

УДК 725.2/.4

Ю.О.Супрунович

ФОРМУВАННЯ АРХІТЕКТУРНО-ХУДОЖНЬОГО РІШЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ НА ОСНОВІ РЕНОВАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ БУДІВЕЛЬ

В умовах дефіциту і зростання цінності міської території набуває поширення тенденція розміщення підприємств обслуговування в нефункціонуючих промислових будівлях. Світова практика реновації промислових будівель під громадські функції засвідчила ефективність вказаних перетворень такими яскравими прикладами як Газгольдер-сіті у Відні, багатофункціональний комплекс на основі колишньої фабрики "Фіат" в Турині, Ельб-Філармоні в Гамбурзі, офісно-діловий комплекс Калвер-сіті в Каліфорнії та ін. Привабливість і популярність таких місць є не лише результатом творчого опрацювання індустріального спадку всесвітньо відомими архітекторами, але й зумовлюється усвідомленням історичного потенціалу цих об'єктів як видатних промислових гігантів, центрів прикладання праці – з легким присмаком ностальгії.

Важливим аспектом при реновації промислового об'єкту під торговельний комплекс є формування архітектурно-художнього образу. Вирішальними факторами для цього є: по-перше, властивості існуючої промислової будівлі і ділянки забудови; по-друге, нова містобудівна і функціональна роль об'єкту як будівлі громадського призначення, як місця тяжіння масових і різнопланових інтересів. Звичайно, обрані принципи і прийоми архітектурно-планувального перетворення промислового об'єкту також зумовлюють основні напрями зовнішнього рішення будівлі (внутрішні або зовнішні трансформації, винесення окремих функцій у прибудови, надбудови та ін.). Таким чином можна виділити фактори:

- історико-культурна цінність промислової будівлі чи споруди;
- стан збереження несучих і огорожуючих конструкцій;
- наявність виражених рис промислової архітектури (транспортне, інженерне, технологічне обладнання, характер покриття та огорожувальних конструкцій та ін.);
- масштаб і архітектурне рішення оточуючої забудови, основні точки сприйняття;
- характер і цінність природного й антропогенного ландшафту;
- значення торговельного центру в системі обслуговування (міські або місцеві центри);

- розташування відносно транспортних магістралей, пересадочних вузлів, основних пішохідних підходів та їх перетинів;

- відповідний принцип об'ємно-планувальної перебудови об'єкту і об'ємно-планувальне рішення, що зумовлює розташування «магнітів» центру.

Визначення ступеню історико-культурної цінності промислового об'єкту, який не вважається пам'яткою архітектури, може зумовлюватися його зв'язком з історичними подіями, творчістю видатних архітекторів та інженерів; застосуванням передових виробничих технологій, прогресивних для свого часу конструкцій; відображенням у планувальному та композиційному рішенні об'єкту характеру трудових процесів, технічного та культурного рівня суспільства у відповідний період. Промисловий об'єкт може мати цінність як пам'ятка науки і техніки, або навіть як соціальне явище, центр тяжіння певного району (крупні фабрики і заводи мали розвинену соціальну інфраструктуру професійні школи, технікуми, будинки культури і клуби, спортивні й оздоровчі заклади).

При формуванні архітектурно-художнього рішення на основі реновації промислового об'єкту, цінного з точки зору історико-культурної спадщини, можуть виникати наступні ситуації:

- зовнішній вигляд об'єкту залишається "як є", без прибудов і надбудов, і самостійно відіграє нову містобудівну і функціональну роль. Завданням архітектора в такому разі постає розкриття об'єкту до навколишнього середовища, організація цікавих ракурсів сприйняття, забезпечення сумісності масштабів об'єкту і оточуючої забудови. Для цього створюються відкриті простори, що можуть включати в себе вхідну та рекреаційну зони, ділянка звільняється від дрібних неважливих будівель і споруд, що можуть заважати сприйняттю головного об'єкту (наприклад, газгольдери в Відні, концерт-холл в Пармі);

- об'єкт залучається до нового архітектурного ансамблю за допомогою прибудов, надбудов, будівництва вставок між корпусами, нового будівництва в комплексі.

