

مراحل تطور التسوق وتصميم المراكز التجارية

٢-١ تعريف التجارة و السوق.

٢-٢ المجمعات و المراكز التجارية.

٢-٣ دراسة الواقع المعماري للتسوق والمراكز التجارية تاريخيا.

٢-٣-١ تطور تصميم الأسواق و المراكز التجارية عالميا.

- التجارة في العصور القديمة.

- المراحل التاريخية لتصميم أماكن التسوق.

٢-٣-٢ دراسة تطور تصميم المراكز التجارية حديثا.

٢-٤ علاقة مراكز التسوق بالتحضر.

٢-١ تعريف التجارة و السوق.

٢-١-١ التجارة

التجارة لغةً :-

- في معجم لسان العرب تحت الجذر " تجر " تجر يتجر تجراً و تجارة : باع و شرى. (معجم لسان العرب- الجذر تجر- ص ٤٢٠)
- من كتاب التعريفات للجرجاني التجارة عبارة عن شراء شيء لبيع بالربح. (القاموس المحيط- ٩٢٩ تجر- ص ١٨٥ - الفيروز ابادي)
- في القاموس المحيط للفيروز ابادي تحت الجذر " تجر " التَّاجِرُ :الَّذِي يَبِيعُ وَ يَشْتَرِي ، وَ بَائِعُ الْخَمْرِ ، ج : تَجَارٌ وَ تَجَارٍ وَ تَجَر وَ تَجِر ، كرجال و عمال و صحب و كتب ، و الحاذق بالأمر ، و الناقاة النافقة في التجارة و في السوق ، كالتجارة. و أرض متجرة : يتجر فيها و اليها ، و قد تجر تجر و تجارة. و هو على أكرم تاجرة : على أكرم خيل عتاق. (كتاب التعريفات للجرجاني -التعريف ٣٢١ التجارة)

التجارة اصطلاحاً:-

مجموعة من العمليات التجارية التي تشمل على شراء وبيع الخدمات والسلع، وتُعرف التجارة بأنها تبادل مجموعة من الأشياء من خلال صفقة تجارية تعتمد على بيع أو شراء مُنتجات أو مواد مُعينة و من التعريفات الأخرى للتجارة أنَّها العملية أو الفعل الذي يرتبط ببيع أو تبادل أو شراء السلع، سواءً عن طريق الجملة أو التجزئة، كما أنَّ التجارة تعبير يُستخدم لوصف مجموعة من النشاطات الترويجية؛ من أجل تحفيز بيع السلع وشرائها. (موسوعة موضوع – تعريف التجارة- محمد أبو خليف).

عرف ابن خلدون التجارة في مقدمته:-

اعلم أن التجارة محاولة الكسب بتنمية المال بشراء السلع بالرخص و بيعها بالغلاء أيام كانت السلعة من دقيق أو زرع أو حيوان أو قماش. و ذلك القدر النامي يسمى ربحاً. فالمحاول لذلك الربح إما أن يختزن السلعة و يتحين بها حوالة الأسواق من الرخص إلى الغلاء فيعظم ربحه و إما بأن ينقله إلى بلد آخر تنفق فيه تلك السلعة أكثر من بلده الذي اشتراها فيه فيعظم ربحه. و لذلك قال بعض الشيوخ من التجار لطلب الكشف عن حقيقة التجارة أنا أعلمها لك في كلمتين: اشتراء الرخيص و بيع الغالي. فقد حصلت التجارة إشارة منه بذلك إلى المعنى الذي قررناه. (مقدمة ابن خلدون- عبد الرحمن بن محمد بن خلدون الحضرمي- الفصل التاسع في معنى التجارة و مذهبها و أصنافها- ص ٣١٩- الباب الخامس).

التجارة:-

التبادل الطوعي للبضائع أو الخدمات أو كليهما معا .ويتم التفاوض على سعر البضائع التي تقدر قيمتها و يتم الدفع حالياً أو مؤجلاً عن طريق وسائل التبادل التجاري النقود أو المقايضة ونحوها . مشروع تخرج مركز تجاري ترفيهي- هبة أحمد محمد فتحي أم بابي جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا كلية العمارة والتخطيط – ص٥)

وتتركز التجارة على تبادل السلع والخدمات وهذه التبادلات قد تكون بين طرفين أو متعددة الجوانب.

٢-١-٢ السوق.

تعريف السوق

المعنى التجاري للسوق هو: "اسم لكل مكان وقع فيه التبايع بين من يتعاطى البيع والشراء" (المنافسة التجارية في الفقه الاسلامي أثرها على السوق- أمل أحمد محمود الحاج حسن- إشراف د. جمال الكيلاني- رسالة ماجستير- ص ١٣- ١٤)

أما في العرف الإقتصادي فالسوق أوسع من مجرد مكان، فهو أي وسيلة يتلاقى من خلالها البائع والمشتري لنقل ملكية السلعة إلى المشتري، أو ملكية الثمن إلى البائع و ذلك نظراً لتنوع وسائل الاتصال وتطورها في زمننا الحاضر. (موسوعة موضوع – تعريف السوق- محمد أبو خليف).

