

دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	إستخدام أنماط من التراث الإسلامي في العمارة الداخلية للمركز التجارية
المصدر:	المجلة العربية للعلوم الاجتماعية
الناشر:	المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية
المؤلف الرئيسي:	المسعودي، أروى أسعد أحمد
المجلد/العدد:	ع9, ج1
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2016
الشهر:	يناير
الصفحات:	141 - 182
رقم MD:	754074
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	الفنون الإسلامية ، العمارة الإسلامية ، المركز التجارية ، الأسواق ، المدن الإسلامية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/754074

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة.
يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

إستخدام أنماط من التراث الإسلامي في العمارة الداخلية للمراكز التجارية

د. أروي أسعد أحمد المسعودي (*)

المقدمة :

تُعتبرُ الفنون بصفة عامةً مظهرًا مهمًا من مظاهر الثقافة السائدة في أي مجتمع ، وبصفة خاصةً فإنَّ الفنَّ الإسلامي يُعدُّ من أنقى وأدقِّ صور التعبير عن الحضارة الإسلامية ، بل مرآة ناصعة للحضارة الإنسانية حيث يُعتبرُ الفنُّ الإسلامي من أعظم الفنون التي أنتجتها حضارات العالم في القديم والحديث، وهناك صور وأنواع متعددة لهذه الفنون التي اصطبغت بالطابع الإسلامي وميزت الحضارة الإسلامية عن غيرها، فمنها فن العمارة، وفن الزخرفة، وفن الخط العربي (1) .

ويعتبر إختلاف طُرز العمارة الإسلامية وتعددتها لا يعكس فقط ألواناً جديدة ومتعددة من الإبداع والروعة، وإنما يعكس أيضاً ألواناً من التفاعل مع البيئات التي إستضافت الإسلام على أرضها. ولاريب في إن الإبداع الجمالي يُشكّل بُعداً أساسياً في الحضارة الإنسانية، فالحضارة التي تخلو من عنصر الجمال، وتنتقي فيها وسائل التعبير عنه، هي حضارة لا تتجاوب مع مشاعر الإنسان، ولا تُشبع رغباته النفسية، والمشتاقة دائماً إلى كل ما هو جميل (2)، وقد نجح فن العمارة الإسلامية في تحقيق التوازن التام بين الجوانب المادية والمشاعر الروحانية من خلال مجموعة من القواعد والأسس والتراكيب التي توصل إليها كل من المعماري والفنان المسلم، وأمكنه من خلالها حلّ مشاكل البناء بطول فعّالة، متوائمة تماماً مع عقيدته الدينية السمحة، وبما يحافظ على القيم والتقاليد الاجتماعية ، وتوظيف معطيات بيئته ، أو جلب ما لم يكن متوفراً في بيئته، وتصنيعه وتعديله حتى يتوافق مع قيمه .

(*) باحثة دكتوراه بقسم العمارة الداخلية - كلية الفنون الجميلة - جامعة المنيا .

لقد استطاعت العمارة عند المسلمين أن تجمع كل ما هو تقني وحديث من مختلف الحضارات السابقة من رومانية وفارسية وغيرها ، كإرث حضاري ناضج تم الاستفادة منه للتعبير عن القيم الإسلامية ، والتي تجمع ما بين الاحتياجات الوظيفية والبعد الروحاني العميق، مما أدى إلى ظهور أنماط وفراغات معمارية جديدة وحديثة مكنت العالم الإسلامي من التميز على مر العصور اللاحقة بالإضافة إلى النواحي الفنية والتي أخذت بالتميز عن كل ما هو سابق ومعاصر لها بارتباطها ارتباطاً مباشراً بالعمارة وتفردتها بالوحدة والتشكيل المستمد من البيئة الإسلامية، وتفاعلها مع المجتمع الإسلامي وثقافته (3) . ومن الجدير بالذكر أن العمارة عند المسلمين أهتمت كجزء من أولوياتها بالحاجة الاجتماعية للمسلمين فكانت المباني المعمارية نموذجاً مباشراً لتلبية الوظيفة الاجتماعية وعلي حسب الإقليم الذي ينتشر به الإسلام ولكن بمضمون واحد، مما أدى إلى تلاحم الإنسان المسلم مع بيئته وشعوره بالانتماء الكامل إلى محيطه وبيئته ، ولما استطاع المعماري المسلم السيطرة على الفراغ والحيز، خضعت الأبنية المعمارية إلى عدة مراحل من التطوير والتي كانت من المرونة الكافية لتلقي أي إضافة وظيفية أو شكلية أو رمزية .

والعمارة في الحضارة الإسلامية غنية بالأمتلة. واليوم عندما نتأمل هذا الإرث العظيم يملكنا مشاعر متناقضة منها مشاعر اعتزاز بعظمة العمارة والحضارة الإسلامية والعزة التي كان العالم الإسلامي يعيشها ، وأخري مشاعر الأسف من حالة اللاحضارة التي وصلنا إليها بعد أن كنا أصل الحضارة التي عمرت العالم بأسره وحالة الضعف والتبعية الشديدة لمن اتخذونا أعداءهم ، ويشهد علينا وضعنا السئ ، الذي لا يعبر عن طراز معماري يميزنا، بل هو خليط عشوائي من أنظمة معمارية مختلفة لا يجمعها لون ولا شكل ولا شخصية - تماماً كما هو عالمنا العربي اليوم- يغلب عليه التقليد والتبعية أكثر مما فيه من الأصالة ووضوح الشخصية .

ولا يفوتنا أن نذكر ما قاله فرانك لويد رايت * عند زيارته لجامع السلطان حسن في مصر 1958 " كيف يجوز لقوم لديهم مثل هذه الروائع أن يتركوها

ويستبدلوا بها سوءات العمارة الغربية التي يحاول الغربيون أنفسهم أن يتخلصوا منها " (4) ، ومن هنا كانت أهمية هذا البحث الذي يذكرنا بدورنا في الحياة كمصممين للعمارة الداخلية ، وبمسؤوليتنا أمام الله وأمام الأمة الإسلامية وواجبنا العظيم وهو إعادة الحضارة الإسلامية والقوة والعزة لهذا الدين بالعمارة التي هي مرآة الحضارة و هذه ليست دعوة للعودة للماضي بل دعوة لإعادة هويتنا وأستقلال شخصيتنا .

مشكلة البحث :

كثرت في السنوات الأخيرة الاقتباسات الغربية التي تسببت في تشتت مفاهيم المجتمعات العربية ، بين الرغبة في إستعادة الهوية الإسلامية ، من حيث الشكل والوظيفة ، للحفاظ علي الطابع الإسلامي المميز ، وبين المعاصرة والتحديث في مجال العمارة الداخلية ، وعدم صياغة المعالجات التشكيلية والوظيفية للفراغات الداخلية بما يحقق الجمع بين معطيات تكنولوجيا البناء والانشاء المعاصر ، وبين الأسس الوظيفية والفنية للعمارة الداخلية الإسلامية .

تساؤلات البحث :

- هل يمكن مزج الطرز الإسلامية في حيز العمارة الداخلية المعاصرة للمراكز التجارية ؟ وإيجاد حلول تشكيلية ووظيفية من خلال عناصر العمارة الإسلامية ، أم أن هناك ثمة بعض السلبيات في هذه المحاولات الإبداعية ؟
- ما هي السبل والآليات التي يتم من خلالها النهوض بالفن الإسلامي ، وكيفية الاستفادة منه في التصميم الداخلي لحيز العمارة الداخلية للمراكز التجارية ؟

أهداف البحث :

توظيف العناصر التشكيلية المستمدة من القيم الجمالية للعمارة الإسلامية والدعوة إلي الأصالة ، بعدما خرجت بها الاجتهادات المعاصرة عن مضمونها الروحي والوظيفي ، وإيجاد صياغة تشكيلية مبتكرة تتناسب مع وظيفة العمارة الداخلية في العصور الإسلامية ، من خلال أيجاد تطبيقات جديدة ومعاصرة وتصحيح مسار التحديث في العمارة الداخلية للمراكز التجارية .

أهمية البحث :

- الحفاظ علي التراث الإسلامي وأستمراره بإعادة ضياغة مفرداته التشكيلية ، والدمج بين الإبداع الفني للتراث والتصميم الداخلي المتطور ، وما يتصل بهما من تفاعلات بين الشكل والمضمون من خلال الأستثمار الأمثل لهما .
- تسهم هذه الدراسة كمدخل لدراسة قيم العمارة الداخلية الإسلامية، بالفراغات الداخلية بصفة عامة والفراغات التجارية بصفة خاصة بأسلوب متطور ومعاصر .

فروض البحث :

- من الممكن تحقيق معالجات تصميمية ووظيفية مستحدثة للفراغات الداخلية للمراكز التجارية تعكس ملامح البيئة الإسلامية ، باستخدام التطور التقني لل خامات وتطويعها في أنراء الفراغ الداخلي بما يتماشى مع احتياجات الانسان العصرية .
- أن الفن الإسلامي يتميز بالبساطة والتجريد والتكرار، بالتالي يعتبر من أنسب الفنون ملائمة لتطويعه بأساليب متطورة ومستحدثة .

أولاً: بداية الأسواق في المدينة الاسلامية :

لقد مارس العرب التجارة على نطاق واسع منذ أقدم العصور، حتى قيل إن كل عربي تاجر. وقد تعود أهل مكة قبل الإسلام على القيام برحلتين تجاريتين سنوياً، وهو ما كان يُعرف برحلة الشتاء والصيف ، وكذلك الأسواق الموسمية التي كانت تنتقل على مدار العام ، ولم يقتصر دور هذه الأسواق على التبادل السلعي والنشاط الاقتصادي فقط، بل كان لها أدوار ثقافية وإجتماعية (5) .

