

DOI: 10.32347/2786-7269.2022.2.23-32

УДК 711.11

**Мельник М.В.,**  
melnykmariia@nau.edu.ua, ORCID: 0000-0003-3000-2544,  
Національний авіаційний університет, м. Київ

## **ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПРОЕКТУВАННЯ ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРІВ В НІМЕЧЧИНІ НА ПРИКЛАДІ МІСТА ГАННОВЕР**

*В Німеччині існує думка, що громадський простір і його використання сповнені конфліктів: фестивалізація проти повсякденної якості, реклама проти міського дизайну, комерція проти культури, водії проти колясок, демонстранти проти туристів, приватне використання проти загальної доступності, спонтанне, тимчасове привласнення проти постійного порядку та дизайну.*

*Часто суперечливі очікування – також від жінок і чоловіків або літніх і молодих людей – щодо публічного простору є вираженням дедалі більшої неоднорідності міського суспільства. З точки зору дизайну, маятник коливається між ностальгічним кітчем, крутим сучасним дизайном і естетичною занедбаністю.*

*В останні роки тиск і перевантаження приватної та громадської реклами, дорожніх та інформаційних знаків, меблів роздрібної торгівлі та ресторанів і телекомунікаційного обладнання зросли. Загальноприйнятий показник, згода щодо того, яка якість форми є в публічному просторі, здається, значною мірою втрачена.*

*Надто часто лише центр міста розглядається як громадський простір, який потребує планування та політичної уваги. Втрачаються з поля зору головні дороги чи районні та районні центри, а тим більше комерційні зони. Демографічні зміни, менша, старша та яскравіша міська популяція висуває нові вимоги до громадського простору, також як до місця, де зустрічаються різні культури та все більш диференційований спосіб життя, як до місця для інтеграції міського суспільства.*

*Отже, є потреба в діях. Мова йде не про єдині правила використання та дизайну громадських просторів, не про ілюзію ідеального та послідовного планування. Радше йдеться про критерії соціальної та естетичної якості, про те, що є доцільним у кожному місті та кожному районі, що має бути вироблено та обговорено в діалозі з мешканцями, користувачами та громадськістю.*

*Ключові слова: громадське середовище; громадський об'єкт; проектування; просторова організація; формування; функціональність; універсальність; конструктивні рішення; будівлі і споруди.*

**Основна частина.** У Німеччині видавець і публіцист Вольф Йобст Зідлер разом з Елізабет Нігтемейер (фото) та Джиною Ангрес (документація) у виданнях «Убите місто» — *Abgesang auf Putte und Straße, Platz und Baum* (1964) або «Приписаний затишок» — *Abgesang auf Spielstraße, Traffic Calming and Cityscape Maintenance* (1985) критично розглядав громадський простір і його часто суперечливі вимоги щодо використання .

Розпад публічного простору в 20-му столітті спричинений його використанням для транспортних засобів і практикою розподілу обов'язків, керуючись принципами сучасності. Існує спеціалізація просторів у зонах відпочинку та споживання, з одного боку (пішохідні зони в старих містах), та транспортних зонах, з іншого боку, причому в останніх переважно домінує автомобільний рух і вони спроектовані відповідно до його вимог. У цій спеціалізації втрачається різноманітність, соціальна суміш, а також функція громадського простору, що створює громаду.

Після повторного відкриття громадського простору як центрального елемента «європейської ідеї спільноти, що формує ідентичність», яка зростала протягом століть, його елементи дедалі частіше використовуються як інструменти контролю містобудівниками. Метою поділу та проектування громадських просторів за цільовим призначенням з'являється покращення якості життя та перебування в районах міста, а також надання занедбаних і забудованих ділянок привабливими для приватних інвесторів. Громадський простір розглядається як сполучна ланка між приватними сферами, але також є предметом особливої політичної уваги. Прикладом може слугувати проект «Ганновер створює простір» у столиці землі Нижня Саксонія - Ганновері.

