

# کتاب هشتم: مجتمع تجاری

تقدیم به دکتر آراب دیبا

طالبیان، نیما، ۱۳۶۰.  
مجمع تجاری: ترجمه و تألیف: نیما طالبیان، مهدی آتشی، سیما نبی‌زاده: زیر نظر کتابکده تخصصی معماری و شهرسازی کسری،  
تهران: حرفه هنرمند، ۱۳۸۹.  
۲۴۰ ص. مصور (رنگی).

فروست: مجموعه کتب عملکردهای معماری: کتاب هشتم،  
شابک:

۹۷۸-۶۰۰-۵۷۵۹-۰۹-۹

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

موضوع: معماری — طراحی

موضوع: معماری — طرح و نقشه

موضوع: مراکز خرید — طرح و ساختمان

موضوع: بازار — طرح و ساختمان

شناسه افزوده: آتشی، مهدی، ۱۳۶۰.

شناسه افزوده: نبی‌زاده، سیما، ۱۳۶۰.

رده‌بندی کنگره:

رده‌بندی دیویی:

شماره کتابشناسی ملی:

NA۱۳۷۰/۵۱۶م۲۷ ۱۳۸۹

۲۲۱ / ۰۱

۲۱۳۰۰۲۲



### کتابکده تخصصی معماری و شهرسازی کسری

مجموعه کتب عملکردهای معماری

کتاب هشتم: مجمع تجاری

ترجمه و تألیف: نیما طالبیان، مهدی آتشی، سیما نبی‌زاده

صفحه‌آرایی و آماده‌سازی چاپ: مینو جامی

چاپ اول: پاییز ۱۳۸۹

شمارگان: ۲۰۰۰

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مؤسسه چاپ آستان قدس رضوی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۷۵۹-۰۹-۹

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

انتشارات: حرفه‌هنرمند

نشانی انتشارات: تهران صندوق پستی ۱۶۳۱۵-۱۸۹۵ تلفن: ۲۲۸۸۷۲۸۴-۲۲۸۴۵۱۷۰ E-mail: info@Herfeh-Honarmand.com

این مجموعه زیر نظر کتابکده تخصصی معماری و شهرسازی کسری تدوین گردیده و کلبه حقوق برای مؤلفان محفوظ می‌باشد.

مرکز پخش: کتابکده تخصصی کسری

تلفن: ۰۱۹-۷۶۷۰۰۱۹-۵۱۱ همراه: ۰۱۹-۵۱۲۴۲۱۹

سخن از کمبود منابع تخصصی معماری در ایران سخنی بدیهی و تکراری است. هر چند که دوران سخت و آغازین این عرصه سپری شده و با همت اساتید متخصص و اهل قلم در سال‌های اخیر شاهد انتشار کتب و مجلات تخصصی معماری بسیاری بودیم اما هنوز در مقام مقایسه، کمبود منابع معماری کتمان‌ناپذیر می‌نماید. از آنجا که فرصت حضور در یک اثر معماری و درک بی‌واسطه فضای خلق شده برای بسیاری از معماران و دانشجویان ناممکن است، بیشترین شناخت از یک اثر معماری از طریق مشاهده تصاویر و دقت در مدارک فنی آن اثر حاصل خواهد شد. اما نحوه استفاده رایج در میان دانشجویان از تصاویر کتب لاتین معماری سبب شده است تا برخی اساتید در دانشکده‌ها توجه به این گونه کتب را مانع رشد خلاقیت در دانشجویان بدانند. حال آنکه تنها از طریق این کتب می‌توان به دگرگونی‌ها در عرصه معماری، به عنوان مثال تفاوت‌های معماری ملل گوناگون و تغییرات معماری در طول زمان، پی برد. دگرگونی‌هایی که بی‌شک ریشه در بسترهای فکری، فرهنگی و اقلیمی ملل مختلف داشته و در طول زمان سبب پیدایش سبک‌ها و دوره‌های متفاوتی گردیده‌اند.

مجموعه کتب عملکردهای معماری سعی دارد با معرفی آثار معماری به تفکیک عملکرد، گامی متفاوت در عرصه کتب تخصصی معماری در ایران بردارد. معرفی آثار شاخص و موفق از یک عملکرد در یک کتاب این امکان را ایجاد خواهد کرد تا خوانندگان علاوه بر آشنایی و مقایسه آثار مشابه، بتوانند سیر تحولات این عملکردها را در طول زمان نیز پیگیری کنند. هر کتاب از این مجموعه شامل دو بخش می‌باشد: در بخش اول هر کتاب تعداد بیست پروژه از معماران مختلف، در حد امکان به طور کامل معرفی شده است. هر پروژه شامل یک صفحه متن اصلی است که در آن به معرفی پروژه و معرفی مختصر معمار آن پرداخته شده است. در جهت کوتاه نمودن مطالب در این صفحات از شرح بدیهیات و نقد و بررسی آثار پرهیز و سعی شده است تا ساختار متن نه به صورت صفحات یک کتاب بلکه به شکل مقالاتی کوتاه و مجزا پیرامون هر پروژه تدوین گردد. در انتهای این صفحات نیز به منظور آشنایی بیشتر خوانندگان سایت اینترنتی و برخی از دیگر آثار معمار درج شده است. در این بخش سعی بر این بوده است تا از تصاویر و مدارک با کیفیت بالا استفاده شود و در صورت عدم دستیابی به چنین مدارکی، پلان‌ها، نماها یا مقاطع مجدداً ترسیم شده است. ملاک انتخاب این بیست پروژه از میان سایر پروژه‌ها، معرفی راهکارها و ایده‌های نو در هر عملکرد بوده است و به همین دلیل تنها به آثار معماران بنام و بین‌المللی بسنده نشده است.