وقد ظهرت الأسواق بعد التحول من المقايضة السلعية إلى المبادلة النقدية، وازدهرت بعض المدن قديماً بسبب شهرة أسواقها، حيث كان العرب يحرصون على إقامة الأسواق، التي كانت تلاصق المساجد في بعض الأحيان، وظهرت الأحياء التجارية في المدن الإسلامية، والتي عكست أهمية التجارة ودورها في الازدهار الاقتصادي للدول والمجتمعات (6) .

وتعتبر الشوارع التجارية من أهم العناصر التخطيطية التي إرتبطت بالسكان في المدينة الإسلامية قديماً إلي الوقت الحاضر، حيث بدأت المراكز التجارية في شكل تواجد عدد كبيرٍ من المحلات التجارية في أسواق مكشوفة في دور واحد، وقد تم تطور هذا الشكل بإضافة عقود متكررة لإعطاء شكل جمالي لتغطية الممرات أمام المحلات في الشوارع التجارية (7) .

وقد سيطر السوق الإسلامي المركزي على المدينة العربية الإسلامية ، وكان موقعه بالقرب من المسجد (الجامع) ، مستفيداً من المركزية العالية للمسجد ، وسهولة الوصول إليه من كل أطراف المدينة ، عن طريق نمط الشوارع الشعاعية المرتبطة بهيكل المدينة العام . وتتصف أسواق المدينة الإسلامية بكونها مسقفة ومعبدة فضلاً عن أنها مراكز تجارية ، وهي من محاور النهضة العمرانية للمدينة العربية الإسلامية (8) .

وقد تعددت الحانات في العالم الاسلامي، فنجد في بداية إنتشار الإسلام نموذجين : الأول عبارة عن فراغات مستطيلة تفتح علي الصحن الداخلي وأنتشرت في إيران ، والثاني عبارة عن مسقط مربع به محلات تفتح بالفناء، وهذا النوع وُجد في منطقة البحر المتوسط (9) .

ثانياً : تطور المراكز التجارية في القرن العشرين :

ظهر في نهاية النصف الأول من القرن التاسع عشر الممر التجاري ، وكان عبارة عن ممر تصطف على جانبيه المحلات التجارية مضاءً طبيعياً ، وهو يربط بين شارعين تجاريين ، ثم تطور بعد ذلك فأصبح يتكون من ممرين أو أكثر متعامدين يتقاطعان في فراغ رئيسي ، تطور فيما بعد ليكون الساحة الرئيسية بعد ذلك أستخدم الزجاج والحديد في تغطية الفراغات العامة بالأسواق التجارية، مما جعلها مضاءً طبيعياً ، ومحمية من الظروف المناخية السيئة ، فتغلب علي المشكلتين الاساسيتين ، وهما الإضاءة والمناخ ، فأصبحت بذلك مراكز تجارية قائمة بحد ذاتها .

وفي بداية القرن العشرين تطور المركز التجاري من حيث الشكل، فأصبح يأخذ شكل حرف L ، أو U ، كنتاج لإندماج كل من الممر التجاري المغطى

والمتاجر المتعددة الاقسام فأصبح المركز التجارى عبارة عن ممر تجارى يوجد فى نهايته متجر متعدد الأقسام ، وفى منتصف القرن العشرين حدث العديد من التغيرات فى المراكز التجارية يمكن تسلسلها كالآتي :

❖ أصبح المركز التجارى مغطى بالكامل ومزود بعوامل تدفئة وتبريد ، وكان فى الغالب يحتوى على (*) اتريوم (10) فى منتصفه ، أدي ذلك إلي تحويل فراغات النشاطات العامة إلى فراغات مغلقة تحوي بيئة يمكن التحكم فى مناخها صناعياً من خلال إستخدام وسائل التبريد والتدفئة الكهربائية ، وبالتالي أمكن التغلب على الظروف المناخية السيئة .



(*) اتريوم فى العمارة باللاتينية (ATRIUM) : هو مساحة مفتوحة واسعة تقع بالقرب من مدخل المبنى، وعادة ما تكون لعامة الناس . المصطلح اتريوم مشتق من اللاتيني .فى العمارة الرومانية كان مفتوحاً على ثلاثة جوانب ويحيط به من كل جانب اروقة معدة فى العمارة الدينية الاتريم أو الفناء كان فضاء للكنيسة، وهو رواق بأعمدة مربعة فى وسطه جرن المعمودية، الرواق المعمد للعمارة الرهبانية استأنف اتريم الفيلات الرومانية. الاتريم للمباني الحديثة يمكن ان تكون مفتوحة على عدة مستويات (بكامل الارتفاع) أو أن تغطى بنوافذ واسعة، من أجل إعطاء إضاءة طبيعية جيدة .

DLF Mall of India يغطي مساحة 1.8 مليون قدم مربع، ويتكون من ستة مستويات مخصصة للتسوق مع أكثر من 475 وحدة بيع ، إلى جانب أكبر مركز للترفيه موزعة على مستويين ، وقاعة للطعام تحتوي على 1200 مقعد . ويبدو الفناء في وسط المسقط الافقي للمركز وهو تطور لفراغ الاتريوم قديماً.

❖ في فترة الستينات تعددت أدوار المركز التجاري ، أي أصبح هناك تمدد رأسي للمبني التجاري .

❖ في فترة السبعينات ظهر العديد من المسارات أهمها المسار الدائري المغلق بدلاً من المسار الخطي .

❖ في فترة الثمانينات كان الاتجاه نحو دمج فراغات ترفيهية بصورة أكبر (حدائق حيوانات صناعية ، متاحف ، ملاهى للأطفال ، مناطق لعروض الأزياء ، ألعاب الفيديو ، التزلج على الجليد ، فناء خاص بالمطاعم ، المسارح والسينما) مع النشاط التجاري ، بأعتبارها أماكن جذب دائمة عُرفت المراكز التجارية الترفيهية .

❖ إستمرار الاهتمام بتوفير الاضاءة الطبيعية قدر الإمكان من خلال أستخدام الزجاج في الأسقف ليسمح بمرور أشعة الشمس .

❖ زاد الاهتمام بالأنشطة التكميلية وتنويعها ، وأخذت جزءاً أكبر من إهتمام المصمم وأستحدثت بعض الأنشطة التكميلية التي لم تكن موجودة .

أما المراكز التجارية بالمفهوم الحديث المخطط له ، فقد بدأت في القرن التاسع عشر وكان ناتجة عن التغييرات التي ظهرت في هذا القرن وهي :

- المتغيرات الاجتماعية .
- التطور التكنولوجي الذي أثر بدوره على مفهوم وأسلوب البيع ومتغيرات السوق .
- تأثير النمو السكاني وزيادة الكثافة السكانية له تأثير على زيادة حجم الطلب .
- ظهور وسائل المواصلات الحديثة أدى إلي سهولة النقل والحركة المشترين .

- تطور وسائل التعبئة والتغليف وحفظ الأطعمة أسهم في حل كثير مشاكل التخزين .
- قيام أصحاب رؤوس الأموال على الاستثمار؛ بسبب الحرب العالمية الثانية .
- نزول المرأة المتزوجة لمجال العمل .

كل هذا ساعد على بذل الجهد لحل مشاكل المحلات التجارية ، عن طريق وضع تصميمات معمارية جديدة تلبي متطلبات العصر الحديث (11) .

تعريف المركز التجاري :

هو مجموعة من المؤسسات التجارية متحدة معمارياً ، ومخططة ومطورة كوحدة عمليات مرتبطة من حيث المكان ، والحجم ، ونوع المحلات بالمنطقة التجارية التي تخدمها (12) ، ويكون تجميع المحلات التجارية أما صفاً واحداً أو سلسلة من الصفوف متوازية أفقياً في دور واحدٍ ، أو عدة أدوار ، في نهايتها محل رئيسي بمساحة كبيرة ذو شهرة واسعة ، يستخدم عادةً كنقطة جذب ، وعدد من المحلات الصغيرة ذات مساحات وأبعاد وأرتفاعات (واجهات) متشابهة ، وموزعة حول فراغ واحدٍ ، أو عدة فراغات أو أفنية مكشوفة أو مغطاة ، ويكون المدخل والساحة الرئيسية هما المؤثرين في شكل هذا الفراغ ، وإعطاء الشخصية المميزة للمكان (13) .

الهدف من إنشاء المراكز التجارية :

تعتبر المراكز التجارية من أهم ما شيدته العولمة ؛ فهي تُبنى في جميع أنحاء العالم بنفس المواصفات؛ لكي تبهر من يدخلها بإستقلاليتها عن الحياة خارجها، وبمساحاتها الداخلية الشاسعة ، ومساعدتها الشفافة، وأروقته التي تشبه المناهات، وهي تختلف كل الاختلاف عن الشوارع الخارجية؛ فهي مريحة ونظيفة وآمنة، مكيفة ومنعشة في الصيف، دافئة في الشتاء، وهذا ما يجذب الناس إليها (14)، وعلى الرغم من حداثة عهدها فقد أصبحت المراكز التجارية من أبرز المعالم في المدن المعاصرة، ومن أقوى نقاط الجذب لسكانها وللسياح ، حيث تُعرف المدن في وقتنا الحاضر بها، ففيها تلنقي كل طبقات المجتمع، وتتجلى القيم المشتركة وعادات الناس وتقاليدهم من داخل البلاد وخارجها (15) .