وعلى ذلك اختلف مفهوم السوق بالمعنى الاقتصادي عن المعنى التجاري؛ فكلمة سوق بالمعنى التجاري تعني: المكان الذي تتجمع فيه السلع، ويتم فيه نقل الملكية بعد تمام البيع أو الشراء ، أما السوق بالمعنى الاقتصادي: فلا يقصد به

ويعرف السوق بالمفهوم الحديث: "بأنه ذلك التنظيم الذي يهيئ لكل من البائعين والمشتريين فرص تبادل السلع والخدمات وعناصر الإنتاج، وفيه تحدد الأسعار، وعليه فإن الشرط الأساسي لوجود السوق هو توفر إمكانية الاتصال بين البائعين والمشتريين، سواء كانوا في مكان واحد أم أماكن متفرقة.

السوق هو المكان الحقيقي أو الافتراضي الذي تُطبّق فيه عمليّات الطلب والعرض ؛ إذ يُوفّر تفاعلاً بين البائعين والمشتريين من أجل تقديم الخدمات وبيع السلع مُقابل المُقايسة أو المال. يُعرف السوق أيضاً بأنّه المساحة أو المنطقة التي تحدث فيها العمليّات التجاريّة عن طريق وجود اجتماع بين الناس والتّجار في مكان واحد. من التعريفات الأخرى للسوق أنّه المكان الذي تُجلب إليه السلع من أجل ابتياعها وبيعها.

٢-٢ المجمعات و المراكز التجارية

المجمعات التجارية

هي الأسواق الكبيرة المغلقة التي عادة تكون عبارة عن مبنى كبير مكون من أكثر من دور و تحتوي على عدد كبير ومختلف النشاطات من المحلات التجارية وأماكن الترفيه ومطاعم الوجبات الخفيفة والتي عادة ما يطلق عليها اسم المول. (الاشتراطات البلدية والفنية للمجمعات والمراكز التجارية- المملكة العربية السعودية- تعريفات)

المراكز التجارية:

عبارة عن أسواق تجارية مفتوحة تشتمل على عدد من المحلات التجارية مجمعة في موقع واحد وقد تكون ذات نشاط واحد أو متعددة الأنشطة. و المركز التجاري :هو مجمع تجاري مع العديد من متاجر التجزئة الفردية. (تأثير التصميم المعماري للمراكز التجارية الحديثة على الواقع الاجتماعي في سوريا حالة دراسية) دمشق(- رسالة ماجستير- تقديم : م. ميريّام مروان مقدسي اشراف : أ.د هاني ودح المشرف المشارك :د.أحمد زياد العباسي- الإلذقية ٢٠١٥ ص ١٠٠ أ مصطلحات البحث)

٣-٢ دراسة الواقع المعماري للتسوق والمراكز التجارية تاريخيا

١-٣-٢ تطور تصميم الأسواق و المراكز التجارية عالميا

أ- التجارة في العصور القديمة(تأثير التصميم المعماري للمراكز التجارية الحديثة على الواقع الاجتماعي في سوريا)

بدأ الناس في عصور ما قبل التاريخ بالتواصل والتجارة و المقايضة ، فقايسوا السلع والخدمات مع بعضها البعض و تاريخ تجارة المسافات الطويلة بدأ حوالي ١٥٠ ألف سنة مضت حيث أقيمت الأنشطة التجارية في فراغات اللقاء و الاجتماع نفسها .

فمنذ العصر الحجري بدأت التجارة بتبادل حجر الزجاج البراكاني والصوان

- على الرغم من أنه من المفترض أن التجارة بدأت في العصر الحجري الحديث ووجود عرض و رسومات رمزية من السوق في الرسومات المصرية عام ١٥٠٠ قبل الميلاد ولكن ، ليس هناك دليل معين في مساحة ما أو بناء انهم نفذوا أنشطتهم التجارية فيه.



الشكل(١-٢) :رسم لسوق في مصر .

- كانت التجارة تمثل سيادة الدولة قبل اختراع رأس المال فعلى سبيل المثال ، في مصر القديمة ، مارس الفرعون السيطرة الكاملة على أأل ارضي و مواردها وكان الحاكم المطلق للبلاد و الشعب هم طبقة العمال.
- ثم بدأت التجارة طرق أخرى كاستخدام نظام المقايضة و لم يصور المصريين القدماء استخدام المال حتى القرن الخامس عشر قبل الميلاد.
- في العصر الحديدي في مملكة غربي آسيا الصغرى تم استخدام الذهب والفضة كعملة في القرن السابع قبل الميلاد وكان هذا عالمة فارقة في عالم التاريخ الاقتصادي.
- أما أول محاولة لقوننة العالقات التجارية فكانت قوانين حمورابي فقد أصدر شرائع تنظم العلاقات و المبادلات التجارية البابلية و تنص على عقوبات ضد السرقة و الشهادات الكاذبة ، قوانين بشأن الأملاك و الارث و الحقوق.

ب- المراحل التاريخية لتصميم أماكن التسوق.

