

مراکز خرید مدرن

www.ketab.ir

سرشناسه : بروتو، کارلز، ۱۹۵۹ - م.
 Broto, Carles
 عنوان و نام پدیدآور : مراکز خرید مدرن/[کارلز بروتو]؛ مترجم شرکت سرمایه گذاری ایرانیان اطلس
 مشخصات نشر : تهران: دانش آفرین، ۱۳۹۰.
 مشخصات ظاهری : ۲۴۰ ص.: مصور(رنگی)، نمودار.
 شابک : 978-964-7035-70-5
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 یادداشت : عنوان اصلی: New shopping malls , 2006.
 موضوع : مراکز خرید-- اروپا -- طرح و ساختمان
 موضوع : معماری-- اروپا-- قرن ۲۱م.
 شناسه افزوده : شرکت سرمایه گذاری ایرانیان اطلس، ۵۹۷۸۴، مترجم
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۰ ۴ب۴ الف / ۶ / HF۵۴۳۰
 رده بندی دیویی : ۷۱۱/۵۵۲۳
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۴۹۴۷۱۹

انتشارات
 دانش آفرین



شناسنامه‌ی کتاب

- ◆ نام کتاب : مراکز خرید مدرن
- ◆ مؤلف : کارلز بروتو
- ◆ مترجم : احمد رضا رستگارزاده
- ◆ ویراستار علمی : دکتر محمد ابراهیم مظهری
- ◆ ناشر : دانش آفرین
- ◆ اسکن و صفحه آرایی : چاپ پایتخت
- ◆ لیتوگرافی، چاپ و صحافی : چاپ پایتخت ۳-۶۶۷۵۴۲۵۲
- ◆ نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۰
- ◆ شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه
- ◆ قیمت : غیر قابل فروش

شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۷۰۳۵-۷۰-۵ ◆ ISBN : 978-964-7035-70-5

کلیه حقوق این اثر برای شرکت سرمایه گذاری ایرانیان اطلس محفوظ است
 و هر گونه کپی برداری پیگرد قانونی دارد.

به نام یگانه معمار هستی

دین مبین اسلام ۱۴ قرن پیش اهمیت کسب و توسعه دانش* را بر ما تکلیف نموده که حدود ۴ قرن بعد فردوسی آن را چنین گوشزد می‌کند:

چنین گفت پیغمبر راستگوی زگهواره تاگور دانش بجوی

و امروز پتر در آخر می‌گوید: منبع اصلی اقتصاد، دانش بوده و خواهد بود. متفکران و محققان نیز، این دوره را عصر دانش نامیده‌اند. بنا بر این اقتصاد جهانی، اقتصاد مبتنی بر دانش است و دانش هم ویژگی‌های خاص خود را دارد. یکی از مهمترین ویژگی‌های دانش، طول عمر آن است که روز به روز کوتاهتر می‌شود. پیش‌بینی شده است در سال ۲۰۲۰ طول عمر دانش به ۷۵ روز برسد. به بیان دیگر، بعد از ۷۵ روز، نیمی از دانسته‌های ما ارزشی ندارد. این واقعیت، موجب شده تا موضوعاتی مانند آموزش مادام‌العمر و مدیریت دانش و مواردی از این دست، به اولویتهای اول کشورهای پیشرفته جهان تبدیل شود. امروزه، ضرورت به اشتراک گذاشتن دانش، برای هیچکس جای تردید ندارد و صنعت ساختمان نیز از این قاعده مستثنی نیست. فرآیند تولید، انتشار و جذب دانش در این صنعت و شرکتها، سازمانها و سایر مراکز و نهادهای وابسته به آن، باید به سرعت بهبود و توسعه یابد تا رقابت در جهان مبتنی بر دانش و به شدت متغیر امروز، میسر شود. این مجموعه، بخشی از تلاش‌های شرکت سرمایه‌گذاری ایرانیان اطلس بر اساس این باور است تا شاید بتواند بخشی از دین خود را به مردم و کشور عزیز ایران اسلامی ادا نماید. امید است که مقبول افتد.