Цікаво виконано реновацію вугледобувного комплексу Гран Орну в Бельгії: нові корпуси, що містять виставкові зали, зведено в сучасних формах і матеріалах на місці зруйнованих, таким чином вони доповнюють первісну симетрію комплексу, залишаючись нейтральними до первісної забудови. Можливим прийомом є накладання властивостей новобудови на існуючий об'єкт. Прикладом застосування такого прийому є центр мистецтв Maison Folie в м. Лілль, Франція; Челсі Маркет, США - на фасади старих корпусів частково накладається нова структура, новий культурно-інформаційний шар, який

візуально поєднує їх з новобудовою, наголошує на їх новому функціональному призначенні і не заважає сприйняттю існуючих фасадів будівлі.

Таким чином, діалог між старою і новою забудовою може розвиватися у наступних напрямках:

- 1) виявлення пам'ятки промислової архітектури на тлі нової забудови;
- 2) суміщення властивостей старої і нової забудови, "палімпсест" (рис.1);
- 3) протиставлення старої і нової забудови.

Архітектурно-художнє рішення торговельних комплексів на основі реновації типових нейтральних об'єктів може формуватися в наступних напрямках:

- 1) акцентуація існуючого індустриального образу будівлі;
- 2) використання індустриального образу будівлі в якості фону, накладання якостей сучасної будівлі на вихідний об'єкт;
- 3) формування нового образу громадської будівлі.

Питання особливих рис, які формують образ промислової будівлі, і архітектурно-художньої виразності промислових об'єктів розглядалися в багатьох роботах [1-3,6,7]. С.В. Демідов відзначає, що жодна галузь архітектурної творчості не характеризується такою багатоманітністю специфічних ознак, які відрізняють її від інших галузей, як промислова архітектура і будівництво [1]. До особливостей, які складають індустриальний образ промислової будівлі, можна віднести наступні (рис. 3.6, рис. 3.7):

- збільшений масштаб порівняно із житловою і громадською забудовою,
- укрупнені метричні членування,
- насиченість технологічним, транспортним і інженерним обладнанням,
- виявлення конструктивних елементів в композиції фасадів;
- застосування специфічних форм крупнопрогонових покриттів, які формують силует забудови;
- застосування активного профілю покрівель з ліхтарними надбудовами;
- виразні вертикальні акценти - димові труби, водонапірні башти, градирні;
- характерне для промислових будівель оздоблення фасадів (облицювальні профільовані листи, азбоцементні листи, залізобетонні панелі, відкрита цегляна кладка та ін.).

Важливу роль в архітектурно-художньому рішенні торговельного комплексу відіграє індивідуальність фасаду і внутрішнього середовища, що сприяє запам'ятовуванню об'єкту, виділенню його серед багатьох інших. Саме тому при формуванні торговельного центру на основі реновації можна рекомендувати максимальне використання художньо-емоційного потенціалу, закладеного в існуючій промисловій забудові.

