

коммерция/
commerce



CAFÉ CRÈME

A moment
of pleasure



МИНЗДРАВСОЦРАЗВИТИЯ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ

КУРЕНИЕ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

события	
Золотая капитель–2007	2
«Архитектурный НАДЗОР»	3
Девятая сессия Зимнего Градостроительного Университета	4
V Красноярский экономический форум	4
Соглашение РААСН с администрацией Иркутской области	5
У хабаровских архитекторов – юбилей	6
Стамбульские встречи	9
Точечная застройка на сайтах и в документах	12
авторское право	
«Радиодом»: незаконный захват общественного пространства завершен успешно (и безнаказанно?)	14
выставки	
Новая выставка в Музее архитектуры	15
дизайн	
В пространстве дизайна и живописи	16
интернет-дайджест	22
новостройки	
Федеральный банк Хале / Заале (ЛЦБ Халле)	25
Дебитель-сити, Штутгарт	26
Главное управление Инфинеон Кампеон в Мюнхене	28
Пешеходная зона и рынок, Ангер, Эрфурт	30
квартирный вопрос	
Дом как укрытие	36
Ритуал и разум в кухне (философия стоицизма в дизайне кухни)	40
агломерация	
Агломеряне	44
Урбанизация, глобализация и городская политика	46

Издательская группа выражает благодарность за помощь и поддержку в создании журнала главному редактору журнала проект россия Барту Голдхоорну и издательству А-Фонд

Журнал зарегистрирован Восточно-Сибирским управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство ПИ №ФС13-0180 от 16.10.2007.

руководитель проекта
Елена Григорьева

выпускающий редактор,
корректор
Инееса Бражникова

редактор раздела
«События»
Марина Ткачева

редактор раздела
«Интернет-дайджест»
Наташа Шкедова

редактор раздела
«Наследие»
Алексей Чертилов

редактор раздела
«Монитор»
Ирина Теплякова

верстка
Жанна Измайлова

отдел рекламы
Ольга Павлова

Выражаем благодарность за участие в подготовке номера
Татьяне Анненковой
Наталье Носовой
Александре Козак

печать
ОАО «Иркутская областная типография № 1»
им. В.М. Посохина
Тираж 3000 экз.
Подписано в печать 03.12.07

периодичность
4 раза в год

Использование текстовых и фотоматериалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения редакции.

За содержание рекламной информации редакция ответственности не несет. Мнение редакции не всегда совпадает с мнением авторов

фото на обложке
Руслан Хотулев

адрес редакции
г. Иркутск,
пер. Черемховский, 1а
тел.: 3 952 33-28-39
3952 33-28-40
e-mail: sar@irk.ru

Золотая капитель—2007

3–8 декабря в Новосибирске проходил 12-й смотр-конкурс «Золотая капитель—2007». Его итоги активно обсуждаются на сайтах, будет выпущен специальный номер журнала «Проект Сибирь».

Можно сказать, что постепенно преодолевается «региональность» фестиваля, расширяется география участников. Традиционным стало участие Иркутска. Наряду с сибиряками, в фестивале участвовали архитекторы из Санкт-Петербурга, Екатеринбурга. В то же время работала экспозиция центра современной архитектуры «21», представляющая столичных архитекторов в формате имя-работа-кредо. Таким образом, новосибирский фестиваль представил и «заочных» именитых участников: Бориса Левянта, Бориса Бернасconi, Александра Бродского, что свидетельствует о растущей популярности «Золотой капители».

Конференция, проводимая в рамках фестиваля, традиционно затрагивала различные темы, касающиеся градостроительства, архитектуры, дизайна и искусства. Л. Фукс вел речь о готовящемся издании «Имя несуществительное», посвященном исчезнувшим городам и селам, А. Правоторова — о понятии «культурный возраст города».

Аналитики пишут, что уже сейчас появляется возможность говорить о некоторых тенденциях современной сибирской архитектуры, которые прочитываются и в фестивальных работах. А. Ложкин отмечал, что сохранилась тенденция прошлых лет: ориентация на интернациональный неомодернизм, глобализацию. Процессы эти характерны для всего мирового сообщества, и Сибирь — не исключение. Но для нашего региона они чреватые утратой аутентичности,

хотя, с другой стороны, возникает почва для появления действительно оригинальных работ, которые и представляют основной интерес.

Участников форума тревожило отсутствие востребованности архитектуры, которая на протяжении 15–17 лет по большей части не являлась предметом заказа. Выступающие подчеркивали, что понимают архитектуру как проектирование среды обитания человека. К сожалению, зачастую архитектура приравнивается к проектированию фасадов и квадратных метров, что привело к определенной деградации профессии архитектора. Города отличаются различной степенью вовлечения власти в архитектурный процесс. Так, в Москве складывается достаточно негативная ситуация, когда вся архитектура центра, все значимые здания подстраивались

под вкусы одного человека. В Новосибирске и большинстве других сибирских городов дело обстоит иначе — здесь у градоначальников не было архитектурных амбиций, и они практически не вмешивались в архитектурный процесс. Поэтому зачастую строительство в Сибири является чистым бизнесом; какое-либо его регулирование по сути отсутствует. Есть многочисленные согласующие инстанции, но они в итоге никак не влияют на конечный продукт. Власть денег все-таки сильнее.

Но в настоящее время, как отмечалось, ситуация меняется, потому что мало-помалу трансформируется структура спроса на недвижимость. Еще несколько лет назад «квадратные метры» зачастую покупались в расчете на будущее удорожание недвижимости; приобрел распространение печальный факт «темных окон» в районах пре-

Номинант «Золотой капители» — жилой дом на ул. Байкальской



стижной застройки. Сейчас на рынок приходят люди, которые хотят жить в приобретенных домах, – соответственно, изменяются и требования к жилью. Отмечалось, что Иркутск, как город с сейсмическими ограничениями, оказался более чувствителен к этим изменениям. Деятельность иркутских архитекторов неоднократно поощрялась на региональных смотрях-конкурсах. Ее результативность отмечена и на 12-м смотре-конкурсе.

В номинации «Жилые многоэтажные здания» «Золотой капители» удостоен жилой дом на ул. Байкальской (архитекторы А.П. Зибров, Е.А. Третьяков, А.Н. Юшков). Дипломов «Золотой капители» удостоены проекты административного здания по ул. Рабочая в Иркутске (арх. А.А. Крутиков, Л.К. Крайс, А.С. Захарова, Ю.С. Таргашин, А.А. Топорков), спорткомплекса «Локомотив» и Археологического музея в Иркутске

(арх. Е.И. Григорьева, С.В. Муллаяров, Н.А. Носова, Ю.В. Шевченко, С.И. Колосовский, автостоянки на 800 мест в составе иркутского спорткомплекса «Локомотив» (арх. Е.И. Григорьева, С.В. Муллаяров, Н.А. Константинова, С.И. Колосовский). Дипломами «Золотой капители» отмечены постройки: жилой многоквартирный дом на ул. Лыткина-Партизанской (арх. А.Н. Юшков, Л.А. Копейкина), жилой дом с офисными помещени-

ями и автостоянкой по ул. Набережная ЦЭС в Иркутске (арх. Е.А. Третьяков, А.П. Зибров). Из восьми представленных заявок отмечены дипломами и наградой пять, что можно считать свидетельством продуктивности подхода иркутских архитекторов к различным аспектам проектной деятельности.

Поздравляем победителей и дипломантов.

Марина Ткачева

«Архитектурный НАДЗОР»

Клуб молодых архитекторов (КМА) – добровольная молодежная организация при ИРО САР (Иркутская региональная организация Союза архитекторов России) объединяющая активных студентов-архитекторов, дизайнеров, молодых специалистов в области оформительской деятельности и архитектуры. Свой юбилей (год с момента основания) он ознаменовал проведением масштабной игры «Архитектурный NADZOR».

Миссия клуба его членами формулируется как «организация и участие в проведении общественно-значимых событий, которые призваны продвигать образ Иркутска как архитектурного центра Восточной Сибири». Лозунг клуба – «Будь в кругу КМА – будь в центре событий!». Активисты КМА участвуют в проведении акций «Шаман-город», «Бух-арт», оформлении Дома архитектора к профессиональному празднику.

Акция проходила в формате интерактивных игр с Интернет-поддержкой, носила достаточно экстремальный характер (ночное время, заброшенные или недостроенные объекты, сложные маршруты) и была посвящена, по словам организаторов, знакомству с интересными архитектурными объектами Иркутска, их популяризации в среде студентов и молодых выпускников. Инициативная группа по организации игры утверждает, что «ребята не знают городской среды, а это неправильно». Активисты клуба считают, что веселье, общение, совместные инициативы, обмен опытом с младшими и старшими необходимы не только для будущих архитекторов.

В контексте игры здания, как бы увиденные впервые,

становились этапами путешествия «приезжих». Участие в поиске, тайны, шифровки, ночные перемещения – все это вызвало неослабевающий интерес команд-участниц. Игра заинтересовала не только участников, но и горожан-зрителей. Были утверждены и вручены денежные призы командам-победительницам.

Подведение итогов и награждение состоялось в пять утра в кафе Fiesta.

Победители получили денежные призы, а все участники – дипломы «Бойцам за отвагу».

В игре приняли участие более 60 человек – 12 команд; архитекторы Иркутск-гражданпроекта, Промстройпроекта, архитектурной фирмы Жуковского, студенты ИргТУ, ИргУПС, госуниверситета.

Организаторы:
Артём Ольшевич
Дмитрий Скоморохов
Даниил Хлебников
Ярослав Рыков
Владислав Иванец
Анна Стегайло
Владимир Акулов

Команды:
1. ПОДЪЕЗД ПОБЕДИТЕЛЬ – 1-й денежный ПРИЗ
2. MARSHRUTKA – 2-й денежный ПРИЗ
3. Властра – 3-й денежный ПРИЗ
4. Перепетум мобиле
5. Хуба-буба
6. Войны света
7. Фабус
8. Гарні дівчини
9. KoZa Ko
10. бюро RASH
11. КРАСНОГЛАЗЫЕ
12. Бубля

Марина Ткачева,
Артём Ольшевич

КЛУБ МОЛОДЫХ АРХИТЕКТОРОВ
ИРКУТСКАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СОЮЗ АРХИТЕКТОРОВ РОССИИ

АРХИТЕКТУРНЫЙ
NADZOR
интерактивная экстремальная игра

НОЯБРЬ 24
ДЕНЬ

Эпоха великих творений.
Тьма опустится на спящий город, настанет эпоха великих творений и город в осаде спасется от тьмы, пусть в шахтах секреты врагов сохранятся и заговор старец сумеет раскрыть!

подробная информация и заявки на сайте:

www.kma-club.ru

Девятая сессия Зимнего градостроительного университета

И.о. главного архитектора города Иван Хомутинников, ректор ИрГТУ Иван Головных, президент РААСН Александр Кудрявцев, президент Фонда Регионального развития Иркутской области Алексей Козьмин



С 11 по 29 февраля 2008 года состоялась девятая сессия Международного Байкальского Зимнего градостроительного университета. Это значимое для ИрГТУ и Иркутска в целом событие проводится по инициативе администрации Иркутской области, руководства Иркутского технического университета, общественных организаций. Девятую сессию патрони-

руют Российская академия архитектуры и строительных наук, Министерство экономики и развития России, Европейский университет урбанистики. В работе Зимнего университета принимали участие эксперты ведущих зарубежных и российских университетов, представители областной и городской администрации. На открытии присутствовал президент Российской ака-

демии архитектуры и строительных наук Александр Кудрявцев. В формате проведения Зимнего университета используется опыт архитекторов города Сержи-Понтуаза (Франция).

Тема девятой сессии – «Центрально-историческая часть Иркутска в новом тысячелетии: проблемы и перспективы развития». В работе девятой сессии приняли участие студенты из

Ливана, Монголии, Германии, Франции, Китая и России. Для разработки программно-целевых предложений по формированию градостроительной стратегии развития центральной части города было сформировано 5 интернациональных студенческих команд, которым была предложена в качестве конкурсной площадки территория вокруг Крестовоздвиженской церкви.

Учитывая первостепенную важность темы Зимнего университета для города, неординарный характер решения поднятых проблем студенческими командами, заинтересованность администрации и общественности в результатах обсуждения, редакция предполагает в следующем номере журнала дать подробный аналитический отчет о ходе и результатах сессии.

Марина Ткачева
Фото Мария Носова,
Марина Ткачева.



V Красноярский экономический форум

16-17 февраля 2008 г. состоялся V Красноярский экономический форум, имеющий статус общегосударственного. Он был организован Администрацией Красноярского края при поддержке Министерства экономического развития и торговли РФ.

Форум имеет статус государственного, который присвоен, кроме Красноярского, только

Санкт-Петербургскому и Сочинскому. Организаторы не без основания считают, что главным преимуществом форума является максимально возможная для такого формата конкретность, предметность обсуждения происходящих в стране экономических процессов. Форум собрал весьма представительный состав участников для обсуждения вопросов регионального

развития Сибири и Дальнего Востока, их места в экономике России, стратегических разработок по поддержанию инвестиционных национальных проектов.

Аналитики предполагают три возможных сценария социально-экономического развития на 12 лет вперед: «инерционный», «энергосырьевой» и «инновационный». В первых двух случаях с большей или меньшей степе-

ню консервативности продолжается развитие России и Сибири в нынешней сырьевой модели.

Наиболее оптимистичным и, следовательно, трудно реализуемым выглядит третий сценарий, в основу которого положено создание эффективной инновационной системы и реализации проектов в высокотехнологичных отраслях, повышение качества человеческого

капитала, создание новых региональных центров развития. Стратегической целью провозглашается вхождение России к 2020 году в пятерку ведущих стран мира по объему ВВП. Одним из средств станет обеспечение специализации России в мировой экономике, развитие производства высокотехнологичных товаров в сфере нанотехнологий, авиационной и космической техники, судостроения, ядерных технологий, программного обеспечения, космических запусков. Главное, по образному выражению заместителя главы администрации президента РФ В. Суркова, - «сместить акцент наблюдения за настоящим в будущее».

Полномочный представитель президента РФ в Сибирском федеральном округе А. Квашнин отметил, что более половины средств Инвестиционного фонда выделяется на Сибирский федеральный округ. При этом развитие переработки сырья — необходимая, но не единственная составляющая перехода к инновационной экономике. Нужна агрессивная политика по выходу на новые рынки, началу производства конкурентоспособной продукции, оказанию

качественных услуг. Задача номер один для бизнеса и для власти — внедрение эффективных методов управления. Для Сибири актуально говорить об инновационном развитии территорий, подражая, что власти любого уровня должны жить будущим, видеть перспективы, находить новые возможности для развития. И в отдельной отрасли, и в рамках отдельной территории, и в Сибирском федеральном округе в целом переход к инновационной экономике крайне актуален.

В качестве основных препятствий на пути изменения вектора развития экономики округа с сырьевого на технологический были названы старый тип мышления, материальное и финансовое обеспечение, кадровая проблема и неразвитая инфраструктура.

Согласно идеологии «Новой экономической географии России», представленной на предыдущем, IV форуме, центр российской экономики и социально успешного развития постепенно будет смещаться в Сибирь, которая станет наиболее эффективным и высокотехнологичным регионом, моделью развития России в целом.

Интерес вызвала идея многоуровневого территориального планирования «поселок — город — район — край». В ней воплощается не только концепция тотального охвата территорий Сибирского округа инновационными процессами, но и углубление, структурирование самих этих процессов, осуществление системного характера экономической, социальной и культурной модернизации, сбалансированного подхода к регионам с разным уровнем развития. Министр регионального развития Д. Козак в своем докладе подчеркнул, что как ставка только на сильные регионы, так и принцип уравниловки в подходе к регионам способны свести на нет все усилия по стимулированию модернизации. В то же время, он вынужден был признать, что на федеральном уровне работа по регулированию отношений «локомотивов» и «аутсайдеров» пока находится на нуле.

После завершения форума аналитики охарактеризовали его как успешный, но подчеркнули наличие скрытых под весьма неплохими (по мировым меркам) данными экономического роста серьезных проблем развития.

В выступлении первого вице-преьера Д. Медведева были обозначены приоритеты предстоящего периода, так называемая концепция четырех «И»: Институты, Инфраструктура, Инновации, Инвестиции. При этом определенной критике подверглась идея о снижении налогового бремени на бизнес, которое может иметь негативные последствия для стабильности бюджетной системы России.

Самое пристальное внимание было привлечено к Красноярскому краю — и как месту проведения форма, и как центру по внедрению инноваций. Лишь в оговорках становилось понятно, что Иркутская область теряет привлекательность для потенциальных и актуальных инвесторов, оставаясь либо местом осуществления туристических проектов (концепция особой экономической зоны туристического типа), второстепенных для региона в целом, либо в качестве места с хорошими сырьевыми запасами. И это вызывает тревогу и определенную неудовлетворенность.

Марина Ткачева

Соглашение РААСН с администрацией Иркутской области

12 февраля 2008 года в администрации Иркутской области было подписано соглашение о социально-экономическом сотрудничестве с Российской академией архитектуры и строительных наук. Подписи под документом поставили первый заместитель главы администрации Приангарья Юрий Параничев и президент Академии Александр Кудрявцев.

Подписанию предшествовал ряд долгосрочных инициатив и переговоров со стороны регионального отделения Союза архитекторов и Восточно-Сибирского центра РААСН, руководства Иркутской области, Центрального академического научно-исследовательского института градостроительства и РААСН. Они были направлены на практическое исполь-

зование академического архитектурного знания для города и региона. Участники процедуры подписания подчеркивали своевременность и необходимость принятого документа.

В стране принят ряд документов, в том числе и в первую очередь — Градостроительный кодекс. В нем отражен новый подход к целостному пространственному развитию крупных территорий (субъектов Федерации, городов, поселений). В условиях увеличивающихся объемов строительства, осуществляющегося развития городов возрастает значение принципа планомерности их застройки. Рынок в строительном секторе, не подкрепленный градостроительной документацией, создает опасность наступления хаоса нерегулируемой

застройки. Это касается как развития самого города, так и понимания того факта, что города органически связаны с регионом, образуя с ним такую целостность, которая перерастает по качеству жизни и градостроительным принципам формирования отдельно взятые объекты или городские районы.

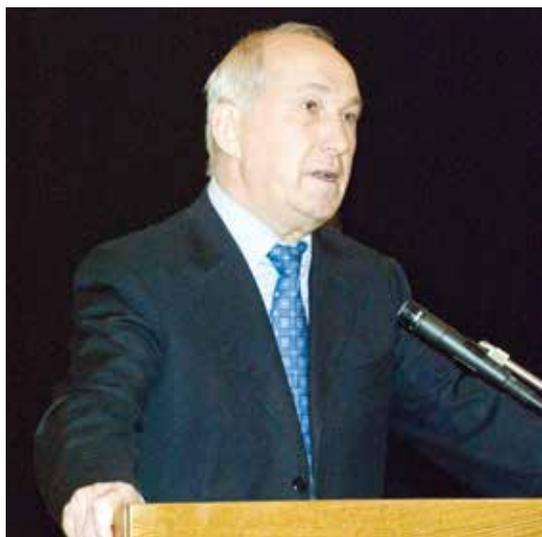
Иркутск определен как точка роста страны, как серьезная структура в пространственном расселении, являющаяся стратегическим узлом в связях с Монголией, Китаем. Вопросы региональной агломерации, которые из-за своей сложности и противоречивости подчас не очень понятны и самим ее субъектам, выходят на первый план, приобретают стратегическое значение. На РААСН (которая имеет статус государственного учрежде-

ния) и подчиненные ей архитектурно-планировочные институты возложена ответственная задача помогать осуществлению государственной политики представителям власти на местах, руководителям субъектов Федерации. Академия оказывает помощь и осуществляет научное сопровождение в реализации национальных проектов по обеспечению населения жильем, безопасности проживания и здоровья людей в широком, геоэкологическом смысле слова. В поле зрения находились также и проблемы Байкала как объекта взаимных интересов Восточной Сибири и Бурятии, как такого места жизни людей, которое требует комплексного подхода и постоянного внимания со стороны властей.

Марина Ткачева



У хабаровских архитекторов – юбилей



Мэр города А.Н. Соколов поздравляет архитекторов с праздником



Н.П. Крадин выступает с докладом



Заместитель губернатора Хабаровского края О.И.Леховицер приветствует собравшихся

23 января Хабаровская организация Союза архитекторов России отметила свой юбилей. Ей исполнилось 70 лет со дня создания. Торжественное мероприятие состоялось в актовом зале проектного института «Хабаровскгражданпроект». На встречу пришли архитекторы из различных организаций, представители городских и краевых властей, творческая интеллигенция – художники, дизайнеры, преподаватели института архитектуры и строительства Тихоокеанского государственного университета.

Как и принято, собрание открыл председатель правления местной организации СА РФ Николай Прокудин. С приветственным словом к собравшимся обратился заместитель председателя правительства Хабаровского края О.И. Леховицер (кстати, архитектор по профессии, выпускник местной архитектурной школы), мэр города Хабаровска А.Н. Соколов. В своих выступлениях они справедливо отметили возросшую роль архитекторов в улучшении облика города Хабаровска. Большой заслугой архитекторов стало признание Хабаровска одним из лучших (по благоустроенности) городов России, о чем свидетельствуют первые премии на Всероссийских конкурсах последних лет.

С большим вниманием собравшиеся выслушали небольшой, но содержательный доклад-исследование профессора Н.П. Крадина об истории создания Хабаровской организации СА России. Кстати говоря, далеко не все подобного рода организации знают свою историю. Редко где находятся энтузиасты, которые годами «ворошат прошлое», отыскивая по крупицам исторические факты, даты, фамилии, события с целью воссоздать историю своей организации.

Когда подобная ячейка появилась на Дальнем Востоке, точных сведений не найдено, однако некоторые косвенные данные позволяют отнести эту дату к середине 1930-х годов, еще до проведения I съезда Союза архитекторов летом 1937 года. В частности, еще в феврале 1935 года в местной печати (газета «Тихоокеанская звезда») говорилось о необходимости объединения местных

архитекторов. В небольшой заметке «Первый шаг к творческому объединению архитекторов ДВК» газета сообщала: «Архитектура еще сильно отстает от требований, предъявляемых к ней. Трудящиеся хотят жить в красивых удобных домах, хотят отдыхать в красивых просторных клубах-дворцах культуры. А вместо этого часто строят неудобные жилые дома, безвкусные прямоугольные. Дальневосточные архитекторы работают в одиночку, проекты не выносятся на обсуждение общественности. Городское совещание архитекторов, созванное Крайсовпрофом и коммунальным отделом, явилось первым шагом к объединению дальневосточных архитекторов».

Совещание, на котором тогда собрались архитекторы, художники и инженеры, оказалось плодотворным. Присутствующие обменялись мнениями, предложениями, а также констатировали, что «каждый архитектор создает дом по своему вкусу, не считаясь с остальными постройками и с требованиями, предъявляемыми к данной улице или площади». (Кстати, частично так же происходит и сегодня.) Единодушным было и мнение собравшихся в том, что «необходимо создать хотя бы небольшой клуб архитекторов, где можно было бы обсуждать проекты и повышать свою квалификацию». Данное совещание, можно сказать, положило начало организации Союза архитекторов на Дальнем Востоке. На этом же совещании избрали и городское оргбюро в составе архитекторов Спиридонова, Болдырева и Костенева.

Через год, в феврале 1936 года, та же газета информировала читателей еще об одном совещании хабаровских архитекторов, на котором с докладом выступал секретарь Дальневосточного оргкомитета Союза архитекторов СССР архитектор Дальпрогора Мухин. Критический доклад и не менее острые выступления других архитекторов свидетельствовали о том, что на Дальнем Востоке в этот период ни один из городов не застраивался по плану. В результате совещание остро поставило вопрос о том, чтобы «дальневосточные архитекторы больше популяризировали

свою работу на предприятиях и среди широкой общественности городов». На этом же собрании избрали и делегатов на I съезд Союза архитекторов. Их было пятеро, делегатов-дальневосточников на первый архитектурный форум СССР. Вот их фамилии: Мухин, Брельгин и Болдырев из Дальпрогора, Шевцов из горкомхоза и Полищук из ОКДВА (ныне Военпроект).

Эти скудные, но правдивые исторические сведения и позволяют нам считать, что уже в начале 1935 года в Хабаровске существовала городская ячейка архитекторов, а вместе с ней и Дальневосточный оргкомитет Союза архитекторов. Иными словами, имеются все основания признать правомерным существование Хабаровской организации Союза архитекторов не с 1938, а с 1935 года. Союз архитекторов СССР создан ведь в 1932 году, хотя Съезд состоялся летом 1937 года. Лишь в январе 1938 года Хабаровская организация была зарегистрирована официально, то есть, созданная тремя годами ранее, она была узаконена лишь после съезда.

В настоящее время в составе организации уже нет тех мэтров, которые многие десятилетия составляли основной творческий костяк хабаровских зодчих, которые более 50 лет состояли членами Союза архитекторов. Это Аяя Давыдова Левкович (с 1940 года), Ефим Дмитриевич Мамешин (с 1940 года), Борис Терентьевич Герман (с 1944 года). В настоящее время в разряд старейших архитекторов перешли те, кто стал членами СА в 1970-е годы (Лелетин В.Н., Мамешин А.Е., Мамешина А.В., Подлесный Ю.В., Семенов Е.Н., Василов Н.И., Прокудин Н.Н., Фомин Д.Ю., Живетьев Ю.А., Крадин Н.П.).

Местная организация СА несколько первых десятилетий была малочисленной, и прежде всего потому, что в городе и крае архитекторов можно было пересчитать по пальцам. В довоенные годы в штате самой крупной организации (Крайпроект) архитекторов числилось всего 7 человек, а в годы войны (1943–1945) она даже прекращала свою деятельность, поскольку почти

ничего в эти годы не строили. В послевоенное время, а затем в 50-е и 60-е годы молодых архитекторов появлялось в Хабаровске тоже мало. К тому же длительный период типового проектирования оставлял периферийным архитекторам лишь возможность привязки разработанных в столицах типовых проектов. Проектов же для уникальных сооружений здесь практически не разрабатывали. Подобное положение слабо стимулировало творческий рост архитекторов. Именно поэтому первичные ячейки, особенно в Сибири и на Дальнем Востоке, длительное время представляли собой весьма малочисленные организации.

Судя по сохранившимся материалам, еще и в 1973 году в Хабаровской организации состояло всего 14 членов союза, причем 8 из них уже находились на пенсии. В прежние годы положение выглядело не лучше. Мало оно менялось и в последующие годы. Практически более 20 лет, вплоть до 1988 года, приток новых членов союза составлял от 1 до 4 человек, да и то не каждый год. И только в 1988 году сразу 7 человек пополнили организацию, и она выросла к этому времени почти в три раза – в ней стало 36 членов союза.

Следующее пополнение в течение пяти лет позволило к 1991 году вырасти организации до 58 членов, после того, как в 1990 году новый прием составил 19 человек. В конце 1997 года в Хабаровской организации насчитывается 77 членов Союза архитекторов благодаря очередному приему в 1996–1997 годы еще 17 человек. В последнее десятилетие организация пополнилась новыми членами и в настоящее время насчитывает уже 92 человека. Кроме того, еще 11 молодых архитекторов приняты в декабре-январе, и после утверждения протоколов в Москве численность Хабаровской организации СА составит более 100 человек.

Разумеется, подобный рост стал возможным в связи с большим пополнением отряда дальневосточных архитекторов за счет открытия в 1972 году местной архитектурной школы в бывшем политехническом институте (ныне Тихоокеанский государственный университет). Начиная с первого (в 1977 году) выпус-

ка, за все эти годы подготовлено более тысячи молодых архитекторов. В настоящее время выпускники этой хабаровской архитектурной школы составляют основной костяк ХОСА и работают практически во всех проектных фирмах города и края.

За 70 лет существования ХОСА ее руководителями были всего несколько человек. Как правило, председателем архитекторы выбирали наиболее опытного и авторитетного коллегу, способного организовать работу союза. Из исторических документов известно, что на раннем этапе организацией руководили Мухин, Болдырев и В.М. Кампиони. Не выявлены пока данные о том, кто возглавлял ХОСА в 1955–1963 годы. В 1963–1965 годы организацией руководил Е.Д. Мамешин, затем его сменил М.Е. Петров, который председательствовал почти 10 лет. В 1974 году эстафету руководителя Михаил Елисеевич передал А.С. Ческидову, который четверть века являлся бессменным председателем ХОСА. Ему удалось сплотить вокруг себя работоспособный актив, и благодаря его усилиям организация работала, находила новые формы общения и деятельности. Именно в его бытность председателем численность ХОСА выросла более чем в четыре раза. Авторитет заслуженного архитектора России Александра Сергеевича Ческидова был

известен далеко за пределами Хабаровского края, поэтому дальневосточные архитекторы избирали его и председателем регионального Совета местных организаций СА России. Последнее десятилетие организацию возглавляет Николай Николаевич Прокудин.

Вот уже более 30 лет ХОСА принимает активное участие в выставочной деятельности – это ежегодные городские и краевые смотры архитектурного творчества, в которых, кроме архитекторов-практиков, принимают участие и студенты, будущие зодчие, что стимулирует их творческий рост. Отеческое и доброжелательное внимание к своей архитектурной смене уже давно стало у хабаровских архитекторов хорошей традицией. Местные конкурсы и смотры, как правило, являются ступенькой, а победители их рекомендуются на российский фестиваль «Зодчество», неизменными участниками которого хабаровские архитекторы являются полтора десятка лет. Выставок и смотров бывает немало. Это и выставки проектов, и выставки художественного творчества архитекторов, отчеты институтов, групп архитекторов или отдельных мастеров. Оживляют выставки профессиональных архитекторов работы студентов-архитекторов и учащихся художественных лицеев и школ. Такое богатое разнообразие выставок и экспозиций дает возможность одновре-

менно увидеть разные поколения творческих личностей и оценить ту базу, на которой готовится новая смена хабаровских зодчих. Эти выставки и особенно смотры-конкурсы позволяют к тому же повысить роль ХОСА в глазах широкой общественности. По итогам таких выставок отбираются, как правило, и кандидаты к вступлению в члены Союза архитекторов.

Увеличение численности организации дает возможность в будущем сделать ее работу более плодотворной и разнообразной. У ХОСА появляется гораздо больше возможностей влиять на градостроительную политику в городе и в крае путем вырабатки коллективного и объективного мнения на те или иные аспекты этой политики.

Сегодня Хабаровской организации Союза архитекторов России 70 лет. За эти семь десятилетий первоочередной своей заботой ХОСА считала улучшение архитектурного облика Хабаровска и других населенных мест края. Усилиями нескольких поколений архитекторов Хабаровск из небольшого селения превратился в крупнейший город Дальнего Востока, он вырос численно и территориально и сегодня по праву считается одним из красивейших городов Дальнего Востока.

Николай Крадин В зале собрания



Вице-президент Союза архитекторов Грузии Георгий Киплиани, президент СА России Юрий Гнедовский, член Совета МСА Андрей Кафтанов, представитель Палаты архитекторов Турции Дениз Инседаи

KABATAŞ EĞİTİM VAKFI
SABANCI
KÜLTÜR SİTESİ





Стамбульские встречи

21 февраля в культурном центре Ферийе в Стамбуле состоялось рабочее заседание Форума стран Черноморского региона (ФАЧР). В эту организацию входят Армения, Азербайджан, Болгария, Грузия, Румыния, Россия, Турция и Украина. Кроме представителей стран - членов ФАЧР участвовали и представители региона 2-го Международного Союза архитекторов, чье заседание открывалось на следующий день, а также представитель Черноморского Экономического Совета.

После приветственных выступлений организаторов встречи из Палаты архитекторов Турции были заслушаны краткие отчеты членов ФАЧР и секретариата. Обсуждение будущего организации, видения и стратегии сопровождалось оживленной дискуссией,

в ходе которой были высказаны предложения по систематизации заседаний, улучшению коммуникационных связей, в том числе созданию веб-пространства и публикациям, предложения по поводу будущих совместных проектов и научной работе, нацеленных на сохранение культурного наследия и природной среды. Пора предпринимать конкретные шаги по созданию базы данных и стыковки территориальных схем, транспортных магистралей и других разделов градостроительной документации.

В конце первой половины встречи была принята Стамбульская декларация ФАЧР.

Вторая половина, прошедшая под лозунгом «Черноморский регион – наша общая среда обитания. Вызовы и возможности», состояла из двух сессий:

«Культурное наследие и идентичность» с докладами архитекторов из Турции и Грузии и «Город и среда» с докладами представителей Турции и России. Блестящий доклад доктора Марины Туманишвили (Грузия) будет опубликован в ПБ16. Доклад Юрия Гнедовского (Россия)



был посвящен олимпийским проектам Имеретинской низменности в Сочи.

22 февраля в том же зале проходило рабочее заседание Региона 2 МСА, одно из самых представительных в истории этой организации. Принимали участие делегации 23 стран региона (Армения, Беларусь, Болгария, Хорватия, Кипр, Чехия, Греция, Грузия, Венгрия, Израиль, Казахстан, Латвия, Македония, Палестина, Польша, Румыния, Россия, Словакия, Словения, Сирия, Турция, Узбекистан, Украина), а также президент МСА Гаэтан Сью (Маврикий), вице-президенты Луиза Кокс (Австралия), Джанкарло Йус (Италия) и Сеиф Аллах Алнага (Египет), президент Архитектурного Совета Европы Юхани Катайнен (Финляндия) и генеральный секретарь АСЕ Алан Сайне.





Слева Дениз Инседаи(Турция), справа Юрис Скалбергс (Латвия), в центре кандидаты в президенты МСА: вице-президент по Региону-1 Джанкарло Йус (Италия), первый вице-президент МСА Луиза Кокс (Австралия)





Вел заседание вице-президент по 2-му региону Мартин Дроховский (Словакия). Краткие отчеты секций – членов Региона 2 были, пожалуй, самой интересной частью заседания. Впечатляют реальные дела: национальные и региональные фестивали и смотры-конкурсы, архитектурные work shops и издания, конкурсы, в том числе международные, мастер-классы и лекции стархитекторов. Национальные союзы архитекторов Региона 2 сталкиваются с общими проблемами, в том числе в области создания правового поля в профессии.

Президент МСА Газтан Сю как всегда структурно

и методично представил присутствующим видение и стратегию Международного Союза архитекторов на следующие три года. В его сообщении, между прочим, промелькнула любопытнейшая цифра: исходя из того, что сейчас из 700 тысяч студентов-архитекторов в мире 400 тысяч – китайцы, через 10 лет каждый третий архитектор мира будет представителем Китая.

Обсуждение вопросов, связанных с проведением Конгресса МСА в Турине не оставило впечатления ясности, в ответах организаторов явно не доставало конкретики. Однако до начала еще четыре месяца, и есть надежда, что Конгресс пора-

дует участников не только низким регистрационным взносом, но и высоким уровнем докладчиков, выставок и форумов.

Время от времени радифицированные муэдзины с близлежащих минаретов (а они в Стамбуле близко лежат везде: в двенадцатимиллионном мегаполисе более 6 тысяч мечетей) вторгались своими песнями в речи докладчиков. За окнами большие корабли двигались по Босфору на север. А Европу и Азию соединяли не только мосты, но и дела и планы архитекторов 2-го региона.

Текст и фото Елена Григорьева



Мартин Дроховский

Мост через Босфор



Точечная застройка на сайтах и в документах

27 июня 2007 года на внеочередном заседании Московской городской Думы по инициативе мэра Ю.М. Лужкова было принято постановление о прекращении в Москве точечной застройки. За истекшие полгода вопросы точечной застройки в связи с градостроительными проблемами Москвы неоднократно обсуждались на пресс-конференциях, деловых совещаниях разного уровня и в прессе. Обсуждались юридические основания документа; тема вызвала живой интерес у общественности города. Всплеск общественной активности был поддержан созданием телефонной Горячей линии точечной застройки. Первый заместитель мэра Москвы в правительстве Москвы, руководитель Комплекса архитектуры, строительства, реконструкции и развития города Москвы В.И. Ресин подчеркивал, что запрет на уплотнительную застройку в столице является не кратковременной акцией властей, а направлением работы на длительное время, что практика точечного строительства себя изжила, а любой инвестиционный контракт на застройку – как в центре, так и на периферии – должен сопровождаться официальной справкой на имя мэра о том, что проектируемый объект не является уплотнительным. Введенный запрет не касается уже реализуемых инвестиционных проектов, поскольку обратная сила он не имеет. Остается и юридическая лазейка для особо близких мэрии застройщиков. Во всяком случае, «индугенцией для инвесторов» может стать упомянутая выше «официальная справка на имя мэра Москвы».

Запрет на точечную застройку прописан и в проекте Градостроительного кодекса Москвы, который был внесен правительством Москвы на рассмотрение городской Думы и принят в декабре 2007 года. Несколько выспренно его уже называют «градостроительной конституцией Москвы».

Определение того, являются ли конкретные объекты

точечными, в большинстве случаев было затруднено отсутствием точного содержания термина «точечная застройка»: москвичи по-прежнему считали объектами точечной застройки 301 объект, в то время как межведомственная комиссия признала таковыми 21 строение. Участники заседаний разных уровней, руководитель стройкомплекса В.И. Ресин и главный архитектор Москвы А.В. Кузьмин отмечали, что этот термин скорее относится к профессионально-сленговому и не имеет точного юридического толкования, хотя дать его определение необходимо.

Его смысл становится более или менее понятен из контекста. Так, отсутствие точечной застройки – «это когда строители не занимают площадку, которой пользуются жители рядом стоящего дома (для спорта, стоянки автомобилей, детской площадки)» (приложение к газете «Тверская, 13» 19 ноября 2007). «Застройка внутри кварталов должна быть выборочной – к примеру, если снесут аварийный дом, на его месте будет построен новый, современный, но в тех же объемах, что и старый» (из интервью газете «Известия» 30 августа 2007). «Если ведется комплексная проработка квартала – учитывается, улучшатся или ухудшатся условия проживания людей, будут ли проезды для «скорой», будут ли места в школах – это уже комплексная застройка. Даже если речь идет о строительстве одного дома» (председатель комиссии по перспективному развитию и градостроительству М. Москвин-Тарханов, «МК», 18 октября 2007).

В интервью и документах использовались также понятия «уплотнительная», «штучная» застройка. Глава стройкомплекса постоянно подчеркивал, что «будущее за комплексной реорганизацией городских территорий», которая осуществляется вместе с необходимой инженерной и социально-бытовой инфраструктурой. Резервом площадей для него станут территории под промышленными предприятиями,

которые либо потеснят, либо вообще выведут за пределы города. Ресурсом являются не только промзоны, но и комплексная реконструкция кварталов, надстройка и реконструкция зданий, использование территорий, освобождающихся при введении транспортных и энергетических коммуникаций под землю.

Исключение составляет возведение в районах сложившейся застройки социальных объектов – школ, детских садов, поликлиник, физкультурно-оздоровительных комплексов, социальных магазинов, а также домов взамен аварийных по городскому заказу.

Можно сказать, что проблема точечной застройки (как об этом можно судить по документам) получает комплексное решение и ориентирована на гражданскую активность жителей Москвы, имеющих право голоса в решении жизненно важных для себя проблем. Запрет на точечную застройку оказался толчком для законодательных инициатив Московской Думы, он вошел как составляющая в Градкодекс. Важно, что его соблюдение включает сохранение и развитие инфраструктуры, увеличение площадей озеленения в жилой зоне, особый порядок градостроительной деятельности на исторических территориях и в охранных зонах памятников. Одновременно оно может стать началом введения целого ряда инженерных инноваций (перенос воздушных, в том числе высоковольтных линий под землю, строительство над магистральями и т.п.), дающих возможность использовать неудобья для массивного жилищного строительства.

Проблемы точечной застройки обсуждаются в Новосибирске и Красноярске на конференциях девелоперов и инвесторов, но не получают должного законодательного подкрепления. В контексте вопросов по комплексному формированию инфраструктуры микрорайонов необходимость прекращения точечной застройки

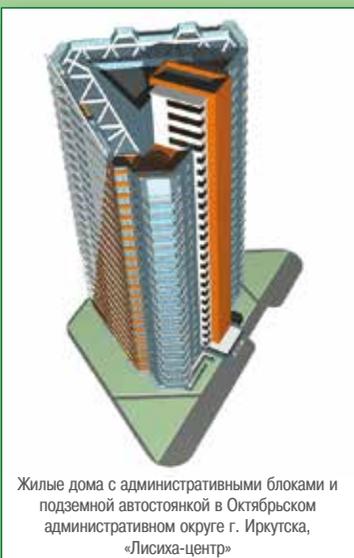
обсуждается в прессе и на сайтах Новосибирска, Омска и Красноярска. В связи с сохранением архитектурных памятников она обсуждается на сайтах Томска и Красноярска. Наиболее близким к Иркутску по формуле проблемы точечной застройки является Томск. В Иркутске некоторый всплеск интереса к теме наблюдался в 2005–2006 годах, когда общественная инициативная группа, выступающая против точечной застройки, осуществила ряд протестных акций. Судя по публикациям, до последнего времени для Иркутска эта тема не считалась актуальной. Требование необходимого планирования жилых районов не формулируется как необходимое условие при их строительстве; главным оказывается лишь количество введенных квадратных метров. Для преодоления практики точечной застройки в Иркутске необходимо учитывать как интересы инвесторов, так и общегородские интересы: туристические амбиции Иркутска, перспективы развития особой экономической зоны рекреационного типа в п. Голоустное, опыт по преодолению практики точечной застройки в Москве и крупных городах Сибири. Для Иркутска как исторического города оказывается весьма актуальным сохранение памятников деревянного зодчества в городской черте.

Думается, что московский прецедент с точечной застройкой и мерами против нее должен быть проанализирован с позиций регионального интереса и возможности его использования в инвестиционной и строительной деятельности.

Марина Ткачева

Адреса Интернет-порталов и сайтов
 stroi.ru
 tver13.org
 stroyportal.ru
 rokf.ru
 bn.ru
 dometra.ru
 kvadroom.ru:8080
 i-stroy.ru
 expertgrad.ru
 region24.1rre.ru
 mk.ru
 yarsk.ru
 megansk.ru
 urbanus.ru
 sskk.ru
 legis.krsn.ru
 sssib.ru
 expert.ru
 expert-sibir.ru
 regrus.info
 promoteen.com
 stroysibir.ru
 globalomsk.ru
 aifvs.ru
 vsesmi.ru
 kapitalpress.ru
 Байкальский веб-пул, включая:
 babr.ru
 oboi.babr.ru
 info.babr.ru
 sms.babr.ru
 free.babr.ru
 today.babr.ru
 index.babr.ru
 lib.babr.ru
 lis.babr.ru
 genealogy.babr.ru
 polit.babr.ru
 gold.babr.ru
 pic.babr.ru
 maps.babr.ru
 express.irkutsk.ru
 ismi.ru
 religion.babr.ru
 info.irk.ru
 most.irk.ru
 iqclub.irk.ru
 i38.ru
 baikalinform.ru
 itg.irkutsk.ru

Оживление проектного рынка в Иркутске совсем скоро может стать буквально его вторым рождением. Одним из тех, кто преобразит областной центр, станет проектно-изыскательский институт «ИркутскЖилГорПроект», презентация которого прошла накануне Нового года. Более 50 лет назад в Иркутске был институт с таким названием, и сейчас решено реанимировать не только эту аббревиатуру, но и заложенную в названии идею формирования городской среды. Вновь созданный институт планирует заниматься проектированием жилищного гражданского строительства. Производственные возможности и техническое оснащение, имеющиеся лицензии на все виды деятельности делают «ИркутскЖилГорПроект» весьма привлекательным для застройщиков. Как заявил на презентации председатель совета директоров института Николай Кузаков, у института уже появились серьезные заказчики и для них подготовлен ряд интересных проектов.



Жилые дома с административными блоками и подземной автостоянкой в Октябрьском административном округе г. Иркутска, «Лисица-центр»

К самым интересным на сегодняшний день проектам архитекторов «ИркутскЖилГорПроекта» относится предложение по строительству жилых домов с административными блоками и подземной двухуровневой автостоянкой на 650 мест в микрорайоне «Нижняя Лисица». Над проектом, который получил название «Лисица-Центр», они работают совместно с коллегами из института «ВостСибПроект». Генпланом здесь предусмотрено строительство семи 24-этажных домов, детского сада, офисных помещений. Уже закончено проектирование первой очереди из пяти зданий. Этот проект считается принципиально новым для Иркутска, где до сих пор еще не строили столь высотных домов. По словам Николая Кузакова, решая проблему сейсмостойкости жилых башен, архитекторы «ИркутскЖилГорПроекта» рабо-

Ангару откроется из окон каждой квартиры. Сейчас готовится площадка под строительство.

Институтом ведется проектирование пятой очереди 7-го микрорайона в Ново-Ленино. Этот комплекс состоит из восьми блок-секций и встроенных офисных помещений.

На улице Профсоюзной в Иркутске по проекту института начато строительство семи блок-секций и детского сада. Вскоре начнется возведение группы жилых домов в микрорайоне Первомайский. Проектировщики из «ИркутскЖилГорПроекта» уже выдали заказчику рабочие чертежи.

Институт не забывает и о социальной сфере. В каждом из этих жилых комплексов проектом предусмотрено строительство детских садов.

Наряду с высотками «ИркутскЖилГорПроект» проектирует малоэтажную жилую застройку в Братске и в Шелехове. Последним проектом предусмотрено создание инфраструктуры в полном объеме – магазинов, спортивных сооружений, детского сада, а также благоустройство жилых дворов. Строительство этого жилого комплекса в Шелехове уже началось.

В архитектурном ландшафте Иркутска уживаются старое и новое, историческое и современное. И перед градостроителями стоит непростая задача – безболезненно вписать новостройки в сложившуюся городскую среду, не нарушив облик Иркутска. Специалисты «ИркутскЖилГорПроекта» справились с ней, разместив без ущерба для исторического наследия современное здание в квартале деревянных домов по улице Декабрьских Событий.

Творческая мысль архитекторов стремится подчеркнуть особую красоту старинных улиц Иркутска, обогащает городскую среду. Среди тех, кто успешно развивает эти традиции сегодня, специалисты «ИркутскЖилГорПроекта». Постройки, выполненные по их проектам, станут украшением нашего города.

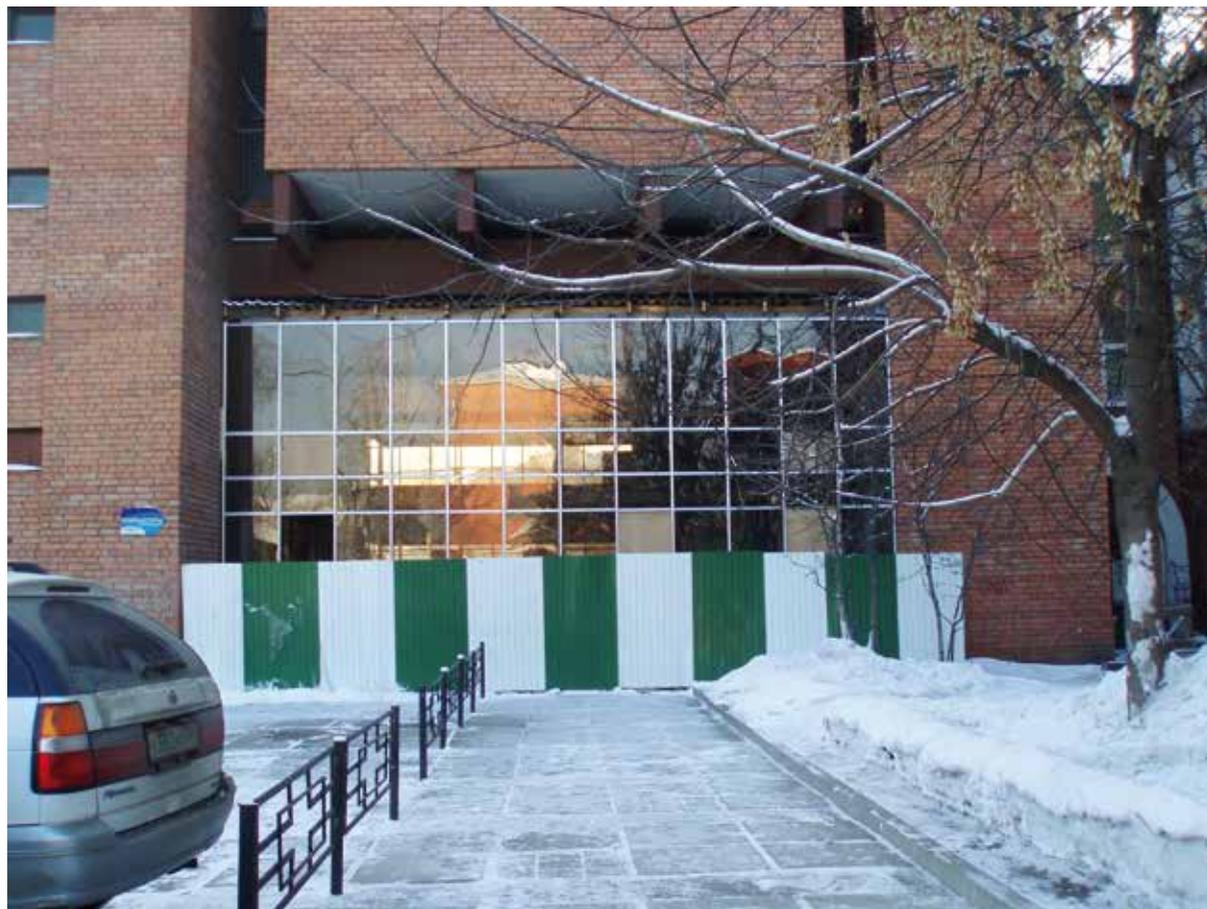


Группа жилых домов 5-го пускового комплекса 5-й очереди 7-го микрорайона Ново-Ленино в г. Иркутске



Жилой дом с нежилыми помещениями и автостоянкой по ул.Сурикова в г.Иркутске

Уличное, открытое для всех пространство под пристроем к «Радиодому» превращено в закрытое коммерческое (не для всех). Февраль 2008



«Радиодом»: незаконный захват общественного пространства завершен успешно (и безнаказанно?)

В прошлом номере журнала (ПБ № 14) было опубликовано сообщение о незаконном захвате, коммерциализации открытого общественного пространства под пристроем к зданию государственной телерадиокомпании «Иркутск» (ИГТРК) по улице Горького. Несанкционированная застройка пространства между ногами-пилонами «Радиодома», так его еще называют в обиходе со времени строительства 1980-х, велась и ведется не только в ущерб общим интересам горожан, но без обязательных согласований, предусмотренных действующим законодательством в сфере градостроительства и авторского права.

Автор этого архитектурного произведения, выполненного в редком для России стиле брутализм, — Н.Н. Беляков, так и не полу-

чил официального ответа ни от мэрии, ни от главного архитектора города, ни от владельца здания, в адрес которых он 8 октября 2007 года обратился с «...убедительной просьбой принять меры по приостановлению несогласованного... строительства дополнительного объема под зданием Радиокomiteта по ул. Горького, № 15...». На первую нашу публикации также не было никакой реакции, что для редакции журнала не удивительно.

В феврале 2008 года, после монтажа металлических конструкций, втихую выполнено остекление этого «нововведения», и теперь, помимо бездушно искаженного первоначального ценного облика здания, тротуар вдоль улицы стал узким, ненормативным и небезопасным для пешеходов вблизи проезжей части.

В итоге, чего мы опасались, то и произошло — в угоду одному конкретно взятому коммерчески-недобросовестному лицу, при попустительстве муниципальных и государственных властей, интереснейшему архитектурному произведению нанесен ущерб. При этом в очередной раз на глазах у всех произошел беспринципный захват общественно важного пространства в самом центре исторического города.

Печально осознавать, но это факт — Иркутск за последнее время прославляется не на поприще сбережения накопленного предыдущими поколениями градостроительного богатства, а своими «подвигами» на ниве уничтожения архитектурного наследия, и не только многострадального деревянного, но, как видим, — капитальных объектов советской эпохи: «Дом на ногах» архитектора

В. Павлова безжалостно разбирается, «Радиодом» архитектора Н. Белякова безнаказанно уродуется.

Какой архитектурный объект следующий?

Алексей Чертилов

Новая выставка в Музее архитектуры

В Музее архитектуры Иркутского Дома архитекторов 10 января 2008 года открылась вторая выставка по материалам архива известного иркутского архитектора Бориса Михайловича Кербеля. На этот раз выставка посвящена зарубежной архитектуре, на ней представлены фотографии Бориса Михайловича, сделанные во время его поездки в Швецию в 1966 году.

Название выставки – «Архитектура Швеции в фотографиях Бориса Кербеля».

После того, как Борис Михайлович оставил в 1970 году должность главного архитектора Иркутской области, он часто путешествовал и побывал в большинстве европейских стран. Во время своих поездок, он постоянно фотографировал и, по возвращении в Иркутск, обязательно печатал лучшие снимки в формате 18 x 24 см. Главное внимание Борис Михайлович уделял современной архитектуре, этому посвящено большинство его снимков. Но мастер не огра-

ничивал себя в темах работ, ему было многое интересно: уличные сценки, молодежь и дети, торговля и реклама, исторические и архитектурные памятники. В его работах мы видим живой взгляд заинтересованного и доброжелательного наблюдателя, который сравнивает, сопоставляет и открывает для себя тот мир европейских городов, о котором он раньше читал, слышал, узнавал.

Швеция особенно выделяется в ряду фотографий Кербеля. В этой стране он более всего сосредоточил внимание на новейших для того времени достижениях градостроительства, архитектуры и дизайна. В конце 1960-х – начале 1970-х годов нельзя было остаться в стороне от обсуждения архитектурных достижений этой страны. Шведский дизайн, шведская архитектура 1940–60-х годов в это время выдвигается в лидеры мирового архитектурного процесса. Шведский опыт интенсивно изучается в СССР. С целью изучения достиже-

ний шведской архитектуры в 1950-е – 1960-е годы в Стокгольм, Гетеборг и Мальмё было направлено несколько делегаций советских архитекторов и строителей. С 1958 года в государственном издательстве по строительству начали выходить книги, посвященные достижениям Швеции в архитектуре, – монография Гроссмана по жилым домам (1958), книга Васильева и Платонова по градостроительной практике (1960), книга Блохина и Антонова по жилищному строительству (1965), работа Антонова и Орлова по торговым зданиям (1971). В архиве Бориса Михайловича сохранилось много книг, научных сборников и статей, посвященных этой теме.

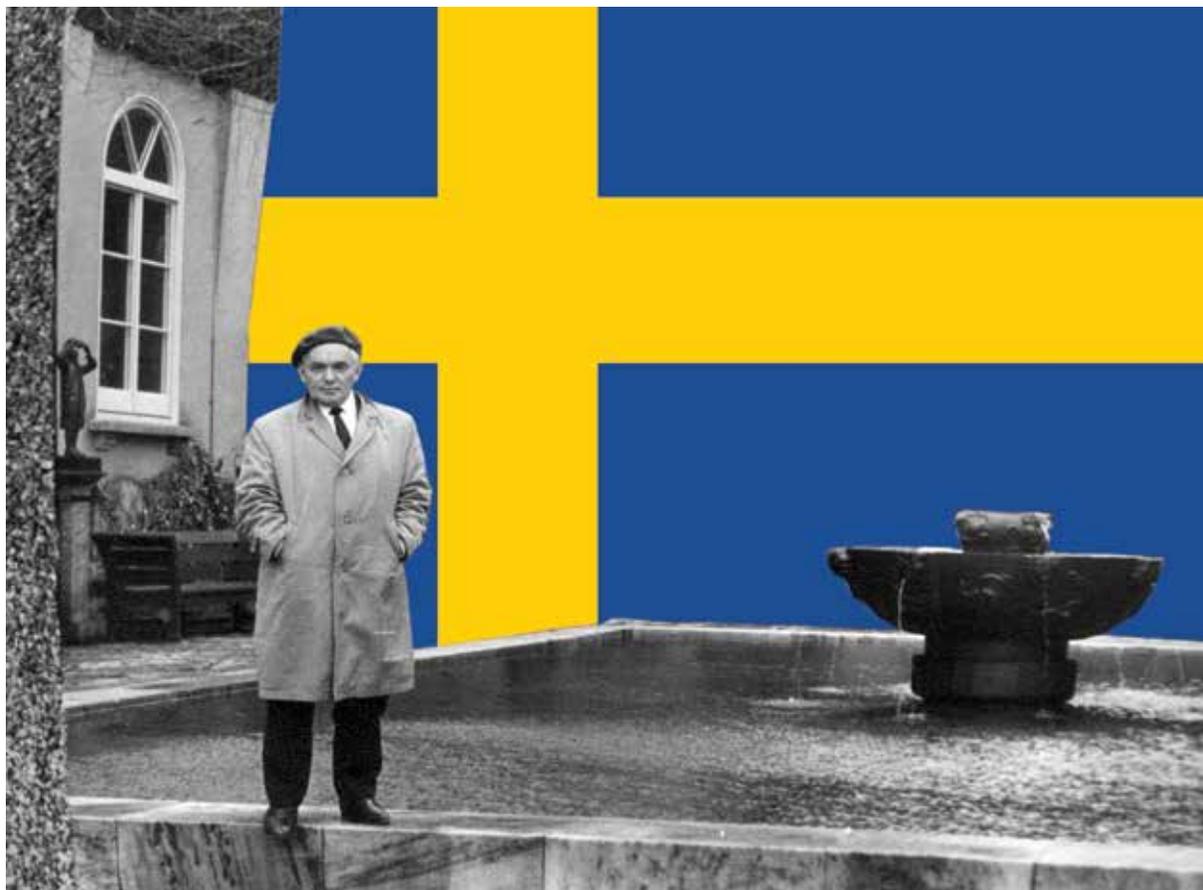
Во время своего путешествия в Швецию Кербель сделал более 70 фотографий, которые он сгруппировал по нескольким темам, главными из которых были: современная архитектура; исторический центр Стокгольма; торговый центр Фарста и примеры смешанной застройки.

Наибольший интерес представляет серия фотографий по современной архитектуре в пригородах Стокгольма. Здесь Борис Михайлович уделил большое внимание не только вновь построенным объектам – торговым центрам, башенным жилым домам, автостоянкам, ресторанам, но также попытался отразить на фотографиях характер новой, современной для этого времени архитектурной среды.

Авангардная скульптура, броский дизайн рекламы, гармоничная встроенность новых объектов в ландшафт – все нашло место в этих фотографиях мастера.

Музей архитектуры благодарит за помощь в подготовке выставки добровольных помощников – студентов архитектурного факультета Иркутского государственного технического университета Павла Позднякова, Светлану Демину, Александру Смородникову, Марию Бувевич и Викторю Янголь.

Андрей Ляпин



В пространстве дизайна и живописи

текст
Марина Ткачева

Когда картина окончена, она как бы заряжена только ее создателем. Затем ее ставят лицом к стене, показывая сначала близким, друзьям, потом гостям, которые забредают в мастерскую. Потом выставляют на выставку... Проходит несколько лет, и вот картина... иначе «смотрит» на вас. Это совершенно другое произведение, с куда большим объемом информации.
Д. Рубина

Картинка-заставка перед текстом, которая поможет ощутить контекст разговора об Андрее Шолохове и его работах. На одном из фестивалей «АРДИ» в «Сибэкспоцентре» им был выставлен как экспонат

«золотой» унитаз с воткнутыми кисточками, к бачку унитаза вместо ручки подвешена компьютерная мышка. Объект своей темой адресовал зрителя-профессионала к одиозному «Фонтану» М. Дюшана. Но его идеология имела прямое отношение к самоопределению автора: прощайте, кисточки и краски, прощай, традиционная живопись... Такая вот пощечина массовому художественному вкусу, в котором сделанное руками по-прежнему является безусловно ценным, hand-made остается hand-made'ом, а теплота «рукоделия» ставится выше любой современной технологии. На этом фоне дизайнер-компьютерщик, не пользующийся классическими способами рисования, «мажущий» кистями и красками редко и практически только «для внутреннего употребления»,

заведомо обрекает себя на некое пренебрежение со стороны ценителей художественной элитарности. С легкой судорогой отвращения приверженцы чистоты живописной техники и сегодня еще пишут о чересчур ярком, бьющем в глаза «рекламном» цвете, о тиражируемости, о продажности, о машине, делающей ненужным навыки профессионального обучения.

Да, действительно, сегодня уже есть или появляются на наших глазах компьютерные программы, изначально предназначенные для того, чтобы художник с их помощью творил. Программа может воспроизводить практически все виды материалов, инструментов, все способы нанесения материалов на основу. Но она еще и записывает все ходы, как магнитофон. Тогда воспроизведение эскиза в любом масштабе делает уже сама машина с потрясающим качеством, четкостью линий, точностью объемов. На Западе такой технологией пользуются при создании большинства художественных произведений. Там уже давно состоялся и Энди Уорхол, и фотореалисты, для которых точное воспроизведение изображения по слайду стало принципиальной художественной установкой. К тому же фирмы-производители дают столетнюю гарантию на сохранность своего технологического продукта — это дольше, чем сохраняется первоначальная свежесть и яркость картины, написанной маслом (не говоря уже о графических техниках).

В пик традиционным представлениям о художественности Шолохов сам признается, что подчас классические техники живописи его раздражают: то, что можно сделать двумя ударами клавиш, приходится делать долго и с усилием. Но тут оказывается, что и горшок, от начала до конца сделанный руками древних греков, и современный фарфор, отлитый с помощью фантастических технологий «не прикладая рук», сохраняют своеобразное тепло и рукотворность. В живописи энергия художника через

кисточку непосредственно перетекает в полотно и растворяется в нем. Компьютерные технологии глубоко отличны от традиционных именно потому, что компьютер устанавливает непреодолимую дистанцию, отстраненность между создателем и его продуктом. И тогда приходится искать другие способы наполнения пространства энергией.

Как преодолеть механистичность технологии настолько, чтобы эта энергия не потерялась? Очевидно, в этом и заключается наиболее актуальная для единомышленников Андрея и для него самого проблема. По его словам, он нашел выход в занятиях с моделями в фотостудии, где стремился получать от них заряд настолько мощный, чтобы, даже пройдя через фотоаппарат, компьютер, распечатку, увеличение полученная от них энергия не уменьшилась, а очистилась от поверхностного, осталась одна и — «выстрелила» в зрителя. Я хорошо помню почти шокирующие «символы-знаки-иероглифы тела» с поэтическим комментарием Анатолия Кобенкова. По их поводу хотелось создать философский трактат о жестокости реконструирования мира фантазией художника. Всплывали в памяти фракталы — наглядные формулы сложнейших физических процессов, которые невозможно выразить традиционным математическим языком. Совсем другие ассоциации вызывали «эротические пейзажи». В них было что-то от Магритта, приправленное едва уловимой иронией по поводу нагромождения голых тел, заполонивших рекламные пространства. И «Впечатления» его запомнились, поскольку становилось понятно, как классическое живописное наследие может быть переосмыслено в пространстве новых технических возможностей.

Так осуществляется проблематизация поля изобразительного искусства, прорыв в новые технологии, чреватый для его создателя и пользователя травмами недопонимания. Так выглядит

«Закат»



«Пейзаж»







«авторская версия» создания нового художественного языка, расширяющего границы нашего представления об истинно художественном. Единственный ли это путь? Скорее всего — один из многих. Его внутренняя конфликтность позволяет увидеть вполне современный, выходящий за рамки отдельных работ вопрос об изменении границ искусства, а следовательно, и об изменении критериев художественности. Мастерство современного художника во многом заключается не только и не столько в формальных качествах его творчества, а в том, насколько мощный миф он вокруг себя создает. Способность создавать вокруг себя миф — то есть систему общезначимых смыслов, к которым обращаются все, все ими одинаково пользуются и их понимают и который организует вокруг себя частичку социального пространства — вот «место встречи» искусства и рекламы.

Если раньше искусство влияло на рекламу (достаточно посмотреть рекламу начала XX века и сравнить ее с тогдашней салонной живописью), то теперь вектор влияния повернут в обратную сторону. Фактом искусства может быть предмет, сделанный без всякого профессионального мастерства (знаменитый «Фонтан»), который вряд ли можно считать «вечным». Но зато благодаря ему рождаются архетипы будущего, те устойчивые неререфлексируемые ассоциативные смыслы

и связки, которые будут «выстреливать» в будущее. Так в относительно недавнее время случилось с «Черным квадратом» Малевича в постсоветском культурном пространстве. Когда в массовом художественном сознании укоренился супрематизм и другие авангардные течения, то первоначальное возмущение — дескать, что же это за «высший цвет искусства» — сменилось принятием его и всех связанных с ним методов формообразования, суждений, теорий. Сегодняшних молодых зрителей не удивляет ни Малевич, ни многое другое из практики авангарда; это само собой разумеющаяся и даже слегка поднадоевшая часть сегодняшней культуры. Смыслы, мучительно рожденные создателями авангарда, стали архетипической структурой общественного бессознательного. Это коллективное бессознательное «работает» в них как рекламный элемент, как элемент массовой культуры, как ее плоть. Потребитель с ним постоянно сталкивается, и инновации авангарда уже никого не удивляют.

За этими вопросами тянутся и другие: а как изменятся в связи с новым форматом изобразительного искусства такие привычные явления, как выставка и музей? Не окажется ли, что эти институты устарели и являются лишь мнимым бытием художественной культуры? Можно предположить и в этой области значительные сдвиги. Конечно, участие в выставках и вер-

нисажах не приносит материальной прибыли (скорее, наоборот — для самих участников это весьма затратное мероприятие). Но это «бескорыстие» оказывается лишь надводной частью айсберга, ибо эта форма художественной практики есть и будет средством получения специфического символического капитала, способом конструирования того мифа вокруг художника, о котором шла речь выше. Такие акции помогают художнику (если он художник, а не бракодел) продемонстрировать разнообразие возможностей и умений, свой творческий диапазон. Сторонняя «розовая» публика не всегда в состоянии оценить этот момент, но выставка обращена и к профессиональному сообществу, создающему рейтинги, имя и т.п. Можно сказать, что с их помощью дизайнер или художник вписывается в некоммерческий контекст, поскольку на него реагируют не только заказчики, но и рядовые потребители рекламы: имя художника становится брендом, способствующим или препятствующим продаваемости, на которую «заточена» сегодняшняя культура. Несколько экспозиций, подготовленных и продемон-

стрированных Шолоховым на выставках и фестивалах Союза дизайнеров, всякий раз показывали, что в его поле зрения попали новые технологии, изобретательно и неожиданно используемые.

Жаль, что эксперименты Шолохова в области Digital-graphic не востребованы в той мере, в какой могли бы. Впрочем, почему не востребованы? Его календари можно увидеть в офисах и много лет спустя после того, как год закончился — «для украшения», как сказали мне в одном из офисов. Подготовка и издание календарей — не похоже ли это на долгосрочную выставку? В конечном счете, какая разница, как появилось произведение? И где оно находится? Все равно оно остается авторской работой. И все-таки, если бы развеску в галерее «Планетарий» делала я, то вряд ли совместила бы интерьерные полотна Турунова и Шелтунова с работами Шолохова. И не потому, что одни хороши, а другие плохи, они равно хорошо выполняют свои функции. И творческого поиска в них хватает, и оригинальные стилистические приемы налицо. Но станковая живопись рядом с ком-

«Дерева»



многомерными и многозначными. Общая гуманитарная культура – от классической и современной поэзии до классической и современной фантастики – делает возможной для него игру и с визуальными образами, и со словом. Тот же «Парафраз Дали», вероятно, сильно обеднел бы без уже упоминавшихся стихов Лорки, процитированных к тому же в непривычном переводе. Неудивительно также и то, что к одному из календарей («Иероглифы тела») Анатолием Кобенковым стихи были написаны специально. Соседство с поэзией придало изображениям глубину и странную неистовость, подчеркнуло их новаторство, связало с восточными нефигуративными традициями изобразительного искусства. Можно ли сказать, что такое соотношение является «игрой на стереотипах»? Я бы назвала это по-другому: апелляция к архетипическому слою психики, коллективному бессознательному (в том смысле, в котором этот термин я использовала ранее).

«Впечатления»



Но и в идее стереотипности нет ничего крамольного, если речь идет о рекламном продукте, а не о «чистом» искусстве. Стереотипы в рекламе используются постоянно, чтобы человек в системе «свой-чужой» опознал рекламный образ как свой, знакомый, близкий. Это дополнительное свидетельство некоей лояльности рекламодателя по отношению к потребителю и доверия потребителя рекламодателю. И опять логика рассуждений уводит меня от разговора о «чистой» художественности к теме актуальности рассмотрения рекламы как факта и движущей силы художественного творчества.

Разглядывая подряд созданные Шолоховым плакаты, афиши и календари, я ловила себя на мысли, что главное в них – ощущение полета, точнее, парения. Лишены веса телесные формы («Вода», постеры, «Иероглифы тела», «Парафраз Дали»). Без напряжения предполагаются в пространстве фантастические конструкции, взлетают воздушные шары и кровати на театральных программах. Даже эскизы театральных костюмов сделаны так, будто исполнители в них будут порхать, а не передвигаться по сцене. Конечно, и в телевизионной рекламе объекты сплошь и рядом совершают скачки,

прыжки и перелеты. Но на листе бумаги и даже на экране изобразить волшебный эффект невесомости зачастую не удается: попытка создать иллюзию парения сводится к изображению растопыренных рук и задранных ног. Энергия полета в разнородных по жанру и назначению фантазиях Андрея ощущается сразу. Она дополняется экспериментами с другими формами движения: «всасывающая» в глубину графического листа воронка, спиралеобразные вихри тел и конструкций, распахивающееся пространство... Разнообразные состояния энергии, переданные изобретательно и подчас неожиданно. На очереди – творческая задача: как передать энергию мысли? Покою? Тишины?

Особого внимания заслуживает то, что можно назвать «культурой цвета». Реклама не может не быть яркой. Цвет в массовой видеопродукции прочитывается как необходимый возбуждающий внимание и побуждающий к конкретным действиям компонент. Но чаще всего эта яркость граничит с пестротой, излишней крикливостью, «птючерностью», как выражаются молодые люди. Ни в одной работе Шолохова я не обнаружила чересчур интенсивного цвета или дикого их сочетания: везде чув-

ствуется сдерживающая мера и стремление к цветовой завершенности. Конечно, разные сюжеты требуют разных колористических решений: почти пастельная гамма «Тела как пейзажа» не может быть повторена в «Иероглифах» и постерах, уж слишком фантастичен сам замысел визуальной перестройки человека наподобие орнамента или здания. Космические конструкции на неизвестной планете (календарь 2008 г. для...) не могут быть окрашены в цвета состарившегося дерева. Тем более хочется подчеркнуть стремление автора к уместности цвета, а не только к его броскости.

От многих его работ, особенно ориентированных «на самого себя», сделанных по собственной инициативе или в случае, когда заказчик предоставлял дизайнеру право выбора темы, остается очень специфическое впечатление. Я бы назвала это чувством иронии, ощущением легкой отстраненности от темы, непосредственно адресованном зрителю. В первую очередь я имею в виду тот ряд работ, где присутствует обнаженное тело. Что греха таить, стало триумфом по поводу и без повода показывать «обнаженку». Чаще всего предмет (его даже с большой натяжкой трудно назвать человеком), изображенный

в предельно раздетом виде, появляется «просто так», как визуальный стереотип или свидетельство творческого бессилия создателя. Андрей охотно работает с обнаженными актерами, подчас вгоняя свои модели в краску откровенной жесткостью и определенностью профессиональных требований. Но ни в одной из его работ нет чересчур серьезного отношения к самой теме. Так и кажется, что он собрал все назойливо мелькающие штампы, обработал их дезинфицирующим раствором юмора, облек полученный осадок в зримую форму и... получилось «Тело как пейзаж». Или «Адам & Ева». Или постеры для Байкалвесткома.

Веселой иронией веет от рекламных листов для страхового общества «Поддержка», компании АкТех, Байкалвесткома, Торгового комплекса. Изумительно точно была угадана и передана интонация в оформлении учебных спектаклей Вячеслава Кокорина и театральных программ к ним («Женитьба», «Обыкновенное чудо»). И реминисценции по Дали тоже сделаны как бы не всерьез: уж слишком много в них всего напичкано. Даже в том случае, когда адресат его рекламных листов достаточно консервативен («Теплые окна», «Фамилия»), как крупинка соли в сладком креме, обязательно возникает образ, стоящий «торчком», но оттеняющий основной пафос замысла. Глядя на весь этот разгул ехидства, я ощущаю облегчение: при всей достоверности отдельных элементов целостный образ мира, возникающий из-под руки Андрея и с его помощью, не заменяет сам мир, а слегка облегчает существование в нем, подсказывая нетривиальные выходы из затруднительных ситуаций.

Проекты Шолохова отличаются продуманность замысла и исполнения, «чувство заказа» — от создания легенды и логотипа до проработки сроков и способов проведения пиар-кампании. Он хорошо понимает, каков его адресат. Именно каков, а не чего этот заказчик желает. В его проектах реализуется, со всей мерой профессионализма, модельная задача:

понимание того, к чему этот заказчик придет, а не то, из чего этот заказчик исходит. Создаваемый Шолоховым образ содержит как раз ту степень условности, которая необходима для активной, но и посиленной человеку работы воображения. Степень конкретности и условности картинок как раз такова, чтобы реализовать известный китайский принцип «ненарисованного дракона». Андрей дает заказчику возможность развиваться в предложенном ими обоими направлении, оставляя ему «пространство для усложнения». А для недальновидного заказчика результат вполне материален — увеличение объема продаж или заказов, повышение рейтинга и популярность имиджа. Осуществляется диалог через созданную систему вещей и образов, соразмерный адресату и заказчику. Дизайнер максимально четко рассчитывает и возраст, и визуальный опыт, и психологию своих потребителей. В проектах для «молодых» заказчиков много динамики,

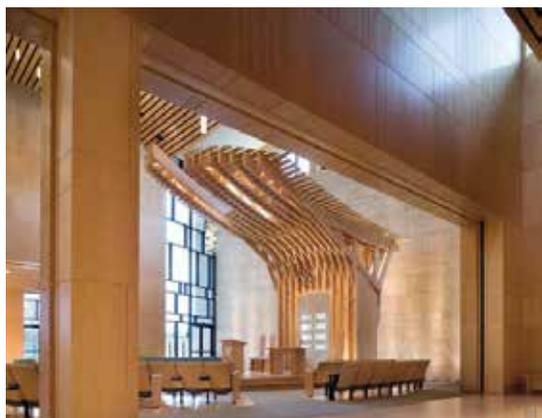
подчеркнутого неравновесия, отчетливой экономной графичности, инновационности (фирменный стиль «INEX»). В интерьерах офисов учитывается их функциональность, удобство для работающих и посетителей, которые достигаются той или иной степенью «модерновости» в организации пространства и цвета. Чем-то эта технология похожа на процесс создания американских блокбастеров, где тоже просчитываются все реакции зрителей и время их наступления. Но парадоксальность любого рекламного продукта не в том, что она рождает одну-единственную реакцию у всех; реакция может быть множество, ибо аудитория у рекламы очень пестрая. Главное — чтобы эти реакции были прогнозируемы. А осуществить такую задачу можно в том случае, когда, как говорит сам Шолохов, «продвигаются идеи, которые бы работали на общий плюс, на создание неких ориентиров в обществе, которые бы вели к какому-то позитивному результату».

Заканчивая текст, хочу привести еще одно его высказывание: «Искусство для меня — то, что вызывает движение в позитивном направлении, когда что-то создается, развивается. В функции саморекламы мне искусство не очень понятно и не очень приятно. Может, поэтому я занимаюсь рекламой и дизайном: это вид деятельности более прагматически ориентирован и эффективен».

Массовая и элитная видеопродукция, компьютерная и традиционная графика, фирменные стили и оформление спектаклей, логотипы и реклама, календари и этикетки, перформансы и фотография, интерьеры и промо-акции — весь спектр и еще многое помимо него — вот диапазон деятельности Андрея Шолохова. «Двигаться широким фронтом», захватывая все новые сегменты и поля, удастся не всякому. У Андрея — получается.



