

# Design requirements according to the formal integration in the design of interior spaces

Al-Aseel Ahmed Abboud <sup>1</sup>

Faten Abbas Laftah <sup>2</sup>

Al-Academy Journal-Issue 107

ISSN(Online) 2523-2029/ISSN(Print) 1819-5229

Date of receipt: 18/1/2023

Date of acceptance: 21/2/2023

Date of publication: 15/3/2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## Abstract

The formal integration of the interior spaces in general and the commercial spaces of the watch shops in the large commercial centers in particular is the goal that the designers aim to reach in order for the interior space to become successful in terms of the design idea and its characteristics. Implementation mechanism. One of the reasons for achieving formal integration in the interior spaces of watch shops is the requirements of the design that must be available in these spaces to reach a state of formal integration between the interior and the exterior so that the space becomes fully integrated in all respects. Because of the aforementioned reasons for dealing with the research, through four chapters: The first chapter included the research plan and its problem, which was summarized in the following question: (What are the design requirements that must be available in the interior design? Shop spaces that sell watches as commercial spaces require formal integration)? The importance of the research, its objective, the objective limits, the spatial and temporal limits of the research were also highlighted, and the most important terms mentioned in the research title were identified. As for the second chapter, it included previous studies and the theoretical framework, which included two parts. The first dealt with formal integration into the interior spaces. As for the second, it dealt with the internal commercial spaces in all its details, in addition to the results of the theoretical framework in terms of indicators. As for the third chapter, it was devoted to the research procedures, as the researcher relied on the descriptive approach in analyzing the selected samples and models. The fourth chapter also included the results of the analysis and the conclusions obtained in light of the research objective, recommendations and proposals. and a list of sources and appendices.

**Key Words:** formal integration, design requirements, watch shops

---

<sup>1</sup> University of Baghdad / College of Fine Arts / Design Department.

[alaseel.ahmed2104m@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:alaseel.ahmed2104m@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

<sup>2</sup> University of Baghdad / College of Fine Arts / Design Department. [Faten.lafta@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:Faten.lafta@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

# المتطلبات التصميمية على وفق التكامل الشكلي في تصميم الفضاءات الداخلية

الأصيل احمد عبود<sup>1</sup>

فاتن عباس لفتة<sup>2</sup>

مستخلص البحث

ان التكامل الشكلي للفضاءات الداخلية بصورة عامة والفضاءات التجارية لمحال بيع الساعات في المراكز التجارية الكبيرة بصورة خاصة هو الهدف الذي يروم المصممون للوصول اليه كي يصبح الفضاء الداخلي ناجحاً من ناحية الفكرة التصميمية وألية تنفيذها، ومن أسباب تحقيق التكامل الشكلي في الفضاءات الداخلية لمحال بيع الساعات هو المتطلبات التصميمية الواجب توافرها في هذه الفضاءات للوصول الى حالة التكامل الشكلي بين الداخل والخارج ليصبح الفضاء كلاً متكاملأً من جميع النواحي. ولما تقدم من أسباب تناول البحث، عبر أربعة فصول: اذ تضمن الفصل الأول خطة البحث ومشكلته التي تلخصت بالتساؤل الآتي: (ماهي المتطلبات التصميمية الواجب توافرها في تصميم الفضاءات الداخلية لمحال بيع الساعات بوصفها فضاءات تجارية تستوجب التكامل الشكلي)؟. وقد تم لقاء الضوء على أهمية البحث، وهدفه وكذلك بيان الحدود الموضوعية والحدود المكانية والزمانية للبحث، وتحديد اهم المصطلحات التي وردت في عنوانه. أما الفصل الثاني فقد تضمن الدراسات السابقة والإطار النظري الذي اشتمل على مبحثين تناول الأول التكامل الشكلي في الفضاءات الداخلية. اما الثاني فقد تناول الفضاءات الداخلية التجارية بجميع مفصلاتها، فضلاً عن ما اسفر عنه الإطار النظري من مؤشرات، وقد خصص الفصل الثالث لإجراءات البحث حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي في تحليل العينات والنماذج المختارة. وكذلك اشتمل الفصل الرابع على نتائج التحليل والاستنتاجات المستحصلة في ضوء هدف البحث فضلاً عن التوصيات والمقترحات. وقائمة المصادر والملاحق.

الكلمات المفتاحية: التكامل الشكلي، المتطلبات التصميمية، محال بيع الساعات.

## الفصل الأول/ الإطار المنهجي للبحث.

### مشكلة البحث والحاجة اليه:

يعد التكامل الشكلي أحد الأساسيات المهمة في عملية تصميم الفضاءات الداخلية والواجب مراعاته من قبل المصمم الداخلي عند الشروع بعملية التصميم، كونه يشكل الحجر الأساس في أنجاح الفكرة التصميمية وتميزها عن غيرها. والتكامل الشكلي في التصميم الداخلي هو فكرة المصمم وقدرته على الدمج

<sup>1</sup>جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة/ قسم التصميم/ فرع التصميم الداخلي/

[alaseel.ahmed2104m@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:alaseel.ahmed2104m@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

<sup>2</sup>جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة/ قسم التصميم/ فرع التصميم الداخلي/ [Faten.lafta@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:Faten.lafta@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

بين الفضاءات الداخلية والخارجية مع المتطلبات التصميمية التي هي من اساسيات تكوين هذه الفضاءات، فيعمل المصمم على توضيح مضمون الفضاء وماهيته بصورة مبسطة وسلسة واضحة للمتلقى وشاغل الفضاء الداخلي عبر استخدام التكامل الشكلي على وفق علاقات ومعايير ثابتة ومدروسة خاضعة الى وظيفة المكان والعناصر الشكلية والجمالية التي يحتويها. ومن خلال ملاحظة الباحث واستطلاعاه وجد بعض المشاكل الخاصة في كيفية تطبيق وتوظيف التكامل الشكلي مع المتطلبات التصميمية للفضاءات الداخلية لمحال بيع الساعات داخل المولات التجارية مما أثار التساؤل الاتي:

(ماهي المتطلبات التصميمية الواجب تو افرها في تصميم الفضاءات الداخلية لمحال بيع الساعات بوصفها فضاءات تجارية تستوجب التكامل الشكلي)؟.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في:

1. اغناء الجانب المعرفي لدى المصممين والمختصين في مجال التصميم الداخلي.
2. إضافة معرفية للمصمم الداخلي والقائمين على الفضاءات الداخلية في كيفية توظيف المتطلبات التصميمية على وفق التكامل الشكلي في تصميم تلك الفضاءات.
3. ابراز أهمية المتطلبات التصميمية في تحقيق البنية التصميمية للفضاءات الداخلية.

هدف البحث:

يهدف البحث الى:

الكشف عن المتطلبات التصميمية المتكاملة في عملية تصميم الفضاءات الداخلية لمحال بيع

الساعات.

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: تتمثل بدراسة المتطلبات التصميمية عند عملية تصميم الفضاءات الداخلية لمحال بيع الساعات وإمكانية تحقيقها للتكامل الشكلي.

الحدود المكانية: محال بيع الساعات الواقعة ضمن المراكز التجارية في دول الخليج العربي.

الحدود الزمانية: 2017م - 2020م وهي فترة انشاء محلات بيع الساعات داخل المراكز التجارية.

تحديد المصطلحات:

قد وردت في عنوان البحث مصطلحات عدة كان لا بد من الوقوف عليها وتعريفها وبيان معانها:

#### 1- المتطلبات requirements :

المتطلب لغةً: "مُتَطَلَّبٌ: (اسم)، الجمع: متَطَلِّباتٌ، اسم مفعول من تَطَلَّبَ أمر أو عمل يُطَلَّبُ تحقيقه، شيء أساسي لا غنى عنه". (www.arabdct.com)

اما اصطلاحاً: فيعرف المتطلب "بأنه عبارة عن حاجة فيزيائية أو وظيفية موثقة يجب على منتج او خدمة ما أن تؤديه أو تحتويه". (www.wikipedia.org)

وتعرف المتطلبات التصميمية أجراًئياً: وهي حاجات وظيفية وجمالية يمكن ان تطبق بطريقة علمية وفكرية تنظيمية مرتبة ترتيباً معيناً من قبل المصمم للوصول الى فضاء داخلي متزن.