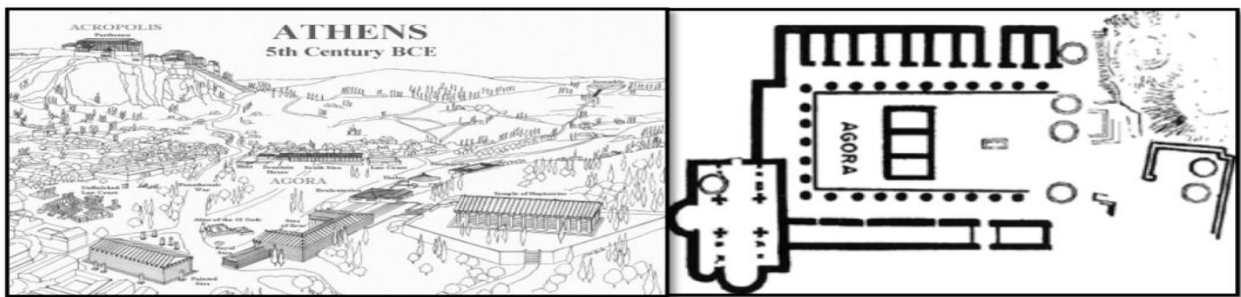
إن تصميم فراغات خاصة للتجارة والتسوق تتغير على مر العصور لتواكب المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية و السياسية و ذلك تبعاً لأهمية التجارة والتسوق في حاضر ومستقبل المدن و قد انتقلت أماكن التسوق من كونها فراغات مفتوحة إلى مغلقة ثم انتقلت لمبان خاصة بها.

١- الفراغات التجارية كأماكن غير محددة

الفراغات التجارية هي أماكن متعددة الوظائف كما الاغورا اليونانية و الفوروم الروماني فكانت مكان للتبادل التجاري حيث السوق والباعة الجوالون و مكانا تعقد فيه الاجتماعات و الاحتفالات بالإضافة إلى كونها مقرا للتبادل السياسي حيث تسير أمور ادارة المدينة.

أغورا اليونانية (شبكة الباحثون السوربون العلمية- العمارة الإغريقية (الجزء الثاني)

- **التعريف:** و هي المكان الفسيح الملائم الذي كان يسمح لجميع سكان القرية بالاجتماع فيه و هي ساحة واسعة مربعة الشكل محاطة بالستوا (stoa). وكانت الاغورا فراغا مفتوحا يشكل المركز السياسي والاداري و الاقتصادي و الاجتماعي في اليونان القديمة.
- **موقع الاغورا :-** تقع الاغورا في التقاطع الرئيسي لشوارع المدينة و هي محاطة بمباني عامة مثل مبنى صالة الاجتماعات و مبنى صالة المجلس. و موقع الاغورا في مركز المدينة يعبر عن أهميتها في حياة الناس كمساحة مفتوحة للنقاش و الاجتماع.
- **وظيفة الاغورا :-** إن أهم وظيفة لها كانت الاتصالات اليومية والتجمع الرسمي وغير الرسمي .



الشكل (٢-٣): اغورا اليونانية في القرن الخامس قبل الميلاد

الشكل (٢-٢): مخطط اغورا

- تعتبر الاغورا من أهم عناصر المدن اليونانية بالإضافة إلى كونها أهم فراغ للتسوق فهي بذلك فراغ عام يضم الفعاليات التجارية ، الدينية، السياسية و حافظت على تلك المكانة فترة طويلة من الزمن. (تخطيط الحضارة الإغريقية)
- **الاغورا كجزء من تخطيط المدن اليونانية القديمة :** في البداية ، تطورت المدن اليونانية بشكل عفوي ، كنسيج عضوي وتفتقر لنظام متماسك في تنظيم الشوارع و تحتوي فقط على بدايات الأروقة العامة المغطاة للتنزه .

لكن في وقت لاحق في بداية القرن السادس عشر قبل الميلاد ظهرت مدن إغريقية اعتمدت على مخططات تنظيمية وفق ما يعرف بالشبكية وحدات متكررة ، طرق طويلة وعريضة ، وأغورا مستطيلة محاطة بالممرات و الأروقة الداخلية المعقدة.

• تصميم الاغورا الهندسي:

إن تصميمها على شكل فراغ مفتوح مربع أو مستطيل الشكل محاط بممرات خطية مغطاة بأروقة تحمي المباني حول الساحة كما تحيط الشوارع بالاغورا و لا تخترقها ففراغها مخصص للمشاة (تجمعهم و توزيع حركتهم).

المسقط الأفقي للاجورا هندسي في شكله فهناك مساحات مستطيلة و أخرى مربعة مفتوحة الشكل يحاط بها بواكي تظلل المباني التي تحيط بالمساحة المفتوحة خطت على أساس تجنب التعرض بين حركة الناس الذين يعبرون المكان وبين الناس الذين تجمعوا لممارسة التجارة أو تأدية الأعمال الأخرى في السوق و غالبا ما كانت تنتهي الشوارع عند الاجورا و لا تعبرها وقد خصص المكان المفتوح اصلا لحركة المشاة و بهذا كانت الاجورا تجمع بين العدد الكبير من الوظائف الحضرية الهامة.

