

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ АРХИТЕКТУРЫ, РЕСТАВРАЦИЯ И РЕКОНСТРУКЦИЯ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

УДК 72.01

DOI: 10.17673/Vestnik.2017.04.12

А.О. ГЕОРГИЕВСКАЯ

РАЗВИТИЕ УРБАНИСТИЧЕСКОЙ ТИПОЛОГИИ ИТАЛЬЯНСКИХ РЫНКОВ В КОНТЕКСТЕ ЛОКАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ

DEVELOPMENT OF URBAN TYPOLOGY OF TALIAN MARKETS IN THE CONTEXT
OF LOCAL FEATURES

Целью работы является выявление типологии итальянских рынков в условиях градостроительного контекста. На основе междисциплинарных исследований и авторских наблюдений в работе рассмотрены ключевые факторы, влияющие на востребованность, функционирование и расположение рынков Италии в городской структуре. При анализе учитываются культурные, исторические и экономические особенности развития типологии, в том числе интеграция в городские уклады через режим работы итальянских рынков. Результаты исследования позволят понять идентичность итальянских рынков, а также провести параллели с российскими.

Ключевые слова: рынок, типология рынков, функции, градостроительный контекст, идентичность, еда, гастрономический туризм

Сегодня традиционные городские рынки все чаще становятся предметом изучения социологов, антропологов и экономистов. Все они сходятся во мнении, что рынки – ключевые места для наблюдения за общественным взаимодействием, общественным пространством, где люди встречаются, передают и получают информацию. Это место ведения бизнеса людей разных вероисповеданий и статуса. Место, где поддерживаются локальные социальные отношения и традиции. В условиях постоянно меняющихся новых форм торговли рынок нельзя отнести к самому экономически эффективному типу [1]. Но есть нечто ценное за рамками прибыли: отражение местного городского контекста, культурный и социальный опыт.

На стыке городского ландшафта, экономических, климатических и культурных особенностей образуются новые архитектурные типологии рынков, характерные для той или иной местности. В рамках этой статьи в качестве территории исследования была выбрана Италия. Авторские натурные наблюдения совместно с результатами междисциплинарных исследований городских итальянских рынков дают полную картину о развитии типологии. На

The purpose of the paper is to identify the typology of Italian markets in the urban context. On the basis of interdisciplinary research and the author's observations the paper considers the key factors influencing the relevance, functioning and location of Italian markets in the urban structure. The analysis takes into account cultural, historical and economic features of the development of the typology, including the integration into the urban lifestyle through the working time of Italian markets. The results of the study allow us to understand the identity of Italian markets and to draw parallels with the Russian ones.

Keywords: market, marketplace, typology of the markets, functions, urban context, identity, food, gastronomic tourism

протяжении всей истории рынок был неотъемлемой частью развития городской структуры. Именно еда определяла устройство городов особенно в доиндустриальный период: в городском центре располагался рынок, а дороги соединяли места поставок, хранения и потребления. Таким образом, это был инструмент, упорядочивающий и оживляющий городскую среду [2]. Благодаря такой яркой выраженности связи с городской структурой сформировалась типология рынков, что наиболее характерно для рынков Италии.

Многие страны пытаются выйти на путь развития системы городских рынков. Канада, США и Россия только в самом начале этого пути. Но Италия не прерывала традиций. Поэтому рынки выглядят как нечто совершенно естественное и органичное, как часть местной культуры и укладов. Все это было заложено еще во времена Римской империи и сохранено до сегодняшнего момента: современные итальянские рынки являются ярким примером успешного функционирования. В этом контексте Италия как объект исследования представляется наиболее интересной.



Рис. 1. Типы фермерских хозяйств в пригородах Милана, Рима и Неаполя [5]