## 2- التكامل integration :

التكامل لغةً: "من الفعل كَمَلَ اي تم وكان كاملاً" (Maalof, 2003, P686).  
اما اصطلاحاً: فقد عرف التكامل على "انه خلق التجانس في وحدة متكاملة ومتجانسة" (Kazem, P7,1989).

ويعرف التكامل اجرائياً: هو عملية ربط ودمج وتداخل بين فضائين داخليين او فضاء داخلي وخارجي بصورة بسيطة وسلسة ومتجانسة للوصول الى فضاء مبتكر متكامل.

## 3- الشكلي formal :

يعرف الشكل لغةً: تشتق كلمة الشكل من الفعل شكل ويدل على المماثلة. كان تقول هذا شكل هذا، أي مثله. (Abi al-Hassan, 2001, P511)

## الشكل اصطلاحاً:

الشكل هو "احد العناصر الأساسية التي يشترط ان ترتب لتحقيق غايات". (Nopler, 1987, P806)  
تعريف الشكل اجرائياً: هو هيئة منظمة داخل الفضاء المادي الذي يحتويها لغرض تحقيق المتطلبات الوظيفية والجمالية.

ومن هذه التعريفات السابقة يمكن تعريف مصطلح التكامل الشكلي كالآتي:

التكامل الشكلي اجرائياً: هو خلق وحدة متجانسة ومنظمة متكونة من الهيئات الخاصة بالأجسام المختلفة داخل الوسط الحاوي لها (الفضاء الداخلي) لتأدية مهام وظيفية وجمالية في ذات الوقت.  
الفصل الثاني/ الإطار النظري للبحث.

## المبحث الأول: التكامل الشكلي في الفضاءات الداخلية.

### 1- مفهوم التكامل الشكلي وعلاقته بالتصميم الداخلي:

منذ القدم أرتبط مفهوم التكامل الشكلي بالكثير من المفاهيم المختلفة مثل مفهوم الكلية والشمولية والوحدة ومفهوم الجمال وغيرها من المفاهيم، إذ يعد الجمال قيمة عليا من الصعب أدراكها وفهمها لأنها قيمة نسبية تختلف من شخص الى آخر في جميع محاور الحياة حسب فكر الشخص وعاداته وتقاليده ومجتمعه وغيرها من المؤثرات التي تؤثر على عملية أدراك الشخص للجمال وفهمه وتفسيره، فالعلاقات الجمالية تتشكل في التكامل بين الأجزاء مع بعضها البعض وتكون الكل المتكامل الذي يعكس الجمال، فقد أتفق البشر على إن الجمال هو إحدى جزئيات التكامل في الكون (Al-Obaidi, 2004, P94). وهذه هي أهم المفاهيم التي تداخلت وارتبطت بمفهوم التكامل الشكلي في التصميم الداخلي. وإن مفهوم التكامل الشكلي يعتمد بصورة عامة على الدمج بين نوعين من اللغات التصميمية وهي " لغة النمط، ولغة الشكل. لغة النمط ترمز الى عناصر التفاعل الإنساني مع المباني والفضاء الداخلي التي يمكن العثور عليها كما في العمارة التقليدية بفضاءاتها الداخلية. اما لغة الشكل تتوافق مع أي طراز هندسي لمبنى او لمنطقة سواء كانت تراثية او غيرها" (Salman, 2017, P7).

## 2- أنواع التكامل الشكلي في التصميم الداخلي:

للتكامل الشكلي في التصميم الداخلي أنواع متعددة تتكامل فيما بينها من أجل تحقيق فضاء داخلي يمتاز بتكامل أجزائه وبالتالي الوصول استقرار الفضاء شكلياً وأدائياً، ومن هذه الأنواع:

- **التكامل التكنولوجي:** هو أحد أنواع التكامل الشكلي المهمة في الفضاءات الداخلية وقد عرف " هذا النوع من التكامل الأبنية كمجموعة من التكنولوجيات في الكيفية التي تتم بها العلاقة بين المكونات الداخلة في المبنى " (Salman, 2017, P8).
- **التكامل التنظيمي:** وهو كيفية وامكانية الفضاء الداخلي على التلائم والتكيف مع جميع متطلبات الانسان عبر الزمن عن طريق "قابلية التنظيم في الاستجابة لعامل التغير على وفق هذه المتطلبات والذي يشمل على تكامل التحسس وتكامل المرونة وتكامل المعالجة، وإدارة الأعمال، وتكامل الناس والفضاء" (Salman, 2017, P9).
- **التكامل الفني:** ان العمل التصميمي المتكامل فنياً يتصف بالانسجام والتماسك بين الوحدات المكونة له من جهة، ومن جهة ثانية يدل على موضوع خاص في داخله أي يحمل مدلولاً باطنياً، ومن المهم لأي تصميم داخلي إن يحتوي على جانبيين الأول هو المظهر الخارجي الحسي، والثاني هو البنية الزمانية الباطنية الداخلية له أي ما يحتويه التصميم الداخلي من معان يقصدها المصمم في فكرته التصميمية، وهناك مجموعة من الصفات التي تميز التصميم الداخلي وتعطيه صفة الجمال الفني بنظر المصمم والمتلقي وهي (12-11-10, P10-11-12, Salman, 2017):. (التناسب، التنوع، التدرج، البساطة، التعقيد، الضخامة، المبالغة).
- **التكامل البصري:** التكامل البصري يعمل على توسيع إدراك المشاهد ووعيه للأبعاد الحسية، والفيزيائية والنفسية والروحية للفضاء. ويحقق توظيف السيطرة المبدعة على الإضاءة، وكذلك زيادة الراحة النفسية التي تساهم في الإدراك والخبرة الجمالية للفضاء الداخلي حيث تتباين معايير تصنيف الإضاءة لتشمل الإضاءة كلا من الإضاءة الطبيعية والصناعية (Al-Obaidi, 2004, P105). فالضوء هو احد العناصر الأساسية للتكامل البصر ويكون على تماس مباشر باللون فكلهما مكمل للأخر وعليه فإن التكامل البصري يتحقق في الفضاء الداخلي عبر مثلث متكون من الضوء واللون وعين المتلقي، فيتم تفسير الفكرة التصميمية للمصمم عن طريق المتلقي عبر استخدام هذه العناصر الثلاثة.
- **التكامل اللوني:** وهو مرتبط بالتكامل الشكلي البصري ترابطاً وثيقاً وهو احد اهم عناصر التكامل الشكلي في التصميم الداخلي فهو يؤثر بصورة مباشرة في نفسية وسلوك شاغلي الفضاء الداخلي ويعبر عما يدور في رأس المصمم من فكرة وما يقصده من أسلوب وطريقة يستطيع عبرها انجاز تصميم لفضاء داخلي مبتكر ومميز.

## 3- التكامل الشكلي وعلاقته بالعناصر الأساسية المحددة للفضاء الداخلي:

- التكامل الشكلي يعتمد على الوظيفة الأدائية والوظيفة الجمالية للعناصر المحددة للفضاء الداخلي بالرغم من انه يعتمد على الجمال بصورة كبيرة ومباشرة أكثر من الأداء وتقسّم هذه العناصر الى:
- العناصر المادية وبدورها تقسم الى قسمين:

- العناصر المادية العامودية وتشمل (الجدران، الأعمدة، القواطع) وعناصرها الانتقالية وتشمل (الفتحات، الأبواب والشبابيك، السلالم).
- العناصر المادية الأفقية وتشمل (السقوف، الارضيات).
- العناصر المكملة وتشمل (الضوء، اللون والملمس، المكملات التزيينية، الأنظمة البيئية، العناصر التأثيثية) (Shabr, 1998, P16).