• عناصرها التصميمية:

أحد أهم أجزاء أغورا هو Stoa The رواق إغريقي معمد (و تتألف ستوا من ممرات و أروقة مغطاة تستعمل من قبل العامة.

• الأثر الاجتماعي للاغورا

لها أثر اجتماعي هام فهي فراغ عام مفتوح للنقاش و الاجتماع ، ضمنه يقوم الناس بالنشاطات المختلفة المرتبطة بالفعاليات الادارية والسياسية والدينية و أيضا تساعد على خلق علاقات اجتماعية و تطويرها أيضا.

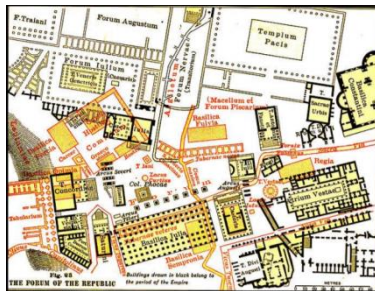
• الممرات و الأروقة الداخلية

الممرات قد تكون أزقة بسيطة مغطاة و لكن رواق داخلي معمد يجب أن يكون ضعف عرضها و يمكن للمحلات التجارية المتنقلة أن تكون في الداخل وبالتالي حولتها تلك المحلات لمراكز تجارية و وجود طابق أو طابقين أعطاهم مساحة أكبر وفضل الممرات و الأروقة الداخلية بل أيضا أصبحت عنصرا بالعمارة المدنية

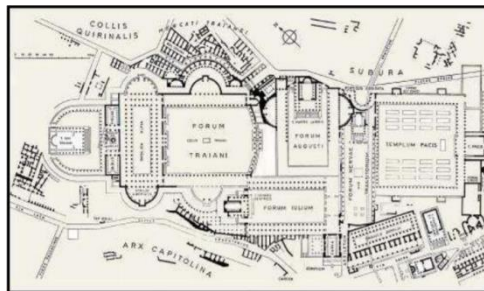
• و بالنظر لمخططات الاغورا (الستوا) فإنهما شكلا بدايات الفوروم الروماني و البازارات الشرقية من حيث النظام و الوظيفة.

بالستوا Stoa من جميع الجهات. (الستوا عبارة عن نوع آخر من التصاميم السائد غالباً في تصميم المعابد، يعتمد على صف من الأعمدة المسقوفة الذي يدعمها من الخلف جدار بسيط. وُضعت الستوا في معظم الحالات في المعابد على الجهة اليمينية لتأمين فراغات مسقوفة يمكن استعمالها كمستودعات وأماكن للقاء). تُعتبر الستوا المُشيدة في مستعمرة صقلية مثلاً غير عادي. حيث شُيِّدَتْ بين الـ ٥٨٠ والـ ٥٧٠ ق.م. على شكل شبه منحرف. من أكثر الأشياء إثارةً للاهتمام، هو حيازة كافة المحلات التجارية المتجاورة على نفس الواجهة على الرغم من اختلاف تجارتها ومنتجاتها. هذا دليل على سيادة نوع من التفكير التخطيطي الذي يضمن انسجام الهندسة المعمارية مع الفضاءات والأماكن العامة المهمة.

الفوروم الروماني



الشكل (٥-٢) : الفوروم الروماني.



الشكل (٤-٢) : فوروم طروادة في روما.

منذ ولادة الامبراطورية الرومانية في أب سنة ٣١ قبل الميلاد و تقريبا ليعد خمسمائة سنة تليها حكمت روما المجتمع المدني من اسكتلندا للصحراء الكبرى و من جبل طارق حتى الفرات و بدأت في روما أفق جديدة لفن العمارة واحتوت المدن الرئيسية في الحقبة الرومانية على فراغات مفتوحة كمركز للحياة المدنية وكانت محاطة بالمعابد ، الهياكل ، الحمامات و المباني الحكومية أطلق على تلك الفراغات اسم الفوروم الروماني الذي يشبه لحد كبير الاغورا اليونانية. و كان ماركوس فيتروفيوس بوليو أول مهندس معروف في انحاء العالم وضع المعايير و القياسات المعمارية آنذاك . ونتيجة لذلك في القرن الأول من الميلاد أصبحت المدن الجديدة والبلدات نسخة مصغرة عن روما و تناقص دور الابتكار المعماري.

- **الفوروم الروماني** هو مكان للتسوق أو مكان عام في مدينة روما القديمة و مركز للأحكام القضائية و التبادلات التجارية و مكان لتجمع الناس
- **تصميم الفوروم الروماني:** هو ساحة مستطيلة محاطة بالمحلات التجارية ، كان يقع على المحور بين الهيكل والعاصمة و قد تكرر هذا التخطيط في جميع أنحاء الامبراطورية و أنشأ العديد من الفورومات: الفوروم الرئيسي دعي بالفوروم الروماني
- **الأثر الاجتماعي للفوروم الروماني:**

شبيه بالأثر الاجتماعي للأغورا الا أن العلاقات الاجتماعية تطورت فيه أكثر نتيجة لاحاطتها الفراغ العام ووجود عنصر الترفيه الى جانب النشاطات المختلفة كالعمل وق والعبادة و التسوق.