Park East Synagogue – современная синагога



Место: штат Огайо, США.
Архитекторы: Centerbrook Architects and Planners

Во все времена религия была центральным звеном в любом обществе, деле и образе жизни. Так было на протяжении многих веков, однако XX век «ударил» по вере многих стран...
Сайт: www.architektonika.ru

Студенческое общежитие как образ современного дома



Место: Ljubljana, Slovenia.
Авторы проекта:
Matija Bevk
Vasa Perović
Ana Čeligoj
Ursula Oitzl
Davorin Počivašek

Сайт: www.architektonika.ru

Фуникулер – это тоже искусство



Место: Австрия, Инсбрук
Архитекторы: Zaha Hadid Architects

В проекте фуникулерной дороги Хадид в полной мере показывает всю гибкость своей архитектуры. Она легко подстраивается под сложные разновысотные участки, немного меняя характер «текучих» покрытий каждой из четырех станций.
Сайт: www.architektonika.ru



Сергей Заславский,
«Старый причал»



Федеральный банк Хале / Заале (ЛЦБ Халле)

Новый офисный комплекс для Федерального Банка в Халле стал отправной точкой для развития нового садово-городского стиля.

Центральным элементом небольшого нового офисного парка является озеро. Оно служит как естественным разделением между офисным комплексом и жилой зоной служащих, так и резервуаром для хранения ливневой воды и фильтрационной системой. Поскольку пространство ограничено, а в больших лужайках

нет необходимости, больше половины мягкого ландшафта покрыто водой. Формально озеро начинается как искусственный, модернистский пруд, но его архитектурная форма дает свободу естественной береговой линии, позволяет разместить здесь водяные лилии и другие декоративные водяные растения, таким образом усиливая процесс самоочистки резервуара.

Материалы, использованные для парка, отражают как характер окружающей

урбанизации XIX века, так и модернизм архитектуры: гранитный тротуар, сохраняющий свой характер вплоть до соседних улиц, контрастирует с гладкой поверхностью всех цементных стен и деревянно-стальной конструкцией пергол и крытых автостоянок. Насаждения, кроме неформального подхода, должны следовать строгим нормам безопасности, необходимым федеральному банку.

Создавая представительное открытое простран-

ство для служащих банка, несколько тщательно подобранных элементов формируют подходящее благородное окружение для элегантных офисов и жилых зданий. С точки зрения надежности, были отобраны только долговечные материалы с низкими затратами на будущее содержание и ремонт. Поскольку озеро, благодаря своей планировке, способно само себя поддерживать, затраты на его содержание снижаются до минимума.

Фото
Т.С. Краус



Название проекта: Ландесцентралбанк Халле/ Заале

Месторасположение: Халле / Заале, Германия

Описание проекта (напр., наружные сооружения, реконструкция...):

Наружные сооружения для нового офисного комплекса федерального банка в Халле с парком и пересечением с жилой зоной
Собственник, адрес собственника: 30159 Ганновер, ул. Георгсплатц 5, Германский федеральный банк, Г-н Деслер

Стоимость проекта: 2,0 млн €

Площадь: 8,845 кв.м

Диапазон услуг: 1-8: ландшафтный дизайн, план реализации, подача документов, управление строительством, техническое оборудование

Уровень подготовки (стадия проекта, строительство или завершённое строительство): построено в августе 2002 г.

Проектный период: 1997 – 2001

Период строительства: 2001 – 2002

Архитекторы: Бранди + партнеры, Геттинген



Дебитель-сити, Штутгарт

Фото
Т.С. Краус

Концепция наружных сооружений разработана для комплекса, включающего как типично городские, так и деревенские здания. В концепцию входят: Плаза, зеленые двory, сад-патио и плантация швабских фруктовых деревьев.

Мощеная пьядца (площадь) между зданием Дебитель и центральным сервисным центром является сердцем большого офисного комплекса на 2500 служащих. Главными элементами плазы служат роца с двумя сверхдлинными скамьями в тени деревьев-софор и освещенный фонтан.

Сад-патио представляет собой геометрическую мозаику из классических садовых элементов: лужайки, розового сада, перголы, двух бассейнов с водяными лилиями. Самый большой из бассейнов соединяет плазу и прилегающий садовый цветник. С использованием последних технологий гидроизоляционного бетона бассейны были сооружены на верху подземного гаража. Въезд в него практически ныряет под бассейн, при этом у дайверов возникает ощущение, что они начали подводное плавание.

В соответствии с сеткой здания эти два бассейна

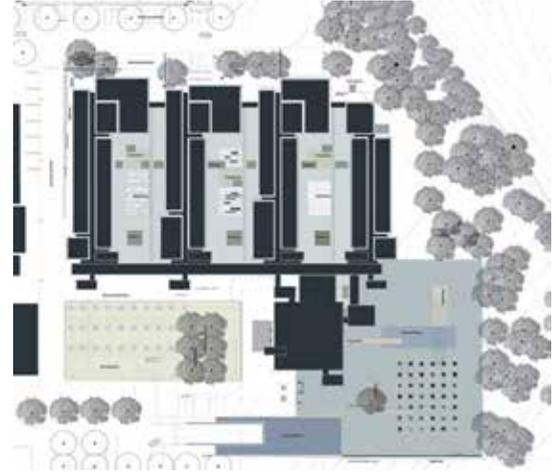
разделяются розовым садом. Тщательно отобранные по цвету и структуре листа, розовые кусты высотой примерно 2 метра формируют романтическое пространственное ощущение, когда посетитель прогуливается или сидит между ними.

Пергола над деревянной террасой рядом с меньшим бассейном скрывает от обозора служащих Дебителя во время их перерыва.

Садовый цветник встроен в «парк воспоминаний». Новые фруктовые деревья идут по линиям изысканного полосатого луга, как бы напоминая крошечные земли Швабского Альба.

Поскольку офисная территория достаточно плотная, проектный подход здесь более интенсивный. Служа современному, строго прямоугольному офисному зданию, ландшафт вокруг него адаптируется к языку здания, однако использует игривое мерцание садовых элементов. Так как большая часть сада сооружена на верху подземного гаража или первого этажа, проект представляет собой в основном проект сада на крыше со всеми присущими ему детальными техническими требованиями.





Название проекта: Технологический парк Дебитель-сити
 Месторасположение: Штутгарт / Германия
 Описание проекта (напр., наружные сооружения, реконструкция ...): Наружные сооружения для нового главного управления и административного офиса
 Собственник, адрес собственника: 70124 Штутгарт, ул. Фридрихштрассе 24, Ландескредитбанк Баден-Вюртемберг
 Стоимость проекта: 2,6 млн €
 Площадь: около 3 га
 Диапазон услуг: 1-8: ландшафтный дизайн, план реализации, подача документов, управление строительством, техническое оборудование
 Уровень подготовки (стадия проекта, строительство или завершённое строительство): построено в июне 2002 г.
 Проектный период: 2002–2001
 Период строительства: 2001–2002
 Архитекторы: PKB архитекторы/Дюссельдорф

Главное управление Инфинеон Кампеон в Мюнхене

фото
Франциска Мейер,
Тобиас Гранецный



Ядром ландшафта центрального парка с водным кольцом является модульная архитектура с разнообразием малых архитектурных элементов.

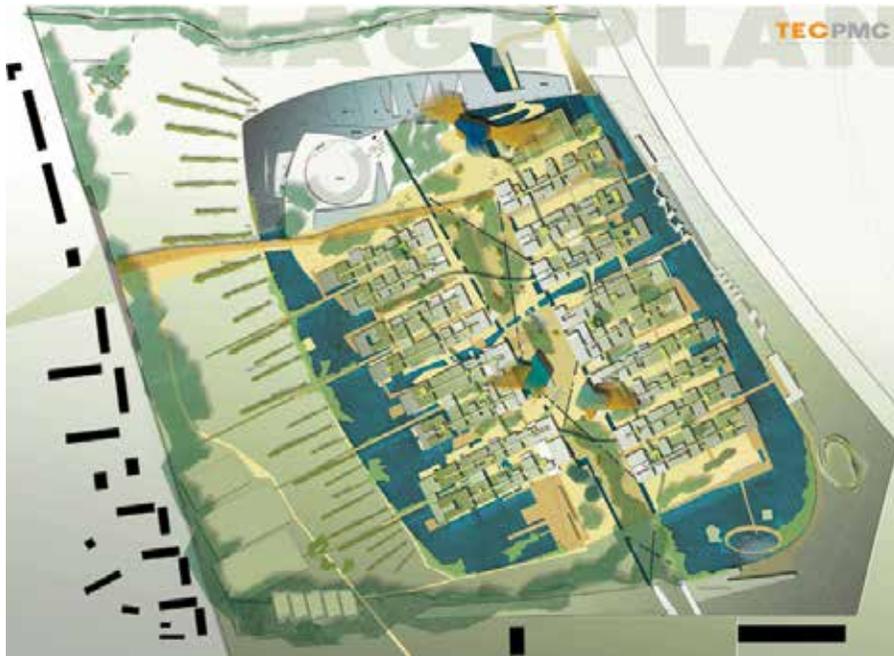
Кампус подразделяется на офисный комплекс и натуралистически спроектированный общественный парк, который является непосредственным расширением существующего спортивного парка Унтерахингер. Это создает единый непрерывный парковый ландшафт, доступный посетителям на юге Мюнхена. Земляная насыпь блокирует ландшафт со стороны автомагистрали и обеспечивает шумовую преграду.

Пруд в форме буквы U окружает модульные здания кампуса, соприкасается с береговой прогулочной полосой. Над прудом сооружены пешеходные мостики, связывающие его с парком. Офисная территория, как сердце, имеет две половинки, в каждой из которых есть модули и промежуточные пространства, направленные на восток и запад. В середине, с севера на юг, по всей территории проходят зеленые насаждения.

Пруд в форме кольца, принадлежащий кампусу площадью 6,8 га, улучшает микроклимат и служит в качестве поглощающего и сохраняю-

щего резервуара для дождевой воды, падающей с крыш зданий. Красивый пруд подпитывается дождевой водой и снегом. Для того чтобы качество воды поддерживалось на высоком уровне, раз в год вода полностью обновляется. Поэтому, сверх дождевой воды, с мая по сентябрь проектировщики вводят небольшое количество подземных вод и пропускают воду из пруда через тростниковые фильтровальные баки, формируя в этот период естественную очистительную фабрику.





Название проекта: Кампус в Нойбиберге
 Месторасположение: Мюнхен-Унтерахинг / Германия
 Описание проекта (напр., наружные сооружения, реконструкция...): Наружные сооружения для нового главного управления и административного офиса с парком и связующей дорогой, ведущей к железной дороге
 Собственник, адрес собственника: 82008 Унтерахинг, ул. Бибергер 93, MoTo Objekt Кампеон ГмбХ энд Ко. КТ
 Стоимость проекта: 21 млн €
 Площадь: Около 6,2 га (620.000 кв.м)
 Диапазон услуг: 1-8: ландшафтный дизайн, план реализации, подача документов, управление строительством, техническое оборудование
 Уровень подготовки (стадия проекта, строительство или завершённое строительство): Построено в августе 2006 г. (победа в конкурсе)
 Проектный период: 2001–2003
 Период строительства: 2005–2006
 Архитекторы: ТЕС архитекторы, Лос-Анджелес + нойбергер, Мюнхен





Пешеходная зона и рынок, Ангер, Эрфурт

Фото
Т.С. Краус

Название проекта: Пешеходная зона + рынок
 Месторасположение: Эрфурт / Германия
 Описание проекта
 (напр., наружные сооружения, реконструкция...):
 Реконструкция и реорганизация пешеходной зоны + рынка
 Собственник, адрес собственника: 99085 Эрфурт,
 ул. Штайнплатц, 1, Тифбауамт Эрфурт
 Стоимость проекта: 2,8 млн €
 Площадь: Около 1,3 га
 Диапазон услуг: 1-8: ландшафтный и транспортный дизайн,
 план реализации, подача документов,
 управление строительством, техническое оборудование
 Уровень подготовки (стадия проекта, строительство или заверш-
 енное строительство): Построено в октябре 2002 г.
 Проектный период: 1999–2002
 Период строительства: 2000–2002



Отмечен в номинации
 «Транспортный дизайн
 Рено» 2002.

Отмечен в номинации
 «Немецкий природный
 камень» 2002.

Изначально преследо-
 валась цель создать фун-
 даментальную геометрию
 городской территории с ее
 историческими фасадами и в
 то же время воплотить совре-
 менные стандарты внутри
 нее. В задачу входила плани-
 ровка поверхности, которая
 бы совмещала длинную
 узкую изогнутую территорию
 и специально принимала бы
 во внимание особую струк-
 турную ситуацию треугольни-
 ка площади Ангер и участок
 между Главным почтовым
 отделением, монастырем
 Урсулины и церковью для
 торговцев.

Структура гранитных
 поверхностей, сформирован-
 ных из узких продольных и
 широких поперечных полос,
 задает ритм всему участку
 поверхности. Эти череду-

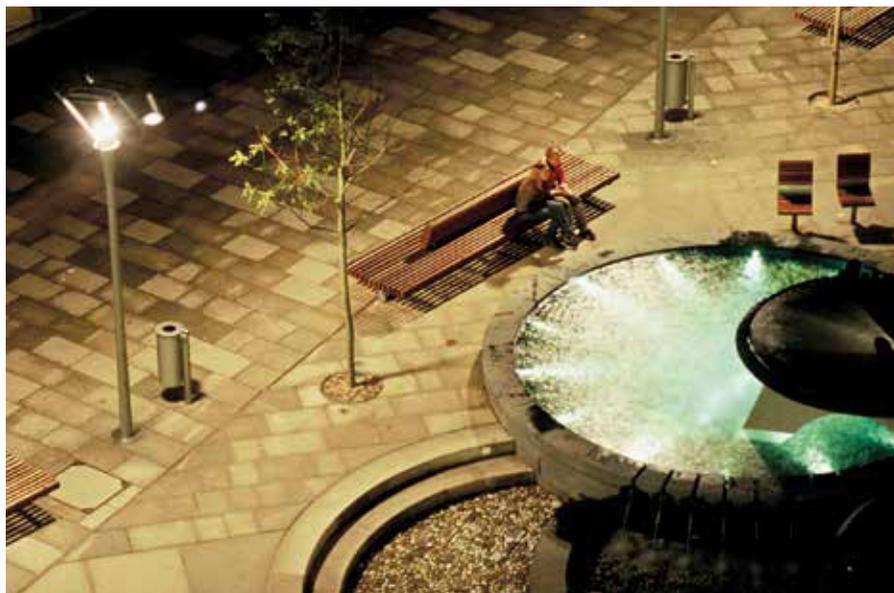
ющиеся базовые формы
 радиально следуют повороту
 Ангера. Продольные полосы
 простираются вдоль стен
 зданий. Поперечные полосы
 служат промежуточной форм-
 ой в игре углов и радиаль-
 ного движения пространства.

Между почтовым отделе-
 нием и треугольником Ангера
 виден особый характер этого
 простого решения. Полосы
 конусообразно устремляются
 к голове площади и удлиняют
 перспективу.

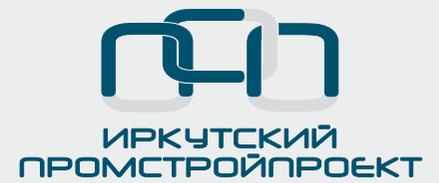
Проект Ангер Эрфурт
 характеризуется использо-
 ванием высококачественных
 материалов, тщательный
 выбор которых определялся
 не только потребностью в
 долговечности, но также
 собственными эстетическими
 фундаментальными принци-
 пами. Дизайн-проект содер-
 жит в себе изысканный, тща-
 тельно выверенный набор
 инсталляций и освещения,
 специально спроектирован-
 ных для Ангера. Они очень
 искусно очерчивают контуры



и пространственный порядок и гармонируют с гранитными поверхностями по форме и цвету. Соответствуя охраняемой исторической группе домов, поверхности, инсталляции и насаждения создают некое единство, которое, в гражданском контексте, придает месту индивидуальный и уникальный характер. И наконец, проект отвечает современным требованиям различного использования часто посещаемого места городского центра и должным образом включает исторически сложившуюся среду в новую планировку.



664025, Иркутск,
ул. Степана Разина, 6
Тел.: (3952) 21-15-96, 34-40-42
Факс: (3952) 34-40-48
E-mail: archiv@ipsp.ru www.ipsp.ru



РЕКОНСТРУКЦИЯ ЗДАНИЯ «ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС»



Архитекторы:
С.В. Гладков С.Э. Политов
А.Г. Борщенко В.В. Киненко

Инженеры:
Ю.А. Сутырин
И.А. Есиков



ОБЩЕСТВЕННО-ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР ПО УЛ. С.ПЕРОВСКОЙ



Архитекторы:
А.Г. Борщенко Е.Ю. Бажина
М.Е. Бегеца Н.В. Власенко
Р.В. Вырупаев

Выбирайте правильную линию, выбирайте ГОРИЗОНТ от Tarkett!

В России всегда достаточно остро стояла проблема финансирования объектов социального назначения. Многие из этих объектов не ремонтировались несколько десятилетий подряд. Выделяемых средств на реконструкцию и капитальный ремонт бюджетных учреждений далеко не всегда хватает на проведение качественных работ и своевременную замену износившихся материалов. Руководство больниц, поликлиник, школ, дошкольных образовательных учреждений, колледжей и других государственных учреждений вынуждено экономить на проведении текущих ремонтов, отдавать предпочтение материалам не лучшего качества. Вместе с тем к отделочным материалам, используемым для внутреннего обустройства помещений в вышеперечисленных учреждениях, предъявляют очень высокие требования.

Для обеспечения социального сектора качественными и в то же время приемлемыми по цене напольными покрытиями компания Tarkett разработала первый отечественный продукт для объектных помещений. В настоящее время государство делает большой акцент на социальные программы. Выпуск данного продукта служит реальным вкладом в решение задач по укреплению материальной базы социальных объектов. В ноябре 2007 года на гомогенной линии в г. Отрадном был запущен качественно новый продукт ГОРИЗОНТ – HORIZON. Материал будет производиться под брендом «Синтерос». Название продукта не случайно.

Материал является новым горизонтом в напольных покрытиях.

ГОРИЗОНТ – это коммерческий продукт российского производства, то есть материал полностью адаптирован к требованиям рынка (все сертификаты соответствуют российскому законодательству, СНИПам, ГОСТам).

Материал открывает новые горизонты в применении по сравнению с традиционными покрытиями, существующими на рынке (керамика, ламинат).

Новый горизонт в преимуществах для конечных потребителей: гигиеничность, акустика, разнообразная цветовая гамма для создания теплых интерьеров, длительный жизненный цикл благодаря возможности обновления материала, функциональность, эргономичность.

Новый горизонт для заказчиков бюджетных организаций: материал позволяет создавать современные интерьеры в школах, в больницах при минимальных затратах.

Это первый локальный продукт на российском рынке, который сочетает в себе достойное качество по разумной цене.



Основные сегменты применения: больницы, школы, офисные помещения.

ГОРИЗОНТ – это покой, вдохновение, сосредоточенность и качество в интерьере. Напольное покрытие, используемое для создания дизайна, достаточно сильно влияет на эмоциональную сферу человека. Секрет удачного применения напольного покрытия – создание магии в помещении и придание ему неповторимой индивидуальности!

В больницах позитивная аура, созданная интерьером, положительно влияет на восстановление пациентов, и процесс выздоровления происходит быстрее. В школах важно создавать креативную обстановку, которая позволит повысить заинтересованность школьников в обучении, поможет им учиться и сосредотачиваться на занятиях. В офисах часто однообразие рабочих мест негативно влияет на людей, труднее сконцентрироваться и продуктивно работать. Поэтому необходимо, чтобы интерьер способствовал уменьшению этих неблагоприятных эффектов и привнесил легкость на рабочее место.

Уникальное свойство – ремонтпригодность материала.

Материал неприхотлив и прост в обслуживании. За счет полиуретановой защиты (PU) не требуется нанесения мастики сразу после укладки. Материал имеет уникальную возможность обновления. Даже если на покрытии возникла царапина, его можно «вылечить» при помощи несложной процедуры. Достаточно произвести сухую полировку шлифовальной машиной. За счет скорости вращения круга шлифовальной машины повышается температура покрытия, что позволяет корректировать незначительные повреждения, вызванные высоким трафиком в помещении. После каждой шлифовки необходимо наносить защитные полиуретановые мастики. При нанесении мастик закрываются микронеровности, тем самым продлевается срок службы покрытия. Tarkett рекомендует обращаться в профессиональные клининговые компании для ухода за покрытием.

Компания Tarkett знает и понимает заботы своих клиентов. Она чувствует свою социальную ответственность, думает даже о небольших клиентах, о низкобюджетных организациях и старается разрабатывать приемлемые и качественные решения для них. Таким образом, компания вносит свой посильный вклад в программу поддержки социального сектора, развития социальных программ.

За дополнительной информацией о коллекции ГОРИЗОНТ обращайтесь в компанию Tarkett по телефону: + 7 (495) 777 6983 либо на сайт компании <http://www.tarkett.ru>.



Новые горизонты для объектов социального назначения

Объектное гомогенное напольное покрытие Horizon



Результат

- Экономичное решение для общественных помещений с ограниченным бюджетом
- Возможность постоянного обновления материала
- Длительный жизненный цикл
- Универсальная цветовая палитра
- Материал всегда доступен на складе в России

 **синтерос®**

+7 (495) 777-69-83, www.tarkett.ru

Дом как укрытие

Поражает та изобретательность, с которой люди создавали и создают укрытие из всего, что есть под рукой. Самое интересное — это то, что нам следует вспомнить не только конкретный опыт, позабытый давным-давно, но также и существующую практику. Миллионы людей в Африке и Азии все еще строят укрытия тем же способом, что и их предки в течение тысячелетий. Миллионы других людей создают себе дома, используя все, что выбрасывают их более успешные соседи в больших городах. Тысячи людей предпочитают строить дома без использования того, что современная цивилизация им предлагает, за исключением хлама, так как это и есть их цель: они чувствуют, что ресурсы становятся недостаточными, они знают, что все не могут быть богатыми, и они хотят показать, что надо делать.

XIX век со своей быстрой индустриализацией принес толпы народа в города, которые уже были переполнены. Низкие заработные платы и высокая аренда делали невыносимыми жизненные условия низших классов. Небольшое количество филантропов из числа промышленников приступили к смелым проектам по улучшению ситуации путем строительства типового жилья для рабочих. В маленьких промышленных поселках такое жилье должно было состоять из небольших коттеджей, а в больших городах, учитывая дороговизну их земель, единогласно решили строить высотные дома. Вполне естественно, что никто сильно о комфорте не думал — идея заключалась в том, чтобы предоставить пространство для семьи (хотя множество пансионатов предусматривались исключительно для одиноких жильцов и требовали строгого соблюдения правил, запрещающих вход на территорию лицам противоположного пола), при наличии общих гостиных или читальных залов, ванных комнат и прачечных. Обычно архитекторы очень быстро хватались за новую тенденцию, и, принимая во внимание господствующий в ту эпоху художественный радикализм, можно было ожидать, что они доведут эту идею до экстрима. Специалисты по гигиене в Германии очень кстати подсчитали, что для первоначального восстановления здоровья человеку необходимо не менее 7 квадратных метров жилого пространства для использования исключительно в своих целях. Тут же германские архитекторы производят типовой проект «минимального» жилья для удовлетворения этих нужд.

Европейские дизайнеры были в восторге от функциональной эффективности пассажирского вагона Пульмана со спальными купе и от корабельных кают, однако чаще всего это были просто риторические рассуждения в специализированных журналах. Их русские коллеги, готовые помочь своим лидерам в одном прыжке перебраться свою революционную страну из феодального капитализма в коммунизм, пошли еще дальше. Их доводы, или скорее экстремальное выражение того, что пропагандировал Кузьмин, были простыми, если не сказать упрощенными. У любого прогрессиста есть определенные психологические, а также социальные потребности. И те и другие можно подразделить на две неравные части. Для сна человек должен был иметь узкую кровать. Небольшой шкаф для одежды, полку для двух десятков книг, взятых в библиотеке, и небольшой стол для занятий в поздние часы. Все остальное должно было быть общим, поэтому большие пространства предназначались для общественных библиотек, кафе, спортзалов и гостиных. В известном проекте Кузьмина даже половые отношения были особым процессом, который должен был происходить в специально отведенных для того местах, при этом детей немедленно забирали у матерей и передавали в руки профессиональных нянек, затем в детский сад, а затем в школу.

Книга Замятина «Мы», первая антиутопия XX века, ясно описывает этот проект. Другие были более скромными и не регулировали личное время до такой степени, однако идея минимизирования индивидуального пространства продолжает быть популярной, и не только в России.

Пока Америка после Второй мировой войны радостно окунаясь в неограниченный загородный рай, стараясь воплотить Великую Американскую Мечту — семейный дом для каждого, — европейские страны, находясь под большим влиянием социалистических идей, усиленно продвигали высотное жилье с крошечными квартирками. И снова Россия стала ведущей, когда Хрущев обнародовал Государственную жилищную программу, и архитекторам пришлось подавлять в себе весь имеющийся профессионализм, чтобы создавать максимально маленькие квартиры для семей. И они сделали это: квартиры были оснащены ванной в 3–4 кв. м, кухни в 5–6 кв. м, одной или двумя

небольшими спальнями и узким коридором. Никаких гостиных, залов или кабинетов.

Такой вид жилья, который в Москве и в других городах России сейчас активно сносятся, сложно назвать Домом по европейскому стандарту. Однако в нем было что-то от уединенности, которой русские были лишены десятилетиями. Это было личным Укрытием, а укрытие означало счастье.

Поскольку российский опыт сам по себе очень экспрессивен, было бы ошибкой концентрироваться только на нем. Муниципальное жилье, созданное в Великобритании за два десятилетия правления лейбористов было несколько похожим. Поэтому 90-е годы стали свидетелями сноса большого количества домов и дорогостоящей реконструкции в крупнейших британских городах. Французы, голландцы, шведы строили гектары за гектарами таких же высоток, предавая само понятие Дома как идеализма и вместо этого заботясь об укрытии для тысяч людей. Итак, давайте совершим короткое путешествие сквозь время и пространство, чтобы побольше узнать об УКРЫТИИ.

Сэр Банистер Флетчер, который всю жизнь посвятил изучению раннего опыта доисторического человека, писал: «Простую пещеру можно было расширить, изменить ее форму, добавить еще одно помещение сзади, сбоку, выше или ниже, соединить пандусом, лестницей или дверным проемом, а дальше добавить еще одну комнату, и еще одну, возможно, в другом направлении, или как ответвление одного из новых помещений» (Каменные Укрытия). Эта простая идея помогает понять, что любое постоянное место никогда не могло быть чем-то вроде естественного укрытия, это всегда будет до определенной степени творением рук человеческих. Эта степень может быть разной, начиная с небольших изменений и заканчивая чем-то вроде знаменитых Каппадокийских Конусов. Здесь, в центральной части Турции, где навстречу Цивилизации было сделано так много шагов, в естественных конусах из мягкого вулканического камня — туфа — были выдолблены полости, благодаря чему эти конусы превратились в дома. Жители Каппадокии таким способом высекали из этого камня целые города, и поскольку камни располагались по склону горы, количество этажей здесь доходило до 16, превращая города в нечто похожее на группы небоскребов, часто соединенные

с туннелями. Пещерные города, построенные десятками поколений в античное и средневековое время, были не менее сложными, хотя и менее впечатляющими, чем в Каппадокии, их можно найти везде: как в Греции, так и в Крыму или в Индии.

Разнообразие промежуточных форм также известно с незапамятных времен. В Петре, знаменитом некрополе в Иордане, скрываемом от любого незваного гостя до 1840-х годов, только надгробия были высечены в красноватом туфе и имели тщательно вырезанные профили. А в таких местах, как деревня Сейдная в Сирии, местные жители до сих пор строят дом в два этажа. На первом они вырезают известняковые блоки на склоне горы и на время отставляют их в сторону. На втором этапе они строят фасадные и торцевые стены, используя прежде заготовленные блоки. У человека, оказавшегося в этой деревне, создается впечатление, что он находится на обычной деревенской улице. Стоит только зайти в дверь, как обнаруживаешь, что дом на ¾ является пещерой.

Или возьмем потрясающее величие, которое достигли индейцы в гористой Аризоне, построив компактные районы, очень похожие на любой средневековый европейский город с 3-4-этажными домами. Но в отличие от других эти дома находятся под огромными монолитными потолками — большими каменными карнизами, образовавшимися вследствие эрозии.

Сказочный образ застыл во времени в Скара Брэ на одном из островов Оркней к северу от Шотландии. Небольшая группа домов выстояла более пяти тысяч лет благодаря тому, что все, включая последний предмет утвари, было сделано из камня. Маленькие соты искусственных пещер, которые, возможно, вдохновили Толкиена написать о Хоббитах, состоят из очень толстых стен и очень узких коридоров, ведущих в небольшой жилой отсек. Каменные прикроватные столики, каменные шкафы с осколками каменной посуды, каменные скамьи — все это должно было быть гораздо опрятнее и удобнее в сочетании с материей, шкурами и соломой. Но самым главным элементом была дверь, настоящая дверь, которая создавала впечатление уединенности, всегда так необходимой для любой семьи. Такие места, как Скара Брэ или Чатал-Хюкк в Турции, самая старая раскопанная деревня, без сомнения, доказали, что по крайней мере семь тысяч

лет назад укрытие для небольшой семьи было доминирующим видом жилья. Это был дом, родимый дом.

Вот пример другой крайности, где в радиусе сотни миль нельзя было найти ни одного камня. «Озерные арабы» Южного Ирака здесь создавали и создают впечатляющие конструкции, используя единственный имеющийся у них природный источник – тростник. Гигантский тростник, который достигает высоты 6,10 м, растет в низовьях рек Тигр и Евфрат, в месте их соединения, служил отличным строительным материалом в эпоху Гильгамеша, легендарного бога-царя Урука. Так до сих пор им и служит. Сначала тростник связывают в большие узлы толщиной до 0,91 м. Эти вязанки втыкают в землю друг напротив друга так, чтобы образовались ряды колонн. Затем мастер забираться по своеобразной треноге, сделанной также из тростника, и пока две команды тянут верхушки двух колонн вниз и внутрь, он связывает их вместе. Внизу все застелено тростниковыми циновками, промежутки между колоннами закрыты тростниковой стяжкой, в результате эта картина сильно напоминает готическую капеллу с ее огромным арочным каркасом и узорчатыми окнами с обоих концов. Эти дома называются маджифы, они постоянно использовались по крайней мере последние пять тысяч лет, чтобы полностью исчезнуть за каких-то двадцать-тридцать лет.

Догоны, живущие в Мали, изобрели замечательный промежуточный стиль в строительстве жилья, который вызвал большой резонанс среди современных архитекторов в 1960-е годы, когда его широко осветили СМИ. С присущим им сложным символизмом любой формы и любого открытия, догоны придумали оригинальную строительную систему, в которой остовы сухих ветвей заполняются кирпичами из грязи, отлитыми в форме полуконов, а затем аккуратно закрепляются при помощи смеси глины с водой, коротко стриженной травы и компоста. Форма конструкции настолько мастерски осложнена, поверхности настолько полны человеческой энергией, содержат в себе столько ручной работы, что никто не может проследить, где проходит грань между архитектурой и скульптурой, если эта грань вообще имеется в этом сооружении.

Люди, живущие у Южных морей, произвели на свет фантастическое разнообразие легких конструкций, применяя величайшие навыки использования пальмовых деревьев, пальмовых листьев и

банановых листьев при создании комфорта и красоты в своих домах. Эти приспособления легко срываются сильным ветром, но также быстро восстанавливаются заново.

Древние японцы, наученные горьким опытом, что землетрясение может разрушить любое твердое сооружение, сумели придумать дом, чье внезапное разрушение не стало бы причиной гибели жильцов. Его деревянный каркас был легким и изящным, его крыша покрывалась соломой, а перегородки из тонкого тростника обрамлялись деревом и имели пазы для скольжения. Имея скудную отделку и хорошо окружая мини-сад, этот дом доказал свою долговечность. Он до сих пор не перестает привлекать поколения архитекторов на Западе.

Зачастую многие забывают, что передвижной дом в своем первоначальном виде все еще широко используется. Стоит только проехать на машине 15 минут от Иерусалима, и вы увидите черные навесы арабов-бедуинов, разводящих коз и овец в пустыне. Основная конструкция – прямоугольник крыши, сотканный из козьей шерсти, местами со включениями овечьей. Вместе с шестью и веревками она образует пространственную раму, на которую прикреплены два узких внешних завеса и несколько внутренних, разделяющих пространство интерьера. Длина и количество поддерживающих шестов отражают материальное положение и статус хозяина. В полчасе езды от любого большого города Марокко вы непременно обнаружите палатки берберов из овечьих шкур. Их крыши имеют изящный двойной изгиб благодаря главной поддерживающей арке, скрепленной веревками из маленьких фрагментов. Это сооружение известно со времен Табернакля для Ковчега Завета с его овечьими шкурами и ткаными занавесками. Продвигаясь немного дальше, в пустыню Сахара, вы вскоре обнаружите палатки туарегов из грубой ткани, которые устанавливаются в течение получаса. Деревянная кровать ставится на расчищенный участок. Изогнутые деревянные детали, образующие три арки, и удлиненные стойки для вывешивания разных принадлежностей закапываются в землю. Арочные детали крепко связываются, а две горизонтальные распорки прикрепляются к вертикальным палкам, вкопанным в землю. Длинная веревка наматывается вокруг высокой средней арки и образует петли для установок стальных тонких прутьев, формирующих полукруг в продольном направлении,

при этом концы их крепко связаны. Когда сооружение уже можно покрывать грубой тканью, строитель должен располагать куски этой ткани в строгом порядке, который за тысячелетия достиг истинного совершенства. Несколько миллионов жителей Северного Китая, Монголии и Тибета, Киргизии и Туркменистана совершают похожие действия при строительстве юрт, хотя здесь уже больше предварительно заготовленных деревянных деталей, центральное компрессионное кольцо открывается над очагом. И поскольку суровые зимние условия требуют покрывать юрту двумя слоями толстого войлока и полотна, для перевозки этого безупречного передвижного жилища нужны два верблюда.

Жаль, что сейчас, говоря о дереве, употребляют чаще прошедшее, чем настоящее время, ведь деревянное жилье имеет такую замечательную историю. Его начало теряется во времени, но благодаря раскопкам в Северной Европе или в Японии мы можем с уверенностью сказать, что главные опорные бревна заострялись для того, чтобы можно было достаточно глубоко закрепить их в мягкой почве. В то же время все другие структурные элементы мастерски скреплялись при помощи зубьев. Крестьяне испытывали новую эффективность железных топоров и тесаков для создания сооружений нового вида с использованием цельного бревна. Глубокие пазы прорезались в вертикальных столбах, и теперь между ними можно было вбивать горизонтальные шпунтовые бревна, чтобы получить прочную жесткую стену. Позже эта конструкция в основном использовалась для укреплений – каждая решетчатая стена могла быть заполнена камнями и грязью и покрыта дерном для защиты от огня. Эта конструкция применялась вплоть до XVIII века в Восточной Европе и Америке.

Приводит в замешательство масштабность такого сооружения. В Южной Украине все еще есть огромные деревни, где тысячи людей живут в домах, покрытых распиленными вдоль бревнами и глиняным раствором. Расчеты показали, что жители этих деревень должны были вырубать километры девственного леса для постройки своих жилищ, одновременно расчищая место для полей. Задолго до того, как захватчики разрушили эти деревни, жители вынуждены были продвигаться на север, чтобы вырубать новые леса и расчищать новые поля, оставляя за собой образовывающуюся степь, где вскоре дикая трава положила начало знаменитому Черноземью.

В Северной Европе строители научились экономить силы, используя твердую конструкцию. Они воздвигают открытую каркасную решетку из деревянного бруса с вырезанными пазами, который для прочности скреплен зубьями в местах соединений. Проемы после этого можно было оставить открытыми в качестве окон или дверей, либо заполнить панелями из глины или плетня. Так появилось на свет укрытие, которому суждено было просуществовать до конца средневековья.

Деревянный каркас сам по себе выглядит так просто, что трудно представить, насколько разнообразным может быть результат в той или иной стране. Иногда люди, которые даже не слышали друг о друге, изобретали похожие вещи, как, например, хоганы у индейцев Навахо и дарбаци древних грузин на Кавказе. И в том, и в другом случае бревна скреплялись для создания так называемого ложного купола. Есть другие примеры, когда люди изобретали совершенно различные конструкции, как, например, английский коттедж и русский сруб или японский дом, хотя они и использовали для крыши ту же солому.

Два великих переселения: американцев на запад и русских на восток – принесли новые способы строительства с использованием сырцовых блоков (хорошо известных на Ближнем Востоке уже в течение пяти тысяч лет), стоек и дерна. Войны и революции часто становились причиной новых изобретений еще более примитивных земляных жилищ или быстро собирающихся конструкций из прутьев, тростника и глины, которые, например, соорудались тысячами, когда миллионы людей переезжали из опасных районов в Южную Сибирь и Казахстан бывшего Советского Союза во время Второй мировой войны.

Когда движение хиппи в Соединенных штатах набрало силу, полумпровизированные сооружения придали новое значение традиционному и некоммерческому способу строительства дома. Приведем небольшое отрывок из трактата, опубликованного Эриком Парком в 1970 году под заголовком Возрождение жилья. Вторая жизнь «небольшого городского домика»: «Я говорю о тяжелой работе, о ремесле, о повторном использовании недорогого жилья. Дебби и я только что закончили работы по возрождению нашего первого дома в Спрингфилде (штат Орегон), которые длились тринадцать месяцев, начиная с августа... Это было больше, чем просто образ жизни

и больше, чем просто место: это была работа, ремесло, которому мы научились в процессе работы. Мы прочитали мемуары Вильяма Никерсона, и мы убеждены, что любой дурак, имеющий достаточно определенную цель, концентрируясь исключительно на служении мамоне и способе Никерсона, может на недвижимости заработать миллион. Но мы не имеем в виду финансовые трюки, работу по договору, быстрый товарооборот, сдачу в наем или даже, строго говоря, прибыль. Мы имеем в виду вывод из употребления устаревшей американской экономики. Мы хотим «обкатать» ее в течение нескольких недель или месяцев на жилье ниже требований стандарта, чтобы сделать его привлекательным и пригодным для жизни. Мы за то, чтобы сберечь миллионы деревьев, которые строители вырубают каждый год, в то время как существуют дома, которые можно сохранить при помощи честного труда и рабочих рук. И наконец, мы за то, чтобы зарабатывать на жизнь, латая крышу над своей головой». Шаг за шагом, набираясь опыта и пользуясь советами, как рациональными, так и нерациональными, Эрик и Дебби Парк сделали то, к чему стремились, и тысячи других людей делают это – строят свои собственные дома.

Все странные люди, которых считают чудаками, идут этим путем. В частности, доктор Тинкерпоу, который также называл себя Капитан Нитвит, прославился в 70-х годах благодаря замку фантазий в Калифорнии, созданному им из отходов. Боб Андерсон построил «гиперболическое параболическое укрытие», используя исключительно эвкалиптовые шесты и фанеру. Дик Кейтгин за четыре месяца создал жилье только при помощи сплавленного лесоматериала, прибитого к берегу, и погнутых ржавых гвоздей. Летом 1972 года Джон Велес с друзьями построил деревянный дом в лесу штата Коннектикут под впечатлением от книги Эрика Слоана про ранние американские постройки. Кейт Джонс из Аляски много времени посвящал доказательству того, насколько прочным может оказаться арктический тент, если его дополнительно изолировать слоем травы, поместив его между внутренним и наружным тентом. Келли Харт из Калифорнии и Дэннис Турнгизи из Миннесоты создали личные передвижные дома-автомобили. Вот что про них говорит Дэннис: Старые, выброшенные автомобили слишком долго игнорировали. У них есть крыши, открывающиеся окна и двери -

все, что считается самым дорогим при строительстве дома. Старые грузовики могут служить для дома переносным фундаментом. Я поместил крышу от моего старого Пежо с солнечным навесом на стойках над кроватью от Форда-49 на достаточной высоте, чтобы я мог потянуться рано утром, и продолжал добавлять другие детали, пока не построил этот Транзитный Дом, который публика назвала скандальным, похожим на черепаху, оригинальным, сатиричным и т.д. Жокин дэ ла Луз трансформировал старый охотничий кузов-платформу в один из самых уникальных домов, колесящих по американским дорогам. Другие использовали лошадь с фургоном или строили эллиптические дома-автоприцепы из дерева и пенополиуретана. И нет конца таким изобретениям новых домов, непохожих друг на друга.

Нельзя забывать и о домах-кораблях, будь то в городе Катнон или Амстердам. Или о башнях, мечта о которых всегда была глубоко заложена в подсознании некоторых людей. Один из примеров - знаменитые башни Уоттс, построенные Симоном Родиа в Лос-Анджелесе, которые после некоторой борьбы были признаны властями как достопримечательность. Родиа, закончивший эту работу в 1954 году, сказал: «Я никогда не просил никого помогать мне в этом деле. Мне приходилось продвигаться маленькими шажками. Никто не помогал мне. Я думаю, что если найму кого-нибудь, он не будет знать, что делать. Миллионы раз я сам не знаю, что мне делать. У меня никогда не было ни единого помощника. Кто-то говорил: что он делает?.. Некоторые считали меня сумасшедшим, а некоторые говорили, что мне удалось сделать что-то в Соединенных Штатах, потому что я вырос здесь, понимаете? Я хотел сделать что-то для Соединенных Штатов, потому что здесь живут хорошие люди».

На другом уровне такой утонченный ум, как Карл Г. Юнг, проявил ту же навязчивую идею, которая хорошо видна в книге доктора Юнга «Воспоминания, сновидения и размышления»: «Слова и бумага, однако, не казались для меня достаточно реальными; иногда требовалось нечто большее. Я должен был достичь некоего выражения в камне своих сокровенных мыслей и приобретенных знаний. Или, говоря другим языком, я должен был исповедаться в своей вере на камне. Это послужило началом Башни, дома, который я для себя построил в местечке Боллинген.

Изначально было решено, что я буду строить рядом с водой.

Меня всегда необычайно привлекало очарование верхнего озера Цюриха, поэтому в 1922 году я купил участок земли в Боллингене. Он находится на территории прихода Св. Майнрада и является старинной церковной землей, ранее принадлежавшей монастырю Св. Галла.

Сначала я планировал строить не идеальный дом, а просто примитивное одноэтажное жилье. Конструкция должна была быть круглой, с очагом в центре и кроватями вдоль стен. Мысленно я представлял себе африканскую хижину, где в середине горит огонь, окруженный несколькими камнями, и жизнь семьи целиком вертится вокруг этого центра. Примитивные хижины конкретизируют идею целостности, семейного единства, в котором также участвуют мелкие домашние животные. Но я изменил план на первых стадиях строительства, поскольку почувствовал, что дом получался слишком примитивным. Я понял, что он должен быть обычным двухэтажным домом, а не простой хижинкой, прильнувшей к земле. Итак, в 1923 году был построен первый круглый дом, и когда он был закончен, я увидел, что он стал удобной жилой башней.

С самого начала внутри этой башни я ощущал глубокое чувство покоя и обновления. Это и было материнским очагом. Но все больше я осознавал, что дом все еще не выражал всего того, что хотелось сказать, чего-то не хватало. Поэтому четыре года спустя, в 1927 году, была добавлена центральная конструкция с пристройкой в виде башни.

По истечении некоторого времени – прошло еще четыре года – у меня опять появилось чувство незавершенности. Здание все еще казалось мне слишком примитивным, поэтому в 1931 году пристройка в виде башни была расширена. В этой башне мне нужна была комната, где бы я смог существовать обособленно. Я представлял себе то, что видел в индийских домах, где всегда есть место – это может быть всего лишь угол комнаты, отделенный занавеской – где домочадцы могли уединиться. Там они медитируют около получаса или четверти часа или занимаются йогой. Такое уединенное место просто необходимо в Индии, где плотность населения очень высока.

В моей обособленной комнате я принадлежу сам себе. Ключ от нее я всегда ношу с собой; без моего разрешения никому не дозволено заходить туда. С годами я раскрасил стены, выразив таким образом все, что отрывало меня от времени и приводило к изоляции, отрыва-

ло от настоящего и приводило к безвременности. Так вторая башня стала для меня местом духовной концентрации...»

Один замечательный человек из Берлина, мой приятель, которому нравится, когда его называют Садовником, жил со своей большой семьей в милом домике с террасой и очаровательным садом в прелестном лесистом местечке столицы. Однако необходимое ему душевное спокойствие он нашел только когда собрал юрту, которую привез из Монголии. Другой знакомый, архитектор, живущий в ветреном Уэльсе, свой душевный покой обрел в тот момент, когда завершил модернизацию дома, где мельчайшая деталь, вплоть до дверной ручки, была сделана определенной формы его собственными руками. Владимир, архитектор из Санкт-Петербурга, не чувствовал себя достаточно счастливым, пока не соорудил дом в лесу, вдали от города, работая исключительно топором, как делали его предки, используя пазы и шипы, без единого гвоздя... Этот очень красивый дом служит также местом для медитаций.

Можно, конечно, отмахнуться от этих заумных попыток, как и от многих других, не видя в них ничего, кроме эксцентричности. Однако проблема остается, поскольку очень много людей не могут себе позволить так называемое доступное жилье и очень нуждаются в простом укрытии, построенном своими руками. Чарльз Дженкс, известный главным образом благодаря своей работе, посвященной архитектуре постмодернизма, задолго до нее в своем труде «Архитектура 2000» написал: «Почему власти должны стараться сделать все, что в их силах, чтобы подавить незаконные поселения, когда зачастую они намного эффективнее, чем жилье, предоставляемое государством, на которое уходит гораздо больше денег и усилий? Самый яркий случай, доказывающий эту абсурдность, произошел в Лиме (Перу), где по крайней мере четверть населения сейчас живет в незаконных поселениях, или барриадах. Было бы полезно проследить, как возникли эти барриады.

После Второй мировой войны они распространились очень быстро из-за стремительной урбанизации. И сразу их стали считать социальным злом, рассадником коммунизма и центром криминала и проституции. На самом деле реальность оказалась совсем другой: уровень преступности был гораздо ниже, чем в городских трущобах, а социальные и политические взгляды жителей были достаточно консервативны. Но пра-

вительство, социальные работники и архитекторы были решительно настроены считать эти поселения социальным злом, и поэтому нужно было любой ценой сделать так, чтобы они соответствовали этой роли. Как и следовало ожидать, потенциальные незаконные поселенцы стали в буквальном смысле активистами. Единственным способом, чтобы получить бесплатную землю и покинуть невыносимые городские трущобы, было формирование организованных групп и захват государственных земель по ночам. Захватчики должны были быть тщательно организованы, при этом авангард состоял из юристов, которые выбирали территорию, планировщиков, назначающих границы улиц и участков, и женщин, известной как «секретарь защиты», чья роль была несколько неясна, но которую представляли сразу и в роли обычного секретаря и в роли защитника перед полицией. После захвата земли (а таких захватов было на территории Лимы более сотни) полиции удается вступить в контратаку и проиграть. А если им и удавалось победить и очистить территорию, то это был лишь вопрос времени, и вот территория захватывается снова, и рано или поздно признается властями.

Затем за несколько лет устанавливается второй этап застройки там, где незаконные поселенцы основывают более постоянные жилища, построенные уже из цемента, а не соломы, и запускают свою собственную форму социальной и политической организации. Вскоре они учреждают ежегодные выборы своих собственных губернаторов в стране, где более шестидесяти лет не знали демократии. Неизбежны и недостатки административного плана: поселенцы сталкиваются с проблемой создания крупномасштабных сооружений, таких, как канализационные системы, и часто зависят от центра в рамках школьного образования. Но территория, где они имеют неоспоримое превосходство, пропитана духом общности и общественной инициативы. Бесконечно можно приводить примеры общественного строительства и общественных услуг, и, что, возможно, самое важное — самопомощи.

В барриаде отдельный человек может строить и сносить собственный дом в соответствии со своими нуждами, без вмешательства правительства. Например, если ему нужен второй этаж или новая комната, он может их создать без каких-либо ограничений; если ему нужен двор для выращивания кур и морских свинок, он может разрушить старое помещение. Таким

образом, удовлетворяются потребности в соответствии с личными приоритетами, а не с бюрократическим протоколом: укрытие стоит выше удобства; стены и крыша — важнее электричества и ванной комнаты. Сейчас барриады очень правдоподобно доказывают, что самое лучшее и самое подходящее экономичное жилье на самом деле является самым дешевым. Теперь перуанское правительство даже изменило свою точку зрения и начинает поддерживать это строительство, рассматривая предложения таких архитекторов, как Алдо Ван Эйк, Кристофер Александер и Джеймс Стирлинг, по сооружению «Молодых Городов», получивших такое название официально.

Причина недавней популярности барриад в архитектурных кругах состоит в том, что они выявляют в неромантическом виде те возможности, которые способствуют определению собственного образа и стиля жизни. Множество примеров такой частной инициативы можно найти на Западе, начиная с групп «самостроя» в Англии и заканчивая коммуной хиппи Drog-City в Америке, но ни один из этих примеров не доходит до крайности так, как барриады, поскольку их городские власти намного лучше умеют бороться с незаконными вторжениями и держать бедноту на своем месте. Как сказал один из активистов, единственный способ выбраться из западного гетто — выжить себе путь. Нет ни единого шанса занять новую землю, и бедные могут только взять квартиру в аренду у управляющих государственным жильем или у хозяина трущоб».

В 50-х годах был создан итальянский фильм в так называемом стиле неореализма, который назывался «Крыша». Во многом этот фильм также представлял собой барриады, так как единственным способом получения собственного дома у бедных считалось незаконное строительство на государственной земле. Закон в лице местной полиции должен был следить за тем, чтобы это жилье уничтожалось с оговоркой, что конструкция с крышей должна считаться настоящим домом, который, следовательно, защищен от разрушения. Я не знаю, насколько реалистичной была эта картина (а она кажется вполне реалистичной), как бы то ни было, она затронула правильную ноту, поскольку именно крыша всегда была главной составляющей дома. Крыша над головой — это выражение во многих языках говорит о том, что крыша целиком символизирует укрытие. Вполне естественно в этом символическом

смысле считать крышу без стен настоящим домом, ведь так много укрытий в форме куполов идеально подходят под это описание.

Развалины Хирохитии на Кипре доказывают, что сооружение, напоминающее правильный купол, было придумано как минимум тысячу лет назад: последовательные ряды каменной кладки нависали над нижними рядами и, в конце концов, встретились на самом верху. Стены должны были быть максимальной толщины, чтобы предотвратить конструкцию от разрушения. Задолго до этого местные племена римлян в Южной Италии научились строить небольшие каменные купола из кирпича или тесаного камня. Несколько тысяч лет назад жителям Северной Африки в связи с нехваткой леса пришлось овладеть сначала строительством цилиндрического свода, а позднее и купола из кирпичей, сделанных вручную, без деревянного центрирования. Алеуты открыли, что почти совершенный купольный дом — иглу — можно построить из вырезанных из снега блоков. Им даже удалось пристроить небольшой цилиндрический свод в качестве входа, через который можно было забираться в дом. В начале XX века можно было еще найти и сфотографировать на острове Самоа впечатляющий дом вождя с большим куполом, обрамленным плетеным бамбуком и сахарным тростником, или купола племени зулусов.

В 1922 году доктор Вальтер Бауерсфельд в Йене изобрел секционированную полусферу. Ее структурный каркас из легких стальных прутьев был покрыт очень тонким слоем бетона, что превратило ее в первый геодезический купол, легкий и прочный, как яичная скорлупа. Позднее Бакминстер Фуллер запатентовал геодезический купол и пропагандировал его так долго, что молодые радикалы 60-х смогли перенять его достижение при строительстве города Drog-City и сооружений из фанеры и картона. Конец этой истории оказался похожим на самое начало строительства укрытия в Хирохитии.

Долгое время только некоторые писатели-фантасты, такие, как Рэй Бредбери, говорили об уязвимости дома, о его растущей зависимости от гигантских безымянных технических сетей. В течение нескольких столетий лишь немногие старались построить дом своими руками, передать свою силу и энергию стенам, полу, потолку, дверям и окнам. И сейчас не так уж многим удается переделать укрытие в настоящий дом. Только взгляните на километры «обувных коробок», гниющих в Калифорнии после того, как их

жители переехали в другое место, чтобы начать жизнь заново, обнаружив (после 20-летней выплаты банку), что хрупкая конструкция больше не выдержит. Затем выясняется, как быстро дом может деградировать в укрытие для бездомных и животных, а затем только лишь для животных.

Временным укрытием может быть все что угодно. Однако зачастую прочный дом не оправдывает надежд своих жильцов, теряя свою защитную способность, как это произошло в Сент-Луисе в США, когда целый общественный жилой квартал под названием Пруит Иго, ранее награжденный и прославленный, был снесен при помощи динамита, поскольку превратился в самые ужасные трущобы. Нужно вспомнить еще пример с тысячами горожан, которые неожиданно превратились в бездомных в бывшей Югославии и в Чечне, или с миллионом жителей Бурунди, которым пришлось покинуть свои деревенские хижины, чтобы понять, что история с укрытием, как это ни печально, никогда не закончится.

Вячеслав Глазычев

РИТУАЛ И РАЗУМ В КУХНЕ (философия стоицизма в дизайне кухни)

Царский обед, сервированный павлином. Ксилография из издания Вергилия 1517 года. Стол в архаичных культурах – символ и знак царской власти. Отсюда слово «столица»

На кухне должен быть порядок.

Вряд ли кто-то станет сомневаться в непреходящей правде данного тезиса. Порядок, смысл изначально присущи кухне, пище и связанным с ними ритуалам. Само слово «обед», по свидетельству лингвистов, обладает древнейшей родословной – от индоевропейского корня «вед». ¹ Неверно производить «обед» от «еды» – тогда был бы «обездом», «объятием», «объявлением» и так далее).

О.М. Фрейденберг, специально исследовавшая роль и семантику еды в архаичных культурах, свидетельствует: «В первобытном обществе еда совершается сообща, и главарь разделяет пойманного зверя на части, которые раздает среди присутствующих. Таковы спартанские сисситии и афинские обеды в притане: каждый получал свою долю в общественном столе, даровом, связанном с общественной должностью».² В православной традиции все участники обряда евхаристии причащаются «Святых Христовых Тайн». Тем самым все они как бы становятся «со-ведующими» эти тайны. Таким образом, первоначально главное в ритуале об-веда

не еда, а при-об-щение сакральному знанию. Еда же и питье – лишь способ, так сказать, «техника» этого причащения. Семантика круга, единства, всеохватности ритуального действия и передается приставкой об-.

Древний протославянский ob-v?dъ был ритуалом, привязанным к полудню – моменту наивысшего положения солнца на небе, когда оно находится в южной стороне. Об общественной значимости обрядов жертвоприношения и участия в них для членов архаичных социумов можно судить, в частности, по римским свидетельствам о религиозной практике кельтов. «Ритуал жертвоприношения обеспечивал непрерывность времени, поддерживал его естественный ход. Поэтому «отлучение от жертвоприношений», о котором писал Цезарь, воспринималось древними кельтами как тяжелейшее наказание: выброшенный из общества, такой человек терял возможность регулярно общаться к божественной сути и тем самым выпадал из круга времени».³

Такое же, если еще не большее значение риту-



ального единения имеет совместное питье, особенно если пить что-нибудь горячительное.

«Обычай пить спиртные напитки вкруговую, известен у многих народов, повидимому, имеет архаические корни. Необходимость равного причащения к спиртному напитку объясняется так же, как потребность делиться пищей и угощать гостей, – пред-

ставление, что пища и питье исходят от родовых богов и принадлежат всему роду в целом. В более развитых культурах питье вкруговую значительно усложняется и приобретает ритуализованный характер. На Руси существовавшие серебряные сосуды специально предназначались для питья вкруговую, в XII в. их называли «чарами», в XV—XVII вв. — «братинами»».⁴

Глагол «пить» в своих древнейших корнях переключается с существительным «пир» – торжественное, ритуальное принятие пищи, обычно на пире велись оживленные беседы и нередко решались важные вопросы. Не зря же один из важнейших диалогов Платона так и называется – «Пир».

«Пир, празднество, на значение которого указывают Мосс и другие этнологи, играл, как видим, огромную роль и в жизни средневековых скандинавов. Пиршественная горница была центром дома знатного человека. Пир и тинг – важнейшие узлы социальной жизни германской знати, из которых первый едва ли не был главным. Особое значение пир в жизни скандинавов подчеркивается и в постановлении «Законов Фростатинга», гласящем: «В трех местах – в

1. Кретов А.А. Обед и беседа: славянские этимологии // Вестник ВГУ. Воронеж. 2002. № 3. С. 24–45. (Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация»).
2. Фрейденберг О.М. Поэтика сюжета и жанра / подготовка текста, справочно-научный аппарат, предварение, послесловие Н.В. Брагинской. М.: Лабиринт, 1997. С. 59.
3. Михайлова Т. Друиды и религия древних кельтов // Энциклопедия для детей. Т. 6. Ч. 1. Религии мира. 3-е изд., перераб. и доп. / гл. ред. М.Д. Аксёнова. М.: Аванта+, 1997. С.161.
4. Байбурин А.К., Топорков А.Л. У истоков этикета: этнографические очерки. Л., 1990. С. 149.



Обычай «круглого стола» насчитывает много веков. Англо-саксонская ранне-средневековая гравюра по дереву изображает ритуальный обед, где за общим столом сидят монахи, простолюдины, аристократы и шуты



военной элиты (яничаров) времен Османской империи. Командир главной дивизии назывался «готовящий суп», другие офицеры в зависимости от ранга – «шеф-повара», «поварята», «пекари», «пекущие блины», хотя функции, которые они выполняли, не имели ничего общего с этими названиями. Особое значение имел огромный котел, в котором готовили плов для яничаров. Когда яничары были недовольны переменах в кабинете султана или требовали голову великого визиря, они переворачивали котел на кухне. Выражение «перевернуть котел» существует и по сей день и означает мятеж в войске. Таким образом, кухня становилась еще и политическим центром»⁶.

При этом кухня Топкапи, при всем своем великолепии, занимает отдельное здание на задах дворцового комплекса, и здание это вовсе

не блещет архитектурными достоинствами.

Знаменитый архитектор и реставратор, знаток и пропагандист передовых методов домостроения с металлическим каркасом Виолле-ле-Дюк написал свои «Беседы об архитектуре» во второй половине XIX века. На русский язык книга была переведена в 1938 году, а актуальность ее не утеряна и сейчас. В главе, посвященной жилью, Виолле-ле-Дюк приводит примерный план «идеального» дома в городе: «Представим себе (рис. 54) участок, длиной в 25 м и шириной в 8 м, т. е. площадью в 200 м². Дом занимает площадь в 84 м² плюс пристройка для кухни, покрывающая площадь в 15,40 м².

Дом состоит из подвального этажа, первого, второго и третьего и чердачного этажей. Первый этаж этого дома состоит из вестибюля А, передней В с лестницей,

Иллюстрация к исландским сагам, X в. н.э. Верховные боги скандинавского пантеона во главе с Одним варят ритуальный обед

5. Гуревич А.А. Проблемы генезиса феодализма в Западной Европе. М.: Наука, 1970. С. 77 - 78

6. Бухтиярова О. Турецкая кухня. www.devichnik.ru/9909/turcija.htm

Итальянская дворцовая кухня эпохи Возрождения. Высокие потолки и высоко расположенные окна призваны обеспечить интенсивную вентиляцию

церкви, на тинге и на пиру – все люди одинаково должны пользоваться неприкосновенностью». Пир оказывается здесь в одном ряду с двумя другими важнейшими центрами социального общения, причем с такими, как церковь – место общения с Богом и тинг – орган поддержания правопорядка и осуществления правосудия.

Пир, празднество, обмен дарами в варварском обществе – неотъемлемая часть системы общественной коммуникации. Все эти акты носили подчеркнуто, демонстративно формальный характер, регламентируя поведение человека в обществе. При посредстве этих актов утверждалось и в наглядной форме реализовалось социальнопсихологическое единство общественных коллективов»⁵.

Однако трепетное отношение к еде далеко не всегда распространяется на кухню. Как ни странно, во многих культурах дизайнерские решения этой важнейшей зоны жилья диктуются парадоксальной стыдливостью, стремлением спрятать процесс приготовления еды с глаз подальше. Так, в Италии на протяжении нескольких веков держался обычай выносить процесс готовки во внутренний дворик, в атриум или прямо под

открытое небо. Дым, чад и запахи готовящейся еды считались вульгарными и отвратительными.

Великолепный дворец Топкапи, обитель верховной власти Османской империи. «В Турции еда и все, что с ней связано, всегда возводилось в культ, а огромные кухни дворца Топкапи в Стамбуле, расположенные в нескольких зданиях под десятью сводами, – наглядное тому подтверждение. К семнадцатому веку во дворце проживало до тринадцати тысяч человек кухонного персонала: среди них сотни поваров, специализирующихся в приготовлении какой-то одной категории блюд, таких, как супы, пилавы, кебабы, хлеб, пирожные, леденцы, халва и многих других. Кормили они ни больше, ни меньше как десять тысяч человек в день, да еще отправляли корзины с едой знатным горожанам, а которым благоволили члены королевской семьи. Следуя примеру дворца, все зажиточные семьи эпохи правления Османской империи гордились своими тщательно продуманными кухнями и соревновались в проведении банкетов друг для друга и для публики вообще.

Еще одним ярким примером серьезного отношения к еде является структура



Кухня дворца Топкапи, Стамбул. Вид не очень-то парадный

ведущей в верхние этажи, и коридора, через который можно проникнуть в маленький сад J и попасть в кухню C из гостиной S и столовой M с буфетной O. Между улицей и домом находится приямок F со служебной лестницей для доставки провизии, вывоза нечистот и т. д. Во втором этаже (рис. 55) – рабочий кабинет T с библиотекой в большая спальня G с уборной g. В третьем этаже имеются две большие спальни с уборными. В мансардном этаже могут быть расположены две комнаты хозяев, две маленькие комнаты для слуг и бельевая. В подвальном этаже погреба для провизии, calorifer и ванная выходят окнами в приямок. Само собой разумеется, что

ход в подвальный этаж находится под лестницей».⁷

На плане видно, что кухня фактически вынесена в отдельный пристрой с черным ходом в садик – вполне в античных традициях. Заметим кстати, что план тщательно продуман с точки зрения соблюдения «красных линий» и запретов на выступающие элементы (выносы и навесы), которые в Париже строго соблюдались уже полтора столетия назад.

Палладианство во всех его многочисленных проявлениях – от виллы Ротонда до усадьбы Томаса Джефферсона и Николая Львова и далее, до районных домов культуры советских времен – пренебрежительно и даже как-то брезгливо относится к кухне, игнорирует ее, насколько возможно. Однако столовые строятся совершенно иначе – в парадном, театрально-помпезном духе. Иногда возникает впечатление, что кухня и столовая предназначены для людей разной породы – «кухонные» люди заметно мельче, скучнее в движениях, подслеповатее. Люди, пирующие в столовой, – огромные, размашистые, ценящие роскошь.

Каков смысл противопоставления столовой и кухни? Ведь многие культуры обходились без него – и ничего, неплохо получалось. Вот, скажем, традиционная (но вполне живая и сегодня) культура Индии. Приготовление еды в индийской семье – дело коллективное, причем «на стол» подаются как бы полуфабрикаты еды. Семейная трапеза обычно происходит на полу, сидя в кругу. Пищу подают старшие женщины в семье, и никто кроме них не прикасается к еде, пока не наступает время трапезы. Сначала всю пищу торжественно выкладывают на большое стальное блюдо – тали. Последовательность всегда сохраняется неизменной: немного соли, ломтик лимона, затем овощи, бобы и карри в маленьких чашках, рис и, наконец, ги. Так на блюде оказывается полный набор вкусов: солёный, кислый, горький, вяжущий, острый и сладкий. Связывающим вкусом, придающим еде неповторимый «индийский» колорит, служит ги (гхи) – перекаленное коро-



вое масло. Каждый участник трапезы сам komponует «элементарные вкусы», зачерпывая еду хлебом или прямо рукой.

Последователи Кришны и вовсе считают приготовление пищи богослужением – любая еда (вегетарианская!) служит подношением Богу и выражением любви к нему. Поэтому готовить следует с восторгом и благоговением, а пробовать ничего нельзя. Пока пища не приготовлена и не предложена Кришне, полагаться следует только на обоняние.

Те же принципы и в традиционной японской культуре еды. Приготовление пищи – это эстетичный, театрализованный процесс. Настоящий мастер кухни выглядит кем-то средним между художни-

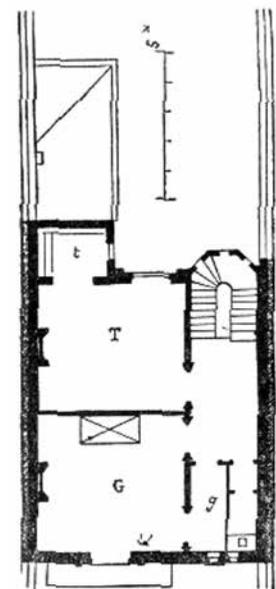
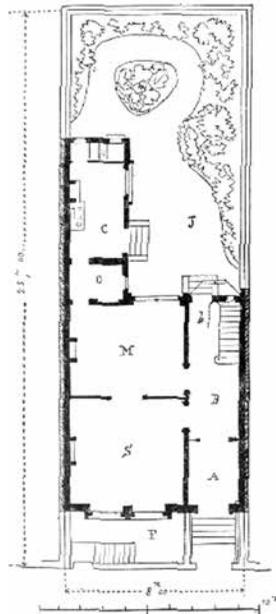
ком-декоратором и артистом.

В традиционной корейской кухне еда, в приготовлении которой сам не участвовал, – это и не еда вроде бы. Наиболее обязательный элемент корейского обеда – квашеная капуста или редька «ким-чи». Ким-чи готовят в каждой семье по-своему и хранят в специальных устройствах наподобие холодильников. Такие «ким-чильники» продаются в магазине бытовой электроники и входят в непререкаемый набор кухонного оборудования.

Электронное устройство для приготовления еды, которая известна в Корее с седьмого века нашей эры, – интересный пример того, как современная дизайнерская мысль пытается преодолеть



7. Виолле-ле-Дюк. Беседы об архитектуре. Сокращенный перевод с французского А.А. Сапожниковой под редакцией А.Г. Габричевского. Т. 2. М.: Издательство Всесоюзной Академии архитектуры, 1938. С. 211.



Аппараты для сквашивания ким-чи в корейском магазине. Фотография А. Лебедева

разрыв и даже противостояние кухни и столовой. А разрыв этот имеет глубокие культурологические корни – в его основе лежит антагонизм Порядка и Хаоса.

Употребление пищи и напитков (особенно спиртных) легко и охотно поддается ритуализации, упорядочиванию. Довольно просто выстроить процедуру обеда по правилам, «как положено». Порядок в столовой устанавливается без особых усилий и зачастую принимает подробный, детализированный характер сложного театрализованного действия.

Приготовление пищи ритуализуется с трудом. Каждый, кто пытался готовить по книжным рецептам, знает: если сделаешь все «как прописано» – получится невкусно. Действительно аппетитное кушанье получится, только если от правил отступить, симпровизировать, сфантазировать. Элемент хаоса (порой немалый) необходим в кухне, как соль и специи. Без него все будет пресно и скучно.

Западная культура борется с хаосом вот уже четыре тысячи лет. Эта борьба то усиливается в эпохи, когда рациональное начало выглядит особенно привлекательным (Рим времен империи, Ренессанс, Просвещение, первая половина XX века). Иногда Разум как бы выдыхается, и Хаос чувствует себя привольнее (архаическая Греция, времена

норманнских завоеваний, вторая половина XX века). Соответственно, кухня то изгоняется из интерьера, то снова входит в него как равноправная функциональная зона.

Восток, испокон веков умеющий балансировать между порядком и беспорядком, традиционно воспринимает кухню как неотъемлемую часть жилища.

Попытки примирить разум и кухню приводит к изобретениям кухонных машин и эргономики. Машинерия уподобляет кухню кабине реактивного самолета (если не космического корабля), а эргономика рассматривает самого человека в качестве машины, которая должна работать с максимальной эффективностью и безошибочностью.

Современный дизайн ориентируется на индивидуальность, на личностные особенности и даже капризы заказчика. Каждый имеет право соблюдать ту меру разумного, какая ему комфортна, – особенно в собственной кухне. Хочется четкости и правильности – и к услугам дизайнера опыт поздней античности, классицизма, конструктивизма. Тяготеет душа к спонтанности, к импровизации – вот вам модерн, деконструктивизм и все безмерное наследие восточных культур.

Особенно же интересно получается, когда большой мастер закладывает в инте-



Не следует думать, что кухонная машинерия изобретена в наши времена. Иллюстрация из трактата XVI в. показывает, что попытки привести достижения высокого разума в кухню происходили и ранее

рьер кухни возможность преобразования, трансформации образа между правильностью и произвольностью. В 2006 году «Гран-леди деконструктивизма» Заха Хадид по заказу компании Дюпон (DuPont) спроекти-

ровала кухню «Остров Зет» (Z-island). Это футуристическое нечто на основе новейшего синтетического материала «кориан» насыщено сенсорными управляющими элементами, так что можно сделать звонок по мобильному телефону, посмотреть телевизор и даже выйти в Интернет, не переставая готовить еду. При этом многочисленные кухонные гаджеты выглядят так, как будто они – грибы и вырастают из пола, стен и столов сами по себе.

Порядок на кухне, несомненно, нужен. Вот только какой это будет порядок? Жесткий, геометрический, точно рассчитанный по формулам эргономики и сакральной геометрии? Возможно. Или это будет порядок условный, понятный только хозяину (хозяйке), а на посторонний взгляд прикидывающийся беспорядком? Тяготеющий к рациональному питанию «по системе» – или провоцирующий нарушить все запреты ради вкусенького? Выбор за нами.

Инопланетные грибы вместо кранов, причудливые изгибы и мерцающие огни, сенсорное управление и кухонная плита с выходом в Интернет, – возможно, так выглядит интерьер кухни, где хаос и порядок нашли свое равновесие?



Константин Лидин,

Агломеряне

1. Тишанин А. Городская агломерация в системе регионального развития // Вестник Фонда регионального развития Иркутской области, №1, 2007. С.7 - 11
2. Мкртчян М.В. Создание Иркутской агломерации: демографический и миграционный фон // доклад в рамках выполнения 1-го этапа работ по теме: «Концепция Иркутской агломерации: полюса роста национального уровня (народонаселенческий аспект)»
3. Протопопова Н.В. Условия демографического развития Иркутской области // Материалы круглого стола «Агломерация и демографический фон Иркутского региона». Институт географии СО РАН, Фонд регионального развития Иркутской области. 11.09.2007.
4. Мкртчян М.В. Создание Иркутской агломерации : демографический и миграционный фон // доклад в рамках выполнения 1-го этапа работ по теме: «Концепция Иркутской агломерации: полюса роста национального уровня (народонаселенческий аспект)».
5. Лидин К.Л., Якобсон А.Я. Мегалополис Черембайк // Проект Байкал/Project Baikal/ - 2006, №9. С. 3-9.

Иркутская агломерация – популярное понятие в современной региональной политике. Областными органами поставлена задача эту агломерацию сформировать.

Следует чётко оговорить: агломерация вокруг Иркутска уже существует. Прежде всего в неё, несомненно, входит город Шелехов, связанный с Иркутском теснейшими трудовыми связями. Не столь интенсивны связи с Ангарском – городом более крупным, чем Шелехов, и более удалённым. Более сложен вопрос об ещё одном городе – Усолье-Сибирском, а также о сельской и рекреационной периферии. Точно определить границы агломерации мешают, с одной стороны, недостаточность информации о реальных связях, а с другой – теоретическая непроработанность проблемы.

Однако поставлена задача более смелая – сформировать некое новое образование, тоже называемое агломерацией. То есть не удовлетворяться существующей ситуацией и в особенности – существующими тенденциями, а так направить процессы, чтобы агломерация состоялась в своём оптимальном варианте. Больше всего внимания уделяется при этом транспортной инфраструктуре – сети автомобильных дорог, скоростному трамваю и т.д. Однако некоторые данные наводят на мысль, что имеется еще

один аспект агломерации, не менее важный, чем дороги. Такой аспект называется «агломерационным самосознанием». В первую очередь агломерационное самосознание относится к сфере самоидентификации – агломерации успешно развиваются тогда, когда их жители чувствуют себя некоей общностью, «своими». То есть, когда уровень доверия между жителями агломерации (агломерянами?) выше, чем по отношению к «остальным». К сожалению, как и большинство других аспектов, связанных с человеческим фактором, этот параметр зачастую игнорируется экономистами и политиками.

Как неоднократно отмечалось в программных заявлениях регионального правительства, проект создания агломерации на юге Иркутской области стратегически направлен на повышение качества жизни населения и стимулирование экономического развития региона.¹ Этот, несомненно, гуманный и прогрессивный стратегический приоритет выдвигается на фоне крайне неблагоприятной демографической ситуации. Статистические данные по Иркутскому региону показывают, что количество и качество народонаселения демонстрируют ярко выраженные негативные тенденции.

На гистограмме 1 показана динамика важнейшего

параметра демографического состояния общества – продолжительности жизни.

Как можно видеть из данных рисунка, даже на фоне очень невысоких общероссийских показателей Иркутская область выглядит отстающей. Продолжительность жизни как мужчин, так и женщин заметно ниже средних по России (на 5,47 и 3,71 года соответственно). В области больше разброс между продолжительностью жизни мужчин и женщин (на 1,76 года). Кроме того, после небольшого подъема в 2000 году в последующие пять лет снова наблюдается снижение продолжительности жизни (в отличие от общероссийской тенденции к устойчивому росту этого показателя).

Рождаемость в Иркутской области несколько выше, чем в среднем по России. Однако этот позитивный факт не может перекрыть негативного эффекта высокой смертности. Баланс рождений и смертей остается отрицательным. На рисунке 2 показаны графики изменения обоих показателей в Иркутской области по сравнению с общероссийским уровнем.

Как можно видеть на рисунке, смертность продолжает превышать рождаемость и, хотя этот разрыв несколько сократился в последние три года, он все еще остается значительным.

Низкая и продолжающая падать продолжительность жизни весьма неблагоприятным образом сказывается на половозрастном составе населения. В целом можно утверждать, что количество детей сегодня гораздо меньше, чем количество молодых людей. Это значит, что через 10–20 лет в области следует ожидать значительного уменьшения числа молодежи. А при сохранении имеющихся тенденций еще через 10 лет область ждет катастрофическое падение общего количества жителей трудоспособного возраста.

На рисунке 3 показаны графики прогнозируемого изменения численности трудоспособного населения области и агломерации на ближайший период. Крайне неблагоприят-

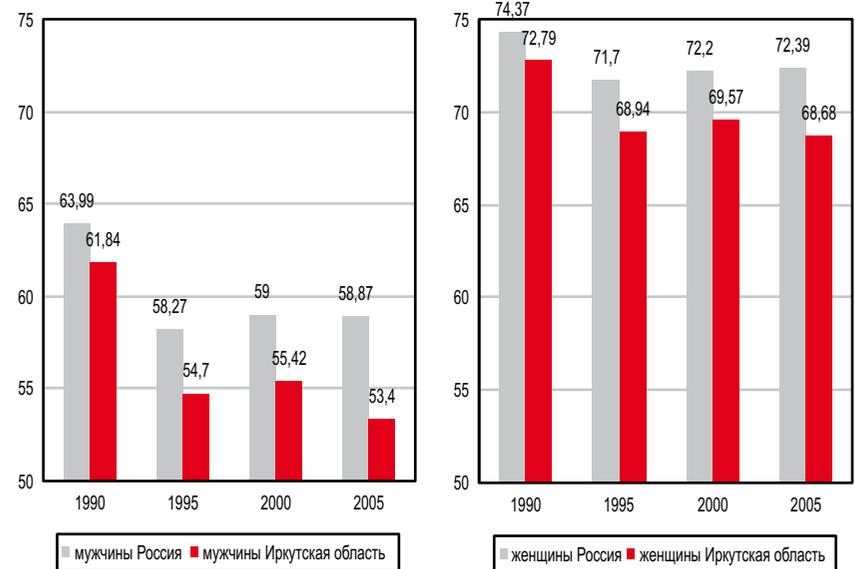
ный демографический фон является, на наш взгляд, одной из основных угроз процессам создания агломерации. Как было показано в нашей предыдущей работе на данную тему, успешные сценарии развития городских агломераций включают в качестве обязательного элемента высокую плотность заселения – причем не только городов-центров, но и промежуточных пространств, межселитебных территорий.⁵ Очевидно, что при снижении общего числа жителей области на 20–25%, говорить о создании полноценной агломерации не приходится.

Что же является причиной и ключевым фактором сверхвысокой смертности, недостаточной рождаемости и прочих неблагоприятных факторов, создающих демографическую угрозу агломерации?