وهناك عدة أهداف للإهتمام بإقامة المراكز التجارية في وقتنا الحاضر من

أهمها :

❖ أهداف إقتصادية : مثل هذه المراكز تعود بفائدة على أصحاب المراكز كما تساعد في النمو الاقتصادي للدولة، وذلك من خلال إنجذاب السياح لها، كما أنها توفير فرص عمل للعاطلين .

❖ أهداف إجتماعية : تساعد على تقدم وتطور المجتمعات وتحقيق الراحة النفسية والجسدية للأفراد ،و تساعد على الترابط والتقارب من خلال الالتقاء في بيئة مناسبة .

❖ أهداف ثقافية : المركز التجاري مكان لتلاقي كل طبقات المجتمع بمختلف الفئات والأعمار، سواء كانوا من عامة الناس أم المتقنين أم الصغار أم الكبار، مما يحدث التلاقي فيزيد ذلك من مستوى الثقافة بشكل عام ، كما أنها مركز جذب للسواح الأجانب بمختلف ثقافتهم وعاداتهم، فيؤثر ذلك على الثقافة العامة للمواطنين بسبب الاختلاط مع الزوار الأجانب، وتوفير أحر الإنتاج ، كل ذلك يزيد من ثقافة المواطن .

❖ أهداف نفسية : المراكز التجارية تكون مصممة بحيث تأخذ بعين الاعتبار الحالة النفسية للزوار، وتكون في هذه المراكز أماكن ترفيه وإستراحة؛ لتقلل التوتر العصبي الناتج عن ضغوطات الحياة اليومية، والشعور بالراحة ، عندما يكون بين أيديهم جميع البضائع والمنتجات، حيث يأتي المشتري وهو مطمئن من أنه سيجد ما يطلبه منها، كما أن مواقف السيارات الخاصة بالمراكز التجارية تعطي الشعور بالراحة والأطمئنان .

❖ أهداف معمارية : إن وجود تصميم مميز وناجح وجذاب ، يتحد فيه التفكير العلمي والتشكيلي والوظيفي بصورة ناجحة ، يعطي فرصة للمهندس المعماري والمصمم الداخلي من أبداع ممكن أن يكون حدثاً تاريخياً .

❖ أهداف بيئية : المراكز التجارية الحديثة مصممة بحيث تتلافى أخطار التلوث البيئي، فيكون بها مواد عازلة للصوت ؛ لعزل الضجيج الآتي من شوارع

المدينة، ويكون محيط بها العنصر النباتي، الذي يعمل على إمتصاص الغازات الناتجة ، عن عوادم السيارات فتعمل على وجود هواء نقي نسبياً داخل المركز التجاري وخارجه .

◆ من الناحية العلمية : وجود الوسائل العلمية داخل هذه المركز تعمل على رفع المستوى العلمي لدى المواطنين، حيث يكون المواطن على علم بآخر المستجدات العلمية .

◆ أهداف قومية : إن تطوير البلاد والنهوض بها حضارياً واقتصادياً يعطي شعوراً بالإعتزاز والإفتخار بالوطن .

◆ أهداف إنسانية : توفير المستلزمات الشرائية المتنوعة بأقل وقت وجهد ، و تحقيق الراحة النفسية بالترفيه وكسر الملل وروتين الحياة العملية ، وتعطي فرصة لإرضاء كل الأذواق لجميع الاعمار⁽¹⁶⁾.

يتصف مفهوم الفراغ الداخلي للمراكز التجارية بعدة مزايا منها :

1- تحقيق الجاذبية : حيث يتميز الفراغ الداخلي للمركز التجاري بجاذبيته للأفراد حيث يجذب العقل والحواس ،ويشجع على التحرك بالفراغ والاستمتاع بالحياة الاجتماعية ، فمن خلال هذا المفهوم فان الفراغ الداخلي يتحدث عن عمارة داخلية مميزة تعمل لتلبية إحتياجات الأفراد .

2- الحلول الاقتصادية : حيث تبدو المراكز التجارية عالية التكاليف ؛ بسبب الفراغات الداخلية الشاسعة ،ولكنها تتميز بتقديم حلول اقتصادية ،منها توفير الإظلال للفراغات المحيطة بها ، وتوفير أعمال تنسيق الحدائق بها ،وهي تفيد في حالة استغلال الإضاءة الطبيعية أثناء النهار، ولذا فهي تستهلك قدراً أقل من الطاقة .

3- الاحتواء : حيث يتميز الفراغ الداخلي بتوفير وسائل الراحة ، ويعتبر فراغاً محمياً من الرياح والأمطار ،وارتفاع درجات الحرارة ، وعلى هذا فإن الفراغ الداخلي للمراكز التجارية يختلف بصورة كبيرة عن الفراغات العامة .

4- النشاط المتنوع : حيث يعتبر الحاجة للتسلية والترفيه أهم مميزات الفراغ الداخلي ، ومن الإمكان استغلال أرضية الفراغ الداخلي الرئيسية كقاعة استراحة أو معرض أو مسرح ، ويتيح الفراغ الداخلي استغلال المستويات العلوية جيداً ، حيث يعمل على الربط الفراغي بين المستويات المتعددة (17) .

أنواع الفراغات الداخلية للمراكز التجارية :

يعتمد تنوع الفراغ الداخلي التجاري على العلاقة التبادلية التي تربط محددات الفراغ الداخلي (الحوائط ، الأسقف ، الأرضيات) مع بعضها البعض ، وطريقة ترتيبها من خلال الفراغ ، فالفراغات الرئيسية ذات الأهمية الأولى في تحديد الحد الأدنى من النسب الواجب توفيرها لإستعمال ما ، ويمكن أن نحدد أنواع الفراغ الداخلي كالآتي :

- 1 - الفراغات الوظيفية : هي الفراغات التي تتم فيها الأنشطة والأستعمالات التي خُصت لها، ولايجوز تخفيض هذه الفراغات عن حدها الأدنى .
- 2 - فراغات الخدمة والمرافق : هي الفراغات التي تتم فيها الأنشطة والأستعمالات المرافقة للأستعمالات التي خصت لها هذه الأبنية .
- 3 - فراغات الحركة : هي الفراغات المخصصة للانتقال والدخول والخروج ، وغيرها من أنواع الحركة التي تصاحب الأنشطة ، التي خصت لها. ويجوز تخفيض هذه الفراغات ، ولكن بشكلٍ ملائمٍ ، وتحقيق متطلبات الأمن والسلامة العامة .
- 4 - الفراغات الثانوية : هي الفراغات الإضافية في البناء، والتي يضيف توفيرها فوائد معينة ، ولكن لا علاقة لها بالأستعمالات التي خُصص لها هذا البناء، على أنه يجب مراعاة الحدود الدنيا لأبعاد هذه الفراغات، بحيث يمكن استعمالها ولا تصبح من ضمن الفراغات الميتة. ويضم هذا النوع الفراغات التالية :

فراغات الشرفات والفرندات والسطوح حيث تعتبر فراغات ثانوية ما لم تستغل لأحد أنشطة الاستعمالات التي خصص البناء لها، وفي هذه الحالة تعتبر فراغات وظيفية .

فراغات المناور والتمديدات والتهوية ؛حيث تعتبر فراغات ثانوية ما لم تستعمل لأنشطة أخرى، وفي هذه الحالة تضم الى نوع الفراغ الذي تؤهل له الأنشطة الإضافية التي تمارس فيها .

فراغات زيادة السعة والتجميل، هي الفراغات الإضافية التي تزداد في الفراغات الوظيفية ؛ بغرض إيجاد فراغ أكثر سعة وأكثر جمالاً .

5- الفراغات الميتة : هي الفراغات التي لا يمكن استغلالها ؛وذلك نتيجة شكلها أو حجمها أو موضعها، أو التي لا يمكن استغلالها إلا في حالة تجهيز أثاث خاص يلائم شكلها أو حجمها، مما لا يوجد بشكل اعتيادي⁽¹⁸⁾ .

مقاييس ونسب الفراغ :

يحدد مقياس أي فراغ داخلي وأبعاده بواسطة العلاقة بين مجموعة الفراغات المكونة له، وطريقة ترتيبها مع بعضها البعض ، وهناك نوعان من المقاييس لتحديد أبعاد أي فراغ داخلي للمراكز التجارية هما :

1- المقياس الشامل : ويتحدد المقياس من خلال عدة عناصر :

مقياس الفراغ الداخلي ؛ وأبعاده بالنسبة للمقياس الكلي للمبنى .

مقياس الفراغ الداخلي بالنسبة لباقي الفراغات المطلوبة للمبنى التجاري .

مقياس الفراغ الداخلي للفراغ من إنشاءات ثابتة ومتحركة بجميع أنواعها .

2 - المقياس الإنساني : وتتحدد من خلال المقاييس الخاصة بجسم الإنسان ، فإستخدام تشكيل مفردات الفراغ المعماري معتمد على مقياس جسم الإنسان ، مثل الأثاث الداخلي للفراغ (الطاولة ، والشبابيك ، وأساليب العرض المختلفة) ، وبذلك نستطيع الوصول لحجم الفراغ المناسب ، عن طريق تحديد حجم معين من الأثاث الداخلي المعتمد في تصميمه على مقاسات جسم الإنسان ، والإستخدام المباشر الملامس له .

