

ثقافة التصميم ودورها في تشكيل هوية المكان (دراسة حالة الاسواق التجارية المفتوحة) Design Culture and its role in shaping the Identity of Place (Case study for Open Markets)

أ.د/ فريال عبد المنعم شريف

أستاذ التصميم بقسم الزخرفة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

Prof. Feryal Abdel Moneim Sharif

Professor of Design, Department of Decoration - Faculty of Applied Arts - Helwan
University

أ.د/ إيمان محمد البنا

أستاذ التصميم البيئي- كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

Prof. Iman Muhammad Al-Banna

Professor of Environmental Design - Faculty of Applied Arts -
Helwan University

emanelbana@hotmail.com

الباحثة/ ليديا ملاك قليني

باحثة بقسم الزخرفة- كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

Researcher. Lydia Malak Kelleny

Researcher, Department of Decoration - Faculty of Applied Arts -
Helwan University

Eshak.lydia@gmail.com

الملخص:

مر الهيكل المكاني للأماكن العامة المفتوحة **Open public spaces** بتغييرات كبيرة مع تعاقب الازمنة المختلفة، والتي كانت بدورها من اهم اسباب التغيرات المجتمعية الثقافية الحادثة نتيجة التفاعل بين الافراد والبيئة المحيطة والتأثير المتبادل بينها خلال هذه الازمنة، فنتجت علاقة حديثة بين الاماكن العامة المفتوحة والمجتمع الحالي تخضع لتأثيرات قديمة منذ نشأة وتشكيل النسيج العمراني القديم، و الذي يعتبر انعكاس وترجمه لثقافة سابقة، يسهم بدور- ليس بقليل- ولا يمكن تجاهله في تشكيل الكيان المجتمعي المعاصر الذي يتفاعل بشكل مباشر مع هذا المكان، مما يؤدي الى حدوث تكيف تدريجي بين المكان والصفات المكونة للثقافة المتغيرة الحالية ومتطلبات المعيشة للأفراد. فالأماكن العامة هي نوع من مرآة لثقافة المجتمع، تعبر عن انظمة اجتماعية شاملة و هي ايضا وسيلة تؤثر على الصورة الثقافية للإنسان والمجتمع وتكملها وتؤكد الاتصال الشخصي بين الانسان والمجتمع والأنشطة والوظائف الموجودة فيعمل علي شكل من أشكال الانسجام والتفاعل الناتج عن العلاقة في صورة سمات مادية للبيئة والمفاهيم والأنشطة البشري، ونتيجة لهذا التفاعل تتشكل هوية المكان والافراد مما يؤدي ألي انتماء وتعلق بالمكان سواء كان تعلق بالنشاط او الوظيفة أو تعلق عاطفي.

وفي اطار التوجهات الحالية للنهوض بالمجتمع كانت هذه الورقة البحثية التي تناقش ثقافة التصميم واهميتها في تشكيل هوية الأماكن وبالتالي مستخدميهها، و ذلك من خلال دراسة حالة لأحد الأسواق العامة المفتوحة بمصر وفهم الدور المجتمعي لها ومدى تأثيرها علي الافراد سلوكيا ونفسيا، والتي تشكل قدر كبير من وجدان شرائح مجتمعية متنوعة تتفاعل معها بشكل يومي " سوق الموسكي بالقاهرة "

مع تحليل العوامل المؤثرة السلوكية التي تكمن وراء تشكل هوية المكان، فهم وتحليل الاماكن العامة واحتياجاتها مما يدعم مجال التصميم البيئي بدراسات حول المحاور الهامة التي من دورها ان ترتقي بالمجتمعات.

الكلمات المفتاحية:

الاماكن العامة المفتوحة، الثقافة المادية واللامادية ، السلوك البشري،ثقافة التصميم ، هوية المكان

Abstract:

The spatial structure of open public spaces has undergone major changes with the succession of different times, which in turn were one of the most important causes of society cultural changes that occurred as a result of interaction between individuals and the surrounding environment and the mutual influence between them during these times, resulting in a modern relationship between open public places and the current society subject to influences Archaic since the inception and formation of the ancient urban fabric, which is considered a reflection and translation of a previous culture, it plays a role - not a little - and cannot be ignored in the formation of the contemporary community entity that interacts directly with this place, which leads to a gradual adaptation between the place and the qualities that make up the changing culture Current and living requirements of individuals. Public spaces are a kind of mirror of the culture of society, expressing comprehensive social systems, and it is also a means that affects the cultural image of man and society and completes it, and confirms personal contact between people and society and the activities and functions that exist in order to work in a form of harmony and interaction resulting from the relationship in the form of physical features of the environment And human concepts and activities, and as a result of this interaction the identity of the place and the individuals is formed, which leads to any affiliation and attachment to the place, whether it is related to the activity or function or emotional attachment.

Within the framework of the current trends for the advancement of society, this research paper discussed the culture of design and its importance in shaping the identity of places and thus their users, through a case study of one of the open public markets in Egypt and an understanding of its societal role and the extent of its impact on individuals behaviorally and psychologically, which constitutes a great deal of conscience. Diverse societal segments interact with it on a daily basis, "Cairo's Musky Market"

And also with an analysis of the behavioral influencing factors that underlie the formation of the identity of the place, an understanding and analysis of public places and their needs, which supports the field of environmental design with studies on the important axes whose role is to promote societies.

Key words:

Open public spaces, Human behavior, Material and Non Material Culture , Design Culture , Places Identity.

أشكالية البحث:

عدم وضوح دور دراسة " ثقافة التصميم " عند تصميم الأماكن العامة المفتوحة وتجاهل دورها في تشكيل وجدان المجتمعات، وقدرتها على الارتقاء بها.

أهمية البحث:

- لقاء الضوء علي اهميه فهم ثقافة المكان- من خلال معرفة وتحليل السلوك البشري للحياة الاجتماعية - اثناء تطوير الاماكن العامة.
- دعم مجال التصميم البيئي بدراسات حول المحاور الهامة التي من دورها ان ترتقي بالمجتمعات.

أهداف البحث:

تساعد هذه الدراسة في:

- فهم وتحليل الاماكن العامة واحتياجاتها.
- تصميم وإدارة المساحات المختلفة التي تلبى احتياجات الناس الجسدية والنفسية ومواكبة احتياجات وخصائص السلوك البشري التي يجب تطبيقها على تصميم الاماكن العامة المفتوحة.
- تحليل العوامل المؤثرة السلوكية التي تكمن وراء تشكل هوية المكان من خلال دراسة ل " سوق الموسكي بالقاهرة"

الخطوات الاجرائية للبحث:

اولا: المقدمة

ثانيا: ثقافة التصميم

ثالثا: دراسة المكان

رابعا: معايير نجاح الاماكن العامة في تحقيق التكيف مع الافراد.