در بخش دوم هر کتاب نیز جهت راهنمایی بیشتر خوانندگان تعدادی پروژه (در این کتاب شصت پروژه) به طور مختصر معرفی شده است. همچنین در این بخش سعی شده است تا بر نکات حائز اهمیت در هر طرح تأکید شود. «مجموعه تجاری» هشتمین کتاب از مجموعه کتب عملکردهای معماری می‌باشد که در آن نمونه‌های متنوعی از انواع این عملکرد در فاصله زمانی ۱۹۷۸ تا ۲۰۱۰ میلادی معرفی شده‌اند. با توجه به تنوع مقیاس در فضاهای تجاری در این

کتاب به مجتمع‌هایی که در مقیاس‌های فرامحله و شهری مطرح می‌باشند، پرداخته شده‌است. اغلب این آثار مجتمع‌هایی چندمنظوره می‌باشند که عملکردهای تفریحی و خدماتی نیز در آنها وجود دارند. در این کتاب سعی شده‌است تا شاخص‌ترین مجتمع‌های تجاری که در دهه‌های گذشته نظر صاحب نظران را به خود جلب کرده‌اند معرفی گردند. بی‌تردید نگاهی دقیق به تاریخچه و سیر تحولات این عملکرد در دهه‌های گذشته تا به امروز ما را در فهم دقیق‌تر تغییرات پدید آمده در تعاریف، نیازها و دیدگاه‌ها در خصوص فضاهای تجاری و همچنین چگونگی پاسخگویی معماران به تغییراتی از این دست، یاری می‌رساند.

انتخاب موضوع «مجموعه تجاری» برای کتاب هشتم با توجه به فقدان منابع فارسی در این خصوص صورت گرفته‌است و هر چند که در بسیاری از مجلات تخصصی نمونه‌هایی از این عملکرد معرفی شده‌است اما فقدان انسجام و کیفیت این منابع ما را بر آن داشت تا کتابی جامع و در حد توقعات امروز دانشجویان و معماران در دسترس مخاطبین قرار گیرد. از این رو در این کتاب مجموعاً هشتاد پروژه از دوره‌های زمانی مختلف و از سرتاسر دنیا انتخاب و معرفی گردیده‌است. در این کتاب نیز سعی شده‌است تا همچون سایر آثار این مجموعه اولویت با آثار شاخص و محوریت با ارائه مدارک فنی کامل باشد. امید است کتاب هشتم از این مجموعه نیز همچون سایر آثار به چنان رسیده مورد استقبال مخاطبین قرار گرفته و راهنمایی مناسب جهت استفاده متخصصین، معماران و خصوصاً دانشجویان رشته معماری قرار گرفته و ایشان با ارسال نظرات خود ما را در بهبود کمی و کیفی کتبی که از این مجموعه در دست انتشار است یاری رسانند.

اکنون و پس از گذشت قریب به پنج سال از چاپ اولین کتاب از این مجموعه که در آن زمان نخستین مجموعه از کتب موضوعی و عملکردی محسوب می‌گردید و با توجه به استقبال رو به افزایش مخاطبین در طول این پنج سال، این موضوع مورد استقبال سایر ناشرین نیز واقع شده است. کتابکده کسری ضمن استقبال از این رویکرد امیدوار است همواره در این عرصه آثار جامع‌تر و با کیفیت بیشتر در دسترس مخاطبین قرار گیرد.

کتابکده کسری بر خود لازم می‌داند در این فرصت از همکاری کلیه دوستان و اساتیدی که ما را در گردآوری این مجموعه یاری رسانده‌اند کمال سپاسگذاری را داشته باشد.