1-العناصر المادية العامودية: وهي المستويات الأكثر أهمية من الناحية البصرية، فهي التي توفر عنصر الحماية والخصوصية لشاغلي الفضاءات الداخلية التي تحيط بها، كما تعمل على تشكيل وتعريف وتحكم حجم الفضاء الداخلي، وتعمل على الأحاطة بحركة شاغلي الفضاء ومستخدميه وتحددها، كما تعمل على فصل كل فضاء عن الآخر مع توفير العزل الصوتي والبصري والضوئي أيضاً لمستخدمي الفضاء الداخلي، وتتكون العناصر المادية العامودية من (الجدران، القواطع، الأعمدة) وكذلك العناصر الانتقالية وهي (السلالم، والفتحات الخاصة بالشبابيك والابواب وغيرها). (Ching, 1987, P122-124)

2-العناصر المادية الافقية: وتقسم الى (السقوف، الارضيات): فالسقوف هي المحددات الأساسية التي تعد من الناحية البصرية في المركز الثاني بعد الجدران في الفضاء الداخلي وهي التي تحدد ارتفاع الفضاء وتوفر الحماية الفيزيائية والنفسية لشاغليه. اما الارضيات هي السطوح التي تمثل المستوى الافقي وهي قاعدة الفضاء الداخلي ويرتكز عليها الجدران والسقف ووحدات الفضاء من اثاث ومكملات وغيرها.

3-العناصر المكملة: وتقسم الى الضوء واللون والملمس والمكملات التزيينية والأنظمة البيئية والعناصر التأثيثية: فالضوء هو العامل الجمالي والوظيفي المُعرِّف للفضاء الداخلي بكل ما يحتويه، اما اللون هو الوسيلة لعملية نقل المعلومات او الصفات البصرية للأشكال المكونة للفضاء الداخلي وله علاقة وثيقة بالضوء فبدون الضوء لا يوجد لون. وفيما يخص الملمس فعبره يتم الشعور بسطح الجسم وله علاقة وثيقة مع الضوء ايضاً كون انعكاسات الضوء من على الاسطح هي كفيلا بالتعريف او الشعور بملمس السطح قبل لمسه داخل الفضاء الداخلي.

اما المكملات التزيينية هي الإضافات التي تعطي الفضاء الداخلي الصفات الجمالية والتعبيرية والنفسية التي تسهم في ابراز التكامل الشكلي له، وتقسم الى مكملات تزيينية وظيفية كالساعات ووحدات الانارة، وتركيبية كالالوان والاشكال، وجمالية كاللوحات والمنحوتات والنباتات وغيرها (Sharif, 1982, P272-275). والأنظمة البيئية هي التي تكون وظيفتها الأمانية أكبر من وظيفتها الجمالية وتتكون من: أنظمة التدفئة والتبريد، أنظمة الصوتيات، أنظمة الأمان، الأسلاك الموصلة للطاقة الكهربائية (Abd al-Baqi, 2008, P 47-48).

بما ان هذه الأنظمة وتفرعاتها تستهدف الجانب الأدائي أكثر من الجانب الجمالي يكتفي الباحث بذكرها فقط دون الدخول الى تفاصيلها الدقيقة.

وبخصوص العناصر التأثيثية "ف يُعد التأثيث والأثاث من أكثر العناصر التي يتم بواسطتها إغناء الفضاء وتزيينه جمالياً ويوفر لنا مُتعة وإثارة بصرية حسية عالية فضلا عن كونه دليلاً على الوجود الإنساني داخل

الفضاء" (Abd al-Baqi, 2008, P50). وهو ايضاً حلقة الوصل بين الفضاء ومستخدميه وبه يتكامل الفضاء شكلياً ليصل الى حالة من التوازن الوظيفي الأدائي والوظيفي الجمالي.

المبحث الثاني: الفضاءات الداخلية التجارية.

1- نبذة عن الفضاءات الداخلية التجارية:

الفضاءات التجارية وهي إحدى فضاءات المبنى التجاري الذي يصنف ضمن المباني العامة التي تعرف بأنها "المباني المستخدمة من قبل عامة الناس، لفضاء حوائجهم بما في ذلك من مباني منفردة في الفضاء او متجمعة مع غيرها وسواء كان منها عامودي الشكل او أفقي وتشمل المباني العامة المباني التعليمية والصحية والثقافية والرياضية والدينية والتجارية والسياحية والترفيهية سواء حكومية منها او خاص" (Kastati, 2012, P23).

2- المتطلبات التصميمية في الفضاءات الداخلية التجارية:

تعددت المتطلبات التصميمية في الفضاءات الداخلية التجارية والتي تحمل أهمية كبيرة في عملية التكامل الشكلي للفضاء الداخلي التجاري ومن هذه المتطلبات:

- تنظيم وتنسيق الحركة في الفضاء الداخلي التجاري: ويتم عبر استخدام عدة أنواع واشكال للحركة حسب تخطيط وتصميم الفضاء الداخلي للمحل التجاري وكالاتي (الحركة الخطية، الحركة المحيطة، الحركة الشبكية، الحركة العضوية، الحركة الشعاعية). (Awad, 2007, P9)
- تصميم الواجهات الخارجية: يعد تصميم الواجهات ووحدات العرض من أساسيات التكامل الشكلي لأي فضاء داخلي تجاري فتعكس الواجهات ما يوجد بداخل المحل من معروضات ومنتجات فهي أول ماتقع عليه عين الزبون، ومن ثم فهي تعد عامل جذب له او عامل نفور ويتوقف ذلك على طبيعة تصميمها والفكرة التي تعكسها وطريقة تنفيذها كل هذه عوامل تؤدي دور الجاذب او النافر. (Awad, 2007, P9)
- تصميم وحدات العرض: يختلف تصميم وشكل وحدات العرض حسب وضعها في الفضاء الداخلي للمحل التجاري، فيحسب تصميم المحل تتوزع وحدات العرض في منتصف الفضاء وغالباً ماتكون حاوية على القطعة الأهم من المنتجات والمعروضات كأن تكون ساعة غالية الثمن من إحدى الماركات العالمية، ومنها ماتكون جدارية او معلقة وغيرها من أشكال تنظيم وحدات العرض. (Awad, 2007, P9)
- الإضاءة: إن تصميم الإضاءة بصورة جيدة ومناسبة للفضاء الداخلي للمحل التجارية ليس بالأمر السهل والهين، فهي خاضعة الى معايير وظيفية وجمالية تتبع تصميم الفضاء وما يتم عرضه من سلع ومنتجات وخدمات فيه. (Hamdi, 2005, P304)
- الألوان: "يلعب اللون دوراً حيوياً في مجال التصميم الداخلي للمحلات التجارية كما يعمل على إبراز وحده الأثاث وعلاقتها بمحتويات التكوين الكلي من جدران وأرضيات وأسقف وغيرها، ومما لا شك فيه أن اختيار اللون صعب للغاية لأن إرضاء الأذواق جميعاً في وقت واحد شيء صعب جداً" (Jibril, 2013, P13).

● المواد وملمسها: "إن اختيار نوعية المواد المستخدمة في تجهيز المحل له أهمية كبيرة، حث يتوقف عليها ارتياح الزبون أو عدم ارتياحه وبالتالي رواج حركة البيع أو كسادها" (Dihny, 2005, P188) وتعددت المواد المستخدمة في الفضاء الداخلي التجاري لمحال بيع الساعات، فهو كفضاء عرض سلع قيمة لا بد من توفر مادة تعطي رؤية جيدة جداً وفي ذات الوقت تحافظ على الساعات القيمة من السرقة والعبث، فالزجاج هو من أبرز المواد ذات الملمس الصقيل التي يعتمد عليها المصمم الداخلي في تصميم وحدات العرض الخاصة في المحل.