خامسا: دراسة عامة عن أسواق القاهرة القديمة وخصائصها البشرية والاجتماعية

- دراسة حالة لأحد اهم الاحياء العامة بالقاهرة(حي الموسكي)

- معايير اختيار دراسة الحالة

- استنتاجات الدراسة التحليلية

سادسا: التوصيات

سابعا: النتائج

اولا: المقدمة:

تعتبر الاماكن العامة المفتوحة بشكل عام ، نتاج بشري مادي شديد التعقيد والتركيب، ومحمل بالكثير من الصفات والعلاقات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، بالاضافة الي القيم الجمالية والتشكيلية بما لها من تأثيرات سلوكية علي الافراد. وفي اطار هذا الفهم، فان الاماكن العامة المفتوحة بعتبرها مرآة للحضارة الانسانية، فهي تتطلب تفسير وفهم اجتماعي ثقافي بناء لتاريخ و هويه المكان والتغيرات الاجتماعية للافراد؛ وذلك للوصول لثقافة تصميمية لدي المصمم لضمان نجاح عملية التصميم في تحقيق الغرض الاصلي منها جماليا وتشكيليا او وظيفيا وتناقش المشكلات التي تتكون في هذه الاماكن نتيجة لتجاهل هذه الدراسات.

ثانياً: ثقافة التصميم Design culture :**مقدمة عن الثقافة Culture :**

- إن الثقافة هي الصورة الحية للمجتمع، فهي التي تحدد ملامح الأفراد حيث تكون انعكاس للفكر والمعتقدات وتعتبر بمثابة العلاقة التي تحدد السلوك الاجتماعي واسلوب حياة الأفراد.

أنواع الثقافة :

Non-material culture و ثقافة لا مادية **Material culture** ثقافة لامادية تنقسم الثقافة الي:

الثقافة المادية Material culture

الثقافة المادية هي المنتجات البشرية المعبرة عن الحضارة الانسانية من منتجات استخدامية، مبان ومنشآت، أعمال فنية، موسيقي، مسرح، فن تشكيلي . حيث تشير الثقافة المادية إلى الأشياء المادية والموارد والأماكن التي يستخدمها الناس لتحديد ثقافتهم. وتشمل هذه المنازل والأحياء والمدن والمدارس والكنائس والمعابد والمعابد والمساجد والمكاتب والمصانع والنباتات والأدوات ووسائل الإنتاج والسلع والمنتجات والمتاجر وما إلى ذلك. تساعد كل هذه الجوانب المادية للثقافة في تحديد سلوكيات وتصورات أفرادها.

الثقافة اللامادية Non-material culture

تشير الثقافة غير المادية إلى الأفكار غير المادية- من عادات وتقاليد، وأعراف، واسلوب مأكّل او ملبس - التي يمتلكها الناس حول ثقافتهم ، بما في ذلك المعتقدات والقيم والقواعد والمعايير والأخلاق واللغة والتنظيم والمؤسسات. على سبيل المثال ، يتكون مفهوم الثقافة غير المادية للدين من مجموعة من الأفكار والمعتقدات حول الله والعبادة والأخلاق والأخلاق. تحدد هذه المعتقدات إذن كيفية استجابة الثقافة لموضوعاتها وقضاياها وأحداثها الدينية. عند التفكير في الثقافة غير المادية ، يشير علماء الاجتماع إلى العديد من العمليات التي تستخدمها الثقافة لتشكيل أفكار أعضائها وشعورهم وسلوكياتهم. أربعة من أهم هذه الرموز واللغة والقيم والأعراف.

ثالثاً: دراسة المكان:

المكان هو اتصال شخصي بالأنشطة والوظائف الموجودة جغرافياً وهو شكلاً من أشكال الانسجام والتفاعل الناتج عن العلاقة بين السمات المادية للبيئة والمفاهيم والأنشطة البشري، ونتيجة لهذا التفاعل تتشكل هوية المكان والأفراد مما يؤدي ألي انتماء وتعلق بالمكان سواء كان تعلق بالنشاط او الوظيفة أو تعلق عاطفي.

1- هوية المكان Place identity :

تتشكل الهوية نتيجة البيئة النفسية، فيمكن تعريف **هوية المكان** علي أنها: بنية فرعية للهوية الذاتية للشخص تتكون من إدراك واسع النطاق حول العالم المادي الذي يعيش فيه الأفراد. قد تزيد الأماكن التي ينتمي إليها الناس من تفضيلاتهم البيئية واحترامهم لذاتهم، يمكن أن يكون التعلق بالمكان والتفاعل معه نتيجة أحداث وهوية المكان، حيث ان الهوية المعتمدة علي أحداث المكان تعتمد علي الاماكن التي تتمتع بالأولوية علي أساس

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد السابع - العدد الخامس والثلاثون
سبتمبر ٢٠٢٢
الانشطة المختلفة، والأحداث، والأسواق، والشوارع، والأنشطة التي يمارسها الناس، ولكن الهوية تميزها عن غيرها من الأماكن، علي سبيل المثال، شوارع مصر القديمة، الموسكي، الازهر، خان الخليلي.

2- الإرتباط بالمكان Place attachment :

كل شخص لديه رباطه الخاص الذي يتم تطويره نحو أماكن معينة خلال فترة زمنية محددة. يختلف مكان التعلق حسب مستوى انتماء الفرد ويختلف من مكان لآخر. لذلك، فإن مستوى ارتباط الشخص بمكان معين يحدد مستوى رضا الشخص وإدراكه لهذا المكان. على الرغم من أن الارتباط بالمكان ينمو بمرور الوقت، إلا أنه لا يزال هناك عامل مهم وهو التفاعل مع المجتمع، وتفاعله الإيجابي يعمل على الحفاظ على هذا الارتباط وزيادته للحفاظ على قربه من هذا المكان.

ينقسم الارتباط بالمكان إلى نظريتين رئيسيتين هما:
الارتباط الوظيفي للمكان، والتعلق العاطفي بالمكان.

الارتباط الوظيفي:

وهو إلى أي مدى تلبي موارد المكان احتياجات وأهداف الأفراد. ونوع الانشطة التي يمارسها الشخص بالمكان.