Предметом урбаністичних досліджень і політики є також питання про те, як можна досягти стійкого та соціально справедливого дизайну громадського простору, який уможливить збалансоване використання різними групами населення. Зокрема, слід згадати наступне: концепція міста на короткі відстані , щоб полегшити повсякденні подорожі для людей, які мають роботу, сім'ю та обов'язки по догляду, фокус на суб'єктивному відчутті безпеки в громадському просторі, щоб також дозволити жінкам залишатися в безпеці. , пропозиції для всіх вікових груп (залежно від віку та потреб, наприклад, із місцями для сидіння, доступністю, відкритими просторами тощо), можливості для спонтанних соціальних зустрічей та уникнення переміщення груп населення з нижчими доходами (джентрифікація). Міський планувальник Ян Гел наголошує на захисті, комфорті та радості як на трьох основних критеріях якості громадських місць. [4]

В сучасній Німеччині вважають, що громадський простір - опорний елемент європейського міста. Вулиці, площі та парки утворюють сцену для

соціального, економічного та культурного життя, для роботи та споживання, для фестивалів та політичних акцій. Громадський простір є доступним для всіх і без особливої легітимації, водночас як втілення та символ рівності, толерантності та демократичної міської культури.

Громадський простір в Німеччині в останні десятиліття описували як місце занепаду та кризи - «місто, сприятливе для автомобілів», спустошені міські центри через роздрібну торгівлю, впливи в муніципальній скарбниці, сміття та вандалізм, комерціалізацію та надлишок реклами, що цьому сприяли. Нехтування громадськими просторами стало показником соціальної поляризації та невдалої інтеграції; у багатьох місцях публічний простір перетворився на простір страху. Для деяких груп віртуальні простори в глобальній мережі, стали важливішими за фізичний міський простір.

Але тим часом справедливо казати про «ренесанс публічного простору». Втрата зв'язків у глобалізованому світі роботи та відпочинку робить місцеві зв'язки та місцеву ідентичність важливішими знову. Для більшості людей віртуальні зустрічі в «чаті» без місця не можуть замінити соціальну взаємодію, реальні зустрічі на вулицях і площах.

Сьогодні громадський простір – це не розкіш. Його використання та дизайн є не лише проблемою економічного розвитку з міркувань маркетингу міста та сприяння міському туризму, але й центральним завданням муніципальних служб загального інтересу.

Місто, яке не дбає про свої громадські простори, не лише опиниться в не вигідному становищі в міській конкуренції, але й утратить значну можливість зміцнити ідентичність та інтеграцію своїх громадян.

В Німеччині існують певні положення щодо «уваги» людей у громадських місцях. Наприклад, системи реклами регулярно представляють собою значне втручання у зовнішній вигляд громадських місць, як за своїм типом (написи, щити, прапори, плакати, стопори клієнтів — схвалені або «стихійно» розміщені — тощо), так і з точки зору масштабу (великі рекламні щити, великі банери, вітрини товарів, реклама будівельних майданчиків тощо).

Таким чином, положення щодо приватної та громадської реклами є центральним компонентом концепції дизайну громадського простору в Німеччині. Це однаково стосується об'єктів технічної інфраструктури (контейнери для збору пошти, коробки постачання та розподілу, контейнери для сміття тощо), а також телекомунікаційних систем (щогли, параболічні антени та антени мобільного телефону, розподільчі коробки, антени UMTS тощо), які зазвичай без дозволу поширюються стихійно.

Загалом, при проектуванні громадського простору перевагу віддають простоті та ясності, а не різноманітності та грайливості. За німецькими

принципами проектування громадських просторів - стандартизація в елементах дизайну не лише підкреслює просторовий зв'язок у загальній мережі публічного простору, а й підкреслює особливу дизайнерську волю як рису, що створює ідентичність міста. Крім того, це сприяє читабельності та хорошему орієнтуванню в публічному просторі. Тому естетично оформлені громадські простори високої якості є незамінним внеском у розвиток міської культури.

Для забезпечення того, щоб громадський простір був доступний для всіх громадян, важливі правила та управління часом і використанням. Не все можливо в кожному місці і в будь-який час. В Німеччині намагаються запобігти приватизації громадських просторів, надмірному використанню та комерціалізації, а також опустелюванню, стандартизації дизайну та баналізації.

Німецька асоціація міст і містечок очікує від федеральних і земельних законодавців забезпечення та подальшого розвитку необхідних рамкових умов для диференційованого контролю використання та дизайну громадських просторів містами в законодавстві про планування, будівельних нормах, законах про дороги, Законі про телекомунікації та інші спеціальні закони.