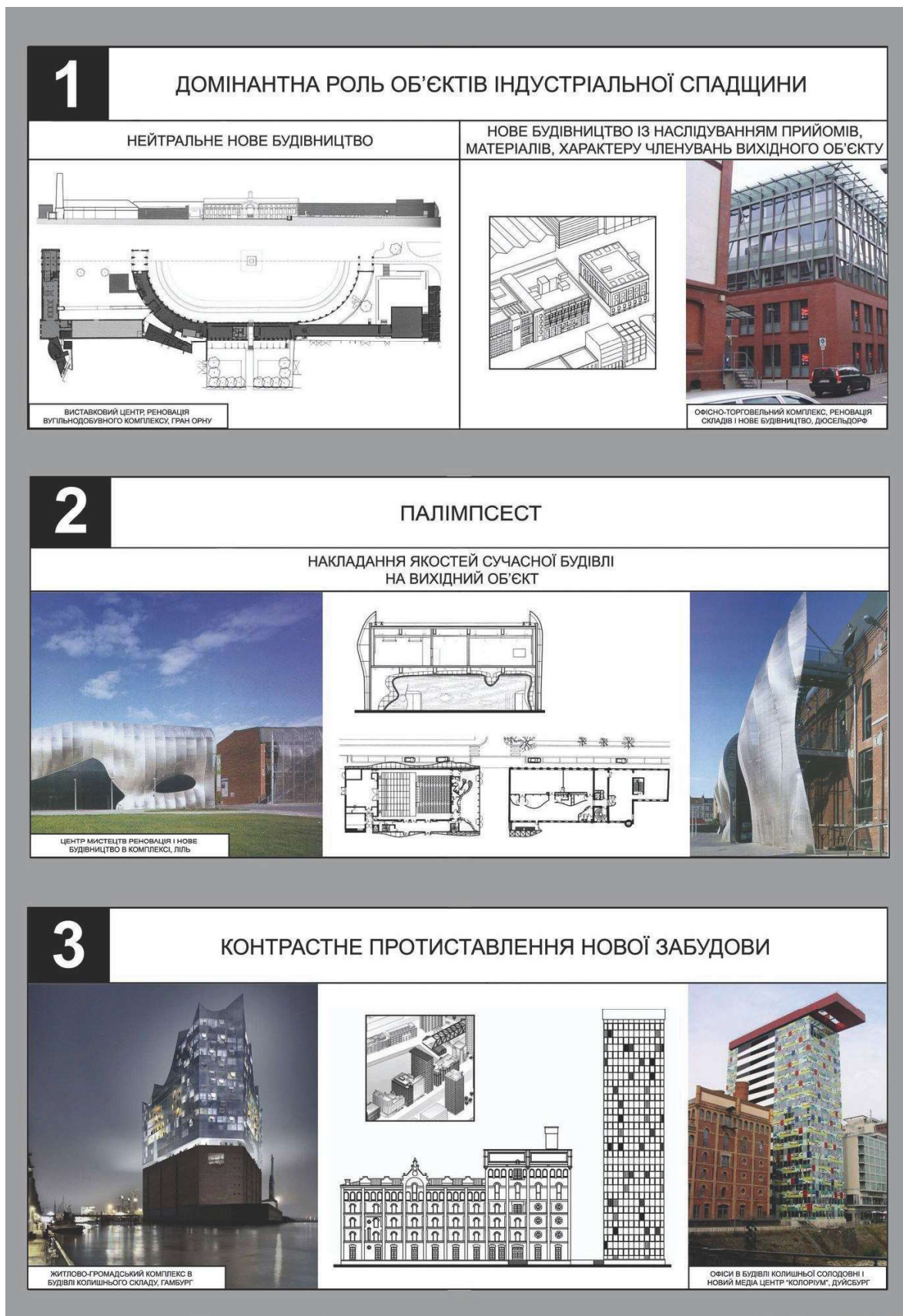
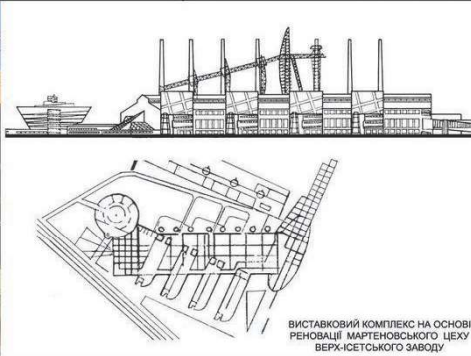


рис. 1 Формування архітектурно-художнього рішення громадсько-торговельних комплексів на основі реновації цінних об'єктів промислової спадщини