Рынок неотделим от окрестностей. И прежде чем рассмотреть архитектурные типологии, нужно понимать причины, по которым рынки Италии до сих пор востребованы. Одна из них – высокий процент местного производства. С эпохи Древнего Рима возделываемые земли вокруг (*ager*) считались частью города (*civitas*). Поэтому сельскохозяйственные территории имели большое значение в развитии экономики и торговли [2–4]. Несмотря на глобальные процессы, конечно оказавшие некоторую степень влияния, итальянские рынки остаются связанными с местными фермерскими хозяйствами. Экономисты Roberto Henke и Francesco Vanni в своей работе “*Peri-urban agriculture: an analysis of farm typologies in Italy*” выделяют три типа ведения небольших фермерских хозяйств: традиционные (включены в городской обмен без изменений), адаптивные (реагирующие на процессы урбанизации) и реакционные (использующие новые возможности) (рис. 1). В работе рассмотрены области Рима, Милана и Неаполя. Каждая область насчитывает 4572, 2355 и 14005 фермерских хозяйств соответственно. Roberto Henke и Francesco Vanni обозначают новые возможности улучшения работы между всеми субъектами: фермерами, рынками, покупателями и государством [5]. Исследование демонстрирует уже существующую связь между городом и сельским хозяйством, а также определяет пути достижения еще более тесного взаимодействия.

Итогом работ в данном направлении становятся рынки, обеспеченные регулярными поставками свежих местных продуктов. Они, как и прежде, остаются первичными символическими местами обмена. Товары излучают целый ряд цветов, текстур и ароматов, притягательных как для местных жителей, так и для туристов.

Анализ типологий итальянских рынков выявил 5 основных типов.

Крытый рынок. Здесь можно выделить два подтипа: крытый рынок, ориентированный только на гастрономическую функцию, и крытый рынок, совмещенный с различными дополнительными функциями. Одни из самых ярких примеров итальянских гастрономических рынков: Mercato Centrale и Mercato di Sant’Ambrogio во Флоренции. Их ключевая особенность – расположение в границах исторического центра. Исследование показало, что рынки, расположенные в историческом центре, не многофункциональны, так как урбанистическая ткань вокруг и без того очень насыщена и разнообразна. Из дополнительных функций – только рестораны, кафе и паркинг.

Антрополог Rachel E. Black, специализирующаяся на итальянских рынках, отмечает, что гастрономический опыт является неотъемлемой частью рыночной культуры. Приготовление пищи – важный социальный аспект. Необходимо продвижение рыночного пространства как места для межкультурной кухни, межкультурной коммуникации и гастрономического туризма [1]. Многие итальянские города являются лучшими мировыми примерами в области гастротуризма. В частности, Флоренция и Mercato Centrale. Рынок был построен в 1874 г. и реконструирован в 2014 г. На первом этаже расположен продуктовый рынок, а второй и третий этажи заняты ресторанным комплексом с множеством закусок и кафе. Кроме того, по определенным дням здесь проходят кулинарные мастер-классы с местными шеф-поварами.

Часто торговля не ограничивается зданием рынка, а выходит за его пределы [6,7]. Например, по периметру крытого рынка Sant’Ambrogio размещены несколько навесов, под которыми в будни торгуют свежими овощами, а по выходным антиквариатом (рис. 2, а). Напротив рынка Sant’Ambrogio почти

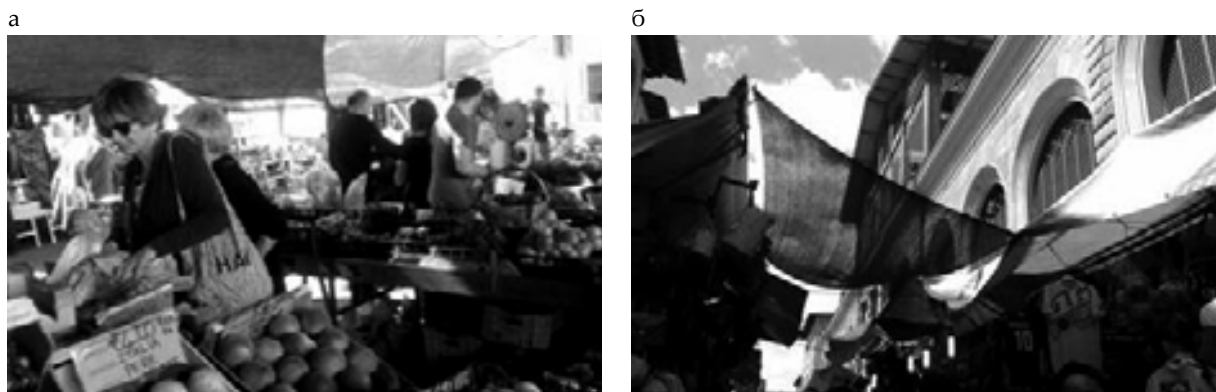


Рис. 2. Временная торговля у крытых рынков Mercato Centrale и Sant' Ambrogio

каждый день работает антикварный рынок Mercato Delle Pulci. Улица Via dell' Ariento, ведущая к Mercato Centrale, также заполнена торговыми платками с изделиями из кожи, одеждой и сувенирами (рис.2, б). Таким образом, условные границы рынка расширяются, занимая подходящее для этого пространство.

