

УДК 72.01

**ВІДОБРАЖЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ АРХІТЕКТУРИ
ТОРГІВЕЛЬНИХ БУДІВЕЛЬ ТА З'ЯСУВАННЯ ЇХ МІСЦЯ У РОЗВИТКУ
ІСТОРИЧНОГО МІСТА****Юрик Я. М.**, асистент, кандидат архітектури*Національний університет „Львівська політехніка”, кафедра Дизайну та основ архітектури**тел. (0322) 258-2536*

Анотація. На прикладі сучасної архітектури торговельних будівель Львова визначено їх місце у розвитку історичного міста та проаналізовано відображення ідентичностей у їх формуванні.

Ключові слова: ідентичність, торговельні будівлі, сучасна архітектура, Львів, історичне місто, глобальна ідентичність, національна ідентичність, корпоративна ідентичність, архітектурна ідентичність.

Проблема дослідження. Актуальним завданням є пошук в сучасній архітектурі історичного міста відображених індивідуальних і колективних ідентичностей поряд із збереженням місцевої ідентичності.

В період незалежності (1991–2012 рр.) в історичних українських містах з'являються та зводяться нові типи будівель, передусім, торговельні. Тому вивчення світових тенденцій розвитку торговельних будівель є особливо важливим для сучасних архітекторів, які проєктують в історичному доквіллі, з метою запозичення досвіду. Особливо це важливо для Львова – ансамбль історичного центру якого внесений у 1998 році до списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО [1].

Проте не менш важливим завданням є виявлення джерел архітектурної ідентичності торговельних будівель, зведених у м. Львові.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведений аналіз літературних джерел стосовно досліджуваної теми на основі наукових праць Беярда М. Д. [9], Кемпоса К. [10], Колмена П. [11], Скотта К. Н. [12], Афелена В. К. [15], Вайта Дж. Р. та Грей К. Д. [16], Вайдлмена М. [17] та щодо формування корпоративної ідентичності – Кнаппа П. М. [13], Мелевора Т. К. [14], розвитку архітектури Львова «пострадянського» періоду [3–5], публікації у періодичному професійному виданні [7]; та власних досліджень автора [1, 8].

Ціль роботи. Аналіз впливу та відображення ідентичності у сучасній архітектурі торговельних будівель, зведених в історичному місті, та з'ясування їх місця в його розвитку.

Задачі роботи. Виявлення джерел ідентичності у формуванні сучасної архітектури торговельних будівель Львова, зведених у 1991–2011 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зміни статусу та функцій міста Львова відбулись після проголошення незалежності України 24 серпня 1991 р.: Львів втратив функцію “найбільшого промислового міста Західної України” [1, с. 176]. Людський ресурс, що втратив зайнятість у промисловому виробництві, опановував нову професію – торгівлю.

Відбувся процес відновлення втрачених та будівництво нових символів ідентичності [1, с. 178]. Водночас «новими символами» сучасної ідентичності стали торговельні будівлі (передусім, ринки та торговельні центри), які сконцентрували не лише працездатний людський ресурс, а й масові транзитні людські потоки покупців і відвідувачів.

© Юрик Я. М., 2013

Тобто архітектурна ідентичність новозведених торговельних будівель Львова є відображенням суспільно-економічних змін досліджуваного періоду. Зокрема, з'явилися нові модифікації та типи будівель, а саме: торговельні будівлі (торгові центри, торгово-виробничі комплекси, гіпермаркети, автосалони, станції технічного обслуговування автомобілів, тощо), офісні будівлі, що призначені або використовуються в інших цілях (офісно-торгові, офісно-житлові) [2; 1, с. 201]. Ці будівлі зводять не тільки поза межами історичного доквілля, а й у ньому.

На підставі проведеного аналізу [1] у формуванні архітектурної ідентичності торговельних будівель Львова, зведених у період 1991–2011 рр., виявлено такі основні лінії, що існують паралельно: традиціонізму (інтерпретації архітекторами історичної архітектурної спадщини), новаторства та перехідної [1, с. 200].

Яскравими взірцями є ринок “Добробут”, торгово-розважальний комплекс “Південний” й інші.