التعلق العاطفي:

من المفترض أن تكون هناك سمات عاطفية للعلاقة بين الشخص والمكان وبالتالي يساعد المكان في تشكيل هوية الفرد؛ يعتمد التعلق العاطفي بالمكان على الروابط العاطفية ويزداد خلال فترة زمنية معينة من خلال العديد من التفاعلات مع البيئة، و يمكن أيضًا التعبير عن الارتباط العاطفي بالمكان باعتباره هوية ذات معنى أو فكرة رمزية.

رابعاً: معايير نجاح الاماكن العامة في تحقيق التكيف مع الافراد:

تنقسم معايير الجودة لمساحة عامة ناجحة إلى ثلاث مجموعات الحماية، والراحة، والمتعة، والوظيفة وهي تختلف من النطاق البشري إلى تفاصيل البيئة المادية.

1- الحماية:

معيار يركز على كيفية تقليل التجارب غير السارة؛ مثل الظروف المناخية غير السارة، وحوادث المرور، والجريمة، و عدم الاحساس بالأمان.

2- الراحة:

يركز على؛ جودة الإقامة، والمشى في مكان معين، ويهتم بالجلوس والوقوف والمشى، مع الكلام واللعب والبصر والسمع.

3- الاستمتاع:

الاستمتاع بالمقياس البشري ؛ يتعلق بالجوانب الإيجابية للتجربة المكان والمناخ وكيفية الاستمتاع بهما.

4- الوظيفة:

يمكن اعتبار قيمة الاماكن العامة المفتوحة بتحقيق الجوانب الوظيفية لها ، من تعبير ثقافي ، او تنمية اقتصادية، او صحة عامة وترفيه، او تحقيق اي منفعة اجتماعية يحتاجها المجتمع المستخدم.

خامسا: دراسة عامة عن أسواق القاهرة القديمة وخصائصها البشرية والاجتماعية:

1- تاريخ اسواق القاهرة القديمة:

للسوق العربية هندسة بناء خفية، وتستر خلفها رؤية للحياة، وللتجارة، وللعلاقات بين البشر، وفيها تتشابك المصائر، وحتى زماننا هذا تحتفظ القاهرة بأسواق متكاملة لم تنل منها العمارة الحديثة. (شكل ١)

(شكل ١)



سوق الغورية قديما



سوق الغورية حاليا

تمتلئ القاهرة القديمة بالعديد من الأسواق العامة المفتوحة والتي مر عليها زمن طويل لتصبح أقرب للأثرية! إذ أن بعضها مر عليه أكثر من مائة عام، مثل (سوق الصاغة، سوق العتبة، سوق وكالة البلح، وغيرها) وفي هذه الأسواق تتوحد الظلال والروائح ومنحنيات الطرق وملامح الانتظار والرغبة، كما تتشابه الملامح البشرية. ونلاحظ فيها التقسيم النوعي للسلع، فنجد لكل سلعه مكان معين ولا يزال التقييم قائم حتي يومنا هذا فنجد اسواق متخصصة؛ الحمزاوي الذي يعرض التوابل والعطارة، وتحت الربع للادوات المنزلية، والموسكي للثياب والادوات المنزلية، والرويعي لماكينات ولوازم الخياطة، وسور الازبكية للكتب القديمة، والصاغة للذهب والمجوهرات، درب سعادة للاخشاب، ووكالة البلح للخردة والمنسوجات الشعبية، وخان الخليلي للتحف والهدايا. (شكل ٢)



عطارة الحمزاوي (سوق العطارين)



عطارة الحمزاوي (سوق العطارين) قديما سنة ١٩٦١



وكالة البلح حاليا



وكالة البلح قديما



خان الخليبي حاليا



خان الخليبي قديما

ان وحدة المكان الذي تعرض فيه السلعة، ظاهرة فريدة في الاسواق العربية، انه ليس انعكاس لقانون تجاري خفي، بقدر ما هو تجسيد لاسلوب ورؤيه في الحياة، ان هذا يسهل علي المشتري قضاء حاجته، كما يشبه معرضا مستمرا لسلعه بعينها، يمكن للمشتري ان يقارن و يختار.

يذكر المقريري ثمانية وثلاثين سوقا كانت موزعة علي قسبة القاهرة، بعض هذه الاسواق زال واندثر بكل ما حفل به من ضجيج، وبعض الاسواق الاخري انتقل مع حركة الزمن في المكان فابتعد من موقعه ولم يعد يحمل الا الاسم، كسوق السلاح، وثمة اسواق اخري لا تزال في موقعها تقاوم عناصر البلي والعدم؛ كسوق الصاغة، وفي القاهرة الان أسواق لا تزال محتفظة بالشكل القديم؛ مثل سوق الخيامية المسقوف من خشب ويكثر به صناع الخيام التي تنصب منها السراقات، وان كان عددهم قد تناقص الان الي اقل من ثلاثين صناعا.

هذه الاسواق كانت تتكون من الدكاكين المتجاورة. (الغيطاني، مارس ١٩٩٧)

2- بعض المظاهر الاجتماعية بأسواق القاهرة القديمة :

وإذا كان إدوارد لين قد قدم لنا صورة مفصلة للأسواق في القرن التاسع عشر. "بعض الدكاكين في الاسواق القديمة لا تزال علي حالها(شكل ٤) ، لم يغير منها الزمن، ربما كانت بعض العادات قد تغيرت، فلم يعد ممكنا أن يترك التاجر دكانه مفتوحا في وقت ذهابه للصلاة او الغذاء لان الامان ليس هو الأمان الذي كان في عصر إدوارد لين. غير أن الحياة الجماعية للسوق ربما لا تزال تحتفظ بخصائص قديمة، فالتجار يرسلون وقت الغذاء إلي المطاعم المنتشرة في الاسواق يحضرون منها الغذاء، كما يوجد عدد من المقاهي الكبيرة أو باعة الشاي يجولون بعد وقت الغذاء وعلي امتداد النهار.