کتابکده تخصصی

معماری و شهرسازی کسری

پاییز ۱۳۸۹

**01-12****Galleries Lafayette**

Jean Nouvel  
Berlin - Germany  
1996

**02-22****Triangle Mall**

Benoy Architects  
Manchester - UK  
2000

**03-28****Smaralind**

BDP Architects  
Reykjavik - Iceland  
2001

**04-36****Publicis**

Michael Saeed Studio  
Paris - France  
2002

**05-42****Terra Mall**

Beame Architects  
San Jose - Costa Rica  
2003

**06-50****Funf Hofe**

Herzog & de Meuron  
Munich - Germany  
2003

**07-60****Galleria Mall West**

UN Studio  
Seoul - South Korea  
2003

**08-68****Selfridges**

Future Systems Architects  
Birmingham - UK  
2003

**09-78****ABC Center**

Graham mc Clements  
Beirut - Lebanon  
2004

**10-86****Santa Caterina Center**

Enric Miralles & Benedetta Tagliabue  
Barcelona - Spain  
2005

**11-94****Q19**

Peter Lorenz  
Vienna - Austria  
2005

**12-102****Kanyon Center**

Jerde & Partners  
Istanbul - Turkey  
2006

**13-110****Vivocity**

Toyo Ito  
Singapore  
2006

**14-118****Atrio Center**

ATP Architects  
Villach - Austria  
2007

**15-126****Meydan Shopping Center**

FOA Architects  
Istanbul - Turkey  
2007

**16-136****Carrefour Mall**

Heerim Architects  
Yusung - South Korea  
2007

**17-144****Vulcano Buono**

Renzo Piano  
Napoli - Italy  
2007

**18-152****Dream Mall**

RTKL Associate  
Kaohsiung - Taiwan  
2007

**19-160****Sihl City**

Theo Hotz Architects  
Zurich - Switzerland  
2008

**20-168****Westside Shopping Center**

Daniel Libeskind  
Bern - Switzerland  
2009

## بخش دوم:

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <b>01 -178</b><br><b>New Flower Market</b><br>Willy Muller Architects<br>Llobregat - Spain<br>2009  | <b>02 -179</b><br><b>USCE Shopping Center</b><br>Chapman Taylor Architects<br>Belgerad - Serbia<br>2009 | <b>03 -180</b><br><b>Istanbul Optimum Outlet</b><br>Fehmi Kobal<br>Istanbul - Turkey<br>2009        |
| <b>04 -181</b><br><b>Yongsan Station Shopping</b><br>Haehan Architecture<br>Yongsan - Korea<br>2009 | <b>05-182</b><br><b>Kale Shopping Center</b><br>Ibrahim Tutenyurt<br>Istanbul - Turkey<br>2008          | <b>06-183</b><br><b>Alisveris Center</b><br>Sinan Kafadar<br>Istanbul - Turkey<br>2008              |
| <b>07 -184</b><br><b>John Lewis Center</b><br>FOA Architects<br>Leicester - UK<br>2008              | <b>08 -185</b><br><b>Palladium Shopping</b><br>Ender Ergun<br>Istanbul - Turkey<br>2008                 | <b>09 -186</b><br><b>Gyre Shopping Center</b><br>MVRDV Architects<br>Tokyo - Japan<br>2007          |
| <b>10 -187</b><br><b>G.Hayek Shopping Center</b><br>Shigeru Ban<br>Tokyo - Japan<br>2007            | <b>11 -188</b><br><b>Dukwon Gallery</b><br>Kwon Moon Sung<br>Seoul - Korea<br>2007                      | <b>12 -189</b><br><b>Teras Park Center</b><br>Oncuglu Architects<br>Denizli - Turkey<br>2007        |
| <b>13 -190</b><br><b>Golden Terraces</b><br>Jerde Partnership<br>Warsaw - Poland<br>2007            | <b>14 -191</b><br><b>Soho Commercial Center</b><br>LAB Architecture<br>Beijing - China<br>2007          | <b>15 -192</b><br><b>365 Days Shopping</b><br>Oncuglu Architects<br>Ankara - Turkey<br>2007         |
| <b>16 -193</b><br><b>Shopping Village</b><br>Beame Architects<br>California - USA<br>2007           | <b>17 -194</b><br><b>Sillpark Shopping</b><br>ATP Architects<br>Innsbruck - Austria<br>2007             | <b>18 -195</b><br><b>Murpark Shopping</b><br>ATP Architects<br>Graz - Austria<br>2007               |
| <b>19 -196</b><br><b>Westfield Center</b><br>RTKL Associates<br>California - USA<br>2006            | <b>20-197</b><br><b>Riem Arcaden</b><br>NPS Architekten<br>Munich - Germany<br>2006                     | <b>21-198</b><br><b>Patrick Henay Mall</b><br>Create Architecture<br>Virginia - USA<br>2006         |
| <b>22-199</b><br><b>Mall Of Asia</b><br>Arquitectonica<br>Manila - Philipines<br>2006               | <b>23-200</b><br><b>FC Dragons Mall</b><br>Sutle Mindlin<br>Porto - Portugal<br>2005                    | <b>24 -201</b><br><b>Berceo Mall</b><br>RTKL Associates<br>Logrono - Spain<br>2005                  |
| <b>25 -202</b><br><b>Siam Paragon</b><br>RTKL Associates<br>Bangkok - Thailand<br>2005              | <b>26-203</b><br><b>P&amp;C Department Store</b><br>Renzo Piano<br>Köln - Germany<br>2005               | <b>27-204</b><br><b>EuroPark Shopping Mall</b><br>Massimiliano Fuksas<br>Salzburg - Austria<br>2005 |
| <b>28-205</b><br><b>Eastgate Berlin</b><br>ECE Architects<br>Berlin - Germany<br>2005               | <b>29-206</b><br><b>Pedro City Mall</b><br>Beame Architects<br>San Pedro - Honduras<br>2005             | <b>30-207</b><br><b>Vasco Center</b><br>BDP Architects<br>Lisbon - Portugal<br>2005                 |