Подтип, крытый рынок, совмещенный с различными дополнительными функциями, как правило, располагается на периферии. Окружение в отдаленных жилых районах менее концентрировано и беднее по своему наполнению, поэтому рынки совмещены с культурной, административной и другими функциями. Восполняя недостаток пространства для общественного взаимодействия, такие рынки становятся местным социальным центром. Кроме того, лишённые туристического потока, они вынуждены конкурировать с гипермаркетами – многофункциональность выступает как способ привлечения покупателей. В качестве примера можно привести Mercato Trionfale, совмещенный с офисным центром, а также новый рынок Mercato Testaccio, который расположен в районе Testaccio и делит территорию с Центром занятости населения, археологическими раскопками и музеем, с кафе.

Рыночная площадь. Концентрация рыночных площадей в исторических центрах итальянских го-

родов выше, чем на периферии, где есть возможности для строительства крытых рынков, соответственно в центре они более разнообразны: продуктовые, книжные, антикварные, блошинные и сувенирные.

Самый популярный и излюбленный рынок для местных жителей Рима – площадь Campo de' Fiori. Она стала торговой лишь с XV в. (рис. 3, а). Изначально здесь устраивался рынок лошадей. Только в 1858 г. после увеличения площади за счет сноса нескольких кварталов здесь разместился ежедневный рыбный и овощной рынок [8]. Сегодня площадь известна статуей Джордано Бруно, продажей одежды и цветов, а также самых свежих фермерских продуктов, которые можно найти в историческом центре. Книжный рынок Fontanella Borghese market (рис. 3, б) расположен на Piazza Borghese возле архитектурного университета. Он представляет собой рассредоточенные по площади капитальные металлические павильоны, поэтому рынок работает каждый день, кроме воскресенья, с утра и до вечера. Из множества блошинных и антикварных рынков можно выделить Mercato Delle Pulci во Флоренции. Это регулярный рынок с изобилием антикварной мебели и одежды.

Рыночная улица. Типология линейного рынка в Италии представлена в нескольких вариациях в зависимости от градостроительного контекста. Рынок

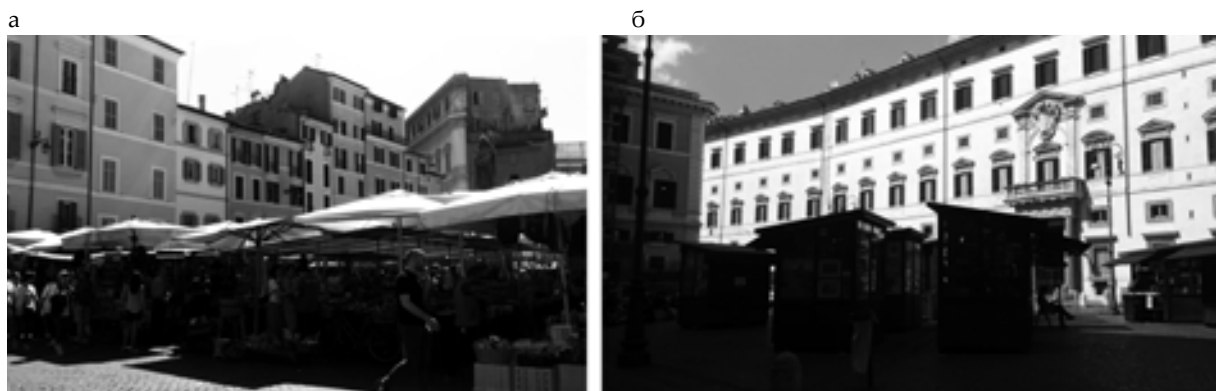


Рис. 3. Площадь Campo de' Fiori и книжный рынок на Piazza Borghese

может занимать всю улицу, включая проезжую часть и тротуары с обеих сторон, как Porta Portese, самый известный европейский блошинный рынок. Он популярен своими воскресными распродажами и огромным выбором товаров. Рынок Porta Portese начинается от древнеримских ворот, построенных в 1644 г. [9], и заканчивается за несколько сотен метров, иногда занимая несколько улиц. Mercato di Via Sannio, вещевой рынок в районе Basilica di San Giovanni, располагается только с одной стороны от проезжей части. В отличие от Porta Portese, он работает каждый день, кроме воскресенья. Книжный и арт-рынок Piazza Adriana расположен вдоль набережной реки Тибр. Линейные итальянские рынки могут носить как временный характер, так и регулярный.

