннее пространство пассажа — часть единой городской среды, однако развитие связей между внутренними и внешними пространствами не должно нарушать необходимой обособленности, определяемой в каждой пространственной зоне характером деятельности и условиями восприятия.

Под воздействием социального и научно-технического развития отрасль торговли превращается в единую комбинированную систему, охватывающую две подсистемы: товароснабжение и реализация. Централизация подготовительных и вспомогательных процессов способствует более эффективному использованию основных торговых и сокращению складских помещений в пассажах и дает значительный экономический эффект (примерно в 3 раза). При этом, торговля становится неразрывно связана с другими формами обслуживания посетителей, приобретая функции не только бытового обслуживания, но и культурно-развлекательного, что в свою очередь опять таки положительно влияет на саму торговлю.

Происходит укрупнение торговых предприятий, пассажи в некоторых случаях могут превратиться в торгово-выставочные здания, входящие в состав многофункциональных комплексов. К тому же более чем 20-летняя практика строительства и проектирования в нашей стране и за рубежом показывает целесообразность использования подземного пространства. Причем, если раньше отдавалось предпочтение в использовании подземного пространства в вспомогательных, транспортных или обслуживающих целях, то пример строительства центра на Манежной площади ярко доказал всю полноправность использования подземного пространства для организации многофункционального торгово-развлекательного комплекса без потери связи с окружающей средой.

Глава 3.

Предложения по градостроительной, функционально-планировочной и архитектурно-композиционной организации городских пассажей

Развитие системы общих композиционных и структурных принципов, то есть признаков стиля и объемно-пространственных решений текущего периода архитектуры пассажей, не прекращается, оно постоянно. Характеристики внутреннего пространства и конструктивных решений непрерывно совершенствуются — как для улучшения социального и, в частности, торгового обслуживания, так и общественного развития в целом. Именно поэтому необходимо представить себе тенденции развития системы, определить цели и направления совершенствования архитектурной организации внутренней среды.

В данной главе изложена попытка такого подхода на основе прогрессивных достижений новейшей практики и моделей поискового проектирования.

3.1. Рекомендации по объемно-планировочной структуре

Можно выделить четыре основных направления развития пассажного строительства на сегодняшний день. Во-первых, это реконструкция уже существующих зданий и приспособление их к новым требованиям современного общества (условно назовем это "надземным" освоением); во-вторых, это использования существующих и разрабатываемых подземных пространств (подземные переходы, системы старых подземных пространств, разработка до сих пор не использовавшихся или практически не использовавшихся подземных пространств — здесь может быть применен термин "подземная урбанистика"); и в-третьих, строительство недолговременных торговых сооружений-пассажей из легких конструкций (условно — "временное" строительство). В-четвертых, строительство многофункциональных комплексов с использованием моллов и атриумных пространств. И хотя количество объектов, созданных в нашей стране за последнее время именно в данном направлении, не так велико, проблема все таки достаточно актуальна.

Существуют два основных типа перспективной реконструкции: расширение и трансформация. Для всех объемно-планировочных структур преобладающим типом является именно расширение, так как большинство реконструктивных преобразований в той или иной степени связано с расширением пространств для растущих потребностей комплекса.

В то же время расширение, как правило, включает элементы трансформации. Оно осуществляется за счет площадей других сооружений, внешнего городского пространства, или специально резервированных зон. Перспективное расширение может быть вертикальным, горизонтальным и смешанным. Например, в условиях высокоплотной городской застройки предпочтение отдается вертикальному росту. Однако, общее снижение этажности торговых сооружений способствует привлечению посетителей, ликвидации излишних коммуникационных узлов, значительному упрощению всей структуры сооружения, концентрации основных магнитов только в уровне земли, и наконец, повышению рентабельности.

Можно выделить несколько реконструктивных приемов:

— дополнение существующей структуры самостоятельными пространственными зонами;

— полное использование внутреннего пространства существующего сооружения под многофункциональные и торгово-выставочные залы с выносом вспомогательных помещений в пристроенные части;

— объединение нескольких зданий в единое сооружение с помощью выставок и пассажных элементов;

— использование в качестве автономных пространственных зон новых подземных уровней или уровней надстройки существующих зданий.

Соответственно можно дать несколько рекомендаций по этим направлениям:

1. Преодоление монотонности многоэтажной структуры преобразованием ее в структуру "вертикальных моллов" *(рис. 14)*.

Конструктивно эта реконструкция осуществляется пробивкой в перекрытиях проемов со смещением их в плане относительно друг друга. Это позволит посетителю увидеть все выставочные зоны общественных пассажей из входного узла либо в процессе движения. Появится возможность исключить лишние миграции посетителей в поисках нужного объекта и снизить плотность их потоков.

Если позволяют габариты залов по высоте, то между образовавшимися проемами в разных уровнях можно организовать систему смежных перекрытий, то есть площадок, связанных лестницами с основными уровнями. Перепад высот между смежными площадками рекомендуется порядка 0,9 м. Это позволит придать вертикальному моллу черты внешнего порядка, словно привычное измерение улицы.

2. Организация внешних экспозиционных зон *(рис. 15)*.

Использование постоянных и временных экспозиций возможно как внутри здания, так и вне его. При последующих реконструкциях даже статус таких зон может изменится: открытый пешеходный путь станет внутренним пассажем, а помещения первого этажа, утратив наружное ограждение, превратятся в «улицу» — с опорами, рекламами, витринами и т.д. Поэтому архитектурное решение подобных зон должно обладать достаточной универсальностью и структурной независимостью. Предпочтительно использование крупного каркаса, полностью остекленного наружного ограждения (витрин), обширные консоли навесающих верхних этажей.

При этом, что является существенным обстоятельством для нормализации торговой деятельности, показ товара в экспозиционной зоне должен носить не декоративный характер, а как можно полнее отражать реальный ассортимент.

3. Организация специализированного пассажа в многофункциональных комплексах *(рис. 16)*.

Переоборудование части обычных торгово-пешеходных пространств в специализированные связано с появлением в структуре, например, торгового центра достаточного количества специализированных магазинов, отделов, услуг, как правило, более высокого качества и дорогостоящих.

Соответственно этому возникает более эффективная и качественная архитектура связывающего их молла, специальное озеленение, искусственный климат. Все это в большой мере способствует привлекательности общественного центра, росту его популярности, повышению эффективности той или иной общественной сферы деятельности.