На первом месте в списке демографических угроз стоит высочайший уровень смертности, особенно среди трудоспособной части мужского населения области. По данным Иркутского статистического управления, в трудоспособном возрасте умирает 43,1% от всех умерших, в т.ч. 57,1% из всех умерших мужчин и 23,7% из всех умерших женщин. На первом месте стоят так называемые экзогенные (внешние) причины смертей и причины, обусловленные нездоровым образом жизни и провоцирующим поведением самого человека. В 2005 г. в области умерло от: автомобильных травм 869 (2,0%) человек, случайных отравлений алкоголем – 989 (2,3%) человек, от насильственных причин – 1845 (4,3%) человек, болезней органов дыхания – 2295 (5,3%) человек, инфекционных болезней – 1308 человек (3,0%), болезней органов пищеварения – 2298 (5,3%) человек. При этом показатели смертности от неестественных причин (класс внешних причин смерти) среди мужчин в 4–7 раз выше аналогичных показателей среди женщин.

По мнению доктора медицинских наук Я. А. Лещенко, зав. лабораторией системных исследований общественного здоровья НИИ медицины

Рисунок 1. Средняя продолжительность жизни мужчин и женщин Иркутской области сравнительно со среднероссийскими показателями²



труда и экологии человека, основной причиной «смертоносного поведения» молодых мужчин являются психосоциальные факторы – эмоциональные состояния, овладевающие значительными массами населения: «Важнейшими индикаторами психосоциального неблагополучия и снижения уровня духовного здоровья общества являются показатели смертности от насильственных причин (убийств) и суицидов. Первые отражают озлобленность, агрессивность; вторые – безысходность и утрату смысла жизни.

За 15-летний период наблюдения (1990–2004 гг.) наиболее низкие показатели частоты завершённых суицидов (самоубийств с летальным исходом) в Иркутской области отмечались в 1990–1991 гг.: 36,7–37,3 случаев на 100 тыс. человек населения. Эти показатели превышали российский уровень частоты суицидов (26,5 0/0000) в 1,4 раза, а так называемый критический уровень частоты суицидов, установленный ВОЗ (20 0/0000), – в 1,8–1,9 раза».⁶

Добавим к этому тот факт, что большинство заболеваний органов дыхания и пищеварения провоцируются так называемыми психосоматическими причинами – стрессами, неблагоприятным эмоциональным фоном, бессознательным стремлением к смерти.⁷

Итак, по мнению экспертов-врачей, высокий уровень смертности (сверхсмертность) прежде всего связан с негативными эмоциональными состояниями агрессивности и безысходности. Именно эти аффекты вызывают недостаток воли к жизни и стимулируют самоубийственные тенденции. Так развиваются поведенческие схемы, провоцирующие высокие уровни риска. Они, эти аффекты, составляют и основную угрозу процессам агломерации.

Современная психология эмоций рассматривает состояния безысходности и агрессивности (озлобленности) как аффекты, связанные с базовой эмоцией страха.⁸

Страх представляет собой одно из фундаментальных эмоциональных состояний, присущих не только человеку,



Рисунок 2. Динамика соотношения рождаемость – смертность в Иркутской области и в среднем по России³

но и любому живому организму. Поэтому реакции на переживание страха носят весьма глубокий характер, затрагивая самые разные системы как на телесном, так и на личностном уровне.

Какие же страхи связаны с проблемой формирования Иркутской агломерации?

В ноябре-декабре 2006 года АНО «КМ-группа» по заказу Фонда регионального развития Иркутской области провела опрос жителей Иркутска, Ангарска и Шелехова с целью выявления уровня удовлетворенности состоянием городской среды и отношением горожан к проекту агломерации. Среди возможных минусов и рисков агломерации жители Ангарска и Шелехова на первые места поставили возможность несправедливого перераспределения бюджета, недостаток внимания к их проблемам со стороны руководства «Большого

Иркутска».⁹

В принципе, основания для таких опасений имеются. Феномен, когда столица помнит только о себе, слишком хорошо известен во всём мире. Имеется в виду, что столичные журналисты, столичные учёные, столичные политики в своей деятельности ориентируются только на столицу, при этом забывшая, нередко совершенно искренне, что у периферии могут быть другие проблемы и интересы. Именно этим обусловлено явление, когда в истинно федеративных государствах, желая противостоять данной тенденции, столицами государств и субъектов федерации делают не самые большие города.

Однако в нашем случае дело обстоит несколько по-иному.

Проведенный анализ абсолютных и относительных показателей социально-экономического развития

городов Иркутска, Ангарска и Шелехова позволяет сделать вывод, что три города находятся в узком диапазоне колебания рейтинговых и количественных оценок. В частности, по численности населения Иркутск и Ангарск занимают соответственно 1 и 2 места, Шелехов же находится на 10 месте по абсолютному значению данного показателя, при этом численность населения данного города характеризуется тенденцией усиленного роста.

Абсолютные и относительные показатели естественного прироста населения во всех трёх городах имеют отрицательные значения при одновременном сокращении численности умерших (в среднем на 10–12%) и увеличении численности родившихся (в среднем 1,7%).

Рейтинговые оценки показателей рождаемости и смертности по трём городам являются, если не

- Малкина-Пых И.Г. Психосоматика: справочник практического психолога. М.: Эксмо, 2005. 992 с.
- Ильин Е. Эмоции и чувства. СПб.: Питер, 2001. 752 с., Strongman K.T. The Psychology of Emotion: Theories of Emotion in Perspective, 4th ed. New York, John Wiley & Sons, 1996. 247 pp
- Лидин К.Л. Анализ данных опроса жителей городов агломерации // Вестник Фонда регионального развития Иркутской области. №1, 2007. С.26 - 29
- Социально-экономическое положение городов и районов области в 2006 году (в двух частях). Иркутск, Изд-во Иркутскстат, 2007.

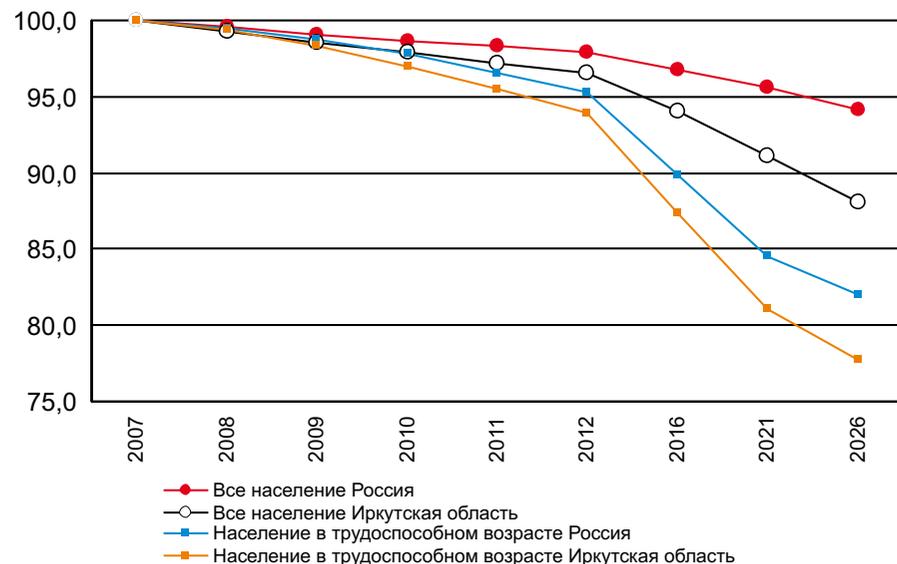


Рисунок 3. Прогноз динамики численности населения России и Иркутской области, в т.ч. населения в трудоспособном возрасте (2007 г. = 100%)⁴

11. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию : пер. с англ. М. : ООО «Издательство АСТ» : ЗАО НПП «Ермак», 2004.

критическими, то достаточно близкими к этому: по уровню рождаемости (число родившихся на 1000 человек населения города) Иркутск находится на 33-м месте, а Ангарск и Шелехов на 42-м и 36-м месте соответственно; по уровню смертности (численность умерших на 1000 человек населения города) Иркутск, Ангарск и Шелехов занимают 10-е, 12-е и 7-е места соответственно.

Таким образом, рейтинг городов по относительному показателю естественного прироста характеризуется следующими значениями: Иркутск – 15-е место, Шелехов – 14-е место, Ангарск – 29-е место по области. Можно сделать вывод, что только Ангарск по данному рейтингу выбивается из общей картины.

Рейтинг городов по уровню механического прироста характеризуются 17-м и 15-м местом для Иркутска и Ангарска соответственно и 2-м местом для Шелехова, что характеризует привлекательность последнего для приезжающих с позиций трудоустройства.

И наконец, один из основ-

ных показателей, который невозможно не упомянуть – среднемесячная заработная плата. Для Иркутска её размер составляет 13616 рублей (4-е место по области), для Ангарска – 13661 рубль (3-е место по области), а для Шелехова – 13256 рублей (5-е место по области).¹⁰

Итог подсчета рейтингов указывает на то, что в целом качество жизни в трех городах агломерации мало различается друг от друга. Нет решительного преимущества в том, чтобы жить в Иркутске, а не в Ангарске – или наоборот. Следовательно, нет и оснований для опасения, что агломерация приведет к интенсивному оттоку населения в областной центр и обезлюживанию остальных населенных пунктов. Скорее можно ожидать роста маятниковой миграции, при которой множество людей будет работать в одном городе, а жить и тратить заработанное – в другом. Отметим, что в современном обществе богатеет не тот район (город), в котором люди зарабатывают свои деньги, а тот, где эти деньги тратятся. Экономические выгоды полу-

чит тот населенный пункт, который обеспечит жителям наибольший комфорт и удобство (а не тот, в котором будет наибольшее число рабочих мест).

Приведенные примеры показывают, что большинство страхов жителей Иркутской агломерации носит субъективный характер. Однако это вовсе не значит, что они «иллюзорны» и неважны для экономико-политического развития агломерации. Тревожность и связанные с ней эмоциональные состояния – недоверие, подозрительность, опасение и т.д. – противоположны состояниям доверия, а дефицит доверия в сильнейшей степени препятствует налаживанию деловых контактов (особенно международных) и снижает инвестиционную активность.¹¹ Нет оснований надеяться, что можно сначала привлечь в агломерацию инвестиционные потоки федерального и международного масштаба (без чего агломерация не может развиваться), а уж потом, когда-нибудь, переходить к прозрачной, доверительной

и открытой стилистике отношений с населением этой самой агломерации.

Социальные страхи возникают и растут на почве недостаточной информированности. Слишком мало возможностей для открытого обсуждения, слишком мало объективной информации и надежных, вызывающих доверие ее источников, слишком много пугающих иллюзий и домыслов.

Главный источник страха – неопределенность, неизвестность. Путь преодоления высокого уровня тревожности со всеми его порождениями – рост информационной прозрачности, рост информированности населения. Нужны площадки для обмена точками зрения, для свободных дискуссий на жизненно важные темы. Мы, жители агломерации, должны знать обо всем, что происходит в наших городах, о тенденциях и планах властей, об экономических и демографических проблемах и перспективах. Тогда на смену страхам и тревожности придут уверенность и увлеченность общим делом.

Константин Лидин,

Урбанизация, глобализация и городская политика

Настоящая статья представляет собой обобщение и предметный анализ накопленного натурного эмпирического материала, концептуальных подходов, «включенное наблюдение» автора в ходе научной и практически-организационной и информационной деятельности по интеграции специалистов в области городских проблем и внедрению осознания стратегической необходимости политики городов как национального приоритета. Она ставит своей целью выявить логику происходящего в сфере городских процессов и урбанизации в целом. Именно выявление этой логики, отражающей закономерности и механизмы функционирования городских сообществ, в те общесоциальные условия, в которых они функционируют, является необходимым условием разработки концепции

городской политики страны и городских сообществ.

Перекрывая границы регионов мира и государств, давно уже став глобальным, процесс урбанизации представляет собой объективный, естественный инструмент стран для включения в общецивилизационные мировые процессы. Эти процессы обладают внутренним единством, связанным с функционированием человеческих сообществ и подчиняются единым закономерностям. В процессах глобализации усиливается влияние процесса урбанизации, его универсальных закономерностей и механизмов, главное развитие которых происходит в соответствии с их интегративной природой. Поэтому, взаимодействие городов, самих городских сообществ и их частей, их структурных единиц в масштабе стран, регионов, агломераций становится

важнейшим, но еще далеко не осознанным фактором современной мировой политики.

Процессы глобализации необходимо требуют повышения роли городов, самих городских сообществ в социально-политическом развитии стран и государств. Городская политика становится важнейшей частью мирового политического процесса, наравне с политикой социальной, экономической, культурной, демографической и другими национальными политиками. Научной базой городской политики являются урбано-логические исследования, которые изучают взаимодействие социальных процессов и той городской пространственной среды, в которой они происходят. Учет закономерностей функционирования городских сообществ является необходимым условием эффективности управления развитием городов.

Становится все более очевидным, что для понимания происходящих в городских процессах изменений и тех проблем, которые возникают в ходе реформ, необходимо ввести понятие «инфракультура», которое включает комплекс цивилизационных характеристик. Логика подсказывает, что состояние «инфраструктуры», понятия традиционно употребляемого, тесно связано с общей развитостью именно инфракультурными политиками. Научной базой городской политики являются урбано-логические исследования, которые изучают взаимодействие социальных процессов и той городской пространственной среды, в которой они происходят. Учет закономерностей функционирования городских сообществ является необходимым условием эффективности управления развитием городов.

Опыт пятнадцатилетия, прошедшего со времени выхода моей статьи «Демократия без городов» в журнале «Столица» (№

21, 1991 г.), доказывает, что важнейшим в распаде СССР был не просто разрыв народнохозяйственных связей между союзными республиками, а именно разрыв взаимодействия между крупнейшими городскими и, прежде всего, столичными центрами. Накапливалось и все активнее проявляло себя цивилизационное общекультурное отчуждение различных частей страны.

Процессы глобализации требуют для полноценного развития городских сообществ повышения роли городской среды, являющейся базой формирования горожан как граждан городов.¹ Теперь нужно из «некоммунального поколения» формировать «городское поколение» жителей, ответственных за судьбы тех городов и поселков, где они живут.

Следует подчеркнуть плодотворность подхода, согласно которому урбанизация рассматривается как процесс взаимодействия различных частей и структур социально-пространственного организма города. При этом естественно будет начать слежение за действием механизмов урбанизации на примере взаимодействия частей городской среды в условиях относительно стабильной общественно-политической обстановки дореформенного периода.

Было очевидно, что относительная стабильность общей ситуации в стране позволяет избежать «возмущающего» влияния переходящих по отношению к фундаментальным закономерностям урбанизации факторов. Закономерности процесса урбанизации, механизмы функционирования городов, их социально-пространственной среды, как свидетельствуют результаты исследований, объединяли все городские сообщества, входившие в состав СССР. Наличие в общем массиве городских процессов центральных, срединных и периферийных структур, тех образцов городской среды, которыми эти структуры представлены, справедливы для городских сообществ, находящихся в самых различных социальных, экономических, культурных и региональных условиях. Однако их роль и соотноше-

ния между ними неодинаковы. И результаты анализа и обобщение исследований, проведенных в конкретных городах, свидетельствуют об этом вполне убедительно.

Одновременно важно подчеркнуть, что сама логика, сами механизмы взаимодействия городских структур показывают, в каком направлении и по какому основанию развивается урбанизация, как меняется характер функционирования социально-пространственного организма города при переходе от одной стадии развития к другой. На примерах выбранных городов хорошо видно, что дореформенный период был временем продвижения объективных закономерностей урбанизации при всех сложностях протекания этого процесса. Развитие крупнейших городов СССР происходило вопреки официальной формуле «ограничение роста больших городов и развитие малых и средних». Поскольку были официально сняты табу с «социологии» и «урбанизации» как понятий в условиях практически непрекращающегося противостояния в научной среде и на уровне ведомств, в реальной действительности городских процессов механизмы урбанизации обнаруживали себя все активнее и непосредственнее.

Именно поэтому стало обнаруживаться отставание интенсивности развития центральных структур от территориального роста городов, тормозившее столь необходимое развитие срединных элементов, а следовательно, и интеграционных общегородских процессов. Более того, обнаружилось и наличие в городской среде руральных, общинно-патриархальных, а то и родовых рудиментов, образцов атавистической культуры, противостоящих современному цивилизационному движению. Практически повсеместно была зафиксирована слабость центральных ядер городов, ограниченность, рыхлость заполнения даже самых, казалось бы, «центральных» фрагментов городской среды, которые исторически считались таковыми.

Процесс согласования, координации функционирования различных элементов и структур городов требовал

согласования внутри городских сообществ, каждого городского сообщества и городских сообществ в масштабе регионов и страны в целом. Процесс урбанизации, его закономерности и механизмы, раскрытые и достаточно широко известные научной среде к началу восьмидесятых годов прошлого столетия, могли и должны были получить поддержку в условиях освобождения от официально административного режима.

Опыт социально-градостроительных исследований, проведенных нами в крупнейших городах СССР в дореформенный период, а также в период реформ, на который опирается настоящее исследование, наблюдения за тем, насколько оправдываются и уже оправдались сделанные из этих исследований выводы, убедительно свидетельствуют об автономности закономерностей урбанизации, внутреннего саморазвития городов, и непреложности действия механизмов функционирования социально-пространственного организма города. Поэтому вполне правомерно, например, видеть в процессах, происходящих сегодня в столицах бывших советских республик – Таллине, Тбилиси, Ереване – подтверждение результатов исследований, проведенных нами в этих городах в 70-80-е годы XX века².

Теперь можно наблюдать на конкретных примерах жизни городов, как изменилась реальная ситуация функционирования, в какую сторону она изменилась и как эта динамика осознается не только специалистами, но и самими горожанами. Важно отметить, что интересно, и само сопоставление деятельности властей в различные периоды «реформенной» ситуации.

Как показала практика московских властей, их решения по выбору распределения «центральных мест» в городе, размещения центральных объектов определяется не реальной картиной фокусов притяжения горожан, за которой стоят объективные тенденции и черты городской истории, а произвольное приспособление к меркантильным интересам.

Материалы же проведенного нами в 1997 году

исследования процесса взаимодействия участников градостроительного процесса, реакция самой администрации московских управ свидетельствовала вроде бы об их заинтересованности в участии населения в этих процессах. Но московская практика последних лет говорит как раз об обратном.

Весьма показательно, что появляется констатация неблагоприятия развития цивилизации в России именно в связи с тем положением, которое занимают в стране наши города. В этом плане характерен переход от рассмотрения неудач попыток создания «новых городов на новом месте» к более широким проблемам кризиса общества и судеб городской цивилизации в России. Именно переходом к более широкому проблематике и одновременно подготовленной всей логикой исследовательского процесса городов середины 70-90-х годов возникает необходимость сопоставления взглядов профессионального сообщества на роль городов в стратегии России. Это позволило подвести некоторые сравнительные итоги 70-90-х годов и более трезво оценить степень осознания ситуации с городами в России.

Общим очень важным итогом является наличие обоснованного предчувствия последствий пренебрежения теми выводами, которые вытекали из полученных на предыдущем этапе из практики развития городов и основывались на закономерностях функционирования города как такового. А пренебрежение реальностью всегда очень опасно. В этом плане хорошо видно, к каким последствиям в жизни общества приводит упорное пренебрежение в практической деятельности в городах объективными закономерностями процесса функционирования городов. А это, в свою очередь, связано с нежеланием считаться с объективными закономерностями процесса урбанизации, его природой.

Ситуация, сложившаяся с городами в России, рассмотренная сквозь призму универсальных закономерностей процесса урбанизации, подтверждает реальность

1. Коган Л. Б. Города без горожан (интервью) // Трибуна. 2006. 6 октября.
2. Коган Л. Б. Быть горожанами. М., 1990.

действия того, о чем говорили тридцать пять лет назад в научной литературе и что до сих пор у нас в стране не осознано даже специалистами в области городских проблем. Речь идет о том, что закономерности и механизмы урбанизации, да и сам этот процесс как таковой до сих пор официально не признаются как реально действующая сила в конкретных областях и сферах жизни общества. Поэтому, проблемы, трудности и противоречия, возникающие в городских процессах, в градостроительстве пытаются объяснять какими угодно причинами (политическими, экономическими, хозяйственными и т. д.), но только не игнорированием реально действующих закономерностей урбанизации, которые попросту оказываются заблокированными и не имеют естественного выхода на поверхность городской политики. Но это не означает, что эти закономерности перестали существовать и действовать.

Сегодня можно констатировать, что течение процесса урбанизации, исследуемое нами предметно начиная с 70-х годов в СССР, а потом в России, до активного воздействия сдвигов в социальных отношениях и экономической сфере начала 90-х годов XX века, проходило в атмосфере, которая все-таки давала возможность осознания реального действия городских процессов. Сло-жившиеся города получили возможность постепенно раскрывать свой социальный и политический потенциал, их функционирование характеризовалось постепенной кристаллизацией различных типов районов – центральных, периферийных, срединных – расширялась агломерационная подвижность. При этом весь процесс кристаллизации проходил под воздействием и контролем «центральных» структур, что отвечало общей ситуации в стране.

Именно «центральность» регулирования городских процессов, при всей политической ограниченности и административной жесткости существовавшей системы, была общим руслом. И то обстоятельство, что эта «центральность» в условиях авторитаризма носила

директивный характер, при общей рыхлости городских процессов, вызванной давлением периферийных структур в масштабах страны, и даже в крупнейших городах, было все-таки, как теперь выясняется, позитивным фактором. Это все отчетливее осознается в ходе сравнения прошлой и нынешней ситуации.

Справедливость оценок в отношении степени зрелости среды крупнейших столичных центров бывших советских республик, сделанных нами в 70-80-е годы, подтвердилась в дальнейшем при образовании независимых государств на стадии стремления к включению в западноевропейские структуры. При всей сложности происходящих процессов более продвинутые в направлении срединных структур городские сообщества, что показывали в свое время наши исследования, оказались более адаптивными к возникшим требованиям европейского окружения. И наоборот, сообществам, развитие которых было отягощено рудиментами руральных, а то и общинно-родовых отношений, предстоит длительное нарабатывание навыков современной городской цивилизации, дефицит которых тормозит, а то и блокирует адекватное восприятие даже представляемой западной финансовой помощи.

Сложности освоения общего русла городской культуры в условиях слома официальной политической системы тоталитарного типа, требовавшей следования определенным, пусть и «центральным», но «навязываемым идеологическим образцам», оживили, особенно на периферии, насыщенной руральной средой, которую не преобразовали «индустриальные деревни», дремлющую в неразвитой цивилизации агрессию этноса. Ведь надо отдавать себе отчет в том, что этнос, не подчиняющийся законам современной европейской городской цивилизации, представляет собой очень опасную вещь. В случае абсолютизации этнического начала начинает работать «почва», «цивитас» перестает быть приоритетным, главенствующим.

С 90-х годов XX века в России, с вступлением политических и экономических

сдвигов в «активную фазу», стало все заметнее общее, в масштабах страны, давление периферийной фазы механизма урбанизации. Деструктивные процессы в развитии вновь образованных поселений, так называемых «новых городов», оказались трудно преодолимыми не только для самих этих городских сообществ, но и негативно воздействовали на сложившиеся крупнейшие города. Дух «индустриальных деревень» стал воспроизводиться в исторически сложившейся городской среде, прошедшей уже большой исторический путь.

В целом, исторически обусловленное и поэтому понятное давление периферии, ставшее особенно заметным начиная с середины 70-х годов, после продолжавшейся десять лет «инерции прогресса», наступившей вслед за эпохой Н. С. Хрущева (середины 50-х – 60-е годы) привело к нарастанию утилитарно-провинциальных тенденций, вытеснению широкого цивилизационного подхода к анализу состояния и путей развития общества. Процесс урбанизации оказался довольно сложным полем для научной деятельности. Он слишком тесно был связан с повседневной жизнью в среде больших городов, со сложностью поведения в тесном переплетении различных функций многотысячных городских сообществ.

«Эффект бумеранга», который был рассмотрен в наших исследованиях еще в середине 70-х годов прошлого столетия и интерпретирован в контексте действия механизма «центр – периферия» в масштабе развитой агломерации, в условиях избыточного давления периферийных структур деформируется. Продолжая в масштабе агломераций распространение деструктивных тенденций внутригородского развития, этот механизм постепенно теряет свою «центральность». В московской агломерации эта тенденция усиливается чрезмерным внешним миграционным давлением в масштабе страны в целом. В результате избыточного давления, в том числе и произвола инвестирования строительства центральных районов практически без учета закономерностей функционирования города,

согласования темпов развития различных типов районов, произошло физическое разрушение центральных структур и самой атмосферы центра. Дефицит влияния «центральных» структур и пространств исторически сложившихся районов, обнаруженный нами еще в 70-80-е годы XX века, еще более усилился происходящим сегодня вымыванием «мелкоструктурного» слоя, который является базовым для формирования срединных структур, интенсификации взаимодействия «центра» и «периферии».

Характерный для административной системы ведомственный производ, инициативный производ и ведомственное сознание, не позволяя даже увидеть ту или иную частную проблему, какой бы важной она ни была, в общем русле процесса урбанизации и во взаимодействии закономерностей функционирования городов. И вот так же, как жилищная проблема в 60-70-е годы решалась за счет периферийных территорий крупнейших городов без учета готовности центральных районов воспринять многократно увеличившиеся нагрузки со стороны новых жилых массивов, так и проблема развития научных функций, перераспределения их между различными типами городских структур внутри города и его ближайшего окружения рассматривалась вне механизмов взаимодействия «центральных», «периферийных» и «срединных» структур, значения развитой городской среды как таковой для самого процесса научного творчества. В итоге, в относительно развитой Московской агломерации научные функции оказались преждевременно вынесенными из тела питающего их крупнейшего города, а в развивающейся Новосибирской агломерации они были преждевременно в нее внесены. Таким образом, идеология «нового на новом месте», городов как «форпостов освоения» территории и продвижения новых областей деятельности (в данном случае науки), противореча эволюционной природе урбанизации, не могла привести к позитивному результату.

Научный «десант» из Москвы в Новосибирский Академгородок, дав всплеск

НАТЯЖНЫЕ ПОТОЛКИ



Небо

794-0833
794-0655

ул. К. Либкнехта, 58, оф. 23



комплекс отделочных работ

интеллектуальной деятельности (я имею ввиду прежде всего гуманитарное, социальное знание), не смог (да и не мог) преодолеть общую неразвитость городской культурной базы Новосибирска и его ближайшего окружения, сыграв по большому счету «толчковую роль» лишь в карьерном росте «первопроходцев», сплошь и рядом вернувшихся впоследствии в Москву и расширив свое окружение за счет новосибирских кадров, многие из которых попросту поменяли сферу своих интересов в столичной среде.

Сквозная проблема реформ с точки зрения урбанизации в том, что скоротечное реформирование, как и скоротечная урбанизация 20-30-х годов, не дали возможности полноценно работать механизму «центр – периферия» с акцентом на «центр». «Периферия», по существу, перекрыла то пространство, которое должны были занимать «срединные» элементы. Обратное давление «периферии» на «центр» оказалось сильнее прямого давления «центральнойности». Так происходило на всем пространстве страны – «от Москвы до самых до окраин». Движение российской, а вернее советской, периферии в «центр», в Московский регион не могли, естественно, сдерживать «индустриальные деревни» или слабеющие исторически сложившиеся города ни до Урала, ни за Уральским хребтом.

Естественно, что сама Москва, ее агломерации испытывали давление внешних воздействий, значительно превосходившие по своей силе интеграционные процессы внутри городских и агломерационных границ. Такая ситуация создалась в результате в том числе близорукой политики ослабления функционирования или прекращения действия многих производств «столичного» ранга, снижении уровня плотности социального, интеллектуального потенциала, разрыхления самой культурной среды, атмосферы «столичности» московского городского сообщества. Как и другие подобные действия, это отражало игнорирование эволюционной природы урбанизации как таковой, пренебрежение существованием внутренних закономерностей городских процессов.

Таким образом, главный урок прошедших тридцати пяти лет исследований городских проблем в том, что надо уважать открытые тогда закономерности урбанизации и дать им возможность «работать», проявлять себя, следить за тем, чтобы им не мешали. И решать возникающие проблемы с учетом действия реальных механизмов урбанизации, руководствоваться ими, а не мифологией отношения к городам, питающейся невежеством общества в одной из важнейших областей современной науки. Сказанное еще раз подчеркивает, какие ресурсы интенсификации развития цивилизации содержатся в процессе урбанизации, в самом повседневном функционировании городов и что происходит, если эти ресурсы игнорируются и не используются.

Наше общество стоит перед необходимостью реформирования городских сообществ. Именно не просто городов как объектов, в которых сконцентрированы экономика и культура, а городских сообществ как таковых. И именно эта необходимость была подчеркнута в материалах международной конференции «Городская политика в стратегии России», состоявшейся в ноябре 2003 года в Центральном Доме архитектора и подготовленной СА России, РААСН, ЦНИИП градостроительства и ОО «Урбанистика – 2»³.

Рассмотрение проблем и направлений городской политики требует разработки концепции городских процессов, понимания тех закономерностей и механизмов, которым подчиняются эти процессы. Мы разобрали ту ситуацию, в которой оказалось функционирование городских структур в 70-90-е годы, выявили те сдвиги, которые в этом функционировании произошли. И убедились в том, что надо знать о тех закономерностях и механизмах, которым подчиняется этот процесс. В этом плане, естественно соотнести физику движения самого населения с притягательностью различных типов населенных мест.

В результате «вымывания» мелких городских поселений, разного рода ПТГ сократилось число городских поселений. «По данным переписи 2002 года, 106429 тыс. россияне

были жителями городских поселений, (73,3%), а 38738 тыс. человек (26,7%) – сельских». Впервые за всю историю российских переписей за межпереписной период сократилась численность городского населения на 1530 тыс. человек, или на 1,4%. Сельское население, напротив, убывало давно, но его сокращение было менее интенсивным, чем городского, – на 225 тыс. человек, или на 0,7%. В результате доля городского населения, в отличие от предшествовавших межпереписных периодов, не увеличилась, а осталась практически неизменной.⁴

В большинстве федеральных округов доля городского населения выросла, причем особенно значительно в Центральном федеральном округе (с 77,9 до 79,9%). Таким образом, в округах с более высокой долей горожан тенденция роста этой доли сохранялась в 1989-2002 годах. По переписи 2002 года доля горожан продолжала увеличиваться в Центральном, Уральском и Дальневосточном федеральных округах.⁵ Как отмечают исследователи, произошло усиление концентрации сельского населения непосредственно в крупнейших населенных пунктах и их районах, которое согласно материалам предыдущим переписям является долговременной тенденцией сельского расселения.⁶

Очевидно, что происходит разрыхление городских процессов. Сегодня уже ощутимо, что периферийное давление явно превосходит возможности крупнейших городов воспринимать его и преодолеть с помощью продуцирования центральных образцов. Срединные слои не находят необходимой для себя городской среды, своего городского пространства. Новые промышленные центры, так называемые «индустриальные деревни», выполнив на определенном этапе свои утилитарные производственные функции, оказались, как и следовало ожидать, неконкурентоспособными сложившимися городам в цивилизационном смысле слова. «Деревня» двинулась напрямую в крупнейшие города европейской части страны, и прежде всего в Москву и Санкт-Петербург.

Очевидно, что современные темпы движения населения

в некоторые крупнейшие города, и прежде всего в Москву, значительно превосходят реальные возможности этих городов воспринять это давление. Современный этап урбанизации в стране еще раз обращает наше внимание на необходимость опираться на глубинные, основные механизмы процесса, всячески избегая абсолютизации преходящих, но бросающихся в глаза сопутствующих развитию крупнейших городов тенденции в различных сферах социальной жизни, культуре, экономике, движении населения и т. д. Деформации восприятия процесса урбанизации характерны, в частности, в том случае, когда не учитываются влияние общеполитических, исторических, экономических, социально-культурных условий, численности населения, характер миграций, который очень сильно видоизменяет модель урбанизации, имеющую в своей основе процессы концентрации и распространения «центральных» и «нецентральных» образцов цивилизации.

Итогом анализа является положение о необходимости уплотнения городских процессов, согласования и постоянной координации направленности и темпов реформирования общества с состоянием и темпами развития урбанизации. Закономерности и механизмы функционирования городских сообществ, их интересы не должны произвольно отодвигаться на задний план, подавляться «плоскостными», примитивно практикуемыми интересами «бизнеса», который в этом случае тормозит, а то и блокирует поступательное цивилизационное движение. Уплотнение городских процессов является сквозным, оно охватывает всю иерархию городских структур и пространств, всю социальную и культурную типологию сообществ, все градостроительные элементы. Отсюда вытекает важность слежения за соотношением развития «центральных», «срединных» и «периферийных» элементов, имея в виду прежде всего усиление их взаимодействия между собой, нейтрализуя тенденцию преобладания периферии.

Продолжение следует
Леонид Коган

3. Городское управление. №5, №6, №7. 2004.

4. Население России. 2003-2004. М., 2006. С. 22-23.

5. Население России. 2003-2004. М., 2006. С. 29.

6. Там же, с. 37.



**Карташов
Валерий Александрович** –
начальник отдела
изысканий,
Почетный геодезист

664007, г. Иркутск,
ул. Карла Маркса, 59

Тел./факс:
(3952) 64-40-27

E-mail:
vkartashov@irk.esrr.ru
www.irrdi.ru

Инженерные изыскания

Основное направление – инженерно-геодезические изыскания для целей проектирования, реконструкции и капитального ремонта железных дорог:

- Съёмка схем и масштабных планов развития станций.
- Геодезическое обеспечение проверки продольного профиля и проектирования капитального ремонта железнодорожного пути.
- Топографические съёмки станций, железнодорожных парков и других объектов дороги в масштабах 1:5000 – 1:500.
- Съёмка подземных коммуникаций.
- Проектирование и создание специальных инженерно-геодезических сетей (опорные и рабочие сети реперных систем, деформационные сети).
- Наблюдения за деформациями земляного полотна и сооружений железных дорог.
- Геодезическое обеспечение работ по инвентаризации имущественного комплекса ВСЖД.
- Создание цифровых моделей местности по материалам топографических съёмок, линейных изысканий и ретроспективных данных в растровой форме.
- Создание геоинформационных систем (ГИС) железнодорожной тематики.
- Выполнение топографических и инженерно-геодезических работ с применением новых электронных цифровых средств измерений и информационно – координатных технологий.

Техническое и программное оснащение

- Геодезические приемники сигналов GPS (Trimble 4000, Trimble 5700RTK).
- Навигационные приемники сигналов GPS (Garmin eMap, GPS Ш+).
- Электронные цифровые тахеометры Trimble, Topcon и Sokkia, включая безотражательные и роботизированные.
- Электронные цифровые нивелиры DiNi12, DiNi22.
- Парк оптических теодолитов и нивелиров различной точности.
- Полевые компьютеры класса «ноутбук».
- Рабочие станции, объединенные в локальную сеть.
- Программный комплекс CREDO (DAT, Нивелир, TER, MIX) для обработки традиционных измерений.
- Пакеты программ BERNESE v.5.0, Trimble Geomatics Office v.1.61, GrafNet/GrafNav+Move v. 7,5, для обработки спутниковых измерений.
- Autodesk AutoCAD 2005, Land Desktop 2005.
- MX RAIL, MX ROAD, SIDE+ SDK.
- Собственное специальное программное обеспечение, реализующее координатную технологию для съёмки профиля и плана пути, проверки продольного профиля и проектирования капитальных работ.

Создание специальных реперных систем на железнодорожном транспорте.

Мониторинг деформаций земляного полотна и искусственных сооружений дороги. Инженерная геология

Работы производятся в полевых и лабораторных условиях с применением современных технических средств и методик, позволяющих определять необходимые параметры грунтов, а также прогнозировать изменение их свойств в процессе строительства и эксплуатации возводимых на них зданий и сооружений:

- Инженерно-геологические изыскания для капитального ремонта путей, зданий и сооружений.
- Изучение состояния земляного полотна.
- Бурение инженерно-геологических, технических и сейсморазведочных скважин в породах до VIII (включительно) категории.
- Исследование физико-механических свойств грунтов.
- Исследование химического состава грунтов и вод.
- Построение объемной геологической модели.
- Определение глубины залегания коренных пород.
- Определение границы вечной мерзлоты.
- Определение уровня грунтовых вод.
- Изучение деформационных характеристик склонов и оползней.

Техническое и программное оснащение

Техническое и программное оснащение работ обеспечивают:

- Буровые установки ПБУ-1 и ПБУ-2-12.
- Установки статзондирования ПИКА-15С с микропроцессорным устройством для обработки данных на компьютере.
- Георадар «ЗОНД-12С» с набором антенн.
- Система капиллярного электрофореза «КАПЕЛЬ-105».
- Автоматизированная система для инженерно-строительных изысканий (АСИС): стабилметр, компрессионные, сдвиговые приборы, электронная преобразующая аппаратура.
- Рабочие станции, объединенные в ЛВС.
- Программный комплекс «Credo» (GEO, TER, LIN).
- GEO-CAD, Ingeo, Autodesk AutoCAD 2002.



**Приглашаем всех заинтересованных лиц
к взаимовыгодному сотрудничеству**



Рассказывает Андрей Филиппов – руководитель Ангарского филиала Компании «Драйв»:

– Компания «Драйв» работает с алюминиевыми системами уже 10 лет. За это время мы выполнили большое количество объектов из алюминиевых систем: фасады, витражи, входные группы, зенитные фонари и зимние сады. Часть этих объектов выполнена из алюминиевых систем Шуко.

Мы восхищаемся инженерными решениями Шуко. В этих системах все продумано до мелочей, они исключительно надежны и высокотехнологичны. Системы Шуко позволяют делать неповторимые объекты.

Мы очень рады, что наше сотрудничество с Шуко расширяется и в 2008 году мы готовы предложить заказчикам новый ассортимент продукции Шуко: алюминиевые окна, раздвижные и складывающиеся двери и перегородки, мансардные окна, приставные балконы, элементные фасады, огнестойкие и дымозащитные системы. Все предлагаемые продукты Шуко отвечают самым современным требованиям к оболочке зданий, очень стильно и красиво выглядят. Архитекторы и проектировщики всего мира с удовольствием работают с системами Шуко, потому что они дают возможность воплотить самые смелые решения и создать неповторимые архитектурные творения.

То, что было невозможно вчера, возможно сегодня.

В марте 2008 года Компания Драйв совместно с Шуко организовала семинар для проектировщиков и архитекторов Иркутской области и Бурятии. На нем были представлены последние разработки Шуко, позволяющие выйти на новый качественный уровень в строительстве у нас в Сибири.

Наша совместная работа по внедрению новинок Шуко, проведение семинаров по использованию систем в проектировании зданий будет продолжаться и в дальнейшем. Мы с удовольствием приглашаем к сотрудничеству архитекторов и проектировщиков области.



Производственная база:
664037, г. Иркутск, ул. 2-ая Батарейная, д.1,
тел.: (3952) 63-17-36 (приемная),
e-mail: drive@irk.ru, www.okna-drive.ru

Отделы продаж:
664025, г.Иркутск, ул. Степана Разина, д.27, оф.105,
тел.: (3952) 25-80-89
665830, г.Ангарск, ул.Глинки, 16,
тел.: (3951) 52-66-79
670000, г.Улан-Удэ, ул.Балтахинова, 17,
ТДК «Удинский Пассаж», блок Г, 2 этаж,
тел.: (3012) 219-545

С уверенностью в будущее



www.schueco.by

Елена Григорьева	От редактора	54
Константин Лидин	Базар Симулякров.....	55
Марина Ткачева	Круглый стол «проблемы торговой недвижимости в Иркутске»	60
Ольга Вендина	Потребительский бум и Shopping Malls в городах России	68
Марина Ткачева	Art and commerce	71
Наталья Ушкова	Креативное – враг хорошего	74
Алина Иванова	Архитектура современных торговых домов Хабаровска как манифестация «демонстративного потребления»	78
Ирина Теплякова	Продовольственный рынок «Губернский» в г. Иркутске	82
	Универмаг в г.Шелехов.....	84
	Торговый центр на 14 км Байкальского тракта.....	86
Руслан Хотулев	Автоцентр «ЛюксАвто»	87
Ирина Теплякова	Торговый центр «Сезон»	88
	Торговый центр в г.Пушкино	94
	Многофункциональный торгово-офисный комплекс с гостиницей	96
Андрей Ляпин	Шведский прорыв 60-х.....	100
Андрей Ляпин	История, коммерция и укрепление местных сообществ.....	102
Елена Григорьева	Мельбурнский моллы.....	106
Елена Григорьева	Малые торговые формы	112
	Офисный центр в Сеуле.	113
	Приграничная Манчжурия – как декорации к спектаклю	116
Руслан Хотулев	Пестеревская – главная торговая улица Иркутска	119
Александр Ладейщиков	Торговая архитектура – от стихии до канона	126
Елена Ладейщикова		
Алина Иванова		
Николай Крадин		
Алина Иванова	Торговые фирмы «Кунст и альберс» и «чурин и к°» на дальнем востоке	128
Андрей Шолохов	«Метаморфозы»	133
Елена Григорьева	Якутские гостинные ряды.....	135
Николай Крадин	Приамурская выставка	136
Анна Григорьева	Summary	140



Мир меняется у нас на глазах. Изобилие сменило дефицит. Заводы карданных валов и тяжелого машиностроения сдали позиции необъятным торговым центрам. Квартиры первых этажей в центре и на магистралях переродились в бутики и кафе. А областная библиотека Молчанова-Сибирского, восстановленная после обрушения, обернулась торговым центром «Самсунг».

Вопрос «быть или не быть» возникает регулярно – перед отдельными гамлетами, перед домом или, скажем, журналом, иногда перед государством или его политической системой. Перед торговлей – не возникает. Всегда была, есть и всегда будет. Даже стремительно проникающая во все сферы Всемирная Паутина не составляет пока настоящей конкуренции традиционному способу отоваривания.

Что представляют собой торговые здания завтрашнего дня, лежащие сегодня на столах архитекторов? Коробки над рядами киосков? Или город в городе со своей особой жизнью, снимающий непосильную нагрузку с центра и оживляющий однообразие спальных районов? Где как...

Елена Григорьева

The world changes rapidly. Plenty has replaced deficit. The Driveshaft Works and the Heavy Engineering Plant have surrendered to huge trading centers. In downtown and at highways apartments on the first floor have taken a new life as boutiques and cafes. The Molchanov-Sibirsky Regional Library restored after breakdown has turned into The Samsung Trading Center.

The question «to be or not to be» arises regularly – in minds of different hamlets; a house or, for example, a magazine, sometimes a state or its political system may face it. This question never touches commerce. Commerce has been, is, and always will be. Even the World Wide Web rapidly penetrating into all spheres does not seriously compete with a traditional way of purchasing yet.

What do tomorrow's trading buildings that are being designed look like? Boxes on rows of stands? Or a city in a city with its special life unloading the downtown and enlivening the monotony of bedroom communities? It depends...

Elena Grigorieva

БАЗАР СИМУЛЯКРОВ

Пассажир: Это такси?
Таксист: Да, такси.
Пассажир: А где же шашечки?
У такси должны быть такие шашечки...
Таксист: Так вам нужны шашечки, или вам нужно ехать?
Старый анекдот

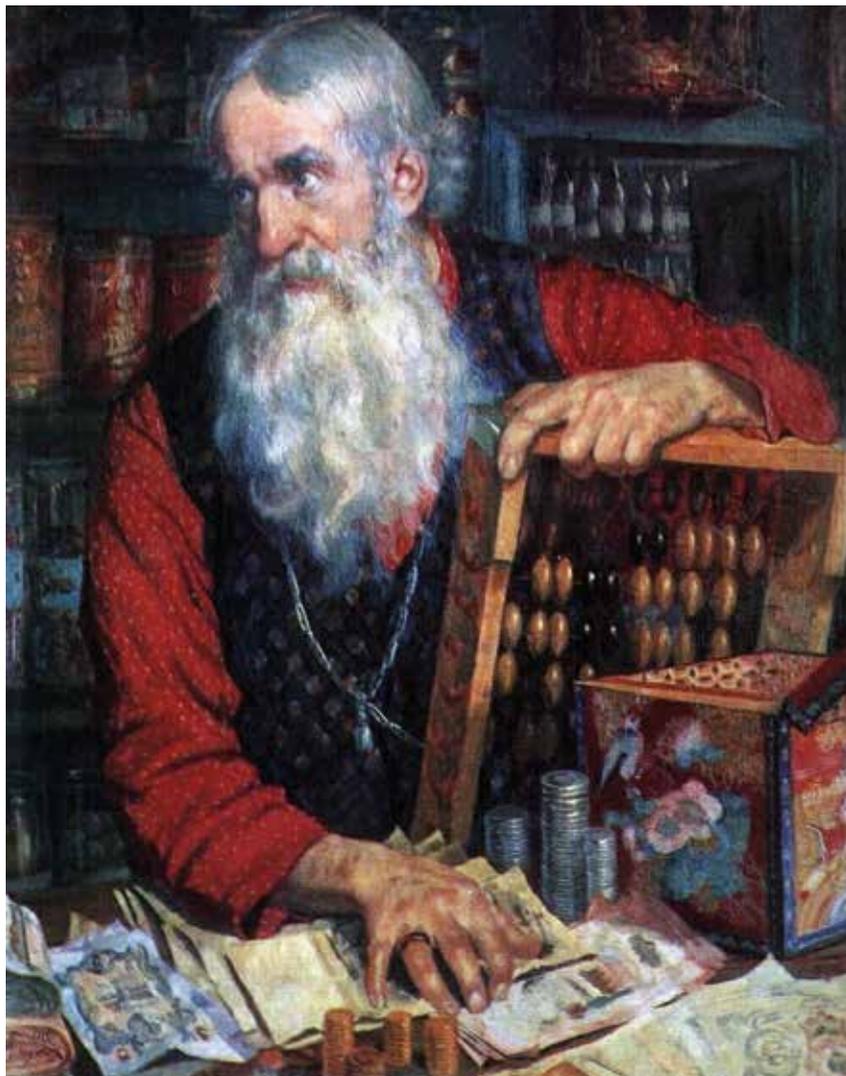
Знаменитый философ и психолог Абрам Григорьевич Маслоу больше известен под именем Абрахам Гарольд Маслоу. Несмотря на то, что родился он в Бруклине, южнорусское происхождение родителей, по-видимому, сказалось на тяготении их талантливого сына к обобщенным суждениям и теориям философского, общечеловеческого масштаба.

Наиболее известное теоретическое построение Маслоу – это, конечно же, его «пирамида потребностей», где на пяти уровнях располагаются те ценности, дефицит которых заставляет людей двигаться и совершать поступки. На нижнем «этаже» находятся простейшие потребности тела – еда, тепло, секс, сон. На верхнем, пятом, – потребность в творческом самовыражении. Эта модель превратилась в общеизвестный инструмент и используется теперь в экономике, менеджменте, социологии и еще много где.

Гораздо менее известен следующий тезис теории Маслоу, тезис о бытийных потребностях и самоактуализированных личностях. После удовлетворения (хотя бы временного) всех потребностей «пирамиды», личность получает шанс перейти в высшую сферу мотивации, где вместо дефицитов человеческими поступками движут стремления к «пик-переживаниям» – к большой любви, к восторгу познания, к общению с Богом.

Однако во второй половине XX века «новая французская школа философии» – Мишель Фуко, Жан-Франсуа Лиотар, Жиль Делёз, Жак Деррида, Жан Бодрийар – обнаружили, что выход в сферу «бытийных потребностей» – не единственный путь развития личности. Если человека накормить, обеспечить ему безопасность, чувство коллектива (приобщенность), насытить его желание быть единственным и любимым, и даже дать ему возможность творить и самовыражаться, все это еще не гарантирует его превращение в творца, сходного с Авраамом Линкольном или Альбертом Эйнштейном. Великие французские философы-шестидесятники открыли феномен знаковых потребностей.

Обеспеченный всем необходимым представитель «золотого



миллиарда», член современного консюмеристического общества, возвращается «назад», к основанию пирамиды Маслоу, и снова жаждет еды, тепла, секса и сна, но не в реальном виде, а в виде знаков. Вместо настоящей еды – знаки еды, «как бы еда», которую можно жевать и глотать, но которая не насыщает и не питает. Напитки с добавками фосфорной кислоты, чтобы нельзя было напиться. Вместо тепла – знаковые одежды, костюмы и платья от престижного дизайнера с лейблами снаружи, престижные квартиры не для того, чтобы укрыться от холода, а чтобы обозначить свой статус. Знаковый секс – многомиллиардный бизнес порноиндустрии (достаточно заметить, что порнографические материалы по объемам продаж через Интернет держат безусловное первое место)¹. Вместо снов – знаковые галлюцинации массовой культуры.

Знак в сути своей ничего не содержит и ничем не является – он лишь указывает на реальность, но не принадлежит к ней. Но пренебрегать знаками нельзя – под угрозой десоциализации. Если в классической, марксовой экономике нарушение ее законов приводило к голодной смерти, то в современном мире неоптимальное экономическое поведение приводит к смерти социальной, к исключению из круга «уважаемых людей». Если у вас нет положенного набора знаков, вам и места нет в порядочном обществе. Неважно, такси перед вами или не такси, можно на нем ехать или нельзя – были бы шашечки.

Торговля всегда занималась не созданием, а перемещением товаров. Легендарные и реальные купцы-гости – Синдбад-мореход, Садко, Христофор Колумб – путешествовали на край света за экзотическими товарами, попутно переживая приключения и открывая новые страны. Не зря английское слово «тор-

текст
Константин Лидин
фото
Марк Меерович

Купец с картины Бориса Кустодиева – прямой наследник пушкинского Скупого рыцаря. Он согласен жить скромно, даже аскетично ради счастья обладания знаками. В данном случае – знаками денежными

В отличие от своего седобородого предшественника, этот кустодиевский тип оснащен множеством знаков престижности: тут и явно избыточный вес (знак хорошего питания), и пудовая шуба (расстегнута – жарко, а носить надо, знак), и ухоженная борода (знак сексуальной привлекательности). Не обладание знаками, а подчиненность им, растворенность в знаковом пространстве – вот сущность нового отношения к рынку



Рынок в Хошимине (Сайгоне). Собственно говоря, рынок как таковой отсутствует – улица превращена в сплошной ряд торговых точек. Люди живут на базаре, впрочем, судя по выражению лиц, они не против... Фотография Marc Handler

Базар в Стамбуле. Живописность и красочность, изобилие товаров – скорее выставка достижений турецкого народного хозяйства, чем торжище. Улыбчивые, доброжелательные люди: покупка служит лишь предлогом для общения. Иначе и быть не может – ведь каждый торговец «прикреплен» к своему месту. Нахамить покупателю сегодня – завтра он к тебе не придет, а придет к соседу-конкуренту

Антикварная фотография рынка в Чикаго (1865 год) демонстрирует удивительное сходство интерьера с готическим собором. Витражная розетка на фасаде, стрельчатые арки (правда, выполненные в сборных стальных конструкциях), ряд флагов... И люди выглядят вполне официально, торжественно. Протестантский Бог любит торговцев

говля» (retail) можно перевести и как «пересказ». С торговцами в деле налаживания межкультурных контактов соперничали воины, завоеватели. Они приходили в чужую землю с целями покорить местных жителей, а самое ценное отобрать и присвоить. Купец приходит за тем, чтобы обменять одни товары на другие. Идеальная цель завоевателя в том, чтобы уничтожить завоеванный народ и занять его место. Цель торговца – продать как можно больше привезенных ценностей и купить вместо них другие ценности, которые можно продать еще где-нибудь.

Сегодняшняя «политэкономия знаков» формирует рынки знаков, и торговля в основном занимается перемещением именно знаков из одной культурной среды в другую. Энергетика торговли держится на разности «культурных потенциалов», на различиях локальных культур. И эти же локальные культуры торговля уничтожает, выравнивая образ жизни во всем мире по усредненным стандартам глобализма.

Заметим, впрочем, что 60-е годы XX века принесли только осознание знакового характера рынка. Сам этот характер сложился гораздо раньше, в XVIII–XIX веках, когда купечество начало осознавать себя как господствующий класс и вытеснять в этом качестве военную аристократию. Центр жизни стал перемещаться с армейского плаца на рыночную площадь.

Отношение к массовым торжищам не совпадает в различных культурах. Азиатские народы почитают торговлю делом богоугодным, так что композиция базарной площади (которых в городе может быть больше десятка) обязательно включает храм, мечеть, а иногда – и несколько. Да и вообще базар – это скорее культурно-досуговый центр, чем место торговли.

«Традиционно восточный базар одновременно выполнял функции современного:

- супермаркета;
- пункта обмена валюты;
- клуба для общения;
- агентства новостей;
- центра развлечений.

Настоящий базар должен проявлять признаки живого существа – говорить (производить гул), бурлить (из-за постоянно передвигающегося людского потока), пахнуть (готовящейся едой и товарами) и улыбаться (хорошая торговля располагается на одной волне с доброжелательностью).

На восточном базаре принято торговаться. При этом важен не выторгованный рубль-два, а сам процесс торга. Бывалый торговец может даже расстроиться, если товар был куплен сразу же, без торга».²

Иногда, как во Вьетнаме, улицы центральной части города практически полностью превращаются в сплошной базар, уставленный лотками и павильончиками.

Восприятие базара как места общения с людьми и Богом не ограничивается только восточными культурами. Из Европы в Америку пришел обычай строить крытые рынки и превращать их в «храмы торговли». Особенно ярко эта тенденция прояви-



лась в странах, где католичество потеснила протестантская ветвь христианства. Богатство угодно Богу, потому что богает усердный и бережливый.

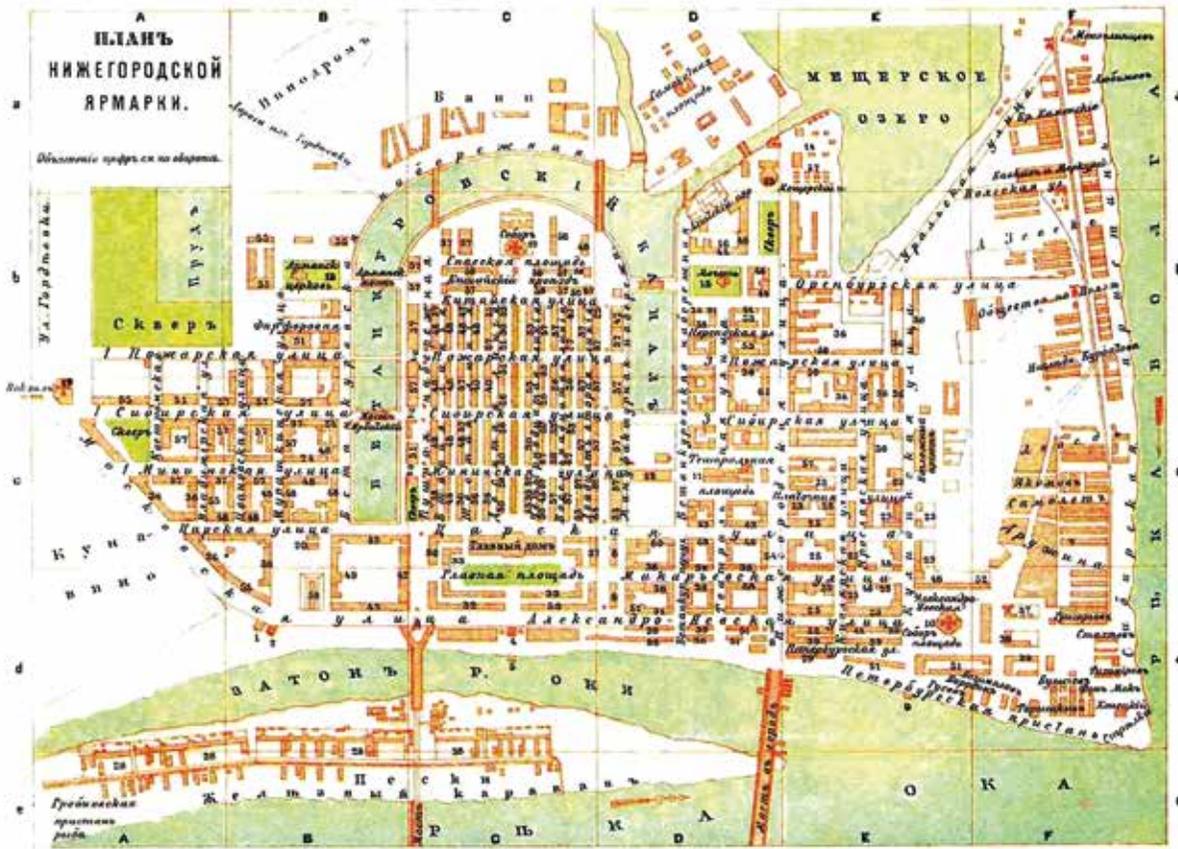
Восточному базару с его празднично-доброжелательной атмосферой или европейскому рынку с почти готической строгостью и порядком на нашей земле соответствует (вернее, противостоит) ярмарка. В России позапрошлого века особой славой пользовалась ярмарка Нижегородская.

Официально ярмарка впервые была открыта еще в 1641 году у стен Макарьевского монастыря. Макарьевской она и называлась – сначала по месту проведения, а после пожара 1817 года, переместившись в Нижний, – по традиции. Пышного расцвета ярмарка достигла в первые годы XIX века: «Новый ярмарочный комплекс по проекту располагался на большой, свободной и незастроенной территории к северо-западу от Макарьева, на месте, избранном архитектором И. Нимейером более 10 лет назад.

Автором как планировки всего комплекса, так и отдельных ярмарочных зданий является А.Д. Захаров – один из крупнейших русских архитекторов начала XIX века, создатель знаменитого Адмиралтейства в Петербурге. Летом 1805 года на основании царского указа от 24 февраля 1805 года началось строительство первого образцового корпуса. Сооружение основных зданий ярмарки было закончено в 1810 году. На протяжении всего существования (1805–1809) ярмарка не прекращала своего существования».³

После переноса в Нижний Новгород ярмарка расцвела еще больше. Достаточно сказать, что для ее переноса личным указом императора Александра I казна выделила 6 млн рублей, изъятых из бюджета перестройки Зимнего дворца. План ярмарки разра-





План Нижегородской (Макарьевской) ярмарки. Классическая четкость и правильность прямоугольной сетки улиц не мешала той атмосфере азартного обмана и надувательства, которые царили на ярмарке

ботал Огюст Монферран, а руководил постройкой Августин де Бетанкур-и-Молина, строитель московского Манежа.

Ансамбль Макарьевской ярмарки включал множество церквей и часовен, в том числе – мечеть, армяно-григорианскую церковь, Спасский собор (по проекту Монферрана, который в это же время строил Исаакиевский собор в Петербурге), величественный Александро-Невский собор и так далее.

Существенно, что ярмарка была оснащена подземной сводчатой канализацией и общественными туалетами на высочайшем для того времени техническом уровне. Однако психологическая атмосфера ярмарки воспринималась вовсе не так благолепно.

Всеобъемлющий Пушкин описал Макарьевскую ярмарку в пропущенной предпоследней главе «Евгения Онегина», дав торжищу не очень лестную характеристику:

...Макарьев суетно хлопочет,
Кипит обилием своим.
Сюда жемчуг привез индеец,
Поддельны вины европеец;
Табун бракованных коней
Пригнал заводчик из степей,
Игрок привез свои колоды
И горсть услужливых костей;
Помещик — спелых дочерей,
А дочки — прошлогодни моды.
Всяк суетится, лжет за двух,
И всюду меркантильный дух.⁴

Ярмарочный купец чувствует себя в хаотической атмосфере всеобщей давки и поспешности как рыба в воде. Он искусно оперирует азартом и замешательством покупателя, которого распялет иллюзия витающего всюду «легкого наvara». В этой атмосфере вызревает своеобразная фигура купца – безумного самодура, сорящего неправедными деньгами.

В Сибири, с ее безграничными природными богатствами, психологический тип «ярмарочного купца» находит свои крайние, легендарные, почти анекдотические воплощения:

«Хлынувшее в годы золотой лихорадки рекой богатство изменило до тех пор спокойное течение местной жизни: среди жителей Енисейской губернии широко распространились пьянство, карточные игры и разврат. По словам М.Ф. Кривошапкина,

“тогда мужики окутывались шелковыми шарфами, выставляли толпе целые бочки зелена вина, сами пили шампанское и ром, и, опьянелые, ходили по улицам, в грязь разбрасывая вперед себя ассигнации, на которые и ступали, для того, видите ли, чтобы не марать ног...” После окончания приисковых работ, как писал М. Миндаровский, Енисейск “превращался в царство беспорядного пьянства и диких оргий”. Самой же мелкой монетой в те годы в Енисейске был золотой.

В разгуле приняли участие и некоторые местные купцы, в своем стремлении поразить окружающих подчас впадая в самые нелепые крайности. М. Миндаровский назвал их “хищниками золотопромышленности”, для которых не существовало ничего, кроме личной наживы, и которые тратили деньги на прожигание жизни. Так, одни енисейские золотопромышленники “в 10 ч. утра считали долгом поить шампанским всякого приходившего к ним даже по делу, играли в карты... с условием платить по золотому всякий раз, как пасьянс не выйдет”. Красноярец Н.Ф. Мясников



Одна из нижегородских ярмарок. Строения расположены симметрично, в центре площади – часовенка. Но в целом преобладает хаос, люди и товары перемешаны. Да и доброжелательных лиц как-то маловато... Не базар

1. Вайз Д. Google. Прорыв в духе времени / Д.А. Вайз, М. Малсид ; [пер. с англ. – Парал. тит. англ.]. М.: Эксмо, 2007. 368 с.
2. <http://www-e-samarkand.narod.ru/bazaars.htm>
3. Шумилкин С.М. Архитектура Макарьевской ярмарки // Записки краеведов, 1979. С.113–123.
4. Пушкин А.С. Собрание сочинений в десяти томах. Том 4. М.: Гос. изд-во худож. лит., 1959. С. 124

Центр Хортон-Плаза, Сан-Диего, США. Считается, что именно с этого проекта началась эра превращения супермаркетов в культурно-развлекательные комплексы



жил в великолепном здании, впоследствии ставшем городской больницей, а в воскресные дни и по праздникам «шествовал к обедне в Воскресенский собор по мосткам, по середине улицы усталым красным сукном». До сих пор в разного рода изданиях можно встретить рассказы, что Мясников пользовался визитными карточками, сделанными из чистого золота. Впрочем, известный красноярский краевед Л. Киселев считает, что все эти живописные рассказы относятся к области сплетен, распространяемых завистниками удачливого и энергичного купца».⁵

Интересно, что, так сильно затронув внутренний уклад жизни населения, золотопромышленность мало отразилась на внешнем облике сибирских городов. Улицы Красноярска, Енисейска, Томска походили больше на непроходимое болото. Мало волновала нуворшей и наружность их жилищ. По словам А.И. Барковой, в 1850-х годах некоторые енисейские золотопромышленники имели собственные дома, но «они все поражали своей невзрачностью и заставляли удивляться, как эти богачи, проживая тысяч по 30-ти в год... выливая в одно лето по 1200 бутылок шампанского... так мало заботились о своих жилищах и комфорте... странно было видеть в этих домах море вина, страсбургские пироги, самородки в виде пресс-папье...». Во многом пренебрежение к своим жилищам и к внешнему облику города происходило от сознания многих приезжих богачей, что они здесь проживают лишь временно и рано или поздно уедут в другое место.⁶

Купец-кочевник ярмарочного типа совершенно не схож с купцом оседлым, магазинным, лавочным. Оседлый тип торговца складывался в Сибири позже, в течение XIX века, когда водный, а потом – железнодорожный транспорт сняли необходимость в ярмарках.

Развернутый вариант постоянного места для торговли, гибрид крепости и супермаркета, назывался «гостинный двор» и представлял собой настоящий оплот надежности и постоянства. Гостинодворское сибирское купечество приобретает значительное влияние на стилистику и образ жизни в городах, на их внешний облик и структуру.

«Ведущая роль купечества в формировании градостроительной планировки Томска подчеркивается тем, что местное купечество стало главным заказчиком каменного строительства, выработало свой стиль архитектуры торговых и жилых зданий. В XIX веке в Сибири гостиные дворы строили в каждом крупном городе, и они были не выше двух этажей. Здание возводилось по периметру прямоугольника или квадрата. Внутренний двор служил для сортировки и хранения товаров. Торговали по наружному периметру гостиного двора, где сооружались и соединяющие помещения галеры.

Наряду с совершенствованием планировки и строительства торговых и производственных помещений, купцы Томска, совместно с купечеством других регионов, выработали свой заказ на архитектуру зданий особого типа, которые совмещали в себе жилое помещение с торговыми, складскими и хозяйственными постройками. В основу такого комплекса было положено двух-, а позднее – трехэтажное здание, на нижнем этаже которого располагались торговые помещения, а на внутреннем дворе строились флигель, складские помещения, амбары, конюшни и другие постройки. Семья купца проживала обычно на втором-третьем этажах, приказчики и прислуга располагались во флигеле. Здания строились по периметру двора, чтобы он был, по восточному обычаю, полностью закрыт. Дополнялся этот комплекс массивными глухими воротами под кирпичной аркой и коваными ставнями.

Для кладки таких зданий применялся изготовленный по заказу фигурный кирпич, и особое внимание уделялось качеству кладки. Этот стиль кладки получил название «купеческий» и требовал от исполнителей высокого мастерства.

Фасады торговых зданий отличались от других сооружений большим количеством декоративных элементов. В рекламных целях допускались любые композиционные приемы и архитектурные детали, которые изобретались неудержимой фантазией местных архитекторов и строителей. В небольших зданиях такого рода особое внимание уделялось обрамлению окон, входных дверей, а также фигурному парапету, который должен был подчеркнуть общественный характер здания».⁷

Вторая половина XX века выдвинула на первый план величайшую торговую державу мира – США. Американский образ жизни и, в частности, образ рыночного отношения ко всему на свете стали символом, идеалом и образцом для всего прогрессивного человечества. На закате индустриальной эпохи по всему миру распространились супермаркеты – фабрики по производству торговых услуг. Казалось бы, в супермаркете личность купца полностью устранена из процесса продаж. Но нет, разделение на «ярмарочную» и «гостинодворскую» стилистику продолжает сказываться, по крайней мере – в России. Искусно организуя давку и путаницу, нарушая базовые правила мерчендайзинга, хозяин супермаркета маскирует залежалый товар, обман и обсчет покупателя, пересортицу и прочие ярмарочные «приколы». Специалисты по выкладке негодуют: какая дикость не знать элементарных законов диалога с покупателем! А причина-то в другом – купец живет и действует под старыми девизами: «Не обманешь – не продашь», «На грош пятаков» и так далее.

Постиндустриальная культура породила моллы. Пятнадцать лет назад Александр Генис расшифровал появление моллов

5. Комлева Е.В. Енисейское купечество (последняя четверть XVIII – первая половина XIX в.). Новосибирск: Изд-во Института истории СО РАН, 2005. С. 146
6. Баркова А.И. Воспоминания о сибирской золотопромышленности // Сибирский сборник. СПб., 1887. С. 177–178.
7. Быков А.В. Благотворительная деятельность томского купечества при формировании культурного потенциала в конце XIX – начале XX веков // История мировой культуры и методы ее преподавания. Новосибирск, 1995. С. 51–54
8. Генис А. Американская азбука / Сочинения в трех томах. Т.1. Екатеринбург : У-Фактория, 2003. С. 97



Крупнейший в мире (на сегодняшний день) Южно-Китайский молл. Комплекс зданий, настоящий городок площадью почти в квадратный километр, внутри которого находят свое место и небольшая речка, и пальмовые рощи, и полторы тысячи магазинов

как ностальгическую реакцию американских горожан, переселившихся в пригороды. «Молл – это рафинированный, очищенный от грехов и пороков город, тиражированная цитата из Диснейленда. Поэтому здесь и не может быть ничего естественного, даже климат и тот искусственный.

Впрочем, Америка не жалуется: не желая жить в городе, но и не желая без него обходиться, она нашла свой выход: мегамолл вместо мегалополиса».⁸

Слово «молл» означает «тенистое место для прогулок». Торговля в молле выглядит делом второстепенным, а главное здесь – развлечения, общение, праздник безделья. Праздное времяпрепровождение. Вернее сказать, знак праздности, потому что именно торговля, как ни крути, составляет экономическую основу молла, и приходят (чаще приезжают) в него все-таки за покупками.

Молл – постиндустриальный вариант базара. Его посетители – это люди, которые легко обходятся без необходимого, но никак не могут без излишнего. Никакая реальная нужда, никакой дефицит не заставляет их приходить в молл. Они приходят не «потому что», а «для того, чтобы» – чтобы отдохнуть душой и получить порцию приятных переживаний. Поэтому доброжелательная, улыбочивая атмосфера базара составляет такой же необходимый элемент молла, как крыша и стены. Разве может существовать веселое развлечение в непосредственной близости от мрачного, полного ненависти к покупателю продавца в советском духе или с вороватым ярмарочным хитроном?

Обязательное требование атмосферы, насыщенной знаками доверия, доброжелательности и радости общения, похоже, составляет весьма нелегкую архитектурно-дизайнерскую задачу. Некоторые моллы так и не избежали от промышленного имиджа индустриальной эпохи. Некоторые, напротив, тщательно воспроизводят доиндустриальную старину.

Начиная с 1970-х годов стартует всемирная гонка моллов. В 1969 году был построен центр Хортон Плаза (Horton Plaza) в Сан-Диего, в проекте которого архитектурное бюро Яна Йерде (Jan Jerde) заявило о создании нового типа торговых зданий – Праздничный Рынок (Festival Marketplace). Двадцать лет эта идея оставалась последним словом в проектировании торговых зданий, пока не появилась новая модная концепция – Центры Развлечений (Entertainment Centers). Показательно, что всплеск моды на них связывают с модным боевиком Арнольда Шварценеггера «Коммандо», в котором одна из центральных сцен происходит именно в таком центре. Кинотеатры экспериментального типа – с мультискраном, с новейшими звуковыми системами, со стерео-изображением стали непременным атрибутом молла.

На сегодня крупнейший в мире молл по данным службы «Форбс» – это Южно-Китайский молл (South China Mall) в городе Донгуан с общей площадью 892 тысячи квадратных метров.⁹ Похоже, рекорд будет вскоре перекрыт второй очередью молла Otay Ranch Town Center в мексиканском городке Чула Виста. Внутри этого молла уже будет предусмотрена автомобильная дорога и парковки возле крупных магазинов.¹⁰ Однако никаких иных архитектурных достоинств, кроме фантастического размера, эти объекты не содержат и не обещают.

Технические проблемы, связанные с отоплением, вентиляцией, освещением гигантских объемов молла, с организацией человеческих потоков и логистикой – все эти проблемы успешно решаются специалистами. Моллам не везет с разработчиками концептуального уровня. Гипотетический «стиль молл» еще не родился, и пока что молл выглядит совершенно эклектично.

Стархитекторы не торопятся включаться в разработку специфической идеологии и стилистики знакового рынка. Тень ярмарочной репутации лежит на моллах грязным пятном и отталкивает профессионалов. Например, самый аристократичный из «звездных мастеров» – лорд Норман Фостер. Его имя стоит под проектами нескольких торгово-развлекательных центров, но кто о них слышал? Лондонский «экологический небоскреб» по адресу Мэри-Экс, 30 (30 St. Mary Axe) цитирует и упоминает каждый, кто пишет о современной архитектуре. А вот цитаты о лондонском молле Альбион Риверсайд (Albion Riverside Mall) – тоже совсем свежем произведении лорда Фостера, 2003-й год постройки – практически не встречаются. Видимо, и цитировать особенно нечего.

Другие звезды и вовсе избегают проектировать моллы. Ни «гран-дама» деконструктивизма Заха Хадид, ни создатель хай-тека Ренцо Пьяно, ни великий теоретик постмодернизма Рем Коопхаас – никто, никто из них не проектирует моллы и не занимается их идеологией. И многовековая история базаров помогает мало, потому что впервые в истории человечества на торг выносятся преимущественно пустые знаки, бодрыйаровские «симулякры».

Так что вопрос остается открытым. Что такое современный объект торгового назначения, как он должен вписываться в структуру города, влиять на образ жизни горожан – все эти вопросы остаются без сколь-нибудь определенного решения. Как надо продавать престижные знаки, шашечки без такси, формы без содержания людям, жаждущим симулякров? Как оформить – архитектурно, дизайнерски, градостроительно – рыночные площади постиндустриальной эпохи?

Нет ответа.

9. http://www.forbes.com/2008/01/17/retail-malls-shopping-biz-commerce-cx_tv_0118malls.html
10. Evolution of the Shopping Center. <http://history.sandiego.edu/gen/soc/shoppingcenter.html>

Круглый стол «Проблемы торговой недвижимости в Иркутске»

УЧАСТНИКИ

Наталья Абрамова – главный специалист отдела по защите прав потребителей Комитета по потребительскому рынку администрации г. Иркутска;

Елена Григорьева – председатель Правления ИРО СА России, член-корр. РААСН; Ольга Иванова – руководитель проекта «Супермаркет новостроек»;

Константин Лидин – к.т.н., доцент ИРГУПС, социальный психолог;

Анастасия Литвиненко – вице-президент иркутского областного Союза риэлторов;

Марк Меерович – д.и.н., канд. архитектуры, профессор; Сергей Непомнящих – аналитик рынка офисной недвижимости АН «ВСП-недвижимость»;

Виктор Низовцев – начальник отдела по защите прав потребителей Комитета по потребительскому рынку администрации г. Иркутска;

Владимир Стегайло – заслуженный архитектор России, директор Архитектурно-проектного центра;

Роман Усатый – директор филиала компании ООО «Эрмитаж констракшн энд менеджмент»;

Григорий Устинов – аналитик рынка недвижимости АН «ВСП-недвижимость».

ВЕДУЩИЙ

Игорь Альтер – журналист.

Игорь Альтер, Елена Григорьева, Виктор Низовцев, Наталья Абрамова

1 февраля 2008 года по инициативе редакции журнала «Проект Байкал», иркутского регионального отделения Союза архитекторов России и Союза риэлторов в Доме архитекторов был проведен Круглый стол, посвященный проблемам торговой недвижимости в Иркутске. В течение Круглого стола обсуждались следующие вопросы: что представляет собою сегодня рынок недвижимости, почему он таков? Каковы тенденции развития рынка торговой недвижимости, каким он может стать в будущем? Есть ли классификация объектов на рынке недвижимости, по каким критериям она осуществляется? Каковы критерии при определении лучшего магазина в городе? Е. Григорьева Организаторы Круглого стола столкнулись с тем, что открытой аналитической информации по теме в достаточном количестве нет. Состав участников разнообразен: риэлторы, архитекторы, девелоперы, маркетологи, социальный психолог, представители администрации; кроме того, мы все – в качестве покупателей. Интерес представляет состояние торговой недвижимости в Иркутске, ее развитие на фоне российских, столичных и мировых тенденций и место торговли в городе.

Н. Абрамова Потребительский рынок – главный показатель того, как развивается страна. У нас достаточно благоприятная динамика его развития. Существующая структура розничной торговли Иркутска включает в себя 1010 магазинов (513 продовольственных и 493 непродовольственных), мелкорозничную торговую сеть (580 киосков, 781 павильон), 36 торговых центров, официально зарегистрированных и отвечающих своему статусу, 31 розничный рынок, 878 предприятий общественного питания и 1038 предприятий бытового обслуживания. Оборот розничной торговли у нас ежегодно увеличивается, за январь-ноябрь 2007 года он составил 58664,3 млн. руб. Рост составил 105,5% в сопоставимых ценах. Объем товарооборота на одного иркутянина составил около 101,6 тыс. руб. Развитие отрасли характеризуют: рост доходов населения, рост оборота розничной торговли в городе, рост торговой сети города и обеспеченности населения торговыми площадями. По всем показателям мы наблюдаем устойчивую положительную динамику. В Иркутске в отрасли занято более 65 тыс. чел. При этом важно, что уровень износа основных фондов отрасли не превышает 30%, что в значительной степени сказывается на уровне инвестиционных вложений. В городе налицо стабильный рост прямых инвестиций: за 11 месяцев 2007 г. введено в эксплуатацию 17643,6 кв. м торговых площадей, организовано 514 рабочих мест. Цифра для России в целом не самая выдающаяся, но ежегодно объем вводимых в эксплуатацию площадей увеличивается. Объем инвестиций в отрасль составил около 650 млн. руб. За последние 4 года в городе введено в эксплуатацию более 160 тыс.