Лоджия. Лоджии, используемые как рынок, являются характерной особенностью Италии. Изначально – это архитектурный элемент, но к XVI в. лоджии были выделены в качестве самостоятельного объекта. По историческому центру Флоренции сосредоточены торговые лоджии нескольких видов: одноэтажные и двухэтажные с дополнительными функциями на вторых этажах. Все они так или иначе примыкают к площадям или крытым рынкам. Это отражение эпохи Возрождения, когда происходила специализация площадей на торговые и площади для собраний [10]. Во Флоренции торговая функция перемещалась в пространство лоджии, освобождая площадь для административных целей. Лоджия Mercato Nuovo была построена между 1547 и 1551 гг. (рис. 4, а). Первоначально здесь продавались шелка, драгоценные предметы и знаменитые флорентийские соломенные шляпы [11]. Сейчас это популярное туристическое место, где продают изделия из кожи и сувениры. Еще одна одноэтажная лоджия – Fish's Lodge (рис. 4, б) была построена для продажи рыбы, но сейчас используется только по выходным в качестве блошиного рынка.

Типологию двухэтажных лоджий можно рассмотреть на примере Loggia del Grano, которая была построена в 1619 г. Продуктовые магазины и склады зерна были расположены на верхних этажах над портиком. На первом этаже под аркадами находился рынок пшеницы и различных зерновых культур, который функционировал на протяжении всех рабочих дней. Но к 1690 г. лоджия утратила свою роль зернохранилища и использовалась для различных целей: здесь находилась типография и штаб-квартира газеты *Monitore Toscano*, потом снова рынок, затем кинотеатр и даже ресторан [12]. Сейчас, как и в Mercato Nuovo, здесь торгуют изделиями из кожи.

Рыночный район. Рынок Rialto с его окрестностями – самый яркий пример организации рыночного района в Италии (рис. 5). Rialto на протяжении многих веков был финансовым и коммерческим центром Венеции. В XV в. в городе было всего несколько важных рынков, за исключением небольших. В первую субботу – рынок на Campo San Polo, во вторую субботу – на Piazza San Marco и в третью – у San Giovanni в Bragora. Но Rialto оставался самым значимым торговым местом.

С 1514 по 1521 гг. из-за пожара была проведена реконструкция всей территории района Rialto. Архитектор Antonio Abbondi работал над проектом рыночного района, соблюдая четкое зонирование и правила безопасности [13]. Быстро портящиеся и производящие много отходов товары, такие как рыба, фрукты или овощи были размещены вдоль каналов. Золото, серебро и специи продавали на мосту Rialto. Для торговли тканью и шелком были выделены отдельные палаццо внутри кварталов. Финансовые операции проводились у Campo S. Giacomo dell'Orto. Государственное управление располагалось на верхних этажах палаццо и лоджий. В районе не велась ремесленная или промышленная деятельность, а исключительно торговля [14].

а



б



Рис. 4. Fish's Lodge и Loggia del Mercato Nuovo



Рис. 5. Рыночный район Rialto в Венеции

Обширная территория рынка занимает несколько кварталов и площадей, включая площадь Campo Beccarie с продажей сувениров, две лоджии рыбного рынка Rialto, площади Campo della Pescaria и Campo Cesare Battisti, где сегодня торгуют овощами и фруктами, площадь Campo Erberia с ресторанами и кафе, площадь Campo San Giacomo и мост Rialto. Некоторые из площадей и лоджий поменяли свое назначение, но основные рациональные решения, заложенные проектом Antonio Abbondi, сохранились.