٢- تطور أسواق العصور الوسطى للقرن التاسع عشر

- بعد سقوط الامبراطورية الرومانية الغربية في القرن الخامس عشر ، دخلت أوروبا الغربية في ٥٠٠ سنة من عصور الظلام بما فيها التسوق و لم تتم اعادة البنية الكبيرة للفوروم الروماني حتى قرون كثيرة في وقت لاحق و مع ذلك لم يتوقف التداول و أصبح على أساس تبادل السلع بدل المال
- بعد العصور المظلمة في العصور الوسطى شهدت أوروبا بداية التحضر من شمال أوروبا الغربية و نتيجة لذلك بدأت المدن باستعادة عافيتها جنبا إلى جنب مع القلاع و الأديرة و توسيع وتطوير مراكز التجارة.

قاعة السوق في القرون الوسطى ودار البلدية :



الشكل (٦-٢): مبنى بورتيلو حيث يضم سوقا ومركزا للبلدية في إيطاليا .

كان السوق و دار البلدية هما مركز الأعمال و النشاطات التجارية للمدينة نتيجة موقعهما في قلب المدينة على طول ساحة السوق . بداية جمعت الوظيفتان السوق و دار البلدية في نفس المبنى ، في الطابق الأول كانت الادارة أما الطابق الأرضي فكان مرفوعا على أعمدة و استخدم كامتداد للسوق حيث عرضت البضائع على أكشاك متحركة و بعد فترة بنيت محلات تجارية صغيرة في الطابق الأرضي و بذلك بدأت فراغات المحلات التجارية المحددة في شمال أوروبا و قد شكل هذا التصميم بداية لخط المحلات التجارية في أوروبا.

يعد مبنى سوق بريسلو مثالا جيدا لسوق ودار بلدية بمحلات تجارية محددة الفراغات ، حيث كان مؤلفا من أربع طرق خطية متوازية مع المحلات التجارية على جانبي المقدمة توجد الأكشاك لأنواع مختلفة من التجارة.

و بحلول القرن السادس عشر لم تعد الأسواق الأوروبية تضم دور البلدية . بدلا من ذلك بدأت تبنى الأسواق على استقامة واحدة ومغطاة مشكلة بذلك عدة محلات تجارية.

• الأثر الاجتماعي لقاعات السوق في القرون الوسطى

مما سبق نجد أنه حقق أثرا اجتماعيا بجمعه بين الوظيفتين الأهم حينها كما أن توزع المحلات فيه بشكل خطي يشجع على المشي و التسوق و قد شكل تصميمه بداية للمحلات الخطية في أوروبا و فراغات جديدة للتواصل الاجتماعي.

٣- البازارات الشرقية

ظهرت البازارات بداية في الشرق الأوسط ، حوالي القرن الرابع عشر على طول الطرق التجارية الهامة كسبب للتدفق المستمر للأجانب و السلع الغربية تحديد أماكن خاصة في المدن كأماكن للتجارة و بذلك تأسست أوائل البازارات التي بالإضافة لكونها أماكن للتجارة فإنها أيضا مراكز اجتماعية ودينية ومالية للمدن

- و تشمل البازارات الشرقية السوق شارع من المحلات التجارية حيث يتم تبادل السلع والخدمات أو بيعها
- اليوم ، البازار التقليدي هو من الأنماط المحافظ عليها و هو تراث على قيد الحياة و هو مجموعة من المحلات التجارية في الشوارع المقطرة المغلقة بالأبواب في كل نهاية، وعادة تتصل الخانات بمنتصف البازار في المدن الصغيرة، ويتكون البازار من شارع مغطى واحد ، أما في المدن الكبيرة يمكن ان يصل لمسافة كيلومترات من الممرات.

قسمت البازارات الشرقية الى عدة اقسام . كل قسم تخصص في تجارة محددة أو مهنة معينة كبائعي السجاد و ،صائغي الذهب و بائعي الهدايا التذكارية.

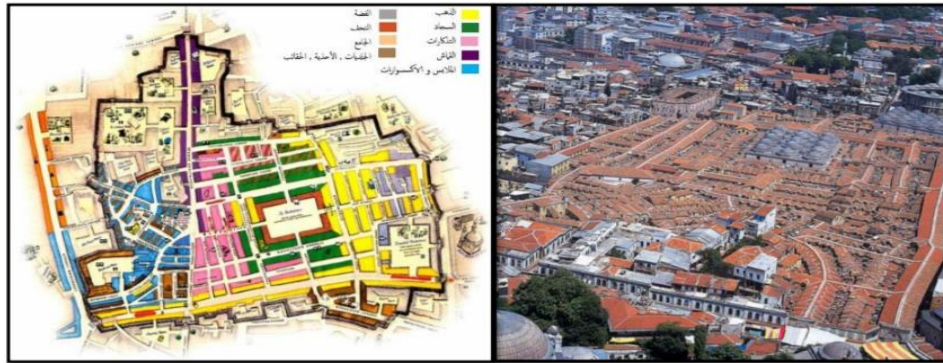
- تفصيلا مهمة أخرى في تطور البازارات الشرقية هي الاختلاف بينها وبين الأسواق ودور البلدية الأوروبية حيث أن البازارات كانت بشكل عام محلاتها التجارية ذات إطلالة للداخل على الشوارع المغطاة او الفراغ داخلي بينما احتوت قاعات السوق والبلدات الأوروبية عموما محلات مواجهة للخارج إلى الساحات والشوارع .