● التكييف: يعد التكييف (تدفئة – تبريد- التهوية) من الأمور المهمة لأي فضاء داخلي خاص كان او عام تجاري او غير تجاري فهو المسؤول عن تلائم البيئة الداخلية للفضاء مع شاغليه ومستخدميه، وكون أن فضاءات محال الساعات تقع ضمن مراكز تجارية فيكون نظام التكييف فيها مركزي يشمل جميع الفضاءات الموجودة في المركز التجاري كما ويحتوي الفضاء الداخلي التجاري على الستائر الهوائية التي لها أهمية كبيرة داخل المحال التجارية فيما يخص مبدأ الاستدامة فيمكن تلخيص أهميتها بما يأتي (www.q8tech.net) (توفير الطاقة، حماية المكان الداخلي، تحسين البيئة الداخلية، منع الحشرات).

● العلامة التعريفية لهوية المنتج (الايقونة): من أهم المتطلبات التصميمية للفضاء الداخلي التجاري هو تصميم علامة تعريفية لهوية المنتج الذي يتم عرضه وتسويقه داخل هذه الفضاءات وهذا له تأثير في عملية التكامل الشكلي في الفضاءات الداخلية التجارية. وفي الوقت الحالي ومع دخول التقنيات الالكترونية الحديثة أستطاع المصمم من توظيف هذا العنصر بصورة متميزة ضمن الفضاء الداخلي عبر استخدام شاشات العرض التفاعلية والرقمية الاعلانية التي عن طريقها يتم عرض ما يتم إرساله من أجهزة الكمبيوتر والتلفاز وأجهزة الفيديو المختلفة وما يتم كتابته وبرمجته من نصوص على الكمبيوتر وما يتم تخزينه من معلومات وملفات (www.q8tech.net).

#### مؤشرات الإطار النظري:

أسفر الأطار النظري عن مجموعة من المؤشرات يمكن اعتمادها في بناء استمارة التحليل وبالتالي الوصول الى النتائج وهي كالآتي:

1. يعتمد مفهوم التكامل الشكلي في الفضاء الداخلي التجاري على مفاهيم عدة هي الكلية والشمولية والوحدة والجمال.
2. هنالك نوعين من اللغات التصميمية في التكامل الشكلي للفضاءات الداخلية هي لغة النمط ولغة الشكل.
3. تمتلك العناصر المادية العامودية والافقية أهمية بصرية كبيرة كونها تقع عند مستوى نظر الانسان في داخل الفضاء الداخلي.
4. ان الفضاءات الداخلية لمحال بيع الساعات تمتلك مجموعة من الصفات التي تميز التصميم الداخلي لكل منها وتعطيه قيمته الفنية بنظر المصمم والمتلقي الشاغل والمستخدم للفضاء وهذه الصفات هي (التناسب، التنوع، التدرج، البساطة، التعقيد، الضخامة، المبالغة).



5. تمتاز العناصر المكملة مثل (الضوء، اللون، والملمس، المكملات التزيينية، الأنظمة البيئية، العناصر التأثيثية) داخل الفضاء الداخلي لمحل بيع الساعات بجانب تعبيره جمالي وآخر وظيفي وهذا له تأثير مباشر على عملية التكامل الشكلي للفضاء.
6. ان العناصر الفيزيائية والتأثيثية والتكميلية تؤثر في عملية التحكم بحجم وشكل واتجاه أنظمة الحركة الافقية للفضاء الداخلي لمحال بيع الساعات.
7. عند دمج أكثر من نوع من أنواع الحركة في التصميم الداخلي للمحال التجارية لبيع الساعات كالحركة الخطية والمحيطية والشبكية والعضوية والشعاعية يحدث خلق نوع من التشويق والمتعة والاستفادة داخل الفضاء.
8. تعد الإضاءة الصناعية من العناصر المهمة في تصميم الفضاءات الداخلية لمحال بيع الساعات كونها تساهم في اظهار التفاصيل الدقيقة للساعات، فأستخدام الألوان المناسبة من الإضاءة مع التحكم في شدتها يؤدي الى نجاح تصميم الفضاء الداخلي وبالتالي نجاح وظيفته.
9. يعتمد تلائم البيئة الداخلية للفضاء الداخلي التجاري لمحل بيع الساعات مع شاغليه ومستخدميه على نظام التكييف وجودته داخل هذا الفضاء، فهو المسؤول عن توفير مناخ مناسب يتلائم مع وظيفة الفضاء ومع طبيعة الافراد الشاغلين له.
10. إن علاقة التصميم الداخلي وتكامله مع تصميم الايقونة للعلامة التجارية الخاصة بالمنتجات التي يتم عرضها وتسويقها داخل هذا الفضاء تعد من المتطلبات التصميمية المهمة للفضاء الداخلي التجاري، فالإعلان ووسائله له تأثير كبير في عملية التكامل الشكلي والتصميمي في الفضاءات الداخلية التجارية لمحال بيع الساعات.

### الفصل الثالث/ إجراءات البحث.

منهج البحث: تم اتباع المنهج الوصفي في تحليل نماذج البحث.

مجتمع البحث: بعد التقصي والدراسة المستفيضة، وبسبب تعذر الباحث من الوصول الى محال ساعات محلياً بسبب الأوضاع الأمنية وتعذر التصوير واخذ المعلومات الكافية عن العينات، وجد الباحث ان دول الخليج العربي من أكثر الدول رواجاً وشهرةً في العالم بسوق الساعات، اذ ساهم موقع هذه الدول الإستراتيجي، وإمكاناتها المعروفة في سوق العملات، ونظام الإعفاء من الضرائب إلى تحويلها مركزاً رئيساً لتداول الساعات عالمية الجودة وبأسعار فائدة منخفض نسبياً، وهذا ما جعلها تمتلك الكثير من متاجر بيع الساعات بمختلف أنواعها، وبوصف ان مجتمع البحث واسع النطاق جداً في هذا المجال، تم اختيار العينة اختياراً قصدياً لمحال بيع ساعات رولكس الواقعة ضمن المراكز التجارية في دول الخليج العربي كمجتمع للبحث الحالي، وفقاً لمسوغات تصب في تحقيق هدف البحث ونتائجه، وكما مبين بالآتي:

1. اختيار أفضل المحال أهمية وشهرة ورسانة وثقة من ضمن دليل المحال التجارية لبيع الساعات رولكس في دول الخليج.

2. اختيار محال بيع ساعات رولكس التي تقع في المراكز التجارية، كون ان التسوق في المراكز التجارية يُعد مفضلاً وملائماً بحسب البيئة الاجتماعية والطبيعية والثقافية لتلك الدول، ذلك ما جعل متاجر او محال بيع الساعات تتوزع في تلك المراكز التجارية.

3. اختيار المحال التي تتداول الساعات التي تحمل الاسم التجاري رولكس المعروف عالمياً.

4. اختيار المحال التي تتفرد بالتصاميم المعاصرة والتي تعكس تعبيراً جمالياً ووظيفياً يغني المشهد البصري ويؤكد هوية الفضاء وخصوصيته.

عينة البحث: تم اختيار عينة البحث بأسلوب العينة القصدية للفضاءات الداخلية لمحال بيع الساعات لشركة رولكس داخل المراكز التجارية في دول الخليج العربي وتم اختيار ثلاث نماذج للعينة متوزعة في ثلاث دول خليجية وكالاتي:

1. متجر رولكس في مجمع ستي سنتر التجاري (البحرين).

2. متجر كهوجي وكيل شركة رولكس في مجمع الراشد مول التجاري (السعودية).

3. متجر احمد صديقي وأولاده وكيل شركة رولكس في مجمع مول الامارات التجاري (الامارات).

تم اختيار العينات كونها وكالات رسمية ومعتمدة لشركة رولكس للساعات وتقع ضمن مراكز تجارية مهمة على مستوى دول الخليج العربي مع توفر المعلومات الكافية عنها وتوفر سنة الانشاء الخاصة بالعينات.