кв. м торговых площадей, и объем инвестиций превысил 1,85 млрд. руб. Обеспеченность торговыми площадями по городу не равномерна. Наиболее высокие показатели – в Правобережном округе города: на 1000 жителей более 1000 кв. м торговых площадей. По городу в среднем – 418,2 кв. м на 1000. Здесь нужно, наверное, учитывать особенности застройки нашего города: основная часть торговых предприятий расположена в центре, а число жителей здесь сравнительно невелико. Для сравнения: в Екатеринбурге на 1000 жителей приходится 450 кв. м торговых площадей, в Тюмени – 673, в Перми – 574, в Москве 500-450.

На территории города наблюдается укрупнение объектов торговли одновременно с сокращением ее внемагазинных форм. Альтернативой закрытию рынков и базаров служит переустройство их торговых пространств. Это позволяет хотя бы частично снять проблему низкого качества продукции, улучшить хранение товаров, повысить качество обслуживания. Стабильно развивается сеть супермаркетов и дискаунтов.

Развитие оптового звена – перспективное направление, позволяющее Иркутску стать центром формирования и распределения сибирско-азиатских товарных потоков. На базе Иркутского хладокомбината ведется строительство логистического комплекса, создающего условия для вхождения на рынок межрегиональных компаний.

Сегодня в Иркутске на рынке торговой недвижимости наблюдается появление современных форматов торговли. Значимым направлением является формирование крупного постиндустриального центра на базе агломерации городов Иркутск–Ангарск–Шелехов. Для удовлетворения агломерации достаточно высоким уровнем торговых услуг необходимо увеличить обеспеченность жителей торговыми площадями в формате гипермаркетов, торговых комплексов. Обеспеченность должна составить 500 кв. м на 1000 жителей. Для этого понадобится ввод 450–500 тыс. кв. м современных торговых площадей. Аналитики прогнозируют приход крупных торговых сетей в регион; их представители ведут активное исследование иркутского рынка. Это может привести к незначительному снижению цен на основные группы пищевых и продовольственных товаров, поскольку крупные компании имеют налаженные связи с поставщиками, большой товарооборот и могут распределять транспортную составляющую в цене товара. Кроме того, в агломерации прогнозируется развитие более удобных и прогрессивных форматов торговли (гипермаркеты, супермаркеты, моллы).

Основным фактором, который сдерживает развитие торговой недвижимости, является, в первую очередь, отсутствие свободных площадок под строительство объектов торговой недвижимости. В



центре города площадки для размещения крупных торговых комплексов практически отсутствуют. Главная проблема уже существующих центров – отсутствие парковок. А размещение торговых комплексов вне центра нередко связано с проблемой отвода земельных участков. Следующая проблема – это дефицит профессиональных кадров в сфере внедрения и управления торговой недвижимостью. Определенным препятствием является административный барьер, однако, по мнению специалистов отрасли, его отсутствие также может негативно сказаться на рынке: администрация Казани позволила, например, без ограничения строить в городе офисные и торговые центры, в результате рынок перенасытился, и часть помещений инвесторы сдать в аренду так и не смогли.

Можно сказать, что в ближайшие несколько лет иркутский рынок торговой недвижимости будет развиваться; аудитория потребителей будет увеличиваться с увеличением доходов населения. Мы также возлагаем надежду на то, что с внедрением качественно новых видов торговой недвижимости у нас и культура, и качество обслуживания изменятся в лучшую сторону.

В. Стегайло Откуда появилась статистика, что потребность составляет 500 кв. м. на 1000 чел.? При проектировании мы ориентируемся на государственный документ, которым является генеральный план и другие нормативные документы. И получается, что тенденции развития городской инфраструктуры показывают необходимость увеличения торговых площадей, а по нормативам и граддокументации закладываются по-прежнему 85-120 метров на 1000 человек?

Н. Абрамова Мы ориентируемся, прежде всего, на общероссийские, общероссийские показатели, на наиболее перспективные тенденции.

Е. Григорьева Генплан и другая граддокументация разрабатывается в соответствии с градостроительными нормами. Проблема в том, что градостроительные нормы уже не соответствуют потребностям.

В. Стегайло Тогда возникает противоречие. Мы не имеем отводов и резервных территорий, которые предусматриваются градостроительной документацией, они в ней не заложены, а логика развития говорит, что это нужно. Противоречие складывается уже на начальной стадии... Может, нужно аналитические материалы доводить до разработчиков генплана города, участвовать в городских обсуждениях?

Е. Григорьева Заказчик генплана – городская администрация. Действительно, противоречие налицо; наверное, надо делать корректировку генплана на основании дополнительного задания, чтобы руководствоваться по площадям не цифрами и СНИПами советских времен, а практическими потребностями.

В. Стегайло На последнем градсовете по центральной части Иркутска все услышали, что в центре ничего строиться не будет, там все великолепно. Мы были удивлены...

Н. Абрамова В центре обеспеченность в самом деле высокая – около 1000 кв. м на 1000 чел. Но торговые площади распределены неравномерно.

О. Иванова Краткая характеристика торговых площадей. Сегодня структура торговых площадей в Иркутске представлена в

основном цокольными и первыми этажами жилых зданий, морально устаревшими по любым строительным нормам офисными центрами, бывшими административными центрами. При таком варианте, по нашим подсчетам, получается 418 кв. м на 1000 человек. Это неплохо, но торговый центр должен отвечать уровню современного города и некоторым критериям. Это достаточно большая площадь (около 3000 кв. м), современная инженерная инфраструктура, система логистики, разграничение по направлениям, по отраслям. В Иркутске к обустроенным торговым центрам можно отнести только около 20% всего существующего сегодня объема торгово-экономических площадей, и тогда картина насыщенности торговыми и коммерческими площадями на душу населения будет уже иной, не столь радужной. Современному уровню, даже не по всем критериям, сегодня соответствуют «Фортуна-Гранд», галерея «Планетарий». Стоит отметить, что площади у них достаточно небольшие, максимум 15–20 тыс кв. м. Введенные в прошлом году торговые площади – это, по большей части, первые и цокольные этажи новостроек. Они не являются обособленными торгово-коммерческими центрами, которые отвечают ряду критериев и могут по-настоящему называться комплексами торгово-развлекательных услуг. И тогда площади введенных торговых центров окажутся гораздо меньше заявленных 17 тыс. кв. м за год.

Что касается торгово-развлекательных комплексов, на сегодняшний день в городе Иркутске таких центров в принципе нет. Ведется и строительство, и проектирование торговых центров, но они достаточно малы по площади и вряд ли смогут сильно изменить картину. Ни для кого не секрет, что центр все-таки застраивается, но здесь из-за малой площади застройки и большой этажности домов ряд критериев для торговых помещений сразу убирается: парковки, дополнительная инфраструктура. Соответственно понижается их оценка и классность, а проблема решается исключительно в расчете на местного инвестора, который будет жить на арендную плату. При современных требованиях к обеспеченности города торговыми площадями (до 1000 кв. м на 1000 человек, как в Варшаве, например) Иркутску есть куда развиваться, и потребность имеется. По своему опыту могу сказать, что мы затормаживаем вход в регион крупных игроков (сетевых магазинов, банков, коммерческих структур, торговых сетей в том числе) из-за отсутствия возможности предоставить им необходимое размещение. Ряд компаний сегодня ведут проектирование и строительство достаточно крупных торговых центров. Эксперты говорят, что это, в свою очередь, повлияет на арендную ставку в сторону ее повышения, другие же утверждают абсолютно противоположное: что арендная ставка в таких коммерческих центрах будет ниже, чем сегодня. Но даже при более высокой ставке потенциальный арендодатель сможет выбирать, в каком торговом центре, какого класса, уровня он будет работать. Можно сказать, что сегодня в Иркутске практически отсутствуют торговые площади, которые можно назвать коммерческими центрами, за исключением разве что Байкал-бизнес центра.

Г. Устинов Я хотел бы остановиться на статистике арендных ставок. У людей, непосредственно работающих с собственниками бизнеса и арендаторами, складывается некоторое ощущение дефицита:

Владимир Стегайло,
Марк Меерович,
Константин Лидин,
Роман Усатый



фактически никто из желающих открыть новый магазин не может это сделать в приемлемые сроки и в максимально отвечающем их ожиданиям формате. Наибольший дефицит торговых площадей, несмотря на уже имеющуюся высокую насыщенность, наблюдается в Кировском районе, и естественно, в самых «топовых» местах.

Нами произведена оценка рынка по критериям размещения торговых площадей в районе расположения торговых точек соотносительно их площадям, величины арендных ставок по состоянию на прошлый год. Арендные ставки, представленные нами сегодня, правильнее было бы назвать средневзвешенными, ведь в каждом районе есть свои нюансы. Интересно будет узнать о максимальных арендных ставках, которые сложились в городе Иркутске. Естественно, это самые «топовые» места: улица Урицкого и пересечение ее с улицей Карла Маркса. К сожалению, количество торговых мест там ограничено. А наши московские товарищи и приходящие с запада крупные торговые сети хотят видеть себя именно в этом месте. Почему? Потому что оно в наибольшей степени отвечает их представлениям о насыщенности пешеходного трафика, автомобильного трафика и об общем окружении. Видимо пока еще арендные ставки в этом месте отвечают их представлению о прибыльности бизнеса – 3500–4000 рублей за 1 кв. м., похоже, торговля в принципе готова «переварить» такую арендную ставку даже за площадь в 300 квадратов, а не только за минимальные торговые места. Мы не специалисты в розничной торговле и не знаем, что нужно делать, чтобы окупать такую аренду, но, тем не менее, спрос есть. Динамика роста арендных ставок такова, что в Кировском районе за прошлый год ставки изменились в среднем на 10%, а в Свердловском и Октябрьском районах – на 24–25% соответственно. В Ленинском районе количество торговых площадей невелико, но и там арендные ставки выросли примерно на 8%.

Какие выводы можно из этого сделать? Мы видим, что, учитывая высокую насыщенность торговыми площадями Кировского района и большие сложности с помещениями, собственники и арендаторы постепенно переносят свой торговый бизнес из центра в спальные районы с более благоприятным уровнем арендных ставок. Еще один из возможных вариантов развития иркутской торговли – открытие больших, новых, качественных торговых центров на территории Иркутска. Речь идет скорее даже о межгородском масштабе, в пределах будущей агломерации, о которой все так много говорят.

В. Стегайло В оценке состояния торговой недвижимости я – пессимист. Мне кажется, характер ее развития малопредсказуемый, практически неуправляемый. Торговля предлагает свой путь, общественность – свой, и не всегда они совпадают. К сожалению, инициативы со стороны властей, сообщества, граждан практически не существует. И примеров тому масса. Создается ощущение, что если частичное управление этим процессом и существует, то осуществляется отдельными, более «продвинутыми» игроками в этой сфере и представителями московских структур. И противоречие интересов торгового бизнеса и общественной пользы возникает очень часто и во многих местах. Тенденции к урегулированию я очень плохо ощущаю, хотя многие архитекторы пытаются что-то сделать (в деятельности «Фортуны», например). Отрицательных

случаев масса: «Континенталь», который был размещен в зеленой парковой зоне; торговый центр в Солнечном строится на отсыпаемой территории залива; странные сооружения, которые построены на Тракторной; непонятные объекты на улице Ширямова.

Попытки выяснить, на основе каких критериев происходит это размещение, ни к чему не приводят: непонятно, кто дает разрешения, какие коммерческие интересы продвигаются. Совершенно закрытая информация. Тенденции есть, но глобально ситуация никому не ясна, хотя и цифры приводятся, и сводки публикуются. Вторая тема – это строительство крупных торговых центров, модернизация недвижимости, поглощение крупными центрами мелкой рыночной торговли. Пока процентов на 80 торговая недвижимость – это реконструкция и приспособление имеющихся площадей. А что за этим следует, мы все прекрасно понимаем: перед нами судьба «Цезаря». То, что происходит сегодня в центре, мне не нравится: 5 лет назад был всплеск, появились перспективы продаж, всех это вдохновило. А сейчас организация торговли в реконструированных помещениях – неперспективное направление. Я хочу еще раз подчеркнуть, что по моим представлениям, качественных торговых сооружений и центров не хватает. К сожалению, в нашем сообществе нет осознанной социальной потребности, что это необходимо. Я много общался и с арендаторами, и с покупателями. Человеку нужно купить побыстрее, подешевле, все остальное его мало интересует. Очень трудно услышать мнение, что надо развивать город. Хотя мы понимаем, что придем к цивилизованному, европейскому рынку. Но иркутское сообщество к этому подходит пока медленно. Единственный пример по-прежнему – «Фортуна», где буквально арендаторов загоняют в жесткие условия функционирования. Но это все-таки силовые методы, а не поступательное закономерное развитие ситуации.

Кроме того, мне кажется, что в Иркутске совершенно безобразное качество торговых услуг, да и качество товара продолжает падать. У меня ощущение, что 3–5 лет назад было лучше. Купить качественную вещь по нормальной цене практически невозможно. Напоследок еще раз хочу сказать о противоречии торговой функции и общественной, которое почему-то образовалось у нас, тогда как весь мир эти интересы сращивает. Мне кажется, направление развития – все-таки в сращивании и объединении этих задач. Поэтому торгово-развлекательные центры, которые можно назвать общественными центрами, – вот перспективный путь развития не просто торговли, а качественной торговли с мощнейшими общественными функциями. Здесь развивается и функция торговли, и функция развлечений. Это подтверждается мировым опытом.

Мы попытались в короткий промежуток времени сделать несколько проектов, предложений по развитию некоторых территорий города. Мы презентовали их в Китае, на выставке в Каннах, в Москве. Нам показалось, что мы на верном пути, хотя не забывающих от нас проблем очень много. Хочу вернуться к проблеме неуправляемости развития торговой недвижимости, в частности строительства на территориях, не предназначенных для этого. Я несколько примеров назвал, но их гораздо больше. Результат развития такой ситуации аукнется лет через 5, когда в полной мере

Константин Лидин,
Роман Усатый,
Сергей Непомнящих



проявятся проблемы функционального зонирования городских территорий и проблема транспорта. Отдельная тема – изъятие из оборота города функции общественных, зеленых зон. Оно происходит не только при строительстве торговой недвижимости, но и при строительстве жилья. Это очень опасный путь, и что будет через несколько десятилетий, я не знаю. Мой прогноз весьма пессимистический.

Е. Григорьева В советское время генпланом предусматривалась схема размещения торговли. Сейчас диктат рынка. Следует ли прорабатывать эти вещи, обосновывая их расчетами? Не наносит ли отсутствие этой составляющей, переставшей быть обязательной по градкодексу, ущерб городу?

В. Стегайло Нельзя брать за догму решения, о которых мы сейчас говорим. Они должны корректироваться. Но нельзя их и отрицать полностью. В генеральном плане 70-х годов было много нормальных и понятных решений, которые сейчас перешли в новый генеральный план. Но изменение потребностей происходит в течение 5 лет. И корректировка генплана будет происходить, но стратегические направления должны оставаться.

К. Лидин Буквально в одной фразе промелькнули замечательные оговорки: у нас, дескать, такие противные потребители, только о том и заботятся, чтобы купить подешевле. И в этой же фразе – «как меня раздражает, что в Иркутске уже практически ничего нельзя купить приличного качества по приемлемой цене». Первую половину фразы произнес профессиональный архитектор, вторую – покупатель. Вот и противоречие. Мы не можем использовать статистику даже в самом элементарном: разобраться, хорошо у нас дело обстоит или плохо. Почему-то мы себя сравниваем с Европой, но с какой Европой? В Германии насыщенность торговыми площадями примерно 0,5 кв. м на человека, а в Лондоне – 0,7. В крупных городах США 2,4 кв. м на человека. С кем мы себя сравниваем? И есть ли какое-то обоснование для таких сравнений? Вот эта неопределенность: где мы, кто мы, куда мы движемся? Она вызывает разную мнений и отражает социальную картину огромной расщепленности. Поэтому когда мы говорим, что должна развиваться торговая недвижимость, надо спросить: а для кого предназначена эта торговая недвижимость? Пока мы на этот вопрос не ответили, непонятно, как ее развивать. Да, крупные центры очень хороши для тех, у кого есть машины. А для тех, у кого их нет – плохи. Кому надо, чтобы я за лампочкой ходил за 4 трамвайных остановки? В чьих это интересах сделано? Улица Маркса перенасыщена магазинами, причем там магазины европейского типа, когда магазин постепенно превращается в музей, и фактически там человек не просто делает покупку, он покупает музейный экспонат, уникальную вещь с легендой, с брендом; эта знаковая сторона фактически всю ее стоимость и составляет. Потребительская стоимость просто исчезает рядом с этой величиной. А в жилых спальных районах люди в основном покупают минимальные потребительские наборы, им не до брендов. И там попытки привлечь покупателя брендами выглядят совершенно неуместно. Мне кажется, что сегодняшний наш анализ совершенно не учитывает гигантской расщепленности. Уровень доходов у разных слоев населения у нас различается в 50

раз. Получается, что торговый оборот, который в сумме выглядит очень хорошо, обеспечивается 3% населения, которые покупают очень дорогие вещи. И покупают их не для того, чтобы эти вещи иметь, а потому, что это процесс шопинга, это развлечение. Для кого строятся торгово-развлекательные центры? Для тех людей, для которых покупки – это способ проводить время, способ жизни.

В. Стегайло Человек может зайти в торговый центр и не купить товар, а просто побыть в общественном пространстве. Поэтому я и говорю, что функции могут быть разделены. В одном месте торговля и развлекательная функция, и я могу привести туда ребенка и ничего не покупать, а ребенок у меня будет кататься на катке, прыгать на горках – это общественная функция, приращенная к торговле. При этом желательно, но не обязательно, чтобы я что-нибудь покупал. Но почему бы не решать задачу общественного наполнения нашей жизни за счет торговли? Общество быстрее генерирует торговлю, потом к ней примкнет общественная функция.

К. Лидин Хочу обратить ваше внимание на то, что вы говорите: «я, мы». А кто «мы»? Не существует общества как чего-то целого, оно разрознено; существует множество группировок, у каждой свои интересы и свои предпочтения. Когда мы оцениваем ситуацию, пока не скажем, в чьих интересах мы ее оцениваем, эта оценка ни на что не опирается, она висит в воздухе. Сейчас широко представлена торговля лишним: предметами роскоши, дорогой мебелью. Дешевую мебель в Иркутске уже нельзя купить, нет магазинов, которые бы торговали обычной корпусной деревянной мебелью, а ведь мы живем посреди леса. Даже спички и соль купить иногда – целая проблема. В чьих интересах эти тенденции? Понятно, что для верхушки, тонкого слоя общества самых богатых людей, которые фактически сейчас и управляют процессами. Это в их интересах происходит, это им надо. Себя я к ним причислить не могу.

М. Меерович Недавно я вернулся из Европы, о которой здесь было сказано много трогательных и приятных слов, где посещал крупные торговые центры, фотографировал и анализировал их опыт. Это очень интересный объект изучения: устроено все совсем не так, как у нас. Прежде всего, конечно, досуговая сфера – от ресторанов, кафе и детских присмотрных до отличной инженерной инфраструктуры с автостоянками. Но я хотел бы не об этом сказать, а о нас и об управлении: у нас в голове сидит еще советская гигантомания или крупномания. Мы все хотим делать так же, как сейчас подсматриваем на Западе, а на Западе подсматриваем то, что хотим там увидеть. Мы хотим там увидеть крупные торговые общественные центры, где кипит жизнь. Мы это и видим, но не видим, не замечаем, не обсуждаем и не включаем в нашу управленческую действительность видение и понимание того, что там гигантская сеть мелких частных торговых лавочек. И они формируют не только структуру жилой среды – потому что там появляется благодаря этому жилища улица, по которой можно ходить, в которой совершенно по-другому жизнь организована на уровне первых двух этажей. Появляется огромная сеть мелких точек: не надо ехать на другой конец города для того, чтобы купить какую-то

Григорий Устинов,
Анастасия Литвиненко,
Ольга Иванова,
Игорь Альтер



мелочь. И цены у них не выше, они вполне конкурентоспособны огромным корпорациям и сетевым структурам по той простой причине, что значительная сумма денег экономится на тех необходимых элементах обустройства этой торговой среды, на которых у нас она тратится. Я имею в виду приспособление неготовых помещений, выкраивание совершенно неприспособленной среды; там все это строится с самого начала. Мой пафос направлен и адресован в какой-то мере представителям администрации, потому что если бы наше управление архитектуры и градостроительства эту идеологию или эту политику осуществляло бы, тогда, наверное, даже при точечной застройке (не будем обсуждать ее положительные и отрицательные моменты, она в какой-то мере происходит) первые этажи можно было бы еще на уровне проектировочных заданий специально отводить не просто под обслуживающие точки. Ведь эти лавочки связаны с жильем: человек живет там или разворачивает в задних помещениях или в помещениях второго этажа над этими торговыми залами свою офисную часть. Очень сложна там эта мелкая структура организации торгового бизнеса, связанная с жильем, с офисом, с организацией жилой среды. Это не проблема центра, но это, прежде всего, проблема новостроек, тех спальных районов, которые у нас существуют. И если мы действительно хотим реально поднять уровень жилой среды, нам нужно ориентироваться на города с малым бюджетом, обращать внимание на спальные районы, районы новостроек, которые, возможно, у нас появятся в связи с реализацией национального проекта «Доступное и комфортное жилье». И так, на уровне заданий на проектирование надо закладывать структуру (в том числе и торговых помещений), чтобы в результате получалась жилая среда. Ведь по европейским улицам и площадям приятно ходить, они сомасштабны жизни и все сотканы из мелких обслуживающих, торговых, питейных, продуктовых и прочих заведений. Вот это приближено к человеку и ориентировано на него так же, как корпоративные структуры и крупные торговые центры. У нас этот аспект полностью выпадает из рассмотрения и профессионального, и бытового, и административно-управленческого.

И. Альтер Мне кажется, чтобы что-то получилось, нужна более четко выраженная синхронизация интересов. А у нас у застройщика (назовите его собственником) и у власти (назовите ее чиновником) интересы никогда не пересекаются, они разнокалиберны. Говорить можно много, хорошо и правильно, нужно пытаться синхронизировать интересы. Пока этого не будет, очень трудно говорить о каком-то результате, который устроил бы всех. Об этом говорил Константин Львович, о чем говорил Марк Григорьевич. А сейчас перейдем к теме тенденций развития недвижимости.

Е. Григорьева Торговый сектор стремительно развивался и в 90-е годы, когда строительная отрасль находилась в кризисном состоянии. Из-за отсутствия заказов пострадали проектировщики, был отток из профессии. Мы смотрели на Москву и ждали, когда же строительный бум начнется и у нас. Он все-таки, хоть и с опозданием, пришел. Но можем ли мы все время смотреть на Москву, когда говорим о тенденциях в сфере строительства торговых зданий? Мы видим, что Иркутск тоже прошел стадию лотка, киоска, павильона. Даже в те 90-е годы именно торговые здания развивались: если и не строились, то приспособлялись в процессе конверсии бывшие промышленные предприятия, цеха (завод тяжелого машиностроения им. Куйбышева, «Эталон»). Само явление конверсии ничего исключительного не представляет. Однако российская конверсия по сравнению с общемировой имеет свои особенности. Самое большое отличие – что она произошла практически одновременно и массово. Но Москва – мегаполис, там уже много лет назад появились новые крупные комплексы «Икеа», «Мега», «Ашан» и т. д. У нас они так и не появились, хотя по времени уже и должны были. Очевидно, что у города с населением в 600 тыс. человек, да еще и убывающего, и у города с многомиллионным населением процессы идут по-разному.

Если говорить о тенденциях, то интернет-магазин не скоро, наверное, придет на смену прилавкам. Тем более что вкус и запах еще никто не отменял. Кроме того, люди получают удовольствие от процесса покупки, многие используют шопинг как лекарство. Опыт такого мегаполиса, как Токио, показывает, что маленькие магазинчики товаров повседневного спроса не уходят, благополучно сосуществуют с суперсторами, супермаркетами. Интересно было бы обсудить, какие дополнительные функции вторгаются в современные торговые здания? В советском магазине, который проектировался по СНиПу, предусматривался кафетерий. Сейчас наблюдается трансформация, взаимопроникновение торговли и общественного питания, торговли и культуры. Искусство и рань-

ше присутствовало в торговых зданиях (вспомните знаменитый витраж Артюшкова в «Детском мире», например), а теперь, особенно за границей, это принимает совершенно другие размеры. В Иркутске упомянутая галерея «Планетарий» осуществляет функции галереи, презентации выставок. Эта задача была поставлена уже на стадии проектирования. Музыка, кстати, тоже входит как составляющий элемент.

Я бы привела еще один пример в тему тенденции – город-магазин. Это непрерывная связь, объединение маленьких и больших магазинов в единое целое. В Мельбурне на уровне второго этажа создается крытый торговый дублер главной улицы, объединяя магазины разных собственников. Этот дублер насыщен функциональным и пространственным разнообразием, там есть атриумы, галереи, подключения к кинотеатрам, ресторанам и т. д. В Иркутске торговые оси существовали всегда, они и сейчас сохраняются. Представьте, что параллельно улице Карла Маркса идет такой дублер в уровне второго этажа; из него можно зайти в кинотеатр, в Бренд-холл, дальше он переходит улицу Сухэ-Батора, идет до рынка «Сезон». Улица Карла Маркса при этом частично освободится. В принципе такие решения – сочетание общественных пространств и торговых площадей – в общих интересах. Мне кажется, это перспектива для исторического центра, которая решила бы многие проблемы, одновременно фиксируя традиционные торговые оси.

Не могу не коснуться проблемы автостоянок. То, что происходит в историческом центре Иркутска – просто катастрофа. И размещение торговой недвижимости играет в усугублении транспортной ситуации первую роль. Я бы сказала, уровень требований горожан и властей города к собственному городу достаточно низок. Технически возможно сделать подземную автостоянку даже под памятником архитектуры, и если требуется – в нескольких уровнях. Но это надо захотеть и заставить делать. Нормы по обеспечению автостоянками торговых площадей существуют, мы же не выполняем даже советских норм, когда обеспеченность автомобилями была намного ниже. Здесь роль общественности и властей очевидна: то, что происходит в центре города, говорит о том, что задача соблюдения норм просто не стоит.

Р. Усатый Я представляю москowsкую компанию, которая приобрела в собственность земельный участок и объект недвижимости по адресу Сергеева, 3, и инвестирует средства в строительство торгово-развлекательного центра. Проект финансируется московским и иностранным капиталом. Площадь торговых центров составит около 23 тыс. кв. м., с одновременным размещением элементов развлечений: многозальный кинотеатр, фуд-корты, (пункты питания). Запроектирована автостоянка примерно на 700 мест. Расположение торгового центра внушает оптимизм, для инвесторов и для застройщиков площадка интересная, срок сдачи – 2008 год. Общий объем инвестиций – порядка 32 млн. долларов. Я думаю, в рамках Круглого стола немаловажны результаты нашего общения с консультантами. Консультанты оценивают Иркутск именно как площадку для размещения торговых центров, в том числе крупных ТЦ. Иркутск как город, безусловно, привлекателен для инвесторов. Основной плюс нашего города – это платежеспособный спрос. Именно наличие людей, способных заплатить за товар, предлагаемый сетевыми, федеральными и международными компаниями, предопределяет такую активность и такой интерес инвесторов. Правильно, что Иркутск город торговый, об этом много говорят, но когда коммерция начала развиваться, пошли разговоры, что «нам не нужны заводы, а нужны торговые площади». Как результат, возникли торговые центры, изначально не предназначенные для торговли. Но раз здесь есть деньги, покупатель и готов их тратить в центрах более приспособленных под нормальную торговлю, чем мы сейчас имеем в центре города и в торговых улочках. Безусловным минусом, который отпугивает и инвесторов, и девелоперов, и собственно торговые сети – это удаленность Иркутска от местонахождения самих инвесторов. 5 тыс. км до Москвы – это пугающая цифра. Я неоднократно слышал такие оценки: «Это далеко, мы туда не поедем, мы не знаем, что там такое». Вторым отрицательным фактором является отсутствие логистики. Ближайшее логистическое плечо – Красноярск. В Иркутске нормальной логистики нет. Отсутствуют логистический склад, нормальный логистический оператор, который способен в понятной для сетевого ритейла среде разместить, обработать и реализовать продукцию. Единственный очень качественный пример логистики в Иркутске – уже упоминавшийся хладкомбинат. Это действительно нормальный логистический оператор на своем уровне, комплекс класса А, построенный раньше, чем где бы то ни было в

окружающих нас регионах. Вот очень хороший пример логистики. Отрицательные тенденции, которые очень сильны, связаны и с невнятистью градостроительства в Иркутске: непонятно, куда развивается город. Градостроительный план утвержден. Где он находится, как он реализуется, кто следит за его реализацией? Почему отводятся площадки в одном месте, а не в другом, что происходит с сетями, каким образом обеспечиваются техусловия? Техусловия – вещь очень серьезная, ведь торговые комплексы должны обеспечиваться теплом, светом, водой, канализацией, и существующие сети сделать этого зачастую не могут. Как решаются эти вопросы, застройщикам непонятно, поэтому они и обрастают, может быть, не совсем адекватными оценками специалистов. Я бы еще отнес к отрицательным факторам, вслед за инвесторами и застройщиками, запределные цены на площадки, очень большую стоимость строительства. Стоимость строительства, участок и проект в целом получаются весьма нерентабельными. В Сибирском федеральном округе это, пожалуй, максимальные цены. Тем не менее, большинство крупных игроков федерального уровня интересуются Иркутском, и я убежден, что сюда придут те сети, которые считаются основными в Москве, центральном регионе, в том числе и международные сети. Полагаю, это дело 2–3 лет. На сегодняшний день проектируются и строятся 2–3–4 торговых центра такого уровня. Из более-менее крупных по иркутским меркам торговых центров можно назвать наиболее современным, качественным центром «Фортуна-гранд» по расположению, навигации торговых площадей, качеству климатического и отопительного оборудования, наполнения центра основными торговыми марками. Для Иркутска это, пожалуй, наиболее удачный пример. Могу сказать, что Иркутск город очень интересный для инвесторов, с наличием пока еще очень высокого спроса. Но он настолько же загадочен в связи с отсутствием нормального рынка недвижимости, земельных участков, и прочих проблем, связанных с вводом в эксплуатацию серьезных торговых комплексов.

И. Альтер А как выглядит недвижимость глазами риэлтора?

А. Литвиненко В Иркутске специфика существующих торговых площадей – то, что они подверглись реконструкции, конверсии. Главный козырь этих староформатных зданий – их удачное расположение. Вполне логично, что предыдущие собственники, которые получили объекты из-за их относительной дешевизны на тот момент, стали развивать их именно так, как они развиваются сейчас. Но у собственников есть определенные цели, и на существующих реальных рынках они в большинстве случаев несут краткосрочный характер; это спекуляция на рынке недвижимости (в хорошем, экономическом смысле слова). Если же цели ставятся долгосрочные, то среди них одна из основных – получение периодического денежного потока. Бывает еще хеджирование (крытые от инфляции), возможность использования чужих денег, налоговые убежища. И только последняя разновидность, которую мы сейчас стараемся предъявлять девелоперам как основную, требуя, чтобы они для себя ее ставили – это чувство гордости собственника. Они должны думать об общественности, социальной значимости проекта. Это, конечно, наше право – продолжать и дальше требовать, чтобы создалась социальная среда, соответствующая определенному социуму, определенному слою общества. Но кто должен это осуществлять? Если мы ставим перед потенциальными девелоперами какие-то задачи, то надо понимать, почему они будут или не будут их исполнять. Послушайте, о чем говорит Роман Анатольевич как девелопер. Он говорит, что высока себестоимость участка, дорогие сети, требуется много времени, чтобы получить участки (а время – это те же деньги). По сути, он говорит о том, что приходить сюда торговым сетям невыгодно с экономической точки зрения. И речь идет вовсе не о качественных или некачественных товарах. Если оценивать с точки зрения риэлтора, я полагаю, что сейчас рынок далек от заполнения, и в ближайшие 5 лет места хватит всем. Уход с рынка «староформатных» площадей, объектов – это вопрос времени. Если к нам будут приходить инвесторы, у которых более долгосрочные цели инвестирования, если местные наши девелоперы получат опыт реконструкции существующих объектов, то не исключено, что рынок будет развиваться и дальше. Тогда на рынке будет совершенно четко намечаться две тенденции. Либо появятся качественные торговые площади, которые будут требовать продуманной концепции развития и, как следствие, дополнительных затрат, к которым инвесторы будут готовы. По меняющемуся характеру заявок на торговые площади мы сейчас чувствуем, что вероятно и развитие микрорайонных торговых комплексов (формат «магазин у дома») по причине получения периодического денежного потока. Если они не вытягивают те ставки,

которые есть в центре, потенциальные арендаторы – эти самые торговые сети – начинают присматриваться к более отдаленным помещениям, с менее низкой стоимостью вхождения, чтобы обеспечить требуемый уровень доходности. Мой прогноз таков, что иркутский рынок будет развиваться в двух разных направлениях. Но из центра, вероятнее всего, торговля будет уходить.

Р. Усатый Существуют магазины разного формата: магазин у дома осуществляет продажу недорогих повседневных товаров, на которые есть повседневный спрос; есть формат дискаунтеров (в районе Тракторной); а есть формат комплексов, торговых центров или развлекательных центров, многофункциональных центров и общественных центров. Объем торговли там большой, и крупный оператор предлагает нормальные цены для потребителей. И туда же, под крышу торговых центров, можно поместить пару-тройку общественно значимых объектов. Для торговых центров магнитом является развлекательный элемент. Они взаимодополняют друг друга, оттягивают на себя одновременно два потока.

А. Литвиненко У маленьких магазинов у дома есть и преимущества, и недостатки, это надо понимать. Преимущество в том, что они ближе к потребителю, есть возможность заполучить свою целевую аудиторию. Недостаток в том, что арендатор или собственник остается один на один со своими проблемами, он готов даже платить более дорогую арендную ставку, если управление и все связанные с управлением недвижимостью задачи будут лежать на чьих-то плечах. Для мелкого лавочника даже элементарные проблемы вроде света слишком сложны, а про климат и обеспечение достойного сервиса речь даже не заходит. То, что вы говорили в Германии, справедливо, но не забывайте, какой возраст у этого рынка, потребителя, бизнеса и торговли. И какой возраст у нашего. Ведь в советское время мы, по сути, почти все потеряли, сейчас зарабатываем все заново.

К. Лидин Я, может быть, уточню то, что произнес недостаточно внятно. Тенденции к превращению торговых магазинов в центры, центров в моллы, комплексное решение функций рассчитано на контингент, который на Западе называется «хай-миддл класс», верхний слой среднего класса или высший класс, представляющий собой в Иркутске очень тоненькую прослойку. Я хотел обратить ваше внимание, что, строя гигантские объекты в расчете на десятки тысяч посетителей в день, можно нарваться на то, что у нас просто нет десятков тысяч посетителей в день, достаточно богатых, чтобы тратить рабочее время на шопинг, чтобы жить той жизнью, на которую рассчитаны эти объекты. Закачивая в них миллиарды, мы тем самым инвестиции в развитие мелких лавочек сводим к нулю. Нет ли здесь определенной социальной неадекватности? Как бы не оказалось через пять лет, что огромные центры стоят пустые, а люди предпочитают покупать друг у друга, у соседа, и такие факты тоже есть. От многих наших крупных магазинов впечатление, что это маленькая лавочка, просто сильно увеличенная. Приемы торговли, отношение к покупателям, да и кондиционирование воздуха – они какими были, такими и остались. Тогда зачем мне большой магазин, если у него никаких преимуществ перед маленьким?

О. Иванова Сегодня цены в Иркутске безумно высоки. В Красноярске, например, цена средней покупки составляет 300–400 руб. Там торговые площади по преимуществу имеют формат качественных гипермаркетов, и торговля организована соответствующим образом. Она позволяет существенно сэкономить время. Для людей, которые не имеют достаточной финансовой независимости, чтобы покупать брендовые вещи по запределным розничным ценам, организована торговля вполне качественной и недорогой отечественной продукцией. В Иркутске и арендная плата чрезмерно высока, и расходы велики. Отсюда и идет сумасшедшая наценка. А торговые центры обеспечивают больший товарооборот и позволяют снизить розничную цену. Что касается развлечений, Иркутск больше похож на деревню: кроме кинотеатров и ночных клубов пойти некуда, это приедается, и поэтому хорошо развивается общепит. Компании, которые строят торговый центр, явно располагают статистикой, какой объем товаропотока может «переварить» Иркутск, какого количества покупателей можно здесь ожидать, какой объем средней покупки может обеспечить средний статистический иркутский посетитель этого торгового центра. Покупательская культура в городах России уже такова, что люди приезжают сюда со всей семьей и тратят весь день на то, чтобы провести его в кофейне с семьей, в кинотеатре с семьей, покататься на коньках. И при этом еще купить любимому ребенку игрушку, какие-то вещи. Плюс к тому не надо тратить дополнительное время на перемещение между тремя точками: магазином, рестораном и

местом развлечений. По моим же впечатлениям, мы не имеем возможности разумно потратить деньги. У меня есть возможность тратить определенное количество денег на шопинг и на развлечения, но в Иркутске сегодня это сделать нигде.

Р. Усатый Обратите внимание, что совсем не обязательно товары, которые продаются в больших торговых центрах, должны быть дорогими. Супермаркет, мегамаркет, где продают все, выигрывает за счет укрупнения торговых площадей, за счет снижения арендных ставок, которые очень малы по сравнению с торговой площадью, о которой говорили мои коллеги. Грамотная логистика, внятное управление в торговом центре тоже снижают цену. И кроме того, нормальный торговый центр не всегда расположен в месте, куда можно доехать только на машине. Как правило, туда можно доехать и на общественном транспорте. К нашему центру ходит весь транспорт, поэтому это торговый центр для всех групп населения – и для хай-миддл-класс, и для людей с меньшим достатком. Это уже общественный центр. Объективный факт, что такие центры перетягивают покупателей из более дорогих и менее приспособленных к торговле мест, это объективный факт.

К. Лидин В Иркутске этого не происходит, прецедентов нет. На улице Маркса в роскошном бутике вы покупаете тот же самый китайский самодел, который на Шанхайке в пять раз дешевле. У нас презрительное отношение к покупателю формирует такую манеру работы, что покупатель все равно ничего не понимает. У нас множество рестораничек, и во всех плохой уровень обслуживания. И так у нас уже лет восемь.

А. Литвиненко Я хотела сказать, что покупательское поведение – это вопрос психологии. Мне долго пришлось убеждать свою маму, что в крупных красивых торговых центрах нормальные цены. Супермаркеты типа «Бонус», «Окей» – пусть даже они нас не устраивают – это этап развития рынка, определенная высота для города. А у нас уже есть установка, что это не для меня, там все очень дорого, мне там делать нечего. Жаль, что нет сегодня Нины Александровны; она бы сказала, что иногда приходится насильно внедрять культуру. А что делать, если в менталитете иркутян такая консервативность? Это, безусловно, сказывается и на развитии рынка торговых площадей тоже. Мы очень консервативны, но это не значит, что мы какие-то особенные, особая экономическая зона.

С. Непомнящих Я хотел бы сказать, как, по мнению нашей компании, должно выглядеть сегодня идеальное торговое помещение в Иркутске. Нам видятся четыре основных категории. Первая – это относительно небольшое помещение с торговым залом 40–50 кв. м и порядка 10 кв. м подсобных помещений с отдельным входом. Вторая – более крупное помещение с торговым залом в 100–120 кв. м, подсобным помещением порядка 15–20 кв. м, отдельный вход, наличие одной-двух витрин. Третий уровень – это торговый зал 200–220 кв. м, подсобное помещение порядка 25–30 кв. м, также отдельный вход, 3–4 витрины. Последняя – это торговая площадь порядка 500–600 кв. м, наличие подсобных помещений 50–60 кв. м. Не обязательно отдельный вход, возможно, они размещены в каком-то большом торговом центре. Вот четыре типа помещений, которые сегодня, на наш взгляд, в Иркутске являются самыми востребованными.

А. Литвиненко Эти четыре типа помещений и у нас самые желанные для продажи.

И. Альтер Мы незаметно подошли к теме «Лучший магазин». Сейчас другие критерии лучшего магазина, чем были в 80-е и 90-е годы.

В. Низовцев Единых предпочтений нет, у разных групп населения представления совершенно разные. У специалистов-риэлторов одни представления, у покупателя – совершенно другие. У пенсионеров и людей с небольшим доходом – это магазин шаговой доступности, социально низкие цены, качественный товар. Для каких-то других групп населения все совершенно по-другому. Но мне кажется, что в одном все сходится: товары должны быть качественными. Государство с 2003 года полностью ушло от контроля качества, качество теперь регулируется рынком, т.е. спросом, предложением, конкуренцией. По логике, каждый потребитель рублем голосует именно за качественный товар и за процветание бизнеса, где качественный товар реализуется. И наоборот, когда он не платит деньги, он способствует разрушению бизнеса. Но у нас, к сожалению, грамотных потребителей недостаточно; все смотрят только на цену.

В свое время мы проводили конкурс «Лучший магазин» среди разных по специализации магазинов. Критерии у нас были достаточно простые, прагматичные: соответствие требованию законо-

дательства защите прав потребителя; наличие надлежащей, т.е. достоверной, полной, предоставленной в наглядно-доступной форме информации о товаре, о продавце, о сопутствующих услугах; соответствие договора купли-продажи требованию законодательства с тем, чтобы не было каких-то ущемлений прав потребителя; состояние торгового зала, витрин, выкладка товаров. Особое значение придавалось тому, чтобы на магазин не было обоснованных жалоб. Исходя из этих принципов, мы и избирали лучшие магазины. У нас работало профессиональное жюри и параллельно давали оценку сами потребители. Мнения здесь расходились: тот магазин, павильон, который мы не оценили в качестве лучшего, жители близлежащих домов оценивали очень высоко. Такие примеры были.

Отдельно отмечу, что качественный товар купить в Иркутске действительно сложно, даже прозвучало – невозможно. За последние 5–6 лет серьезных сдвигов в качестве товаров мы не наблюдаем: рост обращений в отдел защиты прав потребителей идет постоянно. В течение всех этих лет частота обращений увеличивается в среднем на 10–15% в год. Связано это не только с тем, что ухудшается качество товаров. По моим субъективным оценкам, оно примерно на одном уровне. Связано это с тем, что, во-первых, благодаря доступности товаров, схемам кредитования совершается больше покупок. Но и просвещенность, активность потребителя растет. Тут средства массовой информации помогают людям. С другой стороны, товары постоянно усложняются, особенно бытовая техника. А мы знаем, что чем сложнее товар, тем вероятнее его поломка. То, что люди идут к нам, – тоже проявление какой-то тенденции. Но это даже и не столь важно; невозможно сделать все товары исключительно качественными. Важно, каково отношение продавца к потребителю, который приобрел этот товар. Здесь у нас не все обстоит благополучно. По логике, обмен должен совершаться быстро: пришел, обменял, и все. Но часто возникают проблемы, требующие привлечения экспертов, Роспотребнадзора, местной власти. И сама необходимость привлекать дополнительные инстанции – показатель неблагополучия. В начале 90-х годов законно обоснованные требования потребителя удовлетворялись сразу, никакие проблем не было. Сейчас ситуация диаметрально противоположная: благодаря крупным сетям, крупным компаниям потребителю противостоят маститые, очень грамотные юристы, которые любой ценой пытаются отбиться даже от законных обоснованных требований потребителя. Эта тенденция совершенно четкая.

Е. Григорьева Очень интересные цифры прозвучали от «ВСП-недвижимость»! Мы уже было подумали, что магазинам витрины не нужны, все чаще в архитектурных изданиях новые магазины, особенно крупные, называют «ящиками», «сундуками», «коробками», они так и выглядят. При реконструкции магазинов стеклянные стены, стеклянные витрины просто застраиваются или заставляются оборудованием, становятся не нужными. А у вас есть статистика, сколько витрин нужно для какого магазина. Это может быть очень интересно для тех, кто проектирует, особенно если речь идет о встроенных магазинах. Часто застройщик не способен сформулировать, что ему нужно. Мы в своей внутренней дискуссии сделали вывод, что наличие витрин – это признак центральности, столичности.

Когда шел разговор о конкурсе «Лучший магазин», мы предположили, что одним из критериев все-таки будет не просто состояние торгового зала, а качество интерьера. Но, возможно, вы и правы, и именно через цифры оборота, поступивших «жалоб и предложений» транслируется, преломляется оценка популярности этого магазина. И по умолчанию в эти позиции входит и качество интерьера, и атмосфера, и удобство расположения.

Но я поняла одну серьезную проблему: расхождение норм, которыми руководствуются авторы генплана и проекта планировки (а они обязаны руководствоваться СНиПами и государственными нормами), с тенденциями, пусть даже и общероссийскими, на которые ориентируется ваша структура. Надо думать, как действовать дальше, чтобы генпланы, планы и проекты планировки были тем, чем они и должны быть в отношении торговли. Ваша статистика должна иметь практический выход.

К. Лидин Лучший – это магазин, который вызывает у меня ощущение доверия. Собственно говоря, вопрос как раз в том, что у разных людей разные образы вызывают доверительные отклики. Соответственно, и магазины должны быть разные, рассчитанные на разный тип восприятия. Если представлять себе такой идеальный магазин, которого в природе быть не может, то у него с одной стороны вход в супермаркет на 30000 кв. м, а за угол зайдешь – в том же магазине вход маленький, знакомый продавец, с ним здоро-

ваешься, он здесь же живет, квартира этажом выше. Представить такой магазин можно, но можно ли его построить?

Р. Усатый Идеальный магазин – интересная тема. Но на сегодняшний день (я про крупные центры города) идеальный магазин тот, который наиболее полно учел желания своих будущих покупателей еще на стадии проектирования и строительства. Чем подробнее, полнее разработаны концепции магазина, чем более пристально исследовалась зона охвата, приспособленность населения под окружающие транспортные потоки, тем больше возникнет доверия у потребителей. И тогда взаимное доверие между продавцом и покупателем приведет к хорошей работе магазина, оборотам, низким ценам, другим социально-значимым явлениям. Вот об этом речь. Чем более подробно сделать анализ и больше денег вложить в исследования и разработку концепции, тем ближе магазин будет к идеальному. Так нам вот кажется. Серьезная разработка концепции – это залог успеха магазина, в первую очередь – крупного магазина, но, естественно, и маленького тоже; просто объем исследования меньше. В Иркутске таких исследовательских групп мало, мы пользовались услугами интеррегиональных и международных команд, имеющих опыт и получивших уже высокую оценку инвесторов.

М. Меерович Это еще один аспект темы – прогнозные исследования. По большому счету, надо организовывать сложные взаимоотношения между разработчиками, владеющими методикой и технологиями, и теми людьми, которые на местах готовы видеть и чувствовать ситуацию, рефлексировав ее специфику. Только на стыковке может получиться значимый, адекватный результат.

О. Иванова Мне не совсем понятно, почему архитекторы и проектировщики думают над форматом идеального магазина. Это как если бы маркетологи начали вести строительные работы. Маркетологи проводят исследования, они знают, что в данном месте при данных условиях, спросе, платежеспособности населения в этом микрорайоне с таким-то человекопотоком будет идеальным магазином. В соответствии с этим техзаданием проектировщики, конструкторы и т.д. обеспечивают сам проект, который оптимально может соответствовать этим условиям. Я согласна, что в Иркутске неблагодарно с маркетинговыми компаниями, которые проводят действительно серьезные исследования. Зато существует огромное количество штампов, когда все написано про Иркутск, включая его историю 70-летней давности, кроме действительно четких рекомендаций, что в этом месте может быть пригодно.

А. Литвиненко В рамках ярмарки недвижимости реализуется активная деловая программа. Хотя и нечасто, раз в год, но мы собираемся, обсуждаем проблемы с разных сторон. Это уже говорит о том, что лед тронулся. Думаю, каждый из участников немножко подкорректирует свою точку зрения, не оставит без внимания услышанное.

Е. Григорьева Профессия архитектора потому и существует, что в каждом конкретном месте мы делаем здание, соответствующее именно этому месту. Но для школ, детских садов, магазинов существовала и будет существовать типология, пусть даже она и меняется со временем. У нас другая специфика, чем на Западе, это признано специалистами. Несколько лет назад в «Проекте Россия» обсуждалась эта тема, и говорилось, что мы на пороге новой типологии торговых зданий, нам надо пытаться ее сформулировать.

Риэлторы гораздо в меньшей степени, чем архитекторов, беспокоит отсутствие парковок. Покупатель готов купить дом без парковок, и кажется, что все и так нормально. Архитекторы бьют тревогу, потому что проектируют не только магазины, но и город в целом. И констатируют, что качество среды падает именно из-за того, что под давлением заказчика в очередной раз не предусмотрены автостоянку.

М. Меерович В наших подходах многое определено родом профессиональных занятий: психологи будут рассказывать, как народ покупает спички, риэлторы будут стараться иметь дело с большими деньгами, а архитекторы – строить шедевр за счет заказчика. Один из основных вопросов, который поставил ведущий нашего стола – что действительно делать? И я думаю, что просто посидеть в приятной компании и послушать – это не тот организационно-управленческий шаг, который реально может сдвинуть ситуацию. Я тоже считаю, что политика, осуществляемая администрацией того или иного населенного пункта или региона, в значительной степени может способствовать или противодействовать осуществлению тех или иных тенденций. Если бы, например, организаторами следующего Круглого стола выступили профильные отделы городской администрации, которые после его работы делали бы конкурсную

разработку научного обеспечения (системы размещения и типологии торговых объектов в городе Иркутске, например), а потом по своим должностным обязанностям влияли бы на формирование точки зрения главы администрации и политику, которую осуществляет администрация города или области в отношении тех или иных аспектов, то, может быть, в результате и произошла бы общая сдвигка ситуации. Сейчас мы можем впитывать интересные сообщения, знакомиться, потом можем создавать временные коллективы для реализации конкретного проекта и улучшать его качество, но это все равно частное. А на уровне управления и политики необходимы совершенно другие, структурного типа, изменения. Хорошо, что на этом Круглом столе присутствует руководство двух отделов; если через эти контакты мы сможем наладить другую систему принятия решений на уровне администрации, более аргументированную, более взвешенную, более дифференцированную, учитывающую разных потребителей, разные ситуации, разную возникающую типологию, тогда мы будем в результате получать адекватные проектные решения. Только в результате совместной работы, которую может и должна осуществлять администрация города и области, мы сможем совместными усилиями сдвинуть ситуацию. Я обращаю внимание на то, что уже на уровне допроектных решений по отводу территории, по структуре принятия решений мы сталкиваемся либо с взаимодействием и ускорением процесса, либо с противодействием; инициатива должна исходить и от администрации тоже.

Е. Григорьева То, что инициатива исходит от риэлторов, архитекторов, девелоперов – это нормально, естественно, ведь торговля уже не государственное дело. А администрация должна контролировать город, блюсти интересы горожан...

М. Меерович Никто, кроме администрации, не сможет регулировать денежные, финансовые потоки; это и должно быть ее деятельностью. Если этого не будет, то инициатива снизу тоже не пойдет, и все время мы будем наталкиваться на то же, что и сейчас.

Н. Абрамова Наверное, пригласили-то сюда не тех представителей администрации: мы – комитет, который регулирует отношения на потребительском рынке. Мы, как правило, не участвуем в процессе проектирования объектов торговой недвижимости, согласования на отведение земельных участков под строительство объектов недвижимости. Там есть определенный порядок, и к этому порядку мы не имеем прямого отношения. Те проблемы, которые мы сегодня обсуждали, решаются на другом уровне. Они решаются комитетом по городскому обустройству, в частности, управлением по архитектуре и градостроительству. Я и хотела сказать, что у администрации города есть реальная возможность собираться с представителями, с людьми, которые реально могут оказывать влияние на решение затронутых проблем, причем делать это регулярно. Пока мы лишь констатируем уже сложившееся положение дел.

А. Литвиненко Союз риэлторов в свое время проявил инициативу по проведению ярмарок недвижимости, администрация города нас поддержала. И под эгидой городской администрации комитета по потребительскому рынку получилось такое замечательное, благое для рынка дело; прошла уже шестая ярмарка недвижимости. Мы обсуждаем в том числе и непрозрачные процедуры, и очень многие вещи, мы привлекаем журналистов, средства массовой информации, таким образом обращаем внимание общественности на этот вопрос, и власть вынуждена реагировать на наши инициативы. Мы можем что-то реально сделать.

К. Лидин Сейчас Иркутск как город находится в так называемой точке бифуркации: есть несколько вариантов развития, и они примерно равновероятны. Чтобы повернуть на тот или иной путь, достаточно минимального воздействия, которое определит направление развития. И администрация, и торговля говорят, что они ничего не решают. По видимости, никто ничего не решает – а что-то решается все равно. Мне кажется, что купечество наше еще не понимает, что превратилось в господствующий класс рыночной экономики, и все еще строит кратковременные планы: нам бы год прожить, а там посмотрим. И пока мы перекладываем друг на друга ответственность, развитие довольно хаотично осуществляется само собой. Эта хаотичность отпугивает отсюда и деньги, и цивилизацию. Итогом сегодняшнего разговора должно быть понимание, что нам нужно заявлять о себе в конструктивной форме.

Е. Григорьева Не только от качества управления городом, но и от уровня работы девелоперов, архитекторов, градостроителей, маркетологов и риэлторов зависит то, насколько органично будет сочетание торговли и остальных жизненно важных систем города, зависит качество жизни.

Потребительский бум и Shopping Malls в городах России

текст
Ольга Вендина

Понятие «shopping» в русском языке имеет довольно бледный эквивалент, лишенный острого чувственного наполнения, связанного с соблазном покупки, азартом, опустошающим времяпрепровождением, приносящим одновременно удовольствие и усталость. Это не значит, что шопинг по-русски лишен этих эмоций, как раз напротив, страну захлестывает покупательский ажиотаж, сжигающий заработанные рубли в костре потребления и компенсирующий потребительский голод советского человека. Русский язык просто не успевает за повседневной практикой, заимствуя для ее описания иностранные слова, так же как и сама повседневность заимствует апробированные западные образцы поведения и стили жизни.

Согласно данным Росстата, на текущее потребление в 2006 году уходило 78% доходов россиян. В структуре расходов товарное потребление составляло 61,5%, обязательные платежи (ЖКХ, кредиты, взносы) – 12,8%, транспортные расходы – 11,2%, отдых и развлечения – 9,3%, медицинские услуги – 2,3% и образование – 1,7%. Такой расклад по-прежнему заметно отличается от европейского, где на текущее потребление уходит менее половины доходов домохозяйств, доля товарного потребления не превышает 30%, обязательные платежи находятся на уровне 25-28%, транспортные расходы – 12-14%, траты на отдых и развлечения – 10%, расходы на собственное здоровье колеблются на уровне 3-5% и на образование – 3-4%. Это означает не только меньшую толщину кошелька россиянина, легко опустошаемого шопингом, но и сохранение советской системы приоритетов, когда забота о ЖКХ, здравоохранении и образовании легала на плечах государства.

Позволю себе сделать еще одну статистическую ссылку. Вклад конечного потребления домохозяйств в ВВП развитых стран находится на уровне 60-80% в зависимости от того, насколько либеральной или социально-ориентированной является их экономика. Например, в Швеции или Дании он ниже, поскольку весомая доля услуг предоставляется «бесплатно», за счет собираемых налогов. В России тот же показатель в течение последних пяти лет находится на уровне 48%. Если сопоставить структуру расходов россиян и вклад конечного потребления в ВВП России, то станет понятно, что экономическая ставка на шопинг является наиболее простым и эффективным способом обеспечить рост налоговых поступлений и сделать структуру ВВП страны более «прогрессивной» и менее зависимой от экспорта энергоресурсов. В этом вопросе интересы государства и бизнеса совпадают. Шопинг становится «локомотивом» развития, несмотря на сохраняющийся уровень бедности населения, отставание роста доходов россиян от роста ВВП и территориальные диспропорции.

Какие последствия это влечет за собой для крупнейших городов России, что они выигрывают и что проигрывают в результате наступления эры шопинга?

Город – порождение рынка и завоевание шопинга

Не буду останавливаться на длительной истории отношений города и рынка, перейду сразу к последней стадии – появлению шопинг-моллов. Идея шопинг-мола принадлежит Виктору Груену, эмигрировавшему из Австрии в Соединенные Штаты в 1938 году после аншлюса. Американские города показали ему недостаточно городскими, захотелось их «улучшить» и европеизировать, поэтому он предложил создать искусственную городскую среду, которая была бы привлекательна для бизнеса и для потребителей, защищена от шума и давки, а также автомобильного движения, заповеднившего городские площади и улицы. Новое квази-городское пространство открывало иные возможности общения людей, разединенных городской суетой. По сути, идея Груена продолжала серию утопий XIX века, видевших возможность решения социальных проблем архитектурными и градостроительными средствами. Шопинг-мол представлял собой торговую площадку несуществующего города-сада со всеми ее неизменными атрибутами.

Первый мол был построен в 1956 году и имел феноменальный успех, созданная искусственная среда, по словам современников, гораздо более напоминала центр города, чем его реальный прототип (Economist, 2007). В Европе шопинг-молы появились в конце 70-х, где они были восприняты как оригинальный американский продукт. Глобальное распространение молы получили только в конце XX века вместе с ростом покупательной способности жителей крупнейших городов во всех регионах мира. Их популярность была обусловлена развитием субурбанизации и автомобилизации, миграцией платежеспособного среднего класса в пригородные зоны и его спросом на товары привычного потребления, которые трудно было найти на окраинах. Хотя создатель концепции шопинг-мола не верил в то, что его творение может подвинуть бизнес уйти из городского центра на окраины, молы довольно быстро стали важным фактором, меняющим пространственную организацию городов. Они начали притягивать к себе офисные центры, гостиницы, деловые и бытовые услуги, конкурируя с городским ядром и существенно влияя на его функциональное наполнение и притягательность.

Вместе с ростом популярности росла и конкуренция между шопинг-молами, порождая все новые формы их организации. Сегодня на смену традиционным торговым ангарам пришли молы «под открытым небом» (lifestyle centers), имитирующие жизнь в «старом» городе с его малозаточной застройкой, улицами, площадями и скверами, отдельными торговыми центрами, местами развлечений и даже трамваем, звонки которого создают иллюзию уютного городского шума. Из утилитарных торговых предприятий шопинг-молы превратились в эмблему современной городской культуры, более того, они стали рассматриваться как антитеза города, параллельный универсум, позволяющий выхолостить гражданское содержание городской жизни. Как пишет Гервин Золен, «в шопинг-молах городская жизнь сводится к марionетному танцу потребителей. Обесиленный город возвращается нам как театральная декорация под крышей из стекла, стали и фантастически тягучего полиэтилена, отделенная от улицы завесой теплого кондиционированного воздуха, пространство, защищенное от ветра, дождя, снега, грязи и окружающих проблем» (Zohlen, 1999:117).

Появление шопинг-моллов в западных городах означало не просто изменение модели повседневного поведения, а трансформацию сознания в соответствии с ценностными ориентирами общества потребления. Еще в конце 1960-х годов Жан Бодрийяр настойчиво подчеркивал необходимость различать общество всеобщего изобилия и общество потребления. В первом случае речь идет о товарном разнообразии, во втором – о потреблении как главной составляющей общественной жизни, когда вещи имеют не столько функциональную, сколько символическую ценность, превращаясь в культурные знаки, обмен которыми происходит непрерывно и бесконечно (Бодрийяр, 1995). Спустя 40 лет о том же напишет Рэм Кулхаас, с грустью заметивший, что «вполне возможно, что шопинг является последней остающейся нам формой социальной активности». Сегодня шопинг пронизывает все сферы городской жизни, он колонизировал не только городские центры, улицы и пригороды, но и аэропорты, вокзалы, метро, школы, больницы, Интернет. Любое публичное пространство формируется под влиянием механизмов шопинга, без него уже практически невозможно ощутить свою сопричастность к городской жизни, поскольку не только шопинг проник повсюду, но и все переплавилось в шопинг (Chung и др., 2002).

В российской реальности мы только открываем для себя шопинг, воспринимая его как одно из благ цивилизации. В нашем контексте шопинг-молы не связаны ни с субурбанизацией, ни с автомобилизацией, это значит, что они являются не столько результатом, сколько движущей силой трансформационных процессов. Под их влиянием пространственная организация крупнейших российских городов будет меняться,

1. Непонятно даже, как писать shopping и mall по-русски. Если принять за верный вариант написания прямую транслитерацию, то нужно удваивать «п» и «л», если же использовать фонетический принцип – писать, как слышится, то этого делать не надо. Мы же не удваиваем «ф» в слове «офис» и пишем «мол», а не «мэл». Второй вариант мне как-то милее.

приходя в соответствие с маркетинговыми стратегиями крупнейших компаний. Новые формы неизбежно будут рождать и новое содержание городской жизни. Пока мы слабо понимаем – какое.

Российская культура потребления, или
Во власти иррационального

Мой французский коллега, проживший более года в Москве и каждое утро встречавший одного и того же попрошайку на углу своего дома, как-то заметил: «Уверен, если я ему дам тысячу долларов, то завтра все равно его увижу, но только в дорогой шубе». И он был не далек от истины. Согласно социологическим опросам, каждый второй россиянин, будь у него большие деньги, в первую очередь накупил бы одежды, и лишь каждый шестой задумался бы об образовании (Горшков и др. 2005).

Современная российская культура потребления несет на себе отчетливый отпечаток прежнего, советского образа жизни, причем как в форме настойчивого следования прежним стандартам, так и в форме их радикально-демонстративного отрицания. При этом в самой идеологии советского образа жизни не было ничего догматического или коммунистически одиозного, способного породить социальную аллергию. В 1975 году в социологических исследованиях было написано: «Подъем жизненного уровня при социализме не должен вести к необузданным материальным притязаниям, подавляющим духовные и нравственные начала в человеке, ведущим к атрофии социально-полезной активности. ...Пути удовлетворения и формирования потребностей в условиях социалистического общества неотделимы от действенной борьбы с потребительской ориентацией, накопительством и культом вещей» (Роговин, 1975:83).

Это вполне взвешенная позиция, хотя и окрашенная в тона советской риторики, отражает не столько призывы к коммунистической аскезе, сколько понимание опасностей консюмеризма. Наугад вырванный из сегодняшнего Интернета текст, касающийся роста потребления в России, трактует проблему аналогичным образом: «Попытки жить «лучше Запада» в материальном плане бессмысленны и являются дорогой в тупик. Жажда потребления не может быть насыщена путём потребления, ставка должна быть сделана на «гармоничное общество» с правильным удовлетворением как материальных, так и психических потребностей» (Краснов, 2003).

Несмотря на распространенность данной точки зрения, она не реализовалась на практике ни раньше, ни сейчас. Призывы к рационализации потребления в советское время звучали в обстановке далекой от излишеств, характеризующейся нехваткой самого необходимого. Примитивная структура товаров и их острый дефицит обесценили критику консюмеризма и способствовали формированию столь порицаемого «культа вещей». Идеальная модель потребления, сложившаяся в массовом сознании, свелась к формуле «иметь возможность купить все, что хочется», независимо от необходимости покупки и размера финансового урона для собственного бюджета.

Это не значит, что все российское население одержимо шопингом. Систематические маркетинговые исследования российского рынка, проводимые КОМКОН, показывают, что в структуре населения устойчиво выделяется несколько групп. Традиционалисты, приверженцы советского стиля покупок, предпочитают привычные марки и товары (18%) и практически не посещают новые магазины. Чаще всего, это люди старших возрастов с доходами ниже среднего. Не так далеко ушли от них и вполне обеспеченные консервативные категории россиян, реализовавших свои жизненные потребности (квартира, машина, ковер, телевизор) и остающихся в нише добротных товаров и известных еще с советских времен западных брендов с солидной репутацией (13%). Есть и вовсе равнодушные к шопингу покупатели (15%), которые приходят за покупками со списком необходимого и ориентируются на цены. Порядка 11% экономят на всем, предьявляя спрос на самые дешевые категории товаров, покупая почти исключительно на рынках. Еще 15% живут «не по средствам», влезая в долги ради обладания дорогими вещами, позволяющими им казаться более обеспеченными. Шопоголики, неспособные удержаться от покупок, составляют 18%, как сказала одна из участниц фокус-группы: «Мне не важно, что покупать – дорогое или дешевое, длинное или короткое, специи или украшения, нужное или

ненужное. Ненужное, конечно, зачастую оказывается нужнее нужного». Наконец, на долю тех, кто гонится за модой и соблазняется новинками, приходится 10%.

Таким образом, чувствительным к шопинговым ухищрениям является чуть менее половины взрослого населения России. Это число значительно сокращается, если учесть территориальную и возрастную неравномерность распределения доходов. Понятно, что о шопинг-молах даже не слышали в российской глубинке, их развитие связано прежде всего с городами-миллионерами, региональными центрами, портовыми и курортными городами. Москва – главный фокус потребления, на ее долю приходится 32% розничного товарооборота страны, откуда товарные реки растекаются во всех направлениях. Затем следуют региональные потребительские рынки: Санкт-Петербург – вторая столица России; созвездие курортных и портовых городов Краснодарского края (Краснодар, Сочи, Новороссийск); Екатеринбург, обслуживающий Урал и нефтяные регионы Западной Сибири; Самара, Нижний Новгород, Казань, Ростов-на-Дону – главный город Юга России, Иркутск, оптовая база торговли с Китаем, и Красноярск.

На покупательский спрос сильно влияет и разница в доходах населения. Средние доходы жителей Москвы в полтора раза выше, чем жителей Петербурга, и более чем в три раза средних доходов по стране. Больше всего зарабатывают российские граждане в возрасте 30–35 лет, а это малочисленная когорта населения, всего 8%. Тем не менее, экономическое благополучие последних лет, базирующееся на нефтяных прибылях, привело к общему росту доходов и покупательной способности. После многих лет материальных трудностей растущие доходы заставляют людей тратить с особым увлечением.

Однако линейной связи между размером доходов и характером расходов россиян нет. Покупательная способность парадоксальным образом выше платежеспособности населения, рост расходов ежегодно опережает рост доходов на 4–5%. «Вкус роскоши» доминирует над «вкусом необходимости», если следовать терминологии Пьера Бурдьё. Можно без преувеличения сказать, что статусные марки одежды, такие, как Gucci, Versaci, Kenzo или Hugo Boss, стали «народными» брендами, а Mercedes и BMW – «мерин» и «бумер» – излюбленными «народными» автомобилями. Показательные результаты международного сравнительного исследования предновогодних потребительских настроений, проведенного в октябре-ноябре 2007 года, согласно которому европейцы заметно урезали свои подарочные бюджеты в связи с ростом цен на продукты питания, электроэнергию и топливо, а россияне, которых также затронуло подорожание, не видели причин сокращать расходы (Коммерсантъ, 2007). Иррациональные мотивы потребления, гипертрофированное значение эмоций, которые человек испытывает, совершая покупки, вышли на первый план, что и отличает российскую культуру потребления, создающую благодатную почву для развития шопинга.

Приручение потребителей и руководителей

Дорогу к современному российскому шопинговому буму проложили супермаркеты и сетевые магазины известных торговых марок одежды, обуви, косметики, электроники, автомобилей и т.д. Пионерами были супермаркеты. Первоначально они воспринимались как музеи потребления и наглядное свидетельство имущественного расслоения: покупка еды или других товаров в супермаркете была демонстрацией высоких доходов. Потребовалось примерно семь лет, чтобы население страны освоило супермаркеты и перестало «пугаться» изобилия. Западный стиль покупок товаров повседневного спроса стал частью и российской повседневности, утратив свой элитарный лоск.

В конце 90-х годов на московский рынок вышли крупные торговые сети, 2000 год дал старт их экспансии в другие регионы России. Роль сетевых магазинов была несколько иной, чем супермаркетов. Они не только знакомили потребителя с новыми товарами и новым стилем покупок, но и «укореняли» западные стандарты потребления, становясь неотъемлемой чертой российского пейзажа и символом успешности территории. Появление узнаваемых сетевых брендов свидетельствовало о начавшемся процессе экономической модернизации и росте благосостояния населения. Кроме того, они дезориентировали психологическое состояние потребителя, дезориентированного крушением советского строя, исчезнове-

нием привычных магазинов и привычного набора вещей. Сети закрепляли уроки потребления, пройденные в супермаркетах, и облегчали выбор покупателю, гарантируя определенный набор товаров в определенном месте. Позитивное влияние бренда на поведение покупателя привело к чрезвычайно быстрому и широкому распространению франчайзинга.

Первая попытка соединения торговых и развлекательных функций была сделана в Москве в 1997 году, когда почти одновременно открылся торговый центр «Охотный ряд» на Манежной площади у стен Московского Кремля и торговый комплекс «Рамстор». В «Охотном ряду», отстроенном с претензией на роскошь, примерно треть площадей была отдана под кафе и рестораны, рассчитанные на разную толщину кошельков. В «Рамсторе», кроме масштабного супермаркета, сетевых магазинов и фудкорта, был открыт современный кино-плекс. Успех этих проектов был феноменальным. Несмотря на высокие цены, их посещаемость превышала самые оптимистические прогнозы, явственно обнаружив огромный спрос на доступную инфраструктуру общения и ее острую нехватку.

Финансовый кризис августа 1998 года заморозил процесс «размножения» торгово-развлекательных комплексов, но сама идея совмещения потребления и развлечений, позволяющая привлекать массового потребителя и удерживать его вблизи разнообразных соблазнов, стимулируя желания и импульсивные покупки, стала магистральной дорогой развития российского шопинга.

В 2002 году IKEA выступила с проектом первого в России Мега-мола, предложив идею шопинга как образа жизни и выбрав семью в качестве целевой группы. Главной «приманкой» нового торгового центра стал общедоступный бесплатный круглогодичный каток. От катка, как от «центральной площади», лучами разошлись торговые «улицы», адресованные разным группам покупателей или специализирующиеся на определенном виде товаров. Охрана, неизменная составляющая всех крупных торговых комплексов, прошла тренинг на «дружелюбность», выполняя в Меге функцию помощников-распорядителей. Удаленность Меги и неважная транспортная доступность вынудили организовать бесплатный «подвоз» клиентов от ближайших станций метро, а долгая московская зима – бесплатный гардероб, где можно оставить верхнюю одежду.

На полную реализацию проекта ушло почти три года. Главной его отличительной чертой, по словам генерального директора, является нехватка профессиональных знаний у менеджмента. В результате утилитарные отношения между управляющей компанией и арендаторами вылились в тесное партнерство, образование своего рода «колхоза» с общими интересами и совместными проектами.

Уже первый год функционирования Меги в Москве продемонстрировал ее финансовую и социальную успешность. С 2004 года началось быстрое тиражирование проекта. Сначала в Москве, где было построено еще два мола, и чуть позже в других крупнейших региональных центрах. Прежде всего, в Петербурге – два Мега-мола, в Казани, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Ростове-на-Дону и Самаре. В 2007 году планировалось открытие в Омске. Нужно сказать, что Петербург особенно выделился «свежестью» собственных шопинговых идей, совместив мол и океанариум и превратив Варшавский вокзал в торговый центр.

2002 год дал начало и принципиально иного проекта шопинг-мола, ориентированного на «новых русских», но также расположенного за городской чертой. Торгово-финансовая группа Крокус, исходя из персональных вкусов своего президента и, видимо, его представлений об образе жизни «богатых», выстроила мраморный Крокус Сити Мол – сказочный дворец с колоннами, на фронтоне которого высечено имя его хозяина. Внутри – мрамор, бронза и хрусталь, журчащие фонтаны, тропические растения, 25-метровый бассейн (предполагалась река) в окружении пальм и сверхдорогих бутиков. Суровая охрана на входе осуществляет фэйс-контроль, что выглядит несколько комично, учитывая, что мол должен привлекать как можно больше клиентов. Удаленность Крокус Сити, как от центра Москвы, так и от главной зоны концентрации вилл российских нуворишей, обрекали этот проект на убыточность. Бесплатных автобусов, разумеется, не предусматривалось. Проблема привлечения клиентов решалась путем организации разного рода презентаций и акций. Но все же Крокус

не смог обойтись без массового потребителя, по соседству с мраморным дворцом был построен гипермаркет, соединенный пешеходным мостом с жилым районом, находящимся в внутренней, московской стороне МКАД.

Несмотря на одиозность проекта, он стал ядром развития огромного городского района. Причины этого столь же иррациональны, как и сам проект, и лежат они в сфере амбиций. Дело в том, что Москва и Московская область – это два разных субъекта Федерации, что создает парадоксальную ситуацию, когда один регион является столицей другого региона, либо надо признать, что у Московской области, а это крупнейший после Москвы и Петербурга субъект Федерации, нет «своей» столицы. Власти области решили эту «проблему», начав строительство «своего» административного центра. Его главные достопримечательности: Крокус Сити Мол, строящийся новый ярмарочно-выставочный комплекс Крокус, футуристическое здание администрации Московской области, жилой район, рассчитанного более чем на 30 тыс. жителей, круглогодичный крытый горнолыжный склон (!?) и почти полное отсутствие транспортной и социальной инфраструктуры.

Идея «крокуса», как и «меги», была также воспринята на региональном уровне. Свои Крокусы, хотя и значительно менее масштабные появились в Ростове-на-Дону и Краснодаре.

Но прежде чем покорить потребителя, дистрибьюторским компаниям нужно было убедить региональных руководителей открыть зеленый свет шопинг-молам. Первоначально господствовало скептическое отношение к шопингу. Бизнес признавался выгодным, но социально не слишком одобряемым. Сказывалось негативное отношение к торговле, как непроизводительной сфере деятельности. В массовом сознании, сформировавшемся в эпоху индустриализации, закрепилось представление, что экономика, базирующаяся на «купи-продай», не может быть основой развития. Так, в Москве гипермаркетам ранга Metro Cash&Carry, IKEA и Рамстора (группа Migros) предлагались неудобно расположенные площадки в промышленных зонах, а во многих крупнейших городах (Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Челябинск) они и вовсе сталкивались с сильнейшим противодействием.

Однако высокие и постоянно растущие доходы ритейлеров и массовый спрос населения заставили пересмотреть отношение. Торговые центры, разрастаясь постепенно из торгово-развлекательных комплексов, переместились из промзон в самые бойкие места, окружив станции метро и крупные транспортные пересадочные узлы. К 2006 году этот процесс достиг своего апогея, шопинг стал рассматриваться как наиболее востребованная населением форма общественной жизни, символ постиндустриального общества, а молы как главная арена удовлетворения потребностей в общении. Возобладала аргументация бизнеса, утверждающего, что молы отличаются от торговых улиц города лишь большим комфортом, безопасностью и независимостью от погодных условий. Началась сплошная коммерциализация и застройка городских общественных пространств, особенно наглядно проявляющаяся в Москве, где жертвой шопинга стали три привокзальных площади. В сфере приватизации оказались почти все удобно расположенные места, которые в транзитные годы были востребованы неконтролируемым потоком социальной жизни. «Бойкие места» протестной активности, превратились в «бойкие места» потребления и развлечений, контролируемые службами охраны и милицией.

Сияющие вершины и подводные камни шопинга

Несмотря на бурное развитие индустрии шопинга, пока еще рано подводить итоги. Российский рынок до сих пор не насыщен торговыми центрами. Крупнейшие города страны приобрели к потребительскому буму только в 2005–2006 годах, а во многих местах он еще и не начинался. Поэтому самое время взвесить плюсы и минусы, положив на одну чашу весов «выигрыш» городов, а на другую сопряженные с ним проблемы.

Среди безусловных плюсов развития сферы потребления в ее наиболее современных и эффективных формах можно назвать, во-первых, оживление городской экономики, получающей дополнительный стимул не только в результате создания новых рабочих мест и появления новых налогоплательщиков и арендаторов, но и в результате формирования новых потребностей и стандартов потребления. Во-вторых, преодо-

Использованная литература
1. Горшков М.К., Тихонова Н.Е., Андреев А.Л., Горюнова С.В. Собственность в жизни россиянина: реальность и домыслы: Социологические исследования. № 11, 2005: 3 - 18.
2. Роговин В. З. Развитие социалистического образа жизни и вопросы социальной политики: Социологические исследования. 1975. № 1. С. 83.

ление провинциальности структуры потребления, рост его разнообразия, качества и доступности, что в конечном итоге способствует развитию и накоплению человеческого капитала, выравнивая различия между жизнью в столице и провинции. В-третьих, возможность реструктуризации деградировавших городских пространств, промышленных и транспортных сооружений, утративших свою функциональную значимость, формирование субцентров, позволяющих снизить маргинальность городских окраин и транзитных зон. Торговые молы и центры действительно делают унылую городскую среду советских городов более городской. В-четвертых, улучшение имиджа города и визуального облика его районов. Наконец, шопинг-молы, сосредотачивающие все богатство выбора в одном месте, очень удобны и комфортны для покупателя.