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <hr/> <p><b>31-208</b><br/><b>Larios Shopping</b><br/>B+R Arquitectos<br/>Malaga - Spain<br/>2004</p>           | <hr/> <p><b>32-209</b><br/><b>Principe Pio Mall</b><br/>RTKL Associate<br/>Madrid - Spain<br/>2004</p>                  | <hr/> <p><b>33-210</b><br/><b>Field's Mall</b><br/>C.F.Meller Architects<br/>Copenhagen - Denmark<br/>2004</p>    |
| <hr/> <p><b>34-211</b><br/><b>Aberdeen Center</b><br/>Bing Thom<br/>Richmond - Canada<br/>2003</p>              | <hr/> <p><b>35-212</b><br/><b>Napoli Shopping Center</b><br/>Pica Ciarrarra<br/>Napoli - Italy<br/>2002</p>             | <hr/> <p><b>36-213</b><br/><b>Haaglanden Megastore</b><br/>OIII Architects<br/>Hague - Netherlands<br/>2002</p>   |
| <hr/> <p><b>37-214</b><br/><b>RS Yellow Furniture</b><br/>Bolles Wilson<br/>Munster - Germany<br/>2002</p>      | <hr/> <p><b>38-215</b><br/><b>Adidas Factory Outlet</b><br/>Wulf and Partners<br/>Herzogenaurach - Germany<br/>2002</p> | <hr/> <p><b>39-216</b><br/><b>Triangle Town Center</b><br/>TVS Architects<br/>Carolina - USA<br/>2002</p>         |
| <hr/> <p><b>40-217</b><br/><b>City Point</b><br/>Jourdan &amp; Muller<br/>Kassel - Germany<br/>2002</p>         | <hr/> <p><b>41-218</b><br/><b>Dolphin Mall</b><br/>Beame Architects<br/>Florida - USA<br/>2002</p>                      | <hr/> <p><b>42-219</b><br/><b>Iso Omena Mall</b><br/>Tommi Architects<br/>Helsinki - Finland<br/>2001</p>         |
| <hr/> <p><b>43-220</b><br/><b>Maison Hermes</b><br/>Renzo Piano<br/>Tokyo - Japan<br/>2001</p>                  | <hr/> <p><b>44-221</b><br/><b>Sevens Mall</b><br/>RKW Architects<br/>Dusseldorf - Germany<br/>2000</p>                  | <hr/> <p><b>45-222</b><br/><b>Grano Shopping Center</b><br/>Callison Architects<br/>Shanghai - China<br/>2000</p> |
| <hr/> <p><b>46-223</b><br/><b>Arcaden Shopping Center</b><br/>Volkwin Marg<br/>Hamburg - Germany<br/>1998</p>   | <hr/> <p><b>47-224</b><br/><b>Hertz Service Facility</b><br/>Richard Dattner<br/>Orlando - USA<br/>1996</p>             | <hr/> <p><b>48-225</b><br/><b>Euralille Center</b><br/>Jean Nouvel<br/>Lille - France<br/>1995</p>                |
| <hr/> <p><b>49-226</b><br/><b>Galeria Shopping Mall</b><br/>Meinhard Gerkan<br/>Duisburg - Germany<br/>1994</p> | <hr/> <p><b>50-227</b><br/><b>Diagonal Building</b><br/>Rafael Moneo<br/>Barcelona - Spain<br/>1993</p>                 | <hr/> <p><b>51-228</b><br/><b>Universal City Walk</b><br/>Jerde Partnership<br/>California - USA<br/>1993</p>     |
| <hr/> <p><b>52-229</b><br/><b>A &amp; S Shopping Center</b><br/>RTKL Architects<br/>New York - USA<br/>1992</p> | <hr/> <p><b>53-230</b><br/><b>Courtyard Shops</b><br/>RTKL Architects<br/>California - USA<br/>1992</p>                 | <hr/> <p><b>54-231</b><br/><b>Central City Retail</b><br/>Buchan Laird<br/>Melbourne - Australia<br/>1992</p>     |
| <hr/> <p><b>55-232</b><br/><b>Stockholm ModCenter</b><br/>Mischka Borowski<br/>Stockholm - Sweden<br/>1989</p>  | <hr/> <p><b>56-233</b><br/><b>Stockholm Sorda</b><br/>Mischka Borowski<br/>Stockholm - Sweden<br/>1988</p>              | <hr/> <p><b>57-234</b><br/><b>Bercy 2 Commercial Center</b><br/>Renzo Piano<br/>Paris - France<br/>1987</p>       |
| <hr/> <p><b>58-235</b><br/><b>Sampo Mall</b><br/>Ola Laiho<br/>Lapland - Finland<br/>1987</p>                   | <hr/> <p><b>59-236</b><br/><b>Comp 14</b><br/>Mario Flotran<br/>Viale Mazzini - Italy<br/>1986</p>                      | <hr/> <p><b>60-237</b><br/><b>Hanseviertel Mall</b><br/>Volkwin Marg<br/>Hamburg - Germany<br/>1978</p>           |