أداة البحث: لتحقيق هدف البحث تم استعمال الأدوات الآتية:

1. العمل على بناء استمارة تحليل تعتمد مؤشرات الإطار النظري لغرض تحليل نماذج العينة المختارة

2. إجراء عملية المسح والبحث للنماذج المختارة على شبكة الأنترنت.

صدق الأداة: تم عرض استمارة التحليل على الأساتذة من ذوي الاختصاص الدقيق في التصميم\*<sup>(1)</sup> للأخذ

بالملاحظات والتوجهات التي يرونها مناسبة من حيث الإضافة والحذف والتعديل لبعض فقرات الاستمارة.

الوصف والتحليل: الأنموذج الأول: متجر رولكس في مجمع ستي سنتر التجاري في البحرين.

شكل رقم (1) يوضح متجر رولكس في مجمع ستي سنتر التجاري في البحرين

<https://www.google.com/maps/uv?pb>



1. \* الأساتذة ذوي الاختصاص الدقيق:

2. أ.د. رجاء سعدي لفتة.

3. أ.م.د. حسنين صباح داوود.

4. م.د. أخلص عبد سلمان.

**الوصف العام:** يقع متجر رولكس في الطابق الأول داخل مجمع ستي سنتر التجاري في المنامة عاصمة مملكة البحرين، أُفتتح هذا المتجر بتاريخ 26 مارس/ آذار 2017م من قبل شركتي (مودرن آرت ستوديو الوكيل الرسمي لشركة رولكس للساعات في منطقة الشرق الأوسط، ورولكس)، يعتبر أكبر فرع لشركة رولكس للساعات في الشرق الأوسط، وقد امتاز تصميم هذا المتجر بأبراز الثقافة العربية، كما يحتوي على ركن خاص بكبار الشخصيات، وتم استخدام الكثير من المواد والخامات الخاصة بشركة رولكس والمصنعة خصيصاً لها. ([www.alwasatnews.com](http://www.alwasatnews.com))



شكل رقم (1-1) يوضح الفضاء الداخلي لمحل ساعات رولكس.

<https://images.app.goo.gl/3Ydmcdbu3UYzXcag7>

#### التحليل:

1- التكامل الشكلي الفني في التصميم الداخلي للمحال التجارية لبيع الساعات:  
انصف التصميم الداخلي لمحل ساعات رولكس بالانسجام والتماسك بين الوحدات المكونة له من جهة، وبين ما يحتويه من معانٍ يقصدها المصمم في تصميمه من جهة أخرى، فتتحقق هذابين الجانبين معاً عبر استخدام المواد والخامات والاثاث والمكملات وغيرها بصورة متجانسة. وهناك مجموعة من الصفات التي يتميز بها الفضاء التجاري لمحل بيع الساعات تعزز وتعطي صفة التكامل الشكلي الفني له بنظر المصمم والمتلقي بعضها تحقق كلياً وبعضها جزئياً وبعضها لم يتحقق و من الممكن توضيحها بالآتي: التناسب: كان متحققاً ، التنوع: متحقق ، التدرج: متحقق ، البساطة: غير متحقق ، التعقيد: غير متحقق ، الضخامة: متحقق ، المبالغة: متحقق جزئي.

2- المتطلبات التصميمية في الفضاءات الداخلية التجارية لمحل الساعات:

اعتبارات تنظيم وتنسيق الحركة الأفقية في الفضاء الداخلي: بسبب كون محل ساعات رولكس يقع ضمن مركز تجاري فهو لا يحتوي على ممرات حركة عامودية كالسلالم فهو يعتمد على الحركة الأفقية في داخل الفضاء. وهناك اعتبارات عدة يتم عبرها تحديد وتنظيم الحركة الأفقية داخل محل ساعات رولكس وتقسّم هذه الاعتبارات الى:

عناصر فيزيائية: إن العناصر الفيزيائية في فضاء المحل والمتمثلة بالارضية والسقف والجدران وفتحات الشبابيك والابواب لها تأثير كبير من ناحية آلية الحركة ومساراتها بداخل المحل.

عناصر تأثيئية: يحتوي الفضاء المحل على تصاميم مميزة من الأثاث الثابت والمتحرك مثل الكراسي المختلفة والمقاعد المفردة والمزدوجة والطاولات الصغيرة وطاولات المخصصة لعرض الساعات الغالية فضلاً عن وحدات العرض المنضدية ذات الأشكال المتنوعة ووحدات العرض الجدارية وكذلك اللوحات الاعلانية الخاصة بالترويج والاعلان عن الساعات المتنوعة التي تنتجها شركة رولكس فضلاً عن وجود الأجهزة والمنظومات المتنوعة الهندسية والخدمية كمنظومة التكييف المركزي و منظومة الكهرباء والانارة والسلامة والأمان بداخل هذا الفضاء.

عناصر تكميلية: توجد العناصر التكميلية المحسوسة غير الملموسة في الفضاء الداخلي لمحل ساعات رولكس كالصوت والروائح وعناصر الطبيعة كالرياح والضوء الطبيعي الداخل عبر الفتحات بصورة ليست مباشرة.

تصميم الواجهات الخارجية: فيمكن للمتلقي وبكل سهولة التعرف على محتويات المحل من الداخل وما هي الوظيفة التي يؤديها من خلال هذا التصميم .

تصميم وحدات العرض: تعددت أشكال تصاميم وحدات عرض الساعات في المحل لكنها امتازت بكونها مغلقة من جميع الجوانب ولا تفتح الا من قبل موظف المبيعات المسؤول وذلك للمحافظة عليها من التخريب والعبث فضلاً عن المحافظة على نظافة القطعة.

الإضاءة: تعد الإضاءة داخل الفضاء من العناصر الرئيسية ذات التأثير الكبير على نجاح التصميم الداخلي له، فكما هو معروف تحتاج محال بيع الساعات الى إضاءة جيدة عامة وخاصة لتبرز جمال الساعات الموجودة وتفصيلها الدقيقة للزبائن، وهذا ما عمل على تحقيقه المصمم الداخلي في تصميم محل ساعات رولكس.

الألوان: هي من المتطلبات التي تلعب دوراً حيوياً في عملية التكامل الشكلي للفضاء الداخلي فأستخدام الألوان الفاتحة للمحددات الافقية والعامودية واستخدام لون الخشب البني اعطى صفة رسمية للفضاء، ولأستخدام اللون الأخضر جمالية كبيرة حيث أنه عمل على كسر الرتابة والملل للألوان المستخدمة في المحددات.

المواد ولمسها: تعددت المواد المستخدمة في الفضاء والتي كان لها الأثر الكبير في عملية نجاح الفضاء الداخلي وبالتالي نجاح عملية تسويق الساعات المعروضة داخل المحل.

التكييف: بما إن محل الساعات يقع ضمن مجمع تجاري فشأنه شأن باقي أجزاء المجمع يعتمد على التكييف المركزي (التدفئة – التبريد - التهوية)، فتكمن السيطرة على درجات الحرارة والرطوبة وتلوث الهواء وغيرها بصورة مركزية تنعكس على جميع أجزاء المجمع التجاري وبنفس الشدة.

### العلامة التعريفية لهوية المنتج (الايقونة):

تم استخدام العلامة التجارية (الايقونة) التعريفية لمنتجات شركة رولكس والدعاية لها بصورة جيدة وفريدة من نوعها في تصميم محل ساعات رولكس ابتداءً من الواجهة الخارجية وصولاً الى وحدات عرض الإعلان وعرض تفاصيل الساعات.

الأنموذج الثاني: متجر كهوجي وكيل شركة رولكس في مجمع الراشد مول التجاري في السعودية.