مدیر عامل

فرهاد روزخوش

* اطلب العلم من المهد الى المهد (رسول اکرم ص)

زكاة العلم نشره (امیر المومنین ع)

استودیو مایکل سایبی

دراگ استور پابلیسیز ۸

آر کا دابلیو

مرکز تجاری سونز ۲۲

شوانسر آله آرکادن ۳۲

آر کا دابلیو + اچ پی پی

کلن آرکادن ۴۰

گرین پانت آرکیکتون پی ان ای

مرکز تجاری چالک ۴۸

بی دی پی

مرکز تجاری سمارالیند ۵۶

مرکز تجاری ای بی سی ۶۶

مرکز تجاری واسکودگاما ۷۶

چاپمن تایلور ال ال پی

ال موئل د سانتا کاتالینا ۸۴

ایپرکووپسستو فیورنتینو ۹۲

بنوی

مرکز خرید ترای انگل ۱۰۲

رنزو پیانو بیلدینگ ورکشاپ

فروشگاه زنجیره ای پی اند سی ۱۱۴

نوسازی مرکز خرید دولچه ویتا ۱۲۸

ان پی اس تکوبان وس آرکیکتون

ریم آرکادن ۱۳۸

پیتر لورنز

مرکز خرید کیو نایتین ۱۴۶

هرمان اند والفری ات اسوسیس

مرکز خرید هاله ۱۵۸

جوردن اند مولر + بنجامین جوردن

سیتی پوینت ۱۶۶

بی سی ای

سیتی ارکادن ۱۷۶

آلتمارک گاری ۱۸۴

مرکز فینکس ۱۹۲

مرکز خرید ایسکیت برلن ۲۰۰

آر تی کی ال

مرکز خرید برکو ۲۰۸

مرکز خرید ال بولوار ۲۱۸

هرزوغ اند دمرون

مرکز خرید فنف هوفه ۲۲۶

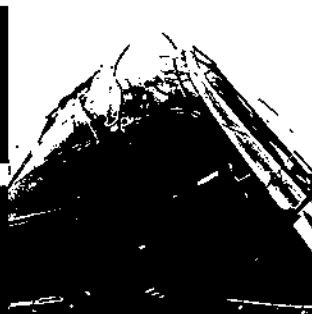
در طراحی مکان‌های تجاری نه تنها می‌بایست نوع فعالیت‌هایی که در آنها انجام می‌پذیرد را در نظر گرفت بلکه ضروری است که موقعیت‌های مکانی متفاوت، کارکردها و محیط‌هایی که نیازمند اینگونه مکان‌ها است نیز مورد توجه قرار گیرد. با این حال تمامی مراکز خرید نیازمند زیرساخت‌هایی بنیادین هستند تا بتوانند محیط تجاری‌ای کارآمد به همراه تسهیلات مناسب جهت ارائه بهترین خدمات به مشتریان خلق نمایند.

در سالهای اخیر در مباحث مربوط به مراکز خرید پیشرفت‌های قابل توجهی پدید آمده است که بیشتر ناشی از افزایش تعداد مراکز خرید در شهرها است که آن نیز ناشی از تاثیر شیوه زندگی به سبک امریکایی می‌باشد. ازدیاد این مراکز با پیشرفتهایی در شیوه‌های جدید از درك و نگارش به مراکز خرید همگام بوده است. این مورد شامل تغییراتی در نحوه درك تقسیمات فضاهای داخلی (که در گذشته بسیار قراردادی و قیاسی بودند)، کاربرد اصولی رنگ و نور بعنوان عوامل تفکیک ناپذیر معماری، استفاده از مواد پیش ساخته و گرایشی همه جانبه به استفاده از فضاهایی شفاف و تفکیک کننده‌هایی بسیار محدود و ناپیدا می‌باشد.

ما در جهت فراهم آوردن تصویری از خلاق‌ترین طراحی‌های مدرن امروزی تلاش نموده‌ایم تا حد امکان فضاهای تجاری متفاوت و بسیار متنوع و امکانات تزئینی نامحدود آنها را بعنوان راهنمای گرافیکی روشهای طراحی داخلی جاری و آینده‌گر، برای فضاهایی با کارکرد خدماتی به شما ارائه نماییم.

همچنین تلاش فراوانی شده تا نه تنها طراحی کلی هر یک از پروژه‌ها به شما نشان داده شود بلکه به قابل توجه‌ترین جزئیات معماری که در برخی موارد بخشی اساسی از هویت فضای تمام شده است اشاره گردد.

به همین دلیل است که بسیاری از ابزارهای گرافیکی چون تصاویر، نقشه‌ها، نماها و طرح‌های خام به همراه توصیف‌هایی از کار اصلی که توسط معمار ارائه شده در اختیار شما قرار داده شده است.