Специализированный пассаж должен быть самым коротким из всех имеющихся в комплексе, но при этом связывать наиболее важные объекты притяжения или магниты. Конфигурация трассы, ее габариты могут быть разнообразными, но ширина транзитной части пешеходного пассажа рекомендуема не более 6–9 метров, исходя из оптимальных условий видимости противоположных витрин. Важнейшее значение имеет внедрение специализированного пассажа в общую структуру коммуникаций. Возможны два основных варианта раскрытие этого пространства в зависимости от длинны пассажа и его конфигурации:

— с самого начала открыть весь вид молла с целью сильного одновременного впечатления;

— показать пространство молла постепенно, используя чувство предвосхищения у зрителя и постижения порядка шаг за шагом.

Многоуровневые специализированные пассажа требуют особой разработки вертикальных коммуникаций: эскалаторов, лифтов, лестниц, а также большое внимание должно уделяться связям различных уровней с помощью террас, пандусов, легких мостиков, галерей и т.п.

Необходимо отметить, что элементы объемно-планировочной структуры различаются по устойчивости во времени и по-разному поддаются реконструкции. Наибольшей устойчивостью обладает коммуникационный каркас (общественно-пешеходная зона), наименьшей — торговые залы и вспомогательные помещения. Ресурсы перспективного развития будут усилены, если все заполняющие и ограждающие элементы этой зоны будут поддаваться оперативному демонтажу, чтобы проводить реконструкцию с наименьшими затратами.

Моделирование структуры города выводит пассаж из типа самостоятельного здания и предполагает его дальнейшее развитие как элемента сложной структуры, в состав которой помимо основной, транзитной зоны коммуникационного остова начинают входить и "конечные" зоны, что позволяет увеличить многообразие комплекса в целом, так как по сравнению с пассажем, связанные с ним залы обладают большей замкнутостью пространственной структуры по отношению к транзитной части, большей глубиной помещений относительно пешеходного молла, большей индивидуальностью и вариантабельностью архитектурно-пространственного решения.

Можно сказать, что чем насыщенней становится общественная жизнь в городе, тем более усложняется не только структура пассажа, но там выше становится концентрация и интенсивность социальных функций как в целом городе, так и непосредственно в торговых и общественных центрах, тем активней возникают многофункциональные пассажи с их транзитными и "конечными" зонами, тем больше возрастает их плотность и актуальность для современного развития не только общественных зданий, но и вопросов градостроительства в целом.

Таким образом можно говорить о потенциале появления общегородских пассажей в структуре переуплотненной городской ткани. К тому же развитие подземной урбанизации предопределяет возникновение пространственной решетки пассажей, связанных в единую систему полифункционального взаимодействия населения и сферы услуг.

3.2. Основные архитектурно-композиционные приемы

Применение пульсирующего разреза пассажа *(рис. 17)*, то есть ритмичное изменение его габаритов на отдельных участках пути — один из композиционных приемов, позволяющих преодолеть монотонность протяженного молла. Эти колебания могут быть различными по величине, иногда они сочетаются с изменениями трассировки молла или прерывностью, например в атриумах, внутренних площадях, пересечениях с другими моллами;

Вертикальное развитие молла, когда усложняется внутреннее решение пространства за счет сочетания площадок на разных уровнях, лестниц, эскалаторов, многосветных пространств и т.д. Возможны, например, решения верхних уровней с использованием висячих садов.

Масштабное моделирование пространственных зон. Проблема масштаба — одна из важнейших при проектировании пассажа. Архитектурная практика, по мнению многих критиков, полна негативных примеров использования одних и тех же объемно-планировочных моделей для крупных и малых объектов. Крупные пассажа не могут быть механическим увеличением малых.

Интеграция молла с дополнительными резервными зонами особенно часто может быть замечена в тех проектах, где формирование целого торгового центра или самостоятельного пассажа происходит на базе вновь возрождаемых зданий или даже целых кварталов. Основное композиционное противоречие здесь заключено в противопоставлении: старая оболочка — новая технология. Наибольший успех имеют решения, основанные на контрастном сопоставлении этих двух факторов, при композиционном доминировании первого.

Акцентирование первоначальной структуры *(рис 18)*, как это было предложено в проекте реконструкции Китай-города, где существующая архитектурно-пространственная структура обладает характерными именно для нею особенностями. Это наличие дворовых пространств с развитыми уличными фасадами и проулками и улочками типа открытых пассажей. То есть наличие только главных фасадов и отсутствие дворовых как таковых естественно наталкивает на решение развития как единой пространственно-пешеходной структуры с использованием всей территории в связевых, рекреационных и обслуживающих целях с созданием самого высокого уровня благоустройства.

Моделирование «внешнего городского ландшафта» *(рис 19)* подразумевает под собой использование элементов, делающих весьма условной границу между внутренним и внешним. Например, многочисленные формы, имитирующие фасады улиц, какие-то исторические архитектурные цитаты и т.д.

3.3. Социально-экономическая эффективность предлагаемых решений

Как показывает практика, в отношении уникальных общегородских объектов, одним из которых являются крупные торговые пассажи, экономика в проектировании не столько должна заведомо регулировать пространственное формообразование, сколько быть следствием исходных концепций самого архитектурного творчества. Такой подход позволяет несколько шире оценивать эффективность значительных капиталовложений, связанных с теми или иными принципами организации внутреннего пространства.

Однако, прежде всего необходимо коснуться вопросов социальной эффективности новых композиционных решений, так как здесь достигается не только социальный, но и экономический эффект.

В связи со стремительным ростом потребностей городского населения в комфорте, изменениями эстетических критериев и всем ходом развития современной общественной жизни необходимы такие решения, которые бы обеспечивали целостную структуру и согласованную внутреннюю среду, отвечающую физическим и эмоциональным потребностям. Таким образом, основные задачи социально-эффективной организации пассажа не сводятся к комплексности обслуживания и сокращению времени на покупки и получение услуг.

Важнейшее значение приобретают: качество обслуживания, воспитание у посетителей определенных навыков поведения и формирование самой культуры потребления; развитие вкусов и активности восприятия, стиль, художественное разнообразие; и т.п.