وفي وسط السوق الباعة المتجولون الذين لا يملكون دكاكين ثابتة لبضاعتهم، فيصيح بائع الترمس (مدد يا امبابي) ويعني بهذا القول الاستعانة بالشيخ الامبابي وهو ولي مشهور، ويصيح بائع الليمون (الله يهونها يا ليمون)". وكانت الاسواق تخضع لمراقبة المحتسب، وكان يجوس من حين إلي اخر خلال المدينة يتقدمه عامل يحمل الميزان والصنح، وخلفه الجلادون والخدم، وهو يمر علي الدكاكين والاسواق واحدا بعد الأخر يفحص الموازين والمكاييل، ويستفسر عن ثمن المأكولات، ويتأكد من نظافتها، وإذا اكتف مخالفة ينزل العقاب بمرتكبها، وتذكر كتب التاريخ عقوبات فريدة انزلها المحتسب بالغشاشين كانت تصل لقطع جزاء من الأذان او الأنف. (الغيطاني، مارس ١٩٩٧)

*إدورد لين: هو ابن الدكتور ثيوفيلوس لين هو مستشرق إنجليزي، اشتهر خصوصاً بمعجمه الكبير للغة العربية. أقام مدة طويلة بالقاهرة ونظم وصفا كاملا لمصر، مع حقيبة من أكثر مائة رسم استقر لين في حي المسلمين، وعاش كعالم مصري تحت اسم منصور أفندي. اهم اعماله " اخلاق المصريين المعاصرين و عاداتهم " عام ١٨٣٦ وتلاه عام ١٨٣٨ إلى ١٨٤٠ ترجمة لكتاب ألف ليلة وليلة .



الموسكي عام ١٩١١

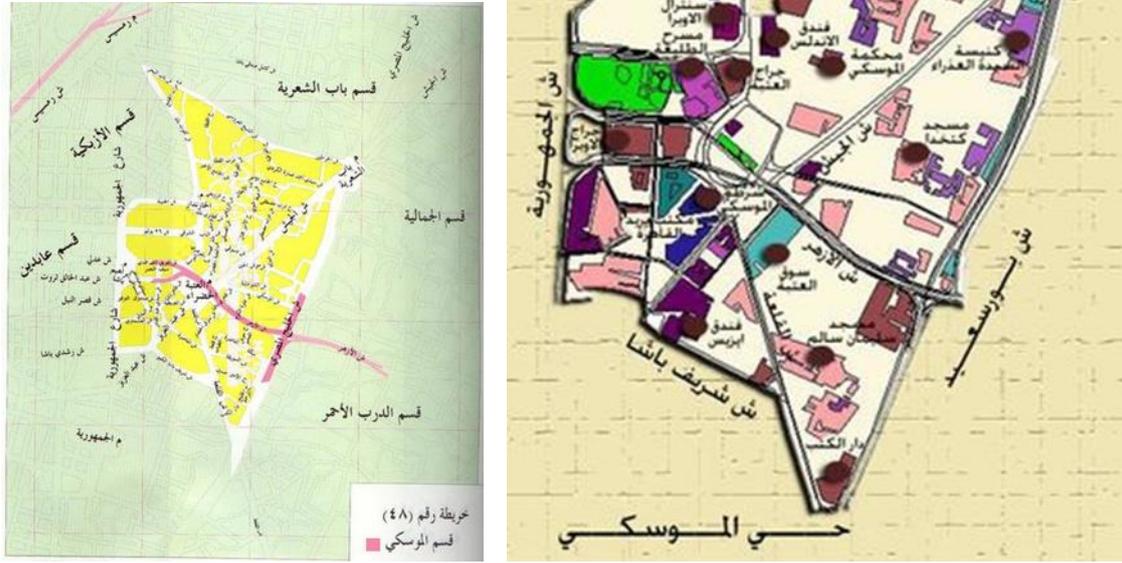


الموسكي حاليا

شكل ٣

دراسة حالة لأحد اهم الاحياء العامة بالقاهرة(حي الموسكي):

- هو شارع بدأ شقه وتعميره علي مراحل عديدة، علي مدي عمر خمسة من حكام مصر من أسرة محمد علي الكبير نفسه، وعباس الاول وتوقف عصر سعيد باشا ولكن جاء الخديو إسماعيل ليستأنف العمل فيه .. ثم استكمل في عهد ابنه الخديو توفيق ... شارع الموسكي والسكة الجديدة.



(شكل ٤) خريطة حي الموسكي لعام ٢٠١٥ من وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري

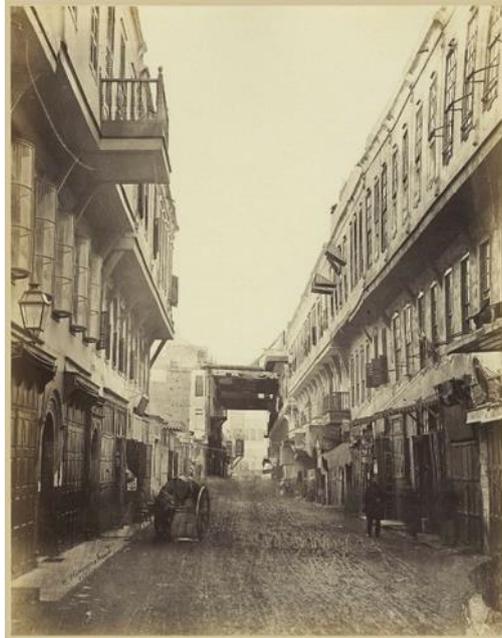
- وكان الهدف من شقه هو توفير منطقة تجارية في قلب القاهرة المعزية الفاطمية حيث الغورية والسيوفية والخيامية، وعند أعتاب الأزهر الشريف ومرقد الإمام الحسين والحزاوي.
- وشارع الموسكي أوله يقع في آخر شارع السكة الجديدة من عند قنطرة الموسكي بجوار قسم الشرطة واخره عند العتبة الخضراء.(شكل ٣)
- وشارع الموسكي ينسب الي الأمير عز الدين موسك أحد أقرباء السلطان صلاح الدين الايوبي، وهو الذي أنشاء قنطرة الموسكي. (الطرابيلي، مارس ١٩٩٦)
- أنشأ قنطرة باسمه في المنطقة التي عاش فيها وبنى فيها قصرأ له، ورغم كل ذلك مات الأمير عز الدين مؤسك في دمشق.
- وعندما جاءت الحملة الفرنسية على مصر عام ١٧٩٨ قام جنود الحملة بهدم بيوت الأمراء والهاربين خارج القاهرة فهدموا منطقة قنطرة الموسكي وأنشأوا طريقاً من قنطرة الموسكي إلى ميدان جامع أزبك وهذا الطريق هو شارع الموسكي حالياً.
- (شكل ٥)
- - ثم جاء محمد علي والذي أمر بتوسيع أزقة وشوارع منطقة الموسكي وتسوية وتمهيد هذه الطرقات والشوارع، ثم أمر بتسمية شوارع القاهرة وترقيمها، واطلق اسم شارع الموسكي على الشارع المؤدي من زاوية الموسكي حتى الاستبالية الملكية بالأزبكية وهي مستشفى الأزبكية التي جدها محمد علي وجعلها ملحقة بمدرسة الطب والولادة بالقصر العيني.