کارفرما:

پابلیسیز دراگ استور

معمار:

استودیوی میشل سانه

طراح:

میشل سانه

دستیار طراح:

رودابه پاکروان

تیم مجری پروژه:

فرانکو روسته، کیکو اوکادا، هان

سو سوهن

مشاوران:

مشاور محلی: برونو پینوت

مهندس سازه (ورودی): شرکت

هیو دوتون

مهندس سازه (بتون): شرکت

تریل روک

نور: ژاک رویرولیس

آکوستیک: پیه اوتز

سیستم مکانیزه: کورتود

گرافیک: کارنوار

تلفیق: برونو مارازا

مساحت:

۴۰۰۰ متر مربع

تاریخ:

شروع: ۲۰۰۲/۰۲

تکمیل: ۲۰۰۴/۰۲

عکاس:

لوک بوگلی، ناتان باربور

معماری دراگ استور جدید پابلیسیز تمامی اهداف شرکت تجاری پابلیسیز را در هویت معماری مدرنی مجسم نموده است. معماری ای که شفاف و روشن است و باوضع موجود به گونه ای قابل احترام همخوانی دارد. برنامه نوسازی این مکان، هم نمای خارجی و دراگ استور هم سطح یا خیابان و هم چهار طبقه زیرزمین ساختمان اصلی را در بر گرفته بود.

این ساختمان که در منطقه ای با وجه تاریخی ارزشمندی بنا شده بود از دهه پنجاه در پاریس یک نشانه شهری در نظر گرفته می شد اما اکنون دیگر زمان آن فرا رسیده بود که با محدودیتهایی که جدایی فیزیکی ساختمان از شهر ایجاد کرده بود روبرو شود. برای مرتبط نمودن بنا با محیط اطرافش طرحهای هندسی ارائه شد که در آنها ساختمان موجود و ارتباطش با محیط، از جمله جریان رفت و آمد مردم و ترافیک ماشین آلات در نظر گرفته می شد. حرکت عمودی چرخشی حیران کننده ساختمان، به ارتباط ساختمان با محیط اطرافش انرژی می دهد و این تاثیر با جریان ورود و خروج مردم از ساختمان افزایش می یابد.

نمای تازه تغییر یافته ساختمان در صفحات منحنی شیشه ای پیچیده شده که با ستونها و شبکه متقارن ساختمان اصلی در تقابلند. تمامی سطح ساختمان که در برشهای شیشه ای صفحات شیشه ای روی هم قرار گرفته ای پوشانده شده است حسی از عمق و سبکی را معنای دهد که منعکس کننده در هم آمیختگی فعالیت های ساختمان و خیابان است. شهری درونی که منعکس کننده تصویر شهر برونی است.

بازدید کنندگان از زیر المان مارپیچی وارد دراگ استور می شوند و پیرامون میان بخشهای مدرن و قدیمی قسمت فوقانی به گونه ای اجتناب ناپذیر نظرشان را جلب می کند. پلکانهای سیب دار بالا رونده چشم اندازی دیدنی بر منظر جدید پابلیسیز ارائه می دهند و تنوع بخشها و فعالیتها منظره ای از بازارهای طاق دار دهه گذشته را به خاطر می آورند. بازارهایی که فقدان آنها به شدت والتر بنیامین^۲ را به تاسف واداشته بود.

طرح اصلی ساختمان با دیوارهای شیشه ای شفاف و یا مات جدا سازی شده است به گونه ای که هم حریم به اندازه مناسبی تامین شود و هم ارتباط بصری و دیداری میان فضاهای ساختمان نیز برقرار باشد. نیازهای گوناگون مردم نیز در اینجا تامین شده به گونه ای که این مکان به مرکزی اجتماعی مبدل شده است. جایی که مردم با دنبال مواد مورد نیازشان هستند، یا اخبار را دنبال می کنند و ایده هایشان را رد و بدل می نمایند و از بسیاری مسایل مطلع می شوند، غذا صرف می کنند، فیلم تماشا می کنند، اتومبیلشان را تعمیر می نمایند ساعتها در آنجا پرسه می زنند و یا از یک فنجان قهوه به هنگام ورق زدن کتابی لذت می برند.

هر چند معماری این ساختمان خود به تنهایی کنجکاوای جذابی را به شما القا می نماید، اما از سوی دیگر موارد دیگری چون نوع خاصی از قهوه، یا سیگار خاصی که تنها در این مکان قابل خریداری است، صرف غذا با یک دوست و یا انعکاس زیبای نور از بالکن شیشه ای به درون ساختمان و یا منظر نمای خارجی ساختمان در زمان های خاصی از روز همه و همه انگیزه هایی برای مردم است تا با این مکان آشنا شوند. به قول مارسل بلوستین بلانشت^۳ بنیانگذار پابلیسیز: «گذشته نورش را بر آینده می افکند و آینده گذشته را معنای کند».

1 - Publicis Drugstore
2 - Walter Benjamin
3 - Marcel Blestein Blanchet