Ринок “Добробут” (кін. 90-х – поч. 2000-х рр.) розташований в історичному доквіллі Львова, на перетині вул. Городоцької, Сянської та Б. Хмельницького, є взірцем “перехідного” періоду та трансформації суспільної свідомості, що відобразилась у його архітектурній ідентичності.

У мікрорайоні Сихів збудовано такі торговельні комплекси: “Зубра центр” на вул. Сихівській, 5 (арх. А. Ващак, В. Каменщик, Є. Мінкова, 1994 р.) [3, с. 669], т.з. “Верхній Шувар” на проспекті Червоної Калини, 36 та “Нижній Шувар” на вул. Хуторівка, 4 б (2004–2006 рр.) (рис.1).

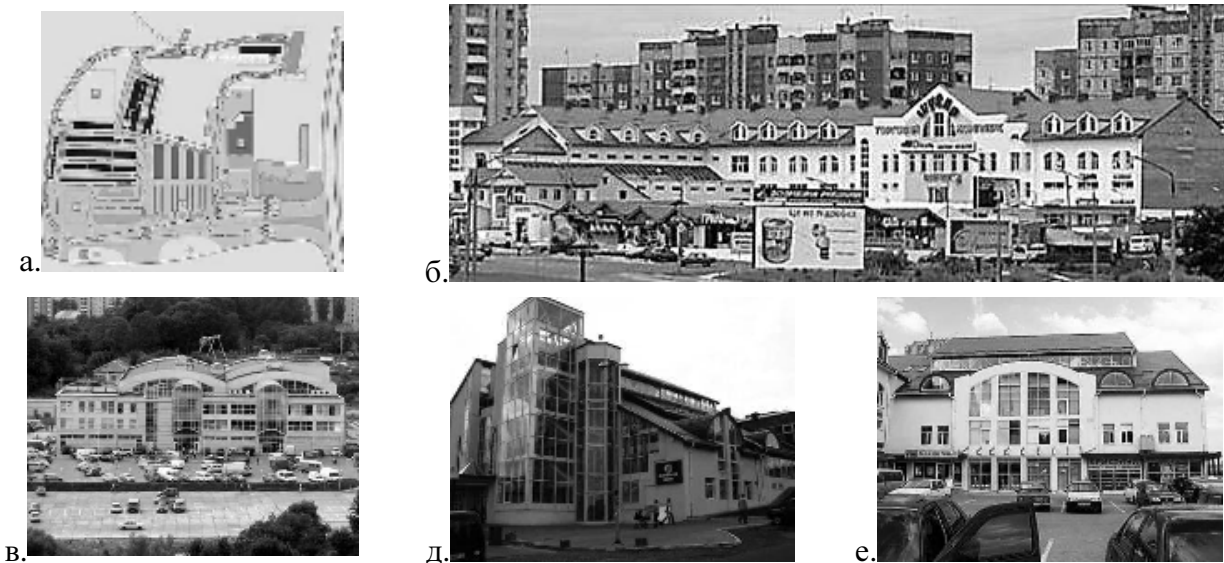


Рис. 1. “Нижній” та “Верхній Шувар” у м. Львові: а – д – „Нижній Шувар“ на вул. Хуторівка 4Б, 2004–2006 рр.: а – генплан; б – д. – перспектива; е – „Верхній Шувар“ на просп. Червоної Калини, 36, 2004 - 2006 рр.

У архітектурі “Зубра центру” архітектор Василь Каменщик використав свій улюблений морфологічний елемент – колонаду [4, с. 455], що дозволило вирізнити будівлю у навколишній забудові, що є репрезентацією радянської ідентичності.

Архітектурний пошук торговельних комплексів “Шувар” здійснено в дусі традиціоналізму, хоч, безперечно, як автори, так і власники, намагались надати будівлям новаторського образу, використовуючи скляні поверхні.

Торговельно-виробничий комплекс “Південний” розташований на території між вул. Виговського, Скнилівською, Щирецькою (1996–2010 рр.) (рис. 2), виконував функцію

міського торгово-розважального комплексу.