ويمكننا تحديد عدد من الفراغات تبعاً لمقياس الجسم البشري ، وهى :

الفراغ الحميم : وهو الفراغ داخل المحلات التجارية والممرات التجارية .

الفراغ الكبير : وهو الفراغ في الساحات التجميعية .

الفراغ الأعظم : وهو فراغ المنطقة المحيطة بالمبنى التجاري .

ويعتبر المبنى التجاري من المباني ذات المرونة العالية ، والكافية لتحقيق كافة أنواع الفراغات المتعلقة بالمقياس الإنسان ، بأنواعه الثلاث (19) .

الفراغ الشخصي وتأثيره على الفراغ التجاري :

إن كل فرد له ميل طبيعي نحو تحديد فراغ شخصي خاص به ، وهو ما لا يخترقه الآخرون أو يجتازوا حدوده. وتختلف حدود هذا الفراغ تبعاً لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه ، وطبيعة المكان الذي يتواجد فيه ، وطبيعة الأشخاص الذين يتعامل معهم . وهذا الفراغ يؤثر وبشكل كبير على الانطباع الشخصي للفرد نحو المكان ، ومدى شعوره بالارتياح فى التعامل فى نطاق الحدود والمسافات التي يفرضها هذا المكان على مرتاديه ، وقام العالم فى علوم الإنسان (إدوارد . تى . هول) بتوصيف سلسلة من المسافات التي تستعمل من قبل الشخص عند اختلاطه بالآخرين، وهذه المسافات هي :

المسافة الحميمة :

وهى المسافة المخصصة العائلة ، الأطفال الصغار ، والأصدقاء المقربين جداً . وهناك العديد من الأفراد الذين لا يتقبلون، ولا يشعرون بالارتياح فى مثل هذا المدى القريب فى الأماكن العامة ، والاستثناء الوحيد لهذه القاعدة العامة هي عندما يضطر الفرد إلى الدخول فى أماكن ضيقة مثل المصاعد . وفى هذه الحالة يلجأ الفرد إلى إن يتفوق أو إن يغلف نفسه فى غلاف غير مرئي يحيط به ؛ ليحميه حتى ينتهي هذا الاتصال الذي فرض عليه .

المسافة الشخصية :

وهى المسافة للمساحة المحمية أو المؤمنة ، حيث لن يكون مرحباً بالغرباء فيها .

٣١ المسافة الاجتماعية :

هو الفراغ الطبيعي الذي يتعامل فيه الناس عند العمل سوياً ، وهي المسافة المألوفة في التجمعات الاجتماعية ، وهي تسمح بوضوح الحدث والانفعالات ، وهنا يكون الاتصال ذا دقة وكفاءة عالية ، ولذا فعند ترتيب المقاعد في الأماكن العامة . فمن الهام أن تكون رؤوسهم في نطاق هذا المدى ، أو أن تكون المقاعد قابلة للتحويل ؛ لتكون في مدي المسافات المطلوبة .

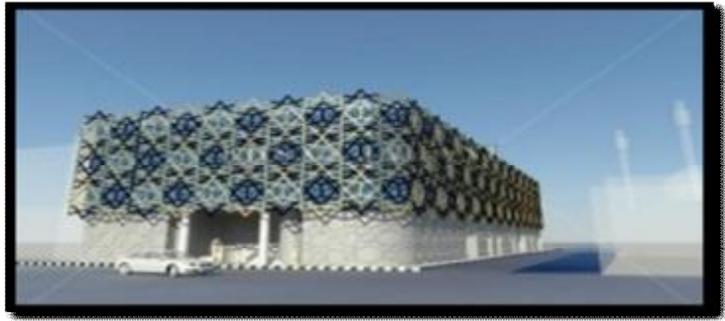
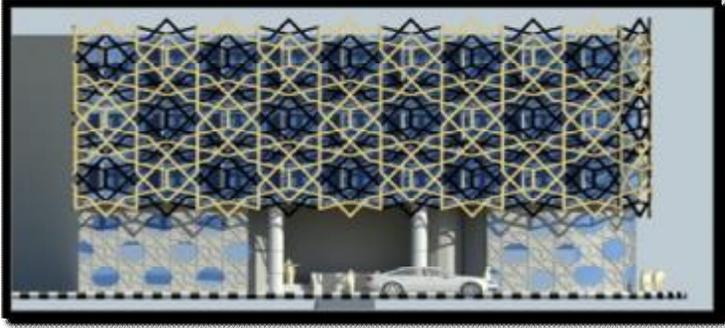
٣٢ المسافة العامة :

وهو المدي حيث يبدأ عدم التداخل ، حيث تسمح هذه المسافة بأن تمر بشخص تعرفه مع عدم الإلزام لتقف وتتبادل التحيات ، فعلى المصمم أن يوفر مداخل ، وممرات ذات اتساع يتناسب مع حسابات المسافة العامة (20) .

وللإجابة عن تساؤلات البحث سوف نتناول إستعراض نماذج لمراكز تجارية عالمية علي الطراز الاسلامي التي من أهمها :

1- المركز التجاري أميران - طهران ، إيران - 2011 .

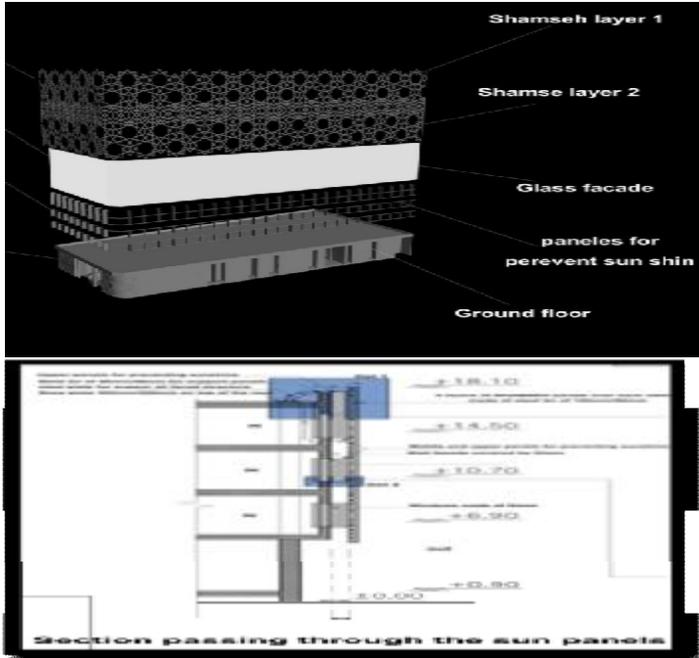
* **التوصيف العام :** مركز تجاري يتبع في تشكيله الاتجاه الموديولي (المصمم إحسان جهاني) ، يتكون من طابقين يتبع النظام المغلق للمراكز التجارية ، وفكرة التصميم بسيطة ، فهي تعتمد علي وحدة زخرفية هندسية إسلامية في تصميم مدروس للواجهة ، علي مستوي أفقي ، ورغم أنه تصميم بسيط لكنه قوي وموحد .



المركز التجاري أميران Amiran إيران – الواجهة الأمامية .

- **الفكرة التصميمية :** العمارة الإسلامية الإيرانية غنية جداً من حيث العناصر والمفردات التشكيلية المعمارية ، والتصميم يحمل التميز والروعة من الناحية الجمالية والحفاظ على الهوية الإسلامية وتحويلها إلى المستوى العالمي . والفكرة تركز في الواجهات الخارجية حيث حاول المصمم الربط بين تشكيل الفنون الإسلامية والإيرانية في المجال المعماري ؛ لتكوين الأيديولوجيات في

عصر العولمة ، وإيجاد وجه جديد في المدينة الصناعية بأسلوب التقنية الحديثة. من خلال توظيف الزخارف الهندسية وبشكل متواصل في وحدة زخرفية متكررة ، وذلك بنتيبت شرائح معدنية لإعادة توليد الطاقة الشمسية، ومعالجة الواجهات الأربعة للمركز التجاري بصورة مبتكرة بأسلوب عصري ، وتوليد الطاقة وتجزئة الزخرفة بما يتناسب مع تقنيات توليد الطاقة بالطبقة الأولى هي الطبقة الزجاجية المغلفة للمبنى ، وهي النوافذ التي تسمح للضوء للنفوذ ، والثانية ألواح الهيكل الصلب العمودي الذي يمنع أشعة الشمس المباشرة للتسلل وذلك لان المبنى متجه جنوباً، وكذلك لخلق الظل، ويحمل الطبقة الثالثة وهي الطبقة الرئيسية من الواجهة . وتتكون من تشابك لشكل اسلامي بسيط وهو الطبقة النجمي، وخلق نوع من التكوين بشكل بسيط وهو مصنوع من مادة القصدير الصلب(21) .



توضيح فكرة أستغلال الطبقات الخارجية للمبنى بتصاميم هندسية إسلامية (الطبقة النجمي) .