شكل رقم (2) يوضح متجر كهوجي في مجمع الراشد مول التجاري

<https://www.google.com/maps/uv?pb>

الوصف العام: يقع متجر كهوجي للساعات الوكيل الرسمي لشركة رولكس في الطابق الأرضي لمجمع الراشد مول التجاري في مدينة الاحساء من المملكة العربية السعودية، أفتتح هذا المتجر سنة 2017م من قبل عائلة الكهوجي بالاشتراك مع شركة رولكس للساعات، وأشرف على تصميمه وتنفيذه المصمم الداخلي لشركة رولكس الخاص، اذ امتاز تصميم هذا المتجر بالشكل البسيط والبعيد عن التكلف لكنه مناسب للثقافة العربية ويعكسها في جميع ارجائه، فضلاً عن استخدام الألوان والمواد المتعارف عليها في تصاميم متاجر شركة رولكس المنتشرة حول العالم. (www.rolex.com)



شكل رقم (1-2) يوضح الفضاء الداخلي لمحل ساعات رولكس

<https://images.app.goo.gl/QPmiQC3UXTf8zvBZ7>

### التحليل:

#### 1- التكامل الشكلي الفني في التصميم الداخلي للمحال التجارية لبيع الساعات:

امتاز التصميم الداخلي لمحل ساعات رولكس في مجمع الراشد مول التجاري والتي أستخدم فيها المصمم مبادئ الأنسجام والتماسك والترابط بين مكونات الفضاء الداخلي عبر استعماله للخامات المتقاربة في المحددات والأثاث مما جعل الفضاء الداخلي متكامل فنياً بسبب وضوح المعاني التي قصدها المصمم من جهة وبين التناسق والتداخل لمكونات هذا الفضاء من جهة أخرى. وهناك مجموعة من الصفات التي تعزز صفة

التكامل الشكلي للفضاء الداخلي لمُتجر كهوجي وهي التناسب وكان متحققاً، التنوع: متحقق، التدرج: متحقق، البساطة: متحقق، التعقيد: غير متحقق، الضخام،: متحقق جزئياً، والمبالغة: غير متحقق.

## 2- المتطلبات التصميمية والتكامل الشكلي في الفضاءات الداخلية التجارية لمحال الساعات:

اعتبارات تنظيم وتنسيق الحركة الأفقية في الفضاء الداخلي: لوجود محل ساعات كهوجي في داخل مجمع تجاري وهو بطبيعة الحال مكون من طابق واحد ولا يحتوي على ممرات حركة عامودية كالسلالم والمصاعد فاقتصرت الحركة بداخل حدود الفضاء الداخلي على الحركة الأفقية فقط. وهناك اعتبارات عدة ساهمت في تحديد وتنظيم الحركة الأفقية داخل محل ساعات كهوجي وتقسّم إلى:

عناصر فيزيائية: أتمد المصمم الداخلي على نظام الحركة الخطية لوجود العناصر الفيزيائية كالجدران المستقيمة والأرضية المستوية مع موقع الأبواب المركزي لمحل الساعات.

عناصر تأثيثية: يحتوي الفضاء الداخلي على تصاميم من الأثاث الثابت والمتحرك الخاص بالجلوس والطاولات المختلفة المخصصة لعرض الساعات ووحدات العرض المنضدية والجدارية واللوحات الاعلانية مع وجود منظومات التكييف المركزي والكهرياء والانارة والسلامة والأمان في داخل محل ساعات كهوجي.

عناصر تكميلية: تعد العناصر التكميلية مثل الصوت والروائح وعناصر الطبيعة كالرياح والضوء الطبيعي الداخل عبر الفتحات بصورة ليست مباشرة وليس لها تأثير كبير كون إن الفضاء مغلق ويقع داخل مركز تجاري ضخم.

تصميم الواجهات الخارجية: تحقق ربط الداخل بالخارج لمحل ساعات كهوجي عبر الواجهة التي عدت عامل جذب رئيس للزائن بسبب سهولة وبساطة التصميم والشفافية التي حققها الواجهة .

تصميم وحدات العرض: تعددت أشكال تصاميم وحدات العرض الخاصة بعرض الساعات في المحل لكنها امتازت بكونها مغلقة ولا تفتح الا من قبل الموظف المسؤول عنها وذلك للمحافظة عليها .

الإضاءة: اسهمت الإضاءة المتوازنة في خلق بيئة متكاملة شكلياً من ناحية التوازن البصري داخل الفضاء الداخلي فانقسمت الإضاءة الى عامة ذات اللون الشمسي والإضاءة المركزية او خاصة موجهة من السقف او موضوعة على شكل اشرطة LED حول الوحدات الاعلانية الموجودة على الجدران او بعض وحدات العرض الجدارية.

الألوان: ان استخدام الألوان للمحددات والاثاث والمكملات والاكسسوارات اعطى صفة الرسمية والاتساع والبساطة وكسر حاجز الرتابة والملل وإعطاء حركة داخل الفضاء عبر استخدام مجموعة من الألوان مثل الأخضر والاصفر الفاتح والبيجي ولون الخشب وغيرها.

المواد وملمسها: تعددت المواد المستخدمة والتي كان لها الأثر الكبير في عملية نجاح الفضاء وبالتالي نجاح عملية تسويق الساعات المعروضة.

التكييف: بما إن محل ساعات رولكس يقع ضمن مجمع تجاري فشأنه شأن باقي أجزاء المجمع يعتمد على التكييف المركزي (التدفئة – التبريد - التهوية)، فتكمن السيطرة بصورة مركزية دون اختلاف بين فضاء وآخر. العلامة التعريفية لهوية المنتج (الايقونة): تم استخدام العلامة التجارية (الايقونة) التعريفية لمنتجات شركة رولكس والدعاية لها بصورة جيدة وفريدة من نوعها في تصميم محل ساعات رولكس .

النموذج الثالث: متجر احمد صديقي و أولاده وكيل شركة رولكس في مجمع مول الامارات التجاري في الامارات العربية المتحدة.



شكل رقم (3) يوضح متجر رولكس في مجمع مول الامارات التجاري

<https://www.bing.com/images>

الوصف العام: يقع متجر رولكس في الطابق الثاني داخل

مجمع مول الامارات التجاري في امانة دبي ضمن دولة الامارات العربية المتحدة، أُفتتح هذا المتجر في تاريخ 6 / سبتمبر عام 2020 م من قبل شركتي (أحمد صديقي وأولاده الوكيل الرسمي لشركة رولكس للساعات في الامارات، ورولكس). ويمتد على مساحة 173 متر مربع، أمتاز تصميم هذا المتجر بشكل عصري أخذ أعتد على مواد مصنعة حسب الطلب، منها خشب الجوز والنحاس البرونزي وحجر الجير والجلد بلون البيج. ويزين تاج رولكس الشهير المتجر ليتناغم مع محيطه ولينسجم مع عراقة علامة رولكس الشهيرة. (www.ellearabia.com)



شكل رقم (1-3) يبين التصميم الداخلي لمحل ساعات رولكس.

<https://images.app.goo.gl/eGexKiecpDPkyvZd9>

التحليل:

- 1- التكامل الشكلي الفني في التصميم الداخلي للمحال التجارية لبيع الساعات: اتصف التصميم الداخلي لمحل بيع الساعات بالانسجام والتماسك بين الوحدات المكونة له من جهة، وبين ما يحتويه من معانٍ يقصدها المصمم في تصميمه من جهة أخرى، فأمتلك التصميم هذان الجانبان معاً، كما امتاز بمجموعة من الصفات يمكن توضيحها بالآتي: التناسب: كان متحققاً، التنوع: متحقق، التدرج: متحقق، البساطة: غير متحقق، التعقيد: غير متحقق، الضخامة: متحقق، المبالغة: متحقق جزئي.
- 2- المتطلبات التصميمية والتكامل الشكلي في الفضاءات الداخلية التجارية لمحال الساعات: اعتبارات تنظيم وتنسيق الحركة الأفقية في الفضاء الداخلي: تم استغلال المساحات البعيدة عن المناطق المركزية داخل الفضاء الداخلي للمحل وتخطيط ممرات الحركة بصورة دقيقة تسمح بمرور الزبائن بسهولة وبدون احتكاك وهذا ساهم في جعل شاغلي الفضاء يكتسبون أقصى درجات الراحة النفسية مع الاستفادة

الكلية من فضاء المحل. وهناك اعتبارات عدة يتم عبرها تنظيم الحركة الأفقية داخل محل الساعات وتقسم هذه الاعتبارات الى:

عناصر فيزيائية: أعتد المصمم الداخلي على نظام الحركة الخطية بسبب العناصر الفيزيائية كالجدران والارضية مع موقع الأبواب المركزي لمحله ساعات أحمد صديقي وأولاده.