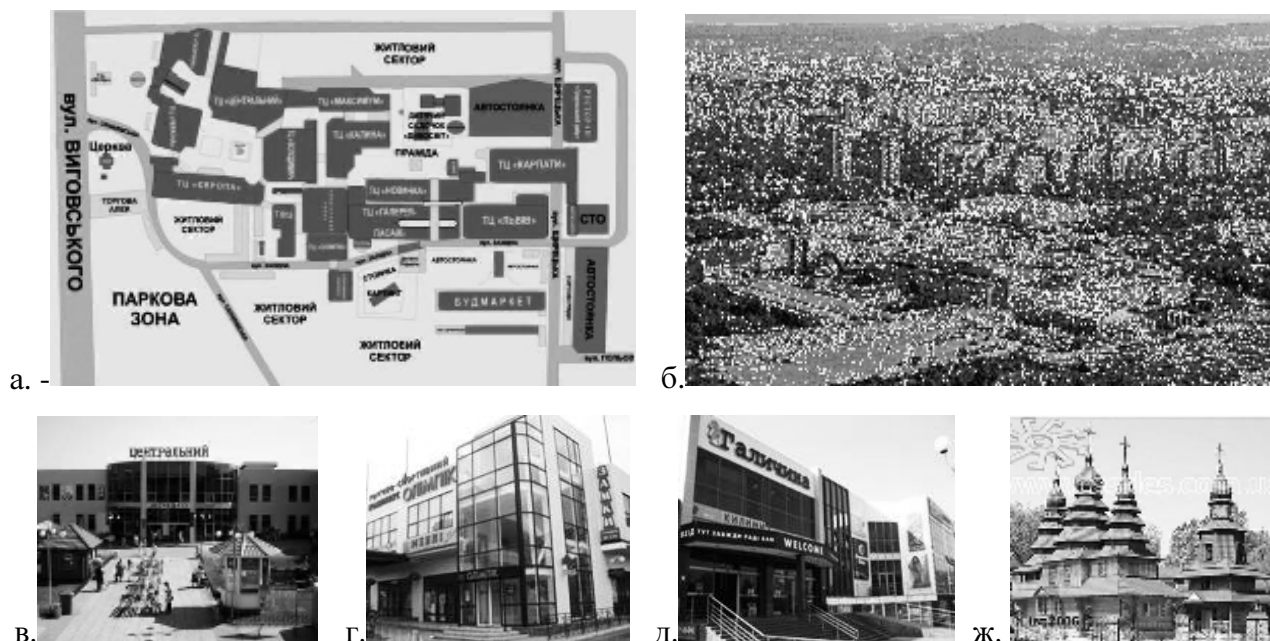


Рис. 2. Торгово-виробничий комплекс „Південний“ у м. Львові, 1996–2010 рр.: а – генплан; б – перспектива; торгові центри: в – „Центральний“; г – „Олімпік“; д – „Галичина“; ж – Церква Покрови на вул. Щирецькій, 2002–2008 рр.

Його архітектурна ідентичність також є відображенням змінної суспільної ідентичності як перехід від лінії традиціоналізму до новаторства. Простежуються також вплив глобальної та локальної ідентичності, водночас у деяких будівлях комплексу використано морфологічні елементи т. з. “карпатського стилю”.

Окрім цього у торговельно-виробничому комплексі “Південний” розташовані ресторани в “українському стилі”, як своєрідне “трактування” національної ідентичності, а також церква Покрови (2002–2008 рр.) [3, с. 688] (рис. 2.ж). Загалом цей комплекс сприймається як своєрідна архітектурна “химера” через постійні реконструкції та добудови.

Виявлено вплив глобальної та корпоративної ідентичності у формуванні архітектурної ідентичності автосалонів, супермаркетів та гіпермаркетів, торгово-офісних центрів (рис. 3–6).

Так, на в’їздах до Львова збудовано окреморозташовані автосалони (рис. 3).



Рис. 3. Спеціально збудовані автосалони у м. Львові: а – „Ніссан“ на вул. Сахарова; б – „Opel-Chevrolet“ на вул. Стрийській; в – „Mitsubishi“ на вул. Липинського, 50–б

Їх вирішення обумовлене, передусім, вимогою щодо забезпечення оптимальної

И АРХИТЕКТУРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

експозиції та є відображенням корпоративної ідентичності. Лапідарні форми, скляні поверхні вітрин забезпечують “оглядовість” ззовні, а нейтральна, переважно срібляста гама зосереджує увагу “споживача” до продукту, якість якого підтверджується логотипом відповідного бренду, розташованого на фасаді при вході у приміщення.