В Німеччині стратегія громадського простору повинна бути інтегрована в планування міського розвитку, враховуючи все місто та всі вимоги використання в його мережі. Тож, тут впевнені, що концепції та дизайн-плани громадського простору повинні розроблятися індивідуально в кожному місті з урахуванням його історії, недоліків, особливих якостей і можливостей.

Наприклад, у Ганновері було розроблено масштабний покроковий план з перетворення міста який було розпочато ще в 2005р (рис.1).

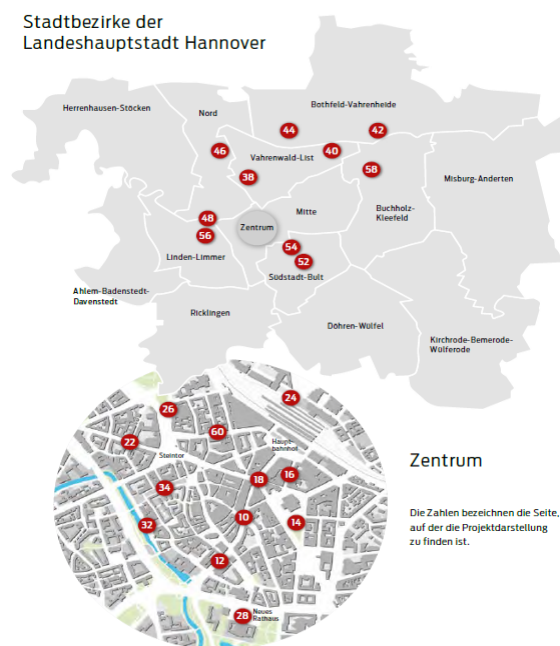


Рис. 1. Карта Ганноверу, де вказано редизайн яких громадських місць було розроблено

У центрі столиці землі Ганновера за останні 15 років відбулися значні зміни, які докорінно змінили образ міста.

«Сільське місто» перетворилось у велике місто з високими міськими якостями. Було модернізовано головний вокзал та площу, більшість вулиць здовж сполучення північ-південь через Bahnhofstrasse, Kröpcke, Місця Всесвітньої виставки до ринкової і оперної площі.

«Оперна ініціатива», об'єднання відданих ділових людей, запропонували у 2006 році редизайн Оперної площі. Зацікавлені громадяни могли відвідати лекції та брати участь у творчому оформленні та процесі обговорення питань (рис.2).

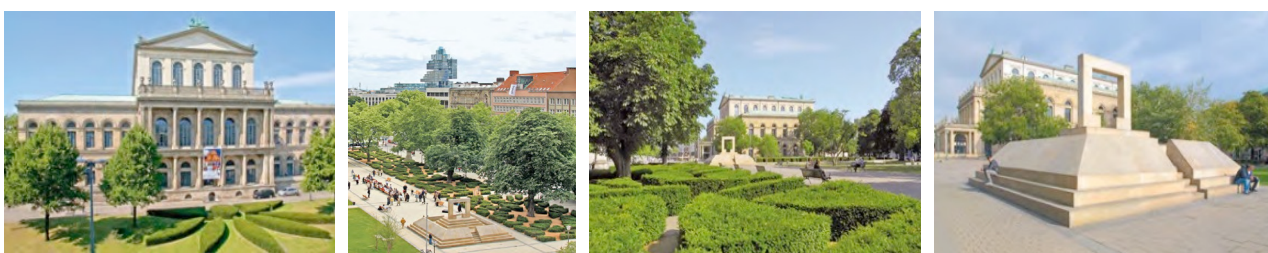


Рис. 2 Оперна площа, Ганновер, Німеччина. Період будівництва 2008 - 2013 роки.

Концепцію ландшафтного архітектора Камеля Луафі з Берліна було побудовано у кілька етапів будівництва. Відтоді класичний оперний театр (Hofbaumeister Laves), оточений високоякісним садовим мистецтвом. Оперну площу було озеленено. Забезпечено свободу руху по внутрішній площі та окультурена садова архітектура зі стриженими живоplotами, набережними з пісковика та газонами.