Важная особенность итальянских рынков – это интеграция в сложившиеся городские уклады. Рынок становится неотъемлемой частью быта и культуры людей разного социального статуса, разных профессиональных сфер и интересов. Авторские наблюдения за рынками различных типов помогли зафиксировать характер их использования в разные дневные часы. Как правило, продуктовые рынки Рима, Флоренции и Венеции работают каждый день, кроме воскресенья, с 6 утра до 2 часов дня. Рано утром закупаются рестораторы и местные жители, к обеду поток увеличивается за счет туристов или людей, пришедших пообе-

дать в кафе. Конечно, местная итальянская кухня, культура и архитектура рынков обеспечивают регулярный туристический поток. Нетуристические рынки на окраинах используются также активно, но за счет локальных социальных связей и дополнительных функций.

Выводы. Пример Италии показывает, что, несмотря на существование крупномасштабных торговых сетей, рынок и его различные типологии актуальны и конкурентоспособны. Социальный и культурный аспекты являются сильнейшими преимуществами. Локальные особенности диктуют архитектурные формы и характер функционирования рынков. Но главное – существование налаженной системы снабжения, обеспечивающей качественные, свежие продукты на прилавках.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Black R.E. Porta Palazzo: Anthropology of an Italian Market // University of Pennsylvania Press, 2012. 232 с.
2. Стил К. Голодный город: Как еда определяет нашу жизнь. М.: Strelka Press, 2014. 456 с.

3. *Бродель Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм. XV-XVIII вв. Т. 1. Структуры повседневности: возможное и невозможное. М.: Прогресс, 1986. 623 с.

4. *Бродель Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм. XV-XVIII вв. Т. 2. Игры обмена. М.: Прогресс, 1988. 634 с.

5. *Henke R. and Vanni F.* Patterns of peri-urban agriculture in Italy. Inea - Istituto Nazionale di economia Agraria // [Электронный ресурс] https://www.researchgate.net/profile/Francesco_Vanni (дата обращения: 13.10.2017).

6. *Casson M. and Lee J.S.* The Origin and Development of Markets: A Business History Perspective. Business History Review 85. Spring 2011: 9–37.

7. *Castilhos R.* Researching the Post-Industrial City: Assessing the Relations Between Space, Markets, and Society in Urban Places. Unisinos Business School, in NA - Advances in Consumer Research Volume 43, eds. Kristin Diehl and Carolyn Yoon, Duluth, MN : Association for Consumer Research, 2015. С. 329–334.

8. *Campo de' Fiori* // [Электронный ресурс] https://en.wikipedia.org/wiki/Campo_de%27_Fiori (дата обращения: 15.10.2017).

9. *Porta Portese* // [Электронный ресурс] https://it.wikipedia.org/wiki/Porta_Portese (дата обращения: 15.10.2017).

10. *Бунин А.В., Саваренская Т.Ф.* История градостроительного искусства. Градостроительство рабовладельческого строя и феодализма. Т.1. М.: Стройиздат, 1979. 496 с.

11. *Loggia del Mercato Nuovo* // [Электронный ресурс] http://it.wikipedia.org/wiki/Loggia_del_Mercato_Nuovo (дата обращения: 15.10.2017).

12. *Loggia del Grano* // [Электронный ресурс] http://it.wikipedia.org/wiki/Loggia_del_Grano (дата обращения: 15.10.2017).

13. *Antonio Abbondi* // [Электронный ресурс] https://de.wikipedia.org/wiki/Antonio_Abbondi (дата обращения: 16.10.2017).

14. *Mercato di Rialto* // [Электронный ресурс] https://de.wikipedia.org/wiki/Mercato_di_Rialto (дата обращения: 16.10.2017).

Об авторе:

ГЕОРГИЕВСКАЯ Алина Олеговна

аспирант
Самарский государственный технический университет
Академия строительства и архитектуры
443001, Россия, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 194
E-mail: georgievskaya.a@gmail.com

GEORGIEVSKAYA Alina O.

Post-graduate Student of the Town Planning Chair
Samara State Technical University
Academy of Civil Engineering and Architecture
443001, Russia, Samara, Molodogvardeyskaya str., 194
E-mail: georgievskaya.a@gmail.com

Для цитирования: *Георгиевская А.О.* Развитие урбанистической типологии итальянских рынков в контексте локальных особенностей // Градостроительство и архитектура. 2017. Т.7, №4. С. 73-78. DOI: 10.17673/Vestnik.2017.04.12.

For citation: *Georgievskaya A.O.* Development of urban typology of Italian markets in the context of local features // Urban construction and architecture. 2017. V. 7, 4. Pp. 73-78. DOI: 10.17673/Vestnik.2017.04.12.