Іншим прикладом є розташування автосалонів у пристосованих приміщеннях перших рівнів колишніх виробничих будівель (рис. 4), влаштованих як у містах, так і на в'їздах до нього.



Рис. 4. а,б. Автосалони у м. Львов у пристосованих приміщеннях перших рівнів колишніх виробничих будівель: а – Тойота Центр Львів „Діамант“ на вул. Сахарова; б – Західно-Український автомобільний дім на вул. Антоновича, 59; в – Автосалон „Арія Моторс“ ,вул. Героїв УПА, 80

Супермаркети та гіпермаркети (рис. 5) – це своєрідні “декоровані сараї” з відображенням корпоративної ідентичності на фасадах. Загалом у Львові в період незалежності збудовано понад 30 супермаркетів [5, с.139]. За Р. Вентурі: “декорований сарай” – це ефективна комунікація, яка залежить від набутих значень – підписів або декорацій, що є символічними знаками [6, с. 47]. Коли знак буквально «викладений» на фасаді або “жирно прикрашає”, ми все ж бачимо оформлений сарай [17].



Рис. 5. а–е. Супермаркети та гіпермаркети м. Львова: а – супермаркет „ВАН“ на пр. Червоної Калини, БК „Комфортбуд-1“, 2006 р. [18]; б. – с - супермаркет „Арсен“ на просп. Чорновола, арх. М. Рибенчук, В. Марцинківський, 2002–2003 р. [139]; в – гіпермаркети „Метро“ на вул. Городоцькій, 300; г. – супермаркет „ВАН“ – 3 на вул. Шевченка, 358 [18]; д – супермаркет „Арсен“ на вул. Зелений, 147, арх. фірма “Симетрія”, 2005 – 2006 рр. [19]; е – гіпермаркети „Метро“ на вул. Вашингтона, 8

Особливістю містобудівного вирішення супермаркетів є їх розташування у центрі мікрорайону. Гіпермаркети зведені переважно на виїздах з міста (гіпермаркет “Метро” (вул. Городоцька, 300) та торгово-розважальний комплекс “Кінг Крос Леополіс” на вул. Стрийській) (рис. 6).



Рис. 6. Торгово–розважальний комплекс „Кінг Крос Леополіс“ на вул. Стрийській у м. Львові, БК „Комфортбуд-1“, 2009 р. [18]

Торгово–розважальний комплекс “Скриня”, розташований на вул. Городоцькій, 179 (арх. М. Рибенчук, 2004–2006 рр.) [7, с. 10] є прикладом адаптації колишнього заводу телеграфної апаратури. Окрім впливу глобальної ідентичності у формуванні його архітектури виявлено прояви національної ідентичності. Зокрема, автор інтерпретував орнаменти гуцульських скринь в інтер’єрах та світлових композиціях комплексу [7, с. 10–11]. А також намагався зберегти зв’язок з історичним докільям – локальною ідентичністю за собом збереження візуального зв’язку краєвиду з центральним залом, що активно входить всередину через скляні поверхні вітрини головного фасаду.

Торгово–офісні центри спроектовані в лінії новаторства, набувають значення архітектурних локальних доміант. Яскравими прикладами є будівлі “Інтерсіті” на просп. Чорновола, 67–г (арх. бюро : „Арніка“, „Левадия“, 2008 р.) та “Інтерсіті 2” на просп. Червоної Калини, 68 б (арх. Бюро “Арніка“, „Левадия“ БК: ДП „Інтергал“, ТОВ „Фірма Інтергал-Буд“, 2009 р.).

Висновки. Отже, архітектурна ідентичність сучасних торгівельних будівель є відображенням суспільно-політичних змін досліджуваного періоду. Водночас ці будівлі стали активними компонентами міської ідентичності.

Сучасні торгівельні будівлі сформовані під глобальним впливом та є нашаруванням різних видів колективної ідентичності: корпоративної, локальної, національної.

У пошуку архітектурної ідентичності сучасних торгівельних будівель м. Львова виявлено такі лінії: традиціоналізму, перехідної та новаторства. У творчому методі архітекторів простежено не тільки новаторські спроби, але й звернення до локальної ідентичності історичного міста.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Актуальним завданням є пошук в українській сучасній архітектурі національної ідентичності. Окрім цього, дослідження буде спрямоване на виявлення колективних ідентичностей в сучасній архітектурі історичного міста загалом та типологічних ідентифікаторів міської ідентичності зокрема.