1

АКЦЕНТУАЦІЯ ІСНУЮЧОГО ІНДУСТІАЛЬНОГО ОБРАЗУ ОБ'ЄКТУ

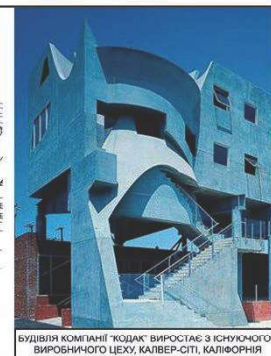
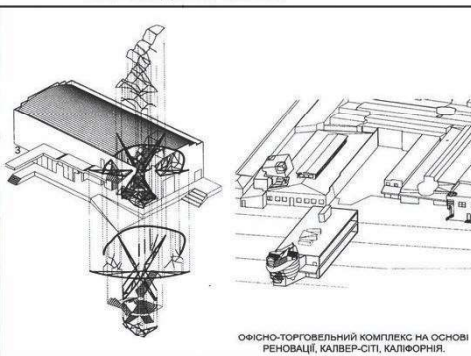
ВИКОРИСТАННЯ ІНЖЕНЕРНОГО, ТЕХНОЛОГІЧНОГО, ТРАНСПОРТНОГО ОБЛАДНАННЯ, КОНСТРУКТИВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ, ІНЖЕНЕРНИХ СПОРУД ПРИ ФОРМУВАННІ НОВОГО ОБРАЗУ



2

ВИКОРИСТАННЯ ІНДУСТІАЛЬНОГО ОБРАЗУ ОБ'ЄКТУ В ЯКОСТІ ФОНУ, НАКЛАДАННЯ НОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА ІСНУЮЧИЙ ОБ'ЄКТ

НАКЛАДАННЯ ЯКОСТЕЙ СУЧАСНОЇ БУДІВЛІ НА ВИХІДНИЙ ОБ'ЄКТ



3

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОГО ОБРАЗУ ПЕРЕТВОРЮВАНОВОГО ОБ'ЄКТУ

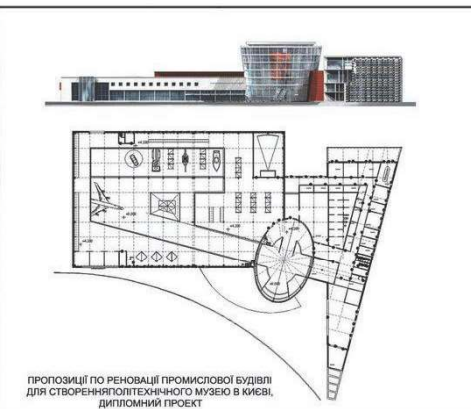


рис. 2 Формування архітектурно-художнього рішення громадсько-торговельних комплексів на основі реновації типових нейтральних промислових об'єктів

Однією з особливостей архітектурно-художнього рішення торговельних комплексів є акцентування вхідних груп і комунікаційних вузлів для спрямування потоків відвідувачів, а також виявлення в забудові, покликане привернути увагу до ТЦ як пішоходів, так і тих, хто пересувається автотранспортом.

Останнім часом набула поширення тенденція формування фасадів торговельних комплексів за допомогою рекламних засобів – оздоблення фасадів спеціальною банерною тканиною з широкоформатним друком, рекламними щитами, плазмовими екранами та ін. Такі прийоми мають місце в практиці, але не слід забувати про суто архітектурні властивості об'єкту, які не повинні залежати від швидкозмінних потреб реклами того чи іншого товару.

Література

1. Демидов С.В. Промышленная архитектура существует // Промышленное и гражданское строительство. – 1995. - №2. – С. 47.
2. Гофман В.Л. Фабрично-заводская архитектура. Ч.1 Планировка и конструирование зданий и сооружений промышленных предприятий. Изд. 3-е. – Л, 1932. – 220 с.
3. Ким Н.Н. Промышленная архитектура. – 2-е изд. перераб. и доп. - М, 1988. – 244с
4. Ковалев А. Проблема сохранения памятников промышленного зодчества // Архитектура СССР. – 1971. - №11. – С. 41-44.
5. Проектирование магазинов и торговых центров / К. Канаян, Р. Канаян
6. Рыкова Е.Э. Эволюция тем и идей в промышленной архитектуре // Промышленное и гражданское строительство. – 1998. - №1. – С. 30-31.
7. Сулима П. Что считать памятниками промышленной архитектуры? // Наука и жизнь, - М., 1984, №8. – С. 82 - 83.

Анотація

В статті висвітлено основні прийоми формування архітектурно-художнього рішення торговельних комплексів на основі реновації промислових будівель на прикладах закордонного проектного досвіду в залежності від їхньої історико-культурної значущості.

Аннотация

В статье определены принципы формирования архитектурно-художественного решения торговых комплексов на основе реновации промышленных зданий на примерах зарубежного проектного опыта в зависимости от их историко-культурной ценности.