شده است. هر چند که در کشورهای جهان سوم که غالباً کشورهای مصرف کننده می باشند بازارها و مجتمع های تجاری به رونق غیر قابل تصور دست یافته اند به نحوی که بسیاری از فروشگاه های زنجیره ای به افتتاح شعبه در شهرهای آسیایی پرداخته اند و بسیاری از مراکز خرید و مجتمع های چند منظوره با سرمایه گذاری های خارجی احداث می شوند اما فضاهای تجاری در اروپا و آمریکا با مشکلی روبه رو هستند که آرام آرام به بحرانی در این قلمرو ختم می شود. این چالش همانا ورود اینترنت به قلمرو تجارت و خرید و فروش و فروشگاه های اینترنتی است که روز به روز توسعه یافته و بر تعداد آنها افزوده می شود. اکنون از کالاهای مصرفی و روزانه گرفته تا نیازهای اساسی نظیر خانه، اتومبیل و دستگاه های برقی و الکترونیک به صورت اینترنتی خرید و فروش می شوند و این امر موجب شده است تا بسیاری از کمپانی های تولیدکننده به فکر عرضه اینترنتی و در حقیقت کاهش هزینه های فروش خود باشند. هر چند که با وجود گسترش این شیوه از داد و ستد هرگز کم میل به خرید و حضور فیزیکی در فروشگاه ها از بین نخواهد رفت اما به زودی این رویکرد به تغییرات عمده ای در مجتمع های تجاری خواهد انجامید که طبیعتاً معماری فضاهای تجاری را نیز دستخوش تغییراتی اساسی خواهد نمود.

#### دسته بندی انواع مجتمع های تجاری

تجارت در مقیاس های گوناگون و در قالب فضاها و عرصه های معماریانه متفاوتی صورت می گیرد. از یک واحد تجاری با متراژ پایین گرفته تا بزرگترین مراکز خرید، همه نیازمند پاسخی معماریانه می باشند. مجتمع های تجاری بر اساس مقیاس پاسخگویی به نیازهای مخاطبین دسته بندی می شوند. برخی از این نمونه ها از مقیاس شهر نیز فراتر رفته و مخاطبین آنها بعضاً از دیگر شهرهای کوچک و نزدیک و حتی توریست ها می باشند. برخی دیگر نیز تنها در حد پاسخگویی به نیازهای محله می باشند. طبیعی است که ملاحظات معماری در خصوص طراحی این مراکز نیز وابسته به مقیاس و نیازهای عملکردی آنها می باشد. در این کتاب حد میانه برای این موضوع در نظر گرفته شده و اکثر آثار در مقیاس شهری یا منطقه ای مطرح می باشند. از لحاظ تنوع و نوع کالاهای عرضه شده نیز می توان مجتمع های تجاری را تفکیک نمود. برخی از مراکز خرید منحصراً به فروش کالاهایی خاص نظیر جواهرات، سیستم های الکترونیکی و کامپیوتری، مبلمان منزل و سایر کالاهای پر مخاطب اختصاص می یابند. آنچه در خصوص انواع دسته بندی فضاهای تجاری لازم به ذکر است ظهور مجتمع های چند منظوره است که در آنها کاربری های تفریحی و خدماتی با فضاهای تجاری ترکیب می شوند. تقریباً تمامی مجتمع های عظیم دارای قسمت های اداری می باشند و چگونگی ترکیب این فضاها که نیاز به سکوت و آرامش بیشتری دارند با فضاهای تجاری که همواره مرکز جنب و جوش و هیاهو می باشند از نکات مهم در طراحی معماری مجتمع های تجاری می باشد.

فضاهای داد و ستد و تجارت همواره رکنی اساسی در ساختار کالبدی شهرها بوده و بازارهای سنتی همواره به عنوان قسمتی از نمود فرهنگی شهرها و قوم های مختلف مطرح بوده اند. در گذشته ای نه چندان دور بازار عنصری شهری با مکانی مشخص بوده و حیات شهر و بازار به هم گره خورده و شهرها به واسطه بازارهایشان جایگاه منطقه ای خود را پیدا می کردند. جنب و جوش همیشگی و پیوند تنگاتنگ بازارها با زندگی روزمره شهروندان این عملکرد را به قلبی تنیده در مرکز شهرها تبدیل می نمود که بیض هر آنچه در شهر رخ می داد را در دست داشت. اهمیت بازارها نه تنها به دلیل وقوع داد و ستد و انجام معاملات در آنها بلکه بیشتر به دلیل نقش این عملکرد در شکل دهی به تعاملات اجتماعی، برخورد های روزانه و تأثیر در شکل گیری فرهنگ شهروندان می باشد. از این رو بازار با کالبد سنتی آن، تنها عملکردی اقتصادی نبوده بلکه به موازات نقش اقتصادی اش کارکردهای فرهنگی، مذهبی، سیاسی و اجتماعی نیز در شهر داشته است. اهمیت بازارهای سنتی در معماری و کالبد این عملکرد نیز نمایان می باشد. تا آنجا که پس از مساجد و کاخ های حکومتی مهمترین عناصر ماندگار شهرهای کهن بازارها بوده اند. از لحاظ ساماندهی و ارتباطات نیز این عنصر همچون ستون فقرات شهر بوده و به دلیل فرم های ارگانیک و انعطاف پذیر و گسترده گی در بافت شهری، تمامی فضاهای مذهبی، مدرسه ها، حمام ها و حتی فضاهای حکومتی را احاطه کرده و به یکدیگر متصل می سازد. هنوز در بسیاری شهرها، خصوصاً در کشورهای آسیایی نظیر ایران، ترکیه و هندوستان بازارهای سنتی از شاخص ترین آثار قدیمی و در واقع جلوه و انعکاسی از فرهنگ مردم می باشند.