عناصر تأثيئية: يحتوي الفضاء الداخلي على تصاميم من الأثاث المتنوع الخاص بالجلوس والطاولات المختلفة وحدات العرض المنضدية والجدارية واللوحات الاعلانية ووجود منظومات التكييف المركزي والكهرباء والانارة والسلامة والأمان بداخل محل ساعات رولكس.

عناصر تكميلية: ان العناصر التكميلية مثل الصوت والروائح وعناصر الطبيعة كالرياح والضوء الطبيعي الداخل عبر الفتحات بصورة ليست مباشرة وليس لها تأثير كبير كون إن الفضاء مغلق ويقع داخل مركز تجاري ضخم.

تصميم الواجهات الخارجية: تم تصميم الواجهة الرئيسية للمحل واستخدام المواد المناسبة والالوان كالبيجي والبيني الخشبي الغامق مع استخدام الإضاءة المناسبة ذات اللون الشمسي الجميل واستخدام شعار الشركة بشكل بسيط وانيق وبعيداً عن التكلفة هذا ساهم في الوصول الى التكامل الشكلي.

تصميم وحدات العرض: ان وحدات العرض بجميع اشكالها داخل فضاء المحل متناسبة مع التصميم العام للفضاء ومع الوظيفة المؤداة فيه من ناحية الشكل واللون والمتانة وبذلك حققت مبدئ السلامة والأمان مع المحافظة على الشكل والهوية الوظيفية للمحل.

الإضاءة: أسهمت الإضاءة المتوازنة في خلق بيئة متكاملة شكلياً من ناحية التوازن البصري داخل الفضاء الداخلي لمحله ساعات.

الألوان: ان الألوان المستخدمة في المحددات والاثاث والاكسسوارات والمكملات جميعها متناسبة مع الجو العام للفضاء من ناحية التصميم والوظيفة والهوية البصرية والنفسية لشاغلي ومستخدمي الفضاء الداخلي للمحل.

المواد ولمسها: تعددت المواد المستخدمة في الفضاء الداخلي للمحل والتي كان لها الأثر البالغ في عملية نجاح الفضاء الداخلي وبالتالي نجاح عملية تسويق الساعات المعروضة داخل المحل.

التكييف: بما إن محل ساعات رولكس يقع ضمن مجمع تجاري فشأنه شأن باقي أجزاء المجمع يعتمد على التكييف المركزي (التدفئة - التبريد - التهوية)، فتكمن السيطرة على التكييف بصورة مركزية موحدة.

العلامة التعريفية لهوية المنتج (الايقونة): تم استخدام العلامة التجارية (الايقونة) التعريفية لمنتجات شركة رولكس والدعاية لها بصورة جيدة وفريدة من نوعها في تصميم محل ساعات رولكس ابتداءً من الواجهة الخارجية وصولاً الى وحدات عرض الإعلان وعرض تفاصيل الساعات.



## الفصل الرابع/ النتائج والاستنتاجات

## نتائج البحث:

بعد اجراء التحليل على النماذج المختارة من مجتمع البحث وبالأعتماد على مؤشرات الأطار النظري وأستمارة التحليل، توصل الباحث الى مجموعة من النتائج التي تخص الفضاء الداخلي لمحل بيع ساعات رولكس في المراكز التجارية وكالاتي:

1. امتلاك التصميم الداخلي لمحلات الساعات في المراكز التجارية جانبين تعبيريين معاً الجانب الأول هو استخدام المصمم الداخلي لمبادئ الانسجام والتماسك والترابط والتداخل بين مكونات الفضاء، واما الجانب الثاني فهو ما قصده المصمم من معانٍ مختلفة في تصميمه أراد عبرها توضيح قيمة الساعات المرموقة مادياً ومعنوياً وان يوضح ويعطي لمسة البيئة الاجتماعية والطبيعية التي تحيط بالمحل وهذا ما توفر في النماذج الثلاثة.
2. تعزز التكامل الشكلي للتصميم الداخلي بمجموعة من الصفات هي التناسب، التنوع، التدرج، البساطة، التعقيد، الضخامة والمبالغة وهي ما تحققت في النماذج الثلاث عدا الضخامة لم تتحقق في الانموذج الثاني.
3. تحقق التكامل الشكلي لمحال بيع الساعات في المراكز التجارية في النماذج الثلاثة بتحقيق مجموعة من الاعتبارات والمتطلبات التصميمية مثل اشكال الحركة وتصميم الواجهات الخارجية ووحدات العرض والاضاءة والألوان والمواد وملمسها وأنظمة التكييف المختلفة والايقونة الخاصة بالشركة وبالمنتجات التي توفرها وكيفية الإعلان عنها داخل الفضاء الداخلي للمحل.
4. أثرت العناصر الفيزيائية في تحديد شكل الحركة داخل الانموذجين الأول والثاني وفتقدت ذلك في الانموذج الثالث.
5. امتاز تصميم وحدات العرض في محال بيع الساعات التجاري بجمال الشكل والوظيفة حيث عزز الجانب الجمالي عبر عرضه للساعات بصورة جميلة مع توفير الحماية لها من العبث والتخريب والسرقة وهذا ما كان متحققاً في النماذج جميعها.
6. غياب استخدام الستائر الهوائية في النماذج الثلاثة كان نقطة ضعف في التصميم المستدام والمريح لشاغلي الفضاءات.
7. ساهم استخدام الهوية التعريفية للمنتجات المعروضة في متاجر الساعات بالإضافة الى الايقونة الخاصة بشركة رولكس على تعزيز الجانب النفسي لدى الزبائن من ناحية تعزيز الثقة بالمحل وبالشركة وبالمنتجات التي تعرضها هذه المحال وهو الذي تحقق في النماذج الثلاثة مجتمعة كونها تابعة لنفس الشركة.
8. إن غياب استخدام شاشات العرض من نوع LED والشاشات التفاعلية LCD في النماذج الثلاثة ساهم بابتعاد التصميم الداخلي عن مواكبة التطور التقني والتكنولوجي في الوقت الحالي.

## الاستنتاجات:

ومن خلال النتائج المستخلصة من البحث نستنتج ما يلي:

1. ان مبادئ التصميم الداخلي لمجال الساعات هي الانسجام والتماسك والترابط والتداخل بين عناصر تكوين الفضاء الداخلي هي الأساس في عملية نجاح تصميم هذه المجال.
2. ان صفات التناسب والتنوع والتدرج والبساطة والتعقيد والضخامة والمبالغة هي من اساسيات تعزيز التكامل الشكلي لمجال بيع الساعات في المراكز التجارية.
3. تؤثر العناصر الفيزيائية والتأثيرية والتكميلية على تنظيم وتنسيق آلية الحركة في الفضاءات الداخلية لمجال الساعات داخل المراكز التجارية.
4. تقسم الحركة داخل الفضاء الداخلي لمجال بيع الساعات في المراكز التجارية الى عدة أنواع من الحركة وهي (حركة خطية ومحيطية وشبكية وعضوية وشعاعية) ولكل منها مميزاتا وعيوبها.
5. ان تصميم الواجهة الخارجية وبكل ما تحتويه من اضاءة واللوان ومواد وايقونة الشركة و وحدات إعلانية وغيرها لها دور كبير في عملية التعريف بهوية المحل ووظيفته للزبائن كونها اول ما يقع عليه نظر الزبون.
6. الستائر الهوائية مهمة في عملية خلق بيئة صحية داخل المجال التجارية الخاصة ببيع الساعات.
7. عدم استخدام (شاشات العرض LED والشاشات التفاعلية LCD) الخاصة بعرض المنتجات ساهم في تأخر تطوير المجال من الناحية التقنية والتكنولوجية.
8. يختلف شكل وحجم ومادة صنع وحدات العرض في محلات بيع الساعات حسب ما تحتويه وما يتم عرضه من منتجات داخلها.