(شكل ٥) الموسكي عام ١٨٧٤

ونظراً لكثرة النشاط التجاري وقدم الأجنب وازدحام الموسكي بدأ محمد علي في إنشاء شارع السكة الجديدة وهو شارع الأزهر الآن، وقد أفتاه العلماء وقتها بأن يكون عرض هذا الشارع ثمانية أمتار، ثم أكمله بعد ذلك الخديوي إسماعيل حتى وصل شارع السكة الجديدة إلى جهة الغرب مكان جامعة الأزهر حالياً.

- وما بين محمد علي وإسماعيل وتحديداً في عهد عباس حلمي حيث كان عهده بداية إنشاء المدارس الأجنبية في مصر، حيث أنشأ الأميركيون مدرسة للبنين في الأزبكية عام ١٨٥٤، وفكر الفرنسيون في إنشاء مدرستين للبنين أيضاً فوقع اختيارهم على حي الموسكي ليكون مكاناً لهذين المدرستين. (الموسكي (القاهرة)، ٢٠٢٠) (شكل ٦)



(شكل ٦) مشهد تادر من شارع الموسكى عام ١٨٦٠م المصور الالمانى W. Hammersch

الموسكي .. حيث يلتقي الشرق والغرب:

المباني التاريخية:

تلك المباني ذات الطابع المعماري الفرنسي والبلجيكي المميز والتي أنشئت في عهد [الخديوي إسماعيل](#) تأثراً بالعمارة الأوروبية خاصة الفرنسية منها والتي كان الخديوي يعشقها.

من أمثلتها:

- إدارة الدفاع المدني ولحريق (المطافئ سابقا) .
- مبنى هيئة البريد ومبنى قسم الشرطة وكذا مبنى مديرية الشؤون الصحية لمحافظة القاهرة - والذي كان مقرا لصندوق الدين الذي فرضته أوروبا على الخديوي ليراقب الأنفاق المصري آنذاك-
- وأيضا تياترو الخديوي (المسرح القومي الآن) كما كانت دار الأوبرا المصرية والتي احترقت عام ١٩٦٨ م ومقر المحكمة المختلطة خلف الأوبرا والتي أزيلت أيضا عند إنشاء جراج الأوبرا.
- وهناك العديد من العقارات ذات الطراز المعماري الفريد مثل عمارة تيرنج بسوق الجوهري والتي يعلوها كره يحملها أربعة ملائكة وتعتبر تحفة فنية وأثرا تاريخيا يستحق الحفاظ به. (شكل ٧)



(شكل ٧) عمارة تيرنج

- وأيضا مبنى لوكاندة البرلمان الذي تحول للأسف إلي مول تجارى وكذا العديد من العقارات ذات الطابع التاريخي والطراز المعماري الفرنسي بشارع القلعة وشارع عبد العزيز وغيرها.

المقاهي:

- من أهم المقاهي التي كانت موجودة بحي الموسكى مقهى ماتاتيا خلف دار الأوبرا القديم (جراج الأوبرا حاليا) وتم إزالتها عند إنشاء الجراج وأنشئت في موقعها (حديقة ماتاتيا الآن) هذا المقهى كان ملتحى للثوار الذين مهدوا للثورة العراقية حيث كان يلتقي فيه صفوة شباب مصر حول الثائر جمال الدين الأفغاني
- وأيضا مقهى الندوة التجارية بشارع بور سعيد والذي يرتاده كبار التجار منذ مئات السنين
- و مقهى الفنانين بشارع القلعة (محمد على سابقا) ومقهى التجار بشارع المرخم من ش القلعة ذات التاريخ العريق.

المحال الكبرى:

- والتي أقيمت على غرار المحال الكبرى في باريس حيث محل سمعان صيدناوى ومحل عمر أفندي والبيت المصري وداوود وعدس.

(شكل ٨)



(شكل ٨) عمر أفندي حي الموسكي بالقاهرة

دور العبادة:

- في حي الموسكى المساجد الأثرية ذات التاريخ العريق والكنائس ذات الطراز الفريد والمعابد اليهودية و من المساجد الأثرية نجد مسجد العزبانى ومسجد الرويعى والجامع الأحمر وجامع البكري ومن الكنائس المسيحية ولكل مذهب نجد كنيسة الأقباط الأرثوذكس وكنيسة الأرمن (الغرغورى) وكنيسة الإفرنج الكاثوليك وكنيسة الأرمن الكاثوليك ومن المعابد نجد المعبد اليهودي القابع بشارع الجيش متوسطا للمسافة بين شارع الجيش وشارع الموسكى.



(شكل ٩) لقطة نادرة من حي الموسكي بالقاهرة سنة ١٩١٢

معايير اختيار دراسة الحالة:

- منطقة دراسة الحالة ستكون (شارع الموسكى) تم اختيار هذه المنطقة وخاصة هذا الشارع للأسباب التالية:
- وجود معالم مختلفة من مباني تاريخية ومحال كبرى ومقاهي ودور عبادة.
 - كونه شارعًا تجاريًا يحتوي على هذه المعالم المختلفة فيسهل التعامل مع الأشخاص من مختلف المستويات الاجتماعية، وذلك لإتمام الدراسة.
 - موقعه الفريد وتواجده في قلب القاهرة.
 - شهرته.. وتميزه بهوية ذات طابع خاص.

اقتصرت التحليل على حي واحد فقط من الشارع التجاري شارع الموسكي والمقارنه بالانشطة والحياة الاجتماعية قديما والتغيرات الحالية؛ وهي منطقة متميزة في طابعها ونسيجها الحضري ومعالمها. ومع ذلك، لديها العديد من المشاكل.