Минусы торговых центров и шопинг-молов менее очевидны, но не менее значимы. Во-первых, в условиях, когда процессы субурбанизации находятся в зачаточном состоянии и основной потребитель живет в городах и пользуется общественным транспортом, шопинг-молы претендуют на место в городском центре, бесцеремонно нарушая сложившиеся городские ансамбли. Во-вторых, в условиях «близости» и транспортной загруженности исторического ядра города, субцентры на окраинах, складывающиеся вокруг шопинг-молов, начинают «выворачивать» город, способствуя функциональному оживлению спальных кварталов периферии и замиранию жизни в центре. В США шопинг-молы фактически «убили» городские центры, правда, сегодня они возвращают их к жизни, но в своеобразной искусственной шопинговой форме. В-третьих, шопинг-молы не вечны, они также подвержены старению, как фабрики, заводы и вокзалы. Следовательно, массивные сооружения через десяток лет также потребуют реабилитации. Хорошо, если такая машина стоит в чистом поле за городом, а если в центре? К тому же плохо посещаемые молы, как и заброшенные фабрики или дома, притягивают

преступность. В США сегодня 7% шопинг-молов заброшены, вокруг них сформировалась своя субкультура, что-то вроде диггеров шопинга и шоп-ностальгии. В-четвертых, шопинг действует разрушительно на местное сообщество. Локальная идентичность, интегрирующая горожан, формируется на базе любви к родному городу, его улицам и домам, с которыми связаны основные события жизни. Трудно представить, чтобы что-то похожее происходило относительно шопинг-молов. Тем не менее, существуют целые поколения «шопингового племени», для которых мол является главным местом социализации, есть и шопинговые «зомби», постоянно находящиеся в молах, хотя они там не работают и ничего не покупают. Масса исследований посвящена шопинговой зависимости, которой особенно подвержены женщины. В фильме Джорджа Ромера «Рассвет мертвецов» (Dawn of the Dead, 1978), события которого разворачиваются в шопинг-молу, одна из героинь говорит: «Вы все загипнотизированы этим местом. Это все так блестит и так прекрасно упаковано, что вы даже не догадываетесь, что попали в тюрьму». В-пятых, торговые молы, несмотря на всю социальную суть первоначальной идеи, закрепляют существующую социальную сегрегацию. Они создают социально-благополучный мир, где нет преступности и бездомных, и даже просто бедных. В шопинг-молах нет старости – это вечно молодой сияющий мир, принадлежащий узкому слою общества.

Сравнивая «плюсы» и «минусы» развития шопинг-молов трудно сказать, что перевешивает. Наверное, для этого нужно анализировать ситуацию в каждом из городов, учитывая его архитектурно-средовые, морфологические, экономические, социальные и демографические особенности. Ясно одно, что имитация отработанных западных форм развития и эксплуатации потребительского рынка без понимания сути породивших их явлений, обязательно приведет нас в ловушку шопинга, поставив перед необходимостью расхлебывать непредвиденные последствия инвестиционных проектов.

3. Краснов П. Удовлетворение человеческих потребностей в различных формациях : Интернет против телеэкрана, 28.11.2003, www.contr-tv.ru/common/604/
4. Zohlen, Gerwin 1999: Erlebnisumgebung mit kontrollierter Temperatur. In: Bollmann, Stefan (ed.): Kursbuch Stadt. Stadtleben und Stadtkultur an der Jahrtausendwende. Stuttgart: DVA, pp. 115–121.
5. Бодрийяр, Жан. Система вещей. М., Рудомино, 1995. 170 с.
6. Chung, Judy, Jeffrey Inaba and Rem Koolhaas. The Harvard Design School Guide to Shopping. Taschen, 2002, 800 с.
7. Коммерсантъ, № 213 (3789), 20.11.2007. Россия не скупится на подарки. Потребители планируют рекордные новогодние траты.
8. The Economist. Special holiday double issue, 22 December 2007. Birth, Death and Shopping. The rise and fall of shopping mall. http://www.economist.com/world/na/displaystory.cfm?story_id=10278717

Art and commerce

Иркутская версия

Искусственная среда города сегодня выглядит достаточно дифференцированно и «многослоенно». Эта дифференциация может быть проведена по разным основаниям. Самое очевидное – на самих художников и тех, кто имеет с ними дело, создавая способы взаимодействия художников и «художественной общности»: галерейщиков, искусствоведов, продавцов живописи (или того, что считают живописью покупатель, когда подходят к «художественным рядам»), учителей в художественном училище, владельцев художественных салонов-магазинов... Их взаимодействие более всего интересно в ситуации купли-продажи художественных предметов. Именно она позволяет увидеть некоторые «разрывы», сдвиги, которые в традиционной схеме художественной культуры скрыты. Договоримся, что «традиционное» - это такая привычная конфигурация художественного производства, которая, скорее, характеризовала советский способ воспроизводства привычной схемы отношений музея, салонов, выставок и того пьедестала, которого требовали к себе «люди творческих профессий» в «дорыночный» период бытия образительных искусств и публики.

Словосочетания «инвестиции в искусство», «художественные аукционы», «художественный рынок», «провенанс и эстимейт» сегодня прочно входят в лексикон экономистов, банкиров, экспертов. Обычно речь идет о рынке такого искусства, репутация которого устоялась на уровне международных торгов и которое прошло или проходит весьма квалифицированную экспертизу. Цены на эти произведения таковы, что становится понятно: ни о каком коллекционировании чего-то стоящего «средним человеком» и речи быть не может. Этот сегмент рынка диктует свои правила и подчиняется законам, вводящим живопись, скульптуру и антиквариат в русло «большой экономики». В нем идет борьба титанов за уже признанные авторитеты, известные

имена и шумевшие полотна. Здесь действуют, вкладывая деньги в искусство для последующего получения прибыли, из любви к коллекционированию. Но большинство авторов картин или статуй, вокруг которых пеняется страсти, никогда о них не узнают, ибо упокоились с миром.

Но искусство продолжается; будем называть «современным» такое искусство, которое создается сегодня, когда художники являются такой же частью социальной структуры, что и другие представители интеллигенции. Современное искусство – это производство, хорошо или плохо организованный процесс, существующий в условиях рынка.

Как же выглядит сегодня художественный рынок «среднего уровня» вдали от столиц и бурной аукционной жизни? Наш город отличается устоявшимися художественными традициями, но в то же время достаточно консервативными пристрастиями. Думаю, что одно очень тесно связано с другим, в определенном смысле одно детерминирует другое. Считается, что для создания хотя бы минимального имени художнику из города меньшего калибра, чем сам Иркутск, надо быть представленным в выставочных залах художественного музея или Союза художников (при этом величина города может и не иметь решающего значения, важна его художественная репутация). Вспомним, что художественная общественность города выступила «коллективным экспертом» для Д. Намдакова во время его первой персональной выставки, воспринимая эту роль как привычную для себя. Инерция художественных традиций и вкусов настраивает художественную общественность на авторитарный лад, побуждая видеть «идеальную модель художника» скорее в воспроизводстве привычной («классической») схемы деятельности и уже созданных образцов, создавая отчетливый привкус ретроспективизма в художественном поле.

текст
Марина Ткачева

В городской художественной жизни несколько лет назад появилась устойчивая тенденция к изменению привычной конфигурации отношений между художниками, искусствоведами, галерейщиками, прессой и публикой. Как правило, в традиционной схеме отношений между художниками и «сопоставляемыми» специалистами (сотрудники музеев и магазинов, покупатели) главной фигурой был все-таки сам художник. Он распрямлялся своим «товаром», предлагая его сначала на выставку, а потом на продажу. Как и в других городах, существуют художественные магазины, куда художники отдают картины, написанные «для поддержания и пропитания». Десять лет назад меня попросили написать небольшую заметку относительно феномена так называемого «продажного искусства». Тогда я ходила по уличным «точкам», где продавали картины, и очень быстро обнаружила, что иногда картины, выставленные на продажу, висят в местах, традиционно для живописи не предназначенных: ресторанах, косметических салонах, мебельных центрах. Тогда же я отметила, что в местах, где картины висят «для интерьера», живописцы (если они и соглашались на такую нетрадиционную для себя форму сотрудничества) отдают либо «надоевшие» полотна и этюды, либо работы достаточно среднего качества. В объяснениях, услышанных от авторов, сквозили нотки несколько высокомерного отношения к самой атмосфере подобных мест. С гораздо большим пиететом говорилось о выставках, ежегодных совместных проектах и постоянных экспозициях. И действительно, профессиональный уровень региональных и областных выставок был достаточно высок. Логичным продолжением выставок и экспозиций стали небольшие салоны-галереи, территориально приуроченные к музейным помещениям. Музейные работы признанных художественных авторитетов давали возможность подчеркнуть качество выставленных на продажу их же полотен. А художественный вкус владельца-эксперта обеспечивал надлежащие гарантии покупателю (галерея «Анастасия»).

Но уже тогда было видно, что возникла и новая ситуация даже в среде живописцев традиционного толка: художники более охотно стали работать «на заказ», для продажи, нежели для выставок и экспозиций (исключая самые престижные - на уровне федеральных). Возникла новая когорта любителей изящных искусств, приобретающих полотна в личное пользование (я не описываю время появления новых покупателей и новых продавцов; это случилось не вчера и постепенно). Когда один из коллекционеров несколько лет назад заказал корпоративный календарь с репродукциями полотен из своего собрания, стало понятно, что в музей и на выставки попадают отнюдь не самые первоклассные (с точки зрения экспертов и самих художников) полотна; художники могут бороться не за количество картин, вошедших в выставочный каталог, а за место в такой вот частной коллекции. Надо добавить, что организаторы музейных, официальных выставок вынуждены считаться с мнением «нотаблей», занимающих посты и обладающих властью в художественной иерархии. Владелец же частной коллекции ориентируется на свой личный вкус, что делает его коллекцию цельной, а подчас – и качественной по достаточно строгим меркам. Таким образом, собирая в течение длительного времени (более 20 лет) работы современных иркутских художников, владелец оказался обладателем первоклассных произведений, в том числе и выполненных в довольно нетрадиционной манере. По моему мнению, такие коллекции гораздо точнее определяют «расстановку художественных сил» в городе, нежели ежегодные областные и региональные выставки.

Тут мы попадаем в новое «пространство» рассуждений. Что дороже для художника: деньги или слава? Картины в музее доступны для просмотра; осуществляется лозунг об их социальной роли и общедоступности. Частные коллекции создаются «из любви к искусству»: покупатель уже перешел ту количественную грань, когда картины используются для облагораживания интерьера; в квартире или доме им не хватает места, но коллекционер продолжает приобретать (а иногда получать в подарок или в благодарность за оказанную экспертную или торговую услугу) картины или скульптуры. В таком случае мы имеем дело с «натуральным обменом», когда, во-первых, услуга предоставляется за товар и, во-вторых, художественное полотно постигает своеобразная «смерть»: оно выпадает из «круговорота» художественного производства, оседая в местах, не доступных для публичного потребления. Гораздо интереснее те случаи, когда владельцы предъявляют свои сокровища публично.

И резонанс при этом получается несколько иным, и качество самих выставок более очевидно. Но такие случаи редки.

Иная стратегия характерна для тех, кого я бы назвала «бескорыстными почитателями художественных талантов». В городе есть такие места, где устраиваются иногда небольшие выставки живописцев, графиков, дизайнеров, еще не сделавших себе громкого имени. Помимо выставочной деятельности, центр собирает представителей и других творческих профессий (композиторы, поэты, музыканты), составляющих свою, достаточно прочную по постоянству встреч и связей «тусовку»: они культивируют практику «чистого искусства», свободного от денежных интересов, достаточно герметичного и интересного по большей части лишь участникам этих кружков. В течение нескольких лет таким центром являлся «возбудитель сплочения» в иркутской литературе Дом российских литераторов имени Марка Сергеева, идейным вдохновителем которого был поэт Анатолий Кобеньков. В помещении этого объединения регулярно устраивались двух-трехнедельные выставки дизайнеров, фотографов, графиков, живописцев. Вход в Дом литераторов имени Марка Сергеева открыт бесплатный; никакой материальной выгоды художники не имели, только затраты. Ценность этого «смешанного» по интересам, возрасту и другим параметрам сообщества заключалась в его междисциплинарности, побуждающей как к генерации новых идей, так и к нелицеприятной критике.

В этот момент я подхожу к необходимому повороту в разговоре. Постепенно изменяется не только отношение художников к необходимости продавать свои работы. Вырисовываются различные стратегии в самой организации этих продаж. Их можно определить примерно так.

1. «Сам себе корабельник». Художник, у которого хватает сил и энергии устраивать промоушн своим работам. Типичное место их обитания – на одной из центральных площадок города, недалеко от набережной Ангары и возле магазина «Художник». Хорошее место с точки зрения частой посещаемости: рядом большой книжный магазин, стадион, три вуза (нархоз, университет, медицинститут), на набережную к памятнику покорителям Сибири – Александру III ходят практически все туристы. Возникает «тусовка», где продаются непрофессиональные, полупрофессиональные и ученические работы: пейзажи, изображения животных, натюрморты, абстрактные и полуабстрактные картинки жутковатых расцветок, берестяные картинки, куколки с этнографическим акцентом... Подобные же места – набережная Байкала в Листвянке, «пятаячок» у музея деревянного зодчества (так называемая «этнографическая деревня») в пос. Тальцы.

Конечно, в одиночку никто никогда не существует, но автор в этой версии рыночного поведения воспринимает себя как наиболее инициативную единицу художественного процесса на всех его ступенях: от непосредственного создания до реализации в акте продажи. В случае с дизайнерами мы имеем дело уже с иным способом организации самого художественного процесса. Дизайнеры сами занимаются поиском заказов, но совершенно по иному принципу: сначала найди заказчика, а потом уже что-то делай.

2. «Слабый гений». Художник, нуждающийся в продавце, как рыба в воде. Творит сам, достаточно самостоятелен, но продаваться не умеет, считая это ниже своего достоинства, иногда по неумению или за отсутствием времени. Иногда отдает работы на реализацию по договоренности с продавцами. Чаше (чтобы не быть обманутым) поручает их работам знакомых или родственников. Нередко таким продвижением занимается жена, которая заводит знакомства, общается с покупателями и более всего ценит одаренность мужа и его способность время от времени менять стиль, темы, творческую манеру. Сама она воздействовать на его творческие поиски не может, зато хорошо подходит для роли восхищенной публики.

3. Художник, которому нужен «стартовый толчок». Будучи замечен и оценен, выходит на достаточно прочную орбиту. Стартовый толчок обеспечивается организаторами выставок и экспозиций; они же делают презентации, передачи на телевидении и будируют прессу. Но со временем он начинает считать, что ничем никому не обязан, чем вводит своих организаторов в состояние обиды и даже неустовство.

4. Художник, постоянно взаимодействующий с куратором-экспертом. Собственно, кураторы – роль не новая: они уже давно существуют в мире наряду с артдилерами и галерейщиками. Более того, в нашем случае именно «разбавленные» идеей функционирования искусства как производства традиционные музейщики, искусствоведы, галерейщики стали фундаментом гнезда кураторов. В художественном поле гнездо кураторов на сегодняшний день выглядит доста-

точно сформировавшимся. Кураторы взяли на себя труд не только продвигать «своих» художников на рынке изопродукции; они стали своеобразными экспертами для художников (пишу «экспертами»), хотя отлично понимаю некоторую архаичность этого термина). Эксперт выносит оценку, имея дело с уже готовым «продуктом» – будь то дизайнерский проект, картина или литературное сочинение. Куратор обладает гораздо большими возможностями и активностью по отношению к художнику или дизайнеру. Он ищет нечто новое, ориентируясь в конъюнктуре и ориентируя в ней «подопечного». Учитывая, что общая установка участников сегодняшнего художественного процесса связана с поиском «новенького», куратор, имея представление о динамике вкусов, получает возможность стимулировать продаваемость вновь созданных работ.

Наиболее мобильная часть участников сегодняшнего художественного процесса настроена именно на создание нового, искать которое приходится в окружении не менее творческих и достигших ориентированных собратьев по цеху. Таким образом, куратор выполняет по отношению к «своим» опекаемую функцию «поисковой системы» в самом общем смысле слова.

Куратор проводит экспертизу потребительского рынка видеопродукции, прогнозирует успешность акций. Одновременно он работает и с публикой, ориентируя сознание актуальных и потенциальных потребителей, создавая художественный спрос и, следовательно, художественный рынок.

Может показаться, что я преувеличиваю значение этой, возможно, не до конца еще определившейся функции – куратора. По большей части в небольших художественных центрах профессиональные обязанности выглядят более традиционно: галерейщики (их немного), сотрудники художественных музеев (достаточно традиционное и низкооплачиваемое место). И те, и другие совмещают свою деятельность с функцией экспертов по продажам, экспертов-составителей частных галерей и личных коллекций. Кроме того, получают бонус с продаж, тем самым «штопая дыры» в личном или семейном бюджете.

Конечно, у художника нельзя отнять ни творческой, ни самостоятельности, иначе он не был бы художником. Но ясно также, что куратор понимает художника подчас лучше, чем сам художник; во всяком случае, выразить его оригинальность, связать ее с «задачей текущего момента» ему удастся. Понятно и то, что близкий человек, знающий все стороны личности, души и события жизни, происходящие с художником, окажется лучшим куратором, чем человек посторонний.

К этому описанию примыкает еще один сюжет – это художественные семьи города. Они есть, их не так уж мало. Во всяком случае, их столько, что нет смысла говорить только о природной одаренности как таком семейном качестве, которое определяет судьбу детей художников. Обычно художественные семьи – это довольно разветвленная структура из художников, их детей, экспертов, покупателей и т.д. Вполне уверенно можно говорить о своеобразной конфигурации художественного производства, имеющего нечто общее с ремесленной, домануфактурной стадией экономической жизни. В период, когда интерес к искусству резко падает, «семейный подряд» – сильный и достаточно эффективный способ защиты дела своей жизни от экономического и социального прессинга.

II

Следующий фрагмент родился из диалогов с А. Шолоховым и затрагивает иные аспекты интересующей меня темы. Не изменяя формы, в которой он проходил. Общее обсуждение касалось рекламы, ее художественных качеств и места в современной художественной жизни.

М.Т. Феномен рекламы с точки зрения одного только искусствоведческого или семиотического подхода просто невозможно понять. Она – предмет не только междисциплинарного исследования, но и междисциплинарного взаимодействия. Классическое искусствоведение основывается на эссенциалистских представлениях о художественном произведении; оно опирается на тезисы о независимости, изолированности художественного произведения, об особом характере творческого замысла и особом – художественном – языке образов. Классический художник с публикой находится в «свободных» отношениях, он существует от нее независимо, и именно поэтому возможна ситуация их взаимного непонимания. Тогда искусствовед или исследователь творчества претендуют на роль истолкователей, расшифровщиков смысла произведения. В реальности же взаимодействие произведения с публикой происходит автономно от творческой воли создателя и тех замыслов, которые создатель пытается в образ

вложить, то есть сообразно особенностям восприятия художественного произведения. Мы имеем дело с ситуацией потребления произведения искусства.

А.Ш. Мастерство современного художника во многом заключается не столько в формальном его качестве как художника, а в том, насколько мощный миф он вокруг себя создает. Способность создавать вокруг себя миф...

М.Т. То есть систему общезначимых смыслов, к которым обращаются все и все ими одинаково пользуются и одинаково понимают...

А.Ш. Более того, он их организывает вокруг себя... А это – чисто рекламная технология. Если раньше искусство влияло на рекламу, то теперь реклама влияет на искусство. Фактом искусства может быть предмет, который сделан без всякого профессионального мастерства (так появился «Фонтан» Дюшана). И «вечным» счесть его вряд ли можно. Но зато благодаря ему рождаются архетипы будущего, те ассоциативные вещи, которые будут «выстреливать» в будущее.

М.Т. Так в относительно недавнее время случилось с «Черным квадратом» Малевича. Когда в массовом художественном сознании появился и супрематизм, и другие авангардные течения, то первоначальное возмущение, почему же, дескать, это «высший цвет искусства», сменилось принятием его и всех связанных с ним методов формообразования, суждений, теорий. Сегодняшних даже молодых зрителей не удивляет ни черный квадрат, ни многое другое из практики авангарда; они – само собой разумеющаяся часть сегодняшней культуры. Их смыслы стали архетипической структурой общественного бессознательного. Это коллективное бессознательное в них «работает» как элемент рекламный, как элемент массовой культуры, как ее плоть. Потребитель с ним постоянно сталкивается, и его уже инновации авангарда не удивляют, потому что он их впитал через повседневное и отнюдь не чисто художественное потребление.

Но значение феномена продаваемости еще мало кем затронуто. Совпадение средств рекламы и средств современного искусства имеет в своей основе не только «продавливание» рекламы в общественное сознание (поэтому искусство, дескать, вынуждено какие-то средства у него заимствовать). Оно имеет место потому, что механизм рекламы оказался наиболее эффективным для осуществления деятельности «символического обмена» (выражаясь словами Бурдьё) в настоящее время. Именно потому, что есть общее поле – продаваемость и рекламы, и «чистого» искусства, изменяется язык общения художника с публикой.

А.Ш. Прежде, в эпоху классического искусства, художник должен был сагитировать за свое искусство; Микеланджело бросал доски на голову папе римскому, чтобы до него «дошел» художественный замысел. Но сегодня ситуация купли-продажи тотальна, она затрагивает всех и не позволяет использовать внеэкономические способы убеждения. Не сагитировав покупателя, ты не продашь свою работу. Но кто-то заведомо работает в такой эстетике, чтобы она понятна была всем, соответственно, тратит меньше сил для установления связи с публикой, а кто-то делает нечто неочевидное, рассчитывая на свой ресурс убеждения...

М.Т. ...саморекламу...

А.Ш. Искусство тем отличается от рекламы, что оно не обозначает своей меркантильной цели, хотя и может иметь ее. А реклама изначально «заточена» на эффективность воздействия, учитывает его механизмы.

М.Т. Она – место встречи покупателя и продавца.

А.Ш. В случае же искусства мы имеем уже готовое, сделанное произведение, а потом начинаем его «раскрутку».

Надо еще понимать, что реклама делается на определенную целевую аудиторию. Есть заказчик, но главное – те люди, для которых он более или менее сознательно продвигает свою продукцию. Как только становятся видны контуры этой аудитории, мне понятны и способы воздействия на нее, и тип рекламного носителя, и графические приемы, и слоган, и ожидания человека от акта потребления. Чем-то эта технология похожа на процесс создания американских блокбастеров, где тоже просчитываются все реакции зрителей и время их наступления. Парадоксальность рекламы не в том, что она рождает одну-единственную реакцию у всех; реакция может быть множество, ибо аудитория у рекламы очень пестрая. Но эта реакция должна быть прогнозируема.

М.Т. Про искусство этого сказать нельзя. Подчас произведение интерпретируется «с точностью до наоборот» (вспомним оценку образа Анны Карениной Толстым и читающей публикой). И это ничему не мешает, ибо считается, что произведение искусства должно быть «бескорыстно», «незаинтересованно», «многосмысленно»...

А.Ш. ...тогда как реклама, рождающая непрогнозируемые ассоциации – это бомба, которая рванет, причем непонятно куда и когда.

М.Т. Принято считать, что художники должны выставляться на разного рода вернисажах, экспозициях. Какое значение для дизайнера имеет выставочная деятельность?

А.Ш. Для меня – почти никакого. Нечто похожее я увидел и в Санкт-Петербурге на выставке дизайнера в роскошном зале Союза архитекторов: серьезные мастера не участвуют, а выставляются почти исключительно работы студентов. Там, конечно, диапазон работ шире. Но, судя по словам петербургских организаторов, такое положение дел повсюду: сегодня не существует такого механизма, который бы позволял сделать выставку средством промоушена.

М.Т. Насколько устройство выставок необходимо для компаний и их владельцев, которые выставляют произведения искусства в своих офисных помещениях?

А.Ш. Мне кажется, что пока еще внутренняя потребность для продвижения искусства в какой бы то ни было форме не очень сформирована (может, за некоторыми исключениями). Просто есть голые стены, которые лучше бы закрыть. Так, «Альфа-банк» оказал мне финансовую поддержку для подготовки работ к экспозиции, фирма «Новый взгляд» тоже вложилась в создание этой выставки. Потом выставка перекочевала в галерею «Планетарий».

М.Т. Насколько я знаю, это помещение уже на стадии архитектурного проекта было предназначено в том числе и для организации выставочной деятельности: там очень удобный атриум. Другое дело, как он используется. В связи с разговором об экспозиционных помещениях и выставках можно, наверное, порассуждать об изменении значения выставки в современной художественной жизни. Мне кажется, что ты недооцениваешь значительность вернисажей, фестивалей или персональной экспозиции. Такие акции помогают художнику (если он

художник, а не бракодел) продемонстрировать разнообразие возможностей и умений, свой творческий диапазон. Может, сторонняя публика и не всегда в состоянии оценить этот момент, но выставка обращена и к профессиональному сообществу, создающему рейтинги, имя и т.п. Можно сказать, что с их помощью дизайнер или художник вписывается в некоммерческий контекст, поскольку на него реагируют не только заказчики, но и рядовые потребители рекламы: имя художника становится брендом, способствующим или препятствующим той самой продаваемости, о которой мы рассуждаем.

Вместо эпилога

Остается вопросом, в каком направлении сегодня развивается потребление. Но в любом случае оно будет включать и потребление искусства. Вполне вероятно, что в недалеком будущем приглашенные полотна можно будет приобрести именно там, где они были замечены, – в гостиницах, фитнес-клубах, магазинах. Возможно (для этого уже есть предпосылки и прецеденты), что интерьерная живопись из салонов перекоцует в мебельные центры, где будет организована консультативная помощь дизайнеров по комплексному оформлению интерьеров «под ключ». По логике развития художественного рынка следует предположить возникновение специализированных салонов, продвигающих искусство одного направления. Очевидно, что безусловным основанием для поддержания этого сегмента рынка является спокойное развитие экономики и рост доходов потенциальных покупателей. Но при всех оптимистических прогнозах совершенно не проясненными остаются следующие позиции.

1. Какой должна быть архитектурная «рамочка» арт-рынка? Должна ли она отличаться от архитектуры обыкновенных торговых помещений? По некоторым высказываниям художников можно заключить, что они не отказались бы от совмещения мастерской с местом продажи своих работ.

2. Современный арт-рынок не очень заинтересован в поддержке молодых художников. По моим сведениям, только в Санкт-Петербурге организована выставочная площадка, одновременно выполняющая функции коллективной мастерской, куда приглашаются молодые художники и студенты для выполнения разовых креативных проектов и их демонстрации.

Креативное – враг хорошего

ТЕКСТ
Наталья Ушкова

В конце тридцатых годов прошлого века Сальватор Дали несколько раз работал оформителем витрин для знаменитого нью-йоркского универмага Бонвита Теллера на Пятой авеню. В своей книге «Тайная жизнь» Дали так описывает один из эпизодов этой работы: «...меня познакомили с руководителем оформителей витрин, мистером Лиром, который отнесся ко мне крайне деликатно. Я ненавидел современные манекены, уродливые, грубые, малосъедобные создания, со смешными вздернутыми носами. Мне нужны были вышедшие из моды искусственные тела. На чердаке одного из старых магазинов мы нашли восковые манекены времен 1900 года. Длинные мертвые волосы придавали им устрашающий вид. Пыль и паутина окутывали их много лет.

– Ни в коем случае, – сказал я мистеру Лиру, – не трогайте эту пыль. Это самое прелестное. Этими манекенами я угощу публику Пятой авеню, как угощают бутылкой арманьяка, бережно извлеченной из погребца.

С тысячей предосторожностей манекены спустили вниз. Я решил, по контрасту, обить витрину атласом и уставить зеркалами. Тема двух витрин была простой: день и ночь. День: один из манекенов вступает в мохнатую ванну – каракулевый футляр, до краев наполненный водой. Прекрасные восковые руки держали зеркало, символизируя миф о Нарциссе. Настоящие нарциссы росли прямо на ковре и мебели. Ночь: я поставил кровать, балдахин который венчался головой черного буйвола, держащего в пасти окровавленного голубя. Ножки кровати были сделаны из копыт буйвола и задрапированы неровно обожженным черным атласом. В отверстия можно было разглядеть искусственно горящие угли, которые, кроме всего прочего, образовывали подушку, на которой покоилась голова манекена. Рядом с кроватью находился призрак сна-мечты, увешанный сверкающими драгоценностями, о которых мечтала восковая спящая красавица».

Однако на следующий день маэстро с ужасом и гневом обнаружил, что дивная пыль и паутина исчезли под тряпкой уборщиков. Директор пояснил, что перед витриной собралось слишком много людей, перекрывающих движение по улице, и отказался восстановить авторский замысел. Художник действовал решительно:

«Я вошел в витрину и одно мгновение неподвижно рассматривал через стекло людей, шедших по тротуару. Мое появление, видно, показалось необычным, потому что вмиг собралась толпа людей. Только этого я и ждал. Схватив ванну двумя руками, я приподнял ее и хотел опрокинуть. Она оказалась тяжелее, чем я думал, и мне хотелось бы одолжить силушки у Самсона. Ванна наконец тронулась с места и медленно двинулась к стеклу. Вот я толкнул ее – и стекло разбилось вдребезги, вода разлилась по тротуару, а толпа с криком отпрянула. Холодно взвесив ситуацию, я предпочел выйти через разбитое стекло, нежели в дверь магазина. И спрыгнул на тротуар. Через секунду после этого сверху отломился огромный кусок толстого стекла и со звоном рухнул. Еще немного – и мне отсекло бы голову. Сохраняя спокойствие, я застегнул пальто, боясь простудиться».¹

Отсидев несколько часов в тюрьме, Дали заплатил штраф и был выпущен на свободу. Эта история в очередной раз привлекла к нему массовое внимание и интерес, его выходка превратилась в нечто вроде манифеста свободомыслящих оформителей витрин и добавила к его немалой популярности новые громкие ноты.

Витрина – это окно магазина. Любуясь витринами, мы следуем могучему соблазну подглядывания в чужие окна, и открытая Сальватором Дали иррациональная подкладка этого занятия определяет дух и суть витринистики.

1. Дали С. Моя тайная жизнь. М.: Попурри, 2003. 640 с.

Иркутску с витринами повезло: в наследство от зодчих конца XIX века и от честных советских архитекторов XX века осталось множество зданий, изначально спроектированных как торговые центры и магазины. Вот, скажем, магазин «Алмаз» на улице Карла Маркса. Изначально спроектированный как ювелирный магазин, этот дом наделен прекрасными широкими витринами. Сегодня они странно контрастируют с облупленным фасадом, покрашенным только по первому этажу – вполне в далианском духе.

В семидесятые годы по всей стране возводились панельные дома, в которых первый этаж занимали магазины. Большинство этих зданий оснащены большими витринными окнами и даже ленточными фрагментами стеклянных фасадов. Сегодня соорудить такую стеклянную плоскость, которая опоясывала многие рядовые гастрономы города, по карману разве что очень-очень элитному бутику, да и то глубина окна будет намного меньше.

Раньше за этими прозрачными фасадами принято было расставлять кадки с крупными растениями, насыпать мелкий белый мрамор или речной песок. В одном овощном магазине Свердловского района даже канарейки и чижики жили между рамами.

Украшение витрин в советские времена было замечательным образцом чистого искусства, свободного от каких-либо коммерческих мотивов. Витрина вовсе не служила для призывания покупателей и не имела никакого отношения к конкурентной борьбе. Никакой конкуренции между торговыми точками в те времена не было и в помине, так что оформителя-дизайнера не приглашали. Да и профессии такой в Иркутске не водилось. Витрины мыли и украшали продавцы. Иногда работники магазина даже скидывались на какую-нибудь славную штучку, которую можно установить в окне. Привозили с Байкала коряжки и пни, рисовали на фольге волны и плели из цветных пластиковых ленточек рыбок с кудрявыми хвостами.

Бесхитростные эти времена канули в лету вместе с товарным дефицитом, допотопными конвейерами для подачи картошки в торговый зал и продавцами, которые работали на одном месте по двадцать-тридцать лет. С тех пор ощущение сюрреальности в оформлении иркутских витрин продолжает нарастать.

После Перестройки и введения рыночной экономики многие здания сменили хозяев. Причем количество зданий, постоянно переходящих от одного владельца к другому существо-



но испортила советская власть? В отношении витрин это полная ерунда. Как оно было, так оно и есть: кусочки столичных мод гордо и азартно выставлены в окнах магазинов: ювелирный, обувной, книжный... Как встарь, лучшие торговцы города спешат уверить своих покупателей, что доставили свой товар в нашу глухомань из города Парижу только вчера вечером. «Товары итальянские, берлинские, баварские... Зююки московские, дюдюки петербургские...» – кричат витрины наперекор морозу и снегу. По иной витрине и не поймешь порой, чем торгуют, – одно название заграничное да какое-нибудь чудо страшнее японский манер – дерево там без листьев или чье-то туловище без головы. Кичатся магазины: не знаешь, что ли, что это не просто слово латинскими буквами, а это название всемирно известной марки? Да... Мало переменялся иркутский купец.

Современный мерчендайзинг уверяет нас, что внешняя витрина не относится к рекламе. Она служит для установления доброжелательных, доверительных связей с покупательской общественностью, то есть относится к области пи-ар. А потому и витрина с заморскими позавчерашними новостями не радуется. Ведь раньше диковина из Германии или там из Ирана говорила покупателю о том, какой смелый, богатый и предпринимчивый купец ее привез. С таким делом иметь лестно, да и почувствовать принадлежность ко всемирной истории – тоже здорово. К тому же журналы про парижские моды доходили через год, а иногда совсем не доходили.

Сегодня оформление магазинных окон под девизом «как в Москве, как на Ямайке» скорее огорчает покупателя, чем воодушевляет его. Во-первых, это не дает покупателю необходимой информации: ни ментальной, ни эмоциональной. Как в Москве... ну и что?

Во-вторых, маленький иркутск пока только пыжится стать Большим Иркутском. Старое доброе сарафанное радио по-пре-

Витрина на одной из самых «торговых» улиц города – Урицкого. Запредельные цены на аренду торговых площадей не спасают от сюрреалистического сочетания богатой витрины с выветренным кирпичом фасада

Обувной магазин на Пестеревской, начало XX века. Несмотря на прошедшее столетие, уровень оформления витрин изменился мало, да и не в лучшую сторону. По крайней мере, уважительное соотношение вывески с архитектурой фасада сто лет назад имело место



во увеличилось. Сегодня витрины, изначально рассчитанные «на одного» принадлежат многим. Арендаторы торговых площадей делят «лицо» магазина, стараясь перещеголять соседа в зазывной рекламе. Теперь люди не удивляются кусочку стены, весело сияющему новенькой дверью и ярким окошком-витринкой на старинном облупленном фасаде.

Отдельного (но короткого) слова заслуживает архитектурная подсветка. Зачастую она наглядно демонстрирует возможные последствия приема галлюциногенов: благодаря щедро развешанному неону здания причудливо изгибаются и колыхаются в ночи.

Однако вернемся к окнам магазинов. Как и другие почитатели замечательного тома «Иркутск на почтовых открытках» (автор Сергей Медведев), не могу не смахнуть слезу умиления, когда сравниваю сегодняшние фотографии витрин с улицы Урицкого и улицы Карла Маркса со старинными фотографиями с улиц Ивановской и Пестеревской. Кто сказал, что наш город безнадеж-



Витрины такого размера на Западе (да и на Востоке) ценятся буквально на вес золота – ведь это уникальная возможность продемонстрировать свое «фирменное лицо». Заклеить витрину плакатом – все равно что вместо лица показывать покупателям самодельную бумажную маску

Одна из наиболее грамотно сделанных витрин по улице Урицкого (2007 год). Композиция устойчивая, фланкированная. Цветовой аккорд классический: черный – белый – красный. Свет организован так, что стекло не бликует и почти не мешает видеть выставку. Просто душа радуется

Аналогичная по сюжету витрина: летняя распродажа фирмы Барни Нью-Йорк (2005 год). Те же композиционные приемы, тот же цвет, свет гораздо артистичнее. Общее впечатление – сами видите...



жнему самое эффективное средство для привлечения покупателей. А то, что называется звонким словом «креатив», просто губит иркутскую витринистику на корню. Вот огромные окна, заклеенные замысловатыми цветными полосочками. Поверх полосочек надпись: скидка 20%. Гигантская имитация поцелуя накрашенными губами и непонятный набор английских букв. Что мне, покупателю, хотели сказать?! А вот сказочно дорогое витринное стекло, ослепшее оракаловым слоганом «офисная мебель на 100%». Наверно, гордятся тем, что у каждого их стола четыре ноги...

Вопреки распространенному мнению, далеко не каждый город в Европе или Америке может похвалиться красиво оформленными витринами. Работая над этой статьей, я связалась с родственниками, которые живут в маленьком университетском городке на северо-западе США. На мою просьбу прислать фотографии интересных витрин был получен неожиданный ответ: в их городке витрин вовсе нет. Есть вывески, но и те несут чисто информационную нагрузку, без каких-либо креативных ухищрений.

Витринистика – достояние крупных столичных городов. В оформлении витрин Токио соперничает с Нью-Йорком и Лондоном, но не с каким-нибудь западно-восточным Заштаттинском. Можно понять стремление Иркутска выглядеть столицей, этаким мировым городом. Но, граждане дорогие, назвавшись груздем, следует полезть в соответствующий кузов. Если уж взялись оформлять витрины – надо держать уровень, а то как-то неловко получается.

Бессмысленное и неэффективное использование драгоценного витринного объема в Иркутске сродни нелепым приемам «освоения» природных богатств сибирской земли. Природное изобилие испокон веков подталкивало сибирское купечество к поверхностному, облегченному отношению к лесу и пушнине, к минеральным богатствам и человеческому ресурсу. Зачем думать, когда всего так много?

Покупатель и его благосклонное внимание тоже кажутся неисчерпаемым ресурсом. Специфика нашего города в том, что никакой реальной конкуренции между торговыми предприятиями нет. Рынок далеко не заполнен даже необходимыми торговыми точками.

Например, от моего дома до ближайшей аптеки расстояние в две трамвайных остановки, а до промтоварного магазина – в три. Каждый, кто хочет совершить покупку, идет к давно знакомому прилавку, потому что особого выбора-то и нет. Мы все – лояльные покупатели, хотим мы этого или нет. И за нас не надо бороться.

Поэтому витрина и витринистика в Иркутске в массе своей смотрятся не на высоте. Даже те редкие образцы, которые сделаны крепко, композиционно выстроены, грамотно решены по цвету и по свету – и они при ближайшем рассмотрении оказываются неумелыми подражаниями. В крупных городах оформление витрины меняется пять-шесть раз в год, так что находки двухлетней давности – это уже дремучие зады. Вот их-то как раз (и то лишь в самом лучшем случае) и предлагают нашему вниманию самые фешенебельные магазины Иркутска.

Хорошо сделанная витрина похожа на приглашение к диалогу. Приятно общаться, когда собеседник умен, оригинален в суждениях, не чужд юмора. И еще: когда он уважительно ко мне настроен. Унизительно вступать в беседу, если тебя считают малограмотным балбесом, не выдавшим ничего кроме родимых осин. Если в каждой фразе «собеседника» просвечивает высокомерное «Да куда ты от меня денешься?..». Если «собеседнику» нечего, в общем-то, сказать, и он угощает меня позাপрошгодними новостями.

А уж если партнер по диалогу настолько самовлюблен, что кроме самого себя ничего и не слышит, и не видит, тогда общение становится совсем похоже на душевную беседу с радиоприемником. Сюрреалистический накал крепчает, и самое время вспомнить бессмертные слова Сальватора Дали: «Единственное мое отличие от шизофреника заключается в том, что я – не шизофреник».

И еще один пример с той же улицы. Правда, и композиция подгуляла, и цвет пестроват... Может быть, это такой оригинальный авторский замысел?



А это – действительно оригинальный авторский проект фирмы Канемацу (Kanematsu), Токио, Гинза

МЫ НАЧИНАЕМ СТРОИТЕЛЬСТВО



**16 ЛЕТ
УСПЕШНОЙ РАБОТЫ**

ИНЖЕНЕРНЫЕ ИЗЫСКАНИЯ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА

Лицензия: Д 730489 от 15.05.2006, выдана Федеральным агентством по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству

- инженерно-геодезические изыскания**
- топографические съемки, специальные инженерно-геодезические и топографические работы**
- инженерно-геологические изыскания**
- инженерные изыскания грунтовых строительных материалов**
- инженерные изыскания источников водоснабжения**
- исследование грунтов оснований зданий и сооружений**
- контроль качества работ**
- инжиниринговые и консультативные услуги**



ООО «ИНГЕО»
Тел.: 200-001,
211-327, 211-329
E-mail: ingeo@list.ru



Архитектура современных торговых домов Хабаровска как манифестация «демонстративного потребления»

текст
Алина Иванова

фото
Николай Крадин

1. Jean Baudrillard. Pour une critique di le economie politique du signe. Editions Gallimard, 1972. (пер. Кролечкин Д).
2. Веблен Т. Теория праздного класса. М. 1984.

ТЦ НК-Сити.
Вторая очередь: НК-Плаза

Архитектура всегда являлась не только «застывшей музыкой», а, скорее, отвердевшей идеологией. Ее не только можно, но и очень содержательно рассматривать с позиции социального анализа, применяя методик, канонизированную трудами французских постструктуралистов. Сегодня хабаровчане вступают в начальную фазу «общества потребления», идеология которого была описана еще тридцать лет назад, когда Бодрийяр в своем бестселлере 1972-го года «К критике политической экономии знака» сформулировал основной закон консюмеризма: Потребление – это социальная судьба¹. Там же говорилось о том, что: «Истинная теория потребления должна основываться не на теории потребностей и их удовлетворения, а на теории социальной демонстрации».

Архитектурные объекты с торговой функцией, построенные в Хабаровске за последнее десятилетие, являются материальным воплощением основных тезисов, постулированных с одной стороны Вебленом², а с другой – Бодрийяром. Институционализм конца XIX века получил продолжение в «новой французской философии» конца XX века в развитии тезиса о «праздном классе» финансовой олигархии, которая ничего не производит и богатеет за счет игры со знаками (денежными), знаками знаков (ценными бумагами), знаками знаков знаков и так далее. Движущей силой и высшей цен-

ностью класса, по Веблену, является «склонность к соперничеству, подражанию, праздному любопытству», «завистливое сравнение» себя и своего капитала с капиталом более богатого соперника. Бодрийяр распространил эти взгляды на все общество потребления.

В середине 1990-х годов вновь нарождающийся мелко-буржуазный слой в Хабаровске еще не решался на демонстративное потребление. Первый из торговых мега-комплексов «избыточного потребления» «Тамара» был открыт на далекой окраине, что сразу отсекало слой горожан, не имеющих личного автотранспорта. Крайне невыразительная архитектура компенсировалась невиданной прежде в Хабаровске роскошью интерьеров: атриумное пространство с верхним светом, первый в городе эскалатор, фонтан, полированный натуральный камень и хрустальные люстры составили неперменный набор знаков, маркирующих зону «избыточного потребления».

Для позднесоветского общества каждый из перечисленных элементов из-за бедности городской среды был перенасыщен сложной семантикой. Эскалатор являлся символом общенародного метро, а для хабаровчан метро было одно – московское, соответственно и эскалатор становился знаком «столичности». Фонтан в городе был один, и, располагаясь на





ТЦ НК-Сити.
Интерьер 2-го этажа

ТЦ НК-Сити в Хабаровске.
Общий вид





Дом одежды в Хабаровске.
Главный фасад

центральной площади, отмечал Центр города, все общегородские праздники, гуляния, демонстрации локализовались «у Фонтана». Присвоение «Фонтана» стало знаком смещения Центра города именно в этот торговый зал. Зеркала, мрамор и каскадные люстры в предыдущую аскетичную эпоху встречались только в «дворцовых» интерьерах музеев и театров и стали для коллективного подсознания маркировкой общедоступного «культурного» пространства. Через их символическое «присвоение» зона «избыточного потребления» маркировала себя как «цивилизованное пространство». Одновременно, через «дворцовые» интерьеры, утверждалась причастность к «высшему свету». Эскалатор получил почти сакральное значение, являя собой зримую метафору вознесения к вершинам потребления и, соответственно, социального успеха. Таким образом, при создании первой зоны «демонстративного потребления» была узурпирована культурная символика предыдущей эпохи, причем культурные коды с народных, демократичных, поменялись на противоположные: «эскалатор», «фонтан», «мрамор» оказались знаками элитарного пространства, предназначенного для избранных. Еще более сложную символику имеют обязательные в торговых комплексах атриумы. Эти, явно избыточные и функционально не нагруженные пространства, где всегда тепло, где играет классическая музыка и свет льется откуда-то сверху, являют собой симулякры Утраченного Рая (по той же технологии работает реклама, где всегда царит тропическое лето, что в наших широтах является визуализацией Эдема).

На рубеже веков для сложившейся хабаровской буржуазии потребление стало являться принудительным социальным институтом, детерминирующим типы поведения, что потребовало соответственного оформления и, практически одновременно, не на окраине, а в самом центре города были открыты два статусных объекта (Мега-центр «НК-Сити» и торговый дом «Лотос»), для которых официально заявленная торговая функция является вторичной. Смысл этих объектов в другом – быть зримыми символами демонстративной расточительности и престижного потребления. Бодрийяр утверждает, что одним из главных показателей престижа, помимо богатства и расточительности, является праздность. Складывается впечатление, что главное назначение указанных объектов – быть местом бесконечного роения праздной наряженной толпы, существование которой, по В. Глазычеву, является обязательным признаком настоящего Города. Технология распределения здесь сменялась технологией временного пребывания³, принцип «entertainment» (развлечение) заменил необходимость приобретения, и магазин стал типом коммуникации, действием, а не средой.

Наиболее ярким примером здания-симулякра является торговый дом «Лотос», возведенный по проекту арх. А.Е. Мамешина на красной линии ул. Муравьева-Амурского (бывшей Карла Маркса). Само место новостройки достаточно многозначительно. Исторически этот участок фланкировался с запада доходным домом японца Такеучи, где когда-то располагалась гостиница «Русь», позже переименованная в «Шанхай»⁴, а с востока – универмагом немецкой фирмы «Кунст и Альберс». Отрезок улицы между ними, долгое время застроенный одноэтажными лавками, в 1970-е годы был загроможден кубическим объемом магазина «Овощи-фрукты», буквально втиснутым между памятниками архитектуры.

Этот параллелепипед из стекла и бетона по своей брутальной стилистике относился к той же категории объектов с торговой функцией, что и Дом одежды (который буквально на глазах теряет исходный образ, о чем ниже), но, невзирая на доминирующее положение в структуре исторического центра, имел демонстративно-маргинальный характер. Убогий ассортимент, вечная грязь, тусклый мертвый свет и общая атмосфера безнадёжности делали этот магазин наиболее отталкивающим примером советской маркетинговой политики. Замена дешевого магазина, где пенсионеры покупали картошку, сверхдорогим торговым комплексом, где размещаются бутики топовых брендов и куда сегодня никакому пенсионеру и в голову не придет зайти, полностью укладывается в схему Бодрийяра: повсюду в определении социального богатства наличествует предшествование «бесполезной» траты по отношению к функциональной экономии и минимуму выживания. Огромный избыток может сосуществовать с самой страшной нуждой. И в любом случае, именно производство этого избытка управляет целым: уровень выживания никогда не определяется снизу, но всегда сверху.

Мерцающие смыслы названий еще более затемняют семантику ключевого участка главной городской магистрали. Дом Такеучи был декорирован накладными деталями в виде стилизованных лотосов, что косвенно намекало на азиатское происхождение владельца. В советское время эти флористические мотивы дали ресторану «Шанхай» более нейтральное название «Лотос». В годы перестройки ресторан (и казино, открытое на первом этаже) были вновь переименованы в «Русь», а раскрученный бренд «Лотос», прочно вошедший в городскую топонимику, переместился на соседнее здание овощного магазина, чья демократичная функция общедоступного продуктового магазина все более исчезала под натиском более дорогого ассортимента.

Некоторое время бывший магазин «Овощи-фрукты» назывался «Торговый дом «Лотос»», потом был закрыт на реконструкцию и явился горожанам в совершенно новом облике зимой 2003 года. Надо заметить, что универмагу «Кунст и Альберс», все советские годы называвшемуся просто гастрономом, после реставрации вернули его прежнее название. Таким образом, на ключевом участке главной городской магистрали выстраивается следующий смысловой ряд: «Русь» – «Лотос» – «Кунст и Альберс», что является тотальной симуляцией, так как «Русь» была построена японцем, фирма «Кунст и Альберс» считалась современниками центром хорошо организованной немецкой шпионской сети, а «Лотосом» долгое время называлось другое здание. Одолжив у западного соседа название, новый торговый центр позаимствовал свой фасад у соседа справа.

Останемся на фасаде подробнее, чтобы выявить основной месседж, который транслирует эта декорация из полированного гранита, повторяющая своей композиционной схемой фасад соседнего универмага (построенного по проекту арх. Б.А. Малиновского в 1907 г., и уже в то время казавшийся безнадежно архаизированным). Как здание «Кунста и Альберса» по отношению к исходным прототипам, так и постройка архитекторов Мамешиных по отношению к работе Малиновского является культурным барокко. По поводу этого явления Бодрийяр пишет: «Вкус к старинному (наваждение подлинности, мистика прошлого) характеризуется желанием трансцендировать измерение экономического успеха, прославить в символическом, присвоенном культурой избыточном знаке социальный успех или привилегированное положение». «Старинное» – это тот социальный успех, который ищет себе законное обоснование, свою наследственность, «благородное» удостоверение. Итак, «старинный» стиль принадлежит привилегированным классам, которым важно преобразовать экономический статус в наследственное благо. Кроме того, наследование исторической традиции придает новой буржуазии в собственных глазах легитимность – то есть обоснование достигнутого положения в качестве безусловной ценности.

Бодрийяр считает, что референтной областью для «продвигающихся» классов оказывается традиционный буржуазный порядок, сформировавшийся в процессе усвоения прежних аристократических моделей. Его основные принципы: насыщенность и избыточность, а также – симметрия и иерархия.

Соответственно и фасад, и внутренняя структура «Лотоса» строго симметричны и статусно стратифицированы. Единственный «полезный», общедоступный продуктовый магазин располагается в подвальной помещении, что симво-

3. Глазычев В. Л. Лекция № 8. «Мир услуг» от 02. 03. 2000. ЦКП МЭИ.
4. Крадин Н. П. Охраняются государством. Хабаровск. Частная Коллекция. 1999. С. 61–63.

лично отражает низший, маргинальный уровень потребления. Заметим, что и в «НК-Сити» продуктовый отдел и магазин недорогой бытовой техники, то есть наиболее востребованные простым населением товары, находятся в подземных этажах, в то время как лучшие торговые площади отданы под отделы сверхдорогих и совершенно нефункциональных сувениров, подарочного оружия, эксклюзивного парфюма, то есть вещей сектора «избыточного потребления».

Интерьер «Лотоса» так же иллюзорен и алогичен, как и тектоника его фасада. Невысокое двухэтажное снаружи здание внутри оказывается многоярусным пространством, снабженным не только эскалатором, но и лифтом, проход к которому загроможден фонтаном, что наглядно демонстрирует принцип избыточности. Внутреннее пространство «Лотоса» соответствует мнению Бодрийяра о том, что мелкобуржуазный интерьер характеризуется особой теснотой – ему не хватает пространства, но эта пространственная нищета вызывает реакцию компенсации – чем меньше пространства, тем больше надо накапливать вещей. Тесные, низкие, плохо освещенные галереи «Лотоса» в то же время перенасыщены знаками статуса и благосостояния.

Подавляющая часть ассортимента во всех упомянутых торговых домах является сугубо женским (парфюм, бижутерия, нижнее белье, модная одежда), что так же убедительно объясняется Бодрийяром: Женщины – показатели статуса Хозяина, если они что-то и потребляют, то лишь во имя Хозяина. Их потребление относится не к экономике, а к сохранению иерархического порядка ценностей. Весь ассортимент «Лотоса» демонстрирует это принуждение избыточности: бесполезное, декоративное, принципиально нефункциональное. В «Лотосе», в отличие от «НК-Сити», где есть и «полезные» товары, продаются почти исключительно очень дорогие безделушки, игрушки, аксессуары, гаджеты (характерный пример – елочные игрушки по 5–7 тысяч рублей за штуку), что подчеркивает иррациональность избыточного потребления.

По Бодрийяру, важными признаками Избыточного являются Система театрального барочного обертывания; Блестящее и Лакированное. Это триумф блестящего, полированного, накладного, лакированного, лощеного, остекленного, затянутаго пластиком. Навязчивая символика: не просто обладать, а подчеркнуть два, три раза то, чем ты обладаешь.

Фасад «Лотоса» представляет собой декорацию из блестящего полированного мрамора и остекленных проемов, в качестве декора используются накладные детали в виде позолоченных львиных морд, которые являются наиболее устойчивым знаком принадлежности к правящей элите. Все эти элементы трактуются как реминисценция геральдических картушей, как отсылка к декору замковых камней и как знак, насыщенный угрожающим смыслом с латентно-агрессивным мессиджем. Еще более убедительной иллюстрацией данного постулата Бодрийяра служит метаморфоза, на наших глазах происходящая с Домом одежды, который неуклонно теряет свой общедоступный статус (дешевый ассортимент вытесняется все более дорогим, прилавки с доступным китайским трикотажем заменяют бутики сетевых



ТЦ «Тамара» в Хабаровске.
Общий вид

брендов), превращаясь в зону Избыточного потребления. Фасад Дома одежды сплошь «обвертывается» блестящими зеркальными стеклопакетами, а установка наружной прозрачной лифтовой капсулы (мотив беспрепятственного вознесения к вершинам потребления) жестко фиксирует ось симметрии, которая отсутствовала на исходном «демократическом» фасаде. Симметрия является тем «самопроизвольным» представлением культуры, которое есть у средних классов. Симметрия организует жесткую иерархичность фасада, выстраивая материальную метафору классового общества: социальные страты индексируются по списку предметов.

Бодрийяр считает, что симметричное расположение, когда вещи удваиваются, чтобы отражать самих себя, является неременным признаком избыточного. Фасад «Лотоса» сам по себе есть отражение фасада соседнего магазина «Кунст и Альберс» и, помимо общей композиционной схемы, дублирует детали исходного прототипа: рисунок руста, очертание и расположение оконных проемов, мотив симметрии, удвоение парных колонн, фланкирующих портик, навязчивое изобилие зеркал в интерьерах, зеркальных окон на фасаде, удвоение действительности. Бессознательное здесь, как и всюду, проговаривается в избыточности – знаках, их коннотациях и их нагруженности, и все «отраженные» детали гротескно гиперболизированы, что придает фасаду «Лотоса» постмодернистскую ироничность, вряд ли предусмотренную заказчиками.

Подводя итоги, можно утверждать, что фасад торгового дома «Лотос» является фасадом общества потребления и его основной функцией является реклама мелкобуржуазного стиля жизни. Этот фасад демонстрирует самодовольство знака и является симулякр в чистом виде. В завершение размышлений – последняя цитата с риторическим вопросом: Прожиточный минимум сегодня – это минимум навязанного потребления, по ту сторону от него вы оказываетесь социальным, а что более серьезно – потерей статуса, социальное ничтожество или голод?

ТЦ «Тамара». Продажа мебели

ТЦ «Тамара».
Интерьер 1-го этажа





Продовольственный рынок «Губернский» в г. Иркутске

82

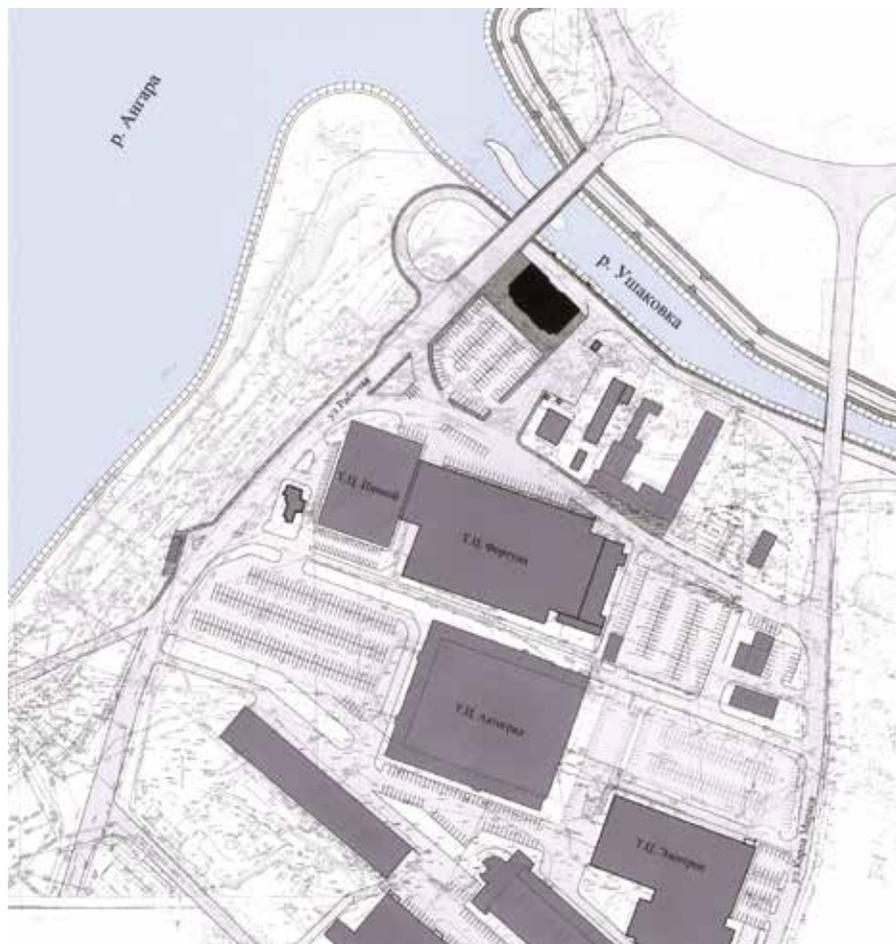
текст
Ирина Теплякова

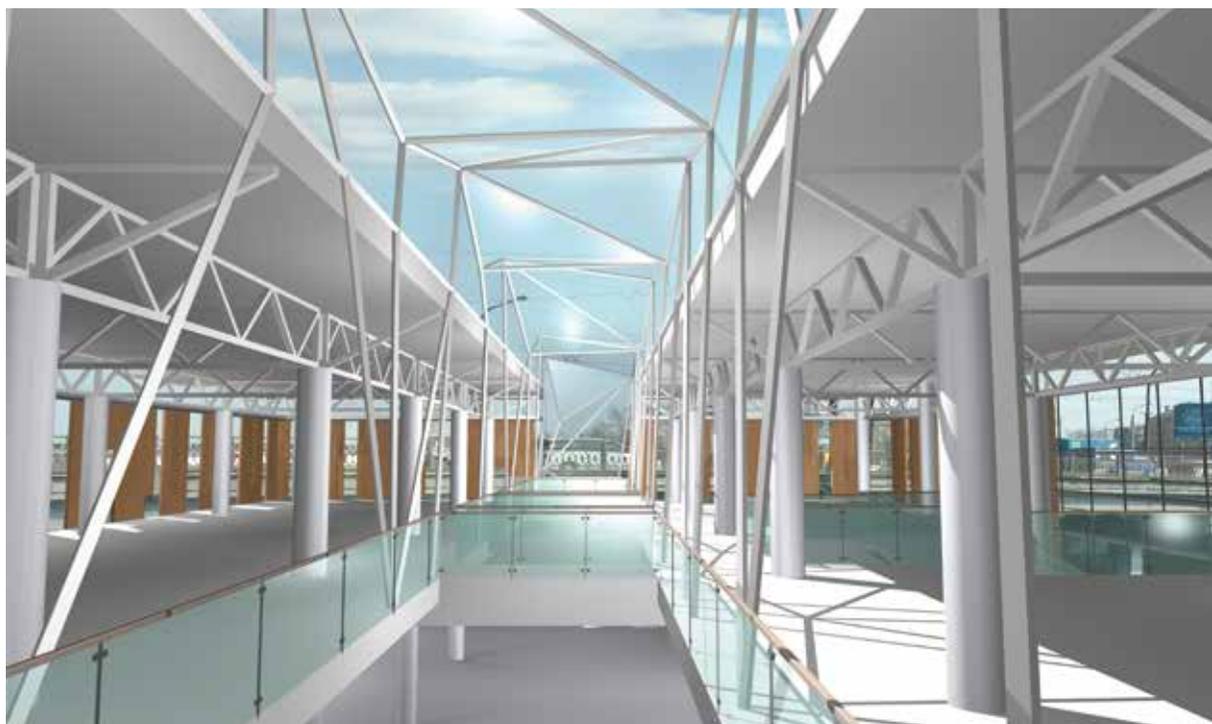
авторский коллектив:
«Арх-центр»
архитекторы:
В. Стегайло,
О. Бадула,
Ю. Петрук
Проектирование 2006 г.

Рынок ради рынка. Объект создавался специально под торговую функцию – что в контексте современной ситуации нескончаемой реновации прома звучит ново. Процесс проектирования строился в соответствии с принципом «от общего – к частному»: от градостроительной ситуации – к интерьерам.

Освоение р. Ушаковки видится авторам в свете европейских стандартов. Ушаковка – городская река в хороших берегах, с полноценными объектами обслуживания и системой коммуникаций.

Расчистка участка предполагает снос рынка «Ушаковского». Сам объект стоит на рельефе, поэтому продумана система загрузки товаров снизу. Объемно-планировочное решение предельно прозрачное – простая понятная структура, гибкая планировка, зафиксированная с обеих сторон лестничными клетками. Безымпостное остекление, тонкая крыша, навесные фасады, отсутствие диафрагм – вполне убедительные приемы для создания современного образа рынка, понятного потребителю и продавцу.





Универмаг в г.Шелехове



Исполнитель:
Архитектурное бюро
«Перспектива»

Главный архитектор
проекта:
И. Козак

Отведенная площадка под пристрой расположена в 4 микрорайоне г. Шелехова.

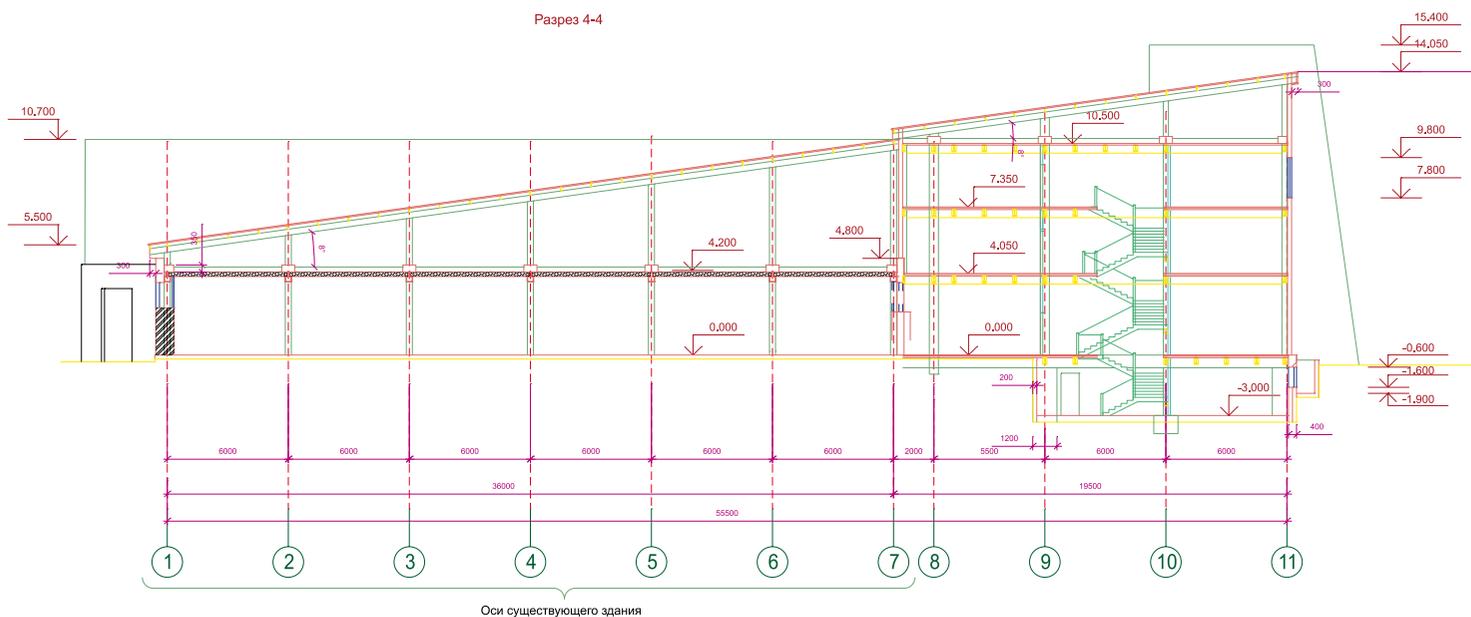
Строительство данного объекта позволит рационально использовать свободный в настоящее время участок и повысить уровень организации и благоустройства городской среды на прилегающей территории.

На основании результатов обследования, анализа имеющейся технической документации и ее соответствия требованиям нормативных документов расширение здания выполняется без надстройки существующего объема путем устройства 2-х пристроев с объединением всех объемов в единый комплекс. С юго-восточной стороны существующего здания выполняется

одноэтажный пристрой, с северо-западной стороны – трехэтажный пристрой.

В одноэтажной части существующего здания располагаются торговые площади, на первом этаже двухэтажной части – подсобные помещения магазина (холодильные камеры, технические помещения), в одноэтажном пристрое располагаются подсобные помещения магазина, часть пристроя занимают помещения банка, изолированные от других помещений армированными стенами. На 1-м этаже трехэтажного пристроя располагаются торговые площади, выделены помещения аптеки. На втором этаже – торговые площади. На третьем этаже – игровой салон, офисные помещения, обеденный зал





и подсобные помещения буфета. Этажи пристроя соединяются тремя лестницами – одной открытой и двумя, расположенными в лестничных клетках. Под частью трехэтажного пристроя располагаются подвалы с размещением помещений боулинга и технических помещений.

На всех этажах универсама имеются санузлы для персонала и посетителей.

Конструктивная схема: каркас железобетонный сборный, перекрытия и покрытие – из сборных железобетонных многопустотных плит.

Стены – из стеновых панелей толщиной 350 мм и кирпича толщиной 510 мм.

Каркас пристроев – металлический. Перекрытия – монолитные железобетонные по металлическим балкам.

Стены – из панелей стеновых с базальтовым утеплителем и профилированными листами из тонколистовой оцинкованной стали с защитным полимерным покрытием.

Покрытие – из профнастила по металлическим прогонам.



Торговый центр на 14 км Байкальского тракта

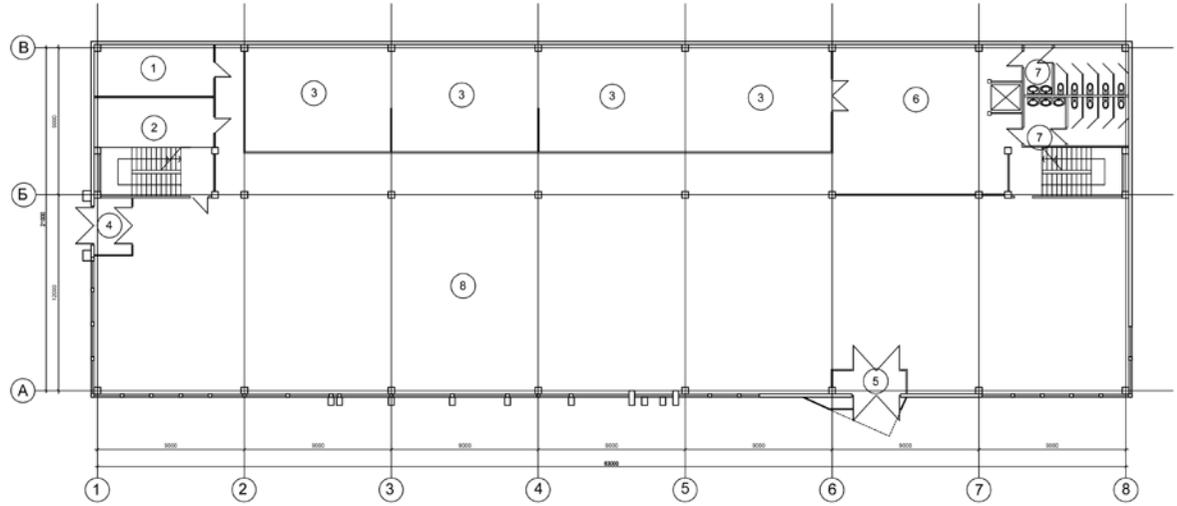
Заказчик:
ЗАО «СтройПродукт»

Исполнитель:
Архитектурное бюро
«Перспектива»

Главный архитектор
проекта: И.В. Козак

Ведущий архитектор:
М.А. Медведев

Архитектор:
Е.С. Повонский



Проектом предусматривается застройка участка площадью 1272 м² на Байкальском тракте под Торговый центр с отдельным въездом-выездом и парковкой. Здание одноэтажное прямоугольное с цоколем, размерами в плане 63х21 м, высота этажа 9м. На 1 этаже расположены торговые залы, помещения для персонала. В цоколе расположен склад для хранения продукции. Связь между цоколем и 1 этажом осуществляется двумя лестницами.

Система входов для покупателей организовывается с длинной стороны, обращенной на тракт и с торца здания. Предполагается наличие тамбура. Привоз товаров и продукции будет производиться через грузовой подъезд в задней части здания.

Фасадное решение представляет собой облицовку высококачественной плиткой, яркая цветовая гамма которого привлекает посетителей из числа проезжающих на Байкал.



Автоцентр «ЛюксАвто»

Хаос причудливой застройки, многоцветных рекламных щитов и неухоженной зелени позволяет сосредоточиться лишь на лаконичных, не перегруженных информацией предметах. Именно поэтому привлекает внимание автоцентр «ЛюксАвто», компенсирующий сдержанностью стеклянных объемов мультибрендовое разнообразие, «свиристующее» в интерьере.

Кажется, перед тобой не реальное здание, но академический архитектурный рисунок с остро простроенной перспекти-

вой, «разобранными» планами и засечками на углах объекта - графичность, присущая каркасу недостроенного здания и, как правило, сменяющаяся впоследствии скучной затертостью, заглаженностью готовой формы.

Пасмурная осенняя погода окончательно убеждает – монотонность строгих форм, армированный газон, отсутствие ограждения – все вызывает у меня берлинские ощущения.

текст и фото
Руслан Хотулев



Формально автоцентр «ЛюксАвто», расположенный по ул. Академическая, 25а в Свердловском округе г. Иркутска, расположен с учетом предполагаемых красных линий перспективной автомагистрали по ул. Безбокова. Тем не менее, подчиняясь современной ситуации, главный фасад здания ориентирован на улицу, в дальнейшем утрачивающую свое значение

г. Иркутск
ул. Академическая, 25
(ост. Южная),
Тел.: (3952) 418-133
e-mail: office@luxauto.ru



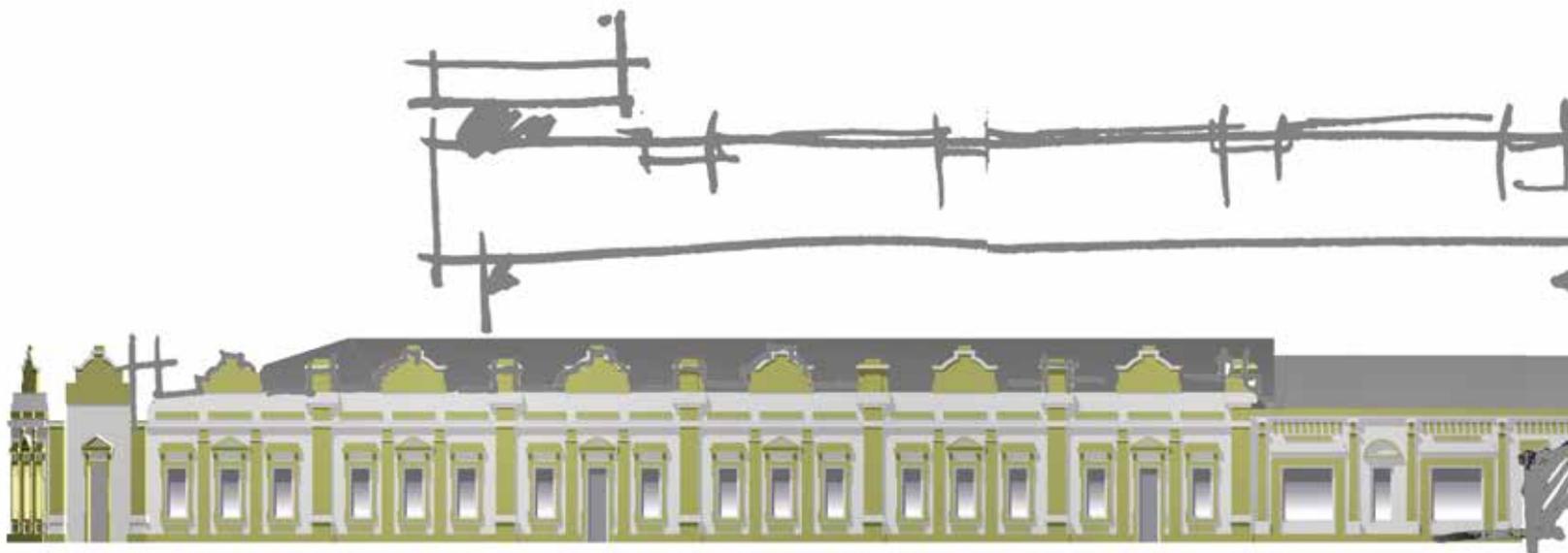


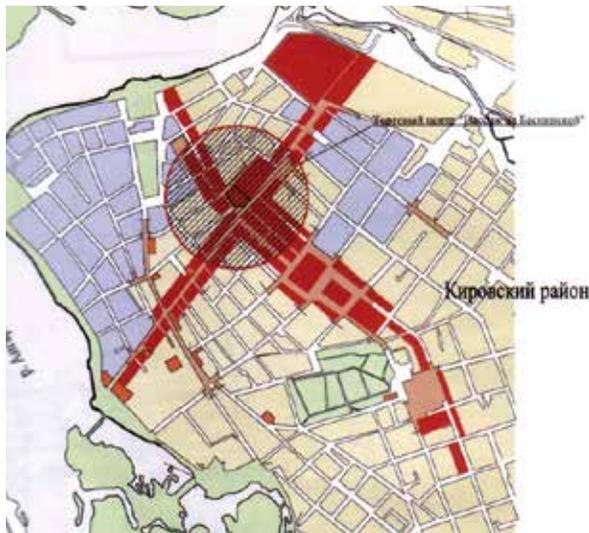
Торговый центр «Сезон»

Заказчик: ООО «Пассаж на Басинской».

