

ԵՐԵՎԱՆԻ ԴԱԼՄԱ ԳԱՐԴԵՆ ՄՈԼԸ
ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ԱՌԵՏՐԱՅԻՆ ՀԱՄԱԼԻՐՆԵՐԻ ԴԻՉԱՅՆԻ
ՀԱՄԱՏԵՔՍՈՒՄ

Նարեկ Գասպարյան

ԵԳՊԱ ասպիրանտ

Մոլերը համեմատաբար երիտասարդ պատմություն ունեն. այն սկիզբ է առնում 20-րդ դարի սկզբներից: Մոլեր կառուցել են ԱՄՆ-ում, Մեծ Բրիտանիայում (Լոնդոնում) և մի քանի այլ՝ տնտեսապես զարգացած երկրներում: Մոլերը մեծ զարգացում են ունեցել հատկապես Երկրորդ աշխարհամարտից հետո, երբ մեծ թափ առավ Եվրոպայի վերականգնման գործընթացը: Այդ ժամանակ անհրաժեշտություն եղավ կառուցել առևտրի մի նոր տուն, որի ներսում, սահմանափակ մակերեսի վրա, հնարավոր կլիներ նվազագույն ծախսերով ստեղծել այնպիսի պայմաններ, որտեղ կլինեին ժամանակի պահանջներին համապատասխան, հագեցած սարքավորումներով և սպասարկման մեծ հնարավորություններով ընդգրկված տարբեր առևտրի ոլորտներ: Նման մոտեցումն այնուհետ զարգացում ապրեց և դարձավ ներկայիս սուպերմարկետների և մոլերի նախատիպը:

Երևանում, ինչպես նաև Հայաստանում խոշոր առևտրի տների կառուցումն իր ակունքներում կրում է սովետական ժամանակների ազդեցությունը, երբ ստեղծվեցին ունիվերսալներ, խոշոր խանութներ, տոնավաճառներ և մեծ շուկաներ: Դրանց դիզայնը հիմնականում պայմանավորված էր իրենց ժամանակի արդի ոճերին համապատասխան ձևերով, բայց միևնույն ժամանակ, կառույցների հիմնական մասը ձևավորվում էր նաև տարածքի պատմական ժառանգությամբ: Սակայն, դրանք անհամեմատելի էին ԱՄՆ-ի կամ Եվրոպայի նման շինությունների հետ՝ թե իրենց չափերով և թե բովանդակությամբ:

Մոլերը հիմնականում լինում են 2 տեսակի՝ լայնապրոֆիլ և կենտրոնացված: Կապված չափերի հետ՝ վերջինները բաժանվում են մի քանի ենթախմբերի: Այժմ ներկայացնենք դրանցից մի քանիսը:

Հայկական իրականության մեջ առաջին մոլը վերջերս կառուցված «Դալմա գարդեն մոլ» է, որը եկավ հաստատելու այն տեսակետը, թե արդի, զարգացող երևանյան քաղաքային կյանքում մոլերը անհրաժեշտություն են: Նման կառույցը թերևս իրադարձություն էր Հայաստանում, քանի որ նախադե-

պը չունեք, և մենք կարծում ենք, որ շուտով, անկասկած, կլինեն դրա ուրիշ օրինակներ: Դա, ինչ խոսք, կհանգեցնի հայկական նորակառույց մոլերի զարգացմանն ու տեղայնացմանը, իսկ դրանց ճիշտ զարգացումը հնարավոր կլինի միայն արտասահմանյան փորձի և առաջադեմ օրինակների ուսումնասիրման միջոցով, ինչի մասին հանգամանորեն կխոսենք ստորև:

Ավելի խորը հասկանալու համար *Դալմա զարդեն մոլի* հետազոտության առարկան և նրա դիզայնը՝ անդրադառնանք աշխարհի մի քանի հայտնի մոլերի դիզայներական խնդիրներին և դրանց ֆունկցիոնալ նշանակությանը:

Չինական Հարավային Մոլ, Դոնգուան, Չինաստան (նկ. 1 ա-դ)

Որտեղ՝ կարող է գտնվել աշխարհի ամենամեծ առևտրի տունը. բնականաբար, ամենամեծ բնակչություն ունեցող երկրում, այսինքն՝ Չինաստանում:

Չինական Հարավային Մոլ առևտրի տան մակերեսը հասնում է աներևակայելի չափերի՝ 639 000 քմ: Այս մոլը կազմված է 7 սեկցիաներից (A-G), որոնց դիզայնը արված է տարբեր երկրների ազգային ոճերով և մշակութային առանձնահատկություններով: A սեկցիայի (60 000 քմ) դիզայնում կարող ենք ճանաչել Սան-Ֆրանցիսկոյի ճարտարապետական ոճը. այստեղ տեղադրված են սուպերմարկետը և Եվրոպական հայտնի բրենդերի խանութները: B և C բլոկերի (200 000 քմ ընդհանուր մակերեսով) մի մասը զբաղեցնում են զվարճանքի և խաղային գոնաները՝ հարավային Կալիֆոռնիան արտացոլող դիզայնով: D սեկցիայում գտնվում է «Ջարմանալի աշխարհ» կենտրոնը՝ Չինաստանում ամենամեծ ընտանեկան հանգստի կենտրոնը: E սեկտորի ջրաղացը, փայտե կոշիկները, կակաչները և Վան Գոգի հայտնի կտավները հաճախորդին մտովի տեղափոխում են Ամստերդամ: Այստեղ տեղակայված են հանգստի գոնաները, առողջական և *սպա* կենտրոնները և գիշերային ակումբը: F սեկցիայի լիճը հիշեցնում է կարիբյան ծովափերը (120 000 քմ մակերեսով), իսկ G սեկցիայի մեծ մասը զբաղեցնում է «Շանգրիլա Գրանդ Հոթել» հյուրանոցը և «Սան Մարկո Քլոք» մատուրը: Այստեղ կա նաև մոլի սեփական հաղթական կամարը:

Հարրոդս, Լոնդոն, Անգլիա (նկ. 2 ա-գ)

1824 թվականին բացված Չարլզ Հարրոդսի կրպակը մի քանի տարի անց դարձավ մեծ առևտրի տուն, որտեղ առաջարկվում էին գրենական պիտույքներ, կոսմետիկա և դեղամիջոցներ, իսկ 160 տարի անց՝ 1985 թվականին, եգիպտացի մուլտիմիլիոնատեր Ալ-Ֆայելը գնեց Հարրոդսի «կայսրությունը»:

Ներկայումս Հարրոդսը գրադեցնում է 90 000 քմ առևտրային տարածք՝ իր մեջ ընդգրկելով, մոտավորապես, 330 բաժին, որտեղ ներառված են պարենային, տնտեսական եւ այլ տիպի ապրանքներ, հանգստյան գոտիներ, բանկեր և շատ ուրիշ այլ ծառայություններ: Հերոդսը մասնագիտացված է լյուքս դասի ապրանքների վրա: Այս առևտրի կենտրոնը զարմացնում է իր դիզայներական մտահղացումներով և ոճերի բազմազանությամբ, մշակույթների միախառնումով: Այստեղ կարելի է տեսնել 19-րդ դարի անգլիական դասական բարձրաշխարհիկ վինտաժային դիզայնից մինչև մինիմալիստական դիզայնը: Առհասարակ իրարից տարբերվող դիզայներական ոճերի համադրությունը շատ դեպքերում անհամատեղելի է, սակայն դիզայներները կարողացել են գրագետ և ճաշակով համադրել 19-րդ դարի դիզայնը 20-րդ դարի դիզայնին հետ: Առավել գրավիչ է եզրիպտական սրահը, որն էլ ավելի հմայիչ է դարձնում առևտրի կենտրոնը: Այստեղ նաև հատուկ մաս է կազմում Դոդի Ալ-Ֆայեդին և աքայադուստր Դիանային նվիրված հատվածը՝ ինչն առանձնահատուկ է դարձնում այս կենտրոնը Եվրոպական այլ կենտրոնների շարքում:

Ամերիկայի մոլը, Մինեսոտա, ԱՄՆ (նկ. 3)