- إيجابيات المشروع :

- ◆ تصميم الواجهات بسيط ويحتمل أن يكون بألوان مختلفة.
- ◆ توليد الطاقة الشمسية فكرة جيدة ومتطورة ، ويحمل مبدأ حماية البيئة .
- ◆ ضخامة وأرتفاع كتلة المبني توحى بالفخامة ، مما يعتبر عنصراً جذاباً .
- ◆ التنوع في الواجهات بين المصمت والمفتوح واستعمال الألوان والخامات المتجانسة أدي إلي تشكيل تناغم في الشكل العام .
- ◆ التصميم اقتصادي وفقاً للمواد التي تستعمل (الزجاج والقصدير) .
- ◆ المركز التجاري يتبع نظام المراكز التجارية المغلقة ، فهو مكان ناجح لأستغلال مساحات الواجهات الاربعة علي مدار العام .
- ◆ أستخدام الزخارف الاسلامية الهندسية (الطبق النجمي) تعطي فرصة لتحقيق مبدأ النسب والتناسب بين الطول ، والعرض، والتكرار، والربط بين الواجهات الاربعة ، وللتحكم بحرية في إظهار التصميم المثالي ، والتصميم رائع من الناحية الجمالية ؛ذلك للحفاظ علي الهوية المحلية ، وتحويلها للمستوي الدولي.

2 - سوق البحار :

- التصميم لمجموعة أعمار العقارية - دبي الإمارات العربية المتحدة -2007.
- **التوصيف العام** : هو سوق تجاري ترفيهي ، (يتبع الاتجاه التشكيلي العوده إلي الشارع) .

ويتألف من طابقين يضمان ممرات واسعة ، تنتشر على جانبيها المحال التجارية في تصميم يحاكي أجواء الأسواق ، يوجد في موقع متميز وسط دبي، على جزيرة البلدة القديمة ، ويطل علي بحيرة برج دبي ، ويضم سوق البحار 130 متجراً ، بالإضافة إلى ممشى ذي واجهة مائية ساحرة تنتشر على جانبيه مجموعة من أرقى وأفخم المطاعم والمقاهي، والتي يصل عددها الإجمالي في المشروع إلى 25 مطعمًا ، وتتنوع ساحات التجمع فيه بين مقاهي ومطاعم تتحد كونها مفتوحة ،

وتحيط بالمحيط الخارجي للسوق المطلة على سطح الماء، كذلك يحتوي على جسرٍ مخصصٍ للمشاة يصل بين "سوق البحار" و"دبي مول" ؛ لتسهيل تنقل الزوار بين المشروعين .



الواجهة الامامية لسوق البحار المطل على البحيرة المائية .

- الفكرة التصميمية : يستمد سوق البحار اسمه من فكرة الاطلالة على مشهد البحر، أي جعل الخلفيات لكل أماكن الجلوس هو المشهد الطبيعي وهو البحر ،

ومن موقعه المتميز "على طول البحر" فوق جزيرة في بحيرة البرج ، كذلك صمم بالتصاميم المعمارية الاسلامية ، التي تتميز بها الدهاليز الحجرية الطبيعية من القناطر العالية وعناصر الإضاءة النحاسية ،. وتتساب للمسات الثقافية الحضارية عبر السوق، حيث تعرض المتاجر والمحلات منتجات التراث العربي الأصيل ،من خلال مجموعة من المصنوعات الحرفية الأصيلة، والعمارة ،والسجاجيد ، والأثاث ،والمفروشات المنزلية ، ويوجد بالسوق عدد من البنوك ،وكذلك يوجد فرع لأحد أكبر محال السوبر ماركت التي تقدم خدماتها لقاطني مشروع « برج خليفة» ،«سبينس» الذي يمتد على مساحة تبلغ 5.587 قدماً مربعة، أما الطابق الثاني فنوعية المحال التجارية تختلف من حيث تخصصاتها وحتى ديكوراتها، مثل بيع الساعات .

ومما لا شك فيه أن مصممه قد برعوا في استخدام الماء ؛لإحياء المكان وجعله أيقونة رائعة جداً ، وأكثر ما يميز سوق البحار هو مقابلته لنافورة «دبي فاونتن» التي تتوسط بحيرة برج خليفة، حيث تمتد هذه النوافير على مساحة 380 متراً، ويصل طول «دبي فاونتن» إلى أكثر من 900 قدم (275 متراً) ، وهي مزودة بخراطيم قادرة على ضخ المياه في الهواء بارتفاع أعلى من برج مؤلف من 50 طابقاً. كما تم تزويد «دبي فاونتن» بأكثر من 6000 مصدر للضوء ، إضافة إلى أجهزة إسقاط تعكس 25 لوناً تتماهى في طيف ضوئي ساحر، وأكثر من 1000 تشكيل مائي، ما يمنح الزوار فرصة متابعة عروض بصرية لا مثيل لها، ويمكن لزوار سوق البحار وكذلك دبي مول متابعة عروض النافورة ؛ من خلال شرفات المطاعم المطلة على منطقة وسط برج خليفة، وهو ما يمنحهم منظرًا بانورامياً رائعاً . ويختار الزائر في سلسلة المطاعم التي يحتضنها السوق، فبعضها يحتفظ بإطلالة مباشرة على ممشى الواجهة المائية، والبعض الآخر يحتفظ بإطلالته على برج خليفة والبحيرة المقابلة له، والتي ما إن يسدل الليل ستائره حتى تبدأ نافورتها بالرقص في عروض مائية وضوئية على أنغام الموسيقى المحلية والعالمية .



ينفرد سوق البحار بطرازه المعماري المستوحى من التصميمات الهندسية العربية التقليدية التي تتسجم مع الأجواء المحيطة به ، وتفيذه في أدق التفاصيل من المداخل الي دورات المياه وتفاصيل الدرابزين .

- إيجابيات المشروع :

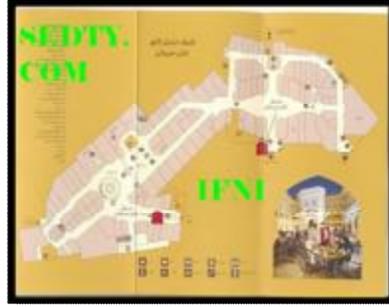
- ◆ الاعتماد علي مشهد البحر والأطلالة عليه لخلق أجواء خاصة للمكان.
- ◆ وجود تفاصيل دقيقة بالمكان تحمل الطابع الإسلامي ، كدرايزين ، وحدات الأضاءة ، وفتحات الابواب والنوافذ ، والمظلات .

3 - سوق خان مرجان :

شركة وافي للعقارات - دبي الامارات العربية المتحدة-2007.

- التوصيف العام : سوق تراثي (فلسفة التشكيل الشخصية التاريخية) ، يتكون من طابقين أرضي وتحت الارض ، وله مدخلان ، ويمتد على مساحة 50 ألف قدم مربع مخصصة للمحلات البالغ عددها 150 محل ،وسلسلة من المطاعم

والمقاهي وأماكن التجمع ، يتكون المركز من أربعة أحياء إسلامية هي :الحي المغربي ،الحي المصري ،الحي السوري ، والحي التركي .



نسخة تراثية أسطورية تعود من القرن الرابع عشر الميلادي الى القرن الحادي والعشرين، أي بعد ما يزيد عن 600 عام، باعتباره نسخة عن السوق الأسطوري القديم، الذي أقيم في القرن الرابع عشر على أحدث طراز العمارة الإسلامية في ذلك العهد.

- **الفكرة التصميمية :** دخل سوق "خان مرجان" عالم الأساطير من أوسع أبوابه، وكان جزءاً مهماً من نمط الحياة العربية لقرون عدة، وهو سوق بني تحت أرض بغداد فبعق بالأصالة، واشتهر منذ القرن الرابع عشر الميلادي بسحره الذي يفتن كل من ينظر إليه، هو المكان الذي بناه أمين الدين الأمين الاولجايتي عام 1358، أي بعد قرن من سقوط بغداد عام 1258، وكان هذا الخان في السابق محط رحال التجار، فقد بُني ضمن أبعاد محسوبة وبحسب طاقة المسافرين. ورغم تعرض هذا المعلم التاريخي المهم للغرق ؛ بسبب وصول المياه

الجوفية إلى أماكن عالية منه، فهو لن يمحي من ذاكرة التاريخ، خاصة أنه كان مصدر إلهام لبناء "سوق مرجان" في دبي تحت أرض مركز (وافي) ليأسر بسحره وإبداعه وجدان الجيل الجديد، إن تصاميم السوق جاءت بعد العديد من البحوث والدراسات التي أجراها عدد من المؤرخين والمهندسين المعماريين حول السوق، ويعيد وافي بناء خان مرجان؛ ليجعله صرحاً تاريخياً وثقافياً للحرفيين وأصحاب المهارات اليدوية؛ لتحاكي زوار دبي وبنفس التفاصيل تاريخ هذا الزمان، وما شهده من طفرة فنية في التصاميم المعمارية الإسلامية والعربية، ليكون وجهة عالمية وذات أهمية للزوار، يعكس مزيج المحلات المستوى العالي من الحرفية التي تتمتع بها المشغولات والأعمال الفنية التي يستضيفها السوق، كما يمكن للزوار والسياح مشاهدتهم وهم يعملون على تشكيل تحفهم الفنية والأعمال الزجاجية والسجاد الفارسي، والأواني الفخارية، كما يمكن الاستمتاع بمشاهدة الفنون الإسلامية، التي ترسم تشكيلات فائقة الروعة والجمال على أسطح البلاط والسيراميك، كذلك يحتوي المركز على خياماً تقليدية ملونة كمجالس لمحبي الشعر والثقافة كبرامج ثقافية .