Рис. 3. Вул. Луїзенштрассе, Ганновер

Натхненні оновленнями навколо Оперної площі жителі міської вулиці Луїзенштрассе, в Ганновері, зібрали власні кошти на реконструкцію своєї вулиці (рис. 3). Це було узгоджено землею Нижня Саксонія і розроблено плани ландшафтних архітекторів WES з Гамбурга. Луїзенштрассе мала повністю відповідати лінії дизайну центру міста. Головна мета була створити привабливі і безбар'єрні громадські простори. Було сформовано кашпо з обох боків доріжок.

З редизайном Luisenstraße повністю підтвердила винятковість свого розташування між Привокзальною та Оперною площею.

Ганноверський Krörске спочатку не був громадським місцем, а виступав лише як транспортна розв'язка на північному куті Оперної площі (рис.4).



Рис. 4. Площа «Krörске», Ганновер

Свої контури він отримав від осей, закладених у класицизмі та послідовності проектування придворного будівельника Лавеса: Георгштрассе, Бангофштрассе та Оперної площі. Міський дизайн був більш характерним до початкової концепції - трикутна Оперна площа, зелені зони якої простягалися до Крöpfке.

З будівництвом метрополітену та його центрального вузла «Krörске» у 1970-х роках площа була перетворена на пішохідну зону і, отже, вперше без автомобіля.

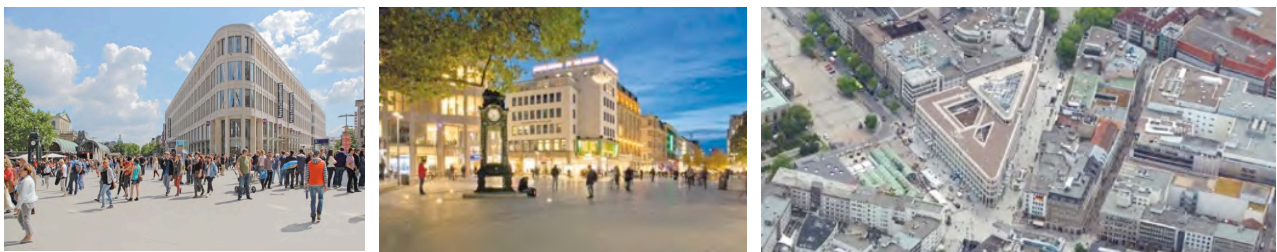


Рис. 5. Площа «Krörске», Ганновер

Восени 2008 року розпочалося переобладнання центру Krörске (рис.5). Концепція простору безпосередньо включала в себе історичний план міста класичного зразку. Тепер Крöpfке підкреслює елегантний, трикутний будівельний блок у верхній частині площі Опернплац. Архітектура будинку з високоякісними матеріалами заснований на теплих тонах пісковика оперного театру.

Фасади розділяються на колони та шарнірні дірчасті фасади з тонкими пілястровими стрічками. Створено спокійний і гармонійний міський пейзаж.

Ганновер стає чітким, на міських осях і квадратних послідовностях міської структури, орієнтованої на класицизм, в якій в оперний театр знову виходить на перший план.

Редизайн пішохідних зон та площі Krörске-Platz було побудовано згідно з планами міста і управління будівництвом.

Зображення темного бетону пішло в минуле, а замість бетонних блоків поверхні тепер з легких матеріалів. З жовтня 2015 року в «Sonne», розроблено вуличне освітлення дизайнером світла Ульріке Бранді над центральною площею.

Літо 2014 року: з тих пір у Ганновері є сучасний, центральний автовокзал (ZOB). Було прийняте рішення про будівництво нового центрального автовокзалу в безпосередній близькості від центру міста.

Було об'єднано багато типів трафіку - S-Bahn, електричка, автобуси далекого прямування, регіональні і внутрішньоміські автобуси, велосипедні станції та моторизований приватний транспорт (рис. 6).