42 000 քմ տարածք գրադեցնող առևտրի այս կենտրոնում կա կինոթատրոն (համեմատություն՝ կինոթատրոն ունի նաև *Դալմա Գարդեն* մոլը), Նիկելոդեոն մանկական թեմատիկ այգի, ակվատերիում, գոլֆի դաշտ, մարզադահլիճ և թատերական բեմ: Այս առևտրի կենտրոնի դիզայնն արված է գրանիտ և արտադրական դիզայնի ոճով, ինչը դիտորդին կարող է հիշեցնել Անգլիայում 19-րդ դարի սկզբին կառուցված՝ «Հախճապակե դղյակ» առևտրի տունը: Այս մոլի կենտրոնական մուտքից ներս մտնելով՝ հաճախորդը հայտնվում է գլխավոր *ֆուոյե*-ում, որտեղից նա հնարավորություն ունի տեսնել, թե ինչ ճանապարհով պետք է անցնի իր նախընտրած տեղը հասնելու համար: Սակայն չնոռանալով մարքեթինգային հայտնի հնարքի մասին՝ այդ ճանապարհն անցնում է հաճախորդին ամենևին էլ ոչ պետքական ապրանքների կողքով, որպեսզի հոգեբանորեն ցանկություն առաջանա գնելու: Այսպիսով, հաճախորդը, իմանալով և տեսնելով, թե ուր պետք է շարժվի, անցնում է իրեն այդ պահին անպետք ապրանքների կողքով: Սրահի բակային կառուցվածքի շտրիկով *Ամերիկայի մոլը* համարվում է հարմարավետ և էֆեկտիվ մոլերից մեկը:

Սկայ Դուբայ մոլը, ՄԱԷ (նկար 4)

223 000 քմ մակերեսով այս կենտրոնն առաջարկում է հանգստի, առևտրի, զվարճանքի համար բոլոր անհրաժեշտ ծառայությունները: Այստեղ առկա են 450 խանութ, դահուկային սպորտի սահադաշտ, հյուրանոց և այլն: Այստեղ հնարավոր չէ մատնանշել մի ընդհանուր ոճային լուծում, քանի որ կիրառված է տարբեր ոճերի տիպիկ համադրման մեթոդը, այն է՝ կլասիցիզմը՝ շալեի, իսկ միսիմալիզմը՝ ֆունկցիոնալիզմի հետ: Դահուկասպորտի (Ski Dubai) կենտրոնը միակն է ողջ տարածաշրջանում, բացի այդ, այստեղ հաճախորդին առաջարկվում է *Magic Planet* ամենամեծ զվարճանքի կենտրոնը՝ ընտանիքի բոլոր անդամների համար և 14 դահլիճով Cinestar կինոթատրոնը, ինչպես նաև՝ թատրոն (Dubai Community Arts and Theatre), որը նախատեսված է 500 մարդու համար: Բացի վերը նշվածներից կենտրոնում կան 2 հյուրանոց, այդ թվում՝ 5 աստղանի, թենիսի կորտեր, լողավազաններ և *սպա*-սրահներ:

KDV մոլը, Բեռլին (նկար 5)

Սա 8 հարկանի բավականին ընդգրկուն հանրախանութ է՝ 60 000 քմ - մակերեսով, որը երկրորդն է ամբողջ Եվրոպայում՝ Հարրոդսից հետո (հանրախանութն օրական ունենում է մոտ 4000-5000 հաճախորդ):

Հանրախանութը հիմնադրվել է 1905 թ.-ին: Չնայած այն բանին, որ հանրախանութի սեփականատերն ուներ 5 ոչ մեծ հանրախանութ, նա ցանկանում էր ստեղծել առավել բարձրաշխարհիկ ու էլեգանտ մի նոր առևտրի կենտրոն, ինչի համար հրավիրվեց ճարտարապետ Իոզան Էմիլ Շաուդտը: Վերջինս նախագծեց նեոկլասիկ ոճով 5 հարկանի հանրախանութ (24 000 քմ մակերեսով): Տարիների ընթացքում այն ընդլայնվեց և այսօր հասնում է 60 000 քմ մակերեսի՝ արդեն 8 հարկով:

Դալմա գարդեն մոլը, Երևան (նկար 6)

Երևանում, 2012թ. հոկտեմբերի 20-ին, դալմայի այգիներում բացվեց մայրաքաղաքի փաստացի առաջին մոլը: Չնայած այն բանին, որ նման ուղղվածության հիպերմարկետային կառույցներ Երևանում ավելի վաղ էին կառուցվել, հանվանս *Տաշիր* տոնավաճառի, Արովյան պուրակի նախկին *Մանկական աշխարհի* և այլն, սակայն, նման մատուցմամբ, չափերով և բրենդային ապրանքները ճիշտ մատուցելու հնարավորություններով՝ չի եղել, և մենք հակված ենք միանշանակ պնդելու, որ այն Հայաստանում առաջին նմանատիպ կառույցն է:

*Դաշման*ի դիզայնում անշուշտ նկատելի են որոշ հայկական ճարտարապետական լուծումներ: Դրանք առաջին հերթին նկատվում են դիմային ֆասադի սյուների ռճավորման մեջ, որոնց մասին առավել հանգամանորեն կխոսենք ստորև:

Դաշման գարդեն մոլի և նրա միջազգային զուգահեռ օրինակների համեմատական ուսումնասիրության արդյունքում կարելի է վեր հանել հետևյալ համեմատելի դիզայներական առանձնահատկությունները՝

1. Հատակագծային լուծումը.