تحليل الموقع:

- يتكون الشارع من أبنية مختلفة معظمها متعددة الاستخدامات، لها محلات تجارية في الطابق السفلي، وسكنية او مخازن في الطوابق العلي ادون. يوجد حد أدنى من المساحات الخضراء. (شكل ١٠)



(شكل ١٠) قلة المساحات الخضراء بحي الموسكي حاليا

- على الرغم من أن اللوائح تحظر استخدام الممرات الجانبية لعرض البضائع ، إلا أن معظم المتاجر لا تزال تعرض بضائعها في الممرات الجانبية. (شكل ١١)



(شكل ١١) بعض الممرات الجانبية بحي الموسكي حاليا

- يقع الشارع في منطقة حضرية ذات كثافة سكانية عالية. على الرغم من أنه كان يُنظر إليه على أنه آمن في الغالب، إلا أنه يعاني من عدة مشاكل في النقل والمشاة ويفتقر إلى الجزء الترفيهي الذي يجب العثور عليه في مساحة حضرية ناجحة. - بالإضافة إلى ذلك، على الرغم من أن الأشخاص الذين تمت ملاحظتهم في الشارع التجاري في الحي يمثلون مجموعة واسعة من العمر والجنس والطبقة، إلا أن المعيار الاجتماعي للأشخاص الذين يشغلون الشارع جعلهم لا يبحثون حقًا عن جزء المتعة ويرون أنه رفاهية يمكن أن تكون غير مطلوبة.

- التفاعل الاجتماعي الذي حدث في الشارع - والذي كان دراسة الحالة- لا يشير إلى أنماط السلوك الثقافي في جميع أنحاء العالم. هناك اختلافات وفقاً للثقافات المتعددة بسبب التنوع في العرق والجنس والظروف المناخية والمعايير الاجتماعية والطبقية.

خامساً: استنتاجات الدراسة التحليلية

ان الأنشطة والتجارب التي يخوضها الفرد ضمن ممارسته الحياتية لها دور كبير في تكوين وتنمية ثقافته حيث اوضحت الدراسة ان هناك علاقة قوية بين المواقع ذات الأنشطة الثابتة والأنشطة الاجتماعية الثابتة ايضا، لذلك من أجل تصميم شوارع تجارية متجاورة ناجحة، يجب أن تكون قادرة على تحمل تكاليف الأنشطة الاجتماعية.

وبناء على المعايير السابقة لتحقيق نجاح الاماكن العامة:

الحمية:

- وفقاً لمسيرة الملاحظات السابقة، كان من الواضح أن هناك العديد من الأشخاص يقضون وقتاً في الشارع طوال اليوم وظهرت ايضا خلال الملاحظه أن مستوى الأمن في الشارع اختلف عن العهود السابقة التي ذكرناها؛ فأصبح من الصعب ان يترك التاجر مكانه دون غلق ليقتضي ايا من احتياجاته من اقامه الصلاه او الغذاء خوفا من السرقات. نظرا لشدة التكديس المستمرة قد يكون هناك بعض المخاوف من تهديد امن الفتيات والسيدات. (شكل ١٢)



(شكل ١٢) لقطة من حي الموسكي الان

الراحة:

- نظرا لتدافع الباعة جائلون، يفترشون الشوارع والحارات والممرات يزاحمون محال يعرض أصحابها بضاعتهم خارج أبوابها، يتدفق عليهم آلاف الزبائن القادمين من محافظات مختلفة عبر محطة المترو وموقف الأتوبيسات والميكروباصات وغيرها من وسائل النقل التي لا تتوقف على مدار الساعة، يشكل هذا الزحام الدائم اهم مشاكل المنطقة مما يؤثر على عنصر الراحة في الشارع. (شكل ١٣)



(شكل ١٣) لقطه من حي الموسكي الان

الاستمتاع:

- تخلق المباني التاريخية الموجودة بالمكان الشعور بالانتماء لهذا المكان باعتباره احد اكبر الشوارع التجارية الشهيرة في القاهرة التي تقدم خدمات مختلفة.
- خلقت بعض المحلات في الشارع عادات سلوكية مميزة تدعم الأنشطة والسلوكيات الاجتماعية.
- وجود عدد كبير جداً من المتاجر التي تقدم خدمات مما أتاح الفرصة للأنشطة والسلوكيات الاجتماعية في الشارع.

سادسا: التوصيات:**- بالنسبة للمصمم :**

- الوصول لحلول تصميمية جمالية واستخدامية جاذبة و مبتكرة لمواكبة تغيرات العصر الحديث، مع مراعاة المستخدمين الأساسيين واجراء استبيانات تضمن مشاركتهم والاعتبار بأرائهم (تصميم تشاركي Participatory Design)
- الاهتمام بالمساحات الخضراء لما لها من دورا هاما في تنقية الجو وازضافة احساس بالراحة والجمال.
- زيادة الأهتمام بالعلامات الإرشادية التي توضح اتجاهات وأسماء الممرات الجانبية والشوارع المتفرعة ايضا.
- بالنسبة لوزارة التخطيط :
- إدراك أن السوق العام هو مكان ومكان عام فريد - وليس مجرد مبنى أو ممرات بين مباني - وأن تكامل الاستخدامات والأنشطة لخلق تجربة تجذب العملاء المستهلكين يعد مطلباً أساسياً.
- يجب تطوير مفهوم السوق العام بناءً على التحولات الثقافية والمكانية بشكل كامل للسوق العام؛ مع اعتبار العديد من العوامل؛ من أهمها قضايا التخطيط، والترويج، والتداول، والتخزين، ومواقف السيارات، والوصول، والخدمة، والسياق المحلي، والخدمات.
- مع مراعاة تسليم أماكن جيدة للمشبي والإقامة، بحيث يمكن للتصميم أن يلبي احتياجات الناس. يجب أن ترحب الأماكن العامة بجميع المستخدمين الذين يمشون بتفاعل جيد أثناء الجلوس أو الوقوف أو حتى المشي والتفاعل مع الآخرين. لذلك من أجل الحصول على مساحات حضرية ناجحة، يجب تلبية ثلاثة جوانب وهي الحماية والراحة والمتعة التي تم ذكرها من قبل كمجموعة من معايير الجودة.
- وتحققت هذه المعايير في عدة اسواق منها :



1- سوق فيكتوالين Viktualienmarkt:

- وهو واحد من أقدم الاسواق المحلية في ميونخ- ألمانيا وهو سوق فيكتوالين

Viktualienmarkt

- هو سوق طعام يومي وساحة في وسط ميونخ، بألمانيا.

- تطور Viktualienmarkt من سوق أصلي للمزارعين إلى سوق شهير. منطقة تبلغ مساحتها ٢٢٠٠٠ متر مربع، يوجد ١٤٠ كشكًا ومتجرًا لبيع الزهور والفواكه الغريبة ولعبة الصيد والدواجن والتوابل والجبن والأسماك والعصائر وما إلى ذلك.



