

УДК 721.011.5

А.В.Бережний

## ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОСТОРУ ПАСАЖІВ, ТЕНДЕНЦІЇ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ ЗОВНІШНІХ І ВНУТРІШНІХ ПРОСТОРІВ

Активність торгівлі, як одного з найважливіших життєвих чинників, стимулюється різними засобами інформації — телебаченням, журналами, а також самою атмосферою торговельної середи.

Торговельна діяльність як міська традиція повна сенсу лише у тому випадку, коли вона пов'язана з певним місцем і забарвлена характером цього місця. Міський пасаж — це ідея, принцип, але не завжди певна форма, його внутрішній простір, будучи часткою міської середи, повинен вирішуватися за принципом багатofункціональності самого міського простору. [1]

Найпоширенішою ідеєю є трактування пасажу як моделі вулиці, міста. Внутрішньому простору і фізично і метафорично додаються властивості двох основних якостей міста: якість шляху (торговельна вулиця) і якість місця (торговельне вічко, зал). Ця подвійність відображає природу пасажу, як всякої крупної громадської будівлі, — вона частково належить міському рівню, але в той же час і рівню будинку, оскільки забезпечує людині певний затишок.

Сучасний крупний міський пасаж живе за допомогою своїх шляхів — торговельних молів і атриумов. Відбувається трактування простору в декількох смислових вимірах. Таким чином модель міста, втілена в нім, стає до певної міри повноцінною і має право на існування (мал. 1).

Сучасний етап розвитку торгівлі призводить до нових принципів проектування торговельних просторів, що характеризуються незрівнянно вищим професійним і загальнокультурним рівнем. Перший з них пов'язаний з системою реальних просторових розмірів, які осягає людина, потрапляючи в центральний простір — критий пасаж. Другий — історичний: від культивованих історичних образів до сучасної індустріальної естетики. Третій принцип заснований на ряду елементів екстер'єру в інтер'єрі.

В даний час все більш великої актуальності набуває підхід до проектування пасажів як об'єктів пов'язаних не лише з організацією споживання, але і таких, що виступають як носії комунікативної функції. Формування таких просторів розвиває архітектурні прийоми минулого, повертаючи місту його традиційні елементи. При цьому важливо, що введення елементів навколишнього міського простору у внутрішню середу пасажу може стати одним з основних чинників, що допомагають зближувати якості реально існуючого простору і того

просторового образу, який складається в свідомості відвідувача. Цій меті зараз прекрасно служать пішохідні зони.



Мал.1 Пасаж як вища точка розвитку штучної моделі міста.

Для аналізу взаємозв'язку зовнішнє-внутрішнє необхідно виділити конкретні спільні критерії, на підставі чого можливе порівняння цих двох типів середовища. Основними характеристиками середовища можуть бути названі: наявність головного (суспільного) і другорядних просторів, їх органічний взаємозв'язок, інформаційна насиченість всіх зон, масштабна багатоплановість і так далі. Основні характеристики зовнішньої і внутрішньої середовища пасажу якісно аналогічні у функціональному і просторовому стосунках, і по цих напрямленнях можливий аналіз їх взаємозв'язку і взаємовпливу.

Чинники формоутворення, що визначають властивості цих просторів, також належать до єдиної системи, — вони мають однакову функціональну структуру і розрізняються лише компонентами. Це підтверджується, зокрема, і методикою вживання однієї формальної моделі для різних архітектурних підсистем.

Розглянемо композиційні засоби взаємодії. Поза сумнівом, одним з найважливіших є система композиційних осей. Вона відображує структуру пасажу і його об'ємну форму — це і зрине вираження системи внутрішніх просторів, і елемент композиції ансамблю, в ній виявляється опосередкована взаємодія двох активних середовищ. Даний чинник має вирішальне значення,

оскільки взаємозв'язок і супідрядність композиційних осей окремих фрагментів пасажу дозволяє досягнути цілісності всього ансамблю. Вибір системи осей, як правило, визначається містобудівною ситуацією.

Другим важливим композиційним засобом є система граничних просторів і елементів. Ними можуть бути: входи і в'їзди до будівлі, пішохідних галерей, інформаційно-розподільні простори, «зимові сади» тощо. [3]

Тенденція використання засобів екстер'єризації інтер'єру особливо виразно виявляється в композиціях, пов'язаних із специфічними умовами проектування стають усе більш масовими. Наприклад, пасаж в коштовній історичній середі, як це було зроблено при проектуванні багатофункціональних пасажів на Невському проспекті у Санкт-Петербурзі (мал. 2).



Мал.2 Пасаж на Невському проспекті у 1914 та 2007 роках.

Специфіка архітектурної композиції подібних споруд полягає якраз у використанні широких можливостей вирішення екстер'єру в інтер'єрі. Світлові дворики, декоративне озеленення, водні поверхні і фонтани, частки старовинних споруд - все це засоби архітектурно-художніх рішень, здатних забезпечити приємну і звичну атмосферу, легкість і рівноцінність просторової орієнтації, композиційну єдність різних рівнів, фрагментів нового і старого.

В умовах історичного центру, що склався, аналогічні прийоми можуть сприяти збереженню різноманітності об'ємно-просторових співвідношень існуючої забудови, типів міських просторів і традиційного масштабу, що склалися.

#### Література

1. *Саксон Р.* Атриумные здания. Москва. Стройиздат 1987г.
2. *Мейтленд Б.* «Пешеходные торгово-общественные пространства» Москва. Стройиздат 1989г.
3. *Ретин Ю.Г., Ежов С.В.* Интегрированные архитектурные комплексы (Обзор). – М., 1988г.

#### Анотація

Ідея пасажів як центрів суспільного і торгівельного життя, закладена ще в кінці XVIII століття, в даний час отримала новий імпульс до розвитку. У останні десятиліття в розвитку архітектури торгівельних центрів у всьому світі стало помітно повернення до традиційних моделей пасажів, але з додаванням нових функцій, що продиктовані не лише часом, але і принципово новою системою організації торгівлі і суспільного відпочинку, що породило зміну творчих установок з врахуванням психологічних чинників сприйняття зовнішньої і внутрішньої середовища, всього міського простору.

#### Аннотация

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 заметно возвращение к традиционным моделям пассажей, но с добавлением новых функций, продиктованных не только временем, но и принципиально новой системой организации торговли и общественного отдыха, что породило изменение творческих установок с учетом психологических факторов восприятия внешней и внутренней среды, всего городского пространства.