البازار الشرقي هو النموذج المرجعي للرواق وهو يحتوي أيضا على التخطيط الداخلي.

- الأثر الاجتماعي للبازارات الشرقية:

لم يكن فقط مكان للتجارة لكنه كان أيضا مركز اجتماعي وديني ومالي للمدن و كان له تأثير كبير على التنمية الاجتماعية و الاقتصادية والمركزية في المدن و ما زال يحتفظ بأهميته الاجتماعية حتى وقتنا الحاضر.

أحد أهم الأمثلة على البازارات الشرقية هو بازار كابليسانتش في اسطنبول.



الشكل (٨-٢) مخطط كابليسانتش في اسطنبول

الشكل (٧-٢) بازار كابليسانتش في اسطنبول..

٤- الأسواق في القرن التاسع عشر بعد الثورة الصناعية

أ- المعابر أو الممرات

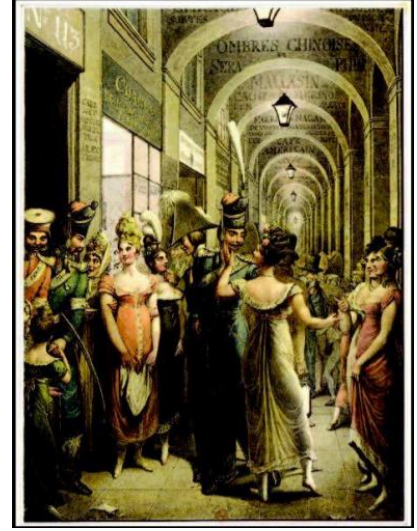
أصبحت الشوارع في المدن الكبرى مزدحمة على نحو متزايد، لذلك طور المجتمع نوعية الأماكن العامة المتوافرة . فوجدت طرق مشاة جديدة شكلتها الأروقة المسقوفة بالقناطر و كانت مزودة بمكان آمن ومريح، بعيدا عن الطرق المزدحمة ، مما شجع التنزه الاجتماعي

ثم ظهرت الأروقة التجارية المسقوفة بالقناطر هي علامة مميزة في تطور التسوق في تلك الفترة في أوروبا كمبنى مخطط لاستيعاب مجموعة من المحلات التجارية.

- أول الأروقة التجارية المسقوفة بالقناطر هو عام بني باريس في نفذت فكرة الأروقة التجارية المسقوفة بالقناطر في جميع أنحاء أوروبا ثم انتشرت حول العالم .
- اختلفت الأروقة بشكل كبير عن بداياتها التي كانت إلى حد كبير مضاءة بشكل طبيعي .سواء كان الاضاءة أعلى من النوافذ العلوية فوق من الفتحات في السقف، أو كان الجانب مضاء المحلات التجارية .
- كانت التصميم اللاحقة للأروقة المسقوفة بالقناطر ذات سقف زجاجي مقبب مستمر، الذي أثر بالمهندسين المعماريين لمراكز التسوق في قرننا الحالي حيث يمكننا رؤية ذلك في العديد من التصميم الحديثة



الشكل(١٠-٢) رواق أومبيرتو، إيطاليا ١٨٨١ و مركز سوني، برلين، ألماني



الشكل(٩-٢) رواق دو بوا، باريس، فرنسا.

• الأثر الاجتماعي للأروقة المسقوفة

نتيجة لما سبق نجد أن الأروقة المسقوفة بالقناطر تعكس الصورة المتوقعة للحياة الاجتماعية في القرن التاسع عشر بتصميمها الزجاجي و المعدني .

و في القرن العشرين ، بدأ مخططي المدن والمطورين بتصميم م اركز التسوق المغلقة الكبيرة . و نتيجة لذلك أصبحت أروقة التسوق من المباني التاريخية و استمرت بسبب استفادتها من مساحات صغيرة من الأرض.

ب- المتاجر ذات الأقسام

- إن المتاجر ذات الأقسام هي عبارة عن نوع من أنواع الأبنية يضم أعمال تجارية متنوعة فيه و له إدارة واحدة لبيع منتجات مختلفة ذات سعر ثابت مخفض أو شعبي لاستقطاب أكبر شريحة من المجتمع
- ظهور مثل هذا النوع من المباني هو التحول الذي طرأ على الاستهلاك و الانتاج حيث وضعت المتاجر ذات الأقسام مبادئ تجارة التجزئة التي تدعو لجذب شريحة أوسع من المجتمع مما يعكس الانتاج الضخم و آلية الاستهلاك و شكل هذا النوع

من المباني تغييرا في النشاطات التسوق اليومية و الحياة التجارية من خلال طريقة التسوق و تنظيمها المكاني و شكل علاقة بين الفرد و المنتج في مفهومه للتسوق و تفوق بفراغاته على الفراغات الخارجية للمدينة فتحوّلت الساحات و الأروقة و الشوارع إلى داخل المباني و بذلك تحوّلت الفراغات العمرانية خارج المباني لمساحات واسعة غير مستعملة و غير حيوية.