نماذج من المصنوعات اليدوية، وطريقة صناعتها

وكان الخان قديماً يعرف بخان " الأورنمة" أي الخان المسقوف باللغة التركية، ويعد من أهم المباني الإسلامية التي ورثها البغداديون، من هنا جاءت فكرة السقيفة الزجاجية بطول 36 متراً، حيث استلهموا لوحات السقف المزخرف بالزجاج المعشق ؛ لتصور حياة التجار والمسافرين في البلدان العربية والإسلامية في القرن الرابع عشر، وتروي هذه الرسومات قصصاً من تاريخ تجار بغداد القديمة وهم يتبادلون البضائع من السجاد، والتحف ، وتعتبر عنصراً جمالياً، ولوحة توثيقية لحقبة من التاريخ، و أن الرسم استغرق عدة أشهر وتعاون في تكوينه وصياغته 35 فناناً تشكيلياً .



صور تبين السقيفة الزجاجية بمركز خان مرجان التجاري .

فناء الخان الذي يقع فيه المطعم المفتوح في مساحة رائعة من المرمر مفتوحة الي السماء المستوحى من الطراز الأموي، وتوفر الهدوء والسكينة للزوار. كما تمثل

الفنون المعمارية المميزة بزخارفها البديعة القلب النابض بالنشاطات الاجتماعية
داخل السوق .



الساحة المفتوحة بسقفها المنزلق علي مسارات معدنية والمتحرك اليأ
حيث يمكن قفلة في ساعات النهار وتكيف المكان ، وفتحه في ساعات الليل
ليعطي أجواء طبيعية للمكان .

والساحة المفتوحة إلى السماء مزينة بعجلة مياه تقليدية تدور مع حركة المياه
الجارية، وتذكرنا بالطريقة التقليدية التي كانت تعتمد آنذاك لجمع المياه. كما تضم
الساحة مطعماً راقياً يعتمد أسلوب الطهي باستخدام الوسائل القديمة ، مثل الحطب
والفحم، حيث يمكن للزوار التجمع وتناول الغداء أو العشاء على أصوات عذبة
تنبعث من المياه الجارية من عجلة المياه وتمتزج مع أشعة الشمس المتلألئة في
أجواء وقد أحاطت بها الدكاكين القديمة التي تباع مأكولات تقليدية ، حيث تحوله إلي

مكان ساحر يضم تقاليد أجدادنا بمأكولاتهم الشهية و فنونهم الحرفية المتميزة
الخلاية .



عجلة المياه التقليدية عنصر جمالي وتساعد علي تلطيف درجة الحرارة

وناعورة الماء تتحرك حركة رأسية علي مستوي دورين من المبني ،بجدارية
حجرية ملونة بأحجار بنية في خطوط أفقية لتعطي أتساعاً للمكان ، الناعورة
تتحرك حركة هادئة بطيئة تعطي شعور بالراحة والانتعاش من صوت خرير
الماء، وهي تساعد علي تلطيف درجات الحرارة العالية في المكان ، وهي الي
جانب كونها عنصراً جمالياً هي أيضاً معالجة لجفاف الهواء وارتفاع الحرارة .



تبين المطعم المفتوح مع ناعورة الماء حيث تعمل علي تلطيف درجة حرارة المكان

يتضمن ما يقارب 240 وحدة مصممة تبعاً للمعايير الخاصة بكل بلد ، كما أن المهندسين دققوا في مختلف التفاصيل ، وتم تحديد الفروق بين ما هو أصيل وغير الأصيل، ورفضت أي فكرة لا تتوافق مع منهجية العمل التراثي، وتمت المعالجات الداخلية في غاية الدقة والصرامة .



تفاصيل لبعض وحدات الاضاءة بالمركز خان مرجان، الوظيفة واحدة والاشكال متعددة

- ايجابيات المشروع :

➤ المركز التجاري خان مرجان يجمع بين الفن والثقافة ومتعة التسوق، وذلك بالتفاصيل الجميلة المتمثلة في الأبواب الخشبية المزخرفة ، والمشغولة يدوياً بفن الأرابيسك والفوانيس القديمة، والألوان الزاهية على الجدران والأبواب، الارضيات الرخامية ، حيث حرص المصمم على نقل مفردات الجمال والروح والإحساس، وكل التفاصيل من سوق خان مرجان الأصلي .

-4 مركز ابن بطوطة التجاري :

تصميم وأشرف المكتب الهندسي مكتب «ديوان» - دبي - الامارات العربية المتحدة -2005.

- التوصيف العام : من المراكز الإقليمية المغلقة ، وهو مركز ترفيهي إجتماعي عائلي، فالمركز عبارة عن طابق واحد مع طول يصل إلى 1.2 كيلومتر، يعتبر مركز تسوق ابن بطوطة الأطول في العالم، ويضم العديد من المراكز الترفيهية ومحلات التجزئة ضمن فئات وماركات متعددة. يمتد على مساحة واسعة تصل إلى 5.4 مليون قدم مربع ،بما فيها مواقف للسيارات تتسع لأكثر من 5000 سيارة، وفي حين تبلغ المساحة الكلية المخصصة للمحلات التجارية في المول

67.500 متراً مربعاً التي يصل عددها إلى 275 وحدة تجارية، تمتد منطقة المطاعم على مساحة 3.800 متراً مربعاً ، يشتمل مركز ابن بطوطة مول على مسرح (أي ماكس) الوحيد في البلاد و أيضاً يضم 21 شاشة عرض سينمائي.



الواجهة الامامية لمركز ابن بطوطة التي تنم علي تفاصيل اسلامية

- **الفكرة التصميمية :** يعد أكبر مركز تجاري في منطقة الشرق الأوسط ، حيث أستوحيت تصميماته من قصة الرحالة العربي ابن بطوطة ، وتم إطلاق هذا الاسم تيمناً به ، والذي عاش في القرن الرابع عشر ، حيث يرتكز مفهوم مركز التجاري على حياة الرحالة والمغامر والعالم العربي ابن بطوطة، الذي قام برحلة عبر العالم حين كان عمره 20 عاماً. وكان مستكشفاً كونياً، وله رؤية عظيمة، فسافر سعياً وراء المعرفة والاستمتاع، وقادته رحلته البالغ طولها 75 ألف ميل بحري الى مغامرات خطيرة وممتعة عبر الأندلس، وشمال أفريقيا، ومصر، وبلاد فارس، وبلاد الهند والسند (الصين). وجرى تجسيد النماذج الجغرافية الرئيسية لهذه المناطق الست والتي زارها ابن بطوطة من ناحية العمارة والأجواء العامة للردهات الست المختلفة ، ففي داخل المول قُسمت المساحات لتكون بمثابة ست دول، وتمت فيها محاكاة الطراز المعماري لكل حضارة من تلك الحضارات ، وأستلهمت التصميمات الهندسية للمركز من رحلاته ، وهو ما يتيح فرصة لإعادة تخيل هذه الرحلة التاريخية عبر الأعمال والرسومات الفنية التي تغطي أقسام مركز التسوق (22) . ويعتبر مركز ابن بطوطة للتسوق أول مركز تسوق مستوحى من حياة شخص عاش قبل ستة

قرون،. وتمثل كل ردهات المركز بقوة الغنى الثقافي والتاريخي لحياة هذا العلامة العربي، وتكون ملهمة للزوار. ونظراً الى أجوائها الفريدة، يتوقع أن تثير كل ردهة نوعاً من الاعتزاز، و نفذ في التصميم فكرة تقسيم المركز الى أجنحة عدة. وبذلك، يستطيع الزائر التسوق بسهولة عوضاً عن البحث العشوائي عن السلعة أو الخدمة التي يسعى إليها. وتالياً، فإن تقسيم المركز يضمن للمستهلكين تجربة تسوق ممتعة وخالية من المتاعب .

وقسمت المساحات إلى أربعة أقسام، الأول يلائم العائلة، ثم دائرة متاجر أساسية، يليها قسم للماركات العالمية المعروفة، وأخيراً إلى قسم مخصص لعالم الترفيه. إن كل قسم من أقسام المول يجسد حالة حية من بيئة ذلك البلد، فالمتجول سيحس بأنه فعلياً يعيش أجواء ذلك البلد. لقد تم تهيئة المناخ الملائم لجعل المتسوق يحس فعلياً بمتعة التسوق، فهذا المركز فريد بحد ذاته، مميز، متألق، يمزج التسوق مع التاريخ مع الحضارة مع معاني ودلائل تقديم الأفضل في الفن المعماري،انه بالتأكيد تحفة معمارية رائعة .





ساعة الفيل من أهم الاختراعات القديمة والتي وظفت في المبنى كنقطة جذب تحمل في طياتها المعلومة التاريخية

المكان هنا يحفل بالكثير من النماذج لاختراعات عربية وإسلامية غيرت وجه التاريخ توجد في الساحات الرئيسية للمركز التجاري ، وقلما يوجد ذكر لها في متاحف العالم وربما ينسب بعضها الآخر لغير أصحابها، وإلى جانب ذلك يخصص ركن في أحد جوانب المركز لعرض هذه النماذج .

وإحدى اختراعات العصور الوسطى بواسطة العالم الجزري وهي ساعة الفيل ، وهي عبارة عن ساعة مائية على شكل فيل ضخم أعلاه بيت صغير يصدر صوتاً وحركة كل نصف ساعة، بالإضافة الى الابتكار الميكانيكي الذي يقدمه هذا الاختراع، تعتبر ساعة الفيل مثلاً قديماً على التنوع الحضاري المتمثل في التكنولوجيا ، فالفيل يمثل الحضارة الهندية ، والاسيوية ، والتين يمثل الحضارة الصينية ، والعنقاء (طائر أسطوري كبير) يمثل الحضارة المصرية القديمة ، والعمامة تمثل الحضارة الاسلامية ، يوجد نسختان مماثلتان من ساعة الفيل في العالم إحداها في مول ابن بطوطة ، والأخرى في إحدى متاحف سويسرا (23) .