С внедрением новых концепций изменяется и сугубо прагматическая сторона дела — торговля, которая наряду с реализацией товаров формирует и изучает покупательский спрос, демонстрирует перспективные виды товаров, дает рекламную информацию. Разумеется, все эти аспекты социальной эффективности актуальны только в том случае, когда выполняется условие: бесконечному разнообразию стереотипов поведения людей соответствует бесконечное разнообразие общественно-торговой среды, не говоря уже о разнообразии социальных услуг. Таким образом, основными перспективными критериями будут возможности широкого выбора:

— деятельности;

— параметров этой деятельности.

Пассаж, особенно в составе многофункционального комплекса, представляет собой модель города, то есть помимо торговых функций, на первое место выходят не только рекреационные, но и эстетико-образовательные, появляются новые виды взаимосвязи городского населения и посетителей пассажа *(рис. 20)*. Являя собой отражение города, пассаж должен теперь включать в себя и такие области деятельности человеческого социума как изобразительное искусство (экспозиция), элементы театра (зрительные залы небольшой вместимости, открытые сцены), историко-музейные экспозиции; отражать структуру развития города, например, не просто использовать подземное пространство в процессе урбанизации среды обитания человека, а также служить источником информации (музей археологии в комплексе на Манежной площади); и многое другое.

Получается, что окончательная оценка социальной эффективности решения невозможно исключительно количественными факторами, она представляет собой в основном явление описательного характера.

Рассмотрим данные сопоставления характеристик различных архитектурно-пространственных решений:

1. Внедрение специализированных пассажей, в частности, в крупных торговых центрах повышает эффективность торговли последних в среднем на 20–33%, при этом расходы на эксплуатацию снижаются на 6%. Наибольшей популярностью пользуются следующие виды специализации: женское готовое платье, парфюмерия, подарки, ресторан со спиртным; наиболее эффективная для специализированного пассажа длинна — в среднем на 13% меньше обычного в том же центре.

2. Использование такого приема, как моделирование «внешнего городского ландшафта», в случае открытого молла в среднем почти вдвое увеличивает приток посетителей — пешеходов, и как результат, увеличение торгового оборота молла на 20–26%, всего центра на 9–11%. Для крытого молла эти показатели соответственно: до 24% и до 16%.

3. Вертикальное развитие пассажа, сохраняя общее соотношение площадей, то есть в среднем 10–15% на молл и атриумы от всей площади торгового центра, позволяет в четыре и более раза увеличить приток посетителей в верхние уровни по сравнению с обычным многоуровневым решением. Эффективность торговли выше на 21–40%, затраты на возведение также выше, приблизительно на 9–14%, но окупаемость всех капиталовложений в строительство в среднем вдвое быстрее.

4. По данным опросов, посещение торгового пассажа, предлагающего огромное разнообразие видов общественной деятельности и услуг, рассматриваются более чем 22% населения города (где расположен пассаж) как форма активного отдыха и развлечений. В зарубежных социологических исследованиях отмечается, что больше всего шансов на успех имеют пассажи в городах с большим числом работающих в деловой части центр города и университетских — то есть в местах, обладающих потенциальным резервом пешеходного движения и устойчивыми культурными традициями.

Вопросы экономической эффективности новых принципов архитектурной организации пассажей опираются на более конкретную методическую базу для сравнения вариантов. В частности, к основным факторам эффективности капиталовложений в строительство относятся: интенсивность использования городских территорий и рациональность организации функционально-пространственной структуры.

Интенсификация использования территории центра определяется плотностью коммуникаций и плотностью посещений *(рис. 21)*. Это резерв для повышения потребительской мощности основных предприятий, экономическая эффективность эксплуатации которых оценивается как чистым годовым доходом, так и затратами времени в сфере обслуживания. Данные сопоставления их с моделями общественных центров без использования моллов свидетельствуют о весьма значительной эффективности решений таких центров как многофункциональных пассажей.

Интенсификация использования территории пассажа приводит к значительному сокращению сроков окупаемости капиталовложений в строительство: приблизительно в 1,4–2,3 раза в зависимости от величины города и классности пассажа, а многоуровневые композиции повышают индекс компактности до 0,7–1,7; экономия территории — 9–17% и т.д.

Данные оптимизации посещаемости различных функционально-пространственных зон пассажа в течении дня (сравнение пассажей с моделями торговых центров без моллов), свидетельствуют о существенной эффективности новых принципов организации.

Необходимо особо подчеркнуть эффективность такого приема, как интеграция пассажа с дополнительными резервными зонами, отличающегося очень высокой степенью планировочной и композиционно-пространственной гибкости, минимальными затратами времени и средств на перспективные изменения *(рис. 22)*.

Очевидно, что архитектурно-композиционные приемы организации внутренней среды пассажа обладают гораздо более высокими показателями социально-экономической эффективности по сравнению с торговыми центрами стандартных моделей, что доказывает целесообразность их активного внедрения в отечественную практику.

Выводы по главе 3

Характеристики внутренних пространств многофункциональных пассажей постоянно совершенствуются для улучшения как торгового обслуживания, так и для общественного развития в целом. Развитие общих композиционных принципов их организации также непрерывно. Поэтому для эффективной работы пассажа в течении длительного времени в проекте должны быть определены цели и направления функционального и композиционного совершенствования в перспективе.

1. Перспективное развитие связано с определением двух условий: характера развития и ресурсов развития. Архитектурное решение зон, выделенных в качестве ресурсов развития должно отличаться предельной универсальностью и структурной независимостью.

2. Совершенствование объемно-планировочной структуры предлагается по следующим направлениям:

— преодоление монотонности многоэтажной (вертикальный молл);

— формирование экспозиционных и информативных зон вблизи основных входов;

— организация многофункциональных залов в дополнение к транзитным зонам;

— выделение специализированных торговых моллов;

— моделирование структуры города (усложнение структурной решетки, взаимоствязь между отдельными пассажами).

3. Значительно большую социально-экономическую эффективность дают следующие приемы:

— интеграция пассажа с дополнительными резервными зонами;

— применение «пульсирующего» разреза молла;

— масштабное моделирование пространственных зон;

— моделирование внешнего городского ландшафта;

— вертикальное развитие пассажа;

— акцентирование первоначальной конструкции.

4. Развитие многофункциональности, обусловленное появлением новых видов взаимосвязей, требует усложнение общей структуры объекта, увеличение количественного показателя элементов и усиление связующей функции непосредственно пассажа.

5. Из всех элементов объемно-пространственной структуры наибольшей конструктивной устойчивостью во времени обладает коммуникационный каркас (общественно-пешеходный молл). Он передает основную художественную идею композиции внутреннего пространства и в значительной степени определяет социальную и экономическую эффективность пассажа или целого торгового комплекса.