#### نقش و جایگاه کنونی مجتمع های تجاری

امروزه اما جایگاه بازارهای سنتی در شهرهای جهان سوم به شدت تضعیف شده است. افزایش بیش از حد جمعیت شهرشین و تغییر در شیوه های داد و ستد به از بین رفتن بسیاری از پیشه ها و خلق شغل هایی جدید انجامیده است که حیات آنها دیگر در قالب های سنتی پیشین ممکن نمی باشد. از سویی دیگر ساخت و ازدیاد مجتمع های تجاری در مناطق مختلف کلان شهرها و دگر دبی بازارهای سنتی به انواع نیمه مدرن امری ناگزیر بوده است. مراکز خرید و فضاهای تجاری دوران مدرن را می توان موج دوم محیط های تجاری قلمداد نمود که حاصل انقلاب صنعتی و ظهور معماری مدرن می باشند. اما به هر حال ریشه در مراکز و بازارهای سنتی دارند. استقبال عموم شهروندان از مجتمع هایی چند منظوره که در آنها می توان علاوه بر خرید، ساعتی را به تفریح و صرف غذا گذراند موجب شده است تا بازارها تنها نقاطی برای خرید کالاهایی خاص گردیده و بیشتر به محل هایی مناسب برای خرید و بازدید توریست ها و مسافران تبدیل گردند. با این وجود هر چند که چنین فضاهایی همچنان محل برخورد های روزانه و تعاملات اجتماعی می باشند اما نقش و جایگاه فرهنگی آنها تغییر نموده و قدرت سیاسی آنها نیز در مقایسه با بازارهای سنتی به طور کامل محو

## زیبایی شناسی فرم و پیچیدگی عملکرد در فضاهای تجاری

در بازارهای سنتی فرم و عملکرد از یکدیگر قابل تفکیک نمی باشند. از سویی زیبایی فرم به خوبی در خدمت نیازهای عملکردی بوده و از سوی دیگر چالش های عملکردی به خلق راهکارهایی فرمال و زیبا انجامیده است. در مطالعه فرم و کالبد ارگانیک بازارهای قدیمی ایرانی به واژگانی چون حجره، تیمچه، سرا و چهارسوق بر می خوریم که دلالت بر وجود کیفیات فضایی متفاوت و فعالیت های متنوع در بازارها دارند. نوع مصالح، شیوه تزئینات، میزان نور و چگونگی تهویه این فضاها با یکدیگر متفاوت بوده و این امر در شهرها و اقلیم های مختلف به راهکارهای معمارانه متفاوتی نیز انجامیده است. هر چند که نیاز به این کیفیات فضایی با گذشت زمان از بین نرفته است اما چگونگی نمود معمارانه آنها در مجتمع های تجاری مدرن و امروزی دستخوش تغییراتی اساسی شده است. در این دگر دیسی، آرام آرام راسته های تجاری در حاشیه خیابان های اصلی شهرها و پس از آن پاساژها که مجتمع های تجاری کوچکی در غالب یک ساختمان بودند به وجود آمدند. پس از ظهور مجتمع های تجاری در مقیاس و ابعادی وسیع تر، نه تنها فرم و نوع مصالح به کار رفته تغییر نمودند بلکه عناصری جدید نظیر آتریوم، آسانسورها و پلکان های برقی، نورپردازی های متنوع در فضاهای تجاری به کار گرفته شدند. به علت سادگی روابط عملکردی در پلان مجتمع های تجاری، در طراحی معماری این فضاها اولویت بسا ایجاد تنوع و پویایی در مقاطع و جذابیت در نماهای مجموعه و همچنین ایجاد ارتباط بصری میان بخش های مختلف مجتمع می باشد. در این راستا قالب های فضایی گذشته که مجتمع های تجاری را صرفاً مجموعه هایی درون گرا و فاقد انعطاف تعریف می نمود در اکثر کشورهای توسعه یافته کنار گذاشته شده و از معماری فرم و ویژگی های ظاهری بنا نیز به عنوان مهم ترین جاذبه برای دعوت مخاطبین به درون مجموعه نام برده می شود. در این خصوص می توان به مجتمع تجاری «وست ساید» اثر جدیدی از «دانیل لیبسکینده» در آلمان اشاره نمود که در آن بسیاری از قالب های معمول در طراحی فضاهای تجاری شکسته شده و از فرم به عنوان ابزاری در جهت جذب مخاطب استفاده شده است. استفاده از مصالح مدرن و متفاوت در جداره های تجاری نیز از دیگر روش های جلب توجه کاربرین می باشد. در این کتاب نمونه هایی از ترکیب نور و رنگ در نما در آثاری نظیر مجتمع تجاری «گالریا هال» در سنسول اثر «ژان نوول» و مجتمع «سلفریدج» در «بیرمنگهام» معرفی شده است. در برخی دیگر از نمونه ها، فضاهای تجاری در ادامه پیاده روهای شهری و حتی مسیرهای سواره مخاطب را به درون خود می کشند و در فضاهای جذاب و پویایی خود به گردش وای دارند. در بسیاری از موارد جهت باز زنده سازی و احیای بافت های قدیمی، جانمایی کاربری تجاری در دستور کار قرار می گیرد که نتیجه آن در حالی ایده آل، بازگشت پویایی و جنب و جوش به سایت مورد نظر می باشد. در این حالت پیداست که تنها پرداختن به بعد تجاری این مجتمع ها گره گشا نخواهد بود و نیاز به ترکیب عملکردهای پشتیبان نظیر فضاهای فرهنگی همچون گالری ها