## التوصيات:

يوصي الباحث بالآتي:

1. العمل على تحقيق مبدأ الاستدامة بالفضاءات الداخلية لمجال الساعات داخل المراكز التجارية من خلال استخدام المواد والآليات التي تحقق ذلك.
2. استخدام التكنولوجيا والتقنية الحديثة في تطوير الفضاءات الداخلية لمجال بيع الساعات في المراكز التجارية الكبيرة من خلال استخدام الأدوات والآليات الخاصة بعرض المنتجات وكيفية التفاعل معها.
3. الاعتماد على مختصين في مجال التصميم الداخلي عند تصميم وانشاء مجال الساعات في المراكز التجارية، والاستفادة من خبرتهم المتراكمة في تطوير وانجاح الفضاءات ومواكبة العصر الحالي والمستقبل.

## المقترحات:

يقترح الباحث ما يلي:

1. اعتماد عملية تطبيق المتطلبات التصميمية المتكاملة عند تصميم الفضاءات الداخلية.
2. التكامل الشكلي وتأثيره على تصميم الفضاءات الداخلية المعاصرة.

### References:

- 1- Maalouf, L. (2003) Al-Munjed in Language, Publications of Relatives,P4, Al-Ghadir Press, Iran-Tehran.
- 2- Kazem, A. (1989) Artistic Integration Problem in Iraqi Theatrical Performing, Master thesis, University of Baghdad, Faculty of Fine Arts, Department of Theatre Baghdad.
- 3- Abi al-Hassan, A. (2001): Lexicon of Language Standards, House of Arab Heritage p1, Beirut, Lebanon.
- 4- Nopler, N.(1987) The Dialogue of Revelations (Introduction to the Taste of Art and the Aesthetic Experience), Translation, Fakhri Khalil, Review, Jabra Ibrahim Jabra, Dar al-Ma 'mun Translation and Publishing, Baghdad.
- 5- Al-Obaidi, F. (2004) Integrative in Interior Architecture "An Analytical Study of Contemporary Technological Integration Trends, Unpublished Master's thesis, Department of Architecture, University of Technology, Baghdad.
- 6- Salman, A. (2017) Integrative in Sustainable Inner Environment "An Analytical Study of Heritage Sites", published research, Baghdad University, Faculty of Fine Arts, Department of Interior Design.
- 7- Shabr, N. (1998) "Indoor design in modern architectural movements: an analytical study of the concept of interior design in residential homes", Master's thesis, University of Baghdad, Faculty of Engineering, Department of Architecture, Baghdad.
- 8- Sharif, Y.(1982) A History of Iraqi Architecture at Various Times, Baghdad, Publications of the House of Culture and Media.
- 9- Abd al-Baqi, Z.(2008) Technical Integration in the Indoor Design of Public Buildings Indoor Sites (Analytical Study of Internet Cafes), unpublished Master's thesis, University of Baghdad, Faculty of Fine Arts, Department of Indoor Design, Baghdad,.
- 10- Kastati, R. (2012) Night lighting and its adoption on the facades of public buildings, unpublished Master's thesis, Helwan University, Egypt.
- 11- Awad, A. (2007) The Most Influential Modern Schools in Commercial Space Design, Published Research, College of Applied Arts, Department of Interior Design and Furniture, Helwan University, Egypt.
- 12- Hamdi, R. (2005) Features and Determinants of Shop Facade Design and Their Impact on the Visual Shaping of Greater Cairo, unpublished Master's thesis, Egypt.
- 13- Jibril, T.(2013) The Impact of Color in Inner Vacuum on Marketing Activity of Malls, Unpublished Master's thesis, Faculty of Architecture, Islamic University - Gaza, Palestine.
- 14- Dihny, H. (2005) Design Criteria of Inner Mall malls, Unpublished Master's thesis, College of Polytechnic.
- 15- Ching, F.D.(1987), "Interior Design Illustrated", Van Nastrand Reinhold company, New York .
- 16- Dictionary of the contemporary Arabic language, from the position of the meaning of requirements in dictionaries and dictionaries of the Arabic language (arabdict.com)
17. Definition of requirement on Wikipedia, article published on 6 May 2020, page history - Wikipedia (wikipedia.org)
- 18- Display screens and prices types of applications characteristics - Q8 LED (q8tech.net).
- 19- <http://www.alwasatnews.com/news/1223962.html>.
- 20-[https://www.rolex.com/ar/rolex-dealers/koohejstore/rswi\\_16376-alkhobar-saudiarabia.html](https://www.rolex.com/ar/rolex-dealers/koohejstore/rswi_16376-alkhobar-saudiarabia.html).
- 21- Rolex unveils its innovative store in Mall of the Emirates ElleArabia (ellearabia.com).
- 22- Mostafa Mohamed, D. (2022). Evaluation of user interface designs in official websites "Fine Art Colleges Model". *Al-Academy*, (106), 133–148.  
<https://doi.org/10.35560/jcofarts106/133-148>

23- Mahmood omar, hoda, & Ali Hussein, F. (2022). Evaluating the education quality in the College of Fine Arts "Design Department as a model". *Al-Academy*, (106), 385–406.

<https://doi.org/10.35560/jcofarts106/385-406>

24- jirjis Nehme, A., & Naima Obaid, A. (2022). Visual effects in contemporary animation design. *Al-Academy*, (106), 407–430. <https://doi.org/10.35560/jcofarts106/407-430>

25- Mustafa Khalaf, R. . (2022). Color works in highlighting the functional and aesthetic aspects of interior designs. *Al-Academy*, (105), 133–146.

<https://doi.org/10.35560/jcofarts105/133-146>

26- AbdelWahed HASSAN, S. (2022). meta and its dimensions in the designed bio-formation - virtual reality environment - a model. *Al-Academy*, (105), 147–168.

<https://doi.org/10.35560/jcofarts105/147-168>

#### الملاحق: استمارة التحليل

| ت              | المحاور الاولية  | المحاور الثانوية | متحقق | متحقق جزئي | غير متحقق |
|----------------|--|------------------|-------|------------|-----------|
| 1              | التكامل الشكلي الفني في التصميم الداخلي للمحال التجارية لبيع الساعات.            | التناسب          |       |            |           |
|                |  | التنوع           |       |            |           |
|                |  | التدرج           |       |            |           |
|                |  | البساطة          |       |            |           |
|                |  | التعقيد          |       |            |           |
|                |  | الضخامة          |       |            |           |
|                |  | المبالغة         |       |            |           |
| 2              | المتطلبات التصميمية والتكامل الشكلي في الفضاءات الداخلية التجارية لمحال الساعات. | اعتبارات         |       |            |           |
|                |  | تنظيم            |       |            |           |
|                |  | وتنسيق           |       |            |           |
|                |  | الحركة           |       |            |           |
|                |  | الافقية في       |       |            |           |
|                |  | الفضاء           |       |            |           |
|                |  | الداخلي.         |       |            |           |
|                |  | تصميم            |       |            |           |
|                |  | الواجهات         |       |            |           |
|                |  | الخارجية         |       |            |           |
|                |  | تصميم            |       |            |           |
|                |  | وحدات            |       |            |           |
|                |  | العرض            |       |            |           |
|                |  | الإضاءة          |       |            |           |
| الألوان        |  |                  |       |            |           |
| المواد وملمسها |  |                  |       |            |           |
| التكييف        |  |                  |       |            |           |
| العلامة        |  |                  |       |            |           |
| التعريفية      |  |                  |       |            |           |
| لهوية المنتج   |  |                  |       |            |           |
| (الايقونة)     |  |                  |       |            |           |