Заключение

Современный этап развития теории и практики проектирования пассажей характеризуется расширением круга рассматриваемых вопросов включением специальных исследований с позиции эстетики и теории архитектуры, психологии восприятия и экономической эффективности как конечного результата. Даже отдельные сведения и факты из этих работ, включенные в настоящее исследование, показывают широту современных направлений изучения архитектурной организации пассажей.

В научной литературе достаточно подробно освещены проблемы объемно-пространственного построения пассажей. Что касается вопросов композиционно-художественного содержания их архитектуры, то эти аспекты, наряду с вопросами экономического эффекта, как следствия психологического восприятия, менее разработаны, хотя именно от них во много зависит возможность дальнейшего совершенствования этого типа зданий.

В этом контексте особое значение приобретает анализ тенденций в архитектуре внутренних пространств общественных сооружений, появившихся в практике проектирования за последние двадцать лет.

В развитии пассажей во всем мире стали заметны ряд идей и принципов, существенно повлиявших на изменение установок и отход от традиционных моделей, которые были выработаны за предыдущие десятилетия. Это стало отчасти следствием некоторых тенденций развития торгового обслуживания населения, которые остаются в силе и сегодня. Основные из них следующие:

— усиление рекреационного подхода к пассажу и увеличение доли неторговых функций в его составе;

— доминирование крытого центрального общественного пространства;

— использование подземного пространства не только в обслуживающих, вспомогательных или транспортных целях;

— усиление урбанистического подхода к пассажу, рост внимания к внешним городским пространствам, окружающей застройке и подземному освоению.

Эти принципы стали закономерным результатом современного развития архитектуры в целом, и прежде всего, утверждения концепции целостности города: здание и город понимаются как различные состояния одного и того же архитектурного пространства интерьерного качества. Чем насыщенней становится общественная жизнь в городе, тем более усложняется не только структура пассажа, но там выше становится концентрация и интенсивность социальных функций как в целом городе, так и непосредственно в торговых и общественных центрах, тем больше возрастает их плотность и актуальность для современного развития не только общественных зданий, но и вопросов градостроительства в целом. Таким образом можно говорить о потенциале появления общегородских пассажей в структуре переуплотненной городской ткани. К тому же развитие подземной урбанизации предопределяет возникновение пространственной решетки пассажей, связанных в единую систему полифункционального взаимодействия населения и сферы услуг.

Вопросы социо-культурного и эмоционально-эстетического содержания архитектуры пассажей непосредственно связаны с композиционными проблемами формирования внутреннего пространства. Можно выделить следующие закономерности:

1. Гармоничное единство внутренней среды пассажа обеспечивается выполнением двух условий: пространственной целостности пешеходной зоны (коммуникационного остова) и вариабельности пространственных структур составляющих предприятий (функциональной ткани) на основе гибкой планировки и универсальных конструктивных решений. Усложнение и увеличение неторговых функций пассажа накладывает жесткий отпечаток не подход к объемно-пространственным и архитектурно-композиционным решениям.

2. Пространственное разнообразие внутренней среды пассажа, то есть иерархия пространственных зон и фрагментов, основано на принципе визуальной прерывности по направлениям движения посетителей.

3. Внутреннее пространство интегрированного многофункционального пассажа — это часть единой городской среды, представляющей собой ансамбль. Однако, развитие связей между внутренними и внешними пространствами не должно нарушать необходимой обособленности, определяемой в каждой пространственной зоне характером деятельности и условиями восприятия.

Для совершенствования объемно-планировочной структуры традиционных моделей предлагаются следующие основные направления:

— преодоление монотонности (вертикальные моллы);

— формирование информационных и экспозиционных зон вблизи основных входов в пассаж;

— организация залов различного функционального назначения в дополнение к транзитным зонам;

— выделение специализированных торговых моллов;

— организация и использование в качестве магнитов "зеленых театров", музейно-выставочные помещения и т.д.;

— более полное использование подземных пространств.

Среди элементов объемно-планировочной структуры наибольшей конструктивной устойчивостью во времени обладает коммуникационный каркас, то есть общественно-пешеходные пространства. Он передает основную художественную идею композиции внутреннего пространства и в значительной степени определяет социальную эффективность объекта в целом:

— увеличение темпов информации и обслуживания, повышение комфорта и комплексности контактов с населением города, сокращение времени на приобретение покупок и получение услуг;

— воспитание навыков поведения и культуры потребления;

— пропаганда определенного стиля и образа жизни.

Принципиальные приемы, предлагаемые в настоящей работе, разумеется, не исчерпывают всего многообразия возможностей современной практики, — это лишь некоторые из наиболее характерных направлений развития пассажа как типа:

— моделирование внешнего городского ландшафта;

— совмещение смысловых рядов общественно-пешеходного пространства;

— интеграция пассажа с дополнительными резервными зонами;

— применение «пульсирующего» разреза молла;

— вертикальное развитие;

— акцентирование уникальных первоначальных конструкций;

— включение пассажных и атриумных помещений в структуру многофункциональных комплексов;

— развитие подземного строительства.

Результатом работы стали научные и практические выводы и предложения, призванные влиять на проектирование и строительство пассажей и многофункциональных деловых комплексов.

1. Рассмотрена динамика развития архитектурных объектов, являющихся предшественниками пассажей в многофункциональных деловых комплексах как градостроительных, так и в объемно-пространственных аспектах. При этом выделены этапы, каждый из которых представляет собой результат совершенствования материально-пространственной среды и удовлетворения постоянно растущих потребностей и запросов общества. Их последовательное рассмотрение позволило определить закономерности, по которым складывались и постепенно развивались приемы объединения обслуживающих, рекреационных и др. функций в едином организме.

2. Выявлены основные приемы формирования пассажей в многофункциональных деловых комплексах, включая их размещение в городе, построение структуры, и создания архитектурно-художественного облика, которые могут быть рекомендованы к использованию при проектировании пассажей многофункциональных деловых комплексов.

3. Изучены аспекты проектирования пассажей, которые связаны со спецификой выбора состава входящих в них компонентов, способами создания среды и экономической эффективностью строительства. Найденные при этом закономерности помогают в выборе наиболее перспективных архитектурных решений.

4. Установлены способы определения площадей компонентов, входящих в состав торговой, офисной частей многофункциональных деловых комплексов, с учетом этого выявлены приоритеты архитектуры пассажей, особенно важные при составлении заданий на проектирование и определении стратегии формирования изучаемых объектов.