Հատակագծում կան մի շարք ընդհանրություններ և տարբերություններ: Այդ թվում՝

ա/ *Դաշման գարդեն մոլի* նախաարահին և բաշխիչ հրապարակային մասին նախորդում է մի երկար միջանցք, որն այնքան էլ հարմար չէ: Դիզայներական տեսակետից դա ցանկալի չէ և ավելորդ խցանման պատճառ կարող է հանդիսանալ, եթե հանկարծ հաճախորդների թիվը մեծանա նախատեսվածից:

բ/ Մարքեթինգի (շուկայագիտություն) տեսակետից նպատակահարմար է հաճախորդին հնարավորություն տալ անցնելու այլ բաժիններով՝ նախքան կհասնի իր նպատակային բաժինը: Միաժամանակ, դիզայներական տեսանկյունից նպատակահարմար է մարդկանց հոսքերի շրջանառությունը հնարավորին չափ պարզ և կարճ տարբերակով լուծել: Ենթադրվում է, որ բակային կամ կենտրոնական սրահով տարածքն առավել նպատակահարմար է, քան ճյուղավորված փողոցաձև համակարգը: Դրանում կարող ենք համոզվել՝ նայելով ամենահաջողված մոլերի օրինակները, ինչպես՝ «Հարրոդսը», «Ամերիկայի մոլը», «KDV-ն» և այլն: Օրինակ, Ամերիկայի մոլ մտնող հաճախորդը նախ հայտնվում է նախասրահում, այնուհետև հեշտությամբ կարողանում է կողմնորոշվել, թե որ ուղղությամբ պետք է շարժվել (տես՝ տախ. 3, նկ. 3):

2. Ինտերիերի լուծումներ.

Չնայած այն բանին, որ մոլերը չեն տարբերվում ինտերիերի դիզայնի յուրահատուկ ձևերով, այնուամենայնիվ, ունեն որոշակի դիզայներական առանձնահատկություններ: Դրանցից առաջինը ինտերիերի հատվածային դիզայնի լուծումներն են, որոնք առանձնանում են հիմնասյուների, առաստաղի, հատակի դիզայնով, կամ՝ ոչ բրենդային, այսինքն՝ ընդհանուր օգտագործման տարածքների (ֆուոյե, միջանցք, ճաշարանային գոտի) դիզայներական լուծումներն են: *Դաշմայում* դրանք արտացոլվում են առաջին հերթին մուտքի մոտ տեղադրված բեմահարթակով (տես՝ տախ. 6, նկ. 3), ինչը ծառայում է տարբեր միջոցառումներ կազմակերպելուն. օրինակ՝ ձմռանն այդտեղ տեղադրվում է տոնաձա-

որ, ամանորյա թեմատիկայով զարդարված միջավայրում, առաջին հարկի կենտրոնական հատվածում տեղադրված են փոքրիկ կամուրջներով շատրվանները, ինչը հաճելի միջավայր է ստեղծում հարևանությամբ գտնվող սրճարանային գոնայում:

Հաջորդ դիզայներական լուծումը, որ կարող ենք տեսնել՝ առաստաղից կախված բուսական թեմատիկայով ծավալներն են, որոնք պետք է հաճախորդին հիշեցնեն «Դալմա» երբեմնի Դալմայի այգիների մասին: Բացի սիմվոլիկ նշանակությունից, այդ բուսական ծավալները կոտրում են չոր ճարտարապետական կոնստրուկցիաները, դրանով իսկ մեղմացնում և հետաքրքիր գոնային գամմա են ստեղծում հաճախորդի համար:

Ճարտարապետական կոնստրուկցիաների ծավալները մեղմացնում են նաև 2-րդ հարկում առաստաղին տեղակայված վիտրաժները (տես՝ տախ. 6, նկ. 4, 5):

3. Դիզայներական տեխնոլոգիաներ կամ վիզուալ կոմունիկացիաներ.