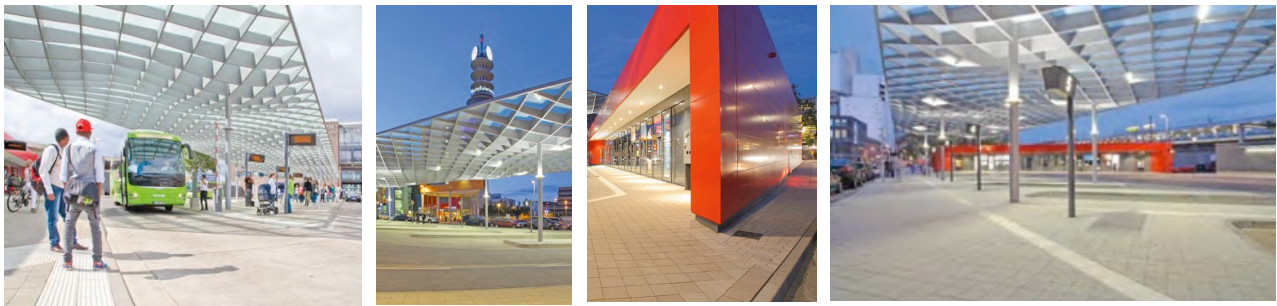


Рис. 6. Центральний автовокзал, Ганновер

За планами Вернера Собека зі Штутгарта - вздовж Рундештрассе збудовано продуману автостанцію міжміського сполучення.

Майбутнє місце колишнього центрального автовокзалу («Lister Dreieck») було задумано як центральний внутрішньоміський район оновлений і побудований, щоб подолати розрив між містом для покращення популярності східного міста. Прозорий дах вокзалу мав потенціал стати новим орієнтиром на північ від головного вокзалу.

Спроектвані громадські простори формують імідж міст; вони надають їм унікальності та самобутності. Вони відрізняються типом і розташуванням; клімат і сонячне сяйво, рельєф, розмір і масштаб; об'єднані в мережу, вони формують характерний план міста та структуру міського простору з його більш-менш вираженими візуальними зв'язками та важливими квадратними входами та доступами. Під'їзди до міста не менш важливі, ніж місця прибуття, очікування чи переходу. Матеріал і дизайн поверхонь, а також їх поділ і оздоблення визначають характер у взаємодії з відповідним периферійним розвитком і використанням. Фасади, вітрини та навіси, а також автобусні зупинки та інші дахові покриття відіграють важливу роль як елементи, що визначають простір. Це також стосується елементів освітлення та світлового шоу вночі. Як частина

концепції дизайну, мистецтво не тільки завжди було носієм ідентичності громадських місць (фонтанів, колон, пам'ятників, фігур або міських знаків); сам побудований і спроектований простір є результатом загальної художньої концепції. Високоякісні громадські місця завжди характеризуються ретельним і продуманим дизайном, який враховує характер відповідних вулиць і площ і сприяє якості перебування. Коли мова заходить про довговічність і гнучкість використання, менше часто означає краще. Це стосується публічного розміщення рекламних оголошень, а також приватного використання (меблі - столи, стільці, парасолі -, реклама та рекламні носії, вітрини товарів) у громадському просторі.

### **Висновки.**

На основі досвіду міста Ганновер можна сформулювати загальні принципи, які є основним орієнтиром для проектування громадських просторів в Німеччині:

Громадський простір є цілісною мережею, і його слід проектувати таким чином, щоб бути послідовним і диференційованим відповідно.

Громадський простір має бути постійно доступним для всіх громадян та гостей міста.

Громадський простір є гнучким і відкритим, максимально різноманітним і розрахованим на різні вимоги.

Громадський простір має бути чітко відокремлений від його оточення та визначений структурними, рослинними чи топографічними межами.

У громадських місцях мають бути забезпечені безпека та порядок.

Громадський простір слід розуміти як безперервне суспільне завдання міського суспільства.

Громадський простір потребує фінансових зобов'язань.

Громадський простір має бути спроектовано відповідно до високоякісних естетичних критеріїв.

Якісний дизайн громадського простору не лише сприяє добробуту громадян і гостей міста; це також має вирішальне значення для привабливості та іміджу міста в цілому.

### **Список літератури.**

1. Berlin-Design for all – Öffentlicher Freiraum Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin; November 2011.
2. Uwe Bodemann. Öffentliche Räume zum Leben Stadträume neu gestalten. Hannovercity2020+ die Wiederentdeckung der Stadtmitte Vorwort von Stadtbaurat. 2020. 12 с.