5. Найдены архитектурные решения расположения пассажей в многофункциональных деловых комплексах, в которых определены взаимосвязи развлекательной и торговой частей, а так же возможно жилой и офисной, организация общественных помещений, жилой части и разработан широкий типологический состав в объеме одного здания.

6. Предложена технологическая схема структуры и объемно-пространственная модель расположения пассажей многофункциональных деловых комплексов, состав общественных помещений и их архитектурно-планировочная организация различных пространственных объемов.

7. Использование данных в работе предложений и рекомендаций позволяет определить решения пассажей и многофункциональных деловых комплексов в целом, выделить в нем место для торговли, рекреационных функций и детально разработать его.

В заключении необходимо отметить следующее: во-первых, характеристики внутреннего пространства пассажей непрерывно совершенствуются как для улучшения общественного многофункционального взаимодействия с населением, так и общественного развития в целом; во-вторых, композиционно-смысловая структура этого пространства как части средового окружения человека пока недостаточно изучена. Поэтому для совершенствования проектирования нужна дальнейшая разработка ряда взаимосвязанных факторов: характер торговой деятельности как городской традиции, эмоциональные требования к воспринимаемому пространству, экономические и психологические факторы, влияющие на поведение человека, специфика функциональной нагрузки, причины и принципы развития структурной сетки самих пассажей, их роль и место в городской ткани и т.д.

Представленная в настоящем исследовании система общих композиционных принципов, складывающаяся на основе обобщения прогрессивных достижений современной практики, несомненно, заслуживает большого внимания, так как объективно, наряду с другими факторами, она является руководством к действию архитектора. Анализ, освоение и развитие наиболее важных композиционных закономерностей и связей, наиболее интересных приемов и принципов творческого опыта, его тенденций, могут быть весьма полезны для совершенствования проектирования пассажей в нашей стране.

Библиография

Агапкин В. Программа "Новый город".//Строительство и строительная индустрия. М., 1996. № 3, с. 19. (инвестиционные проекты для создания в Москве сети торговых зданий);

Антошвили М.Е. и др. Оптимизация размещения городских центров культурно-бытового обслуживания. Учебное пособие. М., 1983. МАРХИ;

Антошвили М.Е. и др. Оптимизация функционального зонирования. М., 1986. МАРХИ;

Арбат. 16 ракурсов одной улицы.//Архитектура СССР. 1986. № 4;

Архитектурное проектирование общественных зданий. М., Стойиздат, 1985;

Барановская И.Н. Не здание, а квартал.//Строительство и архитектура Ленинграда., 1986. № 1;

Беддингтон Н. Строительство торговых центров. Пер. с англ. ред. И. Федосеева. М., Стойиздат, 1986;

Безродный И.П. Опыт организации пешеходных зон в городах УССР. М., МГЦТИ, 1988. Экспресс информация. вып. 5;

Бобков И. Город и магазины.//Строительство и архитектура., М., 1982, № 4. С. 18–19;

Богданов И.А. Гостиный двор.//Ленинградская панорама., 1984. № 4с. 32–34;

В старых кварталах новая жизнь.//А.С.Д. М., 1997, № 1, с. 6–9. (планы реконструкции и застройки центра мастерскими Моспроекта–2);

Васильев Н.Г. Композиционные приемы формирования архитектуры торговых зданий в исторически сложившейся среде. XXXVIII научная конференция. Казань, 1984;

Васиольева И.П. Размещение предприятий торгового обслуживания в подземном пространстве. М., ЦНТ по гражданскому строительству и архитектуре. 1972;

ВСН 2–85. Ведомственные строительные нормы. М., 1986;

Великорецкий О. Торговые комплексы.//Архитектура. прилож. к строительной газете, 1975, III. № 5. С. 2–3. Новые работы ин-та Гипроторг;

Великорецкий О. Торговый центр "Гулистан" в Ашхабаде. //Архитектура СССР., 1984, № 4. С. 62–67;

Викторова Т. Стеклянные фасады.//Строительная газета. 1997, № 36. с. 17;

Высоковский А.А., Привалов И.Т. Формирование комплексов общественных центров. М., 1982;

Гаврилина А.А. Алабян Л.Н. Многофункциональный общественный центр в жилой застройке.//Жил. строительство, 1982, № 11;

Гаврилина А.А. Особенности пространственного проектирования многофункциональных комплексов массового строительства. М., 1981;

Гарамов Ю.М., Урбах А.И. Планировочная организация торговой и складской зон крытого рынка. Матер. н. конф. МАИ, М., 1976;

Гарамов Ю.М. Предприятия торгово-бытового обслуживания. Сб. н. тр. Ташкент. полит. ин-та, Ташкент, 1989, с. 16–19;

Гиговская Н. О творчестве Марио Ботта.//Арх. вестник. 1997, № 2. С. 61–65;

Глушкова В.Г., Жолков А.О. Реализация планов соц.-эконом. Развития и градостроительного совершенствования крупных городов. М., МГЦНТИ, 1986. Обзор. Информация, вып. 6;

Гнедовский Ю., Кулага В., Федосеева М., Общественный центр ЭЖК в г.Горьком. Вып. матер II-й науч. конф. СССР/ДР. М., 1980. с. 41. ЦНИИЭП;

Гослинг Д., Мэйтленд Б. Проектирование торговых комплексов. Пер. с англ. ред. Федосеевой И.Р. М., Стройиздат, 1979;

Грюн В., Смит Л. Торговые центры США. Планировка торговых центров. Пер. с англ. ред. Урбах А.И., М., Стройиздат, 1966;

Гулликсен, Кайрамо, Вормала. Пристройка к магазину. Sbockmanu'. В Хельсинки./Проект Россия. 1996, № 2. С. 8–9. Новое стр-во, вписанное в застройку XIXв.;

Гутнов А. Города и люди. М., "Ладья", 1993;

Гутнов А., Глазычев В. Мир архитектуры./Лицо города./М., Молодая гвардия, 1990;

Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. М., 1995. Учебник;

Дубынин Н.В. Эволюция развития архитектуры многофункциональных комплексов в России.// Жил. строительство. Начало 1996 № 4, № 6, № 10, 1997 № 2;

Жемчужникова Н.И. Проблема использования историко-архитектурного наследия больших городов. М., МГЦНТИ, 1986, вып. 11;