Проектировщик: ООО «Архитектурная фирма Н. Жуковского»

Авторский коллектив: Николай Жуковский, Иван Буторин, Ольга Нючева, Марина Бессонова (главный конструктор)





Ситуационная схема

Транспортная схема

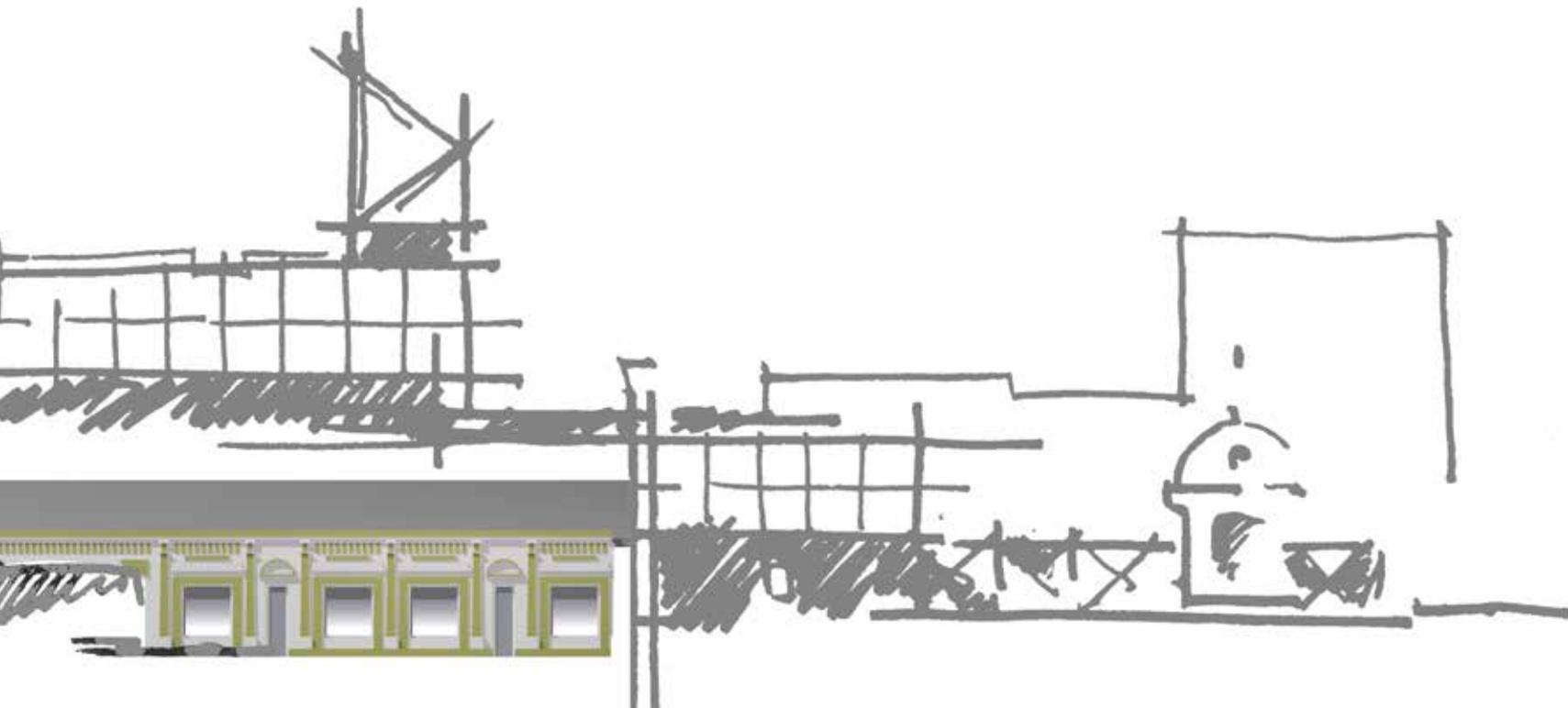
текст
Ирина Теплякова

Когда речь заходит о реконструкции в историческом центре, испытываешь двойное ощущение. Это настороженность и живой интерес. Какое из них рождается первым, сказать сложно.

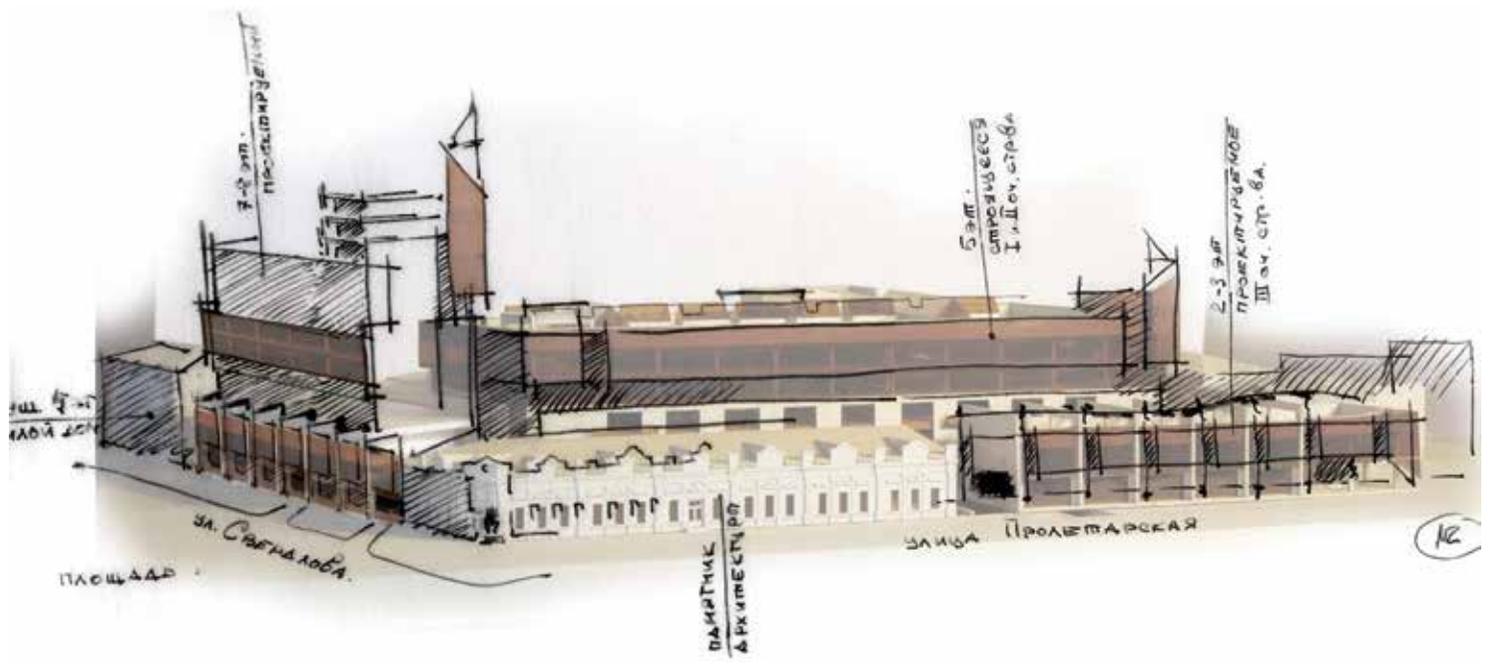
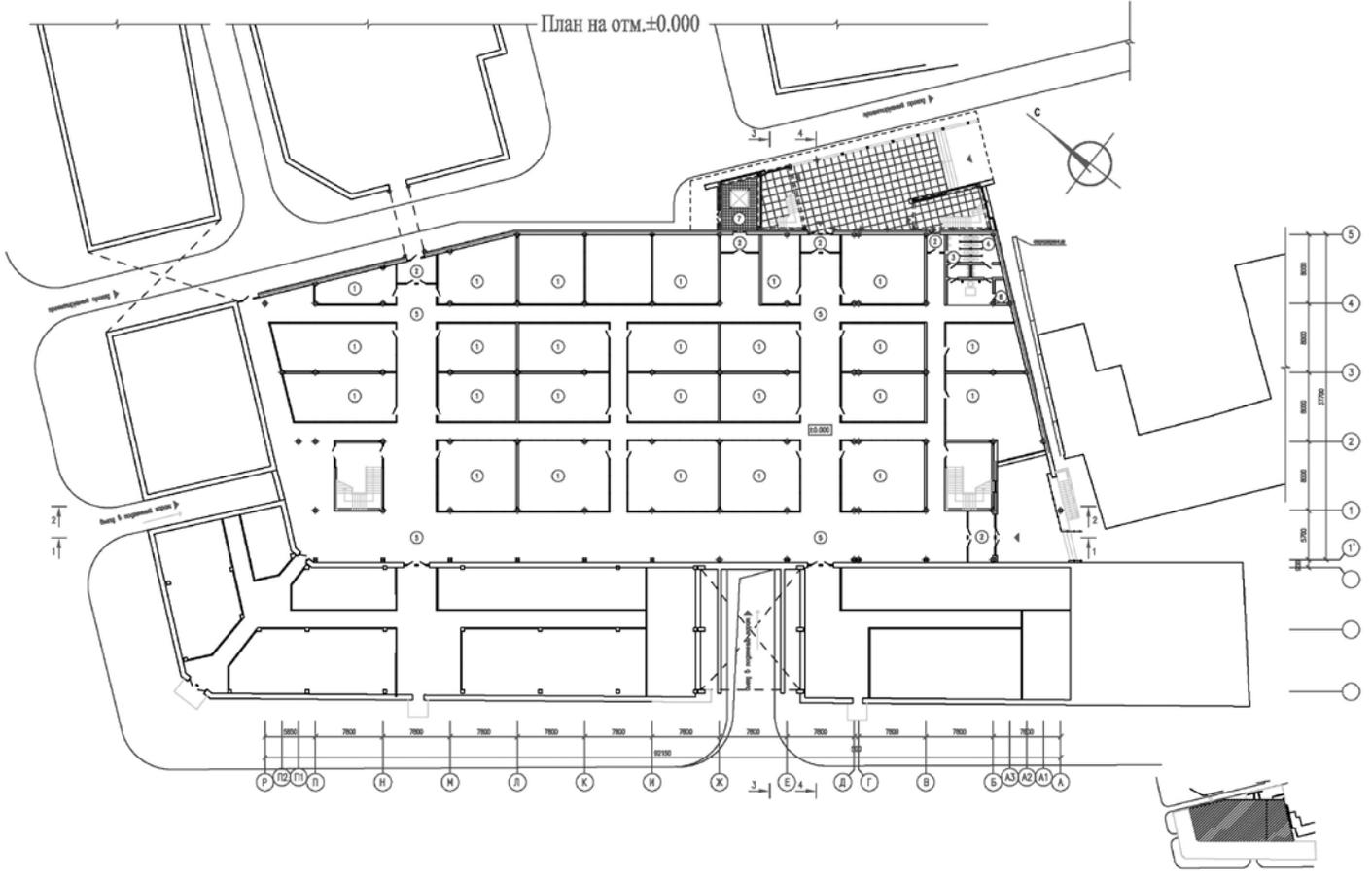
Исторически Ивановская (ныне Пролетарская) была торговой улицей, идущей от Хлебного базара (современный Центральный рынок и Торговый комплекс) по ул. Пестеревской (Урицкого) к Мелочному базару (нынешняя площадь Труда). На углу Большой (Карла Маркса) и Ивановской находилась часовня Христа Спасителя, которая гармонично заполняла пространство и являла собой некий градостроительный ориентир.

Современная градостроительная ситуация в основном дублирует историческую схему торгового направления: «Пассаж на Баснинской» расположен на пересечении двух общественно-торговых магистралей – ул. Карла Маркса и ул. Урицкого - и является звеном в цепочке торговых центров от набережной: «Меркурий» – «Пассаж» – ул. Урицкого – Центральный рынок – площадь Павла Чекотова – рынок «Иркутский» и т. д. по оси объектов обслуживания Октябрьского района города.

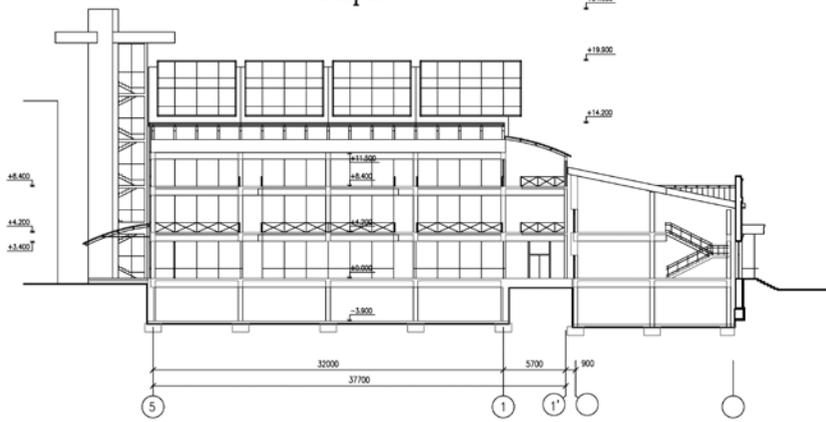
Предметом охраны данного памятника, торговых рядов (в советское время – обувная фабрика) являет-



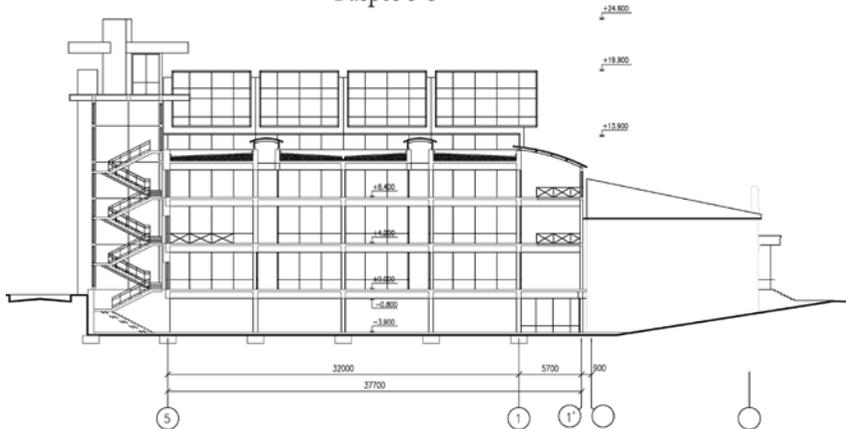




Разрез 4-4



Разрез 3-3



ся фасад (проект зон охраны города Иркутска ЦНИИП Градостроительства, 1982 г.) как элемент, формирующий облик и масштаб архитектуры исторической среды.

Задача удовлетворения потребности в увеличении торговых площадей решалась за счет максимального использования внутриквартального пространства. Масштаб и повторяемость элементов Торгового ряда как прием используется в новом планировочном решении части комплекса вдоль улицы. Авторы предлагают простое и понятное

решение застройки двора, ясную структуру пешеходных потоков с выходами на узловые и привычные точки квартала. Формирование второго плана застройки нейтрально и полностью подчинено в качестве фона элементам сохраняемой части здания.

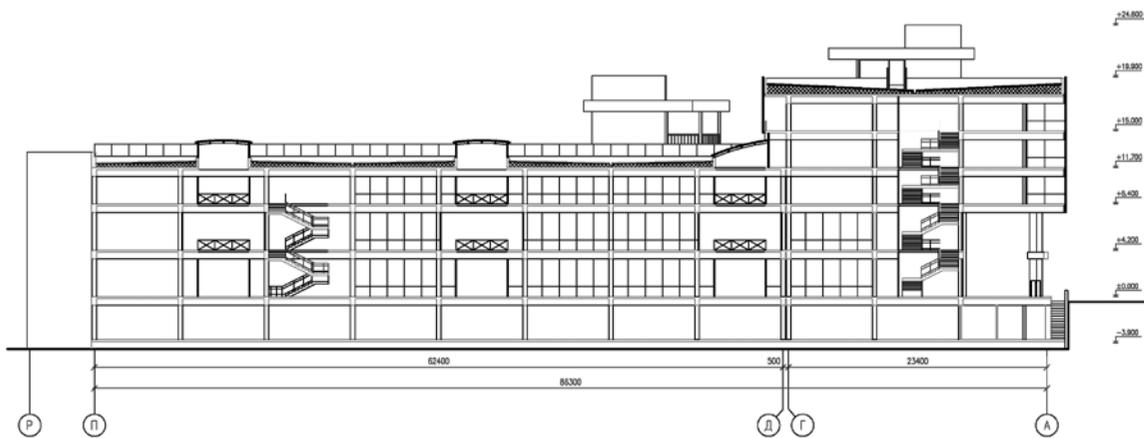
К однозначным плюсам нужно отнести наличие подземной автостоянки на 80 машиномест. Сложившаяся ситуация в историческом центре являет собой нонсенс – площади расширяются, но количество стоянок остается прежним или отсутствует вообще (примером может служить реконструкция фабрики «Вид»), хотя требования по нормативному наличию парковок являются первой строкой во всем мире. Поэтому можно сказать, авторы сделали практически невероятное, хотя количество машиномест должно быть вдвое большим.

В рамках эскизного проекта «Реконструкция торгового центра» был проведен достаточно глубокий анализ ситуации с точки зрения нововведений в контекст. Из трех вариантов – экстравагантного, нейтрального и со своим заданным масштабом – был выбран именно второй. По словам автора, основная идея – абсолютное подчинение объекта памятнику. Стекло в данном случае заменяет собой небо, работает как фон-отражение, не выходя на первый план, не пытаясь привлечь внимание. Тем самым выражает уважительное отношение к памятнику и историческому окружению, создает ему достойное обрамление, не претендуя на собственную уникальность.

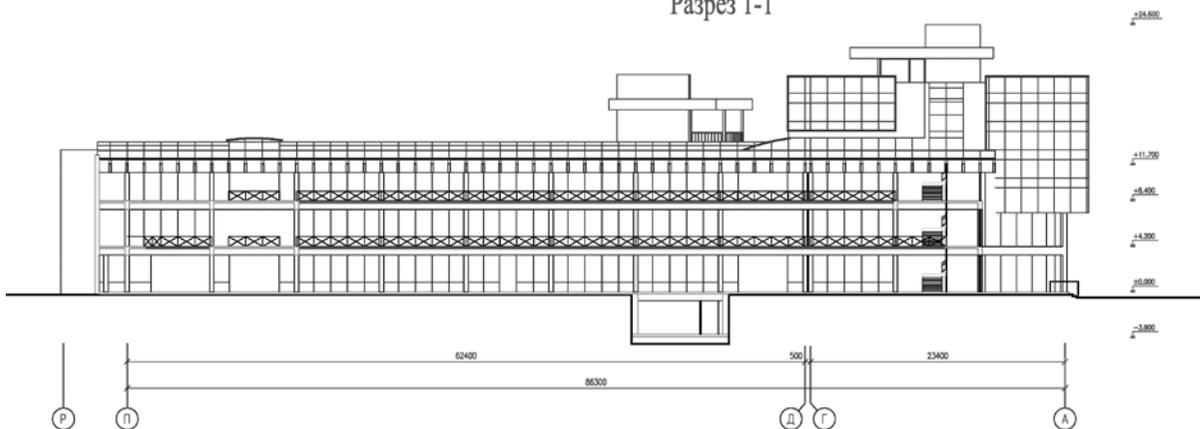
Небольшая площадь со стороны улицы Карла Маркса после уничтожения часовни Христа Спасителя долгое время оставалась пустой, она воспринималась как некий провал. Авторы реконструкции предложили пусть не бесспорное, но деликатное решение. Кристальный архитектурный акцент на углу здания выполняет функцию ориентира (не претендуя, конечно, на восполнение всех тех функций, которые несла часовня). Благодаря этому стала понятна логика места и появилась дополнительная информация о продолжении пешеходно-торгового направления.

Параллельно ул. Пролетарской в самом торговом центре проходит внутренняя улица – пассаж. Она тянется внутри квартала и создает второй торговый ряд, акцентируясь углубленным входом через прозрачный фасад. В вечернее время этот прием будет обретать свой особый смысл благодаря внутренней подсветке, раскрывая содержание и привлекая потенциальных посетителей. Этот вход пришелся как раз на бюст вождя пролетариата (автор В.М. Меркурьев), который на данный момент является единственным памятником Ленину федерального значения. Властями уже принято реше-





Разрез 1-1



ние перенести памятник в другое, более подходящее место. Рядом соседствует известное всем иркутянам панно «Интернационал», и оно, в свою очередь, является единственным в городе произведением монументального искусства. Вполне возможно, будет восстановлена часовня Христа Спасителя на прежнем месте, но пока авторы проекта реконструкции придали осиротевшему скверу свой смысл, благодаря неожиданно образовавшемуся входу со стороны улицы Карла Маркса. Это несомненный плюс проекта.

Особенностью проектирования таких объектов является то, что до конца не всегда ясно, какая конкретно функция закрепится внутри. Торговля может расширяться за счет укрупнения, дробиться на более мелкие сегменты в зависимости от арендаторов, да и сама торговая функция может быть замещена, к примеру, общепитом или развлечениями. В данном случае получился так называемый «каркасный конструктор» под смену функций и технологий, что в дальнейшем позволит безболезненно менять функциональную составляющую.





Торговый центр в г.Пушкино

Адрес: г. Пушкино
Московской области

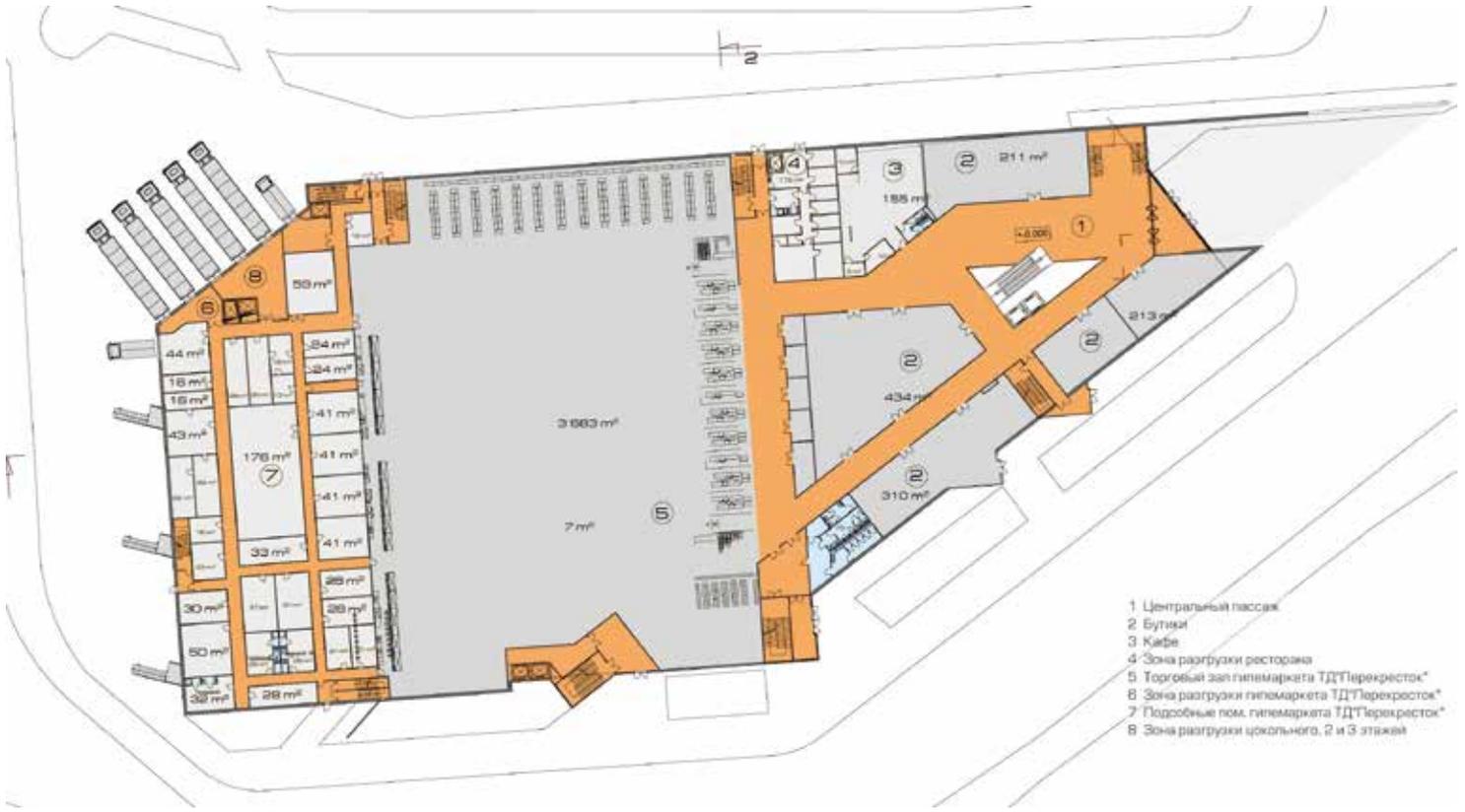
Проект: 2007

Архитекторы: А.Асадов,
А. Асадов, Е. Золотухин

В основу архитектурного облика легла графическая интерпретация Пушкинской эпохи – Золотого века русской культуры. Снаружи здание представляет собой черный «кристалл» из полированных металлических панелей, через которые «прорываются» яркие пятна рекламы. В «носовой» части располагается символическое «перо» – большой навес над главным

входом. Попав внутрь, посетители оказываются в огромном белоснежном, залитом светом пространстве, которое олицетворяет собой бесконечный мир русской поэзии. Здесь существуют лишь призрачные границы – стеклянные перегородки магазинов и бутиков.







Многофункциональный торгово-офисный комплекс с гостиницей

Адрес: г. Москва,
ул.Вавилова, 64/1

Проект: 2003–2007

Архитекторы:
А.Асадов, Е.Вдовин,
А.А.Асадов, О.Григорьева,
А.Дмитриев, А.Полищук,
А.Асташов

Общая площадь:
100 000 кв.м

От монументальности к медийности

На месте существующего Черемушкинского рынка проектируется современный торгово-развлекательный комплекс, над которым будет возвышаться скругленный корпус с офисами и гостиницей, а также панорамным рестораном на верхнем уровне. Гостиничный фасад предполагается превратить в огромный экран, состоящий из led-светильников.

Ветер перемен проносится над улицами и площадями, взъерошивая крыши, прореживая бульвары, роняя посреди пятиэтажек тридцатизэтажные башни и унося в небытие, хоть и потертые временем, но привычные и потому дорогие сердцу дома, кварталы и скверы. Разве ветер виноват в том, что на месте бывших полей уже не найдешь свободного клочка земли и для продолжения экспериментов приходится ставить новый образец на место старого?

Настал черед и одного из заслуженных старожилов юго-запада – Черемушкинского рынка, обеспечивавшего прилегающие районы от Гагаринской площади до Калужской сначала сельскохозяйственной продукцией, затем китайской

мануфактурой и под конец – всем вперемежку. Разговоры о его реконструкции с расширением и возможной пристройкой дополнительного здания шли давно. В рамках распоряжения правительства Москвы №1138-ПП от 18.12.01 «О дополнительных мерах по упорядочению рыночной торговли в г. Москве», владелец здания ООО «Черемушкинский рынок» накапливал средства и рассматривал различные варианты реконструкции, которые постепенно приобретали все более глобальный характер, заполняя весь прилегающий к рынку участок, и скрывая под новыми этажами старое покрытие. К 2003 году концепция полностью избавилась от архитектурных намеков на простоявшее здесь 30 лет незаурядное сооружение.

Историческая справка

В 70-е годы в Москве было построено несколько уникальных зданий, предназначенных для торговли сельскохозяйственными товарами. Предполагалось, что торговать в них, словно на ярмарке, будут продуктами со всей страны. И строились они соответственно. Огромные открытые залы, под высокими красивыми потолками кипит торговая



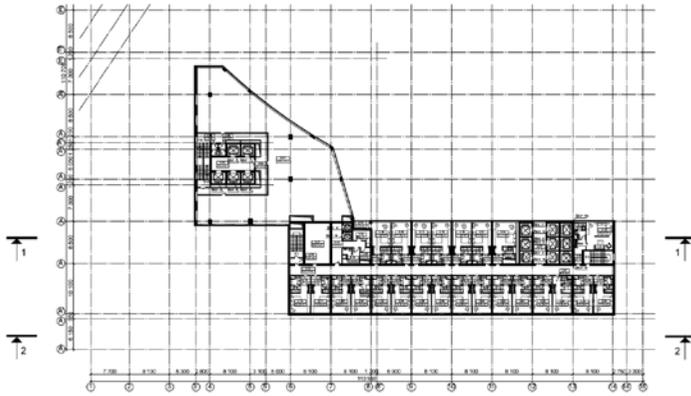
жизнь, разукрашенная всеми фруктово-овощными цветами. Для перекрытия больших помещений рынков без промежуточных опор использовали одну из самых прогрессивных на тот момент технологий – железобетонные сводчатые оболочки. Многие мировые звезды архитектуры, такие, как Альваро Сиза и Оскар Нимейер, создавали тогда здания, главным элементом которых были покрытия, совмещающие достоинства бетона и стали. Каждый материал вносил свою лепту в обеспечение надежности конструкций, и в результате получались невиданные до тех пор композиции. Такая работа требовала от проектировщиков знаний, опыта, владения системой расчетов и особого чувства конструкции, понимания ее пространственной работы. Поэтому к работе был привлечен один из лучших конструкторов – Н. В. Канчели. Он спроектировал кровли Басманного и Даниловского рынка в виде складчатой оболочки, а также парусный свод Черемушкинского рынка. Эти здания, построенные примерно в одно время, после трагедии на Бауманской улице в феврале 2006 года, были автоматически занесены в «черный список» потенциально опасных, чей снос зависит лишь от темпов утверждения новых проектов на их место.

Трагедия 2006 года – обрушение крыши Басманного рынка – мгновенно сделала здания подобного типа нежелательными элементами городского пейзажа, а посему концептуальные архитектурные проработки были активизированы и перешли в проектную стадию. Еще в 2003 году было опреде-

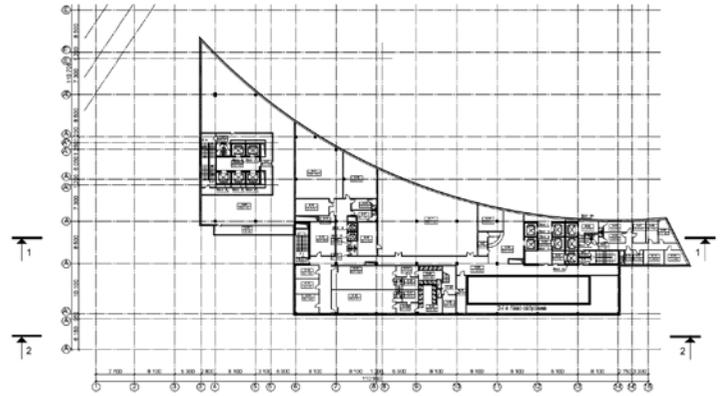
лено общее объемно-пространственное решение комплекса на месте Черемушкинского рынка. Большую часть углового участка между улицами Вавилова и Ломоносовским проспектом занимал 4-этажный корпус, в центре которого предполагался атриум, перекрытый прозрачным сводом (легкий намек на бетонные паруса старого рынка). Вдоль юго-западной границы участка возвышалась 19-этажная пластина гостиницы при рынке. Достаточно традиционную компоновку комплекса неожиданно нарушал огромный проем в высотном блоке, образующий гигантское окно, смотрящее в сторону заката, поскольку других визуальных ориентиров в той стороне нет. Точнее, угловой лестнично-лифтовой блок в стеклянном обрамлении одиноко возвышался над стилобатом и только на последнем, 19-м, уровне соединялся стеклянной галереей с гостиничным корпусом.

Столь подробное описание старого проекта не случайно. Многие из заложенных в нем идей эволюционировали в течение пяти лет от абстрактных эпатажных форм к энергичной актуальной архитектуре, дополненной новейшими техническими разработками. По сути, композиция осталась той же. Обширная стилобатная часть повторяет конфигурацию участка, над ней установлен высокий протяженный корпус. В противоход закругленному внешнему углу стилобата вертикальный корпус выгнут по плавной дуге и заканчивается на самом верху антресольным этажом с почти 12-метровым консольным выносом, словно взмах руки фокусника, зависающей над «волшебным цилиндром»

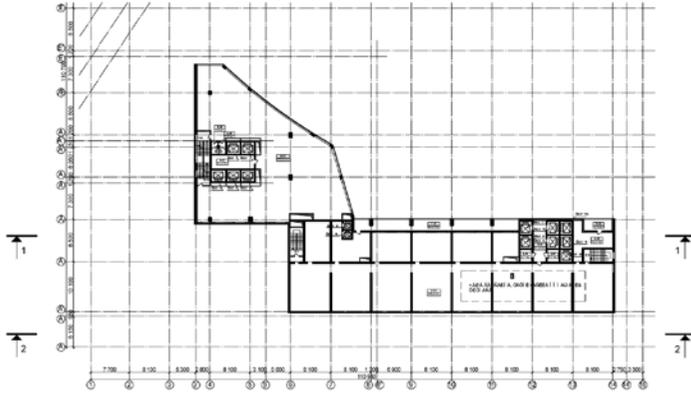
План на отм. +53,400 - +78,600



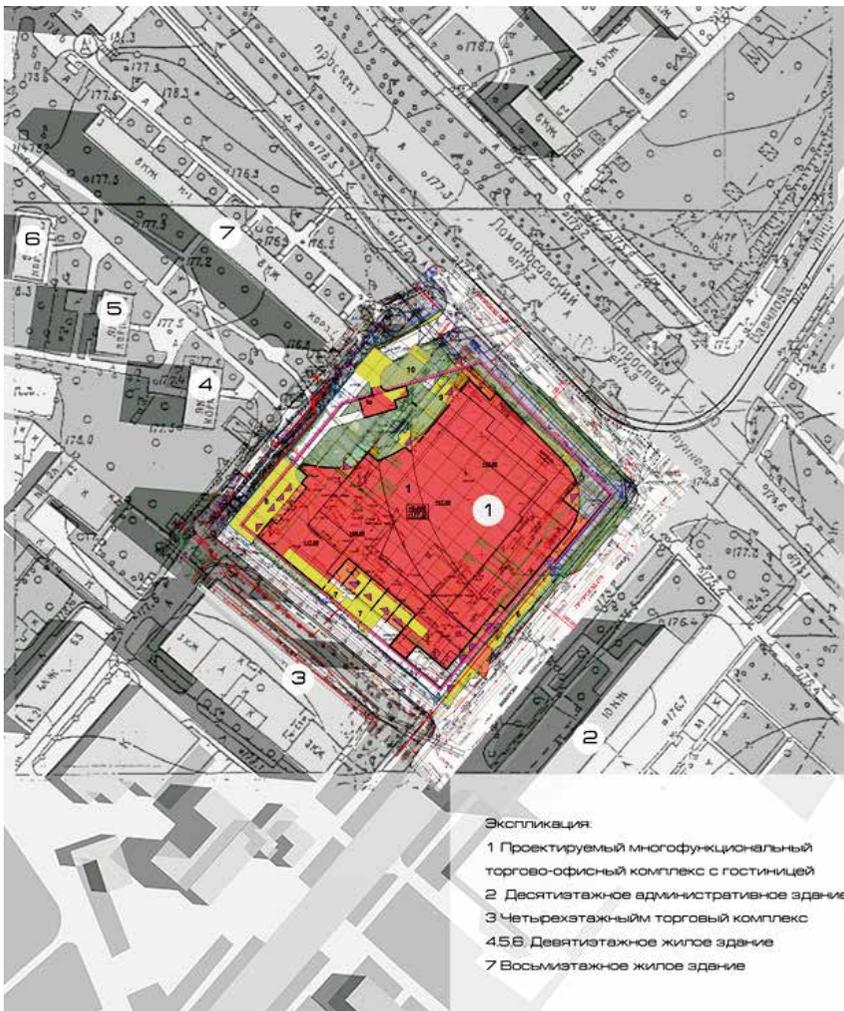
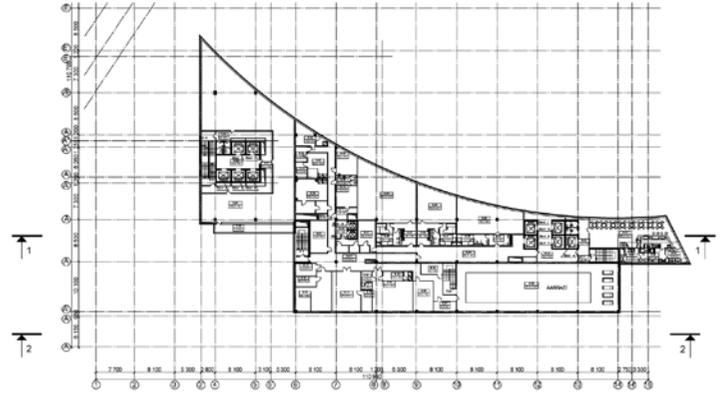
План на отм. +84,600



План на отм. +82,200



План на отм. +88,200



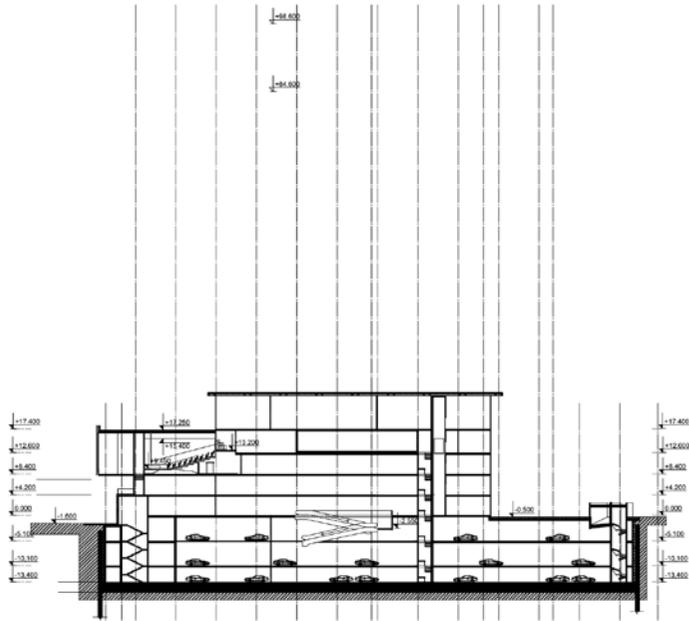
- Экспликация.
- 1 Проектируемый многофункциональный торгово-офисный комплекс с гостиницей
 - 2 Десятиэтажное административное здание
 - 3 Четырехэтажный торговый комплекс
 - 4 56. Девятиэтажное жилое здание
 - 7 Восьмиэтажное жилое здание

– сводчатым покрытием атриума стилобата, сквозь который бьет свет прожекторов. И словно серебристый плащ, «спадает» с него ровная плоскость гостиничной стены, заменяющая в этом месте старое «окно в никуда». Именно здесь, а не в «шляпе волшебника» будут каждый вечер происходить главные чудеса. Вместо ненадежного очарования заката зрителю будут предложены самые современные достижения в области освещения, способные превратить стену в невиданный экран площадью почти 3 тысячи кв. м, на котором при помощи тысяч специальных ламп можно будет показывать любое динамическое изображение.

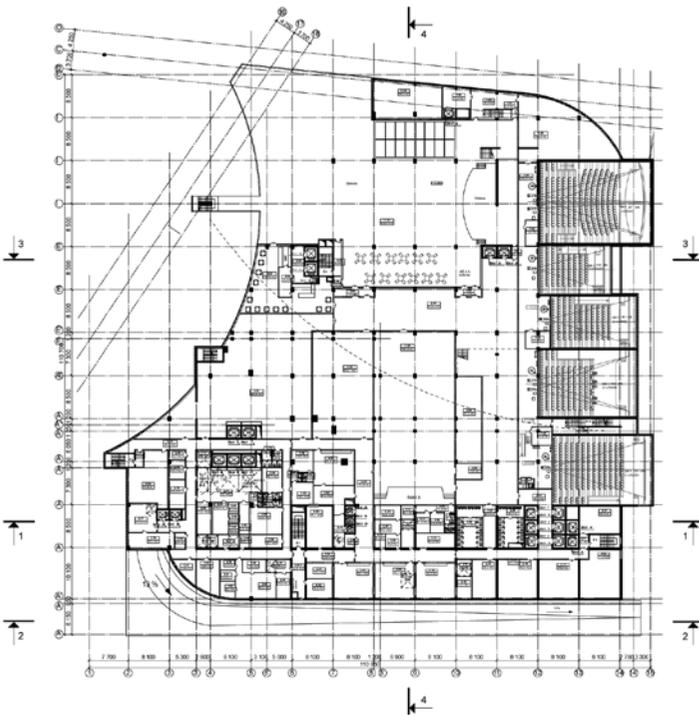
Техническая справка

Основа технологии медиа-фасада – интеграция LED-светодиодов в металлическую конструкцию ламельного типа, которая собирается перед фасадом здания. Так что суммарная светопрозрачность остекления лишь немного уменьшается. Инсталляции могут быть смонтированы не только на ровные, но и на изогнутые поверхности. Изображение на фасаде создается при помощи красных, зеленых и синих светодиодов. Три или пять светодиодов в этой цветовой комбинации формируют один пиксель изображения. Качество изображения зависит от количества и плотности светодиодов, т. е. от точечного разрешения и может меняться в процессе эксплуатации. При помощи медиа-фасада можно транслировать телевизионные сигналы или анимационные и видеоролики с локальных устройств, а также уникальные программы динамичной подсветки здания. Статичные изображения также возможны, но технические параметры медиа-фасада зависят от дистанции восприятия. Вообще медиа-экраны могут быть настроены так, чтобы изображение было видно уже с расстояния 20 метров, но это требует существенного увеличения затрат. Наиболее рациональное решение предусматривает расстояние до зрителя не меньше, чем 50–300 м, что позволит сократить количество пикселей (LED-светодиодов) на единицу площади. В этом случае себестоимость медиа-фасадов, в пересчете на единицу полезной площади, будет примерно в 4–5 раз ниже, чем у уличных светодиодных экранов.

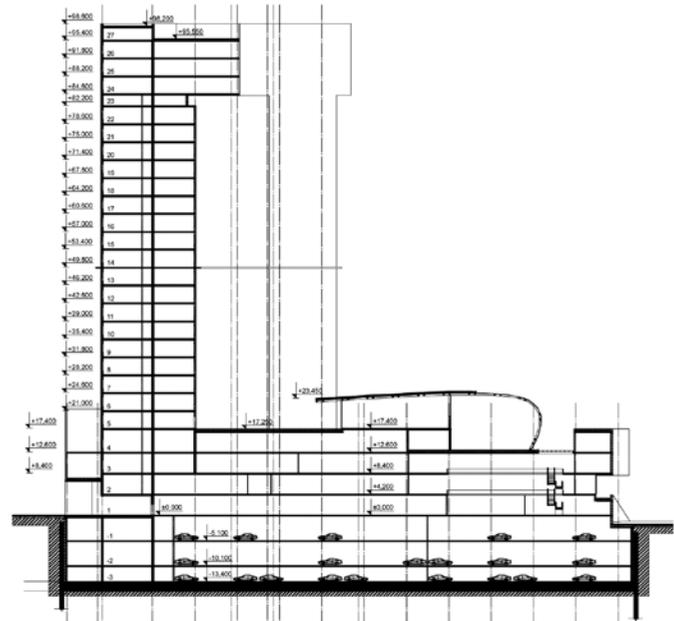
Разрез 3-3



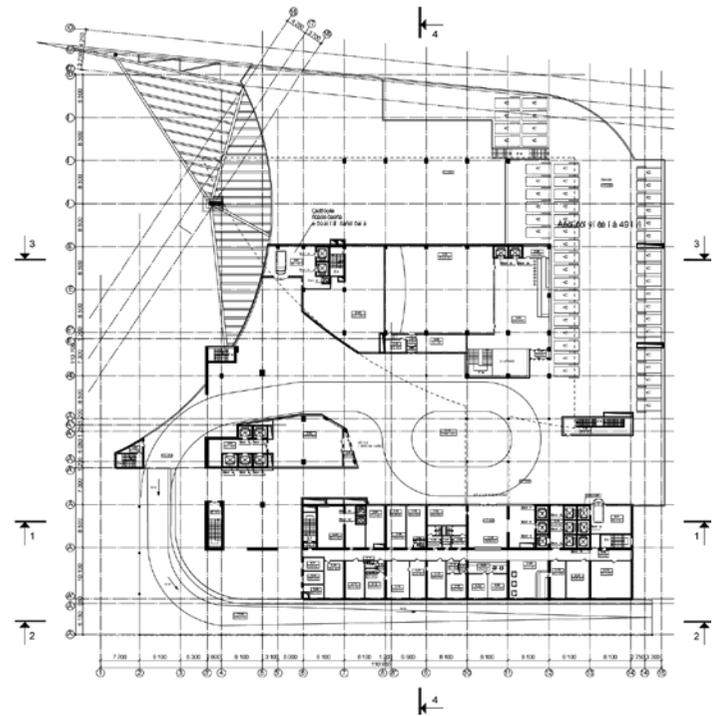
План на отм. +12,600



Разрез 4-4



План на отм. +17,400



Сплошное остекление стены-экрана изрезано тонкими вертикальными и горизонтальными импостами, тогда как изогнутые фасады высотного корпуса и покрытие над атриумом рассекает металлическая структура из перекрещивающихся металлических стержней. Эта сетка служит одновременно и несущей конструкцией оболочки и декоративным элементом, тема которого продолжается в больших остекленных вертикальных плоскостях стилобата. Часть фасадов вертикального корпуса и стилобата решена с использованием темно-коричневых навесных панелей, словно тонкие линии, расчерчивающие стилобат в горизонтальную, а высотный корпус в вертикальную полосу.

Чередование стеклянных плоскостей и темных вставок призвано композиционно объединить новый комплекс и расположенное на противоположной стороне улицы Вавилова административное здание постройки 70-х годов. Хотя в данном случае такая корректность вряд ли окажет

существенное влияние на имидж строящегося здания. Затеряться среди соседей ему не удастся ни при каких обстоятельствах. Это продукт другого века, другой культуры, принесшей на смену монументальности иные средства воздействия на человека. Начинается эра «медийной» архитектуры, в которой не только форма, пропорции, фактуры и цвет будут выражать художественную мысль автора, но и вся наружная оболочка здания станет интерактивным инструментом донесения информационного и эмоционального заряда художника тысячам зрителей.

Шведский прорыв 60-х

Архитектура торговых центров в новых пригородах Стокгольма

текст
Андрей Ляпин

Рационалистические тенденции в архитектуре Швеции, возникшие в 30-е годы XX века, заняли доминирующее положение в послевоенное время. Теоретические разработки и экспериментальное строительство 1940-х годов обеспечили необходимый опыт и уверенность шведским архитекторам, и к началу послевоенного экономического бума они имели четкое представление о том, какой должна быть новая архитектура.

Интенсивное развитие промышленности, стремительный рост городов, многократное увеличение сферы управления и сферы услуг уверенно толкали вперед строительство. Наиболее интенсивно развивались крупные города, и вполне закономерно, что время 1950–1960-х годов стало для крупнейшего города страны – Стокгольма – периодом радикального преобразования градостроительной структуры. Генеральный план Стокгольма, выполненный в 1944 году под руководством Свена Маркелиуса, и его многочисленные корректировки, продолжавшиеся почти ежегодно до 1952 года, стал основой для формирования вокруг Стокгольма новых районов – полусателлитов исторического центра города. Новые районы формировались в пределах пешеходной доступности новых станций метро по радиальным направлениям от центра города. Население районов состояло из 12–20 тысяч жителей. В 1945 году создается первый пригород – Орста, 1951–1955 годы стали временем создания Веллингбю на западном направлении, в 1955–1961 годах – создается северный пригород Тэбю. Также в начале 1960-х строится район Фарста, расположенный на южном радиусе метро.

Район, насчитывающий 25 тысяч жителей, становится к середине 60-х самым крупным новым районом Стокгольма.

Ядром каждого нового района является районный центр, ведущую роль в котором занимает торговля. Наиболее эффективным и современным для того времени стал торговый центр района Фарста.

Центр скомпонован вокруг протяженной пешеходной площади, на которую главными фасадами выходят невысокие двухэтажные здания универсальных и специализированных магазинов, библиотек, ресторанов, различных контор. Станция метро, связывающая район с центром, располагается на северной стороне всего комплекса. Рядом с невысокими общественными зданиями возвышаются группы башенных шестнадцатизэтажных жилых домов, которые подчеркивают центральное положение комплекса районного центра среди средневысотной, в основном пятиэтажной, застройки. Пешеходное и автомобильное движение в центре разделено полностью и осуществляется в разных уровнях. С двух сторон к центру примыкают обширные автостоянки. Кроме того, существует подземный гараж на 600 машин. По сравнению с Веллингбю, Тэбю и районом Орста в общественном центре Фарста значительно увеличены торговые площади и концентрация торговых функций. Площадь торговых помещений достигает 28 тысяч квадратных метров. Проектировщики учли реальность, которая стала очевидной в более ранних районах – центры новых районов реально стали обслуживать не только жителей новостроек, но и тех, кто проживает в прилегающей застройке, существовавшей ранее.





Комплексный подход к градостроительным проектам и детальная проработка всех частей и уровней возводимых объектов, учет природных факторов и гармоничная связь с природным окружением всегда были сильной стороной шведской архитектурной традиции. Новые районы Стокгольма, все объекты, составляющие их, произвели сильное впечатление на современников. По существу, впервые крупные градостроительные комплексы модернистской рационалистической архитектуры были гармонично и естественно вписаны в ландшафты, чем достигался не виданный ранее художественный эффект. Был сформирован образ нового, светлого и современного мира, полного достижений новейших технологий, науки и социального прогресса. Большое впечатление производило также то, что этот новый мир был демократическим – жильё и товары для среднего класса.

Новые торговые центры были элементом более общего подхода к формированию современной жилой среды.

Основное внимание проектировщиков и главные достоинства новых торговых центров были связаны именно с функциональными аспектами, такими, как место в системе жилого района, подходы покупателей, подвоз товаров, размещение автостоянок, сосредоточение и концентрация функций.

Проектировщики не стремились к монументальности. Они стремились быть динамичными и современными – использовались ясные геометрические формы, крупные объёмы, созвучные времени материалы – бетон, стекло, металл. Художественный эффект перемещался на пространство, в интерьерах главенствующую роль приобретало оборудование, предметное окружение, мебель, предметы дизайна.

Шведский дизайн в эти годы был на пике успеха. И единое стремительное появление новой архитектуры, новой пространственной среды и новых товаров становилось основой для новых надежд в жизни общества. Шведские достижения произвели на архитекторов, дизайнеров, политиков и просто людей во многих странах впечатление сильное, приятное, почти вдохновенное. Был представлен новый образ красоты – современный, повседневный, недорогой, достойный.

Советские специалисты также знакомились со шведским опытом. В октябре – ноябре 1957 года делегация советских архитекторов и строителей ознакомилась с вновь возведенными и строящимися жилыми районами Стокгольма, Гётеборга, Мальмё. Они увидели Веллингбю, Орсту, строящуюся Фарсту. По итогам поездки были написаны подробные доклады, отчёты, изданы статьи и книги. Надо ли удивляться тому, что в лучших своих произведениях новые города Сибири, возводимые в 1960–1970-е годы созвучны шведским новостройкам.

В архиве Бориса Михайловича Кербеля в Иркутском музее архитектуры сохранилась большая серия фотографий, сделанных им в Стокгольме в 1966 году. На них представлена новая архитектура торговых зданий шведской столицы. Тех зданий, которые в 1960-е годы стали образцом проектирования торговых центров во многих странах, европейских и американских, социалистических и капиталистических, стали вехой в развитии мировой архитектуры XX века.

На фотографиях Бориса Кербеля торговый центр Фарста в новом жилом районе Скокгольма.





История, коммерция и укрепление местных сообществ Программа «Главная Улица» в малых городах США.

текст
Андрей Ляпин

Реставрация Первой
Законодательной Ассамблеи
Калифорнии в городе
Бенишия стала отправной
точкой для реализации
программы «Главная улица»
в этом городе

Всесторонний и устойчивый интерес людей к исторической архитектурной среде и желание сохранить исторический колорит американских городов появились в Соединенных Штатах после Второй мировой войны, в конце 1940-х – начале 1950-х годов. Этот интерес к исторической городской среде и рядовым архитектурным памятникам сформировался в США несколько раньше, чем в странах Европы и в России. В 1949 году в Америке была учреждена национальная организация по сохранению и реставрации исторических памятников – Национальный трест по сохранению исторического наследия. В России подобная национальная организация – Всероссийское общество охраны памятников истории и культуры – появилась на семнадцать лет позже, в 1966 году.

С момента своего создания Национальный трест был ориентирован на сохранение культурного наследия с помощью конкретных целевых программ и проектов.

К числу наиболее удачных и результативных программ Национального треста относится программа «Главная Улица», разработанная для малых исторических городов США. Американский архитектурный критик Роберта Грац так оценивает Программу: «“Проект Главная Улица”, созданный Национальным трестом исторического наследия,

разросся со своего старта в 1976 году так, что стал одной из наиболее успешных программ реновации в стране»¹.

Начало Программы было таким. Через четверть века после создания треста, его специалисты пришли к выводу, что сохранение архитектурного наследия в самой большой степени зависит от владельцев исторических зданий и от местных лидеров. Если в конкретном городе есть люди, способные создать местное историческое общество, ассоциацию по реставрации архитектурных памятников или еще какую-нибудь местную организацию, нацеленную на реставрацию памятников архитектуры и сохранение исторического облика города, то вероятность сохранения архитектурных памятников очень высока. Если в городе нет общественных организаций, деятельность которых направлена на сохранение исторического облика, то исторические здания скорее всего будут снесены.

Была разработана Программа, рассчитанная на оказание помощи местным сообществам в малых городах в их усилиях сохранить и реставрировать архитектурные памятники.

В Программе «Главная Улица» необычным был сам проектный подход к реставрации – метод, с помощью которого обеспечивалась сохранность исторического облика центральной части небольших городов. Специалисты

1. Грац Р. Город в Америке. Жители и власти. М. : Ладья, 1995.

треста перенесли свои главные усилия с архитектурных памятников на их владельцев. Ядро программы – это экономическое развитие на исторических улицах. А более конкретно – всемерное развитие торговли, малого бизнеса и укрепление благосостояния владельцев исторических зданий в каждом конкретном городе. Укрепление и успешное развитие бизнеса каждого владельца исторического здания на исторической улице стало обязательным условием сохранения исторического облика всего даунтауна в малых городах.

Национальный трест разработал положение, согласно которому предоставлял финансовую помощь тем городским сообществам в малых городах, которые хотели возродить экономику, реставрировать архитектурные памятники и сохранить исторический облик на их главных улицах. Организатор и первый директор программы Мэри Минс так сформулировала главную особенность программы: «Стратегия «Главной Улицы» заключается в экономическом развитии в контексте сохранения истории»².

Для того чтобы получить гранты Национального треста на программу сохранения исторической застройки, жители исторических улиц и владельцы домов должны были создать общественную организацию в своем городе, нацеленную на сохранение исторического облика города. Эта организация могла называться по-разному: «Объединение за сохранение истории», «Исторический Чарлстон», «Бизнес Ассоциация даунтауна Дэвиса», «Главная улица Ливермора», «Деловая ассоциация города Виста», «Реставрационная корпорация Ричмонта». Такая организация выступала партнером Национального треста в своем городе. Достаточно часто задачу сохранения исторического облика улиц брали на себя существующие общественные организации – торговые палаты, торгово-промышленные палаты и ассоциации промышленников во многих маленьких городах. Тогда они подавали заявку в Национальный трест и были исполнителями программы в своем городе.

Старт программы, состоявшийся в 1977 году, был достаточно скромным. Дело было новое, и Национальный трест отобрал для реализации демонстрационной программы только 3 небольших города из поступивших 70 заявок – Гейлсберг в штате Иллинойс, Хот Спрингс в Южной Дакоте и Мэдисон в Индиане. Программа для этих городов была рассчитана на 3 года, и в 1980 году, когда программы в трех первых городах завершились, стало ясно, что найдена очень эффективная методика финансирования и организации реставрации, и эта методика может быть использована другими городами. Новый национальный этап «Главной Улицы», начатый в 1980 году, проводился уже в 30 городах, а заявки поступили из 39 штатов.

Национальный трест редко выделял деньги на реставрацию конкретных архитектурных памятников. Вклад Треста состоял в том, что он за свой счёт проводил обучение местных участников проекта и платил зарплату группе специалистов, которые направлялись в конкретный город и работали там весь период программы «Главная Улица». Это были специалисты-организаторы, они знали экономику и маркетинг, владели процедурой архитектурно-планировочной деятельности, обладали социологическими знаниями и имели представление о новейших достижениях в сфере городского и экономического развития с точки зрения не только местного уровня, но и в национальном масштабе.

«Очень существенно, что поскольку сохранение исторической памяти было единой задачей, сущностной целью стало не замещение, а усиление. В поисках решения для той или иной главной улицы персонал треста детально исследовал нюансы особенности конкретного даунтауна, природу его движущих экономических сил, некогда его сформировавших и влияющих на него теперь. Консультанты анализировали архитектуру и планировочную структуру всего города, ландшафтные решения, экономическое состояние недвижимости, маркетинга, паблисити и рекламы», – пишет Роберта Грац.

Главной задачей специалистов треста было возрождение у жителей любого небольшого городка надежды на изменения к лучшему, формирование представления о ценности их города и их улицы, а также обучение людей умению изменить свой бизнес и свою жизнь так, чтобы люди сов-

местными усилиями могли повысить свое благосостояние и сохранить общую историю. Надо, чтобы люди верили и знали: для того чтобы жить лучше, не обязательно уезжать в другое место, можно начать сотрудничать с соседями и общими усилиями улучшить и облик улицы, и свою жизнь.

Методика Программы позволяла достигать эти цели. Журналистка Элен Познер писала об этой программе в серьезном финансовом издании в 1985 году: «В каждом из городов реставрация одного-единственного здания становилась отправной точкой для проекта «Главная Улица». По мере того, как люди подходили или подъезжали, чтобы посмотреть на работы, или читали об этом в местной газете, ощущение того, что «нечто происходит» в даунтауне, закреплялось все больше. Затем, обычно вместе со сменой владельца, когда въезжали новые предприятия, одно за другим воссоздавались и другие здания». (Элен Познер, «Уолл Стрит Джорнэл», 28.05.1985).

Трест вкладывал в города Программы «Главная Улица» совсем небольшие средства. В трёх городах первого этапа (1977–1980) было потрачено 800 тысяч долларов. В тридцати городах второго этапа (1981–1983) – менее 10 миллионов. Однако частные инвестиции в исторические улицы в этих тридцати городах составили в тот же период 147 миллионов долларов. Т.е. на один доллар, потраченный трестом на консультации, тренинги, семинары, иногда архитектурные и планировочные проекты, приходилось 15 долларов частных средств в реставрацию фасадов, перепланировку зданий, открытие новых малых предприятий на исторических улицах.

После 1983 года Программа «Главная Улица» стала стремительно распространяться по всей стране. Во многих штатах были созданы собственные офисы программы, которые курировали десятки инициатив по возрождению исторических улиц и кварталов в своем штате. В Вашингтоне был создан Национальный центр программы «Главная Улица». Несколько позднее появился Институт Программы «Главная Улица», где организаторы Программы на местах проходили обучение и могли повысить квалификацию.

Наглядным примером работы местного офиса программы может служить Калифорния.

Штат Калифорния включился в программу в 1985 году. В администрации штата был создан офис «Калифорния – Программа «Главная Улица»». Он стал подразделением Агентства по технологиям, торговле и коммерции в администрации Калифорнии и расположился в столице штата, городе Сакраменто. Офис небольшой – в нём работает пять человек. Задача этих людей, которые получали зарплату от администрации штата, состояла в том, чтобы содействовать внедрению программы в городах Калифорнии. С 1987 года офис возглавляет Томас Лизи – уже немолодой, но энергичный и деятельный специалист. Он так говорит о задачах своего офиса: «Мы должны проводить в своем штате программу Национального треста

2. Грац Р. Город в Америке. Жители и власти. М. : Лада, 1995.

Подобно тому, как центральная улица исторического Иркутска долго называлась Большая улица, центральные улицы во многих американских городах носят название Главная улица – Мэйн Стрит. На фото: указатель с названием Главной улицы в городе Манассас.





Главная улица города Манассас после реализации программы.

и стремиться к тому, чтобы каждый исторический город, взявшись за Программу «Главная Улица» в Калифорнии, добился успеха. Мы проводим семинары и тренинги, обеспечиваем все необходимые консультации для администраций малых городов и инициативных групп Программы. Мы являемся связующим звеном между городами Калифорнии, участвующими в программе, и Национальным центром «Главной Улицы» в Вашингтоне».

Том Лизи отмечает, что за 20 лет реализации программы в Калифорнии в ней приняли участие более 70 городов. Важной частью работы является подбор специалистов для каждого города. Уже определилась группа проектных фирм, которые разделяют философию программы «Главная Улица» и относятся к задаче обучения местных предпринимателей азбуке городского планирования без обычного для проектировщиков страха и раздражения. Большой вклад в успешную работу программы в Калифорнии вносит архитектурная фирма Джеффа Айченфилда из Сан-Франциско.

Калифорнийский офис Программы «Главная Улица» выпускает бюллетень под названием «Уличный ритм». Этим занимается помощница Тома Дебора Холл – специалист по английскому языку и литературе. Ежегодно проводится конференция «Программа «Главная Улица в Калифорнии»», на которой участники Программы обсуждают свои проблемы и обмениваются опытом. Все эти встречи и совещания не проходят впустую – конечный результат деятельности Программы вполне осязаем: сотни реставрированных зданий, опрятный и чистый вид городских центров, сотни открытых торговых предприятий, новые услуги для туристов и серьезное увеличение налоговых поступлений в бюджеты городов, вовлеченных в Программу.

За годы реализации Программы по всей стране стало ясно, что успешно выполненная «Главная Улица» эффективно содействует развитию туризма и привлечению новых инвестиций в города. Показательно, что люди, нацеленные на развитие туризма, легко включаются в Программу.

Например, Томас Лизи прежде чем возглавить Программу в Калифорнии, 17 лет проработал в сфере туризма.

Как выглядит главная улица города после реализации Программы, можно увидеть в небольшом городке Бенишия, который в середине XIX века один год был столицей Калифорнии. Небольшой город с населением в 28 тысяч жителей включился в Программу в 1987 году. Настроение жителей города в те годы было тревожным. Судостроительные предприятия в окрестностях Бенишии находились в упадке. Недалеко от города, рядом со скоростным хайвеем, был построен огромный региональный торговый центр, и торговля в даунтауне резко сократилась. Бюджет городка испытывал постоянный дефицит.

Инициативная группа «Главной Улицы» выбрала для экономического возрождения и реконструкции главную улицу города, соединяющую скоростную хайвей за пределами городской черты и рекреационную зону штата на побережье залива Сан-Франциско. Эта улица называлась Первая и проходила через центр города. Главным объектом реставрации стало историческое здание Первого законодательного собрания штата Калифорния, построенное в 1852 году. Боковым продольным фасадом оно выходило на главную улицу города. После того, как столица Калифорнии в 1854 году была перенесена в Сакраменто, это здание было передано муниципалитету и использовалось как школа, как городской зал, библиотека, пожарная станция, полицейский участок.

Сейчас здесь устроили музей, и на средства субсидии штата реставрировали здание снаружи и внутри так, как оно выглядело в 1853 году.

Экономическое возрождение главной улицы Бенишии опиралось на развитие торговли, малых предприятий и сферы услуг на Первой улице. Множество встреч, обсуждений, семинаров и собраний жителей позволили выработать основные направления обновления улицы и всего даунтауна. Внесли изменения в вывески и рекламу, провели ремонт, а иногда и полную реставрацию фасадов,

приспособили под жилье верхние этажи зданий, открыли кафе-мороженое, парикмахерские, рестораны и малые гостиницы в расчете не столько на окрестных фермеров, сколько на отдыхающих расположенной рядом рекреационной зоны и проезжающих по хайвею.

Выбранная стратегия оказалась успешной: сегодня стало нормой для отдыхающих на заливе или возвращающихся с пляжа заехать в даунтаун и провести час-полтора в уютных кафе, показать детям, как выглядело здание, где были приняты первые калифорнийские законы, или купить у фермеров свежие овощи и фрукты. Те, кто проводит за рулем несколько часов, направляясь в другие города, также стали съезжать с хайвея на 500 метров вниз, чтобы сделать остановку, размять мышцы и выпить кофе. Уютная атмосфера тихого городка позволяет сделать необходимую передышку.

Архитектурный облик Первой улицы после проведения Программы не выделяется чем-то экстраординарным. Чистая улица, опрятные и сохранившие все исторические детали фасады зданий, ясные указатели, доброжелательная атмосфера. Удобная улица в удобном городе. Архитектурных и исторических памятников немного, да они и не выделяются среди столь же аккуратных и отремонтированных зданий. Во всем даунтауне Бениши заметно это ощущение прибранности, ухоженности, аккуратности в деталях и целом.

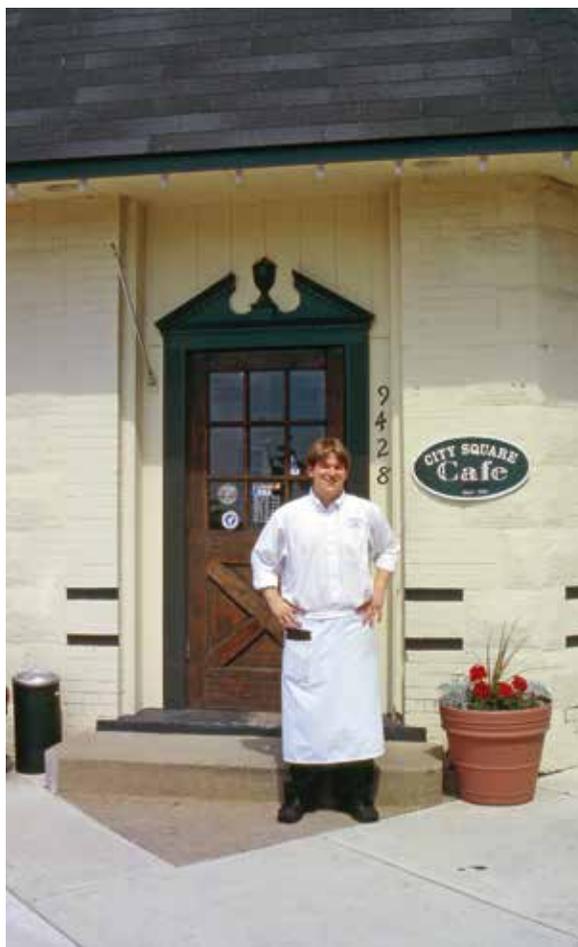
Архитектурные критики отмечают следующую особенность Программы «Главная Улица»: реконструированная историческая улица не носит нарочитого, искусственного характера, но прочно увязывается с повседневной и праздничной жизнью всего городка. Содержанием и обликом Главная Улица укрепляет и коммерческую, и повседневную бытовую и историческую стороны образа жизни местных жителей.

Когда движение Программы «Главная Улица» стало охватывать несколько сотен городов ежегодно, Национальный центр «Главной Улицы» решил использовать дух соревнования среди реставрационных сообществ и учредил в 1995 году награду «Лучшая Главная Улица Америки». Каждый год Национальный трест на конференции определял пять лучших городов, лучших реализованных программ «Главная Улица». Калифорния всегда была на хорошем счету в этом соревновании, и «Главные Улицы» в городах Калифорнии не раз получали национальную награду: Пасадена в 1995-м, Сан-Луис Обиспо в 1999-м, Коронадо в 2000-м.

В 2003 году победителем конкурса «Лучшая Главная Улица Америки» стал город Манассас в штате Вирджиния с населением около 30 тысяч жителей. Программа в Манассасе стартовала в 1988 году и победила в Национальном конкурсе, подведя итог 14 годам усилий по экономическому развитию даунтауна города. Объективные показатели, по которым оценивалась успешность Программы в этом городе, включали следующие данные: 54 отреставрированных здания, создание 350 новых рабочих мест, частных инвестиций в реставрацию и обновление зданий – 12 миллионов долларов, 100% занятость всех исторических зданий даунтауна жилыми и реальными экономическими функциями.

По мнению аналитиков, успех Программы «Главная Улица» за последние 25 лет состоит во всестороннем сотрудничестве организаций трех уровней. Вот эти уровни: первый уровень – сотни местных самоуправляемых реставрационных и исторических организаций; второй уровень – программы отдельных штатов, курирующие местные инициативы; и третий уровень – деятельность Национального центра Программы «Главная Улица», который направляет движение в национальном масштабе.

Все три уровня работают вместе, чтобы создать исторически ориентированное коммерческое сообщество и реконструировать здания в округе этого сообщества. Уровни поддерживают друг друга через созданную совместную систему информации, через разделение успеха, через профессиональное сотрудничество. Созданная совместная система тренингов продвигает методологический подход «Главной Улицы» ко все большему распространению и возрождает коммерческую активность в исторических даунтаунах и местных сообществах.



У входа в кафе на Главной улице в историческом центре Манассаса.

Примечательно, что все организации, вовлеченные в Программу, являются самостоятельными, но они работают в постоянном партнерстве, достигая общие цели.

Программа расширяется и укрепляется с каждым годом. Сегодня «Главная Улица» реализуется в 1200 городских сообществах по всем Соединенным Штатам.

К числу важных достижений Программы следует также отнести возросшее качество городской и уличной среды, которое существенно повысилось в большинстве американских городов в 1980–1990-х годах.

В России Программа «Главная Улица» практически не известна. Она не известна ни специалистам-реставраторам, ни сотрудникам городского управления. Информация о Программе на русском языке ограничена одной главой в замечательной книге Роберты Грац «Город в Америке. Жители и власти», переведенной Вячеславом Леонидовичем Глазычевым в 1995 году.

Периодически встречается информация о Программе в газетах, когда, описывая тот или иной американский город, журналист упоминает, что в нём проводилась Программа «Главная Улица». Но в газетной публикации никогда не разъясняется суть Программы и её методология. Например, в иркутских газетах упоминалось о том, что в городе-побратиме Иркутска Юджине (штате Орегон) проводилась Программа «Главная Улица».

Программа «Главная Улица» представляет собой ценный международный опыт реконструкции исторической застройки. По эффективности и масштабам проведенных реставрационных работ этой методике нет равных. Программа должна быть тщательно изучена российскими специалистами по реконструкции исторической застройки. Безусловно, что создание российского центра проекта «Главная Улица» в Москве, на базе одной из крупных историко-культурных организаций, и работа по подобной методике с малыми историческими городами России могли бы вдохнуть надежду в тех, кто стремится сохранить экономическую устойчивость и историческое архитектурное наследие в малых городах страны.

Статья подготовлена по материалам исследования, проведенного в рамках гранта, предоставленного Международным Советом по исследованиям и обмену (Айрекс).

Литература

1. Грац Р. Город в Америке. Жители и власти. М. : Лада, 1995.
2. Лечеци М. Америка реставрирует свои исторические здания. Реставрация главной улицы в небольшом городке // Америка. № 390. Май 1989.
3. Main Street Committee Members Handbook, Washington, DC, National Main Street Center, 1996.
4. "Street Beat", The newsletter of California Main Street, Summer 2001, Sacramento, California, 2001.

Ресурсы интернета

1. www.nationaltrust.org
2. www.mainstreet.org

Мельбурнские моллы

История о том, как даунтаун мегаполиса справился с торговлей в центре

текст и фото
Елена Григорьева

Мы привыкли думать, что торговля в центре это плохо. Тесно людям, тесно машинам в пробках и на парковках. Именно в историческом центре приятно было бы погулять, любясь красивыми фасадами с архитектурными излишествами, посидеть в сквериках с дитем или любимой, пешком пройти до театра или на вернисаж, просто потусоваться. Но нет: кругом алчущие шопинга или уже насытившиеся им и стремящиеся в далеко и неправильно запаркованную машину, или переполненный трамвай, или в очередь на маршрутку. В Иркутске центральные улицы Карла Маркса и Дзержинского забиты автомобилями. А появившиеся недавно громоздкие эвакуаторы еще усугубляют нервозность ситуации своим грозным транзитом. Суета, какое тут удовольствие.

ГЛАВНАЯ УЛИЦА МЕЛЬБУРНА ВЕЛИКОЛЕПНОГО Вдоль по Свенстон-стрит.

Свенстон – главная улица Мельбуерна – стартует от вокзала Флиндерс-стрит и знаменитого архитектурного хита конца XX века – площади Федерации (ПБ11). Улица насыщена самыми разными функциями. Здесь мирно соседствуют культура и управление, образование и коммерция – по красным линиям или через скверы с отступом в курдонеры стоят Государственная библиоте-

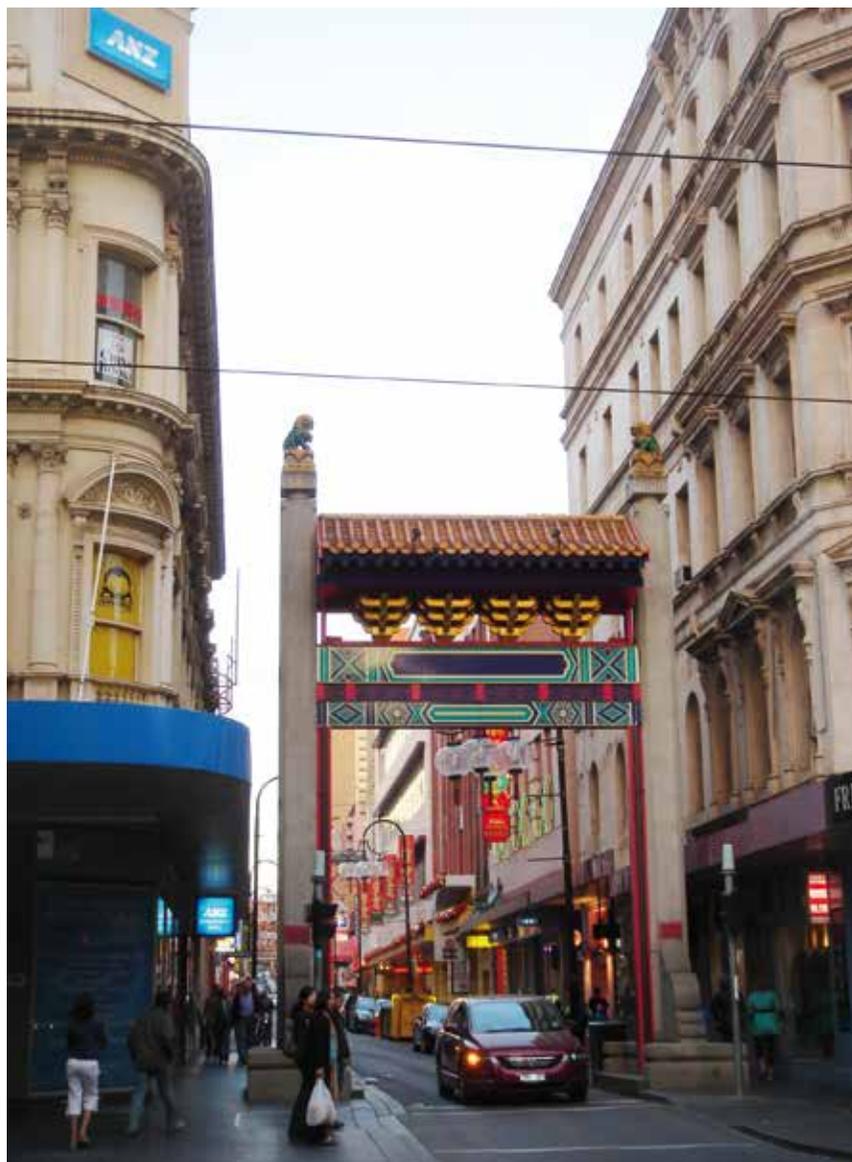
ка, кинотеатры, суд, таун-холл, церковь, технологический университет, банки, кафе, рестораны и магазины.

ТОРГОВЫЙ ДУБЛЕР

Котлеты отдельно

Несмотря на сверхплотную насыщенность центра торговлей, на Свенстон-стрит озабоченные шоперы не мешают прогуливающимся эпикурейцам. Разные цели – разные уровни. Главный променад для покупок идет левее и выше: в уровне второго этажа магазины соединены между собой на протяжении нескольких кварталов. Прием, несомненно, представляющий особую ценность для холодной Сибири. Легко вообразить счастливое будущее иркутян, шопингующих в уровне 2-го этажа от одноименного кинотеатра, скажем, via Брэндхолл, Ветка Сакуры с переходом через Сухэ-Батора и Пролетерскую до нового «Сезона» или даже далее, до обновленного «Пионера».

Торговый дублер главной улицы в Мельбурне Великолепном богат не только разнообразием товаров, фирм, брендов и функций, но и сменой пространственных впечатлений – молл – пассаж – атриум под стеклянным конусом с древней пожарной каланчой внутри – переход над улицей...



МЕЛЬБУРН ЦЕНТРАЛЬ

Архитектор проекта Аштон Раггатт МакДугалл и НХАрхитектура.

Дизайн Аштон Раггатт МакДугалл.

Консультант по строительству Ирвинконсульт.

Консультант по ландшафту и дизайнер по интерьерам Аштон Раггатт МакДугалл.

Консультант по освещению Бовис Ленд Лиз - Майк Спэрроу.

Консультант по сфере услуг Коннер Пинкус Сондерс при участии

Коннелла Мотт МакДональда. Строитель Бовис Ленд Лиз.

Первый архитектор Кишо Куракава при участии Хасселл.

Консультант по планированию Урбис ДжХД.

Графический дизайн Голлингз Пиджон.

Строительный инспектор МакКензи Групп Консалтинг.