3. Бармашина Л., Чемакіна О., Розбицька А. Формування громадських закладів для молоді на основі універсального дизайну. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2019. № 3(65). С.15-19.
4. Бармашина Л., Матюха А., Кузьмін О. До питання розвитку засобів формування громадських просторів у структурі висотних будівель. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2018. № 22(62). т.1. С.10-15
5. Бойко Х.С. Типи будинків та архітектурні конструкції. Навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2012. 196 с.
6. Вотінов М.А. Реновація і гуманізація громадських просторів в міському середовищі: монографія / М.А. Вотінов; Харків. нац. ун-т міста госп-ва ім. А.Н. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. А.Н. Бекетова, 2015. – 153 с.
7. Маккуайар С. Медійний місто: Медіа, архітектура і міський простір. М., 2014. С. 26-46.
8. Особливості архітектурного формування громадських просторів / А. Я. Радюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/15997>.
9. Руссо Д. Благоустрій міста; пер з франц.: моногр. / Д. Руссо, Ж. Возей. – К.: Основи, 1995. – 107 с.

Graduate student **Mariia Melnyk**,  
National Aviation University, Kyiv

## THE MAIN PRINCIPLES OF DESIGNING PUBLIC SPACES IN GERMANY ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF HANNOVER

In Germany, public space and its use are thought to be full of conflicts: festivalization vs. everyday quality, advertising vs. urban design, commerce vs. culture, drivers vs. strollers, demonstrators vs. tourists, private use vs. general accessibility, spontaneous, temporary appropriation vs. permanent order, and design

The often conflicting expectations – also of women and men or old and young people – about public space are an expression of the increasingly heterogeneous nature of urban society. In terms of design, the pendulum swings between nostalgic kitsch, cool modern design and aesthetic neglect.

In recent years, the pressure and overload of private and public advertising, road and information signs, retail and restaurant furniture and telecommunications equipment have increased. The generally accepted indicator, the agreement about what quality of form is in public space, seems to be largely lost.

Too often only the city center is seen as a public space in need of planning and political attention. Main roads or district and district centers are lost from sight, let

alone commercial areas. Demographic changes, a smaller, older and brighter urban population make new demands on public space, as a place where different cultures and increasingly differentiated lifestyles meet, as a place for the integration of urban society.

So there is a need for action. It is not about uniform rules for the use and design of public spaces, nor about the illusion of ideal and consistent planning. Rather, it is about criteria of social and aesthetic quality, about what is appropriate in each city and each district, which should be developed and discussed in dialogue with residents, users and the public.

Keywords: public environment; public object; design; spatial organization; formation; functionality; universality; constructive solutions; buildings and structures.

### REFERENCES

1. Berlin-Design for all – Öffentlicher Freiraum Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin; November 2011. {in German}
2. Uwe Bodemann. Öffentliche Räume zum Leben Stadträume neu gestalten. Nannovercity2020+ die Wiederentdeckung der Stadtmitte Vorwort von Stadtbaurat. 2020. 12 s. {in German}
3. Barmashina L., Chemakina O., Rozbic'ka A. Formuvannya gromads'kih zakladiv dlya molodi na osnovi universal'nogo dizajnu. Mizhnarodnij naukovid zhurnal «Internauka». 2019. № 3(65). S.15-19. {in Ukrainian}
4. Barmashina L., Matyuha A., Kuz'min O. Do pitannya rozvitku zasobiv formuvannya gromads'kih prostoriv u strukturi visotnih budivel'. Mizhnarodnij naukovid zhurnal «Internauka». 2018. № 22(62). t.1. S.10-15. {in Ukrainian}
5. Bojko H.S. Tipi budinkiv ta arhitekturni konstrukcii. Navch. posibnik. L'viv: Vidavnistvo L'vivs'koï politekhniky. 2012. 196 s. {in Ukrainian}
6. Votinov M.A. Renovaciya i gumanizaciya gromads'kih prostoriv v mis'komu seredovishchi: monografiya / M.A. Votinov; Harkiv. nac. un-t mista gosp-va im. A.N. Beketova. – Harkiv: HNUMG im. A.N. Beketova, 2015. – 153 s. {in Ukrainian}
7. Makkuajar S. Medijnij misto: Media, arhitektura i mis'kij prostir. M., 2014. S. 26-46. {in Ukrainian}
8. Osoblivosti arhitekturnogo formuvannya gromads'kih prostoriv / A. Ya. Radyuk // [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/15997>. {in German}
9. Russo D. Blagoustrij mista; per z franc.: monogr. / D. Russo, Zh. Vozej. – K.: Osnovi, 1995. – 107 s. {in German}