ويوجد تنوع في أشكال محددات الفراغ الداخلي للمركز ، فمثلاً طريقة التسقيف تختلف من جناح لآخر علي حسب نوعية طراز الجناح ،حيث التسقيف بألواح من الخشب البارزة والمستوية والمائلة والنصف دائرية مع الزخارف المرسومة بدقة متناهية ووجود وحدات الأضواء التزيينية؛لأعطاء الإيحاء المطلوب بأجواء تاريخية .



طريقة التسقيف تختلف من جناح لآخر علي حسب نوعية الطراز الإسلامي للمكان وهناك ثلاثة مقاهي لها مساحات جلوس خاصة بها بالحديقة ، وصممت هذه المساحات ؛ لتتلاءم مع فصول السنة، غنية بالتشكيلات الزخرفية الإسلامية والفسيفساء ، وتم توزيع الإضاءة بدقة بين أشكال وحدات إضاءة تزيينية ، و مخفية فإذا دخلتها ليلاً شعرت بأنك في بداية النهار بفعل التصميم للإضاءة السماوية الموجودة على السقف التي تشعرك بأن الشمس ساطعة.



مقاهي في منطقة الحديقة مزينة محددتها الداخلية بجماليات الفسيفساء .

- إيجابيات المشروع :

➤ - من المتعارف عليه أن الأسواق والمتاحف معلمان بارزان لا بد للزائر أن يعرج عليهما في زيارته السياحية إلى بلد ما ، ولعل ما يكسب «مول ابن بطوطة» في دبي أهمية استثنائية ؛ تتمثل في أنه متحف نادر يحتوي

نماذج طبق الأصل تحاكي أهم اختراعات العلماء المسلمين، كالأسطرلاب مثلاً

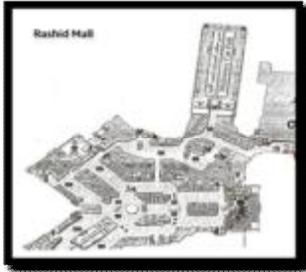
➤ أستعمال المعلومات التاريخية ، وقصص الإختراعات القديمة كعنصر مفاجأة للزائرين بمختلف الأعمار .

5- الراشد مول (الخبر) المملكة العربية السعودية .

تصميم وتنفيذ شركة راشد سعد الراشد - 1995 .

- التوصيف العام : هو من المراكز المغلقة ،ويتكون من ثلاثة طوابق، يحتوى على 380 وحدة تجارية - 6 محال متعددة لتناول الطعام - يمتد على قطعة أرض مثلثة الشكل مساحتها 78000 م²، وتبلغ المساحة الإجمالية للمباني 115000م² - وهو مركز ترفيهي إجتماعي عائلي .

الوا
جهة



الرئيسية لمجمع الراشد ، وقد قام المصمم بإضافة لمسة إسلامية لإستخدامه للسلسة الإسلامية الهندسية كإطار علوى لواجهة المركز التجارى والمسقط الافقي على شكل حرف Y بحيث يسهل بذلك تقسيم المبني الي ثلاث أجنحة رئيسية

- **الفكرة التصميمية :** يعبر التصميم عن هوية ذاتية خاصة بالبيئة ، فتم تصميم واجهة المدخل الرئيسية على شكل القلاع التاريخية الموجودة بالمنطقة الشرقية من المملكة ، وتم توزيع النخيل أمام الواجهة الرئيسية ، وإعطاء لون التشطيبات للحوائط الخارجية بنفس لون رمال الصحراء (كما هو مبين بالشكل). وتم إدخال الروح العربية على التصميمات الداخلية من وحدات الإضاءة ، والعلامات ، والكتابات ، والمصاعد البانورامية . والشكل المعماري للمركز التجاري مصمم على شكل حرف Y ويحتوى على 11 مدخلاً وهدف هذا التشكيل المعماري إعطاء أكبر مساحة رؤية لكل أجزاء المركز للمتسوق . ففى كل قسم من التخطيط y ، لأذرع هذا الشكل مغطى بسقف زجاجى يسمح بمرور الإضاءة الطبيعية للمكان ، أما عن التخطيط الداخلى فيتميز بسهولة الحركة للمتسوقين حيث توجد الكثير من العلامات الإرشادية ، والوحدات الإلكترونية، التى تساعد على توجيه الحركة إلى المحال التجارية المختارة بدقة تامة ، وتقلل من وقت العميل فى التحرك .أماكن الجلوس متوفرة فى كل الممرات التجارية، وتوجد نافورة مياة تعبر عن فصول السنة الأربعة ، بتشكيلات من المياة بارتفاعات متفاوتة ذات تحكم إلكترونى، وتتواجد فى الساحة الرئيسية للمركز التجارى للتعبير عن رحابة الاستقبال بالزائرين .والواجهات الداخلية للمحال التجارية تلتزم بالحدود العامة للمركز التجارى والقياسات الرئيسية الخاصة به . والتحكم فى المناخ الداخلى التهوية والتبريد ، من خلال أجهزة إلكترونية وأيضاً تحكم آلي، وأيضاً نظام الإضاءة الداخلية باللوحات الإلكترونية، والشاشات التلفزيونية .



تم تكسيه الأرضيات ببلاطات السيراميك ذات اللونين الأبيض والرمادي ويغلب اللون الأبيض على الأرضية ، أما الأعمدة الدائرية المقطع بخامة الأستنانيس الفضية ، كما تم تكسيه جوانب السلالم المتحركة بالمرايا ، تم عمل الترايزينات للأدوار المتكررة بخامة النحاس الأصفر . وزودت المساحات الداخلية للمشروع بأحواض داخلية لنباتات مناسبة ، لإستكمال المظهر الداخلى للمشروع وتأمين عنصر الجذب اللازم لموقع الجلسات بالمجمع⁽²³⁾ .

- إيجابيات المشروع :

- ◆ المسقط الافقي للمشروع علي هيئة مثلث (Y) ساعد علي تجزئة المركز ، وسهل بذلك علي الجمهور تحديد احتياجاتهم بصورة مباشرة ؛ولأعطاء أكبر مساحة رؤية لكل أجزاء المركز .
- ◆ وجود عدد (أحدي عشر) من الأبواب سهل عملية الدخول والخروج دون حدوث الأزدحام .
- ◆ يتميز بسهولة الحركة بالداخل وذلك لوجود الكثير من العلامات الارشادية ، والوحدات الإلكترونية التي تساعد علي توجيه الحركة للمحال التجارية ، وتقليل وقت العميل للتحرك .
- ◆ التحكم في المناخ الداخلي للفراغ الداخلي بواسطة أجهزة التبريد الإلكترونية .
- ◆ توفير الحركة الرأسية بكل سهولة ويسر في الطوابق الثلاث وهي عبارة عن مصاعد بانورامية والتي صممت علي شكل المبخرة السعودية .
- ◆ إستخدام العلامات الارشادية بالتصاميم العربية وكذلك وحدات الإضاءة الرأسية علي الأعمدة .

6- السوق المركزي - الشارقة 1978 :

- التوصيف العام : يتبع نظام الأسواق المغلقة ، مساحته نحو 80 ألف متر مربع، ويعتبر السوق تحفة معمارية، ويبلغ عدد المحال التي يضمها السوق 645 محلاً ، والسوق علامة فنية مميزة في الشارقة ،تؤشر على الروح

الإسلامية التي تغمر هذه البلاد هوية وثقافة ، ومزود بإذاعة محلية مرتبطة بالمسجد، فضلاً على ذلك مصان للنساء في الطابقين الأولين من جناحي السوق، عدد من المطاعم ، ومساحة 500 متراً مربعاً كأماكن للترفيه، وتم بناء السوق عام 1978، ثم التوسعة 2003 ، و يحتوي علي نافورة في الواجهة الامامية ، وقد وفرت لزواره مواقف تتسع لنحو 700 سيارة، ويُسمى بالسوق الأزرق والسوق الإسلامي .





يتكون من جناحين رئيسيين
لبناية مكونة من طابقين يشتملان
على ثمانية بلوكات ويتصلان
بجسرين ممتدين يربطان بينهما،
يطل أحد هذين الجناحين على بحيرة
خالد مباشرة بينما يطل الجناح
الآخر على شارع الملك فيصل .

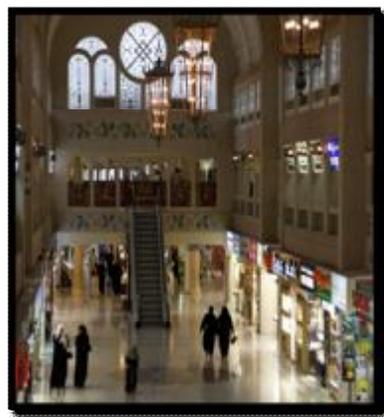
- الفكرة التصميمية : السوق المركزي هو قطعة فنية تتمدد وسط إمارة الشارقة،
تميزت من خلالها مهارة التصميم المعماري ذي الصبغة الإسلامية على أرض
تنطق بلغة الطبيعة الغناء حيث الماء والخضرة ، و تعكس الأقواس والبلاط
الكلاسيكي ذات اللون الأزرق الذي يزين جدران السوق الخارجية روعة وفن
العمارة الإسلامية، وقد التقت على سطحه مع التراث الإماراتي القديم الذي
تجلى في أبراج البراجيل* والتي كانت تستخدم قديماً كوسيلة تبريد تقليديه،
حيث يبلغ عدد البراجيل الموجودة فيه 22 برجياً ،صبغت جميعها بلون
الصحراء الطبيعي، أما على المداخل فكانت نوافير المياه تأخذ مكانها لتكمل
جمالية المشهد. وأستخدم الزخارف الكتابية بواسطة دوائر متساوية ومتسلسلة
بتدرجات اللون الأزرق ، وهذا هو السبب في تسميته بالسوق الأزرق .