МЕЛЬБУРН ЦЕНТРАЛЬ Коммерческий центр нового поколения

Этот комплекс, связавший несколько кварталов, включил в себя всевозможные розничные точки, пункты питания и развлечения. Он появился как явление благодаря искусной реконструкции нескольких существующих коммерческих комплексов и представляет собой город в миниатюре, с насквозь прорезающими его новыми переходами и многоуровневыми улицами. Эти новые улицы, следуя за старыми, обеспечивают четкую сеть передвижения как внутрь территории, так и назад в город.

Участники процесса испытывают ощущение, что галереи и залы, по которым они движутся, скорее являются частью общественных пространств города, нежели пространствами герметически закрытого торгового центра.

Объем, включающий в себя атриумное пространство, сформирован из набора городских фрагментов, различных свидетельств далекого и недавнего прошлого.

Форма и отделка оперируют самыми скромными средствами, легкодоступными материалами, бесхитростными деталями – довольствуясь некоей городской бедностью, которая дает возможность беспрепятственно реконструировать комплекс и обновлять его оснащение в больших масштабах.

Являясь безусловно успешным коммерческим объектом, Мельбурн Централь получил награду Уолтера Берлей Гриффина за градостроительное проектирование как тщательно продуманная и законченная работа в этой сфере. По мнению жюри, авторы творчески использовали существующую ситуацию и внесли свой вклад в богатство градостроительного опыта Мельбурна.







ТОРГОВЫЙ ПОДИУМ, ПРОНИЗАННЫЙ СЕТЬЮ ТРОПИНОК
– часть доходного дома QV2

Еще один прием благополучного сосуществования коммерции с неотъемлемыми функциями и масштабом даунтауна демонстрирует проект QV 2. Заказчиком этого доходного дома выступила фирма-застройщик Грокон. Предполагалось, что здание, наряду с несколькими другими, войдет в застройку QV, охватывающую весь городской квартал. Жилая восьмиуровневая 136-квартирная часть находится над трехэтажным подиумом с коммерческой функцией.

Расположив здание в самой важной части города, напротив курдонера Государственной библиотеки штата Виктория, авторы применили модель градостроительного проектирования с использованием резкого контраста. Высветленная база сочетается с высоким карнизом соседней библиотеки и по замыслу архитекто-

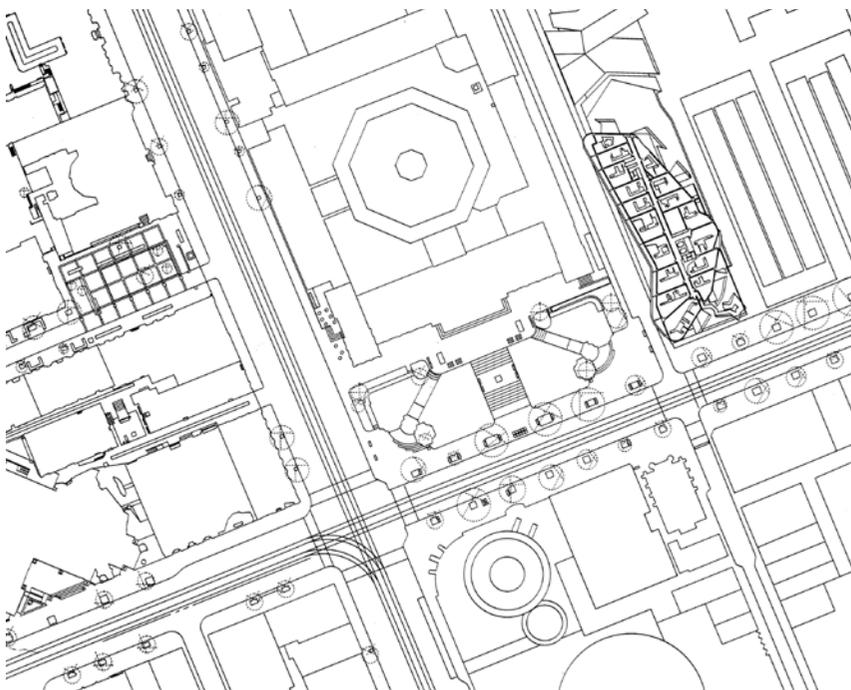
ров как бы играет роль призрака Госпиталя Королевы Виктории, который ранее находился на этом месте. Единая форма, искривленная в плане, стоит на белом торговом подиуме, остро нависая над полосами автомобильного движения. Кривизна, разумеется, не случайна, она спровоцирована множеством городских обстоятельств, среди которых и облегчение обзора купола Государственной библиотеки, и обозначение угла, и смена масштаба многолюдной территории сквера на коммерческую зону.

Создавая подходящие условия для городских общественных пространств, проект этого жилого здания разрушает типологию жилого квартала. Созданное при помощи чередующихся горизонтальных соединений из полированного бетона, белых и пурпурных металлических панелей и связанное сплошными балконами, выходящими на север, это здание уходит от «домашнего» образа и подчиняется законам города. Квартиры следуют общей модели: раздвижные двери отделяют цветной центр от периметра с белыми стенами. Контрастируя с городской формой, эта модель позволяет создать семнадцать не повторяющих друг друга типов квартир внутри искривленной формы здания.

Дорожки, пронизывающие, словно муравьиные тропинки, весь первый уровень, предназначены для сферы услуг и розничной торговли в центральной зоне Мельбурна. Именно они обусловили бурное развитие здесь объектов малого бизнеса. В этом квартале автономные модные магазины и кафе расположены очень плотно и вполне конкурентны близлежащим крупным универсамом и торговым центрам. Дорожки используются по-разному, в зависимости от объектов, что находятся поблизости, их иерархии и коммерческого профиля. Это и точки технического обслуживания, и конкурирующие модные бутики, и неформальные и специальные виды бизнеса. Огромный food-floor предлагает, как и принято, все разнообразие кухонь от европейской до самых экзотических. Сеть линейных проходов грамотно просчитана, подбор точек притяжения уточнен эмпирически, так что исключается столпотворение и сохраняется общепринятая дистанция между людьми. Тропинки соединяются друг с другом и образуют быстрые выходы к главным улицам.

Мельбурн Централь и QV 2 подтверждают тот факт, что потенциал новой общественной сферы находится в крупномасштабных коммерческих объектах.

Торговля с историческим центром совместима, когда пропорции внедрения ее выверены и просчитаны, приемы индивидуальны, и весь процесс управляем.





Малые торговые формы



текст и фото
Елена Григорьева

1. NewQuay – новая набережная
Folly – здание, которое выглядит живописно, но нелепо

Магазин мороженого Лимонетто и Фиш-бар
авторы: Джессика Лью и Шерри-Энн Куок
награды: RAIA



Поколение NEXT внесло свой симпатичный вклад в реконструкцию мельбурнских доков. О такой возможности большинство студентов архитектурных вузов могут только мечтать – быть привлеченными к разработке проекта, который станет частью самого продвинутого района Мельбурна. Повезло студентам Технологического университета.

Состоялось два конкурса. Первый – NewQuayFollies¹ – был частью художественной программы с бюджетом в 10 миллионов австралийских долларов для новой набережной Доков. Конкурс был серьезным вкладом в отношения искусство – архитектура. Победили студентки Джессика Лью и Шерри-Энн Куок.

Follies – магазинчик мороженого Лимонетто и Фиш-бар получили награды RAIA (Королевского Австралийского института архитекторов) 2003 года. По словам мэтров, получились два здания «подобные ювелирным изделиям с великолепно проработанными гранями».

Оба объекта отделаны материалами, создающими иллюзию преломления и отражения: Лимонетто – цинковыми листами, а Фиш-бар – отражающей нержавеющей цвета морской волны.

Авторы же были трижды потрясены: победой в конкурсе, наградой RAIA, а главное – воплощением проекта практически без изменений.



Офисный центр в Сеуле.
Прозрачный лифт в
Атриуме

авторы:
Архитектурная фирма
«Аум и Ли»

Приграничная Манчжурия – как декорации к спектаклю

фото
Руслан Хотулев

На юге города преобладают правдивые сценки из китайских будней. К северу от КВЖД неоновый «деловой» район – все о безумном шопинге россиян.







Молл «Европа» в Зальцбурге. При населении около 150 тысяч человек – Зальцбург принимает в год до семи миллионов туристов. Так что среди посетителей молла и его многочисленных аттракционов не так уж много «аборигенов».
Стилистика молла – пестрая мозаика из фрагментов музейного, ресторанного, садово-паркового, циркового и многих других видов душевного отдохновения.
Может быть, это и есть «стиль молл»?

Пестеревская – главная торговая улица Иркутска

История

Для многих исторических городов на определенных этапах торговля была жизненной необходимостью для их дальнейшего развития, а подчас и существования. В организме города формируются особые пространства, предназначенные для этой деятельности. Они преобразуются внешне, меняют очертания своих границ, но год за годом исправно продолжают исполнять свою функцию. Со временем это уже не просто места реализации банального процесса «купли-продажи». Это территории со своей историей, с особой архитектурой, традициями известных купеческих династий, территории, живущие по своим законам, привлекательные и для местных жителей, и для приезжих, и для туристов. Для современного Иркутска таковым является район Центрального рынка (бывший Хлебный базар) и улица Урицкого (историческое название – Пестеревская). Это не самый ранний торговый центр города. Так сложилось, что торговля сюда пришла достаточно поздно – лишь в третьей четверти XIX века.

Первый иркутский Гостиный двор с таможней был построен в 1700 году на берегу Ангары восточнее острога, рядом с собором Богоявления. В 1740-х годах в связи со строительством на этом месте Архиерейского дома торговля была перемещена на другой участок, расположенный также на берегу, но западнее острога, а в конце 1770-х – в район Тихвинской площади (сегодня сквер им. Кирова), где на протяжении более сотни лет и был главный торговый центр города. Еще одно старейшее торговое место с давних времен располагалось там, где сейчас находится площадь Труда (перед зданием цирка) – т.н. Мелочной базар. Торговые ряды в этом месте фиксируются на градостроительных планах начиная с середины XVIII века. На территории современного Центрального рынка торговля появилась только в конце 1850-х – начале 1860-х, когда на огромной пустующей Арсенальской площади, где находился только старый армейский арсенал, возведенный еще в 1774 году, был размещен Хлебный базар.

Улицы Пестеревская и Ивановская (современная Пролетарская) соединили Хлебный и Мелочной базары и неизбежно сами оказались втянутыми в процесс коммерции. С того времени обычная жилая застройка этих улиц постепенно начинает меняться и уплотняться – в усадьбах сокращаются

территории занятые садами и огородами, появляются небольшие торговые заведения, склады, постоянные дворы, разного рода мастерские. Специфичность функций, ценность места и быстрая окупаемость вложений предопределяют смену строительного материала – торговые заведения начинают возводить из камня. На Пестеревской первым крупным каменным зданием, сочетавшим жилые и торговые функции, был двухэтажный дом купца Я.В. Аксенова, построенный в 1861 году и включенный впоследствии в объем более поздней постройки (Урицкого, 2). В период 1860-1870-х на улице было построено еще несколько каменных торговых лавок и магазинов.

Преобразования застройки на Пестеревской проходят довольно быстро, но настоящий размах они приобретают после грандиозного городского пожара 1879 года, когда на Хлебном базаре сконцентрировалась основная городская торговля, в то время как Гостиный двор и Торговые ряды на Тихвинской площади, а также Мелочной рынок полностью выгорели. Пестеревская также попала в зону страшных пожаров 22-24 июня того года, уничтоживших практически все постройки, остались лишь остовы обгоревших единичных каменных объектов. Послепожарное строительство начинается очень активно. Причем важно отметить одну его характерную особенность – сначала в большинстве усадеб появляются небольшие деревянные жилые дома, т.е. привычно воспроизводится традиционная для этого места жилая функция, но довольно быстро жилые постройки заменяются торговыми, и улица начинает необратимо менять свое назначение. Со временем и эти первые торговые здания, чаще небольшие, в свою очередь надстраиваются и реконструируются или же заменяются новыми более крупными и репрезентативными.

Согласно указу городской управы Пестеревская попала в число нескольких центральных улиц с требованием обязательного каменного строительства, что, естественно, оказало значительное влияние на ее облик. Указы властей и растущая конкуренция неизбежно привели к смене владельцев – несостоятельные или обедневшие хозяева вынуждены были продавать свои участки (иногда и незастроенные) более богатым и преуспевающим, что в свою очередь вело к очередному витку перестроек.

текст и фото
Александр Ладейщиков,
Елена Ладейщикова



Вид улицы Пестеревской от Хлебного базара. Фотооткрытка 1906 г.



Таким был облик нынешнего магазина «1000 мелочей» в начале XX в. Фото из коллекции С.И. Медведева

Фрагмент застройки улицы Урицкого, дома № 3-7

Характер преобразований наглядно демонстрирует динамика изменений стоимости земли. В 1895 году цена квадратной сажени на Пестеревской составляла 4, а в 1902-м – 15 рублей, то есть почти за десятилетие стоимость выросла более чем в три раза. В сравнении с другими улицами города это самый высокий показатель. Аналогичную цену имеют только участки на главной улице города – Большой (3 рубля – в 1895-м и 10-15 – в 1902-м). Цена земли на соседних жилых Солдатских улицах составляла соответственно по тем же годам: 1–1,5 и 4 руб.

Строительная активность продолжалась до известных революционных событий 1917-го. Одним из последних объектов был торговый дом по нечетной стороне в угловой усадьбе, обращенной к Хлебному рынку – великолепный образец поэтапных преобразований, трижды реконструированный и в результате получивший эlegantное оформление в неоклассицистической стилистике. Речь идет о торговом здании, в котором сегодня размещается магазин «1000 мелочей», окончательно его облик сложился в 1960-е годы после очередной перестройки и объединения с соседним зданием по ул. Фурье, 16. Далее следовал длительный перерыв, и только в начале 1970-х – новая активизация, но уже на ином уровне с учетом представлений и тенденций своего времени. На месте снесенных ради этого исторических усадеб были построены Дом моделей (ул. Фурье, 8) и Дом быта (ул. Урицкого, 8). Вместе со зданием Торгового

комплекса, поставленного на рыночной площади в створе улицы Урицкого, они должны были формировать современный городской торговый центр. Строительство этих зданий именно здесь не случайно: новые, исключительные для города объекты, безусловно, появляются на особой территории.

Пестеревская – градостроительный ансамбль

Улица Урицкого уникальна и в историческом, и в функциональном, и в морфологическом отношении. Ее застройка может служить своего рода архитектурной энциклопедией по типологии торговых зданий, стиливому многообразию, а также наглядным примером уникального сжатия временного ритма развития застройки, ее быстрых и многократных изменений. Историческая застройка улицы весьма живописна и разнообразна по архитектуре, несмотря на то что появилась она в относительно небольшой временной интервал – около 20–30 лет. Периодом 1890-1910-х годов датируется большинство зданий.

За исключением объектов, снесенных при строительстве 1970-х годов, улица сохранила почти все свои постройки, но, к сожалению, в последние годы были демонтированы две небольшие торговые лавки – № 3 (литер Д) и № 11 – старожилы улицы и по возрасту и по архаичности типа. Сразу после пожара 1879 года такие скромные, но удобные и относительно недорогие лавки появились почти в каждом дворе. Ставились они без участия профессиональных архитекторов небольшими



Общий вид улицы от рыночной площади. Современное состояние



строительными артелями, работавшими добротнo и грамотно. И именно они в первую очередь перестраивались или заменялись крупными, богато оформленными магазинами. На фасадах некоторых зданий, выстроенных в два этапа, в уровне первого этажа прочитывается исходный объем.

Сейчас в застройке представлены все существовавшие на начало XX века типы торговых зданий: небольшие лавки, восходящие к более ранним сооружениям, специализированные магазины, универмаги, пассаж, а также комбинированные типы – здания, сочетающие торгово-складские функции и доходные дома, в которых нижний этаж сдавался под торговлю, а верхний предназначался под разные другие функции (жилье, конторы и пр.).

Знаковым элементом и своего рода визитной карточкой торговых зданий в конце XIX – начале XX столетий были крупные стеклянные витрины, которые раскрывали интерьер магазинов для улицы, зрительно связывая внешнее и внутреннее пространство. Новые постройки сразу возводятся с такими витринами, в старых растесывают и увеличивают изначально небольшие окна.

Наиболее передовые для своего времени формы торговли и типы зданий – универмаги и специализированные магазины впервые появились в Иркутске именно на Пестеревской, а после уже распространились в других частях города. Прежде всего, это относится к крупным, по меркам того времени, двухэтажным зданиям магазинов, таким, как «Универмаг Мерецкого» (дом № 3) и «Магазин Товарищества братьев Бревновых» (№ 16).

Многое опробовалось и применялось впервые именно на этой торговой улице, что понятно и естественно в условиях жесткой конкуренции. Впервые в Иркутске здесь использовались и некоторые довольно смелые инженерные решения и новейшие конструкции. Например, в здании № 19 в перекрытии второго этажа и арочного проезда использованы необычные металлические ребристые своды, уложенные по металлическим же балкам, а в пассаже Юцисов применены оригинальные металлические конструкции кровли со сплошным остеклением галереи и торцевые витражи на высоту двух этажей.

Наиболее значимые объекты

Пассаж братьев Юцисов (Урицкого, 7 – Фурье, 4). Этот редкий для Сибири тип торгового здания, построенный по проекту

архитектора А.И. Кузнецова в 1902–1903 годах, виртуозно применен в условиях узкого квартала между Пестеревской и Котельниковской. Пассаж связывает эти две параллельные улицы проходом, по обеим сторонам которого выстроены двухэтажные торговые корпуса. Пространство между ними до 1920-х годов было перекрыто остекленной металлической конструкцией. Таким образом, получилась хорошо освещенная, защищенная от холода и атмосферных осадков комфортная внутренняя улица, на которую были ориентированы все торговые помещения. В уровне второго этажа вдоль обоих фасадов были устроены, объединенные тремя мостиками, металлические галереи, на которые вели открытые лестницы. Как правило, входы в пассажи решались так же, как и в обычные торговые здания. В пассаже же Юцисов галерея с торцов закрывалась стеклянными витринами с ажурными переплетами – решение эффектное, более простое и экономичное, однако образно в большей степени соответствующее сути здания.

Функциональная однородность ни в коей мере не препятствует стилистическому многообразию фасадов. Общие тенденции, заимствование элементов и форм, цитирование исторических стилей прошлых эпох, в целом свойственные эклектическому направлению архитектуры того периода, открывали широкие возможности для создания привлекательных и эффектных фасадов. В поисках выразительности архитекторы обращались и к традиционным классическим мотивам, и к модному тогда стилю модерн, и к новаторским конструктивным решениям.

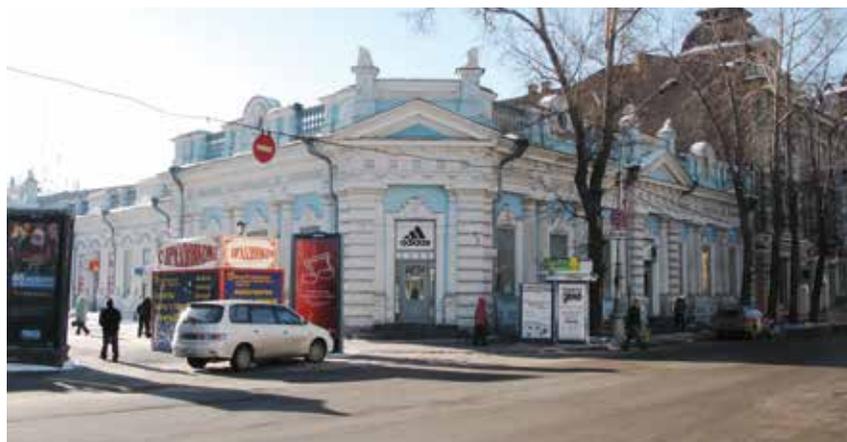
Дом купца Д.В. Плетюхина (Урицкого, 2). Мотивы классики в той или иной степени присутствуют во многих постройках улицы. Наиболее ярко они представлены в оформлении углового (по Большой улице) здания купца и золотопромышленника Д.В. Плетюхина. В отличие от строгости убранства Сибиряковского дворца (так называемый Белый дом) или благородной роскоши здания Городского театра (драмтеатр им. Охлопкова), здесь этот стиль представлен эпатажно и нарочито декоративно.

Вдоль обоих уличных фасадов с определенным шагом установлены сдвоенные трехчетвертные колонны дорического ордера, несущие высокий, пышно украшенный антаблемент. Разнообразный и тонко выполненный орнамент, словно стремясь заполнить любое свободное пространство, покрывает и



Пассаж братьев Юцисов (Урицкого, 7 – Фурье, 4). Почтовая карточка нач. XX в. Современный вид

Дом купца Д.В. Плетюхина (Урицкого, 2). Общий вид. Фрагмент фасада





Дом купца В.Е. Фоминского (Урицкого, 17). Общий вид

оплетает отдельные элементы колонн, антаблемента, заверший. Строй колонн разрывают выдвинутые вперед массивные порталы входов, завершённые треугольными фронтонами. В уровне кровли над фронтонами возвышаются мощные аттиковые стенки, украшенные по углам крупными акротериями. Объемно-планировочная структура здания подчиняется и Пестеревской, и Большой улице. Характерная для классики центричность для всего здания отсутствует, зато объемно выявлена каждая деталь, как бы имеющая свой собственный центр.

Входы в торговые залы оформлены порталами и дополнительно акцентированы в уровне кровли мощными аттиковыми стенками. Такой сильный акцент в выявлении входов магазинов вводится намеренно – они должны ясно читаться на фасаде, приглашать и интриговать одновременно. На торговое назначение красноречиво указывают и помещенные в замках наличников геральдические жезлы, обвитые змеями – кадуцеи (атрибут греческого бога торговли Гермеса).

Дом купца В.Е. Фоминского (Урицкого, 17). Классические мотивы представлены и в двухэтажном здании, построенном в 1887 году купцом 1-й гильдии В.Е. Фоминским. Только наличники окон второго этажа двух ризалитов, выполненные в виде накладных портиков, отсылают к античности. Колонны коринфского ордера несут антаблемент, нижняя часть которого украшена меандром. Завершается антаблемент декоративным изображением торцов черепицы, кото-

Дом купцов Бревновых (Урицкого, 16). Общий вид. Фрагменты оформления фасада



рые по осям колонн (в центре и по краям) превращаются в крупные антефиксы и акротерии – украшения, похожие на пальмовые листья. Порттики, из-за небольших размеров и изящной проработки, ассоциируются не столько с грандиозными античными храмами, сколько с сокровищницами при них – миниатюрными сооружениями, где греки хранили дары и подношения олимпийским богам. Такое сравнение вполне соответствует торговому характеру здания. В оформлении фасада активную роль играла декоративная полосатая кладка, в которой открытый красный кирпич чередовался со вставками из желтого песчаника (ныне, к сожалению, закрыта поздней штукатуркой).

Дом купцов Бревновых (Урицкого, 16). По-своему мотивы античности использованы и в декоре фасада дома купцов Бревновых, построенного в 1912 году по проекту архитектора А.И. Бойкова. Кроме общего ордерного построения, пилястр и орнамента в виде меандра, это и скульптурные элементы, которые, помимо декоративной, несут и символическую нагрузку. В фигурные картуши помещены маскароны со скульптурным изображением лица античного бога торговли Гермеса, ему же посвящены гермы (буквально означают «Гермесов столб»). Грифоны (крылатый лев с головой орла), по преданиям, охраняли сокровища. Причудливый декор, ассоциативно воздействуя на потенциального покупателя, будит воображение и любопытство, обещаая экзотику не только на фасаде, но и на прилавках. Использование элементов античности программно заложено в классицизме, однако специфический характер скульптурной пластики и оформление личного фасада в целом решены уже в стиле модерн.

Модерн в архитектуре торговых зданий многообразен и узнаваем. Рассмотрим ещё два примера построек этого стиля. Универсам купца С.Н. Родионова (Урицкого, 3).

Возведенный по проекту известного иркутского архитектора А.П. Артюшкова, это один из лучших представителей модерна в Иркутске, стиль этот проявлен в основном в декоре и в некоторых интерпретациях привычных архитектурных форм.

Дом купца В.Е. Фоминского (Урицкого, 17). Портик



Выявление несущих и несомых элементов фасада здесь не столь очевидно, как в классицизме. Лопатки плавно огибают узкий карниз и перерастают в уровне кровли в высокие, похожие на бутоны тумбы, и все их тектонические усилия в конечном счете как бы растворяются в воздухе. Как отдельные детали (растительный орнамент, маскароны), так и композиция фасада в целом прихотливо пластичны.

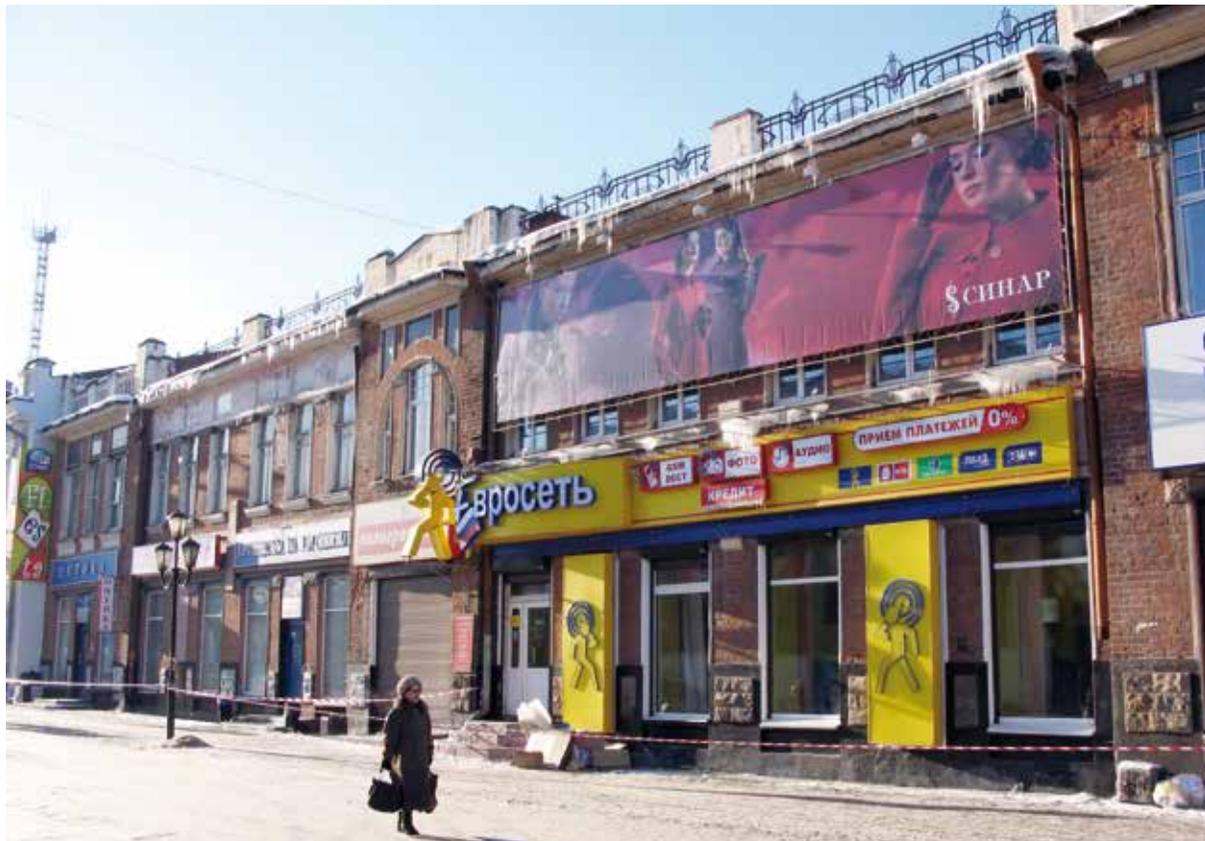
Интерьеры здания также были оформлены в стиле модерн. Отметим, что стилевое единство внешнего и внутреннего декора было достаточно редким явлением для Иркутска. Сейчас часть интерьеров утрачена, но сохранилось центральное ядро – парадная лестница с роскошным цветным витражом на лестничной площадке и изящным металлическим балкончиком наверху, а также овальный проем в перекрытии над первым этажом с декоративным ограждением. Витраж был изготовлен во Франции по эскизу автора всего здания, архитектора Артюшкова. Его сюжет – одинокая женская фигурка в накидке на фоне зимнего пейзажа – излюбленный мотив модного в те годы поэтического направления символизма.

Доходный дом Г.Л. Розена (Урицкого, 14). Совершенно иные средства выразительности использует автор другого здания – доходного дома Г.Л. Розена. Архитектор применил распространенное в позднем модерне контрастное сопоставление естественных свойств материалов: открытой кирпичной кладки, гладкой штукатурки, гранита и изящного тонкого



Универмаг купца С.Н. Родионова (Урицкого, 3)

Фрагмент интерьера в стиле модерн – пример нецелевого использования памятника



Доходный дом Г.Л. Розена (Урицкого, 14). Общий вид и фрагменты главного фасада



Дом моделей (Фурье, 8)

Дом быта (Урицкого, 8)

«багета» обрамления оконных проемов, керамической плитки, металла. Все эти элементы находятся в сложной взаимосвязи, уравновешенной и сбалансированной. Следуя канонам классической архитектуры в общем композиционном решении фасада (симметрия, выявление центральной оси ризалитом), автор, как бы иронизируя, виртуозно трансформирует отдельные детали. В частности, капитель – предмет особого внимания и наиболее тонкой проработки в классической архитектуре – здесь заменена грубо обработанными гранитными вставками-блоками.

Новое

Дом моделей (Фурье, 8). Подчиненность улице композиций торговых зданий – главная характеристика коммерческих пространств. С этой точки зрения интересно рассмотреть воздвигнутый на улице Урицкого в 1971 году Дом моделей, образ которого сформировался под влиянием доминирующего в архитектуре того времени направления – функционализма. Композиция здания строится на сопоставлении двух прямоугольных блоков. В соответствии с установками функционализма разные по назначению помещения разведены в разные корпуса – одноэтажный, со сплошным остеклением объем демонстрационного зала и перпендикулярное ему административное крыло в два этажа, поднятое над землей на стройных опорах, под которым освобождается пространство (что также характерно для этого творческого направления) для прохода людей и проезда транспорта на соседнюю улицу (Фурье).

Функционализм декларирует отказ от исторических стилей, и архитекторы, следуя этому условию, исключают использование декоративных деталей. Несмотря на это, в ряде проявлений можно проследить очевидный диалог с исторической застройкой. Демонстрационный зал, как

место открытое для посещения, зрительно связан с улицей благодаря витринному остеклению, а выше находящиеся помещения административного корпуса замкнуты «в себе», проявляясь на фасадах равнодушным мерным рядом оконных проемов. Подобно пассажи Юцисов, Дом моделей сориентирован на им же сформированную пешеходную связь с улицей Фурье. Вытянутый вдоль этого прохода одноэтажный корпус заблокирован с Домом обуви, что по-своему поддерживает принцип периметральности застройки.

Хотя здание меняет структуру улицы, организуя не существовавший ранее путь, оно избегает дисгармонии с окружением благодаря сохранению некой характеристики места: непрерывность фронта застройки, различное решение этажей, визуальная открытость нижнего уровня улице. К сожалению, сейчас здание поделено на множество торговых заведений, и цельность этого некогда стилистически выдержанного объекта нарушена.

Любопытно сравнить Дом моделей с другой постройкой советского времени – Домом быта (Урицкого, 8). Это пятиэтажное здание, построенное в 1974 году, пространственно отделено от окружения и стилистически инородно ему, это своего рода прототип предполагаемой радикальной переустройства центра города по представлениям 1960–1970-х. Дом быта построен по примеру общественных зданий, предназначенных для микрорайонов, – обособлено, без учета красных линий застройки, без приоритетного выделения главного фасада. Эспланада перед зданием создает нехарактерный для этой улицы пространственный «провал» в нарушенном им непрерывном фронте застройки, а его архитектура полностью игнорирует особенности исторически сложившейся ценной среды.

* * *

Функция торговли и предоставления иных услуг населению (рестораны, ателье, Дом быта, Дом моделей) была и остается основной для улицы Пестеревской–Урицкого. В незначительном виде присутствует и жилье. Однако полифункциональность центральной части города проявилась и в том, что в разные периоды здесь действовали учреждения, не вполне соответствующие доминирующей функции территории. Так, с 1899 по 1901 год на втором этаже здания по адресу Урицкого, 9, размещалась музыкальная школа Гиниты-Пилсудской, в 1905-м – платная женская гимназия А.М. Григорьевой (Астаниной), в настоящее время работает профессиональное училище (Урицкого, 19). В 1960-е в здании по ул. Урицкого, 2, находились залы Краеведческого музея. Производственную функцию реализовывали «гвоздеделательный», а во время войны – патронный завод (Урицкого, 16), фабрика по пошиву одежды (Урицкого, 5), фабрика полиграфических изделий (Урицкого, 14).

В целом же улица Пестеревская–Урицкого сохранила свою историческую функцию, в основном сохранила и историческую застройку, представляющую значительную историко-культурную ценность. Почти все входящие в ее состав здания являются объектами культурного наследия и охраняются государством, а сама улица имеет статус заповедной. Реставрируются старые здания, перепрофилированным постройкам постепенно возвращаются их исходные торговые функции. Но в последнее время стали чаще проявляться тенденции, которые вызывают тревогу.

Возвращаясь к примитивному типу торговли, дома «почленены» на магазины и магазинчики, бутики, где каждый владелец заботится только о своей маленькой части здания. Да и заботится ли? В состоянии общей неухоженности, «заплаточной» разноцветной окраске фасадов и случайности разнокалиберных рекламных вывесок проявляется отсутствие единого хозяина, отсутствие единой политики, единого отношения.

Яркий пример тому – бывший пассаж Юцисов. Сейчас в этом здании насчитывается более десятка арендаторов и собственников отдельных помещений, каждый из которых по своему вкусу и в соответствии со своими возможностями решает внешнее оформление «своей» части фасада. В результате один из ценнейших памятников архитектуры фактически деградировал с эстетической точки зрения. Лишенные стеклянно-металлических связующих конструкций, по-разному окрашенные корпуса не составляют более единого целого.

Улица была и остается привлекательной по своему поло-



Примеры современной рекламы на фасадах памятников, наносящей им эстетический вред

жению и качеству архитектуры в городе. Будучи первоначально пространственной связью между двумя рынками, она достаточно быстро стала самодостаточной градостроительной единицей. Улица лидирует в городе по концентрации ценной исторической каменной застройки. И главное – Пестеревская сохранила свою торговую функцию.

Что изменилось? Она потеряла свою уникальность, особость. В последнее время в городе появились крупные коммерческие центры, более привлекательные по качеству товара и широте ассортимента, а также по организации торговли.

Сегодня – Пестеревская торговая. Что завтра?

Фактическое отсутствие удобных и в достаточном количестве парковок вблизи главной торговой улицы Иркутска отталкивает многих потенциальных покупателей, уже привыкших к большему комфорту. Поэтому и формат торговли не определен и размыт. По инерции кажется, что торговать здесь престижно. Но магазины с «брендовым» товаром чув-



Современное состояние пассажа братьев Юцисов



ствуют себя здесь явно неуверенно. Процесс купли-продажи все более приобретает лавочный характер. Покупателям всё чаще кажется, что предлагаемый товар они уже где-то видели и дешевле, и спешат прицениться в других местах. До красоты исторических зданий, уже вновь, за редким исключением, теряющих свой первоначальный вид, загроможденных к тому же крикливой и неорганизованной рекламой? При этом по вечерам, после закрытия многочисленных магазинов, жизнь улицы замирает.

Одностороннее, монофункциональное развитие улицы исчерпало себя. На кого, помимо рядовых покупателей, должна быть сориентирована жизнедеятельность улицы, насыщенной выразительными, многообразными по стилю историческими зданиями, которые изначально были предназначены не только для торговли, но и для иных весьма разнообразных услуг? В первую очередь – это горожане, следом – туристы, желающие просто отдохнуть в красивом и доступном месте. Такая установка меняет концепцию использования как самого пространства улицы, так и обрамляющих его зданий. Хотелось бы больше открытых кафе и просто банальных скамеек, небольших выставочных залов и арт-галерей, торговли антиквариатом, сувенирами, произведениями искусства, возможно и небольших гостиниц-пансионатов. Хотелось бы иметь в историческом центре Иркутска по-настоящему пешеходную торгово-коммерческую улицу.

И конечно, необходимо качественно новое отношение к облику исторических зданий. Изыски архитектуры должны стать не менее важными, чем предлагаемые товары и услуги. Это потребует освобождения от спорящих с архитектурой фасадов вывесок и рекламы, качественного реставрационного ремонта с восстановлением утраченных деталей.

Торговая архитектура – от стихии до канона

текст и фото
Алина Иванова

1. Унтербергер П.Ф. Очерк
Приморской области.

Во всех дальневосточных поселениях, основанных во второй половине XIX века, торговые отношения проходили определенные этапы, условно обозначенные как «Базар», «Рынок», «Магазин», «Универмаг». Хронологические рамки выделенных этапов имели различия в каждом населенном пункте, они зависели от времени его основания и темпов развития. Первые два этапа отвечали преимущественно мобильной форме организации торговли, контролирующейся диаспорами (китайской и корейской). Стационарной форме торговли соответствовали этапы «Магазин» и «Универмаг». Наиболее передовой этап «Пассаж» не успел получить развитие на Дальнем Востоке из-за начала освоения Квантунского полуострова, куда были перенаправлены основные финансовые потоки.

Главными характеристиками этапа «Базар» являлись стихийность, нерегулярность торговых отношений и почти полное отсутствие архитектурно-пространственного оформления торговой функции, за исключением единичных лавок, дискретно вкрапленных в планировочную ткань населенных пунктов. Основные торговые обороты на этом этапе контролировались китайцами. Вот что писал по этому поводу Приморский генерал-губернатор П.Ф. Унтербергер: «Нет ни одного вида торговли, где мы не встретили бы китайцев... Причины эти нужно искать в характере и условиях экономического быта китайцев. Если к отмеченной особой склонности и способности китайцев к торговле присоединить трудолюбие, выносливость, трезвость и более чем скромные требования их в отношении жизненных потребностей, то не трудно уяснить себе, что конкуренция с ними европейцам не под силу. Число китайских торговых фирм растет во

Владивостоке ежегодно, мелочный торг почти исключительно в их руках, но и большие местные торговые фирмы испытывают все увеличивающийся подрыв своим операциям, которые, если пока не уменьшаются, то благодаря увеличивающемуся росту населения и открытию новых филиальных торговых отделений в других пунктах края. Характер постройки китайских магазинов, дешевизна жалования и содержания приказчиков, скромная жизнь самих хозяев дают им возможность довольствоваться меньшими барышами и поэтому продавать предметы по более дешевым ценам, чем это практикуется в русских и иностранных магазинах, у которых накладные расходы по содержанию служащих и по жизни самих хозяев значительно превышают такие же у китайцев... Забравши в свои руки всю торговлю, китайцы, понижая теперь цены на товар, могут впоследствии повернуть дело в обратную сторону. Единодушие, которое они всегда проявляют, когда им приходится бороться против влияния европейцев или в деле эксплуатации последних, принесет им несомненную пользу в этом случае»¹.

Появление этапа «Рынок» следует связывать с введением сезонных и недельных ярмарок, которым сопутствовало появление четко локализованной рыночной площадки с архитектурным оформлением, имеющим временный характер (дощатые прилавки, снабженные навесами). К этому этапу относится возведение каменных (кирпичных) торговых рядов в традиционных местах концентрации торговой функции.

Этап «Магазин» характеризовался появлением в населенном пункте архитектурно оформленной торговой площадки с прилегающими к ней складскими участками, а также планомерным размещением объектов с торговой функцией (по большей части так называемых «встроенных» магазинов) в городской среде. На этом этапе населенный пункт начинал играть роль важного торгового центра, обслуживающего все окрестные поселения, а торговые комплексы, непрерывно расширяясь, стали занимать целые кварталы.

На этапе «Универмаг» торговая функция становится ведущей в городской экономике; в городе формируется торговая улица (как правило – главная городская магистраль) с непрерывной фронтальной застройкой, образующей цельный ансамбль. Торговая функция распространялась вверх до 2-3-4-го яруса. На этом этапе в центральной, наиболее густозаселенной части города возводился крупный универсальный магазин, которому сопутствует множество построек складского, офисного, жилого характера, объединяющихся в полифункциональный торговый комплекс.

Такая форма организации торговли как полифункциональный торговый комплекс, оказалась наиболее конкурентоспособной в условиях Дальнего Востока. Концентрация складских помещений рядом с торговыми зданиями позволяла экономить на транспортировке товаров. Обширные отопляемые склады, достаточные для размещения товаров на весь зимний сезон, были необходимым условием для круглогодичного ведения торговли. Торговый комплекс, огороженный кирпичной стеной с надежными воротами, являлся неприступной крепостью, наличие собственных систем жизнеобеспечения (колодцы, артезианские скважины, котельные, электростанции) обеспечивали бесперебойную торговлю в условиях постоянных военных и социальных конфликтов, погромов и разбойных нападений. Проживание сотрудников на территории комплекса позволяло высшему менеджменту держать под контролем своих подчиненных круглосуточно, что практически исключало внутренние злоупотребления. Сотрудник фирмы весь рабочий день безвыходно находился на территории комплекса, покидать здания общежитий в ночное время не рекомендовалось. Плата за проживание, питание, посещение бани, бассейна, библиотеки и т.д., также входивших в торговый комплекс, высчитывалась из жалования. Такая «прозрачность» жизни позволяла создать исключительно производительную систему труда, при которой интересы «Фирмы» (в буквальном смысле ставшей для сотрудника родным домом) объявлялись высшей ценностью.

ТЦ «Лотос». Главный фасад



ТЦ «Лотос» и «ТД Кунст и Альберс» в Хабаровске



Пережив 70-летний период стагнации (этап консервативного потребления), торговые отношения на новом витке исторического развития зеркально повторяют все описанные выше этапы. Появившиеся в начале 1990-х годов во многих городах и других типах поселений Дальнего Востока, Забайкалья и Восточной Сибири китайские рынки мгновенно монополизировали розничную торговлю. Постепенно на смену уличной торговле пришла «ларечная», затем «павильонная». Подобно тому, как на этапе «Рынок – Магазин» появились торговые ряды, сдававшиеся в аренду мелким торговцам, в середине 1990-х открылись обширные торговые пространства, расположенные на производственных площадях бывших заводов, фабрик и проектных институтов. Нарезанные на мелкие торговые ячейки, они являлись все тем же стихийным рынком, перенесенным под первую попавшуюся крышу. Обострение конкурентной борьбы вело к стремительному вытеснению мелких и несостоятельных фирм.

Сегодня в современном городе все условно выделенные этапы «Базар», «Рынок», «Магазин», «Универмаг» развиваются одновременно, так как каждая вышеозначенная форма организации торговли имеет свою целевую основу. Как правило, любая активная группа субъектов коммерческой деятельности (имеющая в большинстве случаев национальный характер и выражающая экономические интересы определенной диаспоры), выходя на рынок, сначала осваивает придорожную (уличную) торговлю (этап «Базар», где накладные расходы сведены к минимуму, что обеспечивает максимальную дешевизну товаров и услуг, он ориентирован на самые малообеспеченные слои населения), затем ларечно-павильонную торговлю (где цены несколько выше, чем на базаре), на следующем этапе выкупает под магазины квартиры, расположенные на первых этажах и строит отдельно стоящие одно-двух-этажные здания с торговой функцией, которая афишируется на фасаде облицовкой сайдингом.

Если сто лет назад торговое здание отличалось от рядовой застройки большими окнами-витринами, то нынешние магазины, скорее наоборот, узнаются по глухим фасадам и заложеным окнам. Архитектуру на этом этапе полностью скрывают рекламные носители. Форма торговли, соответствующая этапу «Магазин», ориентирована на среднеобеспеченные слои населения, которые стремятся к мелкобуржуазному образу жизни и согласны переплачивать за товар ради комфортных условий совершения самой покупки. Достигнув этапа «Универмаг», компания возводит собственный Торговый Дом помпезной архитектуры. Теперь уже сам фасад имеет рекламные функции, заявляя о могуществе и процветании фирмы. Обязательным для сложившегося канона является облицовка фасада зеркальными навесными панелями. Желательно использование ордерных композиций, как намек на историчность и легитимность. Приветствуются полированный мрамор и гранит, как внутри, так и снаружи здания. Статусным элементом внутреннего оформления являются эскалатор и фонтан. В целом, сегодняшние Торговые дома, подобно универмагам столетней давности, являются материальным воплощением идеологии Избыточного, Демонстрационного потребления и предназначены для весьма узких слоев населения с высокими доходами и куда более многочисленной «группе поддержки», имитирующей статусный уровень потребления.

Параллельно «Городу» развивается торговая архитектура «Дороги». Если Город обслуживается профессиональными архитекторами, то Дорога является зоной стихийного «народного дизайна». Основное отличие от аналогичных процессов столетней давности связано с изменением транспортных коммуникаций. Если 100–150 лет назад грузопоток шел водным путем и первые базары локализовались в районах пристаней (Манзовский и Семеновский базары во Владивостоке, Нижний рынок в Хабаровске, торговые ряды на пристанях в Благовещенске и Николаевске-на-Амуре), то на сегодняшний день главными транспортными артериями являются автодороги, вдоль которых стихийно складываются линейные торговые пространства многокилометровой длины. Сначала торговые места представляют собой пару ящиков на обочине или капот автомобиля (подобно тому, как сто лет назад торговля велась из лодки-оморочки или джонки), затем появляются несколько разрозненных крытых прилавков, постепенно объединяющихся в торговую линию,



«ТД Кунст и Альберс». Угловой портал

интегрирующую в себя функции быстрого питания и обслуживания автомобилей. Необходимость ведения круглогодичной торговли приводит к появлению ларьков и павильонов, сконструированных из остатков экономики – в ход идут шины, доски, старые вагоны, трейлеры и т.п. Через год-два эти постройки приобретают более цельное архитектурное оформление (например, все фасады красятся одним цветом или облицовываются сайдингом), что визуальнo закрепляет процесс перехода разрозненных торговых мест в руки одного, более крупного владельца. Над постройками нарастают вторые этажи, появляются архитектурные излишества в виде гипсовых позолоченных скульптур (как правило, львов, реже медведей), ночной подсветки, претенциозных ограждений. Следующей фазой архитектурно-пространственного оформления бывшего стихийного торгового центра линейного характера становится снос всех временных построек и возведение двух-трех этажного полифункционального комплекса, включающего, помимо торговли, обслуживание и ремонт автомобилей, гостиничный, релаксационный и ресторанный бизнес и т.д. Однако повышение комфортабельности влечет за собой рост цен на товары и услуги, и основная клиентская база снова дрейфует в сторону «обочинной» торговли, которая, постепенно получает архитектурное оформление и т.д. В результате постоянного расширения зон коммерческой активности целые поселки меняют свой экономический профиль, полностью ориентируясь на обслуживание Дороги. Бесконечные торговые центры линейного типа сплошь обрамляют федеральную трассу на территории Приморья. Впрочем, аналогичную картину автор отмечал летом 2006 г. вдоль всего Чуйского тракта и Байкальского побережья, что заставляет задуматься о масштабах явления.

Итогом вышеизложенных наблюдений является вывод о цикличности этапов развития торговых отношений и постоянстве характерных для каждого этапа приемов архитектурно-пространственного оформления торговой функции. Социальное неравенство, расслоение общества по уровню доходов влечет за собой неистребимость дешевых базаров, расширение сети общедоступных магазинов и возведение все более фешиенбельных Мега-комплексов со строгими фейс-контролем и дресс-кодом. Если вывод о цикличности развития торговых отношений верен, то закономерным итогом очередного витка станет наступление новой фазы Консервативного Потребления с соответствующим архитектурно-пространственным оформлением в духе брутального минимализма.

ТОРГОВЫЕ ФИРМЫ «КУНСТ И АЛЬБЕРС» И «ЧУРИН И К^о» НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ

текст
Николай Крадин
Алина Иванова

фото
Николай Крадин

Развитие иностранной торговли на Дальнем Востоке в дореволюционный период – проблема мало изученная, хотя торговля и имела солидный вес в развитии экономики этого региона. Еще менее изучены вопросы, связанные с архитектурой торговых зданий и комплексов многочисленных торговых фирм – не только отечественных, но и иностранных. Нельзя отрицать и того, что сохранившиеся до настоящего времени здания в крупных городах Дальнего Востока (Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Уссурийск), принадлежавшие столетие назад крупным торговым фирмам, имеют и в современной структуре этих поселений немаловажное градостроительное и художественное значение. Представляет несомненный интерес изучение вопросов, связанных с теми условиями, которые способствовали развитию широкой сети иностранных торговых заведений в населенных пунктах Дальнего Востока.

Первым и, пожалуй, главным условием, которое стимулировало появление иностранных фирм в Дальневосточном регионе, стало принятие в 1861 г. «Правил для поселения русских и иностранцев в Амурской и Приморской областях». В соответствии с ними заграничные фирмы получали право беспопытной торговли, чем не замедлили воспользоваться в первую очередь немецкие коммерсанты. Открытие Суэцкого канала давало им огромное преимущество перед русскими купцами, которые

везли товар через Сибирь и Забайкалье. Иностранный капитал, по признанию руководителей их фирм, играл выдающуюся роль в развитии Дальнего Востока, и с этим нельзя не согласиться.

Торговая фирма «Кунст и Альберс», основанная в 1864 г. во Владивостоке, просуществовала на Дальнем Востоке более 65 лет. Она имела разветвленную сеть своих филиалов и отделений в 28 городах и других населенных пунктах этого обширного региона. Самые представительные и крупные из них находились в узловых административных и торговых центрах – городах Благовещенске, Владивостоке, Уссурийске, Хабаровске и Харбине. Представительные здания выделялись в застройке центров названных городов не только своими размерами, но и яркой архитектурой, необычной стилистикой, отражающей новые художественные течения рубежа веков. Поразителен размах деятельности фирмы, создавшей целую инфраструктуру на огромной территории от Посыета до Благовещенска. Здания магазинов, складов, контор, общежитий для служащих, а позже электростанций, заводов, страховых агентств, принадлежавших фирме «Кунст и Альберс», формировали центры крупных городов и диктовали стилистику окружающей застройки. Если сначала, занимаясь торговлей, фирма «Кунст и Альберс» закупала товары главным образом в Шанхае, то позднее открыла несколько собственных крупных закупочных контор в таких центрах, как Москва, Одесса, Рига, Варшава, Гамбург, Санкт-Петербург и даже в японском городе Кобе.

Архитектурную стилистику торговых зданий всегда отличала раскрепощенность. Исследованиями выявлено, что на Дальнем Востоке в связи с близостью границы здания вокзалов, церквей, учебных заведений и административных учреждений чаще всего строили в русском стиле. Архитектура перечисленных типов зданий как бы подчеркивала принадлежность этой далекой окраины к России, ее связь с центром. Классическая архитектура банков отличалась солидной сдержанностью, частные дома нередко дублировали незатейливые мотивы «кирпичного узора». И только торговые фирмы в постоянной конкурентной борьбе за покупателя смело экспериментировали с поисками новых стилей, пытались найти образ здания, наиболее отвечающий функции крупного универмага. Не случайно магазины являлись проводниками модных архитектурных течений, новинок, появившихся с Запада, порождая удивительные образцы модерна, местных традиций, европейских и азиатских влияний.

Этап наиболее активного строительства крупных торговых зданий и комплексов совпал с повсеместным распространением в российской архитектуре стиля модерн, которому заказчики-предприниматели охотно отдавали предпочтение, демонстрируя тем самым свое движение «в ногу со временем». Как правило, расположенные на главных улицах городов (например, в Хабаровске, Благовещенске и во Владивостоке), торговые здания немецкой фирмы «Кунст и Альберс» и российской «И.Я.Чурин и К^о» заметно выделяются среди других строений и стилистикой, и размерами, и композицией. Конкурируя друг с другом в борьбе за покупателя, две эти самые крупные фирмы состязались и в области архитектуры. Анализ стилистических особенностей памятников архитектуры конца XIX – начала XX вв. на Дальнем Востоке свидетельствует о предпочтительном обращении заказчиков и авторов проектов к русскому стилю, модерну и неоклассицизму, хотя в целом архитектура городов данного региона, как и в целом по России, носит в отмеченный период эклектичный характер.

Наиболее показательны по разнообразию стилистики и обилию декора торговые здания фирмы «Кунст и Альберс». Их первые каменные магазины, до сих пор сохранившиеся в Славянке, Посыете, Раздольном еще скромны по размерам, украшены сдержанным декором (рустованные углы и цоколь, аттики с решетками на крышах, высокие трубы), однако в фасадах уже угадываются признаки стиля, который условно можно назвать восточным модерном. Сгоревшее здание магазина фирмы в Николаевске-на-Амуре (1893) и сохранившееся

Здание ТД «Кунст и Альберс» во Владивостоке

Здание ТД «Кунст и Альберс» в Благовещенске





Здание торгового дома Чурина в Уссурийске

Здание ТД «Кунст и Альберс» в Хабаровске

в Новокиевске (Краскино, 1891) отличаются трехчастной симметричной композицией, характерной для классицизма. Универмаги в Уссурийске (1888) и Благовещенске (1895) выдержаны в русском стиле, причем благовещенское торговое отделение, построенное по проекту военного инженера Шефера Э.И., является наиболее убедительным примером этого почти официального стиля на Дальнем Востоке. Магазины фирмы в Имане (1893) и Спасске (1906) варьируют тему провинциального модерна – изысканный декор и сложная объемно-пространственная композиция разительно выделяют эти сооружения из рядовой застройки.

Для строительства многочисленных зданий своей фирмы основатели и владельцы фирмы «Кунст и Альберс» пригласили на Дальний Восток немецкого архитектора Г.Р. Юнгхенделя, который свою деятельность начал еще в 1901 г. на КВЖД (в городах Дальнем и Порт-Артуре), а уже с 1907 года прочно обосновался во Владивостоке. В общей сложности на Дальнем Востоке этот архитектор проработал четверть века. Своеобразный архитектурный шедевр Юнгхенделя – универмаг во Владивостоке, лучший образец модерна от Сахалина и Камчатки до Иркутска. Фантастическая, избыточная архитектура этого здания до сих пор поражает воображение, а сложная, многозначительная, наполненная символикой пластика его фасадов заслуживает самостоятельного и более детального исследования.

Характерной чертой большинства построек фирмы «Кунст и Альберс» является асимметричность объемно-пространственной композиции. Данный прием служил основным принципом модерна, ставшего главным стилем фирмы. У большинства их магазинов наиболее эффектным является так называемый «пятый фасад», или фасад срезанного угла, обычно обращенного на перекресток и акцентированного башенкой или куполом, богато декорированным порталом, роскошным балконом или часами. Для зданий этой фирмы в значительной степени характерны некоторая театральность, даже драматичность архитектурного образа, созданного с единственной целью – привлечь внимание.

Используя какие-либо стилистические предпочтения в архитектуре торговых зданий, фирмы проповедовали тем самым определенную идеологию. Особой популярностью на Дальнем Востоке пользовался среди заказчиков и авторов проектов русский стиль, носивший официальный характер и считавшийся государственным. Используя мотивы русского зодчества XVI–XVII вв., архитекторы достигали выразительности произведений, не копируя отдельные образцы и их формы, а отталкиваясь от них на ассоциативном уровне.

Универсальный магазин торговой фирмы «Кунст и Альберс» в Благовещенске, построенный в русском стиле, транслировал на дальневосточную окраину образ московских башнеобразных построек и был связан с официальной идеологией. Среди эклектичной по своему характеру застройки огромный по размерам комплекс имел еще и репрезентативную функцию, замещая собой на семантическом уровне главное здание города. Острый шатер угловой башни благовещенского универмага, членения фасадов и другие высотные завершения отдельных блоков здания – все это неожиданным образом напоминает силуэты московского Кремля, символа мощи и оплота державы. Несмотря на крупные по размерам окна-витрины, здание не воспринимается как магазин, а носит характер общественного или административного сооружения.

В том же русском стиле построено главное торговое здание этой фирмы и в Никольск-Уссурийске. Гораздо более эклектичное по своей сути, оно, тем не менее, имеет в компо-

зиционной основе признаки русского стиля (круглая угловая башня, увенчанная высоким шатром, высокий шпигель, венчающий левый ризалит главного фасада, четырехгранный шатер над правым ризалитом). Присутствие элементов модерна и барокко в трактовке некоторых форм и деталей декора вносит в стилистику здания дополнительный колорит.

Своеобразной демонстрацией языка нового искусства стал стиль модерн, на появление которого в России существует немало точек зрения, часто противоречивых. Модерн долгое время считался символом западной экспансии в русское искусство. Определенная доля справедливости в таком мнении, разумеется, существует. Универсальный магазин ТД «Кунст и Альберс» во Владивостоке это подтверждает, до сих пор поражая воображение фантастической пластикой фасада, насыщенной символами удачи и аллегориями изобилия, являясь архитектурной метафорой европейского изобилия. Избыточный, роскошный декор здания символизировал соблазны западных товаров, поставляемых фирмой из разных стран. Выбор нового стиля в предпринимательской среде ассоциировался с выбором нового, буржуазного образа жизни и деятельности, с установкой на стороне национальных традиций и демонстративное любование богатством. Сама история торговой фирмы «Кунст и Альберс», ее стремительный взлет и размах на всей территории Дальнего Востока – лучший и яркий пример предприимчивости на грани авантюризма. Зданию фирмы тесно на отведенном участке, оно словно рвется вверх всеми своими шпилями и шатрами, и бурная пластика его фасада отражает мощную энергетику активно растущей компании, ее жизненную силу и напор.

Еще одно стилистическое направление, полноправно соседствующее с модерном и русским стилем, это неоклассицизм, распространившийся в начале XX в. не только в столичных городах, но и на окраинах России. В профессиональной искусствоведческой среде рубежа XIX–XX столетий существовало убеждение, что петербургский классицизм не менее традиционен для России, чем московская архитектура допетровского периода и что он может решать сложные задачи



Основатели фирмы «Кунст и Альберс»: Густав Людвиг и Густав Кант

Торговый дом Чурина в Благовещенске





Клуб Чурина в Харбине
(Доходный дом Мееровича)

национального зодчества, с которыми не справлялся модерн. Измельченности, мелкомасштабности форм XVII в. неоклассицизм противопоставил обобщенный лаконизм плоскостной геометрии построек.

Примером данного стиля в арсенале построек ТД «Кунст и Альберс» может служить универсальный магазин в Хабаровске, построенный в 1906 г. по проекту архитектора Б.А. Малиновского. Приверженец данного стиля, Малиновский спроектировал еще несколько зданий в Хабаровске, выполненных в неоклассике. Безупречный вкус архитектора и сдержанное достоинство одухотворяют магазин Кунста и Альберса. Парадный вход с высоким крыльцом, фланкированный спаренными трехчетвертными колоннами дорического ордера устроен в глубокой арочной нише. Атик входного портала увенчан трехфигурной скульптурной композицией. Пластика асимметричных фасадов здания основана на контрастном сочетании сдержанного декора и крупных по форме углового и входного порталов, имеющих оригинальные композиции.

Торговый дом «И.Я. Чурина и К°» – основной конкурент фирмы «Кунст и Альберс» – также стремился к использованию стилистических новшеств в качестве рекламного фактора в

борьбе за покупателя. Наиболее яркая их постройка – торговый дом в Благовещенске, возведенный по проекту неизвестного (предположительно венского) архитектора. Это шедевр барочной эклектики, единственный в своем роде на Дальнем Востоке. Причудливые купола, вереницы бронзовых статуй, установленных по кромке карниза, изящный коринфский ордер – все это придает зданию имидж не магазина, но дворца – роскошного своей помпезностью здания.

Следует отметить, что торговые здания начала XX в., эклектичные по архитектуре, характеризуются избыточной пластикой, более доступной эмоциональному восприятию, чем сложные объемно-пространственные решения, свойственные модерну. Не имеющие конструктивного значения элементы часто перегружают крыши и фасады магазинов. Обилие лепнины и скульптуры привлекает внимание и будит воображение потенциальных покупателей (как правило, широких масс обывателей, падких на внешние эффекты), выделяет здание из рядовой застройки, придавая ему заманчивый и отчасти романтический вид. Мифологические статуи, вазоны, переполненные заморскими плодами, и рога изобилия символизируют нарастающую мощь товарооборота. На рубеже XIX и XX веков крупные универсамы все более напоминают языческие храмы. Функциональное их значение теряется за избытком декора. Характерным примером подобных решений торговых зданий являются столичные гастрономические магазины братьев Елисеевых (особенно в Санкт-Петербурге), в которых циклопические пилоны и колоссальные по размерам аллегорические фигуры вызывают далекие от гастрономии ассоциативные ряды.

Из всех магазинов, построенных в начале XX в. на Дальнем Востоке, наиболее интересным для анализа пластического решения фасадов представляется универсальный магазин торгового дома «Кунст и Альберс» во Владивостоке. Его главный фасад, расчлененный по вертикали на три яруса, завершается аттиком, а характер декора своеобразно меняется по высоте. Первый этаж украшают метопы с элегантно-геометрическим узором, характерным для модерна. Сандрики второго этажа декорированы картушами с гербами, в обрамлении сложных вензелей из земляничных листьев – типичный мотив для средневековой Германии. Замковые камни верхнего яруса оживляют оскаленные морды химер, которых с одинаковой долей неопределенности можно трактовать как тигров или драконов. Композиционным центром фасада является ризалит, увенчанный шатром и декорированный особенно эклектично. Над главным окном размещены небольшие по размерам фигурки Гермеса. Один из них

Торговый дом Чурина на
Китайской улице в Харбине





держит в руке якорь, а другой – кадуцей (жезл, обвитый двумя змеями). Символы римского бога торговли, прибыли и обогащения Меркурия (жезл и крылатая шапочка) находятся на замковом камне верхнего окна. Кронштейны фонарей поддерживают драконы, такого же типа драконы с высунутыми языками акцентируют углы башен.

Таким образом, на фасаде здания причудливо переплетаются азиатские и европейские мотивы. Первый этаж – дань новому времени, новому стилю. Второй – намек на устойчивость европейской цивилизации и традиции (гербовый щит символизирует защиту и надежность). Декор верхнего яруса носит ориентальный характер, указывающий на соседство с таинственным Востоком. Если же соотнести пластику фасада универмага во Владивостоке с типичным для языческого храма делением на три части (нижний, средний и верхний миры), то можно обнаружить весьма любопытные закономерности. Воздушную стихию (верхний мир) олицетворяют драконы третьего этажа, которые, согласно китайской мифологии, отпугивают злых духов, сулят удачу и процветание. Средний, земной ярус символизируют рыцарские щиты и Гермес, которые служат оберегами, охраняющими фирму от недобросовестных конкурентов и превратностей фортуны. Нижний ярус, с которым традиционно связана иррациональная угроза, ассоциируется у архитектора с современным геометрическим мотивом. Следует отметить, что это единственная деталь в стиле модерн во всем здании (кроме интерьеров). Декоративное решение всех трех этажей абсолютно не согласовано между собой, и только высочайшее качество проработки и незначительные размеры элементов декора объединяют разрозненные фрагменты в единую поверхность. Архитектор попытался на одной фасадной плоскости объединить Восток и Запад, прошлое и будущее. Юнгхендель вводит в пластику фасада максимальное количество позитивных аллегорий надежды, защиты и удачи – все эти якоря, кадуцей, рога изобилия, драконы, мелкофигурные Гермесы,

флористические мотивы, символизирующие изобилие и процветание вообще, в данном конкретном здании призваны играть роль талисманов и оберегов.

В противоположность анализируемому зданию магазин ТД «И.А. Чурин и К°», построенный во Владивостоке десятилетие спустя, поражает аскетизмом четких, геометрических линий. Его фасад полностью лишен декора, за исключением аттика. На фоне своего вечного оппонента универмаг Кунста и Альберса выглядит архаично, он наполнен семантической пластикой, общий смысл которой прочитывается с трудом. Если в универмаге Кунста и Альберса скромные элементы модерна отнесены в нижний ярус, то в чуриновском универмаге мощная динамика флористической композиции венчает здание. Линии фасадной плоскости здесь стремятся вверх, к будущему, в то время как здание Кунста и Альберса членится по горизонтали, что подчеркивает идею длительности, устойчивости, протяженности во времени. В то же время избыток декора придает этой постройке излишнюю семантическую напряженность.

Пример блестящего лаконизма в использовании выразительных пластических средств демонстрирует, как отмечалось выше, универсальный магазин ТД «Кунст и Альберс» в Хабаровске. Расположенный в окружении торговых и общественных кирпичных зданий, перегруженных суховатыми узорами геометрического характера, универмаг, по контрасту с ними, характерен плоскостным решением фасадов. Всю смысловую нагрузку здания архитектор переносит на бронзовую скульптурную композицию (Меркурий, Нимфа и Ника), венчающую портал главного входа. Именно скульптурная группа, прочитываемая как аллегория торжества над конкурентами и победа иноземного капитала, выступает здесь в качестве главного смыслового акцента, являясь «гением места».

Не меньший интерес представляют здания этих двух торговых фирм и в поселениях вдоль КВЖД. Любопытно, что в 1913 г. в Харбине существовали всего две эти фирмы. Именно они,

Улица Китайская в Харбине с торговыми зданиями русских фирм

самые крупные, разворотливые и многопрофильные, делали погоду в торгово-экономической жизни этого русского города в Маньчжурии. Например, крупный японский торговец Мацуура в эти годы имел в Харбине всего лишь мануфактурную торговлю, организованную им не в собственном, а в арендуемом помещении. Постепенно в Харбине разворачивали свою торгово-производственную деятельность и другие фирмы русских коммерсантов. Для обеспечения многогранной деятельности фирмы старались строить собственные здания – торговые, складские, административные, жилые. Так, в 1919 г. акционерное общество А. Лопато приступило к строительству большого здания колбасной фабрики, для которой было закуплено новейшее оборудование, а М.А. Бородин начал возведение водочного завода в районе Интендантского разъезда.

Однако, несмотря на активизацию многих торговцев, в Харбине вне конкуренции длительное время по-прежнему оставались фирмы «И.Я. Чурин» и «Кунст и Альберс». Примечательно, что свою торговлю в Харбине Чурин открыл с самых первых лет основания этого города. Его торговцы приплыли на берег Сунгари практически вместе с первостроителями, а торговля в первые месяцы велась из импровизированного магазина, устроенного прямо в палатке. Через несколько лет Чурин уже владел несколькими зданиями в Харбине, в том числе и роскошным зданием торгового дома, который существует до сих пор. После революции и гражданской войны на Дальнем Востоке фирма Чурина прочно обосновалась в Китае, открыв свои отделения в Дайрене, Мукдене, Синьцзине, Сылиньгае, Куаньченцзы, Гирине, Хэйхэ и Хайларе. В результате активной деятельности в 1930 - 40-е годы фирма Чурина превратилась в своеобразную торговую империю, с огромным количеством опытейших и преданных сотрудников, собственной инфраструктурой.

Пассаж Второва в Чите



Кроме непосредственно торговых дел, фирма занималась в Харбине и строительством. Так, в Новом городе Харбина фирмой был застроен целый квартал в пределах Большого проспекта, Новоторговой и Ажихейской улиц. Харбинцы эту часть Большого проспекта даже называли «Чурин-стрит». Кроме крупных торговых учреждений, в Новом городе, на краю центральной площади, в доходном доме Мееровича фирма арендовала помещения, где организовывала клуб Чурина – своеобразный дом культуры для своих служащих. Здание, сохранившееся до настоящего времени, и сегодня привлекает внимание харбинцев и особенно гостей города своей архитектурой.

В другом районе Харбина, называемом Пристань, чуринской фирме принадлежали два крупных здания на Китайской улице, здание колбасной фабрики на Коммерческой улице, помещения складов для сельскохозяйственных машин. Здесь же, на Пристань, фирма построила для своих служащих пять общежитий, в которых селили малосемейных и одиноких работников, в основном из русских эмигрантов. Можно предположить, что для таких объемов строительных работ в фирме имелись собственные строители и архитектор, который проектировал для фирмы необходимые здания. Эту роль, видимо, выполнял гражданский инженер К.Г. Иванов, о смерти которого фирма сообщила в некрологе 23 февраля 1934 г. Вполне возможно, что он и являлся тем архитектором, который обеспечивал фирму проектами и осуществлял надзор за строительством.

После окончания войны 1941- 1945 гг. чуринские магазины в Харбине вошли в систему Внешторга СССР, а в 1953 были безвозмездно переданы китайскому правительству. Примечательно, что и сегодня на многих чуринских магазинах в Харбине красуются вывески с надписью «ЧУРИН», а несколько лет назад был торжественно отмечен 100-летний юбилей пребывания фирмы в Китае. На юбилей китайцы не забыли пригласить и ветеранов фирмы Чурина, дело которого в Харбине помнят и понимают, как много он сделал полезного для этого города.

Не меньшую известность в Китае, особенно в Харбине, имел торговый дом «Кунст и Альберс». По прошествии нескольких десятилетий своей деятельности фирма, начавшая с небольшого магазина во Владивостоке в середине XIX в., приобрела универсальный характер, успешно конкурируя с самыми крупными представителями торгового мира. Роскошные здания торгового дома Кунста и Альберса, выполненные в духе немецкого барокко, еще и сегодня украшают главную улицу Владивостока, немало было осуществлено этой фирмой зданий и во многих других городах Дальнего Востока. На многие годы украшением Китайской улицы на Пристань в Харбине стал выставочный павильон торгового дома «Кунст и Альберс», в котором имелось «буквально все, что только может потребоваться в личной, общественной, служебной деятельности... огромные витрины его, где в одной виден легкий силуэт автомобиля, в другой – образец изыска и вкуса, в третьей – стройные ряды часов и будильников, а в четвертой – разнообразие знаменитых граммофонов «Полидор» постоянно привлекают взоры любопытных». По своим размерам, оснащению и содержанию экспозиции этот торговый выставочный павильон не имел себе равных во всем Харбине. Торговые здания фирмы располагались, как правило, в самой гуще предпринимательской деятельности – на Китайской улице Пристань и в торговой части Нового города.

Таким образом, краткий анализ развития архитектуры и стилистических особенностей торговых зданий двух наиболее известных на Дальнем Востоке торговых фирм демонстрирует, с одной стороны, богатое разнообразие их архитектуры, а с другой – некоторую приверженность постоянству, определенные предпочтения той или иной фирмы в выборе стиля. По своей архитектуре эти две фирмы значительно превосходили все, что существовало на Дальнем Востоке в области зодчества. Их постройки можно поставить в один ряд с торговыми сооружениями купцов Второвых и Полутовых в Сибири и Забайкалье. И те и другие не уступают по своей мощи и презентабельности друг другу. Нельзя не отметить также и то, что декор торговых зданий являлся мощным фактором создания рекламного имиджа магазинов названных фирм, однако рассмотренные примеры в то же время показывают, как не просто найти меру в использовании столь активной в эмоциональном плане совокупности элементов украшения фасадов.

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Март³

March

- 8 марта (нерабочий день)
- Международный женский день.
- 9 марта Второе Воскресенье марта
- День работников геологии и картографии.
- 16 марта Третье Воскресенье марта
- День работников торговли, бытового обслуживания населения и жилищно-коммунального хозяйства.
- 27 марта
- День внутренних войск Министерства внутренних дел РФ.
- 29 марта
- День специалиста юридической службы в Вооруженных Силах.



Ул. И.М.К. Аммосова
1



Якутские гостинные ряды

фото
Елена Григорьева



Приамурская выставка

текст
Николай Крадин

В 1913 г. в России широко отмечалось 300-летие царствования Дома Романовых. На Дальнем Востоке по инициативе губернатора Приамурского края Н.Л. Гондатти в честь этого знаменательного события была организована грандиозная выставка Приамурского края. По идее устроителей выставка предоставляла публике возможность «осмотреться кругом и подвести итоги тому, что дает Приамурский край, что он имеет и чего ему недостает»¹. Организаторами да и самими участниками выставка эта рассматривалась как наглядная школа мастерства, в которой каждый мог бы «почувствовать усовершенствованию и технике любого профессионального труда». Примечательно также, что Приамурская выставка открывалась спустя полвека после присоединения Приамурья к России, поэтому она давала возможность окраинам наглядно представить и показать свои достижения в различных областях деятельности. Выставка была открыта для всех желающих, она, как отмечалось в рекламных листовках, «широко открывает свои двери для экспонатов всякой научной, просветительской и образовательно-технической работы, как местного населения, так и районов, имеющих с ним деловые отношения»². Как и на любой другой подобного рода выставке едва ли не главное место в качестве участ-

ников занимали торговые фирмы Дальнего Востока. Достаточно сказать, что на Приамурской выставке было выстроено 17 павильонов, принадлежавших разным торговым фирмам. Среди них, безусловно, первыми выступали торговые дома «И.Я. Чурин», «Кунст и Альберс», «Пьянков с бр.», «Тифонтай» и другие.

Специально созданный выставочный комитет под председательством Приамурского губернатора начал свою работу еще в июне 1911 г. и сразу же определил сроки проведения выставки – лето и осень 1913 г. Из состава комитета выбрали исполнительное бюро и создали четыре специальные комиссии (для выработки положения о выставке; для разработки программы; по строительной части; комиссия распорядительного характера). На долю строительной комиссии выпала честь выбора площадки под выставку. По ее ходатайству Городская дума в октябре 1911 г. своим постановлением передала в распоряжение Главного выставочного комитета большой участок земли в центре города сроком до 1914 г. Вскоре комитет утвердил и официальное название мероприятия – «Выставка Приамурского края в ознаменование 300-летия Царствования Дома Романовых». С декабря 1911 г. стала выходить и специальная газета почти такого же названия – «Выставка Приамурского края 1913 г.».

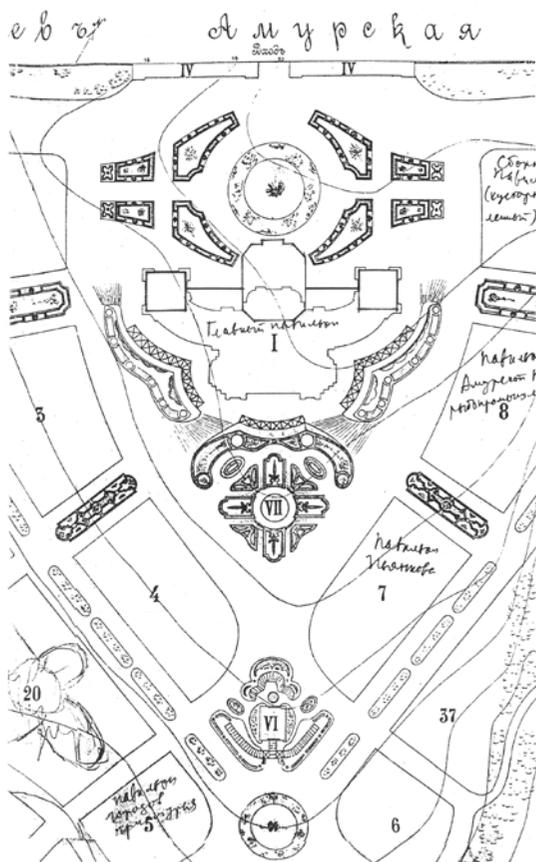
На исполнительное бюро возлагалась обязанность по разработке плана расположения выставочных павильонов, составлению смет доходов и расходов по выставке, а также решению всех вопросов по строительству и оборудованию выставочных зданий и павильонов. Выставочный комитет определил, что для размещения экспонатов должны быть построены «общие крытые помещения, отдельные павильоны, витрины и навесы». С разрешения комитета допускалась постройка павильонов частными лицами и фирмами, но за плату и после утверждения проектов. За лучшие экспонаты учреждались золотые, серебряные и бронзовые медали, а также похвальные отзывы и денежные премии. Архитектор Б.А. Малиновский, являвшийся председателем архитектурно-строительной комиссии выставки, лично разработал проекты дипломов на звание почетного и действительного члена выставки, а также свидетельства на медали.

В начале 1912 г. член бюро выставки инженер Н.П. Долматов представил генеральный план выставки с определением мест под павильоны в соответствии с поступившими заявками на участие в ней. Вскоре рабочие приступили к возведению вокруг территории выставки дощатых заборов высотой в одну сажень. На лицевой стороне, выходящей на ул. Муравьева-Амурскую, решено было соорудить главные ворота с аркой и всевозможными архитектурными украшениями. Рядом с аркой, слева и справа от нее, размещались административные учреждения выставки. Таким образом, весь уличный фасад выставки предполагалось застроить – все окна административных помещений были ориентированы внутрь, на территорию выставки.