- يستضيف السوق أيضًا عددًا من الأحداث التقليدية والفولكلورية مثل وزن المشاهير ، ويوم البيرة ، ويوم البستانيين ، وافتتاح موسم الهليون ، والمهرجان الصيفي ، ورقصة نساء السوق في ثلاثاء الشروف ، وما إلى ذلك ، ومن هنا جاء سوق Viktualienmarkt ، الذي يضم كانت منطقة للمشاة منذ ٦ نوفمبر ١٩٧٥ هي أيضًا نقطة التقاء.



ويتميز السوق بعدة مزايا:

- من توفير المساحات الخضراء
- و اضافة احساس الراحة والجمال.
- ملائمة السوق لجميع فئات المجتمع لاستخدامه.



- عدم تداخل الباعة الجائلين مع المحاللات الأساسية مما يعطي فرصة لعرض البضائع بشكل جيد.

2- شارع كلير ماركت Rue Cler Market Street



- الحي السابع هو موطن لشارع كلير ، أحد أفضل شوارع السوق في باريس. اعثر على ولا يزال به أحجاره الأصلية. شارع السوق الأصلي هذا هو المكان الذي يذهب إليه السكان المحليون لشراء الأطعمة المفضلة لديهم أو لمقابلة الأصدقاء والاستمتاع بالجلوس خارج العديد من المقاهي فيوفر مكان ترفيهي اجتماعي يناسب الفئات المختلفة.



- شارع كلير هو واحد من أكثر الشوارع التجارية أصالة في باريس. تقع في الحي السابع ، ويعتبر من أفضل متاجرها المحلية حيث انه عبارة عن مجموعة رائعة من متاجر المواد الغذائية المتخصصة ، ومحلات الحلويات ، والجزارين ، وأخصائيي الجبن ، وتجار الأسماك ، ومحلات البقالة ، ومحلات الشوكولاتة ، والمقاهي الصغيرة وله تصميم مميز من الأحجار المرصوفة بالحصى الأصلية، فمعظم الشارع عبارة عن منطقة للمشاة.



- يقوم الباريسيون بالتسوق اليومي هناك ، في متاجر الأطعمة في شارع كبير ، لشراء العناصر التي يحتاجونها ليوم أو يومين ، لتناول عشاء الليلة وغداء الغد ، ولكن ليس أكثر لتوافر السلع به دائماً، وذلك من اهم اسباب عدم الزحام والتكدس بالشارع.

سابعا: النتائج:

من خلال هذه الدراسة نجد ان :

الثقافة والتصميم تشتركان في رابطة قوية وتظهر هذه الرابطة من خلال تلبية احتياجات ومتطلبات المستخدمين بكافة ثقافتهم من ناحية ، والاهتمام بالتصميم من حيث القيم الجمالية والتشكيلية من ناحية اخري ، يصل بالمصمم لابعاد اعمق في تحقيق الأهداف المرغوبة.

- من خلال الفهم الثقافي لمجموعة من المستخدمين والبيئة المحلية لهم؛ من أنماط الحياة والعادات والاهتمامات والقياسات البشرية للناس، ومن ناحية اخري،دراسة الموقع والمناخ والظروف البيئية. يمكن أن تساعد هذه البيانات في إنشاء تصميم يكون أكثر أماناً، وأكثر راحة، وذات ملاءمة أفضل، وأكثر مقاومة للطقس، وأكثر توافقاً مع المستخدم والبيئة.

- الجماليات الثقافية بالنسبة للتصميم نسبية بشكل كبير، فأن تؤخذ التوقعات والأذواق والتصورات الثقافية في الاعتبار هو من أهم الاعتبارات التصميمية التي تزيد من درجة ارتباط المستخدم للتصميم. ما قد يكون جميلاً بالنسبة لمجتمع معين قد يكون قبيحاً بالنسبة إلى مجتمع ثقافي آخر.

- يستطيع المصمم ان يخلق ترابط عاطفياً، بين التصميم والمستهلك، سيؤدي إلى زيادة التعلق والارتباط بزكريات وعواطف تناسب معاييرهم الشخصية و تدفعهم الي الرغبة في الاحتفاظ به لفترة أطول.

- فهم واستيعاب الظروف البيئية وتفضيلات المستخدم ومتطلبات التصميم والتصنيع. يصل بالتصميم ليكون وظيفياً ومتخصصاًويمكن الاعتماد عليه بشكل اوقع.

فاصبح بذلك، لفهم واستيعاب العناصر الثقافية ضرورة للوصول لتصميم جديد اكثر ملائمة للمجتمع و يرضي المستخدم ثقافياً وجمالياً.

وتكون عندها القيمة الثقافية المضافة للتصميم تخلق جوهر له قيمة ودافع للوصول للتنمية الثقافية من خلال التصميم.

ثقافة التصميم:

تم فحص التأثيرات الثقافية على التصميم ووجد ان:

1- يمكن لدمج الثقافة في عملية التصميم ان يعزز نجاح التفاعل والاتصال وإيجاد العلاقة بين التركيبة الشخصية الثقافية للمكان والمستخدم مع التصميم.

2- يمكن أن تكون الثقافة وسيلة لإرضاء المستخدمين، حيث انه لا يمكن تحقيق وإشباع متعه الافراد من التعامل مع التصميم بمجرد التعامل مع الوظائف فقط.

3- و لأن الثقافة هي انعكاساً لهوية المستخدمين، يبحث الافراد دائما عن هويتهم من أجل إضفاء معنى على حياتهم، وفقاً لذلك ، يمكن أن تساعد التصميمات التي يتم تكييفها ثقافياً الأشخاص على تحديد شيء مشترك ومتوافق مع ثقافتهم وأسلوب حياتهم واحترام التغيرات الزمنية لكل عصر.

4- يمكن أن تكون الثقافة مصدراً لابتكار التصميم والإلهام. ويمكن أن يؤدي أخذ الثقافة في الاعتبار أثناء أنشطة التصميم إلى تمهيد الطريق لتنويع الأفكار لإرضاء احتياجات المستخدم ، وتكون عملية الابتكار ضرورة لوجود التنوع البشري على أساس الاختلافات الثقافية ، وأكد أن الثقافة يمكن أن تولد هذا التنوع المطلوب،

فتعتبر الثقافة إحدى القضايا الأساسية في فهم تعدد الأشكال في التصميم وظهر ذلك عند محاولة مقارنه الاسواق العامة المفتوحة في اكثر من بلد، حيث ظهرت الاختلافات الثقافية للمستخدمين و مدي تفاعلهم مع المكان.