Журнал "Зодчество мира", М., 1997. № 1=дракон-центр. с. 12–13; дизайн-центр. с. 6–7; концертный зал. С. 10–11. И т.д. (13–15; 26–27);

И овцы целы... К итогам конкурса на торгово-деловой центр в Столешниковом переулке.//Арх. вестник, 1997, № 3. с. 50–53;

Иконников А.В. Город — реконструкция как формула бытия.// Арх. вестник, 1997. № 1. С. 11;

Иконников А.В. Улица для пешеходов.// Декоративное искусство, 1984, № 9;

Иконников А.В. Функция, форма, образ в архитектуре. М., Стройиздат, 1986;

Иллюстрированный каталог проектов открытого конкурса на разработку проектных предложений торговых центров жил. зон городов. М., 1981;

Ильиницкий В.Л. Развитие архитектурыы МНФЖК.// Жил. строительство, 1993, № 2 с. 14–16. — МНФК с максимальным включением торговых предприятий;

Козлов М.В., Косицкий Я.В. Торговая зона как полифункциональное пространство. ВКН: вопросы теории и практики архитектуры и градостроит. Межвузовск. СБ. МАРХИ, М., 1980. вып. 35. с. 55;

Козлова Ю.В. Пассаж обновляется.//Механизация строительства, 1989, № 11;

Круглов Ю.В. Экономические характеристики территории города — основа его планировки. Известия вузов. Строительство, М., 1997, № 6. с. 129–131;

Кузьмин А.В. Архитектура и город.//Пром. и гражд. стр-во, 1997, № 4;

Культурно-торговый центр "Форум" в Братиславе. Чехословакия.//Архитектура и общество, 1987, с. 76–77;

Кулаги В.Л., Курышев В.Г. Общественные центры в сложившейся жилой застройке. М., Стройиздат, 1981;

Лабудин Б.В. и др. Шатровые покрытия торговых павильонов.//Жил. строительство, 1992, № 5, с. 17–18. илл., табл.;

Лежава И.Г., Смоляров И.М. Проблемы архитектуры и градостроительства. Известия вузов. Строительство. М., 1996, № 9, с. 8–11;

Лелина В.И. Тенденция формирования торг.-обществ. комплексов в городах севера. Арх. и градо. Межвуз. сб. н. тр. ЛИСИ. М., 1990, с. 75–79. Анализ исторических форм торговли;

Либерман С.Ю. Организация пешеходных зон в больших городах. М., МГЦНТИ, 1982. Экспесс информ. вып. 3;

Лин М.Т. Современный подход к проектированию торговых центров в Великобритании. М., 1984. Экспресс информ. ЦНТИ г.г.строя. вып. 12;

Лин. М.Т. Современные торговые пассажи за рубежом. М., 1984. Экспресс информ. ЦНТИ госгражданстроя. вып. 12;

Лошаков И., Бреус А. Дворцы торговли вчера, сегодня, завтра.//Архитектура. прилож. к строительной газете, 1987, № 1, с. 4–5. О формировании нового типа предприятий — торговых выставок.

Лошаков И.И. Теория архитектуры и градостроительства. (психология восприятия архитектурных объектов) Киев, 1988;

Макаревич Г.В. Москва вчера, сегодня, завтра: заметки о генеральном плане.//Пром. и гражд. строительство, 1997, № 5, с. 18–20;

Макоитенко В.А. Конкурсный проект светопрозрачного покрытия старого Гостиного двора.//Пром. и гражд. строительство, 1997, № 4, с. 42 Пром. и гражд. строительство43. № 2, с. 68–73;

Максимов В.П. Итоги международного конкурса.//Арх. вестник, 1996, № 3, с. 56–59;

Максимов В.П. Климат и архитектура торговых центров.//Жил. стр-во, 1990, № 3, с. 17–18;

Малышков В. Реконструкция как способ преуспеть.//Моя Москва, 1996, № 1 (32, с. 10) О реконструкции торговых предприятий столицы.;

Маркявичене Ю. Острова комфорта (пешеходная улица) — путь, по которому город идет к человеку.// архитектура, 1983, № 11;

Матвеенко А.И. Эволюция торговых центров США и современные тенденции их развития. Материалы XXX конф. МАИ. М., 1976, с. 103–104;

Мейтленд Б. Пешеходные торгово-общественные торговые центры и пространства. Ред. Федосеева. Пер. с англ. М., Стройиздат, 1989;

Мирошкин А., Земцов Ю. Пассаж в новой роли.// Арх. СССР, 1977, № 7, с. 54–56;

Митрин П. Век ГУМа и век гуманизма.// Архитектура, 1993, № 1–2, с. 13;

Михайловский Е.В. Историческая городская среда и ее использование./Памятники архитектуры в структуре городов. М., Стройиздат, 1978;

Многофункциональные здания и комплексы. МГСН. 04/04/94. Утв. правительством Москвы;

Многофункциональные комплексы и сооружения. (обзор) М., 1973. ЦНТИ по гражд. стр-ву и архитектуре. Сост. А.В. Боков;

Моисеева С.Б. Объекты обслуживания в разных градостроительных условиях. Стр. и арх. София. Жил.-град. стр-во. Обзорная информация ВНИИНТПИ, 1997, вып. I, с. 44;

Морозов А.Ф. Специализированные торговые комплексы. Сб. н. тр. ЦНИИЭП жилища, М., 1988, с. 13–17;

Мудров Л.В. Планировочные условия размещения крупных торговых центров. ВКН. Проблемы формирования и развития общественных центров городов. Сб. н. трудов ЦНИИ градостроительства, ХА., 1978, с. 44–52;

Муска В.В. К вопросу архитектуры торгово-выставочных зданий. ВКН: строительство и архитектура. Респ. межвед. н.-т. сб., вып. 14. Киев "Будiвельник", 1978, с. 44–47;

Никитин В.Д. "Супермаркет". Фантазия или реальность?// Стр. и арх. Белоруссии, 1990, № 1, с. 6–11;

Никифоров Л. Обновление торгово-жилых улиц и кварталов в центрах городов Болгарии.//архитектура СССР, 1982, № 4;

Новые общественные комплексы Парижа. Каламыкова В.Н. в сборнике: Некоторые проблемы современной архитектуры. М., 1985;

Остин Т. (Austin) Проектирование и строительства общественно-выставочных комплексов в США.// Стр-во в США, 1992, 2, с. 11–13;