Всякая выставка подобного рода – это не только выставка товаров, продукции, научных достижений, это еще и смотр архитектуры. Как правило, архитектура павильонов – почти всегда новое слово, отражение последних достижений в области строительного искусства. Достаточно вспомнить хотя бы знаменитые Парижскую, Нижегородскую и другие выставки, чтобы убедиться в этом. Не стала исключением в этом плане и Приамурская выставка в Хабаровске. К сожалению, она осталась забытой, и сегодня мало кто знает, что на месте современного парка «Динамо», на всей территории вдоль ул. Карла Маркса (между улицами Дикопольцева

1. Приамурская выставка 1913 г. 1911. № 1. С. 6.
2. Там же.

Центральная часть генплана выставки



Выставочный плакат



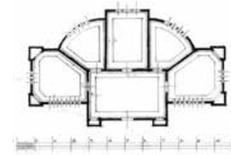
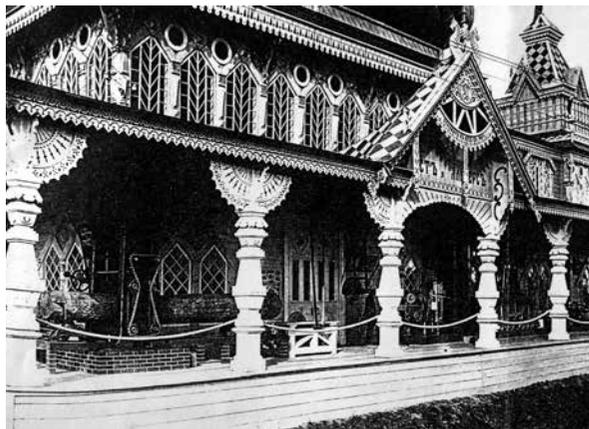
и Л. Толстого) к лету 1913 г. вырос крупный выставочный городок – своеобразный гимн архитектурных сооружений. Величественная панорама самых разных павильонов открывалась взору горожан от Николаевской площади, видна была выставка и с дальних точек – с Военной горы (ул. Серышева) и с улицы Барановской (ул. Ленина). Многие из того, что имелось на выставке, сегодня осталось лишь на старых снимках местного фотографа-любителя А.М. Бодиско, который по соглашению с Исполнительным бюро выставки производил съемку проектов, выстроенных павильонов, панорам выставки, ее экспонатов и пр. Исполнительному бюро предоставлялось право использовать снимки с негативов этого фотографа с обязательным условием выполнения на всех снимках подписи «Фотография А.М. Бодиско, собств. Исполнит. Бюро»³.

Выставочный комитет являлся не только организатором всех работ – ему принадлежали несколько собственных павильонов, в которых он за плату сдавал места всем желающим принять участие в выставке со своими экспонатами. Всего комитету принадлежали четыре павильона и еще пять построек разного назначения. Места под павильоны для частных лиц и фирм отводились за определенную плату, в зависимости от расположения – в центре выставочной территории или на ее окраинах. Льготами пользовались лишь несколько отделов – научный, учебно-школьный, этнографии и медицины, ветеринарии и городского дела. Для них места на выставке предоставлялись бесплатно.

С самого начала устроители выставки хотели, чтобы выставочные павильоны представляли собой сооружения если не выдающиеся, то близкие к этому уровню. Сами павильоны должны были выглядеть главными выставочными экспонатами, поэтому большое внимание



уделялось вопросу привлечения к разработке проектов павильонов всех ведущих архитекторов и инженеров Дальнего Востока. Решение о конкурсе на разработку павильонов всеми было воспринято положительно, однако условия конкурса, разработанные «одним из опытных архитекторов» оказались далеко не совершенными, многие существенные детали условий отсутствовали. Ни один из архитекторов на объявленный конкурс не откликнулся. Времени оставалось совсем мало, поэтому выставочный комитет привлек для этой работы известных архитекторов и инженеров из Владивостока и Хабаровска, заключив с каждым из них договор на разработку конкретных павильонов. В середине августа 1912 г. Исполнительное бюро выставки рассмотрело большинство представленных проектов и одобрило их, сделав лишь незначительные замечания. Уже 14 сентября в присутствии генерал-губернатора при большом



Павильон городов Дальнего Востока.
Проект. Арх. А.К. Левтеев

стечении публики состоялась торжественная закладка главных павильонов выставки. Пока шло строительство павильонов, в комитет выставки поступали «заявления об участии на Приамурской выставке из Милана, Парижа, Америки, Австралии... Местные фирмы нашей окраины и соседних районов упорно молчат, откладывая это до последнего срока приема заявлений», – отмечалось в прессе⁴.

Перед началом строительства выставочных павильонов необходимо было выполнить большой объем земляных планировочных работ. Все земляные работы с торгов выполнял подрядчик Лазарев, успешно и в срок их завершил с высоким качеством. Общая сумма земляных работ составила 6261 руб. 93 коп. Вся выставочная территория была готова, и после разметки участков началось строительство главных, казенных павильонов⁵. Всего их, включая павильоны крупного размера, предполагалось построить семь. Согласно предварительно составленной смете, строительные работы по возведению семи казенных сооружений с подряда были переданы Товариществу «С.Н Пешков и В.К. Сибиряцкий» за сумму 66996 рублей⁶. В данном случае речи не идет о павильонах частных фирм (крупных и мелких) – собственные павильоны они проектировали и строили своими силами. Строительство всех павильонов и других сооружений осуществлялось строго по чертежам.

В общей сложности комитетом выставки, торговыми фирмами, учреждениями и организациями к моменту открытия выставки были построены 44 павильона и более 20 небольших построек типа киосков, навесов, беседок, площадок и др. Для подвоза громоздких экспонатов на выставку была проложена железнодорожная ветка от станции Хабаровск. Уже в 1912 г. был готов и тиражирован в количестве 600 экземпляров раскрашенный в девять красок план территории выставки. План продавали частным лицам, а также рассылали всем, «кому надлежит иметь сведения о предстоящей выставке». О географии участников выставки свидетельствовали заявки на участие, получаемые из Милана, Парижа, Америки, Австралии и других стран и городов. Самая разнообразная информация о состоянии дел на выставке постоянно выдавалась местной прессой.

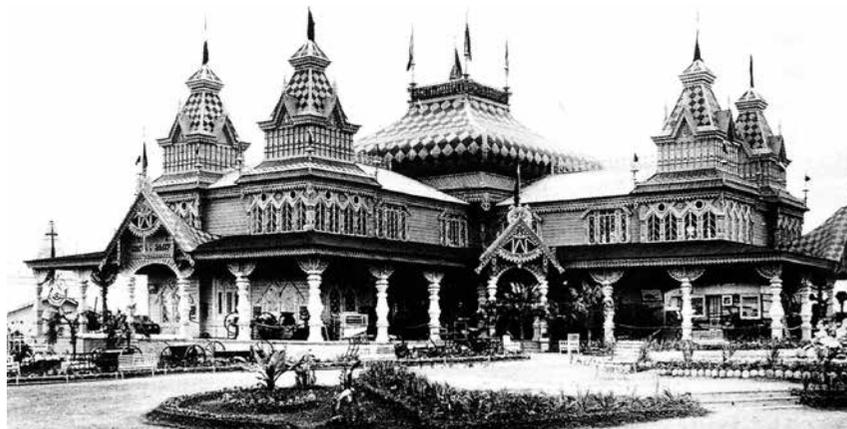
Большое внимание комитет уделил благоустройству территории выставки. Для посетителей были построены закрытый театр на 300 мест, эстрада, буфеты на 300 и 100 посадочных мест. Деревянные насаждения, цветочные клумбы, освещение, водопровод – все было к услугам посетителей. Был даже сделан великолепный пруд на Плюснинке, как раз на том месте, где ныне находится так называемый верхний пруд. Еще летом 1912 г. были построены оранжерея, теплицы, осуществлена посадка деревьев высотой около 4-х метров, виноградных

Главный павильон.
Компьютерная реконструкция
А.К. Стефанович

3. Там же. 1913. № 5. С. 5.
4. Там же. 1912. № 4. С. 3.
5. Там же. С. 5.

Фрагмент павильона Кунста и Альберса

Павильон Кунста и Альберса. Общий вид



- 6. Там же. С. 6.
- 7. Там же. 1913. № 7. С. 4.
- 8. Там же. №14. С. 6.

Интерьер одного из залов павильона Кунста и Альберса



кустов, произведены земляные работы и планировка местности. Все земляные работы осуществлялись бригадой подрядчика Лазарева.

Проекты всех основных павильонов разрабатывали местные архитекторы и инженеры. Поначалу было решено провести конкурс, объявленный в марте 1912 г., однако закончился он неудачей. Дело в том, что условия конкурса поручили разработать одному из членов бюро выставки, инженеру, надеясь на его опыт и компетентность, но текст условий конкурса оказался неточным и неполным. По истечении двух месяцев ни один из архитекторов во всем Приамурье не откликнулся на этот конкурс. Тогда Исполнительное бюро в срочном порядке вынуждено было прибегнуть к персональному приглашению известных инженеров и архитекторов, поручив каждому из них разработать проект того или иного официального павильона. Частные павильоны и павильоны фирм разрабатывались по заказам самих участников.

Практически все хабаровские архитекторы в той или иной мере были заняты этой важной работой. Среди них следует назвать таких, как Ю.С. Пороховщиков (архитектор выставки), М.М. Осколков, А.Н. Аристов, А.К. Левтеев, Б.А. Малиновский и др. За проекты павильонов в 1912 г. комитет выставки заплатил авторам почти 2 тысячи рублей.

Строительство главных павильонов вела строительная фирма (товарищество) «С.Н. Пешков и В.К. Сибиряцкий». Подряд ими был взят на сумму почти 70 тысяч рублей⁶. Все работы осуществлялись строго по чертежам. Перед окончанием строительства павильонов был скомплектован комиссариат выставки, состоящий из 24 отделов, среди которых был и архитектурно-строительный. Комиссаром его был назначен Б.А. Малиновский, а его заместителями (подкомиссарами) А.Г. Николаев и А.К. Левтеев.

Центром всей композиции выставки являлся ее главный павильон площадью 500 квадратных саженей. В нем размещались девять основных отделов выставки: научно-учебный, этнографический, медицины и ветеринарии, художественный и фотографии, архитектурный, городского дела, общества Красного Креста, путей сообщения и телеграфа, горного дела. Второй по величине (пл. 300 кв. саженей) павильон фабрично-заводской промышленности и торговли, срубленный из бревен, предполагалось после закрытия выставки передать городу для устройства общественного гимнастического зала. Но это только предполагалось... На деле оказалось все по-другому. Когда проект был готов и утвержден, городское самоуправление отказалось от оплаты своей доли за капитальное строительство павильона, а потому пришлось разрабатывать новый проект павильона, уже не капитального, а временного типа. Третий пави-

льон (пл. 250 кв. саженей) предназначался для показа достижений рыболовства и охоты, кустарно-ремесленных промыслов, лесоводства и продуктов земледелия. И наконец, четвертое сооружение из основной группы павильонов – павильон администрации выставки. Это были официальные павильоны. Кроме них, вторую группу составляли частные павильоны: управления государственных имуществ, переселенческого управления, Китайской восточной железной дороги, управления водных путей Амурского бассейна, городского самоуправления.

Торжественное открытие выставки состоялось 15 июля 1913 г. Закончив молебствие, настоятель Успенского собора Геннадий Евсеев отметил: «Нельзя не сказать того, что эта выставка является лучшим показателем, что наша далекая окраина усиленным темпом идет по пути прогресса». Председатель выставочного комитета Н.В. Слюнин в своем приветствии обратил внимание присутствующих на то, как изменился этот пустырь, где прежде были огороды китайцев и корейцев, а теперь «руками русских рабочих возник целый городок, со всеми культурными удобствами, как водопровод, электрическое освещение, телефон, выстроился ряд величественных и красиво-архитектурных павильонов, которые могли бы служить гордостью любого губернского города Европейской России»⁷. В присутствии огромного количества народа жена губернатора края М.М. Гондатти торжественно и церемонно разрешила ленточку и выставка открылась.

На одном из панорамных снимков, сделанных, по-видимому, с крыши здания реального училища, очень хорошо видны все основные павильоны, разнообразные по архитектуре и создающие выразительный силуэт выставочного комплекса. Эту величественную картину выставочного городка жители города и его гости могли видеть отовсюду. В местных газетах писали: «Публика начинает оценивать выставку не только со стороны обозрения экспонатов, но и как красивое, привлекательное местечко, где можно отдохнуть вечером, полюбоваться красивым видом, послушать музыку... С каждым днем по вечерам выставка становится все оживленнее, и вокруг оркестров и открытой сцены группируются гуляющие»⁸.

Действительно, выставка представляла необычный для Хабаровска вид. Большинство павильонов были выполнены в формах древнерусской архитектуры. Такое стилистическое предпочтение можно объяснить самим юбилеем (300-летие Дома Романовых), который отмечала вся Россия и в честь которого была устроена Приамурская выставка. Уже со стороны главного входа можно было видеть башнеобразные объемы с шатрами, шпилями и другими выразительными формами завершений. Еще более великолепный вид открывался перед посетителями, когда они, пройдя через арки входов, видели перед собой главный павильон – самое крупное сооружение выставки. Площадь перед ним горела яркими красками причудливых по рисунку цветочных клумб и зеленых газонов. Сложный по конфигурации план главного павильона занимал центричное положение на площади по оси входа на выставку. Веерообразно по отношению к нему и сзади от него размещались шесть крупных павильонов, создавая архитектурную оправу главному павильону.

Не менее интересными, чем главные сооружения, были павильоны торговых фирм. Вот как описывал обозреватель выставки их архитектуру: «...павильон Пьянкова построен по проекту архитектора Боброва в русском стиле. Строение богато украшено живыми рисунками, что придает ему много яркости. Одним из выдающихся строений выставки, отличающимися выдержанностью архитектуры, без сомнения, является павильон фирмы Чурина, исполненный в стиле ампира; павильон выстроен по проекту инженера Малиновского. Это строение привлекает всеобщее внимание, и его действительно с полным правом можно назвать украшением выставки. Напротив,

Павильон И.Я. Чурина



Павильон городов Дальнего Востока



по линии с главным павильоном, массивное здание – павильон фирмы Кунста и Альберса. Строение прежде всего поражает своей мощностью. Оно выполнено в чисто русском стиле по проекту инженера Осколкова. Взор зрителя здесь может отдохнуть, созерцая красивые остроконечные выступы, множество башенок и главный купол, который рассказывает о далекой старине прошлого, о величии московских теремов. ...Возле и среди павильонов почти всюду встречаются ряды клумб, живописно украшенных живыми цветами, по различным направлениям ведут широко разделанные дорожки и разбитые аллеи. Особенно красиво выставочная территория выглядит вечером, когда всюду светят электрические лампочки, слышатся стройные аккорды музыки, по аллеям взад и вперед движется человеческая волна. Все точно погружается в тихую ласку летнего вечера...»⁹

Среди павильонов фирм наиболее крупными были павильоны Торгового Дома «Кунст и Альберс», Нерчинского округа и некоторые другие. Еще в начале 1912 г. газета «Приамурские ведомости» сообщала: «В предстоящей в 1913 г. выставке Приамурского края в Хабаровске примет участие Нерчинский округ Кабинета Его Величества, на что управляющим Кабинетом ассигнована потребная сумма. Округ будет иметь свой собственный павильон площадью в 15 - 20 кв. саженей, проект которого составляет известный архитектором академиком Покровским, почему есть основание предполагать, что здание это будет служить украшением выставки». И действительно, павильон этот был построен, а наблюдение за его строительством осуществлял известный в Хабаровске военный инженер Б.А. Малиновский.

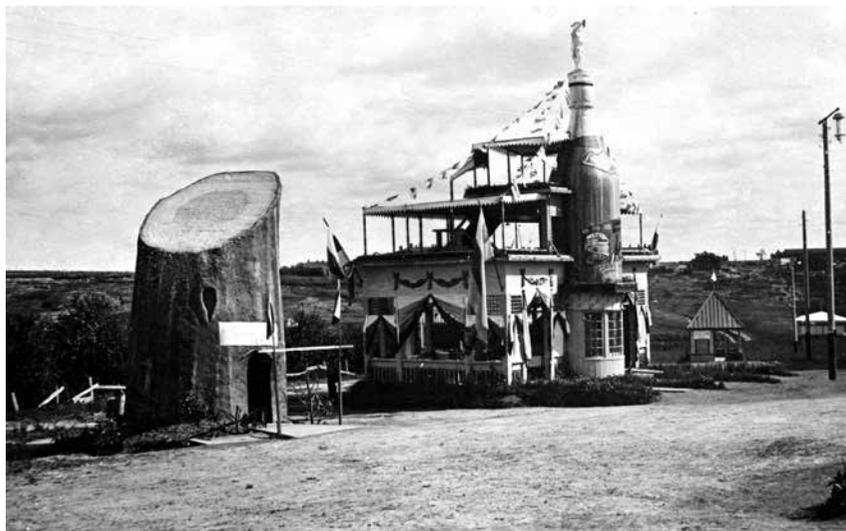
Павильон Нерчинского округа представлял собой деревянную постройку. Сруб павильона, окруженный крытой галереей, был увенчан четырехгранным шатром со световым срубом на нем и также увенчанным шатровой крышей. Павильон очень сильно напоминал своей архитектурой древнерусские оборонные башни или колокольни XVI-XVII вв. Верх шатра павильона украшал декоративный резной двуглавый орел. Такой же орел, но меньший по размерам и выполненный из стекла, размещался на фронтоне. Автор проекта выполнил и рисунки декоративных украшений для створок дверей, а также чугунных плит для пола, отлитых на Петровском заводе. Витрины, стулья, скамьи, багетные рамы были выполнены по рисункам преподавателя Читинской учительской семинарии художника И.К. Шурыгина. Своим неповторимым силуэтом павильон Нерчинского округа дополнял общую панораму выставки, являясь ее украшением.

Недалеко от павильона Нерчинского округа размещался и павильон Кунста и Альберса, окруженный широкой верандой и цветниками, увенчанный мощным четырехгранным куполом. Он хорошо виден на самой представительной панораме, которую сохранил нам один из фотоснимков. Огромное количество самых разнообразных экспонатов были сложены в штабеля и пирамиды, размещались в специальных витринах и декоративно скомпонованными вдоль стен павильона. Чего только здесь не было! Одно только перечисление экспонатов заняло бы много страниц. Павильон этот, спроектированный архитектором М.М. Осколковым, привлекал внимание не только богатством и разнообразием экспонатов, но и выразительной архитектурой. Как писала газета «Выставка Приамурского края», фирма Кунста и Альберса представляла на выставке картину практически всех продуктов, материалов и машин, которые имели распространение в крае. Особенный же интерес представляли для посетителей земледельческие орудия, еще неизвестные крестьянам.

Уже в процессе работы выставки появлялись новые, правда, небольшие павильоны. Так, в Харбине был построен китайскими специалистами небольшой и очень красивый, в китайском стиле, чайный павильон торговца И.Ф. Чистякова. Хотя и имел этот павильон небольшие размеры, но по праву стал изюминкой выставки. Вот уж действительно, мал золотник, да дорог. Еще до отправки в Хабаровск павильон был выставлен для всеобщего обозрения публики в Харбине и завоевал там популярность, так что молва о его необычной архитектуре дошла в Хабаровск раньше, чем доставлен был сам павильон.

Павильон городов Приамурья, хотя и не блистал особой архитектурой, но обладал определенной оригинальностью (автор А.К. Левтеев). В архиве Хабаровского края сохранился редчайший стеклянный негатив с изображением проекта (план и фасад) этого павильона, с автографом самого автора. На одном из снимков здесь можно его видеть. Сохранился и снимок самого павильона.

Были среди сооружений выставки и совсем уж необычные, которые и к архитектуре можно отнести с большой натяжкой. Это скорее малые архитектурные формы. Вот, например, огромный по величине обрубок дерева с косым срезом. Размеры его таковы, что одновременно в нем могли находиться несколько человек.



Это киоск для продажи папирос и прохладительных напитков. А рядом с ним – огромных размеров бутылка из-под шампанского, встроенная в сооружение, представляющее собой террасированную веранду. В бутылку, как и в обрубок дерева, что стоит рядом, можно войти (так и хочется вспомнить поговорку: не лезь в бутылку!). Так представлен частный павильон Ласькова, известного в Хабаровске торговца вином и спиртом.

Недалеко от театра разместился изящный павильон Амурского общества пароходства и торговли. По замыслу авторов главный фасад павильона в основных своих чертах повторял архитектуру главной конторы в Благовещенске. Мелкие экспонаты и подробная информация размещались внутри павильона, а отдельные, крупногабаритные принадлежности оборудования пароходов находились рядом с ним. Здесь же, в непосредственной близости от этого павильона, – оригинальный восьмигранный киоск-беседка братьев Пюсколю, и тут же – киоск фирмы Богдановых, почти такой же, но более крупный по размерам открытый павильон с широкой площадкой, огражденной баяльником и увенчанный симпатичным куполом. Углы киоска отмечены необычными спаренными колонками. Левее от них – павильон Амурской железной дороги. Вход в павильон имитирует собой арочный вход в туннель. И такой же выход – с противоположной стороны.

Преобладающее большинство павильонов были построены в русском стиле. Нельзя забывать, что это явление (русский стиль) характерно вообще для русской архитектуры второй половины XIX – начала XX вв., и Хабаровск в этом плане не стал исключением. Вспомним хотя бы русский павильон на Всемирной выставке 1878 г. в Париже или выставку-ярмарку 1896 г. в Нижнем Новгороде. Там большинство павильонов тоже были сделаны в русском стиле. Так что хабаровская выставка 1913 г. продолжала традиции русской архитектуры в смысле поисков новых решений, форм и композиционных приемов. Павильоны Приамурской выставки 1913 г. наглядно продемонстрировали высокий уровень архитектурной мысли дальневосточных архитекторов.

Павильон винотоваровца Лоськова

Чайный павильон И.Ф. Чистякова

9. Там же. № 12. С. 2, 3.

Summary

Page 25
Federal Bank of Halle/ Saale (LZB Halle)



project name: Landeszentralbank Halle/ Saale
location: Halle/ Saale, Germany
project description (e.g. outdoor facilities, renovation, ...): outdoor facilities for a new office complex for the Federal Bank in Halle with parc and intersection zu residentials
owner with address: Deutsche Bundesbank, Herr Daesler, Georgsplatz 5 30159 Hannover
project costs: 2.0 Mio €
area: 8.845 qm
scope of service: Lph 1-8: landscape design, implementation planning, submission and construction management with technical equipment
level of proficiency (planning, building, finished), finished august 2002
planning period: 1997–2001
building period: 2001–2002
architects: Brandt + partner, Goettingen
fotos: T.C. Kraus

The new office complex for the Federal Bank in Halle is the starting point for a new garden-city-style development.

Core element of the small new office park is the lake. It works both as a natural separation between the office complex and the employees' residentials and as stormwater storage and filtration system. As space is limited and lots of lawn are not a must, more than half of the softscape area is covered by water. The lakes starts formally as an artificial, modernistic pond, but its architectural form gives way to a natural shore line full waterlilies and other decorative water plants, thus strengthening the self-purification process of the water body.

The materials used for the park reflect both the character of the surrounding 19th century urbanisation and the modernism of the architecture: granite pavement continuing the character to the neighbouring streets, is contrasted by the fairfaced concrete for all walls and wood-steel construction for the pergolas and carports. The plantation, apart from the informal approach, had to follow the high security standards appropriate for a federal state bank.

Creating a representative open space for the employees of the bank, the few yet carefully selected elements form a suitable and noble surrounding for the elegance of office and residential buildings. In terms of sustainability, only durable materials with expected low future maintenance costs were selected. As the lake is due to its layout fairly self-maintaining, maintenance costs are reduced to a minimum.

Page 26
Debitel-City, Stuttgart



project name: Debitel-City Technologypark
location: Stuttgart/ Germany
project description (e.g. outdoor facilities, renovation, ...): outdoor facilities for a new headquarter and administration office
owner with address: Landeskreditbank Baden-Württemberg, Friedrichstr. 24, 70124 Stuttgart
project costs: 2,6 Mio €
area: ca. 3 ha
scope of service: Lph. 1-8: landscape design, implementation planning, submission and construction management with technical equipment
level of proficiency (planning, building, finished), finished june 2002

planning period: 2000–2001
building period: 2001–2002
architects: RKW architects/ Duesseldorf
fotos: T.C. Kraus

The concept for the outdoor facilities follows a series from the highly urban to the very rural: Plaza, green courtyards, garden patio and Swabian fruit tree plantation.

The paved piazza between the Debitel – building and the central service center are the heart of the large office complex for 2500 employees. Kept very urban, a grove of Sophora trees with 2 extra-long benches under its shadow and an illuminated fountain are the main elements of the piazza.

The garden patio is winkingly composed as a geometric patchwork of classical garden elements – lawn, a rose garden, a pergola, 2 water lily basins. The larger of the two water basins is linking the plaza and the adjacent garden parterre. The basins, using the latest technique in waterproofing concrete, are built on top of the underground garage. Its car entrance virtually dives under the Basin so that the drivers get the impression of starting a dive cruise.

Following the grid of the building, a rose garden separates the two water basins. Carefully selected by colour and leave structure, the rose shrubs, about 2 m in height, form a romantic spatial experience to walk or sit in between.

A pergola over a wooden terrace at the smaller basin provide view-protection for the employees of Debitel during their breaks.

The garden parterre is embedded in the „park of memories“. Newly planted fruit – trees follow the lines of a subtle striped meadow thus giving reference to the tiny acres of the Swabian Alb.

As the office area is quite dense, the design approach is a more intense one. Serving a modern, strictly rectangular office building, the landscape around the building adapts to the language of the building yet makes use of the garden elements playfully winking. As most of the garden is built on top of the underground garage or the first floor, the project is mainly a roof garden project with all its elaborate technical requirements. As the office area is quite dense, the design approach is a more intense one. Serving a modern, strictly rectangular office building, the landscape around the building adapts to the language of the building yet makes use of the garden elements playfully winking. As most of the garden is built on top of the underground garage or the first floor, the project is mainly a roof garden project with all its elaborate technical requirements.

Page 28
Headquarter Infineon Campeon in Munich

project name: Campeon in Neubiberg
location: Munich-Unterhaching/ Germany
project description (e.g. outdoor facilities, renovation, ...): outdoor facilities for a new headquarter and administration office with parc and link road to the railway
owner with address: MoTo Objekt Campeon GmbH & Co. KG
Biberger Str 93, 82008 Unterhaching
project costs: 21 Mio €
area: ca. 6,2 ha (620.000 qm)



scope of service: Lph. 1-8: landscape design, implementation planning, submission and construction management with technical equipment level of proficiency (planning, building, finished), finished august 2006 (competition success)
 planning period: 2001–2003
 building period: 2005–2006
 architects: TEC architect, Los Angeles mit meier + neuberger, München
 fotos: Franziska Meyer, Tobias Granetzny

Modular architecture in small units in a flowing nuanced and elaborated landscape with a central park and a ring of water.

The campus subdivides into the actual office complex and a naturalistically designed people's park being the direct extension of the existing Unterhachinger Sports Park. This creates one continuous park landscape open to the public in the south of Munich. An earth embankment blocks off the landscape from the motorway and provides a noise barrier.

A U-shaped pond encloses the modular buildings of the Campeon, bordered by a waterside promenade and crossed by footbridges that provide access to the people's park. Like a heart, the office area has two halves, each with modules and interstitial spaces oriented in an east-west direction. In the middle, a spacious green runs through the grounds from north to south.

The ring-shaped, 6.8-hectare Campeon pond improves the microclimate and serves as a retention and seepage basin for the rainwater coming off the roofs of the buildings. Tastefully laid out, the pond is fed by rainwater and snow. In order to keep water quality high, the water is changed completely once a year. The planners do this by introducing small quantities of groundwater besides the rainwater from May to September and directing the pond's water through reed filtering tanks – forming a natural purification plant – during this time.

Page 30

Pedestrian zone and market place Anger Erfurt
 Honourable Mention Renault Traffic Design Award 2002
 Honourable Mention German Natural Stone Award 2002

project name: Pedestrian zone + market place Anger Erfurt
 location: Erfurt/ Germany
 project description (e.g. outdoor facilities, renovation, ...): Renovation and reorganisation pedestrian zone + market place
 owner with address: Tiefbauamt Erfurt, Steinplatz 1, 99085 Erfurt
 project costs: 2,8 Mio €
 area: ca. 1,3 ha
 scope of service: Lph. 1-8: landscape and traffic design, implementation planning, submission and construction management with technical equipment
 level of proficiency (planning, building, finished): finished octobere 2002
 planning period: 1999–2002
 building period: 2000–2002
 fotos: T.C. Kraus

The leading design principle was primarily to make the fundamental geometry of the city area with its historic facades work, and at the



same time to fulfill modern standards within it. The task was to plan a surface, which holds together the long narrow and curved area and specifically takes into account the special structural situation of the Anger triangle and the area between the Main Post Office, the Ursuline Convent and the Merchants Church.

The structure of the granite surfaces formed from narrow longitudinal bands and broad transversal bands gives a rhythm to the total surface area. These alternating basic forms radially follow the sweep of the Anger. The longitudinal stripes span from building wall to building wall. The transversal stripes are intermediaries in the play of angles and radial movement of the space.

Between the post office and the Anger triangle the special character of this simple solution becomes clear. The bands run conically towards the head of the square and produce a lengthening of perspective.

The project Anger Erfurt is characterized by high-quality materials, the careful choice of which involved not only the need for durability, but also the in-house aesthetical fundamental principles. The design contains a subtle, carefully adjusted blend of installations and lighting, specially designed for the Anger, which trace the contours and spatial sequences in a subtle way, and harmonise with the granite surfaces in form and colour.

Corresponding to the protected historic group of buildings the surface, installations and planting combine into a unity, which lends the place, in a civic context, an individual and unique character. And finally, the design fulfills the contemporary demands of the different uses of a highly frequented city centre area, and respectfully includes the historically grown environment into the new planning.

Page 36

The House of the Shelter

Ingenuity with which humans have been creating a shelter out of anything at hand is stunning. Most interesting is that we ought to have in mind not only certain long forgotten experiences, but actual practices as well. Millions of people in Africa and Asia are still building shelters the same way their ancestors have been doing through millenia. Millions more are creating their home using whatever has been thrown away by their more successful neighbors in big cities. Thousands are choosing creating their home without using anything from what modern Civilization is offering them but junk, because that's exactly their aim: they feel that resources are getting scarce, they know everyone can not be rich and they want to show the way.

The 19 century with its fast industrialization brought new crowds into the cities already overcrowded. Low wages and high rent were making the living conditions of the lower classes unbearable. Few phylantropists among industrialists initiated bold projects to improve the situation by building model housing for the workers. In smaller company-towns those were ment to consist of small cottages but for bigger cities with their land expensive high-rise housing was unanimously decided to ve the way. Naturally enough, nobody thought much about comfort – the idea was to give a room to a family (although a lot of boarding-houses envisaged exclusively lonely tenants with strict rules forbidding entrance to humans of opposite sex) providing that shared sitting-rooms or reading-rooms, bathrooms and laundries were present. As usual the architects were rather quick to grasp the new trend and, taking prevailing artistic radicalism of that age into account, one could be prepared that they would push the notion to an extreme. Specialists in hygiene in Germany were at hand calculating that a human being needed for primary rehabilitation no less than seven square meters of habitable space for his/her exceptional use. German architects immediately produced models of "minimal" housing to answer that demand. European designers were fascinated with functional efficiency of a Pullmann railroad coach with its sleeping compartments or a ship cabin, and yet this was usually mere rethorics in specialized magazines. Their Russian colleagues, ready to help their leaders moving revolutionary country from feudalistic capitalism to communism in a single jump, went even further. Their reasoning, or rather the extreme expression of that presented by Mr.Kuzmin was simple if not simlistic. A progressist human being has got certain physiological needs as well as social ones. Both could be subdivided into 2 uneven parts. To sleep one had to have a narrow bed. One had to have a small cabinet for personal clothes, a shelf for two dozen books borrowed from the library, and a small table for studies in late hours. Everything else should be shared, and huge spaces were envisaged for public libraries and public cafeteria and sporting facilities and public sitting rooms. In Mr.Kuzmin's famous project even sexual intercourse was to be a special activity in special places, while children were to be immediately taken off from mothers to be

passed into the hands of professional nerses, then to a kindergarten, then to school. Mr. Zamiatin's book "Us", the first of the anty-utopias of the 20 century clearly depicts that project. Others were more modest, and did not imagined regulating personal hours to that degree, and yet the idea of minimizing personal space continued to be popular, and not only in Russia.

While America after the Second World War happily plunged into unlimited suburban paradize tending to fulfill the Great American Dream: a family house for everyone, European countries strongly influenced by socialist ideas was pushing forward highrise housing with tiny apartments. Again Russia took the lead when Mr.Krushchov declared the State Housing Programme, and the architects had to stamp upon their professional self to make the smallest possible family-owned apartment. They did it: those apartments were equipped with a 10 square feet bathroom, an 18 square feet kitchen, one or two small bedrooms, and a narrow passage. No sitting-room, no hall, no cabinets.

It would be rather difficult to call that type of dwelling now being torn down in Moscow and, perhaps, in other Russian cities as well a Home by any Western standard, and yet it was a kind of privacy, that Russians were deprived of for decades. This was one's own Shelter, and the shelter ment happiness.

Expressive as it is, it would be a mistake to cling to Russian experience. Municipal housing created in UK during two decades of the Labour rule was something similar, so the 90s have been witnessing a lot of destruction or costly restructuring in any major British city. The French, the Dutch, the Swedes built hectares upon hectares of the same type of high-rise, betraying the notion of Home as idealism and thinking instead about shelter for the thousands. So, let's make a swift trip through time and space to know more about THE SHELTER.

Sir Bannister Fletcher who spent his lifetime to explore into the earliest experience of prehistoric man wrote: "A simple cave could be enlarged, changed in shape, have another chamber added to it behind, to one side, above or below, linked by ramp, stair or doorway, and then another chamber beyond that, and yet another, perhaps, in a different direction, or branching off from one of the new chambers" (Stone Shelters). This simple notion helps us to understand that any permanent place could never be anything like a natural shelter, this would always be man-made to a degree. The degree could be varied, starting from light alterations and ending with something like the famous Cappadocia Cones. There, in the middle of Turkey, where so many early steps towards Civilization were made, natural cones of soft volcano stone, the tufa rock cones had been turned into houses by hollowing them up. Cappadocians carved entire cities this way, and as cones were climbing the mountain slope, these cities got up to 16 stories and down turning into a kind of skyscrapers clusters, often connected with tunnels. Cave cities that were built by dozens of generations through Ancient and Medeival times have turned no less complicated even though less spectacular than in Cappadocia, and one can find them anywhere: in Greece and in Crimea and in India.

A variety of intermediary forms is known since time immemorial as well. In Petra, that glorious Necropolis in Jordan consealed from any intruder till 1840s, only tombs were cut deep into reddish tufa rock, their elevations elaborately carved, but in places like Seidnaya village in Syria people still do produce a house in two steps. The first step is to cut soft limestone blocks out of the mountain slope and to put them aside for a while. The second step is to build a front wall and short side walls using the blocks previously stored. When in that village one first has the impression of a regular village street, and one needs to enter the door to discover that the house is 3/4 a cave.

Or take incredible grandeur that has been achieved by Indians in mountaineous Arizona who had built compact townships very similar to any European Medieval town with their three to four storeyed houses, but unlike anything else these are to be found under immense monolythic ceilings, the huge rock cornices created by erosion.

A fabulous sight is frozen in time in Scara Brae on one of the Orckney islands far to the North from Scotland. A small cluster of dwellings survived five thousand years or more because everything to the last item of a household was made of stone. A small honeycomb of artificial caves, something that should have inspired Tolkien to think of Hobbits, was composed of very thick walls and very narrow passages leading here and there to a small living compartment. Stone bedstands, stone cupboards with shattered stone dishes, stone benches and stone cabinets – all of that had to be far more tidy and comfortable due to rags and furs and thatch. And the most important feature was a door, a real door, that created feeling of intimacy so vital to a family always. Places like Scara Brae, or Chatal-Huyuck in Turkey, the eldest village unearthed it seems, have proved beyond doubt that at least seven

thousand years ago a shelter for a small family was the dominant type of dwellings. This was home, sweet home all right.

At another extreme where not a stone could be found in proximity of a hundred miles the Marshmen of Southern Iraque have been producing really imposing structures using the only natural resource they possess, reed. Giant reed that grows to a height of 20' along the lower Tigris and Euphrates where their waters mix had been excellent building material in the age of Gilgamesh, the legendary god-king of Uruk. It still is. Reed is first bound into huge bundles, up to 3' thick. Those bundles are stuck into the ground creating rows of columns opposing each other. Then a master climbs a kind of tripod made of reed as well, and while two teams are pulling the tops of two pillars down and inward, he ties them together. The whole is covered with reed mats, the gaps between pillars are covered with reed lacing, and the resulting effect reminds strongly of a gothic chapel with its huge arched ribs and its traceried windows at both ends. These houses called mudhifs have been in constant use for at least five thousand years – to disappear completely in twenty or thirty years.

The Dogon living in Mali have invented a brilliant intermediary style in housing which caused a kind of turbulence among modern architects when it had been widely publicized in the 60s. With their complicated symbolism of any shape and any opening the Dogon have invented an ingenious construction system, using a skeleton of dry branches to be infilled with bricks of mud molded into halfcones and later to be carefully sculpted with the help of clay mixed with water and shrot cut grass an horse manure. The complex shape is so artistically complicated, the surfaces are so much alive with human energy, so much handmade, that no one can tell where the border between architecture and sculpture could be traced if at all.

The Southern Seas people have produced fantastic variety of light structures with utmost skill in using palm trees, palm leaves and banana leaves to create comfort and beauty of their home, easily torn down by a hurricane and quickly rebuilt from scratch.

Ancient Japanese who were taught through sad experience that an earthquake could put an end to any solid structure, managed to invent a house that would not kill its residents with sudden collapse. Its wooden frame was light and delicate, its roof thatched and partitions made of thin bamboo tracery framed in wood and sliding in the grooves. With scarce decoration and perfectly embracing a mini-garden that house proved to be an everlasting type still luring generations of architects in the West.

One often forgets that a mobile home in its primordeal shape is still widely in use. Fefteen minutes by car from Jeruslaem, and there they are, the black tents of the Beduin Arabs with their sheep and goats in the desert. The main structure is a roof rectangle made of woven goat's hair with sheep's wool added sometimes. Together with poles and ropes it makes a space-frame upon which two narrow exterior curtains are pinned with several inner curtains subdividing the interior added. The length and the number of supporting poles reflect the wealth and the importance of the household. Half an hour ride from any bigger Morocco city, and one will inevitably discover the Berber shipskins tents, the roofs of which would make an exquisite double curve due to the main supporting arch fastened from small fragments with the help of ropes. The structure is known since the Tabernacle for the Ark of Covenant with its sheepskins and woven hangings of linen. A little farther into the Sachara desert, and one may soon detect the mat tents of the Tuareg which could be erected in half an hour. The wooden bed is placed upon the cleared ground. The curved wooden pieces constituting the three arches and the pronged posts to hang upon them all the belongings are buried in the ground. The arch pieces are lashed together and the two horizontal crossbars are fixed to vertical sticks buried in the ground. A long cord is wound around the high middle arch to form loops for the insertion of still slender rods forming semiarches in the longitudinal direction, the narrow ends of them lashed together. The tent structure ready to be covered with mats, the solitary builder has to put them on in strict order elaborated through millenia to perfection. Several million people in North China, Mongolia and Tibet, Kirghizia and Turkmenistan have been doing very similar operations with their yurts, although there are more pre-fab wooden details, a central compression ring makes an opening above the fire pince and as harsh winter demands that the yurt would be covered by two layers of thick felt and canvas, two camels are needed to transport this perfect mobile dwelling.

What a pity that one is bound to speak about timber more in the past than in present terms, as the dwellings of the former wood people have got such a splendid long history. Its beginnings are lost in time, but due to diggings in Northern Europe or in Japan we might be sure that before introducing iron tools in large scale around 700 BC only

the main supporting logs were sharpened to get them in soft soil deep enough while all the other structural elements were together with skilful use of prongs. The peasants exploited the new efficiency of iron axes and adzes to create a new type of structure using the whole logs. Deep grooves were cut into the vertical poles, so horizontal tongued logs could now be hammered between them making a rigidly braced grid wall. Later this structure was mostly used for fortifications – each crate would be filled with stones and dirt and covered with turf to protect it from fire, and that structure would still be used in Eastern Europe and America in through 17 century.

The scale of construction is bewildering. In Southern Ukraine there are still remains of enormous villages where thousands of people lived together in rows and rows of structures covered with logs cut along and bark and clay mix. Calculations show that those Tripolye villagers had to cut down miles and miles of virgin woods to build those places simultaneously making their fields. Long before invaders pulled those villages down their inhabitants had to move further on to the North to cut down new woods and to create new fields leaving behind them the new Steppe where wild grass soon started to build the famous black soil.

In Northern Europe the house builders learned to save a lot of effort disposing of the solid structure. They put up an open framed grid of timbers, mortised and tenoned at the joints to ensure rigidity. The apertures could then be left open as windows or doors or they could be filled with panels of daubed clay or woven wattle. A shelter that was to last till the end of the Middle Ages was born.

The timber frame looks so simple in itself that one has certain difficulty to understand how varied the result could be achieved in different countries. Sometimes people who never heard of each other invented similar things, like the hogan of Navajo Indians and the darbazi of ancient Georgian in Caucasus, in both cases logs being adjoined to make a kind of so-called false dome structure. In other cases people were inventing forms so different as an English cottage and a Russian log hut or a Japanese house although they used the same thatch for the roof.

The two great migrations, that of the Americans going West and the Russians going East brought to being new ways of construction with adobe blocks (wellknown in Middle East for five thousand years) and with studs and with soddies. Wars and revolutions often caused reinventing still more primitive earth dwellings or fast assembled twig and reed and clay structures, like those that were to be erected in thousands when millions of people moved from endangered regions to Southern Siberia and Kazachstan in the former Soviet Union during the Second World war.

When the Hippy movement gathered momentum in the United States semi-improvised construction brought new interest towards traditional and non-commercial way of making a home. Let's use a small extract from a treatise published by Eric Park in 1970 under the title Residence Renaissance. Recycling a small city house: "It's about hard work, it's about craft, it's about recycling low-cost housing. Debby and I have just recycled our first home in Springfield, Oregon, over a period of thirteen months, from August... It was more than just a living, and more than just a place: it was a job, a craft that we learned as we went along. We've read William Nickerson's memoirs, and we're convinced that any dunderhead with sufficient singleness of purpose, by concentrating exclusively upon Mammon and Nickerson's way, can make a million in real estate. But we are not into finance juggling, contract labor, rapid turnover, rentals or even, strictly speaking, profit. We're into making obsolete the American obsolescence economy. We're being willing to "rough" it for a few weeks or months in a substandard dwelling, in order to make it attractive and livable. We're into saving the millions of trees cut down each year by the builders, when there are homes that can be saved through a little honest labor and elbow grease. And we're finally, at three removes, into making a living by patching the roof over our head." Step by step, through gathering experience and using advice, both reasonable and not, Eric and Debby Park did what they wanted to do, and thousand more have been doing it all the time – building their own home.

All kind of strange people who are thought to be bizarre, have been following this way. A certain Dr.Tinkerpaw who called himself Captain Nitwit as well, was famous in the 70s for creating a fantasy castle out of junk in California. Bob Anderson managed to build "a hiperbolic paraboloid shelter" with nothing but eucalyptus poles and plywood. Dick Keigwin spent four summer months to create a fantasy dwelling using exclusively driftwood from the beach and mostly bent and rusted nails. In summer 1972 John Welles and his friends built a timberhouse in Connecticut woods being inspired by a book by Eric Sloane on early American structures. Keith Jones from Alaska spent a lot of time proving how persistent an arctic tent shelter might turn when insulated additionally by a grass layer put between an inner and an outer tent. Kelly Hart from California or Dennis Turnguisy from Minnesota were busy

with making their own mobile housecars, and as Dennis put it, Junk cars have been ignored too long. They have roofs, windows that open, and doors, all of which are most expensive in house building. Old trucks can be a semi-portable foundation for a house. I put my old Peugeot roof with its sun roof on stilts above the bed of my '49 Ford 1 ton, high enough so that I could stretch in the morning and added on till I ended up with this Transient Home called outrageous, turtle, ingenious, satirical, etc. by the admirers. Joaquin de la Luz transformed an old Chevy flatbed into one of the most unique home to roll America's roads. Others used horse and wagon or building elliptical campers of wood and poliuretane foam. No end to that type of creating the Home ever anew.

And one should not forget about boat-houses, be it in Canton or Amsterdam. Or about towers urge for which has always been strongly embedded into some people subconscious. The famous Watts Towers built by Simon Rodia in Los Angeles and after some fight acknowledged by the authorities as a landmark is but one example. Rodia who finished his task in 1954 spoke about it: I no have anybody help me out. Had to do a little at a time. Nobody helped me. I think I hire a man he don't know what to do. A million times I don't know what to do myself. I never had a single helper. Some of the people say what was he doing... some of the people think I was crazy and some people said I was doing something in the United States because I was raised here you understand? I wanted to do something for the United States because there are nice people in this country.

At another level as sophisticated mind as that of Carl G.Jung revealed the same time of obsession, well seen in Dr.Jung's book Memories, Dreams and Reflections: Words and paper, however, did not seem real enough to me; something more was needed. I had to achieve a kind of representation in stone of my innermost thoughts and of the knowledge I had acquired. Or, to put it another way, I had to make a confession of faith on stone. That was the beginning of the Tower, the house which I built for myself at Bollingen.

I was settled from the start that I would build near the water. I had always been curiously drawn by the scenic charm of the upper lake of Zurich, and so in 1922 I bought some land in Bollingen. It is situated in the area of St.Meinrad and is old church land, having formerly belonged to the monastery of St.Gall.

At first I did not plan a proper house, but merely a kind of primitive one-story dwelling. It was to be a round structure with a hearth in the center and bunks along the walls. I more or less had in mind an African hut where the fire, ringed by a few stones, burns in the middle, and the whole life of a family revolves around this center. Primitive huts concretize an idea of wholeness, a familial wholeness in which all sorts of small domestic animals likewise participate. But I altered the plan during the first stages of building, for I felt it was too primitive. I realized it would have to be a regular two-story house, not a mere hut crouched on the ground. So in 1923 the first round house was built, and when it was finished I saw that it had become a suitable dwelling tower.

The feeling of repose and renewal that I had in this tower was intense from the start. It represented for me the maternal hearth. But I became increasingly aware that it did not yet express everything that needed saying, that something was still lacking. And so, four years later, in 1927, the central structure was added, with a tower-like annex.

After some time had passed – again the interval was four years – I once more had a feeling of incompleteness. The building still seemed too primitive to me, and so in 1931 the tower-like annex was extended. I wanted a room in this tower where I could exist for myself alone. I had in mind what I had seen in Indian houses, in which there is usually an area – though it may be only a corner of a room separated by a curtain – to which the inhabitants can withdraw. There they meditate perhaps a quarter or half an hour, or do Yoga exercises. Such an area of retirement is essential in India, where people live crowded very close together.

In my retiring room I am by myself. I keep the key with me all the time; no one else is allowed in there except with my permission. In the course of the years I have done paintings on the walls, and so have expressed all those things which have carried me out of time into seclusion, out of the present into timelessness. Thus the second tower became for me a place of spiritual concentration..."

A friend of mind, a brilliant man from Berlin who likes to be called a Gardener has been living with his big family in a nice row-house with a charming backyard garden in a very nice wooded part of the metropolis, and yet he had found peace of mind he felt necessary only when he had assembled a yurt he had brought home from Mongolia. Another one, himself an Architect, living in windy Wales had found his peace of mind at the moment when he had completed remodelling a house to the point where every smallest thing, like a doorknob, was shaped to a certain state by his own hand. Vladimir, an Architect from

St.Petersburg, never could feel happy till he had erected a house in the woods far off city working exclusively with his axe as ancestors did, using mortise and tenon, without a single nail... A meditation place and a very beautiful house it is indeed.

One may wave these high-brow attempts off as well as many others, seeing in them nothing but excentricity, and yet the problem stays, because so many people can't afford so-called affordable housing and are badly in need of a simpler shelter built with their own hands. Charles Jencks mainly known by his treatise on so-called Post-Modern Architecture years before wrote in 'Architecture 2000': "Why should governments try to do everything in their power to suppress squatter settlements when often they work so much better than the government housing that is supplied at much greater cost and effort? A most striking example of this absurdity occurred in Lima, Peru where at least one quarter of the population now live in squatter settlements, or *barriadas*. The way these *barriadas* were formed is instructive.

After the Second World War, they spread very quickly because of rapid urbanization. They were immediately regarded as social evils, as seedbeds of communism and as centers of crime and prostitution. In fact, as it turned out, the realities were quite different: the incidence of crime was much lower than in the urban slum and the sociopolitical views of the inhabitants were, ironically enough, conservative. But the government, the social workers and architects were determined to regard them as social evils, and therefore they were made to fit this role at all costs. Naturally, the would-be squatters became activists in a literal sense. The only way they could gain rent-free land and leave the unendurable, urban slum was to form organized platoons and invade government-owned land during the night. Invasions were to be carefully organized with an *avant-garde* made up of lawyers to choose the site, lay-out men to draw the boundaries for streets and lots, and a woman known as the 'secretary of defence' whose precise role is somewhat obscure but whom one imagines acting both as a normal secretary and a buffer to the police. After an invasion (there have been more than a hundred around Lima) the police manage to counterattack and lose, or if they do happen to win and clear the site, it is only a matter of time before it is reoccupied and sooner or later recongnized by the authorities.

Then given a few years, a two-stage development sets in where the squatters set up more permanent abodes, built of cement rather than straw, and start their own form of sociopolitical organization. Soon they are organizing yearly elections of their own governors in a country where local democracy was unknown for more than sixty years. Inevitably there are drawbacks of an administrative kind: the squatters have trouble constructing large-scale facilities such as sewer systems and often have to depend on the central city for schooling. But the area in which they undeniably excel is in community spirit and popular initiative. There are endless examples of communal construction and communal services and, perhaps more important, self-help. In the *barriada*, the individual can construct and destruct his house according to need without government interference. For instance, if he needs a second story or a new room he can add one without restriction; if he needs a yard for raising chickens and ginea pigs he can chop down an old room. Thus the needs are satisfied according to individual priorities and not according to bureaucratic protocol: shelter comes before amenity; walls and roof before electricity and a bath. In a very real way, the *barriadas* are now proving that the best and most satisfying low-cost housing, is in fact the cheapest. Hence the Peruvian government has even had a change of heart and is now beginning to support their development and ask architects such as Aldo Van Eyck, Christopher Alexander and James Stirling for their suggestions on aiding the 'Young Towns' as they are now approvingly called.

The reason for the recent popularity of *barriadas* in architectural circles is that they dramatize in a non-romantic way the opportunities for determining one's own way of life and life-style. Many other examples of this individual initiative could be given in the West, from the 'self-built' groups in England to 'Drop-City' in America, but none of them go to the extremes of the *barriadas* because the city authorities are much more adept at fighting off invasion and keeping the poor in their place. As some activist has said, the only way to get out of a Western ghetto is to burn your way out. There is no chance of occupying new land and the poor can only rent tenements from public housing authorities or from slum lords."

An Italian film created in the 50s by a director moving with so-called Neo-realism trended was called *The Roof*. In many respects that was also a kind of *barriadas*, the only way to get a home of one's own among the poor was to build it on government belonging land without permit. The law represented by local police had to look that such a dwelling would be destroyed with a stipulation that a structure with

a roof had to be considered a proper house thus being protected from destruction. I do not know how realistic that picture was (it seems it was quite), yet by all means it struck the right tune, as that has always been the roof that made the house. A roof over one's head – that's an expression in many languages stating that the roof symbolize the whole shelter. Natural enough that a roof without walls should be considered a perfect house in that symbolic sense, and so many shelters has been fitting perfectly into that picture, being domes.

The remains at Chirochitia, Cyprus, prove that a structure reminding a proper dome had been invented at least seven thousand years ago: successive courses of stonework were overhanging over the lower ones till they met at the top. The walls had to be extremely thick to prevent the whole from collapse. Long before the Romans local tribes in Southern Italy learned to build small masonry domes of brick or cut stone. Thousands years ago the inhabitants of Northern Africa, being short of timber, had mastered first a barrel vault and later a dome of hand-made bricks to be built without wooden centering. The Aleut discovered that a nearly perfect domed house, an igloo, could be built of blocks cut from snow, and they even mastered adding a small barrel vault as an entrance to crawl through. In the beginning of the 20 century one could still find and make a picture of an impressive chief's house at Samoa with a huge dome the frame of which was made of woven bamboo thatched with sugar cane, or a thatched dome of a Zulu tribesman.

Then in 1922 Dr. Walter Bauersfeld in Yena had invented a subdivided isacohedral hemisphere. Its structural framework of light steel bars was covered with a very thin layer of concrete making the first geodesic dome light and strong like an egg-shell. And then came Buckminster Fuller, who patented the same principle and was propagating geodesic domes so many years, so that young radicals of the 60s could have picked it up building the Drop City and "zomes" of plywood and cardboard. The story came to its end which proved to be similar with the very first step of a shelter in Chirochitia.

For a long period of time only some SF writers, like Ray Bradburry, were talking about vulnerability of the house, about its growing dependence on huge and anonymous technical networks. For centuries but few people tended to build a house with their own hands to pass one's own strength and energy to walls, and floors, and ceilings, to doors and windows. Not so many manage nowadays to transform a shelter into a house. And one is to have a glimpse at miles of the 'Shoe-boxes' decaying in California after the residents left moving elsewhere to start everything anew after discovering (they had just completed their 20 years payments to the bank) that a fragile structure would not endure more. Then one discovers how fast a Home could be degraded to a shelter for homeless and for animals, and later for animals only.

Anything could be a provisional shelter, and yet so often a solid house betrays its inhabitants loosing its protective power as it happened in Saint Louis, USA, when a whole public housing block called Pruitt Igoe previously awarded and hailed was disposed off with dinamite as it had turned the worst slum imaginable. One had to see thousands of town dwellers suddenly turned homeless in former Yugoslavia, and in Chechenia, or to know about a million of Burundians who had to flea their village huts, in order to understand that the story of shelters, sadly enough, would never end.

Page 40

Ritual and Reason in the Kitchen

A kitchen should be kept in good order.

One can hardly doubt the plain truth of this thesis. Order and reason primarily inhere in kitchen, food and corresponding rituals. Linguists believe that the Russian word "obed" (dinner) has the oldest genealogy and descends from the Indo-European root "ved" (aware). To derive "obed" from "eda" (food) is not correct. It would make "ob'ed" (by analogy with "ob'ezd", "ob'yatie", ob'yavlenie" etc.).

O.M. Freidenberg investigated the role and meaning of food in the archaic cultures. She said: "In the primitive society food is a common cause, and the leader divides the caught beast into pieces to distribute among the attendants. Such are the Spartan *syssitia* and the Athenian dinners in *prytanée*: everybody got his share in the common meal, which was free and corresponded to public duties". In the Orthodox tradition all the participants of the Eucharist rite receive the Sacrament. Thus they all become the so-called "so-vedayushchy" (co-aware) of these secrets. Hence not food but attachment to some sacral knowledge is initially principal in the "ob-ved" ritual. Food and drink are just means, so to say "technique" of this communion. The prefix ob- reproduces the meaning of circle, unity and all-embracing ritual performance.

The old Protoslavonic ob-vedъ was a ritual referred to the midday – the moment the sun takes the highest place in the sky when it is in

the south. For the members of archaic societies the social importance of oblation rites and participation in them is obvious, for example, in Roman evidence of Celts' religious practice. "The oblation rite provided continuity of time and supported its natural course. That is why "the excommunication from oblation" mentioned by Caesar was comprehended by ancient Celts as the most severe punishment: thrown out of the society, such human being lost the opportunity to communicate to divine substance and thus fell out of the circle of time".

The same, if not the bigger importance of ritual unity belongs to joint drinking, especially if to drink some strong drinks.

"The custom of sending alcoholic drinks round is known among many nations. Apparently it has archaic roots. <...> The necessity to join to the drink is explained the same way as the necessity to share food and treat guests – one comprehends that food and drinks come from tribal gods and belong to the nation as a whole. In the more developed cultures sending drinks round becomes considerably complicated and acquires ritual nature. <...> In Russia silver vessels were specially used for sending drinks round, in the XIIIth century they were called "chara", in XV-XVIIth – "bratina".

The verb "pit" (to drink) in its old roots has something in common with the noun "pir" (feast) – a festive ritual meal. Usually at feast people talked actively and often decided important questions. Thus one of the most significant dialogues by Plato is called "Feast".

"Feast which significance is pointed out by Moss and other ethnologists played an important role in medieval Scandinavian's life. The feast cenacle was a center of a noble man's house. Feast and Thing were the most important components of German nobility's social life, and the first one is rather the main one. This special importance of feast in Scandinavians' life is stressed also in the decree of "Frostating Laws" that runs: "There are three places: church, Thing and feast, where all people should equally enjoy inviolability". Feast ranks on a par with two other important centers of social communication: church is a place of communication with God, and Thing is a body that supports law order and exercises justice.

Feasts, festivities, exchange of gifts in barbarian society were an integral part of the social communication system. All these deeds had an emphatically formal nature while regulating human behavior in the society. By means of these deeds social and psychological unity of social groups was established and realized in a clear way".

However, anxious attitude toward food does not always apply to kitchen. Strange it may seem, in many cultures design decisions for this important housing space are dictated by paradoxical bashfulness and attempt to hide the food preparation process out of sight. Thus in Italy for several centuries there had been a tradition to carry out this process to the inner courtyard, atrium or straight in the open air. Smoke and fumes of food being prepared were considered vulgar and disgusting.

Topcapi, a gorgeous mansion of supreme power in Osmanli Empire. "In Turkey food and everything related to food has always been raised to cult, and the huge kitchens in the Topcapi Palace located in several buildings under ten vaults prove it clearly. By the seventeenth century there were up to thirteen thousand people in the kitchen staff living in the Palace: hundreds of cooks specialized in a certain kind of dish, such as soups, pilafs, kebabs, bread, pastries, sugar candies, halva and many others. They fed ten thousand people a day, as well as sent baskets full of food to noble citizens favored by the members of royal family. Following the Palace's example, all prosperous families in the Osmanli Empire time were proud of their elaborate kitchens and competed in organizing banquets for each other and for public in general.

In the Osmanli Empire time the body of military elite (janissaries) is another striking example of serious attitude toward food. The main division commander was called "soup maker", other officers depending on their rank were called "chief cooks", "kitchen hands", "bakers", "pancake bakers", though their functions had nothing in common with those names. A huge cauldron for cooking pilaw for janissaries was of special significance. When janissaries were displeased with changes in the sultan's cabinet or demanded the great visir's head, they went to the kitchen and turned the cauldron upside-down. The expression "to turn the cauldron upside-down" still exists and means rebellion in the army. Thus kitchen also became a political center".

At the same time the Topcapi kitchen with its entire splendor occupies a separate building at the back of the Palace complex, and this building does not sparkle with architectural beauty.

A famous architect and restorer, an expert and propagandist of the advanced methods of building construction with metal frame, Viollet-le-Duc, wrote his "Discourses on Architecture" in the second half of the XIXth century. The book was translated into Russian in 1938, and it is still topical today. In the chapter devoted to housing Viollet-le-Duc gives an approximate plan of an "ideal" house in the town:

"Imagine (pic.54) a site 25 m long and 8 m wide, that is its area is 200 sq.m. The house occupies 84 sq.m. plus an annex for the kitchen covering 15.40 sq.m.

The house consists of a basement, the first, the second, the third and the attic floors. The first floor of this house (pic.54) consists of a lobby A, an entrance-room B with a staircase leading to the upper floors, and a corridor which provides access to a small garden J and to a kitchen C from a drawing-room S and a dining room M with a refreshment room O. Between the street and the house there is a pit F with an auxiliary staircase for food delivery, removal of sewage disposal and so on. On the second floor (pic.55) there is a study T with a library and a big bedroom G with a lavatory g. On the third floor there are two big bedrooms with lavatories. On the attic floor there may be two masters' rooms, two small rooms for servants and a laundry. In the basement floor of the cellar for foodstuffs the windows of calorifer and bathroom face the pit. Naturally, the access to the basement floor is located under the staircase".

According to the plan, the kitchen is practically carried out into a separate annex with a back door to the garden, which follows the antique traditions. By the way, the plan is elaborated carefully in respect to "red lines" and prohibition of structural additions (overhangs and dorses) which were strictly kept in Paris already 150 years ago.

Palladianism in all its numerous manifestations, from Rotonda residence to Thomas Jefferson's estate and Nikolai Lvov's estate and so on, up to district recreation centers in Soviet times, treats kitchen scornfully and even fastidiously, it ignores it as much as possible. However, dining-rooms are built quite differently, in a theatrical and pompous manner. Sometimes it seems that a kitchen and a dining-room are meant for people of different sorts – "kitchen" people are rather smaller, sparing in movements and weak-sighted. Those who banquet in dining-rooms are huge, happy-go-lucky, they appreciate luxury.

What sense does it make to oppose a dining-room and a kitchen? Many cultures did without it and did it quite well. For example, traditional (but still existing today) Indian culture. Food preparation in an Indian family is a collective occupation, and the table is served with so-called intermediate products. A family meal is usually placed on the floor in a circle. The older women in the family serve food, and nobody but them may touch the food until comes the time for meal. First all the food is solemnly placed on a big steel dish, thali. The sequence is always kept unchangeable: some salt, a slice of lemon, then vegetables, beans and curry in small cups, rice and, finally, ghee. Thus on the dish there is a full collection of tastes: salty, sour, bitter, astringent, spicy and sweet. Ghee, overheated cow's butter, serves as a binding taste that gives a unique "Indian" flavor to the food. Each participant of the meal arranges "elementary tastes" by himself, ladling the food out with bread or just hand.

The followers of Krishna actually regard food preparation as divine service – any (vegetarian!) food serves as an offering to God and conveys one's love to him. That is why one should cook with delight and reverence, and cannot taste the food. Until the food is prepared and offered to Krishna, one should rely only to his sense of smell.

The same principles are in a traditional Japanese food culture. Food preparation is an aesthetic, dramatized process. A real cuisine artist looks like something in-between an interior designer and an actor.

In a traditional Korean cuisine the food which preparation did not involve you is not quite a food. The most mandatory component of Korean dinner is sauerkraut or radish "kimchi". Each family prepares kimchi differently and keeps it in special devices resembling refrigerators. These "kimchirators" are on sale in a consumer electronics store, being included in the indispensable set of kitchen equipment.

Electronic device for preparation of food known in Korea since the seventh century A.D. is an interesting example of how modern design idea tries to overcome the gap and even opposition between a kitchen and a dining room. This gap has deep cultural roots – it is based on the antagonism of the Order and the Chaos.

Taking food and drinks (especially strong drinks) is readily ritualized and ordered. It is quite easy to arrange dinner procedure according to rules, "as it should be". The order in the dining room is set effortlessly and often assumes detailed character of an intricate theatrical act.

Food preparation is ritualized with difficulty. Everyone who tried to cook according to book recipes knows that doing "as prescribed" results in getting tasteless food. Indeed, one can get appetizing meal only when improvising and deviating from the rules. In the kitchen a chaos element (sometimes quite a big one) is as necessary as salt and spices. Everything is tasteless and dull without it.

Western culture has been fighting with the Chaos for four thousand years already. This struggle becomes stronger in the times when rational basis looks particularly attractive (Rome in the empire time, Renaissance, Enlightenment, the first half of the XXth century).

Sometimes the Reason gets exhausted and the Chaos gains more freedom (archaic Greece, Norman conquests' times, the second half of the XXth century). Accordingly, sometimes kitchen is expelled from the interior, and sometimes enters it as a functional area equal in rights.

The East skillfully balancing between order and disorder traditionally apprehends kitchen as an integral part of dwelling.

Attempts to reconcile the reason and the kitchen result in inventing kitchen equipment and ergonomics. Machinery likens a kitchen to a cockpit in a jet (if not in a spaceship), and ergonomics regards a human being as a machine which should work with maximum effectiveness and accuracy.

Modern design pursues individuality, individual peculiarities and even whims of a client. Everybody has a right to adhere to such reasonable extent that is comfortable for him, especially in his own kitchen. If someone needs accuracy and regularity – the designer may use the experience of late antiquity, classicism and constructivism. If the client likes spontaneity and improvisation – modern, deconstructivism and immense heritage of oriental cultures may be very helpful.

It is especially very interesting to see how a great artist gives to the kitchen interior potentialities to transform the image between regularity and randomness. In 2006 “the Grand Lady of Deconstructivism”, Zaha Hadid, was commissioned by DuPoint to design a kitchen Z-island. This futuristic work based on the new synthetic material Corian is full of touch-sensitive control items so that one can use a mobile phone, watch TV or even enter the Internet without stopping food preparation. At the same time the numerous kitchen gadgets look like mushrooms springing up from the floor, the walls and the tables by themselves.

The order in the kitchen is undoubtedly necessary. But what kind of order it would be? Strict, geometrical, precisely calculated according to ergonomics and sacral geometry formulas? Probably yes. Or it would be a relative order comprehended only by the owner, but in a stranger's opinion it would pretend to be a disorder? Would it adhere to rational diet “according to the system” or provoke to break all the prohibitions for the sake of a tasty thing? You get to choose.

K.Lidin, M.Meerovich

Page 94
SHOPPING CENTER IN PUSHKIN

Address: Pushkin town, Moscow area.
Project: 2007
Architects: A.Asadov, A.A.Asadov, E. Zolotuhin



Brief description: In a basis of architectural shape graphic interpretation of Pushkin epoch - the Golden Age of Russian culture was laid. Outside the building represents black “crystal” from the polished metal panels through which “break” bright stains of publicity. In front part there is a symbolical “feather” – the big canopy above a front entrance. Having got inside, visitors appear in huge snow-white space filled with light which personifies the infinite world of Russian poetry. There are only illusive borders here – glass partitions of shops and boutiques.

Page 126
Commercial Architecture – from Elements to Canon
In every Far-Eastern settlement founded in the second half of the XIXth century commercial relations passed certain stages identified as “Bazaar”, “Market”, “Shop”, “Department Store”. Chronological frames of these stages were different in every settlement, depending on the time of its foundation and development rate. The first two stages corresponded mostly to mobile form of commercial organization controlled by diasporas (Chinese and Korean ones). “Arcade”, the most advanced stage, did not have time to expand in the Far East because the development of Kvantunsky Peninsula was just started, so the major financial flows were transferred to that place.

In the present-day city all the stages “Bazaar”, “Market”, “Shop”, “Department Store” develop simultaneously, since every form of commercial organization has its own target basis. Usually any active group of commerce subjects (often having national character and expressing economic interests of a certain diaspora), when entering the market, first masters the outdoor trade (the “Bazaar” stage with overhead expenses reduced to minimum, which ensures the cheapest goods and services, this stage is aimed at the poorest section of the population). Then they proceed to the stall and

pavilion trade (with prices slightly higher than in the Bazaar). At the next stage they buy apartments on the first floor to organize shops and construct detached one- or two-storied buildings with commercial function advertised on the façade with siding.

The development stages of commercial relations are cyclic, and the methods of architectural and space arrangement of commercial function that are typical for each stage are steady. Social inequality, stratification of the society by income level involve long life of cheap bazaars, expansion of the network of available shops and construction of more and more luxurious Mega-complexes with strict face control and dress code. If the conclusion of cyclic development of commercial relations is true, naturally the result of the next turn will be a new phase of Conservative Consumption with corresponding architectural and space arrangement in the manner of brutal minimalism.

Alina Ivanova

Page 128
Trading Companies “Kunst and Albers” and “Churin and Co” in the Far East

While constantly competing for a consumer, trading companies experimented bravely in searching for new styles, trying to find the image of a building that would be the best to suit the function of a big department store. Shops became conductors of modern architectural trends and novelties brought from the West, they gave rise to wonderful examples of modern, local traditions, European and Asian impacts.

Trading houses of “Kunst and Albers” Company are examples of diverse styles and rich décor. Most of these buildings are characterized by asymmetric spatial composition. This mode served as the main principle of modern, which became the main style of the Company. The majority of their shops had the so-called “fifth façade”, or the cutoff corner façade, which usually faced a crossroad and was accentuated by a turret or a dome, richly decorated portal, luxurious balcony or a clock. The Company's buildings had somewhat theatrical, even dramatic character of architectural image created only to attract other people's attention.

Trading house “I.Ya.Churin and Co” was the principal rival of “Kunst and Albers” Company. It also aimed at using stylistic novelties as an advertising factor when fighting for a client. The trading house in Blagoveschensk designed by an unknown architect (probably from Vienna) is the most striking example. It is a masterpiece of baroque eclecticism, the only one in the Far East.

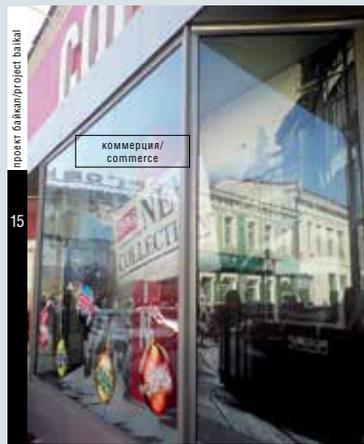
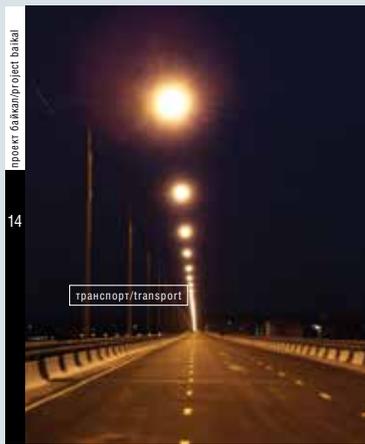
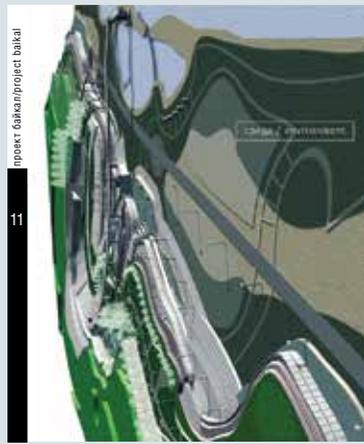
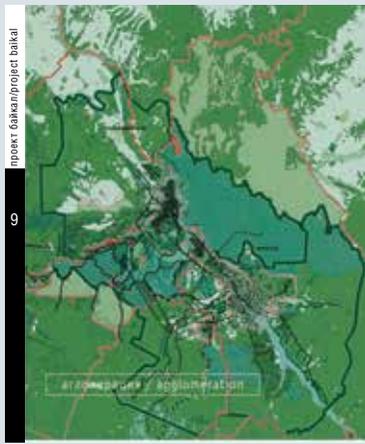
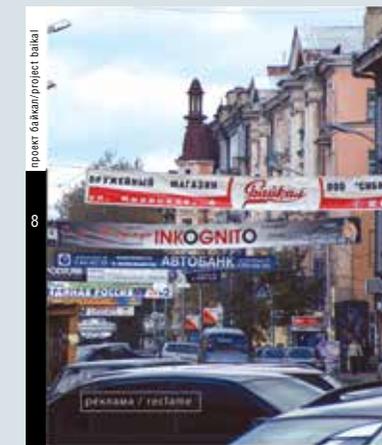
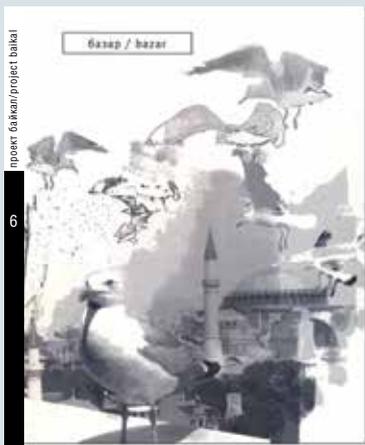
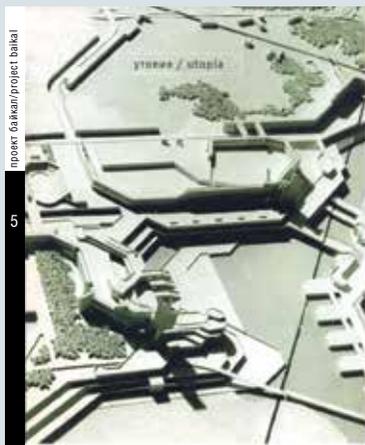
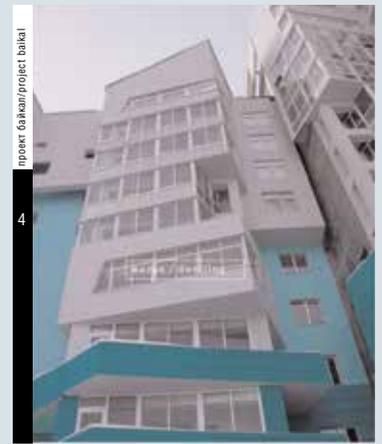
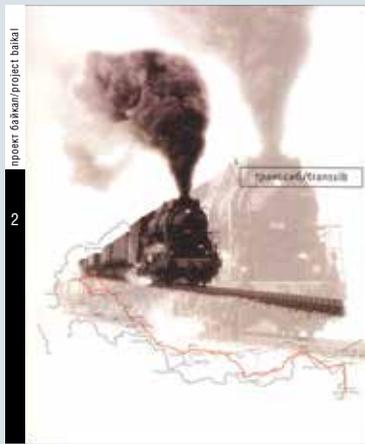
On the one hand, the design of trading houses possessed by the two well-known trading companies in the Far East was rich and diverse. On the other hand, the companies adhered to consistency, they had certain preferences in choosing the style. Speaking about architecture, the houses built by the two companies surpassed everything that existed in the Far East at that time.

Nikolay Kradin, Alina Ivanova

Page 136
Priamurskaya Exhibition
In 1913 Russia celebrated the 300th anniversary of the regnant Romanovs' House. In the Far East the governor of Priamursky Territory, N.L. Gondatti, initiated a grand exhibition of Priamursky Territory in honor of that remarkable event. The exhibition gave the public an opportunity “to look around and to sum up what Priamursky territory gives, what it has and what it is short of”. The organizers and participants regarded the exhibition as a visual school, where everyone could “learn how to improve and master the art of any professional labor”. The Priamurskaya exhibition organized in Khabarovsk included 17 pavilions that belonged to different trading companies. The biggest companies among them were “I.Ya. Churin”, “Kunst and Albers”, “Pyankov and Co”, “Tifontai” and others.

Any exhibition of that kind is not only an exhibition of goods and scientific achievements, but also a survey of architecture. As a rule, the architecture of pavilions is a breakthrough, a reflection of the latest achievements in building art. The majority of pavilions were built in Russian style. The Russian style was generally typical of architecture in Russia in the second half of the XIXth and the beginning of the XXth centuries. The exhibition continued the traditions of Russian architecture in searching for new decisions, forms and composition modes. The pavilions demonstrated a high level of architectural skills of the Far-Eastern architects.

Nikolay Kradin



АРХИТЕКТУРНЫЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Приобрести журнал можно:
Дом архитектора,
пер. Черемховский, 1а
«Иркутскгражданпроект»,
ул. Степана Разина, 27, оф. 501
ИрГТУ, архитектурный факультет,
методический кабинет



ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
ИРКУТСКГРАЖДАНПРОЕКТ

664025, г. Иркутск, ул. Степана Разина, 27, т.: (3952) 34-23-06, ф.: 20-23-15, e-mail: lgp@lgrp.ru



**ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ НА 110 МЕСТ**

4 0 л е т с в а м и

Институт свою цель определяет в решении ряда задач:

- продвижении новых конструктивных и инженерных систем и решений
- оптимизации архитектурно-планировочных решений
- улучшении потребительских свойств проектной продукции
- принятии правил на конкурсное проведение проектирования для градостроительно значимых объектов
- культивировании понимания необходимости и первоочередности градостроительных решений

Основной стратегией института является рост и развитие:

- сферы и объема проектных услуг
- качества принимаемых проектных решений
- уровня автоматизации системы управления и создания проектной продукции
- информационной базы

Мы по-прежнему главной задачей ставим создание полноценной среды