ЛІТЕРАТУРА

1. Юрик Я. Вплив ідентичності на формування архітектури Львова у ХХ ст. : дис. канд. архітект. : спец. 18.00.01 / Юрик Ярина Михайлівна. — Л., 2012. — 395 с.
2. ДК 018–2000 "Державний класифікатор будівель та споруд". — К. : Держстандарт

України, 2000.

3. Архітектура Львова: Час і стилі. XIII–XXI ст. / [Б. С. Черкес, М. В. Бевз, А. М. Рудницький та ін.] ; під ред. Ю. О. Бірюльова. — Л. : Центр Європи, 2008. — 720 с.

4. Історія Львова: у 3 т. / [Я. Ісаєвич, М. Литвин, Ф. Стеблій ; ред. Ю. Бірюльов]. — Л. : Центр Європи, 2006 – 2007. — Т. 3 : листопад 1918 – поч. XXI ст. — 575 с.

5. Посацький Б. Основи урбаністики. Територіальне і просторове планування : навч. посіб. / Б. С. Посацький. — Л. : Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2010. — 344 с.

6. Дженкс Ч. Язык архитектуры постмодернизма / Ч. А. Дженкс; [пер. з англ. А. В. Рябушина, М. В. Уваровой]; под ред. [и предисл.] А. В. Рябушина, В. Л. Хайта. – М.: Стройиздат, 1985. – 137 с.

7. Рибенечук О. Микола Рибенечук різбить “Скриню” світлом і кольором // Є. – 2007. – № 5 – С. 10–13.

8. Черкес Б. Дослідницький проект ф-ту архітектури і просторового планування Віденського техн. ун-ту та Ін-ту архіт. Нац. ун-ту “Львівська політехніка” : “Міські ідентичності : традиції. Трансформація і формування” (2009–2010 рр.) / Б. С. Черкес, Я. М. Юрик. – Л. : Нац. ун-т “Львівська політехніка”, 2011. – 17 с.

9. Beyard Michael D. Shopping Center Development Handbook (Development Handbook series) / Michael D. Beyard, W. Paul O'Mara . – [3 ed.]. – Urban Land Institute, 1999. – 400 p.

10. Campos C. New Supermarket Design / Cristian Campos. – Harper Design, 2007. – 330 p.

11. Coleman P. Shopping Environments : Evolution, Planning and Design / Peter Coleman. – [1st ed.]. – Architectural Press, 2006. – 472 p.

12. Keith Scott N. Shoping Center Design / N. Keith Scott. – Taylor & Francis, 1989. – 216 p.

13. Knapp P. M. Designing Corporate Identity : Graphic Design As a Business Strategy / Pat Matson Knapp – Rockport Publ., 2001. – 160 p.

14. Melewar T. C. Facets of Corporate Identity, Communication and Reputation / T. C. Melewar. – Taylor & Francis, 2008. – 233 p.

15. Uffelen Van C. Malls & Department Stores / Van Chris Uffelen. – [2 ed.]. – Braun Publ. Csi, 2008. – 424 p.

16. White John R. Shopping Centers and Other Retail Properties : Investment, Development, Financing, and Management / John R. White, Kevin D. Gray. – [1st ed.]. – Wiley, 1996. – 528 p.

17. The Duck or the Decorated Shed created for philosophy of structures [Electronic resource] / M. Wildman. – 2001 // School of Architecture Montreal, Quebec : [Web site]. – Mode of access : http://www.arch.mcgill.ca/prof/sijpk/arch374/winter_2001/mwildm/ (04.05.2011). — Title from the screen.

18. Нові об'єкти Інституту проектування “Комфортбуд” [Електронний ресурс] // Інститут проектування “Комфортбуд” [сайт]. – Режим доступу: – <http://comfortbud.ua/work.ua.php?s=p&page=10> (10.07.2009) – Назва з екрану.

19. Симетрія архітектурна майстерня [Електронний ресурс]. – офіц. сторінка архітектурної майстерні. – Режим доступу : <http://www.symmetry.com.ua/practice.html> (01.04. 2010), для доступу до інформації. – Назва з екрану.