Паскевич Ю. Быть ли киевскому дефансу? Киев, 1997, № 1, с. 8–9. Радикальные градостроительные решения по важнейшим зонам реконструкции Киева;

Пелова Ц., Вулов Я. Пасажите в Големите градово.// Болгарск. Архитектура, 1984, № 9, с. 22–25;

Порени И. Город, человек, окружающая среда. Проблемы рекреации в градостроительстве., 1981, изд. АН Венгрии;

Пискаленко Б.Ю. Пешеходные зоны в центрах городов ГДР.//Строительство и архитектура, 1984, № 7;

Полуприватное и полуобщественное пространство.// Арх. и стр-во России, 1997, № 1, с. 11–16. Принципы проектирования общественных зданий, особенно торговых;

Портнов Б.А. Расчет и размещение торгово-бытовых учреждений повседневного пользования в центральных райнах городов. М., 1986. Экспресс информация МГЦНТИ вып. 1;

Посохин Н. Арбатский бульвар как отправная точка градостроительных преобразований.// Архитектурный вестник, 1996, № 6, с. 15–18;

Постнов В., Чисилихин Е. Торговый комплекс "Тиас".//Арх. вестник, 1997, № 1, с. 24–28;

Предтенский В.М., Малинский А.И. Проектирование зданий с учетом движения людских потоков. М.,1984;

Прогнозирование и моделирование в градостроительстве. Сборник ЦНИИП градостроительства. М., 1984;

Пронин Е.С. Планировочные особенности пешеходных зон в городах ФРГ. М., 1987. (экспресс информация МГЦНТИ, вып. 4/1);

Пронин Е.С. Формирование городских центров. М., Стройиздат, 1983;

Рапопорт Е.М. Пассаж по спирали.//Стр-во и архитектура Ленинграда, 1979, № 9, с. 30–39;

Ревзин Г. Молчащий постмодернизма.//Проект Россия, 1996, № 4, с. 33–39. Анализ стилистических особенностей архитектуры общественных зданий;

Розенблюм Е., Суетин С. Пешеходная Дерибасовская в Одессе.// Архитектура СССР, 19844, № 1;

Розпутний М.А. Уникальный торговый комплекс в Киеве.//Строительство и архитектура, 1972, № 9, с. 20–22. (Обзорно-простр. колап. Республиканского дома оптово-розничной торговли);

Савченко В.В., Муска В. Комплексный подход к решению торговво-выставочных зданий.//Стр-во и архитектура, 1977, № 9, с. 18–20;

Саксон Р. Атриумные здание. М., Самиздат, 1987;

Скокан А.А. Плохое время для хорошей архитектуры.//Архитектура и стр-во Москвы, 1996, № 6, с. 6–9. Оценка практики застройки и реконструкции исторического ценра Москвы;

Скураковский Г.М. Многофункциональная пропорциональная система. Новосибирск, изд. СГАПС, 1996;

Смоляр И.М. Московский мегаполис: проблема развития.//Архитектура и строительство Москвы, 1996, № 6, с. 27–31. Формирование московского мегаполиса, количественные показатели, соц. условия, концепция развития;

Современные методики функционально-пространственной организации крупных торговых центров. — Токмаджян Л.Г. Тез. Док. XI н. практ. конф. по теме: Роль научных исследований в практике градостроительного проектирования ЦНИИЭП градостр. М., 1980, с. 61–62;

Cоколов Л.И. Функциональная и архитектурно-пространственная структура центров городов. Градостроительные проблемы формирования центров малых и средних городов. М., ЦНИИП градостроительства, 1979;

Ставничий Ю.А., Бойченко А.А. Организация пешеходного движения в городах.//Жилищное строительство, 1981, № 5;

Столяренко С.Н. Торговые ряды в городе Арзамасе. Матер. докл. н. конф. Н. Новгород, 1995, с. 254–264;

Тареев В.М. Новые пассажи в старых домах.//Ленинградская панорама, 1986, № 2, с. 23–25;

Тенденции развития объемно-планировочной структуры торгово-выставочных комплексов. (Лакаков, Зилаина — Киев, 1984. Рукопись депонирован. в ЦНТИ гражданстроя, № 262);

Торгово-общественные центры: иллюстрированный каталог индивидуальных проектов. Центр. н. и. проектн. ин-т комплекс. реконстр. исторических городов. М., 1988, 1991;

Торговые здания в городских зонах высокой интенсивности функционального использования./Лошаков И.И. Стр-во и арх. Республ. межед. н.-тех. Сб./Киев, ЗНИИЭП. Киев, 1989, вып. 25, с. 53–58;

Торговые центры в планах русских городов второй половины XVIII–нач.XIX в. Максимов А.А. ВКН: памятники рус. Арх. и монумент искусства. М., Наука, 1980, с. 126–139. Сб. статей ВНИИ искусстввознания;

Урбах А.И., Лин М.Т. Архитектура городских пешеходных пространств. М., Стройиздат, 1990;

Урбах А.И., Матвеенко А. В несколько ярусов.// Стр-во и архитектура Москвы, 1986, № 6;

Урбах А.И., Лин М.Т., Возрождение пассажа.//Архитектура прил. к стр. газете, 1984, ; 14, с. 4–5;

Урбах А.И. Многоярусные общественные торговые центры. Сост. Урбах А.И., Урбах Л.А., 1973;

Урбах А.И. и др. Малые и средние города Подмосковья: пути совершенствования торгового обслуживания.//Арх. и стр-во подмосковья, 1984, № 1, с. 12–14;

Урбах А.И. Общественно-торговые центры. М., ЦНТИ по стр. и арх., 1972

Урбах А.И. Проблемы формирования новых типов торговых зданий и комплексов. М., 1973;

Урбах А.И. Торговые здания и комплексы. М., Стройиздат, 1974;

Урбах А.И., Кириенко Н.П. Архитектурно-композиционная вариантность массовых общественных зданий в застройке больших городов. Проблемы больших городов. Обзорная информация. ГОСИНТИ, 1981, вып. 27;

Урбах А.И., Хорошилов В.Б. Новые тенденции в архитектуре общественных центров. Обзорная информация. ВНИИТАГ, 1990, вып. 4;

Урбах А.И., Хорошилов В.Б. Перспективы развития торговых центров городского значения. Обзорная информация. ВНИИТАГ, 1989, вып. 13;