Խոշոր չափեր ունեցող ցանկացած առևտրի կառույց պետք է ունենա վիզուալ կոմունիկացիաներ: Դրանք թույլ են տալիս հաճախորդին արագ կողմնորոշվել առևտրի տներում, սուպերմարկետներում և այլ խոշոր խանութներում: Դալմայի վիզուալ կոմունիկացիաներն արված են շատ պարզ և հասկանալի դիզայնով, ինչը իր հերթին հաճախորդի համար հեշտացնում է դրանց նշանակության ընկալումը:

4. Էքստերիերի (ֆասադների) լուծումներ.

Ցանկացած ֆասադային լուծման մեջ շատ կարևոր է, որպեսզի դիզայները պահպանի ճարտարապետի կողմից արված մտահղացման ներդաշնակությունը, ինչի մասին խոսվել և հիմնավորվել է հայտնի «Լոսանջելյան դասընթացի» շրջանակներում: Այստեղ հաստատվեց այն իրողությունը, որ դիզայները պետք է ընդունի ճարտարապետի կողմից առաջարկված լուծումները և - փորձի հնարավորինս պահպանել նախագծի և անսամբլի ընդհանուր ներդաշնակությունը՝ ինչը կարող ենք տեսնել *Դալմա զարդեն* մոլի արտաքին դիզայնում:

Ամփոփում

THE DALMA GARDEN MALL OF YEREVAN IN THE CONTEXT OF THE SIMILAR WORLD MALLS' DESIGN

Narek Gasparyan

Yafa PhD student

The *Dalma Garden Mall* which has recently been built in Yerevan is performed in this article with comparative analyses. The subjects of the analyses comprise the most important designing (engineering) aspects of co-building: the disposition of cognitive components, visual communications, the standards of shape forming and hergemony of used items and so on. In comparative analyses are also involved "CHINESE SOUTHERN MALL" (Donguan, China), "HARRODS MALL" (London England), "MALL OF AMERIKA" (Minesota, USA), "SKY DUBAI MALL" (UAE), "K D V" MALL (Berlin, Germany).

«ДАЛМА ГАРДЕН» МОЛ В КОНТЕКСТЕ ДИЗАЙНА МИРОВЫХ ТОРГОВЫХ КОМПЛЕКСОВ

Нарек Гаспарян

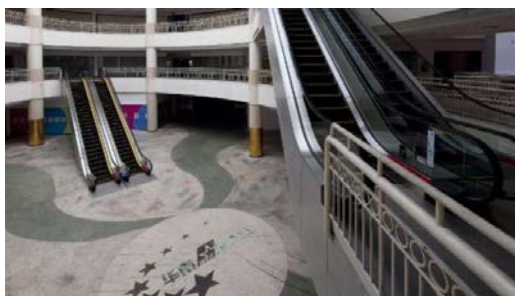
Аспирант ЕГАХ

В статье представлены междунациональные молы в контексте дизайна и проводятся параллели с дизайном Ереванского «Далма гарден» моллом в котором проводятся параллели с похожими торговыми комплексами. В этом числе «Южный китайский» мол (Донгуань, Китай), «Хародс» (Лондон, Англия), «Американский мол» (штат Миннесота, США), «Скай дубай» мол, (ОАЭ).

В статье проводится сравнительный анализ: решения планирования, интерьера (ориентировочные знаки в пространстве), сравнительные решения между визуальными коммуникациями и экстерьером.



Նկար 1. ա-դ. Չինական Հյուսիսային մոլլ, Դոնգուան

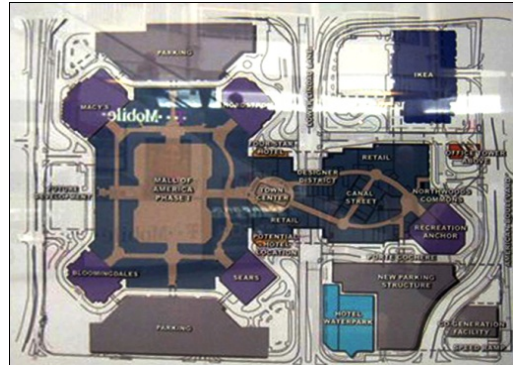


Նկար 2. ա-գ. Հարրոդս
հանրախանութը Լոնդոնում

հատակագծեր (Հարրոդս)



Նկար 3. ա-դ. Ամերիկայի մոլը, Մինեսոտա, ԱՄՆ



Նկար 4. ա-գ. Սկայ Դուբայ մոլը ՄԱԷ-ում



Նկար 5. ա-դ. KDV մոլը Բեռլինում



Նկար 6. ա-զ. Դալմա գարդեն մոլը Երևանում