* البرجيل برج يعول سطح المبنى جوانبه وأطرافه ملتحمة ويتكون من أربعة
أعمدة ، والهواء يهب على السطح يمر عبر المنفذ إلى الداخل بينما الهواء
الساخن يرتفع للأعلى ، ومع اشتداد حركة الهواء ، تتم عملية التبريد في الغرفة
الخاصة ، وتمثل معلماً معمارياً مميزاً لمساكن الإمارات ، حيث كان من
الضروري أن يتواجد بالمسكن هوائي واحد على الأقل، بينما يزداد عددها إلى
اثنتين أو أكثر حسب سعة المنزل والقدرة المالية لأصحابه . ويتجلى ذلك في
المباني القديمة التي ما زال بعضها موجوداً .



واجهات السوق المزخرفة بكتابات الخط العربي

والفراغ الداخلي للسوق مصمم بأستخدام زخارف إسلامية ، وخلال السنوات الثلاثين الماضية أخضع السوق لعمليات تحسين وتطوير عدة، لتساعده على مواكبة التطور العمراني والاجتماعي في الدولة، منها تغيير كامل أرضياته واستبدالها بالرخام تتوسطها زخارف رائعة الأشكال، وكذلك تنفيذ ديكورات جديدة للمبنى لتعكس روعة المكان، وتركيب أجهزة تكييف مركزي يغطي كامل المبنى، كما تم إضافة ممرات خاصة تسهل حركة ذوي الاحتياجات الخاصة داخل وخارج السوق، مع تخصيص عدد من مواقف السيارات .



تفاصيل داخلية للمكان من الداخل

- إيجابيات المشروع :

أستخدام الخط العربي في تجميل الواجهة الأمامية للمركز .

تنفيذ فكرة ربط جناحي المبني بواسطة الجسور مما يخلق تجربة فريدة للزوار .

هناك مزج أنيق في التصميم المبني بين العمارة المحلية (البراجيل) وبين (الخط العربي) والفسيفساء .

نتائج البحث :

توصلت الباحثة بعد طرح ودراسة نماذج من المراكز التجارية العالمية علي الطراز الاسلامي إلي الآتي :

تطبيق الطراز الإسلامي بطريقة حديثة يشكل نقطة حساسة ودقيقة ، وهي خلق أجواء تاريخية مميزة دون خلق تشويش بمتطلبات الحياة العصرية ، فمن المشاكل التي تواجه المصممين عدم قدرتهم على التحكم في تصميم واجهات المحال بداخل المركز التجارى بحرية تامة دون قيود تفرد بها بالهوية الذاتية للمركز ، فالتصميم الناجح هو الذى يحقق توازن بين الإطار الفعلى للشخصية المميزة للمركز، وبين ذاتية التصميم للمحال بداخله .

الطراز الإسلامي الحديث يمكن أن يتماشى مع أي بيئة مناخية ، من حيث تشكيل الفراغ الكلي والجزئي .

مثلما كان السوق هو نواة المدينة الإسلامية القديمة ومركزها ، أصبح المركز التجاري معلماً من معالم المدن المتطورة .

نشأة مراكز تجارية علي الطراز الإسلامي هو بمثابة دمج فراغين ، وهما السوق والمتحف، والحصيلة أثراء الفراغ الداخلي لوظيفة التسوق .

يمكن الاستناد الي مرجعية التشكيلات الاسلامية القديمة ، لإيجاد أفكار مستحدثة للفراغات الحديثة .

➤ فكرة إحياء الطراز الإسلامي ليس كونها شكلية، بل هي عنصر مهم في تشجيع الصناعات التقليدية، والحرف اليدوية، والمحافظة عليها وتجنب أندثارها.

➤ الطرز الإسلامية بكل تشكيلتها يمكن تنفيذها بكل يسر وسهولة، وذلك لما تعكسه ليونة الزخارف بأنواعها وأشكالها وأحجامها، فهي تناسب جميع الفراغات سواء المسطحات أم الكتل.

الهوامش

- 1 - فن العمارة في الحضارة الإسلامية : د . راغب السرجاني
<http://islamstory.com/ar>
- 2 - موقع قصة الاسلام - فن العمارة في الحضارة الإسلامية : د . راغب السرجاني -
<http://islamstory.com/ar>
- 3 - ملتقى المهندسين العرب - العمارة الإسلامية : الاحتياجات الوظيفية والأبعاد الروحاني - مصطفى جرادات - <http://www.arab-eng.org/vb/t16018.html>
- 4 - دعوة لامكانية أحياء فنون العمارة العربية الإسلامية في مشاريعنا المعمارية المختلفة : د . علي مسعود البلوش - مجلة فنون وأعلام - العدد الأول 1426 م - ص 34.
- 5 - مجلة العربي : عبد الحكيم الكعبي - نُظُم الأسواق في المدينة الإسلامية- العدد 619 - بتاريخ 2010/6
<http://www.alarabimag.com/Article.asp?ART=3875&ID=46>
- 6 - مجلة الكويت : أحمد أبو زيد - أسواق المدن العربية نسيج حضاري وإنساني - العدد 363 - بتاريخ 2014/1/8
<http://www.kuwaitmag.com/index.jsp?inc=5&id=516&pid=2400>
- 7 - مجلة الوعي الإسلامي : الأسواق والشوارع التجارية في المدينة الإسلامية - العدد 531
http://alwaei.com/topics/current/article_new.php?sdd=3363&issue=531

- 8 - مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية : فوز عائد جاسم كركجة- جوانب من
بنية المدينة الإسلامية ودواعي توثيقها — المجلد 11 - العدد 1
- بتاريخ 2011/4/24 -
<http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=25580>
- 9 - منهج الحفاظ علي العمارة الداخلية للأسواق التاريخية (حالة خان الخليلي):
فاطمة الزهراء حميد عبد الحفيظ- رسالة دكتوراه غير منشورة -
قسم الديكور - كلية الفنون الجميلة - جامعة حلوان - 2004 -
ص 10 .
- 10- الموسوعة الحرة - ويكيبيديا -
<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%AA%D8%B1%D9%8A%D9%88%D9%85>
- 11- توظيف الفراغات العامة والأنشطة التكميلية في رفع كفاءة المراكز
التجارية : حسناء حسين صلاح الدين - رسالة دكتوراه غير
منشورة - كلية الهندسة المعمارية- جامعة القاهرة -2009 -
ص 103،105.
- 12- تصميم واجهات المحال التجارية بين الوظيفية والجمالية : هبة سامي
منصور- رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الفنون - عمارة
داخلية - الاسكندرية-1997- ص40 .
- 13- المحددات الوظيفية كأداة لتقييم الفراغات الداخلية في التشكيل المعماري :
حازم السيد حسن حسنين - رسالة دكتوراه غير منشورة
- كلية الهندسة - عمارة - جامعة القاهرة - 2002- ص 7 .
- 14- الالوكة : وضع المساجد في المراكز التجارية بتركيا - فاتح يديلار- ترجمة
مهـ صـ طـفي - 2012/6/27 -
<http://www.alukah.net/translations/0/42197/#ixzz2TYAwN4m0>

- 15- القافلة : مجلة أرامكو السعودية - ثقافة المراكز التجارية أسواق بلا مدن
مدن بلا أسواق - مشاري النعيم - العدد 15 - 2005 -
<http://www.qafilah.com/q/ar/23/9>
- 16- الموقع الإلكتروني المملكة المعمارية العربية - 28/يناير/2006-
<http://www.m3mare.com/art/modules.php?name=News&file=article&sid=40>
- 17- تصميم المراكز والمجمعات التجارية : مقالة - مجلة عالم البناء-العدد 28 -
ص 31.
- 18- المقدمة الموحدة للكودات العربية والمواصفات الفنية العامة لتنفيذ المباني:
جامعة الدول العربية - - <http://www.ordre-architectes-tunisie.org/images/stories/pdf/documentation-20-01-2011.pdf>
- 19- نحو منهج لتحديث الأسس التصميمية للمراكز التجارية (في ضوء تأثير السلوك الشرائي للمستهلك) - محمد أسامة عبد العزيز زوين - رسالة دكتوراه غير منشورة - كلية الهندسة المعمارية - جامعة القاهرة - 2010 - ص 213.
- 20- **Arthitectural - A.S.E** - Ehsan Jahani Amiran Commercial Center _ <http://www.arthitectural.com/a-s-e-ehsan-jahani-amiran-commercial-center/>
- 21- الشرق الاوسط : جريدة العرب الدولية - مول ابن بطوطة في دبي مركز للتسوق والتذوق - يونيو 2012 العدد 1265 -
<http://www.aawsat.com/details.asp?section=54&article=683685&issueno=12265#.Uwn8QIdDEdU>
- 22- المرجع السابق : أبريل 2005- العدد 9636.
- 23- المنشآت التجارية والاسواق : أحمد أيمن خلوصي - الجزء الثاني المشروعات- 2003- ص 245.