و سینماها، فضاهای تفریحی و رستوران ها اجتناب ناپذیر می باشد. از نمونه های موفق در این زمینه مجتمعی تجاری به نام «پنج حیاط» اثر «هرزوک و دومورون» در مونیخ و بازسازی بازاری در بارسولونا توسط «اتریک میرانس» است که به نحو مناسبی به باز زنده سازی بافت های فرسوده یاری رسانده اند.

از سویی دیگر جامعه شناسان و روان شناسان نیز با مطالعه رفتارهای مخاطبین در فضاهای تجاری، فقدان فضاها و مکان های غیر تجاری را از عوامل نارضیاتی مخاطبین دانسته و تغییر ماهیت صرفاً تجاری مراکز خرید را به فضاهایی تحت عنوان تجاری - تفریحی و تخصیص مکان هایی جهت گذراندن اوقات فراغت، تفریح و تفریح را در پاسخ به نیازهای جامعه مدرن شهری امروز به عنوان راهکاری ضروری معرفی نموده اند. بدین ترتیب امروزه مجتمع های تجاری چند منظوره با انواعی از کاربری های پشتیبان طراحی می شوند. (در این خصوص به عنوان نمونه می توان به مجتمع تجاری «اسپارالیند» که شامل باغ زمستانی و هشت پرده سینمایی دیجیتال می باشد، مجتمع تجاری «میدان» که توسط دفتر معماری «فرشید موسوی» در استانبول طراحی شده است و نیز مرکز خرید «اولکاتو» اثر رنزو پیانو که امکانات متنوعی را برای مخاطبین فراهم آورده اند اشاره نمود.) این مراکز که به دلیل مشکلات حمل و نقل و قیمت بالای زمین اکثراً در خارج و یا حاشیه شهرها مکانیابی می شوند همچون جهانی کوچک، مستقل و دور از شهر، تجربه سفری چندین ساعته را برای بازدید کنندگان فراهم می آورند که در طول این سفر به نیازهای گوناگون مخاطبین پاسخ داده می شود.

از دیگر نکات حائز اهمیت در طراحی مجتمع های کلان توجه به میزان مصرف انرژی و چگونگی کنترل آن می باشد. هر چه فضای داخلی وسیع تر باشد تنظیم و تهویه هوا مشکل تر خواهد شد. در مجتمع های تجاری که معمولاً توسط آتریوم ها و ویدها فضاهای طبقات نیز به یکدیگر متصل می شوند، دشواری این امر دو ندان می شود. بدیهی است که پایداری انرژی در مجتمع های تجاری عظیمی که روزانه هزاران مخاطب از آنها بازدید می کنند به مراتب مؤثرتر از کنترل انرژی در یک خانه مسکونی می باشد. از این رو معماری فضاهای تجاری به شدت درگیر با اصول معماری پایدار و نکات فنی گردیده که در این کتاب نیز برخی از نمونه های موفق نظیر مجتمع تجاری «آتریو» که به عنوان پایدارترین مجتمع تجاری اروپا شناخته شده است و مرکز خرید «میدان» که در آن از ایام های سبز استفاده شده معرفی گردیده اند. امید است این کتاب که در آن هشتاد پروژه مجتمع تجاری در فاصله سال های ۱۹۸۷ تا ۲۰۱۰ معرفی شده است، راهنمایی مناسب جهت شناخت تاریخچه، پیچیدگی های عملکردی و تغییرات دیدگاه ها در خصوص طراحی مجتمع های تجاری باشد.

نیما ظالیان، مهدی آنتی، سیمانی زاده



# 01

در این مجتمع تجاری پویایی و شفافیت به واسطه نمای شیشه‌ای و منحنی شکل بنا در حجم بیرونی و پنج آتریوم مخروطی شکل تهی و شناور در فضای داخلی. نمایان می‌شود. مخروط‌هایی عظیم که گرداگرد آتریوم مرکزی جانمایی شده‌اند. در لایه‌های مختلف بنا نفوذ کرده و نور را به هر کنجی از بنا می‌رسانند. بدین ترتیب مهم‌ترین چالش در طراحی پلان‌های مربعی شکل و گسترده که همانا چگونگی استفاده از نور روز در مرکز پلان می‌باشد. به خوبی به پتانسیل و نقطه قوت مجتمع تبدیل شده‌است. چنین شکاف‌ها و گشایش‌هایی در فضای داخلی که تنوعی از رنگ‌ها را در جداره‌های شیشه‌ای آتریوم‌ها پدید می‌آورند سبب جذابیت تمام فضاها. فارغ از تراز و طبقه آنها می‌شود.