5- يمكن للثقافة أن تلعب دوراً في الاستخدام البديهي التصميم. بمعنى ما ، يرتبط الحدس البشري بمفهومنا للأشياء ، والذي تم بناؤه بالفعل في سياقاتنا الثقافية.

6- يمكن أن تكون الثقافة قوة موازنة مقابل العولمة. وتسلط الضوء على أهمية كل من العولمة والقيم الثقافية معا، يدل على فهم التنوع الثقافي.

7- يمكن للثقافة تحديد الاتجاهات، أن المستخدمين من ثقافات مختلفة يتأثرون بالتصميم بطرق مختلفة. قد تحقق الجماليات المكونة من اللون والمواد والأشكال الرغبة في ثقافة واحدة ولا تزال غير جذابة للمستهلكين في ثقافة أخرى. إن جاذبية التصميم وعدم جاذبيته عبر الدول تعني النسبية في التفضيلات وتدل على أن بعض المتغيرات الثقافية قد تكون مسؤولة. بهذا المعنى ، يمكن اعتبار المصممين أيضاً حراساً ثقافيين.

يمكن اعتبار دمج الثقافة في عملية التصميم امر هام للمستخدم من عدة زوايا. ومع ذلك ، ينبغي الاعتراف بأنها ليست مهمة مباشرة ولكنها عملية يصعب إدارتها نظراً لوجود عدد كبير من المتغيرات في طبقات مختلفة من هذا الدمج ، مما يجعلها أكثر تعقيداً.

المراجع

الكتب العربية

- 1- الغيطاني، جمال. (مارس ١٩٩٧). ملامح القاهرة في الف سنة. القاهرة: دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.
1- alghitani, jamal. (mars 1997). malamih alqahrt fi 'alf eami. alqahrt: dar nahdatan misr liltabaeat walnashr waltawzie.
- 2- الطرابيلي، عباس. (مارس ١٩٩٦). شوارع لها تاريخ. الهيئة المصرية العامة للكتاب.
2- altirbili, eabbas. (mars 1996). shawarie laha tarikha. alhayyat almisriat aleamat lilkitab.
- 3- سيد ، أيمن فؤاد. (١٩٨٨). وصف مدينة القاهرة وقلعة الجبل. مكتبة الخانجي بالقاهرة.
3- sid , 'ayman fuad. (1988) .wasaf madinat alqahrt waqileat aljabl. maktabat alkhanijii bialqahirat.
- 4- حواس ، سهير زكي. (٢٠٠٢). القاهرة الخديوية. مركز التصميمات المعمارية.
4- hawas , sahir zuki. (2002) .alqahirat alkhudyawiatu. murkiz altasmimat almuemariat.

المراجع الاجنبية

- 1- Diane Singerman and Paul Amar. Cairo cosmopolitan. The American University in cairo Press.
- 2- Andre Raymond. Cairo City of History. The American University in cairo Press.

الابحاث المنشورة في المؤتمرات والمجلات

- 1- Mohamed ,Amira Mersal. 2019. The Impact of Built Environment on Human Behaviors. Environment Science and Sustainable Development.
- 2- Matthew Carmona. 2019. Principles for public space design, planning to do better. The CL, London, UK.
- 3- Ivan Silaei. 2017. Public space as the reflection of Society and its Culture.IOP Conference Series: Material Science and Engineering.
- 4- .Y, Ahmedy, A Mohamed., M ,Refaat..2016.Human Behavior and Psychological needs in Cairo's Urban Spaces. Conference paper.research gate.
- 5- عبد المطلب ، هبة الله حمدي محمود. "الاعتبارات الاساسية في تصميم العمارة الداخلية عند إعادة تأهيل المنشآت التراثية"، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، العدد التاسع (٢٠١٨): من ص ٧٥١ الي ص ٧٦٦ .
- 5- abd almotleb ,hibat allah hamdiun mahmud . alaietibarat al'asasiat fi tasmim aleamarat alldakhiliat 'iieadat tahlil almunasha'at alturathiat , majalat aleamarat walfunun waleulum al'iinsaniat , aleadad alttasie (2018): min s 751 'iilaya s 766.
- 6- عبد الرحمن ،محمد احمد . "إعادة إحياء الطراز الإسلامي في مصر"، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، العدد الثاني(٢٠١٦): من ص ١٥٣ الي ص ١٧٨ .
- 6-Eabd alrhmn ,muhamad 'ahmad . "iaeadat 'iihya' altiraz al'iislamii fi msr" , majalat aleamarat walfunun waleulum al'iinsaniat , aleadad alththani (2016): min s 153 'iilaya s 178.

الانترنت

- 1- الموسكي (القاهرة). (١١ سبتمبر، ٢٠٢٠). تم الاسترداد من ويكيبيديا: [https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%83%D9%8A_\(%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D9%87%D8%B1%D8%A9\)#%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%83%D9%8A](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%83%D9%8A_(%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D9%87%D8%B1%D8%A9)#%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%83%D9%8A)
- 2- <https://www.pps.org/article/phase-ii-public-market-concept-development> -٢٠ ديسمبر - ٢٠٢٠
- 3- <https://www.marefa.org/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%83%D9%8A> -٢١ ديسمبر - ٢٠٢٠
- 4- LibreTexts. (2020, 08 10). Sociology. Retrieved from <https://libretexts.org/>
- 5- <https://www.arch2o.com/boston-public-market-architerra-arch2o-com> -٢٧ ديسمبر - ٢٠٢٠
- 6- <https://www.pinterest.com/pin/51650726963945917/> -٢٧ ديسمبر - ٢٠٢٠
- 7- <https://www.parisperfect.com/rue-cler.php> -٢٨ ديسمبر - ٢٠٢٠
- 8- <https://www.pinterest.com/pin/87257311501483483/> -٢٨ ديسمبر - ٢٠٢٠
- 9- <https://www.francetoday.com/travel/paris/market-streets-rue-cler/> -٢٨ ديسمبر - ٢٠٢٠
- 10- <https://en.wikipedia.org/wiki/Viktualienmarkt> -٢٨ ديسمبر - ٢٠٢٠
- 11- https://arz.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF_%D9%84%D9%8A%D9%86 -٢٨ ديسمبر - ٢٠٢٠