Урбах А.И., Лин М.Т. Пешеходные торговые улицы и зоны за рубежом. Обзорная информация. МГЦНТИ, 1982, вып. 30;

Урбах А.И. Проблемы повышения качества и социально-экономической эффективности проектирования и строительства общественно-торговых комплексов. ГОСИНТИ, № 8, 1976;

Урбах А.И., Михайлов Н.П. Проект нового общественно-торгового центра в Неаполе. Экспресс информация. МГЦНТИ, 1986, вып. 1;

Урбах А.И., Омуралиев Д.Д. Системно-структурный метод проектирования обществееных центров больших городов. Обзорная информация. ГОСИНТИ, 1980, вып. 3;

Урбах А.И. Современные градостроительные структуры и организация общественно-торгового обслуживания. Сост. А.А. Урбах, М., ГОСИНТИ, 1973;

Урбах А.И., Лин М.Т. Торговые центры. Аналитическая практика. Прилож. к стр. газете, 1983, № 26, с. 7;

Федосеева И.Р. и др. Торговые центры. М., Стройиздат, 1988;

Федосеева И.Р., Токмаджян А.Г. Трехмерно-пространственная организация функциональной структуры современных крупных торговых центров. ВКН: Совершенствование системы и типов зданий торг.-быт. Сб. н. т. ЦНИИЭП жилища. М., 1980, с. 55–60;

Федутинова Ю.А. и др. Формирование пешеходных улиц в больших городах. М., МГЦНТИ, 1988, вып. 18;

Федяева Н., Набокова Т. Многофункциональные жилые комплексы. М., 1981;

Формирование торговых зданий и центров на основе применения функциональных объемно-пространственных элементов. Сб. н. трудов ЦНИИЭП жилища, М., 1985;

Харитовнова З. Дореволюционный строительный устав глазами современного градостроителя.// Арх. вестник, 1997, с. 14–19;

Шавина Т. Уникальный объект. О торг.-рекреационном комплексе на Манежной площади.//Строительная газета, 1996, № 34, с. 7;

Шимко В.Т. Альтернативные принципы формирования городской среды (предпосылки и перспективы). Известия вузов. Строительство. М., 1997, № 7, с. 107–112;

Шорина Е.Н. Формирование общественных торговых центров на базе транспортных узлов. Тезисы докл. Пенза, 1987, с. 92–93. Инж.-стр. ин-т;

Шумилкин С.М. Пассажи России периода классицизма.//Арх. мира, вып. 1. Материалы конф. М., 1992, с. 108–113;

Шумилкин С.М. Торговый центр Н. Новгорода. Матер. докл. н. конф. Н. Новгород, 1995, с. 264–274. "Проблемы исследования памятников истории культуры и природы".

Ямпольский Е. Старый центр на современный лад.//Моя Москва, 1997, № 1, с. 10–12;

Ямпольский Е. Там, где кончается асфальт.// Моя Москва, 1997, № 2, с. 40–46. (Особенности торг.-рекреационного центра на Манежной площади.);

Brenuan Y. Green architecture. Style over content.// Architectural design, 1997. vol. 67, № 1/2, p. 22–25. Зеленая архитектура – пути объединения природы и строений;

Dominguer A. Alhondiga Residence.//Architectural design. 1997. vol. 67, № 1/2, p. 82–83. Жилой дом на стесненном участке Севильи;

Hoyt C. Focuson: Creating Communities.//Architectural record, 1996, № 6, p. 102–103. Внимание к системе обслуживания. Примеры зданий общественных центров;

Hypo Alphe — Adria Center.// Morphosis architecture. 1997, vol. 86, № 1, p. 62–65. Проект застройки центра, отмечен премией. (AWARD 1996);

Hopkins M. Research into Sustainable Architecture.//Architectural design, 1997. vol. 67, № 1/2, p. 26–36. Решение проблем воздухообмена и освещения;

Landecher H. New Urbanism is Good for America?//Architecture, 1996, vol. 85, № 1, p. 68–77. Анализ развития градостроительных идей в Америке. Новые структуры городских структур, окрестностей, систем обслуживания;

Pepchinski M. Crystal Palacedor Reboru Drade Center.//Architectural record, 1996, vol. 184, № 11, p. 80–89. Хрустальный дворец для возрождения центра торговли;

Russelly. Entertaiment Retail.//Architectural record, 1977, vol. 185, № 3, p. 90–93. Примеры рекреационных зданий;

Ryu Akira. The Best Use of Landscape Items in Architectural Rending. Tokyo, 1994.

Shillihgburg D. When Design Meets Image.//Architectural record, 1996, № 184, p. 104–105. Богатое воображение в проектировании. Взаимоотношение архитектуры и функций в проектировании магазинов;

Thompson Y. Design under Glass.//Landcape architecture, 1997, vol. 87, № 2, pp. 62–69, 86–88. Проектирование остекленных пространств. Иллюстрация создания открытого пространства.

Диссертации, авторефераты на сосиск. уч. степ. канд. арх.

Алабян Л.М. Композиционная целостность и развитие общественных зданий, их ансамблей. М., 1980. В 2-х томах. (МАРХИ);

Атинов В.С. Принципы проектирования зданий культ. центров с гибкой планировочной структурой (на примере авторских работ). М., 1987, т. 2. (на примере авторских работ. МАРХИ);

Васильева И.П. Принципы формирования торговых подземных зон.

Козлов М.В. Архитектурно-планировочная организация городских пешеходных улиц и площадей в условиях континентального климата. М., 1983. Автореф.;

Кубасова М.В. Градостроительные доминанты в формировании архитектурного своеобразия центральной части Москвы. Автореферат. МАРХИ, 1989;

Лин. М.Т. Формирование архитектуры пешеходных пространств улиц сложившихся малых и средних малых и средних городов на примере московской агломерации. В 2-х т. М., 1984. (МАРХИ);

Матвеенко А.И. Многоуровневые общественно-торговые центры.

Нахуцришвили О.Н. Архитектурно-планировочное решение общественных комплексов в связи с организацией движения пешеходов. М., 1970;

Фоменко О.А. Сигнал и язык в анализе архитектурной формы. Автореферат: 1997, Киев;

Харитонова З.В. Пешеходные улицы в исторически сложившейся среде крупного города. М., 1988;

Хорошилов В.Б. Принципы организации архитектурной среды общественно-торговых центров;

Шмидт О.Р. Формирование комплексов учреждений культуры на основе исторической застройки Москвы. М., 1980.