• تطورت تلك المتاجر من مخازن الحدّاثه باريس فيو أولها كان متجر بيجماليون و مخازن بازار لندن، التي تعود لأواخر القرن الثامن عشر و تعتبر على أنها أنشأت أحد المبادئ الأساسية لتجارة المتاجر و التي هي أسعار السلع الثابتة

أول المتاجر ذات الأقسام في لندن كان وهو ناتج عن تحويل مستودع لجون تروتر أقرب مثال لمخزن المتاجر في عصر الحدّاثه هو بون مارشي و الذي يتواجد حتى اليوم.

أسس أول متجر للتخزين في الولايات المتحدة الأمريكية في نيويورك عام ١٨٢٨ و كان أول مبنى تجاري يستخدم الرخام في واجهاته الخارجية بين عامي و أصبح أكبر متجر للتجزئة في العالم في ذلك الوقت



الشكل (١١-٢) نيويورك The marble palace

• الأثر الاجتماعي للمتاجر ذات الأقسام

متاجر متخصصة في البيع فقط حيث لا تتضمن أي فعاليات أخرى ترفيهية أو اجتماعية . و تحوي على تنوع في المنتجات مما يساعد في جذب فئات متعددة ملبية احتياجاتهم ضمن مبنى واحد دون الحاجة للتجول لساعات طويلة.

٢-٣-٢ دراسة تطور تصميم المراكز التجارية حديثا

مراكز المعاصرة التسوق

بداية ظهرت مراكز التسوق المعاصرة في الولايات المتحدة و أوروبا في القرن العشرين وقد شكلت شكلا جديدا و مهماً في عالم التسوق بل و أصبحت نموذجا انتقل إلى جميع أنحاء العالم .

ولمعرفة كيفية وصول المراكز التجارية لوضعها الحالي ال بد من دراسة تطور تصميم الأسواق في القرن العشرين و التطرق لبعض الأمثلة التي أضفت على المراكز التجارية شكلها الحالي.

ففي البداية توضعت مراكز التسوق في مراكز المدن ولكن مع الوقت انتقلت إلى الضواحي أيضا .

حيث في بداية القرن العشرين بدأت مرحلة عصر الشارع الرئيسي التي كان لها تأثير على شكل و صورة المدينة فقد كانت تتألف من شارع رئيسي يحوي المخازن الكبرى و المطاعم و البنوك و المحلات الرئيسية و بذلك كانت العصب الرئيسي الفاعل في المجتمع.

أما في الخمسينيات وبسبب الازدحام في مراكز المدن الكبيرة انتقلت سلسلة من المحلات والمتاجر الكبيرة إلى الضواحي و بنيت مراكز تجارية شريطية فيها تضم محلات و مخازن وبذلك كان التصميم السائد عبارة عن شريط من المحلات و مكان لوقوف السيارات

• الأثر الاجتماعي لمراكز التسوق المعاصرة:

أكثر أشكال تطورا فهي تحوي اجواء مريحة تشجع على اللقاء والتواصل الاجتماعي و التسوق بالإضافة لتصميمها الجذابة والمؤثرة واستخدام أحدث التقنيات لتوفير الراحة والأمان و يتم العمل على خلق جو خاص من التعايش يميز كل مركز بالإضافة لتصميم يجمع بين الاحتواء و الانفتاح الفراغي اللازم للاندماج مع البيئة المحيطة .

أ- مراكز التسوق المفتوحة

مبنى Northgate في سياتل عام ١٩٥٠ للمصمم جون غ ارهام يعتبر من اوائل نماذج مراكز التسوق المفتوحة ويتألف من مجموعة من المتاجر تتوزع بشكل خطي على جانبي ممر طويل و يوجد مكان لوقوف السيارات على جوانب الكتلة .

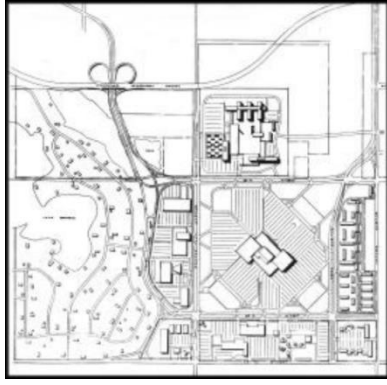


الشكل (١٢-٢) مركز Northgate في سياتل أميركا.