تراز همکف به دلیل دسترسی از هر دو کنج بنا، اصلی‌ترین فضای تقسیم کننده در پروژه به شمار می‌رود و تهی از دیواره‌های داخلی می‌باشد. مخروط بزرگ طراحی شده در فضای مرکزی هشت طبقه ارتفاع داشته و تمامی طبقات تجاری را به یکدیگر پیوند می‌دهد. در زیر این آتریوم، مخروط معکوسی به ارتفاع چهار طبقه قرار دارد که تا طبقات پارکینگ نفوذ کرده است. چهار آتریوم دیگر نیز که در طبقات بالایی بنا قرار گرفته‌اند نور روز به داخل فضاهای اداری منعکس می‌سازند. این آتریوم‌ها از طرفی مهم‌ترین نشانه بصری در فضای داخلی از نظر آدرس‌دهی و مکان‌یابی به شمار می‌روند و از سویی دیگر سنگینی و یکنواختی فضا که بسیاری از مجتمع‌های مشابه به آن مبتلا هستند را کاهش می‌دهد. ژان نوول در طرح نمای بیرونی، فارغ از تنوعی رنگ باخته‌ای که با دغدغه ایجاد تنوع، اصرار بر نشان دادن نقش و رنگ هر جزء ساختمان به صورت منفرد را دارند. از شیشه به صورت یکپارچه و آلومینیوم رنگ شده استفاده کرده است. جلوه نما در روز انعکاسی از شهر و ساختمان‌های قدیمی پیرامون بنا است اما در شب جنب و جوش درون بنا را به نمایش می‌گذارد.



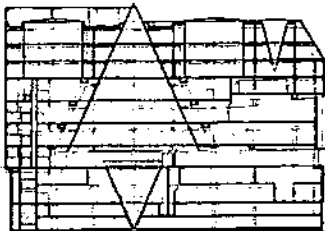
## Galerias Lafayette

Galerias Lafayette  
Jean Nouvel  
Berlin - Germany  
1996

نام پروژه:  
معمار:  
موقعیت بنا:  
زمان ساخت:

ژان نوول، معمار مشهور فرانسوی، در سال ۱۹۹۵ در جنوب غربی فرانسه متولد شد و در سال ۱۹۷۸ دفتر معماری خود را تأسیس نمود. وی تاکنون جوایز زیادی را از آن خود کرده است که از این جمله می‌توان به مهم‌ترین آنها جایزه پریترکر در سال ۲۰۰۸ و جایزه بنیاد آفاخان در سال ۲۰۰۵ اشاره نمود. توانایی بارز وی در خلق فضاهایی شفاف و سیال می‌باشد و همچنین نوآوری وی در به کار بردن تکنیک‌های ساخت و استفاده از مصالح متنوع در نظر بسیاری صاحب نظران سبک شخصی وی را از دیگر معماران متمایز می‌سازد. مجتمع تجاری «لافایت» از مهم‌ترین آثار وی در دهه نود میلادی است که ساخت آن پنج سال به طول انجامید و پس از افتتاح شهرت بسیاری را برای وی به ارمغان آورد. این بنا در یکی از قدیمی‌ترین خیابان‌های شهر برلین قرار دارد که در بمباران‌های جنگ جهانی به شدت آسیب دیده و پس از جنگ بسیاری از بناهای با اهمیت در آن بازسازی و با احداث شده‌اند. بنا که در تقاطع دو شریان اصلی قرار گرفته است به دلیل تفاوت آشکار آن با سایر بناهای موجود در بافت به مثابه نشانه‌ای شهری، شناخته شده و از آنجا که تنها یک بلوک شهری با سایت «دیوار برلین» فاصله دارد سالانه پذیرای گردشگران بسیاری می‌باشد.

ویژگی‌های مشخصی معماری و شهرسازی، شهر برلین را از دیگر شهرهای اروپا متمایز می‌سازد. ساختار مشبک میرهای ارتباطی، ساختمان‌های بلند و هم ارتفاع که هر یک بلوکی شهری را ایجاد نموده‌اند و همچنین حیاط‌های مرکزی از جمله این شاخصه‌ها می‌باشند. ژان نوول در مصالحه‌های ضمن انتقاد از طرح پیشنهادی «میس ون دروه» و «اریک مندلسون» مبنی بر ساخت تمام بناهای برلین در قالب روشی مشابه، استفاده از آجر، سطوح غیر شفاف و پنجره‌های کوچک در نما، طرح خود را با سازه‌ای پویا شده از شیشه همچون نویدی از ترک سنت‌های گذشته ارائه می‌نماید.



Lille - France 1995  
Modena - Italy 2006  
La Defense - France 2006  
Vigo - Spain 2007

مرکز تجاری «Evralilles»  
کارخانه «Ferraris»  
مجتمع اداری «Tour Phares»  
منطقه «Porto»