ب- مراكز التسوق المغلقة

قدم المعماري Gruen مفهوم المراكز المغلقة في الولايات المتحدة، عندما كان لبيئة التسوق نمطين أساسيين و هما:-

- ١- المحلات التجارية التقليدية في وسط المدينة.
 - ٢- التجمعات الشريطية المتموضعة بشكلها الشريطي على الطرقات السريعة و المدن الكبرى .
- يعتبر المعماري Gruen هو مخترع مراكز التسوق التجارية المغلقة و قد كان بالنسبة له آلية تحقيق طموحه : إعادة تعريف المدينة المعاصرة. بالنسبة لـ Gruen مركز التسوق هو المدينة الجديدة .
 - عرف Gruen التسوق كجزء من شبكة أكبر من النشاطات البشرية، بحيث أن الترويج سوف يكون أكثر نجاحا اذا تم دمج النشاطات التجارية مع النشاطات الاجتماعية ، الترفيهية و الثقافية من خلال اعتبار المول كوحدة أساسية في التخطيط العمراني ، آمالا أن يبعث الحياة في مراكز المدن.
 - يعتبر مركز Southdale للمصمم Victor Gruen في مدينة Minneapolis و الذي افتتح عام ١٩٥٦ م ،بكونه أول مركز تجاري مغلق بشكل كامل و متحكم ببيئته بواسطة نظام تكييف متطور و كان المركز الأكبر في ذلك الوقت من طابقين من المحلات التجارية مخدمة و محاطة بمواقف مكشوفة.



الشكل (١٣-٢) متحدة الولايات Minneapolis, مدينة Southdale , مركز). الشكل (١٤-٢) لموقع العام لمركز Southdale والمنطقة المحيطة به لـ Gruen Victor .

ج- مراكز التسوق الهجينة.

بشكل عام يوجد شكلين لمراكز التسوق

- الأول: هو "مركز مكشوف"، الذي ببساطة يشير لمركز التسوق أو المجمع الغير مغلق .
- الثاني هو المركز المغلق و هو الشكل الأكثر انتشارا للمركز التجاري و هذا النموذج للمركز التجاري كان يحتوي على ممشى مغلق حيث غالبا تتجول واجهات المحلات للداخل، بعيدا عن مناطق وقوف السيارات لتواجه الفراغ المغلق الداخلي. هناك العديد من المراكز التي تعرض سمات الشكلين السابقين و منها يدمج بين خصائصهما و هو ما يدعى بـ "مركز التسوق الهجين".

لذا التكوينات الثالث المادية الأساسية لمراكز التسوق هي: المراكز المكشوفة (مراكز الهواء الطلق) المراكز المغلقة (المولات) و المراكز الهجينة (المراكز التي تجمع بين ميزات النوعين السابقين).

٢-٤ علاقة مراكز التسوق بالتحضر

مراكز التسوق ليست بيئات بيع با لتجزئة فقط بل هي أيضا نوع من الفراغ العام الحضري.

الفراغ العام الخارجي External Public Space	الفراغ العام الداخلي Internal Public Space	الفراغ شبه العام الداخلي والخارجي Semi Internal and semi external Public Space
<p>وهو الفراغ الذي يخدم الإنسان في المناطق العامة ومنها:</p> <p>–المسارات: وهي فراغات يستطيع الإنسان معرفة ما حوله من محلات وأبنية وهي عبارة عن أرصفة وشوارع وأماكن انتظار .</p> <p>–الحدائق العامة والمناطق الخضراء: فراغات خضراء وممتدة وهي مناطق راحة واستجمام ويخصص جزء منها للأطفال.</p> <p>–الملاعب :هي مناطق معدة للممارسة الرياضية.</p> <p>–الأماكن المفتوحة: هي فراغات محيطة بالمدن ممتدة وواسعة مثل الأحراش أو شلالات الماء .</p>	<p>هي فراغات عامة فيزيائية مبنية من قبل الإنسان</p> <p>مثل المتاحف والمكتبات</p> <p>وخدمات</p> <p>المواصلات ومحطات</p> <p>القطار.</p>	<p>فراغات عامة يمارس فيها الناس مختلف النشاطات</p> <p>مثل المطاعم والمراكز التجارية.</p>

الجدول (١-٢) تقسيم الفراغات الحضرية (العامة) (٥٥).

عناصر الفراغات الحضرية	الفراغات الحضرية	مركز التسوق
<p>العقد (Nodes)</p> <p>هي النقاط المهمة الاستراتيجية وتتكون نتيجة لالتقاء مسارات الحركة مع بعضها وتتدرج من تقاطع صغير إلى ساحات كبيرة .</p>		
<p>الممرات (Paths)</p> <p>وهي ممرات الحركة للأشخاص كالطرق والممرات للمشاة بمختلف تدرجاتها .</p>		
<p>الحدود (Edges)</p> <p>هي عناصر خطية فاصلة بين منطقتين مختلفتين في طبيعتهم و يعطي الاحساس بعدم اختراقه و يكون مسيطر على التكوين البصري.</p>		
<p>العلامات المميزة (Landmarks)</p> <p>نوع من العلامات للتحديد و التركيز على الأماكن الهامة</p>		
<p>المناطق (Districts)</p> <p>هي مساحات تتشابه في خصائصها و مميزاتها بحيث تشكل منطقة</p>		

الجدول (٢-٢) عناصر الفراغات الحضرية انعكاسها في مراكز التسوق (بلدية مدينة الخليل- بتصرف).